



# МАЛЕНЬКИЙ МАГАЗИН – БОЛЬШИЕ ПРОБЛЕМЫ

**Сегодня не так много средних по размеру салонов – в России в основном открываются или ювелирные гипермаркеты, или шкатулки с драгоценностями. Последние встречаются чаще: ювелирный магазин площадью до 50 квадратных метров – самый распространенный российский формат. Самый бюджетный по эксплуатации. С самыми широкими возможностями по выбору места размещения – столь небольшую площадь проще выкупить в собственность или взять в аренду в торговом или бизнес-центре. Но вот что касается оборудования: легче или сложнее обставить маленький магазинчик – однозначно сказать не получится. Ведь нужно не просто оборудовать, а сделать это грамотно, чтобы интерьер работал на повышение продаж. Сегодняшние российские магазины, как правило, не особо задумываются о расположении торгового оборудования. Прилавки по периметру – и нет проблем. Между тем не исключено, что именно такое традиционное для нас расположение прилавков и влечет за собой глобальную проблему – сокращение объемов продаж. Товара много и сосредоточиться на чем-то одном, разглядеть в общей массе что-то свое, крайне сложно. И продавцы в этом случае повлиять на ситуацию могут с трудом – слишком далеки они от народа (ровно на ширину прилавка). Как грамотно оборудовать маленький магазин? опытом делится известный итальянский архитектор Клаудио СТАБИЛЕ.**



**Клаудио СТАБИЛЕ,**  
архитектор

**Что, с вашей точки зрения, самое главное при планировании и оформлении интерьера небольшого магазина?**

Главное, чтобы посетителям было удобно изучать товар, комфортно передвигаться по магазину и общаться с продавцами. Поскольку площади априори небольшие, говорить о том, что нужно максимально полно представить ассортимент, не приходится. Да это и не нужно. Чем больше выложено украшений, тем больший хаос возникает и на прилавках, и в головах потребителей. Возникает мешанина – и стилистическая, и ценовая. Люди не в состоянии сконцентрироваться на понравившемся артикуле. И для покупателя лучшим выходом из

окружающего его хаоса становится... выход из магазина.

Стремление выложить на прилавки все что есть, с одной стороны – это желание продемонстрировать возможности магазина. Но с другой – это неуверенность в собственном персонале: в том, что продавцы смогут профессионально эффективно пообщаться с клиентом, выяснить его приоритеты, предложить то, что действительно может быть интересно, и завершить покупку.

Но следует отдавать себе отчет, что хаос на прилавках не купирует проблему персонала и его подготовки.

**Что вы подразумеваете под удобством изложения товара?**

Любимая российская схема расстановки прилавков – по периметру торгового зала – извините, неудобная и давно устаревшая. Во-первых, как я уже говорил, когда изделий слишком много, найти одно нужное – крайне сложно. Во-вторых, в России стандартная высота прилавков такая, что посетители, чтобы рассмотреть изделие, вынуждены постоянно «кланяться» – товару, продавцам за прилавками. Бывали случаи, когда продавец и покупатель, склонившись над прилавком, сталкивались лбами. Это крайне неудобно для клиентов, не говоря уже о том, что

## Студия архитектора Клаудио Стабиле:

дизайн-проекты домов, магазинов  
консультации

Москва, Дербеневская наб., 11,  
бизнес-центр «Полларс»  
Тел.: + 7 (916) 670-83-05  
Тел./факс: 007 (495) 913-67-38  
007 (495) 913-67-39

Studio Claudio Stabile:  
italia,Capri (NA) 80073,  
Via Longano, 8  
tel. + 39/081/8376583  
fax + 39/081/8374712

www.claudiosabile.com  
nicolai@claudiosabile.com



**Бутик Sasha Primak  
(ювелирная сеть «Валдай»)  
оформлен в соответствии с мировыми  
стандартами. Эргономичный  
интерьер обеспечивает удобный  
подход клиентов к каждому изделию.**

это просто унизительно. В-третьих, баррикады в виде прилавков, которые отделяют посетителей от продавцов, отнюдь не способствуют налаживанию контакта с клиентом и росту продаж. Понимаю, что отчасти это вызвано вопросами безопасности, но с появлением современных систем наблюдения и электронной защиты тема становится неактуальной.

**Какую схему расположения оборудования вы рекомендуете?**

Однозначно сказать, как разместить витрины и прилавки, не видя реального магазина, не имея представления о его будущем ассортименте, невозможно. Могу сказать одно: оборудование должно быть равноуровневым и разнообразным. И изделия должны быть расположены по ценовым сегментам, а не по товарным группам. Например, часть коллекций можно разместить во встроенных в стены витринах, а также в пристенных конструкциях. В центральной части зала можно установить островные прилавки. Такое оборудование даст ощущение, что в помещении больше воздуха и пространства. Кроме того, в нем удобно рассматривать изделия: можно разглядеть их как минимум с трех сторон.

**Но много товара на таком оборудовании не продемонстрируешь...**


Такое оборудование способно продемонстрировать широту и качество ассортимента. И это – самое главное. Весь товар клиенту совершенно не нужен!

Конечно, при таком подходе к оформлению интерьера возрастает нагрузка на персонал.

Продавцы встречают покупателя и курируют его на протяжении всего посещения магазина. Выясняют, что интересует клиента, подводят его к нужной витрине, помогают определиться... А не стоят за прилавком и не ждут, когда вторая сторона достанет кошелек.

Подобные отношения продавец–покупатель давно введены в Европе как стандарт. Клиенты чувствуют себя психологически комфортнее, выбор нужных артикулов происходит быстрее (в отличие от прилавочной системы, когда посетитель ощущает себя чужаком на территории магазина).

Нельзя сбрасывать со счетов и внешние витрины – они призваны и демонстрировать товар, и заинтересовывать клиента. Поэтому на внешние витрины падает особая нагрузка: их нужно регулярно обновлять и размещать в них самые топовые позиции.

Также отдельно стоит отметить важность каждого квадратного сантиметра в таких небольших магазинчиках. Зачастую, оформляя торговые площади, совершенно забывают про углы. А напрасно! Можно разработать и установить прекрасные угловые конструкции – как навесные, так и напольные. И разместить в них, к примеру, гарнитуры с крупными цветными вставками, столь популярные сегодня в России. 

*На фото: бутик  
Sasha Primak  
(ювелирная сеть  
«Валдай»)  
Москва,  
ул. Никольская, 10*

**Беседовала Ольга ЗАРЖЕЦКАЯ**