

«سیتی استار» ابتکاری دیگر در بازار فروش

◀ کتابیون عسلیان



عکس تزئینی است

با دوستان و نوشیدن یک لیوان چای، عده‌ای هم برای خرید لباس و کفش و...هدف ما از این مطلب نقد و بررسی شایعات مذکور نیست بلکه می‌خواهیم ببینیم هایپر استار چگونه هایپر استار شد.

شرکت هایپرمارکت ماف پارس، حدود ۴ تا ۵ سال پیش در ایران با هدف تاسیس فروشگاه‌های زنجیره‌ای با اولویت تاسیس در تهران و شهرهای بزرگی مانند مشهد، شیراز، اصفهان و کرج به ثبت رسید. کار این شرکت با افتتاح اولین مرکز خرید خود واقع در غرب تهران، شمال پارک ارم و جنوب بلوار فردوس چندی پیش بطور رسمی آغاز شد. زمانی که کلنگ ساخت بنای آن به زمین زده شد، در آن منطقه ساخت و ساز زیادی انجام نشده بود و این امکان را فراهم کرد که زمینی با مساحت مناسب جهت ساخت در اختیار داشته باشند. در ضمن دسترسی به این محل از طریق اتوبان‌های شهید باکری، حکیم، ستاری، اتوبان تهران-کرج آسان می‌باشد. انتقاداتی هم به محل قرارگیری آن وارد است، مانند این که رسیدن به این مکان با وسایل نقلیه عمومی هنوز امکان پذیر نیست

و بدون خودروی شخصی باید حتماً از آژانس استفاده کنید. که البته این مسئله با گذشت زمان مرتفع خواهد شد. از ساعت ۹ صبح الی ۱۲ نیمه شب در آن بر روی عموم باز است.

حتماً یا شخصاً از فروشگاه‌های هایپر استار یا بهتر به نام جدید آن «سی تی استار» دیدن کرده اید و یا راجع به آن شنیده اید. این فروشگاه اولین شعبه فروشگاه‌های زنجیره‌ای «سی تی استار» می‌باشد که به تازگی در غرب تهران افتتاح شده است. پیش از افتتاح درباره این فروشگاه، مالکیت آن و این که آیا زیر مجموعه‌ای از یک فروشگاه زنجیره‌ای بزرگ فرانسوی هست یا خیر در بین محافل خبر، اینترنتی و مردم شایعات زیادی بوجود آمده بود و شاید هم همین شایعات به شهرت بیش از اندازه آن در میان مردم دامن زده، بگونه‌ای که باوجود عدم انجام تبلیغات برای آن به گفته بعضی منابع خبری جمعیتی بالغ بر ۶۰۰۰۰ نفر در روزهای اول افتتاحیه از آن دیدن کردند.

و این موضوع را باید در نظر گرفت که پیش از این فروشگاه زنجیره‌ای، فروشگاه‌های دیگری مانند شهروند و رفاه نیز در تهران فعال بوده اند. درحال حاضر نیز با گذشت مدت‌ها تقریباً روزانه ۱۵۰۰۰ نفر از این مرکز خرید دیدن می‌کنند و روزهای آخر هفته آنقدر شلوغ است که حتی راه رفتن در آنجا دشوار است. این مرکز خرید برای مدت‌ها وبلاگ نویس را نیز به خود مشغول کرده بود و بسیاری از نویسندگان اینترنتی راجع به آن مطالب مختلفی نوشته اند. این روزها افراد مختلفی با اهداف متفاوت به این مرکز خرید می‌آیند. عده‌ای برای خرید مایحتاج زندگی، عده‌ای برای وقت گذرانی

حدود ۷۵ درصد از زمان بیداری بزرگسالان صرف انجام کارهای مربوط به شغل شان می‌شود. حال که قرار است ما این همه وقت خود را در زندگی صرف شغلان کنیم چرا آن لذت نبریم؟



