

12.12.2024

Как развивать сегодня офлайн-торговлю на рынке B2C

Крупный производитель бытовой техники активно расширяет торговую сеть: в ноябре открылись еще три фирменных магазина в Перми, Челябинске и Туле.

Между тем, современный B2C-рынок всё больше уходит в онлайн.

По данным Ассоциации компаний Интернет-торговли (АКИТ), за девять месяцев 2024 года объём Интернет-торговли в России вырос на 43% по сравнению с аналогичным периодом 2023 года и составил 6,2 трлн рублей.

Если эта тенденция сохранится, то через пару лет под вопросом окажется функционирование традиционных каналов торговли. Продуктов питания и товаров первой необходимости это коснётся в меньшей степени, а вот в случае, например, бытовой техники подобной уверенности уже нет. Тем более, не так интересно сэкономить на покупке хлеба, как на мультиварке или кофемашине.

Однако вопреки очевидным фактам REDMOND продолжает наращивать мощность своей торговой сети, из месяца в месяц открывая новые магазины. Так, в ноябре компания запустила еще три: в Перми, Челябинске и Туле. Как и другие 60+ магазинов сети, они предлагают полный ассортимент техники REDMOND.

Подход REDMOND основывается на том, что фирменные точки продаж – «окно» для общения с целевой аудиторией, пользователями бытовой техники. Это неиссякаемый источник ценнейшей информации: из первых рук производитель узнаёт все запросы, боли, недовольства и ожидания потребителей, пользовательские модели поведения.

Показательно, что и поток покупателей в магазинах REDMOND не ослабевает, а в преддверии праздников и существенно возрастает. Ведь здесь можно вживую посмотреть все модели фирменной бытовой техники, примериться, подержать в руках. Для большинства посетителей очень важно получить экспертные рекомендации и разъяснения, помощь в выборе бытовых приборов, ответы на вопросы об их эксплуатации.

Современная техника – это сложные устройства с широким набором функций, которые постоянно обновляются и существенно отличаются у разных производителей. Кроме того, развитие ассортимента REDMOND достигло уже такого уровня, что можно подобрать модель мультиварки, гриля или пылесоса, исходя из запросов конкретного покупателя.

Продавцы фирменной сети REDMOND досконально владеют всеми вопросами, связанными с эксплуатацией приборов, имеют очень высокий уровень профессиональной подготовки. И очевидно, что подобной информации покупатель никогда не получит не только на маркетплейсе, но и в обычном Интернет-магазине бытовой техники.

С ноября счастливая возможность воспользоваться всеми сервисами и преимуществами фирменного магазина есть и у жителей Перми, Челябинска и Тулы.

В настоящий момент магазины REDMOND работают в 30 городах России.