

کیان نامه

KYCAN
soft company

شرکت نرم افزاری کیان نور رایانه

کیان نامه شماره ۲۶، اردیبهشت ۹۸



انواع فروشگاه زنجیره‌ای و هرآنچه باید درباره آن بدانید

جانبو، همیشه قیمت پایین

آلدی، زنجیره‌ای‌ترین سوپرمارکت دنیا

معرفی کتاب، باشگاه مشتریان



www.kyansoftco.com



(+۹۸) ۲۱ ۸۸ ۷۳ ۶۶ ۶۹



@kyansoftco



@kyansoftco

کیان نامه



بسته جامع ارتباط با مشتری کیان

سیستم امتیازدهی: با تعیین قوانین امتیازدهی، به مشتری امتیاز بدهید و آنها را تشویق به خرید بیشتر کنید

پرتال مشتریان: بستر ارتباطی تحت وب به منظور ارائه اطلاعات خرید، امتیاز و اعتبار به مشتریان

نرم افزار قرعه‌کشی: در بازه‌های زمانی مشخص، بین فاکتورهای مشتریان قرعه‌کشی کنید

نرم افزار ارسال پیامک: ارتباط پایدار با مشتریان با محوریت اطلاع‌رسانی مناسب‌های خاص، مقدار امتیاز و اعتبار و اطلاعات خرید مشتریان

کیوسک اطلاع رسانی مبتنی بر تبلت: جهت افزایش ارتباط موثر با مشتری در سطح فروشگاه



KYAN
soft company

شرکت نرم افزاری کیان نور رایانه

www.kyansoftco.com

کیان نامه



انواع فروشگاه زنجیره‌ای و هرآنچه باید درباره آن بدانید

قرار داشته باشند. اما ویژگی اصلی انواع فروشگاه زنجیره ای این است که با یک نوع محصول سروکار دارند. بنابراین فکر اصلی که پشت فروشگاه های زنجیره ای قرار دارد، ویژه کاری است. در نتیجه می توانیم بگوییم که فروشگاه زنجیره ای به معنای گروهی از فروشگاه‌هاست که خطوط مشابهی از کالا را با مالکیت واحد در مکان‌های مختلف عرضه می کنند. کفش ملی و هاکوپیان از نمونه های فعال فروشگاه زنجیره ای در ایران هستند.

ویژگی های فروشگاه های زنجیره ای

۱. فروشگاه های زنجیره ای در یک خط محصول، تخصص دارند و طیف اقلامی که عرضه می کنند، محدود است.

کمیسیون تجارت فدرال (Federal Trade Commission) ایالات متحده فروشگاه زنجیره ای را این طور تعریف می کند: «سازمانی دارای سهم نظارتی در دو یا چند بنگاه که کالاهای مشابه فراوانی را به قیمت خرده فروشی عرضه می کنند.» اساساً فروشگاه زنجیره ای گروهی از فروشگاه‌ها هستند که در ظاهر به هم شباهت دارند، کالاهای یکسانی از نظر نوع و کیفیت را عرضه می کنند، مدیریت و مالکیت متمرکزی دارند و از طریق دفتر مرکزی تأمین می شوند.

بنابر این سازوکار، دفتری مرکزی وجود دارد و شبکه‌ی گسترده‌ای از شعبه‌ها یا خرده فروش‌ها به آن وصل هستند که می توانند در بخشهای مختلف کشور قرار

فروشگاه زنجیره ای شبکه‌ای از شعبه‌های فروشگاهی است که تحت یک مدیریت متمرکز در مناطق مختلف شهری یا کشور قرار گرفته اند و کالاهای مشابهی را عرضه می کنند. این فروشگاه های زنجیره ای در کشورهای غربی بسیار معمول و محبوب هستند. فروشگاه و المارت نمونه ای از این نوع فروشگاه هاست. البته در ایران هم نمونه های زیادی از این فروشگاه‌ها وجود دارد. این مقاله را تا انتها بخوانید تا با انواع فروشگاه زنجیره ای و مزایا و معایب آنها آشنا شوید.

به گفته‌ی جی ال فری، «فروشگاه های زنجیره ای گروهی از فروشگاه‌ها هستند که کالاهای مشابهی را تحت مالکیت واحد و مدیریت متمرکز ارائه می کنند.»

