

Практические советы «Академии ИТигрис»

Михаил Хургин, директор компании «ИТигрис»

«Мотивация сотрудников. Мотивация клиентов».

Компания ИТигрис, занимается автоматизацией салонов оптики с 2009 года. Наша модель работы «программное обеспечение как услуга» означает взаимодействие с оптиками-партнёрами на ежедневной основе и глубокое погружение в оптический бизнес.

В результате мы накопили огромный опыт анализа бизнес-процессов ритейла оптики и считает необходимым поделиться им со своими партнерами, настоящими и будущими.

Летом 2015 года стартовал образовательный проект «Академия ИТигрис». Его задача – рассказать об успешных практиках ведения оптического бизнеса, возможностях системы «ИТигрис Оптима», позволяющих воплотить эти практики в жизнь, и вытекающих конкурентных преимуществ.

Данная статья написана по мотивам вебинара «Мотивация сотрудников. Мотивация клиентов», который провела «Академия ИТигрис». На вебинаре мы рассказали, какие действия можно предпринять, чтобы сотрудники в салонах стремились улучшить показатели по выручке, снизить процент отказов и возвратов. Показали, как правильно настроить ценовую политику, создать работающую систему скидок и как привлечь клиентов к себе в салон. Продемонстрировали продвинутые аналитические отчеты, позволяющие оценить показатели работы сотрудников, а также показатели конверсии посетителей оптики.

Запись вебинара доступна всем желающим на сайте ИТигрис. В данной статье мы отразим ряд важных моментов, на которые стоит обратить внимание.

Мотивация сотрудников.

Ничто так не мотивирует персонал, наличие четкой цели и мотивации от её достижения. Современные технологии позволяют легко поставить персоналу цели по выручке, и в реальном времени отслеживать их достижение.

В системе «ИТигрис Оптима» мы создали функционал «План продаж».

План продаж отображается в верхней части рабочей области системы, таким образом каждый сотрудник постоянно видит, насколько он продвинулся в его достижении. План продаж может быть как индивидуальным, так и командным – общим для всех сотрудников салона.

Такой «игровой» элемент позволяет значительно повысить мотивацию персонала,

поскольку каждый наглядно и постоянно видит цель и свой прогресс. Опыт внедрения данного функционала у оптиков-пользователей «ИТигрис Оптима» показал устойчивый рост выручки после его применения.

Система также позволяет вести рейтинг сотрудников и поощрять их за индивидуальный вклад, отмечая лучших.

Еще один стимул для сотрудников – прозрачность «премирования». Наш опыт показал, что люди работают эффективнее, если четко понимают, как результат их работы отражается на их заработной плате. Таким образом «премия» за месяц не является для сотрудника сюрпризом и не вызывает вопросов при получении.

Для этих целей в системе «ИТигрис Оптима» каждому продавцу, офтальмологу и мастеру доступен отчет о результатах его работы, где в реальном времени отражаются его заказы.

Мотивация клиентов

Аналитика по клиентской базе

Каждая оптика сейчас организует рекламные акции, предоставляет скидки и в целом думает о повышении лояльности клиентов.

Но не все компании, у которых работают дисконтные системы, собирают качественную аналитику их работы. Анкетные данные и информация о покупках конкретного клиента зачастую лежат где-то мертвым грузом и не используется в полной мере.

В системе «ИТигрис Оптима» мы предусмотрели целый ряд полезных аналитических отчетов по клиентам:

