

Роздрібна торгівля у каналах збуту



Вибір місця розташування роздрібного підприємства

Контрольний список для вибору місця для роздрібного магазину:

- складіть карту поточного ландшафту магазину;
- зрозумійте, як інші бренди впливають на ваші магазини;
- визначте та знайдіть свою цільову демографічну групу;
- отримайте більше контекстних даних;
- проаналізуйте поточну ефективність магазину;
- виявляйте схожі локації;
- визначте бажаний розмір та планування торгової площі.



Вибір місця розташування роздрібного підприємства



- складіть карту поточного ландшафту магазину

Що потрібно зробити: Складіть карту та візуалізуйте поточні магазини вашого бренду, щоб ви могли бачити, з чим маєте справу.

Навіщо це потрібно робити: Це допоможе вам виявити райони, де у вас немає жодного магазину, або де у вас більше магазинів, ніж зазвичай для вашого бренду, що дасть вам базову лінію, щоб ви могли зрозуміти, чому так сталося, і визначити, чи це хороші локації. Деякі магазини можуть бути розташовані надто близько один до одного і заважати бізнесу - це можна виявити, а потім виправити.

Вибір місця розташування роздрібного підприємства



- зрозумійте, як інші бренди впливають на ваші магазини

Що потрібно зробити: Скласти карту та візуалізувати конкурентні та взаємодоповнюючі бізнеси.

Навіщо вам це потрібно: Це може показати вам, де є зони можливостей або ризиків. Можливо, ваші магазини, розташовані найближче до конкурентів, є найуспішнішими, або навпаки, тому розуміння цього допоможе вам у виборі місця розташування. Аналогічно, розуміння того, де знаходяться взаємодоповнюючі, може допомогти вам знайти місця, де вже можуть бути ваші цільові клієнти.

Вибір місця розташування роздрібного підприємства



- визначте та знайдіть свою цільову демографічну групу

Що потрібно зробити: Накладіть демографічні дані на розташування ваших магазинів, щоб побачити, хто живе найближче до ваших магазинів. Ви також можете використовувати дані про мобільність, щоб побачити, з яких переписних квартальних груп походять ваші покупці, коли вони відвідують певний точку за інтересом.

Вибір місця розташування роздрібного підприємства



- визначте та знайдіть свою цільову демографічну групу

Навіщо вам це потрібно: Демографічні дані вказують на типи людей (вік, стать, дохід, раса, рівень освіти тощо), які знаходяться біля вашого магазину або відвідують ваш магазин/поруч з ним. Ця інформація допоможе вам визначити схожі ринки, а також краще адаптувати ваш клієнтський досвід. Це допоможе вам більш ефективно продавати товари, а також вибрати тип магазину, який найкраще підходить для конкретної локації (магазин швидкого обслуговування проти традиційного ресторану з обслуговуванням на винос тощо).

Вибір місця розташування роздрібного підприємства



- отримайте більше контекстних даних

Що потрібно зробити: Додайте до аналізу інші відповідні дані, такі як близькість до автомагістралей чи громадського транспорту, типи будівель тощо.

Навіщо це робити: Це може допомогти надати більше контексту щодо того, чому магазин є успішним, а чому ні. Збагачення інформацією дає аналітикам можливість диференціювати місця розташування магазинів і дійсно зрозуміти, чому один з них кращий за інший. Різні бренди можуть мати різні потреби, тому контекстні дані будуть відрізнятися.

Вибір місця розташування роздрібного підприємства



- проаналізуйте поточну ефективність магазину

Що потрібно зробити: Подивіться на ключові показники, такі як дохід і пішохідний трафік для кожної локації магазину.

Навіщо це потрібно робити: Всі попередні кроки ведуть до цього. Це покаже, які локації є найуспішнішими, щоб ви могли зрозуміти, чому вони є успішними, і знайти схожі локації. Наприклад, якщо найуспішнішими є локації поблизу університетів, ви можете орієнтуватися на локації зі схожими демографічними характеристиками.

Вибір місця розташування роздрібного підприємства



- виявляйте схожі локації

Що потрібно зробити: Використовуючи інформацію, отриману в результаті аналізу ефективності роботи магазину, знайдіть потенційні нові локації, які мають схожі характеристики з вашими найуспішнішими магазинами. Ви також можете використати це для моделювання нових можливостей, протестувавши локацію в новому районі, використовуючи її як двійника для ваших майбутніх локацій.

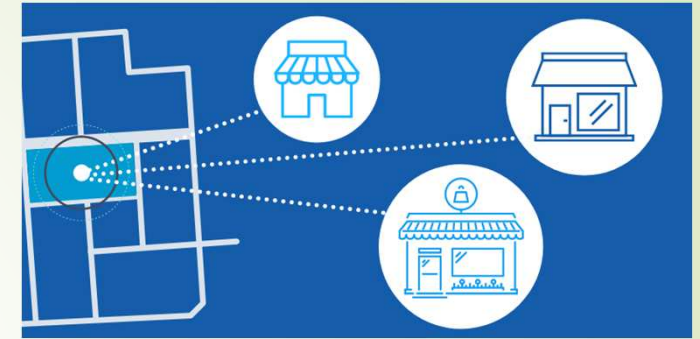
Вибір місця розташування роздрібного підприємства



- виявляйте схожі локації

Навіщо вам це потрібно: Маючи дані про те, чому магазин є успішним, ви можете використовувати їх для визначення магазинів, які відповідають цьому профілю, і, таким чином, налаштовані на успіх, оскільки знаєте, що ця стратегія працює. Демографічні дані та дані про пішохідний трафік для квартальних груп перепису також можуть допомогти вам визначити, де живуть ваші цільові клієнти і де вони найбільше взаємодіють з місцями, подібними до вашого бізнесу.

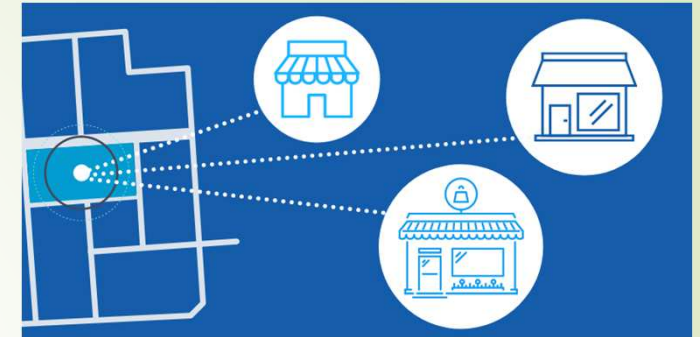
Вибір місця розташування роздрібного підприємства



- визначте бажаний розмір та планування торгової площі

Що потрібно зробити: Використовуйте існуючі показники локації для визначення ідеального розміру та планування торгової площі для нової локації.

Вибір місця розташування роздрібного підприємства



- визначте бажаний розмір та планування торгової площі

Навіщо це потрібно робити: Щоб знайти найкраще місце для вашого бізнесу, вам потрібно буде порівняти наявні торгові площі, враховуючи не лише їхнє місцезнаходження, але й планування та розмір. Використовуйте попередні показники ваших існуючих локацій, а також інформацію про потенційний об'єкт, щоб визначити найкращий розмір та планування.

Вибір місця розташування роздрібного підприємства

Типи розташування роздрібних магазинів:



➤ Brick and mortar retail



➤ Mall space



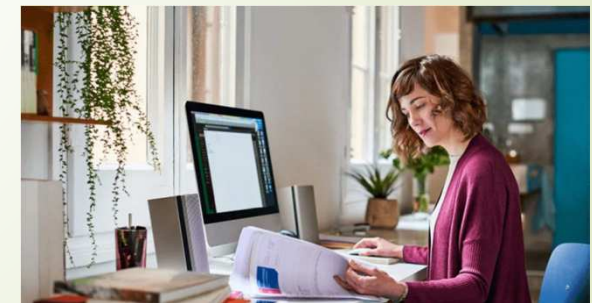
➤ Shopping centers



➤ Business parks



➤ Downtown



➤ Home-based

Вибір місця розташування роздрібного підприємства

Методи пошуку торгової локації:

- Онлайн-дослідження;
- Пройдіться або проїдьтеся навколо;
- Мережа та місцеві зв'язки;
- Найняти агента з нерухомості;
- Демографічний аналіз;
- Аналіз пішохідного трафіку;
- Аналіз конкурентів.

