

## НОВЫЙ МАГАЗИН «ПАРИЖСКАЯ КОММУНА» ОТКРЫЛСЯ У СТАНЦИИ МЕТРО «МИТИНО» В СЕВЕРО-ЗАПАДНОМ ОКРУГЕ МОСКВЫ



Новый магазин общей площадью 285 квадратных метров расположен на одной из оживленных улиц в перспективном развивающемся жилом районе. Он размещается в специальной пристройке на первом этаже 14-этажного жилого дома. Интересно отметить, что этот дом в микрорайоне – один из самых низких. Большинство соседних домов 17-этажные, есть и выше. То есть наша новая торговая площадка находится в регионе с очень плотной застройкой и большой численностью населения. Митино – молодой окраинный столичный район, расположенный за МКАД. Причем молодой как по времени вхождения в черту Москвы – его территория была включена в состав столичного Тушинского района в 1984 году, так и по составу населения – здесь много молодых семей с детьми. Численность его населения растет и достигла 138 тысяч. На сегодня Митино является одним из престижных районов города, благодаря хорошей экологии и развитой инфраструктуре. В конце прошлого года здесь открылось две станции метро «Волоколамская» и «Митино» - наш новый обувной магазин «Парижская коммуна» находится совсем близко от нее, не больше 3-5 минут ходьбы, даже для малолетних пешеходов. Это важно, ведь детская обувь всегда является приоритетным направлением ассортиментной политики фабрики «Парижская коммуна» и фирменной торговли. И при входе в новый магазин в Митине сразу видно, что детской секции выделено самое престижное место в пространстве.

Больше всего по величине, по расположению в жилом массиве новая торговая площадка похожа на работающий уже несколько лет магазин в Марьине. Разница только в том, что она действует не внутри торгового центра, а сама по себе – так называемый «street-format». Соответственно, магазин в Митине имеет свой собственный отдельный вход. Очень удобный – прямо с тротуара. По фасаду - фирменное крупное название, большие витрины.

- Витрины не просто большие, - отмечает заместитель генерального директора «Паркомторга первого» Сергей Сергеевич Ключин, - они удобно расположены: не высоко и не низко – как раз так, как надо. Прекрасные возможности для оформления, для представления нашей обуви, для продвижения наших брендов. Тем более что место многолюдное, большой поток пешеходов.



Очень неплохое торговое соседство: рядом с нами, ближе всего - магазин «Кнакер» продуктовой сети, которая, как известно, знаменита хорошими мясными отделами, где торгуют продукцией своего подмосковного производства. На северо-западе Москвы она очень популярна. Для обувного магазина находится рядом с гастрономом (вообще с любым продовольственным) - выгодно, так же, например, как с магазином одежды. В «Кнакер» идут и едут со всего микрорайона. Туда ежедневно устремляется поток людей, и наш новый магазин, как раз на их пути и на виду у них. Конечно, многие из этого потока сразу же после открытия поспешили заглянуть к нам. Наши продавцы встречали их со всем радушием, детишкам дарили воздушные сине-белые шары фирменных цветов «Парижской коммуны». Покупатели с удовольствием смотрели и выбирали обувь, примеряли, покупали. Причем, объективности ради, приходится констатировать, что к нам приходили с коробками чужих обувных сетей. Огорчать это не может. Ведь уже купив обувь в другом месте, тем не менее, люди пришли к нам. Значит, те магазины обуви, которые существуют, не полностью удовлетворяют их запросы. И это можем и должны сделать мы.

Многие покупатели с радостью восприняли появление нашего нового магазина. Они охотно



временная торговля начинает постепенно отходить от принципа открытой выкладки в организации продаж. Обувь – изделие непростое, при выборе подходящей пары покупателю лучше опереться на совет и помощь профессионала. Посетители обувных магазинов, особенно, если

проявлять к ним внимание, заботу, понимать настроение, состояние, нужды.

Работать с покупателем индивидуально, безусловно, гораздо сложнее, чем просто выписывать чеки на выбранный самостоятельно товар. Однако если это делается успешно и правильно, то усилия окупаются, как говорится, сторицей. Потому что формируется круг постоянных покупателей. А что может быть лучше для магазина, работающего в крупном жилом массиве, удаленного от центра района. И для изучения покупательского спроса индивидуальная работа с покупателем предоставляет наилучшие возможности. Правда постепенный переход к новой организации торговли предполагает и увеличение коллектива. В «Паркомторге первом» рассматривается такая возможность, тем более что среди руководства и сотрудников нового магазина есть те, кто вполне справится с ролью наставника для новичков.

И. КОСТИК



«Готовность № 1» - вот вполне подходящий заголовок для снимка, сделанного в детской секции нового магазина за пять минут до его открытия менеджером по рекламе В. В. Евстигнеевым.

Слева направо: продавец АНДРОНОВА Юлия Александровна, заведующий магазином ГУСЕВ Денис Юрьевич, директор магазина КОЧУЛАЕВА Светлана Александровна, продавцы ГОТИЛОВА Мария Николаевна и ЛЮБИШКИНА Анна Кирилловна.

вступали в разговор, выражали одобрение тому, что теперь рядом с домом можно приобретать обувь известного московского товаропроизводителя. Коллектив нового магазина объединяет очень общительных коммуникабельных людей. И это характерно для всех: от директора - до продавца. Светлана Александровна Кочулаева – руководитель коллектива – сформировала его состав, работая в Теплом стане. Практически полностью он перешел в Митино.

Возможно, коллектив придется дополнить, считает руководство «Паркомторга», так как со-



Фоторепортаж  
Владимира  
Евстигнеева