

## האב ירושלים של 'תמך' מגיש סדנה לבעלות עסקים להצמיח עסק – להגדיל מקום

ואם מיצינו? אם אחוזי ההמרה שלנו גבוהים, הלקוחות מקבלים שירות נהדר, והחנות מעוצבת פיקס ומנצלת כל סנטימטר לסחורה רווחית - אנחנו רוצים לגדול, ואנחנו רוצים להגדיל את החנות, את שטח החנות, פיזית.

### מה חשוב לבדוק?

**מיקום:** האם שינוי המקום של החנות לא יפגע בסוג הלקוחות שרגילים לבוא אלינו? כמה לקוחות יפסיקו להגיע בגלל המיקום החדש? מי הלקוחות שייגיעו למקום החדש? בכמה הם שונים מהלקוחות הקיימים שלנו? מה אנחנו צריכים לעשות כדי להתאים את עצמנו, את המוצרים שלנו ואת השירות שלנו, ללקוחות שבמקום החדש?

**תחזית עסקית:** יש להכין הערכה מדויקת של ההשקעה בחנות החדשה והגדולה יותר ולעומתה להכין חיזוי ריאלי של הגדלת המכירות הצפויה. לכמה לקוחות חדשים עלינו להגיע כדי להגדיל את המכירות בהתאם להשקעה במקום החדש? הביאו בחשבון את הפסד הזמן שבין לבין, את שינוי הלקוחות, את הפוטנציאל של השוק, את הפרסום החדש שיידרש - שקללו את כל הנתונים ובדקו אם התוצאות יחזירו את ההשקעה.

**תקורות** הן הוצאות קבועות שהעסק מתחייב להן - ללא קשר לרמת ההכנסות החדשיות ולשעות פעילות העסק. למשל, שכירות וארנונה תצטרכו לשלם בכל מקרה, גם בחודש שבו החנות סגורה. תקורות גבוהות הן איום על עסק, כי אינן מאפשרות גמישות והיענות לירידות בהכנסות, כאלו שמתרחשות באופן קבוע לאורך השנה. בדקו שהתקורות החדשות במקום המוגדל אינן מסכנות את העסק.

**קריב או רחוק:** לפעמים אפשר להגדיל את החנות הקיימת על ידי חיבור חנות צמודה או על ידי מעבר לחנות גדולה יותר ממש מעבר לכביש. אתם חושבים שזה טוב לעסק? לא בטוח. ייתכן שכמות הלקוחות שאתם מגיעים אליה באזור זה מיצתה את עצמה. מקום גדול לא יביא יותר לקוחות. בדקו ברצינות מקום שונה, ואל תפחדו לצאת מאזור הנוחות שלכם.

**שיפוצים:** חנות חדשה פירושה שיפוצים. שיפוצים פירושה חוסר ודאות, הערכות שגויות והוצאות בלתי צפויות. אנא, צפו את העתיד והכינו סכום גדול בשלושים אחוז מהסכום שבו נקבו האדריכלים.

### עסק בבית - עסק בחוץ

המעבר הכי דרמטי לעסק הוא כשאת מוציאה אותו מהבית: עד כה קיבלת לקוחות בבית, עבדת בחדר השינה או בסלון, והנה את מחליטה להוציא את המכירה החוצה, לקחת על עצמך הוצאות מקום ולשלם על מקום.

עמותת 'תמך' הקימה HUB - מרחב עסקי מסוג שטחי העסקים של WE-WORK המקובלים בעולם, ובהם עובדים יזמים על פרויקטים אישיים, מקבלים לקוחות, מקיימים ישיבות צוות ומקדמים את העסק שלהם ללא ההשקעה הנדרשת ביחוד ובמקום. עמותת 'תמך' מסבסדת את השימוש במרחב JerusalemHub הממוקם בירושלים, בבניין שערי העיר בקומה 9 ומציעה משרדים, תחנות עבודה, חדרי צוות וגם מטבחון, פאטיו וספרייה מקצועית למי שרוצה לשקול מעבר מהבית החוצה, ובודקת היתכנות באופן יסודי ומציאותי.