به غیر از محصولات، عامل مهمی که در جلب گروه‌های مختلف مردم تاثیر گذار بوده معماری بنای آن است که تقریباً مطابق با استانداردهای بین‌المللی طراحی فروشگاه‌های زنجیره‌ای می‌باشد. یکی از بازدیدکنندگان می‌گفت: «وقتی وارد فضای اینجا می‌شوید انگار که وارد فروشگاه‌های خارجی شده اید.» ساختمان این فروشگاه که دو در اصلی آن نیز رو به بزرگراه شهید باکری باز می‌شوند، حدود یک سال و نیم طول کشید تا ساخته شود. این ساختمان دارای یک طبقه تجاری، دو طبقه پارکینگ با ظرفیت تقریبی ۱۵۰۰ دستگاه خودرو می‌باشد و ۹۰۰۰ مترمربع زیر بنا دارد. تعداد مناسبی پارکینگ در نزدیک‌ترین محل به آسانسور یا پله برقی هم جهت پارک به افراد معلول اختصاص داده شده است. از هر طبقه پارکینگ به راحتی می‌توان با استفاده از پله‌های برقی تعبیه شده به طبقه اصلی رسید. در کنار مسیر ورود به پله برقی‌ها بخشی طراحی و ساخته شده است جهت قراردادن سبدهای خرید چرخداری که خریداران از آنها استفاده کرده‌اند تا خریدشان را به ماشین برسانند. این امر هم باعث سرعت بخشیدن به جمع‌آوری چرخ‌ها و بکارگیری مجدد آنها توسط سایر خریداران می‌شود و هم اینکه از برخورد چرخ‌های سرگردان در پارکینگ با ماشین‌های پارک شده جلوگیری می‌کند. در ضمن افرادی که از پارکینگ به سمت بالا می‌روند می‌توانند از همان جا چرخ خرید را با خود به همراه ببرند. سرویس‌های بهداشتی در بخش ورودی از پارکینگ در طبقه منفی یک و در نزدیکی پله برقی‌ها قرار دارند.



▲ عکس تزئینی است

به غیر از محصولات، عامل مهمی که در جلب گروه‌های مختلف مردم تاثیر گذار بوده معماری بنای آن است که تقریباً مطابق با استانداردهای بین‌المللی طراحی فروشگاه‌های زنجیره‌ای می‌باشد. یکی از بازدیدکنندگان می‌گفت: «وقتی وارد فضای اینجا می‌شوید انگار که وارد فروشگاه‌های خارجی شده اید.» ساختمان این فروشگاه که دو در اصلی آن نیز رو به بزرگراه شهید باکری باز می‌شوند، حدود یک سال و نیم طول کشید تا ساخته شود. این ساختمان دارای یک طبقه تجاری، دو طبقه پارکینگ با ظرفیت تقریبی ۱۵۰۰ دستگاه خودرو می‌باشد و ۹۰۰۰ مترمربع زیر بنا دارد. تعداد مناسبی پارکینگ در نزدیک‌ترین محل به آسانسور یا پله برقی هم جهت پارک به افراد معلول اختصاص داده شده است. از هر طبقه پارکینگ به راحتی می‌توان با استفاده از پله‌های برقی تعبیه شده به طبقه اصلی رسید. در کنار مسیر ورود به پله برقی‌ها بخشی طراحی و ساخته شده است جهت قراردادن سبدهای خرید چرخداری که خریداران از آنها استفاده کرده‌اند تا خریدشان را به ماشین برسانند. این امر هم باعث سرعت بخشیدن به جمع‌آوری چرخ‌ها و بکارگیری مجدد آنها توسط سایر خریداران می‌شود و هم اینکه از برخورد چرخ‌های سرگردان در پارکینگ با ماشین‌های پارک شده جلوگیری می‌کند. در ضمن افرادی که از پارکینگ به سمت بالا می‌روند می‌توانند از همان جا چرخ خرید را با خود به همراه ببرند. سرویس‌های بهداشتی در بخش ورودی از پارکینگ در طبقه منفی یک و در نزدیکی پله برقی‌ها قرار دارند.

طبقه تجاری این مجموعه دارای دو بخش کلی می‌باشد. یک بخش آن که در بین مردم به سوپر شهرت پیدا کرده است و بخش دیگر که شامل ۴۰ مغازه، تعدادی رستوران فست فود، کافی شاپ و یک بخش تفریحی و ویژه کودکان است. این مغازه‌ها بصورت استیجاری واگذار می‌شوند. در قسمتی از آن نیز تعدادی کمد قفل دار وجود دارد که پرسنل بخش‌های مختلف و مردم می‌توانند از آنها بصورت موقت استفاده کنند و وسایل خود را در آنجا قرار دهند. بسیاری از مغازه‌ها برند هستند. از برندها می‌توان به اسپریت، بنتون، اکو، ج اوکس، مانگو، گوگت، اورلاندواسپرت، چرم مشهد، آدیداس، فرش مشهد، فری پلی اشاره کرد. تنها بانک مستقر در این مجموعه بانک سامان می‌باشد. لازم به ذکر است که این مرکز خرید تنها شعبه‌هایپر استاری در تهران خواهد بود که برندهای مختلف در کنار بقیه کالاها یک جا جمع می‌باشد.