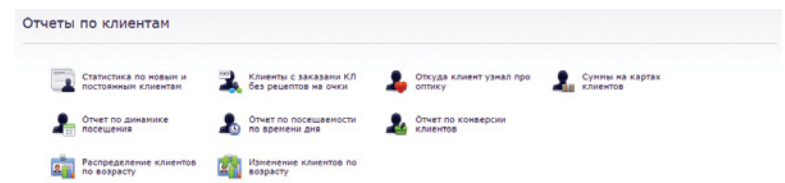


Табл. 1. Аналитические отчеты по клиентам, доступные менеджменту

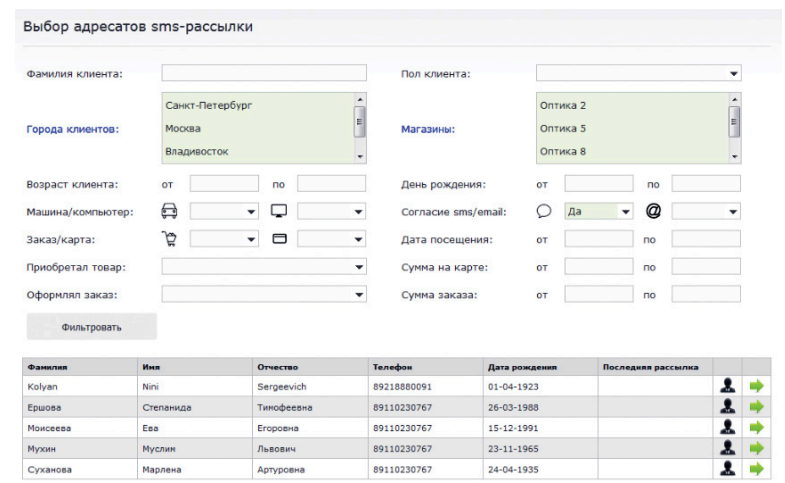
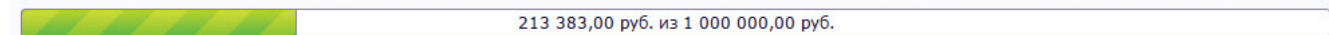


Табл. 2. Интерфейс фильтрации клиентской базы для формирования списка рассылки

Просмотр плана продаж



Период выполнения: 01.10.2015 - 31.10.2015

Департамент: Оптика 1

План продаж для магазина

Сотрудник	Сумма	Процент
Иванова Наталья Александровна	196 503,00	19%
Николаев Николай Юрьевич	13 230,00	1%
Васильев Александр Александров	3 650,00	0%
Итого	213 383,00	21%

Табл. 3. Интерфейс менеджера с планом продаж и рейтингом продавцов

Не многие оптики могут ответить на вопросы: «Как часто клиенты возвращаются в нашу оптику?», «Каков процент новых клиентов среди наших покупателей?», «Сколько денег в среднем приносит клиент нашей компании?» и другие.

Качественная система автоматизации позволяет получить ответ на все эти вопросы в реальном времени и не прикладывая усилий.

Еще один полезный показатель, который стоит контролировать – объем предоставленных за период скидок. В системе «ИТигрис Оптима» мы реализовали соответствующий отчет, который помогает менеджменту понять, насколько грамотно продавцы предоставляют скидки клиентам. Скидка – лишь один из инструментов продаж и применять его нужно с умом. Может оказаться, что оптика теряет деньги, когда сотрудники предлагают скидку всем клиентам, в то время как большинство из них готовы купить товар по полной стоимости. У наших самых эффективных клиентов объем скидок составляет не более 5% от общей выручки за период.



Система подсчета посетителей

Перед менеджментом и владельцами оптик стоит ряд важных вопросов: «Как оценить качество и эффективность работы персонала с клиентами?», «Как скорректировать рабочие графики сотрудников в соответствии с периодами высокой или низкой посещаемости оптики?», «Как проанализировать эффективность рекламных акций?».

Ответить на эти вопросы помогает такой инструмент как система подсчета посетителей, встроенная в систему автоматизации:

1. Система предоставляет аналитику по посещаемости салона оптики в зависимости от времени и дня. Вы сможете оценить, в какие дни недели, а также в какие часы дня, посещаемость высокая, а в какие – низкая. Это позволит скорректировать часы работы персонала, чтобы уменьшить издержки тогда, когда посетителей мало, и обслужить больше клиентов, когда их много.

2. Система показывает процентное соотношение между посетителями и покупателями. Это позволит оценить качество работы вашего персонала, скорректировать программы мотивации и принять кадровые решения.

3. Система позволяет проанализировать прирост посетителей и продаж в период проведения рекламной акции с аналогичным периодом обычной работы оптики. Вы сможете оценить эффективность проводимых акций и оправданность затрат на них.

Работа с существующей клиентской базой

Если грамотно использовать IT-систему, то можно также существенно повысить продажи по уже действующей клиентской базе. Проанализировав заказы покупателей по моделям, ценовым категориям, частоте покупок и т.д., можно отфильтровать клиентскую базу и организовать персонализированную e-mail или sms-рассылку.

Грамотная рассылка – это половина успеха. Вторая половина – анализ эффективности проведенной рассылки. Система «ИТигрис Оптима» позволяет легко построить отчет с информацией о клиентах, совершивших заказы в заданный период после проведения рассылки. Основываясь на этих данных менеджмент оптики сможет понять, сработало ли рекламное предложение, отправленное клиентам.

Мы надеемся, что наш опыт поможет оптикам внедрить эффективные инструменты мотивации персонала и повысить лояльность своих клиентов.