

# Конвертация и её влияние

Усолье-Сибирское  
Тамошевич В.А.  
продавец-консультант

# Описание показателя

- **Конвертация (конверсия) – это отношение действительных клиентов к потенциальным.**

**Единица измерения конвертации – проценты, которые рассчитываются за определенный период времени.**

$$\text{Конверсия} = \frac{\text{Число действительных клиентов}}{\text{Число потенциальных клиентов}} * 100\%$$

**Данный показатель может сказать например насколько качественно работают продавцы или насколько качественно выполнена выкладка товара и т.д.**

**Он очень важен как продавцам так и обязательно руководителю того или иного подразделения.**

**Общемировая практика показывает, что для успешного развития магазина нашего формата необходимы показатели конверсии 20-40%.**

# Влияние на показатель

## Факторы влияющие на параметр:

1. Квалификация продавцов и сотрудников;
2. Удобство торгового зала;
3. Надежное Имя (бренд);
4. Ассортимент;

## Способы увеличения показателя:

1. Мотивация на личных показателях;
2. Каждый день скидки (создание эффекта выгоды);
3. Недорогая мелочь;
4. Активные продажи;
5. Товар продаётся сам (открытые выкладки, бренд-зоны и т.д.)
6. Формирование цены (9999)
7. Контроль остатков товара (сезон)
8. Комфортная атмосфера на торговой точке;

# Показатель на филиале

За август месяц на моём филиале этот показатель был равен **27.7%**, а среднее значение за прошлый год составляет **30.9%** при незначительных колебаниях, связанным с сезонными товарами. Текущий год в учёт не идёт из-за ряда причин связанных с перестройкой филиала.

Это говорит о том, что филиалу есть куда расти, но для этого необходимо принять меры.

Чтобы поднять этот показатель, я бы предпринял следующее:

- 1.** Решил вопрос с сезонными товарами;
- 2.** Провёл беседы с продавцами и сотрудниками ПВЗ на тему «внимание к клиенту»;
- 3.** Изменил планограмму и выкладку товара.
- 4.** Сделал подсветку на витринах.
- 5.** Отработал проседающие показатели с проблемными сотрудниками (продажи в час например).
- 6.** Провел тренинги по технике продаж, отдельное внимание к работе с возражениями.

# Заключение

Если предпринять описанные действия, то можно спрогнозировать увеличение выручки и как следствие увеличение прибыли филиала.

То есть, если мы увеличим конверсию до **40%**, то получим увеличение выручки в месяц порядка **30%**, что составит от текущих **43 160 076,7** р. среднегодовых, до **55 978 619,5** р.

А если помимо этого принять меры по другим важным показателям, например «средняя цена чека» и поднять этот показатель на **5-7%**, то выйдет сумма около **60 000 000** р., что составит прирост к текущей уже порядка **40%**.

Таким образом, если спрогнозировать чистую прибыль до конца года при текущих показателях в **64 165 543,2** р., то при приросте с сентября месяца эта сумма увеличится до **79 137 503** р., что составит прирост в **23,3%**.

В итоге мы имеем очень важный параметр, необходимый не только управляющему, но и продавцу.

# Источники информации

1. Оперативные показатели магазина.
2. Отчет о доходах и расходах.
3. <https://premierretail.ru/blog/12-stati/9-kak-velichit-konversiyu-v-roznicnom-magazine-12-rabotayushchikh-sposobov>
4. <https://salesap.ru/blog/konversiya-prodazh/>
5. <https://in-scale.ru/blog/konversiya-cto-eto-i-kak-poschitat/>