



LIU·JO

SPRING SUMMER 2020

25,26,27,28 ФЕВРАЛЯ 2020

Marins Park Hotel

Россия, г. Сочи, ул. Морской пер., 2,

LIU JO Russia, CIS & Baltic Countries

LIU·JO

ЭТО LIU JO

- Марко Марки
- 1995
- Италия
- Карпи
- € 367 млн
- Более 490 моно
- Более 5.480 мульти
- 868 сотрудников



LIU JO

ЭТО LIU JO

Сегодня LIU JO представлен в 48 странах и 3 континентах – Европе, Африке и Азии – Включает в себя 490 моно-брендовых точек продаж и 5480 мульти-брендовых точек продаж во всем мире.

LIU JO Russia, CIS & Baltic Countries

- Азербайджан
 - Баку
- Белоруссия
 - Минск
- Казахстан
 - Алма-Ата
- Кыргызстан
 - Бишкек
- Прибалтика
 - Таллин, Рига, Вильнюс
- Россия
 - Москва, Санкт-Петербург, Калининград, Ростов-на-Дону, Воронеж, Новосибирск, Иркутск, Казань, Краснодар, Нижний Новгород, Пермь, Пятигорск, Набережные Челны, Ставрополь, Сочи, Тверь, Владивосток, Ярославль, Махачкала
- Узбекистан
 - Ташкент
- Украина
 - Киев, Одесса

LIU JO Сегмент рынка

LIU JO



Сравнительный шопинг

- Занимаемся в начале каждого сезона
- Исследуем продукцию имеющуюся у тех конкурентов, которые торгуют сопоставимым ассортиментом
- ТАКИЕ ЖЕ КАТЕГОРИИ И ЦЕНОВОЙ УРОВЕНЬ
- После похода по магазинам составляется отчет, имеет вид таблицы, фото, цена, состав
- Делается вывод о тенденциях, или моделях отсутствующих в коллекциях и другое

Первые пять дней недели, с понедельника по пятницу включительно, нам следует работать, чтобы не отстать от конкурентов.

А вот по субботам и воскресеньям нам надо стараться их обойти.

LIU·JO



Основные конкуренты

s a n d r o
PARIS

1984

Бренд в котором на уровне философии заложен принцип выделяться хорошими тканями и собственной эстетикой. Sandro пытается объединить в себе мужской и женский стиль.

maje
PARIS

1998

Бренд для subtilных девушек ангельской наружности. Стиль бренда можно легко назвать парижским шиком или стилем буржуазной богемы. Причем, одеться с современным французским шиком могут как любительницы классики, так и поклонницы дерзкого панковского стиля.

T W I N - S E T
SIMONA BARBIERI

1990

Характерной особенностью Бренда является мастерская вышивка - выполняется вручную. Коллекции трикотажных изделий отличаются качеством, роскошной отделкой и женственностью.

PINKO

1979

Бренд для независимой, сильной и привлекательной женщины. Коллекциям свойственен уникальный, эклектический и современный стиль.

PATRIZIA PEPE

1993

Бренд ориентирован на аудиторию, которой сложнее всего найти свой образ. Практичность, изюминка и простота – вот на что делает ставки модная марка. Одежда на все случаи жизни.

LIU•JO

Основные признаки LIU JO

LIU JO



1| FEMININE



2| GLAMOUR



3| SINGULAR



4| SPARKLING

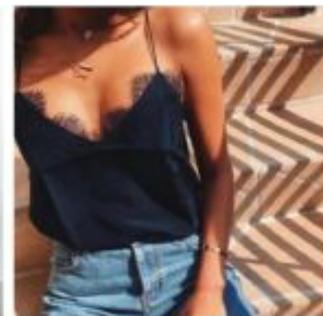
1| женственность; 2| очарование, привлекательность, обаяние; 3| индивидуальность; 4| блистательность

Женственность

LIU JO
предлагает
обновленный образ
женщины в гармонии с
ее телом и разумом.

