Afacerea ta, transformată digital

Soluțiile noastre pentru Smart Retail

Hai să ne bucurăm împreună de viitor

Ready?

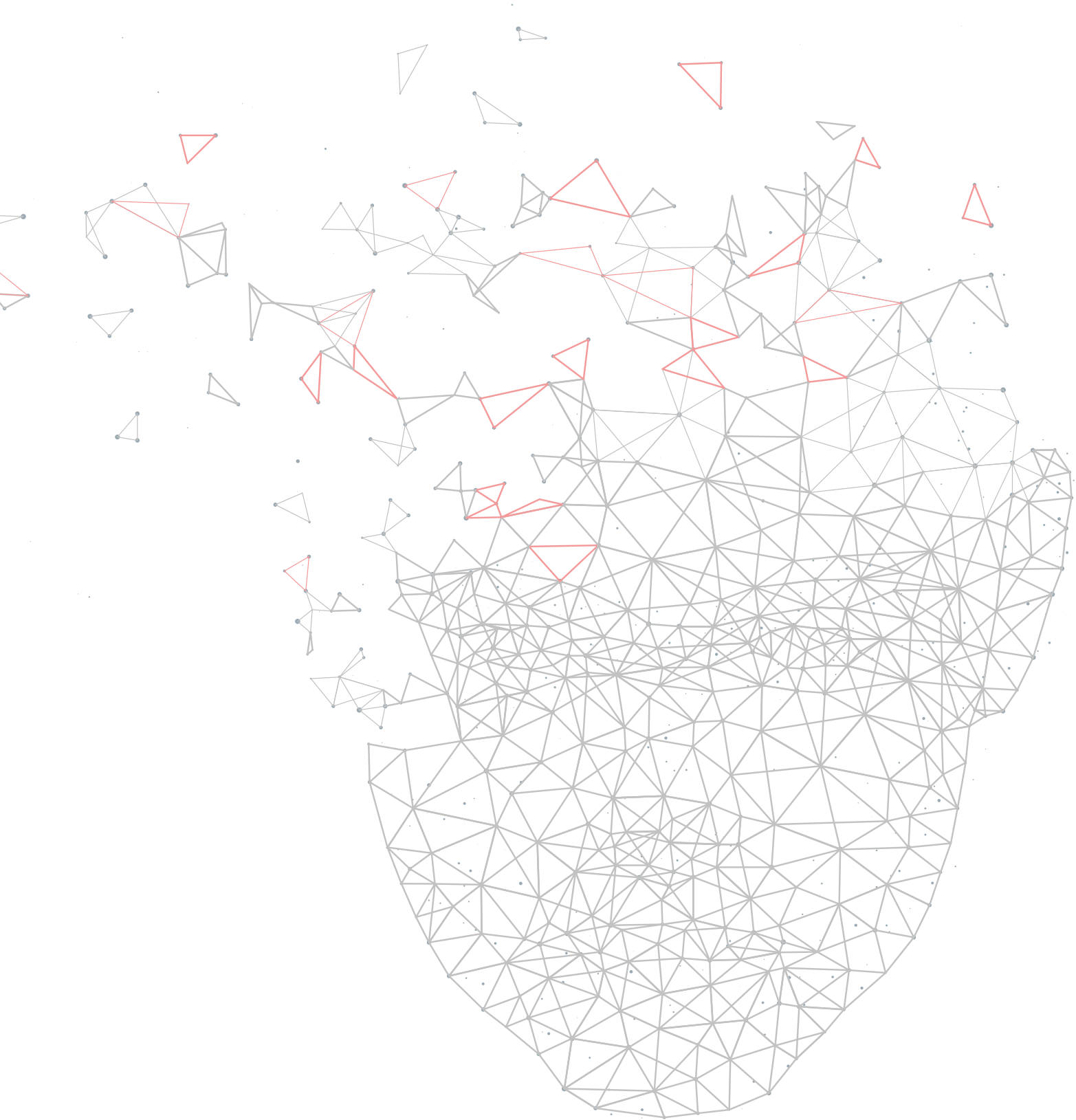
vodafone business

Cuprins

01 Tendințe și Provocări 03

02 De ce Vodafone? 08

03 Soluțiile Vodafone pentru piața de retail 10



01

TENDINȚE ȘI PROVOCĂRI

În această eră transformativă a retail-ului consumatorul este în scaunul șoferului. Rapiditatea cu care avansează tehnologia te determină să rămâi constant conectat și să oferi consumatorului mai multă autonomie ca oricând. Acest lucru produce schimbări asupra comportamentului general de cumpărare. "Comerțul pretutindeni" a prins rădăcini și îți permite să cumperi oricum, oriunde și oricând îți dorești – indiferent că se întâmplă în magazine, online, prin telefon, prin asistență vocală sau prin click-and-collect. Această tendință globală poartă și numele de omnichannel.