KYAN
soft company

شرکت نرم افزاری کیان نور رایانه

www.kyansoftco.com

کیان نامه

انواع فروشگاه زنجیره‌ای و هرآنچه باید درباره آن بدانید



فروشگاه زنجیره ای کشوری
فروشگاه‌هایی که در سرتاسر طول و عرض جغرافیایی کشور واقع شده‌اند، فروشگاه‌های زنجیره ای کشوری نامیده می‌شوند.

براساس کالاهایی که می‌فروشند
مثل لباس، کفش، محصولات خوراکی و غیره.

فروشگاه‌های زنجیره ای صنایع همگانی
آنهایی که توسط شرکت‌های بخش دولتی برای فروش لوازم خانگی داخلی همچون کالاهای الکتریکی، لوازم گازسوز و غیره اداره می‌شوند.

فروشگاه‌های تولیدکنندگان
آنهایی که توسط تولیدکنندگان اداره می‌شوند که می‌خواهند محصولاتشان را مستقیماً و بدون دخالت واسطه‌ها به مشتری بفروشند.

۱۰. اقلامی که فروشگاه‌های زنجیره ای می‌فروشند، معمولاً آنهایی هستند که مشتریان بسیار نیاز دارند و ماهیت شان بادوام است، مثل کفش، لباس و غیره.

انواع فروشگاه زنجیره‌ای

بر اساس مکان
فروشگاه زنجیره ای محلی: فروشگاه‌هایی که داخل یا اطراف یک شهر فعال هستند با نام فروشگاه‌های زنجیره ای محلی شناخته می‌شوند.

فروشگاه زنجیره ای محله‌ای
فروشگاه‌هایی که در سرتاسر طول و عرض یک واحد جغرافیایی مشخص واقع هستند، فروشگاه زنجیره ای محله‌ای نامیده می‌شوند.

۲. آنها به صورت افقی با هم در ارتباط بوده و تحت نظارت متمرکز هستند.

۳. نقدی کار می‌کنند و به صورت اعتباری فروش ندارند.

۴. تأمین کالا در فروشگاه‌های زنجیره ای و همین‌طور مدیریت و نظارت بر آنها متمرکز است.

۵. قیمت‌ها ثابت بوده و خریداران نیازی به چانه‌زنی ندارند.

۶. فروش غیرمتمرکز است و هر واحدی به خودی خود یک خرده‌فروش کامل محسوب می‌شود.

۷. روی گردش مالی زیاد و سریع تأکید دارند.

۸. این سیستم در زمینه‌ی گسترش شعبه‌هایش انعطاف پذیر است.

۹. اقلامی که شعبه‌های یک فروشگاه زنجیره ای می‌فروشند، همگی یک شکل هستند

KYAN
soft company

شرکت نرم افزاری کیان نور رایانه

www.kyansoftco.com

کیان نامه



انواع فروشگاه زنجیره‌ای و
هرآنچه باید درباره آن بدانید

فروشگاه‌های تولیدکنندگان

آنهایی که توسط تولیدکنندگانی اداره می‌شوند که می‌خواهند محصولاتشان را مستقیماً و بدون دخالت واسطه‌ها به مشتری بفروشند.

سازمان خرده فروشی

فروشگاه‌هایی که تحت مالکیت و اداره‌ی خرده‌فروش‌های بزرگی هستند که هر شعبه‌ای اقلام خود را مستقیماً از عمده فروشی‌ها تأمین می‌کند.