Женственность
женщины, которая
независима,
современна и богата.

СОВРЕМЕННЫЙ
ФЕМИНИЗМ, СИЛА И
НЕЗАВИСИМОСТЬ.



LIU JO

LIU JO

Очарование, привлекательность, обаяние

Чувственная,
обаятельная,
интригующая.
LIU JO соблазняет
женщин в
повседневной жизни.

LIU JO совершенствует
свой гламурно-
шикарный стиль,
чтобы одевать смелых
и утонченных женщин.

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ
ШАРМ – ВЫЗОВ
ДЕТАЛЯМ



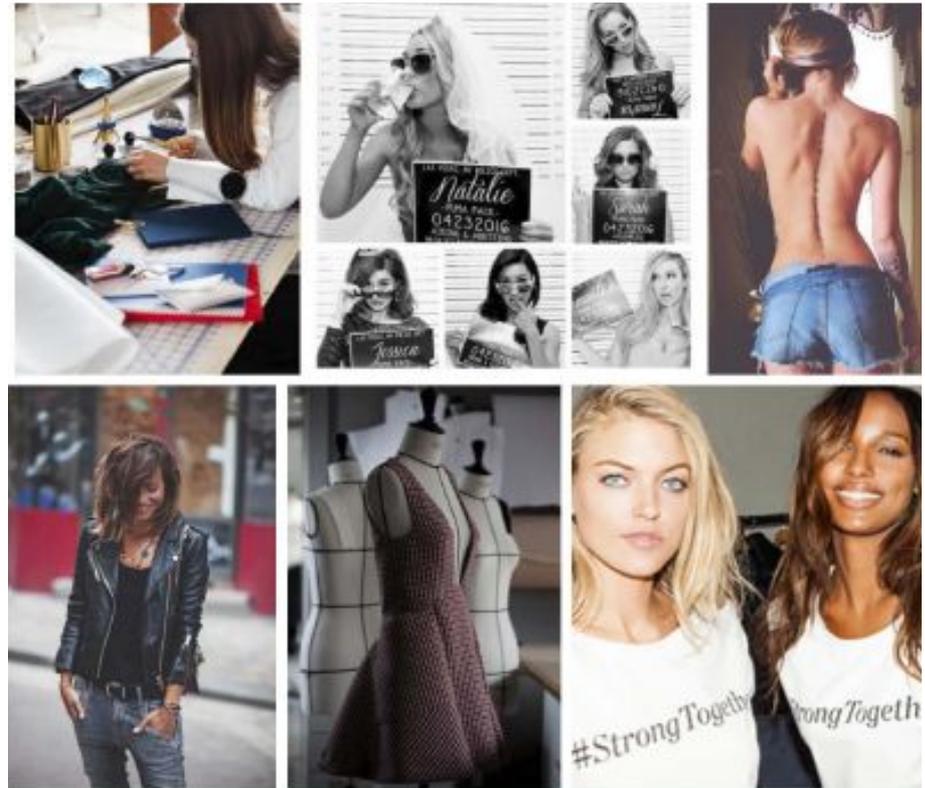
Индивидуальность

Выбирая LIU JO
каждый клиент
выбирает свой стиль
благодаря легкости
комбинаций.

LIU JO подчеркивает
женскую силу,
независимость,
личность и характер
каждой.

УНИКАЛЬНОСТЬ И
МНОГОГРАННОСТЬ
ПРИКОСНОВЕНИЙ
ИТАЛИИ

LIU JO



Блистательность

В LIU JO объединены
все грани
очарования, счастья
и радости.

Выбор LIU JO - это
выбор единения,
выбор семейного
сообщества по
имени
LIU JO.

