



4  
kroky,

**KTERÉ VÁM PMOHOU  
ZMĚNIT VÁŠ OBCHOD A  
BUDETE PRODÁVAT VÍCE**

**(A NEVYŽADUJÍ VELKÉ INVESTICE)**

# 1

## PRAVIDELNĚ MĚŇTE SVŮJ OBCHOD (SMYSLUPLNĚ)!

Pokud máte více místa, zkuste vytvořit zákoutí, které bude pravidelně měněno. Budete v něm moci experimentovat s novými značkami, propagovat nové produkty v obchodě nebo prezentovat vybrané současné trendy. Vytvořením pravidelně se měnícího prostoru, budete pozitivně překvapovat své stálé zákazníky a zákaznice a přilákáte ty, kteří od nakupování očekávají nové zážitky a rychle je nudí to, co již znají.

**Podle společnosti Ipsos hledá 83% zákazníků při nákupu něco originálního a nečekaného.**

### JAK NA TO:

Myšlenka na velkolepé přeměny v obchodě, aniž byste zvýšili náklady, je originální nátěr části zdi nebo přelepení stěn zajímavou tapetou.



**V současné době je na trhu k dispozici mnoho zajímavých tapet za velmi výhodnou cenu.**



# 2

## ZOSOBNĚTE PROSTOR

Abyste nemuseli soutěžit s konkurencí nejnižší cenou, je třeba, aby nabídka vašeho obchodu poskytovala klientkám přidanou hodnotu. Nejjednodušší způsob, jak to udělat, je vyprávět svůj vlastní příběh. Vaše osobnost ovlivňuje to, co se děje na regálech ve vašem obchodě - ukažte ji a vytvořte příběh kolem nabízených produktů a zároveň se postarejte o dobrou obsluhu, protože právě tato kombinace získává srdce zákaznic.

**36% žen preferuje nákup výrobku, který má nějakou historii a 45% seniorek (a 43% klientek mladších 35 let) pro koupi se rozhoduje na základě kvality obsluhy**

(výzkum provedený Havas Paris prostřednictvím Opinionway).

### JAK NA TO:

Popřemýšlejte o jednoduchém a levném příslušenství, které vašemu obchodu dodá „duši“. Mohou to být polštáře, svíčky, rámečky, ale také nápaditě ozdobená ramínka stužkami nebo vůně, které bude doprovázet zákaznice překračující práh vašeho obchodu.



**Někdy stačí jen malý detail, např. stužka, abyste změnili atmosféru obchodu.**

# 3

## PŘILÁKEJTE K VÁM MLADÉ POKOLENÍ

Chcete-li do obchodu přilákat mladší klientky (a nejen ty), vsadte na nákupní model založený na měkkém prodeji. Do značné míry závisí na umění inspirovat klientky tak, aby chtěly v obchodě strávit co nejvíce času.

Zkušební kabinku můžete například uspořádat tak, aby měla dobře osvětlené místo se zajímavým pozadím, které by vybízelo k selfie? Nebo máte možnost, pro zákaznice čekající na volnou kabinku, vytvořit zákoutí ve stylu mini-kavárny nebo knihovny. Stojí za to, zvážit organizaci různých dalších aktivit - testování výrobků, setkání žen z okolí, speciální večerní akce apod.

**Podle Opinionway 60% francouzských žen ve věku od 18 do 24 let preferuje obchody, které jim nabízejí více než jen nakupování**

### JAK NA TO:

Podělte se o prostor, který máte a organizujte akce, které budou klientky ve vašem obchodě spojovaly. Nemusí to být dílna s uznávanými odborníky. Jen pozvánka na dort u příležitosti Dne žen nebo společné testování novinek.



**Jednoduchý nápad je připravit zákazníkům bezplatně vodu, kávu nebo čaj.**

# 4

## KOMUNIKUJTE S VAŠIMI ZÁKAZNICEMI

Starejte se o své klientky nejen v obchodě, ale i mimo něj, prostřednictvím sociálních sítí. Díky tomu budete nejen udržovat kontakt s vašimi klientkami, ale budete mít také příležitost seznámit s vaším obchodem nové lidi. Podle Deloitte Digital 29% kupujících koupí něco ve stejný den, pokud k rozhodování použijí sociální média. Jaký je nejúčinnější podnět k nákupu? Obrázky a videa. Klíčem je inspirativní obsah a výběr správného média. Pro módní průmysl je kromě Facebooku klíčový i Instagram, pokud vás napadají další kanály, pokračujte a experimentujte.

**Podle Forbesu je filmový příspěvek čtyřikrát účinnější než obrázková verze.**



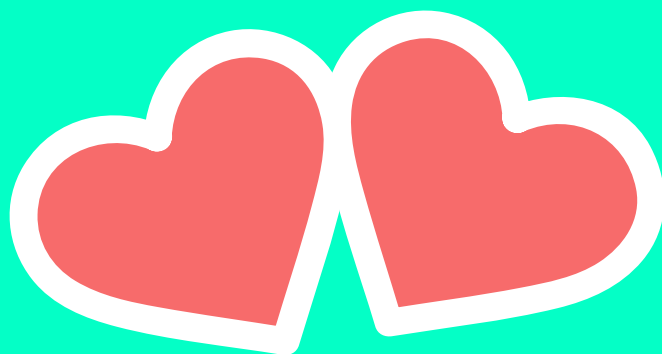
### JAK NA TO:

Staňte se představitelkou značek, které máte ve svém obchodě a zároveň se odlišujte od konkurence. Namísto toho, abyste používala pouze fotografie od producentů, můžete fotografovat a vytvářet videa o nových produktech, které se objevují ve vašem obchodě, sama.

**Vsaďte na jedinečné uspořádání fotografií - vše, co potřebujete, je dobrý nápad!**

# **A nakonec ještě jedna rada: originální je lepší než dokonalé.**

**Nelze se naučit, jak uspořádat prostor obchodu, organizovat události nebo spustit aplikaci Instagramu, pokud nezačnete pracovat. Nelze čekat na dokonalý okamžik nebo ideální komplet /tapetu / téma schůzky. Začněte se změnou obchodu dnes! Malými krůčky, ne vše najednou, a než se nadějete, vaše podnikání nepoznáte!**



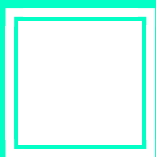
módní prádlo

**Materiály připravené na základě prezentace Retail Academy, vytvořené agenturou Carlin, Paříž, červenec 2018.**

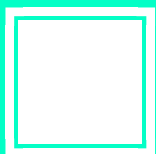
**Fotografie: vlastnictví redakce.**

# SHRNUTÍ

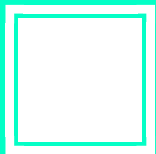
## 4 kroků



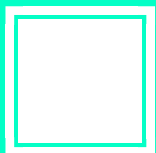
**Pravidelně měním aranžmá v obchodě.**



**Starám se o individuální charakter mého obchodu.**



**Vytvářím přátelské místo pro setkání.**



**Mluvím se svými klientkami prostřednictvím sociálních médií.**

módní prádlo