

# POS Тахометр

Мониторинг Активности Продавцов и Удовлетворенности Покупателей

# Business Value

1. Увеличение **Конверсии**.
2. Увеличение **Среднего Размера Чека**.
3. Повышение **Уровня Удержания Покупателей** (Retention Rate)/Уменьшение оттока покупателей.

# Две парадигмы Управления POS

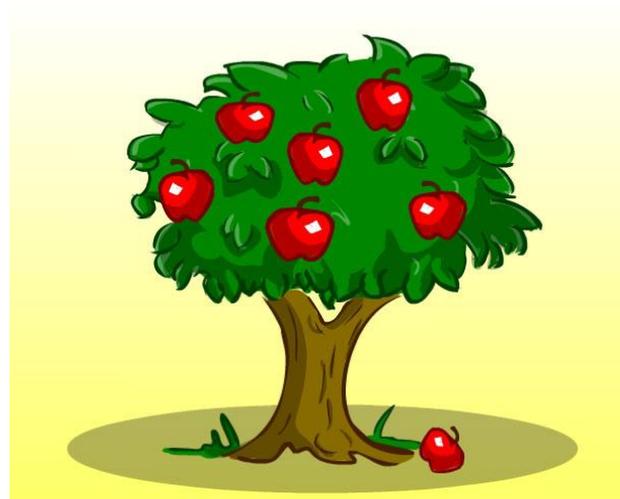


## to control (процессное управление)

Измерение → Оценка → Управляющее воздействие  
→ Измерение ...

Для адекватных управляющих воздействий нужно постоянно измерять и оценивать процесс.

**НУЖЕН «ТАХОМЕТР»**



## to manage (администрирование)

Посадил → Обеспечил всем необходимым → Измерил урожай  
→ Измерил урожай → Кончился урожай ☺  
→ Посадил заново ....

Процесс, практически, не оцениваем (только Тайные Покупатели).

**БЕЗ «ТАХОМЕТРА» МОЖНО ОБОЙТИСЬ**

# Преимущества и недостатки

## To manage (администрирование)

**Преимущество:** просто, т.к. процессные показатели, практически, не контролируются (Тайных Покупателей недостаточно).

**Недостаток:** Если «урожай» сокращается, то непонятно что делать, т.к. отсутствует достоверная информации, от чего он зависит, и в какой степени.

## To control (процессное управление)

**Преимущество:** возможность управлять «урожаем», т.к. известно, что нужно делать (известно от какого фактора, и в какой степени зависит «урожай»).

**Недостаток:** сложнее, т.к. необходимо контролировать процессные показатели.

# Как управлять POS по процессу (to control)?

- 1. Мотивировать продавцов оставлять у покупателей положительный эмоциональный след.** «Правильный» результат работы продавца - консультация, оставившая у покупателя положительный эмоциональный след. Чем выше качество консультации, тем больше положительный эмоциональный след, тем с большей вероятностью покупатель придет еще, тем лучше финансовые показатели.
- 2. Измерять и Управлять активностью продавцов.** Продавцы должны быть активны (но не навязчивы). Управление активностью продавцов – это инструмент повышения продаж, конверсии, числа позиций в чеке и других показателей.
- 3. Постоянно контролировать Индекс Лояльности Покупателей + Драйверы Лояльности Покупателей.** Для эффективного управления клиентским опытом необходимо постоянно контролировать, во-первых, Индекс Эмоциональной Лояльности (или аналог), во-вторых, удовлетворенность покупателей по каждому Драйверу Лояльности из TOP N (например, цена, ассортимент, выкладка, персонал, ...). Для этого используются управляемые опросы на кассе (один покупатель – один вопрос).

# Опережающие показатели эффективности POS

1. Интенсивность входящего потока.
  2. **Уровень охвата посетителей** (отношение числа Попыток Продажи к Числу Посетителей).
  3. **Точная конверсия** (отношение числа Продаж к числу Попыток Продажи).
  4. Число продаж, конверсия, среднее число позиций в чеке, средний размер чека.
  5. **Уровень покупательского позитива** (отношение числа Положительных Отзывов к числу Попыток Продажи).
  6. **Индекс Эмоциональной Лояльности покупателей** (адаптированный NPS, «Вы бы рекомендовали ...»).
  7. (ДОПОЛНИТЕЛЬНО). **Метрики эмоционального фона покупателей** (Happy-Index, Smile-Index, C-Value).
  8. **Удовлетворенность покупателей по Драйверам Лояльности.**
- Активность продавцов
- Эмоциональный след

# Дополнительные функции (обязанности) персонала

1. **Кассир** - проведение опросов покупателей с целью оценки их удовлетворенности и эмоциональной лояльности, а также изучения ожиданий и предпочтений. (Автоматизированные опросы по схеме: один покупатель, один вопрос).
2. **Продавец** – сбор данных о неудовлетворенном спросе («что именно было нужно, и почему не купили»).
3. **Администратор** – Оперативное Управление (подробнее ниже).

