

Продавец супермаркета





Почему покупатели выбирают Ваш магазин?

- **Месторасположение**
 - **Ассортимент**
 - **Цена**
 - **Качество обслуживания**
- 

Местоположение



**Местоположение вашего
магазина уже не изменится.**

**Однако отношение
покупателей к этому месту
изменится обязательно**

цена



**Если покупатели приходят к
вам из-за низких цен,
всегда помните- это самая
нестабильная аудитория**

АССОРТИМЕНТ



Качество обслуживания



Ничто не обходится так дорого, как потеря доверия и лояльности клиента



СДЕЛАЙТЕ ЭТО ПРЯМО СЕЙЧАС

Произведите простые расчеты и впишите цифры в соответствующие поля.

A = сумма среднего чека в вашем магазине = _____

B = сколько раз в месяц покупателю нужен ваш товар = _____

C = оборот на одного покупателя в месяц = A * B = _____

D = оборот на одного покупателя в год = C * 12 = _____

**Каждый покупатель,
перешагивающий порог
вашего магазина , дает
вам шанс увеличить
годовой оборот на эту
сумму!**

Насколько актуально для вашего магазина качество обслуживания

	ДА	НЕТ
Тем ассортиментом, который представлен в моем магазине, не торгует практически никто		
Мои цены ниже, чем у конкурентов		
Мой магазин имеет отличное место, которое всегда обеспечит значительную посещаемость		
У меня нет конкурентов и ждать не приходится		
Мои покупатели непритязательны и в любом случае придут в мой магазин		
Мой товар нужен покупателю настолько редко, что он в любом случае забудет, где совершал покупку		
Мой товар настолько прост, что покупателям не требуется содействия, чтобы сделать правильный выбор.		
Специфика моего магазина подразумевает большой поток покупателей, нет возможности общаться с каждым индивидуально		
Для покупателей моего магазина скорость обслуживания является одним из важнейших факторов		

