

Розничная торговля: Как повысить производительность

Стратегия в специализированной рознице

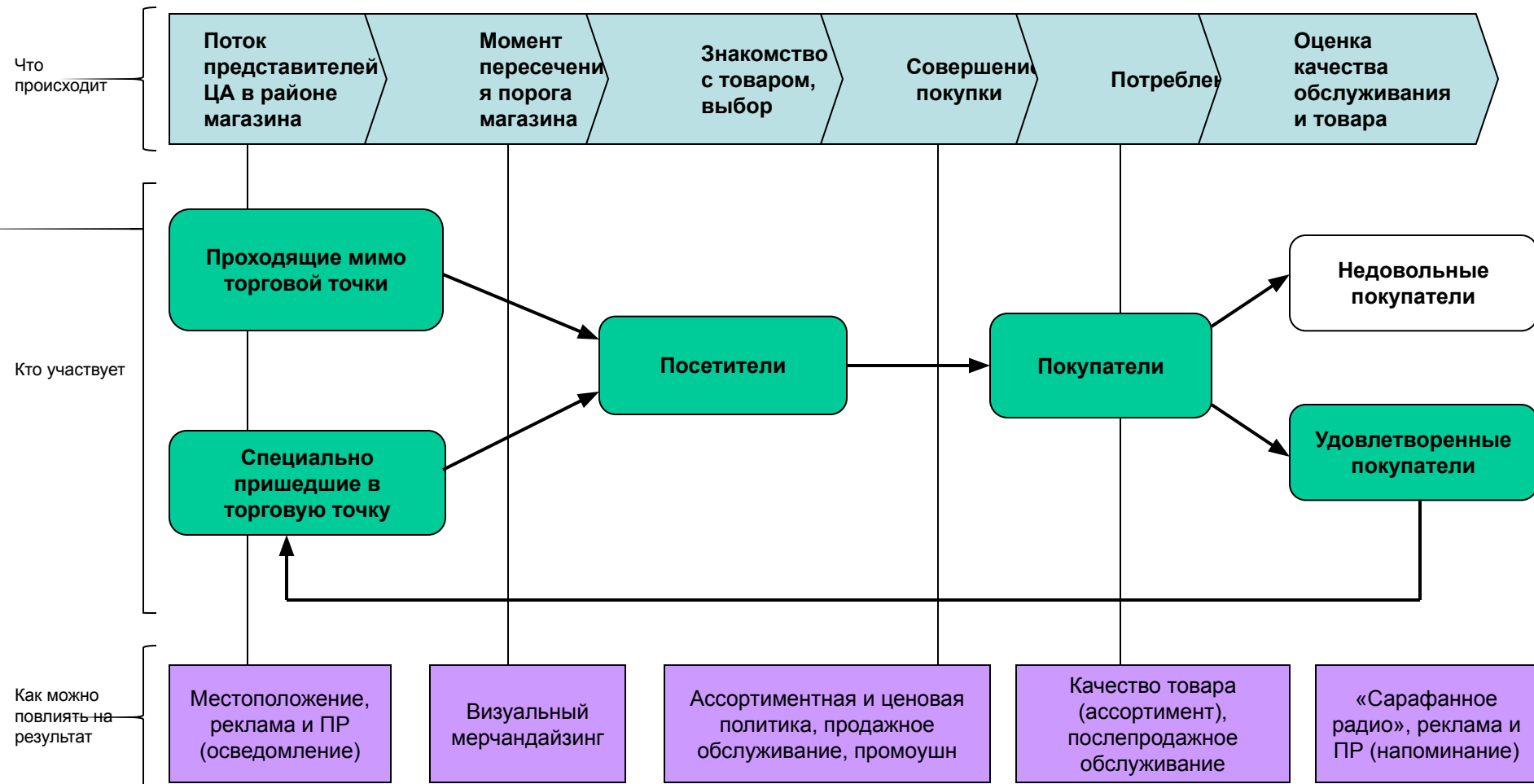
Что влияет на продажи в рознице

Следующие факторы определяют продажи в специализированной розничной точке. Хотя сила их влияния может различаться в зависимости от специализации и позиционирования объекта, в целом, факторы приведены в порядке уменьшения силы влияния для большинства розничных объектов.

