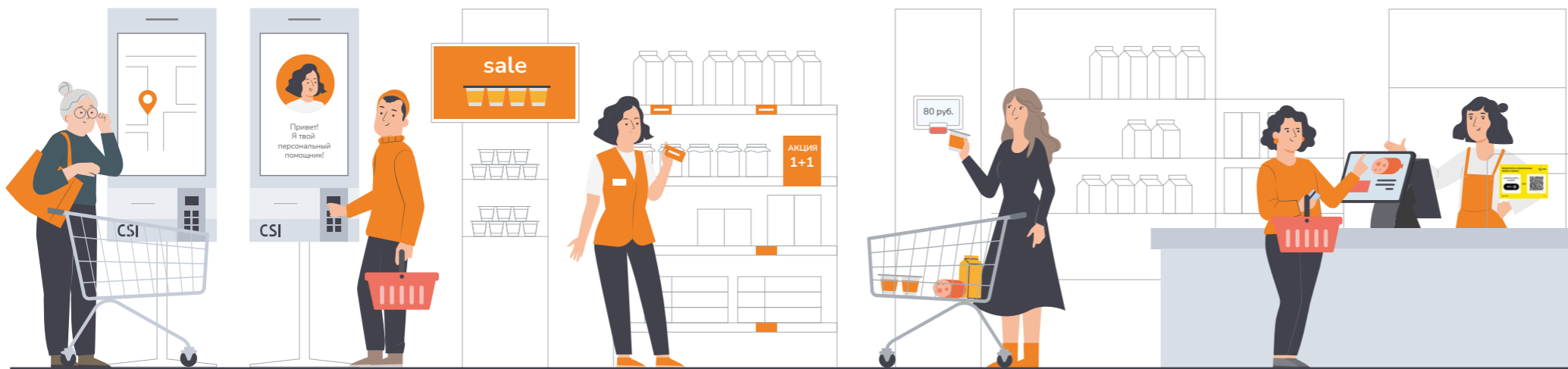


# 3 шага для создания позитивного покупательского опыта



## Шаг 1

### На входе в торговый зал поставьте один или несколько инфокиосков

Покупатель может воспользоваться ими и на входе, и на выходе из магазина. Большой сенсорный экран позволит установить оптимальный размер шрифта, картинок, кнопок и другой навигации.

**Такой «персональный консультант» поможет покупателю:**

- ✓ **Найти в зале товар**  
Выведите планограмму магазина с цветовой подсветкой зон выкладки по категориям товаров с отметкой «вы находитесь здесь».
- ✓ **Узнать о действующих акциях**  
Покажите покупателю текущие акции, новые предложения, подарки и заметные новинки.
- ✓ **Посмотреть число бонусов на карте и персональные предложения**  
Выведите информацию по карте лояльности покупателя — сколько у него бонусов, какие есть персональные предложения.
- ✓ **Получить новые скидки или баллы на карту за опросы и другие действия**  
Проводите интерактивные опросы по ассортименту или качеству обслуживания, с вознаграждением в виде дополнительных скидок или баллов.
- ✓ **Узнать ваши новости**  
Покажите важные изменения в работе сети. Проинформируйте о новом мобильном приложении и бонусах за регистрацию в нём.
- ✓ **Увидеть вашу рекламу**  
Пока инфокиоском никто не пользуется, можно вывести яркую рекламу и видеоконтент — свой или поставщиков.

Разместите на экране список всех возможностей — пусть будет удобное навигационное меню, а рядом плакат с этой же информацией. С инфокиоском можно себя не ограничивать — и даже выводить и распечатывать рецепты новых блюд. В рамках проекта интеграции можно настроить вывод части данных из кассовой программы.

## Шаг 2

### Обеспечьте порядок в торговом зале

#### ✓ Минимизируйте человеческий фактор и трудоёмкость замены ценников

Используйте модуль печати ценников Set Retail: система предложит замену только на новые и изменённые позиции, или при включении директивного режима напечатает их сама, по заданному расписанию. Оснастите сотрудников мобильными принтерами для замены в момент проверки соответствия цен в торговом зале.

#### ✓ Сделайте промо-предложения заметнее и привлекательнее

Используйте визуальный редактор ценников Set Retail. Акционные ценники создаются по подготовленным один раз шаблонам, цены автоматически рассчитываются по условиям акции. Для промо подойдут крупные ценники размера А4.

#### ✓ В отделах, где часто меняются цены, используйте электронные ценники

Если цена на товар часто меняется из-за изменений курса валют или по другим причинам — разместите там электронные ценники. Информация на них обновляется автоматически из системы.

