



Роль личности директора в успешной работе магазина

КОНСУЛ[®]
ШВЕЙЦАРСКИЕ ЧАСЫ
ЮВЕЛИРНЫЕ УКРАШЕНИЯ

Мы хорошо знаем, что успех любого магазина зависит от:

- удачного месторасположения магазина;
- широкого ассортимента качественного товара, удобно и красиво представленного в чистом и комфортном торговом зале;
- оптимального соотношения цен к качеству товара;
- высокой культуры обслуживания, доброжелательного и компетентного персонала;
- эксклюзивных рекламных акций и привлекательных программ лояльности.

И это всё, практически про нас!



**1. Мои достижения, как директора магазина КОНСУЛ,
расположенном по адресу: Москва, Большая Тульская
ул., 13 в МТРК Ереван Плаза.**

- -Преображение магазина, (произвели генеральную уборку, сменили и починили освещение витрин, потолка) стало чище, светлее и ярче.
- -Произвела смену витрин между брендами, для удобства клиентов.
- -Произвела ротацию брендов (вывели не пользующиеся спросом марки)
- -Проявила участие в ведение новых брендов с ассортимент магазина (появилось 3 новых бренда)
- -Совместно с коллективом навела порядок в витринах и шкафах с ювелирной продукцией. На регулярной основе меняется выкладка товара.
- -Согласовала в администрации ТЦ разрешение на установку стойки с ремешками, установка стойки качественно улучшила презентацию данного товара.
- -Ввела в коллектив правило «индивидуального внимания», приглашать постоянных клиентов в день их рождения (ежемесячный обзвон базы клиентов / именинников)
- -До появления маркетолога, находила партнеров и проводила кросс-маркетинг.
- -Для увеличения лояльности клиентов, за 6 месяцев работы, провела две акции (лотерея, клиентские дни салона)
- -Определила зону ответственности каждому сотруднику для поддержания порядка на витринах и в накопителях.
- -Создала дружную, сплоченную атмосферу в коллективе
- -Проводя регулярные пятиминутки с коллективом, мотивирую сотрудников на работу и важность каждого в общем деле, для достижения наилучших результатов.



2. Предложения по повышению эффективности и расширению клиентской базы:

- информирование покупателей об акциях, направленных на привлечение новых покупателей
- проведение акций, стимулирующих повторную покупку
- проведение программ лояльности
- проведение праздников
- акции, формирующие имидж магазина и общую лояльность покупателей и др.
- предоставление скидки при условии покупки на определенную сумму
- проведение ценовых акций
- Любые виды маркетинговой активности

Мы движемся в правильном направлении, большая часть из выше предложенного уже работает.