Что надо знать владельцу магазина одежды секонд-хенд

Открытие магазина

1. Любимое дело

Все, кто преуспевает в своем деле, любят то, чем занимаются. Стоит ли себя мучить нелюбимым делом? Ответ очевиден. Отдача всегда пропорциональна вложенным силам, а будет ли Вам хотеться вкладывать свою энергию в то, что не по душе? Поэтому не стоит открывать магазин секонд-хенд, если чувствуете, что Вам не нравится это занятие и тем более, если Вы брезгуете одеждой из вторых рук.

2. Принцип работы бизнеса

Прежде, чем начинать бизнес, стоит разобраться, что к чему и как это работает. Узнайте все подробности о том, какой бывает товар, откуда он берется, как его доставляют и продают, ознакомьтесь со всеми возможными рисками и подводными камнями. Изучите целевую аудиторию и спрос. Узнайте все возможные способы рекламы. Чем глубже будут Ваши знания о сфере секонд-хенд, тем легче и увереннее будет старт.

3. Бизнес-план

Любой бизнес на его старте требует составления подробного бизнес-плана. Написание подробного расчета и плана действий поможет вникнуть во все нюансы работы, понять структуру бизнеса, взвесить, насколько прибыльным или убыточным будет магазин. Это очень важно заранее распланировать все расходы, просчитать возможное

количество брака, расписать схему закупок, оценить заработную плату персонала.

4. Посетите конкурентов

Перед тем как начать свой бизнес в сфере секонд-хенд посетите магазины конкурентов. Это позволит Вам четче представить, каким именно вы хотите видеть Ваше дело, как наладить работу и чем можно выгодно отличиться. Сможете понять, что является нежелательным и неприемлемым или наоборот найдете пример для подражания. Также такие визиты помогут выстроить верную ценовую политику, проанализировав цены конкурентов.

5. Открывайтесь в межсезонье

Конечно, открытие магазина секонд-хенд требует определенных вложений. И каждый владелец хочет, чтобы затраченные средства как можно быстрее окупились. Для скорейшего возврата денег, планировать открытие магазина стоит в межсезонье, когда люди начинают обновлять свой гардероб. Всегда стоит иметь некоторое количество товара в запасе, так как спрос в преддверие нового сезона значительно возрастает.

6 . Название

Как назовешь корабль, так он и поплывет. Для магазина секонд-хенд важно, чтобы название раскрывало его суть и говорило само за себя. Поэтому, желательно если не напрямую, то намеком указать на то, что Ваш магазин продает одежду секонд-хенд. А если ассортимент магазина узкоспециализирован, например, военная, детская одежда или обувь, желательно это также отобразить в названии, чтобы оно привлекало Вашу целевую аудиторию.

7. Место для магазина

Очень важно определить подходящее место для магазина: в промзону к Вам никто не придет, даже если Вы поставите зазывалу на ближайшей остановке. Не обязательно пытаться отыскать помещение в центре города, это позволит сократить расходы на аренду. Удачной локацией может быть удаленный, но густонаселенный район, где

много пенсионеров, мам с детьми и простых рабочих со средним уровнем дохода. Так же старайтесь, чтобы мимо выбранного места проходил большой поток людей.

8. Конкуренты

Желательно подыскать такое место для вашего магазина, чтобы поблизости не оказалось конкурентов или их было как можно меньше. Но все же боятся такого соседства не стоит. Если Вы сможете предложить качественный товар и обслуживание, клиенты останутся при Вас. Так же в борьбе за покупателей поможет реклама. Всегда информируйте посетителей о приближающихся обновлениях товара и акциях.

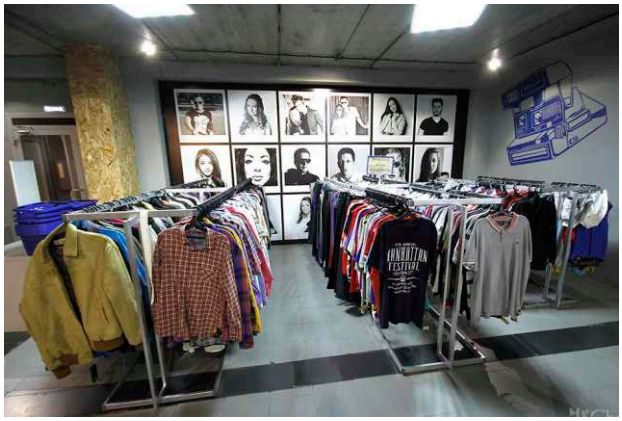
9. Размер помещения

Конечно, размер магазина может варьироваться, однако для того, чтобы в нем было достаточно места для размещения необходимого количества товара и примерочных, а также свободного перемещения покупателей, площадь зала должна быть не менее 40 м^2. Оптимальный размер магазина 50-150 м^2. Не стоит также забывать про подсобные помещения, которые можно использовать как склад и комнату отдыха для персонала.