# Количество и Качество труда Продавца

**Количество труда** = Число консультаций (попыток продажи)  
= Число нажатий Кнопки Продавца



**Качество труда** = Отношение числа положительных отзывов к числу консультаций (попыток продажи)

Кнопка решает 3 задачи:

1. Измерение числа консультаций.
2. Мотивирование продавца:
  - Оставить у покупателя положительный эмоциональный след.
  - **Попросить покупателя оставить обратную связь.**

Терминал решает 2 задачи:

1. Получение от покупателей обратной связи.
2. Предотвращение накрутки числа консультаций. (Инструмент сдерживания продавцов).

Для Качества и Количества устанавливаются три пороговых значения: **Порог, План, Вызов**. Качество и Количество взаимосвязаны. Если Качество ИЛИ Количество за отчетный период ниже Порога, то обнуляются оба показателя. (Если Качество или Количество выше Вызова, то им присваивается значение Вызова).

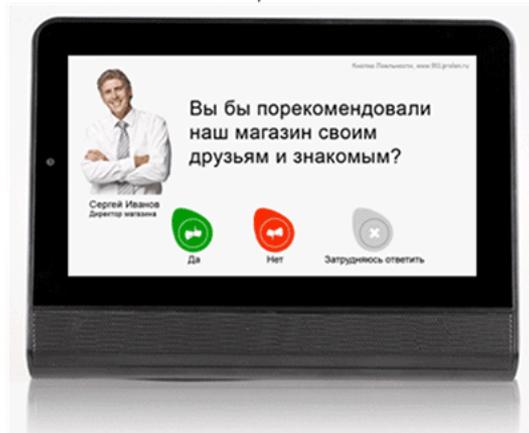
**ЭТО ПРЕДОТВРАЩАЕТ НАКРУТКУ РЕЗУЛЬТАТОВ**

# Маркетинговые исследования на кассе

Ключевой вопрос для определения  
Индекса Эмоциональной Лояльности (ИЭЛ)



Фоновая реклама



Фоновая реклама



911.prolan.ru

## Управляемые опросы на кассе.

Каждому покупателю на кассе АВТОМАТИЧЕСКИ задается вопрос, зависящий от состава чека (или истории покупок). Один покупатель – один вопрос. Вопросы случайным образом выбираются из пула. Управляемые опросы могут использоваться для проведения любых маркетинговых исследований.

# Управление недовольством покупателей в зале



## Кнопка Обратной Связи.

Для ОПЕРАТИВНОГО управления недовольством покупателей используется специализированный терминал ProLAN и любой ЛЮБОЙ Service Desk. Этот же терминал может использоваться для мониторинга неудовлетворенного спроса ( в этом данные вводятся продавцами).

# СОКОК без Кнопок

Клиент 1



Клиент 2



Кто доволен качеством обслуживания?

## Emotional Contagion (эмоциональное заражение).

Если покупатель удовлетворен качеством обслуживания и продавец ему улыбается, то покупатель инстинктивно улыбается в ответ. Измеряя эмоции покупателя в ответ на улыбку продавца можно определить, насколько покупатель удовлетворен обслуживанием.

# POS Тахометр СТАРТ

## 3. Кнопка Лояльности СТАРТ



На кассе оцениваем качество обслуживания и/или измеряем эмоциональную лояльность покупателей

1. Управление активностью продавцов.
2. Повышение клиентоориентированности продавцов и/или кассиров.
3. Вызов продавцов (дополнительно).

## 1. Кнопка Активности Продавцов



## 2. Кнопка @Вызова



В торговом зале измеряем Активность Продавцов и вызываем отсутствующего на месте продавца.

Оптимальный вариант для проведения пилотного проекта и освоения методики.

# POS Тахометр ЛАЙТ

## 1. Кнопка Активности Продавцов



В торговом зале измеряем Активность Продавцов.



Дополнительно – **Кнопка @Вызова** (вызов продавца)

## 2. Объединенная Кнопка Анкетер



На выходе оцениваем работу продавцов и собираем контакты недовольных Покупателей

1. Управление активностью и клиентоориентированностью продавцов.
2. Оценка клиентопривлекательности основных факторов удовлетворенности покупателей (цена, ассортимент, выкладка, персонал, ...)
3. Управление недовольством покупателей.
4. Проведение маркетинговых исследований (дополнительно).
5. Вызов продавца (дополнительно).

Оптимальный вариант, если основной задачей является повышение эффективности продавцов, работающих в зале (внедрения управления эффективностью продавцов по KPI).