1. Местоположение торговой точки
2. Ассортиментная и ценовая политика
3. Визуальный мерчандайзинг
4. Обслуживание
5. Buzz Marketing: ПР и «сарафанное радио»
6. Промоушн: скидки, купоны, распродажи
7. Реклама, программы лояльности

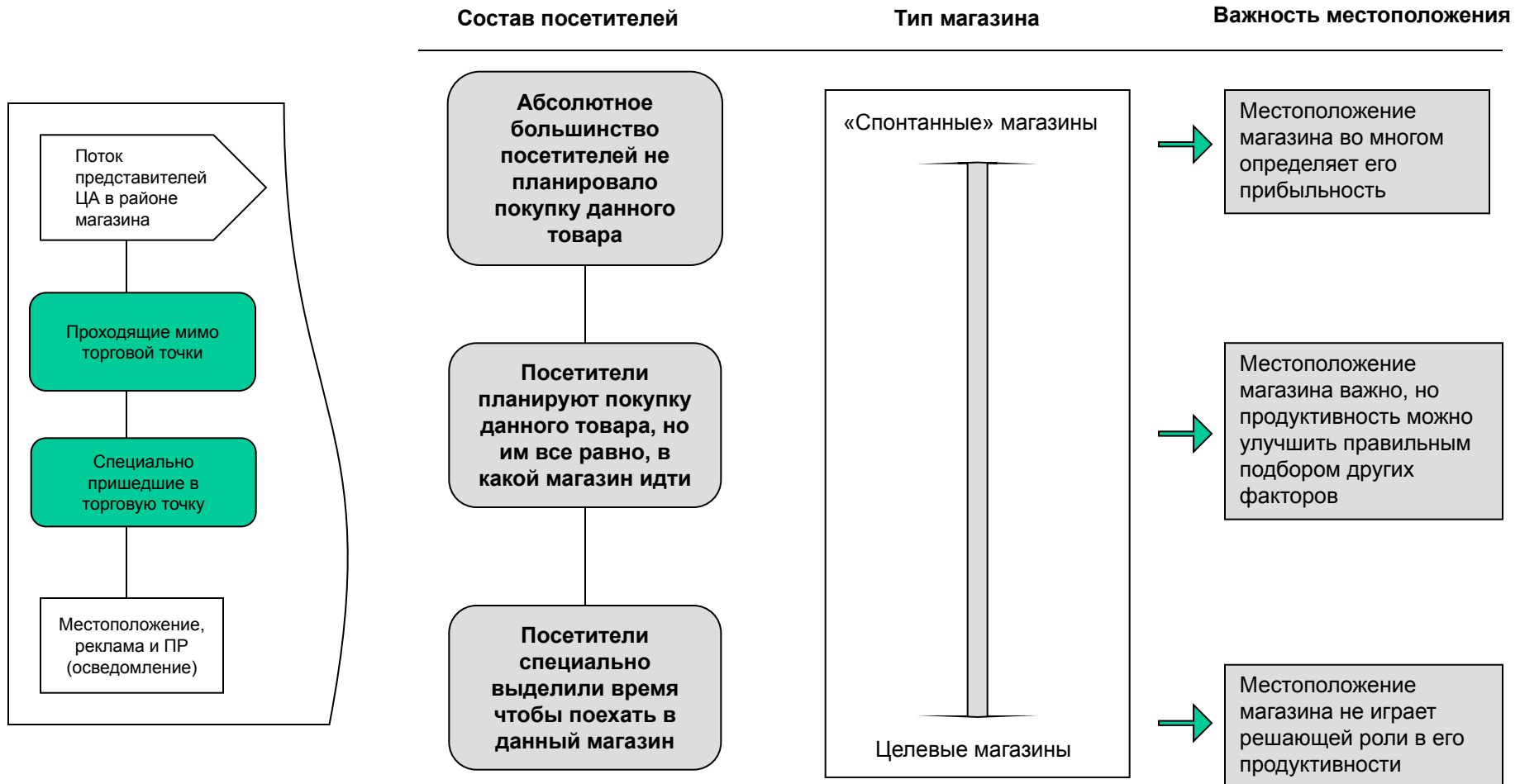
При разработке концепции розничной точки рекомендуется, чтобы руководители рассматривали как минимум первые четыре фактора в комплексе. При попытке улучшения производительности существующей точки рекомендуется провести тщательную диагностику пунктов 2-4, которые влияют на производительность розницы в долгосрочном плане.

