

СИРИУСЛИ





Кейс

Магазину «Первомайский» предстоит в следующем месяце (Октябре 2018г.) достичь новой амбициозной цели – повысить КП магазина на 15%.

Необходимо определить, какие решения и действия руководства магазина обеспечат выполнение поставленной задачи...



..., а именно:

В августе 2018 года Коэффициент
привлечения был = 17,24%

Нам нужно, чтобы в сентябре КП
увеличился на 15% и стал **19,83%**



Формула КПР

- $$\frac{\text{Количество чеков}}{\text{Трафик}} * 100\%$$



Факторы, которые вливают на КПР

Навигационные
ценники

КО

Сервисный
звонок

Акции

Ассортимент

График УРВ

Счетчик (месяц) за август

Авг 2018	135 228	143	17,24%	3	45	8	1,79	5 704	54	24	31	16
1	72 073	143	13,99%	2	72	10	1,59	3 604	56	18	38	22
2	107 286	160	15,63%	3	53	8	1,62	4 290	72	26	46	34
3	158 589	168	17,26%	4	42	7	1,39	5 468	63	25	38	24
4	175 901	153	15,69%	2	77	12	2,15	7 322	51	24	27	9
5	114 449	142	14,08%	3	47	7	2,09	5 722	44	18	26	13
6	205 760	122	19,67%	4	31	6	3,00	8 571	53	23	30	11
7	147 940	136	18,38%	2	68	13	1,86	5 916	57	22	35	14
8	225 297	163	16,56%	1	163	27	1,64	8 418	51	27	24	12
9	115 202	124	21,77%	3	41	9	1,82	4 265	48	27	21	10
10	89 907	138	15,22%	3	46	7	1,91	4 281	56	19	37	15
11	87 167	129	21,71%	3	43	9	1,09	3 111	52	23	29	9
12	194 777	160	15,00%	4	40	6	1,96	8 114	50	21	29	11
13	141 550	130	16,92%	4	33	6	1,76	6 433	65	18	47	34
14	57 619	138	21,74%	4	35	8	1,35	1 960	63	28	35	17
15	68 418	121	19,83%	2	61	12	2,16	2 851	42	23	19	10
16	190 248	144	14,58%	4	36	5	2,36	9 058	73	20	53	34
17	311 543	146	26,03%	3	49	13	2,08	9 491	68	42	26	9
18	38 069	128	14,06%	3	43	6	1,22	2 114	35	18	17	5
19	98 935	168	17,86%	4	42	8	1,81	3 296	57	28	29	20
20	167 308	151	13,25%	3	50	7	1,59	8 365	42	18	24	13
21	144 807	141	17,02%	2	71	12	1,96	6 569	48	25	23	11
22	129 833	181	16,02%	3	60	10	1,90	4 504	48	29	19	13
23	104 601	146	19,86%	2	73	15	1,61	3 607	43	27	16	7
24	154 953	142	19,01%	3	47	9	2,00	6 811	55	26	29	14
25	88 536	138	20,29%	4	35	7	1,39	3 392	58	30	28	17
26	157 895	165	18,18%	5	33	6	1,94	5 262	56	28	28	17
27	81 555	142	16,20%	3	47	8	1,27	3 579	56	22	34	22
28	204 265	126	18,25%	4	32	6	1,79	10 739	55	26	29	13
29	63 954	148	16,22%	3	49	8	1,56	2 877	53	24	29	14
30	93 281	105	16,19%	3	35	6	1,80	6 809	62	15	47	16
31	200 361	140	10,00%	5	28	3	2,06	14 310	49	12	37	25



ИОН

ноу·хау

Как будем увеличивать КП:

Терминальн
ый трафик

График УРВ

Увеличение
конверсии



Нам нужно:

Для достижения КП = 19,83%
увеличить среднее кол-во чеков по
товарам и услугам на 4 чека.

