



Стилист владельцам магазинов: «Никто не покупает просто одежду, люди хотят купить решение своих проблем!»

Обладательница титула «лучший стилист 2021 года», автор легендарного авторского курса «СтильБерген», основатель команды mirabergen_team и просто популярный блогер - Мира Берген провела «профессиональный разбор» работы казахстанских байеров и владельцев магазинов на прошедшей в Алматы выставке моды Central Asia Fashion.

Своеобразным итогом более 600 шопингов с клиентами и взаимодействия с более чем 100 000-ми подписчиков на личной странице в Инстаграм стало исследование нужд казахстанских покупателей. Результатами этого уникального «без пяти минут» отраслевого исследования, Мира Берген поделилась в ходе бизнес-конференции Central Asia Fashion.



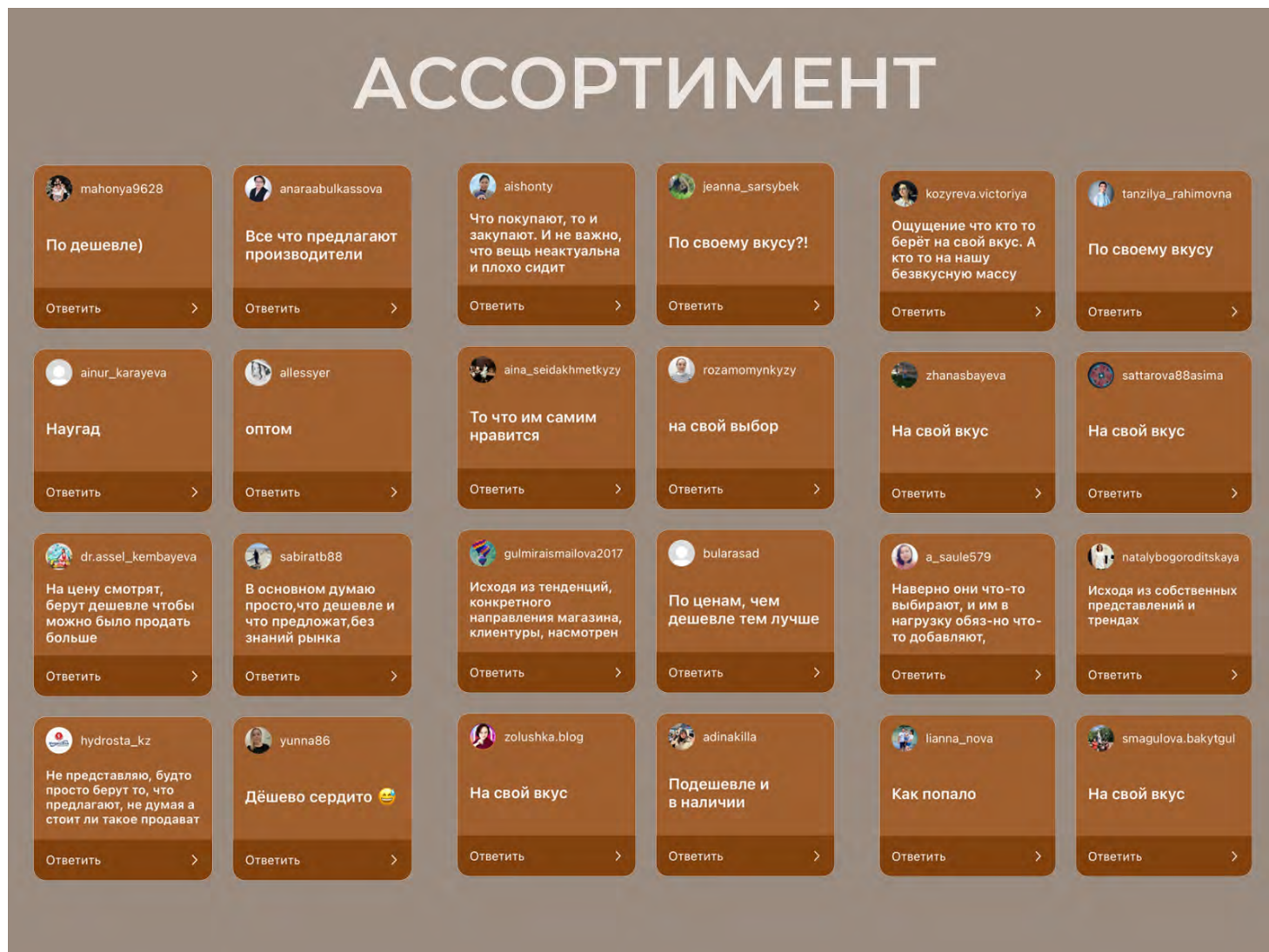
Популярный блогер и авторитетный стилист - Мира Берген на выступлении в бизнес-конференции Central Asia Fashion.

