



کیان نامه

شماره سی و دو - تیر ۱۳۹۹

- ◀ نگاهی به رویدادهای فروشگاههای زنجیره‌ای ایران در بهار ۹۹
- ◀ اقدامات بزرگان خرده‌فروشی جهان در دوران کرونا
- ◀ نگاهی مختصر به گروه صنعتی میهن

kyan

soft company

شرکت نرم افزاری کیان نور رایانه

تولید کننده نرم افزار جامع مدیریت فروش

فروشگاه های زنجیره ای و هایپر مارکت ها



اپلیکیشن همراه **کیان** یکپارچه با نرم افزار جامع فروشگاه

فروشگاههای زنجیره‌ای ایران در بهار ۹۹

هزارتایی شدن تعداد شعب فروشگاه
زنجیره‌ای **جانپو**



افتتاح شعب جدید فروشگاه زنجیره‌ای
رفاه در نقاط مختلف ایران با مساحت
بیش از ۲۳ هزار متر مربع

راه اندازی باشگاه مشتریان **هایپر فامیلی**
افتتاح شعبه در کاشان



سیصد و بیست تایی شدن
تعداد شعب فروشگاه زنجیره‌ای
وین مارکت

فروشگاههای زنجیره‌ای ایران در بهار ۹۹



افتتاح شعب فروشگاههای زنجیره‌ای دیلی مارکت



افزایش شعب فروشگاههای زنجیره
ای پروتئین ناب



افتتاح شعبه جدید فروشگاههای
زنجیره‌ای چرم مشهد در گلزار رشت



استراتژی ۵ مرحله‌ای آمازون برای عبور از بحران کرونا

۲. تلاش‌های مشتری را کاهش دهید

بسیار مهم است که به احساسات مشتری توجه کنید و او را با برند خود درگیر کنید، این کار مستلزم پاسخگویی سریع و موثر به مشتریان است و در نهایت به ایجاد اعتماد و وفادارسازی مشتری منجر می‌شود

این امر می‌تواند بدین معنی باشد که لازم است خدمات خود را گسترش دهید و خود را محدود نسازید. هر خدمتی که بتوانید به مشتری ارائه دهید و کار او را راحت‌تر کنید باعث تشویق او شده و مجدد به سراغ کسب و کار شما خواهد آمد

۳. با هر مشتری همچون یک دوست برخورد کنید

به خاطر داشته باشید مردم با مردم تجارت می‌کنند.

متأسفانه در دوره‌ای پر از تنش و استرس به سرمیبریم که حتی بر رفتارمان با دوستان تاثیر می‌گذارد. به همین خاطر است که تلاشی بیشتر از حالت معمول لازم است تا در برخورد با مشتری، صبور باشیم و دوستانه رفتار کنیم.

اما همدردی، همدری را به دنبال دارد. اگر مدیران مجموعه با کارمندان دوستانه و مهربان برخورد کنند کارمندان نیز رفتار این چنینی در مقابل مشتریان خواهند داشت.

یک نکته: در این زمان پاندمی و شیوع کرونا زمانی را بگذارید و حال مشتری را بپرسید و به دقت به او گوش دهید. همه افراد فامیل یا دوستی ندارند که بتوانند باهم صحبت کنند در نتیجه شما یکی از نیازهای مشتری‌تان را برطرف کرده‌اید که ممکن است در جای دیگر به آن توجه نشود.

سوالی که این روزها هر مدیر کسب و کاری از خود می‌پرسد این است که چگونه می‌توانیم در جهان پسا کرونا باقی بمانیم

پاسخ این سوال استفاده از ۵ گام ساده است که نه تنها در این زمان بلکه در هر زمانی به کمک شما می‌آید و با استفاده از هوش عاطفی می‌توانید کاری کنید که احساسات مشتری برای شما کار کند نه شما برای آن‌ها

۱. به سوالی که پرسیده‌شده، پاسخ دهید

هر کسب و کار موفق راه‌حلی را برای یک مشکل فراهم می‌کند. اما برخی از مشکلات پیچیده‌تر از بقیه هستند. در مواجهه با مشتری آخرین کاری که می‌خواهید انجام دهید ارائه محصول یا خدمتی نامرتب است به خصوص در حال حاضر که نیاز به ایجاد اعتماد در مشتریان بیشتر از پیش است.

