

Мои профессиональные интересы:

Продажи

Аксиологический менеджмент

Экологический менеджмент

Управление командой и командообразование

Управление переговорами

Психология продаж

Деловой этикет



Казанцева Анна

Бизнес-тренер

Ст. преподаватель кафедры

«Менеджмент, маркетинг и коммерция»

ОМГУПС

Менеджер по развитию оптово-розничной торговли компании

«Банный рай»

Участник / Тимлид международного проекта TEMPUS

RECOAUD

Участник международной программы ERASMUS MUNDUS

По вопросам организации обучения / тренингов /

сотрудничества:

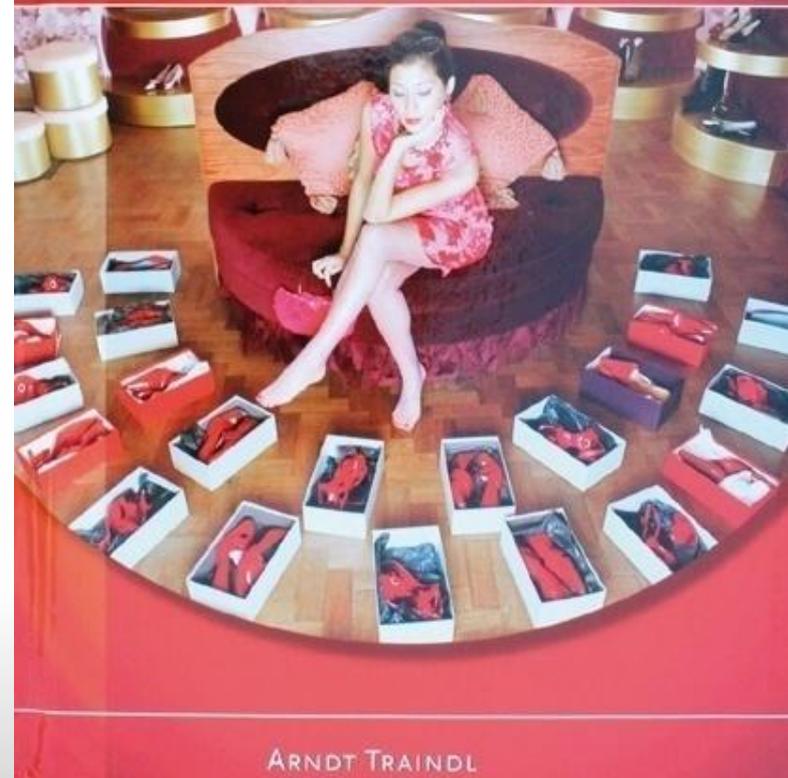
8-923-695-82-15

Kazancev-nikolya@yandex.ru

Arndt Traindl

Store Branding EXCELLENCE

So wird Ihr Laden zu einer starken Marke





Позиционирование

Продукт

Миссия

код бренда

Стиль

Ценности

Видение



Исследование корпоративных ценностей

600 компаний
160 имеют ценности
бренда



Бренды - результат коммуникации, восприятия и познания. Все, что мы воспринимаем, может стать брендом.



**Бренды генерируют эмоциональную выгоду
ощущение безопасности и доверия престиж власть
симпатия отождествление и принадлежность
острые ощущения**

**Скидки подобны случайным связям,
а сильные бренды – настоящая любовь.**

КАНАЛЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ



- ЗРЕНИЕ
- СЛУХ
- ОБОНЯНИЕ
- ВКУС
- ОСЯЗАНИЕ



Агенты коммуникации

Человек

Ассортимент

Сервис

Пространство



Забота Уважение Поддержка Улыбка

Модель Герцберга



hard skills



soft skills

Бренд – это человек

- Участливое отношение
- Дружелюбный настрой
- Радость
- Эмоциональная интеллигентность
- Гармония
- Эмпатия
- Умения разрешать конфликты
- Навыки вербальной и невербальной коммуникации
- Знания человеческой психологии
- Добродетельность
- Умения работать в команде
- Готовность помочь



VS



мотивация достижения





**Персональный
объем
продаж**

Corporate values	Necessary soft skills	Skill building exercise
People	<ol style="list-style-type: none"> 1. Skills of applying high emotional: - intelligence - reflection - active listening - receive and use feedback - managing emotions and stress 2. Skills of observance of rules of the corporate code and rules of the labor schedule. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Monitoring emotions. 2. Cases of typical corporate situations.
Customer focus	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sales skills: <ul style="list-style-type: none"> - contacting the customer, - identifying needs - making presentations and self-presentations, - working with customer hesitations, - argumentation - opposition to manipulation - making a deal. 2. Skills of using sales scripts. 3. Business writing skills. 4. Skills of applying high emotional intelligence. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formation of positive statements and good news about the product. 2. Formation open and alternative questions. 3. Presentation in the language of customer benefit.
Efficiency	Skills planning and KPI achievements.	Creating long-term, medium-term, short-term plans.
Environment	Skills for sustainable resource use.	A series of animated videos about saving resources in the office.

