

СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА ОРГАНИЗАЦИИ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ ДЛЯ ДЕТЕЙ (НА МАТЕРИАЛАХ ТУП «ПРЕСТИЖТРЕЙД»)

Торговое унитарное предприятие «ПрестижТрейд» осуществляет деятельность с 2016 г. Основным направлением деятельности организации является продажа одежды, аксессуаров и игрушек для детей и подростков от известных отечественных производителей. Товарный профиль включает: бельевой трикотаж для детей, чулочно-носочные изделия для детей, игрушки, одежду для мальчиков, одежду для девочек, аксессуары для новорожденных, косметику для детей и др.

В ТУП «ПрестижТрейд» продажа товаров осуществляется методом самообслуживания. Торгово-технологическое оборудование, используемое в магазине, из-за большого количества не соответствует экономическим и техническим требованиям. Расстановка оборудования не обеспечивает свободного доступа к товарам, а также не предоставляет хорошего обзора сотрудникам и покупателям. Обслуживание клиентов проводится медленно в связи с нехваткой сотрудников.

У предприятия отсутствует сайт, не используются средства массовой информации для рекламы и не применяются современные методы стимулирования продаж, т.е. не созданы важные условия для успешной деятельности современных магазинов.

Исходя из указанных недостатков разработаны рекомендации для ТУП «ПрестижТрейд». Во-первых, следует уменьшить количество торгового оборудования и понизить коэффициент установочной площади. Оптимальная величина этого коэффициента находится в диапазоне от 0,25 до 0,35. Поскольку коэффициент установочной площади равен 0,64, следовательно, использование торговой площади является нерациональным из-за большого количества оборудования. Важно также учитывать расстояние между стеллажами. Например, для прохода одного человека между стеллажами требуется минимум 80 см, а для того, чтобы разошлись двое — 1,5 м.

Одна из удобных и выгодных технологий работы с покупателями связана с сайтом магазина. При использовании сайта покупатель, как правило, получает возможность сэкономить время на поиск информации, просмотр ассортимента и приобретение товара, а магазин приобретает имидж открытого, мобильного и современного партнера. Сайт также является отличной платформой для рекламы товара.

Для увеличения лояльности покупателей ТУП «ПрестижТрейд» предлагают следующие средства стимулирования:

- снижение цен на неходовые товары (низкого качества, не соответствующие моде или трудно реализуемые по другим причинам);

- использование дисконтных карт. Потребитель, приобретающий дисконтную карту, экономит на покупке, а продавец увеличивает свой оборот и, соответственно, прибыль. Несмотря на расходы по скидкам, прибыль таких магазинов резко увеличивается;

- использование подарочных сертификатов, которые помогают стимулировать более крупные покупки;

- предоставление скидок в честь дня рождения детям. Магазин стремится сделать праздник детей незабываемым. Для получения скидки достаточно представить паспорт или свидетельство о рождении;

- проведение разовых подарочных акций;

- распространение буклетов;

- использование музыки в торговом зале.

Реализация предложенных мероприятий позволит ТУП «ПрестижТрейд» занять лидирующее положение в отрасли на рынке детской продукции, повысить свой имидж и конкурентоспособность.