

АНГЛИЙСКИЕ МАНЕРЫ КУЛЬТУРНО ТОРГОВАТЬСЯ

АВТОР:
Анна Семина



В НАЧАЛЕ XX ВЕКА ЭКОНОМИКА АНГЛИИ ПЕРЕЖИВАЛА БУРНЫЙ РОСТ. У СРЕДНЕГО КЛАССА ПОЯВИЛАСЬ ВОЗМОЖНОСТЬ И ЖЕЛАНИЕ ТРАТИТЬ ДЕНЬГИ. НО МОРАЛЬНО УСТАРЕВШИЕ МАГАЗИНЫ ЛОНДОНА НЕ МОГЛИ УДОВЛЕТВОРИТЬ СПРОС НОВЫХ БОГАЧЕЙ. ЗАТО ЭТО УДАЛОСЬ АМЕРИКАНЦУ ГАРРИ СЕЛФРИДЖУ, КАК НЕЛЬЗЯ КСТАТИ ПРИЕХАВШЕМУ В БРИТАНСКУЮ СТОЛИЦУ.

Гарри Гордон Селфридж родился в 1865 году в Висконсине и перепробовал множество профессий, от разносчика газет до страхового агента, прежде чем перебрался в быстрорастущий Чикаго. Здесь юноша устроился грузчиком в оптовый отдел первого универсального магазина Marshall Field's. Постоянно обращаясь к владельцу Маршаллу Филду с идеями по улучшению магазина, Селфридж был замечен и получил должность главы рекламного отдела. С его назначением продажи в универмаге значительно выросли, и Филд решил перевести деятельного подчиненного в торговые залы. Здесь Гарри устроил настоящую революцию.

Основную часть времени Селфридж проводил в своем кабинете, на стене которого висела табличка: «Нет лучшего развлечения, чем работа»

В первую очередь он поручил вынуть все товары из глухих ящиков и разместить на прилавках под стеклом. Так их было сразу видно — у посетителей появлялся соблазн их купить. При этом высоту прилавков значительно уменьшили, чтобы люди невысокого роста чувствовали себя комфортнее. Уличные витрины магазина оставались подсвеченными на ночь. В английском языке возникло понятие window shopping, которое означает рассматривание витрин, чтобы заметить вещь и приобрести ее в будущем.

Именно Гарри Селфриджу принадлежит знаменитая фраза «Клиент всегда прав». Он требовал от персонала относиться к покупателю как к дорогому гостю независимо от того, собирается он что-нибудь купить или нет.





Все товары были вынуты из глухих ящиков и размещены на прилавках под стеклом. Так их было сразу видно — у посетителей появлялся соблазн их купить

Для самих служащих в магазине были организованы раздевалки, столовая, комната отдыха и гимнастический зал. Кроме того, Селфридж придумал рождественские скидки и обратный отсчет дней до праздника. Эту идею быстро подхватили другие магазины.

Став главным менеджером магазина, Селфридж не желал останавливаться на достигнутом. Он вел переговоры с Филдом о том, чтобы переименовать магазин в Marshall & Selfridge, предлагал открыть филиалы в Нью-Йорке и Лондоне. Филд не поддержал амбициозные идеи своего подопечного, и Гарри уволился. Некоторое время он скучал в своем доме,

занимаясь воспитанием детей и выращивая орхидеи. В 1906 году Селфридж с семьей отправился в Лондон.

В британской столице предприниматель обратил внимание, что местные магазины работают по старинке. Продавцы в них были не слишком любезны, а их отношение к посетителю зависело от статуса и финансового состояния последнего. При этом покупатели были вынуждены обходить несколько лавок и мелких магазинов — крупного торгового центра с широким ассортиментом товаров в городе не существовало. Селфридж купил участок на непопулярной в то время Оксфорд-стрит, решив, что Лондон готов к появлению универмага. Проект магазина создал знаменитый американский архитектор Дэниел Бернем, работавший над генпланами нескольких американских городов, включая Чикаго и Вашингтон.

