

Таким образом, создавая команду, следует ясно сознавать, под какие цели и с привлечением каких сотрудников она будет создаваться. Многие делают все возможное, чтобы оптимально и гибко реагировать на потребности рынка, происходящие изменения в технологиях как производства, так и управления. Наилучших результатов добиваются слаженные команды нового поколения. Отличительными чертами таких команд являются: мощный интеллект; умение анализировать, прогнозировать и предвидеть; высокая ответственность и качество работы; способность систематически обновлять и наращивать свои качественные характеристики. Все это концентрируется и проявляется в высокой результативности управления и повышении эффективности управляемого объекта.

### Источники

1. Жуков, Ю.М. Технологии командообразования / Ю.М. Жуков. Е.Н. Павлова, А.В. Журавлев. — М. : Аспект-Пресс, 2014. — С. 15.
2. Сартан, Г. Кратковременные и долгосрочные команды / Г. Сартан // Служба кадров и персонал. — 2013. — № 8. — С. 27–30.

СНИЛ «Гандаль»

**П.А.Судас**

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **А.В. Кармызов**

## ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ POP-UP МАГАЗИНОВ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

В январе 2004 г. на одном из лондонских сайтов появилось сообщение: «Если новые продукты могут приходить и уходить, то почему магазины, их распространяющие не могут делать то же самое?» Уже через пару месяцев во всем мире были зафиксированы первые торговые пространства-выставки с краткосрочным периодом работы.

Так появились первые магазины pop-up, имеющие тенденцию всплывать без предупреждения, создавать вокруг себя шумиху, а затем исчезать, добавляя организаторам славы, а брендам — эксклюзивности.

Pop-up магазины как маркетинговый тренд становятся все популярнее. Зрителей привлекает, казалось бы, мгновенное появление нового магазина в их городе, чему обычно способствует интригующий и уникальный внешний вид. Эти магазины должны быть временными, появляющимися на период от нескольких дней до нескольких месяцев [1].

Есть множество причин, по которым создается pop-up магазин. В первую очередь они появляются из маркетинговых соображений.

Многие рор-уп магазины предназначены для демонстрации и продажи нового продукта в рамках большой маркетинговой кампании. Вместо того, чтобы просто объявлять продукт через рекламу, рор-уп магазины дают клиентам воочию ознакомиться с ним и, возможно, шанс быть первыми, кто владеет им.

Немаловажную роль играет время начала и окончания продаж. Например, нет смысла открывать магазин зимней одежды в середине лета. Более теплые сезоны оптимальны для большинства рор-уп магазинов, так как высока вероятность получения большего пешеходного трафика. Кроме того, можно запланировать создать рор-уп магазин перед какими-либо крупными событиями, такими как фестиваль, выставка, спортивное состязание и т.п. [2].

Кроме того, владельцу необходимо найти пространство, где много пешеходного движения и где магазин заметят. Свободные торговые площади доступны почти везде, и есть много желающих принять краткосрочную аренду. Можно рассмотреть открытие рор-уп магазина в торговом центре, однако необходимо убедиться, что его посетит достаточно большое количество людей, и что арендная плата не слишком высока.

Такие творческие решения, как стальные магазины-контейнеры для перевозок, обеспечивают успех рор-уп магазину. Поскольку рор-уп магазин является временным, вам нужно немедленно привлечь внимание людей. Необходимо проявить творческий подход и превратить посещение рор-уп магазина в событие, которое нельзя пропустить [2].

Среднестатистический пользователь проводит более 2 часов в сутки, листая ленту и общаясь на социальных площадках. Поэтому освещение работы рор-уп магазина в социальных сетях просто необходимо. Нет нужды сомневаться в том, что пост привлечет много внимания, так как рор-уп магазин — не только пункт продаж, но и сам — достопримечательность.

Такие магазины имеют потенциал не только в рамках получения прибыли, но и привлечения большего числа клиентов. Если все сделано правильно, рор-уп магазины могут быть мощным маркетинговым инструментом для привлечения интереса. С его помощью люди начнут говорить о бренде как в интернете, так и в обыденной жизни.

### Источники

1. Феномен POP-UP STORE [Электронный ресурс] // Look At Me. — Режим доступа: <http://www.lookatme.ru/flow/posts/fashion-radar/139767-phenomen-pop-up-store>. — Дата доступа: 25.11.2018.

2. Pop-Up Shops: What You Need to Know [Electronic resource] // business.com. — 2017. — Mode of access: <https://www.business.com/articles/pop-up-shop-what-you-need-to-know/>. — Date of access: 29.11.2018.