Взаимодействие покупателя и розничного торговца



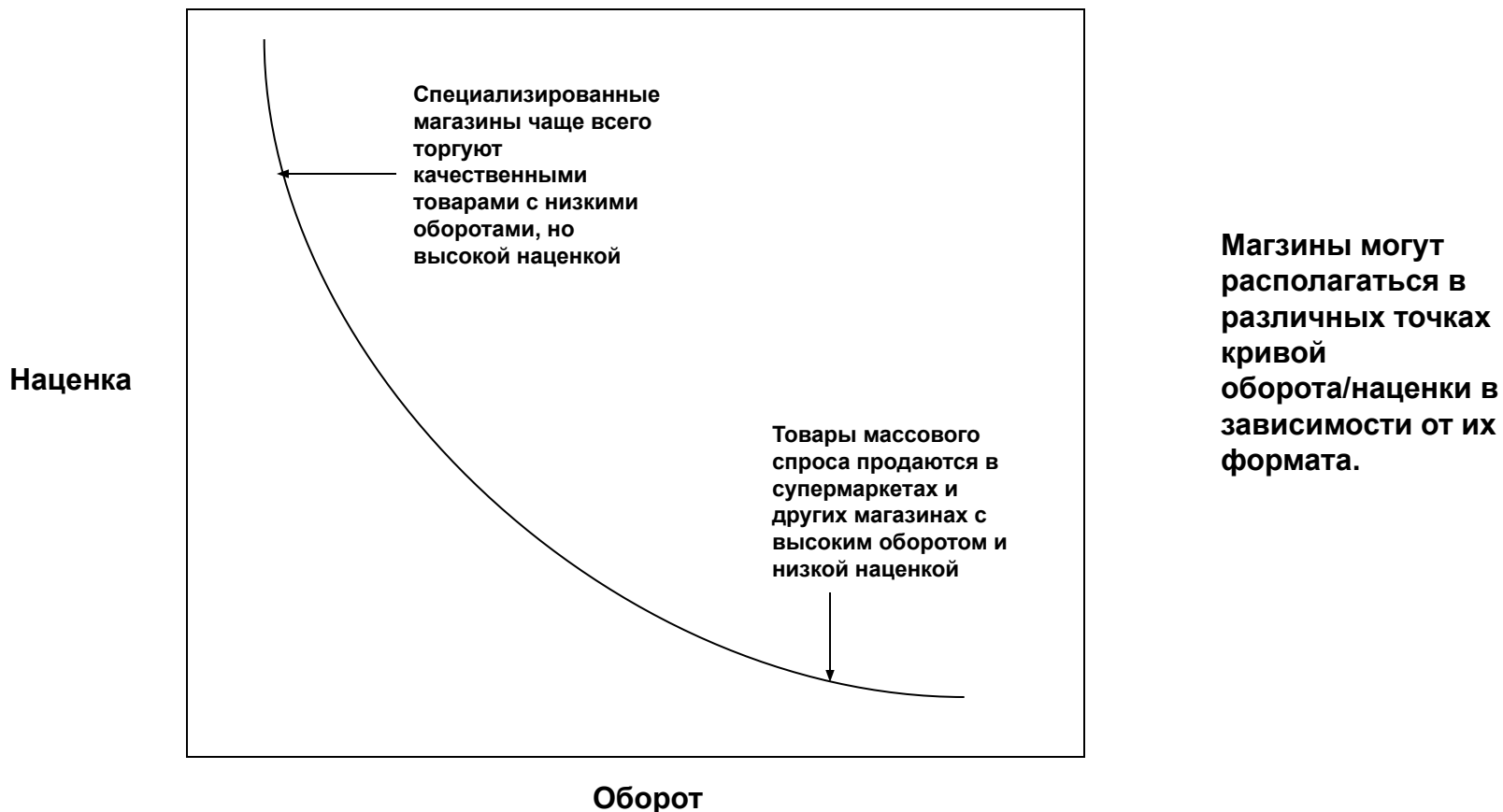
Типы розничных точек и важность местоположения