امادر بخش هایپر که بیش از ۴۰۰۰ آیتم (محصول) در معرض فروش قرار گرفته است از شیر مرغ تا جان آدمیزاد پیدا می‌شود. تنوع محصولات ارائه شده بصورت کلی شامل موارد زیر می‌باشد:

مواد غذایی

- مواد بهداشتی
- پوشاک برای کلیه سنین و جنسیت‌های مختلف
- کیف، کفش، ساندل، دمپایی و چمدان
- لوازم خانگی
- گل فروشی
- لوازم باغبانی و بذر گل و گیاه
- ابزار
- تجهیزات خودرو
- لوازم ورزشی
- لوازم آرایشی بهداشتی
- لوازم صوتی تصویری
- مبلمان منزل
- اسباب بازی
- زیور آلات
- موبایل
- کتاب و مجله
- سی دی موسیقی
- ظروف آشپزخانه و تزئینی
- لوازم پلاستیکی
- لوازم کادویی و تزئینی
- نانوائی و شیرینی پزی
- قصابی (مرغ و گوشت)
- میوه و سبزیجات
- بعضی ملحقات کامپیوتر، cd خام
- صنایع دستی
- لوازم التحریر
- انواع فرش
- انواع پتو، ملافه، حوله و...
- دوربین عکاسی، فیلمبرداری و بعضی ملحقات
- لپ تاپ و لوازم جانبی و...
- هایپر استار به چند بخش کلی تقسیم شده که هر قسمت زیر نظر یک مدیر اداره می‌شود و اینکه چه چیزی در دسترس مشتری قرار بگیرد یا خیر از زیر نظر آنها می‌گذرد.
- اگر کسی بخواهد که بعنوان مثال کفش‌های تولیدی خود را در اینجا بفروشد برساند، در ابتدا باید یک رزومه کوتاه راجع به تولیدات خود تهیه کند. این رزومه باید حتماً شامل حجم تولید باشد. سپس باید نمونه‌های تولیدی خود را به همراه لیست قیمت‌ها به دفتر مرکزی هایپر استار که شماره تماس آن ۸۸۸۸۱۴۱۸ است برود و به مدیر قسمت مربوطه تحویل دهد. کفش‌های شما مورد بررسی قرار می‌گیرند و بعد از مدتی به شما جواب داده می‌شود. این روند ممکن است طول بکشد چراکه تولیدکنندگان زیادی در نوبت بررسی هستند.



استفاده از نشانه‌های گرافیکی که از سقف آویزان هستند و ذکر اقلام موجود در هر ردیف که محصولات بر روی طبقات آنها قرار دارند، این امکان را به مشتری می‌دهد تا با سرعت بیشتری آنچه در این مجموعه ۸۰۰ نفر مشغول به کار هستند که این خود اشتغال زایی نیز محسوب می‌شود. به غیر از صندوقدارها و کارمندان خانم، افرادی (آقایان) که لباس زرد یا آبی به تن دارند و کارت شناسایی ویژه کارمندان هاپیر به گردنشان است مسئولیت شان چیدن اقلام بر روی طبقات و همینطور پاسخگویی به مشتریان است. ابتکار جالب که بر روی بعضی از تی شرت‌های آبی انجام شده دیدن جمله «از من بپرس» می‌باشد که این امکان را به مشتری می‌دهد تا بدون ترس برای پیدا کردن آنچه می‌خواهد کمک بگیرد. یکی از کارهای ابتکاری دیگر اختصاص دادن بخشهایی از قفسه بندی‌ها به فروش ویژه است. هر از چندگاهی بعضی کالاها تخفیف دارد (مثل دوتا بخر سه تا بخر!) و در این بخش‌ها چیده می‌شوند. ترفند هوشمندانه دیگری که در طراحی این بخش بکار گرفته شده است، ورودی آن است که در دورترین نقطه به بخش مواد غذایی قرار دارد. برای رسیدن به بخشی که عموماً همه در آنجا کار دارند باید از بخش‌های دیگر نیز بگذرید. اگر می‌خواهید ۱ کیلو پرتقال بخرید باید کل فروشگاه را طی کنید تا به پرتقال‌هایتان برسید که حتماً سبزی پر از چیزهای دیگر را با خود می‌کشید. خوشحال باشید زیرا در بخش میوه و سبزیجات می‌توانید آنچه می‌خواهید را انتخاب و جدا کنید و گاهی اوقات لذت آن به خرج کردن پول بابت وسایلی که سرراحتان تا آن بخش برداشته اید، می‌آرزد.

کرده اند کمتر معطل شوند. ایرادی که به بخش صندوق وارد است؛ فاکتوری است که در اختیار مشتری قرار می‌گیرد. بیشتر اقلام فقط دارای بارکد هستند و شما باید حدس بزنید که این بارکد مال گوشت است یا نبات و این خود احتمال خطا را بالا می‌برد.

استفاده از نشانه‌های گرافیکی که از سقف آویزان هستند و ذکر اقلام موجود در هر ردیف که محصولات بر روی طبقات آنها قرار دارند، این امکان را به مشتری می‌دهد تا با سرعت بیشتری آنچه را که نیاز دارد بیابد.

