

СОБРАНИЕ : ИТОГИ АВГУСТ

•1.Итоги августа:

- выполнение плана
- чек-лист безопасности
- ОМНИ
- -NPS
- Обучение

•2. Периодический медосмотр

•3.Сервис новой реальности:

- Приоритет в сервисе + забота через безопасность
- Упражнение
- Этапы работы с покупателями
- Сопровождение команды (инструменты в сервисе+ ЛС)
- Сложности на каждом этапе работы с покупателями + пути решения

Выполнение плана (NS)

Store		NS KLCY (incl. VAT)	NS KLCY	NS PY %	CR %	CR PY %	Traffic PY %	FTW	UPT	UPT w/o ACC	UPT PY %	ASP	ASP PY %	ATV	ATV PY %	SPH	SPH. PY Var % (lvl)
Total		478 095	399 983	9,5%	14,4%	30,9%	-8,1%	51%	1,99	1,77	5,5%	1 525	-13,6%	3 032	-8,8%	5 156,3	2,0%
C21T	RU_MOSCOW_Ordzhonikidze_MBFO	55 046	46 003	-5,8%	12,5%	26,0%	-22,9%	55%	1,92	1,74	11,7%	1 729	-13,2%	3 324	-3,1%	5 555,1	-2,7%
C298	RU_MOSCOW_BelayaDachaVillage_FO	45 492	38 100	-1,5%	14,6%	47,0%	-30,8%	55%	1,98	1,81	8,4%	1 721	-10,5%	3 413	-3,0%	6 486,2	14,6%
C20U	RU_VNUKOVO_OutletVillage_MBFO	29 532	24 789	0,0%	13,3%	39,5%	-22,7%	48%	1,92	1,76	3,8%	1 670	-10,4%	3 208	-6,9%	6 925,4	7,5%
C21H	RU_MOSCOW_FashinKhaus_MBFO	27 268	22 822	5,7%	12,5%	27,0%	-11,3%	51%	1,92	1,76	3,1%	1 691	-9,0%	3 244	-6,1%	6 438,9	24,2%
C237	RU_MOSCOW_Sokolniki_MBFO	23 262	19 449	-21,8%	22,4%	31,2%	-34,1%	52%	1,99	1,73	6,1%	1 549	-14,6%	3 085	-9,4%	4 480,0	-11,1%
C24T	RU_MOSCOW_Savelovskiy_MBFO	22 400	18 741	-10,0%	10,8%	40,6%	-27,5%	51%	1,80	1,55	-0,3%	1 557	-11,1%	2 799	-11,4%	5 420,8	10,6%
C220	RU_MOSCOW_RiteyPark_MBFO	21 051	17 615	-4,6%	27,2%	15,7%	-10,5%	53%	2,54	2,27	8,3%	1 380	-14,9%	3 500	-7,9%	5 190,7	0,4%
C238	RU_MOSCOW_Partizanskaya_aFO	20 336	17 039	-9,1%	13,7%	23,0%	-18,1%	45%	2,13	1,88	9,3%	1 391	-17,4%	2 962	-9,7%	5 479,1	-0,5%
C609	RU_MOSCOW_Ordzhonikidze_REFO	18 922	15 769		10,9%			51%	1,85	1,67		1 498		2 764		5 030,1	
C25F	RU_MOSCOW_NovayaRigaOutletVillage_MBFO	18 062	15 134		15,8%			45%	2,13	1,89		1 536		3 277		5 658,6	
C217	RU_MOSCOW_XLDmitrovskoe_MBFO	17 909	14 980	-5,6%	19,3%	124,4%	-51,3%	53%	1,81	1,61	-6,0%	1 566	-7,8%	2 836	-13,4%	4 987,6	2,1%
C25D	RU_MOSCOW_RIODmitrovka_MBFO_1	17 027	14 245	20,6%	14,4%	14,2%	16,5%	49%	1,86	1,67	0,8%	1 543	-9,7%	2 873	-9,0%	6 336,1	29,6%
C20Q	RU_MOSCOW_Filion_FO	15 327	12 818	-7,8%	16,0%	33,8%	-22,8%	48%	2,01	1,70	7,1%	1 375	-16,7%	2 757	-10,8%	4 845,3	2,3%
C208	RU_MOSCOW_Aviamotornaya_MBFO	13 709	11 462	-7,5%	20,1%	13,4%	-9,1%	53%	1,93	1,66	4,3%	1 555	-13,6%	3 002	-9,9%	5 113,0	10,6%
C20A	RU_MOSCOW_Masterkova_MBFO_16 (M)	13 304	11 088	-14,6%	19,6%	18,4%	-21,1%	49%	1,99	1,72	6,8%	1 518	-14,2%	3 025	-8,4%	4 010,7	-1,5%
C25Q	RU_MOSCOW_SALARIS_MBFO	12 744	10 664		11,7%			46%	1,85	1,60		1 540		2 845		4 746,0	
C239	RU_MOSCOW_YuzhnoeButovo_MBFO	12 320	10 307	-20,1%	23,8%	17,7%	-23,9%	53%	2,25	1,94	11,3%	1 363	-19,7%	3 064	-10,6%	4 400,0	-19,6%
C0NT	RU_MOSCOW_Cheremushki_MBFO	11 364	9 508	0,5%	18,1%	57,7%	-27,7%	52%	1,86	1,66	-0,5%	1 424	-11,2%	2 651	-11,7%	4 514,3	19,4%

Store		NS KLCY (incl. VAT)	NS KLCY	NS PY %	CR %	CR PY %	Traffic PY %	FTW	UPT	UPT w/o ACC	UPT PY %	ASP	ASP PY %	ATV	ATV PY %	SPH	SPH. PY Var % (lvl)
Total		48 646	40 687	1,5%	17,4%	51,3%	-24,2%	52%	1,86	1,65	-1,0%	1 555	-10,2%	2 894	-11,1%	5 429,7	13,1%
C217	RU_MOSCOW_XLDmitrovskoe_MBF O	17 909	14 980	-5,6%	19,3%	124,4%	-51,3%	53%	1,81	1,61	-6,0%	1 566	-7,8%	2 836	-13,4%	4 987,6	2,1%
C25D	RU_MOSCOW_RIODmitrovka_MBFO _1	17 027	14 245	20,6%	14,4%	14,2%	16,5%	49%	1,86	1,67	0,8%	1 543	-9,7%	2 873	-9,0%	6 336,1	29,6%
C208	RU_MOSCOW_Aviamotornay a_MBFO	13 709	11 462	-7,5%	20,1%	13,4%	-9,1%	53%	1,93	1,66	4,3%	1 555	-13,6%	3 002	-9,9%	5 113,0	10,6%

NS – продажи.

