

Стандартные рамки представляют серьезную конкуренцию, в том отношении, что могут быстро удовлетворить потребность, а потребитель часто хочет «здесь и сейчас». Стандартные решения это всегда и быстрое удовлетворение личных потребностей, и быстрое решение проблемы подарка, особенно в том случае, когда приобретателя не заботит художественная ценность этого самого подарка.

Для багетного бизнеса и магазина товаров для творчества всегда есть угроза роста числа конкурентов, так как порог вхождения на рынок в этих бизнесах считается низким и вполне доступным тем активным людям, которых этот бизнес заинтересует (собственные средства, кредиты, гранты и т.д.)

В данном конкретном случае, то, что два этих вида бизнеса принадлежат одним и тем же владельцам, подкрепляет позиции каждого рыночного направления, так как эти направления не просто дополняют друг друга, а создают для многих клиентов логически законченный товарно-сервисный ряд. Например: материалы - готовая работа - выставочное оформление.

Экономическая ситуация

Ситуация экономического кризиса, который, по расчетам, продлится еще не менее двух лет конечно является препятствием для развития бизнеса, но также несет в себе огромные возможности. В то время, когда конкуренты (особенно крупные) резко сокращают затраты на рекламу и в силу отлаженности бизнеса не готовы идти навстречу населению, то есть не хотят корректировать условия обслуживания, багетная мастерская среднего рыночного уровня может и должна воспользоваться этой ситуацией в своих интересах.

То есть кризис, при правильной политике продвижения, дает возможность наработать клиентскую базу и удержать её, за счет большей маркетинговой гибкости и ориентированности на клиента.

Политическая ситуация и социально- культурная ситуация

Сегодня политика государства активно нацелена на возрождение семейных ценностей. Создание семей, рождение детей, приобретение жилья и т.д. Эту идиллию активно поддерживают СМИ всех направлений и Интернет. Даже рекламные ролики пестрят «глянцевыми семьями», европейскими интерьерами и прочими символами семейственности.

Для багетного бизнеса это большое подспорье в понимании выстраивания своей рекламной политики. Важно видеть этот тренд, понимать его и быть в нем.

Нельзя игнорировать и тренд возрождения культуры во всех направлениях. Это тренд не такой явный, но он присутствует и его тоже важно понимать и учитывать в политике продвижения.

СИЛЬНЫЕ И СЛАБЫЕ СТОРОНЫ Багетной мастерской «БагетОф»

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ	СЛАБЫЕ СТОРОНЫ
Качество товара и цены	Качество товара и цены
	Продвижение
Местоположение	
Персонал (подготовка, взаимозаменяемость, клиентоориентированность)	

Для багетного бизнеса очень актуальна сегментация по профессиональной принадлежности, интересам и увлечениям.

ФОТОГРАФЫ

пользуются услугами багетной мастерской для:

- приобретения реквизита для съемок (багетная рама без основы);
- для оформления своих работ (дом, фотостудия);
- для оформления персональных выставок.

ХУДОЖНИКИ

пользуются услугами багетной мастерской для оформления своих работ:

- для продажи;
- для подарка;
- для персональных выставок.

ДИЗАЙНЕРЫ, ДЕКОРАТОРЫ

пользуются услугами багетной мастерской для:

- оформления интерьеров предметами в багете (картины, зеркала);
- создания декоративных элементов в интерьере (например, багетные рамки разных форм без задника, на обоях).

РУКОДЕЛЬНИЦЫ

в подавляющем большинстве женщины, разного возраста разного уровня достатка.

Эта категория пользуется услугами багетной мастерской для оформления своих работ:

- для себя;
- в подарок;
- на продажу.

УЧАЩИЕСЯ

творческих студий, мастерских, художественных школ.

Учащиеся пользуются услугами багетной мастерской для:

- оформления своих текущих работ (для дома, в подарок);
- для оформления конкурсных и экзаменационных работ.

МОТИВАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ, УВЛЕЧЕННЫХ ЛЮДЕЙ, УЧАЩИХСЯ:

- достойное представление своих работ;
- продвижение своего имени на интересующем рынке (рынок фото-услуг, художественных услуг, дизайнерских услуг и т.д.);
- победа в конкурсе, сдача экзамена;
- реализация своих работ.

ОРГАНИЗАЦИИ

Отдельным сегментом являются организации всех направлений и культурные центры (музеи, библиотеки и т.д.)

Организации прибегают к услугам багетной мастерской:

- для оформления интерьеров;
- для оформления экспонатов;
- для подготовки и проведения культурных мероприятий (выставок, фестивалей и т.д.)