Мотивационная структура покупателя

**безопаснос
ть**

**новаторств
о**

власть

**социальнос
ть**



Hier bin ich Mensch hier Kauf ich ein





**доверие личная ответственность творческий
подход**

**Мониторинг своих
эмоций**

Что я чувствую

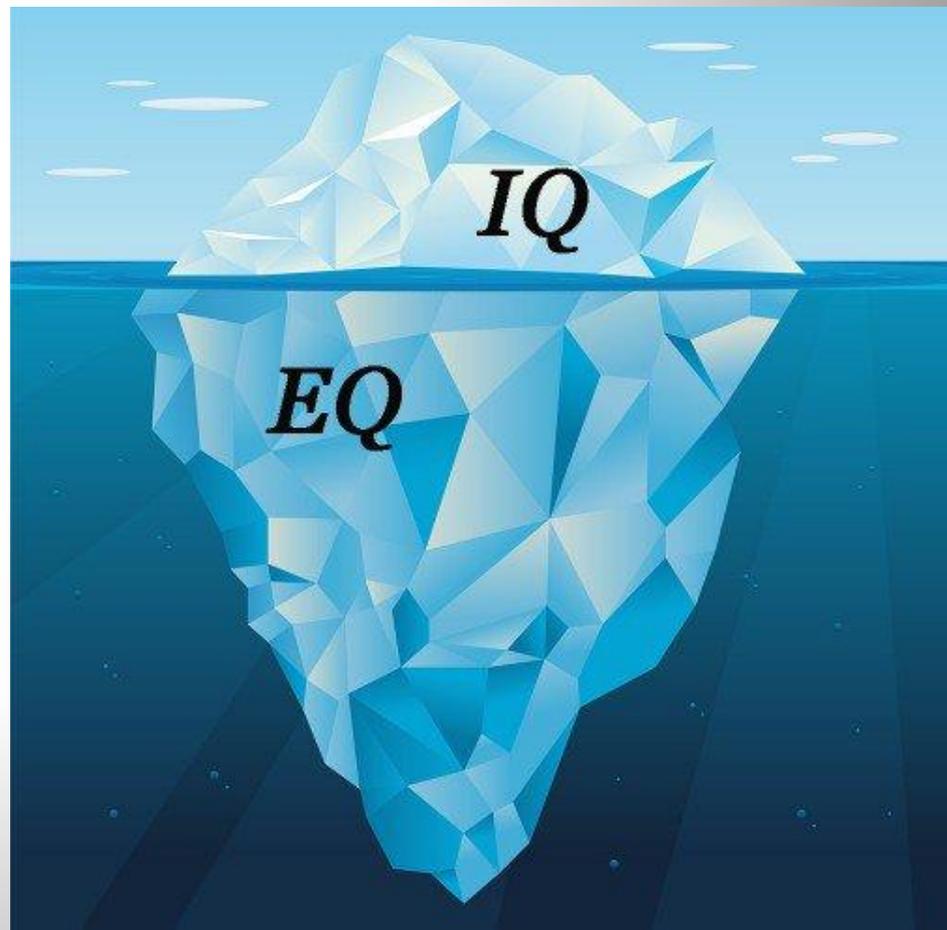
Анализ своих эмоций

**Наблюдение чужих
эмоций**

Управление эмоциями

На раз, два, три – без слов

**Как развивать
эмоциональный
интеллект?**





Тот, кто ухаживает за лозой в винограднике,
получает сладкие плоды...

Агенты коммуникации

Человек

Ассортимент

Сервис

Пространство

LESS



MORE
MORE
MORE

Конкурентный анализ ассортимента



Конкурент 1

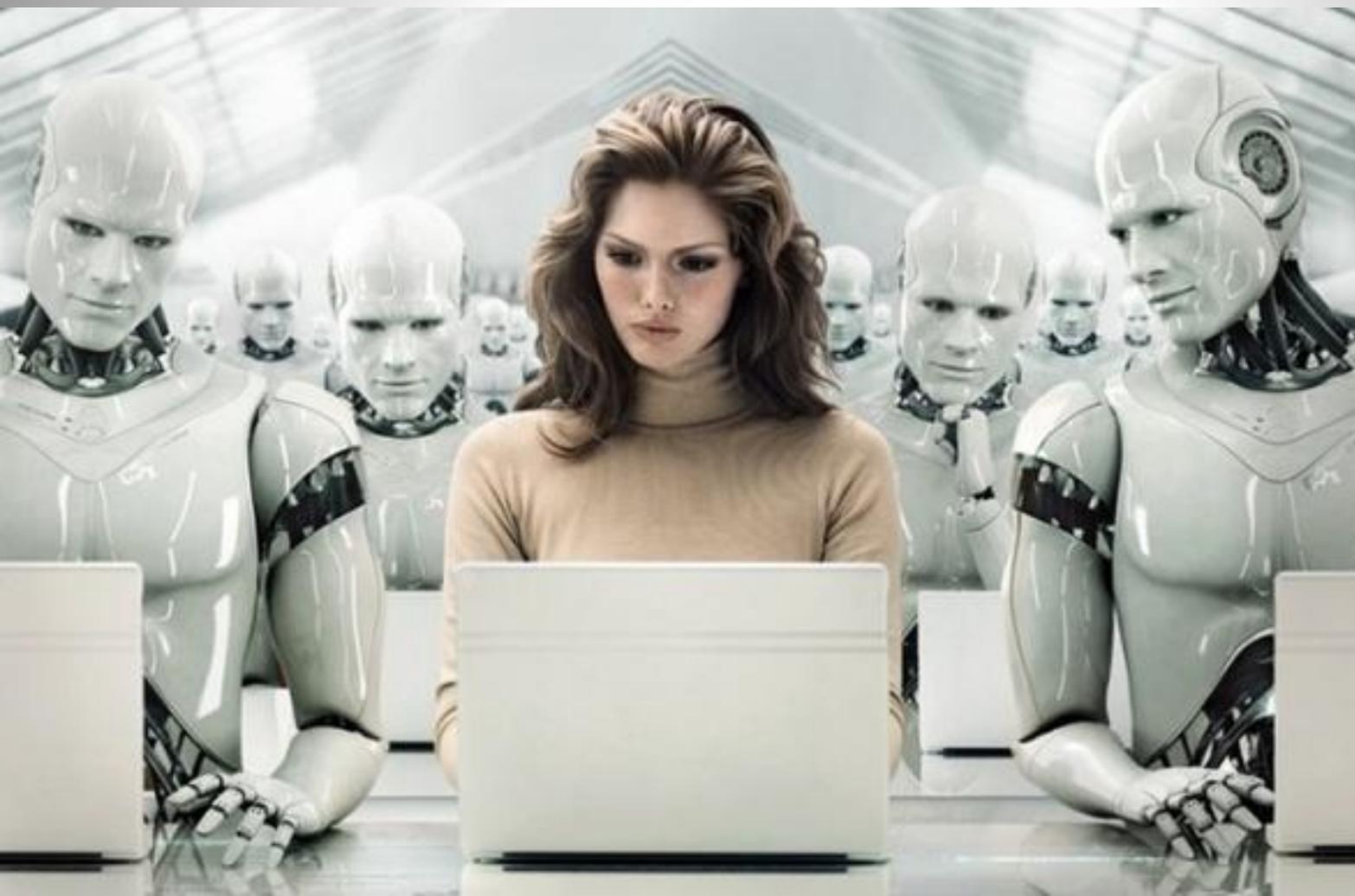
Конкурент 2

2 марки

Больше 15

Больше 10

Гомоэкономикус





83-97





UNI QLO

NEWS

STORES



**Я НЕ ПОНИМАЛ,
ЧТО ТАКОЕ
МЕРЧЕНДАЙЗИНГ,
ПОКА МНЕ ОДИН
ДРУГ ВСЕ ПО
ПОЛОЧКАМ НЕ
РАЗЛОЖИЛ.**



от 1 до 1,5 различных моделей на м кв



**NEW
LOWER
PRICE**

we'll stack smarter,
pack tighter,
order earlier,
and work harder
— but we'll never
compromise quality.

