

ПОДАРКИ К 8 МАРТА СКОЛЬКО ТРАТЯТ? ЧТО ИЩУТ? КАК МОЖЕМ ЗАРАБОТАТЬ?

Предпраздничная активность покупателей ежегодно растет. Как показали исследования*, проведенные банком «Хоум Кредит» весной 2011 года, средняя сумма расходов увеличилась, по сравнению с 2008 годом, и составила 4591 рубль (4065 рублей – 2008-й). При этом средняя сумма расходов мужчин достигла 5721 рубля (4752 рубля – 2008-й), а женщин – 3500 рублей (3413 рублей – 2008-й). Среди мужчин также больше тех, кто собирается потратить на подарки более 10 тысяч рублей (мужчины – 14%, женщины – 4%). Что же касается непосредственного выбора самих подарков, то обратимся к другому исследованию. ВЦИОМ выяснил, что мужчины чаще всего дарят женщинам на 8 Марта цветы, духи и конфеты. Между тем сами женщины хотели бы получить в качестве весеннего презента... ювелирные украшения. Процентное соотношение женщин, желающих получить в подарок украшения, и мужчин, намеревающихся их подарить, практически два к одному. Так давайте поможем вашим клиентам – в том числе потенциальным – не ошибиться с подарком!

Для начала стоит разобраться, почему мужчины с такой неохотой приобретают украшения в качестве подарков. Думаем, что немаловажную роль играет:

- неуверенность мужчин в своей способности сделать правильный выбор ювелирного украшения: вдруг не подойдет размер кольца или мочка уха окажется чересчур полной, а дизайн – чересчур смелым или, наоборот – слишком консервативным...
- сомнения в том, что средств, выделенных на подарок, хватит для покупки украшения. Все-таки ювелирные украшения многие россияне продолжают оценивать как предмет роскоши...

Между тем существует универсальный вневозрастной недорогой ювелирный подарок – цепи!

- цепи носят практически все женщины,
- цепь стандартной длины 50–55 см – беспроигрышный вариант и по размеру подходит всем.
- цена такого подарка начинается от 200 руб. и возрастает в зависимости от веса, материала, плетения и... возможностей покупателя.

К тому же магазинам ВЫГОДНО продавать цепи. Это самый оборачиваемый ювелирный товар. Изделие с бриллиантом стоимостью от 20 тыс. руб., поступив в салон, может продаваться 10–12 месяцев и более. Цепь из золота или

серебра, согласно устойчивой статистике – около трех месяцев. Получается, что на один оборот изделия с бриллиантом приходится до четырех оборотов цепей!

Новогодние продажи 2012 года подтвердили высокую популярность ювелирных цепей.

К примеру, в фирменных салонах «Адамант» увеличение продаж цепей относительно прошлого года составило +25%.

Флагман же группы компаний – Ювелирный завод завершил 2011 год с абсолютно рекордными для себя объемами производства – более 7,5 тонны продукции.

Но остается вопрос: как сообщить клиентам, что цепи – отличный вариант женского подарка?

Полагаем, что информационного плаката в витрине магазина более чем достаточно. Главное – донести до будущих покупателей, а пока тех, кто просто проходит мимо вашей витрины и задумывается о подарках, что:



* В опросе приняли участие 1200 человек от 20 лет. 600 респондентов – жители городов-миллионников, 600 – жители городов с населением до 500 тыс. человек.