**Jak zbudować wizerunek marki sklepu detalicznego?**

**Strategia marki jest kluczowym elementem budowy wizerunku sklepu detalicznego. Chcąc zdobyć grupę lojalnych klientów, należy starannie przemyśleć jakie skojarzenia, odczucia i przekonania powinna budzić marka. Zanim rozpoczniesz wdrażanie koncepcji, poznaj 6 niezawodnych sposobów, wspierających budowę wizerunku marki w sieci sklepów.**

**Wizerunek marki**

To w jaki sposób marka będzie odbierana przez klientów determinuje jej rozwój bądź upadek. Dlatego tak ważne jest stworzenie wizerunku, który będzie zgodny z koncepcją marki a nie będzie zlepkiem przypadkowych skojarzeń. Aby stworzyć pozytywne, pożądane wrażenia należy wziąć pod uwagę kilka kluczowych elementów, takich jak emocje klientów, ich przekonania dotyczące oferty, wartości, które kojarzą się z marką oraz osobiste doświadczenia odbiorców. Te cechy decydują w jaki sposób Twoje produkty i usługi będą postrzegane.

Na wizerunek składają się wyobrażenia, oczekiwania, odczucia i skojarzenia, dotyczące wszystkich płaszczyzn działalności sklepu, począwszy od jakości oferowanych produktów po sposób komunikacji oraz poziom obsługi klientów.

Kreowanie pozytywnego wizerunku marki to nie tylko wystrój sklepu, logotyp, hasła, materiały marketingowe. To znacznie więcej – mówi Daria Widerowska, Marketing Manager, IT.integro - Aby wyróżnić się na dzisiejszym rynku należy zadbać o spójność marki we wszystkich kanałach sprzedaży. Zachować wysoką jakość w każdym punkcie styczności z klientem. W ten sposób przedsiębiorcy mogą podnieść swoją konkurencyjność wśród innych, podobnych sklepów detalicznych – dodaje.

**Postaw sobie kluczowe pytania**

Aby rozpocząć budowę wizerunku, należy opracować strategię, wyznaczyć cele, sposób oraz harmonogram jej realizacji. Należy określić preferowany segment rynku, do którego kierowana będzie oferta sklepu, strategię produktu, dystrybucji oraz human resource. Istotna jest także strategia marketingowa, która określi narzędzia pozwalające na budowę właściwego wizerunku sklepu.

Jeśli pojawią się wątpliwości odnośnie wyboru segmentu rynkowego, warto zdefiniować grupę docelową z uwzględnieniem kryteriów demograficznych takich jak wiek, płeć, dochody oraz kryteria psychologiczne jak cechy osobowościowe, upodobania, styl życie.

W kolejnym kroku warto określić jaki jest rynek docelowy oraz w jakich kategoriach marka będzie rywalizować z innymi sklepami. Wyznaczyć cechy ją wyróżniające oraz czynniki wpływające na wyjątkowość oferty.

Zadaj sobie pytanie jakie obietnice składasz klientom. Przeanalizuj jakie korzyści racjonalne i emocjonalne oferuje Twoja marka, a także na jakie potrzeby odpowiada. Na koniec opracuj pełną listę powodów, które odróżniają sklep od podobnych, funkcjonujących na rynku. W ostatnim kroku postaraj się opracować skuteczne hasło przewodnie.

**Jak dbać o wyjątkowość marki**

Po wypromowaniu sklepu należy zadbać o to, by oferowane produkty oraz usługi, niezależnie od reprezentowanej branży, były spójne z przyjętą strategią i modelem pozycjonowania. Powinny także w klarowny sposób komunikować charakter marki. Bycie konsekwentnym i spójnym w działaniach marketingowym zaowocuje kompleksowym i szeroko rozumianym doświadczeniem marki.

**Wsparcie wizerunku marki poprzez innowacyjne rozwiązania**

Zarządzanie procesami biznesowymi w wielu obszarach oraz utrzymanie niezmiennej jakości usług jest wyzwaniem dla przedsiębiorców. Potknięcia i drobne błędy w jednej sferze mogą zaważyć na powodzeniu całej marki. Dokładaj wszelkich starań, aby dostarczać klientom to, co obiecałeś. Rozwiązania dla sklepów detalicznych jak [LS Nav](https://www.systemretail.pl/oferta/ls-nav/) pomogą Ci utrzymać stały poziom obsługi i wysoką jakość oferowanych produktów.

