

SELENA

Сеть розничных салонов
fashion-аксессуаров

Детали определяют стиль!

ПРЕИМУЩЕСТВА

SELENA

- ❑ 20 лет на рынке, богатый опыт управления розничным бизнесом.
- ❑ Единственная компания, предлагающая аксессуары для дам 23 - 45 лет.
- ❑ Магазин с четким позиционированием и привлекательным узнаваемым стилем.
- ❑ Продавцы владеют основами стилистики, предлагают не только товар, но и услуги по профессиональному подбору аксессуаров.
- ❑ Отлаженная логистика поставок, гарантированная таможенная чистота товара.
- ❑ Технология удаленного управления ассортиментом.
- ❑ Присутствие в 33 городах России.
- ❑ Члены Российской Ассоциации Франчайзинга



ФОРМАТЫ
МАГАЗИНОВ
SELENA



Формат магазина 30-50 кв.м



Формат магазина 30-50 кв.м



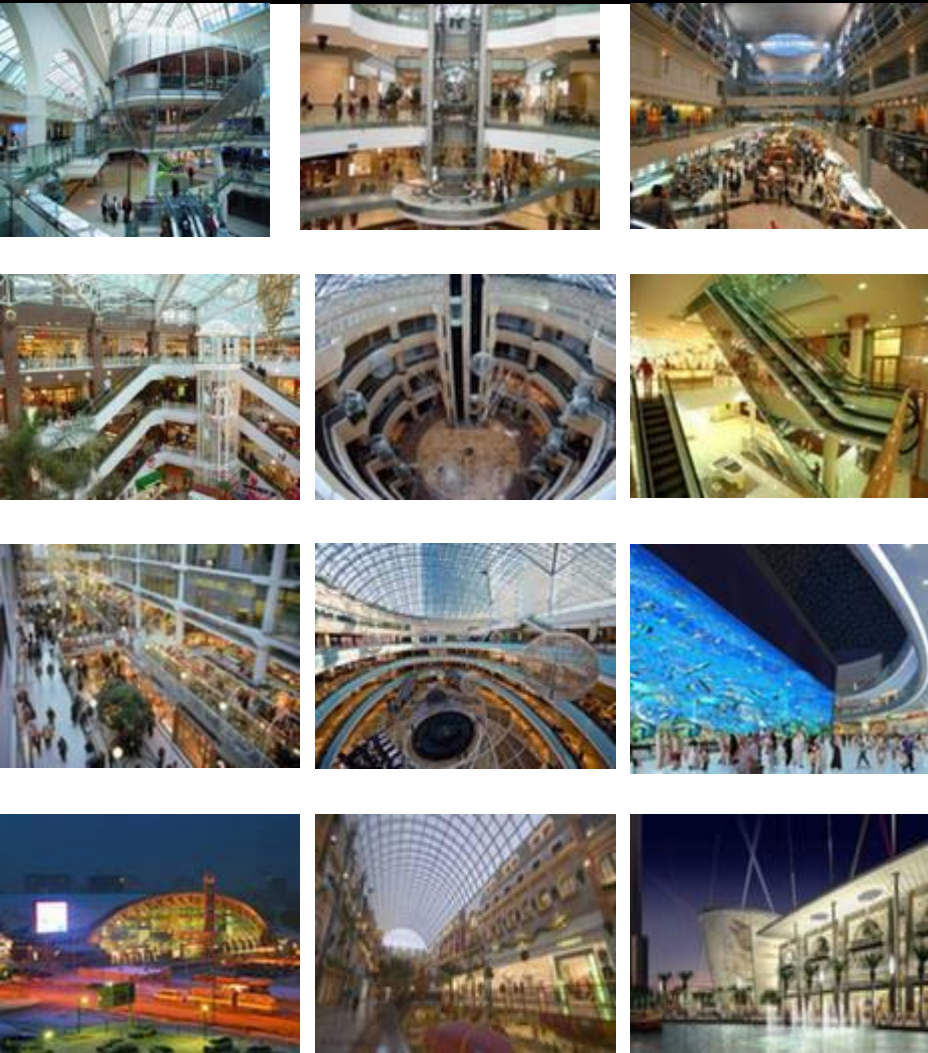
Формат островного киоска 7-20 кв.м.