#### ✓ Разместите и ярко выделите в торговом зале прайс-чекеры

На ярком сенсорном экране прайс-чекера CSI покупатель сможет:

- проверить цену на товар, обычную и по карте лояльности,
- убедиться, что на товар действует скидка,
- изучить информацию о товаре.

В промежутках между сканированиями прайс-чекер может показывать рекламу — как картинкой, так и роликом, со звуком и без него. Подойдут и слабовидящим, потому что умеют не только показывать, но и озвучивать то, что выводится на экран.

#### ✓ Используйте большие ЖК-панели в торговом зале

Используйте привлекательные ЖК-дисплеи для яркого акцента на действующие акции, для прокрутки роликов, привлечения внимания к промо или новым категориям товаров. Продавайте рекламное место в торговом зале поставщикам.

## Шаг 3

### Внедрите дополнительные возможности информирования на кассовой линии

Кассир может забыть озвучить рекламные предложения, не спросит, списывать ли бонусы, а техника — нет.

#### ✓ Выведите максимум информации на большой экран покупателя

Вместо двухстрочных дисплеев поставьте мониторы покупателя CSI и отобразите на них максимум информации:

- **Состав чека и скидки, вес товара**  
Покупатели убедятся, что цены на кассе соответствуют ценам в зале, увидят вес товара при взвешивании на кассе.
- **Информацию по бонусам**  
Чтобы покупатель быстрее принял решение — списывать или начислять, покажите, сколько бонусов на его карте и сколько может быть начислено с покупки. Это минимизирует диалоги с кассиром и ускорит прохождение кассовой линии.
- **Рекламу своих товаров и предложений поставщиков**  
Если касса свободна — выводите на экраны промо и акции на следующую неделю, чтобы увеличить частоту посещений, продавайте рекламное место партнёрам.

#### ✓ Напечатайте заметные и привлекательные купоны

QR-коды и красивые картинки — такие купоны умеет печатать наш принтер чеков Pirit, а Set Retail позволяет подготовить их в простом визуальном редакторе. Обычно конверсия купонов очень низкая, а крупная картинка повысит её, привлечёт внимание покупателя и простимулирует повторное посещение.

#### ✓ Дайте все возможности оплаты

Обеспечьте вашим покупателям возможность оплачивать любым способом:

- Наличные
- Банковские карты
- Бонусы и подарочные карты
- QR-платежи и СБП
- Кредиты
- Комбинированные платежи

### Результат для магазина

#### Посмотрим на новый путь покупателя:

- ✓ он придёт в магазин, где на входе увидит инфокиоск, проверит бонусный баланс и учтёт сумму, которую может потратить бонусами, а, может быть, распечатает новый рецепт или обратит внимание на яркую рекламу ваших акций;
- ✓ в торговом зале все цены будут в порядке — персонал успевает размещать новые ценники в соответствии с выкладкой, на прайс-чекере он сможет проверить спорные позиции;
- ✓ обратит внимание в торговом зале на яркую рекламу над зоной выпечки, купит дополнительно булочки;
- ✓ на кассе не встретит большой очереди, даже в час пик, видя на большом экране покупателя стоимость и состав чека, убедится, что цены те же, что в зале;
- ✓ уйдёт довольный, с новым рецептом и продуктами, купит больше, чем планировал, и порекомендует другим интересный магазин.

**Через какое-то время ритейлер отметит рост частоты покупок, среднего чека, повысится конверсия купонных предложений и других акций. И, конечно, вырастет лояльность покупателей — значит, снизится отток и вырастет трафик, ведь магазин будет рекомендовать друзьям и знакомым.**

### Экономическая целесообразность

#### • Прикинем возможное снижение оттока:

Средний оборот на покупателя — 10000 руб. в месяц, Средняя маржа 15% — 1500 руб. Если каждый месяц вы теряли по 3 покупателя, нарастающим итогом за год — 36

#### Вы не потеряете:

1 год — 351 тыс. руб.  
2 год — 999 тыс. руб.  
3 год — 1 млн 647 тыс. руб.

**Итого: 2 млн 997 тысяч за три года.**

#### • Оценим возможное привлечение трафика:

Если каждый месяц вы будете приобретать по 3 новых покупателя, нарастающим итогом за год — 36

#### Вы получите дополнительно:

1 год — 351 тыс. руб.  
2 год — 999 тыс. руб.  
3 год — 1 млн 647 тыс. руб.

**Итого: 2 млн 997 тысяч за три года.**

**Суммарная выгода магазина за 3 года: 5 994 000 руб.**