باید به دقت روی صحبت‌های مشتری تمرکز کنید و به آن‌ها گوش کنید و سپس کمک کنید. ممکن است لازم باشد بار دیگر سوال را با کلمات خود تکرار کنید تا مطمئن شوید منظور پرسش مشتری همین است یا خیر.

وقتی صحبت‌های مشتری را عمیقاً درک کنید ممکن است از میان همان به ایده جدیدی برای کسب و کار خود نیز برسید.



The Amazon logo is centered on a yellow background. Above the logo, a pair of hands holds a cardboard box with the Amazon smile logo. Below the logo, another pair of hands holds a similar box. The background is a solid yellow color.

مطمئن باشید زمانی که اوضاع بهتر شد مشتری تلاش‌های شما در این زمان را به خاطر خواهد داشت
این استراتژی ۵ مرحله‌ای آمازون در اصطلاح "ARTES" نام دارد که از کنار هم قرار دادن حروف اول هر مرحله شکل گرفته‌است

1. Answer the question asked.
2. Reduce customer effort.
3. Treat every customer as a friend.
4. Escalate systemic problems.
5. Solve the problem.

استراتژی ۵ مرحله‌ای آمازون
برای
عبور از بحران کرونا

۴. مشکلات سیستماتیک را بهبود بخشید

اگر مشکلی یافتید آن را درمقابل مشتری انکار نکنید. بار دیگر همدردی کلید اصلی است، مشکل را کوچک بیان نکنید اما فراتر از واقع نیز قول ندهید.
اگر کسب و کار کوچکی دارید و شما رئیس آن هستید از این نترسید از نظر مشتری را جویا شوید. در حقیقت این امر ممکن است برای شرکت شما هزینه زیادی را کاهش دهد.

۵. مشکل را برطرف کنید

ممکن است مراحل ۱ تا ۴ را به خوبی انجام داده‌باشید اما اگر نتوانید مشکل مشتری را برطرف کنید، شکست خواهید خورد. بنابراین تمامی منابعی را که در دست دارید برای بهبود اوضاع مشتری به کاربرید. اگر شما رئیس هستید، به اعضای تیم خود اجازه دهید به جای قوانین، بر روی اصولی تمرکز کنند که همه در جهت حفظ شادی مشتری است.

در نهایت در مواجهه با بیماری همه گیر کنونی به یاد داشته باشید دنیای تجارت با آنچه که به طور معمول بود، بسیار فاصله دارد پس از شکستن قوانین و استثنا قائل شدن نترسید.



سرویس ارسال ویژه والمارت

باتوجه به شیوع ویروس کرونا و افزایش خریدهای اینترنتی، والمارت سرویس ارسال ویژه خود را راه اندازی کرد که ظرف حداکثر دو ساعت سفارشات ثبت شده را درب منزل مشتریان تحویل می دهد.

سرویس رایگان تحویل درب منزل پیش از این نیز وجود داشت اما باتوجه به میزان بالای سفارشات، ممکن است زمان سفارش بیش از یک هفته باشد

در صورتی که مشتری نیاز فوری به دریافت سفارش خود داشته می باشد می تواند سرویس ویژه را انتخاب کرده و مبلغ کمی حدود ۱۰ دلار را پردازد

والمارت زمان ارسال ویژه را حدود دو ساعت در نظر گرفته اما در سفارش های ارسالی تاکنون، میانگین ۵۶ دقیقه ثبت شده است و باتوجه به افزایش نیروها انتظار می رود این زمان کمتر شود.

والمارت از زمان شیوع ویروس کرونا حدود ۱۶۰ هزار نفر را استخدام کرده و ۷۴ هزار نفر را به سرویس ارسال ویژه اختصاص داده است

به گفته مقامات والمارت، این شرکت پیش از این نیز قصد پیاده سازی سرویس ارسال ویژه را داشته است اما باتوجه به شرایط حال حاضر با سرعت بیشتری پروژه را اجرا کرده اند.