(Трафик * новый КП – среднее кол-во чеков по
товарам и услугам при старом КП) $28 - 24 = 4$

Работа с терминальным трафиком:

Средне дневной оборот по товарам и усл.	Средне дневной трафик	Коэф. привлечения	Среднее кол-во продающих	Средний трафик на продающего	Среднее кол-во чеков (тов. и усл.) на продающего	Средняя глубина чека	Средний чек	Среднее кол-во чеков общее	Среднее кол-во чеков по тов. и усл.	Среднее кол-во чеков по платежам	Среднее кол-во чеков терм. платежей
135228	143	17,24%	3	45	8	1,79	5704	54	24	31	16

Из таблицы видно, что среднее количество чеков в день через терминал 16, а это значит, что это 16 потенциальных покупателей.

При КП 17,24% количество возможных чеков по товарам и услугам среди клиентов, совершивших платеж через терминал, могло быть равно 3.

Работа с графиком УРВ:

Средне дневной оборот по товарам и усл.	Средне дневной трафик	Козф. привлечения	Среднее кол-во продающих	Средний трафик на продающего	Среднее кол-во чеков (тов. и усл.) на продающего	Средняя глубина чека	Средний чек	Среднее кол-во чеков общее	Среднее кол-во чеков по тов. и усл.	Среднее кол-во чеков по платежам	Среднее кол-во чеков терм. платежей
135228	143	17,24%	3	45	8	1,79	5704	54	24	31	16

Из таблицы видно, что среднее количество продающих в магазине 3 человек, но есть дни, где продающего персонала меньше среднего количества.

Таких дней было 7.

Из этого следует, что за 7 дней, возможно, было упущено 56 чеков.

Значит, прирост среднего количества чеков по товарам и услугам мог быть равен 2.

Работа по увеличению конверсии:

Магазин - Продавцы	Эффективность звонков				Эффективность запроса карты		Выдача карты и сбор почты					
	События Кол-во событий	События Кол-во звонков	% Звонков по событиям	% Конверсии в продажи	События Вал руб	События Кол-во чеков	Оборот по повтор.покупкам,руб	% Повторных покупок в обороте	% выдачи карты	% чеков с подарочными сертификатами, где есть карта	% сбора e-mail с новыми картами	% подтверждения среди собранных e-mail
Первомайский	843	198	23,49%	3,20%	144 030	27	1 589 273	43,40%	15,31%	NaN	97,02%	32,31%
Бородуля И.И.	420	75	17,86%	2,86%	66 299	12	479 956	53,75%	17,24%	NaN	100,00%	23,08%
Валлахметов И.И.	10	8	80,00%	30,00%	13 055	3	161 102	45,39%	12,00%	NaN	100,00%	33,33%
Вежинов А.И.	1	0	0,00%				17 330	80,95%		NaN		NaN
Джурасва В.Р.	12	11	91,67%				30 408	12,81%	19,67%	NaN	91,67%	18,18%
Звонок В.Д.	2	0	0,00%				35 341	42,08%	12,50%	NaN	100,00%	0,00%
Заринов А.Е.	4	4	100,00%				13 681	22,95%	5,00%	NaN	100,00%	0,00%
Иванов Е.Е.	223	38	17,04%	1,35%	17 804	3	409 011	46,80%	14,74%	NaN	100,00%	22,22%
Кюшлев А.И.	1	0	0,00%							NaN		NaN
Степанчикова Н.А.	169	62	36,69%	5,33%	46 872	9	375 367	35,99%	26,02%	NaN	87,50%	52,38%
Туганов Е.И.	1	0	0,00%				47 077	96,72%		NaN		NaN

$196 \text{ (кол-во звонков)} / 27 \text{ (кол-во чеков)} = 7$

$843 \text{ (кол-во событий)} / 7 = 120 \text{ (чеков при 100\% обзвоне)}$

$120 - 27 = 93 \text{ (чека потеряно)}$

$93 / 31 = 3 \text{ (прирост среднего количества чеков по товарам и услугам мог бы быть при 100\% обзвоне)}$



ИТОГ :

Терминальный трафик + 3 чека

График УРВ + 2 чека

Увеличение конверсии + 3 чека

Работая с 3 факторами, влияющими на КП, мы получили прирост к среднему количеству чеков в день равный 8.

В результате чего КП составил 22,4%, а это значит, что он увеличился на 29,9%.

Следовательно, поставленная перед нами задача по увеличению КП магазина «Первомайский» на 15% по сравнению с предыдущим месяцем успешно выполнена.



СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!!!))