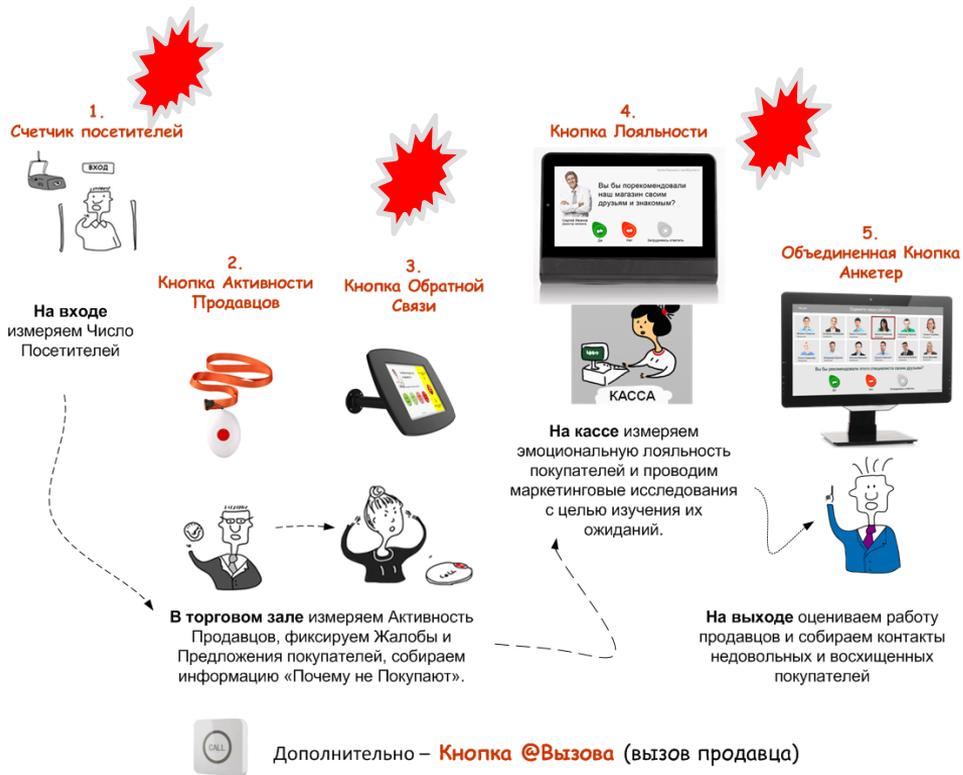
# POS Тахометр КОМБИ



1. Управление активностью и клиентоориентированностью продавцов.
2. Управление клиентоориентированностью кассиров.
3. Оценка клиентоприятности основных факторов удовлетворенности покупателей.
4. Управление недовольством покупателей.
5. Проведение маркетинговых исследований и Вызов продавца (дополнительно).

Оптимальный вариант, если кроме повышения эффективности продавцов нужно также мотивировать кассиров быть дружелюбными к покупателям.

# POS Тахометр ПРО



1. Управление активностью и клиентоориентированностью продавцов и кассиров.
2. Управление эффективностью POS. (число продаж, конверсия, число позиций в чеке, ...)
3. Комплексное управление клиентским опытом (ИЭЛ + Удовлетворенность по Драйверам Лояльности).
4. Оценка клиентопривлекательности основных факторов удовлетворенности покупателей.
5. Расширенное управление недовольством покупателей.
6. Управление неудовлетворенным спросом (дополнительно).
7. Проведение маркетинговых исследований и Вызов продавца (дополнительно).

Оптимальный вариант, если нужно управлять не только эффективностью персонала передней линии, но и эмоциональной лояльностью покупателей (знать, как покупатели относятся к компании, чем довольны, чем недовольны и т.п.).



# Контроль достоверности Числа Попыток Продажи



При нажатии Кнопки Продавца автоматически делается снимок экрана консоли используемой в магазине системы видеонаблюдения.

## Контроль достоверности Отзывов Покупателей



При любом отзыве покупателя автоматически делается его фотография, которая прикладывается к полученному отзыву. Для фото-фиксации может использоваться любая IP-камера или Web-камера, в том числе Web-камера, входящая в состав Объединенной Кнопки Анкетёр.

# Оценка достоверности Отзывов Покупателей

1	Отчет КЛ-ОДО					
2	<b>Оценка достоверности отзывов</b>					
3	01.02.2016 00:00 - 29.02.2016 23:59					
4						
5	Фактический диапазон данных:	09.02.2016 15:40 - 29.02.2016 13:23				
6	Вопрос:	Пожалуйста, оцените качество моей консультации				
	Концентраторы Данных:	[Redacted]				
7						
8	Минимальная пауза между голосованиями	15				
9	Максимальное число голосований в серии	3				
10						
11	Концентратор Данных	Сотрудник	Число оценок	Число голосов	Оценок отклонено	Проба (%)
12	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	28	17,33	9	61,90
13	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	32	28,00	2	87,50
14	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	14	12,17	0	86,90
15	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	9	4,83	3	53,70
16	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	30	28,00	0	93,33
17	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	72	57,33	12	79,63
18	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	3	3,00	0	100,00
19	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	80	67,67	6	84,58
20	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	121	105,50	10	87,19
21	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	26	19,33	3	74,36
22	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	26	16,17	5	62,18
23	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	35	29,83	4	85,24
24	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	2	2,00	0	100,00
25	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	15	11,00	3	73,33
26	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	1	0,50	0	50,00
27	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	1	1,00	0	100,00
28	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	2	0,33	1	16,67
29	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	5	4,00	1	80,00
30	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	6	4,50	1	75,00
31	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	1	0,50	0	50,00
32	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	3	1,00	2	33,33

