

# Zákaznícke karty pomáhajú zvyšovať predaj

Primárnym zdrojom na podporu predaja sú v retailových reťazcoch marketingové kampane. Rozličné akcie, zľavy, letáky, mailingy, promo akcie, lojalitné proramy a výhody pre zákazníkov. Aby však mali účinok, je potrebné ich správne zamerať a neustále zlepšovať.

**N**a to môže slúžiť práve analýza zákazníckych kariet a tovarových predajov. Dobře spracovaná analýza musí dať odpovede na akúkoľvek otázku, týkajúcu sa správania zákazníka. Musí dať manažérovi jasnú spätnú väzbu o úspešnosti jeho akcie, akciových a komplementárnych tovaroch a „naviesť“ ho na to, ako správne naplánovať ďalšiu akciu. Musí dávať odpovede na otázky o úspešnosti s prihliadnutím na retenciu, štruktúru klientov a sortiment. S využitím tzv. prediktívnych analýz by mal byť manažér schopný spoznať charakteristické skupiny klientov podľa ich spoločných významných črt a získať podnety k ďalšej cielej podpore predaja. Netreba pritom zabúdať na dôsledné riadenie zásob pred kampanou a po nej. Informácie o predajoch zo zákazníckych kariet možno navyše využiť aj na analýzy zamerané na identifikovanie slabých miest v prevádzke, ako napr. počet spracovaných položiek/nákupov za čas alebo na pokladnici, vyťaženosť pokladníc, sledovanie stornovania na prevádzkach. Správne rozhodnutia na základe týchto informácií môžu viesť k lepšej efektívnosti práce a vyššej spokojnosti zákazníkov.

**Čo s veľkým objemom dát?** Situáciu však komplikuje fakt, že pri analýze zákazníckych kariet a predajov spravidla ide o veľké objemy dát. Často až stovky miliónov položiek ročne. Analýza takto veľkých objemov údajov je vo väčšine súčasných renomovaných nástrojov problematická pre extrémne dlhé ohlasy a pre zložitosti riešenia. Navyše, údaje sú často „zamknuté“ v informačných systémoch, ku ktorým nemáme prístup, nevidíme do ich vnútra a vieme z nich získavať len šablónovité informácie formou predpripravených zostáv či kociek. To je značne zväzujúce. Rovnako ako dôležitú vnímame aj vizualizáciu. „Excelové“ nástroje zabíjajú našu prirodzenú schopnosť pozeráť sa na údaje kreatívne a manažérsky. V obrovských štruktúrovaných tabuľkách sa nedajú nájsť trendy,



Dobre spracovaná analýza zákazníckych kariet musí dať odpovede na akúkoľvek otázku, týkajúcu sa správania zákazníka.

závislosti a porovnania, ktoré nevyhnutne potrebujeme. Na druhej strane, konkurencia je dnes taká silná, že odpovede nestačí mať raz mesačne. Kampani treba vyhodnotiť už počas jej priebehu a najneskôr ihneď, ako sa skončila, aby sme mohli definovať novú kampan, ktorá bude ešte lepšia. Potrebujeme, aby systém reagoval rovnako rýchlo, ako dokáže človek rozmýšľať. Už nestačí stretnúť sa občas na porade, zadať si úlohy a počkať si na výsledky. A potom zistiť, že potrebujeme ďalšie údaje, zadať ďalšie požiadavky, čakať a odkladať dôležité rozhodnutia. Spätnú väzbu potrebujeme hneď teraz.

**Praxou overené nástroje** Toto si žiada úplne nový prístup k analýze údajov. Cestou nie je budovanie ťažkopádnych a predražených dátových skladov, vytváranie rigidných OLAP kociek či neustále zadávanie požiadaviek na zmenu zostáv dodávateľovi. V súčasnosti už existujú cenovo dostupné a v praxi overené nástroje, v ktorých je možné analyzovať veľké objemy dát so sekundovými ohlasmi priamo v pamäti počítača, navyše tak, aby si manažér vedel

na otázky zodpovedať sám, jednoduchým klikaním. Tento trend rozlišuje aj nezávislý analytický inštitút Gartner a nazýva ho Data Discovery, pričom za jeho lídra považuje QlikView s celým radom doplnkov (napr. R pre spomínané prediktívne analýzy, KliqPlan pre plánovanie, NPrinting pre reporting, ap.). Tieto trendy potvrdzujú aj skúsenosti z praxe už aj v SR. Napríklad spoločnosti CBA Slovakia či COOP

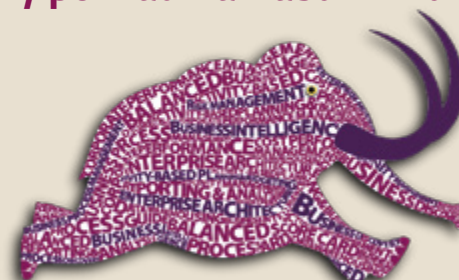
Jednota (Liptovský Mikuláš, Nové Zámky...), vďaka lepším analýzám veľkých objemov dát o predaji dokázali aj s využitím QlikView dosiahnuť celý rad zlepšení v marketingu, nákupe, riadení zásob, čo sa postupne prejavuje aj v zlepšení dosahovania ich biznis cieľov. Dát bude čoraz viac. Tí, ktorí sa dokážu posunúť od dát k informáciám a odpovediam bez čakania, získajú konkurenčnú výhodu oproti ostatným. ✖

BZB03521

**emark**  
EFFECTIVE MANAGEMENT

**QlikView**

**Rozhýbte mamuta a objavte nový pohľad na Vašu firmu!**



[www.emark.sk/obchod](http://www.emark.sk/obchod)

telefón: 02 – 55641106 | mobil 0917343397 | email: [emark@emark.sk](mailto:emark@emark.sk) |