«Я знаю, чего в казахстанских модных магазинах нет и что очень нужно вашим клиентам. Знаю, за каким видом товара, за какими фасонами, цветами, размерами, покупатели и мы, стилисты, вместе с ними охотимся. А еще я знаю, за что наш клиент готов заплатить. Потому что я слышу и внимательно читаю мнения ста тысяч ваших потенциальных клиентов, которые жалуются мне на то, чего им так не хватает в магазинах», - поделилась эксперт.

«Продажи зависят от отношения продавца, а не от отношения покупателя»

В подтверждение слов модный стилист представила воочию результаты опросов в социальных сетях. Так, по мнению пользователей Инстаграм, владельцы модных казахстанских магазинов в своем

большинстве собирают ассортимент «на свой вкус», «получают в нагрузку что-то еще, не совсем нужное», либо закупают товар «по принципу: что дешевле, то и лучше».



Индивидуальный опрос стилиста Миры Берген: как выбирают ассортимент казахстанские байеры по мнению покупателей

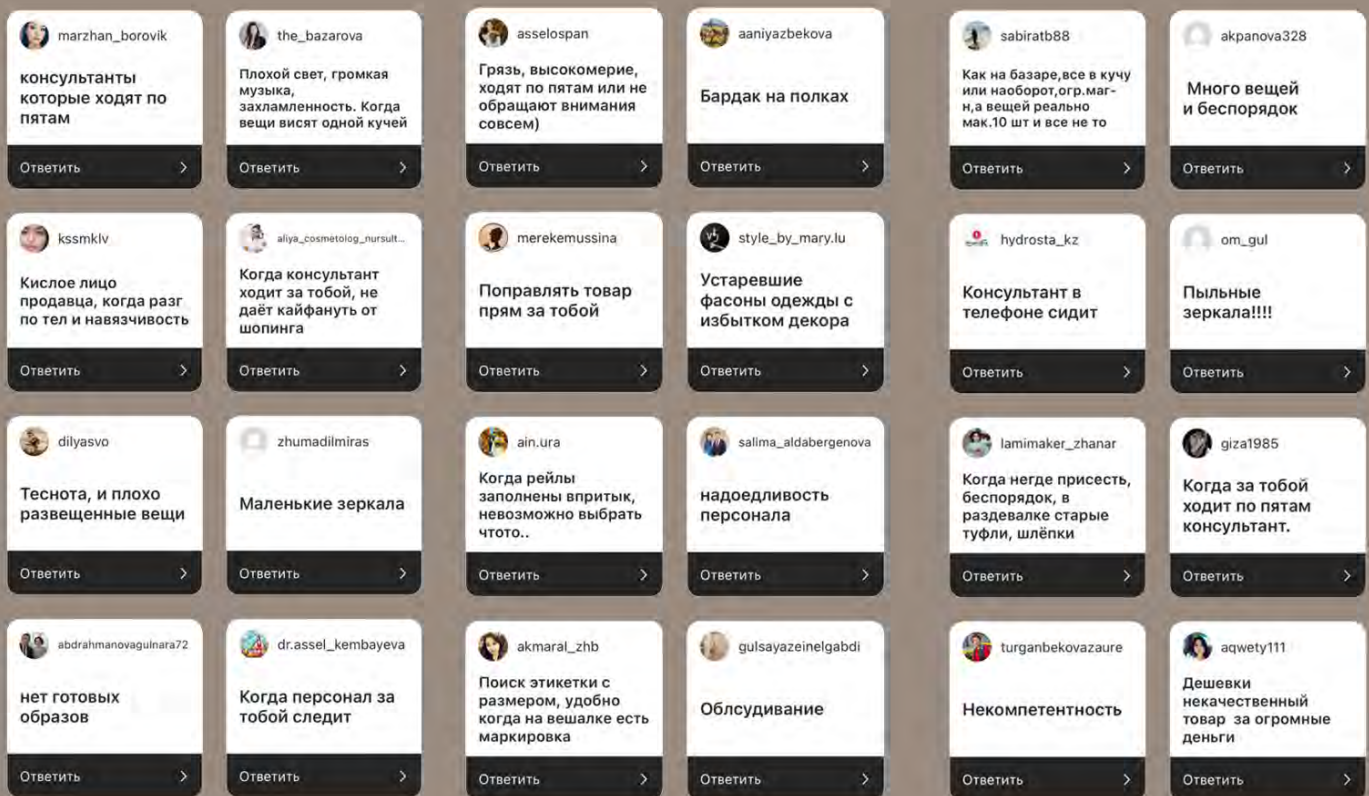
Основными факторами, влияющими на продажи, модный эксперт Мира Берген считает актуальность, комбинаторность, ценовую политику, размерный ряд, стилистику и сервис в самом магазине.

