ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №2527

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШИЙ ОФЛАЙН КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Аскона
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Москва
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	http://askona.ru
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	группа компаний Аскона
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
Сопроводительный файл 1	Посмотреть загруженный файл »
Сопроводительный файл 2	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ
Сопроводительный файл 3	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ
ССЫЛКА на Youtube	https://www.youtube.com/watch?v=r0mq0j-Ak8A&t=28s

ЭССЕ НОМИНАНТА

Описание организации (100 слов).

Группа компаний «Askona» - лидер индустрии товаров для сна России, крупнейший вертикально-интегрированный производитель и ритейлер товаров для здорового сна в Восточной Европе. Производственные площадки расположены в Коврове, Владимире и Новосибирске. Основные рынки ГК «Askona» - Россия, СНГ.

- *10 производственных площадок в России;*
- *Количество сотрудников – 8 000 человек.*

По результатам общенационального российского голосования Askona является шестикратным обладателем самой уважаемой народной российской награды «Марка № 1» в категориях «Матрасы для здорового сна» и «Подушки для здорового сна». Эти награды свидетельствуют о доверии миллионов россиян компании Askona, что является гарантией успешного развития бренда.

Цель проекта (не более 1800 знаков с пробелами)

Будучи евангелистом здорового сна Аскона в августе 2022 года открыла в Москве самый большой

фирменный салон в сети площадью почти 1 800 кв.м., в котором собраны все передовые разработки, инновации и умные решения для здорового сна.

В идее салона отражена глобальная концепция бренда Askona, цель которой – донести до клиентов ценности здорового сна. Формат салона уникален, он позволяет нам в максимально комфортной среде продемонстрировать клиентам не только инновационные продукты и сервисы, но и призван задавать планку в части удобства выбора товаров для сна и правильной организации спального пространства. Обновленный формат магазина реализован в концепции домашнего уюта с учетом принципов экосистемы здорового сна.
Главные цели создания флагманского салона:

- обеспечить клиентам максимально удобный подбор товаров для сна
- предложить ряд готовых решений для создания интерьера спальни под потребности клиента
- сократить путь пользователя при выборе товаров для сна
- обеспечить экспозицию для большого количества ассортимента, чтобы дать возможность покупателям протестировать продукты "вживую"
- предложить лучший сервис по выбору мебели для спальни по сравнению с имеющимися на рынке

Суть проекта (не более 3600 знаков с пробелами)

Эксклюзивный концепт флагмана взял лучшие черты предыдущих форматов, отразив идею магазина в магазине. В отличии от привычного открытого пространства мебельных салонов, новый концепт построен с использованием частичного зонирования в виде отдельных комнат для разных категорий товаров. Отличительной чертой концепции стала большая изолированность зон. Каждая категория товаров для сна выглядит обособленно, но в то же время, продолжает общую идею домашнего уютного пространства. Ключевые экспозиции салона выполнены с использованием натуральных отделочных материалов и подчеркнуты теплым освещением, создающим ощущение мягкости и комфорта. В декоре каждой зоны все детали продуманы таким образом, чтобы созданный интерьер можно было сразу вписать в свое домашнее жилое пространство

Ключевые особенности флагманского салона и формата:

- Салон зонирован по сетам, позволяющим подобрать готовое решение для интерьера
- Салон оборудован специальными спальными комнатами (sleep rooms) для тестирования продукции, оборудованные в соответствии с концепцией экосистемы сна
- Впервые во флагманском салоне представлена расширенная зона для детского сна, построенная с учетом подходов к организации спальни для каждой возрастной категории.
- Грамотное распределение трафиковых линий позволяет сделать неторопливый выбор, последовательно проходя все категории и успевая осмотреть полный ассортимент, не пересекаясь при этом с посетителями других категорий
- Четкая система графической визуализации коллекций значительно упрощает выбор товара, а в специально выделенном пространстве можно протестировать понравившийся продукт
- Увеличена площадь представленности аксессуаров, текстиля, выделен корнер функциональной одежды для сна и отдыха, а также зона релакса с умными гаджетами для расслабления и восстановления
- Поддерживая принципы экологичности в салоне представлена экспозиция матрасов линейки Seaqual, сделанных с использованием текстиля из переработанного пластика. В зоне установлен специальный бокс для утилизации подушек, одеял и текстиля, где **покупатели могут оставить вещи (подушки и одеяла) для переработки и утилизации.**

Ключевой элемент стратегии бренда Askona - клиентоцентричность, поэтому принимая решение об открытии самого большого флагманского магазина мы в первую очередь учитывали накопленные знания о клиентском опыте и удовлетворении потребностей наших покупателей.

