

image not found or type unknown



Сфера розничной торговли относится к одному из наиболее динамично развивающихся рынков. Его участники постоянно сталкиваются с высоким уровнем конкуренции и растущими потребностями покупателей. Для завоевания как можно большей целевой аудитории и максимально эффективного расходования средств на обслуживание постоянно разрабатываются новые технологии в розничной торговле, которые, возможно, изменят сущность магазинов. Одни могут выглядеть как излишества, другие – как необходимое средство, но они имеют все шансы прочно обосноваться в работе торговых предприятий.

«Умные» тележки

Интересная новая технология современной розничной торговли – «умные» тележки, которые сочетают в себе традиционную магазинную тележку со сканнером штрих-кодов и мини-компьютером. Подобные разработки уже представлены американскими компаниями IBM и EDS.

Среди возможностей новых устройств составление списков покупок, анализ цены и характеристик товара, поиск нужных продуктов на полках магазина за счет своеобразного GPS-навигатора. Преимущества «умных» тележек налицо:

для покупателей – экономия денег и времени, возможность сократить время пребывания в магазине;

для владельцев магазинов – сокращение затрат на консультантов и получение уникального инструмента для анализа предпочтений клиентов.

Электронные ценники

В странах Запада постепенно внедряются так называемые электронные ценники и многие специалисты уверены, что за этой новой технологией – будущее розничной торговли. Новый вид ценников имеет вид небольшого дисплея, где с использованием цифр и букв предоставляется информация о товаре. Главное преимущество устройства – возможность изменять информацию и цену и другие характеристики товара без привлечения персонала, а с помощью центрального компьютера.

Особенно актуальным оно будет в магазинах с большим ассортиментом, а также в периоды акций, когда для привлечения покупателей цены на отдельные продукты меняются дважды в день. В ближайшем будущем электронные ценники вполне способны заменить традиционные аналоги из бумаги, поскольку отличаются удобством применения и позволяют минимизировать затраты на расходные материалы и оплату труда.

Кассы самообслуживания

Еще одна новаторская концепция, которая предусматривает полную автоматизацию линий касс благодаря использованию контрольно-измерительного оборудования, сканнеров штрих-кодов, которые будут транслировать информацию на дисплей и терминалов, считывающий информацию с банковской карты.

Эта новая технология позволит повысить интерес к розничному магазину покупателей-новаторов, которые предпочитают полностью контролировать процесс покупок без вмешательства торгового персонала. К сильным сторонам касс самообслуживания относятся сокращение затрат на оплату труда персонала и исключение воровства со стороны персонала. Но возникает риск кражи со стороны покупателя, который не будет сканировать купленный товар. Поэтому применение таких касс требует создания определенных мер системы безопасности.

В том или ином виде кассы тестируются в некоторых российских супермаркетах, но до их массового распространения еще далеко. Некоторые специалисты связывают это с тем, что рабочая сила в стране намного дешевле, по сравнению с Западом, поэтому там оптимизация ее использования более актуальна.

Объединение оффлайн и онлайн-торговли

Несмотря на растущую популярность онлайн-заказов, для многих покупателей остаются актуальными и оффлайн-продажи, поскольку они часто хотят «пощупать вживую» присмотренный в сети интернет товар. Такая тенденция способствует росту популярности концепции интегрированных продаж (omni-channel). Это новая технология в торговле, которая предусматривает объединение онлайн и офлайн каналов для удовлетворения ожиданий клиентов.

К подобного рода технологиям относятся:

возможность забирать заказанный в интернете товар в удобное для себя время в офлайн-магазине;

оформление «умных» зон в торговом зале, которые благодаря использованию терминалов позволяют вести онлайн-продажи в традиционном магазине.

Информационные киоски

Еще одна новая технология, которая может использоваться в розничной сети – информационный киоск – многофункциональный аппарат с сенсорным монитором. Он позволяет получить подробную информацию о характеристиках выбранного товара, а также дополнить ее напоминаниями о сопутствующих акциях и распродажах.

Для разных сфер розничной торговли предусмотрена индивидуальная технология. К примеру, уже существует программа «электронный сомелье», которая по штрих-коду с бутылки вина предоставляет подробный рассказ об истории марки, оптимальной температуре подачи, сочетающихся продуктах и т. д. В некоторых европейских магазинах информационные киоски даже предлагают рецепты приготовления блюд.

Виртуальная и дополненная реальность

Одна из новых технологий, которая только набирает популярность в розничной торговле как за рубежом, так и в России – виртуальная реальность. Она находит применение в разных сферах торговли:

В индустрии моды все чаще используются виртуальные примерочные и «умные» зеркала, которые позволяют виртуально примерять один и тот же наряд в разных цветах, подбирать размеры по индивидуальным меркам и вызывать продавца-консультанта лишь парой касаний к гаджету.

В автомобильной сфере с помощью очков виртуальной реальности покупатели получают возможность смоделировать внешний вид будущего автомобиля, менять его цвет и конфигурацию, а также изучить конструкцию и технические характеристики машины и т. д. Очки с подобными функциями представляют компании Jaguar Land Rover, Audi и Volvo.

Невидимые данные

Специалисты считают, что данные – основа новейших технологий, которые могут изменить подход к розничной торговле. К примеру, возможность помещать на одежду специальные маркировки позволит в скором будущем идентифицировать и покупать понравившиеся вещи, которые надеты на проходящем мимо человеке или

получать уведомления, когда вблизи появляется человек в одинаковой одежде. Беспроводные технологии также позволят распознавать покупателя, если он находится рядом с магазином и отправлять ему уведомления о потенциально интересной продукции или распродажах.

Объем информации, получаемый посредством устройств бесконтактной связи (NFC) и носимых электронных устройств позволит детально оценивать предпочтения покупателей при определении стратегий развития для увеличения объемов продаж и завоевания лояльности.

Использование роботов и дронов

Новые технологии робототехники также вносят свой вклад в будущее розничной торговли. Компании Fellow Robots и Lowe's Innovation Labs уже предлагают роботом-ассистентов, которые помогают покупателям в поиске необходимых товаров в магазине. Для этого достаточно задать электронному помощнику вопрос о местонахождении товара или показать образец в поле зрения камеры и робот попросит следовать за ним к месту назначения. Роботы также могут использоваться для распределения товаров на магазинных полках или для их погрузки со складов, как это практикуется в крупнейшей американской компании по интернет-продажам Amazon.

Использование дронов для доставки товаров – еще одно перспективное направление, которое позволит автоматизировать и ускорить процесс доставки, поднимая обслуживание покупателей на новый уровень. Возможно в скором будущем беспилотные аппараты будут доставлять выбранные товары прямо к дому покупателей.