Chair
POANG
\$69

NEW
Chair
POANG
\$149

10
The Best of Both Worlds
The Best of Both Worlds
The Best of Both Worlds



ALDI finds
LIMITED TIME, PREMIUM BUYS

GUARANTEED
SOQA
QUALITY



Impressively High Quality
at Impossibly Low Prices

TRISA

LOOK FOR
NEW DEALS
EVERY WEEK.
FIND THEM HERE.
BRAG LIKE CRAZY.



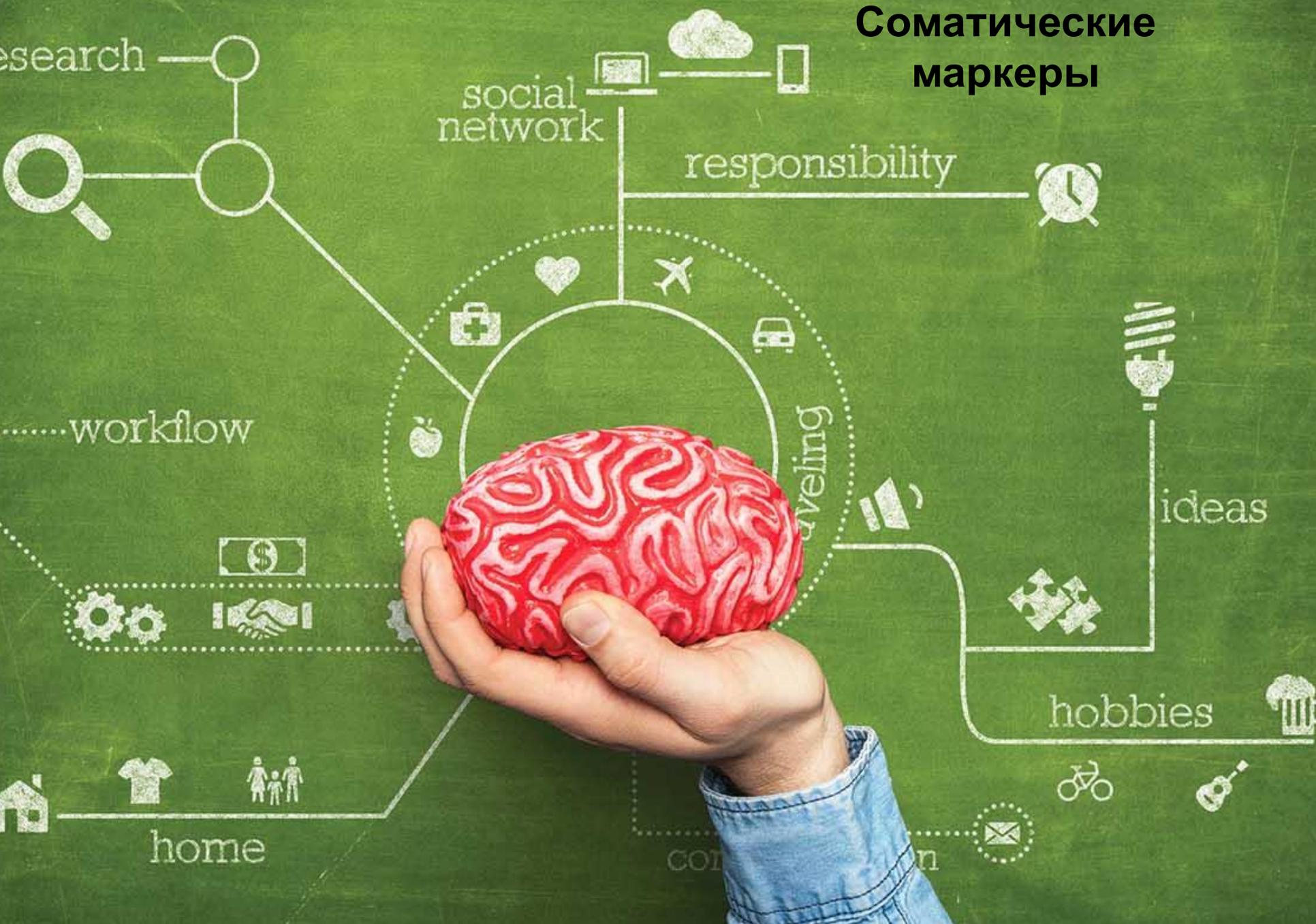
Crate&Barrel





PEGASUS x·x·c

Соматические маркеры



Агенты коммуникации

Человек

Ассортимент

Сервис

Пространство



CERTINA
SWISS WATCHES SINCE 1830

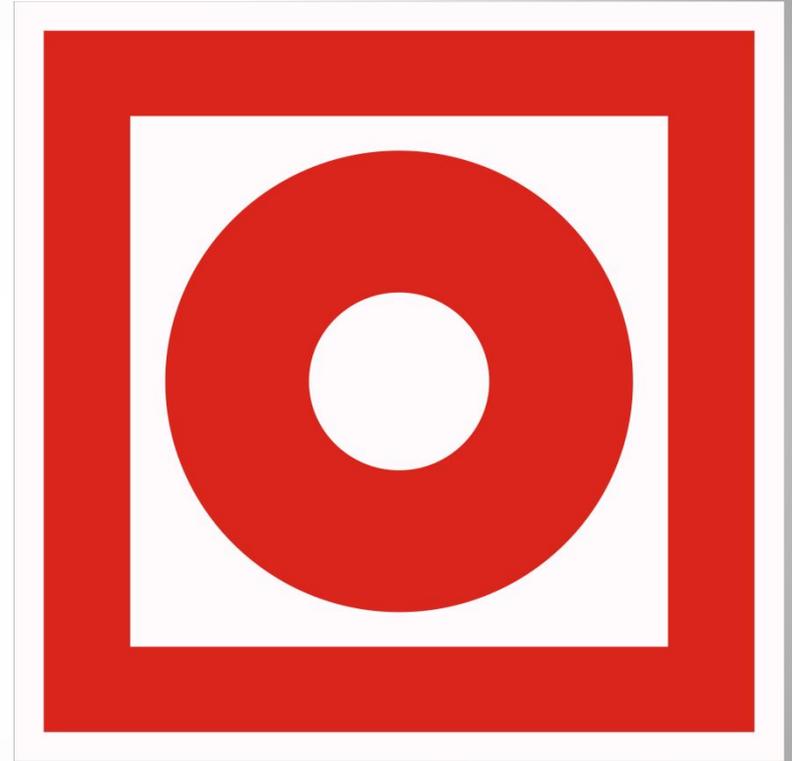
CERTINA
SWISS WATCHES SINCE 1830

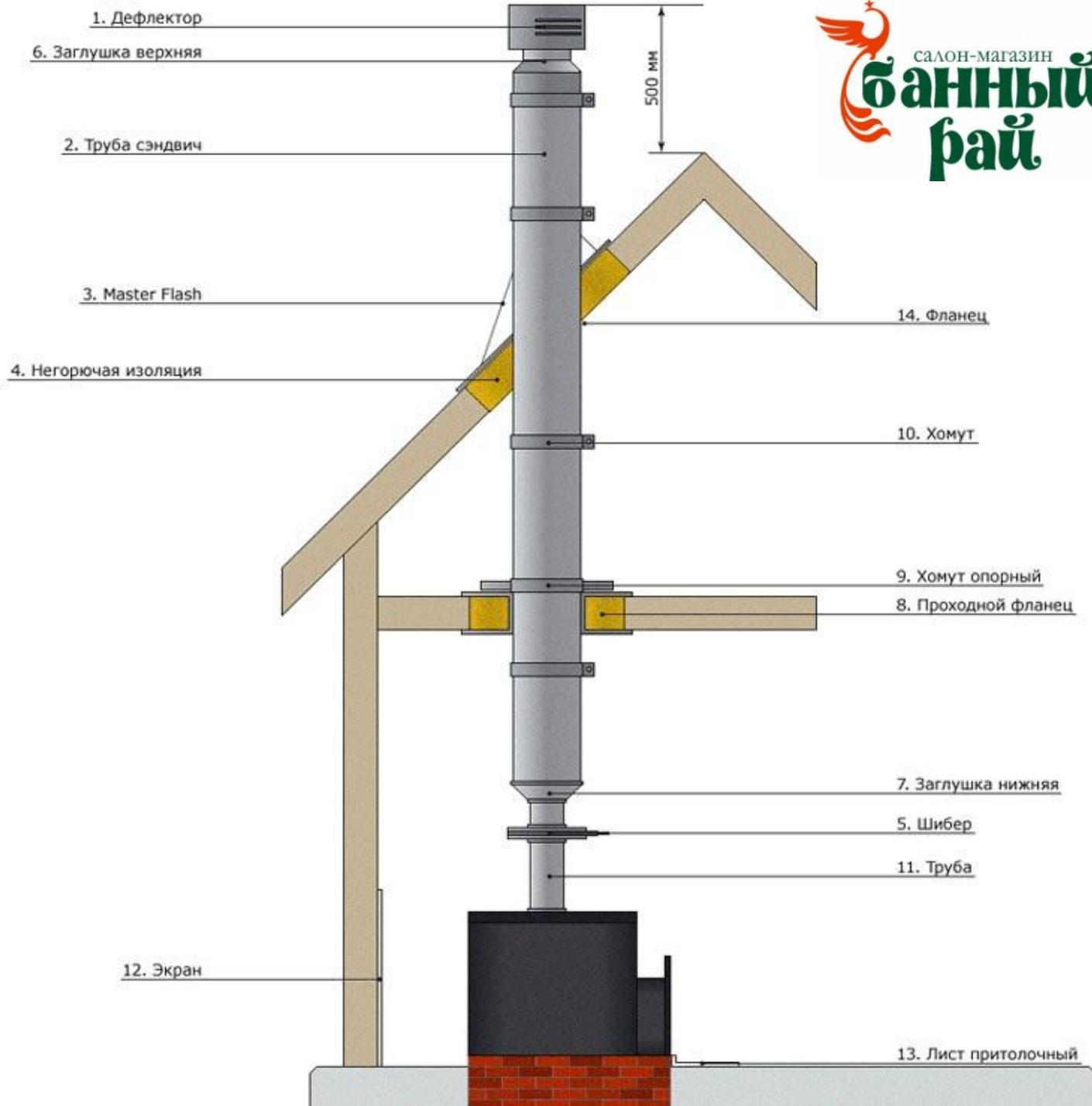
TISSOT
SWISS WATCHES SINCE 1853



TISSOT
SWISS WATCHES SINCE 1853

TISSOT





Работа с возражениями

«Согласись — уточни — аргументируй — подведи итог»

Пример работы с возражением «дорого, я видел у конкурентов дешевле (в интернете дешевле)»			
Да, это интересно	А вы видели какую модель? Какая марка была в интернете? А какой там был материал? Дает ли производитель гарантию? А какая там была толщина?	Мы работаем только с местными (российскими поставщиками), С этим поставщиком мы работаем давно Такие изделия делают многие, но наш поставщик отвечает за качество и дает гарантии. Если наше изделие выйдет из строя, мы готовы его отремонтировать. У нас толщина изделия больше.	Итак...

Отдел претензий





ALDI Nord и ALDI Süd

10 000 магазинов
в 20 странах