Каким видом транспорта вы пользуетесь:

- автобус

- маршрутное такси

Другой вариант _____

Пользуетесь ли вы лифтом:

- да

- нет

и т.д.

Анкета должна быть живым организмом и менять свое содержание в зависимости от ситуации и задач.

ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ ПРОДУКЦИЯ

мастерской «БагетОф» необходимо иметь минимальный пакет рекламной полиграфии:

- информационный буклет;
- общие визитки мастерской;
- рекламная листовка.

Буклет (например, буклет тройка, полноцвет) должен включать в себя максимально возможную информацию о мастерской и о ценности багетных услуг для клиента. Это издание будет нести информационную и имиджевую нагрузку. Так как при небольшом тираже буклет будет затратным, то его стоит раздавать ограниченно. Новым клиентам, сделавшим заказ или просто новым посетителям мастерской. Буклеты также могут лежать на отдельном столике (в мастерской и магазине для творчества), чтобы его брали желающие.

Общие визитки мастерской должны быть в наличии всегда. Желательно делать их двусторонними, чтобы они включали в себя все контакты и направления работы. Шрифт и графическое исполнение должны соответствовать всем требованиям читабельности, а бумага должна быть плотной, так как «слепые» визитки и визитки, напечатанные на тонкой бумаге часто выкидывают. Визитки компании должны распространяться очень активно, раздаваться всем, вплоть до привлечения к работе промоутеров у крупных торговых центров, развлекательных центров и в других местах скопления людей.

Рекламные листовки лучше выпустить в двух видах:

- А6 полноцвет, двусторонняя;
- А5 полностью монохром или цветной бренд и текст монохром, двусторонняя.

Вторая сторона листовки А5 может включать в себя небольшую рекламную статью о багетном бизнесе, из разряда «это интересно». Такая информация очень привлекательна и говорит об уровне мастерской. В общем, листовки вещь мобильная и информацию можно периодически корректировать.

ВАЖНО!

В листовки следует включать купон на скидку и срок действия акции. Это будет убирать пассивную мотивацию, и стимулировать клиентов на желаемое действие – посещение мастерской.

- победа в конкурсе, сдача экзамена;
- реализация своих работ.

ОРГАНИЗАЦИИ

Отдельным сегментом являются организации всех направлений и культурные центры (музеи, библиотеки и т.д.)

Организации прибегают к услугам багетной мастерской:

- для оформления интерьеров;
- для оформления экспонатов;
- для подготовки и проведения культурных мероприятий (выставок, фестивалей и т.д.)

МОТИВАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ:

- создание достойных и оригинальных интерьеров;
- проведение мероприятий на высоком уровне;
- сохранность и обновление экспонатов.

Группы в соцсетях позволяют постоянно быть на слуху и на глазах своих существующих и потенциальных клиентов. Активность в группах пользователями всегда высоко оценивается и ассоциируется с профессионализмом компании.

Сегодня, хорошая группа в социальных сетях может заменить багетному бизнесу сайт. Хотя на перспективу можно предусмотреть и его создание. Это может быть и одностраничный сайт и многостраничный, но его наличие имеет смысл только тогда, когда будет желание и возможность делать все для поискового продвижения (постоянно обновлять контент, использовать уникальные тексты, наполнять уникальными фотографиями и т.д.), а также возможность оплачивать контекстное продвижение.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МЕСТА ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ

Исходя из того, что багет это красивый бизнес, несущий в себе большую культурную составляющую, то и реклама этого бизнеса будет логично смотреться в учреждениях культуры различных направлений: библиотеках, культурно-досуговых центрах, кинотеатрах. Это могут быть раздаточные материалы, стандартные или передвижные стенды. Все рекламные возможности необходимо обсудить с представителями этих заведений.

СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ И ПОВТОРНЫХ ОБРАЩЕНИЙ

1. Скидки и акции на листовках с указанием периода действия.
2. Пластиковые карты «КЛИЕНТ» на скидку 5% всем клиентам, сделавшим хотя бы одну покупку (не зависимо от стоимости покупки).
3. Пластиковая КАРТЫ «ПАРТНЕР» на скидку (10-15%) для фотографов, художников, рукодельниц и т.д.
4. Скидки всем пенсионерам по пенсионному удостоверению (10%).
5. Скидки учащимся по студенческому билету (10%).

Все программы и скидки предложены только как примеры, действовать нужно исходя из финансовых возможностей.

Пластиковые карты предложены, исходя из того, что они более презентабельны, долго сохраняют идеальный внешний вид и их крайне редко выкидывают. На карте, кроме всех контактных данных, стоит указать все направления работы мастерской.