Вовлеченность сотрудников (не более 1800 знаков с пробелами)

В проект по разработке и реализации концепта нового флагманского салона было вовлечено 27 сотрудников компании из 5 различных подразделений: проектный офис, категорийная служба, служба мерчендайзинга, служба технологов производства и отдел веб-разработки. Перед коллегами стояла важная задача - на основе собранной обратной связи от клиентов создать и трансформировать клиентский путь по выбору товаров для сна таким образом, чтобы обеспечить нашим покупателям максимально удобный и комфортный сервис при выборе товаров.

На постоянной основе в ежедневном режиме управление по обслуживанию клиентов собирает обратную связь от наших покупателей, систематизирует ее и выделяет драйверы для изменений и улучшений, которые потом собираются в дерево проблем и передаются в кросс-функциональные команды для работы с изменениями и улучшениями. Эти отзывы и мнения были учтены при планировании концепта флагманского салона. Все эти улучшения были предложены сотрудниками кросс-функциональных команд.

Клиентоориентированность, способность слушать и слышать клиента (не более 1800 знаков с пробелами)

На основании отзывов была добавлена большая зона кастомизации продукции, специализированный корнер с образцами тканей для обивок, которые клиенты могут забрать с собой чтобы дома подобрать цвет мягкой мебели под дизайн своего интерьера, создана специальная демонстрационная зона для диванов, в которой показаны разные типы подлокотников. Все эти улучшения были предложены сотрудниками кросс-функциональных команд.

Улучшения и новые решения, которые были внедрены на основании пожеланий и предложений клиентов, а также анализа клиентского пути

- Впервые применена демонстрация товаров по сетам здорового сна Это концепция оформления пространства в едином стиле – интерьерном, цветовом и т.д. с учетом экосистемы здорового сна. Клиент может выбрать сразу готовое решение для своей спальни или гостиной
- Впервые в едином интерьерном решении собраны товары для здорового детского сна для детей от 0 до 17 лет. Товары собраны и промаркированы в соответствии с возрастом ребенка и меняющимися требованиями к организации детской спальни. Все товары для детей соответствуют европейским требованиям к безопасности продукции.
- Отдельно выделена зона гаджетов и инноваций, где покупатели могут протестировать и выбрать современные технологичные устройства, которые позволяют сделать процесс отдыха более качественным

Для поиска улучшений в конце сентября 2022 года команда топ-менеджеров Асконы в течении 2-х дней рабочих дней выходила "в поля" и работала в салонах в качестве консультантов. Самая главная цель этого мероприятия - посмотреть на процессы изнутри и с т.з. клиента, чтобы выявить точки улучшений. По итогу было предложено более 180 пунктов для улучшений.

ИТОГИ: какие были результаты? (не более 3600 знаков с пробелами)

Несмотря на то, что салон был открыт 6 месяцев назад, новый формат флагманского салона зарекомендовал себя как успешный и способный к тиражированию на регионы.

- Благодаря размещению товаров по сетам салон привлекает к себе дизайнеров интерьеров и их клиентов, заинтересованных в готовых решениях для интерьера.
- Зонирование в салоне делает возможность проведения подробных видеоконсультаций, ставших популярным форматом продаж с 2020 года.
- Переработка и новое оформление зоны аксессуарики позволило увеличить объем продаж КПБ на 22% по итогам года
- Выделение в салоне зоны и услуги приемки и утилизации старых подушек, одеял и текстиля привело к увеличению объема продаж новых подушек, одеял и КПБ на 64%

Инновации и креативность (не более 1800 знаков с пробелами)

Флагманский салон "Аскона" не имеет аналогов среди мебельных салонов конкурентов по стране. Всего во флагманском салоне в 30 зонах представлено почти 2 000 ассортиментных позиций, призванных качественно улучшить сон, что является уникальным для направления товаров для сна.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА:

ФАМИЛИЯ	Корчагова
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Елена Михайловна
ДОЛЖНОСТЬ	Коммерческий директор