مزیت فروشگاه‌های زنجیره‌ای

۱. چنین فروشگاه‌هایی واسطه‌های بین تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان نهایی را حذف می‌کنند.
۲. از مزایای خرید عمده استفاده می‌کنند.
۳. از ویژه‌کاری در محصول خاصی بهره‌مند هستند.
۴. یک پارچگی قیمت‌ها و کیفیت محصولات در همه‌ی شعبه‌ها حفظ می‌شوند.
۵. اگر یک شعبه کالایی کم بیاورد، می‌تواند آن را سریعاً از شعبه‌ی دیگری در همان منطقه یا منطقه‌ی مجاور تأمین کند.
۶. چنین فروشگاه‌هایی فقط نقدی کار می‌کنند.
۷. معمولاً هزینه‌های عملیاتی اندکی دارند.
۸. از آنجاکه نظارت متمرکزی وجود دارد، تبلیغات مشترکی برای همه‌ی شعبه‌ها دارند.
۹. در این سیستم، انعطاف‌پذیری در عمل وجود دارد.
۱۰. از آنجاکه شعبه‌ها کالاهایشان را بنابه نیاز از دفتر مرکزی تهیه می‌کنند، ترسی از انبار بیش از حد کالا وجود ندارد.
۱۱. از آنجاکه فروش نقدی است، خطر بدهی وجود ندارد.
۱۲. اگر یک شعبه به‌خاطر ضرر سنگین یا کاهش فروش بسته شود، روی سودآوری کلی چنین سازمانی اثر نمی‌گذارد، چراکه ضرر یک شعبه، روی سود به‌دست آمده از سایر شعبه‌ها تقسیم می‌شود.

KYAN
soft company

شرکت نرم افزاری کیان نور رایانه

www.kyansoftco.com

کیان نامه

جانبو همیشه قیمت پایین



فرایند توزیع، کاهش هزینه های تبلیغات و بازار یابی به پایین ترین قیمت اشاره کرد.

« محدود کردن تنوع محصولات به ۸۰۰ نوع کالای با کیفیت و نظارت بر فروش آنها با موثر ترین روش و نازلترین قیمت.

فروشگاه جانبو به واسطه قدرت خرید بالا، محصولات خود را با پایین ترین قیمت از تامین کنندگان خریداری نموده و به واسطه فروش بالا در ایران، تامین کنندگان را به ارائه محصولات با کیفیت و قیمت مناسب تشویق می نماید.

جانبو در زمینه انتخاب محصول و فرآیند قیمت گذاری، استراتژی بسیار حساس و دقیقی را در پیش گرفته است، و ۸۰ درصد محصولات مایحتاج روزانه مردم را ارائه می نماید.

مفهوم تخفیف بالا در جانبو

جانبو با تکیه بر مدیریت اجرای عملیات با پایین ترین هزینه، سود خود را در این بخش با ارائه تخفیف با مشتریانش تسهیم می نماید. فروشگاه های جانبو با ساختار برنامه ریزی شده و با بکارگیری مدیریت موثر هزینه و ارائه محصولات اساسی و با تخفیف بالا مفهوم بالاترین تخفیف را بر سه اصل اساسی زیر بنا نهاده است:

ساختار سازمانی غیر متمرکز جهت سرعت دهی به ارتباط با فروشگاه و مدیریت لجستیکی منطقه برای سرعت بخشی به روند تصمیم گیری و اجرا.

جلوگیری از هرگونه فعالیت و حرکتی که موجب افزایش قیمت محصولات گردد. در این راستا می توان به : برنامه ریزی امور مدیریت، دکوراسیون فروشگاه، تعداد پرسنل،

در سال ۲۰۱۱ فروشگاه های تخفیفی زنجیره ای جانبو با هدف عرضه مواد غذایی و لوازم مصرفی با کیفیت بالا و تا حد امکان با قیمت مناسب به مصرف کنندگان فعالیت خود را آغاز نمود.

فروشگاه های جانبو به عنوان اولین فروشگاه های دارای تخفیف مستمر در ایران تاسیس گردید و همواره سعی دارد با ارائه ۸۰۰ محصول با کیفیت، خدماتی نوین در این زمینه ارائه نماید.

جانبو در سال ۲۰۱۵ سیاست خود را بر آن داشت که شمار فروشگاه های خود را در ایران به ۱۵۰ فروشگاه افزایش دهد که این امر در پایان سال ۲۰۱۵ محقق گردید. جانبو با اولویت دادن به مفهوم کیفیت محصول و رضایت مشتری و با تکیه بر سیاست مدیریت هزینه، پیشرفت سریع و مستمر خود را ادامه می دهد و تا به امسال شمار شعب خود را به ۸۰۰ رسانید که این عملیات به سرعت در حال پیشرفت است. جانبو همواره فعالیت های خود را بر پایه اعتماد به مشتریان و تامین کنندگان در جهت ارائه خدمات بهینه ادامه می دهد.

