

Предприятие — самостоятельный, организационно-обособл
хозяйствующий субъект с правами юридического лица, ко
производит

Информационный продукт.

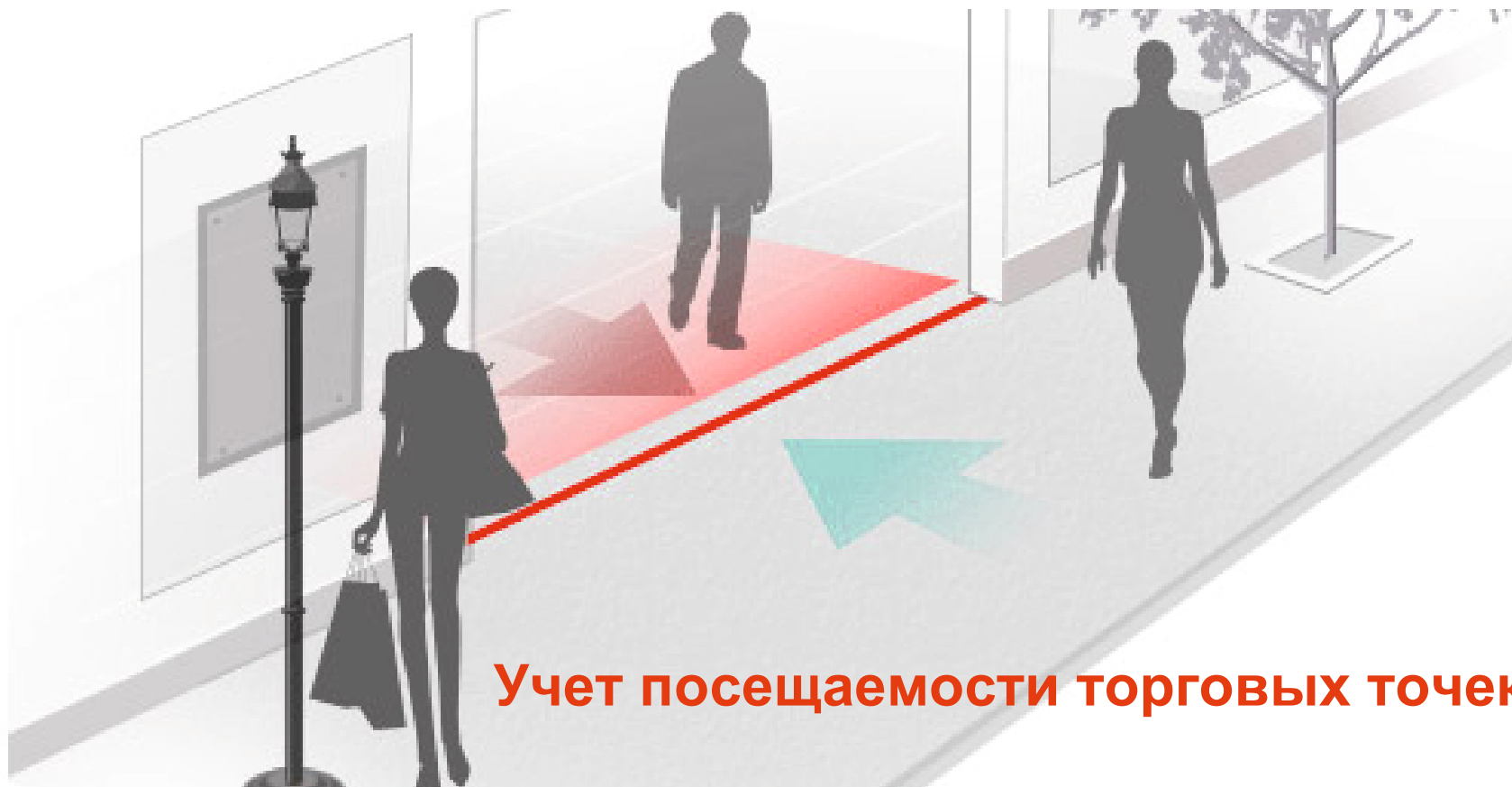
Инструкция, как проверить
эффективность маркетинга и рекламы.

В современ
рыночной э
нужные об
Предприя
хозяйств
отвечаю
предприя
расчетны
Числящи
использу
деятельности.





Эти конкретные шаги предпринял в свое время мой знакомый, руководитель одной очень известной федеральной сети обувных магазинов в Нижнем Новгороде. Эти шаги для кого-то известны и являются азбукой. Однако для многих данные советы окажутся полезны и даже частичное их применение может оказать значительный положительный эффект на продажи.

 40 189

Учет посещаемости торговых точек

Управлять можно только тем, что поддается измерению. Поэтому на входе в торговые точки необходимо устанавливать датчики учета посетителей.

Учитывая полученные с помощью датчика данные и количество продаж, можно измерить «коэффициент обслуживания».

Допустим, если в магазин пришло 100 человек, а чеков в этот день было 10, то коэффициент обслуживания равен 10%.

За поднятие этого коэффициента и надо бороться.

Работа с продавцами, смена их, воспитание, обучение, все, что может повысить коэффициент обслуживания.


Цена вопроса, как можно убедиться, небольшая, стоимость необходимого оборудования то же.

Но именно это нужно делать в рознице в первую очередь.

Когда столичные сети приходят в регионы, они ставят эти коробочки, начинают считать и так могут настраивать работу персонала.

Конечно, не обходится без эксцессов, продавцы, если знают про датчики, могут их ломать, обрезать провода, закрывать и т.д., в общем, борьба за повышение коэффициента обслуживания идет при некотором сопротивлении со стороны продавцов, поэтому в большинстве случаев продавцы о существовании таких датчиков просто не знают, может оно и к лучшему.