VIS – посетители зашедшие в магазин.

CONV – посетители зашедшие в магазин и совершившие покупку.

ASP – средняя стоимость 1 единицы товара

UPT – средний чек в штуках.

ATV = ASP*UPT – средняя стоимость 1 чека.

NS Plan : 1320000

NS Fact : 1370900

Заккрытие плана : 104.2%

CR: 20.1%

UPT: 1.93

UPT w/o acc : 1.66

Plan September :

NS : 1119000

UPT: 1.80

Conv: 18.0%

Чек-лист безопасности Август

Зоны роста/ западающие пункты анкет:

1. Соблюдение соц. дистанции между сотрудниками
2. Соблюдение соц. дистанции с покупателями
3. Дезинфекция кассовой зоны
4. Активная работа с покупателями

Ответственные за контроль мер безопасности в бригадах:

- 1 бригада : Диана/Хадис
- 2 бригада: Лео/ Софья

TOM	LOM	Магазин	Дата	Количество проверок	Соблюдение социальной дистанции между сотрудниками	Соблюдение дистанции с покупателем	Дезинфекция кассовой зоны (Россия)	Использование масок	Использование перчаток	Графики прихода/ухода с отметкой об измерении температуры	Графики уборки	TOTAL Impr	Активная работа с покупателями
69	Proneka Andrej			24	95,8%	97,9%	86,7%	91,7%	97,9%	95,8%	95,8%	95,8%	78,5%
69	Alpatkin Dmitri	RU_MOSKVA_Atrium_OCS	09.08.2020	1	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			17.08.2020	1	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		RU_MOSKVA_Atrium_OCS Total		2	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		RU_MOSKVA_Atrium_RCS	07.08.2020	1	0,0%	100,0%	50,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	78,6%	50,0%
			26.08.2020	1	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	50,0%
		RU_MOSKVA_Atrium_RCS Total		2	50,0%	100,0%	75,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	89,3%	50,0%
		RU_MOSKVA_GorodNarzanke_BCS	01.08.2020	1	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			12.08.2020	1	100,0%	0,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	85,7%	100,0%
			21.08.2020	1	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		RU_MOSKVA_GorodNarzanke_BCS Total		3	100,0%	66,7%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	95,2%	100,0%
		RU_MOSKVA_Atrium_BCS	06.08.2020	1	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			11.08.2020	1	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		RU_MOSKVA_Atrium_BCS Total		2	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		RU_MOSKVA_Askaniygorodsk_MBFO	04.08.2020	1	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	0,0%
			19.08.2020	1	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	85,7%	100,0%
		RU_MOSKVA_Askaniygorodsk_MBFO Total		2	100,0%	100,0%	50,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	92,9%	50,0%
		RU_MOSKVA_GorodLeoforovo_BCS	02.08.2020	1	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			29.08.2020	1	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		RU_MOSKVA_GorodLeoforovo_BCS Total		2	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		RU_MOSKVA_Vesna_BCS	08.08.2020	1	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			14.08.2020	1	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	0,0%
		RU_MOSKVA_Vesna_BCS Total		3	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		RU_MOSKVA_ZolotoyVavilonRost_OCS	14.08.2020	1	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	0,0%
			18.08.2020	1	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		RU_MOSKVA_ZolotoyVavilonRost_OCS Total		2	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		RU_MOSKVA_XLDmitrovskoe_MBFO	12.08.2020	1	50,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	92,9%	0,0%
			20.08.2020	1	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	0,0%
		RU_MOSKVA_XLDmitrovskoe_MBFO Total		2	75,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	96,4%	0,0%
		RU_MOSKVA_RIODmitrovka_MBFO_1	13.08.2020	1	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	0,0%
			19.08.2020	1	0,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	85,7%	100,0%
		RU_MOSKVA_RIODmitrovka_MBFO_1 Total		2	50,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	92,9%	50,0%
		RU_MOSKVA_GorodLeoforovo_RCS	17.08.2020	1	50,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	91,7%	0,0%
			26.08.2020	1	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	50,0%
		RU_MOSKVA_GorodLeoforovo_RCS Total		2	75,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	95,8%	25,0%
		UNDEFINED Total		24	83,3%	91,7%	90,6%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	95,5%	64,6%

Key	Отметка времени	CORG	У	Согла	Вы оспариваете (можно выбрать не	Введите дату	Введите комментарий:	Результат	Комментар	Итого	Время	TOM	Название магазина
СОРF44051	08.08.20 8:01 PM	СОРF		Да	Соблюдение социальной дистанции с	08.08.2020	Добрый день, прошу оспорить пункт про соблюдение дистанции в	изменить на 1		1	14:07	Alpatkin Dmitriy	RU_MOSCOW_Vesna_BCS
СОВЕ44048	08.10.20 12:55 PM	СОВЕ		Да	На приложенных фото другой магазин	05.08.2020	Коллеги, добрый день! В приложенной анкете представлены фото	удалено			17:03	Alpatkin Dmitriy	RU_MOSCOW_ZolotoyVavilonRost_OCS
С46044050	08.13.20 8:22 AM	С460		Да	Публикация графиков уборки и измере	07.08.2020	Коллеги, добрый день! В последнем отчете по чек листу безопасн	изменить на 1		1		Alpatkin Dmitriy	RU_MOSCOW_Atrium_RCS

