

Секция «Управление финансами и кризис-менеджмент: актуальные практики»

ИСКУССТВО ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ: УРОКИ «ДАМСКОГО СЧАСТЬЯ»

Научный руководитель – Симановская Микаэла Леонидовна

Гареева Д.В.¹, Савлева Е.А.²

1 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет государственного управления, Москва, Россия, *E-mail: diana8gareeva@gmail.com*; 2 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия, *E-mail: savleva.ek@gmail.com*

Роман Эмиля Золя «Дамское счастье» (1883 г.) представляет собой не только художественное произведение, но и своеобразное руководство по маркетингу и развитию розничной торговли. На страницах книги автор описывает зарождение новых методов продаж, которые впоследствии стали основой современного ритейла.

Революция в розничной торговле. Главный герой, Октав Муре, владелец универмага «Дамское счастье», вводит инновационные методы торговли, которые меняют представление о покупках. Его бизнес-стратегия основана на принципах массового потребления, использовании психологии покупателя и грамотном управлении ценами.

Одной из ключевых идей Муре становится создание огромного ассортимента товаров, который удовлетворяет запросы самых разных слоев населения. В отличие от небольших лавок, предлагающих ограниченный выбор, универмаг представляет покупателям сотни позиций, стимулируя импульсивные покупки.

Оформление магазина как инструмент маркетинга. Муре уделяет огромное внимание внешнему виду магазина. Витрины оформлены с максимальной эстетикой, их яркость и роскошь привлекают клиентов и вызывают желание зайти внутрь. Интерьер самого магазина превращается в «торговый храм», где покупка становится не просто необходимостью, а приятным опытом.

Одним из важных аспектов маркетинговой стратегии становится свободный доступ к товарам. В отличие от традиционных лавок, где продавец подает товар на просьбу клиента, в «Дамском счастье» покупательницы могут сами рассматривать, трогать и испытывать соблазн покупки.

Психология потребления и «эффект толпы». Октав Муре использует социальные механизмы воздействия на покупателей. Вход в магазин всегда полон людей, создавая иллюзию ажиотажа. Магазин спроектирован так, чтобы покупатели обязательно проходили через отделы с самыми популярными товарами, что повышает вероятность покупки.

Кроме того, активно применяются скидки и специальные акции. Привлекательные предложения, например, снижение цен на один товар, заставляют покупателей остаться и приобрести больше. Этот метод, впервые подробно описанный в литературе, стал основой современных распродаж и маркетинговых акций.

Реклама и продвижение. Муре использует всесторонний подход к рекламе. Помимо эффектных витрин, он внедряет печатные объявления, каталоги и даже передвижную рекламу в виде экипажей, украшенных логотипами магазина. Это аналог современных брендированных автомобилей и наружной рекламы.

Другим важным маркетинговым приемом становится создание эксклюзивных мероприятий для покупателей. Закрытые презентации новых коллекций, доступ к которым получают только избранные клиенты, формируют у покупателей ощущение привилегированности и повышают ценность товаров.

Размещение товаров и управление пространством. Муре разрабатывает принцип иерархии товаров в магазине. Дешевые товары и аксессуары размещаются у входа, привлекая

покупателей. Более дорогие и значимые покупки находятся в глубине магазина, создавая необходимость пройти через множество отделов. Этот метод стимулирует спонтанные покупки и до сих пор используется в супермаркетах и универмагах.

Также важную роль играет мультисенсорный маркетинг. В магазине используются ароматы, приятная музыка, роскошные декорации, создающие атмосферу комфорта и повышающие лояльность клиентов.

Влияние «Дамского счастья» на современный маркетинг. Роман Эмиля Золя показал, как грамотный мерчандайзинг и маркетинговые стратегии могут превратить торговлю в искусство. Описанные в книге приемы легли в основу современного ритейла: от концепции гипермаркетов и торговых центров до программ лояльности и эмоционального маркетинга.

Методы, которые Октав Муре применяет в XIX веке, актуальны и сегодня. Современные бренды продолжают использовать те же принципы: эффектные витрины, акции, скидки, эксклюзивные предложения и создание уникального потребительского опыта.

Закключение. «Дамское счастье» — это не просто роман о любви и карьере, а глубокий анализ механизмов торговли и маркетинга. Эмиль Золя задолго до появления бизнес-литературы описал фундаментальные принципы, которые до сих пор применяются в ритейле. Его произведение остается ценным источником знаний для всех, кто интересуется маркетингом и потребительской психологией.

Источники и литература

- 1) Большой вопрос «Какой маркетинговый ход применен в романе Эмиля Золя "Дамское счастье"». URL: <https://www.bolshoyvopros.ru/questions/2083330-kakoj-marketingovuj-hod-primenenen-v-romane-emilja-zolja-damskoe-schaste.html> (дата обращения: 25.02.2025).
- 2) Брифли. Дамское счастье. URL: https://briefly.ru/zolja/damskoe_schaste/?ysclid=m7ku5yb3iq74870491 (дата обращения: 25.02.2025).
- 3) Литрес. Эмиль Золя. URL: <https://www.litres.ru/author/emil-zolya/about/> (дата обращения: 25.02.2025).
- 4) Яндекс Дзен. 14 способов увеличить продажи в магазине, описанных в романе Э.Золя «Дамское счастье». URL: <https://dzen.ru/a/XBOjFhjwTACpbeJi> (дата обращения: 25.02.2025).
- 5) Irecommend.ru «Убедительный курс маркетинга "Как заставить покупателя купить что-нибудь ненужное": истоки плодотворных идей современной торговли». URL: <https://irecommend.ru/content/ubeditelnyi-kurs-marketinga-kak-zastavit-pokupatelya-kupit-chno-nibud-nenuzhnoe-istoki-plodo> (дата обращения: 25.02.2025).
- 6) Radio Premium «Эмиль Золя «Дамское счастье». Маркетинг на примере одного магазина». URL: <https://rpfm.ru/news/trends/trends1409> (дата обращения: 25.02.2025).