10. Заявите о своем открытии

Вот наступает долгожданный момент, и Вы открываете свой магазин секонд-хенд. Но прохожие идут мимо, и никто даже не смотри в Вашу сторону, как будто магазина нет или он был здесь всегда. Как же обратить на себя внимание и сделать открытие более торжественным? Хорошо работает большой баннер “Мы открылись”, размещенный у входа или на витринах, также можно украсить парадную зону воздушными шарами в ваших фирменных цветах или другими яркими и заметными инсталляциями.

Оформление магазина и оборудование торгового зала



11. Приятный запах в магазине

Всем нам хорошо известен резковатый и немного навязчивый запах одежды секонд-хенд. Для постоянных посетителей он не создает дискомфорта, но нового клиента может отпугнуть. Хотя уже спустя несколько минут к специфическому аромату привыкаешь и перестаешь его замечать, не будет лишним его приглушить. Поможет в этом запах кофе, также отлично справляется искусственные ароматизаторы. Не забываем про вентиляцию.

12. Детская зона

Часто посетители магазинов секонд-хенд приходят в сопровождении своих чад. Что бы маму ничего не отвлекало от выбора одежды и она могла полностью спокойно заняться поиском необходимых вещей, надо чем-то занять ребенка. Выход – иметь в магазине детскую зону. Это может быть столик с карандашами и бумагой или раскрасками, конструктор или телевизор с мультфильмами. Расположить зону лучше ближе к отделу с детской одеждой.

13. Фоновая музыка

Гораздо приятнее совершать покупки под легкую музыку. Уже давно доказано, что средний чек в магазинах с музыкальным оформлением выше, чем в аналогичных, без него. Фоновая музыка создает приятную атмосферу, которая стимулирует клиента на свершение покупок и увеличивает его время пребывания в магазине. Так же звуковой канал можно эффективно использовать для аудиорекламы.

14. Красивая витрина

Витриной может стать любое окно, которое выходит на улицу. Она

служит отличной рекламой и позволяет привлечь проходящих мимо потенциальных покупателей. Оформить витрину магазина секонд-хенд можно не хуже, чем в дорогом бутике, выбрав для этого фирменные вещи и подобрав стильные аксессуары. Не малую роль сыграет подсветка. Эффективным приемом является размещение на витрине информации об акциях и скидках.

15. Книга отзывов

Больше всего доверия вызывают магазины, о которых мы слышим хорошие отзывы, ведь если всем нравится, то понравится и нам. Разместите на выходе или у кассы книгу для сбора комплиментов. Благодарный и довольный покупатель с удовольствием напишет в ней свой восторженный отзыв. И даже если это книгу никто не возьмется изучать, то уже ее наличие укажет на то, что Вы спокойны за свою репутацию.

16. Ящик или тетрадь для сбора адресов и телефонов

Для эффективного уведомления клиентов про акции, распродажи и дни новых привозов товара можно использовать рассылку в электронную почту или SMS. Для сбора адресов и номеров телефона можно завести специальную тетрадь или ящик, где любой желающий сможет оставить свои контакты. Они должны располагаться на видном месте, лучше у выхода или на кассе. Не забывайте проверять наличие пишущей ручки.

17. Место отдыха покупателю

Любители секонд-хенда могут проводить в магазине не один час, перебирая, примеряя, перебирая и снова примеряя наряды. Такая самоотдача забирает много сил, поэтому Вам стоит позаботиться о таких ценителях секонд-хенда. Для отдыха посетителей стоит иметь тумбочки-стульчики, на которых уставшие модники смогут передохнуть перед тем, как с новыми силами ринуться в бой. Так же будет не лишним кулер с питьевой водой.

18. Хорошее освещение

Хорошее освещение в магазине обеспечивает приятную атмосферу

и помогает свободно ориентироваться в торговом зале. Чтобы щепетильный покупатель не ломал свою голову, пытаясь понять, какой же это цвет бежевый, кремовый или телесный, стоит обеспечить помещение хорошей иллюминацией. Освещение должно быть достаточным для того, чтобы клиент мог без труда рассмотреть предлагаемый товар.

19. Удобные примерочные

От того на сколько удобны ваши примерочные, будет зависеть захочет ли покупатель снова в нее вернуться. Стоя босиком на холодном полу и при этом держа в руках свою одежду, вряд ли клиент сможет насладиться потенциальными обновками. Обязательно в кабинке должно быть достаточное количество крючков, коврик, тумба, на которую можно присесть. Тогда селфи в сети из Вашей примерочной будут собирать восторженные комментарии.

20. Зеркала в зале

Чтобы посмотреть, подходит ли цвет блузки к цвету глаз, не всегда хочется идти в примерочную, в таких случаях для покупателя удобнее будет прибегнуть к помощи зеркала висящего прямо в торговом зале. Ведь никого не смутит клиент с задумчивым видом, стоящий напротив своего отражения и прикладывающий к себе то одну, то другую кофточку. Позаботьтесь о достаточном количестве зеркал в зале – лучше больше, чем очередь.

