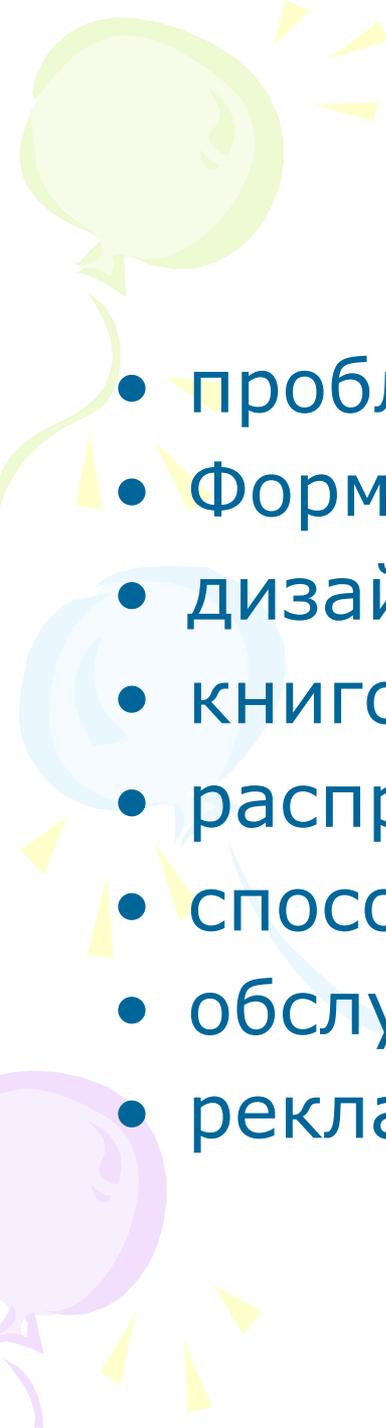
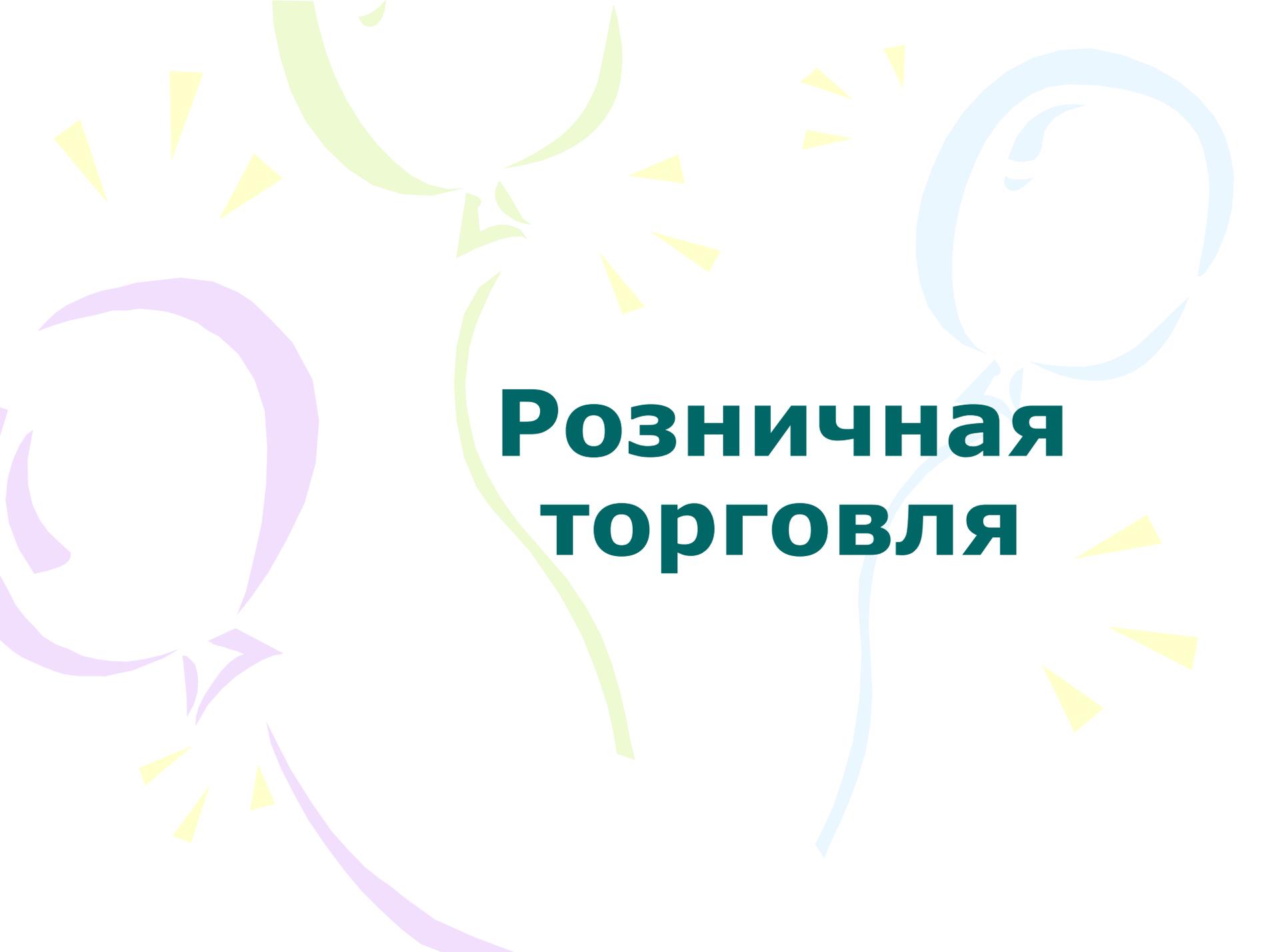


**Розничная  
книжная  
торговля**  
**Книжные магазины**



# Вопросы темы:

- проблемы книжных магазинов;
- Форматы (формы) магазинов;
- дизайн книжного магазина;
- книготорговое оборудование;
- распределения торговых площадей;
- способов представления товара;
- обслуживание;
- реклама в местах продаж

The background features several large, stylized, overlapping swirls in shades of purple, green, and light blue. Interspersed among these swirls are numerous small, yellow, starburst-like shapes, some pointing towards the center and others pointing outwards, creating a dynamic and celebratory feel.

# **Розничная торговля**



# Актуальность

- Все большее значение в книжном деле приобретает его завершающий этап - розничная продажа книжных товаров
  - Существенным отличием розничной книжной торговли от торговли другими товарами является то, что потребитель может получить книгу не только приобретя ее в личное пользование, но и взяв ее в библиотеке или скачав пиратскую копию в интернете.
  - Скучное бюджетное финансирование, сокращение сети массовых библиотек понизили роль библиотечных организаций в обеспечении книгами населения России
- 

# Для современного книжного рынка характерен со стороны покупателей:

- быстрый рост требований покупателей к уровню обслуживания, т.е.
- возможность выбора из широкого и качественного ассортимента (экономия времени на поиск книг),
- удобное расположение книжного магазина (экономия времени на проезд до магазина),
- хорошее обслуживание,
- низкие цены

# Для современного книжного рынка характерен

со стороны продавцов:

- книготорговцы хотят иметь стабильный контингент покупателей, запросы которых они знают и могут удовлетворять, т.о.
- начинается процесс освоения стратегии партнерских отношений с покупателями, т.е. длительного сотрудничества с ними на основе индивидуального учета их потребностей

# Процесс розничной продажи состоит из следующих стадий:

- поиск покупателем необходимых товаров (сначала определение книготоргового предприятия, в котором есть необходимая книга, а затем поиск книги в торговом зале);
- выбор товара;
- регистрация продажи и
- оплата товара

# Цель розничных продаж

- На всех этапах книготорговое предприятие должно предоставлять покупателю полную и точную информацию, поддерживать стабильный ассортимент и высокий уровень обслуживания, т.о.
- Цель продаж - создать условия для встречи покупателя с необходимой ему книгой (формируя ассортимент, который наиболее точно соответствует спросу, информируя покупателей об услугах магазина и т.д.), а затем сделать процесс покупки приятным и удобным

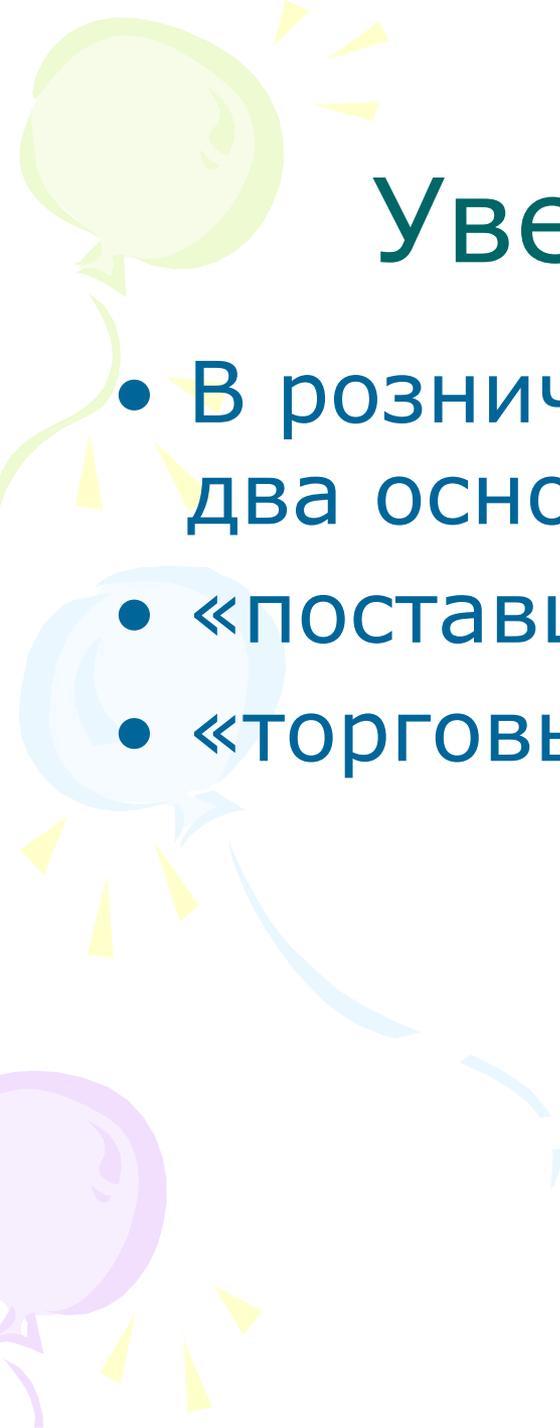
# Требования:

- Чтобы организовать розничную продажу книжных товаров на уровне современных требований, книготорговое предприятие должно располагать соответствующими ресурсами:
- необходимо обеспечить закупку и поступление в розничное книготорговое предприятие входных товарных,
- соответствующие кадры,
- информирование и финансирование



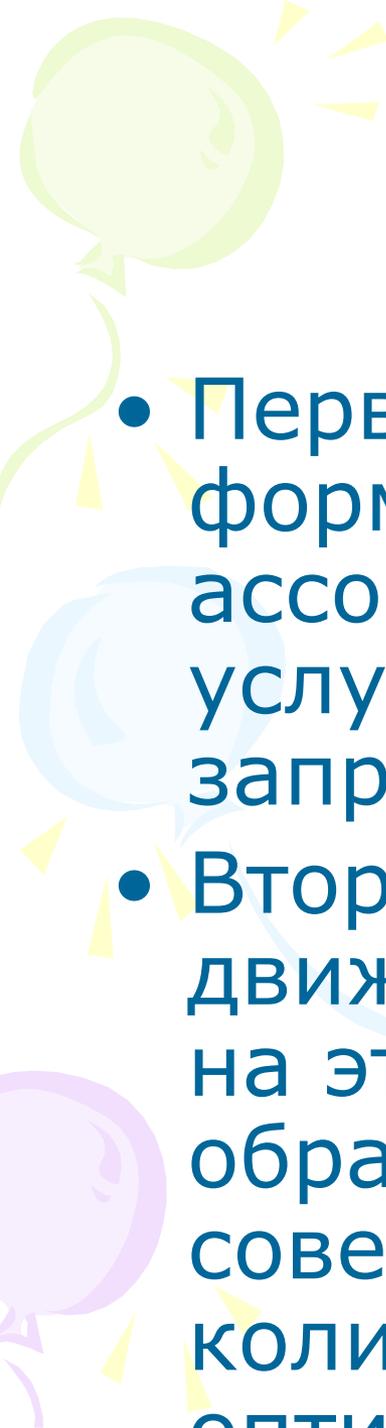
# Покупательский поток

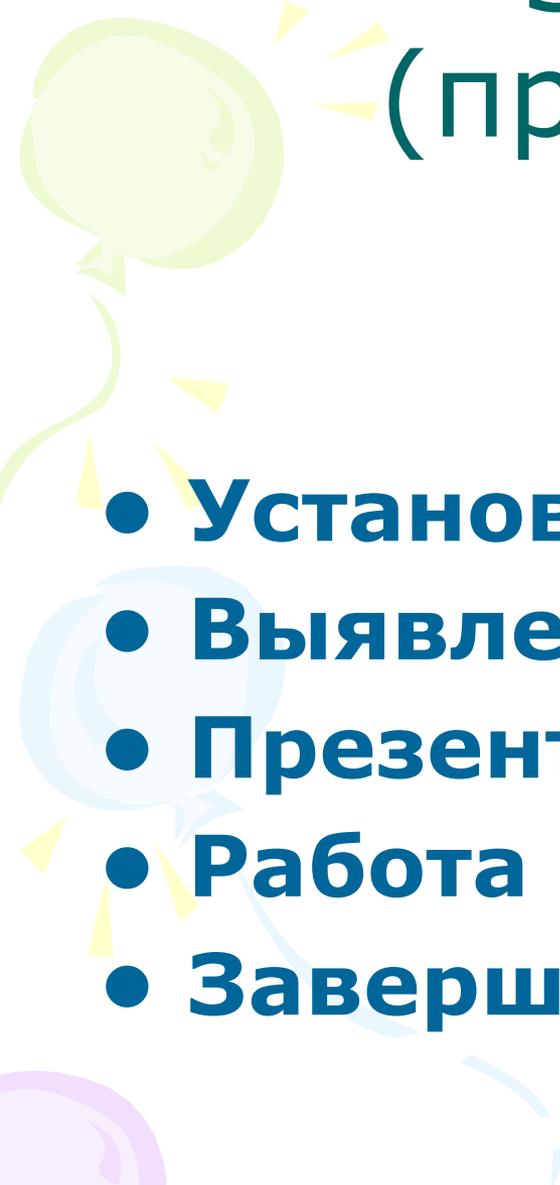
- Чем больше покупателей будет посещать книжный магазин и чем больше они будут делать покупок, тем более успешно будут идти дела книготоргового предприятия



# Увеличение потока

- В розничной торговле она имеет два основных аспекта:
- «поставщик - торговый зал»
- «торговый зал - покупатель».