האב ירושלים 02-5423800

jerusalemhub@temech.org

חודשי הקיץ הם הזדמנות לשנות את העסק - אולי כי אוגוסט נחשב חצי חופשה, ואולי כי מתחילה שנה חדשה שמזמינה התחלות. כך או כך, היו לי פגישות עם בעלי חנות בגדים ועם בעלי חנות נעליים, עם בעלי חנות כלי כסף ועם עוד בעלי עסק של בגדי ילדים יוקרתיים, וכולם ביקשו לדון באותה דילמה: האם להעביר את העסק למקום גדול יותר?

### המרחב העסקי

גודלו של העסק, גודלה של החנות, שטח המסחר - קובע את כמות הסחורה והפריטים שנוכל להציע ללקוחות. כמות הסחורה שאנחנו מציעים ויכולים למכור - משפיעה ישירות על כמות המכירות, כלומר על גובה ההכנסות מהעסק. הקשר בין גודל המקום לכמות הסחורה ולהיקף המכירות כמעט ישיר.

וב'כמעט' הזה נעוץ ההבדל.

נכון שאם יהיה מקום גדול יותר תהיה סחורה רבה יותר ונוכל למכור יותר, אבל לפני שנכנסים להוצאות מעבר מקום, שיפוצים ותקורות בלתי הפיכות - בואו נברר חלופות ונודא שהגדלת שטח החנות באמת תביא לנו את התוצאה הרצויה - הגדלת מכירות והגדלת רווחים.

### מוצרים:

האם אתם מוכרים היטב את המוצרים הרווחיים יותר שלכם? התמקדות במוצרים הנכונים משפיעה על המכירות באופן דרסטי ומיידי. אם אין לכם מקום בחנות, בדקו אילו מוצרים שווה להוריד מהמדף, לוותר עליהם - בלי לוותר על לקוחות שנכנסים עבורם - וכיצד שטח החנות הקיים יוכל להיות מנוצל בצורה רווחית יותר. האם המחסן יכול לשמש פתרון למוצרים רווחיים פחות שגורמים ללקוחות להיכנס לחנות ואגב כך לרכוש את המוצרים הרווחיים יותר?

### אחוזי המרה:

הגדילו את אחוזי ההמרה. הכוונה היא למספר הלקוחות שנכנסים לחנות והופכים - מומרים - ללקוחות משלמים. הגדלת 'אחוזי ההמרה' נעשית על ידי הכשרה והדרכה למוכרות ולעובדי החנות. אם יש לנו אחוזי המרה נמוכים, והרבה לקוחות שנכנסים אינם רוכשים, אני חוששת שכאשר החנות תגדל אחוזי ההמרה יקטנו עוד יותר! זאת מכיוון שהלקוחות לא יקבלו שירות, לא ימצאו את מבוקשם ויצאו מהחנות ללא רכישה. לפני שאתם פונים להגדלת החנות, הכשירו את העובדות שלכם, השקיעו בקורס טוב של מכירות, תנו להן אימוני מכירות וודאו שעסקאות נסגרות.

### שיפוצים ועיצוב:

אפשר להגדיל מכירות על ידי עיצוב מתוחכם: ייתכן מאוד שיש אפשרות לשנות את המיקום של הקופה, להוסיף מדפים, לבנות קירות הזזה או מתלים חדשניים שיעזרו לכם להכניס עוד סחורה לחנות בגודל הקיים. השקעה בעיצוב עשויה גם למתג את החנות ולהעלות מכירות בדרך נוספת, ובכל מקרה מעצבת מומחית לחנויות יכולה לעשות פלאים בלי הצורך לעבור מקום.

### עובדת נוספת

נכון, קשה למצוא עובדות טובות. כל מנהל עסק יגיד זאת וכולם מתכוונים לכל מילה. עם זאת, ייתכן שעובדת נוספת שתקצר את זמן השהייה של הלקוחות ליד הדלפק ותעניק שירות מכירה זריז, עובדת שהמשרה שלה מוגדרת כאורזת ומסדרת - יכולות להעניק לחנות מרחב ולאפשר ליותר לקוחות להיכנס ולצאת מהר עם הקניות - ולגרום לאפקט הדומה להגדלת שטח החנות, ללא תקורות גבוהות ובלתי הפיכות.