Соотношение проходящих мимо и целевых посетителей определяется прежде всего типом магазина и относительно стабильно во времени.

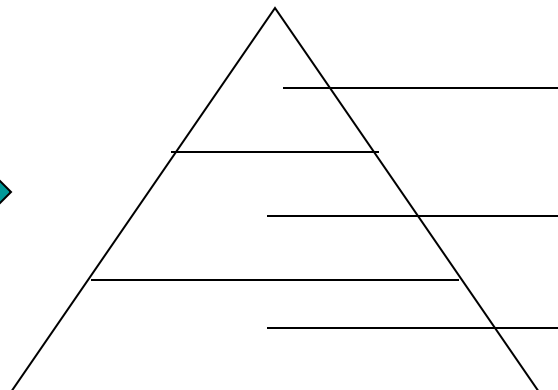
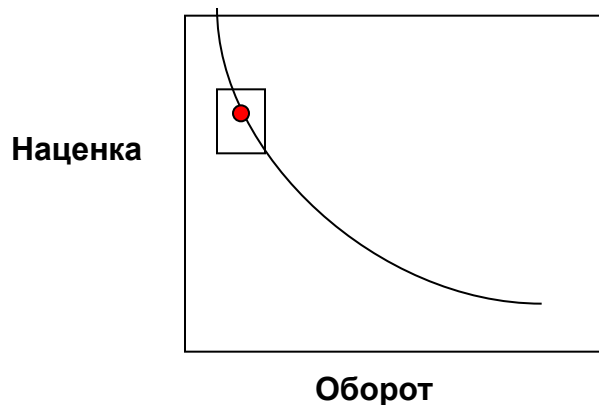


Взаимосвязь ассортиментной и ценовой политики

- Часто комбинацию ассортиментной и ценовой политики называют форматом магазина.



Архитектура ассортимента специализированных магазинов



Товар верхней линейки. Очень специфичен и характеризуется наименьшим охватом.

Товар среднего сегмента. Немного менее специфичен, и обладает меньшей шикотой охвата аудитории.

Базовый товар. Привлекателен для большого количества покупателей, наименее подвержен моде.

Несмотря на то, что специализированный магазин выбирает точку на кривой наценки-оборота, его ассортимент чаще всего покрывает определенный отрезок кривой в районе точки позиционирования.

Архитектура ассортимента чаще всего представляется в качестве пирамиды. Хотя «пирамидальность» характерна для ассортимента большинства магазинов, среди них бывают исключения.

Роль визуального мерчандайзинга

Визуальный мерчандайзинг

- Объясняет клиенту, что вы продаете
- Один из самых лучших способов коммуникации позиционирования и имиджа розничной точки
- Важнейший элемент создания атмосферы магазина

Что вам говорят эти фотографии витрин о соответствующих магазинах?



Окно магазина Barney's, Нью Йорк



Окно магазина Салита, Москва

Роль других элементов стратегии

- Реклама может увеличить осведомленность ЦА о магазине, но ее эффект быстро выветривается. Витрины представляют собой один из самых лучших рекламных носителей для специализированного магазина.
- Скидки способны резко повысить продажи, но обладают двумя негативными сторонами:
 - Они уменьшают маржу продавца.
 - Если торговец злоупотребляет скидками, покупатель очень скоро откажется покупать товар по полной цене, в результате 1) продавец не может вырваться из цикла скидок без серьезных потерь в продажах; 2) слишком частые распродажи разрушают имидж бренда торговой точки.