OMNI

NS fact : 125582

EA Plan impl- 56.7%

EA G2N CnC- 89.9%

EA G2N + HD- 65.49%

NS plan avg: 221483

Store	Retail Net Sales, K	EA NS Plan	EA Net Sales	EA Plan impl %	Math FC EA Plan impl%	EA NS YoY%	Gross Demand Amt	Gross Orders EA	Net Orders EA	EA Share Retail %	EA G2N CnC+H D	EA G2N CnC	EA G2N HD
C021 MOSCOW Atrium BCS	15 623,9	34 676	501 386	1445,94%	1445,94%	-21,34%	1 488,3	179	104	3,21%	46,51%	37,41%	61,24%
C460 MOSCOW Atrium RCS	8 827,5	129 543	175 940	135,82%	135,82%	-23,08%	539,9	80	40	1,99%	66,09%	42,90%	82,83%
C0BE MOSCOW ZolotoyVavilonRost OCS	5 108,2	199 115	174 433	87,60%	87,60%	-13,43%	622,6	63	25	3,41%	42,37%	26,45%	54,30%
C03Z MOSCOW GorodNaRyazanke BCS	3 918,9	130 926	170 015	129,86%	129,86%	-21,07%	471,6	67	45	4,34%	47,27%	32,92%	67,61%
C084 MOSCOW GorodLefortovo BCS	5 559,5	245 726	159 340	64,84%	64,84%	-56,48%	487,0	69	34	2,87%	47,07%	31,05%	75,97%
C0TT MOSCOW Atrium OCS	4 691,1	209 274	154 154	73,66%	73,66%	-43,64%	465,5	63	37	3,29%	51,04%	47,26%	52,99%
C0PF MOSCOW Vesna BCS	4 914,0	177 103	149 699	84,53%	84,53%	-39,84%	542,3	62	32	3,05%	49,21%	33,68%	68,89%
C208 MOSCOW Aviamotornaya MBFO	11 641,8	221 483	125 582	56,70%	56,70%	100,52%	192,0	46	35	1,08%	65,49%	89,90%	63,80%
C217 MOSCOW XLDMitrovskoe MBFO	14 048,6	164 361	106 395	64,73%	64,73%	13,91%	247,9	59	40	0,76%	59,26%	55,50%	59,66%
C461 MOSCOW GorodLefortovo RCS	2 664,2	106 787	96 530	90,39%	90,39%	141,62%	222,7	31	20	3,62%	71,80%	54,29%	81,39%
C0VT MOSCOW ZolotoyVavilonRost BCS	6 202,5	220 851	93 145	42,18%	42,18%	-100,00%	672,6	90	22	1,50%	54,88%	45,00%	56,07%
C25D MOSCOW RIODmitrovka MBFO 1	14 530,0	132 248	43 922	33,21%	33,21%	-64,80%	140,7	24	14	0,30%	48,76%	58,60%	44,74%
C527 MOSCOW ZolotoyVavilonRost RCS	3 225,1	81 316	23 243	28,58%	28,58%	-100,00%	158,6	31	8	0,72%	68,21%		68,21%

TOP 3 employee omni:

1. Калимуллин Хадис
2. Суховерхова Анастасия
3. Батышкіна Виктория

План на сентябрь:

EA Plan impl%-
процент
выполнения
плана по омни

Gross Orders EA-
кол-во
оформленных
заказов EA

Net Orders EA-
кол-во
проданных
заказов EA

EA G2N-
Процент выкупа
EA заказов в
деньгах

Employee	Gross Orders #	Net Orders #	EA Gross Sales, RUB	Net sales, RUB	Retail Net Sales, RUB	Retail Sales Share %	G2N CnC	G2N HD
Kalimullin Hadis	10	9	57 344,49	47 887,71	1 433 135,20	3,4%	90,00%	88,50%
Suhoverhova Anastasiya	15	10	53 137,46	29 785,36	1 134 874,45	2,6%	100,00%	72,96%
Batyshkina Viktoriya	5	4	26 460,21	19 895,82	857 758,60	2,3%		84,14%
Dubrovin Vadim	6	3	17 481,44	10 521,90	257 917,89	4,1%		87,20%
Kazakov Valerij	3	3	8 497,70	8 497,70	668 015,28	1,3%		100,00%
Tarhanovskaya Alina	3	3	8 270,23	7 603,90	1 209 754,83	0,6%	60,00%	68,77%
Sklyannikova Sofya	2	1	2 934,65	1 390,10	0,00			12,71%
UNDEFINED	1	1	10 996,00	0,00	5 130 492,02	0,0%		0,00%
Zhukov Ivan	1	0	13 531,00	0,00	1 160 624,87	0,0%		0,00%

EMPLOYEE PROFILE

Employee	Rank	NS incl VAT	UPT	UPT wo Acc	ATV	ASP	MHR	SPH	CPH	Conv %
Kalimullin Hadis	1	1 680 896	2,25	2,03	3 642	1 620	184,75	7 610	2,09	8,8%
Tarhanovskaya Alina	2	1 402 673	2,60	2,30	3 950	1 520	120,46	9 740	2,47	10,4%
Suhovertova Anastasiya	3	1 300 090	2,14	1,97	3 657	1 705	99,50	10 916	2,98	12,6%
Zhukov Ivan	4	1 286 418	2,45	2,25	4 125	1 685	93,25	11 547	2,80	11,8%
Batyshkina Viktoriya	5	977 229	2,04	1,80	3 216	1 580	138,00	5 919	1,84	7,8%
Kazakov Valerij	6	779 816	2,56	2,22	4 025	1 575	81,50	8 001	1,99	8,4%
Chshul'kina Anastasiya	7	464 476	1,84	1,71	3 320	1 807	80,50	4 826	1,45	6,1%

