

Вызовы розничного рынка: к чему и как адаптироваться ритейлу в условиях неопределенности

Ирина Кречетова

**бизнес-стратег,
эксперт-практик
в построении
системного бизнеса**

Москва 2024г

ИРИНА КРЕЧЕТОВА



**Бизнес-стратег,
эксперт-практик в
построении
системного бизнеса,
увеличении продаж
и прибыли**

Опыт:

- Предприниматель, собственник консалтинговой компании Strategy4business
- 20 лет практического опыта в 54-х бизнес-нишах
- 227+ реализованных проектов в построении, развитии систем продаж и маркетинга
- Продюсер онлайн школ, экспертов, клубов по подписке
- Ментор в Клубе Менторов в Высшей Школе бизнеса при МГУ Ломоносова
- Помогла запустить стартап проекты с нуля 32 клиентам

Образование:

- Высшая школа бизнеса при МГУ им. Ломоносова
Степень MBA
- Шведский институт менеджмента
- Продюсер онлайн школ Нетология



 @Strategy4business

ИРИНА КРЕЧЕТОВА



**Бизнес-стратег,
эксперт-практик в
построении
системного бизнеса,
увеличении продаж
и прибыли**

Ключевые компетенции:

- Создаю системный бизнес из хаоса
- Нахожу новые точки роста бизнеса
- Разрабатываю стратегию развития компании
- Выстраиваю прогнозируемые продажи и маркетинг
- Запускаю новые успешные продукты, направления бизнеса
- Создаю эффективную команду
- Выстраиваю комплексную работу с новыми и текущими клиентами



О ЧЕМ СЕГОДНЯ ПОГОВОРИМ

- Как определить тренды, которые будут помогать бизнесу зарабатывать.
- Омниканальность.
Без чего не прожить в 2024 г.
- Продавец и покупатель.
Трансформация отношений 2024 г.



Как определить тренды, которые будут помогать бизнесу зарабатывать



Что такое тренд?

Тенденция к изменению чего-либо

Пример: потребительское поведение

Раньше:
поиск товаров и услуг через поисковик

Сейчас:
маркетплейсы, доски объявлений



*Фотография взята из открытых источников



Для чего бизнесу отслеживать тренды

- Способ дополнительно заработать
- Выбрать новый канал продаж
- Внедрить новый инструмент продвижения
- Расширить каналы коммуникации
- Перестроить вовремя бизнес-процессы



*Фотография взята из открытых источников



@Strategy4business

Жизненный цикл тренда

- **Накопление.**

Тренд только зарождается.

Задача: распознать новый зарождающийся тренд.

- **Распределение.**

Тренд становится массовым.

- **Завершение.**

Тренд становится стабильным или исчезает.



Возможности:

- Привлечь новую целевую аудиторию
- Продавать новые товары
- Подготовить новые офферы и рекламные кампании



Как определить перспективные тренды

1. Потребительские предпочтения.

2. Покупательское поведение:

- как покупатели выбирают товары
- как принимают решения о покупке
- психология покупки
- изменения в аргументации по цене и потребительским свойствам



*Фотография взята из открытых источников



@Strategy4business

Как определить перспективные тренды

3. Макроэкономические факторы:

- глобальные тренды
- национальные тренды
- региональные тренды

4. Динамика развития категории:

- растущая, стабильная, падающая
- данные по продажам LFL за 3 года в натуральном выражении
- количество SKU в категории по сравнению с конкурентами-лидерами
- ценовой сегмент



*Фотография взята из открытых источников



@Strategy4business

Растущие тренды рынка Household

- Продажи на маркетплейсах
- Замена ушедших зарубежных производителей
- Производство СТМ для маркетплейсов (Lamoda home)
- Создание позитивных эмоций при покупке (дизайн и упаковка)

Lamoda запустила линейку товаров для дома Lamoda Home

Интернет-магазин одежды и обуви Lamoda запустил линейку товаров для дома под собственной маркой Lamoda Home. Пока в нее вошло постельное белье из сатина и поплина. Детали компания не раскрывает.



