Здесь нужно отметить, что есть посетитель и есть покупатель. Для начала необходимо определиться какой процент посетителей становится покупателями. Согласно мировой статистике полученная цифра должна составлять примерно 20 % , но это не предел. Что для этого нужно?

1. Необходимо выяснить сколько посетителей, эти данные можно получить при помощи счетчиков посетителей.
2. Необходимо выяснить сколько покупателей, эти данные можно получить из Z-отчета ККМ (количество продаж).

Если у Вас автоматизированная система, то эти данные можно получить из нее причем в расширенном виде: сколько продал каждый продавец, в какое время большее число продаж и посетителей и т.д., что в свою очередь дает более подробную картину происходящего в магазине в Ваше отсутствие.

Увеличение соотношения покупатель/посетитель на несколько процентов увеличит прибыль на десятки процентов.

Итак, Мы выяснили, сколько у нас посетителей и сколько покупателей, что дальше?

У нас есть два показателя:

1. Количество посетителей.
2. Количество покупателей.

Для увеличения числа посетителей необходимо вложиться в рекламную компанию либо создать специализированные акции. Главное необходимо донести до каждого человека, что Вы есть!

Для увеличения числа покупателей можно использовать следующие направления:

1. Снижение цен.(проверка ценообразования).
2. Оптимизация ассортимента.
3. Улучшение обслуживания.
4. Увеличить эффективность продажи продавцов.

И т.д.

Также на нашем сайте Вы можете ознакомиться со следующими материалами:

- Увеличение суммы среднего чека
- Оптимизация ассортимента
- Как выбрать кассовый аппарат? Рекомендации по выбору ккм (ккт) для торговли, услуг, отелей и ресторанов, АЗС.
- Как выбрать кассовый аппарат исходя из технических характеристик? Описание основных параметров ккм (ккт)

Смотрите ЧАВО (Вопросы и Ответы) возможно там есть ответ на Ваш вопрос.