

Data: 30.11.2020 r.

Przedmiot: ORGANIZOWANIE SPRZEDAŻY TOWARÓW

29. Temat : Zasady rozmieszczania towarów w sali sprzedażowej i magazynie.

Podziału przestrzeni sklepowej dokonuje się (w zależności od zapotrzebowania) na: płeć, wiek, kolekcję, przeznaczenie i marki. Jeżeli decydujemy się na podział ze względu na płeć, musimy tak zaaranżować przestrzeń, by klienci mogli skonsultować swój wybór. Segmentacja ze względu na wiek wpłynie z kolei na zastosowaną kolorystykę oraz wyposażenie. Segregacja na kolekcje wymusza trzymanie się określonego stylu, a ze względu na przeznaczenie – oferuje szerszy wybór określonego produktu.

Wyróżnia się **4 główne strefy** w sklepie: - **strefę wejścia**, czyli przestrzeń, w której mamy okazję zachęcić klienta do wejścia do naszego lokalu – możemy to zrobić na przykład za pomocą ciekawej ekspozycji, wyprzedaży; - **strefę wyboru**, w której klient zapoznaje się z ofertą sklepu i wybiera produkty do testowania; - **strefę testowania** – tam klient przymierza, porównuje, testuje produkty po to, by dokonać ostatecznego wyboru; - **strefę zakupu** – ostatnia sfera – klient przechodzi do kasy i płaci za towary, które go zainteresowały.

Jeżeli chodzi o **strefę wejścia** – klient zazwyczaj, wchodząc do sklepu może wybrać, czy swoje zakupy będzie kolekcjonować w koszyku czy w wózku. Z punktu widzenia sprzedaży lepiej, gdy konsument wybierze wózek – jest większy, zatem zmieści więcej produktów. Ponadto wózek pełen produktów wpływa na odbiór wizualny – inni także kupują więcej. Innym trickiem dotyczącym strefy wejścia jest umieszczenie w niej działów z kwiatami i świeżym pieczywem. Działy te sprawiają, że klient zostanie zachęcony zapachem do dalszych zakupów – aromat pieczywa pobudzi się jego ośrodki głodu, zapach kwiatów wywoła dobre skojarzenia i wprowadzi w lepszy nastrój.

Sfera wyboru powinna być tak zorganizowana, by klient miał okazję zapoznać się z jak największą liczbą produktów, zatem produkty mleczne oraz artykuły podstawowe umieszcza się na końcu sklepu – wówczas konsument musi przejść przez wszystkie działy. Oczywiście, z czasem stali klienci uczą się układu sklepu, w związku z czym zaleca się przeorganizowywanie jego układu przynajmniej raz w roku. Złota zasada tej strefy – asortymenty przynoszące największe zyski powinny być ustawione na wysokości oczu kupującego – wówczas osiąga się najwyższą sprzedaż danego artykułu. Podobnie z produktami dla najmłodszych – należy je umieszczać na wysokości wzroku dzieci. Z kolei wyeksponowanie jednego lub dwóch produktów na oddzielnej półce np. na końcu alejki, wraz z dużych rozmiarów ceną sprawia wrażenie okazji lub promocji, pomimo tego, iż produkt jest w regularnej cenie.

Klienta przechodzącego do **sfery testowania** można zainteresować wystawami z próbkami nowych produktów – wpłynie to na wydłużenie u danej osoby procesu robienia zakupów, pozwoli jej zapoznać się z nowym asortymentem. Innymi sposobami na spowolnienie kupujących jest włączenie wolnej i spokojnej muzyki, a także wyłożenie podłogi małymi płytkami, które sprawiają, iż przesuwający się po nich wózek wydaje się głośniejszy, co sprawia, iż klient odnosi wrażenie, że się spieszy, więc... zwalnia.

Najbardziej dochodowym obszarem sklepu są miejsca przed kasą – czyli **sfera zakupu**. Zazwyczaj umieszcza się w niej magazyny – klienci chętnie je przeglądają stojąc w kolejce, a następnie kupują, by

na przykład dokończyć artykuł. W tym miejscu wykłada się także słodycze, produkty skierowane do dzieci. Pocięchy czekające wraz z rodzicami mają chwilę, aby przekonać rodziców do tego, by kupili dla nich jeszcze jakiś niewielki drobiazg.