*Фотография взята из открытых источников



@Strategy4business

Топ-3 тренда на которые нужно обратить внимание в 2024г

Искусственный интеллект

- рекламные объявления
- контент
- описание карточек товара
- ответы на вопросы



*Фотография взята из открытых источников

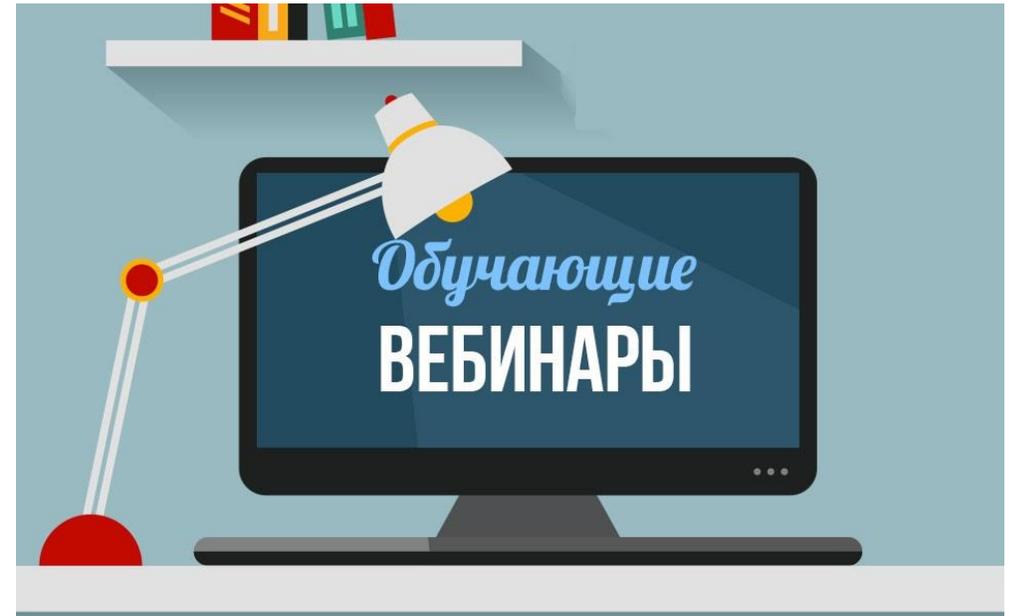


@Strategy4business

Топ-3 тренда на которые нужно обратить внимание в 2024г

Онлайн-образование ваших покупателей

- вебинары
- мастер-классы
- эфиры с гостями
- конференции
- видео-консультации



*Фотография взята из открытых источников



@Strategy4business

Топ-3 тренда на которые нужно обратить внимание в 2024г

Экологические инициативы

- сбор батареек
- крышечек от бутылок
- биоразлагаемые пакеты
- переход на электронные чеки



*Фотография взята из открытых источников



@Strategy4business

**Оmnиканальность.
Без чего не прожить
в 2024 г.**



Оmnиканальность

Объединение всех каналов коммуникации и продаж клиента с компанией в единую систему:

- Соц. сети
- Мессенджеры
- Оффлайн точки
- E-mail рассылки
- Информация на сайте
- Информация на офлайн рекламе
- Звонок менеджера
- Мобильное приложение



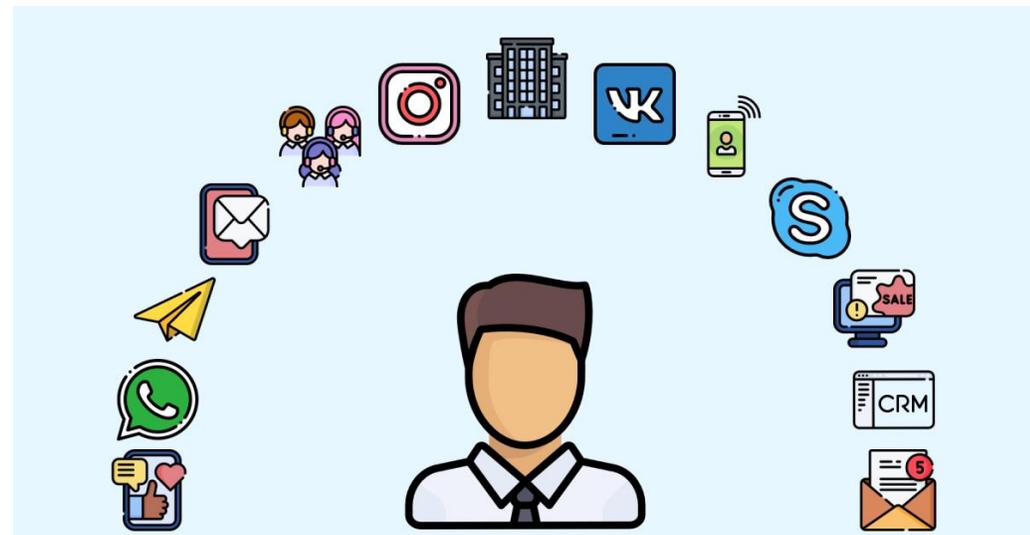
*Фотография взята из открытых источников