A. Dispozitivele mobile sunt principalul motor pentru omnichannel

- Clienții pot utiliza smartphone-ul pentru a cumpăra, compara prețurile, obține reduceri și a plăti.
- 42% dintre clienții europeni folosesc telefonul smartphone pentru cercetare în timp ce se află în magazine.
- 89% dintre directorii generali din retail văd dispozitivele mobile ca instrument principal pentru interacțiunea consumatorilor cu magazinul.
- Dispozitivele mobile suportă toate nivelurile afacerii retail: vânzări, logistică, finanțe, management *(Microsoft Retail Insights, 2016)*

O creștere importantă se observă și pentru cumpărăturile online care în 2018 au atins 8% din volumul total al cumpărăturilor din România, față de 5,6% în 2017 și 4% în 2016.

Acest lucru este susținut și de creșterea semnificativă a numărului de magazine online din România, acesta dublându-se de la aproximativ 7.000 de magazine online în 2017, la 15.000 în 2018. Creșterea este și mai semnificativă, comparat cu anul 2016, când erau înregistrate aproximativ 5.000 de magazine online.

În România, 80% din traficul magazinelor online e generat de telefoanele mobile.
Potrivit ultimului raport al Institutului Național de Statistică (INS), 86% dintre utilizatorii de internet se conectează online de pe telefonul mobil, iar statisticile ANCOM arată că numărul de conexiuni de internet mobil în bandă largă a crescut considerabil, de la 16,6 milioane în 2017, la 19,3 milioane în 2018.

Sursa: *https://www.retail-fmcg.ro/servicii/studii-de-piata-servicii/cumparaturile-online-2018.html*

B. Ce își doresc clienții?

- Consumatorii doresc să facă cumpărături cât mai repede posibil, fie online, fie în magazin.
- 92% dintre clienții online doresc livrarea în decurs de o zi și 53% dintre clienți stau în magazin între 15 și 25 minute (www.statista.com). Metodele de plată mobilă se dezvoltă rapid.
- Abilitatea de a scana propriile coduri de bare, de a plăti totul în cadrul aplicației sau de la un portofel mobil și apoi de a merge imediat, fără a avea vreodată contact cu un casier, are ca rezultat economii importante de timp.

92% dintre clienții online doresc livrarea în decurs de o zi

53% dintre clienți stau în magazin între 15 și 25 minute

C. Folosirea puterii datelor prin tehnologie

Retailerii de astăzi trebuie să traducă și să utilizeze toate datele pe care le colectează, să-și modeleze strategia de retail și să vadă câștigurile din KPI-urile lor: profitabilitatea magazinului, venituri anuale.

Cu ajutorul tehnologiei, retailerii pot:

- diferenția experiența de cumpărături;
- adapta promoțiile și experiențele pentru clienții lor;
- prezice și prescrie ce vor vinde, când, unde și cui.

(Microsoft Retail Insights, 2016)

D. Colaborare

- Tendința de a avea acces la produse sănătoase locale a determinat retailerii să semneze parteneriate cu producători locali mici;
- Alianțele cross retail sunt o nouă modalitate de a construi magazine de proximitate. OMV și Auchan au deschis deja 15 magazine MyAuchan în benzinăriile OMV Petrom;
- Parteneriatele de imagine între retaileri și artiști sunt de succes (de exemplu, Heidi Klum și Lidl au lansat o linie de îmbrăcăminte de succes în 2017);

(Susan Reda - Ce este în magazin pentru 2018)

E. Formatele magazinelor retail vor fi mult mai diverse

- Retailerii au învățat să stabilească o varietate de formate de magazin pentru a răspunde nevoilor diferitelor piețe și locații;
- Formatele de magazine tradiționale pot fi în declin, însă magazinele inovatoare - care oferă experiențe de cumpărături îmbunătățite - vor continua să apară;
- Tehnologiile emergente, cum ar fi IoT și Artificial Intelligence (AI), ajută retailerii să facă magazinele mai inteligente, permițând sensibilizarea clienților și optimizarea lanțului de aprovizionare.