Продажи (NS):

1. Калимуллин Хадис
2. Тархановская Алина
3. Суховерхова Анастасия

UPT :

1. Тархановская Алина
2. Жуков Иван
3. Калимуллин Хадис

SPH:

1. Жуков Иван
2. Суховерхова Анастасия
3. Тархановская Алина

Position	Employee	SPH					SPH vs store median				
		202006	202007	202008	202009	Total	202006	202007	202008	202009	Total
СПЕЦИАЛИСТ ПО СЕРВИСУ	Zhukov Ivan	0	0	15 475	3 829	4 591	-100%	-100%	54%	-58%	-15%
	Tarhanovskaya Alina	0	0	12 341	15 875	4 232	-100%	-100%	22%	76%	24%
	Kalimullin Hadis	2 483	2 350	10 079	9 031	5 683	96%	0%	0%	0%	5%
	Suhovertova Anastasiya	894	3 362	13 149	12 492	5 580	-29%	43%	30%	38%	32%
	Batyshkina Viktoriya	1 266	2 219	7 885		3 412	0%	-6%	-22%	-100%	-50%
	Kazakov Valerij	0	0	8 872		2 906	-100%	-100%	-12%		-35%
	Chshul'kina Anastasiya		0	6 679		2 114		-100%	-34%		-46%
	Kuz'min Denis				1 744	1 744					-81%

NPS : открытые комментарии

Положительные проявления:

- качество сервиса
- цены
- хорошие консультанты

Зоны роста:

- выбитость (мало размеров)
- очереди на кассе
- порядок в примерочных

Comments	Calendar Day		H	M	SAP	Score	Time	Reasons
большой выбор и хорошее обслуживание консультанты	8.18.2020	Width of assortment	16	54	C208	10	16:54	Fitting rooms; Staff quality of service
цены и обслуживание	8.16.2020	Staff quality of service	17	02	C208	8	17:02	Prices; Quan; Staff quality of service
		Prices	17	02	C208	8	17:02	Prices; Quan; Staff quality of service
мил	8.16.2020	Quan	17	02	C208	8	17:02	Prices; Quan; Staff quality of service
		Size availability	12	34	C208	10	12:34	Navigation: instore search of products; Size availability
		Navigation: instore search of products	12	34	C208	10	12:34	Navigation: instore search of products; Size availability
Width of assortment	12	34	C208	10	12:34	Navigation: instore search of products		
хороший сотрудник на этом магазине	8.15.2020	Staff quality of service	15	43	C208	1	15:43	Staff quality of service
все	8.13.2020	Prices	17	31	C208	10	17:31	Prices
Фру	8.13.2020	Fitting rooms	17	30	C208	0	17:30	Fitting rooms; Quan; Store atmosphere
		Store atmosphere	17	30	C208	0	17:30	Fitting rooms; Quan; Store atmosphere
		Quan	17	30	C208	0	17:30	Fitting rooms; Store atmosphere
настольщики магазина, сотрудник	8.13.2020	Fitting rooms	15	30	C208	10	15:30	Fitting rooms; Staff quality of service
		Staff quality of service	15	30	C208	10	15:30	Fitting rooms; Staff quality of service
Width of assortment	15	30	C208	10	15:30	Fitting rooms; Staff quality of service		
старательная система возврата на деньги товара	8.12.2020	Prices	18	40	C208	1	18:40	Prices
так при	8.11.2020	Prices	10	42	C208	10	10:42	Prices
наши	8.9.2020	Prices	15	41	C208	0	15:41	Prices
Валера очень профессиональный консультант !!!	8.8.2020	Store design	15	41	C208	10	15:41	Store design; Fitting rooms; Size availability
		Fitting rooms	15	18	C208	10	15:18	Fitting rooms; Size availability
		Size availability	15	18	C208	10	15:18	Fitting rooms; Size availability
Staff quality of service	15	18	C208	10	15:18	Fitting rooms; Size availability; Staff quality of service		
все было отлично	8.8.2020	Prices	13	11	C208	10	13:11	Prices

Comments	Calendar Day		H	M	SAP	Score	Time	Reasons
мало размеров на обувь для детей	8.31.2020	Size availability	13	58	C208	5	13:58	Size availability
все	8.30.2020	Quan	16	32	C208	10	16:32	Quan
АБУДАААААБИНИИ	8.30.2020	Navigation: instore search of products	15	36	C208	10	15:36	Navigation: instore search of products; Price; Store atmosphere
		Prices	15	36	C208	10	15:36	Navigation: instore search of products; Price; Store atmosphere
		Store design	15	36	C208	10	15:36	Navigation: instore search of products; Price; Store atmosphere
		Navigation: instore search of products	15	36	C208	10	15:36	Navigation: instore search of products; Price; Store atmosphere
спасибо	8.30.2020	Staff quality of service	11	21	C208	10	11:21	Staff quality of service
очень большая очередь и работает только я 5й в очереди	8.27.2020	Quan	20	01	C208	1	20:01	Quan
приведите примерочные в порядок :)	8.24.2020	Store atmosphere	15	41	C208	10	15:41	Store atmosphere; Store design; Width of assortment
		Width of assortment	15	41	C208	10	15:41	Store atmosphere; Store design; Width of assortment
		Store design	15	41	C208	10	15:41	Store atmosphere; Store design; Width of assortment
пикетировала калитку	8.24.2020	Size availability	14	46	C208	9	14:46	Size availability
сервис обслуживания консультант Валерий 10 баллов из 10	8.22.2020	Staff quality of service	17	11	C208	10	17:11	Prices; Staff quality of service
		Prices	17	11	C208	10	17:11	Prices; Staff quality of service
цена качество	8.22.2020	Width of assortment	16	45	C208	0	16:45	Width of assortment
жран)))	8.21.2020	Prices	20	20	C208	7	20:20	Prices
спасибо	8.21.2020	Size availability	13	31	C208	10	13:31	Prices; Size availability; Staff quality of service

