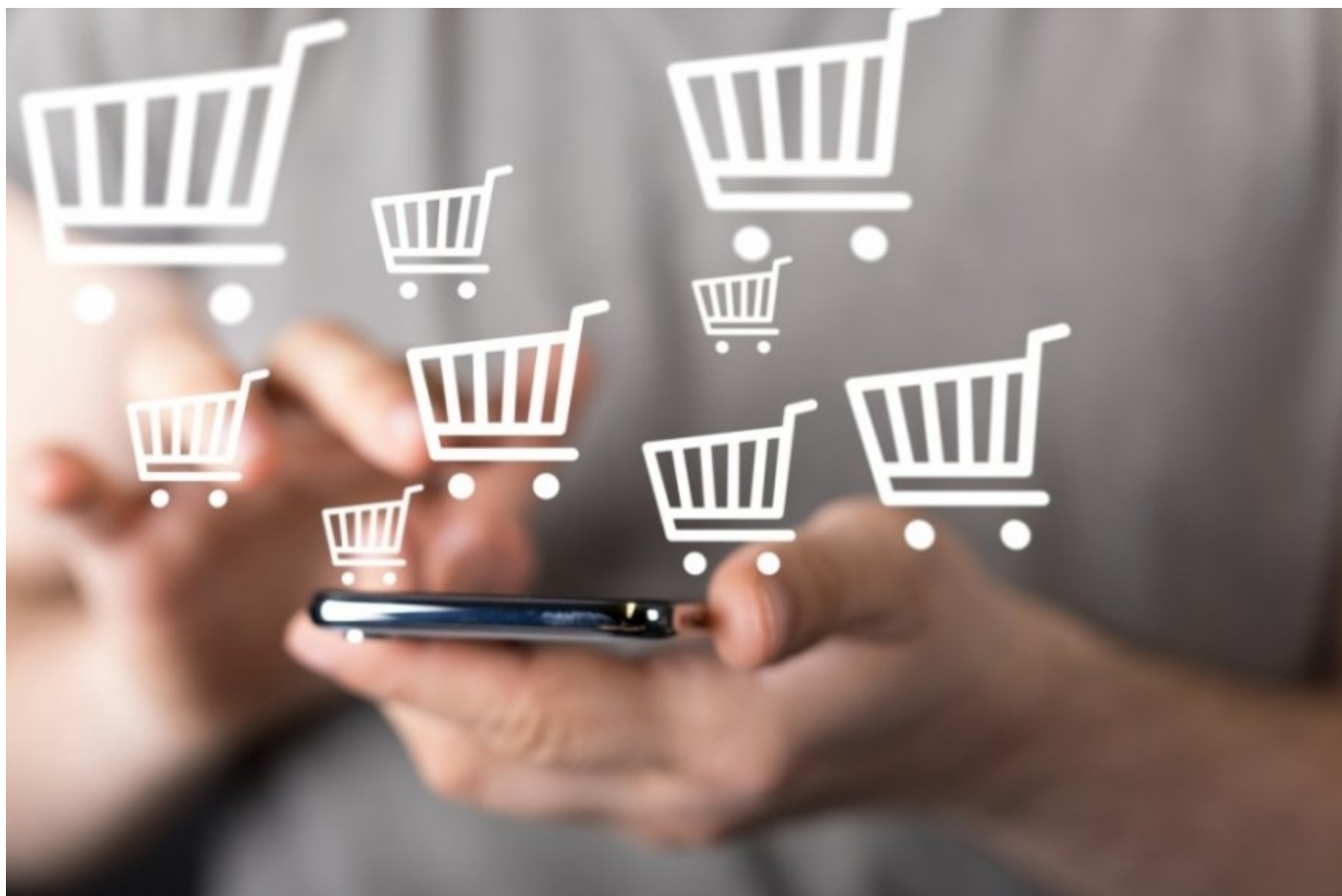


Innowacje w detalu. Kluczowe strategie i trendy

data aktualizacji: 2019.08.07



Handel detaliczny należy do najbardziej zaawansowanych technologicznie gałęzi światowej gospodarki. Nowoczesne technologie cyfrowe są coraz częściej wykorzystywane we wszystkich ogniwach łańcucha dostaw. Stają się kluczem do sukcesu. Analitycy Medium Corporation wskazują na najważniejsze obszary, w których wdrażane są technologiczne innowacje.

