



Comerț cu amănuntul al îmbrăcămintei, în magazine specializate (CAEN: 4771)

Adresa punct de lucru: Valea Roșie, str. Spania, nr. 7, Craiova

Adresa sediu social: str. Nicolae Iorga, nr. 27, Bl.E3, sc.1, et.1, ap.5 Craiova Dolj

CUI: 40636083

## PRODUSE DE CALITATE DIN DIFERITE BRANDURI:

- ANTONIA M
- ZARA
- MOHITO
- MISS MISS BY VALENTINA
- GUYA G
- ALESSANDRO DI LANGE
- PRIMO EMPORIO
- XAGON MAN

Ca **viziune** ne-am gandit la: "a vinde inseamna: a ajuta, a sfatui, a convinge, a servii".

Oferirea de haine de calitate, atat pentru femei, cat si pentru barbati in vederea satisfacerii de gusturi/ alegeri mai alese, nu de tip bazar/ targ, in raport cu pret/calitate.





*SET IMBRACAMINTE DAMA*

*"Îmbracă-te bine și vor reține  
rochia; îmbracă-te impecabil și  
vor reține femeia."  
Coco Chanel*



*ROCHIE DAMA*

*"O femeie poate să fie  
îmbrăcată exagerat, dar  
niciodată exagerat de  
elegantă."  
Coco Chanel*



*SET: Bluza+ accesorii*



TRENING  
BARBATI



TRICOU BARBATI



PANTALONI  
SCURTI BARBATI



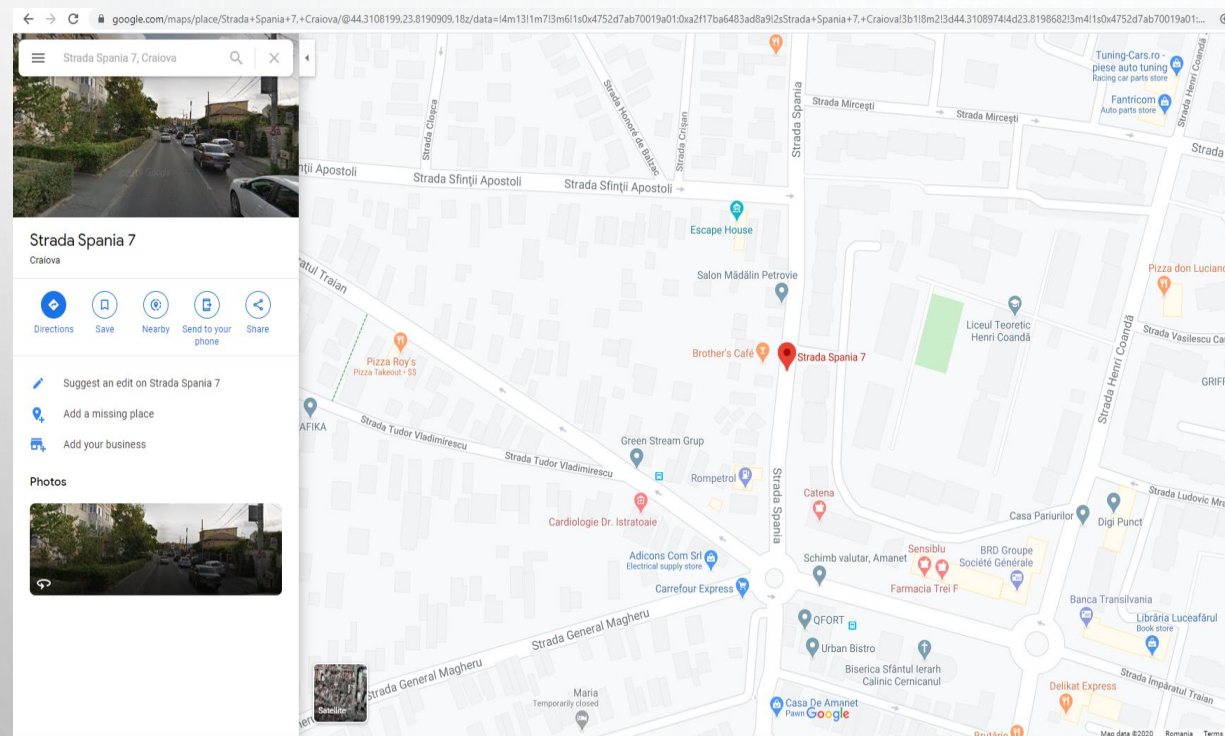
COSTUM  
BARBATI

Magazinele de imbracaminte se adreseaza catre o clientela dornica de vizionare, cumparare si/sau care doresc sa se relaxeze doar privind. Astfel ca din punct de vedere al dezvoltarii durabile consideram ca raspundem.

## LOCATIA:

Adresa punct de lucru: Valea Roşie, str. Spania, nr. 7, Craiova

Adresa sediu social: str. Nicolae Iorga, nr. 27, Bl.E3, sc.1, et.1, ap.5 Craiova Dolj



# MAGAZINUL ELMA OUTLET



## SERVICII INOVATIVE IN RELATIA CU CLIENTII:

- Abordarea cumpărătorului : această etapă este foarte importantă deoarece reprezintă oportunitatea inițială pentru vânzător de a face impresie bună, pentru a câștiga și a reține un contact viu cu clientul potențial.
- Identificarea nevoilor cumpărătorului : stârnirea interesului cumpărătorului care se realizează prin întrebările utilizate de către vânzător pentru a identifica nevoile acestuia și pentru a obține cea mai bună idee despre produsul căutat. Cu cât ascultă mai atent nevoile și dorințele pe care le expune clientul cu atât vânzătorul va fi capabil să-l influențeze în luarea deciziei de cumpărare
- Argumentarea și demonstrarea vânzării : stimularea dorințelor și a preferințelor precum și formularea unor propuneri concrete se face prin prezentarea produsului. În această prezentare este necesar să se aducă în prim plan caracteristicile, avantajele și beneficiile produsului, vânzătorul căutând să-l convingă pe client că acesta răspunde în mod explicit nevoilor sale concrete.
- Finalizarea vânzării : vânzătorul va încerca să găsească momentul potrivit pentru a obține acțiunea cumpărătorului, respectiv achiziționarea produsului.
- Menținerea relației cu cumpărătorul : Un vânzător bun trebuie să întărească convingerea cumpărătorului că alegerea produsului a fost optimă, iar decizia luată a fost înțeleaptă și eficientă.

# PIATA – CLIENTII

Ca profil, clientii firmei sunt persoane fizice – ca tip: femei, barbati, indiferent de varsta.

- produsele comercializate sunt produse de imbracaminte si accesorii pentru femei si barbati:
- femei= bluze, fuste, rochii, pantaloni, sacouri, gecii, tricouri, camasi etc si accesorii pentru imbracaminte dama: curele, gabolturi, esarfe etc
- barbati= camasi, tricouri, pantaloni, blugi, gecii, etc
- marimile acopera toata gama, de la s sau xs la xxxl.



# PIATA – CLIENTII

Magazinul se adreseaza  
cumparatorilor din Craiova si zonele  
limitrofe ale orasului



# MARKETING

## POLITICA DE PRETURI

Am creat un pachet competitiv, care consta in urmatoarele:

- clientul alege /selecteaza dupa dorinta pe moment
- clientul ajunge acasa si undeva se rasgandeste
- clientul se intoarce la noi si noi vom putea sa-i oferim schimbare masura si/sau alt model, ori in cel mai rau sens plata inapoi, daca clientul pastreaza bonul.



# CIFRA DE AFACERI 2019