(Vend's Retail Trends, 2018)

F. Comunitatea

- Problema primară a consumatorului nu mai este deficitul de produse, ci mai degrabă lipsa unei legături sociale autentice, umane;
- Retailerii pot aduce oamenii împreună, fiind nu numai un loc de cumpărături, ci și un pol social;
- Comunitatea online "Beauty Insider" a lui Sephora este doar un exemplu în care se poate crea un puternic sentiment de conexiune bazat pe interese comune.

(www.shopify.com 2018)

Provocări

Productivitatea în muncă

Creșterea productivității angajaților a reprezentat o provocare încă de la începutul retail-ului și există din ce în ce mai multă presiune asupra ei, deoarece rolurile angajaților sunt într-o continuă expansiune și se așteaptă să livreze mai multe capabilități decât oricând.

(cpcstrategy, Six Retail Experts Plan Retail Strategies for 2016, 2015).

Transparența prețului

Prețurile retailerilor trebuie să fie complet transparente, datorită cumpărăturilor pe mai multe canale. Din punctul de vedere al clienților, nu există niciun motiv logic ca prețurile să fie diferite în diferite canale. Acest lucru poate necesita unele schimbări de infrastructură pentru retaileri.

(cpcstrategy, Six Retail Experts Plan Retail Strategies for 2016, 2015)

Experiența millennial-ului

În 2025, millennialii vor reprezenta trei sferturi din forța de muncă globală. Datorită acestui lucru, ei au o influență majoră asupra celorlalți cumpărători, impactându-le procesul decizional. S-a dovedit că millennialii preferă să investească mai degrabă în experiențe decât în obiecte fizice. Dacă v-ați orientat spre millenniali, este important să arătați cum o achiziție poate avea o amprentă în sensul mai larg al omenirii.

Surse: *(cpcstrategy, Six Retail Experts Plan Retail Strategies for 2016, 2015) https://www.catalyst.org/knowledge/generations-demographic-trends-population-and-workforce#Global*

Focusul brandurilor de retail

Canalele de retail trebuie să fie personalizate pe segmentul principal de consumatori. Dacă vor să atragă și alte segmente, canalele trebuie să fie aliniate la grupul de focus, cu o cale suplimentară creată pentru noii clienți de a găsi acele canale.

(cpcstrategy, Six Retail Experts Plan Retail Strategies for 2016, 2015)

Gestiunea stocurilor

Din ce în ce mai des, companiile nu au un control asupra stocurilor, iar asta duce la clienți dezamăgiți și vânzări pierdute. Prin utilizarea serviciilor de transport terțe, problemele cu gestionarea stocurilor devin din ce în ce mai complexe.

(cpcstrategy, Six Retail Experts Plan Retail Strategies for 2016, 2015).

02

DE CE VODAFONE ?

La Vodafone, am dezvoltat soluții pentru industria de retail care înglobează mai multe servicii într-o arhitectură care poate lucra pentru tine, astfel încât afacerea ta să devină mai eficientă și mai profitabilă.

Eficiență operațională sporită

Fiecare business are ca obiectiv optimizarea proceselor și reducerea costurilor. Iar soluțiile IoT pot aduce contribuții majore. De exemplu, o soluție de alertă de stoc poate monitoriza în timp real stocurile de produse, astfel încât să existe întotdeauna marfă la raft.

Interacțiune mai bună cu clienții

Procesele automatizate care asigură funcționarea rapidă și optimă a unei afaceri se traduc întotdeauna într-o experiență mai bună a clientului final. Serviciile Vodafone IoT de retail îți oferă posibilitatea de a interacționa cu clienții în moduri complet noi, de a răspunde mult mai rapid nevoilor acestora și de a adăuga valoare relației cu aceștia.