NPS- СТОЙКИ

Таргет :

NPS Score : 85%

NPS conv(checks) :52%

Результат :

NPS Score : 65.3%

NPS conv (checks) : 9.4%

NPS (Net Promoter Score) – индекс определения приверженности потребителей товару или компании (индекс готовности рекомендовать)

Задача: повысить вовлеченность в прохождении опроса на nps стойках (минимум 60%)

Actuals

	NPS NOS	NPS %	MS NPS score	NPS part.	NPS Conv (Checks)	NPS Conv (Traffic)	Nr. of Sales Transaction	Traffic, k	Total CRM	Net Sales, kEUR	Conv Rate	UPT	ATV	CPH	Month RFC imp	WS opex
CM	1	31.9	0	47	9.2%	1.6%	1	3	25	21	16.9%	1.9	41	1.41	92.9%	
PM	1	65.3	0	357	9.4%	1.9%	4	19	25	151	20.1%	1.9	39	1.70	104.2%	7.14%
202007	1	83.5	0	340	9.0%	2.1%	4	16	25	136	22.9%	1.7	36	1.64	99.5%	7.59%
202006	1	56.1	0	264	7.0%	1.5%	4	18	25	146	21.5%	2.0	38	1.71	104.9%	4.48%
202005	1	100.0	0	2		16.7%	0	0	25							
202004			0				0		25							
202003	1	83.8	100	839	37.5%	6.5%	2	13	25	90	17.4%	1.5	40	1.13	75.1%	13.46%
202002	1	81.4	50	1,091	42.8%	8.1%	3	13	25	94	18.9%	1.6	37	1.18	99.5%	15.21%
202001	1	82.7	100	1,077	44.9%	8.9%	2	12	25	96	19.8%	1.6	40	1.12	112.8%	16.09%
201912	1	82.2	50	737	32.9%	5.6%	2	13	25	93	16.9%	1.5	41	0.99	110.2%	9.55%
201911	1	80.4	100	736	34.2%	5.0%	2	15	25	107	14.5%	1.8	50	0.88	77.7%	8.60%
201910	1	74.8	67	750	40.9%	5.1%	2	15	25	90	12.4%	1.5	49	0.76	71.9%	10.42%
YTD	11	78.9	--	6,240	24.7%	4.5%	25	138	303	1,023	18.4%	1.7	40	1.23	78.7%	11.35%

Обучение

Имя	ИТОГО	Вводные	Процессы	Процессы / Программа лояльности Reebok	Приоритетные курсы	Сервис	Сервис / Реактивный сервис - покупатель в	Визуальный мерчандайзинг	Визуальный мерчандайзинг / adidas VM: Новый игрок	Визуальный мерчандайзинг / adidas VM: Опытный игрок	Визуальный мерчандайзинг / adidas VM: Продвинутый
Бабанов Илья	91%	94%	88%		90%	96%	91%	86%	100%	80%	77%
Батышкіна Виктория	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	95%	95%		
Грачев Даниэлле	92%	97%	90%		84%	90%		90%	90%		
Дубровин Вадим	93%	95%	91%		94%	100%	100%	94%	95%	92%	
Жуков Иван	95%	97%	92%	80%	97%	90%	90%	95%	95%		
Калимуллин Хадис	92%	96%	89%	0%	86%	97%	90%	90%	90%		
Кауфман Диана	95%	94%	95%		97%	100%	100%	91%	95%	92%	84%
Кузьмин Денис	0%	0%	0%	Назначено	0%	0%	Назначено	0%	Назначено		
Мосина Юлия	92%	94%	89%		90%	100%	100%	87%	90%	84%	
Склянникова Софья	92%	93%	89%		94%	96%	91%	90%	100%	80%	
Суховерхова Анастасия	91%	92%	90%	80%	97%	97%	90%	95%	95%		
Тархановская Алина	97%	96%	97%	100%	96%	94%	80%	100%	100%		
Тер-Григорян Лео	85%	95%	78%		94%	70%	40%	65%	95%	100%	0%
Французов Илья	93%	95%	93%	100%	94%	90%	90%	85%	85%		



Даниэлле Грачев

1/39
задания

До 23.09.2020

3%



Анастасия Щулкина

5/39
задания

Просрочен 03.09.2020

13%



Денис Кузьмин

0/42
задания

До 04.11.2020

0%

Обязательный медосмотр сотрудников розницы

- Сотрудники, принятые в штат до 01.09.2020 проходят обязательный медосмотр.
- Медицинский осмотр проводится в срок с 14.09 (сентябрь)-02.10.2020 (октябрь)
- Медосмотр рекомендуется проводить в утренние часы
- Важно: компания не сможет допустить сотрудников к работе без прохождения периодического медосмотра.

ПАМЯТКА

Для сотрудника по прохождению периодического медицинского осмотра

Для прохождения медосмотра необходимо явиться на голодный желудок в клинику указанную в направлении, время работы клиники для проведения медосмотра нужно уточнить у менеджера магазина.

При себе иметь:

- паспорт; -



СНИЛС

- Анализ мочи (утренняя порция) в любой чистой аптечной баночке (не менее 40 мл);
- Анализ кала в любой чистой аптечной баночке
- данные результата флюорографии за последние 11 месяцев* (*при наличии);
- паспорт здоровья работника* (*при наличии, если ранее проходили медицинский осмотр)
- беременные сотрудницы проходят медосмотр без проведения флюорографии

ОБРАЩАЕМ ВАШЕ ВНИМАНИЕ:

В рамках медицинского осмотра проводится забор крови для проведения диагностических исследований, поэтому необходимо исключить употребление пищи не менее, чем за 4 часа в день медицинского осмотра.

