

# ШОРМАН: ОДИН «КЛИК» ДО ВАШЕГО МАГАЗИНА

ВОПРОК И ОБЩЕМУ ЗАБЛУЖДЕНИЮ ЗАРАБАТЫВАТЬ ДЕНЬГИ С ПОМОЩЬЮ ИНТЕРНЕТА МОГУТ НЕ ТОЛЬКО ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ. КАК ОКАЗАЛОСЬ, У ОБЫЧНЫХ ЮВЕЛИРНЫХ САЛОНОВ ТОЖЕ ЕСТЬ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ СЕРЬЕЗНОГО УВЕЛИЧЕНИЯ ВЫРУЧКИ ПОСРЕДСТВОМ ПОКУПАТЕЛЕЙ, ПРИВЛЕЧЕННЫХ ИЗ ИНТЕРНЕТА. ВОПРОС, КАК ЮВЕЛИРНЫЙ САЛОН МОЖЕТ РЕАЛЬНО ЗАРАБОТАТЬ ТАКИМ НЕСТАНДАРТНЫМ СПОСОБОМ, МЫ ЗАДАЛИ АЛЕКСЕЮ БЕЛОУСОВУ, ВОЗГЛАВЛЯЮЩЕМУ ОТДЕЛ РАЗРАБОТОК ТОРГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В НОВОЙ ПОИСКОВОЙ СИСТЕМЕ ПО МАГАЗИНАМ И УСЛУГАМ SHORMAN.

## Алексей, в чем суть вашего проекта?

Хотел бы сразу подчеркнуть, что рекламой мы не занимаемся, поскольку у многих ритейлеров на слово «реклама» стойкая аллергия. Мы просто можем направлять в определенные магазины покупателей, которые ежемесячно пользуются нашей системой, – а это порядка 250 тысяч покупателей, около 22 тысяч из которых ищут именно ювелирные магазины. Обратите внимание, речь идет о реальных покупателях, которые уже выбирают место покупки. Для жителя крупного города вопрос «Где купить?» – это вопрос «Сколько стоять в пробках?». А наша система за несколько секунд выдает покупателю ближайшие магазины. Быстро и удобно – не случайно 87% тех, кто воспользовался системой SHORMAN, ставит себе закладку на будущее.

## Звучит многообещающе, хотя сложно представить, как можно направить в нужный магазин покупателя, если он ищет ближайший?

Во-первых, много ювелирных магазинов находятся поблизости друг от друга и торгуют похожим ассортиментом – то есть конкурируют за одного и того же покупателя. Во-вторых, все покупатели стремятся сэкономить время, и если что-то подходящее подворачивается под руку, большинство уже не тратит время на дальнейшие поиски. Это и определяет поведение покупателя в нашем случае. Задавая поиск ювелирных магазинов, он получает активную карту их местоположения и все несколько сотен магазинов, по 10 на страницу. Понятно, что на магазины из первой десятки переходят все покупатели, которых устраивает их ассортимент и местоположение. Чем выше позиция в десятке, тем больше покупателей переходит на этот магазин. Особенно сильно это заметно, если магазин прямого конкурента находится выше по позиции. Здесь позиция размещения имеет то же значение, что место для магазина в торговом центре – ювелирный салон на первом этаже в проходном месте будет иметь выручку в разы больше, чем такой же магазин, но в тупике на последнем этаже.

Другой способ основан на том, что большинство покупателей заранее не знают, какое изделие выберут в магазине. Для них мы ставим баннер с фото изделия, который постоянно виден под картой с местоположением магазинов. Красивая картинка цепляет внимание, он кликает по ней и перед ним раскрывается галерея супер-имиджей – аналог мини-буклета с роскошными фото изделий. Покупатель тут же получает одним кликом магазины, где это можно купить. Даже если ему не подошли именно эти украшения, по ним он может оценить качество и уровень ассортимента в этих магазинах, а это сильно влияет на выбор места покупки.

## А какие позиции работают лучше и для каких магазинов?

Максимальный эффект получают магазины в местах с хорошей транспортной доступностью, но у которых есть проблема с естественной по-

сещаемостью. Например, отдельно стоящие магазины в центре города на слабо проходимых улочках или в мало посещаемых ТЦ. К тому же там много офисов вокруг в пределах пешей досягаемости или одной-двух станций метро. А поскольку основная часть людей выходит в интернет из офисов, в магазины поблизости приходит больше покупателей. Количество переходов покупателей на ювелирные магазины из первой десятки может колебаться от 200 до 2 000. Наши заказчики могут видеть это сами, для контроля достоверности мы предоставляем прямой доступ к учету этих переходов. Разница между позициями в количестве переходов покупателей – от 50 до 200 человек в месяц, а разница в стоимости размещения около 3 000 рублей. В зависимости от своего среднего чека любой магазин может определить, стоит ли экономить на этом. Некоторые наши клиенты спрашивают покупателей во время оформления покупки, откуда они узнали о магазине, и таким образом получают цифру по конвертации в реальных покупателей. По ювелирным магазинам она колеблется от 5 до 7% от тех людей, что зашли на магазин в системе SHORMAN.

