

Открытие нового магазина, салона, торгового центра - это всегда событие, в первую очередь для Вас. Было бы ошибкой не привлечь к этому действию внимание покупателей. Это позволит потребителю наиболее полно получить информацию о Вас, предлагаемых товарах и услугах, в конце концов стать Вашим клиентом.

Ведь обычно как происходит: открытие магазина в понедельник. Первыми новую вывеску замечают местные жители, интереса ради заходят вовнутрь. Ознакамливаются с номенклатурой товаров и услуг, ценами, внутренним интерьером - все это первое субъективное впечатление. Далее новость об открытии постепенно распространяется, при этом к ней добавляются отзывы людей, которые уже были в магазине и, возможно, стали его клиентами.

Положительны или отрицательны эти отзывы и мнения - вопрос другой статьи.

Но суть примера такова, что магазин медленно, фактически с нуля, привлекает потребителя. Пройдет немало времени, пока сформируется постоянный поток покупателей и бизнес станет приносить прибыль своему владельцу.

Было бы намного лучше, если бы магазин смог сразу привлечь к себе внимание покупателей. Для этого есть достаточный арсенал средств, к которым стоит непременно прибегнуть.

Во-первых, заинтересовать покупателя можно еще до открытия магазина, пока идет внутренняя отделка помещений. Для этого можно на стене здания или на окнах разместить плакат с ключевой информацией. Плохим вариантом будет сообщения из ряда "Скоро открытие!", т.к. оно не несет в себе конкретной информации и достаточно расплывчато.

Лучшим вариантом будет "Косметический салон откроется 1 мая!" или "Здесь будет спортивный центр!". Местные жители, проходя мимо, запомнят ключевую информацию, а так же получат возможность рассказать о предстоящем событии своим знакомым.

Уже ближе к открытию не будет лишней реклама магазина всеми доступными способами. Стоит начать с листовок и рекламных буклетов, которые можно раздавать на улице, вкидывать в почтовые ящики жителей близлежащих домов (можно договориться с почтальоном), расклеить объявления у подъездов. Если вы затеяли более глобальный бизнес, то стоит воспользоваться услугами радио и телевидения, разместив у них свою рекламную заставку или видеоролик.

Распространена реклама на билбордах, в метро, на маршрутках и общественном транспорте. Правда, это потребует больших финансовых затрат. Большие возможности дает реклама в газетах, тематических журналах.

Вариантов множество, ограничением будет лишь та сумма денег, которую Вы готовы потратить.

Сейчас довольно успешной практикой является организация праздников и целых представлений для потенциальных покупателей в день открытия магазина. Какое именно мероприятие устроить - это зависит от специфики предлагаемых товаров и услуг. Если Вы открываете магазин молодежной одежды - можно устроить показ коллекций, женского нижнего белья - дефиле моделей, магазин для детей - устроить настоящий детский праздник с множеством подарков, пусть и незначительных, горой сладостей, конкурсами, клоунами и музыкой.

Безусловно, это потребует больших финансовых затрат, но резонанс от открытия будет большим и событие надолго запомнится покупателям.

Более детально продумать идею, сделать ее оригинальной, Вам помогут PR-компании.

Украшение события шарами - универсальное средство, которое украсит внешний вид магазина и дополнит любую задумку. Простота приема и многообразие цветов однозначно привлекут внимание человека, даже издалека. Совсем несложно найти компании, которые на этом специализируются.

В первые дни после открытия можно раздать ограниченное количество дисконтных карт, дающих право на скидку. Человеку будет приятно получить какую-либо мелочь бесплатно.

Все вышеописанное позволит Вам уже с первого дня открытия магазина привлечь внимание покупателей и сформирует положительные впечатления в их сознании. А это залог того, что они к Вам еще вернуться!

Автор: Секержицкий Максим,

Проект www.1A.by