

**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени  
М.В.ЛОМОНОСОВА**

**Факультет журналистики**

Кафедра новых медиа и теории коммуникации

**Разбор изменения деятельности офлайн -  
магазина на примере «Zara» на фоне пандемии  
коронавируса**

Научная работа  
студентки IV курса  
вечернего отделения  
Соломка Елизаветы Эдуардовны  
Научный руководитель:  
Аспирант Першина Елена Дмитриевна

Москва — 2020

## **Введение**

На сегодняшний день весь малый и крупный бизнес претерпевает глобальные изменения, так как в условиях коронавируса нет возможности продолжать работу в офлайн формате.

Многие не выдерживают и закрываются, что ожидаемо, так как не каждый бизнес может приспособиться к новой реальности и, например, перевести всю работу в онлайн формат.

Так, например, с магазинами одежды, которые все время функционировали в офлайн формате, сейчас некоторым из них повезло, так как уже давно почти все сетевые магазины имеют свой сайт, помимо стационарных магазинов, но, конечно же, есть и другие.

А так же, меняются и принципы привлечения клиентов. Большинство старых сейчас не актуальны или невозможны в реализации, поэтому и тут неизбежно приходится подстраиваться и придумывать что-то новое, чтобы не потерять клиентов.

В данной работе мы проанализируем изменения деятельности офлайн – магазина на примере Zara и переход в онлайн на фоне коронавируса.

Детально разберем изменения опции доставки, принципы привлечения клиентов при помощи специальных предложений\ акций, так же изменения в обновлении коллекций и контента в

онлайн - формате, возможность возврата и использования сертификатов.

Целью будет выявить изменения в маркетинговой стратегии офлайн - магазина Zara и их деятельности в целом в короновирусный период. А так же, доказать, смог ли офлайн - магазин одежды эффективно перейти в онлайн - формат привлечения клиентов на фоне пандемии короновируса.

## **Основная часть**

В данной работе будет проанализировано изменение принципов работы на примере сетевого офлайн – магазина Zara. Это мировая сеть магазинов одежды, которая уже много лет занимает одно из первых мест среди магазинов сегмента масс – маркет.

Причин на это много, так как Zara всегда самостоятельно контролирует все производственные процессы и не пользуется услугами аутсорсинговых компаний. Она не сотрудничает с посредниками и агентами, сама занимается закупкой и разработкой вещей.

Так же, одной из основных причин успешности Zara можно назвать - скорость. Именно у нее появилась популярная уже не первый год концепция – fast fashion. Мгновенная мода меняется вместе с трендами и пожеланиями их покупателей. И каждый раз будто принуждает клиентов почти ежедневно обновлять свой гардероб

В свою очередь, Zara так же создает аналоги вещей дорогого сегмента магазинов\брендов. Они стараются быть актуальными как для подростков, так и для людей среднего возраста.

И, конечно же, важным моментом является постоянное обновление коллекций в магазинах, почти каждый месяц, что считается очень частым.

По итогу, получается крайне удачная и рабочая схема: модные модели + низкие цены + постоянное обновление коллекций.

Сейчас, в условиях пандемии коронавируса принципы работы и привлечения клиентов в Zara так же подвергаются

изменениям. Все офлайн - магазины закрыты с момента объявления официальной самоизоляции.

Но у Zara есть свой сайт, который уже много лет позволяет клиентам делать покупки онлайн, не выходя из дома. Конечно, сейчас магазин подстроился под нынешнюю ситуацию и принципы удержания и привлечения клиентов немного изменились.

### **Опция доставки**

Одним из первых является - бесплатная доставка от любой суммы заказа. Ранее у Zara доставка была бесплатной от двух тысяч рублей. Сейчас функционал данной опции пришлось изменить, так как бесплатная доставка является одним из основных факторов для заказа. А так же, естественно, это обусловлено невозможностью заказа в пункт самовывоза или же посещения стационарного офлайн - магазина.

