

Информация о товаре в рознице через QR-код

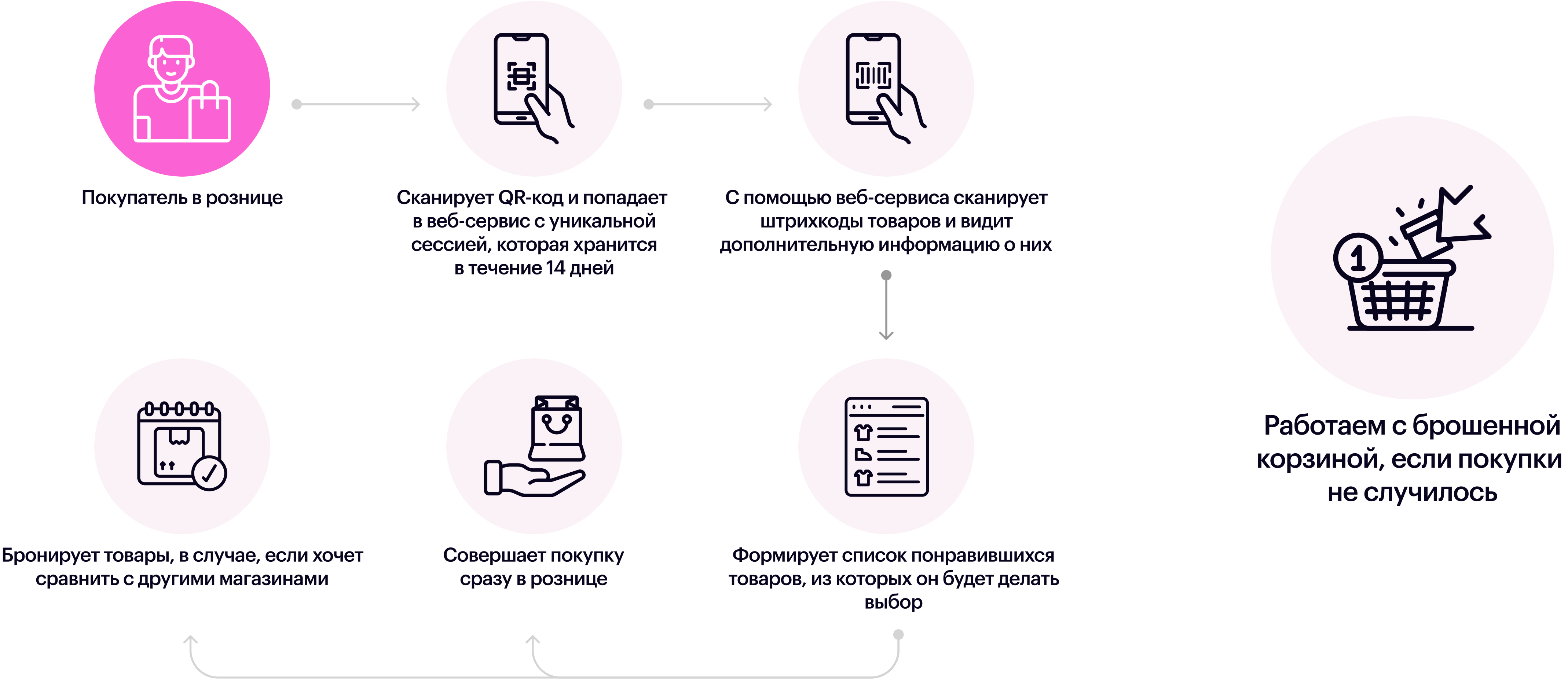
Веб-сервис, предоставляющий дополнительную
информацию о товаре для повышения конверсии
в покупку в рознице

Омниканальность * Персонализация * Клиентский сервис * Решения по возвращению посетителей



Как это работает

▶ [Смотреть видео, как это работает](#)

