

**СТРАТЕГИЯ OMNI CHANNEL –  
СОВРЕМЕННАЯ ФИЛОСОФИЯ  
УПРАВЛЕНИЯ РОЗНИЧНЫМ  
БИЗНЕСОМ**



**Артем Шлапак  
2015 г.**

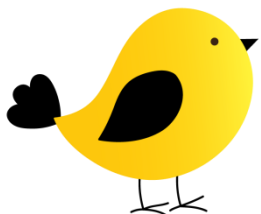
Ху ай эм?



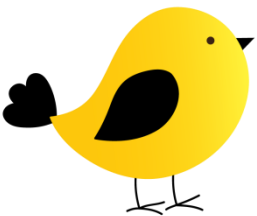
[www.retailawards.com.ua](http://www.retailawards.com.ua)



[www.meetingpoint.ua](http://www.meetingpoint.ua)



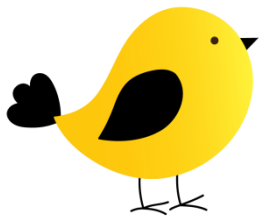
# Кто такие omni покупатели?



## Время гиперактивного покупателя

- Хорошо информирован и всегда на связи;
- Находится в движении и почти не имеет свободного времени;
- Нуждается в возможности оформить заказ откуда угодно (магазин, Интернет, телефон);
- Оплатить любым средством (наличные, карта, чек, webmoney, бонусы);
- Принять товар где удобно (магазин, почта, доставка в нужную точку мира) ;
- Получить послепродажное обслуживание там, где он оказался;