21. Чистые зеркала

Смотреть на себя любимого в зеркало запятнанное руками да еще и чужими (и руками ли?) не очень приятно. Мысли о безответственном персонале магазина, который так халатно относится к инвентарю, не дадут покупателю расслабиться и насладиться примеркой. Чтобы вместе с зеркалами не запятналась и Ваша репутация стоит регулярно проверять их чистоту.

22. Камеры хранения

Очень неудобно искать наряд мечты с сумками в руках, особенно если в этих сумках годовой бухгалтерский отчет или запас продуктов

на неделю. Проявите заботу о своих клиентах, освободите им руки – обеспечьте надежные и удобные камеры хранения. Расположить их лучше сразу у входа на видном месте, чтобы покупатель смог сразу снять с себя лишнюю ношу.

23. Удобные проходы

Чтобы клиенты уходили без синяков от локтей других посетителей вашего магазина, стоит позаботиться о достаточном пространстве между рядами с одеждой. Конечно, хочется максимально полезно использовать площадь торгового зала и разместить на ней как можно больше товара, но, если к вещам будет просто невозможно подступиться, в их большом количестве не буде смысла.

24. Чистота

То что в вашем магазине продается одежда бывшая в употреблении не значит, что Вы можете себе позволить не следить за чистотой торгового зала. Обязательно протирайте пыль, следите за чистотой пола и окон. Не поленитесь обновить отделку в магазине. Старайтесь сделать помещение светлым и аккуратным. Достаточно небольшого косметического ремонта, чтобы к Вам в магазин было приятно войти.

25. Корзина уцененных товаров

Бывают такие вещи, которые никак не могут найти своего покупателя, и после каждого нового привоза товара их становится все больше и больше. Чтобы такая одежда не занимала место востребованных вещей, от нее желательно вовремя избавляться. Для этого можно поставить в торговом зале корзину или ящик и складывать туда уцененные вещи, предлагая их покупателям по минимальной цене.

26. Безналичный расчет

Чтобы клиент не переживал о том, что ему не хватит наличных денег и не заставлять его бегать в поисках банкомата, стоит позаботиться о возможности расплатиться в вашем магазине пластиковой картой. Большое количество покупок совершится только благодаря возможности рассчитаться безналичным расчетом.

27. Фирменные ценники

Ценники из тетрадного листа с надписью, сделанной синей шариковой ручкой, не очень привлекательно выглядит и Вашему магазину звезд не добавят. Ведь из таких мелочей складывается общее впечатление. Приятно будут выглядеть одинаково оформленные бирки с Вашим логотипом. Можно так же делать ценники разных цветов, например, красные для одежды на распродаже, зеленые для новых вещей.

28. Стеллажи для обуви и аксессуаров

Если в Вашем магазине кроме одежды продаются обувь и аксессуары, то будет удобнее разместить их на специальных стеллажах. Обязательно надо следить, чтобы на витрине был порядок, это поможет посетителям внимательнее изучить предоставленный ассортимент. Располагать такие стеллажи лучше в зоне видимости продавца ближе к кассе, чтобы избежать попытки кражи мелких вещей.

29. Отдел обуви

Мало кто покупает туфли не померяв их, поэтому обязательными атрибутами обувного отдела в Вашем магазине должны быть тумба-стульчик, коврик и ложечка для обуви. Не лишним будет поместить зеркало на полу, чтобы покупатель мог оценить понравившийся товар со стороны. Мужскую и женскую обувь не стоит смешивать, лучше расположить ее если не на соседних стеллажах, то на разных полках.

30. Зонирование

Чтобы мужчинам не пришлось просматривать десятки женских блузок в поисках рубашки, а женщинам не натыкаться то и дело на мужские вещи обязательно зонируйте отделы. Но не стоит их разделять перегородками, чтобы персоналу было лучше видно все происходящее в зале. Женский отдел лучше расположить в центре зала, между детским и мужским.

31. Отпариватель

Стоит ли рассказывать о том, что вещи на продажу должны привлекательно выглядеть. Одежда из мешка, привезенного со склада, не

всегда имеет товарный вид, и даже если покупатель решится примерять невнятный комочек, напоминающий нужную ему вещь, то вряд ли обрадуется результату. Поэтом обязательно стоит иметь под рукой отпариватель и приводить с его помощью вещи перед продажей в надлежащий вид.

32. Вешалки-плечики

Всю одежду обязательно размещайте на вешалках-плечиках. Так проще всего продемонстрировать товар покупателю, а клиенту изучить предлагаемый ассортимент. На каждой вешалке должна находиться только одна вещь. Такой способ размещения товара также поможет контролировать, сколько вещей покупатель берет с собой в примерочную и сколько из нее выносит.

33. Интересный дизайн

Большинство магазинов секонд-хенд мало чем отличаются. Поэтому, вложив немного фантазии в обустройство Вашего торгового зала, Вы сможете значительно выиграть у конкурентов и привлечь много новых покупателей. Не бойтесь экспериментировать с цветами и формами, разработайте свой фирменный стиль, так Ваш магазин станет запоминающимся и привлекательным для новых клиентов.