ЕДИНСТВО
СМЕЛОСТЬ
БЛИСТАТЕЛЬНОСТЬ
СВОБОДА
СОЮЗ



LIU JO

Женщина LIU JO

- 20 – 45 лет
где большая часть – это женщины от 35 до 45
- в целом широкая целевая аудитория, от школьного возраста и студенчества до зрелого возраста
- любит Бренд (хорошо знакома с LIU JO, ценит его и возвращается)
- любит динамичный и элегантный стиль и гламур
- чувствует моду и стиль, но не является жертвой моды (fashion victim)
- работает (доход выше среднего)
- живет в городе, активная



LIU JO Curiosity refresh - КОНЦЕПТ

LIU JO



LIU JO “Contemporary Romance”

LIU·JO

LIU·JO New Concept 2020 _ Area Cassa

LIU·JO



Christopher Ward®
studio

All design is property of Christopher G. Ward. Any unauthorized copying, use, publishing or reproduction is prohibited

LIU JO “Contemporary Romance”

LIU·JO

LIU·JO New Concept 2020 _ Area Denim

LIU·JO



Christopher Ward[®]
studio

All design is property of Christopher G. Ward. Any unauthorized copying, use, publishing or reproduction is prohibited

LIU JO “Contemporary Romance”

LIU·JO

LIU·JO New Concept 2020 – *Area Denim + Area Relax*

LIU·JO



Christopher Ward[®]
studio

All design is property of Christopher G. Ward. Any unauthorized copying, use, publishing or reproduction is prohibited.

LIU•JO

Линии коллекций

- Black label
- White label
- Gold label
- Blue Denim
- Sport
- Beachwear
- LA ROSE
- Accessories
- Shoes
- Luxury - licenses
- Eyewear - licenses
- Fragrances - licenses
- Junior&baby, LIU JO Girl, LIU JO UOMO, LIU JO CASA

LIU JO

LIU JO Менеджер магазина

- представляет интересы Бренда
- является первым лицом Бутика
- ответственный за все торгово-технологические процессы
- обеспечивает достижение выполнения плановых задач по товарообороту и KPI
- обеспечивает формирование профессионально-подготовленных кадров – лучшей команды на fashion рынке



Портрет позиции

Функции:

1. **Управление персоналом**
Подбор, обучение, планирование, мотивация, контроль
2. **Работа с товаром**
Организация товаро -движения и хранения
3. **Работа с информацией**
Анализ и ведение отчетности
4. **Представительство**
Внешнее взаимодействие
5. **Генератор идей**
Как быть в плюсе, когда все в минусе

Портрет позиции

Знания:

1. **Управление персоналом**

Основ психологии, системы оценки персонала, технологий обучения, технологии, методов контроля

2. **Работа с товаром**

Порядка приема и хранения товара, правил маркировки, ассортимента, выкладки

3. **Работа с информацией**

Системы отчетности принятой в Компании, методов сбора информации

4. **Представительство**

Техники продаж, основ психологии, Законодательства

5. **Генератор идей**

Современной литературы и авторов по теме, тенденций и трендов Рынка, текущей ситуации и настроения на рынке

LIU•JO

Практикум

Цель: составить перечень умений и навыков, личностных качеств присущих должности Менеджера магазина



Метод: индивидуальная и коллективная работа, сбор и анализ информации, работа с колесом баланса



Результат: получение списков согласно цели, индивидуальные результаты колеса баланса на каждого участника



Финал: закрепление полученных результатов, обратная связь от участников, краткосрочные цели – первичные намерения

Колесо баланса

LIU·JO



Ваш магазин LIU JO



Какая цель Вашего магазина

LIU·JO

Ваш магазин LIU JO | Цель

ЦЕЛЬ

- достижение планируемых финансовых результатов с наименьшими затратами при высочайшем уровне СЕРВИСА
- продажа товаров Торговой Марки LIU JO
получение прибыли, достижение
максимальных финансовых показателей

LIU•JO

Управление персоналом

1. Стратегия
2. Квалификация персонала
3. Технология подбора и первичного обучения кадров
4. Мотивация и стимулирование
5. Контроль и оценка результатов работы