Układanie i rozmieszczanie towaru w sklepie

Planując rozmieszczenie towarów w sklepie można się zdecydować na układ zapewniający sąsiedztwo towarów komplementarnych (uzupełniających) lub też ułożyć je, kierując się danym asortymentem. Pierwszy układ polega na umieszczaniu obok siebie towarów, których najczęściej używa się wspólnie (np. sztuce, obrusy, zastawa stołowa), natomiast drugi stosuje się, gdy dobieramy towary pod względem grup asortymentowych, a następnie dzielimy na działy i według nich rozmieszczamy produkty, np. dział z wyposażeniem do łazienki, dział będący inspiracją do tego, jak zaaranżować pokój dziecka.

Towary należy grupować uwzględniając kolor, kształt oraz wielkość artykułów – tak, by całość kompozycji była harmonijna. Najlepiej także zrezygnować ze skomplikowanych, wymyślnych aranżacji – piramida z puszek może odstraszyć klientów, którzy w obawie przed zawaleniem się całej konstrukcji, nie sięgną po artykuł.

Co istotne, duże znaczenie dla odpowiedniego rozmieszczenia asortymentu ma także częstotliwość dokonywania zakupu danego artykułu, a także objętość i waga (najbardziej gabarytowe produkty powinny być umieszczone przy kasach, wyjściu ze sklepu, by klient nie musiał z nimi chodzić po całej hali).

Kolejna kwestia, na którą trzeba zwrócić uwagę to estetyka sklepu – lokal musi być utrzymywany w nienagannej czystości, podobnie jak asortyment – w żadnym wypadku nie może być zakurzony, uszkodzony czy zabrudzony.

Coraz częściej zwraca się także uwagę na znaczenie obsługi posprzedażowej – warto zadbać o to, by klient otrzymał zakupiony produkt estetycznie zapakowany – ładne opakowanie jest wisienką na torcie, dopełnieniem pozytywnego stanu emocjonalnego, który towarzyszy klientom po udanych zakupach.

Data: 30.11.2020 r.

Przedmiot: ORGANIZOWANIE SPRZEDAŻY TOWARÓW

30. Temat : Przepisy prawa dotyczące odpowiedzialności materialnej pracowników w handlu.

Pracownik, który jest zatrudniony w firmie, ponosi odpowiedzialność materialną za swoje działania. Ma to na celu umożliwienie pracodawcy dochodzenia ewentualnych roszczeń za wyrządzoną szkodę lub mienie powierzone. Odpowiedzialność materialna pracownika powstaje w momencie powstania szkody w majątku pracodawcy.

Występują dwa rodzaje odpowiedzialności materialnej pracownika:

- odpowiedzialność pracownika za szkodę wyrządzoną pracodawcy,

- odpowiedzialność za mienie powierzone pracownikowi.

Odpowiedzialność materialna pracownika za szkodę wyrządzoną pracodawcy

Aby można było mówić o takiej odpowiedzialności materialnej, muszą łącznie zaistnieć dwa warunki:

- pracodawca poniósł szkodę,
- szkoda była spowodowana niewykonaniem, lub nienależytym wykonaniem obowiązków pracowniczych z winy pracownika.

Przepisy nie określają definicji naruszenia obowiązków czy nienależytego ich wykonania. Może to nastąpić wskutek podjęcia nieodpowiednich działań lub niepodjęcia ich wcale.

Za wyrządzoną szkodę pracodawca może żądać odszkodowania.

Jeżeli szkoda została przez pracownika wyrządzona nieumyślnie, wtedy wysokość odszkodowania nie może przekroczyć kwoty trzymiesięcznego wynagrodzenia pracownika. Jeżeli szkoda została wyrządzona umyślnie, pracownik zobowiązany jest do naprawienia szkody w całości. Umyślna szkoda występuje zawsze, gdy pracownik dokonał czynu z zamiarem bezpośrednim lub ewentualnym. Na pracodawcy ciąży obowiązek wykazania, że pracownik jest odpowiedzialny za szkodę.

