



شرکت نرم افزار کیان نور رایانه
ارائه دهنده نرم افزارهای جامع و یکپارچه مدیریت
فروش فروشگاه های زنجیره ای و هایپرمارکت

کتاب این ماه

معرفی محصولات جدید کیان

۵ رکن مؤثر در مدیریت و توسعه فروشگاه های خرده فروشی

درباره ما

محصولات

درخواست دمو

تماس با ما
۸۸۵۱۸۷۸۲



۵ رکن مؤثر در مدیریت و توسعه فروشگاه‌های خرده‌فروشی

شکی در این نیست که چشم‌انداز صنعت خرده‌فروشی، امروزه، بسیار رقابتی‌تر و حساس‌تر از گذشته است. امروز، شما نه تنها با فروشگاه خرده‌فروشی آن طرف خیابان و سایر فروشگاه‌های شهرتان رقابت می‌کنید، بلکه به واسطه خرید اینترنتی (در فروشگاه‌های آنلاین)، با فروشگاه‌های خرده‌فروشی سراسر جهان در حال رقابت هستید.

با این حال، وقتی از مشتریان درباره اینکه ترجیح می‌دهند آنلاین خرید کنند یا از فروشگاه‌های واقعی که در فضایی فیزیکی ایجاد شده است، اکثر آنها فروشگاه واقعی را برای خرید ترجیح می‌دادند. فرآیند خرید برای هر مشتری، تجربه‌ای متفاوت است که با حس و ذهنیت متمایزی همراه است.

نکته اصلی در موفقیت فروشگاه خرده‌فروشی، زیباتر، جذاب‌تر و ماندگارتر کردن این تجربه برای مشتری است. در هر فروشگاه‌ای، 5 چهارچوب فعال برقرار است که کار کردن بر روی آنها می‌تواند رشد و مدیریت مطلوب آن را به دنبال داشته باشد. در اینجا به این 5 کانون که برای رونق و موفقیت فروشگاه‌تان باید روی آنها متمرکز باشید اشاره می‌کنیم:

تجربه مشتری از خرید در فروشگاه شما (مهمترین اولویت)

بیست سال پیش معتقد بودیم که مهمترین رکن در مدیریت فروشگاه خرده‌فروشی، خدمات‌رسانی به مشتری است. اما امروز معتقدیم که مهمترین مسئله، خدمات نیست بلکه کم و کیف تجربه مشتری از خرید در فروشگاه شماست. تجربه مشتری از خریدی که در



فروشگاه انجام می‌دهد تنها در صورتی توأم با رضایت و به‌یادماندنی است که همه اِلمان‌ها و اجزای فروشگاه در هماهنگی و انسجام کامل عمل کنند؛ از عملکرد پرسنل فروش گرفته تا سیاست‌های فروش، نظافت فضای فروشگاه و کیفیت کالاهای عرضه شده و شیوه‌های بازاریابی و تبلیغات. در واقع شما با تمرکز بر روی کیفیت تجربه مشتریان‌تان از خریدی که در فروشگاه‌تان انجام می‌دهند، کسب و کارتان را به سمت موفقیت سوق دهید.

مدیریت موجودی کالاها

یکی از مسائلی که روی تجربه مشتریان از خرید فروشگاه‌های تأثیر بسیاری می‌گذارد، نحوه مدیریت موجودی کالاهای عرضه‌شده است. موجود نبودن کالای مورد نظر مشتری یا به‌اصطلاح "جور نبودن" جنس (برای مثال وقتی مشتری لباسی را می‌پسندد اما فروشگاه رنگ و سایز دلخواه او را موجود ندارد)، مشتری را بسیار ناراحت و عصبانی می‌کند. از آنجایی که پول نقد در فروشگاه‌های خرده‌فروشی، رکن اساسی در دوام و موفقیت کسب و کار است، بنابراین با جور کردن اجناس‌تان و به روز رسانی موجودی هر یک از کالاها، در فروشگاه‌تان گردش مالی ایجاد کنید تا با سرازیر شدن پول نقد، هم زمینه رونق کسب و کارتان فراهم شود و هم دوام و ماندگاری آن تضمین گردد.

