

درسهای مهم در خرده فروشی

بیشتر خرده فروشان را می توان به دو دسته تقسیم کرد: آنهایی که در برابر تغییرات مقاومت می کنند و آنها که تغییرات را می پذیرند. برترین خرده فروشان در دسته دوم جای دارند. آنها نه تنها تغییرات را می پذیرند، بلکه برای روبرو شدن و پاسخ دادن به تغییرات کاملاً آماده هستند. اگر شما 12 مورد کاربرد کسب و کار خرده فروشی را به کار ببرید، کارهایتان را ساده تر، سودتان را چند برابر و احتمال موفقیت خود را افزون تر خواهید کرد. این درسهای براساس سالها تحقیق و تجربه عملی صدها خرده فروش کوچک و متوسط در تمامی نقاط جهان است که به درجات بالایی از موفقیت بی سابقه رسیده اند.

1 - خودتان را بشناسید: علائق، مهارتها، تواناییها و محدودیتهای خود را بشناسید. حفظ کسب و کار فعلی خودتان بهتر از خلق یک شغل جدید است. برای اینکه خرده فروش، موفق شود، از خودگذشتگیهای بسیاری لازم است و شما باید خود را آماده کنید. نقش اساسی شما در ایفای وظایفی از قبیل بازاریابی، فروش، و سرپرستی کارمندان است. این تقریباً غیرممکن است که یک نفر به تنهایی تمامی این نقشها را به بهترین وجه ایفا کرده و بهترین نتیجه را هم بگیرد. شما باید بدانید کدام بخش را می توانید به تنهایی اداره کنید و در کدام بخش به کمک احتیاج خواهید داشت. به همین خاطر است که باید با دیدی بی طرفانه نگاه دقیقی به تمامی نقاط قوت و ضعف خود بیندازید.

2 - برنامه روبرو داشته باشید: بسیاری از فروشگاهها توسط افرادی اداره می شوند که آگاهی لازم در مورد کارشان را ندارند. اگر شما ورودیها و خروجیهای جاری کسب و کار خود را همانند یک مالک فروشگاه تخصصی شناسید، به زودی از کار بیکار خواهید شد. از دیدگاه صاحبانظران، اصلی ترین دلیل 80 درصد ورشکستگیها در کسب و کار، طی پنج سال نخست، معمولاً پول نیست. بلکه فقدان اطلاعات و دانش صحیح است. رمز موفقیت شما در این است که بدانید چگونه می توان با اجرای یک برنامه تجاری موثر، تصمیمات صحیح گرفت.

3 - صنعت خود را بشناسید: اگر شما معنای دانش انجام کار را به درستی درک کرده باشید، می توانید از یک گوشه رقابتی بزرگ سود ببرید. تفاوتهای شاخصی که قادرند بقا شما را در آینده به چالش بکشند، عبارتند از: رقابت، اندازه، خدمات، موقعیت، بازاریابی، دستیابی، نوع مشتریان، تامین کنندگان و استراتژی های قیمت گذاری رقبا، محیط بازار، محیط کسب و کار محلی، ظرفیت خالی فضاهای تبلیغاتی، میانگین درآمد خانوار، سطح تحصیلات، گروه سنی، جمعیت نژادی، و آمار مشتریان بالقوه.

4 - مشتریان خود را درک کنید: آیا به صحبتهای مشتریان خود گوش می دهید؟ کسب و کار خود را طوری تنظیم کنید که به مشتریان خود آن چیزی را بدهید که می خواهند، و خواهید دید که آنها از شما خرید خواهند کرد و باعث رونق کسب و کار شما می شوند.

5 - سوابق مالی خوب را حفظ کنید: اگر نمی دانید که پول شما کجا می رود، به زودی بازی را واگذار خواهید کرد. در بازی تجارت که با رایانه بازی می شود - و امتیازها براساس دلار و سنت است - سوابق مالی خوب به مثابه تجهیزات راهبری هواپیما هستند، که به شما میزان ارتفاع، جهت و سرعت را انتقال می دهند.

6 - نقدینگی خود را مدیریت کنید: این مهم نیست که فروشگاه شما چه اندازه منحصر به فرد است؛ بلکه کسب و کار شما بدون نقدینگی جریان نخواهد داشت. نقدینگی مانند خون و نیروی حیاتی کسب و کار شماست. پولی که به فروشگاه شما وارد یا از آن خارج می شود اجزا حیاتی است که کسب و کار شما را از نظر مالی سالم نگه می دارد. صورت حساب جریان نقدینگی ماهانه، نشان دهنده مقدار پول در ابتدای دوره و سپس نشان دهنده مقدار نقدینگی دریافتی از منابع مختلف و علل پرداخت پول است. اگر هوشمندانه بودجه بندی کنید و اختلاف درآمد و مخارج ماهیانه را بدانید، نگران بی پول شدن نخواهید بود.

