

تحليل البيانات لقطاع التجزئة

المحتويات

تحليل البيانات لقطاع التجزئة

مقدمة

سيرشدك هذا الدليل إلى طرق تحليل البيانات في قطاع التجزئة، بالإضافة إلى بعض الأدوات التي ستساعدك في تحقيق أهداف منشأتك التحليلية.

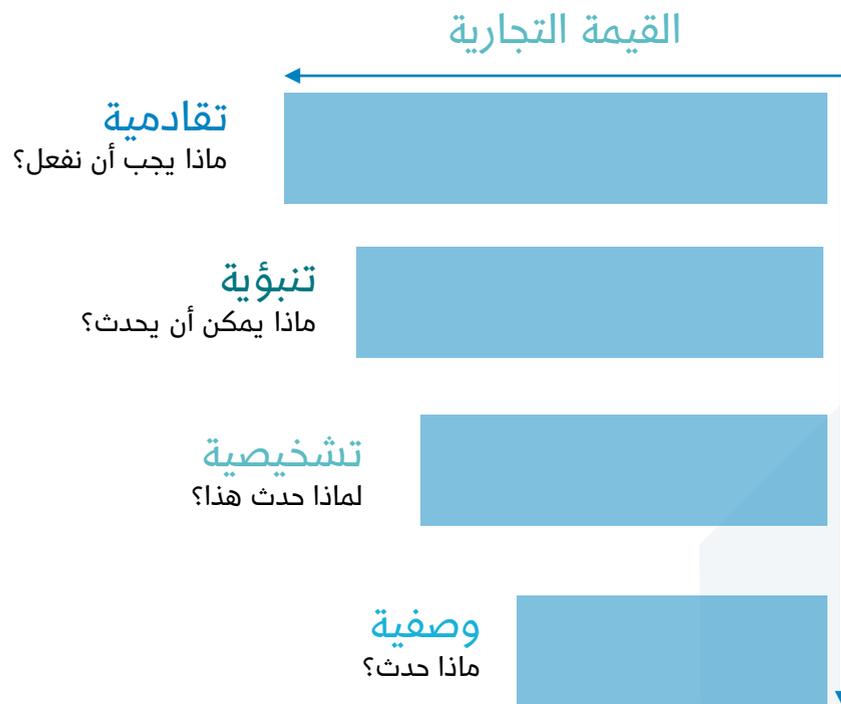
بدايةً أصبح من السهل توفر الأجهزة المتصلة بالإنترنت في كثير من الشركات الناشئة في مختلف القطاعات كأنظمة البيع مثلاً، حيث أصبحت البيانات غير محصورة على إجمالي المبيعات وإجمالي العملاء فقط، فيمكن النظر للبيانات من مختلف الزوايا والوصول إلى استنتاجات تساعد في بناء قرارات أكثر فاعلية.

ماهو تحليل البيانات



عملية فحص مجموعات البيانات من أجل استخلاص استنتاج حول المعلومات التي تحتوي عليها، فهي ليست أداة أو تقنية بل هي طريقة للتفكير والعمل على البيانات.

تعقيد تحليل البيانات



ما هو قطاع التجزئة



يقصد بقطاع التجزئة القطاع الذي يتم فيه بيع السلع أو الخدمات الاستهلاكية للعملاء بواسطة قنوات التوزيع المختلفة من أجل تحقيق الربح عن طريق البيع بالتجزئة، حيث تكون المهمة هي تلبية متطلبات الأفراد الصغيرة، بالإضافة إلى أن هذا القطاع يُعد قطاعًا حيويًا من الناحية الاقتصادية وذلك لأنه يعد صناعة تنافسية سريعة الخطى.

تصنيف تجارة التجزئة

● تجارة الجملة والتجزئة

01

تجارة الجملة والتجزئة، وإصلاح المركبات ذات المحركات والدراجات النارية

● أنشطة خدمات الإقامة والطعام

02

الإقامة والإيواء، أنشطة خدمات الأطعمة والمشروبات

● أنشطة الخدمات الأخرى

03

إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية، أنشطة الخدمات الشخصية الأخرى

تحليل البيانات لقطاع التجزئة

كرائد أعمال من الواجب عليك معرفة كيفية تحليل البيانات للتهيئة لمعرفة اتجاهات السوق وما هي الخطوات التي تقوم بعملها؟ ولماذا تقوم بذلك؟ بحيث تدفعك طريقة التحليل لعملية التحسين المستمر.