Формат пристенного киоска 7-20 кв.м



ВЫБИРАЕМ ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР



- Общая площадь торгового центра от 20000 кв.м
- Наличие развлекательного комплекса, удобного подъезда, стоянки
- Соседство с магазинами косметики, одежды, обуви
- Предпочтение 1-м и 2-м этажам
- На пути следования основного потока
- Не в зоне адаптации

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ SELENA



■ Целевая аудитория SELENA – это женщины 25 – 45 лет, желающие выглядеть эффектно! Выглядеть эффектно в понимании женщины — привлекать внимание. Представители данной группы потребителей учитывают модные тенденции, при этом стремятся придерживаться собственного стиля, ориентируются в брендах, но наличие известного ярлычка не является для них поводом расстаться с деньгами.

■ Помимо эмоциональной составляющей в их приобретениях присутствует рациональное зерно. Они оценивают, куда можно надеть новый аксессуар, с какими имеющимися в гардеробе вещами он будет сочетаться, какой эффект произведет на окружающих, соответствует ли новинка существующему имиджу и статусу. Большинство из них работают в учреждениях, где уровень зарплат достигает средней отметки, в результате они могут позволить потратить определенную сумму в месяц на себя любимую, но не могут себе позволить необдуманной траты денег. Разумная трата в их понимании означает приобретение новых предметов гардероба, которые будут сочетаться с уже имеющейся одеждой и аксессуарами.

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ SELENA



□ Эти потребители не относятся к шопингу как к развлечению. Они деловые люди. Дефицит времени не позволяет им ходить по магазинам часто и уделять излишнее время выбору. Для них лучше купить качественную вещь и носить ее долго. Это предпочтительнее, чем постоянно обновлять свой гардероб более дешевыми и менее качественными товарами. Они не побегут в магазин за каждой новой коллекцией. Каждый их визит в торговый центр носит целенаправленный характер.

□ Наши покупательницы ведут активный образ жизни, держат руку на пульсе, состоят не в одной социальной сети, читают журналы (Космо, Лиза, Эль, Гламур, Красота и здоровье), посещают наш сайт (50%), следят за выгодными предложениями (66%), любят получать скидки (63%) и подарки (34%). Потребитель Селены – это адекватная, неизбалованная, динамичная, самостоятельная женщина, которая ценит удобство и моделирует свой образ, исходя из своих привычек — четкость, пунктуальность, статусность.

АССОРТИМЕНТ

SELENA

Средний чек – 1300 руб.





СТАНДАРТЫ СЕРВИСА SELENA



- Магазины SELENA организованы по принципу максимально удобной навигации покупателя. Товары распределяются по зонам в соответствии с характером их потребления. Это дает возможность покупателям быстро ориентироваться в пространстве магазина. Подобное зонирование предназначено для женщин, предпочитающих экономить время на покупках.
- Продавцы-консультанты владеют основами имиджологии и могут грамотно подсказать покупателям при выборе покупки сопоставимость изделий с одеждой и ситуациями. Доносят до потребителей легенды бренда и коллекций.
- Строят коммуникации, направленные на поддержание мнения покупательнице о себе и о Селене как о современной, осведомленной, оригинальной, в меру модной, стильной женщине и марке.

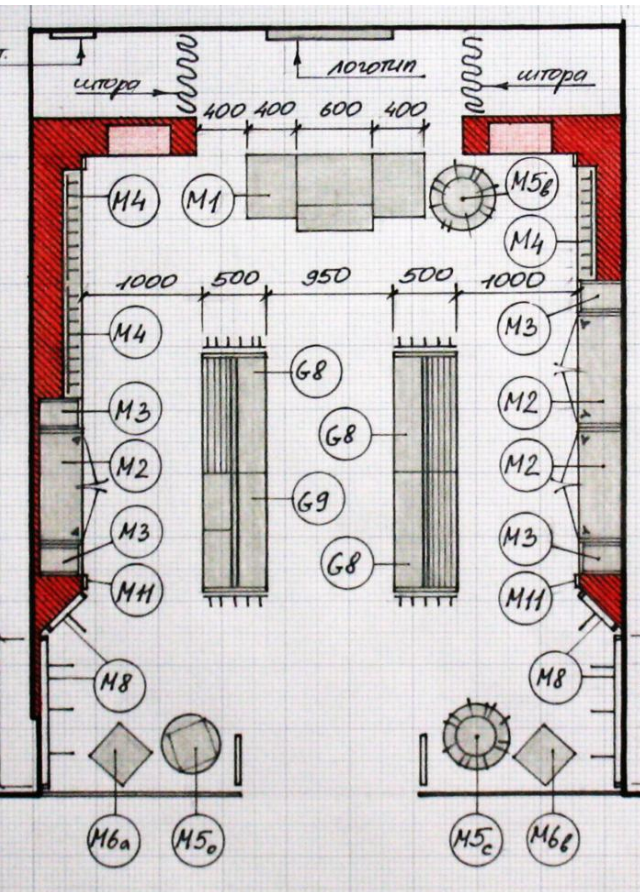
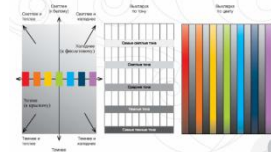