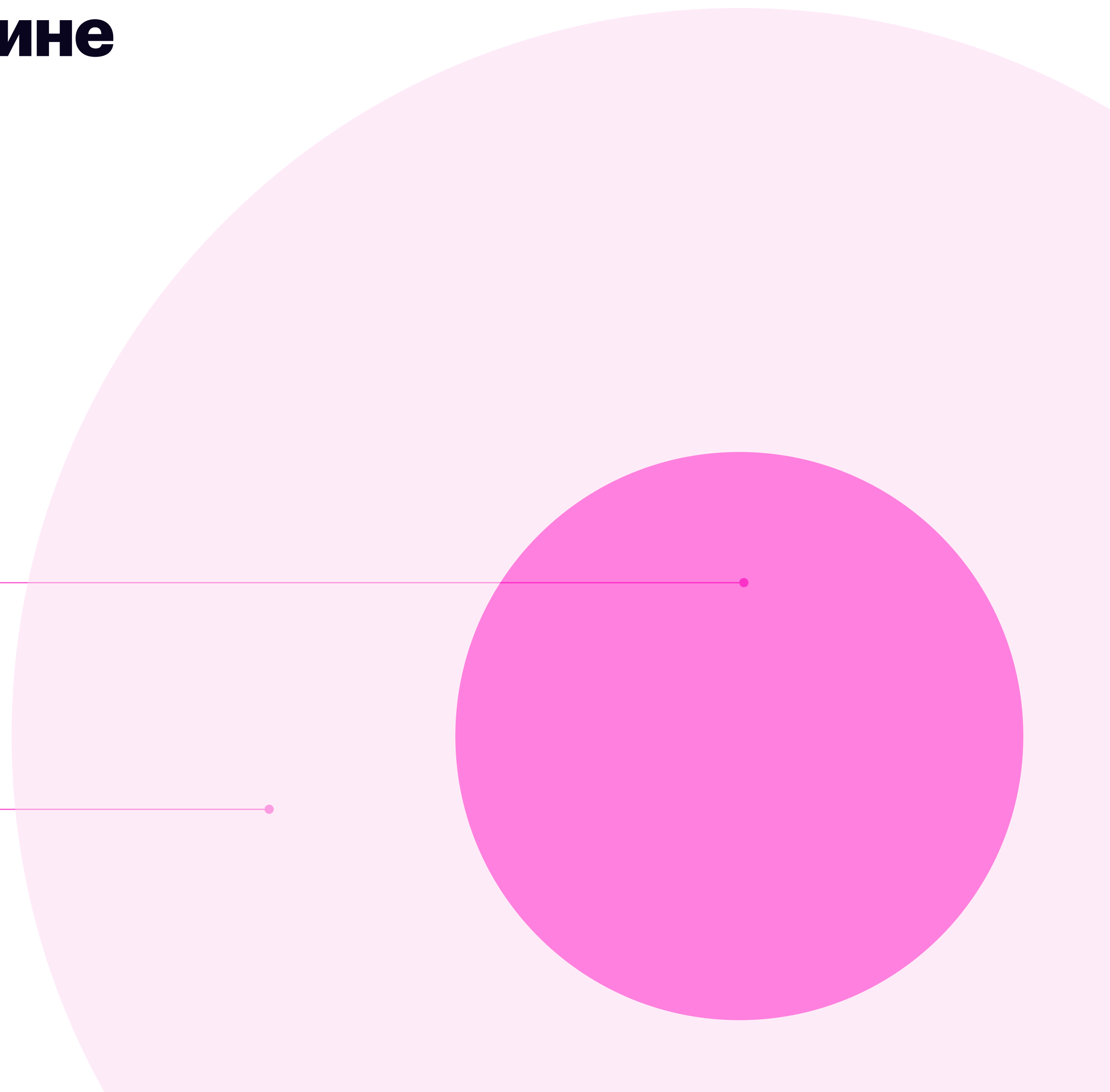


Конверсия в розничном магазине

20-40%

Посетили магазин
и совершили покупку

Не совершили покупку
и не оставили информацию о себе



Покупательский опыт меняется

Покупатель привык к онлайн опыту и ожидает его в рознице

- ✱ сравнение по параметрам и ценам
- ✱ отзывы о товаре
- ✱ фотографии от других людей
- ✱ вариации товара по цвету, размеру и комплектности
- ✱ информация о скидках и программах лояльности
- ✱ готовые образы и коллекции

Появились новые потребительские миссии

Согласно исследованию Data Insight

- ✱ заказ подарка ссылкой
- ✱ советоваться онлайн с друзьями
- ✱ покупка луками от лидеров мнений
- ✱ опора на отзывы, а не на продавцов
- ✱ сравнение цен в магазине
- ✱ точка принятия решения — дом или транспорт

Дополнительная информация о товаре — новая точка роста продаж в розничном магазине

Какую дополнительную информацию мы даем покупателю?

Преимущество для розницы

Мы создаём ценность для покупателя через предоставление информации о товарах, на основе которой он привык покупать в интернет-магазинах и маркетплейсах. Это повышает лояльность и стимулирует к совершению покупки, не выходя из магазина.

В случае, если покупка не случилась — используем все инструменты по работе с брошенной корзиной, имея контакт покупателя.



Отзывы о товаре

Согласно исследованиям, 46% пользователей считают отзывы наиболее значимой информацией при выборе товаров. Особенно для детских товаров



Вариации по размеру, цвету и комплектности

Какие размеры, цвета или готовые комплекты есть в той точке, где находится покупатель. А также персонализированные подборки для него



Информация о скидках и программах лояльности

Отображение акций, доступных для товара, и баллов, которые покупатель получит при покупке



Сравнение товаров

Покупатель может в одном окне сравнивать товары, которые он выбрал для потенциальной покупки



Условия по BNPL-оплате

Показываем разбивку платежей по каждой доступной bnpl-системе



Аварийная оплата

Возможность через сервис запустить аварийную оплату, в случае если произошёл сбой в кассе

Как изменится конверсия в магазине

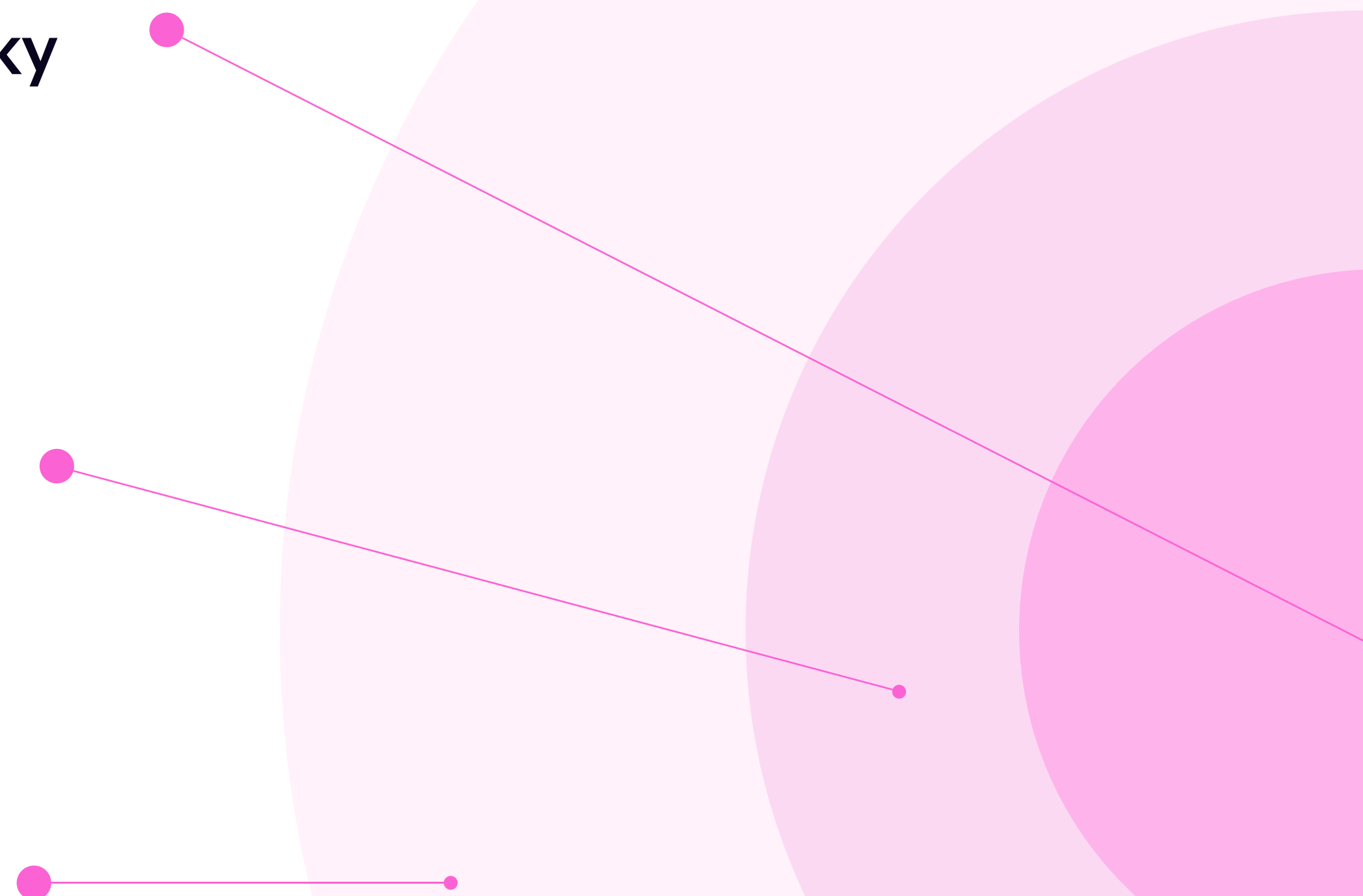
20-40% → 22-45%

Посетили магазин и совершили покупку

5-20%

Оставили контакт, с которым
мы можем работать по механикам
брошенной корзины

Не совершили покупку
и не оставили информацию о себе



Что дает наш сервис

1 Увеличение конверсии

За счет дополнительной механики, возможно получить +2-5% конверсии сразу и +0,3-1% после, в рамках работы с брошенной корзиной

2 Персонализация

Сервис трекает действия пользователей и отправляет эти данные в RetailRocket за счет чего и в рознице, и в онлайн формируются лучшее качество рекомендаций товаров

3 Прогнозирование трендов

Покупательский опыт уже меняется, согласно последним исследованиям и наш сервис позволяет быстро адаптироваться под новые требования

4 Улучшение конкурентоспособности

Внедрение этого сервиса позволяет выделиться среди конкурентов, предлагая клиентам уникальный опыт и персонализированные предложения

5 Улучшить маркетинговые стратегии

Любой новый контакт в рознице — это возможность работать со стороны маркетинга с этим потенциальным покупателем различными способами

6 Улучшение клиентского опыта

С помощью персонализированных рекомендаций, улучшенного интерфейса и оптимизированных процессов покупок, сервис значительно повышает удовлетворённость пользователей

