



ชื่อหนังสือ ศาสตร์แห่งการช้อปปิ้ง

ผู้เขียน Paco Underhill

ผู้แปล สุนิสา กาญจนกุล

ราคา 280 บาท

หาซื้อได้ตามร้านหนังสือชั้นนำทั่วไป

บริเวณชำระเงินและบรรจุของใส่ถุงคือบริเวณสำคัญที่สุดของร้าน หากการจ่ายเงินไม่รวดเร็ว...

นักช้อปปิ้งจะหงุดหงิดหรือเดินหนีไป...

...ทันทีที่ลูกค้าเข้าแถวรอจ่ายเงิน แผงอัลบั้มออกใหม่ก็จะถูกบังจนมองไม่เห็น เราเสนอให้...

ยอดขายแผ่นเสียงเพิ่มขึ้นโดยฉับพลัน

สิ่งที่ทำร้ายห้างก็คือ นักช้อปปิ้ง...หยุดอยู่หน้าผลิตภัณฑ์ แต่กลับไม่ยอมซื้อไม่ว่าจะด้วยสาเหตุใดก็ตาม...

...โดยทั่วไปแล้วยังนักช้อปปิ้งอยู่ในห้างร้านนานเท่าใด พวกเขาจะซื้อมากขึ้นเท่านั้น...

การตลาด การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และทำเล อาจช่วยดึงดูดนักช้อปปิ้งให้เข้าร้าน แต่หลังจากนั้นคือหน้าที่ของสินค้า พนักงาน และตัวห้างร้านเองที่ต้องเปลี่ยนนักช้อปปิ้งให้กลายเป็นผู้ซื้อสินค้า

ปัญหาเรื่องผู้ค้าปลีกไม่รู้ว่ใครคือผู้ที่มาช้อปปิ้งในร้านของตนเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตลอดเวลา...

นักช้อปปิ้งนั้นมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนตามเพศ วัย รายได้ และรสนิยม...ต้องมีการจัดสิ่งแวดลอมแบบค้าปลีกให้เหมาะสมกับคุณสมบัติของ “ค่าคงที่ทางชีววิทยา” เหล่านั้น

...หากป้ายผังโรงแรมอยู่ใกล้กับประตูหน้ามากเกินไป พนักงานต้อนรับจะต้องตอบคำถามโง่ๆอยู่ทุกวัน...

...ในหลายๆแผนกของห้าง ผลิตภัณฑ์ชนิดแรกที่ลูกค้าเห็น ไม่ได้หมายความว่าต้องมีซื้อได้เปรียบเสมอไป บางครั้งสิ่งที่เกิดขึ้นก็ตรงกันข้าม...

อากาศหนาวเย็นและนักช้อปปิ้งก็เป็นผู้หญิง ข้อมูลนี้บอกอะไรเราได้บ้าง

ไม่มีใครศึกษาป้ายต่างๆแบบเดียวกับที่อุตสาหกรรมฟาสต์ฟู้ดทำ

...แง่มุมสำคัญที่สุดเกี่ยวกับการช้อปปิ้งคือสิ่งที่ดูเหมือนธรรมดาสามัญที่สุด อันได้แก่การเคลื่อนไหวของมนุษย์ ซึ่งโดยหลักๆแล้วคือวิธีการเดินของเรานั้นเอง

นี่คือส่วนหนึ่งที่หนังสือเล่มนี้มอบให้กับผู้ทำธุรกิจให้รู้จักวิธีรักษากลุ่มลูกค้าเดิมและสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่ นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในฐานะนักช้อปปิ้งเพราะช่วยให้เกิดจับจ่ายใช้สอยอย่างรู้เท่าทันกลยุทธ์การดึงเงินออกจากกระเป๋าคุณ

“เป็นหนังสือที่อ่านสนุกและให้ความรู้เหมาะสำหรับทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย”

*Michael Gould, ซีอีโอห้างบรูมิงเดล*