34. Не превращайте торговый зал в склад

У Вас всегда будет оставаться запас товара, который не выствлен на продажу, и которым можно пополнять освободившиеся стойки. Но не стоит хранить излишки в торговом зале, превращая его в склад. Мешки будут мешаться в проходах, а вид нераспакованной одежды вряд ли будет подталкивать посетителей к покупке. Для хранения лучше иметь небольшое подсобное помещение.

35. Будьте бдительны

Очень часто товар секонд-хенд подвергается кражам. Непонятно, что толкает людей на такие поступки, возможно мысль о том, что, чем дешевле украденная вещь, тем это меньшее преступление. Но факт остается фактом. Поэтому обезопасьте свой товар от незаконных действий, установите камеры наблюдения в торговом зале. Также

стоит следить за тем, сколько вещей берет посетитель в примерочную и сколько из нее выносит, остаются ли пустые вешалки.

36. Журнал заказов

Часто клиенты приходят в магазин в поисках какой-то конкретной вещи, это может быть все что угодно от майки любимого футбольного клубы до дубленки из кожи антилопы гну. Но если покупатель не найдет у вас желаемого, он пойдет к конкурентам. Чтобы не потерять клиента, заведите журнал заказов. Вы сможете вносить туда пожелания покупателей и их контакты, а когда нужная вещь найдется сообщать покупателя лично.

37. Анкета

Чтобы соответствовать потребностям клиента, нужно знать, что он думает о вашем магазине. Самый простой способ узнать ответы на интересующие вопросы – это предложить покупателю заполнить анкету. С помощью вопросов Вы сможете получить подробную информацию о Вашей целевой аудитории и желаниях клиента. Для быстроты заполнения таких анкет к вопросу можно прилагать варианты ответа.

38. Конфеты детям

Часто детям приходится сопровождать своих мам в походах по магазинам. И как обычно это бывает, когда у мамы на первый план выходит одежда, на втором появляется капризный ребенок, требующий внимания. В таких случаях можно предложить малышу конфету, она займет его на некоторое время и даст маме возможность выбрать обновку. Перед таким отвлекающим маневром желательно спросить разрешение у родителя.

Реклама

39. Вывеска

Нередко посетителями магазина бывают те, кто просто проходят мимо и решают зайти, может из праздного любопытства, а может потому, что никогда не пропускают ни одного секонд-хенда. Чтобы не потерять таких клиентов – нужна вывеска! Она должна быть на видном месте, достаточно крупная, броская, написана понятным шрифтом, желательно, с подсветкой в темное время суток. Но самое главное – вывеска должна давать четкое представление о том, что предлагает ваш магазин.

40. Веселые бесплатные пакеты

Неважно выбрал покупатель одну вещь или несколько, их надо во что-то положить. Проявить заботу к посетителю можно предложив ему фирменный пакет с вашим логотипом, слоганом или просто веселой картинкой. Это не только знак внимания к клиенту, но и рекламный шаг. Пакет будет регулярно напоминать о магазине при повторном использовании и подчеркнет его индивидуальность, привлечет внимание людей еще не знакомых с Вами.

41. Карта постоянных покупателей, карта лояльности

Для любого магазина важно не только получить новых клиентов, но и сохранить старых. Надежный способ сделать покупателя постоянным – это использование карты лояльности, с помощью которой каждое посещение Вашего магазина станет выгодным. Также хорошо работает карта постоянного клиента, она дает возможность приобрести любой товар со скидкой, вручать ее можно тому, кто купит товар на определенную сумму.

42. График завоза товара для клиента

Чтобы спланировать свой визит в Ваш магазин, покупателю важно знать, когда в нем будут скидочные дни и дни привоза нового товара. Очень удобно иметь такую информацию всегда под рукой. Поэтому распланируйте заранее числа обновления ассортимента, сделайте карточки-визитки с расписанием и вручайте вашим посетителям. Такая напоминалка поможет покупателю не пропустить нужные даты, а Вам получить постоянных клиентов.

43. Разная реклама

Реклама – двигатель торговли. Чтобы о Вашем магазине узнало как можно больше людей, нужно заявить о себе. Сейчас существует огромное количество способов рекламы. Не стоит останавливаться на каком-то одном, попробуйте разные способы. Ведь каждый источник затрагивает разную целевую аудиторию. Из газеты – пенсионеры, из интернета – молодежь, из листовок – жители района, в котором расположен Ваш магазин.

44. Праздничные лотереи

Все хотят выглядеть на праздники нарядно, поэтому в предпраздничные дни магазины секонд-хенд пользуютя особой популярностью. Чтобы стимулировать продажи перед праздниками, увеличить среднюю сумму чека и поднять покупателям настроение, можно провести лотерею среди тех, кто купит товар на определенную сумму. Призом победителю может стать хорошая скидка или любой лот из Вашего магазина.

