

День лидеров дверного рынка

Организатор **MODUS.UA**

Основная тема – **Дверная Розница Киева**. Чем отличаются разные форматы магазинов?

Мы представляем Вам таблицу, которая была создана в ходе четвертой, регулярной встречи лидеров дверного рынка, в которой принимали участие представители многих ведущих компаний производителей и продавцов дверей Украины.

Цель данной встречи определить все типы розничных магазинов в Киеве, выявить их, особенности и потребности каждого из них.

Мы разделили все розничные магазины Киева на такие типы:

- DIY строительные супермаркеты;
- Оптовые склады;
- Интернет магазины;
- Сети, от 5 магазинов и больше;
- Большие мультибрендовые магазины (площадью от 1 000 кв. м.);
- Монобрендовые магазины (где представлен товар одного производителя);
- Собственные торговые точки производителя;
- Маленькие магазины мультибрендовые;
- Инсталляторы.

Вопросы, на которые мы попросили ответить всех спикеров и задали в ходе встречи, всем присутствующим, для внесения данных в таблицу.

1. Выбор поставщика. Чем руководствуется каждый из типов розницы в выборе поставщика. Каким требованиям должен соответствовать поставщик?
2. Выбор места для размещения магазина.
3. Какой дополнительный сервис предоставляется? Что покупатель может получить кроме дверей в магазине?
4. Как подобрать хорошего менеджера? Каким параметрам должен отвечать хороший продавец?
5. Какая ценовая категория дверей самая востребованная в каждом из типов розницы?
6. Продажа / реклама в интернете. Как на чем делается акцент?
7. Реклама. Как привлекаются покупатели в магазин?

Форматы розницы	Критерии выбора поставщика	Дополнительные товарные группы	Подбор персонала	Место для магазина	Успешная ценовая категория	Реклама
DIY строительные супермаркеты (на примере магазинов Епицентр и Олди)	- Стабильный финансово; - Системный в смысле планирования поставок; - Иновационный.	Не имеют собственного сервиса по установке дверей.	Имеют сложности с подбором персонала, большая текучка	отдел находится внутри крупного маркета.	До 3000 грн.	- Размещение рекламы на бордах и в спец газете. - почтовая рассылка.
Оптовые склады (на примере Very Dveri)	- Эксклюзивные условия работы; - хорошая маржинальность; - работа с рекламациями; - ритмичность.	Сервис по установке дверей	Подбор персонала с помощью технологии Перформия. Обучение сотрудников.	В местах, где есть хорошая транспортная развязка.	Меттал двери – 3500грн. и вторая категория 5000–6000 грн.	Холодные звонки, каталоги и сувенирка.
Интернет магазины	- максимальный сервис. - наличие товара на складе. - инновационность.	Также могут продавать сопутствующие товары фурнитура, аксессуары и окна.	В основном это маленький штат сотрудников, 2-3 человека. Часто берут на работу друзей и знакомых.	Выставки возле метро, также пользуются шоу-румами своих поставщиков и не только.	5000-6000 грн.	SEO + контекстная реклама.
Сети (на примере «Все двери»)	Сложно выбрать, так как мало подходящих.	Предоставляют доп. Услуги. Также продают сопутствующие товары: фурнитуру, окна и полы.	Имеют в штате несколько человек по работе с персоналом.	Ближе к клиенту.	3000-7000 грн.	Реклама на бордах, автотранспорте и вывески по городу.
Большие мультибрендовые магазины (на примере гипермаркета «Город дверей»)	Системность. предоставление качественного обучения продавцам по поставляемой продукции. Наличие товара в ценовой категории «средний +».	Услуги по замерам и установке дверей.	Не ищут готовых профессионалов, а воспитывают их.	Используют площадки с большой площадью.	Межкомнатные двери – 6000 грн. Меттал – 9000 грн.	Контекстная реклама и навигация.
Монобрендовые магазины	Известный бренд и широкий модельный ряд. Также инновационность.	Предоставляют дополнительный сервис.	Не ищут готовых профессионалов, а воспитывают их.		7000 – 8000 грн.	Реклама на бордах, вывески по городу.
Собственные торговые точки производителя.						
Инсталляторы						

В таблице остались не заполненные ячейки, так как на встрече не присутствовали представители данных типов розницы. Если у Вас есть данные по этим сегментам дверного рынка, будем благодарны за дополнение.

Выводы, полученные на основе данной встречи участниками:

- Рынку не хватает системных, инновационных, надежных и финансово стабильных поставщиков.
- На рынке нет брендов, за которыми следует покупатель.
- Для клиентов важен комплексный подход при покупке дверей, ему необходимо получить в одном месте замер, доставку и установку дверей и фурнитуры.
- Рынок труда сейчас переполнен соискателями, и при этом найти готового специалиста в сфере продаж не просто.
- Каждая ценовая категория имеет спрос в определенной группе магазинов.

Спикерами на данной встрече выступили: Потемкин Евгений – собственник компании Модус, Шпетный Андрей – совладелец магазина «Город дверей» и Мельников Денис – собственник компании **Very Dveri**. От лица компании «**Все двери**» говорил Потемкин Евгений, предварительно взяв интервью у собственника компании – Галенко Андрея.

Все участники пришли к тому, что встречи Лидеров Дверного рынка это хорошая традиция, они необходимы для того, чтобы постоянно быть в курсе последних тенденций дверного рынка. Все поддержали предложение проводить эти встречи не в рамках выставки, а на нейтральной территории и в заранее назначенное время. Следующую встречу предварительно наметили на февраль 2017 года.

Если у вас есть конкретные пожелания по этой встрече, присылайте их на почту marketing@modus.com.ua