**System obsługujący procesy biznesowe w sieci sklepów detalicznych**

LS Nav to zintegrowany system, obsługujący zarówno siedzibę firmy, zaplecze sklepów jak i punkty POS. Jest wykorzystywany w całej organizacji, umożliwiając śledzenie danych, począwszy od momentu zawarcia transakcji do zarejestrowania jej w księdze głównej. LS Nav został zbudowany w oparciu o [system ERP](http://www.dynamicsnav.pl/system-erp/) - [Microsoft Dynamics NAV](https://www.it.integro.pl/system-erp/microsoft-dynamics-nav/) co oznacza, że użytkownicy oprogramowania mają dostęp do różnych obszarów systemu takich jak finanse, sprzedaż, marketing, zarządzanie magazynem i usługi.

**Poznaj 6 warunków, które musisz spełnić, by zbudować silną markę swojego sklepu**

**1. Doskonała znajomość oferowanych produktów i usług**

Niezależnie od tego co sprzedajesz, znajomość oferty jest priorytetem dla wszystkich Twoich pracowników. Powinieneś zagwarantować swojej załodze dostęp do kompletnych informacji, które będą mogli udzielać klientom.

**2. Dbałość o każdego klienta**

Indywidualne podejście i spersonalizowana oferta powodują, że odbiorca staje się lojalny w stosunku do marki.

**3. Mobilność zakupów**

Współczesny klient chce kupować na swoich warunkach. W dowolnym miejscu i czasie. Aby sprostać wymaganiom odbiorców, warto wykorzystać oprogramowanie, zapewniające mobilność jak [LS Omni](https://www.systemretail.pl/oferta/ls-omni/). Dzięki temu rozwiązaniu, biznes stanie się wielokanałowy, gwarantując jednakową, wysoką jakość obsługi - zarówno w sklepie stacjonarnym, online jak i przez urządzenia mobilne.

**4. Wiedza oraz odpowiednie narzędzia sprzedażowe**

Wyposaż swoich pracowników nie tylko w niezbędną wiedzę o produkcie, ale także narzędzia umożliwiające skuteczną obsługę klienta. Zadbaj o mobilne [terminale POS](https://www.systemretail.pl/oferta/ls-pos/), dzięki którym klienci wyświetlą szczegóły produktów oraz sprawdzą ich dostępność w wybranym sklepie.

**5. Doskonała organizacja pracy**

Warto pamiętać, że miła i przyjazna obsługa w sklepie nie zrekompensuje braku organizacji i profesjonalizmu w działaniach. Nie obiecuj swoim klientom więcej, niż możesz im dostarczyć. Jeśli zadbasz o stworzenie wydajnego i sprawnie działającego łańcucha dostaw oraz systemu zarządzania zapasami, możesz być pewien, ze odbiorcy dostaną zawsze to, czego szukają.

**6. Szczegółowa analityka działań klientów oraz wgląd w działalność sklepów**

Im więcej wiesz o firmie, tym szybciej i skuteczniej możesz działać. LS BI to skalowalne narzędzie, umożliwiające przygotowanie wszechstronnych analiz i raportów. Dostarcza ono pracownikom dane niezbędne do podejmowania skutecznych działań i decyzji. [LS BI](https://www.systemretail.pl/oferta/ls-bi/) to pakiet gotowych rozwiązań dla sieci handlowych i sklepów. Obejmuje zestaw predefiniowanych analiz handlowych, z których można korzystać zarówno na komputerze stacjonarnym jak i w przeglądarce bądź na urządzeniach mobilnych.

**Gwarancja sukcesu**

Gwarancją sukcesu Twojej działalności jest zapewnienie wysokiej jakości obsługi oraz silny wizerunek. To dzięki nim, klienci będą chcieli wracać. Poczują więź z marką i pozostaną jej lojalni. Warto korzystać z dostępnych rozwiązań i innowacji. Dostarczyć sobie oraz pracownikom najlepsze narzędzia sprzedażowe i analityczne, gwarantujące kontrolę nad wszystkimi procesami realizowanymi w sieci sklepów, począwszy od centrali po zaplecze.