Территория перед магазином



Входная зона

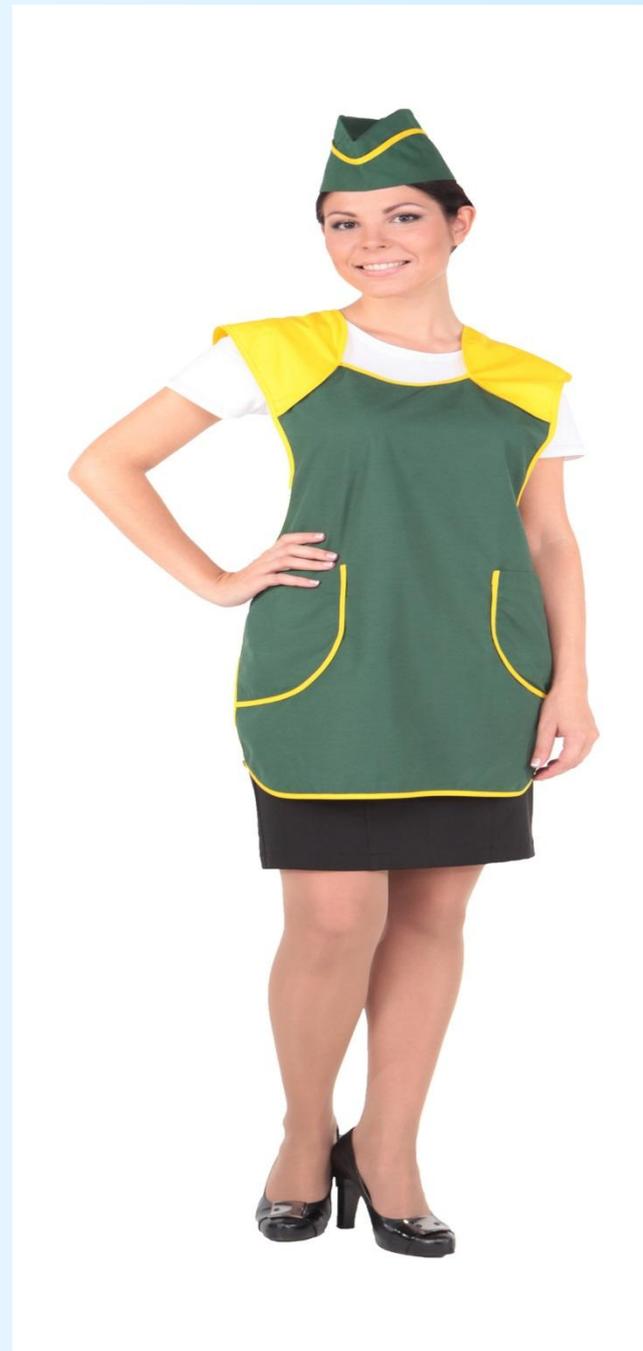




ВНЕШНИЙ ВИД



- Неяркий макияж
- Уложенные, ухоженные волосы(аккуратная прическа)
- Наличие бейджа (с правой стороны)
- Приветливый взгляд (улыбка)
- Чистая, выглаженная спец.одежда,
- опрятная обувь





myCharM.Ru

Джо Джирард :

«Наш внешний вид должен олицетворять те ценности, которые мы намереваемся продать своим клиентам. И в том случае, если «наружная упаковка» внушает клиенту опасение за качество её содержимого, то с удачной продажей можно попрощаться».



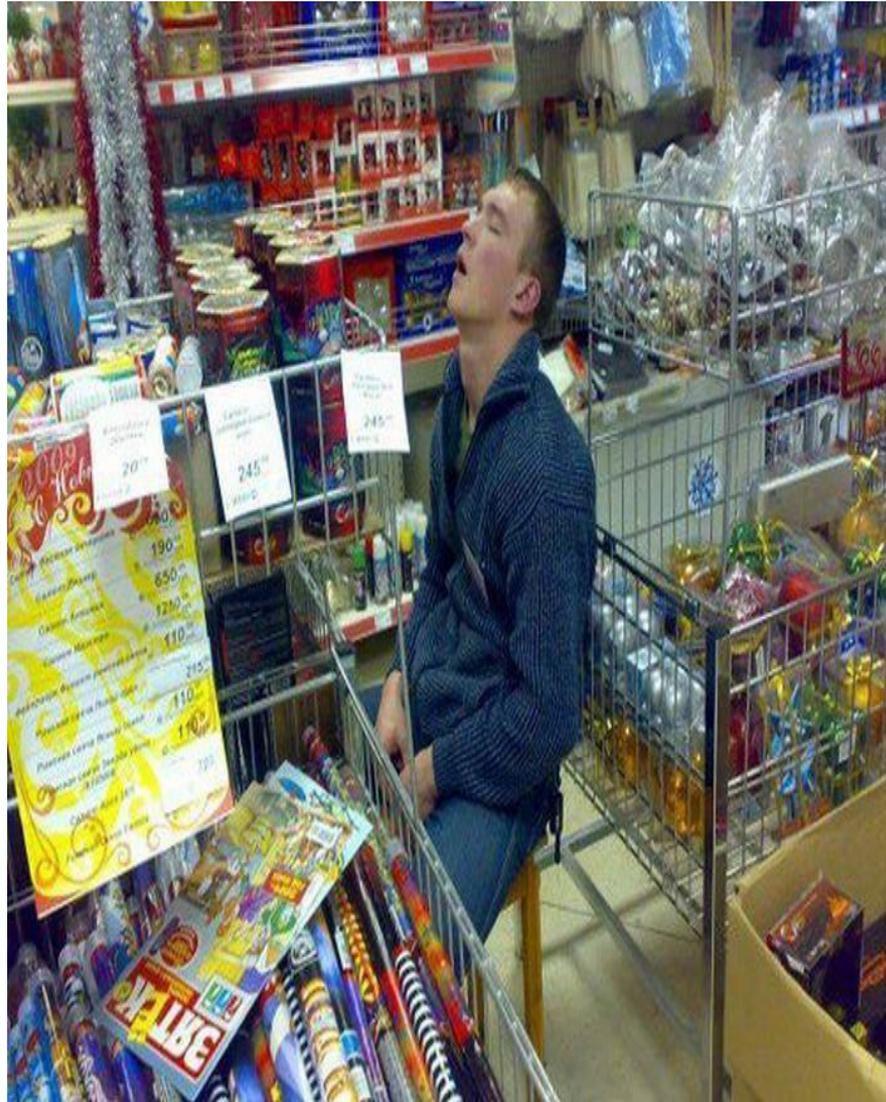
Взгляд покупателя



Взгляд покупателя







Помните:

*Кассир- визитная карточка
магазина!*