

Социально-мобильный потребитель ювелирных изделий. Часть 2

Даниэлла Макс

Не думайте, что сегодня вы можете просто иметь сайт и присутствовать в интернете. В этом номере мы продолжим рассказ о том, что надо делать, чтобы быть в курсе все возрастающих требований потребителей, которые хотят покупать все время, везде, в любом месте и, кроме того, хотят рассказывать друзьям об этом через социальные сети.

Ювелиры – производители люксовых брендов похожи на печально известных луддитов (противников всякой механизации и автоматизации), когда дело касается мира социальных сетей. Многие крупные бренды опасаются, что вхождение в социальные сети понизит статус их товаров, и думают, что общение непосредственно с потребителями скорее негативно, чем позитивно.

Но хватит об этом. В наше время элитные бренды, которые игнорируют социальные сети, просто безумцы. Оставаясь в стороне от электронной торговли и особенно – от мобильной торговли, они проигрывают тем компаниям, которые используют этот новый и сравнительно неосвоенный источник продаж.

Итак, мы становимся мобильными и социальными, поэтому давайте начнем разговор о том, каким образом необходимо поддерживать новейшие коммуникативные тренды.