Свежесть продуктов Низкие цены

Нет рекламы в Германии

«Qualität ganz oben – Preis ganz unten»

Hi-Tech от дискаунтеров (Schadt)

туристические поездки и даже продажа
билетов на междугородние автобусы,
интернет-торговля

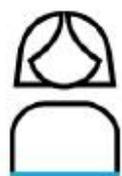


марочный снобизм и
Noname

Тестирование продуктов
немецкими журналами

РОЛЬ ЖЕНЩИН: ВЫСОКИЕ ОЖИДАНИЯ

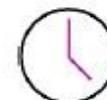
ДОЛЯ РАБОТАЮЩИХ ЖЕНЩИН



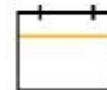
53%



В 52% (44% В МИРЕ) ДОМОХОЗЯЙСТВ В РОССИИ ДОМАШНИЕ ОБЯЗАННОСТИ ИСПОЛНЯЕТ ТОЛЬКО ЖЕНЩИНА, И ТОЛЬКО В 9% (17% В МИРЕ) МУЖЧИНЫ



В СРЕДНЕМ 5 ЧАСОВ В ДЕНЬ НА ДОМАШНЮЮ РАБОТУ



40% РОССИЯН УБИРАЮТСЯ ДОМА 1 РАЗ В НЕДЕЛЮ

ГЛАВНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ-2025

2018 ГОД



2025 ГОД



ЦИФРОВИЗАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ – КЛЮЧ К РАЗВИТИЮ УДОБСТВА

Россия вошла в топ-10 стран по уровню развития цифровой экономики



67 млн россиян в возрасте 16+ пользуются интернетом на мобильных устройствах (рост +20% за год)

Количество абонентов мобильной связи на 100 человек:
172 в 2015 году, **185** в 2025

Аудитория интернета в России **73%** 2018 к **86%** 2020

К 2025 все экономически активное население – активные пользователи интернета

К 2020 году Россия войдет в топ-5 стран по количеству абонентов мобильной связи и займет **4** место

ЧТО ПОКАЗАЛИ МАКРОТРЕНДЫ?

1



Концентрация урбанизации, более «городские» жители

2



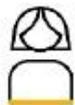
Темп жизни людей возрастает

3



Больше времени на транспорт

4



Женщины все более загруженные

5



Больше покупательской способности у миллениалов и поколения Z

ОТВЕТ – РАСЦВЕТ СЕРВИСОВ, СНИЖАЮЩИХ ВРЕМЯ НА РУТИНУ

Qlean

УБОРКА ДОМА

ДОТОВЕНОК



ВЫГУЛ СОБАК



сделано

РЕМОНТ И ПЕРЕЕЗД ПОД КЛЮЧ



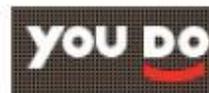
Яндекс Драйв

КАРШЕРИНГ



PROFI.RU

АГРЕГАТОРЫ МАСТЕРОВ



сделано

РЕМОНТ И ПЕРЕЕЗД ПОД КЛЮЧ



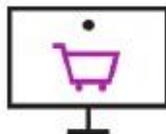
KIDSOUT

БЕБИСИТТИНГ И УХОД ЗА ПОЖИЛЫМИ ЛЮДЬМИ

близкие

ОТКУДА ИСХОДЯТ ВЫЗОВЫ

ВЫЗОВЫ



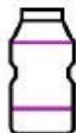
РАЗВИТИЕ E-COMMERCE



РОСТ НЕДОРОГИХ ФОРМАТОВ HORECA



РОСТ РЫНКА FOODTECH



СПРОС НА ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ ПИТАНИЯ

FOODTECH: ЕДА С ДОСТАВКОЙ НА ДОМ

ПОПУЛЯРНОСТЬ ДОСТАВКИ ГОТОВОЙ ЕДЫ

Российский рынок Foodtech растет:

1,4 млрд \$ → 20 - 30% в год

Доля проникновения онлайн на рынке еды пока очень низкая, однако потенциал развития очень высок



РАЗВИТИЕ ДОСТАВКИ ПРОДУКТОВ НА ДОМ

Рынок доставки продуктов:

4 млрд \$ к 2022 г.

Но может расти быстрее рынка Foodtech, более чем на **50%** в год.

В США **25%** потребителей были бы рады попробовать Meal Kit,



а **10%** уже их заказывали.

СЕРВИСЫ ПОДПИСОК: НОВЫЙ УРОВЕНЬ УДОБСТВА

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ИНТЕРЕС

В США 15% онлайн-потребителей имеют минимум одну подписку.



Рынок подписок растет на 100% в год уже 5 лет.

Крупные игроки уже используют эту бизнес-модель:



РЫНОК ПОДПИСОК В РОССИИ СЕЙЧАС

46% россиян хотели бы попробовать сервисы подписок.

Сервисы подписок начали появляться в России в 2012 году.

компаний, в том числе и крупные игроки:

ИЛЬ ДЕ БОТЭ



ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ – УНИКАЛЬНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ОФЛАЙН-МАГАЗИНОВ

ОТ МАГАЗИНА К ШОУРУМУ

48% российских потребителей узнают о продукте из интернета.

Но 60% из них решают купить продукт офлайн.



МОБИЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

66 млн людей пользуется мобильным интернетом

Продажи смартфонов растут несмотря на кризис



НЕЦЕНОВАЯ ЛОЯЛЬНОСТЬ

Сеть Waitrose 3 года подряд становится любимым ритейлером англичан:

- Дело в программе лояльности myWaitrose;
- Она помимо скидок предполагает бесплатные кофе и газеты



СЕГОДНЯ FMCG ОНЛАЙН-ПРОДАЖИ СОСТАВЛЯЮТ 5-6% ОТ МИРОВЫХ FMCG-ПРОДАЖ



These percentages represent the estimated online share of all FMCG spend in 2017

Data Sources:
Nielsen Retail Measurement Services,
Nielsen Consumer Panel Services,
Nielsen E-commerce Measurement
Leading Industry Sources

КАКИЕ КАТЕГОРИИ УСПЕШНЕЕ ПРОДАЮТСЯ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ?

Хотя глобально онлайн-продажи FMCG составляют 5-6% от всех FMCG продаж, онлайн уже доминирует в некоторых странах или категориях



К 2022 ГОДУ FMCG ПРОДАЖИ В ИНТЕРНЕТЕ СОСТАВЯТ \$400 МЛРД (10-12% ВСЕХ FMCG ПРОДАЖ)

Значимость
электронной торговли
в FMCG **удвоится**
за 5 лет

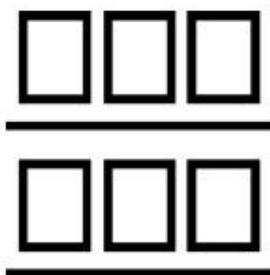
США и Китай охватят
~60% всех онлайн-
продаж FMCG

Онлайн-продажи FMCG
будут расти в **два раза**
быстрее в развивающихся
странах, нежели в развитых



ФАКТОРЫ УСПЕХА ОНЛАЙН

1. АССОРТИМЕНТ



Уникальный ассортимент

Управление топом
виртуальной полки

2. ЦЕНА / ПРОМО



Персональные предложения

Супер-краткосрочные промо
в пик трафика

3. ПОКУПАТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ



Рекомендации
и кураторство

Искусственный интеллект

Агенты коммуникации

Человек

Ассортимент

Сервис

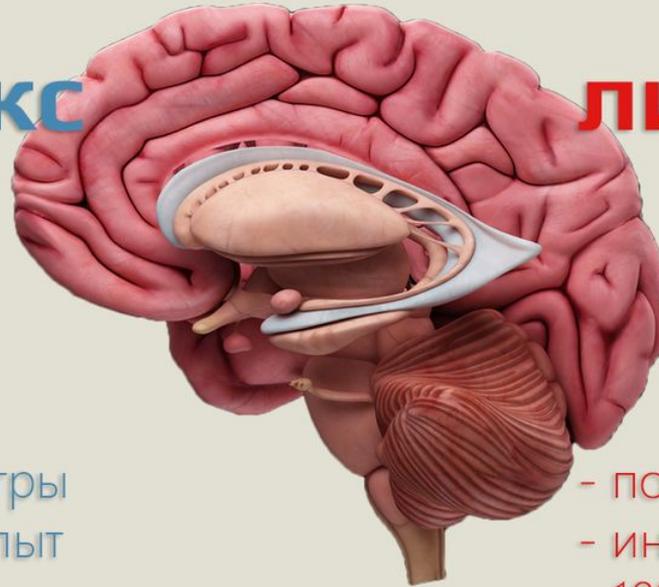
Пространство



“надо”

неокортекс

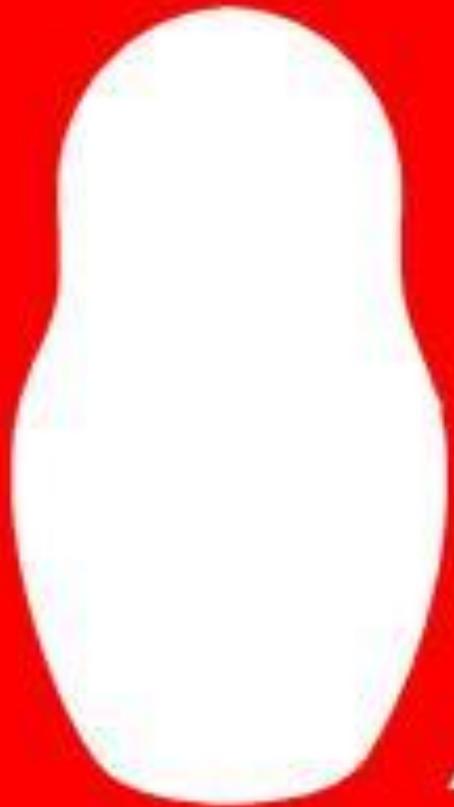
- рациональные центры
- индивидуальный опыт
- 80% массы мозга
- адаптивность поведения
- энергетическая зависимость



“хочу”

лимбическая система

- половые центры
- инстинкты
- 10% массы мозга
- отсутствие адаптации
- независимость от энергии

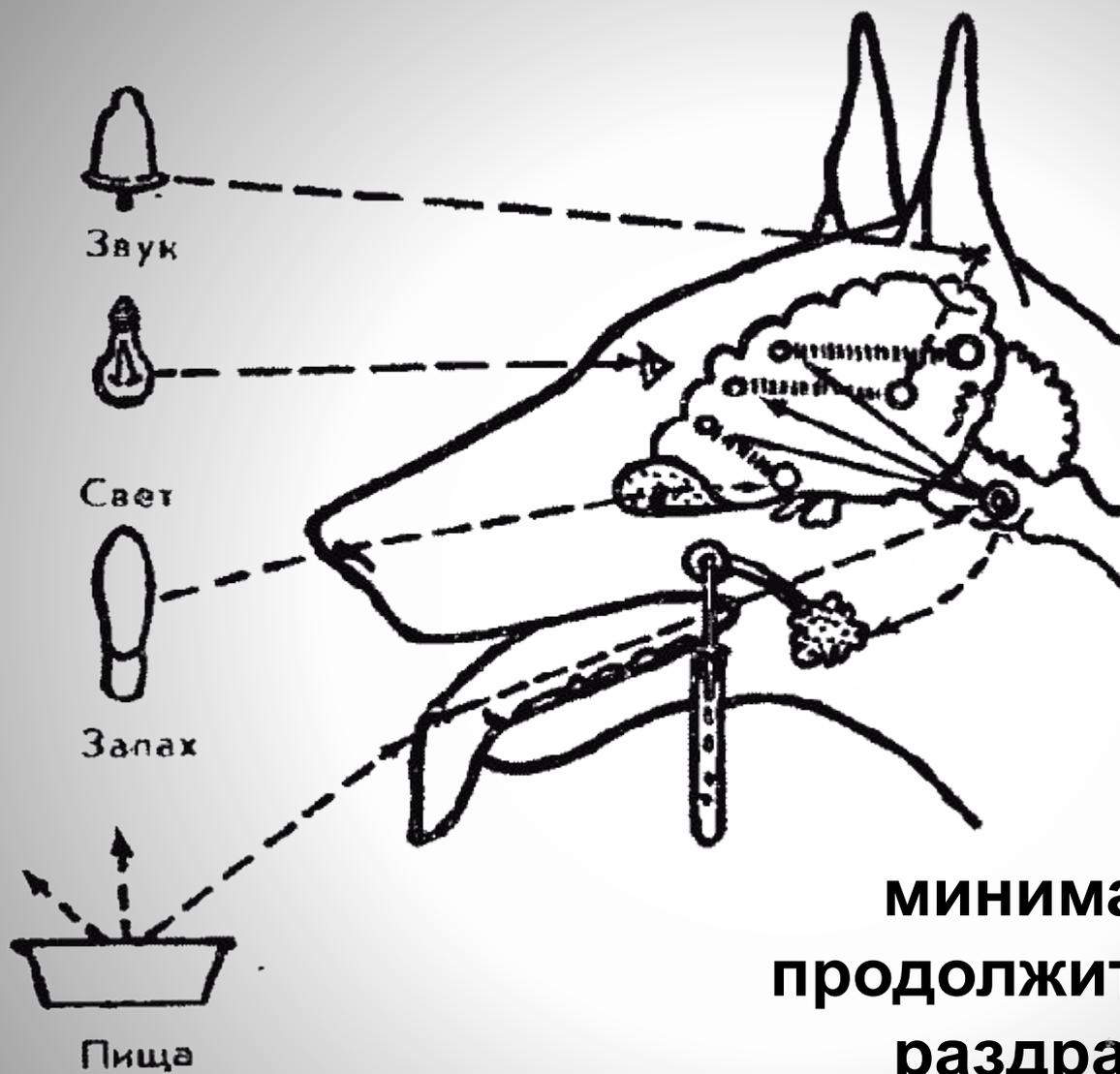








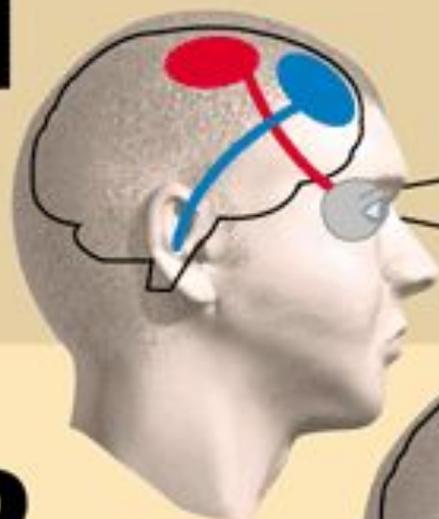
NIVEA
Creme



**минимальная
продолжительность
раздражения**

КАК ВОЗНИКАЕТ СИНЕСТЕЗИЯ

1

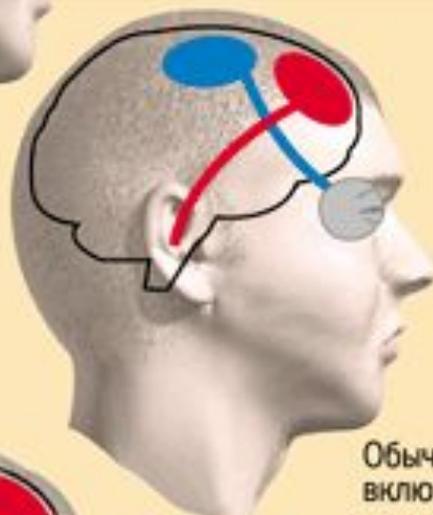


Обычный человек:
включены зоны мозга,
отвечающие за обработку
визуальной информации.

Зрение



2

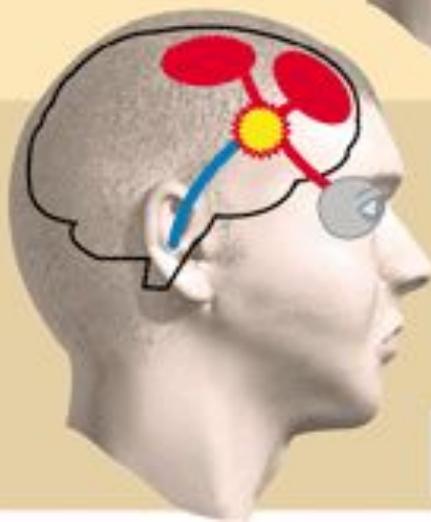


Слух



Обычный человек:
включены зоны, обрабатывающие аудиосообщения.

3



Смесь чувств

Синестетик: в мозгу одновременно становятся активными обе зоны за счет «замыкания» проводящих цепей. Человек видит картинку, и ему кажется, что она звучит.

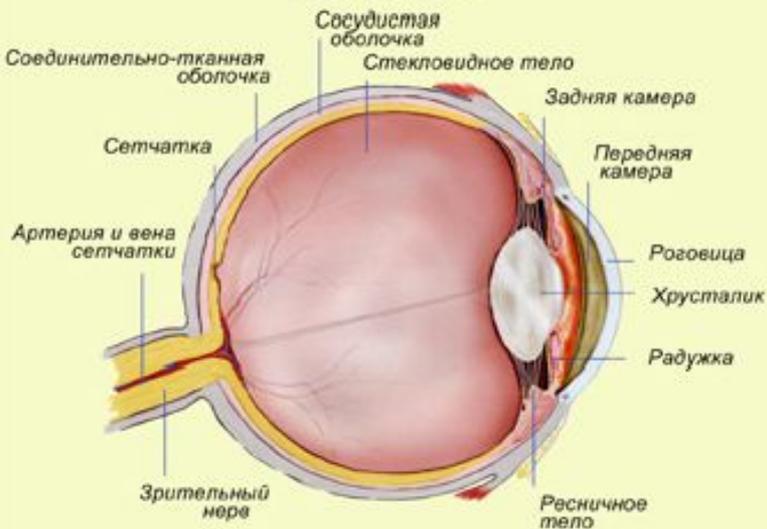


Работающая цепь

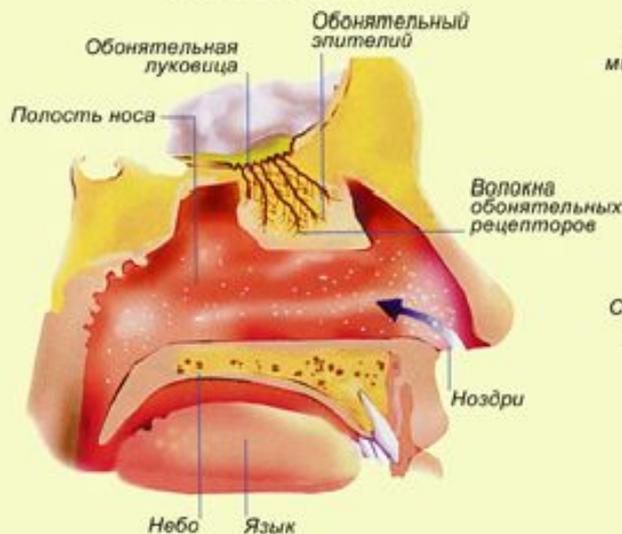


Незадействованная цепь

ОРГАН ЗРЕНИЯ



ОРГАН ОБОНЯНИЯ



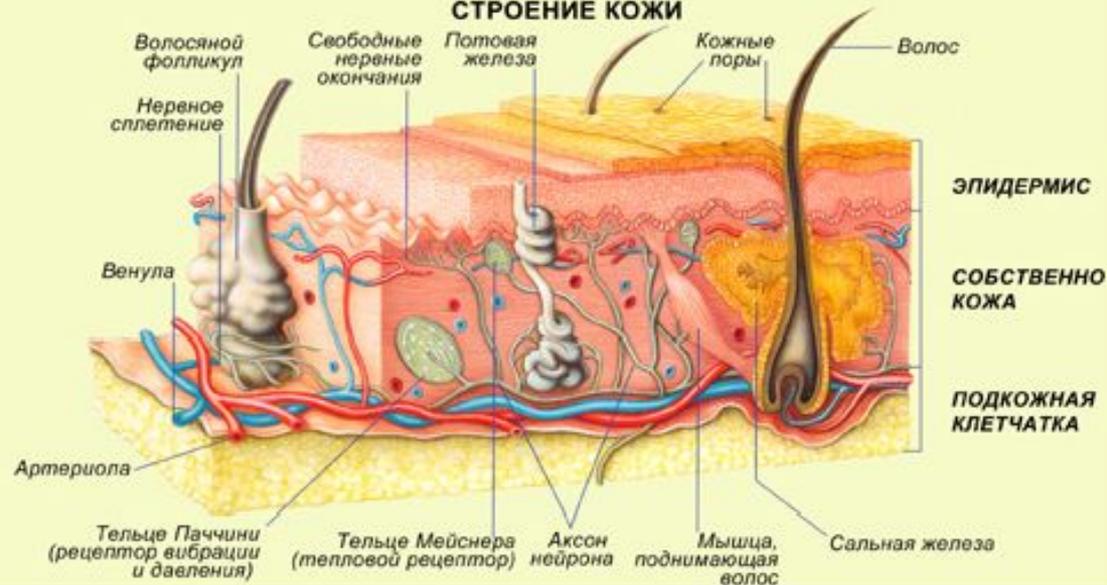
ОРГАН ВКУСА



ОРГАН СЛУХА И РАВНОВЕСИЯ



СТРОЕНИЕ КОЖИ



Зрение



Abercrombie is sexy!