МЕРЧЕНДАЙЗИНГ

SELENA



Мерчендайзинг-бук подробно описывает все правила формирования торгового пространства и выкладки изделий на оборудовании



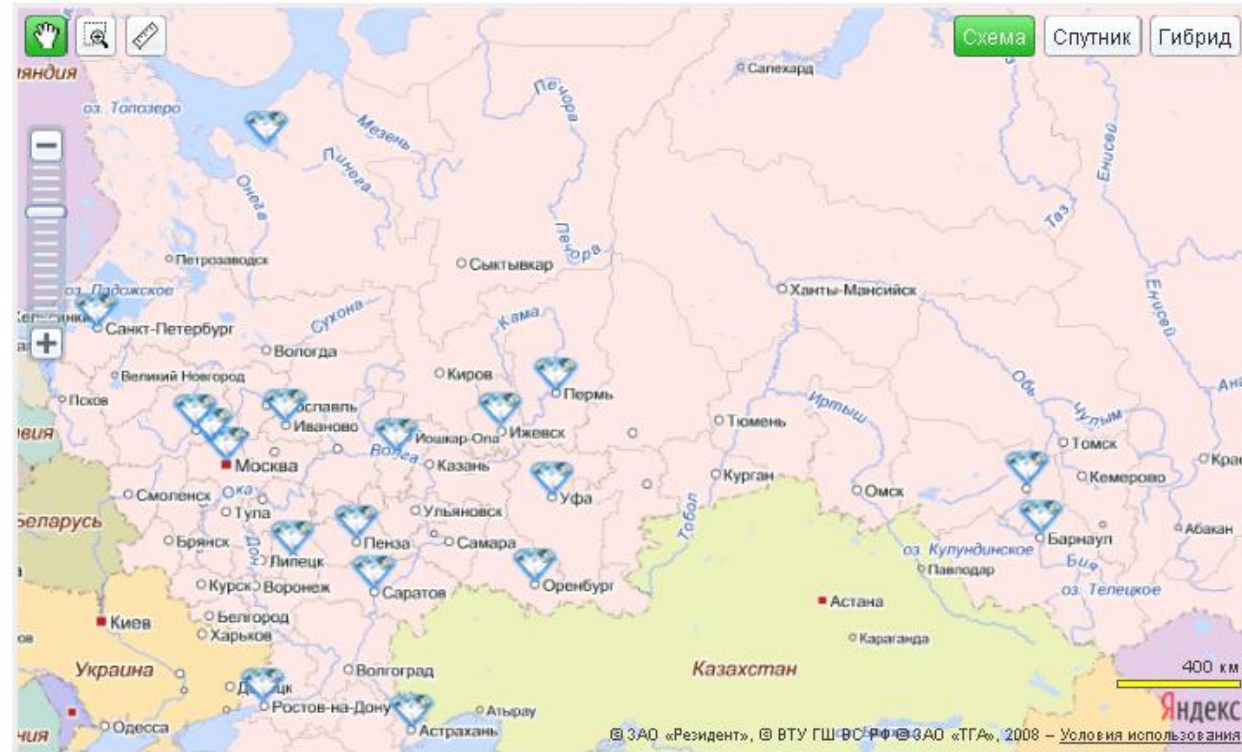
ряд (колье)	C1 C2 A4 G C3 C4 G				ряд	
	колье			бра (браслет)		
1	бусы жемчуг, С3	бусы жемчуг, С3	бусы жемчуг, С3	сгразы, С1	G	1
	бусы стекло, С3	бусы пласт. С4	бусы жемчуг, С3	колье, С2 и А4	G	2
	бусы пласт. С4	бусы пласт. С4	бусы жемчуг, С3	колье, С2 и А4	G	3
2	бусы длинные, С3	бусы длинные, С3	бусы длинные, С4	подвески длинные, С2	G	4
	бусы длинные, С4	бусы длинные, С4	бусы длинные, С4	подвески длинные, D	G	5
	бусы длинные, С4	бусы длинные, С4	бусы длинные, С4	подвески длинные, D	G	6
	бусы длинные, С4	бусы длинные, С4	бусы длинные, С4	подвески длинные, D	G	7
	бусы длинные, С4	бусы длинные, С4	бусы длинные, С4	подвески длинные, D	G	8
	бусы длинные, С4	бусы длинные, С4	бусы длинные, С4	подвески длинные, D	G	9
	бусы длинные, С4	бусы длинные, С4	бусы длинные, С4	подвески длинные, D	G	10



