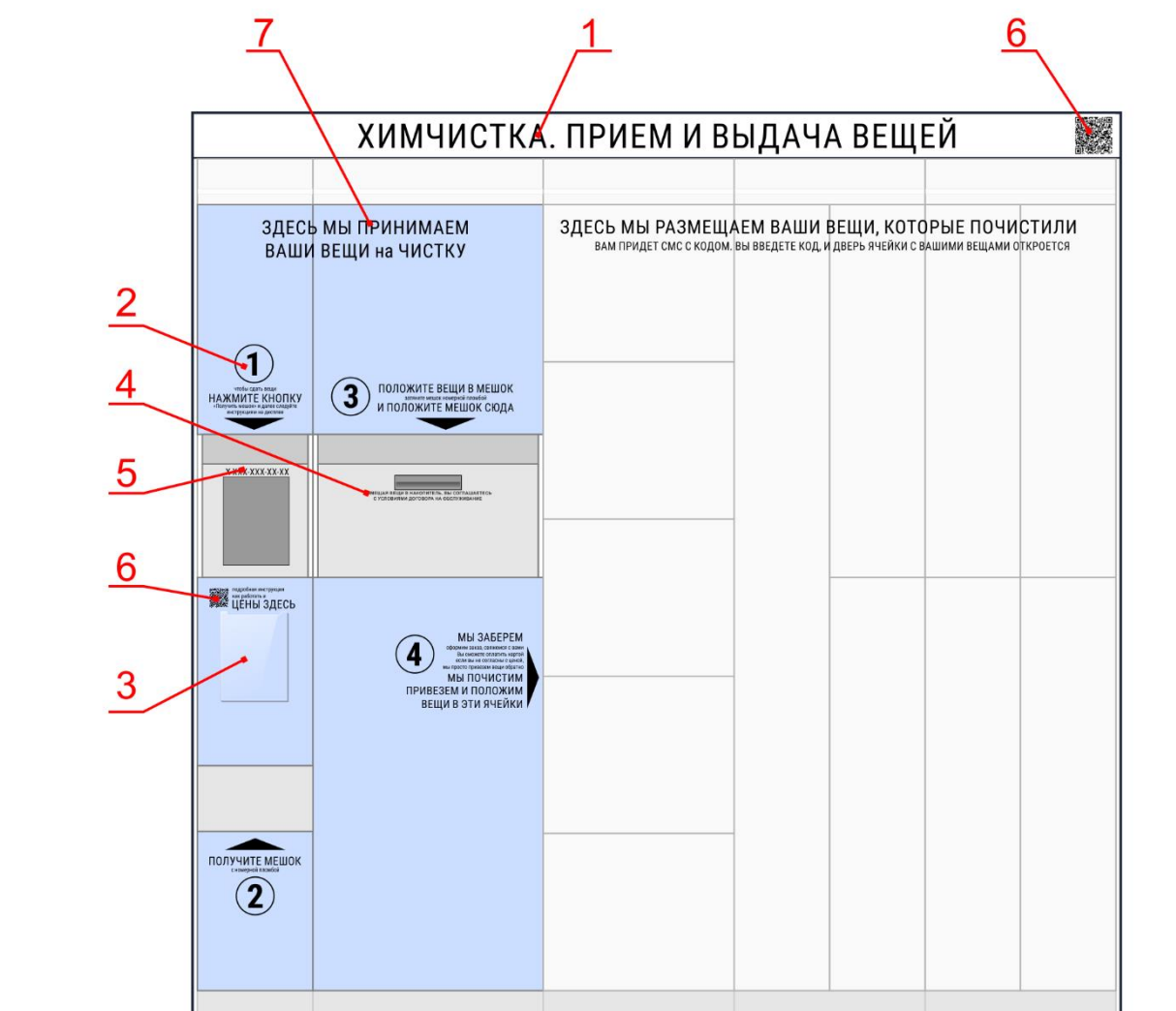


Рекомендации по оформлению автоматического приемного пункта

19.04.2016

За время эксплуатации приемных пунктов предыдущих химчисток появились наработки. На основе этих наработок написаны нижеследующие рекомендации по продвижению автоматического приемного пункта. Эти рекомендации позволят существенно сократить время до того момента, когда шкафом начнут пользоваться потребители. Рекомендации направлены на информационное продвижение автоматического приемного пункта, в первую очередь на его внешнее оформление.

Весь необходимый текст, который должен располагаться на шкафе, представлен в самом конце этого файла.



Обязательная информация

1. Что это такое

Автоматически приемный пункт — вещь новая и незнакомая обычным потребителям. Со стороны он больше всего похож на почтомат. Если в названии изделия использовать слова «приемный пункт», его начинают позиционировать с пунктом приема подержанной одежды для социально незащищенных слоев населения.