2	<b>Журнал отклоненных оценок</b>			
3	01.02.2016 00:00 - 29.02.2016 23:59			
4				
5	Фактический диапазон данных:	09.02.2016 15:40 - 29.02.2016 13:23		
6	Вопрос:	Пожалуйста, оцените качество моей консультации		
	Концентраторы Данных:	[Redacted]		
7				
8	Минимальная пауза между голосованиями (сек):	15		
9	Максимальное число голосований в серии:	3		
10				
11	Концентратор Данных	Сотрудник	Дата, время	Причина
24	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	27.02.2016 20:54:23	Превышено число голосований
25	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	28.02.2016 19:50:56	Превышено число голосований
26	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	10.02.2016 09:32:31	Превышено число голосований
27	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	10.02.2016 09:32:38	Превышено число голосований
28	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	10.02.2016 09:32:41	Превышено число голосований
29	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	10.02.2016 09:32:43	Превышено число голосований
30	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	10.02.2016 09:32:46	Превышено число голосований
31	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	10.02.2016 09:32:48	Превышено число голосований
32	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	14.02.2016 14:01:06	Превышено число голосований
33	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	14.02.2016 14:01:13	Превышено число голосований
34	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	19.02.2016 20:46:09	Превышено число голосований
35	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	27.02.2016 20:54:07	Превышено число голосований
36	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	28.02.2016 19:50:58	Превышено число голосований
37	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	29.02.2016 13:23:05	Превышено число голосований
38	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	19.02.2016 20:46:20	Превышено число голосований
39	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	24.02.2016 15:23:13	Дубликат
40	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	27.02.2016 20:54:18	Превышено число голосований
41	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	27.02.2016 20:54:38	Превышено число голосований
42	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	28.02.2016 12:54:42	Дубликат
43	VESH-ZAL06.int	[Redacted]	28.02.2016 19:51:08	Превышено число голосований

«Сырая» статистика обрабатывается специальной программой. В результате формируются XML- отчеты:  
 Оценка достоверности отзывов + Журнал отклоненных оценок.

# Три категории отчетов. Три вида управления

Категория отчета	Вид управления
<p><b>Тактические отчеты</b> (web-отчеты в облаке и XML-отчеты на корпоративном сервере)</p>	<p><b>Тактическое управление</b> Основное применение: Ежемесячное управление персоналом по KPI, ежедневное выявление «узких мест» (например, низкая активность персонала, низкий уровень отклика покупателей и т.п. ). Тактические отчеты могут создаваться за любой отрезок времени. Инструмент руководителя POS.</p>
<p><b>Мониторинг в реальном времени</b></p>	<p><b>Оперативное управление</b> Обеспечение нахождения всех основных метрик в требуемых диапазонах. Минимальный период усреднения данных – 15 минут. Инструмент администратора торгового зала.</p>
<p><b>Ретроспективный анализ</b></p>	<p><b>Стратегическое управление</b> Выявление трендов. Факторный анализ. Увязка показателей работы POS с финансовыми показателями.</p>

# Тактическое Управление

# Статистика по Числу Консультаций

## Фильтры

Отчетный период: Начало    Конец

Применить фильтры

## Отчет

POS	Сотрудник	Кнопка Продавца
Главный офис	[REDACTED]	685
Главный офис	[REDACTED]	906
Главный офис	[REDACTED]	614
Главный офис	[REDACTED]	669
Главный офис	[REDACTED]	121
Главный офис	[REDACTED]	234
Главный офис	[REDACTED]	165
Главный офис	[REDACTED]	377
Главный офис	[REDACTED]	159
Главный офис	[REDACTED]	196
Главный офис	[REDACTED]	276

**Web-сервис  
Loyalty Reporter**

«Сырая» статистика по Числу Консультаций, отображаемая on-line.

# Статистика по Отзывам Покупателей

## Фильтры

Отчетный период: Начало [dropdown] [dropdown] [dropdown] Конец [dropdown] [dropdown] [dropdown]

Применить фильтры

## Индекс Относительной Клиентопривлекательности

## Отчет

POS	Сотрудник	Хорошо	Затрудняюсь ответить	Плохо	Форс-мажор	% Хорошо	% Затрудняюсь ответить	% Плохо	ИОК
Главный офис	[redacted]	4	1	2	0	0.1 %	8.3 %	5.6 %	-5.5
Главный офис	[redacted]	15	0	0	0	0.6 %	0 %	0 %	0.6
Главный офис	[redacted]	35	0	0	0	1.3 %	0 %	0 %	1.3
Главный офис	[redacted]	26	0	2	0	1 %	0 %	5.6 %	-4.6
Главный офис	[redacted]	22	1	1	0	0.8 %	8.3 %	2.8 %	-2
Главный офис	[redacted]	5	0	2	0	0.2 %	0 %	5.6 %	-5.4
Главный офис	[redacted]	6	0	1	0	0.2 %	0 %	2.8 %	-2.6
Главный офис	[redacted]	153	1	6	0	5.7 %	8.3 %	16.7 %	-11
Главный офис	[redacted]	58	0	2	0	2.2 %	0 %	5.6 %	-3.4

Web-сервис  
Loyalty Reporter

«Сырая» статистика по Отзыву Покупателей = Тактические отчеты в табличном виде.