LIU·JO

Управление персоналом

1. Стратегия



Стратегия Вашего LIU JO магазина
Цель Вашей Компании

LIU•JO

Управление персоналом | Стратегия

Количественный – объем продаж

Качественный – что делаем, к
чему стремимся, принципы, зачем
все это

Представление управленческого персонала о целях
Компании и способах их достижения в определенный
момент деятельности

ЦУ•О

Управление персоналом | Квалификация

2. Квалификация персонала



Какими знаниями и умениями владеют сотрудники Вашего магазина LIU JO

Какие три документа определяют квалификацию работника

LIU•JO

Управление персоналом | Квалификация

Должностная
инструкция

Профиль должности

Стандарты работы

СИУ·Ю

Управление персоналом | Квалификация | Стандарты работы



Какие стандарты работы существуют в Вашем магазине LIU-JO

LIU·JO

Управление персоналом | Квалификация

Знание Компании и товара

Трудовой распорядок

Стандарт внешнего вида

Правила организации торгового процесса

Правила продажи и обслуживания
покупателей

ЦУ•Ю

Профиль должности продавца



Какие знания, навыки, личностные качества необходимы продавцу , чтобы выполнить функциональные обязанности в рамках должностной инструкции

Профиль должности продавца

- **Особенность торгового процесса в магазинах** заключается в том, что предметом труда здесь являются не только товары, но и покупатели.
- **Сосредоточение в торговле огромных масс товарно-материальных ценностей и денежных средств**, постоянное общение работников торговли в процессе труда с населением вызывают необходимость особо тщательного подбора и расстановки кадров на всех этапах торгово-технологического процесса. От работников торговли требуется высокая гражданская и моральная ответственность, психологическая расположенность к установлению деловых контактов с покупателями, имеющими разные вкусы, привычки, запросы.

Профиль должности продавца



Где готовят работников торговли
Категория – продавцы консультанты

Напишите 10 ответов на вопрос - почему
покупатель ценен лично для Вас

Наоборот

Напишите 10 ответов на вопрос - чем
профессиональный продавец консультант ценен
для покупателя

LIU•JO

Обслуживание покупателей



Что такое обслуживание покупателей

Как Вы объясняете вновь прибывшим в команде ?

LIU•JO

Обслуживание покупателей

- **Обслуживание клиентов** (англ. *customer service*) — это обеспечение обслуживания клиентов до, во время и после покупки товара или услуги.
 - Обслуживание клиентов — это последовательность действий, направленных на увеличение уровня удовлетворённости клиента — то есть, формирование у клиента ощущения, что товар или услуга соответствуют его ожиданиям.
- Jamier L. Scott. (2002)^[1]

LIUJO

Обслуживание покупателей

- Приветствие
- Начало беседы
- Развитие беседы, выяснение потребности
- Рассказ о товаре на основании потребностей
- Работа с возражениями
- Завершение продажи

Обслуживание покупателей

LIUJO

Шаги	Дом продажи	Краткое описание
1	Приветствие	Визуальный контакт, приветствие, улыбка. Дать возможность осмотреться и почувствовать себя комфортно
2	Начало беседы	Начать беседу, инициировать вопросы, выслушать вопросы, в режиме диалога
3	Развитие беседы, выяснение запросов и потребностей	Продолжаем разговор- слушаем внимательно, уточняем детали
4	Рассказ о товаре на основе потребностей	Показать товары, рассказать про свойства, выгоды, ответить "ожиданием" от процесса общения, помогать сделать выбор
5	Работа с вопросами, сомнениями, возражениями, помощь в принятии решения	Быть рядом в ходе выбора, работать грамотно по спирали, помочь сделать окончательный выбор
6	Завершение продажи	Завершить продажу, проводить покупателя
7	Прощание	Улыбка, благодарность, договор"на будущее"



Ключевые показатели эффективности | KPI

Успех каждого магазина оправдывается его товарооборотом который он способен генерировать или скорее продажами сегодня и завтра.

Долг каждого члена команды, работать с ключевыми показателями эффективности, в отношении установленного плана, и получать удовольствие преодолевая себя постоянно работая над улучшением Sell-Out, достигая максимально возможных результатов.

