

Személyre szabott digitális kiskereskedelem



Hogyan alakítja át a technológia a klasszikus kiskereskedelmet?

Az internet és a digitalizáció elterjedésével egy újfajta ügyfél született:

- Az online élmény, az okostelefonok, tabletek és mobil alkalmazások elterjedése az eddig passzív vásárlót aktív vásárlóvá tette.
- Ezek az aktív vásárlók (hívjuk őket WIW-WIWI – (What I Want, When I Want It – „Amit akarok, és amikor akarom” ügyfeleknek) elvárják, hogy úgy, és akkor gyűjtsenek információt, válasszák ki a nekik megfelelő terméket, fizessenek érte, és juttassák haza, ahogy és amelyik csatornán éppen nekik a legkényelmesebb.
- Ezek az aktív vásárlók feje tetejére állítják a jelenlegi kiskereskedelmi modellt abból a szempontból, hogy újra akarják definiálni a kiskereskedelmi márkákkal való kapcsolódásukat.
- A kiskereskedőknek alkalmazkodniuk kell a szemléletváltáshoz a személyre szabás és a digitalizáció útján:
- Az online vásárlási élmény megvalósítása a fizikai bolthálózatban és a bolti élmény megvalósítása az interneten.
- Minden vásárló megismerése, hogy pontosan azt tudja a kiskereskedő nyújtani, amit a vásárló szeretne, és olyan kiszolgálásban részesítse, amelyet a vevő elvár.



Moduláris transzformációs program a személyre szabott digitális üzleti modell megvalósításához

A legfejlettebb elemzési és technológiai megoldásokat felhasználó program figyelembe veszi a kiskereskedő fejlettségi szintjét. Főbb elemei:

- Személyre szabott ajánlatokat generáló ajánlómotor
- Multi-channel analitika és adatintegráció
- Fejlett elemzési / Big Data szolgáltatások (pl. ügyfél-szegmentáció, lokációs megoldások, stb.)
- Hűségkártya-program – ha még nem létezik
- Digitális kuponok kasszaintegrációval
- Interaktív digitális kioszkok
- Bolton belüli elemzések (vásárlói szám, vásárlók mozgása stb.)
- Ügyfélvásárlói folyamatot kiszolgáló webshop-design és fejlesztés
- Ügyfélvásárlói folyamatot kiszolgáló mobilapp-design és fejlesztés

A rendszer olyan modulokat tartalmaz, mint például az omnichannel analitika és személyre szabás, amely magában foglalja az összes klasszikus és új ügyfél érintkezési pontból származó információ elemzését (pl. hűségkártya alapján korábbi vásárlások, web és mobilalkalmazás használat, mikrolokációs adatok stb.), és az ezek alapján kialakított részletes ügyfélkép segítségével történő ügyfél-szegmentációt, a teljesen személyre szabott ajánlatok, kuponok generálását és az ezek ügyfélhez való leghatékonyabb eljuttatási módját.

A szolgáltatás része a digitális csatornák fejlesztése az új vásárlói szokásoknak, folyamatnak megfelelően (weboldal, webshop és alkalmazáskészítés, interaktív digitális kioszkok, közösségimédia-jelenlét).



A program valamennyi fél számára előnyös:



Vásárló

- Olyan kereskedővel van kapcsolatban, aki ismeri és tudja, mire van szüksége
- Könnyen hozzáfér minden szükséges információhoz, legyen az termékinformáció, szolgáltatások, kiszállítás, vagy vásárlási utáni támogatás
- Szabad választás a különböző csatornák között az adott igényeinek megfelelően
- Személyre szabott akciók, ajánlatok információk, akár a boltban is



Kereskedő

- Megnövekedett látogatószám és fogyasztói kosár:
- Személyes kiszolgálás és a sokcsatornás hozzáférés miatt elégedett vásárlók
- Vásárlók megszokozódott személyes elérése ajánlatokkal, akciókkal
- Többcsatornás kiszolgálással megnövekedett elérés
- A beszállítókkal való jobb viszony a szolgáltatott hozzáadott érték miatt



Szállítók

- Valós végfogyasztókra vonatkozó részletes adatok, statisztikák
- Új kommunikációs és promóciós csatornák a végfogyasztókhoz
- Akár egyedi vásárlók elérése
- A különböző vásárlói szegmenseknek legmegfelelőbb csatornák választhatósága

KPMG Data & Analytics üzletág: az adatokhoz kapcsolódó integrált szolgáltatások széles köre

Célunk, hogy a lehető legszélesebb körű szolgáltatásokat nyújtsuk a Data & Analytics / Big Data területen. Nem csupán elemzési feladatokat végzünk, de tevékenységünk kiterjed a kapcsolódó IT, jogi, üzleti és folyamat kérdésekre is, mert hiszünk abban, hogy csak akkor érhető el hosszú távú siker, ha mindezen területeket integráltan kezeljük.

Projektjeink során az alábbi feladatokat végezzük:

- Adatstratégia és az adatok felhasználásához kapcsolódó lehetőségek azonosítása
- Megvalósítási és üzleti terv készítése
- Teljes körű megvalósítás
- Data science
- IT-platformok, eszközök, üzemeltetés
- Kapcsolódó jogi kérdések, ide értve az adatvédelmet és személyes adatok védelmét
- Szervezeti kérdések
- Megvalósítási módszertanok
- Program- és projektmenedzsment

További információk:

Szőke Péter
Data&Analytics
igazgató

T: +(36) 1 887 7432

E: peter.szoke@kpmg.hu

KPMG.hu



Az itt megjelölt információk tájékoztató jellegűek, és nem vonatkoznak valamely meghatározott természetes vagy jogi személy, illetve jogi személyiség nélküli szervezet körülményeire. Társaságunk ugyan törekszik pontos és időszzerű információkat közölni, ennek ellenére nem vállal felelősséget a közölt információk jelenlegi vagy jövőbeli hatályosságáért. Társaságunk nem vállal felelősséget az olyan tevékenységből eredő károkért, amelyek az itt közölt információk felhasználásából erednek, és nélkülözik társaságunknak az adott esetre vonatkozó teljes körű vizsgálatát és az azon alapuló megfelelő szaktanácsadást.

A KPMG név, a KPMG logó a KPMG International lajstromozott védjegye.

© 2016 KPMG Tanácsadó Kft., a magyar jog alapján bejegyzett korlátolt felelősségű társaság, és egyben a független tagtársaságokból álló KPMG-hálózat magyar tagja, amely hálózat a KPMG International Cooperative-hez ("KPMG International"), a Svájci Államszövetség joga alapján bejegyzett jogi személyhez kapcsolódik. Minden jog fenntartva.