Noi oportunități de business

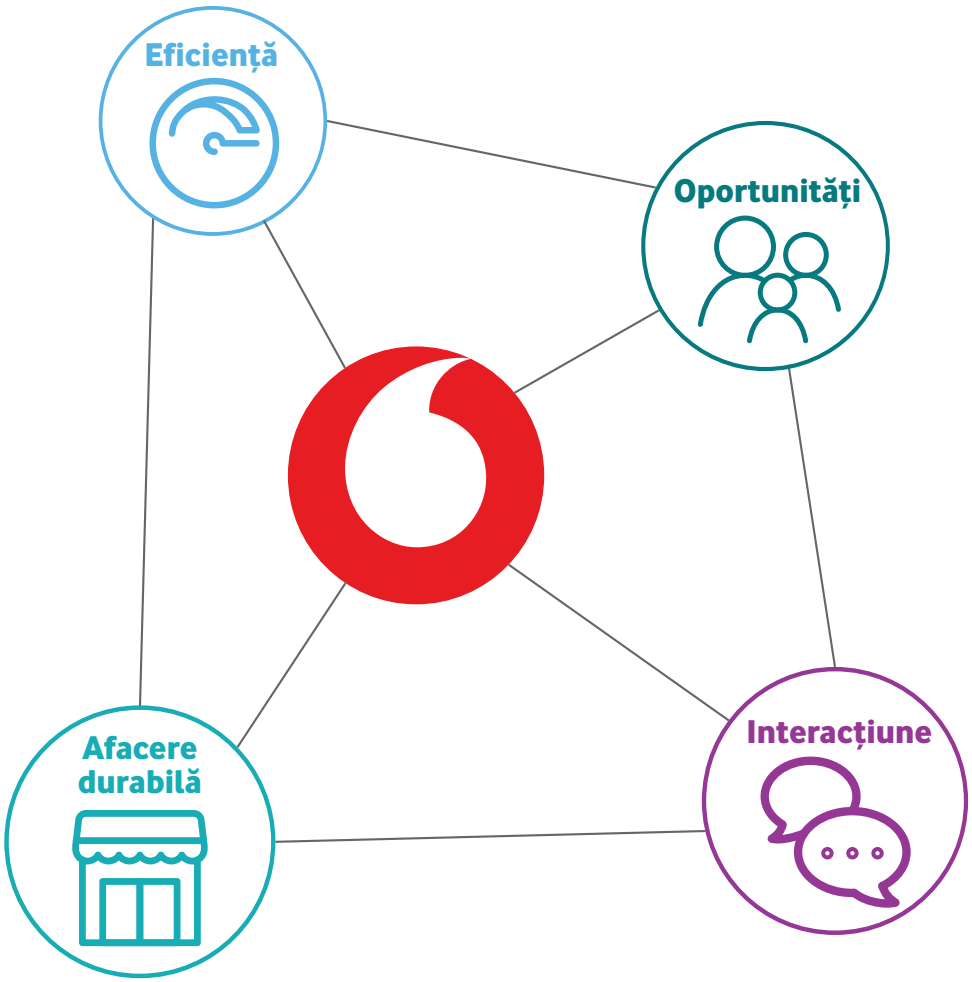
Vodafone are potențialul de a transforma afacerile oferind noi direcții de dezvoltare prin acces la informații valoroase și prin control mai bun asupra propriilor resurse. Lăsând tehnologia să lucreze pentru tine, te poți muta treptat de la un model de afacere concentrat pe produs la unul axat pe servicii și customer experience.

O afacere durabilă

Ajutăm compania ta să adopte schimbări pozitive prin intermediul tehnologiilor digitale.

Soluțiile noastre avansate dedicate zonei de retail îți ajută angajații să lucreze mai inteligent și mai productiv, transformând locul obișnuit de muncă într-unul digital și pregătit pentru viitor.

Securitatea este prezentă în ceea ce facem și îți permite să adopți o poziție sigură împotriva amenințărilor într-o continuă creștere. Cu noi, dispozitivele, rețelele și aplicațiile tale sunt sigure.



03

SOLUȚIILE VODAFONE PENTRU PIAȚA DE RETAIL

Unul dintre instrumentele prin care inovația pătrunde în modul de lucru al retailer-ului este Internet of Things (IoT)

Companiile de retail sunt din ce în ce mai optimiste cu privire la potențialul IoT. 91% dintre cei care le adoptă spun că sunt mai optimiști cu privire la potențialul IoT de acum 12 luni (79% în toate sectoarele), iar 94% spun că industria IoT a crescut în ultimele 12 luni (82%). 98% spun că se văd cel puțin o parte din profit din investiția lor în IoT - 53% înregistrând o rentabilitate semnificativă. Ei cred că IoT este esențială pentru competitivitatea lor viitoare și de aceea și-au sporit investițiile.

81% dintre organizațiile din sectorul retail consideră că utilizarea IoT va fi critică pentru succesul viitor al oricărei organizații din sectorul lor.

96% dintre cei care adoptă în comerțul cu amănuntul spun că investesc mai mult în soluții IoT decât în urmă cu 12 luni.

Posibilele aplicații ale IoT în retail sunt imense. 63% dintre adopteri în retail folosesc IoT pentru a îmbunătăți / automatiza procesele existente.