45. Сотрудничество с ателье

В секонд-хендах нет полного размерного ряда вещей. Все вещи представлены в единственном экземпляре, за редким исключением. Поэтому попасть в размер бывает затруднительно, то рукав длинный, то талия широкая. Полезным для Вашего магазина будет сотрудничество со швейным ателье. Подложить, приталить, подогнать под размер – такое взаимовыгодное соседство принесет пользу, каждой из сторон.

46. Скидки и акции

Любой покупатель любит приобрести много и потратить мало. Именно поэтому такой популярностью пользуются скидочные и акционные дни. Не забывайте снижать цены, перед каждым обновлением товара. Или придумывать свои интересные акции. А главное – рассказывайте о намечающихся распродажах своим клиентам любыми возможными способами, иначе какой в них смысл, если никто не придет.

47. Химчистка по соседству

Часто бывает такое, что покупатель находит фирменную вещь, да еще и по размеру, и цвет любимый, и вдруг обнаруживает такое маленькое пятнышко, и хотя оно почти не заметно, но оно есть. И вот в любой другой ситуации желанное убранство вернулось бы на свое прежнее место, дожидаться своего часа, но не в том случае, если рядом с магазином находится химчистка. Весьма полезное соседство.

48. Сотрудничество с магазинами бытовой химии

При выборе места одним из важных факторов является правильное соседство. Отличным вариантом может стать магазин бытовой химии. Ведь покупателям одежды секонд-хенд вполне могут понадобиться стиральный порошок, отбеливатель, кондиционер для белья или пятновыводитель. И как было бы удобно, если бы все необходимое находилось рядом. Такой кооператив будет взаимовыгодным и удобным для обеих сторон.

49. Листовки по району

Не стоит ожидать большого наплыва покупателей, если Вы открылись только вчера. Чтобы ускорить приток новых клиентов, необходимо заявить о себе. Хороший способ это распространение листовок по району, в которых стоит указать всю самую важную информацию: адрес, контакты, расписание привозов нового товара, чтобы Вас было легче отыскать – карту. А еще, для усиления эффекта, можно придумать акцию или лотерею в честь открытия.

50. Выносная реклама

Люди редко специально ходят по дворам и переулкам в поисках магазина секонд-хенд. Если Ваше помещение расположилось именно в таком удаленном от глаз прохожих месте, позаботьтесь о выносной рекламе. Расположите ее на ближайшем пересечении оживленного движения пешеходов и дороги к магазину, чтобы вылавливать из толпы клиентов. На стенде укажите направление и расстояние до магазина, чтобы помочь отыскать Ваш магазин.

несколько факторов: бренд, степень износа, качество, актуальность. Очевидно, что брендовые вещи всегда будут стоить дороже, но если на них будут даже незначительные изъяны, тогда завышать цену нет смысла. Мало кто захочет красоваться в фирменной кофточке с пятном неизвестного происхождения.

55. Магазины военной одежды

Большой популярностью среди охотников, рыбаков и прочих любителей активного отдыха пользуются магазины военной одежды. Здесь любители походов и экстремальных условий найдут все самое непродуваемое, непромокаемое и непромерзаемое по вполне доступным ценам. Поэтому, если в Вашем городе еще нет такого магазина, возможно именно Вам стоит занять эту нишу, пока это не сделал кто-то другой.

56. Учитывать сезонность закупок

Готовь сани летом, а телегу зимой. Это правило применимо и при закупках одежды секонд-хенд оптом. Можно существенно сэкономить, если учитывать сезонность и заблаговременно продумывать ассортимент. Обычно зимой на оптовых складах одежды секонд-хенд идет распродажа летних позиций, а летом – зимних. Планирование закупок поможет существенно сократить Ваши расходы на подготовку к новому сезону.

57. Сезонный спрос

Следите за предлагаемым Вами ассортиментом и обновляйте его в соответствии с сезоном. К Новому году большой популярностью пользуются платья и нарядные блузки, летом – купальники, сарафаны, в августе родители готовят детей к школе, осенью, в преддверии холодов, хорошо продается теплая одежда и куртки. Нет смысла вывешивать весь товар сразу, выгоднее вовремя обновлять экспозицию.

58. Количество товара в магазин

Чтобы Ваш магазин не был перегружен вещами и не выглядел опустошенным важно подобрать для него правильное количество вещей.

51. Отмечайте праздники вместе

Все хотят быть нарядными на праздники. Поэтому в предпраздничные дни всегда наблюдается увеличение потока посетителей в магазины секонд-хенд. Чтобы порадовать своих клиентов, можно объявлять акции на товар соответствующий праздникам: нарядные платья и рубашки к Новому году, женская одежда к 8 Марта, мужская к 23 февраля, детская ко Дню защиты детей, ну и, конечно, скидки именинникам.

52. Агитация за экономию природных ресурсов

Производство одежды наносит огромный вред нашей планете. Чтобы изготовить всего одну футболку расходуется около трех тысяч литров воды и огромное количество отходов отправляется на мусорные полигоны. Рассказав своим покупателям о том, что при покупке и повторном использовании вещей они помогают сохранить окружающую среду, только утвердит их в намерении покупать одежду секонд-хенд.

Закупка и работа с товаром

53. Правильная выкладка товара

Очень сильно облегчит поиск нужной вещи правильная выкладка товара. Одежду лучше сортировать по размерам, это сократит время поиска необходимой вещи. Также не лишним будет калибровать товар по цветам, помимо того, что это поможет клиенту быстрее найти интересующую его вещь, такая выкладка весьма эффектно смотрится. Посетители абсолютно точно оценят Вашу инициативу.

54. Умение правильно оценивать вещь с учетом актуальности модели и бренда

Чтобы получить максимальную выгоду от нового товара, необходимо правильно его оценить. Для этого необходимо учитывать сразу

Лучше всего исходить из расчета 10 кг на $м^2$ для “оригинала” и 7 кг на $м^2$ для “сортировки”. Такое количество позволит заполнить торговый зал так, чтобы посетителям было удобно просматривать товар, и в тоже время не даст выглядеть Вашему магазину пустым. Но при закупке стоит помнить, что всегда должен быть запас.

59. Соотношение женской и мужской одежды

Мужской гардероб обычно весьма скромен, парни покупают вещи чаще всего исходя из их функциональности. Чего нельзя сказать о женщинах, которые могут приобрести 5 платьев за раз просто потому, что они фирменные, стильные и может быть когда-нибудь даже выйдут в свет на новой хозяйке. Эта закономерность проявляется и в секонд-хенде, в нем сложнее найти хорошую мужскую одежду. Но мужскую зону по возможности лучше все же делать.

60. Система цен

Многие покупатели уже приходят в магазин, имея представление о сумме, которую они готовы потратить. Поэтому не лишним будет сортировать одежду по цене, разделив ее на отдельные стойки, так что бы уцененный и новый товары висели отдельно. Каждый покупатель отдаст предпочтение в первую очередь стойке со своей ценовой категорией, но это не значит, что он не изучит остальную одежду.

61. Детский магазин разный размер

Если ваш магазин секонд-хенд специализируется на детской одежде, Вам стоит позаботиться, чтобы она была как можно разнообразнее: для девочек и мальчиков, нарядная и спортивная, теплая и легкая. А так же очень важно, чтобы одежда была представлена для любого возраста, начиная от одежды для новорожденных и заканчивая одеждой для школьников. Всегда следите за размерным рядом и при необходимости пополняйте товар.

62. Обновление товара

Как муравьи к кусочку сахара притягиваются покупатели в дни нового привоза к магазину секонд-хенд. А средний чек заставляет владельца магазина ходить с постоянной улыбкой на лице. Но с каждым днем

посетителей меньше, а улыбка уже, и все потому, что товар становится менее привлекательным. Исчезновение улыбки с Вашего лица является верным признаком того, что ассортимент необходимо пополнить, и делать это придется как минимум 2 раза в месяц, а значит, в магазине всегда должен быть небольшой запас одежды.

63. Пробная закупка

При выборе оптового склада одежды секонд-хенд для сотрудничества желательно приехать на склад и оценить как качество товара, так и серьезность самого поставщика. Но если у Вас нет такой возможности, воспользуйтесь интернет-заказом и доставкой. При выборе одежды попросите показать пакеты через любой мессенджер. Выбрав надёжного и постоянного поставщика, в дальнейшем Вы можете рассчитывать не только на закупку хороших вещей, но и на дополнительные скидки и даже отсрочки платежей.

64. Расширить ассортимент

В магазине секонд-хенд можно продавать не только одежду. Увеличить средний чек помогут еще и такие товары как обувь, аксессуары, сумки, домашний текстиль, игрушки, книги и другое. Попробуйте закупить небольшую партию сопутствующего товара и изучить на него спрос. Вам будет проще понять, какие позиции закупать на продажу, когда проанализируете, какая одежда будет пользоваться популярностью у Ваших клиентов.

65. Возможность посмотреть любой выбранный нами мешок

Чтобы не купить кота в мешке, стоит обратить внимание на тех поставщиков товара секонд-хенд оптом, которые предоставляют покупателю возможность открыть любой из выбранных мешков. Перекладывать вещи из одного мешка в другой, как правило, нельзя, но зато Вы сможете убедиться, что среди предлагаемого товара именно те вещи, на которые рассчитывали. Желательно, чтобы на складе для удобства просмотра товара было отведено место с хорошим освещением.

66. Опередить конкурентов

Важно всегда опережать конкурентов и первым предлагать товар на предстоящий сезон. Это не значит, что купальники надо продавать в январе, а свитера в июле, но стоит держать руку на пульсе и заблаговременно готовиться к смене экспозиции магазина. Ведь пока у конкурентов товар еще не обновился, все клиенты будут ваши. Будьте всегда на шаг впереди.

