Итоги года и прогнозы

**Бизнес можно считать сформированным,**

**когда у Вас его готовы купить (а не когда Вы его хотите продать).**

**Богачева (с)**

В эпиграфе, конечно, речь идет о продаже бизнеса, а не о недвижимости, принадлежащей бизнесу и купленной за копейки…  
Итак, интервью с Богачевой Екатериной( Академия мерчендайзинга, www.merchandising.by)

**1.Итоги года Вашими глазами для торговли Беларуси и торговли**  
сопредельных стран: тенденции, прогнозы на следующий год и т.д.  
По тому, что происходит сегодня в Беларуси с магазинами, можно сделать некоторые выводы. Наконец-то свершается то, то чем мы долго говорили и всем обещали – реальный вход иностранных ритэйловых компаний в белорусские регионы. В Могилеве сеть «Перекресток» приняла инвестиции одной из известных российских компаний, что на практике обозначает покупку этой сети магазинов россиянами. ООО «Падзея» в Минске приняла инвестиции прибалтийской (???проверить) сети «Соседи». Российская сеть «Пятерочка» уже в Беларуси. Процесс пошел!  
Чего нам ждать от перемены собственников в пользу не белорусских владельцев? Прежде всего они быстро покажут белорусам как работать прибыльно со штатом сотрудников в магазине 600 м.кв в 25 человек. Они научат работать поставщиков – и поставлять вовремя и самое главное – согласно сделанному заказу. Сегодня любая белорусская сеть магазинов может с уверенностью заявить, что один поставщик поставляет ей продукцию в 20 магазинов по двадцати разным ценам и соблюдая заказанный ассортимент только на 70%. Такой фокус с любой российской сетью не пройдет. Магазин просто не сможет принять товар, т.к. такой товар нельзя будет занести в систему, система-то заполняется в головном офисе! И любое несоответствие договору поставки не просто не пройдет незамеченным, а невозможно к исполнению сотрудниками магазина. Российские сети не просто введут моду оплаты поставщиками полок, а помогут нашим магазинам зарабатывать 25% дохода только за счет этих «маркетинговых отчислений». Так что нас ожидает много приятного – налаживание дисциплины и появление новой доходной статьи. Итак, а что же плохого нас может ожидать? Российские сети сосредоточены на доходе, а не на удовлетворении потребностей покупателя, как исторически сложилось в Беларуси. На практике обозначает, что большинство Российский сетевых магазинов неудобны, плохо выглядят, имеют плохое торгового оборудование, не имеют никакого дизайна и привычного нам широкого ассортимента. Настоящий категорийный менеджмент не внедрен ни в одной российской сети, поэтому то, что мы увидим – это быстро растущее количество слабеньких торговых объектов, которые так же как мы будут испытывать острую нехватку квалифицированного персонала нижнего звена.

**Каковы прогнозы развития России?**  
На мой взгляд грядет:  
  
1.    резкое уменьшение количества дискаунтеров и переоборудование их в магазины у дома с более широким ассортиментом.  
2.    редизайн и ребрендинг основных торговых сетей  
3.    улучшение специального торгового освещения в тоговых залах лидеров российского рынка  
4.    наращивание скоропортящихся продуктов в доле продаж торговых сетей  
5.    уменьшение потребления хлебо-булочных изделий и сухой бакалеи  
6.    рост продаж овощей и фруктов, охлажденного мяса и птицы  
7.    рост количества торговых объектов и усиление конкуренции  
  
**Что касается Прибалтики, то:**  
В связи с тем что прекратился неимоверный рост цен на недвижимость и произошло даже некоторое падение цен (тот кто участвовал в долевом строительстве попал, т.к. после сдачи объекта цена метра оказалась уже на 20% ниже!!! ):  
1.    Перераспределение долей основных операторов розничной торговли за счет покупки все новых и новых объектов недвижимости  
2.    Рост количества торговых объектов премиум-касса с очень широкими проходами и ценами на 20% выше чем у основных игроков рынка  
3.    Резкое увеличение торговых площадей за счет строящихся крупных торговых центров  
4.    реконструкция оставшихся торговых точек и приведение их в соответствие западным стандартам.  
5.    рост количества топовых товаров в торговых залах, которые сети продают с минимальной торговой надбавкой привлекая определенные группы покупателей.  
  
