

Customer eXperience World Forum 2017



КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ С САМОГО НАЧАЛА И НАВСЕГДА



Валера Разгуляев

razgv@mail.ru

biryuzovie.ru/klient.ppt



Две главных вехи истории развития розницы 😊



- 12 мая 2009 года – открытие первого магазин «Избёнка» (на данный момент более 100 магазинов).
- 16 июня 2012 года – открытие первого магазина «ВкусВилл» (на данный момент более 350 магазинов).

Почему, вообще, нужны стандарты в магазинах самообслуживания?



- Хорошее обслуживание даёт до 20% к выручке!
- Клиент приходит с ожиданием. Получив хороший сервис в одном магазине сети, он ожидает не хуже и в другом. И лучше его не разочаровывать...
- Наш Показатель Поддержки Покупателями > 90%.

Почему именно «живые» стандарты, и чем они отличаются от обычных?



- Суть важнее формы, а результат важнее процесса,
- и все случаи в стандарте не опишешь,
- поэтому у сотрудников должна быть свобода поступать правильно.

Примеры сервиса клиентам



- Любой продукт можно попробовать;
- про любой продукт можно спросить и получить ответ:
 - из чего он состоит,
 - где произведён,
 - как его готовить;
- любой продукт можно вернуть:
 - без чека,
 - без паспорта,
 - открытый и попробованный.

Примеры помощи нашим продавцам-консультантам



- Мы предпочитаем сидеть с дефицитом, но не продавать плохое качество;
- любой продукт можно съесть;
- по расхождениям в поставке мы верим продавцу-консультанту;
- мы освободили продавцов-консультантов от заполнения массы бухгалтерских документов;
- даже инвентаризацию можно делать постепенно в течение дня;
- за попытку оштрафовать продавца-консультанта – автоматом увольнение.

Налаживание обратной связи от покупателей



- Лучшая обратная связь – возврат продуктов;
- постоянная оценка работы в боте VKUSVILL «Телеграмма»;
- реально работающая «горячая» линия;
- честный форум со всеми нашими ошибками;
- постоянно измеряемый показатель поддержки покупателями;
- отрицательная обратная связь от покупателей сразу персонально, а положительные примеры через внутреннюю газету и кодекс.

Два явных сегмента наших покупателей 😊



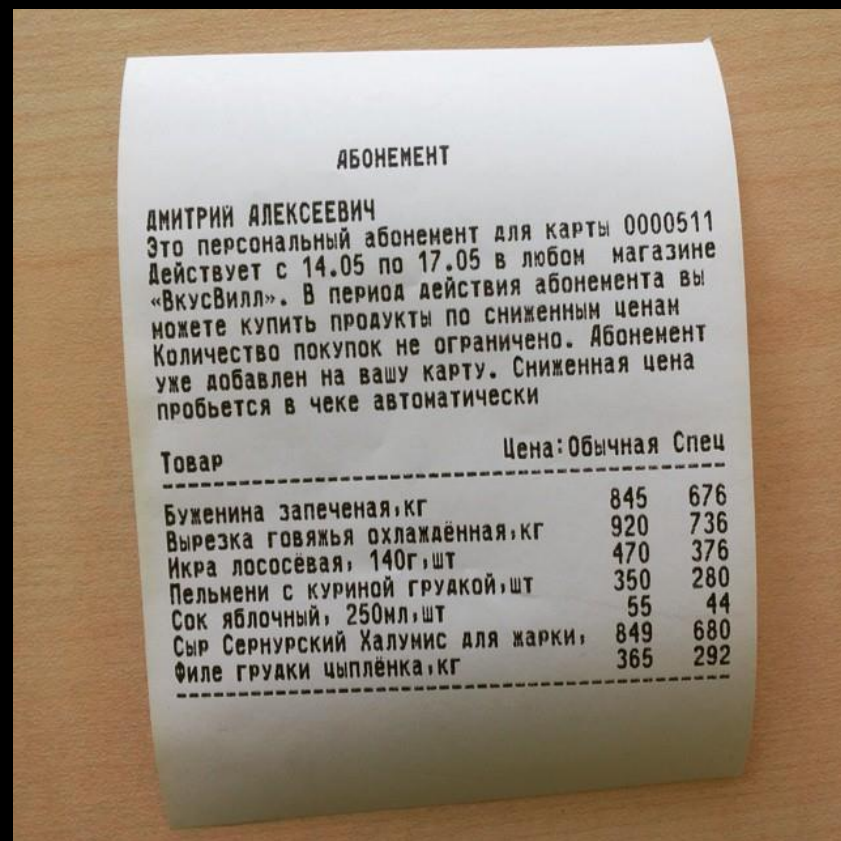
□ Спортсмены:

- отсутствие в наших продуктах недопустимых добавок;
- рост здорового ассортимента.

□ Молодые мамочки:

