

ASSOSECCO

COME GESTIRE UNA MODERNA PULITINTOLAVANDERIA CON PROFITTO MEDIANTE L'ANALISI DEI KPI*

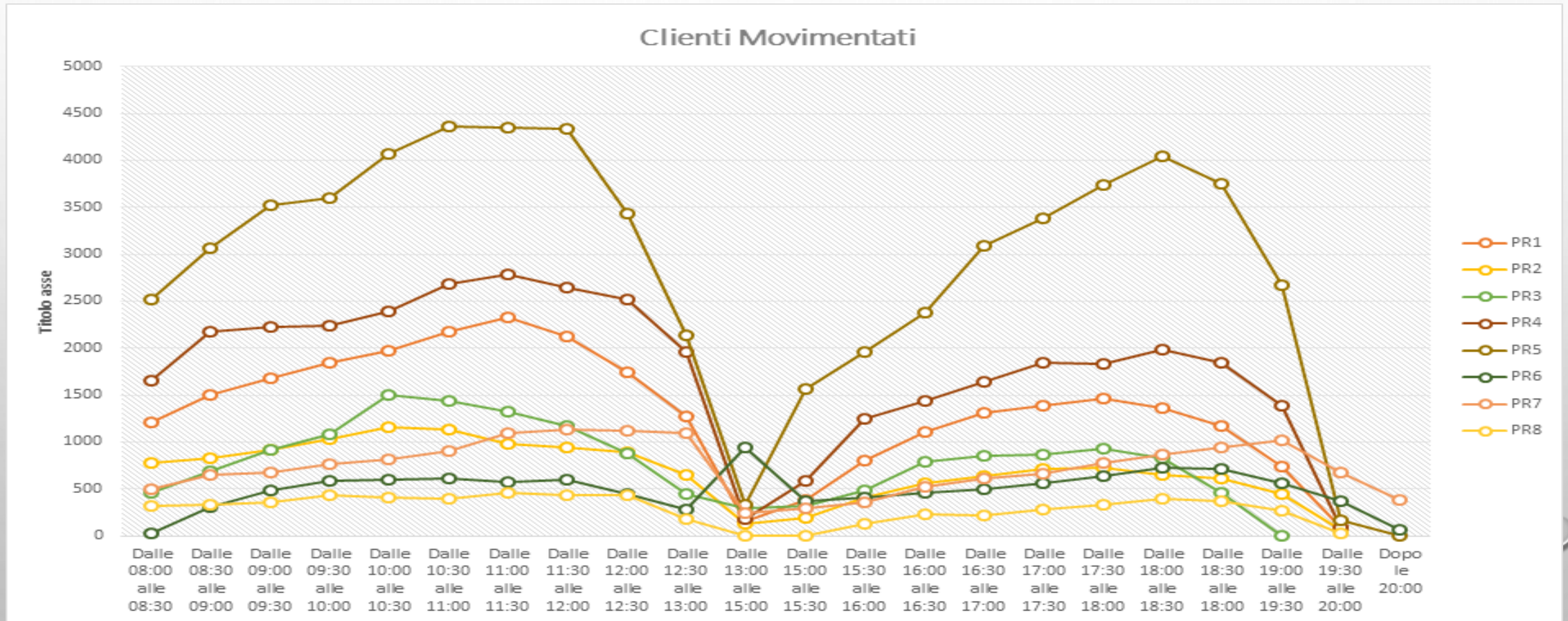
AREA CONTROLLO DI GESTIONE

15/07/2021

*KEY PERFORMANCE INDICATOR

Materiale di proprietà di Assosecco, non riproducibile senza consenso

AFFLUENZA ORARIA



VARIABILI CHE LO INFLUENZANO:

- UBICAZIONE DEL NEGOZIO;
- CONCORRENZA SULLA PIAZZA;
- NOTORIETÀ DELL'INSEGNA;
- NOTORIETÀ DEL NEGOZIO;
- PRIMO IMPATTO DALL'ESTERNO;
- QUALITÀ COMPLESSIVA DELL'ESPERIENZA FATTA DAL CLIENTE SERVENDOSI PRESSO DI NOI;
- POLITICHE DI FIDELIZZAZIONE.