## Кто такие omni покупатели?



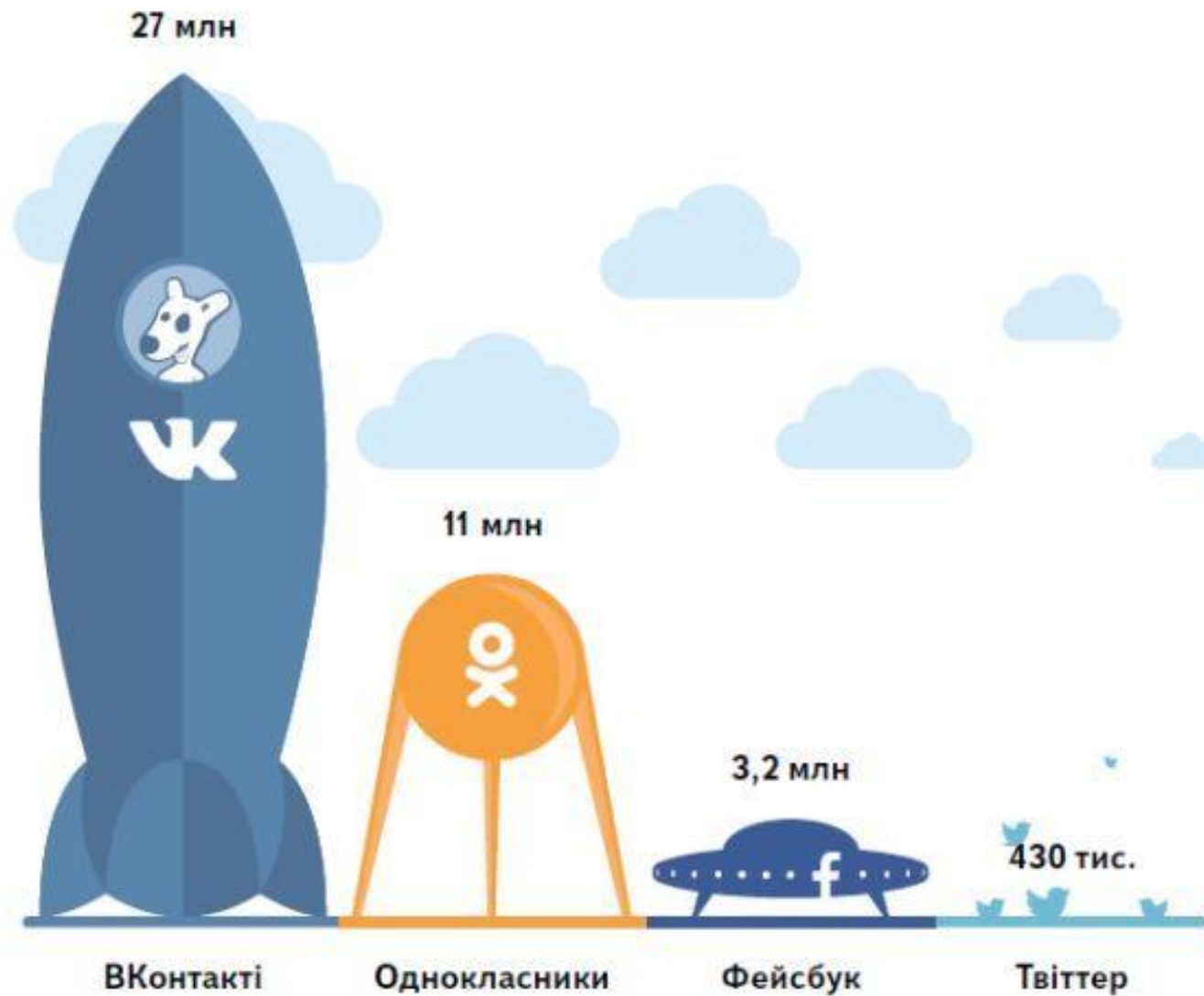
**7 из 10 покупателей (70%)**

используют телефон для поиска и сравнения цен за пределами торговой точки

**3/4 покупателей (72%)**

пошли бы в магазин, если бы лично получили спецпредложение на мобильный

# Кількість акаунтів в Україні

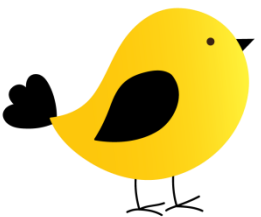


Данные 2014 г.

Количество украинских пользователей социальной сети Facebook за последний год выросло на 30%, или на 1 млн, и по состоянию на сентябрь 2015 г. составляет 4,5 млн.

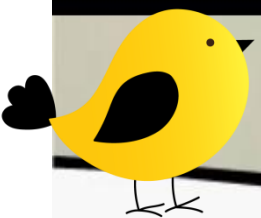
По данным специализированного веб-издание Watcher

# Путь от Single к Omni





# Каналы коммуникации



## *Omni-channel Shopping*

*in-store*



*online shopping*



*m-commerce*

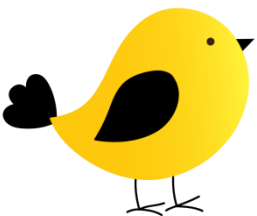


*social media*



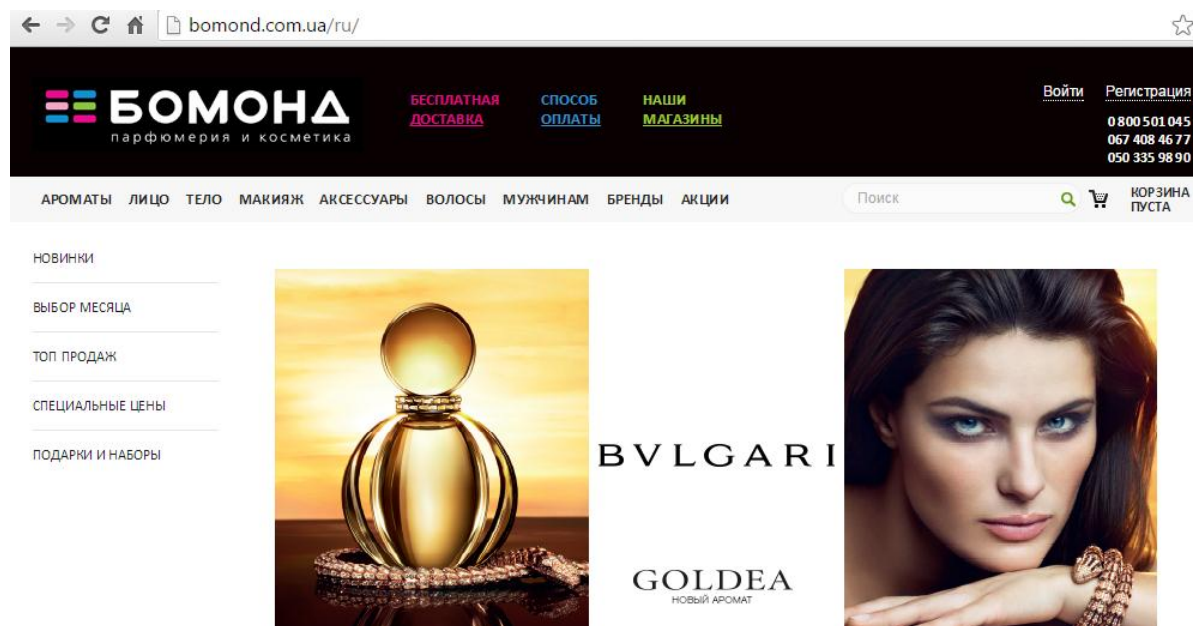
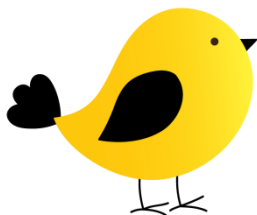


# Omni – трансформация



<b>ОМНИ</b> Лидеры	Коммерческий блок / <b>ОМНИ Цены</b> <b>ОМНИ Закупки</b>	Продажи: единые планы продаж
Юридический единый бизнес и единая бухгалтерия	<b>ПОКУПАТЕЛЬ</b>	<b>ОМНИ</b> Логистика
<b>Интегрированны</b> <b>й маркетинг</b>	HR: ОМНИ организация и ОМНИ персонал	ИТ и Проектный офис ОМНИ платформа

# Omni – примеры



Компания Бомонд придерживается «Omni-channel» подхода в построение сети, в том числе это касается и интернет магазина. Все специальные цены, акции, дисконтные карты действуют в интернет магазине так же, как и в офлайновых магазинах. Идеальный сервис: Пробники в каждом заказе, Выдача дисконтных карт при покупке от 800 грн. Бесплатная доставка по всей Украине при покупке от 400 грн. Все покупатели интернет магазина принимают участие во всех акциях «подарок с покупкой», а так же всех акциях сети Бомонд.



**1** Объединение двух сайтов ([www.antoshka.ua](http://www.antoshka.ua) и [www.antoshka.com.ua](http://www.antoshka.com.ua)) на базе интернет-магазина ([www.antoshka.ua](http://www.antoshka.ua)). Создание восприятия единого бренда как в оффлайн, так и в онлайн.



**2** Дальнейшая возможная унификация цен на товары в магазинах и на сайте.



**3** Новые логистические решения (оптимизация пунктов выдачи товара) и оптимизация сроков доставки.

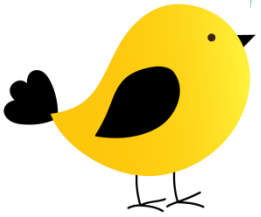


**4** Внедрение современной и эффективной IT-платформы.



**5** Тотальный разворот бизнеса в сторону покупателя будущего.

## Выводы



Необходимо быть инновационными и креативными, идти в ногу с современными технологиями, и тем более с технологиями, которые приобрели уже эффект массового использования. Иначе торговая сеть с каждым днем все больше и больше напоминает потребителю ретро автомобиль, если конечно цель вашего магазина это не плавный переход к «ретро концепции» 😊

- Многие из решений, которые приближают Вашу компанию к omni – channel, стоят не больших, или не таких уже и больших денег
- Будьте первыми, кто внедряет интересные клиентоориентированные технологии и громко заявляйте о них как о конкурентном преимуществе
- Кризис - это время для завоевания рынка, а не для потери! Главное не игнорировать современные тренды! Выживут самые сильные, умные и креативные!



# Видео

Что такое омни ченел?

<https://www.youtube.com/watch?v=2l8spue-jBc>

Кейс «Адидас»

[https://www.youtube.com/watch?v=bYKqA\\_hK6cQ](https://www.youtube.com/watch?v=bYKqA_hK6cQ)

Кейс «Теско»

<https://www.youtube.com/watch?v=fGaVFRzTTP4>