
ТОП 20 ПУБЛИКАЦИЙ ЗА 2015 ГОД

offline бизнес



01

ПЕРЕХОД НА ЕГАИС: КАКИЕ ИЗМЕНЕНИЯ НЕСЕТ РЕФОРМА ПРОДАЖИ АЛКОГОЛЯ

С 01 ноября 2015 года в России вступает действие ЕГАИС – новые жесткие правила торговли алкогольной продукцией, которые коснутся как оптовиков, так и розничных продавцов спиртного.

Екатерина Матулевская из компании «Кристалл Сервис» отвечает на вопросы по теме работы розничного бизнеса с ЕГАИС.

Shopolog

ЧИТАТЬ

02

СНИЖЕНИЕ ИЗДЕРЖЕК. ОПТИМИЗИРУЕМ СКЛАДСКИЕ ЗАПАСЫ

Павел Ковтун, директор компании Mycroft Assistant рассказывает о снижении издержек, посредством оптимизации складских запасов таким образом, чтобы запас товаров был всегда оптимален для текущей работы, то есть не было как излишков, так и недостачи товаров, а деньги в запас были вложены оптимальным образом.

Shopolog

ЧИТАТЬ

03

НОВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ АРЕНДАТОРОВ ТЦ

Кризис внес коррективы во взаимоотношения собственников и арендаторов торговых центров: «мяч» оказался на стороне последних.

Эксперты выделили пять основных отличий в требованиях «докризисного» и «кризисного» арендатора.

Shopolog

ЧИТАТЬ

04

ТОРГОВАЯ И СКЛАДСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ - ИТОГИ 2015 Г. И ПРОГНОЗ НА 2016 Г.

В 2015 году существенно снизилась деловая активность – падение ВВП составило более чем 3,5%, а потребительский спрос снизился на более чем 8,5%. Это привело к ослаблению спроса на коммерческую недвижимость со стороны арендаторов, что на фоне инерционно высокого предложения вызвало рост вакансии и снижение арендных ставок в долларовом выражении.

Shopolog

ЧИТАТЬ

05

ЛИДЕРЫ ТОВАРОВ ДЛЯ РЕМОНТА В МАГАЗИНАХ DIY

Компания «Ярославские краски» провела исследование того, какие материалы в магазинах DIY россияне предпочитают приобретать для ремонта в квартире и на даче. Было проанализировано, какие способы отделки потребители выбирают в разных помещениях и на разных поверхностях.

Shopolog

ЧИТАТЬ

06

ИННОВАЦИИ В РИТЕЙЛЕ. BIGDATA

Практики рассказывают о том, как Big Data поможет выстроить закономерности и на их основе принимать решения о новых программах лояльности, изменении торгового пространства или способах кросс-продаж.

Shopolog

ЧИТАТЬ

07

ТРИ ГЛАВНЫЕ ОШИБКИ ОМНИКАНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В РИТЕЙЛЕ

Алексей Пронин, руководитель направления Customer Engagement and Commerce в России и странах СНГ, SAP CIS выделил три основные причины того, что современные методы общения с клиентами неэффективны.

Shopolog

ЧИТАТЬ

08

СВЕТ - КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДАЖ В РИТЕЙЛЕ

Грамотная и эффективная организация освещения пространств торговых залов и магазинов – действенный инструмент продаж.

О том, что важно знать при проектировании освещения в ритейле, рассказывает Лидия Игнашева, менеджер направления «Торговое освещение» компании «Световые Технологии».

Shopolog

ЧИТАТЬ

09

МОБИЛЬНЫЕ КАРТЫ ЛОЯЛЬНОСТИ – КАК ЗАМЕНА ПЛАСТИКОВЫМ

Все большее распространение получают мобильные приложения, позволяющие избавиться от пластиковых карт лояльности (их аналоги теперь могут просто храниться в телефоне). О различных нюансах рассказывают Марина Джимиева, руководитель центра разработки компании «Виванти» и Владимир Стасевич, со-основатель стартапа Veasonka.

Shopolog

ЧИТАТЬ

10

ОТПРАВЛЯЕМ ПЕРСОНАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ КЛИЕНТУ, НАХОДЯЩЕМУСЯ РЯДОМ С РОЗНИЧНОЙ ТОЧКОЙ

Дмитрий Сытник, CEO Veasonka рассказывает о механизме работы Veasonka – новой платформы, эксплуатирующей известную геолокационную технологию BLE Veason.

Это инструмент для создания мобильного приложения для ритейла, позволяющий распознавать клиентов, отслеживать их действия, отправлять таргетированную рекламу и персонализированные предложения.

