

Результаты анализа настроений в ювелирной отрасли: оптимистические данные по продажам ювелирных украшений и часов в Германии

- возрастает значение марки изделия;
- основой хорошей розничной продажи является профессиональное обслуживание клиента;
- растёт заинтересованность клиентов в покупке ювелирных украшений.

Как ювелирная и часовая отрасли справляются с все еще продолжающимся экономическим кризисом? Какие сегодня возникают пожелания, требования и ощущения в секторе розничной торговли и среди клиентов? Чтобы выяснить это, руководство выставки inhorgenta europe заказало рыночное исследование среди представительной выборки ста розничных торговых фирм в ювелирной и часовой отрасли на всей территории Германии. Первые результаты тщательного исследования, проведенного фирмой BBE Retail Experts (эксперты в области розничной торговли), уже доступны для желающих. В будущем фирма планирует проводить такие обследования регулярно.

Розничная торговля: атмосфера и заказы

Несмотря на продолжающийся экономический кризис, исследования показывают, что клиенты не нервничают и среди продавцов ювелирных изделий и часов царят скорее оптимистические настроения. 43% розничных продавцов, принявших участие в исследовании, оценило существующую сейчас в отрасли ситуацию как хорошую или отличную, 34% опрошенных считают ее удовлетворительной, и только 23% плохо оценило положение в отрасли. Кроме того, 57% ожидают, что ситуация на рынке не изменится, а 25% даже предполагают, что она улучшится. Еще более оптимистичными были ответы, когда вопрос касался положения в их собственных фирмах: уровень заказов оценивается как хороший или отличный в 57% фирм.

Компетентное обслуживание клиента: клиенты ценят внимание продавцов к их индивидуальным запросам

Розничная торговля, как никакой другой сектор, может обеспечить своим клиентам индивидуализированное и компетентное обслуживание во время покупки, что и является ее главным достоинством: 88% опрошенных операторов розничной торговли оценило обслуживание клиента как очень важный фактор, влияющий на успех фирмы. Клиенты очень это ценят и все чаще выбирают специализированные магазины. 76% участников исследования отметило среди клиентов своих фирм рост заинтересованности покупкой ювелирных украшений.

Предпочтения клиентов: основное внимание к цене и марке

В настоящее время цены на ювелирные украшения и часы находятся на низком и среднем уровне. 54% продаж – это низший уровень, а 38% - средний; в часовой отрасли эти цифры составляют соответственно 49% и 40%. Клиенты, приобретающие ювелирные украшения, в первую очередь хотят подчеркнуть свою индивидуальность: 86% опрошенных отметило, что клиенты покупают украшения главным образом или исключительно в качестве дополнения к одежде. Около 44% уверена, что марка изготовителя украшения очень важна. В часовом секторе марка имеет еще большее значение. 81% опрошенных полагают, что марка или изготовитель имеют решающее значение для покупателя.

inhorgenta europe: по-прежнему самое важное событие в отрасли

Армин Виттманн (Armin Wittmann), генеральный директор выставки inhorgenta europe, очень доволен результатами исследования рынка и считает, что „несмотря на сложную экономическую ситуацию, продавцы ювелирных украшений и часов на внутреннем немецком рынке настроены весьма оптимистично. Это ясно свидетельствует о стабильности немецкого рынка в настоящее время. Он по-прежнему привлекателен и это касается также приближающейся выставки-ярмарки inhorgenta europe.” Inhorgenta europe в настоящее время является самым важным торговым мероприятием года для немецких фирм, торгующих часами и ювелирными изделиями. 49% опрошенных розничных торговых фирм принимало участие в выставке inhorgenta europe 2009, а 54% планирует вернуться на следующую выставку, которая будет проходить с 19 по 22 февраля 2010г.

Благодаря раннему сроку проведения выставки, она является первой отраслевой встречей в году, и здесь серьезно прогнозируются тренды нового сезона. Выставка представляет своим гостям обзор новых коллекций, новых марок и новых технологий во всей полноте.

8МК/vH