

Когда все думали, что контракты скоро будут подписаны, помощник Супермена Ли, господин Су, вдруг спросил.

"Господин Фэн, вы все хотите открыть столько больших супермаркетов сразу. Могу ли я спросить о рыночном позиционировании ваших супермаркетов?"

"Позиционирование на рынке? Мы хотим создать основную концепцию универсального магазина! Мы не управляем обычным супермаркетом. Мы строим гипермаркеты! Мы будем удовлетворять потребителей с точки зрения цен, ассортимента, качества, убедительности, обслуживания клиентов и многого другого. Мы хотим удовлетворить потребности наших клиентов. Супермаркеты Тай Хуа станут лучшими гипермаркетами в любом городе и станут достопримечательностью города!".

Фэн Юй копировал модель Carrefour из своей прошлой жизни. Carrefour был первым, кто открыл гипермаркеты, а также европейской и мировой сетью супермаркетов номер 2. После того как Carrefour вышла на китайский рынок, она поднялась на первое место в китайской индустрии супермаркетов. Их модель была очень успешной!

Господин Су нахмурился. Городская достопримечательность? Их цель была слишком высока. Супермаркету нелегко стать городской достопримечательностью.

Тем не менее, господин Су чувствовал, что Фэн Юй хотел как лучше. Достичь этой цели будет нелегко. Потребуется много энергии, чтобы позаботиться о ценах, ассортименте, качестве, удобстве и обслуживании клиентов. Была ли цель поставлена слишком высоко?

"Вы хотите иметь товары хорошего качества по низким ценам и при этом иметь широкий ассортимент? Тогда откуда вы получаете прибыль?" прямо спросил господин Су.

Цены на товары хорошего качества не были низкими. Чтобы иметь широкий ассортимент товаров, это означает, что некоторые из наименее популярных товаров останутся на полках и могут даже просрочиться. Возникнут большие потери, и их стоимость возрастет. Откуда они возьмут прибыль?

Фэн Юй улыбнулся господину Су и посмотрел на остальных. Похоже, всем было интересно узнать ответ. Эти люди обсуждали это еще до его прихода.

"Что? Разве вы все не знаете ответ на этот простой вопрос? Если мы собираемся арендовать местоположение наших супермаркетов, сколько это будет стоить? Мы установили бюджет в 100 миллионов юаней для супермаркета, потому что в него входит земельный участок! Наш супермаркет будет ядром, и мы откроем гипермаркет. Оставшиеся пустые площади можно будет сдавать в аренду. Учитывая, что наш гипермаркет привлечет покупателей, как вы думаете, арендная плата будет низкой?".

"Кроме того, мы открываем более 20 супермаркетов одновременно. Мы являемся огромной торговой площадкой для производителей. Почему нельзя взимать плату за слотинг?".

"Подождите." Господин Су прервал Фэн Юя. "Я понимаю, что касается арендной платы, но что такое плата за слотинг?"

"Проще говоря, это плата за вход в наши магазины! Продукты, продаваемые в наших супермаркетах, будут классифицироваться в зависимости от влияния бренда продукта. Чем больше влияние бренда, тем ниже плата. Чем меньше влияние бренда, тем выше плата. Это потому, что они используют наши супермаркеты для демонстрации своей продукции!".

У господина Су, как и у остальных, отпали челюсти. Фэн Юй был слишком смел, чтобы предложить такое! Взимать плату за вход? Такое могут делать только известные торговые центры. Их супермаркет был еще новым и не был известен. Кроме того, это был всего лишь супермаркет. Почему поставщики должны платить за то, чтобы выставлять свои товары у них?

"Вы все мне не верите? А что если о наших гипермаркетах напишут в национальных СМИ Китая? Если наши гипермаркеты посетят первые лица Китая? Как вы думаете, поставщики будут возражать против того, чтобы мы взимали с них плату?" Фэн Юй улыбнулся и спросил.

Фу Гуанчжэна и Ли Цзэкая внезапно осенило. Они вспомнили, что Фэн Юй сказал, что может позволить их супермаркетам попасть на CCTV. CCTV был национальным телеканалом Китая и имел значительное влияние на китайцев. Если это сработает, то плата за показ будет немаленькой. Арендная плата также будет повышена.