Sursa: *Vodafone IoT Barometer 2017/2018*

Alegerea soluțiilor corecte IoT de retail pentru afacerea ta

Indiferent de industria în care te afli, tehnologia IoT are puterea de a-ți transforma afacerea. Aceasta poate îmbunătăți eficiența angajaților, poate ajuta la îmbunătățirea experiențelor clienților și îți poate oferi vizibilitate. De aceea, este bine să faceți alegerile corecte, iar alegerea unui partener profesionist este foarte importantă.

La Vodafone, oferim o gamă largă de soluții end-to-end pentru a-ți satisface cerințele specifice. Cu expertiza noastră de partea ta, poți fi sigur că fiecare element al proiectului tău va funcționa fără probleme de la început până la sfârșit.

Nevoile afacerii tale variază în funcție de sectorul în care activezi. De aceea, oferim soluții personalizate care se concentrează pe îmbunătățirea competitivității companiei tale, precum și pe cele care facilitează creșterea productivității și reducerea costurilor.

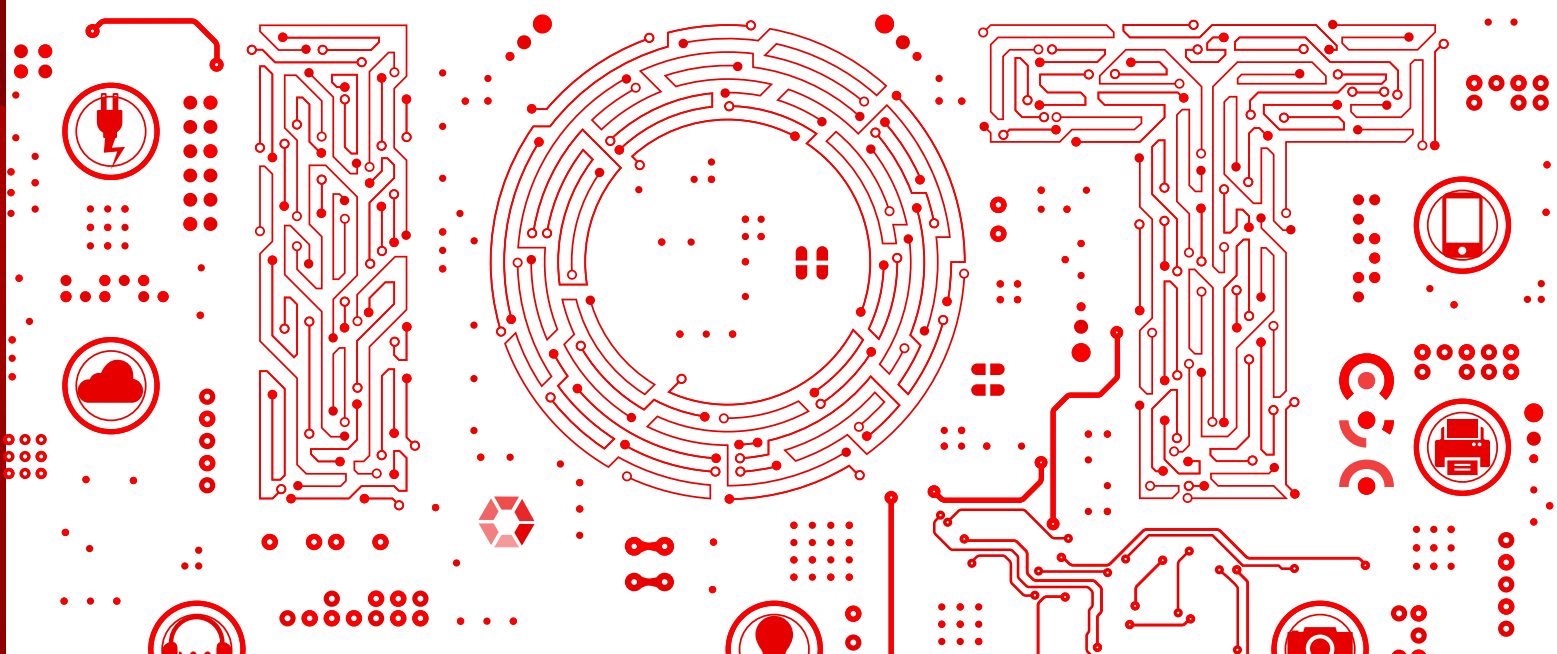
Indiferent de tipul de afacere pe care-l deții, avem o soluție adaptată pentru nevoile tale.