### **Специальные предложения\скидки**

Следующим пунктом можно смело назвать постоянные скидки на большое количество товаров в разделе «Специальное предложение». Ранее в данном разделе продавались только позиции из прошлых коллекций другого сезона, сейчас данный раздел постоянно пополняется новыми моделями даже из новых коллекций. Это привлекает и удерживает клиентов, а так же позволяет Zara не сильно снижать свои продажи.

### **Обновление коллекций и контента**

В свою очередь, важно отметить, что Zara не остановила поток новых коллекций, на сайте неизменно каждый месяц происходит обновление и теперь появился новый визуальный формат, дополнительный к обычному, студийному. Живые фотографии со стилизованных съемок, что позволяет клиенту увидеть как будет смотреться вещь в реальной жизни. Можно считать аналогом того, как в стационарных магазинах стилизуют манекены для привлечения внимания.

## **Опция возврата**

Так же, важным моментом является изменившийся принцип возврата товара. Теперь Zara предлагает бесплатно вызвать курьера для возврата неподходящей модели и продлевает возможность возврата вещей в стационарные магазины на 30 дней с момента возобновления работы офлайн - магазинов.

## **Использование сертификатов**

А так же, Zara продлевает срок действия подарочных карт на шесть месяцев, если они были действительны на момент закрытия магазинов. Это тоже существенно удерживает аудиторию и вызывает доверие, а так же желание совершать покупки в дальнейшем.

Но, надо учесть тот момент, что теперь Zara изменила способы оплаты и сократила его до одного - оплата картой онлайн. Для какой-то части клиентов это может быть проблемой или просто нежелательным способом оплаты.

Но, в целом, все изменения достаточно нейтральные и лишь отражают современные реалии и издержки пандемии коронавируса.

## **Вывод**

В заключении, можно сделать вывод, что офлайн – магазин одежды Zara, смог эффективно перейти в онлайн формат привлечения клиентов на фоне пандемии коронавируса и продолжить свою деятельность, адаптируясь под современные реалии. Преобразовать и изменить принципы привлечения клиентов.

Изменился функционал опции доставки, что позволяет оформить заказ онлайн от любой суммы, так же появилось большое количество скидок и специальных предложений, что дает возможность привлечь большее количество клиентов и продать вещи по оптимальной цене. А так же изменены условия возврата, теперь это можно осуществить бесплатно, с помощью вызова курьера на дом. И, конечно, немаловажный момент – продлен срок использования сертификатов, что позволит владельцам воспользоваться им после возобновления работы офлайн – магазинов.

В целом, сильных изменений в работе Zara - нет. Все это лишь издержки пандемии, с которыми офлайн – магазин успешно справляется. Понятно, что в привычный формат и принципы функционирования и привлечения клиентов – вряд ли вернуться, но на данный момент им удастся оставаться на

прежнем уровне и разными способами привлекать и удерживать своих клиентов.

### **Библиографический список**

1. 24 канал. Автор: Кристина Иващук. [https://24tv.ua/ru/istorija\\_uspeha\\_zara\\_kak\\_privlekaet\\_pokupatelej\\_odin\\_iz\\_samyh\\_izvestnyh\\_brendov\\_mira\\_n1229801](https://24tv.ua/ru/istorija_uspeha_zara_kak_privlekaet_pokupatelej_odin_iz_samyh_izvestnyh_brendov_mira_n1229801) .
2. Spark. Ru. <https://spark.ru/startup/amarket/blog/29310/kak-zara-zarabativaet-milliardi-s-minimalnimi-vlozheniyami-v-reklamu> .
3. Яндекс.дзен. «Будь в стиле». <https://zen.yandex.ru/media/willbe/6-hitryh-ulovok-ispolzuemyh-magazinom-zara-dlia-privlecheniia-pokupatelei-5d9c77170a451800b092ecb7> .