КОММЕРЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОРТОРЫНКА

По сложившейся традиции, в преддверии нового сезона активных продаж, в четвертый раз, в Москву, съехались партнеры и клиенты Группы компаний НИКАМЕД на IV Международную практическую бизнес-конференцию: «Развитие товарной категории «Стопа» в ортопедической рознице».

Эти конференции компания НИКАМЕД по своей инициативе организовывает и проводит уже более двух лет.

В гостеприимном конференц-зале отеля «Советский» собрались владельцы и руководители более чем 30 ортопедических компаний из двадцати регионов России.

Мировое сообщество производителей медицинских ортопедических изделий представляли компании из Германии – REHARD TECHNOLOGIES, Berkemann и Bauerfeind.

Программа конференции была составлена на основании сложившегося успешного опыта специалистов ГК НИКАМЕД и наиболее опытных игроков ортопедического рынка России.

С приветственным словом к участникам конференции обратился Генеральный директор компании НИКАМЕД А.Е.Итин. Он, в частности, обратил внимание присутствовавших на атмосферу позитива и заинтересованности, царящую в зале. Приветственное слово увенчалось пожеланием успешной, плодотворной работы организаторам и гостям конференции.

На конференции прозвучали доклады, касающиеся коммерческих вопросов, связанных с успешной реализацией товаров медицинского назначения для профилактики, лечения и реабилитации заболеваний и состояний стопы.

В частности, коммерческий директор компании НИКАМЕД Е.В.Ковалева рассказала о семи условиях, способствующих успешным продажам. Кроме того, она задала ключевой вектор успеха для всех, кто занимается развитием категории «Стопа»: продавцы должны формировать мнение у покупателей о том, что за обувью можно и нужно идти именно в ортопедический салон, где грамотная экспертная консультация обеспечит выбор правильной обуви. Приоткрыв завесу тайны второго полугодия, Елена Владимировна упомянула о перспективах внедрения нового интерактивного торгового оборудования со специальными информационными подсказками для продавцов.

Следующим выступил директор по продвижению на конечного потребителя НИКАМЕД Ю.М. Самородов. Он рассказал о разных принципах построения маркетинговых коммуникаций с конечным потребителем. И, представив широкий спектр аргументов, объяснил, почему главным каналом по продвижению в этой области должен сейчас стать интернет.

Далее выступил директор по продажам НИКАМЕД А.Г. Денисов, подробно рассказав о коммерческих условиях по закупке товара.

Лахмотко А.А., глава представительства Rehard Technologies GmbH в России, порадовал всех собравшихся новинками бренда ORTMANN коллекции Осень-зима 2014, а Патрик Турно (Patrick F. TOURNEAU), менеджер по международным продажам компании Berkemann GmbH&Co. KG, представил новую коллекцию сезона Весна-лето 2015.

Господин Патрик Турно, отвечая на наши вопросы, выразил удовлетворение фантастическими темпами роста продаж продукции Berkemann в России и популярностью этой марки на российском ортопедическом рынке. «Мы благодарны компании НИКАМЕД, - сказал г-н Турно, - за те усилия, благодаря которым развиваются и крепнут отношения бренда Berkemann с российскими потребителями»

По сложившейся традиции, на конференции партнерам была предоставлена возможность не только увидеть новинки в каталогах, но и ознакомиться со всеми изделиями – рассмотреть детали, оценить качество и даже примерить новые образцы, чтобы прямо на конференции заказать понравившиеся модели.

Бренд ORTMANN представил на своем стенде обувь на осенне-зимний период этого года. А Berkemann порадовал всех не только коллекцией Осень-зима, но продемонстрировал новые актуальные модели на Весну-лето 2015 года с возможностью сделать предзаказ. Отдельный стенд был посвящен новинкам детской обуви ORTMANN 2014 года.

Кроме того, руководитель группы премиальных брендов А.С.Шаитов рассказал участникам конференции о позиционировании, преимуществах и потребительских выгодах широкого ассортимента новых ортопедических стелек премиального бренда Bauerfeind –лучшего в ортопедической рознице.

Это удивительно, как стремительно развивается сегмент ортопедической обуви в ассортименте ортопедических салонов. Будучи, фактически, бизнесом в бизнесе, продажа ортопедической обуви требует навыков организации «Магазина в магазине». И именно эти навыки, плюс технологии продаж и продвижения компания НИКАМЕД настойчиво собирает, систематизирует, совершенствует и передает своим клиентам.