67. Ведите статистику

Для того чтобы понять, какой товар пользуется большей популярностью среди ваших покупателей, попробуйте вести статистику. Отмечайте, какие вещи продаются и в каком количестве: мужские, женские, детские, юбки, джинсы, свитера или курточки. Это поможет Вам определить, в каком количестве закупать одежду в следующий раз. Возможно, придется поднажать на мужские джинсы, а может и на детскую одежду.

68. Комбинировать товар

Не стоит останавливаться только на одной позиции товара. В магазины секонд-хенд приходят разные покупатели, некоторые за повседневной и рабочей одеждой, а некоторые ищут нарядные и фирменные вещи. Чтобы угодить как можно большему числу клиентов рекомендуется вывешивать в зал сразу несколько категорий. Оптимальный вариант будет одежда 1 категории – 40% и «Экстра» – 60%. Позже Вы сами поймете, что необходимо вашему посетителю и скорректируете предлагаемый товар.

69. Целевая аудитория

Для того чтобы определить какой товар закупать, Вам надо понять, кто ваша целевая аудитория. Обычно, большинство клиентов (более 80%) – это девушки, женщины предпенсионного возраста, а также молодые мамы. На мужчин приходится около 10%. Но показатели могут меняться в зависимости от места нахождения Вашего магазина. Изучите близлежащие учреждения, если по соседству есть школы или детские сады, то стоит увеличить количество детских

немало персонала. В каждом отделе лучше иметь своего консультанта, который поможет покупателю с выбором. Также необходимы кассир, уборщица, желательно, чтобы у примерочных находился контролер, который следит за тем, чтобы посетители не пытались унести вещи тайком, возможно охранник. А для того, чтобы весь персонал работал слаженно, необходим руководитель, поэтому Вам не обойтись без администратора зала.

74. Контроль работы продавцов

Все, что не контролируется – не выполняется. Поэтому мало составить свод правил и донести его до персонала вашего магазина. Человеческая природа склонна искать все возможные способы, чтобы сэкономить энергию на более важные дела. Всегда контролируйте работу персонала, чтобы не давать повода для отлынивания. Но помните, чтобы правила могли быть соблюдены, они должны быть разумными.

75. Корпоративный дух

Любая команда работает лучше, если в ней царит взаимопонимание, доверие и коллективный дух. Поэтому не стоит забывать про совместное времяпрепровождение персонала. Это может быть праздничный корпоратив в ресторане или просто совместный сладкий стол после рабочего дня, главное, что бы Ваши работники могли стать ближе друг к другу. Хорошие взаимоотношения помогут повысить качество работы Вашего коллектива.

76. Приветствие

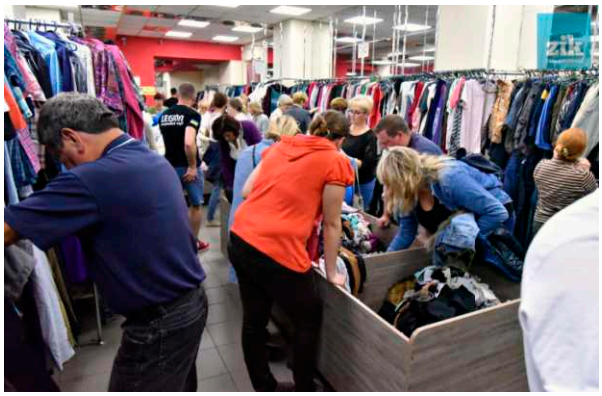
Всегда приятно возвращаться туда, где Вам рады. Приветствия и улыбки вполне достаточно для того, чтобы получить расположение нового посетителя и заставить его почувствовать себя желанным гостем. После того, как вы поздоровались, лучше оставить клиента на некоторое время в покое, чтобы он освоился, сориентировался в зале и самостоятельно изучил ассортимент и только потом предложить свою помощь.

вещей. Если рядом находятся университет или колледж, тогда упор стоит сделать на молодежные позиции.

70. Остатки продавать как ветошь

При сортировке купленной оптом одежды секонд-хенд часто попадаются вещи, которые нельзя предложить покупателю. На вещах могут быть значительные пятна или дыры. Но не стоит спешить выбрасывать неликвид, его также можно пристроить. Договоритесь с ближайшим автосервисом и предлагайте им ненужный товар на ветошь по сходной цене. Туда же можно отправлять вещи из остатков, которые на Ваш взгляд не будут востребованы.

Персонал



71. Персонал

Лицом вашего магазина станет обслуживающий персонал. Всегда хочется вернуться туда, где Вам рады и готовы помочь. Поэтому очень важно внимательно отнестись к выбору работников. Желательно, чтобы у кандидата на Вашу вакансию уже был опыт продаж одежды. Но если опыта нет, но есть большое желание работать, отказывать ретенденту не стоит. Новичку можно предложить попробовать свои силы в течение испытательного срока.

72. Униформа

Для того чтобы покупатель легко мог найти консультанта и обратиться за помощью, не путая его с другими посетителями магазина, работника стоит обозначить. Не обязательно заказывать полный комплект униформы, это может быть просто футболка с Вашим логотипом или нашейный платок фирменного цвета.