@Strategy4business

Ключевая задача омниканальности

Создать для клиента **понятный**
и удобный путь к покупке,
чтобы взаимодействие
пользователя с бизнесом
не зависело от типа устройства
и местонахождения.



*Фотография взята из открытых источников



@Strategy4business

Оmnиканальность: плюсы

- Увеличение показателя LTV на 30%*
- Повышение лояльности (73% клиентов предпочитают пользоваться несколькими каналами**)
- Рост среднего чека на 10%**



* Исследования Google

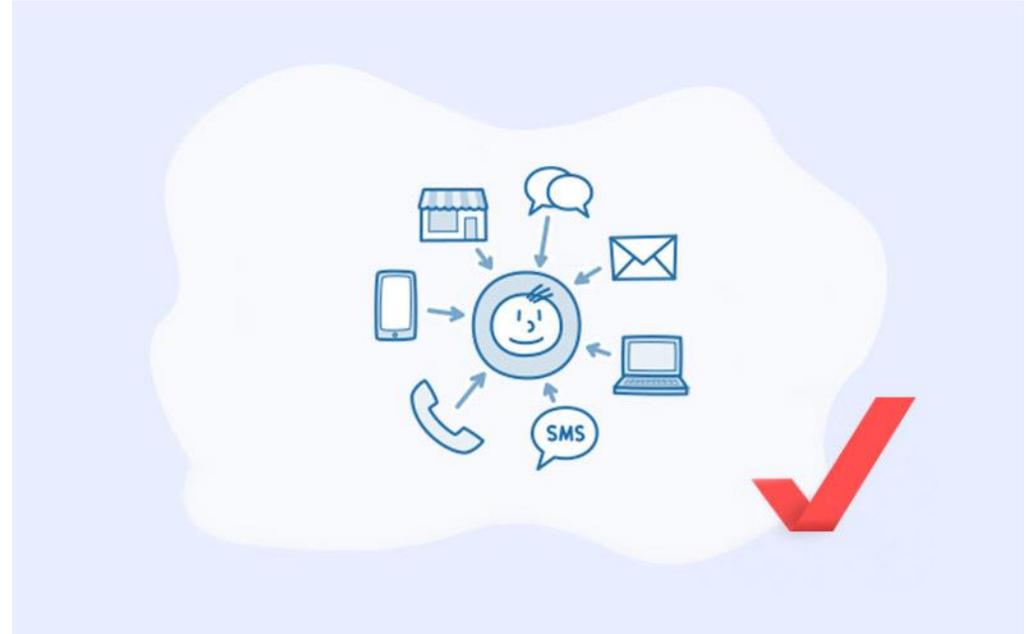
** Исследования Harvard Business Review

*Фотография взята из открытых источников



Оmnиканальность: плюсы

- Увеличение охвата аудитории
- Лучшее понимание поведения клиентов, выстраивание эффективных коммуникаций
- Помогает сэкономить на рекламе



*Фотография взята из открытых источников



@Strategy4business

Оmnиканальность: тенденции

- Рост количества товарных предложений. Покупателя атакуют и в онлайн и в офлайн
- Покупатели НЕ хотят тратить время на поиски.
- Быстрое развитие новых каналов продаж - соц. сети, блоги, мессенджеры



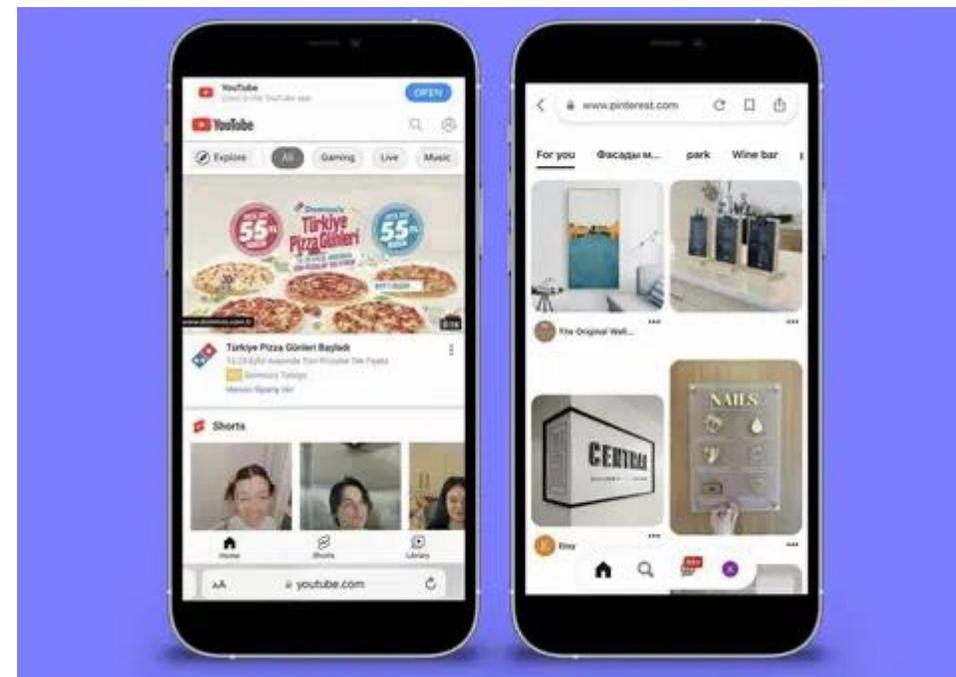
*Фотография взята из открытых источников



@Strategy4business

Оmnиканальность: тенденции

- Среднее время покупки 11 минут
- 50% покупок с мобильной версии сайта
- 65% покупателей выбирают ритейлера по причине насколько он удобен



*Фотография взята из открытых источников



Оmnиканальность: тенденции

- Покупателям характерно RORO-поведение (research online, purchase offline – найти онлайн, а купить офлайн, и наоборот)
- Платежеспособная аудитория помолодела (люди от 21 года)
- Рост аудитории из дальних регионов страны



*Фотография взята из открытых источников



@Strategy4business

Задачи, которые решает омниканальность

- **Повышение качества обслуживания клиентов по всем каналам.**
- **Расширение возможностей клиентов — удобное переключение между разными каналами.**
- **Упрощение работы сотрудников. История клиента, его прошлые покупки и предпочтения в одном месте.**
- **Гибкое реагирование на изменения в поведении пользователей.**



*Фотография взята из открытых источников



Продавец и покупатель. Трансформация отношений 2024 г.



Мотивы покупки: где у него кнопка

1. Стремление к комфорту

Минимум усилий, денег - максимум комфорта

Как использовать:

- Спец предложения, распродажи
- Показать, что потеряет, если не купит ваш товар



*Фотография взята из открытых источников



@Strategy4business

Мотивы покупки: где у него кнопка

2. Престиж и статус

Как использовать:

- Премиум товары
- Лимитированная серия
- Продукт №1 в вашей нише
- Товар для избранных
- Персонализированный подход



*Фотография взята из открытых источников



@Strategy4business

Мотивы покупки: где у него кнопка

3. Своя стая (принадлежность)

Как использовать:

- Амбассадоры бренда
- История/легенда бренда
- Сообщества
- Клубы покупателей



*Фотография взята из открытых источников



Мотивы покупки: где у него кнопка

4. Стремление к идеалу

Как использовать:

Оффер с использованием фраз
«успешный предприниматель, отец»
«успешная хозяйка, мать,
руководитель»
выбирают наш продукт



*Фотография взята из открытых источников



@Strategy4business

Мотивы покупки: где у него кнопка

5. Безопасность

Как использовать:

- Подчеркивать безопасность своих товаров для здоровья, детей, животных
- Эко линейки продуктов
- Экологические инициативы



*Фотография взята из открытых источников



@Strategy4business

Мотивы покупки: где у него кнопка

6. Любопытство и жажда НОВИЗНЫ

Как использовать:

- Инновационные товары
- Эксклюзивные функции у продукта
- Оффер с использованием фраз:
«эта опция позволит вам повысить эффективность в x10 раз»



*Фотография взята из открытых источников



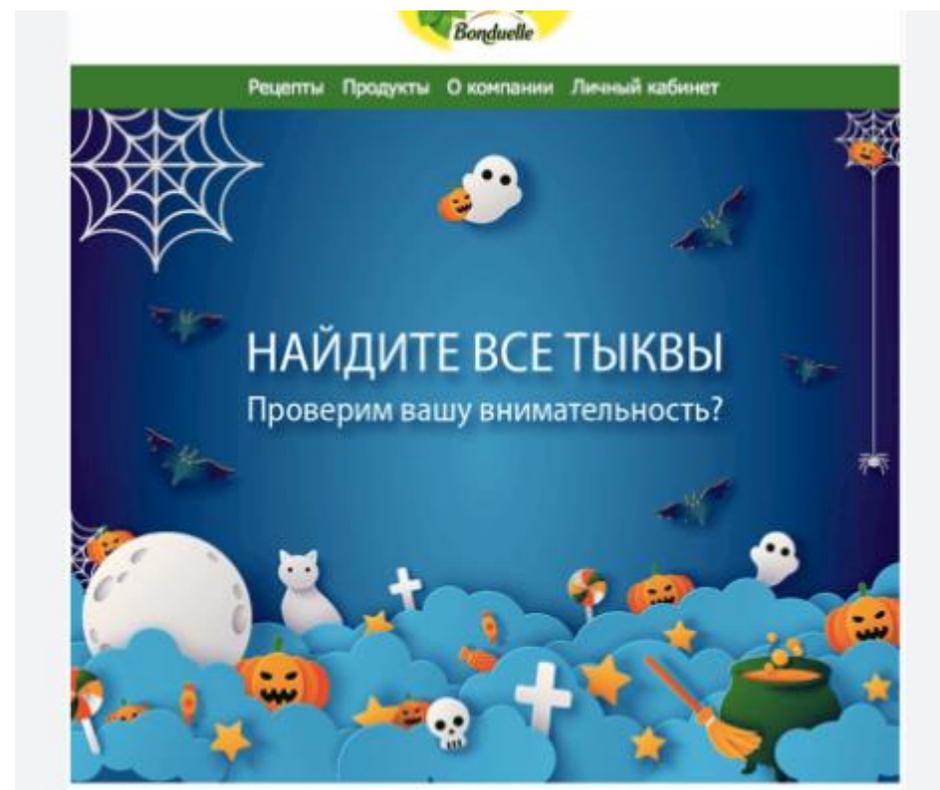
@Strategy4business

Мотивы покупки: где у него кнопка

7. Позитивные эмоции и удовольствие

Как использовать:

- Использовать в оффере фразы: «почувствуй себя на вершине блаженства», «райское удовольствие»
- Игровые механики при продвижении и продаже



*Фотография взята из открытых источников



@Strategy4business

Мотивы покупки: где у него кнопка

8. Забота о других

Как использовать:

- Подарочная линейка продуктов
- Красивая упаковка
- Товары к тематическим праздникам



*Фотография взята из открытых источников



@Strategy4business

Ирина Кречетова - эксперт-практик
в построении системного бизнеса

БОЛЬШЕ О ПРОДАЖАХ И МАРКЕТИНГЕ



Чек-лист
«Проверь системность
своего бизнеса!»»