Значит, в первую очередь нужно сказать ЧТО это. Поэтому в оформлении должны присутствовать слова "химчистка" и "прием и выдача вещей". Не должно быть слов "пункт приема" — это сбивает с толку, не должно быть слова "автоматический" — это вносит дополнительную неважную информацию, которая уводит внимание потребителя в сторону.

Таким образом, двигаясь от общего к частному, в первую очередь мы должны сказать, что это изделие относится к химчистке, и первое слово которое должен увидеть потребитель — «химчистка». Далее, второе по значимости словосочетание — «прием и выдача вещей».

Эти слова должны быть главными, их должны увидеть в первую очередь. Значит они должны быть написаны самым большим шрифтом. Располагать их лучше над шкафом на отдельном фризе (его можно изготовить в фирме, занимающейся наружной рекламой). На рисунке фриз по высоте равен верхним узким дверкам шкафа, размер шрифта 250 pt.

2. Откуда начать работать (куда подходить, последовательность работы)

На шкафе должно быть обозначено откуда начать работать, и общая инструкция как работать с изделием. Эта инструкция должна не столько указывать на порядок работы, сколько показывать в общих чертах процесс взаимодействия с химчисткой: указывать, что вещи забирают, а не чистят прямо в этом шкафу; что потом привозят их обратно; что оплачивать нужно не здесь, а дистанционно, картой; что сдав вещи, можно отказаться от услуг и получить вещи обратно.

Этапы работы со шкафом лучше всего оформить в виде цифр (1,2,3,4...). Размер текста для этой информации должен быть меньше, чем описанный в пункте 1.

Главное действие лучше обозначить бОльшим размером шрифта, чтобы его было видно на расстоянии и можно было сразу выхватить из общего текста, а дополнительную информацию лучше оформить меньшим размером шрифта, чтобы не загромождать текст. Соотношение размеров должно быть примерно 1:2. На рисунке размер главного текста 80 pt, дополнительного текста — 40 pt.



3. Цены и подробная информация



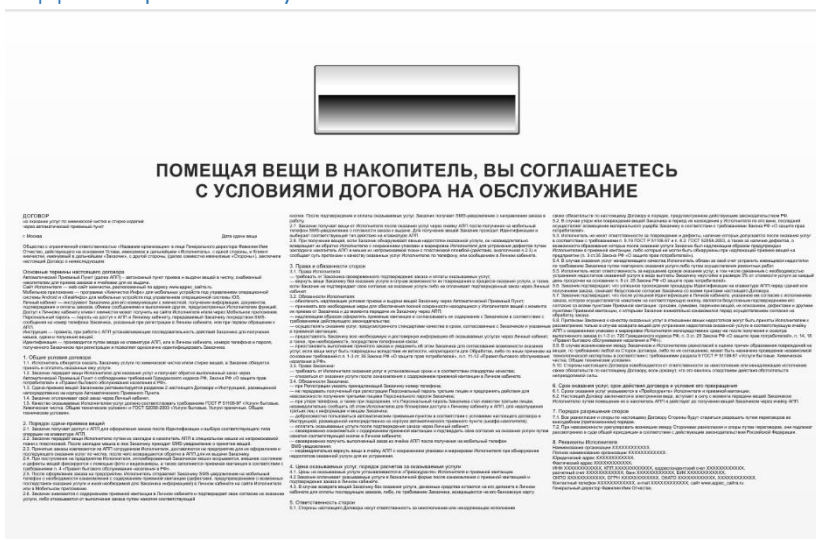
Цены — это первое, что интересует потребителя со стороны. Ему нужно знать хотя бы порядок цен. Поэтому нужно дать прайс на основные работы. Прайс удобней распечатать на листах А5 и расположить их на шкафе управления, под клавиатурой, в специальном кармашке.

Это место нужно обозначить словами «цены здесь» или просто «цены». Размер шрифта должен быть таким же, как в пункте 2 этого описания (на картинке 80 и 40 pt).

На этом же листе, кроме прайса на услуги, располагается дополнительная информация: краткое описание шкафа, как он работает, инструкция как сдать и получить вещи, информация о личном кабинете химчистки, ссылки на мобильное приложение, реквизиты химчистки. Вместо кармана с листами можно прикрепить книжку из файлов, но такую книжку нельзя будет унести домой, чтобы почитать в спокойной обстановке.

Шаблон такого листа приложен в отдельном файле «Прайс для шкафа». Это документ в формате WORD, размером А5, для двусторонней печати. Основной текст и рисунки сделаны сплошной картинкой на заднем фоне. Та информация, которую вам нужно отредактировать выделена красным цветом (звездочка скидки может быть убрана). Макет сделан в черно-белых тонах, чтобы его можно было напечатать на обычном лазерном принтере и ксероксе.