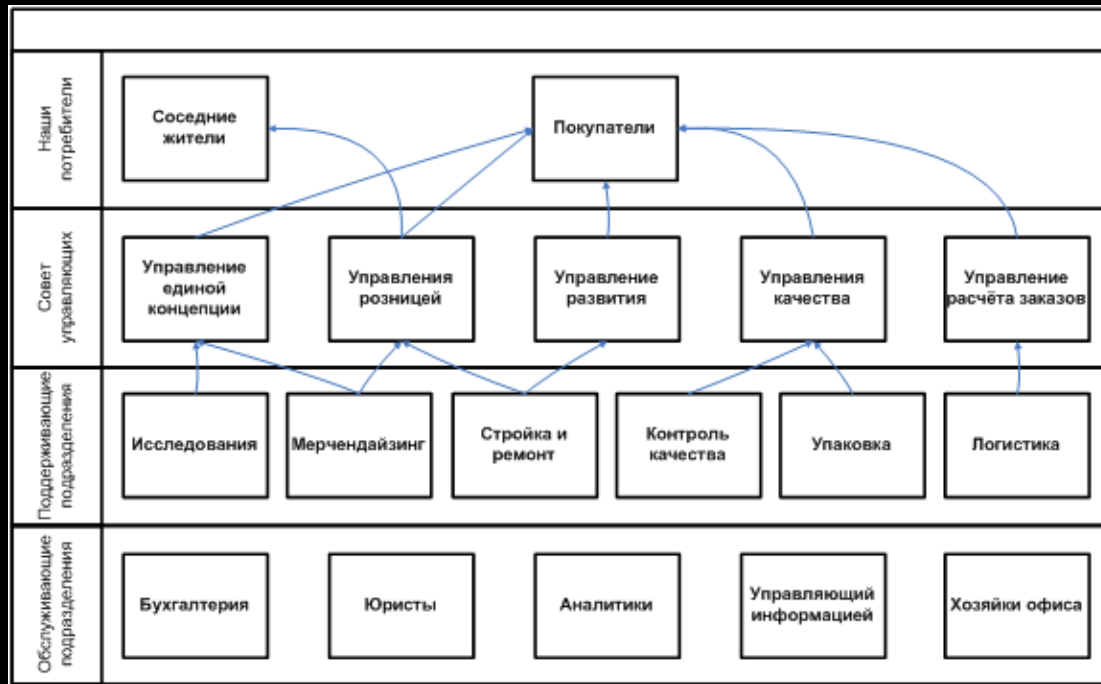
- пандусы и широкие проезды;
- здоровые продукты без всего лишнего;
- детский ассортимент во всех категориях;
- всё очень свежее.

Индивидуальные скидки



- Абонементы – скидка 15% на 6-7 товаров:
 - частым покупателям,
 - периодическим покупателям,
 - редким покупателям;
- «любимый продукт» – скидка 20% на любой выбранный самим покупателем товар;
- ещё скидки в боте VKUSVILL.

Эволюционное управление для ещё лучшего обслуживания клиентов



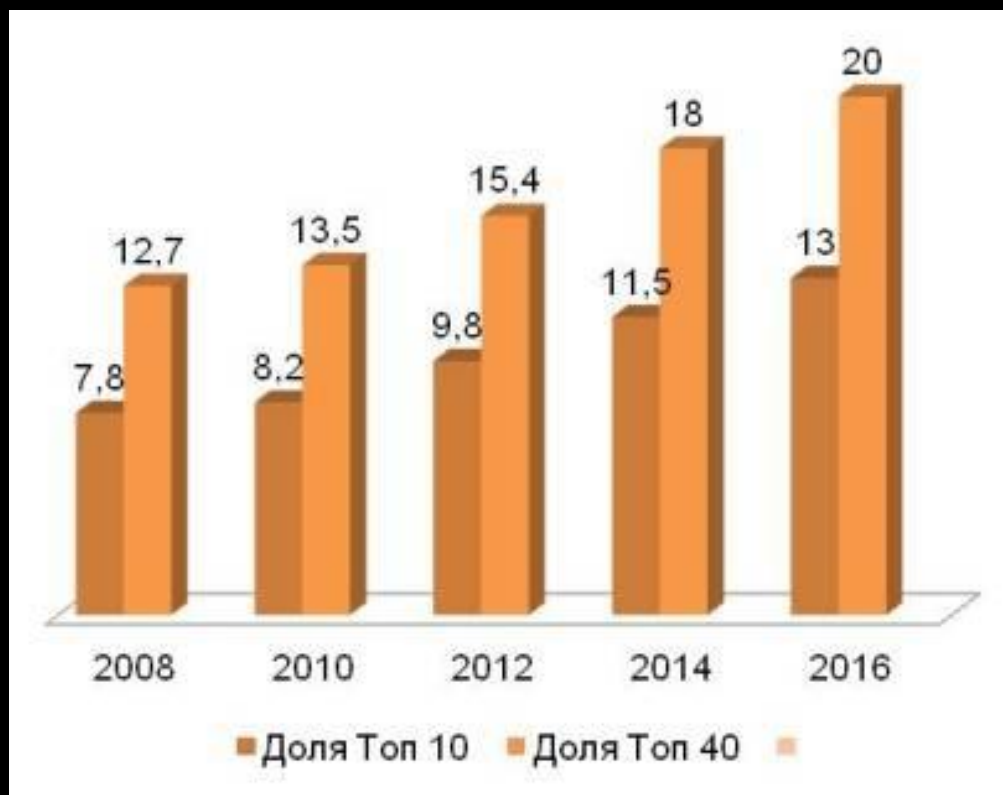
- В 2016 году у нас появилась система обещаний:
 - между сначала между подразделениями,
 - потом и между конкретными сотрудниками.
- Мы выстроили её полностью от покупателей, исключив всё, что им не нужно:
 - напрямую,
 - или опосредованно.

Результаты правильного отношения к клиентам



- Мы росли в два раза каждый год.
- В кризис мы активно занимали освобождающиеся торговые площади, и выросли всего на 97%.
- В прошлом году мы вошли в первую сотню русских розничных компаний.
- За этот год мы планируем вырасти ещё в два раза!
- И это не фантазии!..

Рынок розницы в России – ещё не зрелый!



- Лидеры определились, но даже все вместе не заняли и четверти рынка!
- Значит ещё только идёт борьба за рынок русской розницы.
- «Живой» сервис – это путь увеличения доли, чтобы «застолбить» своё место «под солнцем» для каждого.



С удовольствием ответчу на дополнительные вопросы

Разгуляев Валера

razgv@mail.ru

biryuzovie.ru/klient.ppt

экскурсии, Щепин Женя