План устанавливается центральным офисом, а задача управляющего магазина разбить план на краткосрочные периоды торговли, довести до персонала требуемый уровень товарооборота ежедневно.

Ключевые показатели эффективности (KEY PERFORMANCE INDICATORS (KPI)) должны анализироваться ежедневно, для достижения максимальных финансовых показателей в долгосрочном периоде.



КПЭ – жизненно важные инструменты управления

Ключевые показатели эффективности (КПЭ) являются жизненно важными инструментами.

Их используют их для понимания текущей ситуации в бизнесе: либо вы двигаетесь в направлении которое приведет Вас к успеху, либо вы свернули с благоприятного пути.

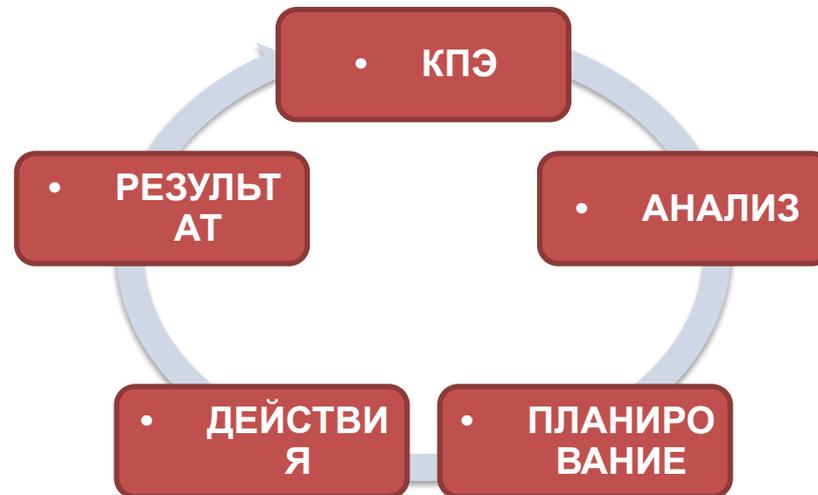
«Все, что можно измерить, можно выполнить» и «Если вы не можете что-то измерить, вы не сможете этим управлять» - вот всего лишь две популярных поговорки, которые подчеркивают особую важность КПЭ.

Без использования КПЭ менеджеры и персонал всего магазина действуют **ВСЛЕПУЮ**.

В розничных магазинах, КПЭ являются числовые показатели, представляющие собой ключ к анализу и

КРІ | Цели и задачи

- Показатели эффективности, требуют от каждого сотрудника знаний об эффективности их продаж с клиентами, а также, умение анализировать какие необходимо предпринять действия, чтобы улучшить экономические результаты, достигнуть и превысить установленные планы..



КРІ | Товарооборот

– это выручка от продаж

ЧТО ИЗМЕРЯЕТ:

Выручку, которую генерирует магазин

КАК ЕГО УВЕЛИЧИТЬ:

- Понимать, насколько близки наши показатели к плановым;
- Анализировать эффективность продаж ежедневно;
- Знать как планировать продажи;
- Мотивировать персонал на достижение цели;
- Понимать динамику клиентов и рынка;
- Понимать правильный метод продаж.

LIU•JO

КРІ | Проходимость

– общее количество вошедших в магазин

ЧТО ИЗМЕРЯЕТ:

Привлекательность магазина, способность магазина привлекать клиентов

КАК ЕГО УВЕЛИЧИТЬ:

- Дверь магазина должна быть открытой и чистой;
- Захватить внимание прохожих, создавая динамику движения в магазине – избегать статичности в магазине;
- Предложить клиенту возможность вернуться:
- Используя средства мерчандайзинга
- Будьте открыты и позитивны с клиентом;
- Постоянно улучшать качество своей работы.

LIU•JO

КРІ | Конверсия

-это отношение количества вошедших в магазин покупателей, к совершившим затем покупку.