نتعرف على آليات متعددة لتحليل البيانات لقطاع التجزئة، وهي:

التخطيط والتسويق



تحليل السوق، التنبؤ بالطلب، التحسين داخل المتجر، تحسين الآراء في وسائل التواصل الاجتماعي.

الخدمات اللوجستية



تشخيصات المخزون، تشخيصات سلسلة التوريد، معلومات الرضا عن الخدمات.

المبيعات



برامج ولاء العميل، البيع المتقاطع والبديل، العروض والخصومات، دراسة العملاء، فعالية الترويج.

تحليل البيانات لقطاع التجزئة

أولاً: التخطيط والتسويق:

01 تحليل السوق:

من أساسيات النجاح في هذا القطاع هو تحليل السوق وتحديد جوانب الفرص الأساسية لنمو الأعمال وهناك وسائل ومصادر مختلفة لذلك منها:



- منصة "واثق" لبيانات وزارة التجارة والعدل المفتوحة.



- هيئة الإحصاء، لمشاهدة واردات وصادرات المملكة، لمعرفة التوجه العام للسوق المحلي.

02 التنبؤ بالطلب

يمكن التنبؤ بالمبيعات المستقبلية بناءً على المبيعات السابقة، وتحليل سلة الشراء التي تتشارك نفس الظروف العامة بدرجات من الدقة تتفاوت وفقاً لجودة البيانات وجودة حساب التنبؤ.

03 التحسين داخل المتجر

الترتيب الأمثل للأرفف، وعلاقة البضائع المصنوفة بنفس الرف وتعتبر علم بحد ذاتها (Shelf Management)

04 تحليل الآراء في وسائل التواصل الاجتماعي

تحليل قنوات التواصل يساعد كثيراً في فهم عوامل الضعف والقوة ومعرفة رضا العميل بالدرجة الأولى. وهناك أدوات متعددة تستطيع تمييز اللغة العربية أيضاً مثل أداة (لوسيديا).



ثانيًا: الخدمات اللوجستية

01 تشخيصات المخزون

01

يجب تحليل مستويات المخزون في مختلف الفروع والمستودعات وتحليل الطلبات حسب الموقع الجغرافي وتوزيعها بطريقة نموذجية لتقديم خدمة أكثر جودة وكفاءة ويمكن القيام بذلك باستخدام تحليل البيانات.

02 تشخيصات سلسلة التوريد

02

لضمان جودة أعلى في تقديم الخدمات اللوجستية، من الضروري تمكين المتابعة للمنتجات في سلسلة التوريد بأعلى دقة، لزيادة كفاءة الخدمات اللوجستية وتمكين التحليل المرجعي في حال حدوث مشاكل تؤثر على الجودة.

03 معلومات الرضا عن الخدمات

03

زيادة اعتمادية وموثوقية أوامر الشحن من خلال متابعة تعليقات العملاء في جميع القنوات وربطها بمقاييس أداء وجودة عالية.

كرائد أعمال يجدر بك تنمية قاعدة العملاء الخاصة بالمنشأة التابعة لك، والحرص على عدم فقدان العملاء.

1- برامج ولاء العميل:



2- العروض والخصومات:

ترويج الخيارات الأكثر مبيعاً

- وضع علامة "الأكثر مبيعاً" على خيارات العملاء المفضلة، تقود إلى مبيعات أكثر
- تزيد من احتمالية إعجاب العملاء الجدد بمتجرك!
- علامة أو رمز على اختيارك كصاحب المتجر أو العلامة التجارية

خصومات مبنية على البيانات

ترشيح مجموعة من المنتجات بناءً على طلب العملاء المتزايد والتقييم المرتفع

3- دراسة العملاء:

من أهم الطرق لفهم سلوك العميل هي تحديد شريحة العملاء عبر متابعة نمط الشراء. ومن ثم توجيهه بنصائح شرائية متعددة تتطابق مع عملاء آخرين يتشاركون نفس السلوك والنمط الشرائي.

4- التفاعل التدريجي:

تحديد فئة العملاء الأكثر تفاعل مع العروض والإعلانات المرسله إليهم, بحيث تشكل هذه الفئة عناصر مشاركة كبيرة وتندرج تحت التسويق المجاني عن طريق مشاركتهم الإعلانات المرسله إليهم وإعادة إرسالها لمعارفهم من تلقاء أنفسهم.

منشآت
monsha'at
الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة
Small & Medium Enterprises General Authority