Женщины должны явиться в дни, позволяющие им пройти осмотр гинеколога.

Перечень врачей и исследований, которые вы пройдете в рамках прохождения медосмотра:

<p>Врачи-специалисты:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Дерматовенеролог • Оториноларинголог • Стоматолог • Врач-терапевт • Врач-психиатр • Врач-нарколог • Акушер-гинеколог для женщин • Инфекционист* 	<p>Лабораторные и функциональные исследования:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Клинический анализ крови (гемоглобин, цветной показатель, эритроциты, тромбоциты, лейкоциты, лейкоцитарная формула, СОЭ); • Клинический анализ мочи (удельный вес, белок, сахар, микроскопия осадка); • Электrokардиография; • Цифровая флюорография или рентгенография в 2-х проекциях (прямая и правая боковая) легких; • Биохимический скрининг: содержание в сыворотке крови глюкозы, холестерина • Исследование крови на сифилис • Бактериологического (на флору) и цитологического (на атипичные клетки) исследование для женщин • Женщины в возрасте старше 40 лет проходят 1 раз в 2 года маммографию или УЗИ молочных желез • Исследования на носительство возбудителей кишечных инфекций и серологическое обследование на брюшной тиф* • Исследования на гельминтозы*
	<ul style="list-style-type: none"> • Мазок из зева и носа на наличие патогенного стафилококка* <p>Исследования помеченных "звездочкой" (*), - проводятся при поступлении на работу и в дальнейшем - по эпидпоказаниям</p>

Сервис в новой реальности. Приоритет в сервисе + забота через безопасность

CONNECT ENGAGE INSPIRE

КЛЮЧЕВЫЕ ПРИОРИТЕТ В СЕРВИСЕ



Объединить команду магазина в две непересекающиеся смены для исключения риска заражения персонала COVID-19



Развивать менеджерские навыки у сотрудника, ответственного за вторую смену

ЗАБОТА ЧЕРЕЗ БЕЗОПАСНОСТЬ
(сотрудники и покупатели)

CONSUMER OBSESSION

ЗАБОТА ЧЕРЕЗ СЕРВИС
(высокий и низкий трафик)



Согласно распоряжениям правительства стран/регионов использовать индивидуальную маску и перчатки на протяжении всей рабочей смены



Для предотвращения распространения инфекции, соблюдать социальную дистанцию на каждом этапе взаимодействия с покупателем

adidas

- 55% - забота о здоровье сотрудников;
- 38% - сокращение негативного воздействия на окружающую среду;
- 33% - обеспечение безопасности и гигиены в магазинах;
- 20% - снижение цены на продукцию и предложение скидок;
- 11% - обеспечение наличия продукции бренда для заказа в eComм канале.

Упражнение!

ЭТАПЫ РАБОТЫ С ПОКУПАТЕЛЕМ

adidas



CONNECT

Каждый покупатель чувствует **доброжелательную обстановку** в момент когда он зашел в магазин.

- Знакомство и приветствие
- Подготовка
- Подход



ENGAGE

Каждый покупатель чувствует что мы **поняли кто он и в чем его потребность**

- Выявление потребности
- Презентация продукта
- Работа с возражениями



INSPIRE

Каждый покупатель **получает удовольствие от совершенного визита** и хочет вернуться вновь.

- Помощь с выбором модели
- Сопровождение продажи на кассе
- Создание долговременных впечатлений



Приветствуй покупателя при входе в магазина

«Здравствуйте! Мы рады, что после долгого перерыва вы решили прийти к нам в магазин. Обязательно найдем для вас подходящую вещь».
«Добрый день! Приятно видеть вас в нашем магазине. Мы уже соскучились по покупателям».

Используй фразы про продукт для начала диалога

«Добрый день! У меня для вас есть отличная новость – в нашем магазине действует скидка и есть возможность выбрать подходящую модель по привлекательной цене».
«У нас в магазине появились интересные новинки. Хотите на них взглянуть?»

Прояви заботу о покупателе

«Мы строго следуем всем санитарным рекомендациям по организации работы магазина. Можете не переживать по поводу безопасности выбора».
«Я буду следовать рекомендациям по соблюдению соц. дистанции. Если у вас возникнет вопрос, просто дайте мне знать и подойду».
«В нашем магазине повсеместно расположены антибактериальные гели. Если нужно, можете смело ими пользоваться».

Начни диалог с разговора на отвлечённые темы

«Добрый день, как ваше настроение? Так много сумок! Похоже, у вас сегодня отличный день для шоппинга!»
«Добрый день, как ваши дела? Рад вас видеть вновь! Как вы провели режим самоизоляции?»



Для **понимания потребности покупателя** помимо стандартных открытых вопросов, задай дополнительные вопросы, актуальные для сегодняшнего дня

На этапе **презентации продукта** поделись собственным опытом

Уточняй **причину возражений покупателя**, приводи аргументы, опираясь на правила компании

*«Как вы в последнее время поддерживали физическую форму?
Как вы тренировались в период самоизоляции?
Вы слышали про последний тренд – онлайн тренировки из дома через мобильное приложение, какие тренировки посещали/ планируете посетить?
Где вы предпочитаете тренироваться на улице или в зале?
Что у вас есть из спортивной экипировки для тренировки дома?»*

«Я лично тренировался дома именно в этой футболке и мог видеть как работает эта технология. Примерьте, чтобы убедиться на собственном опыте».

