

ИСПОЛЬЗУЙТЕ ФИШКИ ЧТОБЫ:

ДЛЯ КРУПНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ

- Рассказать о своих акциях покупателям в шаговой доступности от магазинов. Предлагайте покупателям каждый день скидки на новые группы товаров, ограничьте время действия купонного предложения 1 днем.

**«1 Февраля скидка 20% на все молочные продукты»,
«2 Февраля скидка 10% на мясо и мясные полуфабрикаты» и
«3 Февраля скидка 30% на хлебобулочную продукцию»**



Акции можно спланировать заранее, задав у Фишки дату, когда она станет доступна покупателям в будущем.

- Повышать продажи во всей сети или каждом конкретном магазине. Предложите покупателям небольшую скидку на все покупки в чеке с большим сроком действия.

«Скидка 1% на все покупки в магазинах «Н» в течение 2019 года.»



Фишки могут стать картами постоянных покупателей, привяжите к ним коды карт из вашей системы учета товаров, чтобы автоматизировать работу кассиров.

- Увеличивать продажи в новых магазинах, или на новые товары. Проведите «неделю распродаж», устройте акцию, которая потребует от покупателя прийти в магазин несколько раз в короткий период времени. Для этого предложите покупателям дополнительную привилегию за коллекционирование разных Фишек.

«Собери пять разных Фишек в течение недели и получи скидку 10% на любые покупки, совершаемые до конца месяца.»



Если вы решили использовать механизм «коллекционирования», напишите об этом нам, «коллекционирование» настраивается нашими специалистами по отдельному запросу. В Фишках уже есть готовые коллекции веселых инопланетян и животных, Вы можете придумать и предложить нам свою коллекцию.



ИСПОЛЬЗУЙТЕ СЮРПРИЗ ЧТОБЫ:



Регулировать посещаемость магазинов и увеличивать продажи во время низкой покупательской активности. Делайте покупателям, пришедшим в Ваш магазин, купонные предложения со скидками, действующими в заданное время дня. Покупатель, пришедший к Вам за утром, может получить Сюрприз, который предложит скидку на утреннюю покупку через несколько дней и мотивирует покупателя прийти к вам снова.

«Получите скидку 100 рублей на покупку любого товара, совершаемую с 9-00 до 12-00 понедельника.»

Количество Фишек и Сюрпризов может быть разное в разных магазинах сети. Пока Сюрприз не попал к покупателю, его можно передать от одного магазина другому. При необходимости, вы всегда можете использовать Сюрпризы из акций, запланированных на будущее. Управляйте акциями в сети магазинов централизованно, или передайте часть функционала заведующим.



Стать интересными и «неожиданными» для покупателей. Делайте предложения с солидной скидкой без предупреждений. Пусть покупатели знают, что если они зайдут к вам, то их всегда ждет Сюрприз. Есть только один повод, - покупатель зашел в ваш магазин, и он должен здесь и сейчас принять решение о покупке. Поэтому, очень Важно ограничить время для принятия решения. Например, «Последний шанс подготовиться к лету. Только сегодня скидка 70% на всю обувь из летней коллекции.»

«Последний шанс подготовиться к лету. Только сегодня скидка 70% на всю обувь из летней коллекции.»

Размещайте Сюрпризы на день с запасом, чтобы их хватило всем пришедшим в этот день покупателям, или ограничьте количество Сюрпризов количеством товарных позиций участвующих в Акции. Все сюрпризы, не полученные покупателями, возвращаются вам и могут быть использованы в других акциях.



Расположить посетителей к себе. Расскажите покупателям о своих «социальных» акциях, пригласите к себе на работу, или просто пожелайте хорошего дня. Предложение не обязательно должно приносить выгоду покупателям чтобы они решили потратить больше чем планировали.

«Сегодня мы помогаем бездомным животным и перечисляем 1% от всех покупок в Фонд бездомных животных.» или «Сегодня погода расстраивает снегом с дождем, самое время заварить кофе с неповторимым вкусом. Если кофе заканчивается, то большой выбор лучших сортов можно найти у нас в магазине.»

Регистрируйте свои магазины и места размещения Сюрпризов, указывая Ваш логотип или фотографию входной группы, чтобы покупатель узнавал ваш бренд. «свое дело».