- 
- Первый аспект предполагает формирование и поддержание ассортимента товаров и комплекса услуг, наиболее полно отвечающих запросам розничных покупателей.
  - Второй связан с оптимизацией движения экономических потоков на этапе розничной продажи таким образом, чтобы в результате совершалось максимальное количество продаж при оптимальном уровне обслуживания



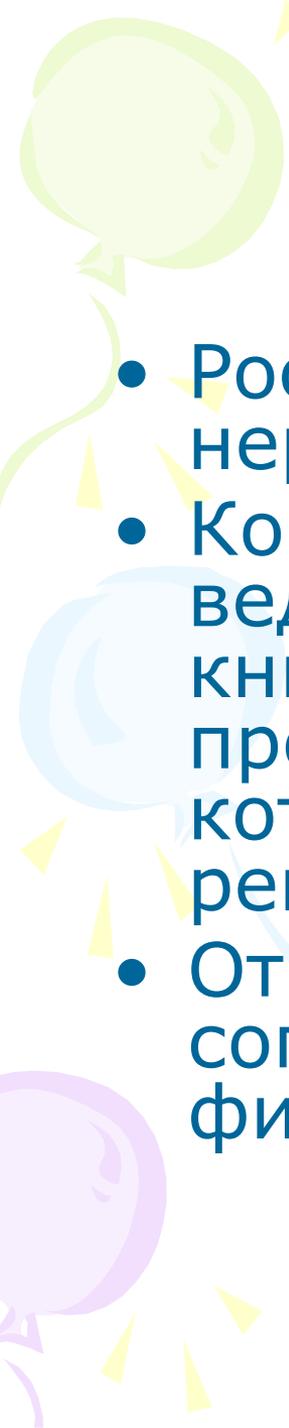
# Этапы продаж (процесс активных продаж)

- **Установление контакта**
  - **Выявление потребностей**
  - **Презентация товара**
  - **Работа с возражениями**
  - **Завершение сделки**
- 

The background features several large, overlapping, colorful swirls in shades of purple, green, and blue. Interspersed among these swirls are numerous small, yellow, triangular shapes that resemble rays of light or decorative elements.

# **Проблемы книжных магазинов**

## **Ценовые сегменты и формы магазинов**



# проблемы книжных магазинов

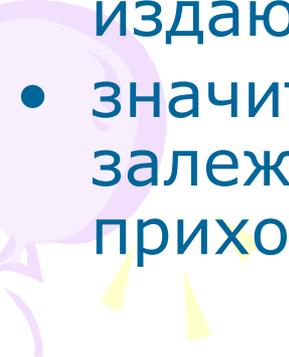
- Росту книжного рынка препятствует неразвитость розничной сети.
- Конкуренция за торговые площади ведет к повышению арендных ставок, и книготорговля в этой борьбе проигрывает другим видам бизнеса, для которых характерна более высокая рентабельность.
- Открытие книжных магазинов сопряжено со значительными финансовыми рисками

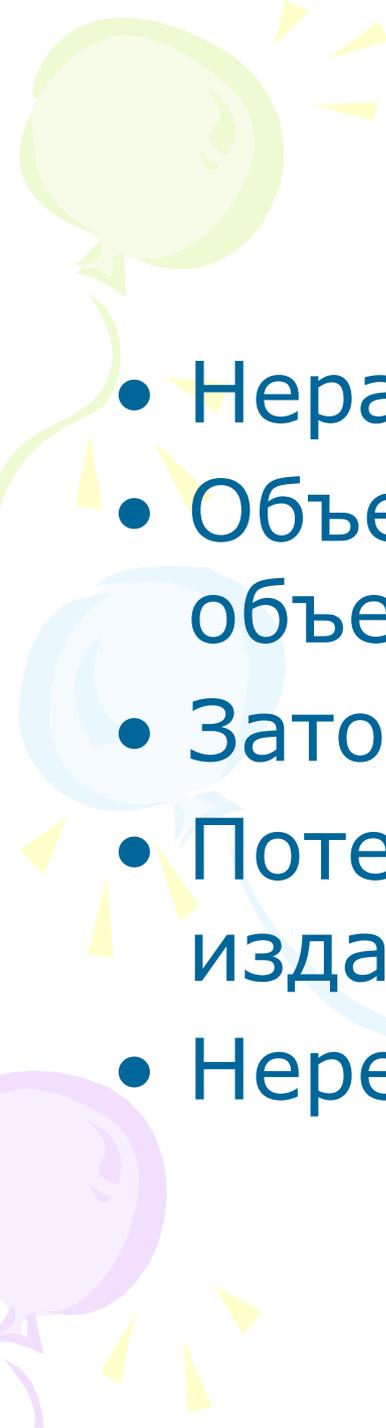
# проблемы книжных магазинов

- Россия значительно отстает от европейских стран по уровню обеспеченности книжными магазинами: если там магазин приходится на каждые 10–15 тыс. человек, то у нас — на 60 тыс.
- Существующие в стране магазины не в состоянии обеспечить продажу всей изданной литературы, поступающей на рынок.
- Ассортимент даже крупного магазина ограничен размером его торговых площадей (в среднем — 200 кв.м)



# проблемы книжных магазинов

- в результате постоянного роста числа наименований издаваемых книг возникает кризис перепроизводства,
  - срок продажи тиража увеличивается, тем более, что срок оборачиваемости у книг и так намного дольше, чем у продукции других предприятий розничной торговли.
  - при этом следует учитывать, что средний книжный магазин способен вместить не более 30 тыс. наименований книг одновременно (30% от издающейся продукции в год),
  - значительная часть книжной продукции залеживается на складах, и книготорговцам приходится изыскивать другие пути реализации книг
- 