بازاریابی و تبلیغات دیداری

فروشنده بی‌صدا در فروشگاه شما، نقش بازاریاب دیداری یا بصری را ایفا می‌کند. یک نمایشگر نافذ و تأثیرگذار در فضای فروشگاه خرده‌فروشی می‌تواند به اندازه یک فروشنده فعال و زنده در افزایش فروش نقش داشته باشد. دفعه بعد که می‌خواهید قفل درب فروشگاه‌تان را باز کنید، قبل از ورود به داخل فروشگاه، در ابتدای درب ورودی آن بایستید و از دید یک مشتری (نه صاحب فروشگاه) نگاه دقیقی به تمام ابعاد فضای فروشگاه‌تان بیندازید و فهرست کاملی از هر آنچه که به چشم‌تان می‌خورد تهیه کنید. آیا وقتی خودتان را به جای مشتری می‌گذارید، واقعاً دلتان می‌خواهد از فروشگاه‌های با این سر و وضع و ظاهر و با این سطح از جذابیت و مشتری‌مداری خرید کنید؟

کپان نامه

کارکرد فروشگاه

در فروشگاه‌های خرده‌فروشی، همه چیز در حال سخن گفتن است. به عبارت دیگر، در چنین فضاهایی از هر یک از اجزای فروشگاه می‌توان پیامی را دریافت نمود. طراحی و دکوراسیون داخلی فروشگاه، لباس و ظاهر پرسنل و سیاست‌های رفتاری و مدیریتی شما به مشتری نشان می‌دهد که اولویت‌ها و ارزش‌های شما در فروشگاه‌تان چه هستند و شما به چه اصولی پایبند هستید.



برای مثال، وقتی مشتری وارد فروشگاه می‌شود که در آن ظاهر و رفتار پرسنل درست مثل رفتار و ظاهر مشتریان است، این مشتری، اهمیت نمی‌دهد که روی تابلو و روی درب ورودی فروشگاه چه شعارهای مشتری‌پسندی را درج کرده‌اید، چرا که در عمل مشاهده می‌کند که مشتری در این فروشگاه جایگاه و ارزشی ندارد. با یک بررسی دقیق متوجه خواهید شد که بسیاری از اجزاء ساختاری، اقدامات و سیاست‌های رفتاری و مدیریتی‌تان هیچ هماهنگی‌ای با اهدافی که برای فروشگاه‌تان تعیین کرده‌اید ندارند، و چه بسا ممکن است به ضررتان نیز تمام شوند.

مردم

و اما آخرین رکن که باید برای موفقیت و توسعه فروشگاه‌تان همواره مد نظر قرار دهید: مردم. اهمیتی ندارد که چه ترفندها و سیاست‌هایی را برای بازاریابی و تبلیغات بکار می‌برید و اینکه چقدر به سر و ظاهر فروشگاه‌تان توجه می‌کنید، چون واقعیت این است که بدون حضور مردم و مشتریانی که به شما اعتماد کنند و وفادار باشند، عملاً کسب و کارتان با تمام تشکیلاتش، اهمیت و ارزشی نخواهد داشت. والت دیزنی گفته بود، "شاید بتوانید زیباترین، جذاب‌ترین و شگفت‌انگیزترین فضا را طراحی کنید و بسازید، اما برای اینکه آن فضای رویایی، به واقعیت مبدل شود، به مردم نیاز خواهید داشت تا در آن حضور پیدا کنند."