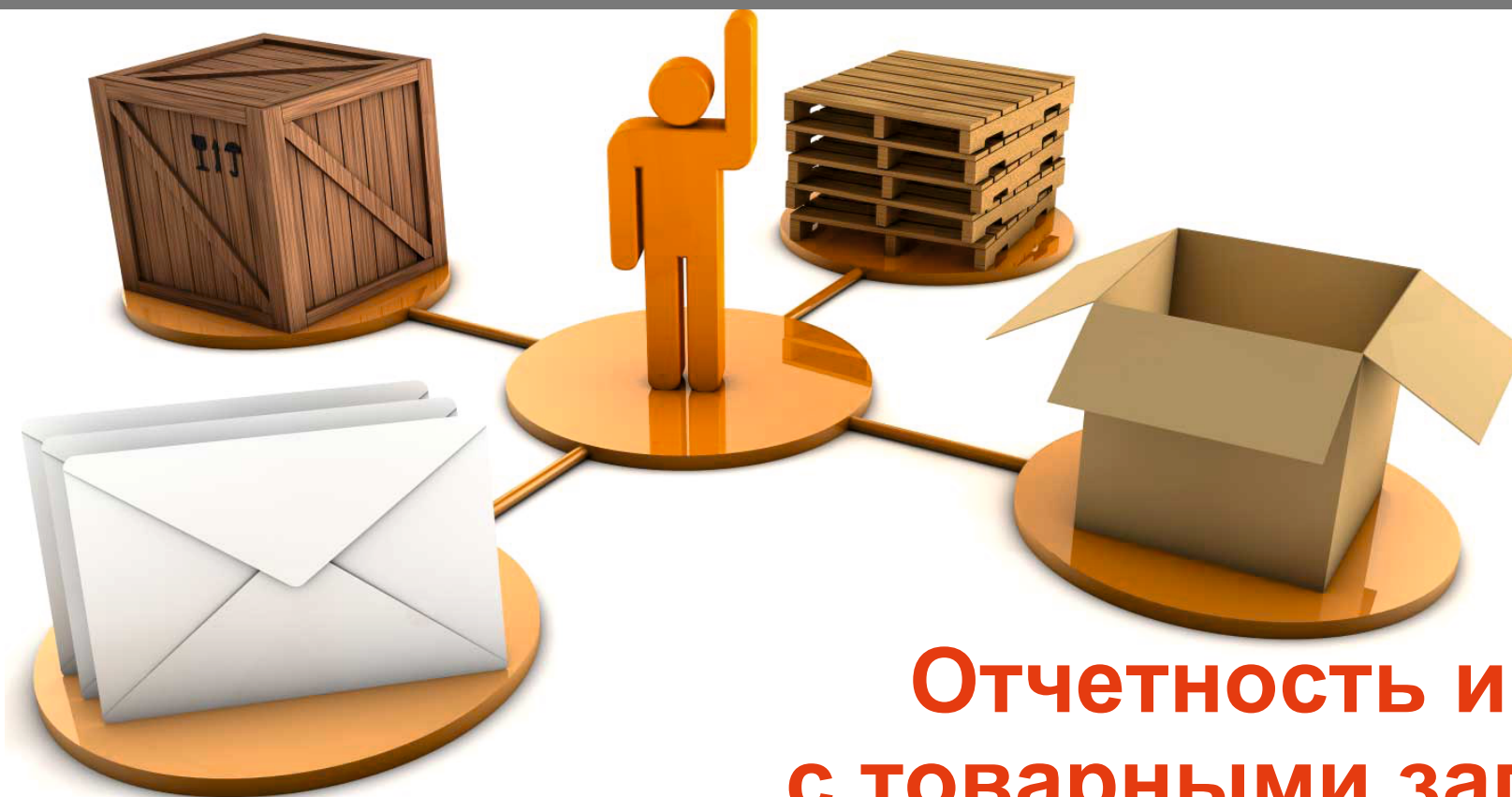
A man in a dark suit and tie is shown from the chest up, interacting with a futuristic digital interface. His hand is positioned over several glowing, circular UI elements that resemble camera lenses or sensors. The background is a blurred office setting with computer monitors and keyboards. The overall aesthetic is high-tech and professional.

Видео наблюдение с записью звука.

Дополнительный контроль за продажами в торговом зале. Это позволяет оценить стиль работы продавца непосредственно, невзирая на возможные недостатки в его поведении, относительно руководителя или собственника.

Зачем увольнять хорошего продавца, пусть даже с некоторым недовольством в отношении руководства. Так же это помогает разобраться в случаях, когда жалобы клиентов наталкивают на мысли о непрофессионализме того или иного продавца.

Во многих магазинах управление запасами не выстроено вообще. После получения статистики от первых двух инструментов, можно ознакомиться со статистикой посещения точки продаж. Когда выяснится, какова динамика посещений по дням и неделям одного и того же месяца из года в год, станет возможным отслеживать результаты разнообразных рекламных акций. Допустим, разместили рекламный плакат на улице или выставили штэндер с предложением, смотрим, на сколько возросла посещаемость. Результативность вложений определяется без труда. При высокой результативности вложений коэффициент обслуживания должен значительно вырасти по сравнению с аналогичными показателями статистики за прошлые периоды. То есть люди целенаправленно шли в торговую точку, чтобы приобрести товар, то есть предложение в рекламном сообщении сработало. Наличие подобного эффекта позволяет значительно более рационально планировать закуп и товарные запасы. Вы с большой долей вероятности можете предсказать, что у Вас раскупят.



**Отчетность и работа
с товарными запасами.**