7 - روشهای مدیریت سالم را به کار ببرید: مالک فروشگاه، همان مدیر فروشگاه است. این جمله بیانگر این مطلب است که با فکر و اراده کسب و کار خود را از بالا تا پایین اداره کنید. شما باید در تصمیمات خود، به مشتریان پیشنهاد خدمات بدهید، منابع و زمان را مدیریت کنید، و بدانید که چگونه تجارت کرده و کسب و کار را به بهترین وجه ممکن اداره کنید. از کارکنان خود قدردانی کنید، آنها با ارزش ترین سرمایه شما هستند. کارکنان خود را آموزش دهید و به آنها اطمینان خاطر و مهارت ببخشید تا کارشان را بهتر انجام دهند. به کارکنان خود فرصت رشد بدهید. با آنها رفتار مناسبی داشته باشید و به اندازه ارزشی که دارند به آنها مزد پرداخت کنید. در مقابل، آنها به شما کمک خواهند کرد تا در کسب و کار خود به موفقیت برسید.

8 - تصویر و ذهنیت ممتاز خود را توسعه دهید: تصویر ذهنیتی که شما ایجاد می کنید بسیار مهم است و تمامی حوزه کسب و کارتان را به هم متصل می کند. در واقع ادراک مشتریان شما از: نام فروشگاه، موقعیت آن، ظاهر، ساختمان، تزئینات، ورودی، طبقات، درها، باجه ها، مبلمان اتاقها، اتاق انتظار، محصولات، قیمتها، کالاهای در معرض دید، علامتها، پنجره ویتروینها، کارت ویزیت، فاکتورها، بروشورها، جنس تبلیغات، خدمات مشتریان و تمامی چیزهایی که مربوط به کسب و کار شما می شود شکل می گیرد. درست یا غلط، تصویری که شما از خود در ذهن افراد دیگر ساخته اید ممکن است باعث بهبود یا تضعیف موقعیت شما شود.

9 - داراییهای خود را کنترل کنید: نقش دارایی شما، ایجاد فروش است. تمامی فروشگاههای خرده فروشی نیاز به مدیریت داراییهایشان دارند. این پول شما است که روی قفسه نشسته است و نمایانگر بخش بزرگی از سرمایه کاری شماست. خرده فروشان کوچک که فقط قفسه های فروشگاهشان را تماشا می کنند، نمی توانند تعادل مناسبی را بین مقدار صحیح کالا و خواسته های احتمالی مشتری برقرار کنند. معاملات این خرده فروشان از فقدان اطلاعات راجع به رنگ، سایز، گرایش و اولویتهای مشتری متضرر خواهد شد. بدون کنترل کافی، داراییها آرام آرام شامل مرور زمان شده، کالاهای کهنه و معیوب در مغازه مانده و برای خرده فروشان بسیار گران تمام می شوند.

10 - برای درک کامل طبیعت خرده فروشی خرید و برای سود قیمت گذاری کنید: چیزی که باید با آن شروع کرد این مفهوم است که قیمت اولیه کالای شما، برآوردی موقت از چیزی است که مشتری تمایل به صرف کردن دارد. بیشتر فروشگاهها برای بالابردن قیمت اجناس در کالا یا خدمات مستعمل از تابلوی سر در (KEY STONE) استفاده می کنند. چیزی که آنها کم دارند، استراتژی قیمت گذاری بر مبنای محاسبه مورد به مورد برای نظم، پیشرفت، و کالای زیر قیمت است. برای ترقی در فروش، خرده فروشان باید روی اقلام، قیمت و کارایی تمرکز کنند و با تعداد زیادی جشن، زرق و برق و سرگرمی به سمت افزایش فروش خود گام بردارند. برای رقابتی شدن، به نمایشهای حرفه ای (TRADE SHOWS) توجه کنید، در گروههای خرید مشارکت کنید، و به دنبال تولیدکنندگانی باشید که به شما این امکان را

می دهند که با خرید عمده، کالا را زیرقیمت و به قیمت عمده فروشی خریداری کنید. با پیشنهاد قیمت هوشیارانه جدید و با ارزش به مصرف کننده، قادر خواهید بود: مشتریان بیشتری جلب کنید، میانگین معاملات فروش خود را افزایش و فرصتهای بیشتری را به مشتریان جهت ملاقات از فروشگاهتان بدهید.

11 - از حرفه ای ها درس بگیرید: برای تسلط یافتن در مهارتهای اداره یک کسب و کار، نیازمند تجربه بسیاری هستید. در ابتدا باید موارد زیر را در نظر داشته باشید: چگونه، چه کسی، چه چیزی، کجا، چه وقت، چه اندازه و چند وقت به چند وقت باید دادوستد کرده و برای ایجاد یک توسعه سودآور برای کسب و کارتان تبلیغ کنید. دوم اینکه چگونه، دارایی، افراط در خرید، پایین آوردن قیمت، بازگشت سرمایه، زمان بندی، تحویل، مخارج و طرح ریزی فروش را که چرخه سود فصلی را به سرعت پایین و بالا می کند، مدیریت و تنظیم کنید. قیمت، بازگشت سرمایه، زمان بندی، تحویل، مخارج و طرح ریزی فروش را که چرخه سود فصلی را به سرعت پایین و بالا می کند، مدیریت و تنظیم کنید.

12 - در هنگام نیاز کمک بخواهید: برای ایجاد یک فرایند بزرگ توسعه، مشارکت و مساعدت از محیط خارج، می تواند قدم بزرگی برای شروع باشد. برای کمک گرفتن مغرور نباشید؛ ما همگی گاهی اوقات نیاز به کمک داریم.

منبع: www.marketing source.com

به نقل از سایت روزنامه تفاهم