مدیریت فروشگاه خرده‌فروشی، صرف نظر از اینکه نوع کالای عرضه‌شده چیست، کار بسیار پیچیده و چالش‌برانگیزی است. در واقع ناتوانی در مدیریت هزینه‌های جاری و جانبی فروشگاه، وجود جاهای خالی بسیار در قفسه‌ها، ناقص بودن موجودی کالاها، هماهنگ نبودن کالاها با سلیقه و نیاز مشتری، ناهماهنگی میان پرسنل و اهداف فروشگاه و ... همگی خلأهایی هستند که می‌توانند فروشگاه را به بن‌بست برسانند. بکارگیری روش‌های بازاریابی و تبلیغات مؤثر، رکن دیگری است که باید رعایت شود. مدیران و صاحبان فروشگاه‌های خرده‌فروشی، باید از مفهوم "خدمات‌رسانی به مشتریان" دست بردارند و روی "بهبود تجربه مشتری از خرید" متمرکز شوند. فقط در این صورت است که غلوزنجیرها به تدریج از دست و پای کسب و کارشان گشوده خواهد شد.

منبع: ریتیل ایران

کیان نامه

Kyân
soft company

محصولات نرم افزاری جدید ما



- ✓ نرم افزار قرعه کشی
- ✓ نرم افزار انبار داری سیار
- ✓ نرم افزار کیوسک اطلاع رسانی مبتنی بر pc
- ✓ نرم افزار کیوسک اطلاع رسانی مبتنی بر تبلت و ویندوزی
- ✓ نرم افزار ارسال و سفارش تلفنی
- ✓ سیستم امتیازدهی مشتریان
- ✓ سیستم ارسال پیامک
- ✓ وب سرویس فروش اینترنتی
- ✓ پرتال مشتریان
- ✓ پرتال تامین کننده

Kyân
soft company

۶۰ چگونه فناوری‌های نوین، شیوه‌های سنتی خرده‌فروشی را تغییر می‌دهند؟

انقلاب در دنیای خرده‌فروشی

نویسنده: استفان نیمایر، آندره آ زوچی، مارکو کاتنا

مترجم: مجید نوریان



با توسعه فناوری در جهان، شیوه‌های سنتی خرید و فروش، کاملاً دگرگون شده‌اند. به بیان دقیق‌تر، یک انقلاب واقعی در دنیای خرده‌فروشی رخ داده است که خرید و فروش مکان محور را به کلی تغییر داده و سایر ابزارهای فروش مبتنی بر دنیای دیجیتال و شبکه‌های مجازی را وارد عرصه خرده‌فروشی کرده است. با گسترش تلفن‌های همراه و هوشمند شدن آن‌ها دنیای خرده‌فروشی وارد عصر نوینی شده است. هرچند فروش مبتنی بر مکان، یعنی فروشگاه‌های فیزیکی هنوز رونق خود را از دست نداده‌اند و روزبه‌روز در حال گسترش‌اند، شیوه‌ها و روش‌های فروش در آن‌ها دستخوش تغییرات زیادی شده‌اند.

کتاب «انقلاب در دنیای خرده‌فروشی» به ماجرای این تغییرات به شیوه‌ای علمی و عمیق پرداخته است. این کتاب با تاریخچه کوتاهی از خرده‌فروشی در جهان آغاز می‌شود و به سیر تکوین خرده‌فروشی در دنیای مدرن و تأثیر فناوری در آن می‌پردازد و با ترسیم آینده خرده‌فروشی، ما را با افق‌های نوین در این عرصه آشنا می‌کند و به این نکته مهم می‌پردازد که تغییر در دنیای خرده‌فروشی، لحظه‌ای است و همپای تغییرات سریع تکنولوژی، دنیا نیز در حال تغییر است و در پایان به فراخوانی برای اقدام اشاره می‌کند که همانا کنار گذاشتن الگوهای ذهنی کهنه از خرده‌فروشی است.

نویسنده: استفان نیمایر، آندره آ زوچی، مارکو کاتنا
مترجم: مجید نوریان

کیان نامه

www.kyansoftco.com

کیان نامه

آدرس دفتر مرکزی: تهران - سهروردی شمالی - خیابان شهید دکتر قندی - نبش کوچه
هجدهم - پلاک ۱ - ساختمان کیان نور رایانه کد پستی: ۱۵۵۶۶۳۳۱۱۱



www.edduo.ir

www.kyansoftco.com

KYAN
soft company