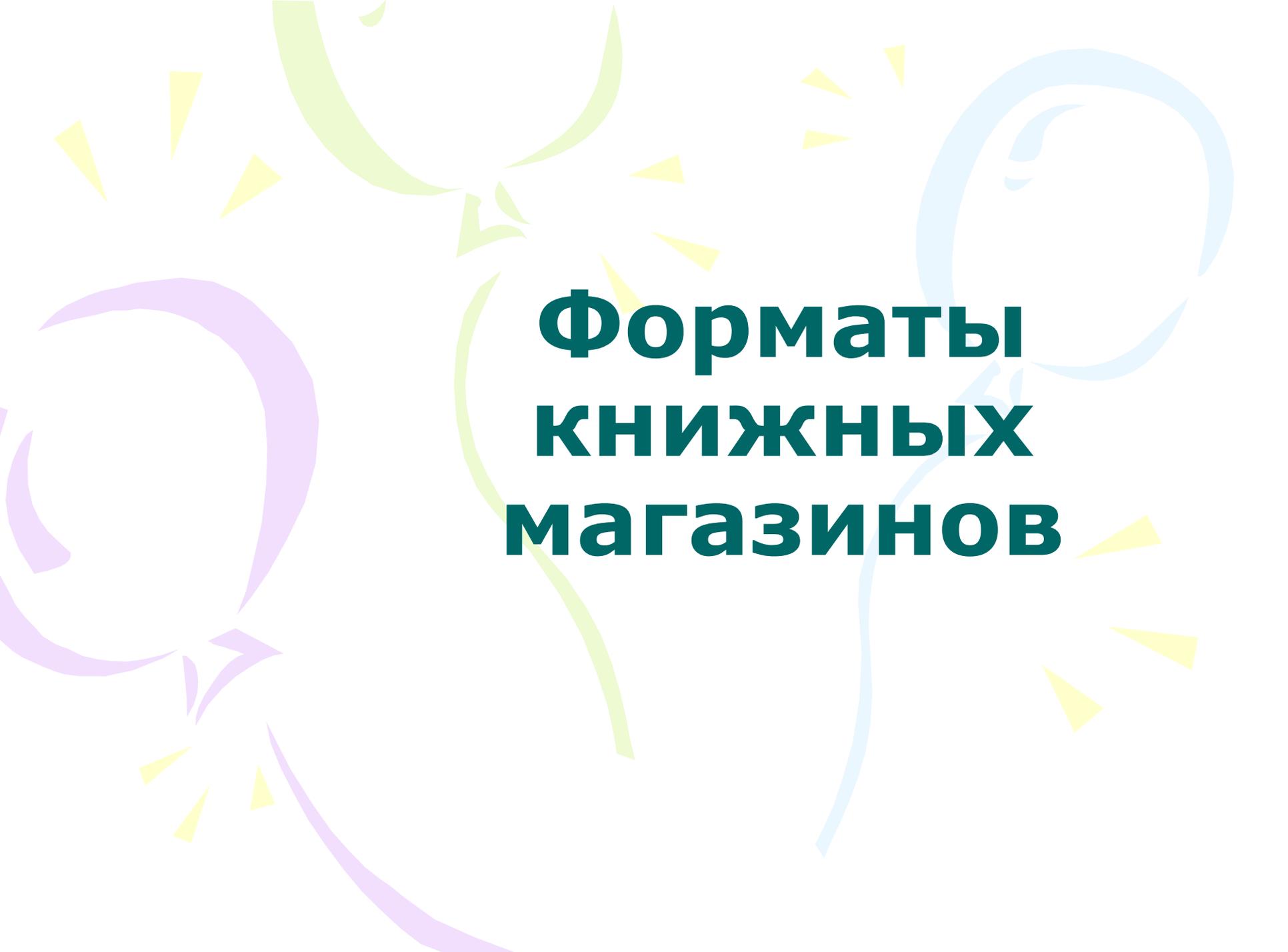


# Выводы

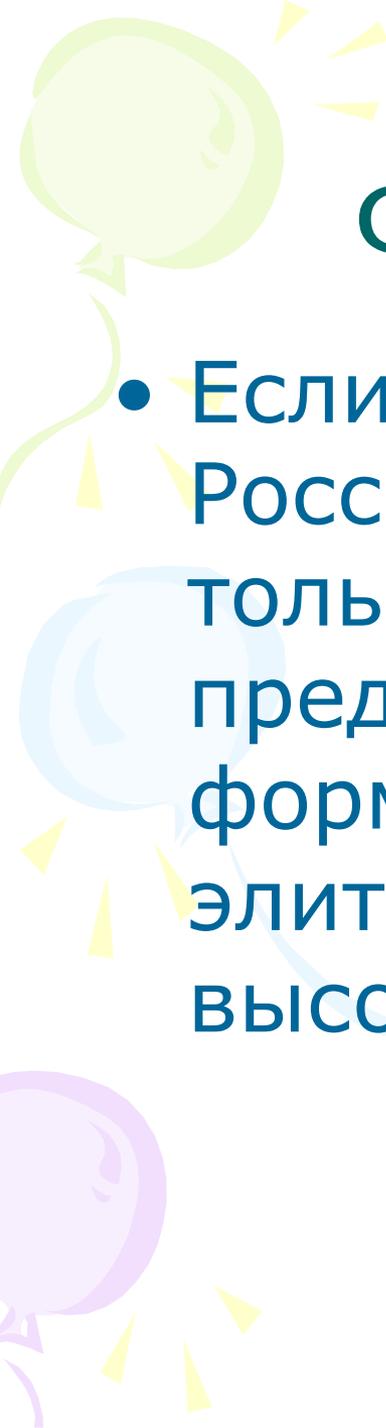
- Неразвитость сети.
- Объемы продаж книг ниже, чем объемы их производства.
- Затоваривание складов.
- Потеря оборотные средства издатели.
- Нерентабельность

# Структура книжного ассортимента

- художественная и детская литература (около трети от общего объема изданного за год),
- учебная литература (в основном школьные учебники),
- политическая, психолого-педагогическая и социально-экономическая литература,
- литература по техническим и естественнонаучным дисциплинам,
- остальные в сумме занимают ок.14%

The background features several large, flowing, abstract shapes in light green, light blue, and light purple. Interspersed among these are numerous small, yellow, triangular shapes that resemble rays of light or confetti, scattered across the white background.

# **Форматы книжных магазинов**



# Форматы магазинов

- Если раньше книжные магазины в России отличались друг от друга только площадью, то сегодня они представлены самыми различными форматами - от дискаунтера до элитного книжного клуба с высоким уровнем сервиса

# структура зарубежной книжной розницы

- наша книжная розница резко отличается от иностранной, где, как правило, используются всего два формата:
  - 1) книжный супермаркет, предлагающий покупателям максимально широкий ассортимент и сервис (в крупных городах),
  - 2) это мини-маркет, с тематически суженным ассортиментом, без всякого сервиса, (например, в студенческих кампусах)

# структура российской книжной розницы

- Лучше всего наши книжные торговцы освоили средний сегмент рынка.
- Магазины среднего формата ориентированы преимущественно на обывателя,
- Они подразумевают очень четкую навигацию внутри магазина, с ясными и понятными указателями отделов и подотделов, размещенных в логической последовательности
- Посетитель таких магазинов обычно не очень сведущ в новинках литературы,
- для этого в книжных супермаркетах размещают отзывы известных людей о недавно вышедших книгах, а также приглашают их авторов для презентации, обязательны консультанты

# Формы магазинов среднего сегмента

- крупнейшие федеральные книжные сети,
- локальные книжные сети,
- исторически сильны позиции одиночных книжных магазинов-брендов,
- эти формы наиболее привычный для потребителя формат с достаточно широким ассортиментом, умеренным сервисом, активным продвижением новинок и бестселлеров

# структура российской книжной розницы

- Однако сегодня средний сегмент становится менее интересным для книжных торговцев - он перенасыщен.
- Гораздо больше перспектив у российских книжных сетей в: нижнем и дорогом сегментах, где конкуренция не настолько сильна.



# Формы низшего (дешевого) сегмента

- Наибольший рост продаж сегодня демонстрируют книжные магазины-дискаунтеры



# Требования

- Ключевым требованием к этому формату оказалось наличие больших площадей (свыше 2 тыс. кв. м), чтобы вместить ассортимент, который удовлетворял бы и мелких оптовиков, и обычных покупателей.
- Ассортимент в таких магазинах более размытый, в нем много прикладной литературы, а также канцелярских товаров и периодики, занимающих не менее трети всего ассортимента

# История

- «Топ-книга» начала развивать этот формат в регионах, где у мелких розничных торговцев нет возможности получать книги напрямую от издательств.
- Однако этот формат пошел и в столице: например, в «спальных» районах Москвы оказалось достаточно много людей, желающих сэкономить на покупке книг.
- К тому же с приходом транснационального оператора cash & carry Metro у москвичей сложилась традиция посещать такие магазины.

# История

- Второй формат магазинов-дискаунтеров - "Пиши-читай" - «Топ-книга» вывела, ориентируясь уже только на регионы в небольших городах, поселках, где вообще нет книжных магазинов.
- Компания разработала формат магазинов площадью менее 50 квадратных метров.
- Ассортимент таких магазинов: только дешевые книги в мягкой обложке, зачастую на газетной бумаге.
- Тематическая подборка обязательно должна включать в себя прикладную литературу (например, книги по свиноводству), немного литературы по оздоровлению, эзотерике, а также книги, написанные по сценариям телесериалов.
- До половины ассортимента сети "Пиши-читай" составляет канцелярия, которая быстрее приносит доход, чем книги