В перерыве между докладами мы взяли интервью у участников конференции.

Эльвира Льдоровна Тульджанова, исполнительный директор ООО «ОртоМед» из Владивостока уже третий раз принимает участие в конференции. На вопрос: «Как вы оцениваете коммерческую эффективность таких конференций компании НИКАМЕД?» она поблагодарила НИКАМЕД за возможность больше узнавать об опыте индустрии модных товаров и товаров категории «Люкс», а также успешных экспертных наработках коллег из других регионов. Эльвира Льдоровна отметила, что это все, несомненно, видится очень полезным для дальнейшей успешной работы и удовлетворения потребностей покупателей.

Также мы обратились с вопросом к Артему Владимировичу Горькову, Генеральному директору ООО «Фарм-Сити» из города Иваново. Нас интересовало мнение Артема Владимировича о перспективах розничных технологий, которые

компания НИКАМЕД изучает, адаптирует для орторынка и развивает на территориях своих клиентов.

Ответ был крайне интересным, но формат короткого отчета вынуждает нас привести здесь только самые важные мысли.

По мнению Артема Владимировича, такие мероприятия расширяют представление о возможностях ортопедического бизнеса, побуждают предпринимателей внедрять новый опыт, полученный на таких конференциях. Это дает ощутимые результаты. «И даже спустя четыре года работы с обувью, мы все еще учимся ее продавать. Учиться нужно всегда и никогда не поздно!» - сказал Артем Владимирович.

В рамках конференции ведущим консультантом Fashion Consulting Group был проведен практический семинар «Визуальный мерчендайзинг ортосалона от А до Я». На семинаре были рассмотрены следующие вопросы:

1. Понятие вместимости торгового зала и оборудования.
2. Зонирование торгового пространства и особенности мерчандайзинга на разных типах торгового оборудования.
3. Принципы размещения товарной категории «Обувь» в торговом зале ортосалона.
4. Основные принципы выкладки обуви на торговом оборудовании.
5. Оформление торгового зала и витринного пространства.

Каждый вопрос участники семинара разбирали «всем ортопедическим миром», так, что все участники смогли пережить полезный опыт, пропустить «через себя» наиболее важные практические рекомендации. Как показывает опыт, участники конференций, проводимых компанией НИКАМЕД, начинают применять полученные навыки на следующий же день. Потому и чувствуют они коммерческий результат. И в этом причина растущего интереса к таким полезным практическим конференциям.

Наверное, еще остались предприниматели, которые в любом вопросе ищут свой «особый путь». Но, во-первых, особый путь чаще всего ведет в тупик с потерей времени и денег, а, во-вторых, сегодняшний рынок не оставляет места «теоретикам» и приветствует практиков, вооруженных проверенными розничными технологиями с доказанной коммерческой эффективностью. Об этом и говорит НИКАМЕД своим партнерам, призывая их к максимальной результативности в работе.

Вы спросите, что мы подслушали в кулуарах конференции? Разные мнения звучали о моделях обуви и особенностях выкладки обуви, о поведении покупателей и подготовке продавцов-консультантов, о комплексной продаже, повторных и сезонных продажах изделий медицинского назначения для стопы. Но в одном все собравшиеся в этот день в отеле «Советский» были единодушны – в том, что НИКАМЕД постоянно и настойчиво извлекает из разных рынков полезный опыт и открыто делится им со своими клиентами и партнерами.

Вторая идея, объединившая участников конференции – это идея об эффективности инициатив, которыми НИКАМЕД постоянно тормошит орторынок, побуждая партнеров и клиентов к полезным изменениям, улучшениям бизнеса с результатом, неизменно приносящим пользу и удовлетворение всем участникам такой важной и социально одобряемой деятельности, как забота от здоровье людей.

Версия для печати

127015, Москва, Бумажный пр-д., д. 14, стр. 2
Дирекция по оптовым продажам: +7 (495) 609-63-33, +7 (495) 609-63-86
Для розничных покупателей: +7 (495) 77-55-000, +7 (800) 33-33-112

Обратная связь

© 2006-2022, ООО «НИКАМЕД». Копирование материалов запрещено.

&