

Rozwój technologii nie tylko pchnął branżę IT do przodu, ale wkroczył na terytorium sprzedaży detalicznej. Teraz najbardziej dynamicznie rozwijającą się gałęzią jest e-commerce, a producenci starają się wdrażać kolejne innowacje technologiczne, aby przyciągnąć klienta. W 2018 roku, według prognoz ekspertów, innowacyjni przedsiębiorcy z branży retail będą coraz bardziej skupiali się na personalizacji produktu i komunikacji z klientem. Sprzedawcy już teraz starają się dotrzeć do konsumenta bezpośrednio i sprawić, żeby zakupy były dla niego jak najwygodniejsze. Ogromny udział w tym ma e-commerce. Klienci mogą kupić wszystko czego potrzebują nie wychodząc z domu. W Europie sprzedaż online w 2017 r. wyniosła 265 mld euro. To aż o 64 mld euro więcej niż w 2016 r. Wraz ze wzrostem sprzedaży online rośnie też konkurencyjność. Ponad 80% konsumentów szuka w sieci opinii o produktach, które planuje kupić, a 35% robi to przed każdym zakupem. E-commerce jest więc wymogiem, a nie wyborem.

Webrooming i Virtual Reality

Pomimo ciągle rosnącego znaczenia e-commerce, konsumenci nie rezygnują ze sklepów stacjonarnych.

Jesteśmy świadkami „webroomingu” – klienci oglądają produkty w sieci, a później kupują je w fizycznym sklepie. Rewolucję przyniosła też filozofia „try before you buy”, czyli możliwość darmowego zwracania zamówionych wcześniej przedmiotów.

Jesteśmy również świadkami boomu na recenzje produktów na YouTube. W ciągu ostatnich dwóch lat, zainteresowanie takimi filmikami wzrosło o 1000%.

Dużą zmianę może przynieść wirtualna rzeczywistość. Według danych Google, zainteresowanie VR wzrosło czterokrotnie w ciągu ostatniego roku. Jedną z najważniejszych funkcji VR jest możliwość obejrzenia produktu w prawdziwej wielkości, w czasie rzeczywistym, bez potrzeby eksponowania go w półkach, a nawet bez wychodzenia z domu. Klienci mogą wejść do fabryki i obejrzeć, jak produkt jest wykonywany czy chociażby odbyć wirtualną podróż po sklepie.

Facebook wprowadził VR w swoim Facebook Spaces, w którym można spotykać się z przyjaciółmi w wirtualnej rzeczywistości. To kolejny obszar, na który już wchodzi branża retail. Istotna jest również Augmented Reality, czyli rozszerzona rzeczywistość. Idealnym przykładem jest sukces gry PokemonGo. AR pozwala nam zdobyć więcej informacji o interesującym nas produkcie w realnym świecie.

POS czyli Point-of-Sale

Współcześnie podstawowym rozwiązaniem technologicznym w branży retail są systemy POS – point of sale. Software POS upraszcza nie tylko transakcje pieniężne, ale może też usprawnić pracę, pozwala zarządzać zasobami ludzkimi i materialnymi czy daje dostęp do bazy danych klientów. Współczesne systemy POS oparte są na technologiach cloud, przez co dostępne są na urządzeniach mobilnych, takich jak tablety czy smartfony.

Co to znaczy dla klienta?

Kelner w restauracji może przyjmować i rozliczać nasze zamówienia ze smartfona, rachunek jednym kliknięciem można podzielić na pół, a płacenie za taksówki odbywa się bezgotówkowo. Operacja pozyskania danego produktu przez konsumenta została skrócona do minimum.

Natychmiast po dokonaniu transakcji, klient może wystawić opinie i wyrazić swoje zdanie o sprzedawcy, przez co relacje zacieśniają się.

Powoli stajemy się również świadkami wejścia AI – sztucznej inteligencji w systemy POS. Jakie daje to możliwości? System będzie mógł analizować zachowania konsumentów i pracowników. Klientom będzie proponował to, co jest częściej wybierane, zgodnie z ich preferencjami, a pracownikom ułatwi pracę i zdejmie z nich część obowiązków.

Współczesne trendy dobrze wróżą związkowi technologii i branży retail. Jednym z celów nadrzędnych jest bezpośredni kontakt z klientem. Tak samo szybko można coś kupić u danego sprzedawcy, jak i skierować się do konkurencji. Walka nie toczy się już tylko o ilość klientów, ale też o ich jakość. Liczą się preferencje, opinie i zaufanie.

O tym, jak technologia może wspierać codzienną pracę i przyczynić się do wzrostu sprzedaży oraz jaką strategię przyjąć, aby stać się liderem innowacyjnych rozwiązań będziemy dyskutować wraz z ekspertami z branży na Shopping Center Forum 2018 Exhibition & Awards. Konferencję oraz panel prowadzony przez EIP zrelacjonujemy na blogu.

Źródła:

<https://marketingibiznes.pl/e-commerce/branza-retail-musisz-wiedziec/>

<https://www.forbes.com/sites/veronikasonsev/2018/01/22/retail-technology-and-marketing-trends-on-the-rise-for-2018/#370fc64364c0>

<http://www.businessinsider.com/try-before-you-buy-clothing-brands-stitch-fix-warby-parker-amazon-prime-fashion?IR=T>

<https://www.lsretail.com/blog/top-7-questions-ask-buying-restaurant-pos-software/>

<https://www.bit.com.au/news/vend-adds-ai-to-pos-system-478539>



Romans technologii i branży retail. Czy ten związek ma przyszłość?

<https://blog.vendhq.com/post/64901830316/introducing-dott-ai>