

# Der skal FOKUS på varerne ude i butikkerne

*Liselotte Thygesen fra Stylechange har skabt et koncept, hvor butikker og leverandører samarbejder om at få solgt varer til kunderne – og samtidig give dem en rigtig god oplevelse. Hun besøger butikkerne, fortæller og styler kunderne, underviser medarbejderne med øget salg til følge!*

Af Pia Finne

Der skal fokus på varerne ude i butikkerne. Det er detailhandlens ansvar, men det er også leverandørernes ansvar! Med det som udgangspunkt, har stylist Liselotte Thygesen fra Stylechange skabt et koncept, hvor butikker og leverandører samarbejder om at få solgt varer til kunderne – og samtidig give dem en rigtig god oplevelse.

”Jeg har skabt et koncept, der i al sin enkelthed går ud på, at leverandørerne booker mig til at tage ud i en forretning, hvor deres brand sælges. Forretningen inviterer en række kunder, og jeg holder et oplæg hvor jeg viser tøjet i sæt på giner og fortæller om, hvordan tøjet kan bruges i forskellige kombinationer. Efter foredraget får de fremmødte kunder mulighed for at få assistance af en professionel stylist til at finde netop dét tøj, der passer bedst til dem, hvad enten de er æble- eller pæreformede, høje eller lave. Desuden kan de få svar på alle de spørgsmål, de har, om tøj, pasform og sammensætninger”, fortæller Liselotte Thygesen, der allerede har været ude til en række arrangementer for bl.a. Fransa.

Ideen er selvfølgelig, at fremme salget af brandet i butikken, og Liselotte Thygesen fortæller, at der sælges meget tøj, når kunderne får hjælp til at sætte det sammen.

”Deres egen fantasi får med andre ord et lille skub, og de får måske mod på at prøve noget, de ellers ikke ville have turdet på en almindelig shoppetur”, mange kunder tager nemlig ofte bare det ned fra hylden, som de plejer fortæller Liselotte og tilføjer, at det er helt tydeligt, at de sæt, hun viser på giner, også er dem, der sælger bedst efterfølgende.

#### EN SNAK MED PERSONALET

I forbindelse med et arrangement, tager Liselotte også en snak med personalet i butikken. Hun giver dem stylingtips og ideer, som de kan videregive til deres kunder, og hun styler sæt, som de kan vise forbrugerne.

”Det kan også være, medarbejderne har en jakke fra det pågældende firma, som de har svært ved at sælge, og hvor jeg viser dem nogle stylingmuligheder, der kan sætte skub i salget”, fortæller Liselotte.



Hun oplever ofte, at dem, der står i butikken ikke er de samme som dem, der køber ind. "Og de ansatte i butikken har derfor behov for at få at vide, hvordan man kan style tøjet. Og så er der forskel på, om det er en stylist eller en sælger, der viser mulighederne", tilføjer hun med et smil, og en helt anden ting er, at sælgerne når de kommer ud i butikkerne, ofte ikke har den tid, der skal til, for at vise en kollektions mange muligheder.

#### GIV BUTIKKERNE NOGET EKSTRA

Det, Liselotte Thygesen tilbyder, er ganske enkelt en mulighed for leverandørerne for at give butikkerne noget ekstra og samtidig øget salget, som hun selv forklarer det. "I dag skal leverandørerne nemlig i høj grad (også) hjælpe til med at sælge varen ud ad butikkerne igen, og det kan bl.a. ske ved en event i butikken, hvor kunderne kan få assistance", fastslår hun – og dermed er både leverandøren, butikken og forbrugeren tilfredse.

Forbrugerne fandt de modeller, der passede dem perfekt. Butikken fik en event, og det skaber loyale kunder – samtidig fik de solgt en del

varer ikke blot fra det brand, der inviterede, men også en del tilbehør røg over disken. Derudover fik butikspersonalet undervisning og inspiration i det pågældende mærke, og leverandøren fik præsenteret sin kollektion bedst muligt.

"En yderligere fordel er den at, når butikspersonalet oplever, at et firma er interesseret i at assistere dem, og bl.a. viser hvordan de kan sælge og style varerne samt opnå et mersalg, så er de også mere motiveret for at sælge varerne fra netop det firma", lyder det fra Liselotte Thygesen.

#### OG HUN SLUTTER AF MED AT GIVE ET TIP:

"Skal man f.eks. sælge en sort bluse, så sæt en taske, sko og et tørklæde til. Det giver blusen liv og hvem ved, måske køber kunden tilbehøret. Eller vis f.eks. kunden, at det er supersmart med to eller måske endda tre tanktops uden på hinanden, hvor man kan se de forskellige stropper og udskæringer. Også det skaber et let mersalg!"