LEVE SU CUI AGIRE:

- CURARE L'INGRESSO;
- CURARE TUTTE LE FASI DEL PROCESSO DI VENDITA;
- AUMENTARE LA NOTORIETÀ DEL NEGOZIO CON:
 - PUBBLICITÀ LOCALE
 - ACCORDI CON ALTRI OPERATORI LOCALI COERENTI
 - ORGANIZZARE IN PROPRIO EVENTI IN NEGOZIO
- SVILUPPARE RELAZIONE CONTINUATIVE CON I CLIENTI

ANALISI FATTURATO

- N° CAPI
- VALORE
- FATTURATO PER MQ.
- N°CAPI/MQ.
- VALORE/MQ.

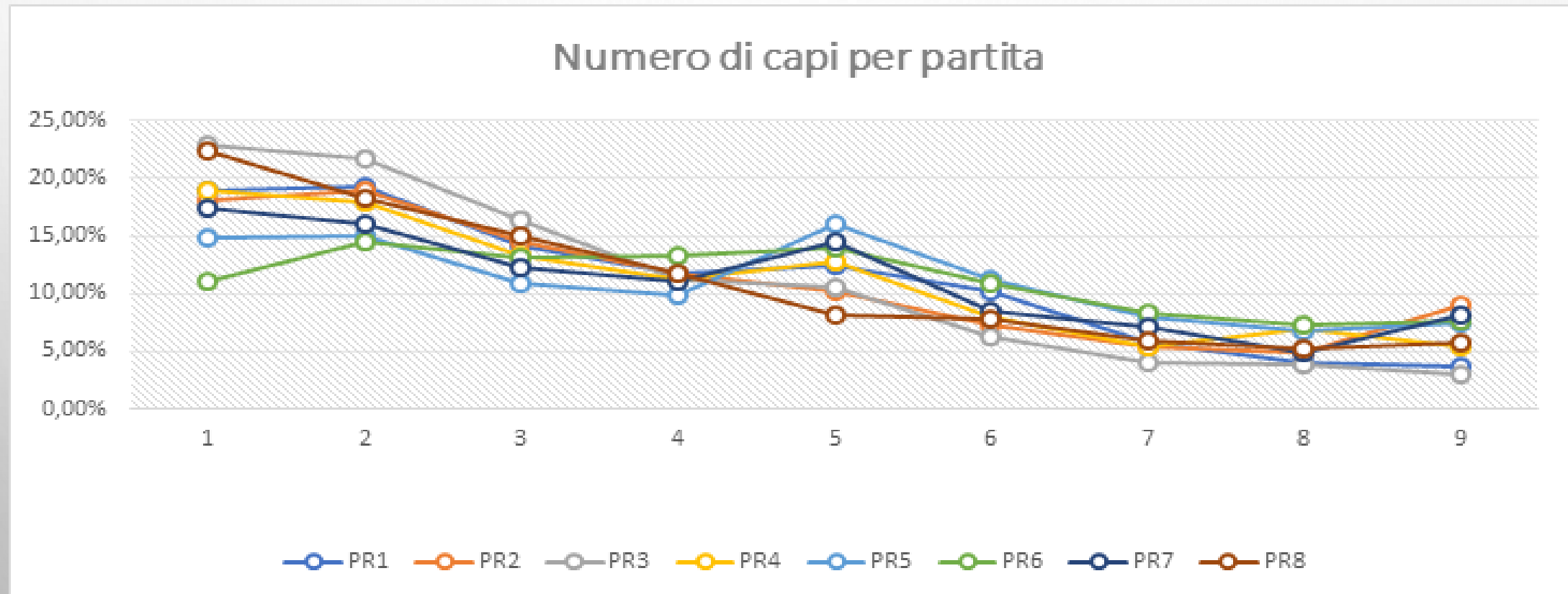
VARIABILI CHE LO INFLUENZANO

- IL CLIENTE TROVA UN SERVIZIO DI CUI APPREZZA LE QUALITÀ;
- NON DEVE FARE LUNGHE FILE;
- TROVA ESATTAMENTE PERSONALE PREPARATO CHE RISPONDE AD OGNI SUA ESIGENZA;
- TROVA UN PREZZO CHE CORRISPONDE ALLE SUE ASPETTATIVE;
- RICEVE UN SERVIZIO DI CUI HA BISOGNO;
- HA ORARI COMODI;
- NON È DISTURBATO DA ALTRI CLIENTI.

LEVE SU CUI AGIRE

- PRESIDARE CON CURA MANIACALE L'IMMAGINE DEL NEGOZIO (PRODOTTI SERVIZI BEN ESPOSTI);
- ALLINEARE I PREZZI ALLE ASPETTATIVE DEI CLIENTI;
- PRESIDARE CON ATTENZIONE MOMENTI DI PUNTA ORGANIZZANDO IL LAVORO IN MANIERA DA MINIMIZZARE IL DISAGIO PER I CLIENTI;
- SVILUPPARE NEGLI ADDETTI AL FRONT OFFICE LA CONOSCENZA AL NOSTRO SERVIZIO DEI PRODOTTI DA VENDERE;
- SVILUPPARE NEGLI ADDETTI AL FRONTO OFFICE LA CAPACITA DI:
 - ACCOGLIERE E SALUTARE IL CLIENTE;
 - INDIVIDUARE IL CLIENTE CHE SI È RIVOLTO A NOI PERCHÉ HA UN'ESIGENZA PARTICOLARE;
 - CHIEDERE AIUTO DAL RETRO NEI MOMENTI DI PUNTA.

N° CAPI MEDI AD ORDINE



VARIABILI CHE LO INFLUENZANO

- CAPACITÀ DEGLI ADDETTI AL FRONT OFFICE DI PROPORRE AL CLIENTE QUALCOSA IN PIÙ

LEVE SU CUI AGIRE

- SVILUPPARE NEI VENDITORI LA CAPACITÀ DI FARE PROPOSTE COMPLEMENTARI ED AGGIUNTIVE.

VALORE MEDIO AD ORDINE

MEDIA VALORE PER PARTITA	
Etichette di riga	Media di Importo
PR1	14,17 €
PR2	13,27 €
PR3	13,87 €
PR4	13,27 €
PR5	14,13 €
PR6	11,88 €
PR7	15,10 €
PR8	14,69 €
Totale complessivo	13,82 €

VARIABILI CHE LO INFLUENZANO

- IL PREZZO DEGLI ARTICOLI MOVIMENTATI;
- TIPOLOGIA DI CAPI CHE VENGONO PORTATI CON PREVALENZA;
- CAPI FACENTI PARTE DI PROMOZIONI;
- CAPACITÀ DEGLI ADDETTI AL FRONT OFFICE DI OFFRIRE ANCHE SERVIZI ACCESSORI.

LEVE SU CUI AGIRE

- UTILIZZO DELLE LAVORAZIONI;
- ESPORRE E CONSIGLIARE PRODOTTI;
- PREPARARE CONFEZIONI MULTIPLE;
- CONSIGLIARE SERVIZI AGGIUNTIVI;
- SVILUPPARE NEGLI ADDETTI AL FRONT OFFICE LA CONOSCENZA DEL PRODOTTO;
- SVILUPPARE NEGLI ADDETTI AL FRONTT OFFICE 3 SPECIFICHE CAPACITÀ:
 - FARE DOMANDE PER CAPIRE LE ESIGENZE DEL CLIENTE;
 - PRESENTARE I NOSTRI SERVIZI USANDO ARGOMENTAZIONI CONVINCENTI;
 - SAPER SUPERARE OBIEZIONI SUL PREZZO DI EVENTUALI LAVORAZIONI APPLICATE.