Консультант: *«Как вы смотрите на то, чтобы использовать эту модель для ваших тренировок дома?»*

Покупатель: *«Даже не знаю ... А вдруг, это небезопасно»*

Консультант: *«Понимаю Ваше желание совершить безопасную покупку... В чем именно причина ваших сомнений? Что вызывает наибольшие опасения?»*

Покупатель: *«А если ее уже мерил кто-то заразный?»*

Консультант: *«Если вас смущает возможность передачи вируса через одежду, то наша компания позаботилась об этом:*

- *после примерки мы отпариваем каждую вещь;*
- *любой возвращенный товар переносится в специально отведенное место на складе, в котором будет изолирован на 24 часа».*



Подумай о том, что из ассортимента обуви, текстиля или аксессуаров сможет **дополнить полный образ** покупателя.

Предложи **модели, которые дополняют друг друга**.

Поделись с покупателем **советами по стилю**.

Поделись своим **искренним мнением**.

Поддерживай разговор с покупателем на протяжении всего обслуживания на кассе.

Пригласи покупателя **присоединиться к спортивным сообществам** (либо скачать мобильное приложение).

Добавь немного **личного общения** в процесс пробития чека на кассе.

При прощании **используй ту информацию, которой поделился покупатель**.

«У нас есть новые модели компрессионной экипировки, которые обеспечат поддержку ваших мышц при долгих и интенсивны тренировках».

«Если вы остановили свой выбор на этой беговой футболке, давайте посмотрим подходящий бра-топ из последней коллекции для обеспечения необходимой поддержки во время тренировок?»

«Я думаю этот топ будет превосходно смотреться с этой толстовкой. Красный свитшот вам действительно идет, вы в нем отлично смотрите. По сути вы можете носить его как с джинсами, так и со спортивными брюками».

«На вашем месте я бы выбрал оба варианта леггинс, т.к. вы в них отлично выглядите. К тому же это позволит вам комбинировать ваш образ с разными цветами верха (одежды)».

«Когда планируете совершить первую пробежку в этой модели?»

«Наше приложение позволяет подобрать себе товар, основываясь на личных интересах, прочитать информацию о моделях, узнать об акциях. Но мир adidas - это не только спортивные товары, это еще и большое количество событий, о которых мы будем рассказывать в приложении».

«Вы приобрели новую и по настоящему уникальную модель, я хочу купить себе такую же. Поделитесь в следующий раз какие у вас остались впечатления от использования. Личный опыт всегда имеет значение...»

«Желаю вам удачи в предстоящем забеге, уверен вы почувствуете разницу в этих кроссовках. Расскажите об этом при следующем визите».

«Хорошего вам дня и отличных покупок. Было приятно вновь поработать с вами».

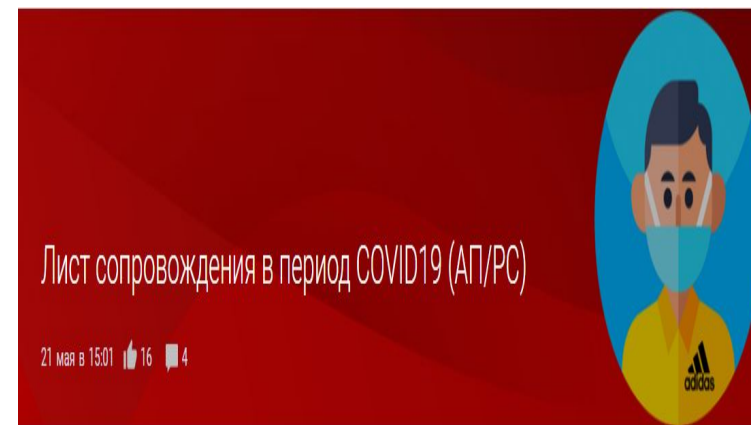
Сопровождение команды

SERVICE IN NEW REALITY

ИНСТРУМЕНТЫ СЕРВИСА

adidas

	CONNECT	ENGAGE		INSPIRE	
	УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТАКТА	ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТИ	ПРЕЗЕНТАЦИЯ МОДЕЛИ	РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ /СОМНЕНИЯМИ	МАКСИМИЗАЦИЯ
ВЫСОКИЙ ТРАФИК	<p>НА ВХОДЕ Определить сотрудника-сервис лидера, который на входе, который предупреждает покупателей о том, что в наших магазинах соблюдаются все необходимые правила безопасности и призывает покупателей соблюдать их так же:</p> <ul style="list-style-type: none"> если покупатель без СИЗ, то предлагает надеть маску если нет маски, то обозначает ближайшие точки, где можно купить. если отказывается купить, то призываем соблюдать нормы по соц.дистанцированию, предупреждаем об ограничениях в продаже (если они есть) 	<p>РАБОТА С ЗАПРОСОМ Задать покупателю «базовые вопросы» для понимания запроса:</p> <ul style="list-style-type: none"> Что? Для кого? Для чего? Какие предпочтения по цвету/материалу/фасону? 	<ul style="list-style-type: none"> Презентовать модель под запрос покупателя, обозначить основные свойства преимущества и выгоды товара (FAB). 	<ul style="list-style-type: none"> Уточнить причину мнения покупателя Сообщить информацию о модели, которая может повлиять на принятие решения о покупке Предложить альтернативу подходящую под запрос покупателя 	<ul style="list-style-type: none"> Помимо вопросов о запросе, задать доп.вопросы о покупателе Поделиться собственной экспертизой, рассказать о преимуществах приобретения доп.товара Предложить конкретную модель Проводить покупателя в другую зону, передать ответственному коллеге
НИЗКИЙ ТРАФИК	<p>Так же этот сотрудник управляет трафиком и ориентирует покупателей в пространстве магазина</p> <p>В ЗАЛЕ</p> <ul style="list-style-type: none"> Коротко и вежливо приветствовать каждого покупателя, использовать невербальные способы приветствия (взмах рукой) В начале разговора сразу объяснить покупателю как будет строиться взаимодействие (СИЗ, дистанция, передача товара) Навигировать по расположению товара в зале/конкретной зоне 	<p>РАБОТА С ПОТРЕБНОСТЬЮ Помимо уточнения запроса, узнать больше о прошлом опыте и ожиданиях покупателя:</p> <ul style="list-style-type: none"> В чем тренировались раньше? Что нравилось/не нравилось в прошлой модели? Что важно при выборе? 	<ul style="list-style-type: none"> Провести яркую презентацию выбранной модели: Рассказать про историю модели/интересные факты о модели Презентовать модель по схеме FAB, связав выгоды с потребностью покупателя 	<ul style="list-style-type: none"> Уточнить причину мнения покупателя Если есть негативный опыт, расспросить о нем подробнее Сообщить информацию о модели, которая может повлиять на принятие решения о покупке Предложить альтернативу подходящую под запрос покупателя 	<ul style="list-style-type: none"> Помимо вопросов о запросе, задать доп.вопросы о покупателе Поделиться собственной экспертизой, рассказать о преимуществах приобретения доп.товара Предложить конкретную модель Проводить покупателя в другую зону и остаться в ней с покупателем, чтобы презентовать предложенную модель



