

Как открыть и организовать эффективную работу салона Фасад&Интерьер:

(практические пошаговые рекомендации)

Шаг первый: Выбор помещения

Это очень важный этап, от которого во многом будет зависеть успех Вашего салона:

Наши рекомендации:

- а) Деловой центр города с большим пешеходным трафиком;
- б) Наличие хороших подъездных путей и вместительной парковки.

Высота потолков - 3,2-3,5 метра.

Площадь - 150-250 кв.м.

Шаг второй: Заключение договоров с поставщиками (создаем товарное наполнение салона)

На данном этапе мы работаем над списком компаний, продукцию которых будем рекомендовать к размещению в данных салонах.

Продукция будет представлена по следующим направлениям:

Фасадная отделка:

1. Архитектурный декор ДВОРЦОФФ www.дворцофф.рф (стенд №4);
2. Стеновые 3D панели ДВОРЦОФФ www.дворцофф.рф (выставочный стенд);
3. Искусственный камень;
4. Стеновые отделочные панели (фиброцементные);
5. Сайдинг.

Все для кровли:

6. Металлочерепица;
7. Гибкая черепица;
8. Профлист;
9. Водосточные системы;
10. Элементы безопасности (снегозадержатели).

Иные товары:

11. Входные металлические двери - от простых до элитных;
12. Окна;
13. Художественная ковка;
14. Скульптуры, МАФы;
15. Фонарные столбы, уличные светильники;
16. Ступени, брусчатка, кирпич облицовочный;
17. Заборы, модульные ограждения.

Интерьер:

18. Межкомнатные двери - от простых до элитных;
19. Обои (в т.ч. по каталогам);
20. Интерьерный декор (гипс, полиуретан);
21. Натяжные потолки;
22. Напольная плитка;
23. Стеновые дизайнерские 3D панели (гипс);
24. Сопутствующие товары.

Формирование товарной группы рекомендуем проводить без "пересечения" с товаром, свободно продающимся в крупных строительных магазинах (Мегастрой, Леруа Марлен, ОБИ и т.д). Работа салона в большей степени ориентирована на работу по каталогам "под заказ". Выставочные образцы необходимы для оценки клиентом качества продаваемой продукции (клиент смотрит + трогает + получает информацию от менеджера = делает заказ).

Шаг третий: Обучение персонала

Настоятельно рекомендуем ввести единые стандарты работы менеджеров салона (ввести письменные инструкции с прописанной информацией и едиными нормами):

Наши рекомендации:

- а) Менеджер (продавец) обязан знать и давать клиенту полную информацию о товаре, компании-производителе, сроках поставки, способах монтажа, возможности выбора цвета, правильной комплектовки товара, и т.д.;
- б) Так же при необходимости менеджер должен уметь быстро производить расчеты (объем, площадь, цена, количество коробок, количество требуемого клея, и т.д.);
- в) Рекомендуем прописать порядок действий сотрудников салона при возникновении конфликтных ситуаций.

Количество необходимых сотрудников:

2-3 менеджера в салоне (работают с посетителями) + 1 менеджер активных продаж (корпоративных продаж). Менеджер активных продаж обзванивает строительные компании, выезжает на презентацию товара с кейсами (образцами), распространяет визитки, буклеты и т.д. = активно продвигает выставленную продукцию. Обязательно наличие а/м.

Шаг четвертый: Торжественное открытие салона

Наши рекомендации:

- а) Украсить салон шарами, организовать фуршет;
- б) Пригласить местное СМИ (максимально ярко осветить открытие Вашего салона в СМИ);
- в) Пригласить на открытие дизайнеров вашего города, архитекторов, проектировщиков, компании занимающихся отделкой (фасадов, интерьера), и т.д. Необходимо презентовать свой товар и акцентировать на работу с Вашим салоном (при возможности налаживать субдилерскую сеть).

Во время открытия и дальнейшей работы в салоне должна играть приятная музыка (не громко) + по телевизору транслироваться тематическая видеопрезентация (о продаваемом товаре).

Шаг пятый: Развитие

Наши рекомендации:

- а) Реклама в СМИ (провести анализ и выявить максимально эффективные газеты/журналы вашего региона);
- б) Сделайте "Сайт-визитку" (небольшой, недорогой). На сайте обязательно разместите фотографии Вашего салона, информацию о представленных компаниях и продаваемых товарах, разместите наглядную схему проезда, укажите контакты и время работы салона. Высокий целевой трафик обеспечивает реклама в Интернете (яндекс директ) - рекламируйтесь только по вашему региону;
- в) Выстраивайте субдилерскую сеть. Делитесь процентом от прибыли с людьми и компаниями способными направить в Ваш салон целевого клиента. Субдилерские договора рекомендуется заключать с дизайнерами, архитекторами, компаниями занимающимися отделкой и т.д.;
- г) Печатайте и распространяйте буклеты, визитки, журналы (данная работа проводится силами менеджера активного продвижения - см. Шаг 3);
- д) Предоставьте клиенту полный перечень услуг "под ключ" (от дизайна до монтажа, включая доставку или сопровождение купленного товара). Данные услуги могут по договору подряда оказывать сторонние люди/организации;
- е) Окружите себя дизайнерами способными "слышать клиента" и делать качественную "визуализацию". В подобных салонах практикуется организация рабочего места (3-5 кв.м) и сдача его в субаренду такому дизайнеру.