W razie wyrządzenia szkody przez kilku pracowników, każdy z nich ponosi odpowiedzialność stosownie do swojej winy. Jeżeli proporcji takich nie da się ustalić, wtedy wszyscy odpowiadają w częściach równych.

W razie wyrządzenia szkody osobie trzeciej przez pracownika przy wykonywaniu przez niego obowiązków pracowniczych, zasadniczo wyłącznie pracodawca jest zobowiązany do naprawienia takiej szkody. Pracodawca posiada ten obowiązek tylko w zakresie wykonanej przez pracownika szkody.

Odpowiedzialność za mienie powierzone pracownikowi

Głównymi zasadami charakteryzującymi tę odpowiedzialność są:

- pełna odpowiedzialność pracownika za powstałą szkodę,
- domniemanie winy pracownika.

Mieniem powierzonym mogą być: pieniądze, papiery wartościowe lub kosztowności, narzędzia i instrumenty czy podobne przedmioty, a także środki ochrony indywidualnej oraz odzież i obuwie robocze.

Pracownik może zwolnić się od takiej odpowiedzialności, ale tylko udowadniając, że szkoda powstała z przyczyn od niego niezależnych, a w szczególności wskutek niezapewnienia przez pracodawcę warunków umożliwiających zabezpieczenie powierzonego mienia.

Ważną kwestią jest to, aby mienie zostało powierzone w sposób prawidłowy, tj. aby pracodawca wydał ściśle określone mienie, którego rodzaj, ilość i wartość są znane pracownikowi i którego posiadanie objął po uprzednim wyrażeniu na to zgody.

Podpisanie przez pracownika oświadczenia o ponoszeniu odpowiedzialności materialnej ma jedynie znaczenie dowodowe. Ponosi on odpowiedzialność od chwili prawidłowego powierzenia mienia.

Mienie może również zostać powierzone kilku osobom jednocześnie, poprzez przyjęcie przez nich wspólnej odpowiedzialności materialnej. Wówczas pracownicy odpowiadają w częściach określonych

w umowie, chyba że zostanie ustalone, że szkoda została spowodowana w całości lub w części tylko przez niektórych z nich.

Odszkodowanie dla pracodawcy

Odszkodowanie zależy od woli pracodawcy, który może żądać od pracownika zadośćuczynienia na drodze sądowej, podpisując ugodę lub dokonując potrącenia z jego wynagrodzenia za pracę jedynie w przypadku wyrażenia zgody na piśmie.

Odpowiedzialność materialna pracownika wymaga podpisania stosownego oświadczenia. Jeśli pracodawca nie dopełnił formalności nie ma prawa, bez udowodnienia odpowiedzialności pracownika, potrącać żadnej kwoty z jego wynagrodzenia.

W żadnym wypadku natomiast nie można przyjąć, że samowolne potrącanie przez pracodawcę z wynagrodzenia pracowniczego jakichkolwiek kwot na pokrycie szkód w mieniu jest dopuszczalne, jeżeli pracownik nie podpisał umowy o odpowiedzialności materialnej.

Pracodawca może potrącić należności z wynagrodzenia pracownika wyłącznie za jego zgodą wyrażoną na piśmie. W przeciwnym razie działania pracodawcy należy uznać za bezprawne.

Rozróżnia się dwa rodzaje odpowiedzialności materialnej pracownika i od tego zależy w jaki sposób pracownik będzie odpowiadał za szkodę. W niektórych przypadkach pracodawca będzie mógł żądać od pracodawcy zadośćuczynienia na drodze sądowej.

Kodeks pracy

Dział piąty - Odpowiedzialność materialna pracowników (art. 114 - 127)

Dział piąty Kodeksu pracy zawiera przepisy poruszające zagadnienia związane z odpowiedzialnością materialną pracowników. Dział V podzielony jest na dwa rozdziały: odpowiedzialność pracownika za szkodę wyrządzoną pracodawcy oraz odpowiedzialność za mienie powierzone pracownikowi.

DZIAŁ PIĄTY

Odpowiedzialność materialna pracowników

Rozdział I

Odpowiedzialność pracownika za szkodę wyrządzoną pracodawcy

Art. 114. Pracownik, który wskutek niewykonania lub nienależytego wykonania obowiązków pracowniczych ze swej winy wyrządził pracodawcy szkodę, ponosi odpowiedzialność materialną według zasad określonych w przepisach niniejszego rozdziału.

Art. 115. Pracownik ponosi odpowiedzialność za szkodę w granicach rzeczywistej straty poniesionej przez pracodawcę i tylko za normalne następstwa działania lub zaniechania, z którego wynikła szkoda.

Art. 116. Pracodawca jest obowiązany wykazać okoliczności uzasadniające odpowiedzialność pracownika oraz wysokość powstałej szkody.

Art. 117. § 1. Pracownik nie ponosi odpowiedzialności za szkodę w takim zakresie, w jakim pracodawca lub inna osoba przyczyniły się do jej powstania albo zwiększenia.

§ 2. Pracownik nie ponosi ryzyka związanego z działalnością pracodawcy, a w szczególności nie odpowiada za szkodę wynikłą w związku z działaniem w granicach dopuszczalnego ryzyka.

§ 3. (uchylony)

Art. 118. W razie wyrządzenia szkody przez kilku pracowników każdy z nich ponosi odpowiedzialność za część szkody stosownie do przyczynienia się do niej i stopnia winy. Jeżeli nie jest możliwe ustalenie stopnia winy i przyczynienia się poszczególnych pracowników do powstania szkody, odpowiadają oni w częściach równych.

Art. 119. Odszkodowanie ustala się w wysokości wyrządzonej szkody, jednak nie może ono przewyższać kwoty trzymiesięcznego wynagrodzenia przysługującego pracownikowi w dniu wyrządzenia szkody.

Art. 120. § 1. W razie wyrządzenia przez pracownika przy wykonywaniu przez niego obowiązków pracowniczych szkody osobie trzeciej, zobowiązany do naprawienia szkody jest wyłącznie pracodawca.

§ 2. Wobec pracodawcy, który naprawił szkodę wyrządzoną osobie trzeciej, pracownik ponosi odpowiedzialność

przewidzianą w przepisach niniejszego rozdziału.

Art. 121. § 1. Jeżeli naprawienie szkody następuje na podstawie ugody pomiędzy pracodawcą i pracownikiem, wysokość odszkodowania może być obniżona, przy uwzględnieniu wszystkich okoliczności sprawy, a w szczególności stopnia winy pracownika i jego stosunku do obowiązków pracowniczych.

§ 2. Przy uwzględnieniu okoliczności wymienionych w § 1 wysokość odszkodowania może być także obniżona przez sąd pracy; dotyczy to również przypadku, gdy naprawienie szkody następuje na podstawie ugody sądowej.

Art. 121.1. § 1. W razie niewykonania ugody przez pracownika, podlega ona wykonaniu w trybie przepisów Kodeksu postępowania cywilnego, po nadaniu jej klauzuli wykonalności przez sąd pracy.

§ 2. Sąd pracy odmówi nadania klauzuli wykonalności ugodzie, jeżeli ustali, że jest ona sprzeczna z prawem lub zasadami współżycia społecznego.

Art. 122. Jeżeli pracownik umyślnie wyrządził szkodę, jest obowiązany do jej naprawienia w pełnej wysokości.

Art. 123. (uchylony)

Rozdział II

Odpowiedzialność za mienie powierzone pracownikowi

Art. 124. § 1. Pracownik, któremu powierzono z obowiązkiem zwrotu albo do wyliczenia się:

1) pieniądze, papiery wartościowe lub kosztowności,
2) narzędzia i instrumenty lub podobne przedmioty, a także środki ochrony indywidualnej oraz odzież i obuwie robocze, odpowiada w pełnej wysokości za szkodę powstałą w tym mieniu.

§ 2. Pracownik odpowiada w pełnej wysokości również za szkodę w mieniu innym niż wymienione w § 1, powierzonym mu z obowiązkiem zwrotu albo do wyliczenia się.

§ 3. Od odpowiedzialności określonej w § 1 i 2 pracownik może się uwolnić, jeżeli wykaże, że szkoda powstała z przyczyn od niego niezależnych, a w szczególności wskutek niezapewnienia przez pracodawcę warunków umożliwiających zabezpieczenie powierzonego mienia.

Art. 125. § 1. Na zasadach określonych w art. 124 pracownicy mogą przyjąć wspólną odpowiedzialność materialną za mienie powierzone im łącznie z obowiązkiem wyliczenia się. Podstawą łącznego powierzenia mienia jest umowa o współodpowiedzialności materialnej, zawarta przez pracowników z pracodawcą na piśmie pod rygorem nieważności.

§ 2. Pracownicy ponoszący wspólną odpowiedzialność materialną odpowiadają w częściach określonych w umowie. Jednakże w razie ustalenia, że szkoda w całości lub w części została spowodowana przez niektórych pracowników, za całość szkody lub za stosowną jej część odpowiadają tylko sprawcy szkody.

Art. 126. § 1. Rada Ministrów określi w drodze rozporządzenia zakres i szczegółowe zasady stosowania przepisów art. 125 oraz tryb łącznego powierzenia mienia.

§ 2. Rada Ministrów, w drodze rozporządzenia, może określić warunki odpowiedzialności za szkodę w mieniu, o którym mowa w art. 124 § 2 i w art. 125:

1) w ograniczonej wysokości, ustalonej tym rozporządzeniem;
2) na zasadach przewidzianych w art. 114–116 i 118.

Art. 127. Do odpowiedzialności określonej w art. 124–126 stosuje się odpowiednio przepisy art. 117, 121, 121.1 i 122.

Data: 30.11.2020 r.

Przedmiot: ORGANIZOWANIE SPRZEDAŻY TOWARÓW

31. Temat : Inwentaryzacja towarów.

Podstawowym terminem przeprowadzenia spisu z natury jest ostatni dzień roku obrotowego. Jednak czynności spisowe można rozpocząć już trzy miesiące przed jego zakończeniem, a skończyć do 15 dnia po zakończeniu roku obrotowego.

W sytuacji gdy w przedsiębiorstwie rok obrotowy pokrywa się z rokiem kalendarzowym, termin ten przypada w br. na okres od 1 października 2020 r. do 15 stycznia 2021 r. Inwentaryzacja polega na ustaleniu rzeczywistego stanu aktywów i pasywów przedsiębiorstwa na zakończenie danego roku obrotowego.

Zgodnie z ustawą o rachunkowości inwentaryzacja to obowiązkowy element rachunkowości przedsiębiorstwa. Poprzedza ona sporządzenie sprawozdania finansowego oraz rocznego zamknięcia ksiąg rachunkowych.

Inwentaryzacja jest ważnym procesem w przedsiębiorstwie, dzięki niej można sprawdzić rzetelność zapisów księgowych, wykonanych sprawozdań oraz zgodności stanu księgowego ze stanem rzeczywistym. Inwentaryzacja jest również kontrolą prawidłowości obrotu mieniem jednostki, przeciwdziałaniem nieprawidłowościom oraz rozliczeniem osób odpowiedzialnym za to mienie. Każda jednostka zobowiązana jest do rzetelnego i jasnego przedstawienia swojej sytuacji majątkowej i wyniku finansowego. Dlatego tak ważne jest sprawdzenie prawidłowości obrotu majątkiem przedsiębiorstwa.

Ustalenie właściwych procedur

Ustawa o rachunkowości określa terminy i częstotliwość przeprowadzania inwentaryzacji. Jednak nie określa sposobów jej przeprowadzenia. Inwentaryzacja jest procesem, który zajmuje dużo czasu. Dlatego warto w firmie wypracować procedury, które ułatwią i usprawnią te działania. Za jej przeprowadzenie w formie spisu z natury, odpowiedzialny jest kierownik jednostki. Nie może tego obowiązku scedować na osoby trzecie.

W 2016 r. ukazało się stanowisko Komitetu Standardów Rachunkowości w sprawie inwentaryzacji drogą spisu z natury zapasów materiałów, towarów, wyrobów gotowych i półproduktów, które podpowiada w jaki sposób usprawnić te działania.

Komisja inwentaryzacyjna

Obowiązkiem kierownika jednostki jest powołanie komisji inwentaryzacyjnej i wyznaczenie jej przewodniczącego. Do zadań komisji należy zorganizowanie i przeprowadzenie inwentaryzacji oraz wyjaśnienie ewentualnych różnic. W jej skład powinny wchodzić osoby, które mają wiedzę i umiejętności dotyczące prowadzenia inwentaryzacji w szczególności z zakresu sposobów i technik przeprowadzania spisu, dokumentowania jej wyników a także, oceny przydatności zapasów. W skład zespołu nie powinny wchodzić osoby, które są:

- odpowiedzialne za zapasy objęte spisem,
- prowadzące ewidencję księgową w zakresie objętym spisem,
- niezdolne zapewnić rzetelność i bezstronność spisów, w szczególności chodzi tu o osoby, które mają dostęp do zapisów stanów magazynowych.

Kierownik jednostki powinien wydać dokumenty, dotyczące sposobu przeprowadzania inwentaryzacji, w szczególności zarządzenie o inwentaryzacji, harmonogram jej przeprowadzania oraz instrukcję inwentaryzacyjną, która wprowadza zasady ułatwiające organizację i właściwy przebieg inwentaryzacji.

W przedsiębiorstwach, które zajmują znaczny obszar a zapasy składowane są w różnych miejscach, warto przygotować plan sytuacyjny – mapę terenu jednostki, która zawiera zaznaczenie miejsca składowania poszczególnych zapasów, określa asortyment oraz osobę za niego odpowiedzialną. Przed rozpoczęciem inwentaryzacji, osoby wyznaczone do jej

przeprowadzenia powinny zostać przeszkolone oraz otrzymać komplet odpowiednio oznakowanych dokumentów – arkuszy spisowych. Spis z natury powinien odbyć się w wyznaczonym czasie i miejscu, a także przeprowadzony przez wyznaczone do tego osoby. Po przeprowadzeniu inwentaryzacji oraz wypisaniu arkuszy w sposób czytelny i uniemożliwiający wprowadzanie do nich zmian i dopisków przez osoby do tego nieupoważnione, wyniki są porównywane z zapisami księgowymi. Księgowy porównując zapisy, określa ewentualne różnice. Pojawiające się różnice należy wyjaśnić i podjąć odpowiednie działania.

Kierownik jednostki może również zlecić przeprowadzenie inwentaryzacji drogą spisu z natury, podmiotom zewnętrznym na zasadzie outsourcingu.

Inwentaryzacja – częstotliwość i terminy spisu z natury

Podstawowym terminem przeprowadzenia spisu z natury jest ostatni dzień roku obrotowego. Jednak czynności spisowe mogą rozpocząć się w ostatnim kwartale roku obrotowego a jej zakończenie musi nastąpić do 15 dnia po zakończeniu roku obrotowego. **Ustawa o rachunkowości określa szczegółowe terminy przeprowadzenia inwentaryzacji:**

Ostatni dzień roku obrotowego:

- aktywa pieniężne (krajowe środki płatnicze, waluty obce, dewizy) – spis z natury;
- papiery wartościowe w postaci materialnej – spis z natury;
- papiery wartościowe w formie zdematerializowanej – potwierdzenie sald;
- rzeczowe składniki aktywów obrotowych (produkty gotowe, produkty w toku produkcji, półprodukty, materiały i towary) odpisywane w koszty w momencie ich zakupu lub wytworzenia – spis z natury.

Ostatni kwartał roku obrotowego do 15 dnia po zakończeniu roku obrotowego:

- składników aktywów – z wyłączeniem aktywów pieniężnych, papierów wartościowych, produktów w toku produkcji oraz materiałów, towarów i produktów gotowych zapasów towarów i materiałów (opakowań) objętych ewidencją wartościową w punktach obrotu detalicznego jednostki – spis z natury;
- należności – potwierdzenie salda;
- aktywa finansowe zgromadzone na rachunkach bankowych lub przechowywane przez inne jednostki- potwierdzeni sald.

Raz w roku:

- zapasów towarów i materiałów (opakowań) objętych ewidencją wartościową w punktach obrotu detalicznego jednostki oraz zapasów drewna w jednostkach prowadzących gospodarkę leśną – spis z natury.

Raz w ciągu dwóch lat:

- zapasów materiałów, towarów, produktów gotowych i półproduktów znajdujących się w strzeżonych składowiskach i objętych ewidencją ilościowo-wartościową – spis z natury.

Raz w ciągu czterech lat:

- nieruchomości zaliczonych do środków trwałych oraz inwestycji, jak też znajdujących się na terenie strzeżonym innych środków trwałych oraz maszyn i urządzeń wchodzących w skład środków trwałych w budowie – spis z natury.

Data: 30.11.2020 r.

Przedmiot: ORGANIZOWANIE SPRZEDAŻY TOWARÓW

32. Temat : Powtórzenie materiału i sprawdzenie wiadomości.

W ramach powtórzenia zapraszam Was do obejrzenia bardzo ciekawego materiału

Na kanale youtube :

<https://www.youtube.com/watch?v=Z571txoSUWU>

<https://www.youtube.com/watch?v=JPdWI5HrAMo>

<https://www.youtube.com/watch?v=MRSHOzMnuUs>

<https://www.youtube.com/watch?v=MRSHOzMnuUs>

<https://www.youtube.com/watch?v=IPWAAPRHWfw>

https://www.youtube.com/watch?v=HwnqgAN_dCA

<https://www.youtube.com/watch?v=lriD4Zu2MW4>

<https://www.youtube.com/watch?v=gq8wLirRjx0>

<https://www.youtube.com/watch?v=UsvgbRjvTuw>

Na Zachodzie, shop doctor jest prężnie rozwijającym się zawodem. Z jego usług korzystają nie tylko wielkie sklepy odzieżowe, ale również właściciele salonów meblowych, samochodowych czy sklepów spożywczych. Właściwie nie ma branży związanej z handlem, w której shop doctor nie byłby pomocny.

Celem współpracy między takim specjalistą, a punktem handlowym jest sprawienie, by wizyta klienta w danym sklepie była przyjemnym doświadczeniem, oczywiście zakończonym zakupem. Shop doctor analizuje wszystko – od światła, przez ułożenie regałów, po strzałki informacyjne. W Polsce prekursorem zawodu jest **dr Marek Borowiński** – absolwent ASP, specjalista od psychologii koloru oraz visual merchendingu, właściciel firmy Shop Doctor. Sklepy, które skorzystały z jego usług zanotowały wzrost sprzedaży swoich produktów oraz większe zadowolenie wśród klientów. Na czym polega ten zawód?

Dlaczego shop doctor widzi więcej niż Ty?

Przede wszystkim, patrzy na sklep z perspektywy klienta. Niektóre strefy, misternie zaplanowane przez właściciela, mogą wydawać się mu genialnym rozwiązaniem. Co jeśli, robiący zakupy, wcale nie czuje się w nich dobrze? Shop doctor pokazuje, jak sprawić, by sklep był miejscem przyjaznym konsumentom i odpowiadającym ich potrzebom. Zdarza się, że rozwiązania logistyczne, które wymyślają pracownicy, są zupełnie niezrozumiałe dla odwiedzających. Czynnikiem jest mnóstwo – od zbyt wąskich alejek, przez słabe światło, na złym rozmieszczeniu produktów kończąc. Shop doctor przeprowadza analizę złych i dobrych rozwiązań w sklepie, po to, by pokazać właścicielom, jakie konkretne zmiany powinni wprowadzić w sklepie. Specjalista od Visual Merchendingu, to osoba obiektywna, patrząca oczami konsumenta, ale mająca ogromną wiedzę na temat obsługi klienta w sklepie. W sklepie sprawdza bariery wizualne (czyli identyfikuje się wszystkie te aspekty, które mogą przeszkadzać w zauważeniu danej rzeczy), porządek ułożenia produktów, oznaczenia np. jeśli sklep wprowadził eko-żywność czy jest ona w jednym miejscu, oznakowana. W przypadku, dajmy na to,

sklepów meblowych bardzo ważne jest, aby zachęcić klientów do maksymalnego wydłużenia swojego pobytu w takim punkcie usługowym

Jakie są częste błędy w ekspozycji?

Dr M. Borowiński zwraca uwagę między innymi, na faworyzowanie niektórych produktów, względem innych. Tak dzieje się czasami w salonach motocyklowych. Właściciel, zakochany w motocyklach, przywiązuje szczególną uwagę do ich ekspozycji, a zaniedbuje część salonu z akcesoriami. Chociaż na dodatkach ma wyższą marżę, są one częściej kupowane. - *Powiększa się grupa kobiet jeżdżących na motocyklach i do nich skierowane są linie ubrań i akcesoriów do jazdy. Ale klientki niechętnie wejdą w przestrzeń z ubraniami, które są niechlujnie rozrzucone, jak w starej hurtowni rodem z PRL-u* – mówi **dr Borowiński**. Trzeba zwrócić uwagę na potrzeby i przyzwyczajenia danego klienta, żeby przystosować swój sklep pod jego wymagania. Innym błędem jest tworzenie stref w sklepie, które nie zachęcają kupujących do odwiedzin. Mogą to być zbyt wąskie alejki, złe oznakowanie lub bariery wizualne w postaci zbyt nisko zawieszonych banerów. Zadaniem shop doctora jest wypracowanie, wspólnie z właścicielem sklepu, rozwiązań jakie można wprowadzić, by zwiększyć zyski z biznesu.

Ocena pracowników

Shop doctor podczas swojej wizyty ocenia również zaangażowanie pracowników obsługujących klienta i pokazuje w jaki sposób zwiększyć skuteczność sprzedawców. Podstawą przy sprzedaży, dajmy na to projektu w sklepie meblowym jest analiza potrzeb zamawiającego. Trzeba jak najlepiej poznać jego oczekiwania, żeby stworzyć projekt wymarzonego pomieszczenia, ale też uważać, by podczas rozmowy nie wdawać się w tematy dotyczące jego życia osobistego. Klienci bardzo lubią opowiadać swoje historie, które dla projektanta niekoniecznie są przydatne. Sprzedawca powinien wykorzystać pozycję autorytetu i wiedzy profesjonalisty w celu dopasowania idealnego projektu dla klienta. Badania pokazują, że im więcej rozwiązań przedstawimy kupującemu, tym trudniej będzie mu się zdecydować. Pracownicy muszą przedstawić ofertę sklepu, w taki sposób, aby była ona bogata, ale też zrozumiała dla klienta.

Jak stać się shop doctorem?

Kluczem do sukcesu w zawodzie jest znajomość psychologii koloru i technik ekspozycji produktów. - *W visual merchandisingu zafascynowało mnie to że można zaaranżować wystawę, która będzie generować zyski dla sklepu. Ekspozycję, którą ułożę, mogę pokazać całemu światu. Od tego zaczęła się moja fascynacja profesją. Z czasem branża rozwijała się, pojawiały się badania i analizy jak barwa wpływa na zachowanie klienta. Jak wnętrze współgra z oświetleniem w salonie kosmetycznym, a jak w salonie meblowym. Kiedy ja zaczynałem, nie było osób zajmujących się tym tematem. Teraz osoby chcące pracować w zawodzie, mają wiele możliwości na zgłębianie wiedzy – i z podręczników, i od praktyków.* – wspomina **dr M. Borowiński**. W tej pracy ważne jest wycucie smaku, dobry gust, wiedza na temat oddziaływania światła i koloru na konsumenta. Zawód wymaga doświadczenia, praktyki oraz systematycznego śledzenia trendów i nowości. W Polsce nie powstał jeszcze kierunek studiów przygotowujący przyszłych shop doctorów do pracy, ale wiedzę można czerpać z branżowych podręczników, szkoleń, wykładów lub bezpośrednio od osób związanych z branżą.

Źródło: **Shop Doctor**

www.shopdoctor.pl