Według prognoz IDC, do końca 2020 r. co najmniej 55 proc. wszystkich firm handlowych przeprowadzi cyfryzację, dostosowując się do potrzeb współczesnego rynku, wdrażając innowacje zarówno w obszarze technologii, jak i modelu biznesowego.

Analitycy firmy medium wskazują na kluczowe elementy strategii cyfrowych czołowych graczy światowego detalu.

Zakupy omnichannel

Rozwój własnych aplikacji mobilnych i zwiększanie obecności w kanale online są niezwykle ważne dla współczesnego detalisty, jednak uruchomienie pełnego potencjału biznesowego sieci handlowych wymaga płynnej integracji wszystkich kanałów zakupowych. Klienci stają się „omnichannel” i za tym

trendem muszą podążać detaliści.

Optymalizacja doświadczeń konsumenta

Biznesy cyfrowe zawsze stawiają na czele potrzeby konsumentów. Większość detalistów wdraża więc technologie analityczne, dzięki którym uzyskują dające się wykorzystać w praktyce, szczegółowe informacje o zachowaniach i preferencjach swoich klientów. Dzięki temu są w stanie przygotowywać spersonalizowaną ofertę i umożliwić konsumentom dokonywanie zakupów tak, jak tego chcą.

Cyfryzacja placówek sklepowych

Technologie beacon, urządzenia połączone w Internecie Rzeczy, inteligentne cyfrowe punkty informacyjne – takie rozwiązania technologiczne pozwalają przyciągnąć i zaangażować klienta oraz wzbogacić jego doświadczenia w trakcie pobytu w sklepie. Praktycznych zastosowań jest cała masa – od nawigacji po sali sprzedaży, przez dedykowane promocje, aż po samoobsługę.

Zaawansowane metody płatności

Innowacyjne metody płatności są chętnie wdrażane przez detalistów. Sieci stosują równie chętnie rozwiązania globalne, jak i własne metody, powiązane zwykle z mobilnymi aplikacjami zakupowymi. Obecnie konsumenci coraz chętniej przechodzą od płatności bezgotówkowych do płatności bezkartowych – tego trendu firmy nie mogą przegapić.

Digitalizacja obsługi klienta

Coraz powszechniejsze wdrożenia technologii sztucznej inteligencji, w połączeniu z ogromną popularnością komunikatorów chat – z tego sposobu komunikacji ze sprzedawcą najchętniej korzystają młodzi konsumenci – otwierają ogromne pole do automatyzacji wielu procesów biznesowych, w tym sprzedażowej i posprzedażowej obsługi klienta. Inteligentne boty są już w stanie obsłużyć większość typowych spraw – odpowiedzieć na standardowe pytania czy obsłużyć procedurę zwrotu towaru. Detaliści mogą dzięki temu zredukować zatrudnienie, obniżyć koszty operacyjne i jednocześnie zwiększyć zadowolenie konsumentów.

Operacje magazynowe

Technologie cyfrowe świetnie nadają się do gospodarki magazynowej i zarządzania łańcuchem dostaw – to już dzisiaj truizm. Obecnie nowym trendem w tym zakresie staje się polityka BYOD (bring-your-own-device, czyli przynieś własne urządzenie). Firmy rozwijają aplikacje mobilne, współpracujące z systemami logistycznymi, dzięki czemu pracownicy mogą korzystać z własnych urządzeń podczas pracy.

Źródło: Medium Corporation, Digital Transformation in Retail

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/innowacje-w-detalu-kluczowe-strategie-i-trendy,56069>