4. Договор на обслуживание



Договор на обслуживание, по рекомендации наших юристов, лучше всего располагать в распечатанном виде прямо на люке накопителя. Кроме самого договора, над ним должен

располагаться текст: ПОМЕЩАЯ ВЕЩИ В НАКОПИТЕЛЬ, ВЫ СОГЛАШАЕТЕСЬ С УСЛОВИЯМИ ДОГОВОРА НА ОБСЛУЖИВАНИЕ.

Таким образом потребитель, помещая вещи в накопитель в любом случае будет видеть перед собой договор.

Договор лучше всего распечатать на белой фольге и наклеить на люк приемника шкафа загрузки (эту работу делают фирмы, занимающиеся наружной рекламой).

Шаблон договор на обслуживание находится в файле Договор. В тексте красным цветом обозначены места которые нужно проверить и отредактировать под свою фирму и под законодательство своей страны.

5. Телефон поддержки



Телефон, по которому потребитель может позвонить в любое время в случае каких-то затруднений, нужно расположить над клавиатурой.

Необязательные, но желательные моменты

6. QR-коды

Отсканировав QR-код потребитель может попасть на ваш сайт, на страницу, посвященную автоматическому приемному пункту и прочесть всю информацию, посвященную этому изделию: что это такое, как с ним работать, прайс на услуги и пр.

QR-код можно располагать на самом верху, рядом с текстом «Химчистка. Прием и выдача вещей», либо рядом с карманом (на самом кармане) под клавиатурой, где находится прайс на услуги.

7. Куда класть и где забирать

Для большей информированности потребителей шкафы можно разделить по цветам или иным способом, чтобы была понятна структура изделия: где сдавать, где забирать вещи.

Текст этой информации должен быть меньше, чем в пункте 1 и больше, чем в пункте 2 описания.

8. Скидка

Для того, чтобы стимулировать клиентов пользоваться автоматическим приемным пунктом, можно организовать скидку на заказы, сделанные через этот. Об этом можно также сообщить в прайсе, упомянутом в пункте 3.