"Если это так, то плата за слоты должна приносить нам высокий доход. Есть ли что-нибудь еще?" продолжал спрашивать господин Су.

Конечно. Например, мы можем использовать модель форсированных рекламных акций. В наших супермаркетах каждый день будут проводиться рекламные акции, чтобы увеличить поток покупателей. Поставщики будут по очереди предлагать свою продукцию, и они должны будут оплачивать маркетинговые услуги. Во время промоакций мы будем размещать товары со скидками на видном месте. Это также полезно для компании, чтобы повысить узнаваемость бренда".

"Форсировать промоакции? Это значит, что поставщикам придется терпеть убытки, чтобы помочь нашим супермаркетам увеличить поток покупателей и прибыль? Вы уверены, что они согласятся на это?" нахмурившись, спросил господин Су.

"Они обязательно согласятся. Я могу это гарантировать. Не забывайте, что мы станем ведущей сетью супермаркетов в Китае. У нас будет самый высокий поток покупателей и объем продаж. Кроме того, поставщики будут по очереди предлагать скидки на свою продукцию. Я не прошу их проводить акции каждый день. Когда наступит очередь другого поставщика, вы тоже получите выгоду. Это похоже на коллективные усилия по рекламе. Кто не согласится, тому не будет позволено продавать свою продукцию в наших супермаркетах!" Фэн Юй сказал высокомерным тоном.

"Что-нибудь еще?" Господин Су считал, что это возможно, но все еще будет зависеть от реальной ситуации.

"Конечно. Это также похоже на коллективную рекламу. Например, во время фестивалей и выходных мы будем раздавать листовки. Тот, кто хочет, чтобы его продукция была представлена на листовках, должен будет заплатить за рекламу, а также людям, распространяющим листовки. Мы также можем взимать плату за размещение рекламы. Мы выделим поставщикам место вдоль прохода или пустое место для демонстрации своих товаров. Эти места привлекут наибольшее внимание и увеличат продажи. Поставщики не могут использовать эти места бесплатно. Если им нужны эти места, они должны за них заплатить!"

В прошлой жизни Фэн Юя в супермаркетах работали упаковщики "уровня Бога", чья ежедневная зарплата превышала тысячи и даже десятки тысяч юаней. Это было связано с тем, что то, как они упаковывали продукты, привлекало внимание покупателей и повышало узнаваемость бренда.

"Наконец, наши отделы свежих продуктов должны следить за тем, чтобы наши продукты были

самыми свежими. Мы можем получать эти продукты напрямую от фермеров и даже создать базу поставок. Не будет никаких посредников, и если наши запасы на исходе, мы сможем пополнить их в любое время. Мы хотим, чтобы наши покупатели привыкли каждый день приходить в наши супермаркеты за продуктами. После покупки овощей, мяса и т.д. они могут купить другие товары, такие как соль, растительное масло и т.д. Когда они будут покупать эти товары, они увидят рядом молоко, ветчину, лапшу быстрого приготовления и т.д. Таким образом, даже если покупатель пришел купить 2 огурца, в итоге он купит много других товаров".

"У меня есть доступ ко многим поставщикам самых разных товаров в Китае. Мне не нужно говорить, насколько дешевле я могу получить эти товары, и все вы будете поставлять импортную продукцию, что привлечет больше клиентов. Господин Су, у вас есть еще вопросы?"

"У меня больше нет вопросов. Господин Фэн действительно похож на то, что сказал мой босс. Хотя может показаться, что это идея из ниоткуда, вы уже все спланировали".

Господин Су закончил говорить и повернулся к Ли Цзэчжу. Ли Цзэчжу кивнул. Это говорило о том, что семья Ли будет участвовать в этом предприятии!

Примечания переводчика: Из этой главы я узнал много нового о супермаркетах. Я не знал, что кроме продажи продуктов, у супермаркетов есть и другие источники дохода.

Carrefour

<https://en.wikipedia.org/wiki/Carrefour>

Плата за слотинг

https://en.wikipedia.org/wiki/Slotting_fee

Примеры креативной выкладки продуктов

<https://www.ranker.com/list/creative-store-displays/ashley-reign>

<http://tl.rulate.ru/book/12677/2066690>