Перед открытием торгового центра в 1909 году по всему Лондону были развешаны рекламные афиши. И вот универмаг

Гарри Селфриджу принадлежит знаменитая фраза «Клиент всегда прав». Он требовал от персонала относиться к покупателю как к дорогому гостю независимо от того, собирается он что-нибудь купить или нет



**ОТДЫХ.
РЕЖИССЕРСКАЯ ВЕРСИЯ**

Fellini^{*}
**КОМПЛЕКС
АПАРТАМЕНТОВ**

Продажа апартаментов с отделкой
Удобная инфраструктура
Комфортные условия для жизни и отдыха





Гарри Гордон Селфридж перепробовал множество профессий, от разносчика газет до страхового агента, прежде чем переехал в Чикаго

Selfridge's распахнул свои двери для посетителей. Величественное пятиэтажное здание, занимающее половину улицы, впечатляло и манило внутрь. Англия впервые увидела большие зеркальные стекла и профессионально разработанные витрины с эффектными экспозициями, в которых до полуночи горел свет, а в праздники выставлялись тематические декорации.

Весь первый этаж универмага был открытым — без перегородок. Посетители, привыкшие к тесноте местных магазинов, попадали в роскошные интерьеры с диковинными ароматами и живой музыкой. На верхние этажи поднимались лифты, в каждом из которых работала красавица-лифтерша (позже лифты

Была организована доставка покупок на дом. Трижды в день 50 фургонов, запряженных крепкими лошадьми, отправлялись с товарами к покупателям. Со временем их заменили автомобили



заменяли на более популярные эскалаторы). Приятная внешность была одним из основных требований, которое Селфридж предъявлял к работникам. Он также не нанимал слишком высоких продавцов-мужчин. Кроме того, от сотрудников требовали почтительности, ненавязчивости и уважения к клиентам.

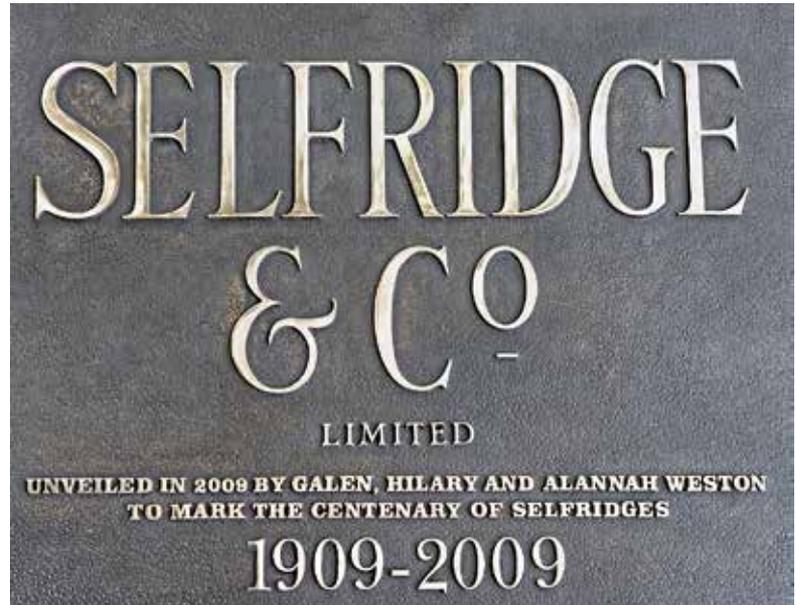
Как и в Marshall Field's, все товары размещались в зале на прилавках. «Покупатель должен иметь возможность потрогать вещь. Это подтолкнет его к покупке», — не устал повторять Селфридж. Каждый, кто посетил универмаг в первую неделю, получил серебряный ключик. Он служил напоминанием о том, что в Selfridge's всегда рады своему клиенту. Для этого же выдавались подарочные

Англия впервые увидела большие зеркальные стекла и профессионально разработанные витрины с эффектными экспозициями, в которых до полуночи горел свет, а в праздники выставлялись тематические декорации

сертификаты, купоны на скидки и карточки постоянного клиента.

Особую ставку Селфридж делал на посетительниц слабого пола. Представительницы среднего класса имели массу свободного времени, пока их супруги пропадали на работе. Они не хотели сидеть дома и мечтали о самостоятельности. Для привлечения женской аудитории прямо у входа в магазин на прилавках выставлялась парфюмерия и косметика. Тонкие ароматы расслабляли и создавали романтическое настроение. Селфридж первым предложил обслуживание всех слоев общества. Его универсам с одинаковым радушием принимал аристократок и жен депутатов парламента, белوشвеек и работниц фабрики, тут продавалось все — от пуговиц до роскошных манто.