«Вы не должны покупать и привозить то, что нравится Вам, - обратилась к казахстанским байерам во время своего выступления на бизнес-конференции Мира Берген. Вы должны привозить только то, что нравится Вашей целевой аудитории. Пока не разберетесь с этим вопросом, будете единственным покупателем своего товара. Только представьте, какое впечатление производит на покупателей ваш ассортимент? Вы купили, что подешевле у производителя, а теперь хотите сделать бешенную накрутку и «впихнуть» это! С таким контекстом никакой речи об успешных продажах в магазине и быть не может.

Лично я не понимаю, почему в наших казахстанских модных магазинах все сплошь завешано одеждой подростковых размеров - xs и s. Ну, не нужно раздражать такими миниатюрными формами магазины, куда приходят в основном взрослые женщины. Еще наблюдение: никто сейчас в нашей стране не покупает просто одежду, люди хотят купить решение своих проблем! Просто одежда у всех в шкафу уже есть».

Особенно модный эксперт бизнес-конференции выделила сервис в точках продаж. По данным опроса, чаще всего покупатели жалуются: на «ходящих по пятам консультантов», плохой свет, громкую музыку, захламлённость, навязчивость или полное безразличие продавца, а также отсутствие готовых образов, грязь в раздевалках и устаревшие фасоны.

ОСНОВНЫЕ ПРЕТЕНЗИИ К МАГАЗИНАМ



Индивидуальный опрос стилиста Миры Берген: основные претензии к модным магазинам

«Самый частый ответ, который я слышала от своих клиенток: «хорошо, если бы консультанты в модных магазинах были бы с элементарными знаниями стилистики». А ведь это вполне решаемая задача собственника или управляющего бизнеса: обучить продавцов, так чтобы они могли грамотно уметь сочетать цвета в гардеробе, понимать правила коррекции фигуры. С такими базовыми знаниями они точно будут продавать лучше!

Попросите персонал вместо того, чтобы ходить по пятам за покупателями, составлять готовые образы, фотографировать их и выкладывать в социальные сети. Для вас это ничего не стоит, а продавцу - практика, которая вам в итоге принесет прибыль. Что бы я коротко посоветовала? **Задавайте уровень сервиса в своем магазине и следите за чистотой**», - советует Мира.

В числе рекомендаций, заявленных модным экспертом-стилистом Мирой Берген, также оказались: наличие в примерочной полочки для телефона, влажных салфеток, антистатика для одежды, ложки для обуви, набора базовых ремней, одноразовой шапочки для предотвращения пятен на одежде, а также брендирование зеркал и работа над освещением. Особое внимание стилист уделила обуви: «90% женской аудитории сейчас уже не ходит на каблуках. Тогда зачем вы их настойчиво ставите в примерочной? Ну не понравится девушка себе в этом. Лучшие заложите покупку самой популярной «народной обуви» в расходы».

Что влияет на онлайн-продажи?

Единственным каналом, через который продавец можете достучаться до покупателя, стилист Мира Берген считает контент: «Почему люди боятся онлайн-покупок? Потому что, во-первых, боятся, что не так сядет на фигуру. Во-вторых, боятся, что ткань в реальности окажется хуже. В-третьих, что качество будет не соответствовать картинке, так как мы привыкли, что нас обманывают. И четвертое, что будет сложно вернуть, если заказ по каким-то причинам не подошел. И если вы

методично в Инстаграм или на сайте рассказываете про свой магазин, если будете снимать эти боли, то покупатель со временем от них избавится, по крайней мере, в отношении вашего магазина».

В данном случае спикер бизнес-конференции Мира Берген, рекомендует привлекать к фотосъемкам моделей, с фигурами обычных покупателей. А еще не помешает: полностью прописывать в посте параметры модели, состав ткани, качество изделия, ценник, возможность возврата, а также сочетания с другими вещами и возможные поводы для использования собранного образа.



Обладательница титула «лучший стилист 2021 года», автор легендарного авторского курса «СтильБерген», основатель команды mirabergen_team и просто популярный блогер - Мира Берген на выступлении в бизнес-конференции CAF

«Вы знаете в чём проблема? Чаще всего хозяева казахстанских модных магазинов и продавцы сами не интересуются своим товаром. Они зачастую не изучают состав изделий, которые продают, не рассматривают изнанку товара. Наверное, некоторые продавцы даже боятся это делать. Но, если бы они понимали, чего боятся их покупатели? Ответ прост - того, чего не знают. Вот и получается порочный круг: когда ваши продавцы, вы сами и ваш персонал, будете все знать о своем товаре, тогда и будете его любить. А всё что продаётся с любовью, факт - продаётся намного лучше», - подытожила спикер бизнес-конференции CAF, Мира Берген.

При использовании данных релиза обязательно указание источника: Бизнес-конференция международной выставки моды Central Asia Fashion. При использовании фотографий необходимо указание: пресс-служба САФ