# Индекс Эмоциональной Лояльности (ИЭЛ)

## Фильтры

Отчетный период: Начало  Января  Конец  Марта

Размер окна (в секундах):

Поправочный коэффициент для расчета ИНК:

Применить фильтры

## Web-сервис Loyalty Reporter

## Индекс Эмоциональной Лояльности

### Отчет

POS	Сотрудник	ИНК	ИЭЛ	Опросов всего	Да	Нет	Затрудняюсь ответить	Отказы	Ответы вне "окна"	% Да	% Нет	% Затрудняюсь ответить	% Отказы
Главный офис	Put1	0.404	0.088	15333	7547	51	48	7687	2	49.2	0.3	0.3	50.1
Главный офис	Put2	0.571	-0.286	1768	504	1	4	1260	1	28.5	0.1	0.2	71.2

POS	ИНК	ИЭЛ	Опросов всего	Да	Нет	Затрудняюсь ответить	Отказы	Ответы вне "окна"	% Да	% Нет	% Затрудняюсь ответить	% Отказы
Главный офис	0.421	0.05	17102	8051	52	52	8947	3	47.1	0.3	0.3	52.3
<b>Всего:</b>	<b>0.421</b>	<b>0.05</b>	<b>17102</b>	<b>8051</b>	<b>52</b>	<b>52</b>	<b>8947</b>	<b>3</b>	<b>47.1</b>	<b>0.3</b>	<b>0.3</b>	<b>52.3</b>

