

УДК 339.138  
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ  
ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В. А. ПОКЛАД  
Научный руководитель Е. Н. ШЕРОБУРКО  
Белорусско-Российский университет

В условиях рыночных отношений, которые складываются за последние несколько лет, торговое предприятие будет успешно выполнять свои функции и развиваться на потребительском рынке, если качество ее работы будет соответствовать ожиданиям потенциальных покупателей.

Среди посетителей торговых организаций можно выделить следующие категории:

- потребители – это группы людей, которые наиболее часто посещают торговое предприятие и являются основными;
- непотребители – это покупатели, которые пришли посмотреть товар и не совершили покупок;
- колеблющиеся покупатели – это группа покупателей, которые приобретают товар не только в одном торговом предприятии, но и одновременно в других.

Для привлечения не только потребителей, а также непотребителей и колеблющихся покупателей необходимо совершенствовать обслуживание путем проведения ряда мероприятий:

- 1) проведение тренингов для повышения уровня обслуживания продавцов;
  - 2) формирование лояльности покупателей через социальные сети.
- Увеличить активность в социальных сетях можно путём публикации более интересной подписчикам информации; проводить конкурсы, опросы, вопросы; предоставлять скидку участникам сообществ;
- 3) использование дисконтных карт и карт постоянного покупателя. Привлечение покупателей на основе дисконтных карт – наиболее распространенный и эффективный способ стимулирования повторных покупок;
  - 4) наличие сервиса онлайн-продаж, а также опций бесконтактной доставки. В настоящее время осуществляется переход на онлайн-форматы, где происходит большинство покупок. Поэтому наличие интернет-сайта или интернет-магазина является необходимым условием для существования торгового предприятия на рынке.

Совершенствование процесса обслуживания в торговых организациях является важным процессом, поскольку рост уровня удовлетворенности потребителя прямо влияет на рост совершенных покупок, а следовательно, на увеличение размера прибыли торговой компании.