1 Выбери ФИО или табельный номер сотрудника, которого будешь сопровождать

2 Посмотри как сотрудник, работая в торговом зале, **соблюдает нормы безопасности**. Выбери пункты ниже, в комментариях запиши примеры проявления (факты, фразы, действия).

В работе с покупателями соблюдает социальную дистанцию (1,5-2 метра)

При взаимодействии с коллегами соблюдает социальную дистанцию (1,5-2 метра)

Использует маску и перчатки при работе в торговом зале на кассе и складе

При работе в зале и на кассе передает товар/сдачу через третью поверхность или на расстоянии двух вытянутых рук

Обрабатывает кассовый аппарат, терминал для оплаты банковской карты, поверхность стола с помощью дезинфицирующих средств после обслуживания каждого покупателя

Сложности и пути решения в

сервисе

ЭТАП	СТАНДАРТ СЕРВИСА	СЛОЖНОСТЬ	РЕШЕНИЕ
CONNECT	<ul style="list-style-type: none"> Приветствуй покупателя Подстройся к типу покупателя Подойди к покупателю 	<ul style="list-style-type: none"> Непонимание со стороны некоторых покупателей необходимости соблюдения мер безопасности Необходимость выдерживать дистанцию с покупателем в процессе диалога Сложность в установлении контакта с покупателем при наличии маски (не видно эмоцию) 	<ul style="list-style-type: none"> Обозначить необходимость использования СИЗ <i>«Использование СИЗ (средств индивидуальной защиты) это знак уважения не только к себе, но и окружающим. Пожалуйста, наденьте ее если она у вас есть, чтобы чувствовать себя в безопасности.»</i> В начале разговора сразу объяснить покупателю как будет строиться взаимодействие (СИЗ, дистанция, передача товара) <i>«Добрый день, для вашей безопасности в нашем магазине действуют правила по соблюдению соц. дистанции 1,5-2 м и передача товара через третью поверхность. Я готов помочь вам в выборе желаемой модели. Что Вы выбираете...?».</i> Использовать эмоционально окрашенные фразы и приветственные жесты для привлечения внимания покупателя и установления контакт
ENGAGE	<ul style="list-style-type: none"> Выясни запрос/потребность Презентуй продукт Работай с сомнениями и возражениями Предложи примерить модель 	<ul style="list-style-type: none"> Наличие маски затрудняет понимание ответа покупателя (не слышно) Презентация модели на расстоянии с соблюдением дистанции (не всегда видна реакция на предложенную модель) Новые возражения, связанные с безопасностью совершаемой покупки. Необходимость соблюдать дистанцию с покупателем в примерочной либо ограничения по работе примерочных (в некоторых магазинах закрыты) 	<ul style="list-style-type: none"> Работать не только с запросом, но и использовать воронку вопросов для более быстрого выявления потребности: ЗАПРОС: Что? Для кого? Для чего? Какие предпочтения по цвету/материалу/фасону? ПОТРЕБНОСТЬ: В чем тренировались раньше? Что нравилось/не нравилось в прошлой модели? Что важно при выборе? Демонстрация свойств модели на примере второго кроссовка / другого размера текстиля. <i>«Пожалуйста вот подходящая модель. Я возьму такую же, чтобы рассказать о ее преимуществах. Вот эта часть кроссовка создана для того, чтобы зафиксировать вашу пятку, благодаря чему снижается риск получения травмы»</i> (показываем как именно часть) Уточнять причину возникшего возражения. Если есть негативный опыт, расспросить о нем подробнее, чтобы потом привести подходящий аргумент. Сообщать покупателю о правилах примерки, соблюдать дистанцию при передаче нужной модели/размера. Использовать описание товара, фото и отзывы в каталоге (как сидит на модели). <i>«К сожалению в настоящий момент ограничена возможность примерки модели в примерочной. Однако мы можем посмотреть как она будет сидеть на модели в каталоге. Кроме того реальные покупатели оставляют в нем свои отзывы о том, как она сидит. Т.о. вы можете выбрать подходящую модель»</i>
INSPIRE	<ul style="list-style-type: none"> Максимизируй продажу Качественное обслуживание на кассе Вдохновляющее прощание с покупателем 	<ul style="list-style-type: none"> Максимизация без возможности примерки Сложность в создании эмоционального контакта (не видно мимики в маске) при завершении продажи 	<ul style="list-style-type: none"> Предлагать доп. товар до примерочных через создание полного образа с упором на готовый «VM look» и манекены Использовать располагающие/ поддерживающие/ эмоциональные фразы и улыбку. Поддерживать выбор покупателя. <i>«Вы приобрели новую и по настоящему уникальную модель, я хочу купить себе такую же. Поделитесь в следующий раз какие у вас остались впечатления от использования. Личный опыт всегда имеет значение...»</i>

Договоренности по итогу собрания: