

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	LDM	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 Impl	Активная работа с покупателями
☒ Pronenka Andrej				24	95,8%	97,9%	86,7%	91,7%	97,9%	95,8%	95,8%	95,8%	78,5%
☒ Alpatkin Dmitri	☒ UNDEF	☒ RU_MOSKBA_Aтриум_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_MOSKBA_Aтриум_OCS Total		2	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		☒ RU_MOSKBA_Aтриум_RCS	07.08.2020	1	8,0%	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_MOSKBA_Aтриум_RCS Total		2	50,0%	100,0%	75,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	89,3%	50,0%
		☒ RU_MOSKBA_ГородНаРязанке_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%	8,0%	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_MOSKBA_ГородНаРязанке_BCS Total		3	100,0%	66,7%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	95,2%	100,0%
		☒ RU_MOSKBA_Aтриум_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_MOSKBA_Aтриум_BCS Total		2	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		☒ RU_MOSKBA_Авиамоторная_MBFO	04.08.2020	1	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	8,0%
			19.08.2020	1	100,0%	100,0%	8,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	85,7%	100,0%
		RU_MOSKBA_Авиамоторная_MBFO Total		2	100,0%	100,0%	50,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	92,9%	50,0%
		☒ RU_MOSKBA_ГородЛеофортово_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_MOSKBA_ГородЛеофортово_BCS Total		2	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		☒ RU_MOSKBA_Весна_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%	8,0%
		RU_MOSKBA_Весна_BCS Total		3	8,0%	8,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	71,4%	100,0%
		☒ RU_MOSKBA_ЗолотойВавилонРост_OCS	14.08.2020	1	66,7%	66,7%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	90,5%	66,7%
			18.08.2020	1	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		RU_MOSKBA_ЗолотойВавилонРост_OCS Total		2	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	50,0%
		☒ RU_MOSKBA_ХДмитровское_MBFO	12.08.2020	1	50,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	92,9%	8,0%
			20.08.2020	1	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	8,0%
		RU_MOSKBA_ХДмитровское_MBFO Total		2	75,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	96,4%	8,0%
		☒ RU_MOSKBA_РИОДмитровка_MBFO_1	13.08.2020	1	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	8,0%
			19.08.2020	1	8,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	85,7%	100,0%
		RU_MOSKBA_РИОДмитровка_MBFO_1 Total		2	50,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	92,9%	50,0%
		☒ RU_MOSKBA_ГородЛеофортово_RCS	17.08.2020	1	50,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	91,7%	8,0%
			26.08.2020	1	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	50,0%
		RU_MOSKBA_ГородЛеофортово_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
COPF44051	08.08.20 8:01 PM	COPF		Да	Соблюдение социальной дистанции с	08.08.2020	Добрый день, прошу оспорить пункт про соблюдение дистанции в	изменить на 1		1	14:07	Alpatkin Dmitrij	RU_MOSCOW_Vesna_BCS
COBE44048	08.10.20 12:55 PM	COBE		Да	На приложенных фото другой магазин	05.08.2020	Коллеги, добрый день!В приложенной анкете представлены фото	удалено			17:03	Alpatkin Dmitrij	RU_MOSCOW_ZolotoyVavilonRost_OCS
C46044050	08.13.20 8:22 AM	C460		Да	Публикация графиков уборки и измере	07.08.2020	Коллеги, добрый день!В последнем отчете по чек листу безопасн	изменить на 1		1		Alpatkin Dmitrij	RU_MOSCOW_Aтриум_RCS

OMNI

NS plan avg: 221483

NS fact : 125582
EA Plan impl- 56.7%
EA G2N CnC- 89.9%
EA G2N + HD- 65.49%

TOP 3 employee omni:

- 1. Калимуллин Хадис
- 2. Суховерхова Анастасия
- 3. Батышкина Виктория

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+HD	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%

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%
Suhoverhova 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%
	Suhoverhova 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%	-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
быстрый выбор и хорошие консультанты	8.18.2020	Width of assortment	16	54	C208	10	16:54	Fitting rooms; Staff quality of
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
		Quan	17	02	C208	8	17:02	Prices; Quan; Staff quality of service
шью	8.16.2020	Sizes availability	12	34	C208	10	12:34	Navigation: instore search of products; Sizes
		Navigation: instore search of products	12	34	C208	10	12:34	Navigation: instore search of products; Sizes
		Width of assortment	12	34	C208	10	12:34	Navigation: instore search of
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
фу	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; Quan; Store atmosphere
настолько много магазинов, сотрудник	8.13.2020	Fitting rooms	15	30	C208	10	15:30	Fitting rooms; Staff quality of
		Staff quality of service	15	30	C208	10	15:30	Fitting rooms; Staff quality of service; Width of
		Width of assortment	15	30	C208	10	15:30	Fitting rooms; Staff quality of service
старательная система возврата или замены товара	8.12.2020	Prices	18	40	C208	1	18:40	Prices
так про	8.11.2020	Prices	10	42	C208	10	10:42	Prices
нари	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	15	18	C208	10	15:18	Fitting rooms; Sizes
		Sizes availability	15	18	C208	10	15:18	Fitting rooms; Sizes availability; Staff quality of
все было отлично	8.8.2020	Staff quality of service	15	18	C208	10	15:18	Fitting rooms; Sizes availability; Staff quality of
		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	Sizes availability	13	58	C208	5	13:58	Sizes 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; Prices; Store
		Prices	15	36	C208	10	15:36	Navigation: instore search of products; Prices; Store
		Store design	15	36	C208	10	15:36	Navigation: instore search of products; Prices; Store
спасибо	8.30.2020	Staff quality of service	11	21	C208	10	11:21	Staff quality of service
очень большая очередь и работает 1кассир а 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
		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;
пикетировка калашова	8.24.2020	Sizes availability	14	46	C208	9	14:46	Sizes availability
спасибо обслуживающему консультанту 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
экран)))	8.21.2020	Prices	20	20	C208	7	20:20	Prices
спасибо	8.21.2020	Sizes availability	13	31	C208	10	13:31	Prices; Sizes availability; Staff quality of service
		Staff quality of service						Prices; Sizes

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 Даниэллe	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%		
Калимұллин 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%		

Даниэллe Грачев

1/39 задания

До 23.09.2020

3%

Анастасия Шулькина

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:

Врачи-специалисты: • Дерматовенеролог • Оториноларинголог • Стоматолог • Врач-терапевт • Врач-психиатр • Врач-нарколог • Акушер-гинеколог для женщин • Инфекционист*	Лабораторные и функциональные исследования: • 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*
	• Мазок из зева и носа на наличие патогенного стафилококка* Исследования помеченных "звездочкой" (*), - проводятся при поступлении на работу и в дальнейшем - по эпидпоказаниям

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

CONNECT ENGAGE INSPIRE

КЛЮЧЕВЫЕ ПРИОРИТЕТЫ 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 eСomm 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

Используй фразы про продукт для начала диалога

Прояви заботу о покупателе

Начни диалог с разговора на отвлечённые темы

«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».

«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?»

«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».

«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
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: - если покупатель без СИЗ , то предлагает надеть маску - если нет маски, то обозначает ближайшие точки, где можно купить. - если отказывается покупать, то призываем соблюдать нормы по соц.дистанцированию, предупреждаем об ограничениях в продаже (если они есть) Так же этот сотрудник управляет трафиком и ориентирует покупателей в пространстве магазина В ЗАЛЕ - 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	РАБОТА С ЗАПРОСОМ Задать покупателю «базовые вопросы» для понимания запроса: - Что? - Для кого? - Для чего? - Какие предпочтения по цвету/материалу/фасону?	Презентовать модель под запрос покупателя, обозначить основные свойства преимущества и выгоды товара (FAB).	- Уточнить причину мнения покупателя - Сообщить информацию о модели, которая может повлиять на принятие решения о покупке - Предложить альтернативу подходящую под запрос покупателя	- 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
	РАБОТА С ПОТРЕБНОСТЬЮ Помимо уточнения запроса, узнать больше о прошлом опыте и ожиданиях покупателя: - В чем тренировались раньше? - Что нравилось/не нравилось в прошлой модели? - Что важно при выборе?	- Провести яркую презентацию выбранной модели: - Рассказать про историю модели/интересные факты о модели - Презентовать модель по схеме FAB, связав выгоды с потребностью покупателя	- 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	- 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

Лист сопровождения в период COVID19 (АП/РС)

21 мая в 15:01 16 4



1 Выбери ФИО или табельный номер сотрудника, которого будешь сопровождать

Введите табельный или Ф.И.О. нужного сотрудника

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	- Приветствуй покупателя - Подстройся к типу покупателя - Подойди к покупателю	- 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)	- Обозначить необходимость использования СИЗ «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.» - В начале разговора сразу объяснить покупателю как будет строиться взаимодействие (СИЗ, дистанция, передача товара) «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...?» - Использовать эмоционально окрашенные фразы и приветственные жесты для привлечения внимания покупателя и установления контакт
ENGAGE	- Выясни запрос/потребность - Презентуй продукт - Работай с сомнениями и возражениями - Предложи примерить модель	- Наличие маски затрудняет понимание ответа покупателя (не слышно) - Презентация модели на расстоянии (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)	- 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. «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» (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). «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»
INSPIRE	- Максимизируй продажу - Качественное обслуживание на кассе - Вдохновляющее прощание с покупателем	- Максимизация без возможности примерки - Сложность в создании эмоционального контакта (не видно мимики в маске) при завершении продажи	- 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. «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...»

Договоренности по итогу собрания: