



СИСТЕМНОЕ УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ В МАГАЗИНЕ ВЕЙП ТЕМАТИКИ



Илья Калинин

Бренд менеджмент
URBN E-liquids



Антон Чупин

Маркетинг менеджмент
URBN E-liquids



Rostex

o₁properties



ПЛАН ВЫСТУПЛЕНИЯ

KPI в рителе

Факторы влияющие на конверсию

Мультиканальные конверсии

Life time value

Коммуникация с потребителем

Категорийный менеджмент

Категорийные тактики



КРІ в ритейле

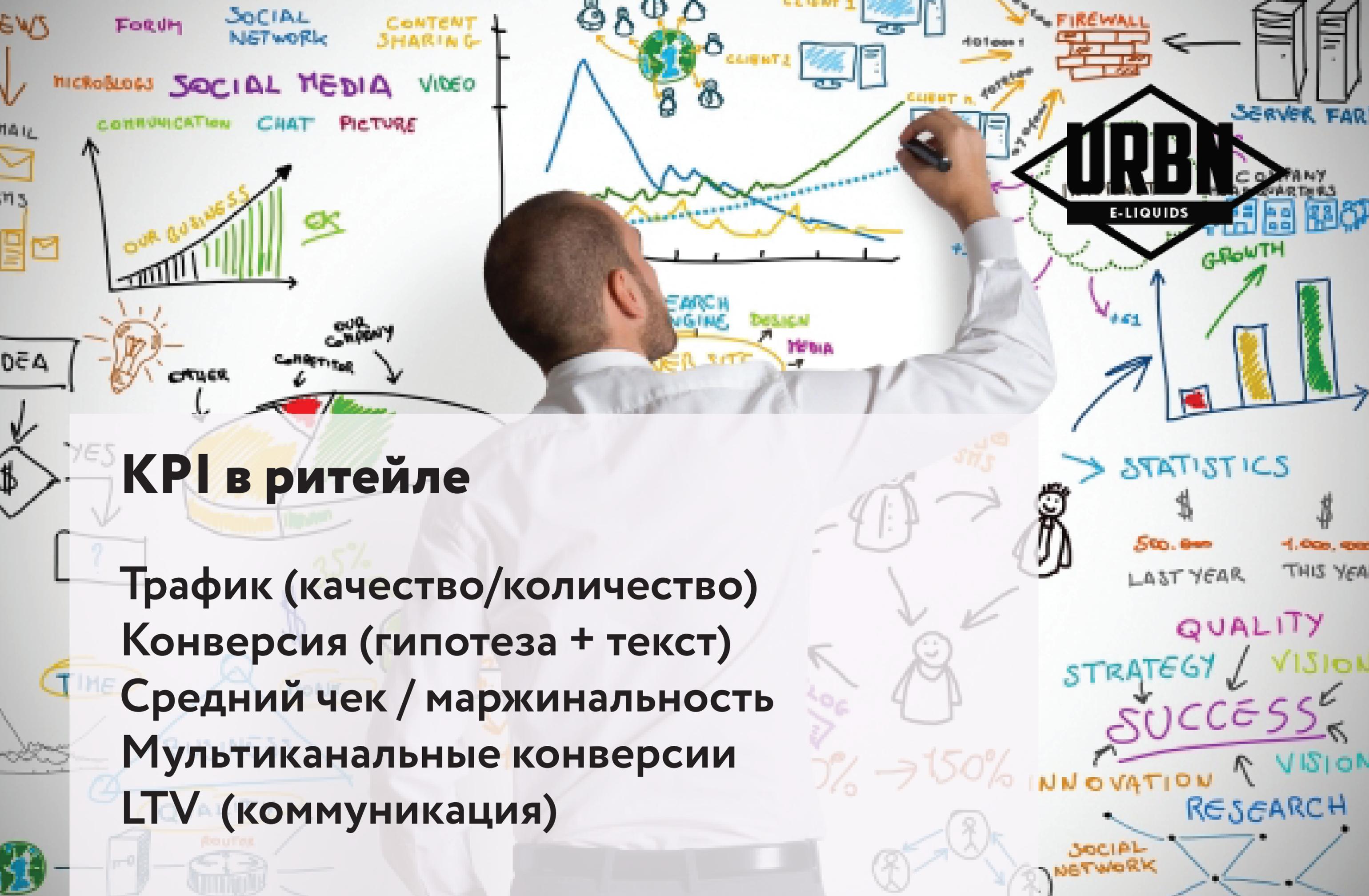
Трафик (качество/количество)

Конверсия (гипотеза + текст)

Средний чек / маржинальность

Мультиканальные конверсии

LTV (коммуникация)



Трафик (качество/количество)



Офф-лайн

- выбор места
- промо акции
- партнерские схемы
- наружная реклама

Он-лайн

- выбор канала
- тестирование креативов
- партнерские схемы
- контент маркетинг

Важно - понимать какая аудитория к вам придет, ориентироваться на нее, понимать ее специфику поведения.

Конверсия



Офф-лайн

- качество трафика
- продавец
- мерчендайзинг
- ценовая политика
- ассортимент

Он-лайн

- качество трафика
- юзабилити
- ассортимент
- ценовая политика
- триггеры

Методика оценки
эффективности

Аналитика

→ Гипотеза > тест > аналитическое заключение

Средний чек / маржинальность



Офф-лайн

- продавец (базис)
- мерчендайзинг
- спец. акции
- UPSALE / CROSSALE
- категорийный менеджмент

Он-лайн

- ассортимент (нишевость)
- юзабилити
- триггеры
- UPSALE / CROSSALE
- категорийный менеджмент

Важно - 3-5-7 подтвержденных гипотез могут увеличить средний чек на 20% - 50%

Мультиканальные конверсии



1. Нашел в он-лайн - купил он лайн
2. Увидел в оф-лайн - нашел в он-лайн - купил
3. Нашел в он-лайн - пришел в оф-лайн - купил
4. Нашел в он-лайн - пришел в оф-лайн - подписался в insta
- увидел в инста - купил он лайн - увидел в инста - купил
- в офлайн

ВАЖНО: изначально выстроив систему мотивирующую коммуницировать с вами через все возможные каналы - вы навсегда увеличите средний показатель LTV



Целевая аудитория здорово человека



Игорь
24 года

Недавно закончил вуз, зарабатывает фрилансом, проектными подработками, холост, часто ходит на вечеринки, следит за событиями в своем городе.

Главное для Игоря - быть актуальной частью городского комьюнити, интересовывать собой, чувствовать все мимолетные изменения и начинающиеся тренды.

Вейп для Игоря - один из актуальных атрибутов, появившихся в городской культуре. Для Игоря важно покупать для себя вкусные жидкости, посещать вейп-шопы, однако, тратить деньги на "премиальные" импортные жидкости по 1500-2000 рублей за 30 мл. он считает неразумным. Он обменивается впечатлениями о жидкостях, которые попробовал, в реальной жизни с друзьями и в сообществах в соц.сетях.

**Целевая
аудитория
Курильщика**

Мужчина, от 18 до 65, средний доход, живет в моем городе.



THE HONLEY - FLAVORS DU JOUR - ALL AROUND
PINK SPOT
NICQUID
ALPHA
SPECIAL -
DEEP BIG BAG
NEWLYP

?

?

?

?

?

?

?

Категорийный менеджмент - концепция работающая на стыке компетенций.

КОМПЕТЕНЦИЯ БРЕНДА

- 1. Знает всё о своем потребителе**
2. Исследует каналы сбыта
3. Занимается пред- и пост-продажной коммуникацией с потребителем своего продукта
4. В курсе новых трендов рынка

КОМПЕТЕНЦИЯ РИТЕЙЛЕРА

- 1. Знает всё о своих покупателях**
2. Организует качественный сервис
3. Знает торговые технологии
4. Выстраивает отношения с покупателем

Категорийный менеджмент



Найти потенциал роста в
КАЖДОЙ категории

Категорийный менеджмент = эффективность

АССОРТИМЕНТА

Оптимизация ассортимента

Оптимизация выкладки

АКЦИЙ

Промо-активность

Презентация акционных продуктов

Минимизация издержек

ЗАПУСКА НОВЫХ ПРОДУКТОВ

Оптимизация активности по выводу новых продуктов на рынок

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ + ПРОДАВЕЦ + ПОТРЕБИТЕЛЬ



**ОБЩАЯ
ВЫГОДА**

Типы стратегий категорий

Увеличение покупательского потока

Увеличение среднего чека

Увеличение прибыли

Привлечение внимания

Усиление имиджа

Примеры категорийных тактик

Ассортиментная
политика



Ценовая
политика



Распределение пространства
в торговом зале и на полке



Промо-активность,
стимулирование продаж



URBN запускает серию рассылок для своих партнеров

Приглашаем всех к сотрудничеству!

ПРАКТИЧЕСКИЕ СОВЕТЫ ДЛЯ ВЕЙП-ШОПОВ ОТ URBN E-Liquids

- Свежие кейсы**
- Лучшие мировые практики**
- Практические инструменты**
- Инструкции по внедрению решений**