ارسال ویژه والمارت ابتدا در ۱۰۰ فروشگاه پیاده سازی شد و پس از آن در دوهزار شعبه اجرا گردید.



سفارش پذیری به روش Click & Collect

در این روش مشتری سفارش را به صورت آنلاین ثبت می کند. سفارش توسط فروشندگان آماده می شود و مشتری در زمان مقرر کالاهای مورد نیاز خود را در پارکینگ فروشگاه تحویل می گیرد. مقرون به صرفه بودن، سرعت بالای اجرا و انعطاف پذیری از جمله مزایای این روش است.

روش Click & Collect پیش از این در برخی از فروشگاهها اجرا می شد اما با شیوع ویروس کرونا و لزوم به فاصله گذاری اجتماعی و تماس کمتر، هر روزه فروشگاههای بیشتری جهت خدمت رسانی به مشتریان خود، به استفاده از این روش روی می آورند



تست ماشینی رایگان کرونا در کروگر

کروگر مکان‌هایی را برای اجرای تست کرونا ایجاد کرده‌است، افراد با ماشین‌های خود به این مکان‌ها مراجعه کرده، تست انجام شده و تا ۴۸ ساعت نتیجه آن اعلام می‌شود.

یکی از مقامات ارشد کروگر در سخنرانی هفته گذشته خود اعلام کرد: "سلامتی پرسنل سطح فروش و مشتریان بالاترین الویت را در کروگر دارد. پرسنل شرکت در طول این بحران بی‌سابقه به طور خستگی ناپذیر در تلاش هستند تا مواد غذایی تازه و مایحتاج مشتریان را در اختیار آنان قرار دهند و این وظیفه ماست که حامی و قدردان آن‌ها باشیم."

این طرح در حال حاضر در ۱۲ ایالت آمریکا در ۵۰ مکان مختلف اجرا می‌گردد.



نگاهی مختصر گروه صنعتی میهن



کارخانجات صنعتی میهن به مدیریت جناب آقای ایوب پایداری با فضایی بیش از ۳۵۰ هزار متر مربع برای حدود بیست و دو هزار و پانصد نفر، کارآفرینی کرده است. این مجموعه با دارا بودن بیش از ۶۰ مرکز توزیع محصولات خود را در بیش از ۲۰۰ هزار فروشگاه در کشور در دسترس مردم قرار می دهد و بالغ بر ۶۵٪ سهم بازار بستنی و ۵۰٪ سهم بازار شیر استریلیزه را در اختیار خود دارد.

علاوه بر آن با بهره گیری از بهترین مواد اولیه و تکنولوژی روز دنیا، محصولات میهن در مقاصد صادراتی مانند عراق، کویت، امارات متحده، پاکستان، عمان، قطر، روسیه، مالزی و افغانستان هم به دست مصرف کنندگان می رسد.