KYAN
soft company

شرکت نرم افزاری کیان نور رایانه

www.kyansoftco.com



کیان، انتخاب بزرگان صنعت خرده‌فروشی

کیان نامه

آلدی

زنجیره‌ای‌ترین سوپرمارکت دنیا



دریافت تخفیف ملزم به جمع‌آوری برچسب‌های تخفیف می‌کردند تا پس از جمع‌آوری و ارسال آنها بتوانند مقداری از پول‌شان را پس بگیرند. برادران آلبرشت همچنین کالاهایی را که خوب به فروش نمی‌رفتند از لیست فروشگاه‌شان حذف می‌کردند. به علاوه آنها با عدم انجام تبلیغات و تا جای ممکن کوچک نگه داشتن اندازه فروشگاه‌های‌شان، هزینه‌ها را کاهش می‌دادند.

تقسیم شرکت به دو بخش شمالی و جنوبی

زمانی که دو برادر در سال ۱۹۶۰ شرکت را به دو بخش تقسیم کردند، همه فکر می‌کردند که آنها ورشکست خواهند شد، در حالی‌که در همان زمان آنها مالک ۳۰۰ فروشگاه

مادرشان صاحب یک خواربارفروشی کوچک، در محله کارگران «شانه یک» بود. تئو نزد مادرش به شاگردی پرداخت، درحالی‌که کارل در یک مغازه پخت غذاهای آماده مشغول به کار شد. کارل همچنین طی جنگ جهانی دوم در ارتش آلمان مشغول خدمت شد. پس از پایان جنگ جهانی دوم در سال ۱۹۴۶، این دو برادر کسب و کار مادرشان را به دست گرفتند. این دو برادر ایده‌ای داشتند که در آن زمان بسیار جدید بود. آنها حداکثر میزانی را که به‌طور قانونی می‌توانستند از قیمت کالا قبل از فروش کم کنند (یعنی ۳ درصد) به‌عنوان تخفیف در نظر می‌گرفتند.

این در حالی بود که پیشگامان بازار آن دوره که اغلب نیز با هم همکاری داشتند، مشتریان را برای

آلدی، شرکت آلمانی مالک بزرگ‌ترین شبکه فروشگاه‌های زنجیره‌ای در اروپا است که به دو بخش بزرگ آلدی جنوبی و آلدی شمالی تقسیم می‌شود و بر حسب نام، نیمه شمالی و جنوبی کشور آلمان را پوشش می‌دهند. موسس این شرکت کارل آلبرشت (دهمین فرد ثروتمند جهان) است، که با کمک برادر کوچک‌ترش تئو آلبرشت، این شرکت را در سال ۱۹۱۳ تاسیس کرد. این شرکت، هم اکنون بیش از ۸۲۰۰ شعبه در کشورهای مختلف جهان دارد. مهم‌ترین رقیب شرکت آلدی، فروشگاه زنجیره‌ای لیدل است. این فروشگاه زنجیره‌ای به خوبی توانست رکود اقتصادی اخیر دنیا را پشت سر بگذارد.

ایده فروشگاه‌های بر مبنای تخفیف

پدر کارل و تئو آلبرشت ابتدا به عنوان یک کارگر معدن و سپس به عنوان دستیار ناوایی مشغول کار شد.

KYAN
soft company

شرکت نرم افزاری کیان نور رایانه

www.kyansoftco.com



کیان نامه



آلدی زنجیره‌ای‌ترین سوپرمارکت دنیا

از اولین فروشگاه آلدی در بیرمنگام در سال ۱۹۹۰، این شرکت رشد زیادی در بریتانیا داشته است، درحالی‌که قبلاً این شرکت نقش کم‌رنگی در این ناحیه ایفا می‌کرد و سهم فروشگاه‌هایش در آنجا کمتر از ۳٫۶ درصد بود. همچنین میزان رشد این فروشگاه‌ها در قاره استرالیا نیز چشمگیر بود. همچنین در همان سال این شرکت پذیرفت که در لازانیاهای منجمد و محصولات اسپاگتی‌اش ۳۰ درصد گوشت اسب استفاده شده است. که این برخلاف ادعای آنها در تبلیغات به استفاده از گوشت گاو در این محصولات بود و بدین ترتیب قرارداد و ارتباطش را با شرکت تامین‌کننده این محصول خاتمه داد.