Многие женщины готовы были тратить огромные суммы на предметы роскоши и различные безделушки. «Следите за покупками супруги. Она может быть очаровательна в вашей гостиной, но у прилавка превратится в вампиришу», — предупреждал мужей журнал «Харпер». Беспокойство прессы было небезосновательным. Так, вдова президента



Магазин работает до сих пор, поддерживая безупречную репутацию, созданную при Селфридже, и доказывая, что шопинг — это удовольствие. В 2010 году Selfridge's был признан лучшим современным универсамом мира

ВНУКОВО 2016
жилой комплекс

2,5 МЛН.
рублей за квартиру **с отделкой**

(495)

480-77-00

www.vnuково2016.ru
проектная декларация на сайте

...самолет
девелопмент

Реклама

Застройщик ООО «Милвертин»

Линкольна, пытаясь оправиться от смерти мужа, сутки напролет проводила в магазине. В результате ее долг перед универсамом достиг \$48 тыс. (сейчас это около \$1 млн). После этого родные Мэри Линкольн объявили ее сумасшедшей и опротестовали ответственность за долги.

До этого у лондонских дам практически не было мест, где они, не нарушая приличий, могли выпить чаю и побеседовать с подругами. В Selfridge's покупательницам предлагалось заглянуть в кафе или ресторан, посетить читаль-

Покупатели были вынуждены обходить несколько лавок и мелких магазинов — торгового центра с широким ассортиментом товаров в Лондоне не было

ный зал, салон красоты или комнату отдыха матери и ребенка с профессиональными нянями. Для мужчин работали салон бритья, парикмахерская, курительная комната, библиотека. На крыше магазина был разбит сад, в котором располагались летние кафе, площадки для игры в гольф, а также устраивались модные показы. Была организована доставка покупок на дом. Трижды в день 50 фургонов, запряженных крепкими лошадьми, отправлялись с товарами к покупателям. Со временем их заменили автомобили. Словом, делалось все, чтобы посетитель универмага оставался в нем надолго.

Селфридж стремился постоянно удивлять своих покупателей. Так, в 1909 году в здании выставлялся моноплан пилота Луи Блерио, на котором он пересек Ла-Манш. В 1925 году клиенты Selfridge's первыми увидели телевидение, а позже первыми прокатились на эскалаторе.

Главной же достопримечательностью универмага был сам Гарри Селфридж. Подтянутый, элегантно одетый, с лучезарной улыбкой, он часто появлялся в залах магазина и, по словам одного из репортеров, стал «столь же популярен в Лондоне, как Биг-Бен». Основную часть времени Селфридж проводил в своем кабинете, на стене которого висела табличка: «Нет лучшего развлечения, чем работа». В его офисе не было стульев, чтобы посетители не задерживались. А его часы всегда спешили на пять минут, чтобы всегда немного времени оставалось в запасе.

К сожалению, идеальная империя Гарри Селфриджа со временем начала разваливаться.



Во многом этому способствовала Великая депрессия, а также страсть предпринимателя к азартным играм, которая усилилась после смерти жены в 1918 году. Постепенно Селфридж спустил все свое состояние и влез в долги. Он потерял дома, конюшню с породистыми скакунами и коллекцию машин. К концу 1930-х годов он был исключен из совета директоров Selfridge's и объявлен банкротом. Последние годы жизни Гарри Селфридж был забыт и всеми покинут. Бывшие друзья не навещали, пресса о нем не писала. Остаток жизни он провел в скромном жилище на юго-западе Лондона и умер в 91 год (в 1947 году). Основатель самого известного универмага Европы был похоронен в простой деревенской могиле, рядом с матерью и женой.

Магазин работает до сих пор, поддерживая безупречную репутацию, созданную при Селфридже, и доказывая, что шопинг — это удовольствие. В 2010 году Selfridge's был признан лучшим современным универсамом мира. В магазине регулярно проходят тематические выставки и устраиваются шоу с использованием новейших технологий. (АН)

Уличные витрины магазина оставались подсвеченными на ночь. В английском языке возникло понятие window shopping, которое означает рассматривание витрин, чтобы заметить вещь и приобрести ее в будущем



Russian Realty

русская недвижимость

Наша миссия:

продвижение вашей
недвижимости

Наша база:

более **800 000** проверенных
и качественных объявлений

Наши партнеры и друзья:

те, кто в недвижимости

Будь с нами!