# Формат магазинов в высшем (дорогом) сегменте

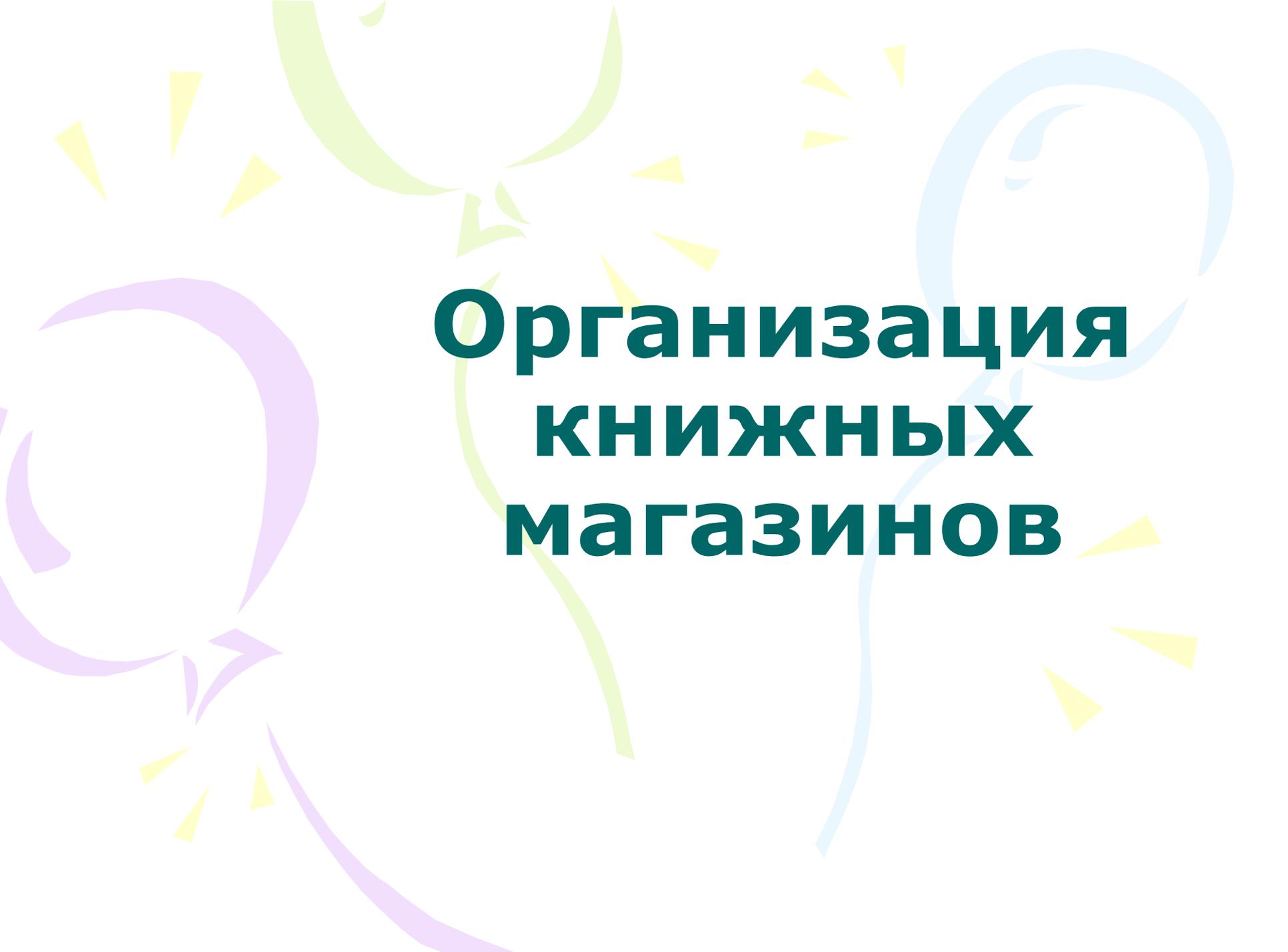
- Интеллектуальные магазины-клубы.
- Гипермаркеты или супермаркеты с чрезвычайно широким ассортиментом и повышенным уровнем сервиса.
- Они ориентированы, прежде всего, на жителей больших городов.
- Аудитория – узкие специалисты, интеллектуалы, библиофилы и те, для кого книжный шопинг - просто приятное времяпрепровождение.

# специфика книжной торговли

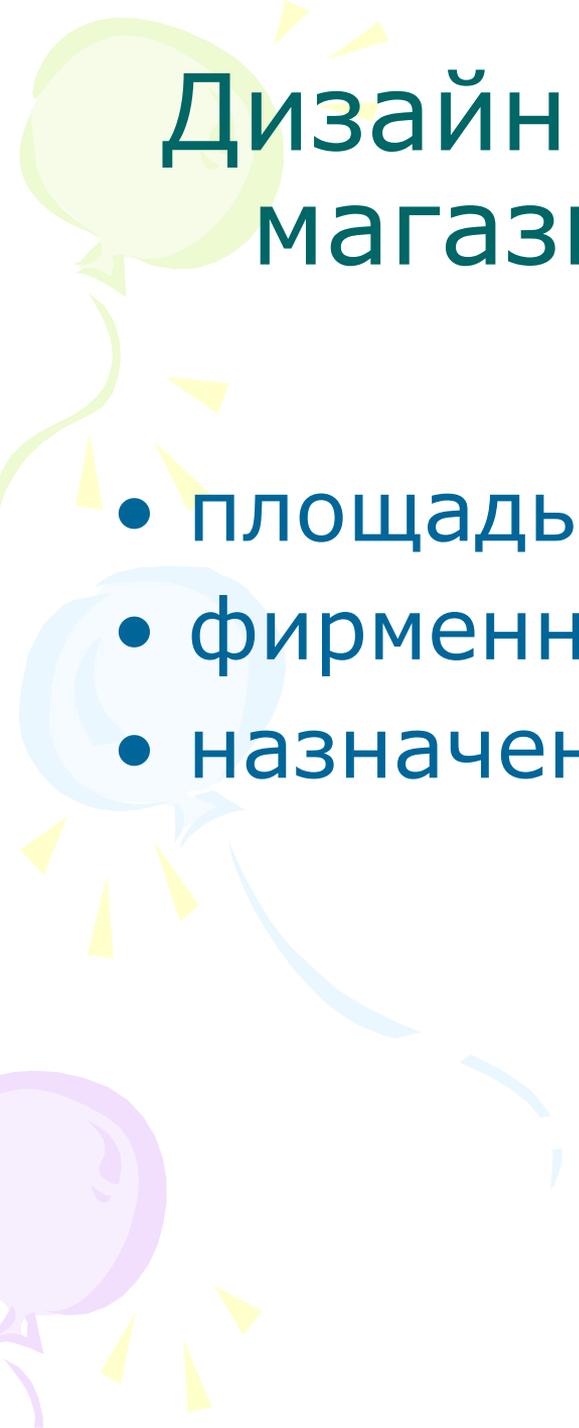
- Книги как товара особого рода: материальный и духовный объект.
- Книжники вынуждены работать существенно большим ассортиментом единиц товара, жизненный цикл которых невероятно короток, а процесс производства долг.
- Процесс закупки в книжной торговле слишком сложен и практически не формализуем.
- Книга как товар обладает слишком низкой ценой, делить которую между издателем и распространителем весьма сложно.
- Огромное количество поставщиков (для эффективной работы книжных магазинов необходимо несколько сотен, а то и тысяч поставщиков).

# специфика книжной торговли

- Только на книжном рынке существует конкуренция между поставщиками и розничной торговлей (издатель может выпустить товар в другой упаковке и подорвать маркетинговые усилия книготорговца, может изменить цену).
- Книжники располагают меньшей информацией о динамике продаж (при огромном ассортименте очень трудно принимать решение на основании прогностических моделей, книги по-разному продаются и в небольшом объеме).
- В книжном бизнесе высокие логистические затраты на единицу продукции.
- Только книготорговцы пытаются продать товар, который можно получить бесплатно (например, в библиотеках)