Shopolog

ЧИТАТЬ

11

СПОСОБЫ УВЕЛИЧИТЬ ОБЪЕМ ПОКУПОК В ВАШЕМ МАГАЗИНЕ

Покупательская активность продолжает снижаться, на этом фоне задача увеличения продаж становится особенно актуальной. В этом материале эксперты рассказывают о методах увеличения выручки или отдельных ее составляющих (среднего чека, количества посетителей, коэффициента конверсии).

Shopolog

ЧИТАТЬ

12

УВЕЛИЧЕНИЕ СРЕДНЕГО ЧЕКА В РИТЕЙЛЕ АКСЕССУАРОВ (И НЕ ТОЛЬКО)

Последнее время снизилась покупательская способность потребителей. Потребитель стал более требователен и не всегда с легкостью расстаётся со своими накоплениями. Юлия Безрутченко, генеральный директор маркетингового агентства «Антарес Плюс» рассказывает о том, какие варианты повышения уровня среднего чека можно предложить для данного вида ретейла.

Shopolog

ЧИТАТЬ

13

УВЕЛИЧЕНИЕ СРЕДНЕГО ЧЕКА В АПТЕКЕ

О шести этапах алгоритма увеличения среднего чека в аптеке рассказывает Алла Плотникова, тренинговый центр «Арсенал». Вот эти 6-и этапов: контакт, анализ мотивов, предоставление выгод, возражение и обработка возражений, допродажа, осуществление покупки.

Shopolog

ЧИТАТЬ

14

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ТЕХНОЛОГИЙ ДОПРОДАЖ (UP-SELL, CROSS-SELL, DOWN-SELL)

Валентина Смолова из BARS RED рассказывает, что самый большой секрет здесь - это правильная мотивация сотрудников, которые собственно занимаются продажами. Они должны делать строгий отчет о проделанной работе с допродажами и быть мотивированны (например, финансово) для правильной реализации необходимых действий и выполнение плана.

Shopolog

ЧИТАТЬ

15

КАК ВЫБРАТЬ НИШУ И НАЧАТЬ БИЗНЕС В КРИЗИС?

Иван Мальцев, основатель компаний MOTO-RR, «За рулем», Business Restyling делится своими наблюдениями и опытом, которые могут помочь сделать первые шаги в верном направлении.

Shopolog

ЧИТАТЬ

16

КАК НАЙТИ ФРАНШИЗУ С МЕНЬШИМИ РАСХОДАМИ?

При выборе франшизы с минимальными расходами встает вопрос о ее доходности - рассказывает Сергей Бровцев, генеральный директор «Кастом Кэпитал Групп» - если ты вложил 100 тыс. руб., то и получать с этой франшизы будешь соответственно – примерно 20 тыс. руб., вложил 1 млн. руб. – 200 тыс. руб.

Shopolog

ЧИТАТЬ

17

ГОТОВИМСЯ СТАТЬ ФРАНЧАЙЗИ (НА ПРИМЕРЕ МЕБЕЛЬНОГО БИЗНЕСА)

Игорь Васюков, генеральный директор фабрики шкафов «Роникон» отвечает на вопросы: Как стать франчайзи? Каковы плюсы и минусы у работы по франчайзинговой модели? Каковы минимальные требования, чтобы можно было надеяться на успех? К чему франчайзи нужно подготовиться? Что будущему франчайзи необходимо проанализировать? Каковы риски для франчайзи?

Shopolog

ЧИТАТЬ

18

СТАНОВИМСЯ ФРАНЧАЙЗИ. С ЧЕГО НАЧАТЬ – КЛЮЧЕВЫЕ МОМЕНТЫ

Аяз Шабутдинов, основатель Холдинга Like рассказывает о подводных камнях приобретения франшизы. Почему франшиза иногда не работает?

В этой сфере существуют некоторые свои подводные камни. О том, как обойти их – данный материал.

Shopolog

ЧИТАТЬ

19

ФРАНЧАЙЗЕРУ. ЧТО НУЖНО ДЛЯ УСПЕШНОГО ЗАПУСКА СВОЕЙ ФРАНШИЗЫ?

В этом материале Руслан Баширов, управляющий партнер проекта «Чемпионика» рассказывает о том, что необходимо для успешного запуска своей франшизы (на примере проекта «Чемпионика»).

Shopolog

ЧИТАТЬ

20

ПЛЮСЫ И МИНУСЫ СУБФРАНЧАЙЗИНГА

О том, что такое субфранчайзинг, какие преимущества и недостатки этой франчайзинговой модели - рассказывает Ольга Киселева, директор по развитию, международной сети фитнес-клубов World Gym в России.

Shopolog

ЧИТАТЬ



БУДЬТЕ В КУРСЕ ВСЕХ
СОБЫТИЙ ЕСОММЕРСЕ
И РИТЕЙЛА!