

Nauji mažmeninės prekybos iššūkiai

Pasitikite ateitį su
vizualiąja analitika



Mažmeninė prekyba susiduria su naujais iššūkiais, kurie išjudins nusistovėjusius industrijos pamatus.

- Svarbiu pardavimų ir marketingo kanalu tapo elektroninė prekyba, kuri apjungia tiek fizinį, tiek internetinį, tiek mobilųjų pirkėją.
- Šiuolaikinės tiekimo grandinės procesai turi būti optimizuoti ir atitikti skirtingų prekybos kanalų poreikius.
- Parduotuvės tampa jungiančiu ir svarbiausiu prekių platinimo tašku.



Trumpai tariant, daugiakanalė mažmeninė prekyba šiais laikais yra tapusi standartiniu prekybos modeliu.

Kol vieni prekybininkai daugiakanalės prekybos vystymą atidėliojo,
kiti šia kryptimi veikė aktyviai ir pasiruošė naujiems ir
neišvengiamiems daugiakanalės prekybos iššūkiams.

Mažmeninės prekybos įmonės, norinčios prisitaikyti prie naujos mažmeninės prekybos situacijos, susiduria su 3 svarbiais iššūkiais.



#1 Visagalis išmanusis pirkėjas

Turintis nuolatinę interneto prieigą, pasikaustęs žiniomis, viskuo besidomintis, išmanusis šiuolaikinis vartotojas kasdien naudojami mobiliaisiais įrenginiais ir socialiniais tinklais, todėl lygina prekes ir kainas, o perka bet kur ir bet kada.



#2 Lankstūs ir tinkamai sureguliuoti tiekimo grandinės procesai

Kitas daugiakanalės prekybos iššūkis - užtikrintai veikiantys tiekimo grandinės procesai, kurie mažmenininkams garantuotų prekių pristatymą vos per kelias valandas nuo užsakymo ir užtikrintų lanksčius prekių grąžinimo grafikus.



#3 Kintančios parduotuvių funkcijos

Parduotuvių funkcijos irgi keičiasi. Išlikdamos pagrindiniais pardavimų taškais, jos pamažu virsta klientų paslaugų centrais ir svarbia tiekimo grandinės dalimi.

Kaip sėkmingai dirbantys mažmeninės prekybos dalyviai pasitinka šiuos iššūkius?

Prisitaikydami prie kintančių sąlygų, įdarbindami duomenis bei galėdami priimti faktais pagrįstus sprendimus.

Mažmeninės prekybos įmonės naudojami vizualioji analitika ir:



Analizuoja skirtingų šaltinių duomenis (POS, CRM, WMS*)



Išnaudoja informaciją, kurią gauna analizuodami įvairių prekybos kanalų ir vietų duomenis



Vadybininkams suteikia galimybę analizuoti duomenis mobiliuosiuose įrenginiuose ir sprendimus priimti prekybos vietoje

Toliau bandysime paaiškinti, kaip mažmenininkai pasitinka šių dienų iššūkius.

*prekybos vietos, kliento, sandėlio valdymo sistemos

**#1 Visagalis
išmanusis
pirkėjas**

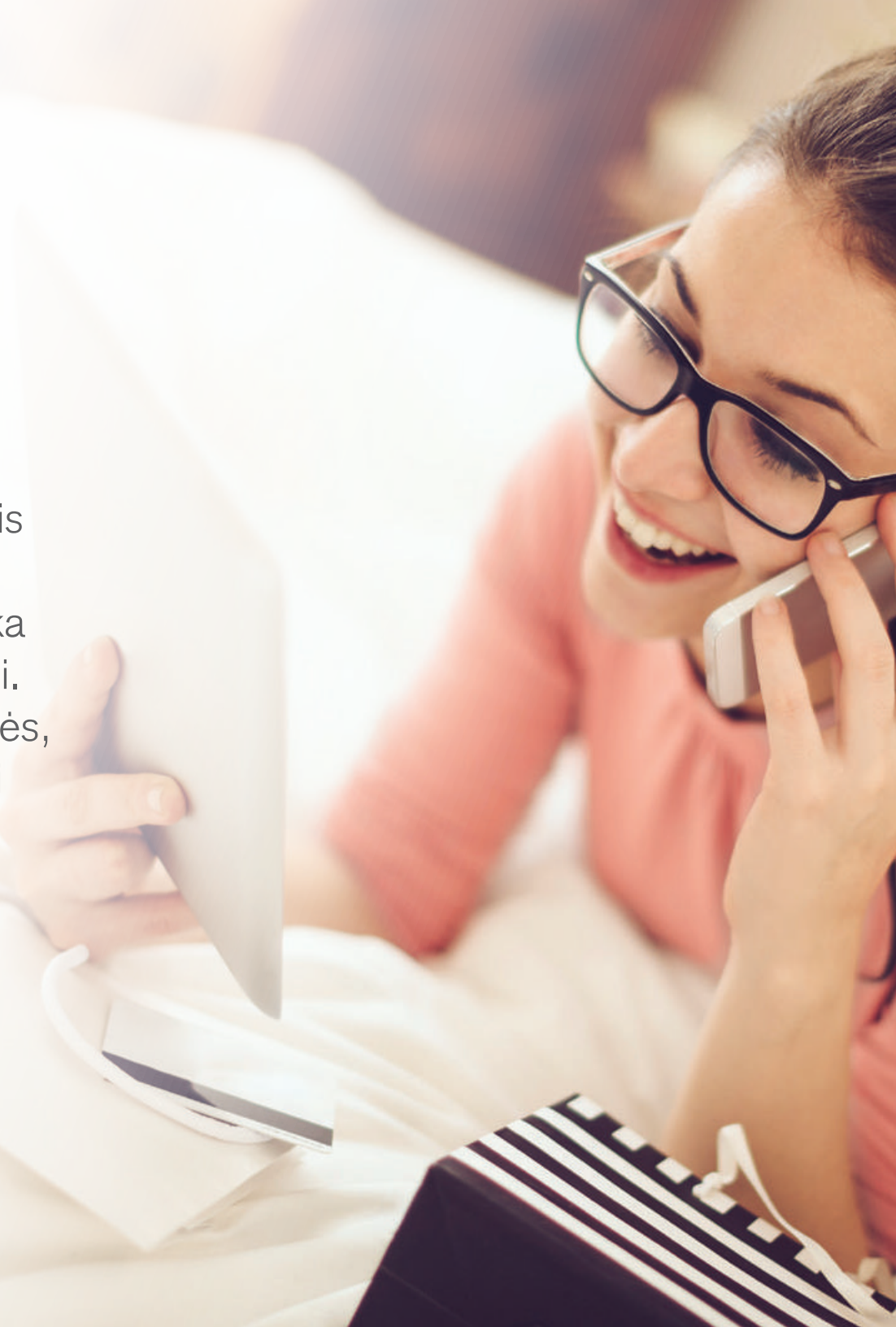


Visagalis išmanusis pirkėjas

Šiuolaikinis išmanusis pirkėjas nori pats analizuoti ir spręsti, kur ir kada jam pirkti prekę.

Šių dienų pirkėjai ieško prekės ir lygina kainas, naudojami telefonais, planšetiniais ar nešiojamaisiais kompiuteriais, lankosi parduotuvėse, tariasi su draugais ir perka tokiais būdais, kurie jiems yra patogiausi. Jei esate nepajėgūs suteikti tokios prekės, kokios pirkėjas ieško, ir tokia kaina, kuri jam tinka, - tai pirkėjas gaus kitose parduotuvėse, iš kitų prekės ženklų.



Sėkmingai dirba tokie mažmeninės prekybos tinklai, kurie apjungia elektroninę ir tradicinę prekybą taip, kad pirkėjui būtų patogiu ir jis taptų lojaliu.





"Išsirink internete, pasiimk parduotuvėje"
prekyba išaugs dvigubai, nuo

35% • IKI • 76%

per būsimus dvejus metus



Analitika patvirtina:
rimta pirkėjo elgsenos
analizė lems geresnius
konversijos rodiklius ir
didesnį pirkėjo krepšelį.



Atitikti išmanojo pirkėjo poreikius

Mažmenininkai, kurie sprendimus grindžia duomenimis, išnaudoja analitikos galimybes tokiais būdais:

- Analizuoja pirkėjo apsipirkimo būdus, norėdami suprasti **individualius jo poreikius**.
- Remdamiesi pirkėjo elgsenos analizės duomenimis, kuria **personalizuotus ir lokalius pasiūlymus**
- Kuria **lojalumo programas ir gerina įmonės rezultatus**, siūlydami pirkėjams patrauklias akcijas, paslaugas ir reikiamą asortimentą.

#2 Lankstūs ir tinkamai sureguliuoti tiekimo grandinės procesai



Lankstūs ir tinkamai sureguliuoti tiekimo grandinės procesai

Daugiakanalė prekyba reikalauja taip sureguliuoti tiekimo grandinės procesus, kad būtų galima prekes pristatyti per kelias valandas nuo užsakymo bei taip pat lanksčiai prekę grąžinti.

Turėti patikimą prekės pristatymo kelią - ne prabanga, o būtinybė, ypač turint galvoje, kad visame pasaulyje pristatymo bei grąžinimo kaštai yra daugumos mažmeninės prekybos įmonių Achilo kulnas.

Sėkmingi mažmenininkai stengiasi tuo pačiu metu ir optimizuoti tiekimo grandinės efektyvumą, ir patenkinti klientų lūkesčius.





1h

PRISTATYMA

žada Amazon.
Argos pristato per 4.



25%

PARDAVIMŲ 5 VAL. RYTO


Walmart/Asda parduotuvių
lentynos turi būti pilnos prieš
aušrą, kuomet renkami
internetiniai užsakymai
pristatymams į namus



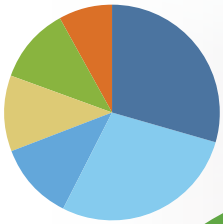
3X

PER DIENĄ

Tesco atnaujina orų
duomenis ir užpildo
lentynas taip, kad galėtų
tinkamai įvykdyti būsimus
užsakymus



Analitika patvirtina:
gili tiekimo grandinės
duomenų analizė įmonei
yra neišvengiama ir
kuria vertę.



Kaip tinkamai sureguliuoti tiekimo grandinės procesus?

Mažmenininkai, kurie sprendimus grindžia duomenimis, išnaudoja analitiką tiekimo grandinės procesams sekančiais būdais:

- Stebi asortimento kiekius visoje tiekimo grandinėje ir **užtikrina greitą prekės pristatymą** bet kuriame pardavimo kanale.
- Optimizuoja prekės suradimą ir paėmimą, pritaiko įpakavimą, trumpina pristatymo laiką, **gerina sandėlio pralaidumą**.
- Analizuoja prekės gabenimo kaštus, eliminuoja **nebūtinus logistikos išlaidas**.
- Tobulina ir **valdo prekės grąžinimo** logistiką.

Analitikos sprendimų sėkmės istorija

Baldų įmonė **Design Within Reach** garantuoja savo pirkėjams, kad modernaus dizaino baldus pristatys bet kada ir bet kur, todėl parduotuvėse stengiasi užtikrinti įvairiapusį asortimentą.

Parduotuvių vadybininkai naudoja savarankiškos vizualiosios analitikos įrankį šiems uždaviniams:

- Asortimento likučių analizei
- Pardavimų pagal konkrečias baldų grupes ir tiekėjus analizei
- Greitiems sprendimams dėl pirkimų ir prekių persikirstymo
- Prekių paklausos analizei dar prieš pradėdant ją parduoti

Visa Design Within Reach istorija →



#3 Kintančios parduotuvių funkcijos



Kintančios parduotuvių funkcijos

Auganti skaitmeninė prekyba neeliminavo mažmeninės prekybos pardavimų variklio - parduotuvės. Nors daugelį metų buvo prognozuojama, kad parduotuvės išnyks, dabar manoma, kad taip neatsitiks, jei tik prekybininkai norės ir sugebės prisitaikyti prie kintančių sąlygų.

Sėkmingos mažmeninės prekybos įmonės, siekdamos įveikti daugiakanalės prekybos iššūkius, savo parduotuvėms suteikia papildomas funkcijas - jos tampa svarbiais tiekimo grandinės taškais, pasiekiančiais aukštus konversijos rodiklius, nes:

- pritraukia pirkėjus, kurie perka internetu, bet prekes atvyksta pasiimti,
- kuria lojalių klientų segmentą,
- pasyvius pirkėjus paverčia aktyviais.





2%

Vidutinis el.prekybos
konversijos rodiklis



30%

Vidutinis parduotuvės kon-
versijos rodiklis



300%

Išauga transakcijų vertė tiems
mažmenininkams, kurie apjungia
skirtingus kanalus



Analitika patvirtina:

technologijos, kurių dėka galima analizuoti apsipirkimo informaciją ir atrasti naujas įžvalgas, augina lojalių pirkėjų skaičių ir gerina parduotuvių rezultatus.



