

23 сентября 2005

Компания «КОРУС Консалтинг» завершила проект по бизнес- консультированию торговой сети «Чудодом»

«КОРУС Консалтинг» помог компании «Компоненты бизнеса» в разработке концепции, маркетинговой и ассортиментной политики сети магазинов «Чудодом». Результатом сотрудничества стало открытие трех магазинов в новом формате с собственной маркетинговой стратегией.

«КОРУС Консалтинг» помог компании «Компоненты бизнеса» в разработке концепции, маркетинговой и ассортиментной политики сети магазинов «Чудодом». Результатом сотрудничества стало открытие трех магазинов в новом формате с собственной маркетинговой стратегией.

Ситуация

В марте 2005 года руководство компании «Компоненты бизнеса» приняло решение о создании сети магазинов «Чудодом», специализирующихся на торговле товарами для дома. В основу брэнда «Чудодом» была положена идея создания уюта и домашней атмосферы. Было решено, что будущие магазины расположатся в городских торговых центрах, где совершают покупки представители социальных групп со средним и высоким доходом. Следуя



данной концепции, компания «Компоненты бизнеса» для открытия первого магазина, арендовала торговые площади в новом торговом центре Барнаула.

Но перед этим руководству требовалось определиться с форматом и ассортиментной политикой будущей сети магазинов. «Интуитивно мы понимали, что нужно нашим потенциальным покупателям, – вспоминает Людмила Лапшина, директор по маркетингу компании «Компоненты бизнеса». – Но решили, что помощь профессионалов гарантирует нам больше шансов на успех. Мы навели справки о компаниях, которые оказывают консалтинговые услуги в области розничной торговли. Наиболее интересные рекомендации мы получили от одного из Новокузнецких ритейлеров, который поделился с нами опытом работы с «КОРУС Консалтинг». Пятилетняя экспертиза «КОРУС Консалтинг» в области ритейла, обширные знания, приобретенные в результате сотрудничества с лидерами отрасли, высокий профессионализм консультантов и индивидуальный подход к клиенту – такие рекомендации прозвучали в высшей степени убедительно и мы заключили с ними контракт».

Решение

Общая длительность работ составила 4 месяца. На первом этапе консультанты совместно с представителями компании заказчика занялись формализацией концепции магазинов «Чудодом». «Мы собирались все вместе и устраивали «мозговые штурмы» в течение недели, – рассказывает Вера Генова, менеджер проекта со стороны «КОРУС Консалтинг». – Таким образом, мы выработали три рабочие концепции, из которых в итоге заказчик выбрал одну». Суть ее мы сформулировали так: «Чудодом – это путь к сердцу».

С одной стороны, в этой формулировке обыгрывается горячее стремление сотрудников новой сети найти путь к сердцам покупателей. С другой стороны, сердце – символ любви, теплоты, нежности, внимания, доброты – всего того, что обычно ассоциируется с домом и домашним уютом. Логическая связка такая: «Чудодом» – путь к домашнему уюту. «Мы также предложили цветовую гамму для логотипа «Чудодома», – продолжает Вера Генова. – Заказчик хотел, чтобы цвет был красным, но мы объяснили, что красный слишком агрессивен и потому диссонирует с концепцией домашнего уюта. Более теплые оранжевые тона смотрятся гармоничнее: оранжевый – цвет огня, домашнего очага, солнца». В результате оформление зала решено было сделать в желто-голубых тонах, поскольку эти цвета неагрессивны и хорошо сочетаются с оранжевым. Кроме того, голубой цвет успокаивает, настраивает на благодушное настроение, заставляет думать об уютной и теплой комнате с приглушенным светом настольной лампы (отсюда и желтый цвет), где так хорошо читать любимые книги или молчать вдвоем. Представители компании-заказчика с воодушевлением восприняли предложения консультантов. «Мы уверены, что, придерживаясь разработанной концепции, сможем завоевать значительную долю регионального рынка розничной торговли товарами для дома», – говорит Людмила Лапшина.

Параллельно с формулировкой концепции магазинов, консультанты «КОРУС Консалтинг» занялись формализацией ассортиментной политики. Менее чем за два месяца были сформированы товарные классификаторы с перечнем основных свойств, разработаны товарные матрицы для каждого магазина будущей сети, принципы выбора поставщиков и закупок. Сжатые сроки определялись необходимостью завершить первый этап проекта до открытия

магазина в Барнауле в марте 2005 года. «При формировании ассортиментной политики «Чудодом» мы учитывали местоположение магазинов, – комментирует Вера Генова. – Учитывая тот факт, что все магазины должны были расположиться на сравнительно небольших площадях – до 1000 кв.м. – в современных торговых центрах Новосибирска и Барнаула, мы, в первую очередь, порекомендовали заказчику отказаться от включения в ассортиментный ряд строительных товаров и сконцентрироваться на товарах, предназначенных для создания уюта в доме. Мы рассуждали так: в элитный торговый центр никто не пойдет за строительными товарами, и они будут залеживаться на полках, сокращая товарооборот». В итоге, в ассортиментный ряд «Чудодом» вошли товары для дома и сада, кухонные и банные принадлежности, сувенирная продукция, канцелярские товары, галантерея, товары для детей. Также было принято решения создать отдел упаковки подарочной продукции. Общий ассортимент магазина составил 15 000 наименований товаров. Консультантами также были рекомендованы более 50 поставщиков, с которыми «Компоненты бизнеса» заключили договора.

На втором этапе специалисты «КОРУС Консалтинг» приступили к разработке маркетинговой стратегии и рекомендаций по оптимизации организационной структуры «Чудодом». «Маркетинговый отдел, фактически, отсутствовал, и компания тратила большую часть рекламного бюджета на поддержку проектов, инициированных торговым центром, в котором располагался магазин, – рассказывает Вера Генова. – Мы объяснили, что такая стратегия малоэффективна и предложили вместе разработать план маркетинга, программы лояльности, концепцию собственного СМИ, планы рекламы и BTL-акций. Выработанные нами рекомендации уже начали применяться на

практике».

Результаты

Результатами проекта стали:

- форматизированные требования к формату магазина с разделами «Классификатор», «Товарная матрица», «Описание управлением ассортиментом», «Описание управления закупками»
- штатное расписание, положения и должностные инструкции для отделов маркетинга и рекламы
- детализированный план маркетинга и маркетинговых исследований
- рекомендации по проведению программ лояльности
- рекомендации по разработке СМИ сети магазинов «Чудодом» с определением типа, формата, структуры, форм подачи материала и способов рассылки
- план BTL-акций в торговом зале в целом по магазину и по товарным направлениям на год
- план рекламных компаний на год с определением рекламного бюджета
- пакет документов, регулирующих регламент взаимодействия между подразделениями компании
- рекомендации по разработке структуры аналитических и маркетинговых отчетов на основе данных о продажах

«Сотрудничество с компанией «КОРУС Консалтинг» оказалось очень плодотворным и эффективным. Мы довольны полученным результатом», – резюмирует президент компании «Компоненты бизнеса» Михаил Кокорич.

