

فروشگاه‌های پاپ آپ (POP-UP STORE) ابزاری نوین در صنعت خرده‌فروشی

نسا محمدی^{۱*}

سارا محمدی^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۲/۲۵ تاریخ چاپ: ۱۳۹۹/۰۳/۰۴

چکیده

صنعت خرده‌فروشی از جمله مهم‌ترین صنایع تأثیرگذار بر زنجیره تأمین هر شرکت صنعتی و تولیدی است و از جمله مهم‌ترین ویژگی‌های محیط کنونی صنعت خرده‌فروشی نیز رقابت فزاینده‌ای است که هر روز با پیدایش و توسعه رقبای جدید در این صنعت مشاهده می‌گردد. نتیجه مستقیم این وضعیت، ضرورت و توجه جدی در به‌کارگیری سازوکارهای مؤثر در حفظ و ارتقاء رضایتمندی مشتریان و به تبع آن، فروش از طریق کیفیت‌بخشی به خدمات و ارزش‌آفرینی بیشتر برای مشتریان می‌باشد. پاپ آپ یک مفهوم ساده است که می‌تواند مسبب ادراک تجربه‌ی متمایز مشتریان و تکرار رفتار معاملاتی آنان شود، با افزایش رشد مشتریان هوشمند، شرکت‌های واقع در صنعت خرده‌فروشی نیز بایستی درصدد برنامه‌ریزی و پیاده‌سازی ابزاری باشند که نه تنها مسیر دستیابی به اهداف آزمایش و شبیه‌سازی بازار، عناصر برجستگی، تصویر، دانش و عملکرد برندهایشان را تسهیل سازد، بلکه منجر به آوازه جویی، خبرسازی و در نهایت ارزش‌آفرینی برای مشتریانشان گردد، خرده‌فروشی پاپ آپ به‌عنوان یک ابزار قدرتمند در راستای خلق گزاره‌های ارزش مستقیم، ارتباطی و اطلاعاتی برای مشتریان تلقی می‌شود، می‌تواند اثرگذار واقع شود.

واژگان کلیدی

فروشگاه‌های پاپ آپ، خرده‌فروشی، رفتار مصرف‌کننده، نوآوری.

۱- مدرس دانشگاه جامع علمی کاربردی واحد استان البرز، مرکز بین‌المللی قند، کرج، ایران
(nesamohamadi.marketing@gmail.com)

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران