



# Как ритейлеры развивают НОВЫЕ каналы продаж

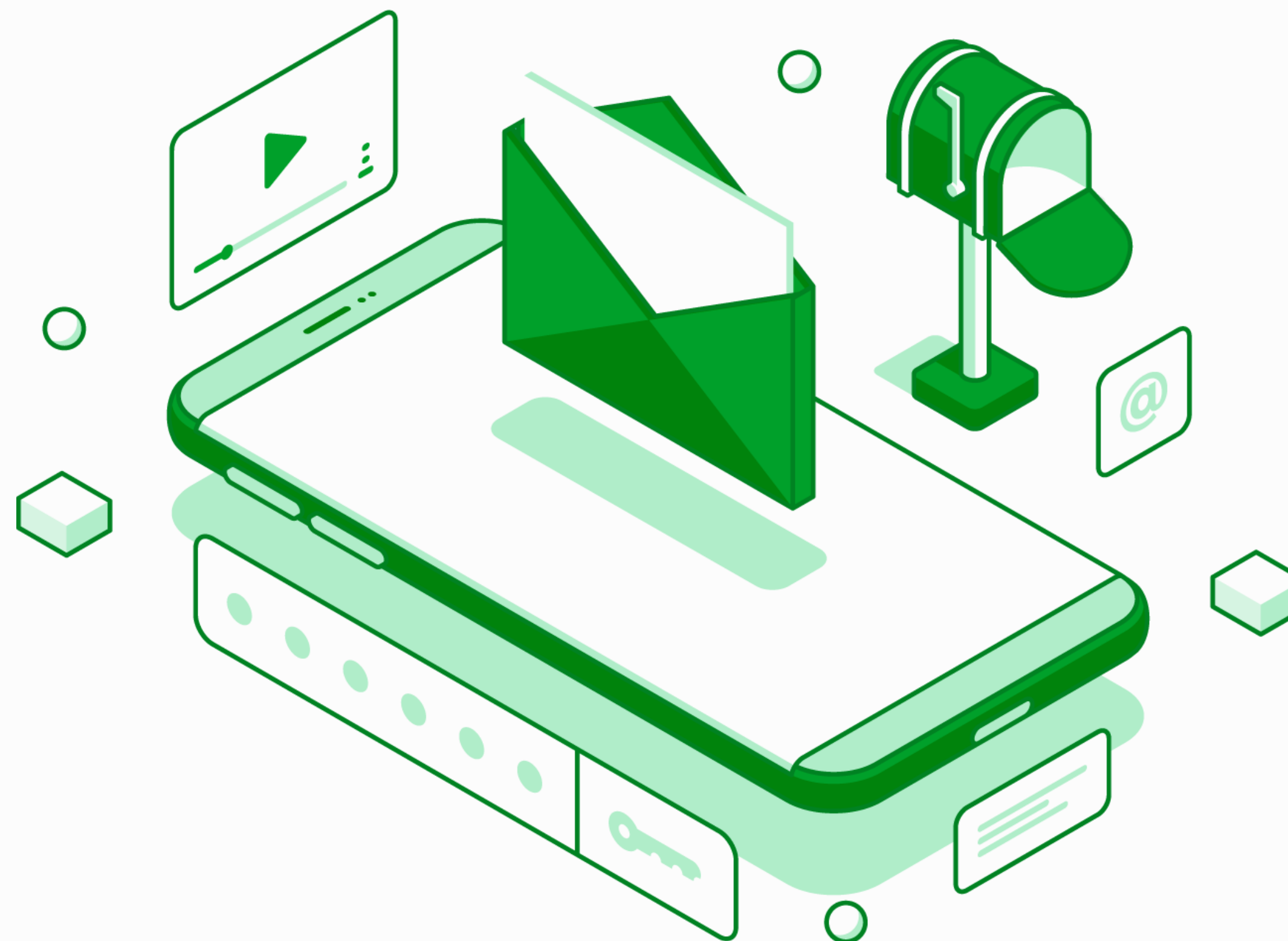
**Москва**

Апрель 2023

# Вызовы 2022 года задают тренды изменений в ритейле на ближайшие годы

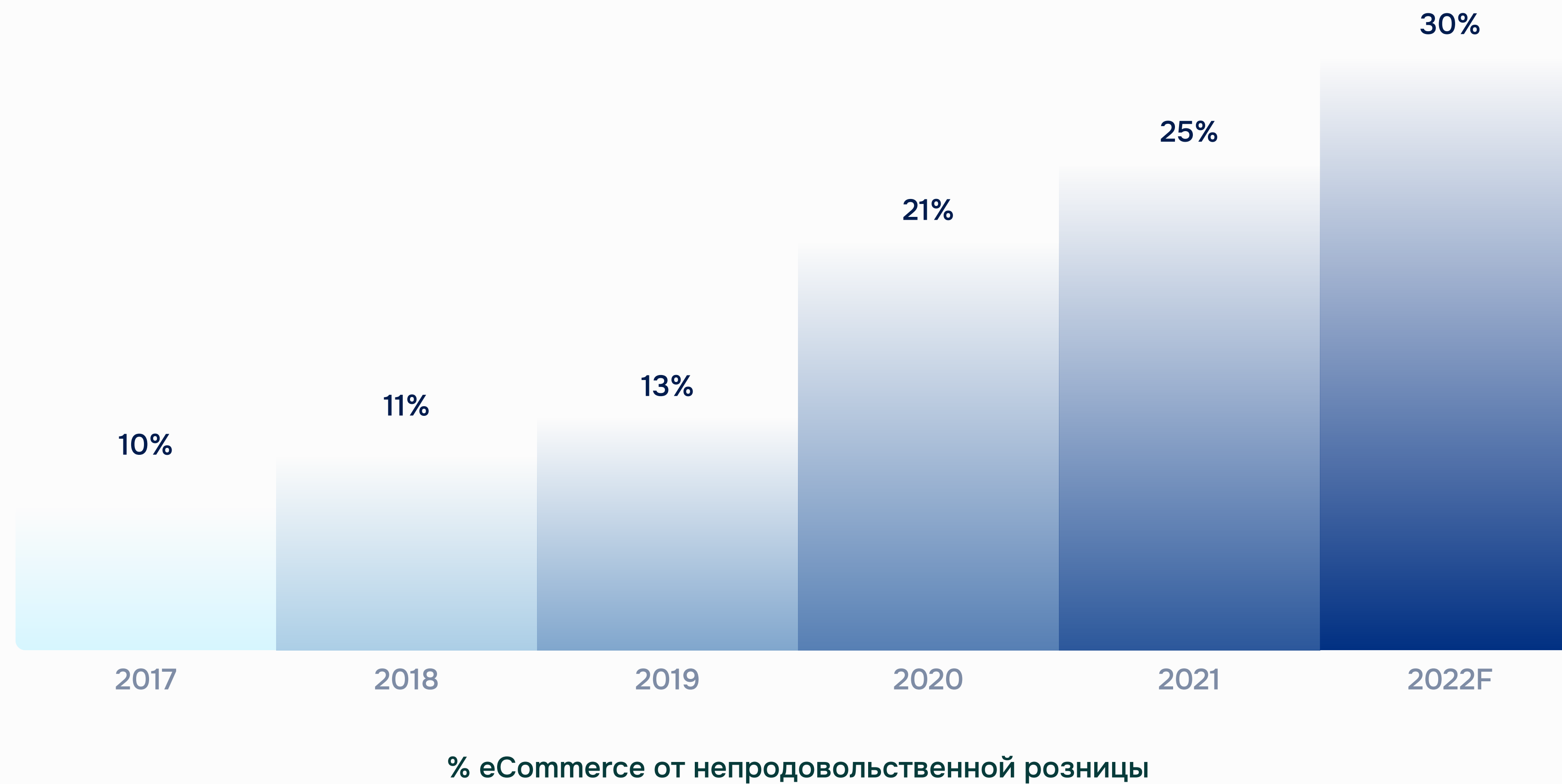


- Изучение покупательского поведения
- Сегментирование целевой аудитории
- Ставка на онлайн каналы продаж и коммуникации



# 3 из 10 рублей уже тратятся в онлайн

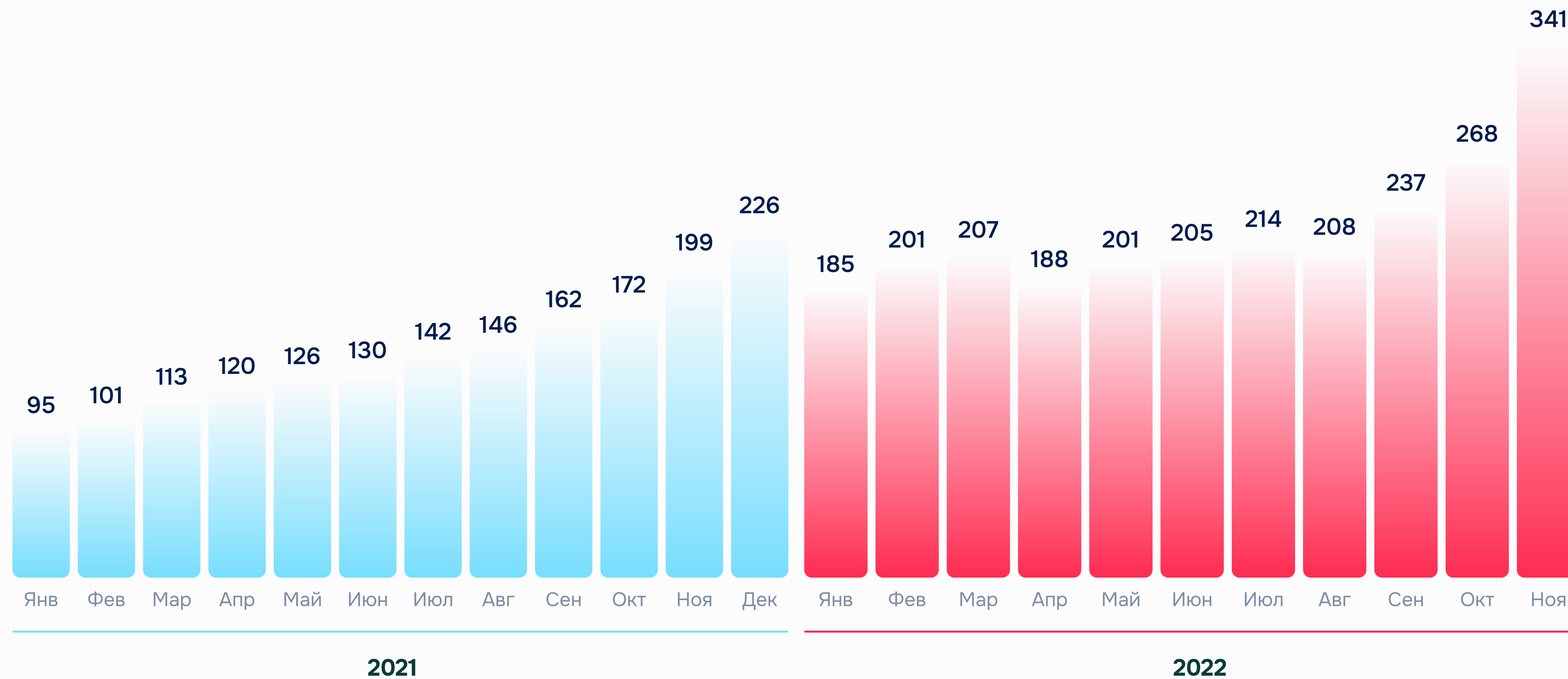
И доля онлайн продолжает расти



# Количество онлайн заказов неуклонно растет



Каждый месяц больше предыдущего (Y2Y)



# Ритейлеры максимально задействуют имеющиеся ресурсы



С подключением каждого дополнительного канала продаж, покупатели начинают тратить больше

- Развитие имеющихся каналов продаж
- Подключение новых каналов продаж
- Использование омниканальной стратегии

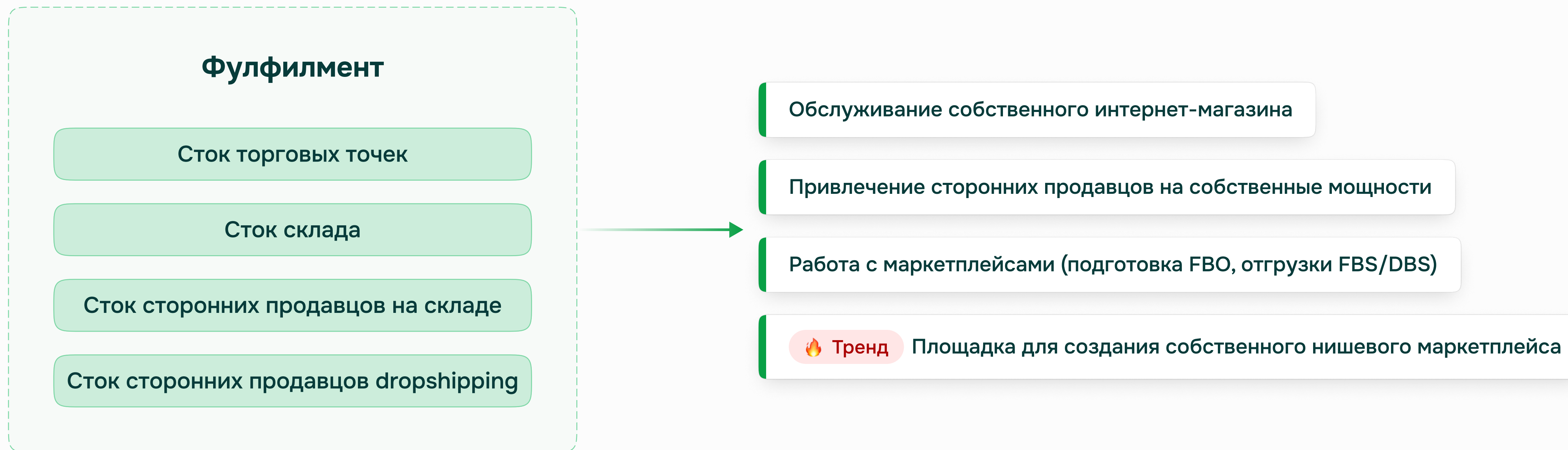
Большой контакт с аудиторией через различные каналы продаж



# Создание фулфилмента на базе складов торговых точек



Использование площадей и персонала ритейлера

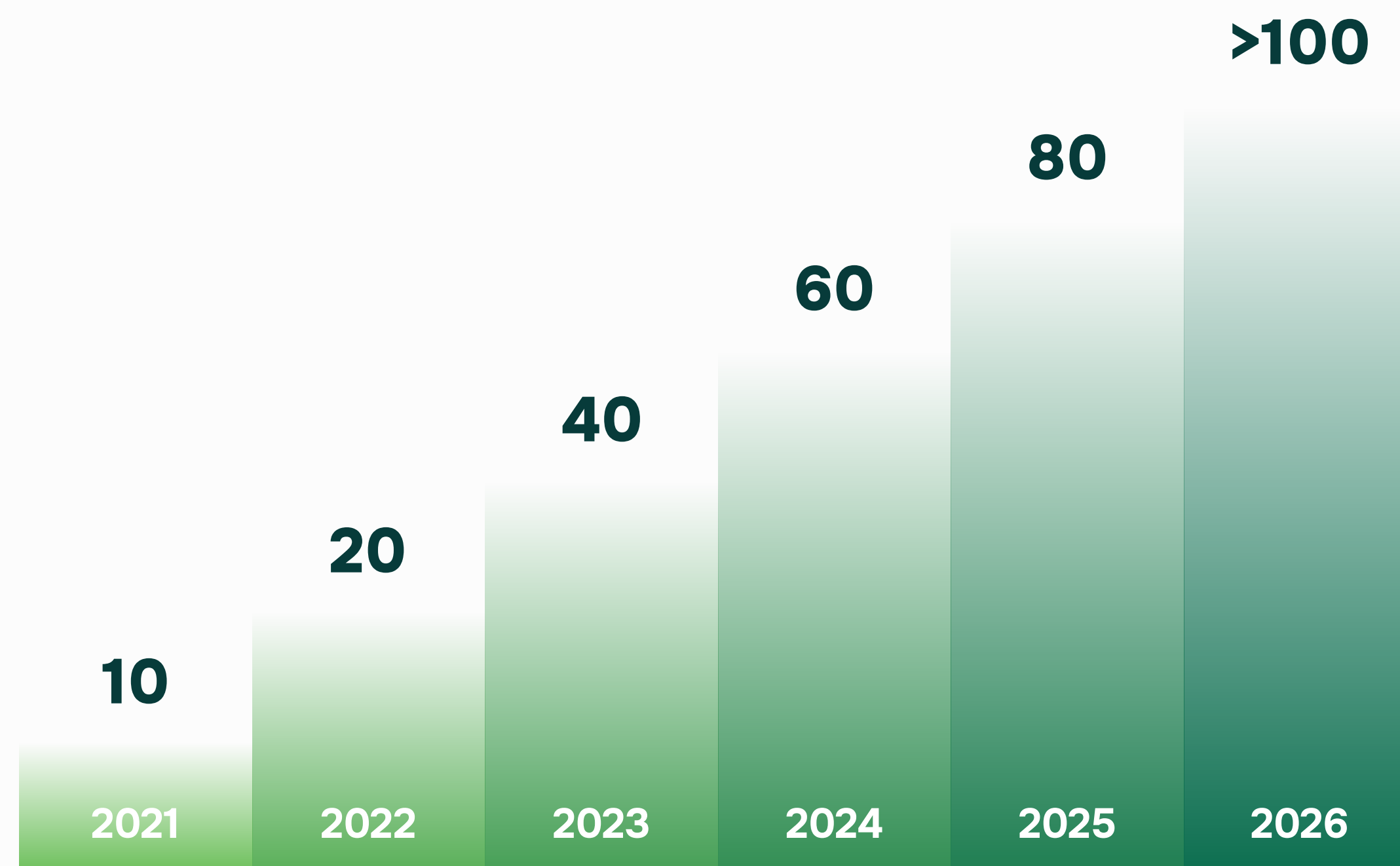


# Торговля на маркетплейсах



Универсальные маркетплейсы

Нишевые маркетплейсы



При этом 10-20 будут крупными нишевыми площадками с миллиардными оборотами

## Появление нишевых маркетплейсов

Прогноз экспертов: в ближайшие 5 лет в российском eCommerce могут появиться как минимум 100 нишевых маркетплейсов

### Источники появления

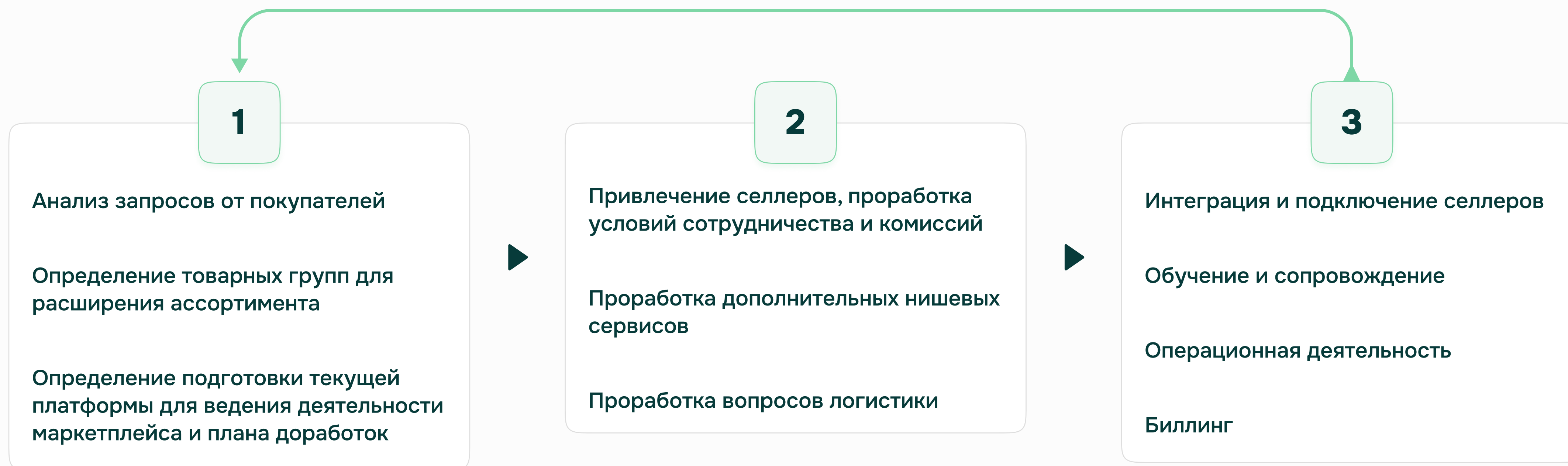
#### Создание новых маркетплейсов в определенной нише

Ярмарка Мастеров, Flowwow, Oozor, Ешь Деревенское и другие

#### Превращение в маркетплейсы крупных интернет-магазинов и ритейлеров

Леруа Мерлен, Детский мир, МВидео, Спортмастер, ВсеИнструменты и другие

# Развитие собственного нишевого маркетплейса





# Продажи через социальные сети и мессенджеры



Выбор площадок, которые ближе всего к аудитории



Вконтакте



Telegram



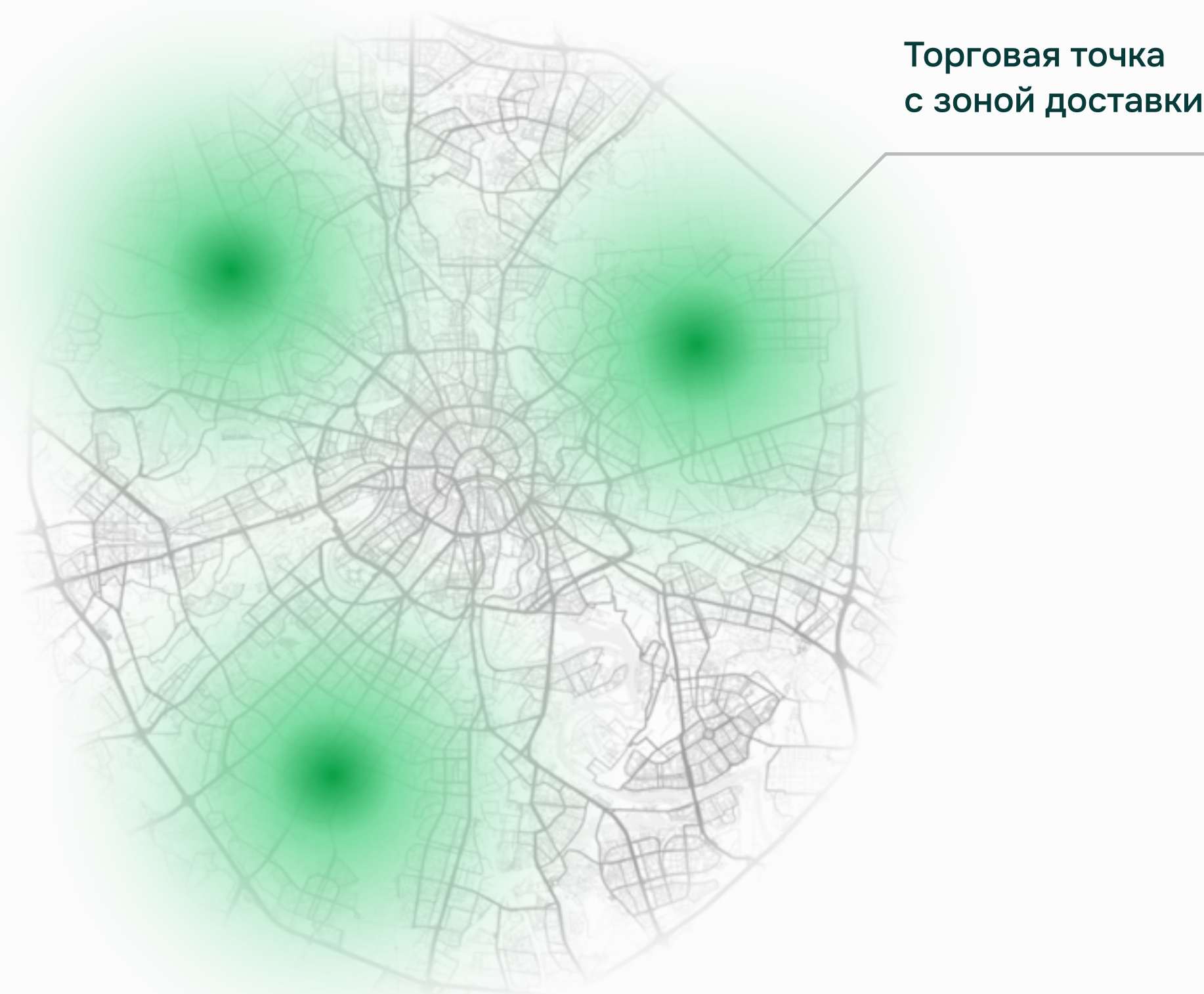
WhatsApp

Мощным инструментом оптимизации работы является интеграция социальных сетей и мессенджеров с CRM- системами

# Сверхбыстрая доставка за 30 минут\*



Торговые точки – инфраструктура для быстрой внутригородской доставки



Торговая точка  
с зоной доставки

OZON

Я Маркет

Интернет-магазин

Я Доставка

dostavista

Real FBS Express

Express

Доставка за 30 - 120 минут

Выше в поиске – товары с экспресс поднимаются выше в поиске и отмечаются отдельными значками

На 20% - увеличивается оборот товаров после подключения экспресс-доставки\*\*

Повышение конверсии на импульсивных покупках

Жесткие KPI по подготовке и доставке заказов

\*Зависит от удаленности покупателя, скорости сборки, но как правило доставка должна укладываться в интервал (30 - 120 минут)

\*\*По данным Я.Маркета

# В каждом магазине – весь ассортимент!



Повышение конверсий покупок за счет расширения ассортимента и контакта с покупателем после визита



## Установка на территории магазина терминалов с онлайн-витриной

Возможность для покупателей получить доступ к полному каталогу магазина, быстро найти нужный товар или его аналоги

## Оффлайн корзина ➔ Онлайн корзина

Возможность сформировать корзину из интересующих покупателя товаров в процессе визита в магазин, доставить нужные товары покупателю, напомнить о себе и предложить онлайн доставку после визита

Например, если не хватило товара, или не было нужного ассортимента в оффлайн точке



# Пользовательский контент

## 72%

покупателей доверяют онлайн-отзывам как личным рекомендациям

## в 6 раз\*

чаще покупают товар, если на странице есть фотографии из социальных сетей

Мотивируйте офлайн покупателей оставлять отзывы/фото/видео обзоры пользования товаром

Маркетплейсы

Приложения

Соцсети

## Способы стимулирования:

- Бонусы & скидки
- Промокоды
- Подарки
- Закрытые распродажи
- Купоны на услуги (салоны красоты, спа, фотосессии и пр.)

От реальных людей

Уникальный контент с личным мнением

Более надежный, формирует доверие аудитории

Повышает конверсию в покупки

\* По данным SocialMediaToday.com





# Объединение программ лояльности

Создание единой системы лояльности, бонусных карт и привилегий, позволит задействовать текущую базу клиентов и увеличить объемы онлайн каналов



Стимулирование повторных покупок

Привлечение новой аудитории

Увеличение выручки

Работает на удлинение LTV

# Фото и видео контент



- Использование площади магазинов для съемки фото и видео-контента
- Создание интересного онлайн-контента с обзорами, виртуальными экскурсиями и демонстрациями товаров
- Использование экспертизы сотрудников магазина для продвижения в онлайн
- Съемка рекламных роликов для онлайн каналов
- Стриминг





# Стриминг из шоурумов



## Новый маркетинговый канал

Снимайте обзоры новинок, продавайте товары во время эфира, повышайте доверие к бренду, стимулируйте к импульсивным покупкам

## Широкая поддержка со стороны площадок

Live-стриминг поддерживается на множестве платформ, в том числе и на маркетплейсах



## Стриминг – источник контента

Материалы со стримов обеспечивают поддержку маркетингового контента для продвижения



**\$1,7 МЛРД**

Объем продаж блогера  
Остина Ли Цзяци за один  
стрим

# Big data



Использование накопленных данных offline покупок

## Кросс-продажи

Использование накопленных данных для рекомендательной системы сопутствующих товаров

💡 Актуально для маркетплейсов

## Создание бандлов

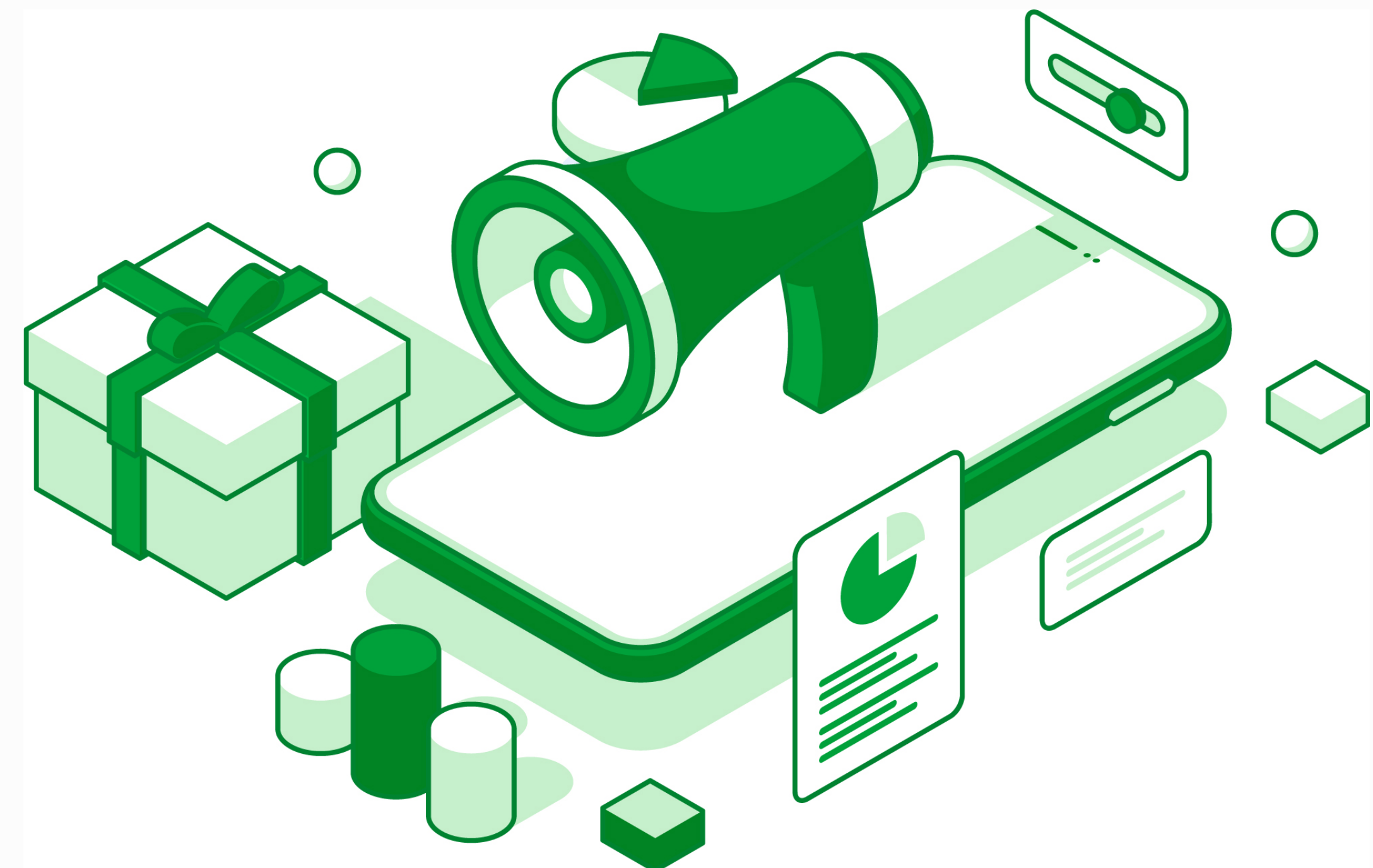
Разработка наборов товаров, на базе статистики покупок

## Промо-акции и сезонные распродажи

Выявление трендов для подготовки акций и сезонных распродаж

## Популярные товары, тенденции и предпочтения

Планирование закупок и ассортимента

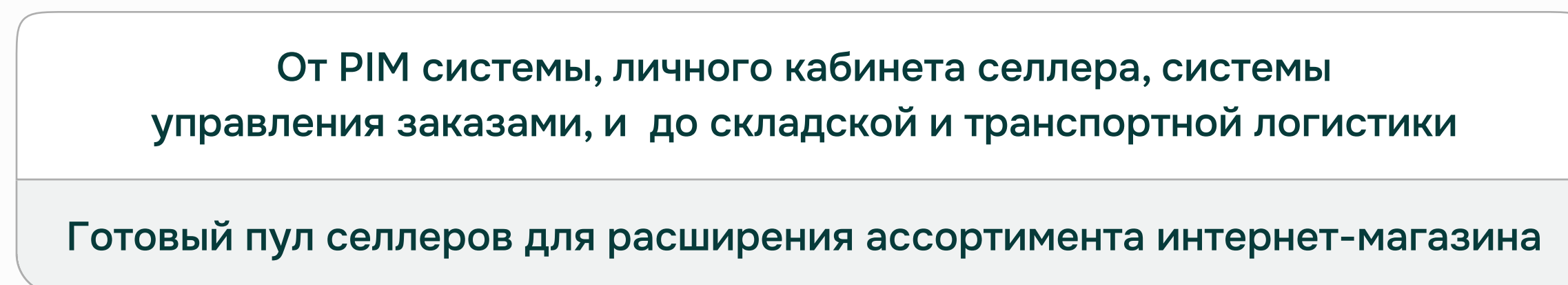
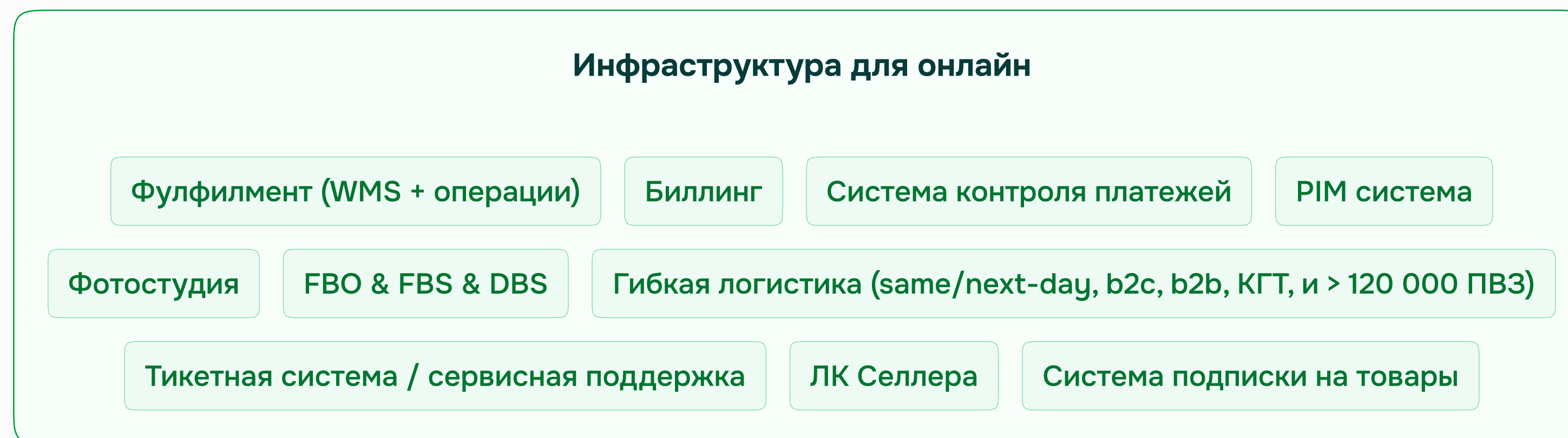




# Кактус – готовая платформа для онлайн



Логистические и софтверные решения для любых задач



# Спасибо за внимание!



**Баснер Ольга**

Руководитель отдела продаж малому бизнесу

[basner.o@tempoline.ru](mailto:basner.o@tempoline.ru)

[kak2c.ru](http://kak2c.ru)

[@kak2cc](https://www.instagram.com/kak2cc)

