

«Переодеваем» диваны — радуем покупателя

Online-Шоурум — новая концепция интернет-магазина

«А пора бы уже купить новый диван, — в который раз подумал Илья, со скрипом переворачиваясь на другой бок. — Но ведь Юлия такая разборчивая, год новые шторы выбирала. Сколько салонов объездили, а она с цветом все никак не могла определиться, как будто это не шторы, а автомобиль. Нет, пожалуй, о новом диване лучше забыть, а то еще и тещу возьмет в советчики — замучаешься с ними по салонам ездить. Вот если бы посадить их с тещей за компьютер — пусть в интернет-магазине сами выбирают себе диван, обивку к нему подбирают, чтобы ко всему подходила, а я бы только оценивал...»

Мягкая мебель ассоциируется с комфортом, отдыхом. Важно, чтобы и процесс выбора мебели увлекал и проходил в мягком, непринужденном режиме. Как это реализовать в динамичной среде Интернет? Очень просто. Нужно лишь подключить сервис «Онлайн-Шоурум» (рис. 1). Это интернет-версия известной программы «Ассоль-Шоурум», которая позволяет мгновенно «переодевать» диваны в любые варианты обивки. В мебельных салонах при работе с клиентом уже давно и успешно используют «Ассоль-Шоурум» для визуализации процесса «примерки» разных материалов к диванам и интерьерам. Удобство интерфейса, фотореалистичность результата, возможность использования для переодевания обычных фотографий моделей и тканей сделали программы линейки «Ассоль» популярными не только у производителей мебели, но и у поставщиков обивки.

«Онлайн-Шоурум» дает покупателю мягкой мебели следующие преимущества:

- огромную экономию времени при выборе товара;
- подбор цветового решения для своего интерьера в теплом семейном кругу;
- возможность экспериментировать с цветом, подобрать «свое» сочетание;
- возможность «примерить» самые последние новинки коллекции тканей и моделей.

«Онлайн-Шоурум» предоставляет интернет-магазину:

- снижение затрат на рекламу; повышение привлекательности сайта для покупателя;
- возможность представить самые последние новинки коллекции тканей и моделей;
- возможность проведения маркетинговых исследований.

Адрес демонстрационной версии «Онлайн-Шоурум»: www.S-Room.ru

Радужные перспективы интернет-продаж

По результатам опроса, проведенного среди подростков, Интернет вызывает у них почти сплошь положительные эмоции. Его

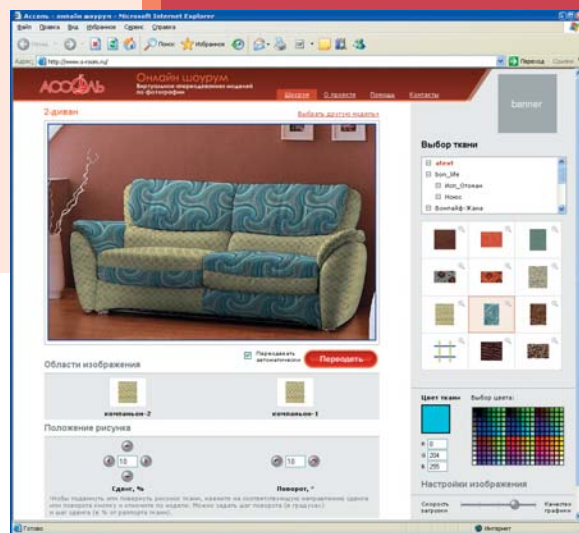
называют «забавным», «необходимым», «безопасным», «помогающим поддерживать связь», «удобным». По мнению экспертов, большая часть успеха рекламных кампаний в будущем будет зависеть от того, насколько рекламодатели и маркетологи смогут понять ожидания и особенности мышления представителей нынешнего подрастающего поколения и их отношение к Интернету.

Среди 15 стран с наибольшим проникновением Интернета, интернет-сообщество России демонстрирует грандиозные темпы роста (3,2 млн человек в год). Количество подключенных к Интернет составляет 21,8 млн человек, т. е. около 15% населения страны. В Москве почти половина жителей за последний месяц хоть раз выходили в сеть. Но как это сказывается на интернет-торговле? Социологи отмечают, что 23% российских пользователей время от времени делают покупки в интернет-магазинах — а это каждый тридцатый россиянин и каждый десятый москвич. Для сравнения: в западной Европе и США онлайн-покупки совершают 60%–75% пользователей. При этом число самих пользователей Интернета этих стран составляет около половины населения.

Следовательно, в ближайшем будущем можно прогнозировать увеличение численности онлайн-покупателей в Москве в три раза, а в целом по России в десятикратно.

А сколько у нас онлайн-магазинов мягкой мебели? На запрос «Интернет-магазин диван» поисковая система «Яндекс» выдала более 2 тыс. сайтов. На любом из них можно заказать мягкую мебель, сидя за компьютером, и спокойно ждать доставки. Для многих покупателей это заманчивая перспектива, так как известно, что купить мебель в Интернете можно на 10–15% дешевле, чем в салоне. Производители тоже в выигрыше, ведь они экономят на аренде помещений, зарплате менеджеров и т. п. Нередко интернет-магазин создается как дополнение к реальному мебельному салону. Типичная схема покупки следующая: вы выбираете диван на сайте, затем приезжаете в салон посмотреть его, потом заказываете через Интернет со скидкой. Почему же клиент часто откладывает идею покупки на этапе выбора мебели в интернет-магазине? Как правило, причины следующие: мало информации, сложно выбрать, утомляет процесс поиска.

Использование сервиса «Онлайн-Шоурум» поможет заинтересовать и увлечь клиента, дать ему возможность получить полную информацию о товаре, почувствовать себя хозяином положения, и в итоге совершить покупку.



АССОЛЬ

Повышайте продажи — подключайтесь к «Онлайн-Шоурум»!

Центр «Ассоль»

(495) 408-88-77, 409-93-52

(926) 842-72-72

www.assol.org