



# Горячая линия

С 31 июля торговая компания «КЛАСС» провела новую для себя акцию: «Горячая линия: вопросы и ответы». В течение недели жители города имели возможность звонить по телефону и задавать интересные их вопросы по поводу работы торговой компании.

За время работы горячей линии поступило более сорока звонков.

Заинтересованные горожане не только задавали вопросы, но и делились своими впечатлениями о работе компании, высказывали предложения, а также свои претензии.

Ответы специалистов компании на наиболее часто встречавшиеся вопросы мы сегодня публикуем.

**Горячая линия продолжает работу. Вопросы регистрируются. Ответы на них вы обязательно получите в следующих публикациях. Напоминаем телефон: 32-53-54, с 9 до 12 и с 15 до 17 часов.**

## 1. Почему «Универмаг» вдруг стал торговой компанией «КЛАСС» и какая между ними разница?

Действительно, крупнейшее в городе торговое объединение «Универмаг», начинавшее свою историю в 1946 году с одного универсального магазина, превратилось в торговую компанию «КЛАСС».

Смена названия в данном случае – это не просто смена вывески, а изменение стратегии развития сети торговых предприятий бывшего «Универмага».

**Во-первых**, следует отметить, что разросшаяся сеть магазинов перестала соответствовать своему названию: ведь универмаг – это универсальный магазин. А в объединении «Универмаг» появились и сугубо продовольственные магазины, и магазины, специализирующиеся на определенной группе промышленных товаров, и перерабатывающие цеха по производству мясных и овощных полуфабрикатов, изготовлению готовых салатов.

**Во-вторых**, изменились требования покупателя к качеству и ассортименту товаров и уровню обслуживания.

Все это привело к необходимости структурной перестройки торгового объединения.

Суть этой перестройки сводится к тому, что в торговой компании «КЛАСС», объединяющей в себе 22 магазина, образованы две сети розничной торговли: «Класс» и «Монетка».

Магазины сети «Класс», получившей такое же название, что и сама компания, – это качественные товары известных зарубежных и отечественных производителей, высокие стандарты обслуживания.

Магазины же сети «Монетка» – это оптимальный ассортимент товаров повседневного спроса.

## 2. Какие специализированные магазины входят в торговую компанию «КЛАСС»?

В розничную торговую сеть «Класс» помимо универсальных магазинов (ЦУМ, «Огни Магнитки») входят еще и специализированные.

Первый открывшийся из них – «КЛАСС. Стильная одежда и обувь» – появился

на месте магазина «СТИЛЬ». Этот магазин специализируется на продаже товаров высочайшего качества известных зарубежных фирм, отражающих передовые направления мировой моды.



Ко Дню металлурга открылся магазин «СПОРТ-КЛАСС» (бывший магазин «ЛАГУНА»), приоритет в котором отдан товарам для спорта и отдыха (спортивный инвентарь, туристское снаряжение, кроссовки, спортивные костюмы, купальники и многое другое).

После реконструкции изменит свое название и магазин «Юность». Но специализация его останется прежней: товары для детей.

Магазин «Счастье» специализируется на товарах для дома: стекло, посуда, постельное белье, одеяла, подушки, покрывала, ковры.

Одно из направлений работы компании – продажа автомобилей, запчастей к ним и сервисное обслуживание по знакомому всем автомобилистам адресу: Московская, 8.

В ближайших планах – создание специализированного молодежного магазина, а также магазина строительных материалов.

## 3. В городе появилось несколько магазинов «Монетка». Как их различать?

Торговая сеть «Монетка» состоит из 13 магазинов, которые расположены в разных районах города и, в принципе, мало чем отличаются друг от друга по ассортименту и ценовой политике.

В основе своей они представляют из себя небольшие уютные магазины продовольственного профиля, обслуживающие население близлежащих жилых кварталов. Есть среди них и крупные, по городским масштабам, магазины универсального профиля. Например, «Монетка» по ул. Грязнова, 26 – бывший магазин «Любава».

Эти магазины привлекают покупателей нарядным внешним обликом и яркой вывеской «МОНЕТКА». Но изменения коснулись не только внешнего вида, но и принципа организации торговли.

Среди звонков по «горячей линии» были не только вопросы.

Один из звонивших сетовал на неоправданно

высокие цены в «Монетках» по сравнению с рынком.

Хотелось бы опровергнуть это замечание. Специалисты компании постоянно отслеживают и анализируют уровень цен на товары первой необходимости и учи-

тывают их при формировании ценовой политики. Единый ассортимент во всех магазинах, позволяющий планировать объемы продаж, а также сокращение издержек за счет системы самообслуживания, позволяет удерживать цены в магазинах сети «Монетка» на уровне рыночных.

В этом можно убедиться, посетив любой из этих магазинов.

## 4. Где можно приобрести сравнительно недорогие промышленные товары, в том числе одежду и обувь?

Ответ на этот вопрос еще раз возвращает нас к разговору о сети «Монетка».

В каждом магазине этой сети есть сопутствующие товары промышленной группы. А в «Монетке» по ул. Грязнова, 26 («Любава») представлен весь ассортимент промышленных товаров от одежды и обуви до мебели и бытовой техники по доступным ценам.

## 5. Почему закрылся магазин «ЮНОСТЬ»?

Таких вопросов было достаточно много. Действительно, этот магазин полюбился горожанам не только широким ассортиментом детских товаров, но и прекрасными праздниками для детей и взрослых.

В настоящее время магазин «ЮНОСТЬ» закрылся на ремонт и реконструкцию с тем, чтобы в скором будущем превратится в настоящий МИР ДЕТСТВА, в

котором будет уютно и детям и родителям.

На время ремонта весь ассортимент товаров для детей размещен в магазине «Монетка» (ул. Грязнова, 26). Там же организована расширенная продажа товаров к школьному сезону: одежда, обувь, портфели, канцтовары.



**Для тех, кто еще не знает: сегодня, 10 августа, в 18 часов на площади перед магазином «МОНЕТКА» (бывший магазин «Любава») состоится праздник «ШКОЛЬНЫЙ ЕРАЛАШ», на котором можно будет увидеть демонстрацию моделей одежды для школы, поучаствовать в забавных конкурсах и выиграть хороший приз.**

## 6. Предусматриваются ли в торговой компании «КЛАСС» льготы постоянным покупателям?

На протяжении многих лет в «Универмаге» существовала программа работы с постоянными покупателями. Регулярно проводились покупательские конференции по итогам года, которые помогали получить обратную связь с потребителями. В связи со структурной перестройкой компании программа была временно приостановлена и в настоящий момент находится в стадии доработки.

Подробнее об этой программе специалисты компании расскажут в следующих выпусках «Горячей линии».

**Кроме вопросов были предъявлены и претензии.**

**Специалисты торговой компании самым тщательным образом разберутся по каждому затронутому вопросу и примут надлежащие меры.**