**2.Почему магазины, выполняющие теоретические рекомендации по грамотной  
раскладке товаров на полках, твердящие  про правило золотого  
треугольника, выучившие слово мерчендайзинг и т.д ит т.п, частенько не  
могут увеличить своих продаж? По возможности, с примерами.**  
На самом деле потому, что применяют все рекомендации не на 100%, а с «учетом своего опыта», примерно на 60-70% и основной аргумент таких магазинов: «мы 20 лет в торговле! Все и так знаем, и то, что Вы тут пишите – это теория, наша практика – совсем другое дело». В жизни это обозначает, что такие магазины 20 лет работали по старинке и перестроиться им тяжело. Они даже и не представляют, что проблемы с низшими кадрами на самом деле в Беларуси нет, есть проблемы с менеджерами, которые «расставляют бойцов». Вот эти самые менеджеры (заведующие магазинами, директора, зав.секциями) просто никогда не видели документации, которая способна управлять процессами в магазине без учета человеческого фактора. Т.е. когда процессы описаны так подробно, что просто продавец или грузчик приходит на работу и не выполняет указание своего руководителя, а исполняет должностную инструкцию, в которой так же есть ссылки на документированные процедуры и бизнес-процессы, и при этом никакие функции не дублируются, работы делается минимум, а производительность труда растет в 3-4 раза. И самое главное, работник – это не творческий высокооплачиваемый специалист, робот системы, который может копать, а может и не копать. Описание процедур помогает не внедрять систему наставничества, а включить нового работника сразу в процесс, без сложного адаптационного периода. Менеджеры и должны быть озабочены созданием такой документации, и если не своими силами, то силами внешних специалистов.  
К тому же товарооборот повышает не только выкладка, но и много комплексных шагов, которые не пишут в книгах. Комплексная диагностика, которую мы проводили в Универсамах «Сухоревский», «У Кургана», «Чкаловский» – уже принесла свои финансовые результаты только благодаря комплексности рекомендаций, а не точечному устранению недостатков. Объединение товарных групп, перенос товарных групп по залу, снятие ограничителей – это скрытые нематериальные ресурсы, которые доступны без серьезных капиталовложений и всегда работают!  
  
**3.Праздничные предновогодние советы (хотя про них мы уже не раз писали).  
Хотелось бы в очередной раз дать рекомендации. На этот раз очень конкретные.**  
1.    Украшать торговый зал к Новому году надо как можно раньше. Предпраздничное настроение  - это положительные эмоции, когда покупатель готов побаловать себя-любимого чем-то вкусненьким. А вкусненькое, как известно, имеет максимальную торговую надбавку.  
2.    Входная зона Вашего магазина должна стать зоной торговли новогодними украшениями. Их вид и создаст ощущение украшенного торгового зала. Маленькие елки и гирлянды – обязательный ассортимент Вашего магазина к новому году.  
3.     Не забудьте про елку, если нет места, используйте избитый прием – подвесьте елку к потолку вверх ногами.  
4.    Музыка новогодней направленности в часы пик должна играть в торговом зале уже!  
5.    Украшать торговый зал, это не значит завесить товары и витрины мишурой так, что бы покупателю он мешал в выборе. Максимально используйте потолок и не обвешивайте стеллажи и витрины с товаром.  
6.    За один месяц до праздника подарочные упаковки конфет в достаточно м кол-ве должны быть представлены в торговом зале, т.к. ответственные сотрудники уже выбирают, где они будут покупать подарки детям сотрудников.  
7.    Каждые выходные на прилавке кулинарии должны красоваться хорошо украшенные блюда, т.к. покупатель уже планирует, что ему готовить к новогоднему столу, готовить ли, или купить готовое. И если это готовое красиво выглядит и заранее можно попробовать, то результат не заставит себя долго здать. При чем обратите внимание и на праздничную нарезку деликатесного мяса, рыбы, сыров на готовой красивой картонной фольгированной тарелочке, с обязательными украшениями и закрытой пленкой. Такое блюдо Вы продадите вечером и так в пятницу-субботу, а покупатель морально подготовится к покупке такого блюда к новогоднему столу, что бы облегчить работы по готовке.  
8.    Как временный ассортимент стоит ввести украшения для стола и красивые праздничные салфетки.  
  
  
**4. У нас все больше становится консалтиногвых агентств, консультантов  
и  т.д. Как не утонуть в этом море предлложений, семинаров, не  
нарваться на рыбу-прилипалу к телу своего родимого бизнеса и  т.д.**  
Только проверять рекомендации!!! Звоните заказчикам, и, как ни банально, спрашивайте что и как, и кто пофамильно что делал, и к чему конкретно это привело. Судите по результатам работ, а не по презентации. Часто консалтинговые компании не имеют своих специалистов и привлекают «по надобности» профессионалов-практиков. Мы тоже сотрудничаем со всеми белорусскими консалтинговыми компаниями. Что на практике обозначает, что один и тот же проект будет в портфолио исполнителя и компании, на расчетный счет которой был оплачен этот заказ. Не поленитесь позвонить заказчику и спросить фамилии исполнителей, узнать, кто из исполнителей будет задействован в Вашем проекте. Самое опасное, это когда Вам показывают чужие работы, а потом пытаются повторить «тоже самое» неспециалисты, а бывшие продавцы услуг тех самых специалистов.