Soluțiile de retail Internet of Things oferite de Vodafone simplifică și eficientizează procesele companiilor

Vodafone este un principiu concret pentru o societate durabilă și funcțională, este tehnologia care ne face viața mai simplă.

Soluțiile Vodafone IoT special concepute pentru zona de retail pot ajuta la o mai bună experiență a clientului în magazin, creșterea productivității prin alocarea personalului doar atunci când este necesar, monitorizarea stocurilor și programarea din timp a producției, iar toate astea se realizează pe baza unor echipamente inteligente, conectate, care comunică permanent între ele și oferă date și optimizare în timp real.

Afacerea ta poate deveni mai competitivă urmând un model ideal, acela de a produce mai mult, consumând mai puțin.



Vodafone Smart Counting

Cu ajutorul soluției Vodafone Smart Counting, de acum poți să ții evidența numărului de clienți care intră în magazinele tale. Pe lângă asta, ai acces la diverse rapoarte și grafice pentru a vizualiza traficul în anumite perioade de timp.

Printre beneficii tale se află:

- Măsurarea eficienței campaniilor de marketing
- O mai bună experiență a clientului în magazin prin scăderea timpului de așteptare

Stock Alert

Prin soluția Stock Alert, sunt monitorizate în timp real stocurile de produse, astfel încât să existe întotdeauna marfă la raft.

Beneficiile unei astfel de soluții sunt:

- Monitorizarea stocurilor și programarea din timp a producției pentru suplimentarea stocurilor scăzute;
- Creșterea productivității prin alocarea personalului doar atunci când este necesar;
- Clientul găsește întotdeauna produsul la raft, iar timpul de așteptare scade.

Heat Map

Localizarea zonelor "fierbinți" în care se opresc clienții și perioada petrecută în aceste zone de interes (standuri promoționale, vitrine, zone de plasare a produselor, reclame etc.).

Beneficiile instalării acestei soluții:

- Identificarea zonelor cu trafic intens oferă sugestii despre reajustarea planului magazinului pentru a elimina blocajele și zonele "reci";
- Planificarea eficientă a resurselor de personal;
- Îmbunătățirea experienței clientului, prin amenajarea optimă a magazinului.

Client Assist

Cumpărătorul poate solicita prezența unui consilier de vânzări la raft, printr-o apăsare de buton. Când butonul este apăsat la raft, angajații tăi primesc o alertă pe brățara smart, iar responsabilul de zonă se îndreaptă rapid spre locul unde este nevoie de asistență.

Printre beneficiile se află:

- Oferirea de informații prompte în legătură cu produsele expuse la raft;
- Menținerea unui grad ridicat de satisfacție a clienților, prin rezolvarea problemelor în timp real;
- Clientul tău beneficiază de asistență rapidă din partea angajaților.

Digital Media Signage & Smart Analytics

Soluția afișează informații personalizate, în timp real, despre promoții și oferte.

Beneficii:

- Reclame și informații relevante pentru clientul aflat în fața ecranului, în funcție de diverse criterii (sex, vârsta etc.);
- O mai bună experiență a clientului în magazin, datorită personalizării exacte a ofertelor.

Queue Management

Detectează numărul de persoane care așteaptă la coadă, pe baza unui senzor video care vizează zona din fața casei. Senzorul identifică formele umane și măsoară timpii de așteptare.

Printre beneficiile tale se află:

- Alerta instantanee determină acțiunea de deschidere a unei noi case de marcat în timp real;
- Clientul tău beneficiază de reducerea timpului de așteptare și de îmbunătățirea experienței în magazin.

Quick Feedback

Obținerea instantanee a opiniei clienților față de experiența din magazin. Prin soluția Quick Feedback, clientul poate evalua experiența lui în magazin (de la foarte plăcută, la extrem de neplăcută). În situația în care clientul a fost extrem de nemulțumit de experiența avută, un angajat al magazinului se va prezenta îndată, încercând să afle mai multe detalii și cum poate rezolva problema clientului în timp real.

Beneficii:

- Menținerea clienților actuali și atragerea de noi clienți, prin rezolvarea problemelor în timp real;
- Clientul beneficiază astfel de interacțiunea rapidă cu personalul și de posibilitatea de a-și exprima părerile.

Descoperă cum soluțiile IoT de la Vodafone îți pot digitaliza afacerea: https://iot.vodafone.ro

vodafone
business