

ЧТО МЕШАЕТ СПОРТИВНЫМ ОЧКАМ ЗАНЯТЬ ПРИЗОВЫЕ МЕСТА В САЛОНАХ ОПТИКИ

НАТАЛЬЯ СЕРЕДИНСКАЯ

Далеко не секрет, что спортивные очки — нечастый товар в салонах оптики. Исторически ли так сложилось или тому есть рациональные предпосылки, попробуем проанализировать в настоящей статье.

УСТОЙЧИВЫЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ УБЕЖДЕНИЯ

Когда заходит разговор о планах закупки в салон спортивных очков, самая распространенная фраза, которую можно услышать от продавцов-консультантов: «А зачем? Их ведь редко кто спрашивает».

Возникает закономерный вопрос: а почему так происходит? С чем, как правило, ассоциируется магазин оптики?

Во-первых, с местом, где продают товар, благодаря которому человек может лучше видеть. Во-вторых, с персоналом в белых халатах — с чем-то, в той или иной мере напоминающим медицинское учреждение. В-третьих, с продавцами-женщинами.

Если просуммировать все эти факторы: «очки + белый халат + женщина», то получится ли сознанию покупателя выдать ответ «спорт»?

УРОВЕНЬ ИНФОРМИРОВАННОСТИ ОБЩЕСТВА

Развита ли и насколько в современном обществе культура ношения спортивных очков? Не просто очков, защищающих от ультрафиолетового (УФ) из-

лучения, а очков со своеобразной формой оправы и линзами, которые дают преимущества при занятиях определенным видом спорта. Если не брать в расчет профессиональных спортсменов, то какой процент населения при покупке, к примеру, велосипеда сразу же задумывается еще и о приобретении специальных очков к нему или целого комплекта, включающего в себя фильтры для пасмурной погоды (с прозрачными линзами), яркого солнца (с линзами 3-й или 4-й категории) и сумеречного времени суток (с желтыми или оранжевыми линзами)? И какое количество людей в принципе знает или хотя бы слышало о существовании очков подобного вида?

КОМПЕТЕНТНОСТЬ ПРОДАВЦА

В любом процессе купли-продажи значительную роль играет уровень доверия к продавцу или уверенность покупателя в его компетентности. Например, лыжи, теннис, бег, водные виды спорта, альпинизм имеют свои особенности. Поэтому продажа спортивных очков обязательно приведет к дополнительному обучению персонала. Консульт-

тантам придется освоить не только новую информацию о типах очковых фильтров и их назначении, но и специфические требования, предъявляемые каждым видом спорта к эксплуатационным свойствам очков. Допустим, для гор важна и хорошая вентиляции оправы, и форма, препятствующая попаданию боковых солнечных лучей. Линзы 4-й категории фильтра актуальны для воды, гор и песков. Безусловно, ни один продавец не может и не должен быть экспертом в каждом виде спорта. Его задача – знать характерные проблемы, возникающие при занятии определенным спортом, и акцентировать внимание клиента на опциях их решения при демонстрации тех или иных моделей. Это даст покупателю уверенность в том, что его запрос о функциональности очков услышан и правильно интерпретирован.

НАЛИЧИЕ ТОВАРОВ-СУБСТИТУТОВ

Если спортивные очки не являются товаром повседневного спроса, вполне вероятно, что им найдена альтернатива. В качестве примера обратимся к спорной теме – использованию очков для



плавания с диоптриями. В свое время эти очки были восприняты как долгожданная панацея для людей с миопией. Однако на рынке предлагается лишь ограниченный диапазон диоптрий – от $-0,5$ до $-7,0/-9,0$, и вдобавок при погружении в воду человек может испытывать чувство дискомфорта из-за возникающего искажения пространства. То-

На правах рекламы



FPV-40 c 595



FPV-28 c 550

Fisher-Price™

SALE

- 11 МОДЕЛЕЙ, каждая в двух типоразмерах и нескольких цветах

- РАЗМЕРНЫЙ РЯД: 36...46 мм

- ВСЕ в НАЛИЧИИ на СКЛАДЕ в МОСКВЕ



ОТ **1500** РУБ.



+7 (909) 998-67-66 / 65



KIDSOPTIKA.ru



Галерея
Очков



гда как давно ставшие общедоступными контактные линзы (КЛ) вполне успешно заменяют очки людям со сложным зрением и при занятиях плаванием.

СПОРТИВНЫЕ ОЧКИ ДЛЯ ДЕТЕЙ

Несмотря на многократные попытки мировых оптических производителей освоить это направление, на сегодняшний день еще не создано коллекции, удовлетворяющей сразу офтальмологическим, спортивным, родительским требованиям и условиям физического и психологического комфорта ребенка, безопасности. Наиболее успешно были реализованы варианты детских спортивных очков для игры в футбол, волейбол, баскетбол. Но и они очень сильно проигрывали с эстетической точки зрения, что вызывало у детей внутреннее сопротивление и, как следствие, их отторжение.

Кроме того, ряд спортивных дисциплин изначально исключает ношение очков ребенком во время тренировок и на соревнованиях. Кармен в очках и на коньках, равно как и булава, парящая вместе с очками над гимнастическим ковром, в лучшем случае будут расценены в качестве неудачных пародий на самые изящные виды спорта. Поэтому и здесь неизменно используются КЛ.

ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ И ПЕРИОД ОБОРАЧИВАЕМОСТИ

При диверсификации ассортиментной матрицы посредством ввода спортивных очков как новой группы товаров определяют, будет ли у салона оптики узкая специализация (допустим, «очки для водных видов спорта») или охватывающая все сегменты спортивного рынка. От этого напрямую зависят как размер первоначальных инвестиционных вложений, так и последующий бюджет рекламной кампании. При этом период оборачиваемости у спортивных очков будет долгим: для салона они являются нецелевым товаром. Иначе говоря, есть шанс, что через какое-то время возникнет разочарование в новом проекте или из-за нерентабельности его полностью закроют.

ПРЯМАЯ КОНКУРЕНЦИЯ — СПОРТИВНЫЕ МАГАЗИНЫ

Для большинства из нас подбор полного комплекта экипировки при новом спортивном увлечении давно стал привычным образом действий. Излишне задаваться вопросом, куда идет человек покупать спортивную одежду. А далее верное построение диалога с консультантом, грамотно расположенные витрины, автоматическое срабатывание мыслей неизменно направят его к стенду со спортивными очками. Возможно, эти очки и будут уступать по своим качественным характеристикам аналогам в салонах оптики. Однако режим экономии времени, спонтанность принятия решения, эмоциональный настрой, вера в профессиональный подход продавца ко всем видам товаров окажутся превалирующими факторами для покупки очков непосредственно в магазине спортивных изделий.

Все изложенное выше — сугубо авторский ход размышления. В каждом конкретном случае у салона оптики есть свои аргументы «за» и «против», свои причины и цели. По мнению автора, несмотря на очевидные рыночные барьеры вхождения, сегмент спортивных очков интересен, мало освоен и потенциально перспективен.