آفرهای خاص به مشتریان و تخفیف‌های ویژه

علاوه بر محصولات متداول، آلدی هر هفته پیشنهادهای خاصی هم برای مشتریان دارد که شامل محصولات گران تر از قبیل ابزارها، لوازم الکترونیک، کامپیوتر و... است. آیتم‌های تخفیف آن هم شامل پوشاک، اسباب بازی، گل و کادو است. آلدی عمدتاً برندهایی را که برای بیشتر مردم محبوب است، در سبد آنها قرار می‌دهد.

بسط فروشگاه‌ها در سراسر دنیا

در اکتبر ۲۰۱۳ این فروشگاه سه هزارمین فروشگاهش را در بریتانیا افتتاح کرد.

و درآمد سالانه ۹۰ میلیون (به پول رایج آلمان در آن زمان) بودند. کارهای فروشگاه آلدی بین دو برادر تقسیم شد، به این شکل که کارل کنترل بخش سودآورتر آلدی «سود» (جنوب) و برادرش تئو کنترل آلدی «نورد» (شمال) را به عهده گرفتند. گروه آلدی شمال در حال حاضر شامل ۳۵ شعبه مستقل منطقه‌ای با حدود ۲۵۰۰ فروشگاه و گروه آلدی جنوب شامل ۳۱ کمپانی با ۱۶۰۰ فروشگاه هستند. آلدی شمال مختص بازارهایی چون بازار بلژیک، هلند، لوکزامبورگ، فرانسه، اسپانیا، پرتغال و دانمارک است. آلدی جنوب هم بازارهای ایالات متحده آمریکا، استرالیا، بریتانیا، ایرلند، سوئیس، اسلوانی و غیره را پوشش می‌دهد.

KYAN
soft company

شرکت نرم افزاری کیان نور رایانه

www.kyansoftco.com



مزایای اتصال ویژه

نرم افزار جامع فروشگاهی کیان با برخی دستگاههای پرداخت الکترونیک

کیان
soft company
شرکت نرم افزاری کیان نور رایانه

کیان نامه

مجموعه کتاب های
امپراتوری خرده فروشی

باشگاه مشتریان

راهنمای راه اندازی و مدیریت فروشگاه

علی خاکزادی

مقدمه: سید جواد موسوی

مدرس و مشاور فروشگاه های زنجیره ای

باشگاه مشتریان

معرفی کتاب

راهکارهای اصولی تاسیس باشگاه مشتریان

نویسنده : علی خاکزادی

مقدمه : سید جواد موسوی

ناشر: موسسه کتاب مهربان نشر

سال چاپ ۱۳۹۷

در بخشی از مقدمه این کتاب آمده است:

امروزه کسب و کارهایی که برنامه وفاداری مشتریان را اجرا کنند، برنده نهایی میدان رقابت هستند. بنابراین مهمترین مزایای اجرای برنامه وفاداری مشتریان برای هر کسب و کار از این قرار است:

مزیت اول: پس از تأسیس باشگاه، خریدهای مشتریان به صورت منظم و کاملاً برنامه ریزی شده و هدفمند صورت می گیرد.

مزیت دوم: هزینه های تبلیغات آن کسب و کار کاهش می یابد و هدفمند می شود.

مزیت سوم: اعضای باشگاه مشتریان، در نقش مشاور، پیشنهادها و تشویق ها و انتقادهای سازنده ای به شما ارائه خواهند کرد.

مزیت چهارم: در طراحی و اعمال سیاست های فروش، آمار و اطلاعات حاصل از سامانه های نرم افزاری باشگاه مشتریان به شما در جهت «مدیریت رفتار مشتریان» کمک می کند.

مزیت پنجم: مشتریان به صورت سیستماتیک شما را به یکدیگر معرفی می کنند، به عبارتی امکان تبلیغات دهان به دهان برای شما فراهم می شود.

مزیت ششم: باشگاه مشتریان سهم شما از بازار را توسعه می دهد و تثبیت می کند.

مزیت هفتم: به علت دردسترس بودن اعضای وفادار به برند تجاری، همیشه امکان نظرسنجی وجود دارد.

KYAN
soft company

شرکت نرم افزاری کیان نور رایانه

www.kyansoftco.com

شرکت نرم افزاری کیان نور رایانه

Kyan Commerce Management System

با قابلیت‌های ویژه نرم افزار کیان، جهانی مدیریت کنید

”پشتیبانی از ارزها و زبان های مختلف“