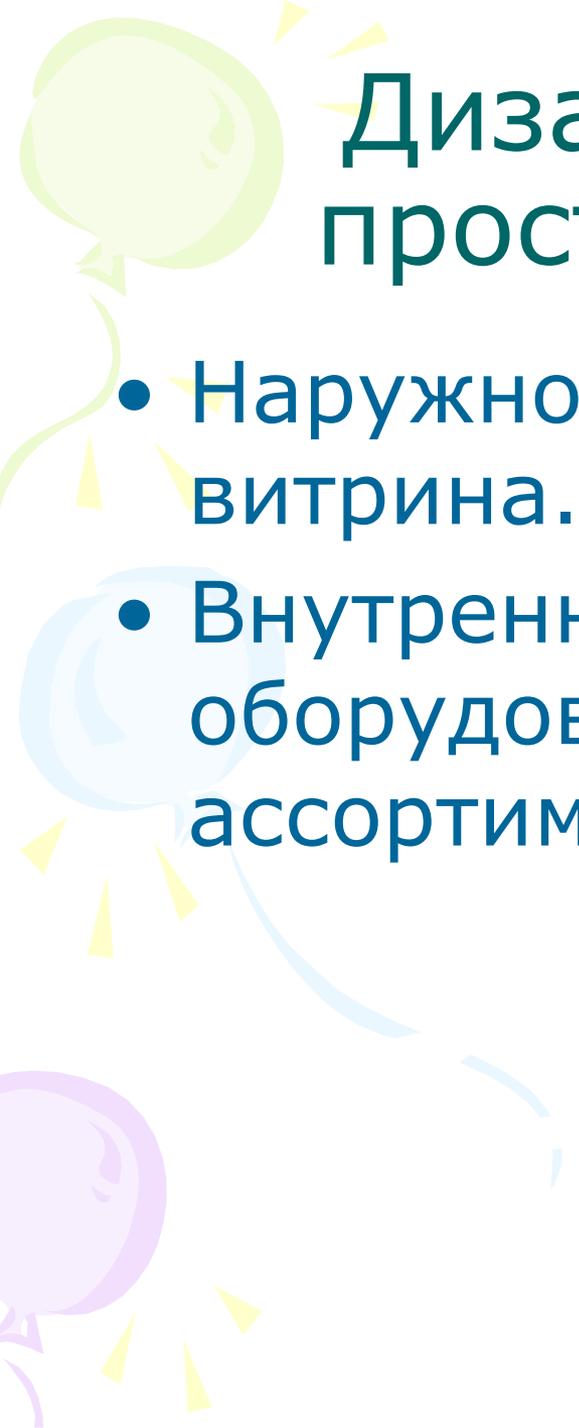
The background features several large, flowing, abstract shapes in light green, light blue, and light purple. Interspersed among these are numerous small, yellow, triangular shapes that resemble rays of light or confetti, scattered across the white background.

# **Организация книжных магазинов**

A decorative graphic on the left side of the slide features three balloons in light green, light blue, and light purple, with yellow streamers and triangular flags trailing from them.

# Дизайн и интерьер книжных магазинов определяется:

- площадью и масштабами магазина,
- фирменным стилем,
- назначением.



# Дизайн и оформление пространства магазина

- Наружное оформление: вывеска и витрина.
- Внутренне оформление: оборудование, перегородки, ассортимент, реклама

# Внешнее оформление



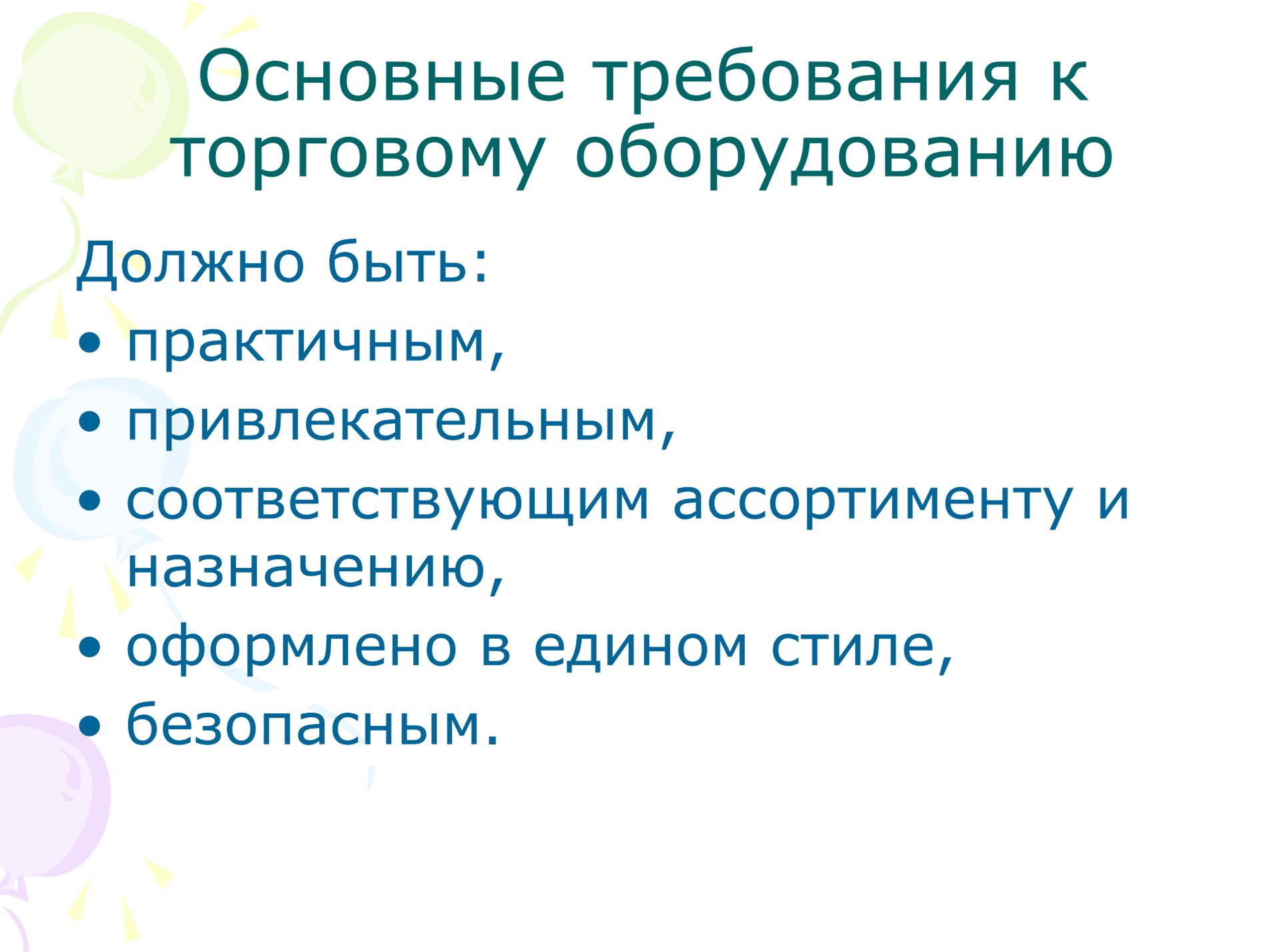
# Внутреннее оформление





25





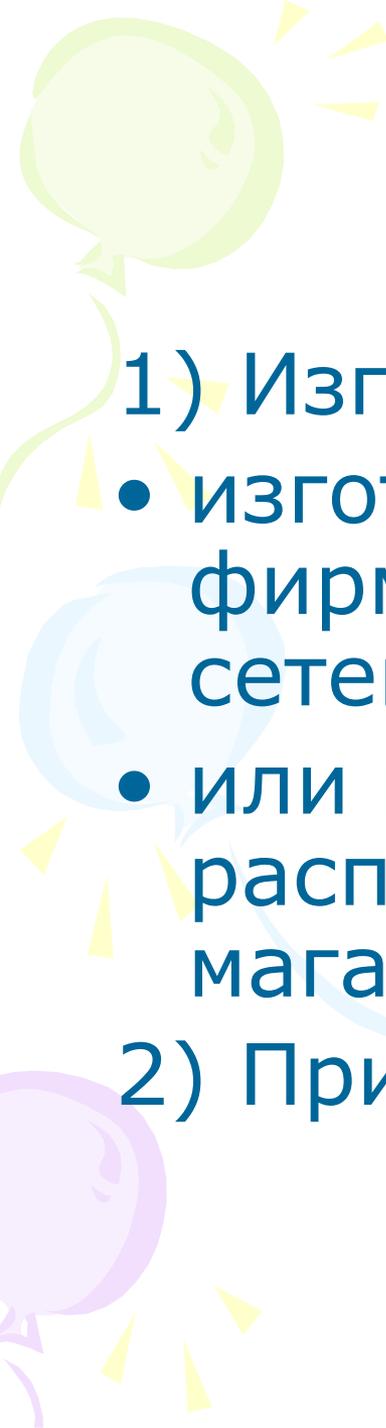
# Основные требования к торговому оборудованию

Должно быть:

- практичным,
- привлекательным,
- соответствующим ассортименту и назначению,
- оформлено в едином стиле,
- безопасным.

