

РАБОТА НАД ОШИБКАМИ

ЧАСТЬ 2

Продолжаем серию публикаций, посвященную распространенным ошибкам ряда ювелирных салонов. Ошибкам, которые в конечном итоге приводят к снижению прибыли магазинов. В прошлом номере журнала мы говорили о проблеме самоустранения владельца бизнеса от вопросов выбора поставщиков и формирования ассортимента. Об отсутствии контроля над персоналом, занимающимся отборкой товара. В этот раз речь пойдет об излишней персонификации работы с производителем и ложных страхах остаться с непроданным товаром.



Бриант



Максим ДАВЫДОВ,
директор московского
представительства компании "Бриант"

ОШИБКА ВТОРАЯ

ложный страх перед «коварным» производителем, который «ни за что не согласится на возврат непроданного, но выкупленного по предоплате товара». По большому счету за такими формулировками кроется простое нежелание персонала нести ответственность за реализацию (или нереализацию) товара.

РЕЗУЛЬТАТ – товароведы берут товар на реализацию, чтобы быть уверенными, что гарантированно вернут непроданное. Поскольку выгодный по цене высоколиквидный товар на реализацию, как правило, не предлагают, на прилавках оказываются неходовые модели по завышенной цене. Зато все ожидания оправдываются: товар не продается, и его принимают обратно.

ЧТО ДЕЛАТЬ – грамотно выбирать партнеров-поставщиков. Уверенные в качестве и ликвидности своих изделий производители никогда не откажутся прописать в договоре пункт о возможном возврате нереализованных позиций (поскольку убеждены в том, что возвраты если и будут, то минимальными).

ОШИБКА ТРЕТЬЯ

отождествление производителя с личностью конкретного менеджера. Как правило, менеджеры выстраивают доверительные, порой даже дружеские отношения с товароведом магазинов-партнеров. И это прекрасно! Хотя такая практика имеет и оборотную сторону.

Увеличить объемы продаж и прибыль. Об этом мечтает даже самый успешный салон. Что уж говорить о магазинах, который год подряд переживающих кризис... Как это сделать? В первую очередь перестать сваливать неудачи на обстоятельства и проанализировать собственную позицию. Ведь, чтобы сделать рывок, зачастую достаточно просто не наступать каждый раз на одни и те же грабли, не совершать одних и тех же ошибок, которые порой незаметны изнутри, но так бросаются в глаза тем, кто наблюдает за процессом со стороны...

РЕЗУЛЬТАТ – товароведы надеются, что это только к ним такое прекрасное отношение. Они настолько проникаются мыслью о том, что все дополнительные скидки и бонусы исходят лично от менеджера. Поэтому уход сотрудника из компании-поставщика порой оборачивается прекращением отношений с производителем, несмотря на то что это негативно сказывается на работе магазина (его доходах).

ЧТО ДЕЛАТЬ – помнить, что любые бонусы, которые предоставляет вам менеджер, не жест его доброй воли, а акция, одобренная и подписанная руководством компании. Обновление кадрового состава – нормальная рыночная ситуация, которую следует воспринимать как очередной этап развития компании. Не следует отказываться от ликвидного товара лишь потому, что теперь с вами будет контактировать другой сотрудник. Не исключено, что он окажется еще более приятным и квалифицированным, чем прежний.

Москва, ул. Смольная, 12. Тел.: +7 (499) 340-31-03
Калининград, Гвардейский пр-т, 15. Тел.: +7 (4012) 57-61-02
www.briant-jewel.ru

«Бриант» – это бриллианты, которые покупают