ИСТОРИЯ УСПЕХА

SELENA

[Главная](#) > [Карта магазинов Селена](#)

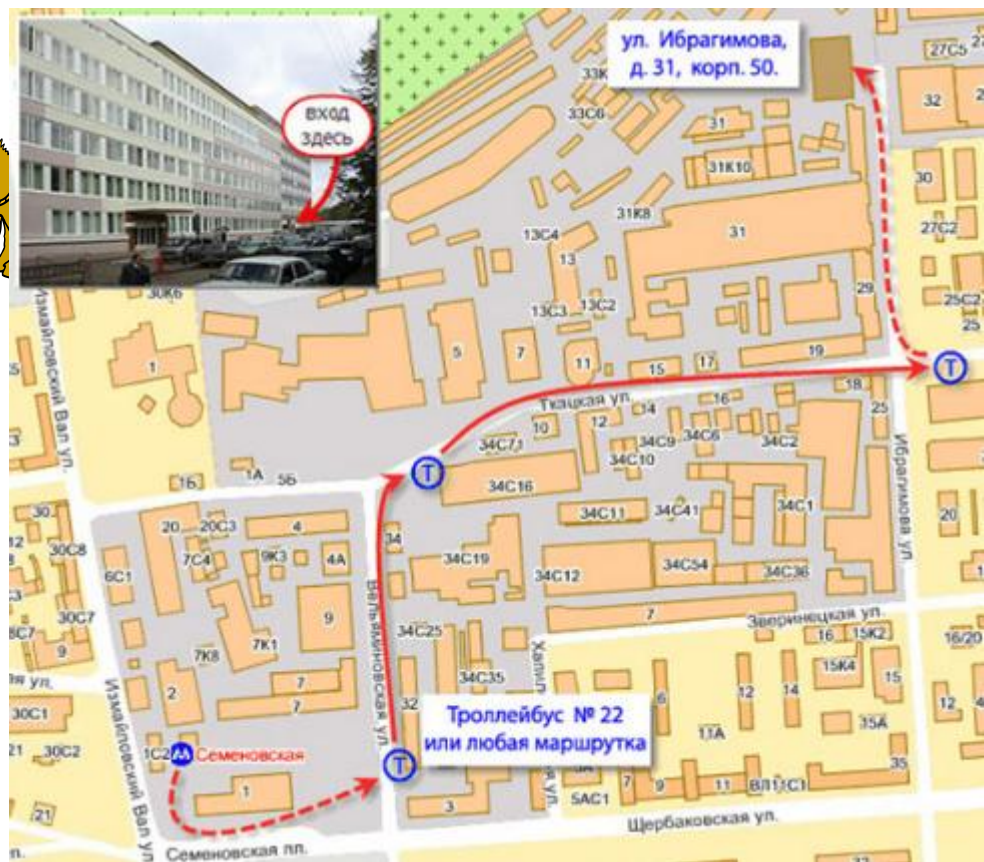


Выбрать город:

- ❑ Год основания 1991
- ❑ Количество постоянно действующих партнеров (включая бренд-секции) 400
- ❑ Количество собственных магазинов 15 (Москва, Санкт-Петербург, Ростов-на-Дону)
- ❑ На 01.09.2011 открыто 32 франчайзинговых магазина в 20 городах России

SELENA

Офис компании:
(495) 651 – 82 – 00
Менеджер по
франчайзингу:
Константин Киселев
E-mail:
fran@selenacc
selenacc@selenacc-u.ru
Сайт:
www.selenacc-u.ru



Наши координаты:
105318, г. Москва, ул. Ибрагимова, д.31, корпус
50, левые лифты 7 этаж, налево