FEDELTA'

Esempio:					
N° ordini fatti dallo stesso cliente nel mese	N° clienti	N° medio ordini / cliente	% clienti	Totale ordini	% ordini
tra 25 e 30	16	25	8,6%	400	40,0%
tra 8 e 19	30	10	16,1%	300	30,0%
tra 2 e 7	40	5	21,5%	200	20,0%
1	100	1	53,8%	100	10,0%
Totali	186	5,4	100,0%	1000	100,0%

CHE COSA FARE PER MIGLIORARLA

- SODDISFARE I CLIENTI CONOSCENDOLI IN MANIERA DA POTERLI «RICONOSCERE» QUANDO ENTRANO;
- SAPERE COME SI CHIAMANO, CHE LAVORO FANNO, COME È COMPOSTA LA FAMIGLIA;
- CONOSCERE LE LORO PREFERENZE DI ACQUISTO;
- QUESTE PREZIOSE INFORMAZIONI CONSENTIRANNO SCELTE COMMERCIALI PIÙ EFFICACI;
- PER AUMENTARE LA FEDELTA' DEVO ESSERE PIÙ EFFICACE DEI CONCORRENTI NEL SODDISFARE LE SUE ESIGENZE E NELL'OFFRIRGLI VANTAGGI «CUMULATIVI» CIOÈ CHE AUMENTANO CON L'AUMENTARE DELL'IMPORTO CHE QUEL CLIENTE SPENDE.

COSTO DEL PERSONALE E PRODUTTIVITÀ ORARIA

Totale fatturato	20.000,00 €
Totale ore lavorate	480
Totale costo del personale	6.240,00 €
Incidenza sulle vendite	31,2%
Produttività oraria	41,67 €

LEVE SU CUI LO STORE MANAGER (TITOLARE) PUÒ AGIRE

Lo store manager è responsabile dei risultati del negozio, quindi il suo scopo è allo stesso tempo avere una squadra che lavora bene e contenere i costi del personale.

Seguendo i consigli che seguono bisogna stare attenti che questi non influiscano sulla qualità del servizio e sulle competenze delle persone.

- 1) Selezionare con cura le persone in maniera di avere in negozio persone motivate al ruolo che dovranno ricoprire
- 2) Selezionare persone giovani
- 3) Adottare contratti convenienti per il datore di lavoro
- 4) Organizzare turni in coerenza con i flussi della clientela
- 5) Definire processi di lavoro efficienti (evitare operazioni inutili)
- 6) Presidiare i turni e le attività da svolgere ridurre lo straordinario
- 7) Essere presente nel pdv insieme alle persone Front office e dare esempio
- 8) Collegare le retribuzioni ai risultati
- 9) Monitorare il microassenteismo e i comportamenti "laschi" nell'uso del tempo
 - Puntualità nell'orario di ingresso e uscita
 - Rispetto dei tempi di pausa
 - Intervenire con rigore su comportamenti non coerenti con le regole

Lavorare di fino per migliorare il modo in cui si fanno le cose e allo stesso tempo per tenere desta

l'attenzione delle persone nei confronti del cliente, altrimenti è probabile che il risparmio in produttività abbia un impatto negativo sulle vendite.

ONERI DIRETTI DI STRUTTURA

SONO TUTTI I COSTI DI COMPETENZA DEL PDV, SENZA DEI QUALI IL NEGOZIO NON POTREBBE NE ESISTERE NÉ FUNZIONARE; LEVE SU CUI SI PUÒ AGIRE:

- SENSIBILIZZARE IL PERSONALE E MONITORARE GLI SPRECHI;
- USO CORRETTO DELLE UTENZE;
- USO CORRETTO DELLE ATTREZZATURE;
- ATTENZIONE AI MATERIALI DI CONSUMO;
- ATTIVITÀ DI PULIZIA.

CONTO ECONOMICO

Vendite lorde
- iva
= vendite nette
- costo del venduto
= 1° Margine
- rimborso capi rovinati
- differenze inventariali
= 2° Margine
- costo del personale
- costi di struttura
= 3° Margine operativo lordo
- oneri finanziari
+ utili finanziari
= 4° Margine operativo netto