

Н.С. Гоголева  
Научный руководитель: к.т.н., доцент А.А. Фомин  
*Муромский институт (филиал) Владимирского государственного университета*  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, д. 23  
E-mail: natallixxx@mail.ru

### Модуль перекрестных продаж для системы 1С

Зная о том, какие товары чаще всего приобретаются совместно с другими, можно наилучшим образом спланировать реализацию продаж в розничной торговле, позволяющих увеличить прибыль. Наиболее распространённый приём увеличить прибыль – перекрестные продажи. Cross-sell (перекрестные продажи) - это метод продаж, при котором потребителю в дополнение к основному продукту предлагается приобрести сопутствующий товар. К примеру, при покупке фотоаппарата консультант предлагает вам купить в дополнении штатив, чехол или карту памяти. Еще один распространённый метод up-sell (поднятие суммы) – это мотивация покупателя потратить больше денег и купить более дорогую модель того же продукта. К примеру, при покупке фотоаппарата с определенным набором функций консультант предлагает вам купить современную модель фотоаппарата той же марки, но с лучшими характеристиками, расширенным набором функций, дополнительной гарантией за более дорогую цену.

Оба термина часто используются взаимозаменяемо, потому что в обоих случаях решается одна задача – повышение прибыли с одного заказа[1]. Перекрестные продажи дадут хороший результат, если компании есть что предложить клиенту помимо основной продукции. Подобрать к покупке сопутствующий товар можно практически всегда, главное – соблюдать ценовое соотношение[2].

Схема перекрестной торговли применима практически в любой сфере бизнеса, ее успешно применяют в розничной торговле, интернет магазинах, банках.

Основной алгоритм построения модуля перекрестных продаж сводится следующим шагам:

1. Сформулировать потребительские выгоды и конкурентные преимущества всех предлагаемых продуктов.

2. Определить все возможные комбинации продуктов, имеющие одну и ту же целевую аудиторию, определить вновь возникшие потребительские выгоды. Такие товары должны обладать следующими признаками в совокупности:

- Универсальность;
- Простота
- Дешевизна.

3. Определить систему скидок и бонусов для клиентов.

Таким образом, при внедрении модуля перекрестных продаж на предприятие компания получит увеличение дохода за счет реализации дополнительной продукции, увеличение дохода за счет формирования комбинаций продуктов на основе потребительских предпочтений. Модуль сможет в значительной степени упростить работу, избавив сотрудников от необходимости запоминать сопутствующие предложения к каждой позиции товара и автоматически подставлять сопутствующие товары, в форму оформления заказа, напоминая сотруднику, что необходимо предложить клиенту.

### Литература

1. Блог Insales. Cross-sell и Up-sell - в чём различие? [Электронный ресурс: <http://www.insales.ru/blog/2009/07/20/cross-sell-and-upsell>].

2. Как увеличить прибыль, используя перекрестные продажи. [Электронный ресурс: <http://sales-pulse.ru/klientskie-kommunikatsii/uvlechit-pribyil-ispolzuya-perekrestnie-prodazhi.html>].