در این مجموعه ۸۰۰ نفر مشغول به کار هستند که این خود اشتغال زایی نیز محسوب می‌شود. به غیر از صندوقدارها و کارمندان خانم، افرادی (آقایان) که لباس زرد یا آبی به تن دارند و کارت شناسایی ویژه کارمندان هاپیر به گردنشان است مسئولیت شان چیدن اقلام بر روی طبقات و همینطور پاسخگویی به مشتریان است. ابتکار جالب که بر روی بعضی از تی شرت‌های آبی انجام شده دیدن جمله «از من

بپرس» می‌باشد که این امکان را به مشتری می‌دهد تا بدون ترس برای پیدا کردن آنچه می‌خواهد کمک بگیرد.

یکی از کارهای ابتکاری دیگر اختصاص دادن بخشهایی از قفسه بندی‌ها به فروش ویژه است. هر از چندگاهی بعضی کالاها تخفیف دارد (مثل دوتا بخر سه تا بخر!) و در این بخش‌ها چیده می‌شوند.

ترفند هوشمندانه دیگری که در طراحی این بخش بکار گرفته شده است، ورودی آن است که در دورترین نقطه به بخش مواد غذایی

قرار دارد. برای رسیدن به بخشی که عموماً همه در آنجا کار دارند باید از بخش‌های دیگر نیز بگذرید. اگر می‌خواهید ۱ کیلو پرتقال بخرید باید کل فروشگاه را طی کنید تا به پرتقال‌هایتان برسید که حتماً سبزی پر از چیزهای دیگر را با خود می‌کشید. خوشحال باشید زیرا در بخش میوه و سبزیجات می‌توانید آنچه می‌خواهید را انتخاب و جدا کنید و گاهی اوقات لذت آن به خرج کردن پول بابت وسایلی که سرراحتان تا آن بخش برداشته اید، می‌آرزد.

در اینجا قضاوت را به عهده شما می‌گذاریم، زیرا نیت ما قضاوت نیست. هدف من بررسی نقاط مثبتی بود که باعث موفقیت بی‌اندازه این فروشگاه شده است.

در نهایت از همکاری مدیر روابط عمومی فروشگاه‌های زنجیره ای هاپیراستار تشکر می‌کنیم.

آنچه که امروز در آنجا بررسی کردم بسیار جالب توجه بود، زیرا دو ردیف و نصفی به کیف و بیشتر کفش و دمپایی اختصاص داده شده بود، از کفش ورزشی گرفته تا کفش کودک با کیفیت‌های متفاوت. در یک سید فلزی بزرگ هم کلی دمپایی ریخته شده بود. از میان نام‌هایی که مشاهده می‌شود می‌توان به کفش نهرین، کفش البرز، چرم درویش، ارس او، پیام، دکتر کردی، ارش ناوالیس و... اشاره کرد. اینطور به نظر می‌رسد که بعضی‌ها اسم اشخاص حقیقی یا حقوقی هستند، اما آنچه که مهم است فعال بودن تولیدکنندگان داخلی است. به نظر جای کیف و کفش‌ها، صندلها و دمپایی‌های مارک‌های دیگر ایرانی خالی بود. کیفیت ساخت همه یکسان نبود و خوب و بد هر دو در کنار هم بودند. متأسفانه در مورد قیمت‌ها جمع‌آوری اطلاعات دقیق مقدور نشد. اما عامل مهم در فروش کفش در این قسمت را می‌توان سهولت دسترسی به مدل‌های مختلف جهت امتحان کردن بدون این که مشتری مجبور باشد به دفعات از فروشنده خواهش کند و در ضمن همه



عکس تزئینی است

چیز در دسترس مستقیم خریدار قرار دارد. این مطلب که برای جلب رضایت مشتری و در عین حال رسیدن به سود بیشتر کالای خود را چگونه و کجا عرضه کنیم بسیار مهم است.

از تسهیلاتی که در اختیار مشتریان قرار گرفته می‌توان به پارکینگ مجانی و سبدهای خرید بزرگ چرخدار و کوچک که هم با دست قابل حمل است و هم روی زمین کشیده می‌شود (که در اکثر فروشگاه‌های زنجیره‌ای دیده می‌شوند) اشاره کرد. به علاوه این فروشگاه جهت رفاه مشتریان معلول و یا سالخورده در ازای دریافت یک کارت شناسایی معتبر و یا مبلغی پول یک صندلی چرخدار در اختیار آنها می‌گذارد و پس از بازگرداندن صندلی چرخدار کارت شناسایی و یا پولی که دریافت شده عودت داده می‌شود.

۵۳ صندوق موجود باعث می‌شود که سرعت راه اندازی مشتریان افزایش یابد. تعدادی از این ۵۳ صندوق به اقلام زیر ده عدد تخصیص داده شده است تا کسانی که کمتر خرید

قدرتمندترین مدیر عامل کسی است که قدرت اطرافیان را گسترش دهد.