ЧТО ИЗМЕРЯЕТ:

Качество и эффективность работы команды, способность превращать потенциальных клиентов в реальных

КАК ЕГО УВЕЛИЧИТЬ:

- Знать как сформировать приятные эмоции при посещении магазина;
- Знать технику продаж и как закрыть продажу в совершенстве;
- Быть наиболее активными в час пик посещаемости;
- Рационально работать с подсортировкой торгового зала;
- Знать как **УБЕДИТЬ** и **УДОВЛЕТВОРИТЬ** потребности клиента;
- Знать продукт на уровне эксперта;
- Оказывать искренний сервис;
- Делать немного больше, чем вы делаете.

LIU•JO

КРІ | Наполняемость чека

- среднее количество единиц в
каждом чеке

ЧТО ИЗМЕРЯЕТ:

Способность и умение команды удовлетворить потребность покупателя продавая предметы одежды комплектами Total Look

КАК ЕГО УВЕЛИЧИТЬ:

- Знать и использовать технику CROSS продаж;
- Знать как убедить и вызвать интерес к Бренду LIU JO;
- Использовать технику импульсивных покупок и при необходимости уменьшить восприятие цены путем продажи моделей разного ценового уровня;
- Проводить тренинги по продукту, типы и формы фигур, посадка, создание образа;
- Устанавливать индивидуальные цели.

LIU JO

КРІ | Средний чек

- средняя сумма денег, которую покупатель тратит в магазине

ЧТО ИЗМЕРЯЕТ:

Способность и умение команды удовлетворить потребности и желания покупателя всецело (вертикально и горизонтально)

КАК ЕГО УВЕЛИЧИТЬ:

- Знать как увеличить сумму чека с помощью UP-SELLIN техники продаж;
- Всегда предлагать по крайней мере 2, 3 более дорогих варианта;
- Чувствовать клиента;
- Рекомендовать приобрести ключевые модели в коллекции;
- Знать как поговорить о цене;
- Уметь работать с возражениями

LIU•JO



КРІ | Арифметика розницы

Команда должна знать как работать с ключевыми показателями эффективности, так как даже несущественное изменение любого из вышеперечисленных показателей существенно влияет на ТОВАРООБОРОТ.

*Например 1000 посетителей-10% Коэффициент конверсии;
€ 200,00 Средний чек; 1,5 ед в чеке- наполняемость чека;
€ 133,33 Средняя цена за штуку;
= € 20,000.00 в продаже / месяц - ТОВАРООБОРОТ*

1. Проходимость:
количество посетителей в день

Пример: + 10% посетителей
= + € 2,000.00 в месяц

2. Конверсия:
отношение посетителей к покупателям

Пример: + 1% конверсия =
+ € 2,000.00 в месяц

3. Наполняемость чека:
количество единиц в каждом чеке

Пример: +0,15 единиц =
+ € 2,222.16 в месяц

4. Средний чек:
сумма среднего чека

Пример:
+ € 10.00 Средний чек =
+ € 1,000.00 в месяц

KPI | анкеты посетителей

- НОВИНКА ТРЕНД



Как происходит формирование клиентской базы в Вашем магазине

LIU•JO

LIU•JO

КРІ | Выводы

ВСЕ ЧТО МОЖНО ПОСЧИТАТЬ, МОЖНО ВЫПОЛНИТЬ!

- ЕЖЕДНЕВНО АНАЛИЗИРУЙТЕ ИТОГИ И РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ;
- ИЗБЕГАЙТЕ ПУТИ НАИМЕНЬШЕГО СОПРОТИВЛЕНИЯ;
- СТАВЬТЕ ПЕРЕД СОБОЙ ЗАВЕДОМО НЕДОСЯГАЕМЫЕ ДЛЯ ВАС ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ.

**Лучше стремиться к гениальности и не достичь ее, чем*

Окончание активностей

Спасибо и увидимся завтра!
Хорошего вечера!



LIU•JO