Kintančios parduotuvių funkcijos

Mažmenininkai, kurie keičiantis parduotuvių funkcijoms sprendimus grindžia duomenimis, imasi:

- Analizuoti duomenis, gaunamus iš parduotuvėse įrengtų technologinių naujovių (jutikliai, kameros, prekių skenavimas mobiliaisiais telefonais)
- Analizuoti pirkimo pavyzdžius, pirkėjų elgseną piko ir ramiomis valandomis, o remiantis šiais duomenimis gerinti pirkėjų aptarnavimą, planuoti darbuotojų darbo grafikus.
- Analizuoti asortimentą, paversti parduotuves svarbiais tiekimo grandinės centrais, užtikrinti, kad prekių kiekiai atitiktų numatomus pardavimus, garantuoti kokybišką pirkėjų aptarnavimą.
- Vadybininkams suteikia galimybę analizuoti duomenis mobiliuosiuose įrenginiuose ir sprendimus priimti prekybos vietoje, stengiantis gerinti parduotuvės rezultatus ir pelno rodiklius. **Pažiūrėkite šį video** →

Analitikos sprendimų sėkmės istorija

Viena iš didžiausių Naujosios Zelandijos mažmeninės prekybos įmonių

The Warehouse Group analizuoja pardavimus, atsargas, maržą, gražinimus - visas verslo sritis, kurios svarbios šiai kompanijai.

Bet ši į ateitį žvelgianti kompanija analitiką naudoja gerokai plačiau. Tarkim, jie pritaiko šiluminės technologijas, sugebančias fiksuoti, kiek žmonių įžengia į jų parduotuves, lygina šiuos duomenis su pardavimais ir taip matuoja konversijos rodiklius.

Analizuodami esmines sritis, jie geriau suplanuoja darbuotojų užimtumą, reklamos akcijas ir taip užtikrina geresnius kiekvienos parduotuvės rodiklius.

Sėkmės istorija čia →



Matykite visą duomenyse esančią informaciją

Vizualioji analitika atveria visą duomenyse slypinčią informaciją

Suteikite savo darbuotojams galimybes naudotis naujosios kartos, savarankiška vizualiąja analitika ir jie galės atsakyti į klausimus, spręsti problemas ir dalintis savo atradimais su kolegomis. Išsamus daugiakanalės prekybos procesų vaizdas leis atrasti naujus būdus, kaip **geriau aptarnauti pirkėjus, optimizuoti tiekimo grandinės veiklą, užtikrinti pirkėjo pasitenkinimą ir lojalumą.**

Tos mažmeninės prekybos įmonės, kurios turės daugiau žinių, išnaudos analitiką ir matys duomenyse paslėptus faktus, sugebės kur kas geriau prisitaikyti prie naujos ir sudėtingos mažmeninės prekybos aplinkos.





Apie Qlik sprendimus mažmeninei prekybai norite sužinoti daugiau?

Pažiūrėkite **Daugiakanalės prekybos demo versiją** ir pamatykite, kaip Qlik gali padėti geriau suprasti pirkėjo elgseną skirtinguose prekybos kanaluose.

Pažiūrėkite **Tiekimo grandinė: asortimentas ir prekės demonstracinę versiją** ir pamatykite, kaip su Qlik galite analizuoti pardavimus, asortimentą, prekių kiekius, trūkstamas prekes.

Pažiūrėkite **Maržos mažėjimo demo** ir pamatykite, kaip prekių vadybininkai, turėdami Qlik mobiliuosiuose įrenginiuose, gali daryti sprendimus prekybos vietose ir kaip tai padeda siekti geresnių rezultatų ir didesnės pelno eilutės.



Apie Qlik®

Qlik vizualiosios analitikos sprendimai mažmeninei prekybai padeda geriau suprasti pirkėjo elgseną, matyti visus tiekimo grandinės veiklos procesus, optimizuoti operacijas. Šios įžvalgos skatina spartesnį pajamų augimą ir pelningumo pokyčius.

Daugiau nei 1 100 mažmeninės prekybos kompanijų pasitiki Qlik sprendimais, suteikia kiekvienam darbuotojui galimybes analizuoti ten, kur reikia, ir tada, kada reikia. Analitikos naudojimas užtikrina pasikeitimus tokiose srityse kaip parduotuvių operacijų valdymas, prekybos procesai, tiekimo grandinė, marketingas, elektroninė prekyba ir finansai.

Daugiau informacijos www.qlik.com/retail

qlik.com



© 2016 QlikTech International AB. All rights reserved. Qlik®, Qlik Sense®, QlikView®, QlikTech®, Qlik® Cloud, Qlik® DataMarket, Qlik® Analytics Platform and the QlikTech logos are trademarks of QlikTech International AB which have been registered in multiple countries. Other marks and logos mentioned herein are trademarks or registered trademarks of their respective owners.

¹ <http://www1.planetretail.net/news-and-events/press-release/76-online-shoppers-use-click-collect-2017>