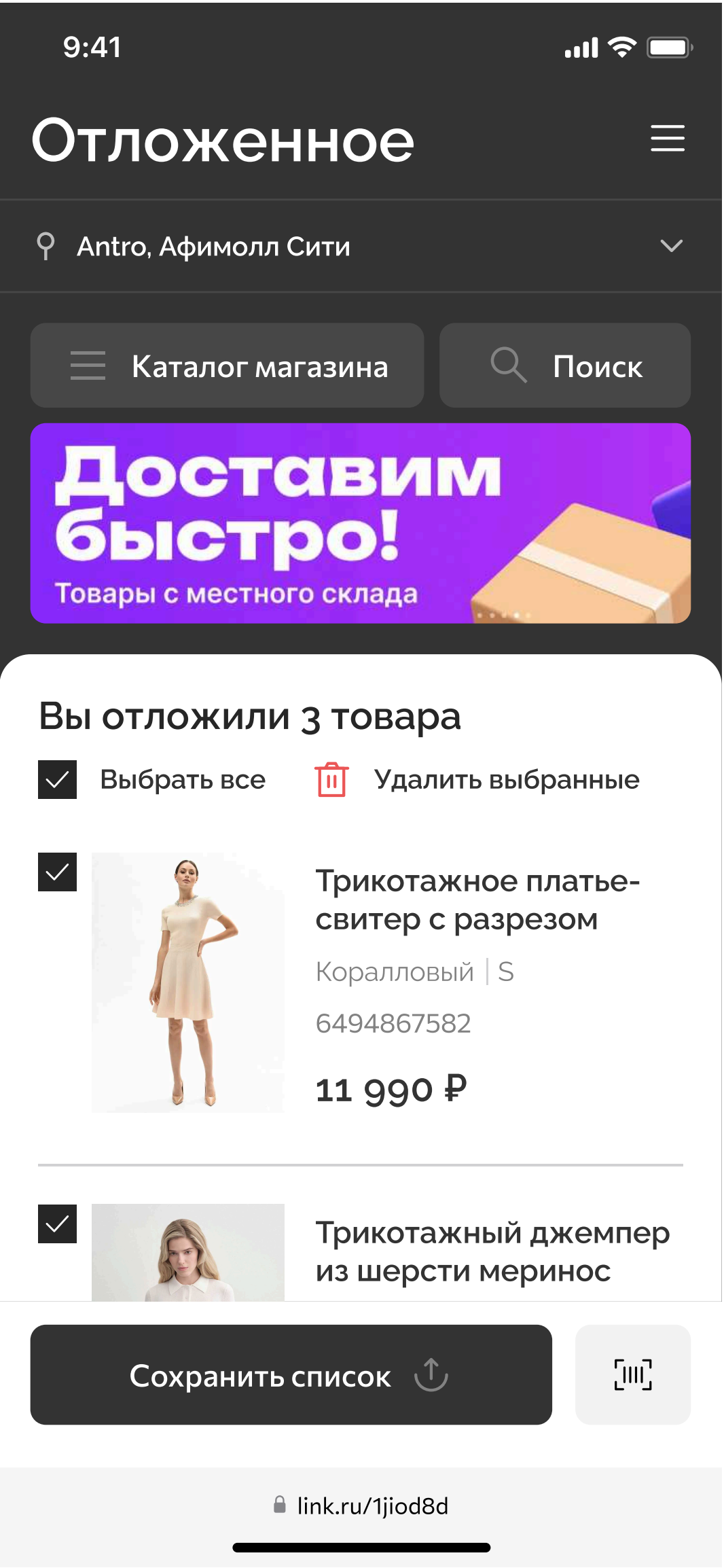
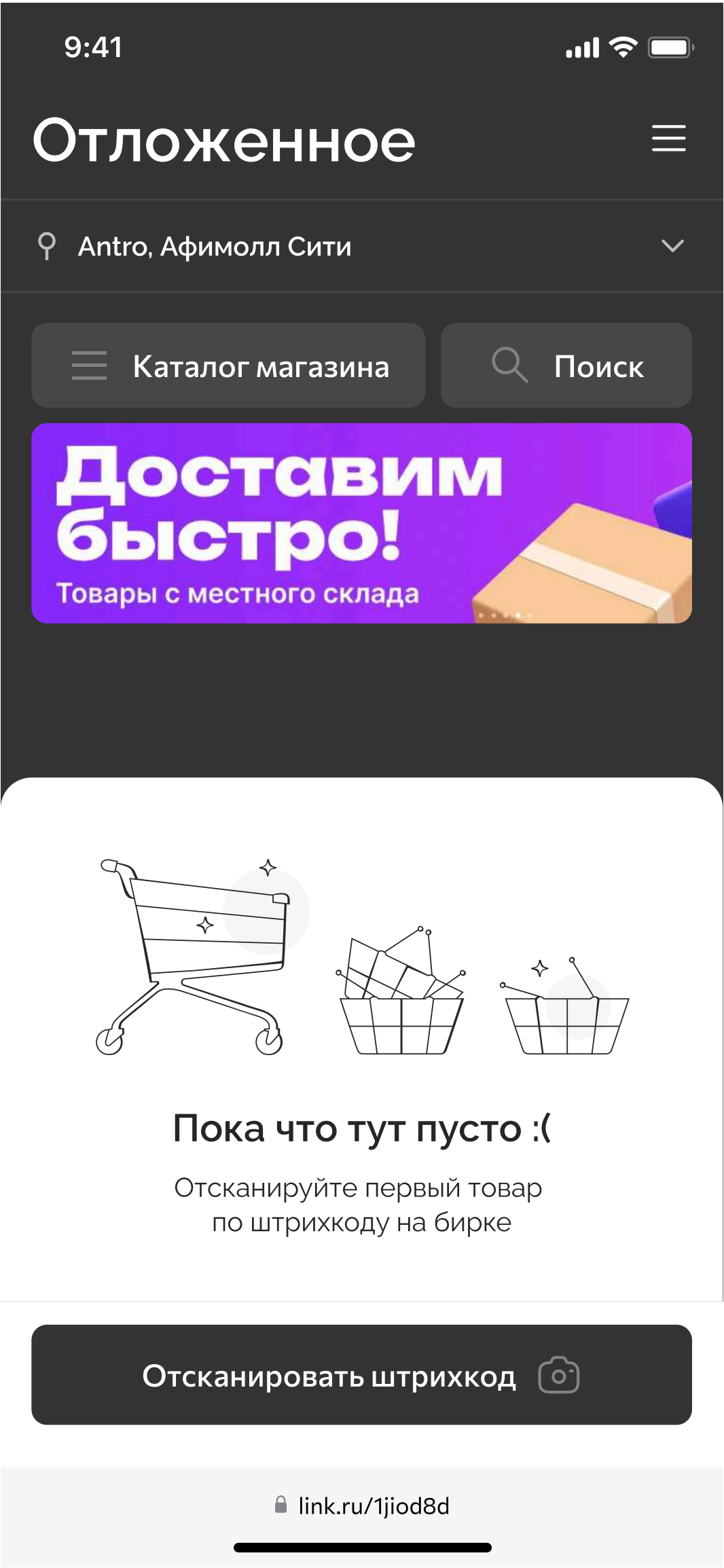
Какую информацию можно показывать о товаре