# Требования безопасности

- Стеллажи, шкафы, витрины для книг должны выдерживать вес нескольких десятков, а то и сотен килограммов.
- Поэтому такое торговое оборудование производится из прочных материалов: массива натурального дерева, МДФ или ДСП, а также изделия из металла.
- Также конструкции снабжаются специальными боковинами, бортиками, разделителями и креплениями, поддерживающими книги и сохраняющими баланс что быть максимально открытыми, но в то же время прочными и устойчивыми

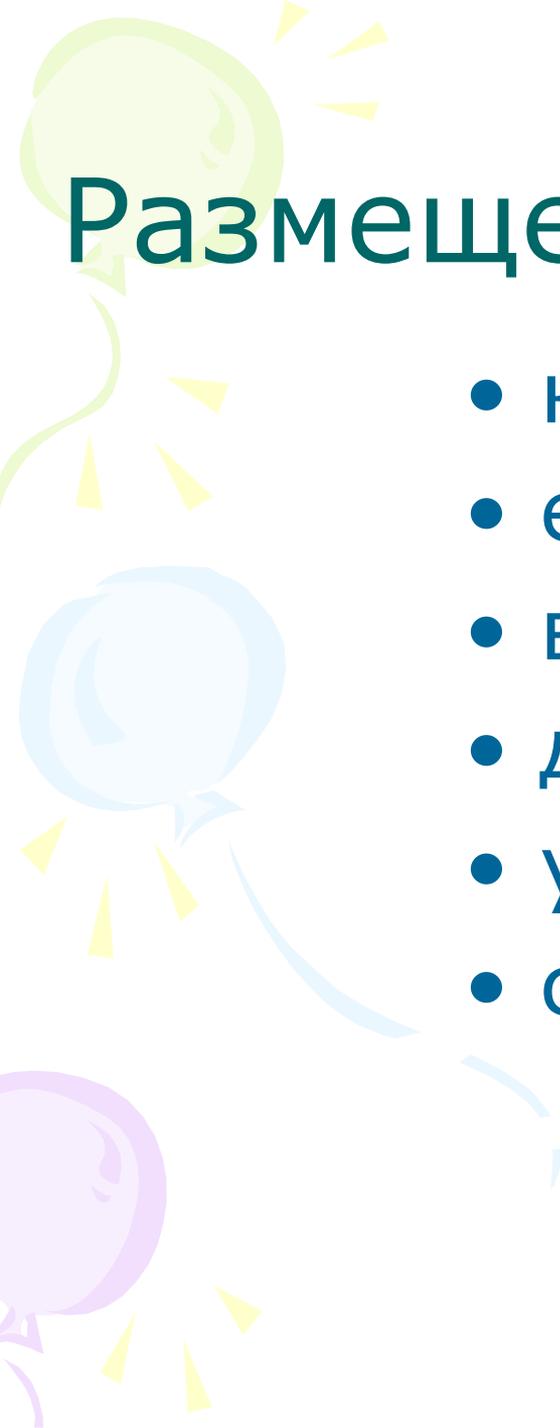


# Приобретение оборудования

1) Изготовление на заказ:

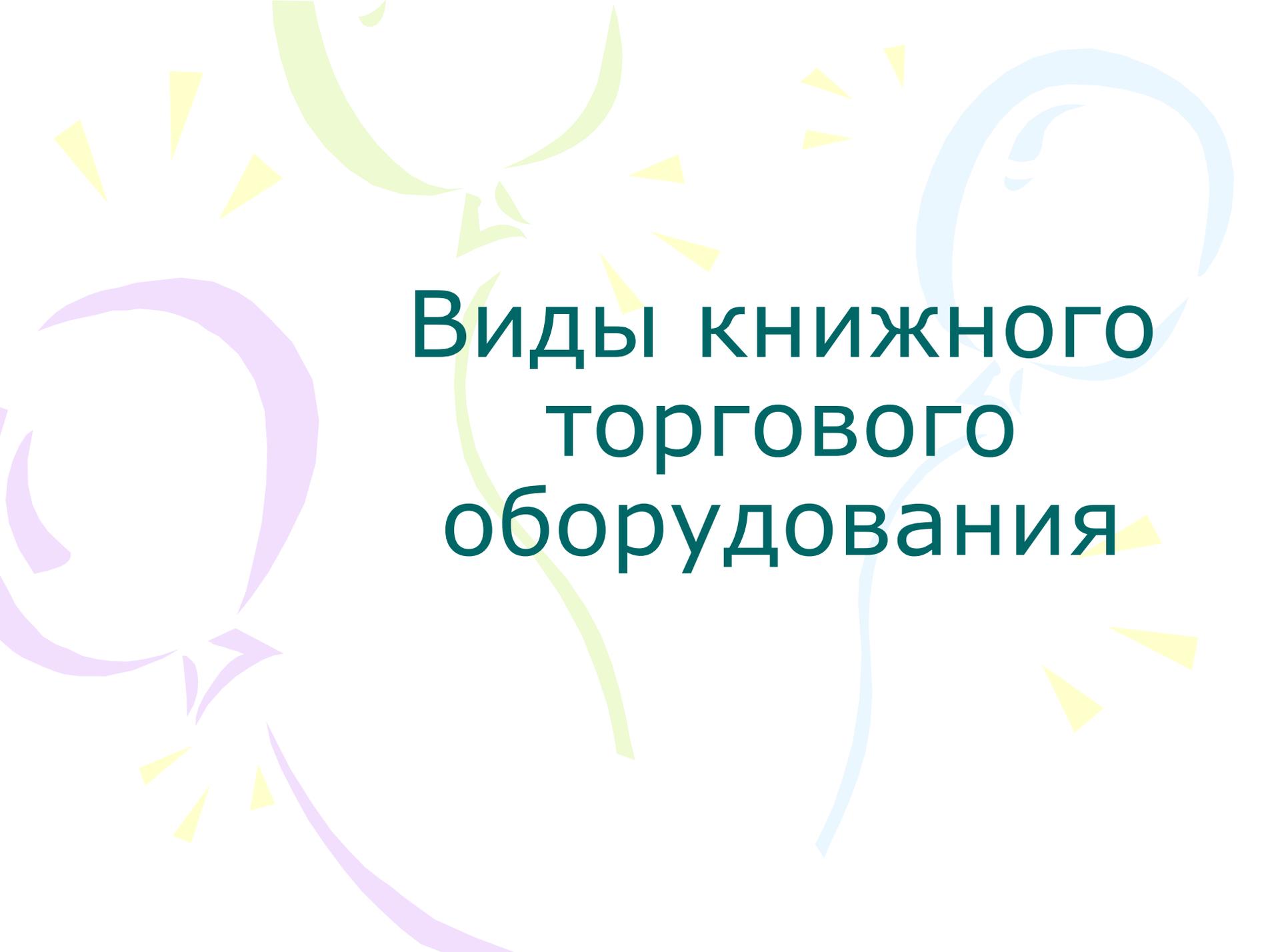
- изготавливают учитывая фирменный стиль магазина (для сетевых книжных магазинов)
- или в зависимости от площади и расположения (для небольших магазинов).

2) Приобретают готовые типовые



# Размещение книг зависит от:

- количества литературы,
- ее специфики,
- визуальности,
- доступности,
- удобства,
- систематичности.