Слух

**открытые вопросы,
которые начинаются со слов:
"где", "когда", "куда", "откуда",
"почему",
"зачем", "как", "какой / какая /
какое / какие"**

Клиентский запрос	Характеристика товара, его свойство	Связующая фраза, переход к объяснению выгоды	Преимущества, польза для клиента
<p>Слух Язык пользы</p>			
Пример			
печь для банного отдыха большой семьи	имеет выносную топку и обзорное стекло	благодаря чему	Вы сможете отдохнуть и наблюдать за огнем из комнаты отдыха

благодаря этому,
из этого следует,
это обеспечит,
вы сможете,
это значит,
таким образом,
легко позволит вам, это
даст вам возможность,
вследствие этого,
это удобно для вас, это
гарантирует,
следовательно,
вы сможете

**А Я ПОМНЮ ВРЕМЕНА,
КОГДА "ЭКОКОЖА"
НАЗЫВАЛАСЬ
КОЖЗАМОМ, А
"РЕПЛИКА" ИЗВЕСТНОГО
БРЕНДА - ПОДДЕЛКОЙ.
ВСЕ УМРУТ, А
МАРКЕТОЛОГИ
ОСТАНУТСЯ.**

**Флагманский магазин Sony
интегрирует в свои
магазины запах дыни, что
помогает клиенту
сохранять спокойствие и
видимо, покупать больше.**

**В сети отелей Hyatt во всех
холлах и номерах
присутствует
брендовый запах,
так, что независимо от
того, в каком городе вы
находитесь, в отелях сети
вас всегда встретит
уникальный и знакомый
запах.**

Обоняние



izyum

ИЗЮМ - САЛОН СОТОВОЙ СВЯЗИ



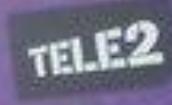
Билайн



МТС



МЕГАФОН



TELE2



izyum

Вкус

Качество бренда измеряется исходя из качества угощения.

Осязание

Все детали (поверхности), к которым будут прикасаться клиенты, входят в тактильную программу бренда.





**Стресс –
растерянность
сдержанное покупательское
поведение.
придирчивость,
неуверенность при принятии решения,
потеря доверия,
нервозность,
агрессивность
ограниченная готовность к
коммуникации.
критический настрой клиента
все вызывает недоверие.
Потребитель перестает замечать что-
либо хорошее в объектах
восприятия.
Клиент хочет только одного
– уйти из магазина.**





ОЛІЯ
ОЦЕТ

ЗНИЖКИ

Дітячий маринований
Хіт Продукт

9²⁹



ОВОЧЕВА
КОНСЕРВАЦІЯ

ЗНИЖКИ

8²⁹

ЗНИЖКИ

2⁹⁹

ВІДПОВІДНО
КОНСЕРВАЦІЯ

26⁹⁹

33⁹⁹

ВІДПОВІДНО
МАКЕТИ ВІН

РИБНА
ГАСТРОНОМІЯ

КОМБІНАЦІЯ
ВІДПОВІДНО

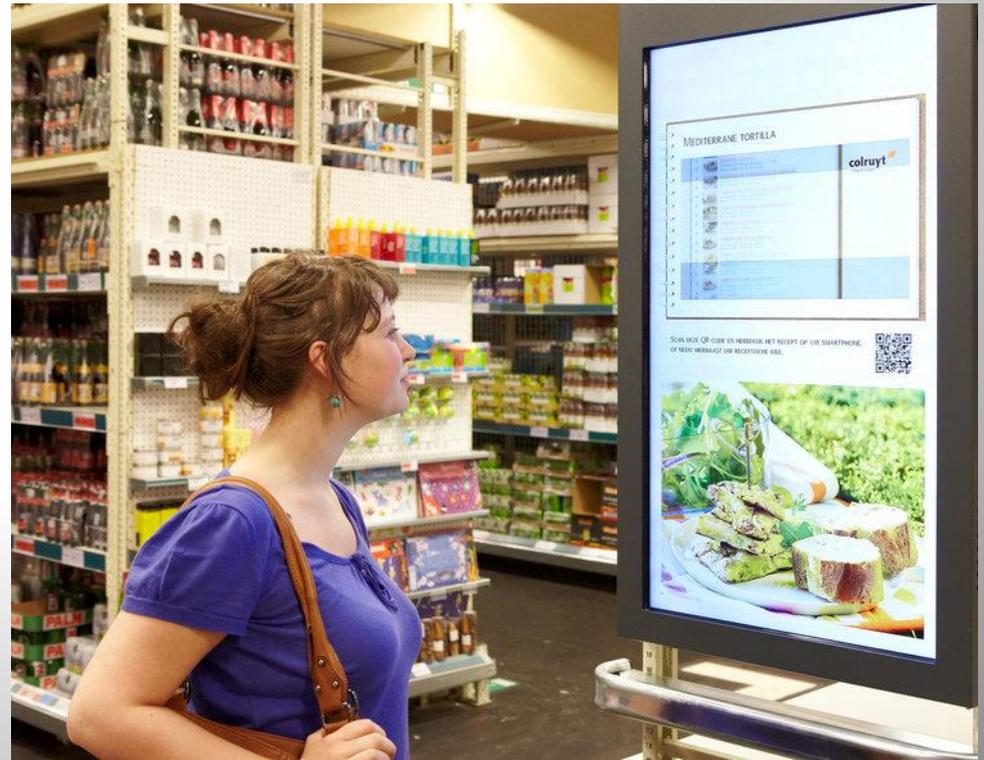


САВИ

МАКЕТИ

26⁹⁹









Здоровствуйте, карточка есть? Пакет нужен? Поме
посмотрите? Можно ваш паспорт? Приходите



КОГДА КАССИРША

ДАЕТ СДАЧУ В РУКУ

качество навигации

**достаточное
пространство**

качество освещения

температура

качество воздуха

**отсутствие акустических и
ольфакторных загрязнителей**

движение

Агенты коммуникации

Человек

Ассортимент

Сервис

Пространство

Мои профессиональные интересы:

Продажи

Аксиологический менеджмент

Экологический менеджмент

Управление командой и командообразование

Управление переговорами

Психология продаж

Деловой этикет



Казанцева Анна

Бизнес-тренер

Ст. преподаватель кафедры

«Менеджмент, маркетинг и коммерция»

ОмГУПС

Менеджер по развитию оптово-розничной торговли компании

«Банный рай»

Участник / Тимлид международного проекта TEMPUS

RECOAUD

Участник международной программы ERASMUS MUNDUS

По вопросам организации обучения / тренингов /

сотрудничества:

8-923-695-82-15

Kazancev-nikolya@yandex.ru