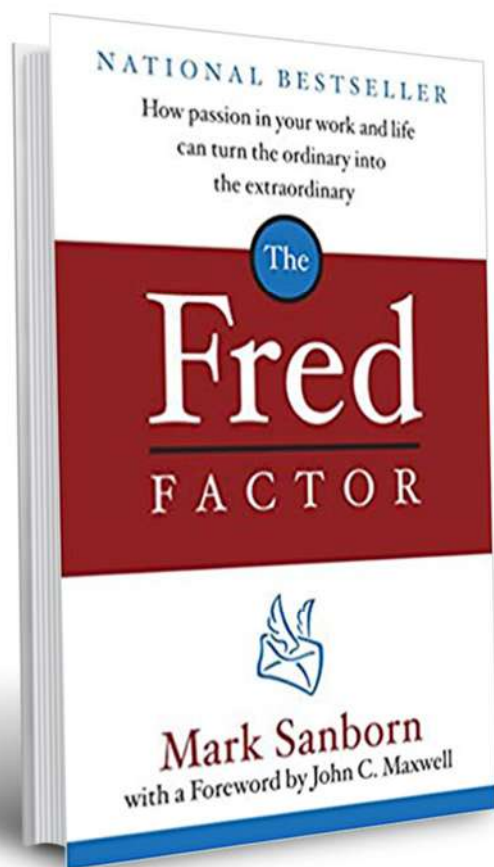


گروه صنعتی میهن در سال‌های اخیر با استفاده از شرکت‌های زیر مجموعه خود از جمله خوشبخت، اوگر، پلی‌پک، کاسپین، طبیعت سبز، مکنزی و ... محصولات متنوع‌تری را به مصرف‌کنندگان عرضه کرده‌است و هم‌اکنون با افتتاح شعب فروشگاه زنجیره‌ای **دیلی مارکت** بر آن است تا محصولات با کیفیت را با قیمتی مناسب و تخفیف به مصرف‌کنندگان عرضه نماید.

برخی جوایز و تقدیرهای گروه صنعتی میهن

کسب تندیس زرین برند محبوب برای شش سال متوالی
کسب تندیس نشان برتر ملی
کسب نشان حمایت از مصرف‌کننده
دریافت تندیس از سازمان توسعه تجارت ایران
دریافت لوح سپاس در حمایت از تولید و اشتغال
دریافت تندیس از سازمان صنعت و معدن





اگر صاحب کسب و کاری هستید و رضایتمندی مشتریان برایتان اهمیت ویژه‌ای دارد، مطالعه‌ی این کتاب را به شما توصیه می‌کنیم تا تحولی در برخورد شما با مشتریان ایجاد شود.

مارک سانبرن در کتاب **“Fred Factor”** شما را با یک پستیچی به نام فرد آشنا می‌کند؛ فرد عاشق شغل خود و خدمت‌رسانی به مردم است، مایل‌ها مسیر را طی می‌کند تا نامه‌ها را برساند و با هر شخصی که در مسیر برخورد می‌کند رفتاری دوستانه دارد.

باوجودی که ممکن است نامه‌رسانی از دید دیگران کار خسته‌کننده‌ای باشد، فرد آن را به عنوان فرصتی می‌بیند تا تغییری در زندگی افراد ایجاد کند.

مارک سانبرن در این کتاب با تعریف داستان‌های حقیقی از افراد، مراحل ساده‌ای را به تصویر می‌کشد که با پیروی از آن‌ها می‌توانیم تغییری در زندگی روزمره ایجاد کنیم و انرژی و خلاقیت را به زندگی و کسب و کارمان بیاوریم، روابط موفق‌تری بسازیم و ارزشی حقیقی را برای دیگران بسازیم.

سیستم مدیریت هوشمند **کیان** - BI



به طور کلی سیستم هوش تجاری با بهبود دسترسی به تمامی داده‌های سازمان، افزایش بهره‌وری و سودآوری را در پی خواهد داشت. سیستم هوش تجاری یا BI با جمع‌آوری داده‌ها، بینش خوبی را در اختیار مدیران سازمان قرار می‌دهد که می‌توان از آن‌ها در تصمیم‌گیری‌های استراتژیک، بهبود بهره‌وری، افزایش درآمد و رشد سازمان استفاده کرد.

- ✔ شتاب‌دهی و بهبود فرآیند تصمیم‌گیری
- ✔ بهینه‌سازی فرآیندهای تجاری سازمان
- ✔ جمع‌آوری و مشاهده یکپارچه و جامع تمامی اطلاعات
- ✔ شناسایی مشکلات کسب و کار که باید به آن‌ها توجه شود
- ✔ کمک به هدف‌گذاری دقیق‌تر برای گروه‌های کالایی و بازه‌های زمانی
- ✔ تحلیل اثربخشی تخفیف‌ها و پروموشن‌ها
- ✔ بررسی میزان سودآوری و ریسک کالاها



کیان

soft company

شرکت نرم افزاری کیان نوررایانه



kyansoftco



kyansoftco



aparat.com/KyanSoftCo



linkedin.com/company/kyansoftco

نرم افزارهای یکپارچه مدیریت فروشگاههای زنجیره ای و هایپرمارکتها

☎ (۰۲۱) ۸۷۷۰۰۱۶۵

🌐 www.kyansoftco.com