73. Администратор зала

Если у вас большой магазин, для его обслуживание Вам понадобится

77. Открытые вопросы

Почувствуйте разницу между вопросами “Вам нужна помощь?” и “Чем я могу помочь?”. На первый вопрос возможны ответы “Да” или “Нет”, после чего Вам снова придется проявлять инициативу в общении или отойти в сторонку. На второй же вопрос можно получить развернутый ответ и уже выстроить диалог с покупателем на основании полученного ответа. Старайтесь задавать только открытые вопросы, которые помогут Вам понять, что нужно клиенту.

78. Поработайте продавцом в собственном магазине

Чтобы лучше вникнуть во все нюансы бизнеса, прочувствовать всю его суть изнутри попробуйте самостоятельно поработать какое-то время в своем магазине. Это поможет Вам лучше понять, как строить рабочий процесс, какие распоряжения давать персоналу, как угодить клиенту. Такой незаменимый опыт покажет слабые стороны работы магазина, которые стоит исправить. А также научит понимать Ваш персонал.

Интернет

79. Сайт магазина

Весьма полезным в продвижении Вашего магазина может стать сайт. Вы сразу потесните конкурентов, которые не потрудились заявить о себе в сети Интернет. Кроме того, постоянно обновляемая информация на странице, поможет Вашим клиентам быть в курсе новых поступлений товара, акций и распродаж, а качественные фотографии интерьера и товара привлекут новых покупателей.

80. Страница в соцсетях

Для магазина очень важно иметь обратную связь с покупателем и

возможность сообщать клиентам свежие новости. Проще всего наладить такой контакт, создав страницу в социальной сети, а сразу лучше в нескольких. Но стоит помнить, чтобы ваша страница была интересной, кроме саморекламы стоит размещать интересные посты и полезные статьи. Эти простые действия обеспечат Вам приток новых подписчиков, а в последствии и клиентов.

81. Интернет магазин-витрина для эксклюзивных вещей

Часто секонд-хенд радует приятными находками и в обычной сортировке можно встретить брендовые вещи в отличном состоянии. Такая одежда всегда пользуются спросом, и поэтому ее стоимость выше. Для эффективной продажи фирменных вещей можно создать интернет-витрину. Регулярное обновление товаров в интернете не только поднимет спрос, но и привлечет внимание к Вашему магазину.

82. Конкурсы на лучший лук

Привлечь подписчиков на страницу в соцсети и новых покупателей в магазин поможет конкурс на лучший лук. Правила конкурса будут очень просты: участницы Вашей группы должны выкладывать фотографии, на которых они должны быть одеты в наряды, купленные в Вашем магазине. Победителям можно предложить скидки или бесплатную вещь на выбор из вашего ассортимента. Попробуйте, будет весело и интересно!

И еще несколько советов

83. Финансовая подушка

Всякое может случиться, и ваш магазин не застрахован от неприятных неожиданностей. Поэтому всегда стоит иметь резервные средства для решения внезапно возникших проблем. Это может быть

поломка оборудования, необходимость в ремонте помещения или даже увеличение количества закупаемого товара. Свалившиеся на голову трудности всегда проще перенести с финансовой подушкой безопасности.

84. Планируйте продажи

Никогда нельзя знать наперед, сколько в Ваш магазин придет покупателей, и какой товар им будет интересен. Но спланировать, сколько нужно продать, чтобы работать в плюс, всегда можно. Для этого надо точно знать все Ваши расходы, начиная от расходов на закупку товара и зарплату персоналу, заканчивая затратами на кассовую ленту и канцелярские товары. Вся эта сумма – это тот минимум, ниже которого вы будете работать в убыток. Теперь вы можете установить себе планку продаж и стремиться к этому уровню. Для планирования можно воспользоваться калькулятором на нашем сайте https://www.allsecond.ru/otkryt-biznes.html

85. Сеть магазинов

И вот Вы, наконец, открыли свой магазин, окупили все вложенные средства и Ваша прибыль стабильная и уверенная, а главное Вы поняли, что сфера секонд-хенд – это именно то, чем хотели заниматься. Тогда стоит задуматься, возможно стоит расти дальше и открыть еще несколько магазинчиков в соседних районах. Ваше имя уже знают и Вы себя зарекомендовали с лучшей стороны, поэтому расходы на рекламу с каждым новым магазином будут существенно ниже.

86. Не унывайте

Как и в жизни в работе магазина секонд-хенд бывают черные и белые полосы. И если сейчас продажи Вас не радуют, это не значит, что так будет всегда. Бывают сезонные падения продаж, возможно дело в рекламе, но в любом случае не стоит опускать руки, наберитесь терпения и действуйте. Все зависит только от Вашего усердия и желания наладить работу магазина. Главное верьте в себя и свои силы.

Перепечатка текста возможна с письменного разрешения компании ООО “Е-ТЕХ”, прямая активная ссылка на сайт www.allsecond.ru обязательна.