The background features several large, flowing, abstract shapes in light green, light blue, and light purple. Interspersed among these are numerous small, yellow, triangular shapes that resemble rays of light or confetti. The overall aesthetic is bright and modern.

# Виды книжного торгового оборудования

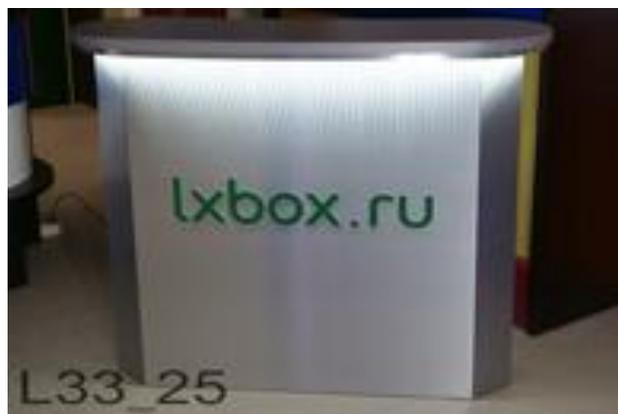
# Стеллажи для книг



# Стеллажи для книг



# Книжные шкафы и тумбы



# Крючки и вставки



# Крючки и вставки



# Витрины для книг



82\_10

# Витрины для книг



250\_19

# Витрины для книг



# Витрины для книг



255\_15

# Витрины для книг



254\_22

# Витрины для книг



82\_13



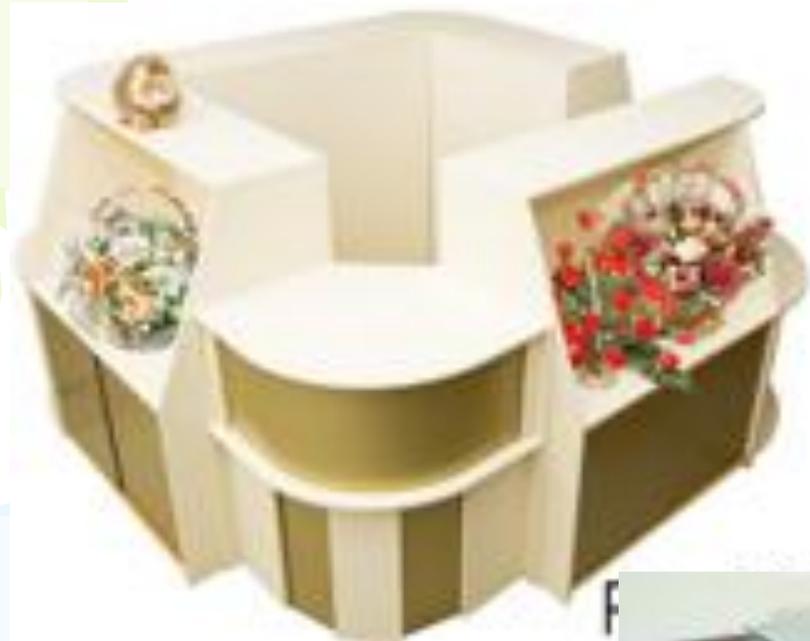
82\_12

# Прилавок (кассовый узел)





291\_09



Ag16\_31

# Стенды



# Стенды



# Стенды



# Островные стенды



160\_44



152\_42



182\_12

# Полки



# Полки



# Стойки

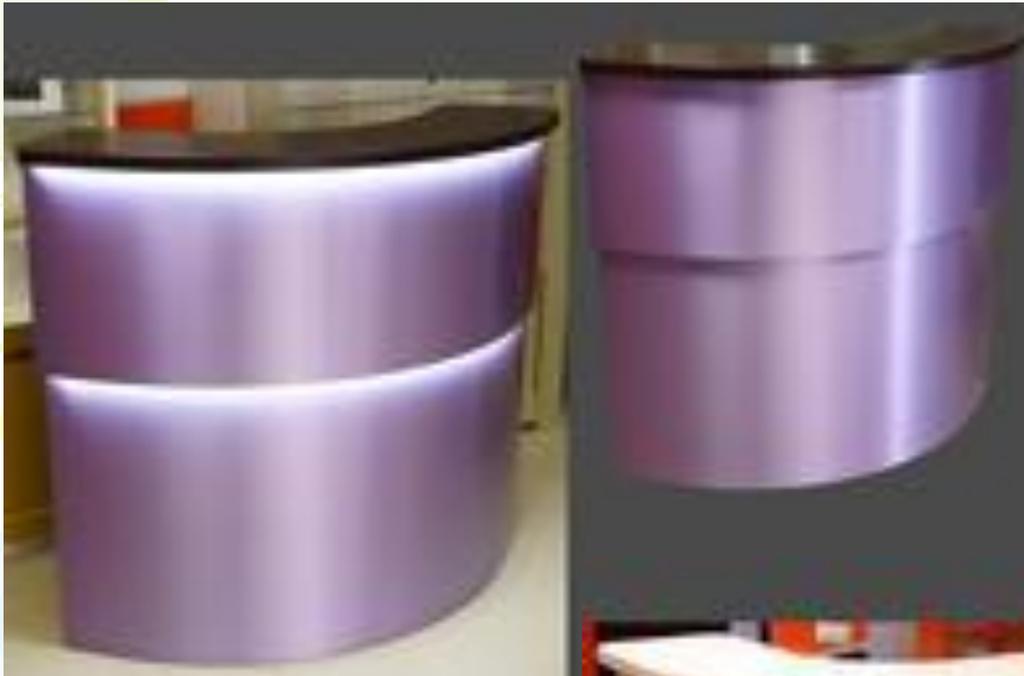
- Стойки-ресепшен



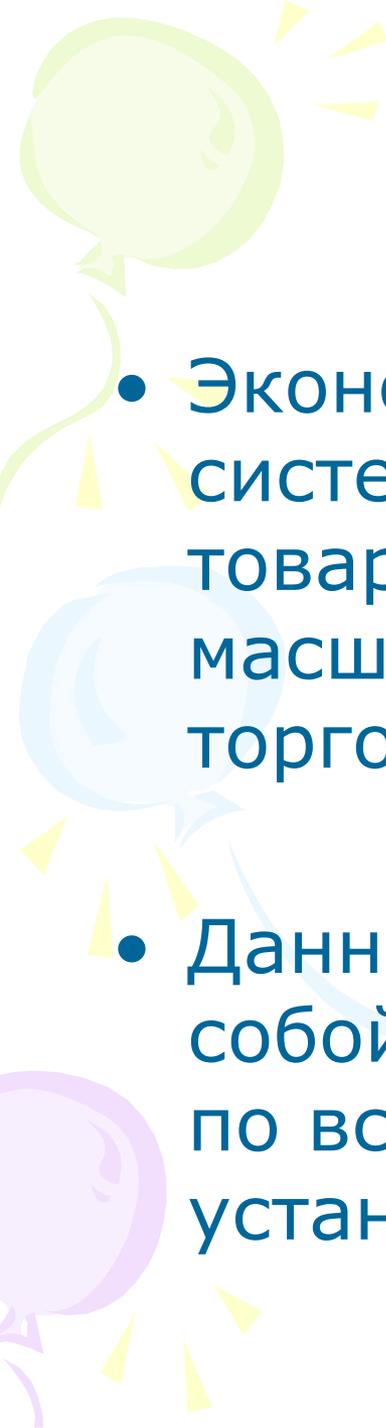




Z11\_35



Z11\_88



# Оборудование с экономпанелями

- Экономпанель – это универсальная система выкладки и экспонирования товаров для разнообразных по масштабам и направлениям объектов торговли.
- Данный вид оборудования представляет собой панель со специальными пазами по всей ее длине, в которые устанавливаются различные аксессуары.



84\_06