Статистика, получаемая в результате автоматизированных опросов на кассе

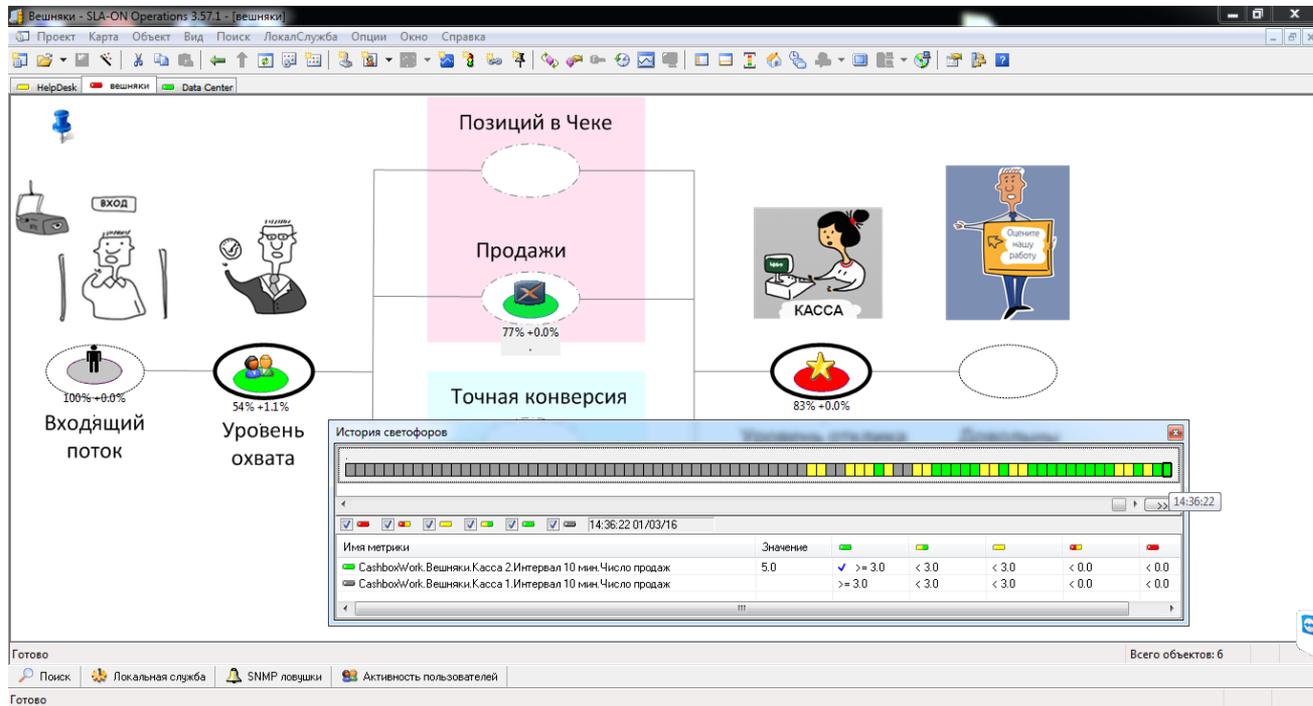
# Статистика по управляемым опросам

Отчет KPI-СУ1					
Отчет: Статистика по управляемым опросам					
10.02.2016 00:00 - 29.02.2016 23:59					
Фактический диапазон данных: 10.02.2016 09:31 - 29.02.2016 13:23					
Концентраторы данных: Все					
Вопросы: Все					
Текст вопроса	Концентратор Данных	Пульт/Сотрудник	Хорошо	Плохо	Затрудняюсь ответить
Пожалуйста, оцените качество моей консультации	VESH-ZAL06.int.autoopt.ru	[REDACTED]	1	0	0
	VESH-ZAL06.int.autoopt.ru	[REDACTED]	13	0	0
	VESH-ZAL06.int.autoopt.ru	[REDACTED]	2	0	1
	VESH-ZAL06.int.autoopt.ru	[REDACTED]	1	1	0
	VESH-ZAL06.int.autoopt.ru	[REDACTED]	29	0	0
	VESH-ZAL06.int.autoopt.ru	[REDACTED]	26	0	0
	VESH-ZAL06.int.autoopt.ru	[REDACTED]	8	0	0
	VESH-ZAL06.int.autoopt.ru	[REDACTED]	3	0	0
	VESH-ZAL06.int.autoopt.ru	[REDACTED]	3	0	0
	VESH-ZAL06.int.autoopt.ru	[REDACTED]	31	0	0
	VESH-ZAL06.int.autoopt.ru	[REDACTED]	72	2	0
	VESH-ZAL06.int.autoopt.ru	[REDACTED]	121	0	0
	VESH-ZAL06.int.autoopt.ru	[REDACTED]	1	0	0
	VESH-ZAL06.int.autoopt.ru	[REDACTED]	35	0	0
	VESH-ZAL06.int.autoopt.ru	[REDACTED]	5	0	0
	VESH-ZAL06.int.autoopt.ru	[REDACTED]	15	0	0
	VESH-ZAL06.int.autoopt.ru	[REDACTED]	26	0	0
	VESH-ZAL06.int.autoopt.ru	[REDACTED]	6	0	0
	VESH-ZAL06.int.autoopt.ru	[REDACTED]	80	0	1
	VESH-ZAL06.int.autoopt.ru	[REDACTED]	13	0	0
VESH-ZAL06.int.autoopt.ru	[REDACTED]	2	0	1	
Итого			493	3	3

Windows-приложение  
SLA-ON Operations

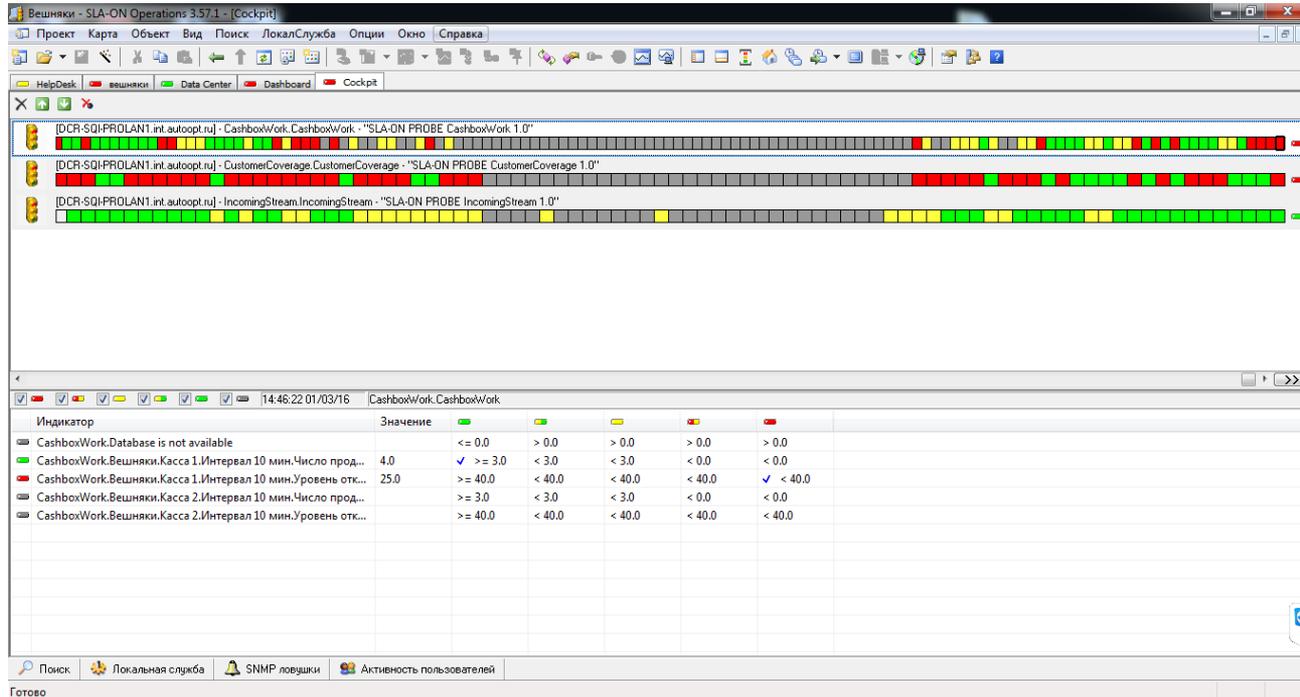
# Оперативное Управление и Ретроспективный Анализ

