

New Retail за свободу

Функциональная область: маркетинг

Отрасль: ритейл

Ключевые слова: b2c, new retail, omnichannel

Автор: Анастасия Сербинова

Дата публикации: 31.07.2019

Лицензия: Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0 Всемирная (CC BY 4.0) Анастасия Сербинова. Копирование, распространение и иное использование разрешается при условии указания авторства.

New Retail провозглашен Джеком Ма единственно правильной формой существования ритейла в принципе. Не онлайн-магазин, пренебрежительно позиционирующий себя идейно далеко от brick-and-mortar. Не оффлайн с понятным: то, что мы продаем большинству нужно «потрогать вживую». Только сочетание одного с другим!

Пропорция в этом сочетании подчиняется одному правилу: максимальная свобода и удобство для клиента. Захочет сначала увидеть в оффлайне все варианты, а потом оценить параметры short-листа онлайн – пожалуйста, сканируй QR-коды прямо в торговом зале, складывай в корзину для того, чтобы дома в тишине принять решение. Захочет перейти по рекламной ссылке из соцсети на страницу товара, изучить его там, потом прийти в магазин, чтобы поговорить с продавцом о деталях использования или для примерки – вот тебе все возможности и для этого.

Alibaba демонстрирует один за другим кейсы про то, как должны сочетаться в клиентском опыте оффлайн и онлайн точки взаимодействия для того, чтобы делать клиента все более счастливым.

Посмотрите на это решение, например. Taobao вступает в партнерство с локальным ритейлом, открывая оффлайновые мультибрендовые магазины, для того, чтобы предоставить возможность небольшим брендам одежды представить себя оффлайн.

Их пилотный проект в торговом центре Hangzhou Kerry Center, магазин Taostyle, в настоящее время предлагает около 350 наименований от 20 с лишним брендов, ассортимент постоянно ротится. Закупщики Taostyle определяют, какие бренды и продукты продавать на основе знаний о рынке и мнении потребителей, полученных с платформ Alibaba.

Господин Ся Ю, генеральный директор Hangzhou Shunhong рассказывает про то, что Taostyle отличается от традиционных магазинов богатый визуальный контент, который также часто используется при совершении покупок на Taobao. Большие светодиодные экраны демонстрируют известные бренды, в то время как на каждой вешалке для одежды есть меньшие экраны, которые показывают изображения конкретных товаров и видео про них. Ся также построил стенд внутри магазина, на котором продавцы и сотрудники Taostyle

продвигают и продают свою продукцию через прямые трансляции.

«Для нас бизнес не останавливается, когда торговый центр закрывается. Используя прямые трансляции, мы можем общаться с потребителями весь день, особенно это актуально с 8 вечера до 2 часов ночи, когда молодые люди наиболее активно совершают покупки в Интернет», - говорит Ся.

За New Retail, бесспорно, будущее, потому что в его основе - принцип максимального удобства для клиента. За идеями New Retail пока, безусловно, только к китайским коллегам.

<https://www.alizila.com/taobao-helps-online-brands-find-success-offline/>

Об авторе: Анастасия Сербинова партнёр, консультант, преподаватель Vera Via Strategy Consultants.

Постоянный линк кейса: <https://veraviastrategy.com/strategic-case-library/new-retail-za-svobodu>

2020 Vera Via Strategy Consultants