Но есть еще более интересные возможности системы SHORMAN, которые могут быть использованы для розничной торговли. Это использование уникальной информации о распределении по территории города покупательского спроса на любые товары и услуги. Это реально, так как сотни тысяч покупателей ищут эти товары поблизости от точки, которую устанавливают на карте. С помощью системы можно составить карту спроса на любом участке города и за любой период. Если вы планируете открывать новый магазин, эти данные помогут избежать неудачи при выборе места для магазина. Такие данные позволяют также выявить районы, где много покупателей ищут какой-то товар, но соответствующих магазинов мало.

Это может быть очень интересно для розницы. При адекватной цене на такое исследование многие бы не отказались подстраховаться, да и удачное место для новой точки тоже – весомый довод. О каком порядке цен идет речь?



[Поиск ближайших магазинов и услуг](#)
[Статьи о товарах и услугах](#)
[Помощь](#)

Главная

## Ювелирные изделия поблизости с: Москва, Дмитровка Б. ул., 15АС1

Найдено **825** компаний в **559** адресах

[Раскрыть каталог для изменения условий поиска](#) [Расширенный поиск](#)

**Показать магазины по ювелирным маркам**

- 1 Москва, Столешников пер., 5
  - ▶ Бутник "PIAGET" входит в Сеть бутиков "PIAGET"
  - ☎ +7 (495) 9809047
  - Продажа часов; ювелирных изделий.
  - ▶ Бутник "VACHERON CONSTANTIN"
  - ☎ +7 (495) 9379041
  - Продажа часов; ювелирных изделий.
- 2 Москва, Столешников пер., 7
  - ▶ Бутник "CARTIER" входит в Сеть бутиков "CARTIER"
  - ☎ +7 (495) 5105060
  - Продажа часов; ювелирных изделий.
- 3 Москва, Столешников пер., 14
  - ▶ Бутник "SHANMET"
  - Продажа часов; ювелирных изделий.
  - ▶ Бутник "DAVID MORRIS"
  - ☎ +7 (495) 6505573
  - Продажа ювелирных изделий.
  - ▶ Бутник "VON CLEEF ARPELS"
  - Продажа ювелирных изделий.
- 4 Москва, Столешников пер., 9С1
  - ▶ Ювелирный салон "SALVATORE BERSANI"
  - ☎ +7 (495) 6214242
  - Продажа ювелирных изделий.
- 5 Москва, Столешников пер., 16
  - ▶ Бутник "CHANEL"
  - ☎ +7 (495) 783-28-40
  - Продажа часов; ювелирных изделий.
- 6 Москва, Дмитровский пер., 7



Ювелирные украшения АДАМАС - бриллианты, драгоценные и полудрагоценные камни только высочайшего качества в обрамлении из золота 585-й и 750-й пробы различных цветов.

[Посмотреть галерею >>>](#)

Стоимость зависит от требований заказчика к размеру и качеству той аудитории покупателей, которую ему нужно охватить. Стоимость может колебаться от 30 до 170 рублей за одного покупателя. Чем большее количество запросов покупателей используется для составления карты спроса, тем меньше поправок на сезонные факторы и прочие колебания спроса. При желании можно даже определить объем выручки в предполагаемой точке продаж, имея данные из других магазинов.

Кстати, производители ювелирных изделий могут использовать возможности системы, чтобы получить информацию о спросе на новое изделие еще до начала его массового производства. Представляете размер экономии, если вы заранее знаете, какая из новых разработок пойдет лучше, а какую не стоит даже запускать в производство? Такая же информация нужна оптовикам и компаниям для планирования своих закупок. Для многих одна из постоянных головных болей – остатки от избыточных закупок или производства, когда просто не угадали с оценкой спроса.

**В интернете довольно много разных поисковиков. В чем отличие вашей системы кроме того, что она специализирована под поиск магазинов?**

Прежде всего качеством аудитории. У нас это реальные покупатели, которые ищут ближайший магазин. А на общих поисковиках

люди ищут все что угодно. Другое отличие – удобство для покупателя. Поисковики выдают то, что могут найти в интернете. То есть кучу разной информации, в которой нужно еще копаться и потратить время на поиск уже в ней, да еще и проверять, потому что много устаревших сведений, например о магазинах, которые давно закрылись. У нас же для поиска нужного магазина достаточно нескольких секунд. А достоверность информации выше, благодаря работе собственной экспедиторской службы. К тому же тысячи магазинов не имеют своих сайтов, поэтому для поисковиков невидимы. Единственное место, где есть доступная покупателю информация о них, это система SHOPMAN.

**Кстати, у многих компаний есть свои сайты, есть ли смысл им пользоваться вашими услугами?**

Если нужны не просто любопытные, а реальные покупатели, то да. Мы же говорим о тех, кто пользуется нашей системой и способах их перенаправления в нужные магазины. Но можно их направлять и на сайты, что мы и делаем для многих заказчиков. Просто надо учитывать специфику нашей аудитории – это люди, которые уже готовы ехать в магазин и пытаются сэкономить время. Если на странице запрашиваемого магазина она достаточна – есть часы работы, ассортимент, принимаемые кредитки и т.д. – покупателю для поездки этого хватает. И статистика это подтверждает: со страницы магазина, где есть подробная информация, на сайт заказчика переходит около 30% покупателей. ■



Москва, Славянский б-р, 11  
 Тел. (495) 543-70-15  
 E-mail: [abelousov@shopman.ru](mailto:abelousov@shopman.ru); [www.shopman.ru](http://www.shopman.ru)