# Приложение SLA-ON Operations, карта Plan



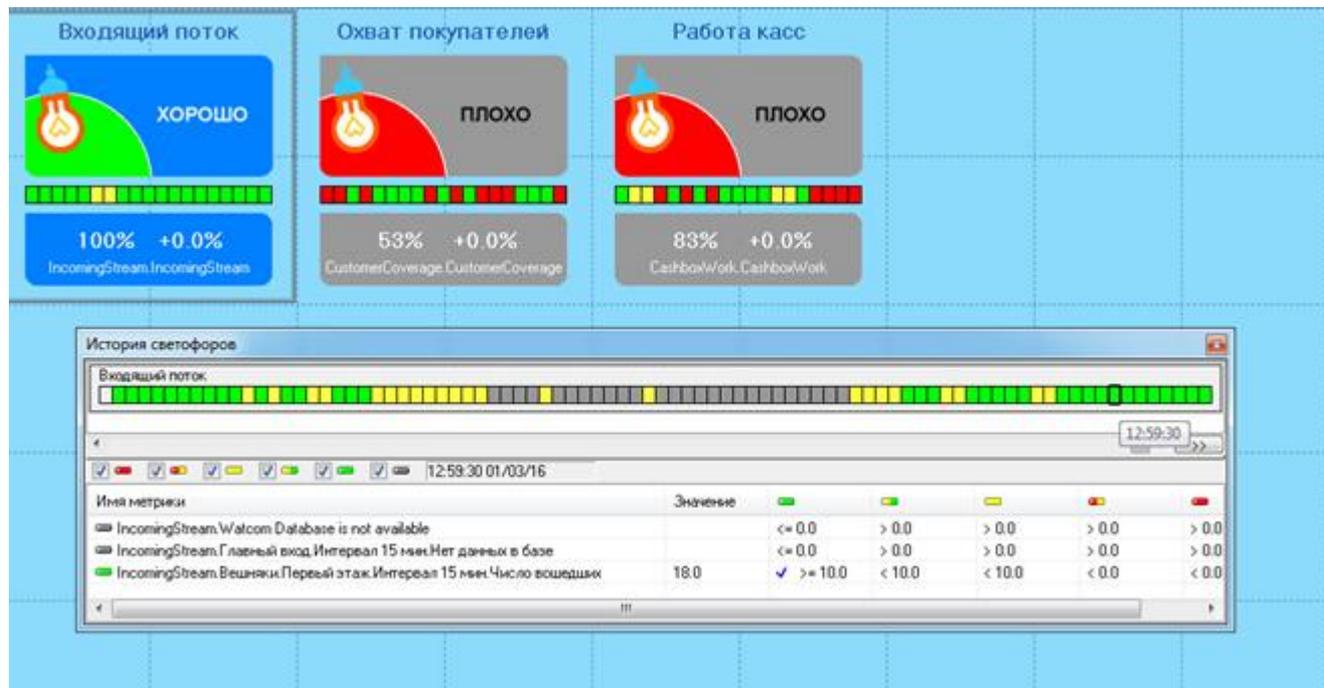
Отображение в режиме реального времени всех KPI на условной карте бизнес-процесса. Используется Администратором Торгового Зала. Позволяет Администратору быстро увидеть «проблему» и оперативно включиться в её решение (например, уменьшился уровень охвата, нужно выяснить и устранить причину).