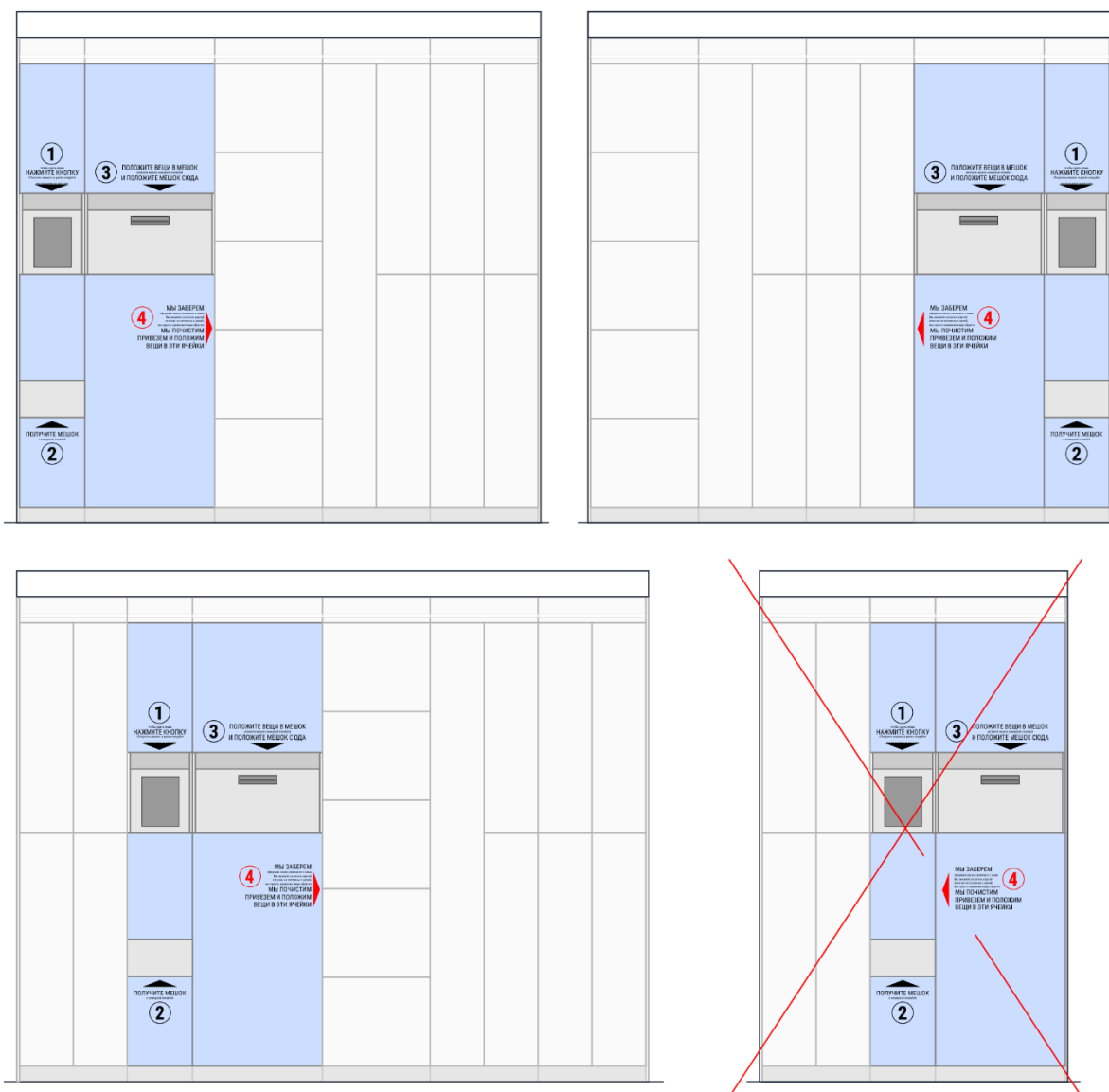
8. Реквизиты химчистки и лого

Реквизиты химчистки есть в договоре, который находится на люке и в прайсе, который располагается в кармане под клавиатурой. Поэтому располагать эту информацию еще где-то нет острой необходимости.

Но можно указать еще раз номер телефона рядом с логотипом химчистки. Логотип можно расположить на самом верху, на фризе, рядом с текстом из первого пункта, либо на шкафе загрузки, под люком накопителя. Эта информация будет работать уже просто как реклама. Рекламную функцию может нести также цвет всего изделия: фасады дверей шкафа можно сделать под фирменные цвета химчистки. Самый простой и дешевый способ изменить цвет фасада дверей — закрыть фольгой, например пленкой типа ORACAL® 641 Economy Cal (повсеместно используется в наружной рекламе).

9. Расположение шкафов

Автоматический приемный пункт состоит из шкафа управления, где располагается клавиатура и выдаются мешки; шкафа загрузки, куда помещают мешки с вещами; и шкафов выдачи, куда помещают почищенные вещи. Для удобства восприятия текста из пункта 2 этого описания, шкафы лучше располагать таким образом, чтобы шкаф загрузки стыковался со шкафами выдачи.



10. Другая информация

Другую информацию и графику лучше на шкафе не располагать или располагать дозированно, так чтобы она не перебивала основную информацию и не затрудняла восприятие изделия целиком и понимание работы с ним. Иначе, если с ходу не будет понятно как с ним работать, потребитель, чтобы не выглядеть дураком, просто не будет подходить к автоматическому приемному пункту, особенно в местах большого скопления народа.

Список текста для оформления:

ХИМЧИСТКА. ПРИЕМ И ВЫДАЧА ВЕЩЕЙ

1

чтобы сдать вещи

НАЖМИТЕ КНОПКУ

«Получить мешок» и далее следуйте инструкциям на дисплее

2

ПОЛУЧИТЕ МЕШОК

с номерной пломбой

3

ПОЛОЖИТЕ ВЕЩИ В МЕШОК

затяните мешок номерной пломбой

И ПОЛОЖИТЕ МЕШОК СЮДА

4

МЫ ЗАБЕРЕМ

оформим заказ, свяжемся с вами

Вы сможете оплатить картой

если вы не согласны с ценой, мы просто привезем вещи обратно

МЫ ПОЧИСТИМ, ПРИВЕЗЕМ И ПОЛОЖИМ ВЕЩИ В ЭТИ ЯЧЕЙКИ

подробная инструкция

как работать и

ЦЕНЫ ЗДЕСЬ

ПОМЕЩАЯ ВЕЩИ В НАКОПИТЕЛЬ, ВЫ СОГЛАШАЕТЕСЬ С УСЛОВИЯМИ ДОГОВОРА НА

ОБСЛУЖИВАНИЕ

(Текст договора)

ТЕЛЕФОН ГОРЯЧЕЙ ЛИНИИ

(Номер телефона)

ЗДЕСЬ МЫ ПРИНИМАЕМ ВАШИ ВЕЩИ НА ЧИСТКУ

ЗДЕСЬ МЫ РАЗМЕЩАЕМ ВАШИ ВЕЩИ, КОТОРЫЕ ПОЧИСТИЛИ

Обратная связь

Вопросы и замечания по содержанию этой рекомендации, а также свой опыт работы с автоматическим приемным пунктом отправляйте на почту support@agbis.ru с пометкой «в отдел развития».