# Приложение SLA-ON Operations, карта Cockpit



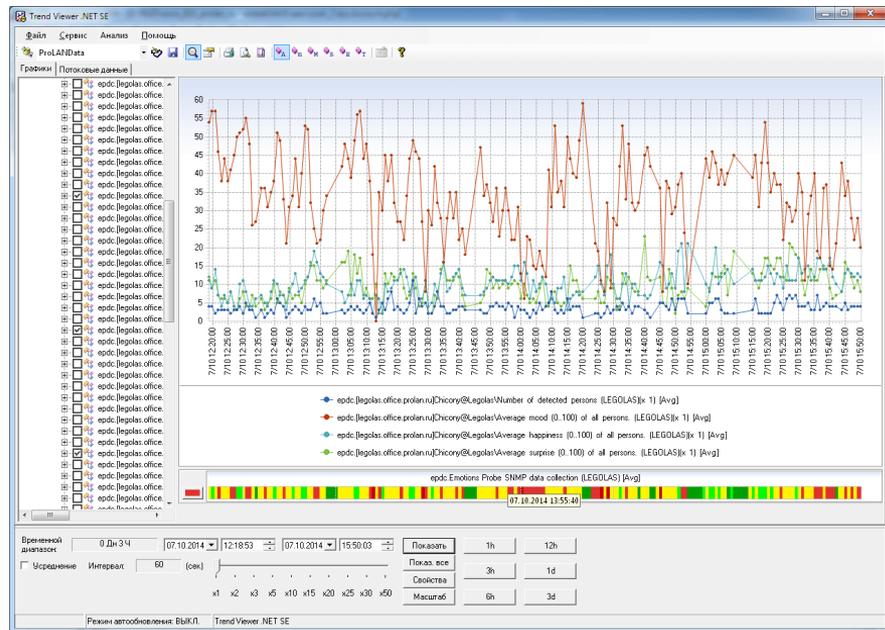
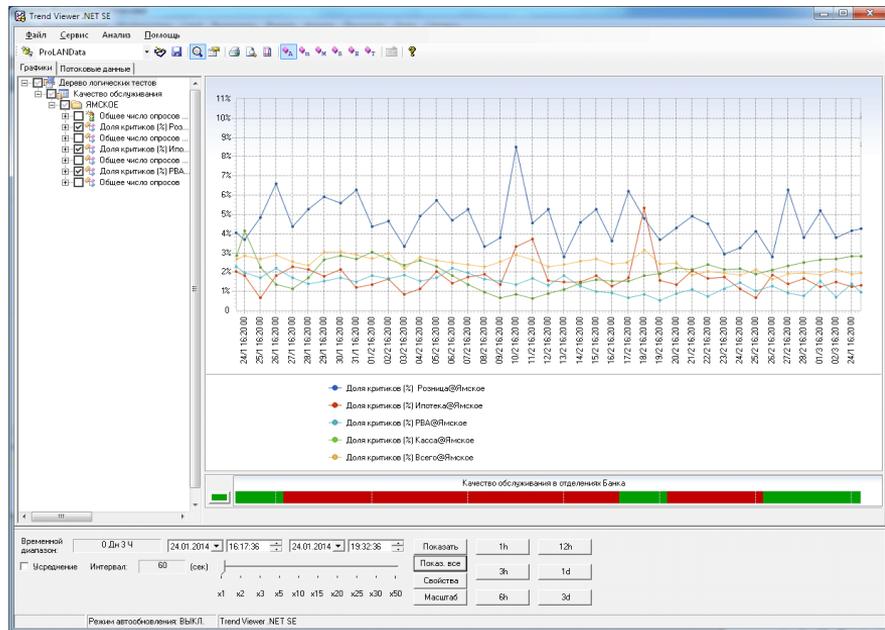
Отображение в режиме реального времени всех KPI с привязкой к единой временной шкале. Позволяет увидеть взаимозависимость между различными метриками (KPI).

# Приложение SLA-ON Operations, карта Dashboard



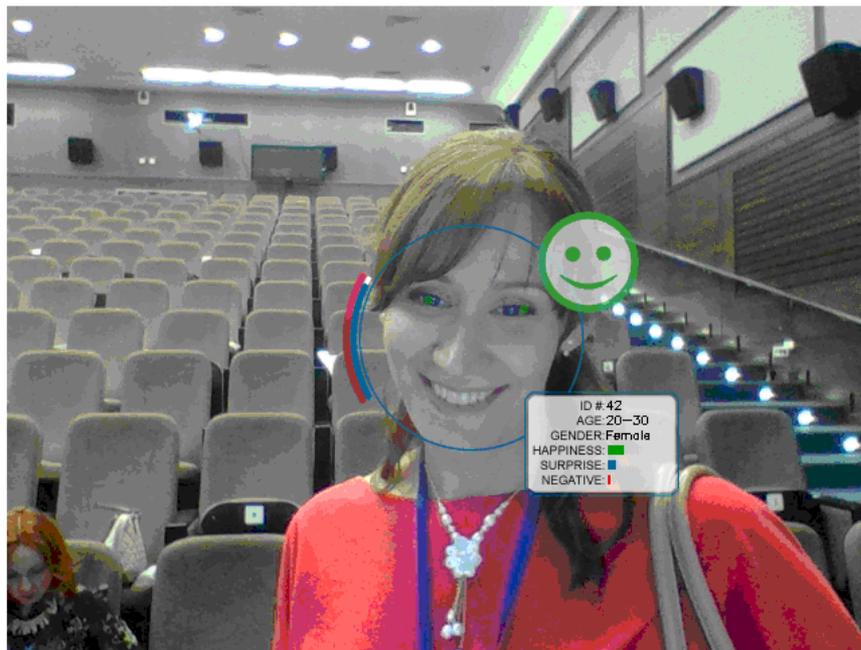
Отображение на одной консоли интегральных показателей с возможностью drill down. Информация для директора магазина

# Приложение Trend Viewer



Возможность увидеть все **Метрики** и **Оценки** в любом временном диапазоне, в любом масштабе и на **ЕДИНОЙ** временной шкале. Позволяет увидеть тренды и установить причинно-следственные связи между показателями.

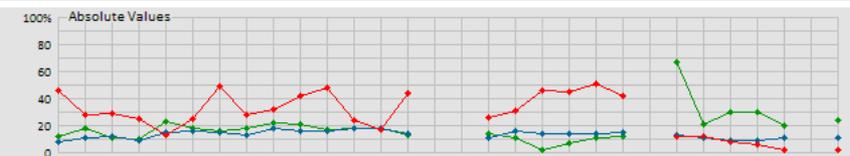
# Приложение ЭмоСкоп



Press 'M' to change mode: Emotion Level

-/+ Max Number of People: 15

● Smile-Index[0.2]: 0.63#3391



Возможность «фотографировать» и квалифицировать эмоциональный отклик покупателя (например, в ответ на Эмоциональный Импульс продавца или кассира).



**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**