Посетитель ищет конкретный товар

Возможность посмотреть из карточки товара, какие иные цвета и размеры есть в магазине, в котором сейчас находится покупатель.

Если другого размера нет в наличии:

- 1. Посмотреть похожие товары, которые можно купить здесь и сейчас.
- 2. Подписаться на поступление товара.
- 3. Возможность в 1 клик оформить доставку, если это доступно.



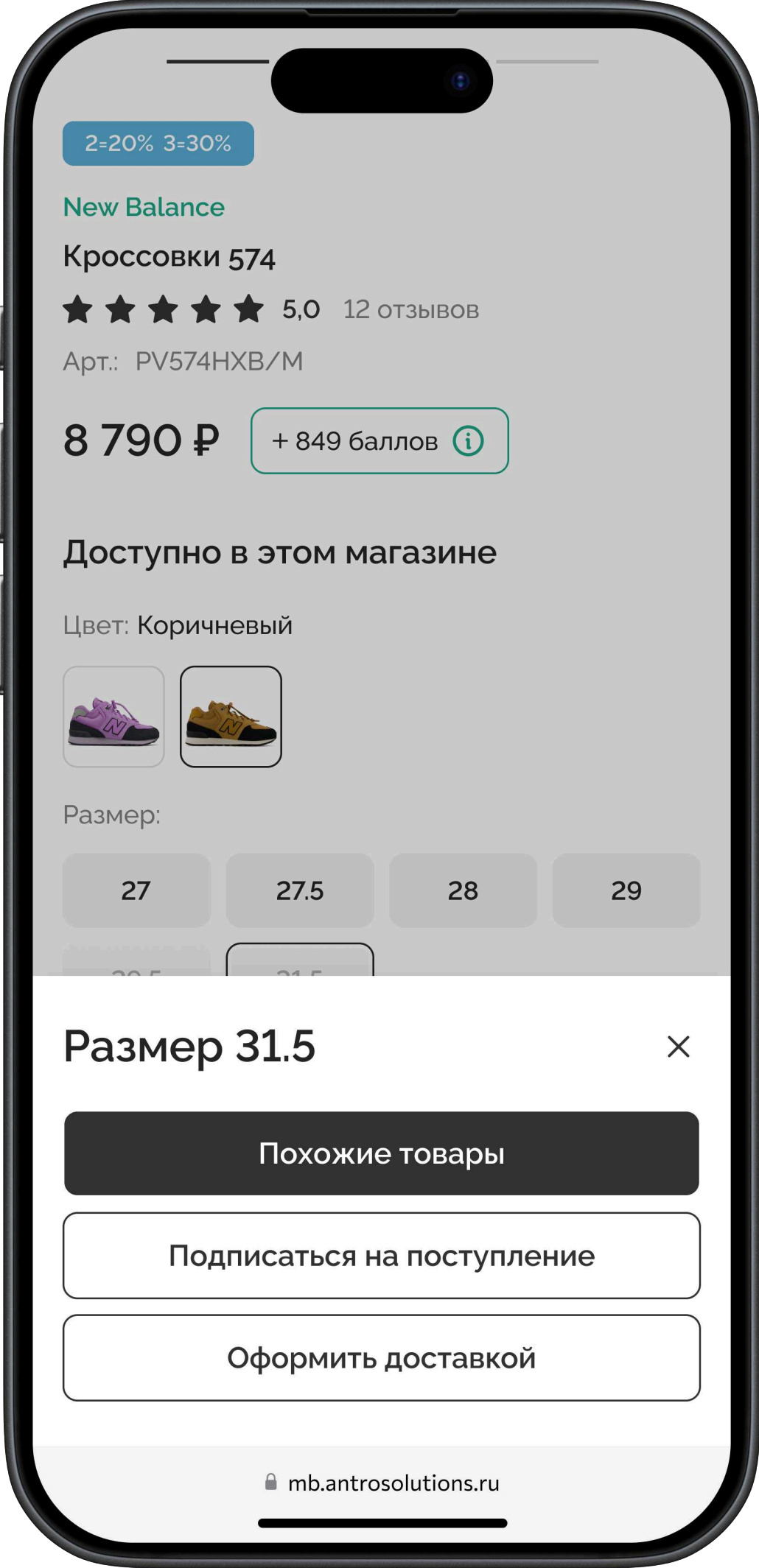
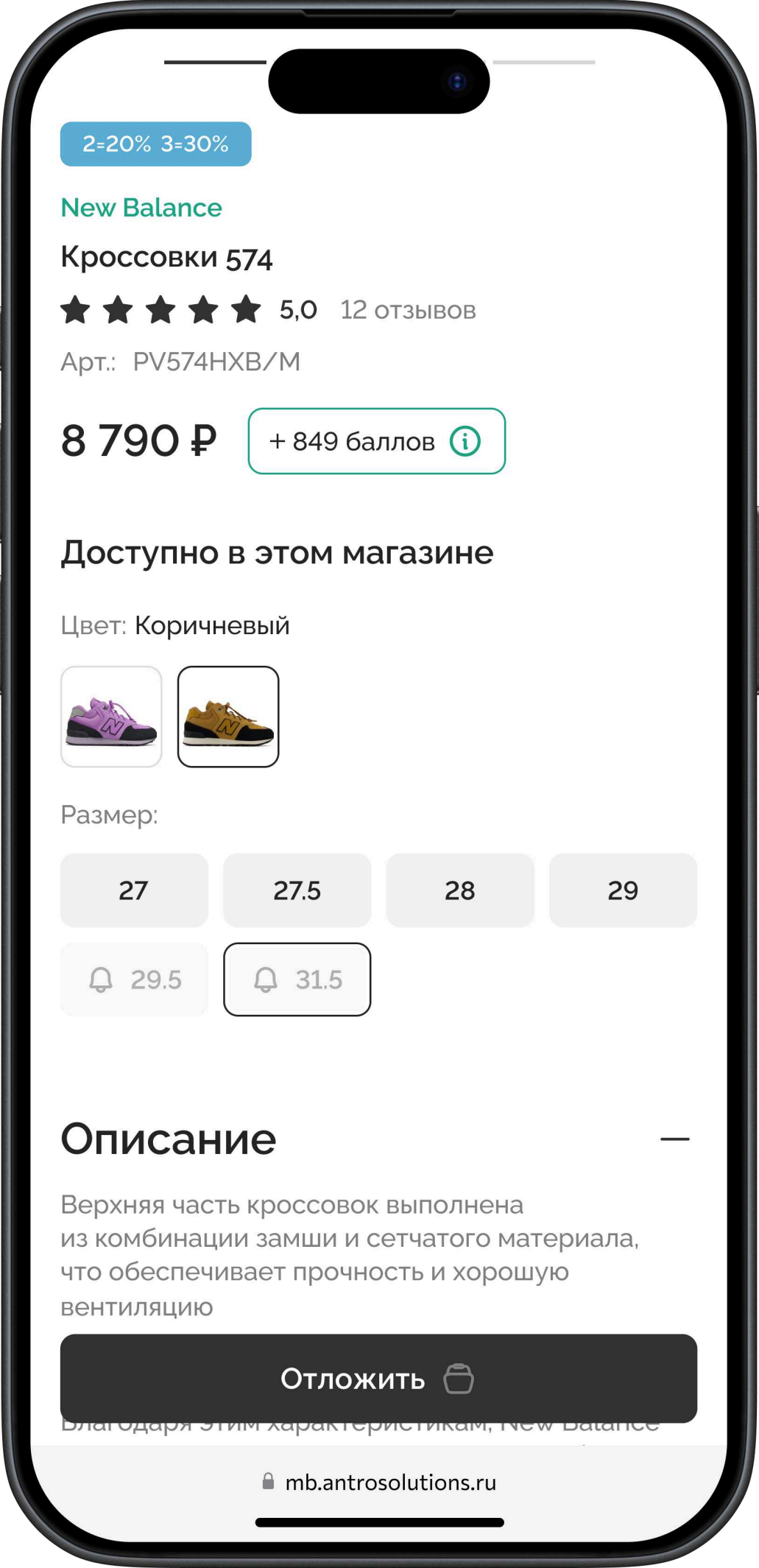
Какую информацию можно показывать о товаре

Выбор доступных размеров и цветов

Возможность посмотреть из карточки товара, какие иные цвета и размеры есть в магазине, в котором сейчас находится покупатель.

Если другого размера нет в наличии:

- 1. Посмотреть похожие товары, которые можно купить здесь и сейчас.
- 2. Подписаться на поступление товара.
- 3. Возможность в 1 клик оформить доставку, если это доступно.

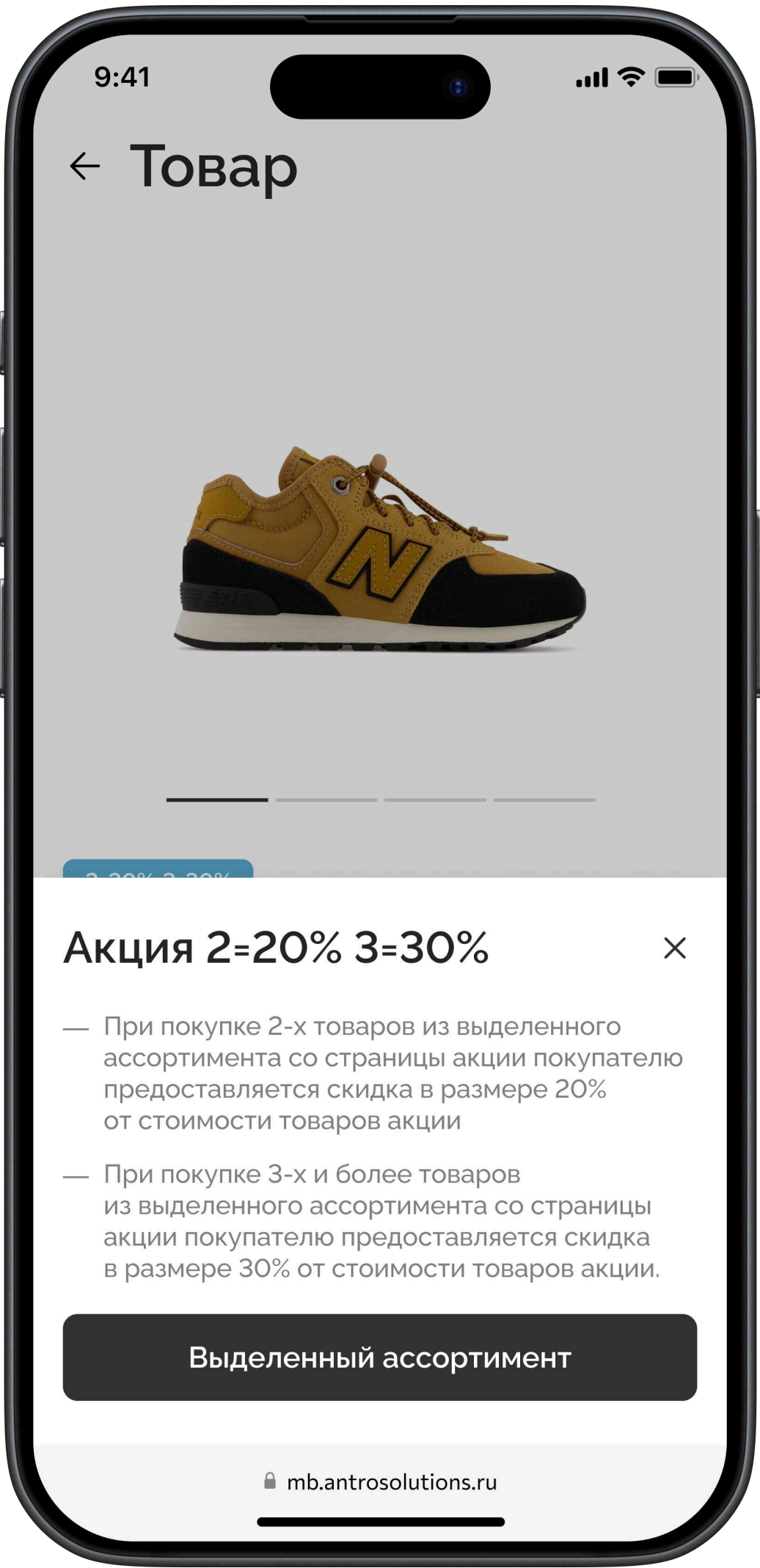
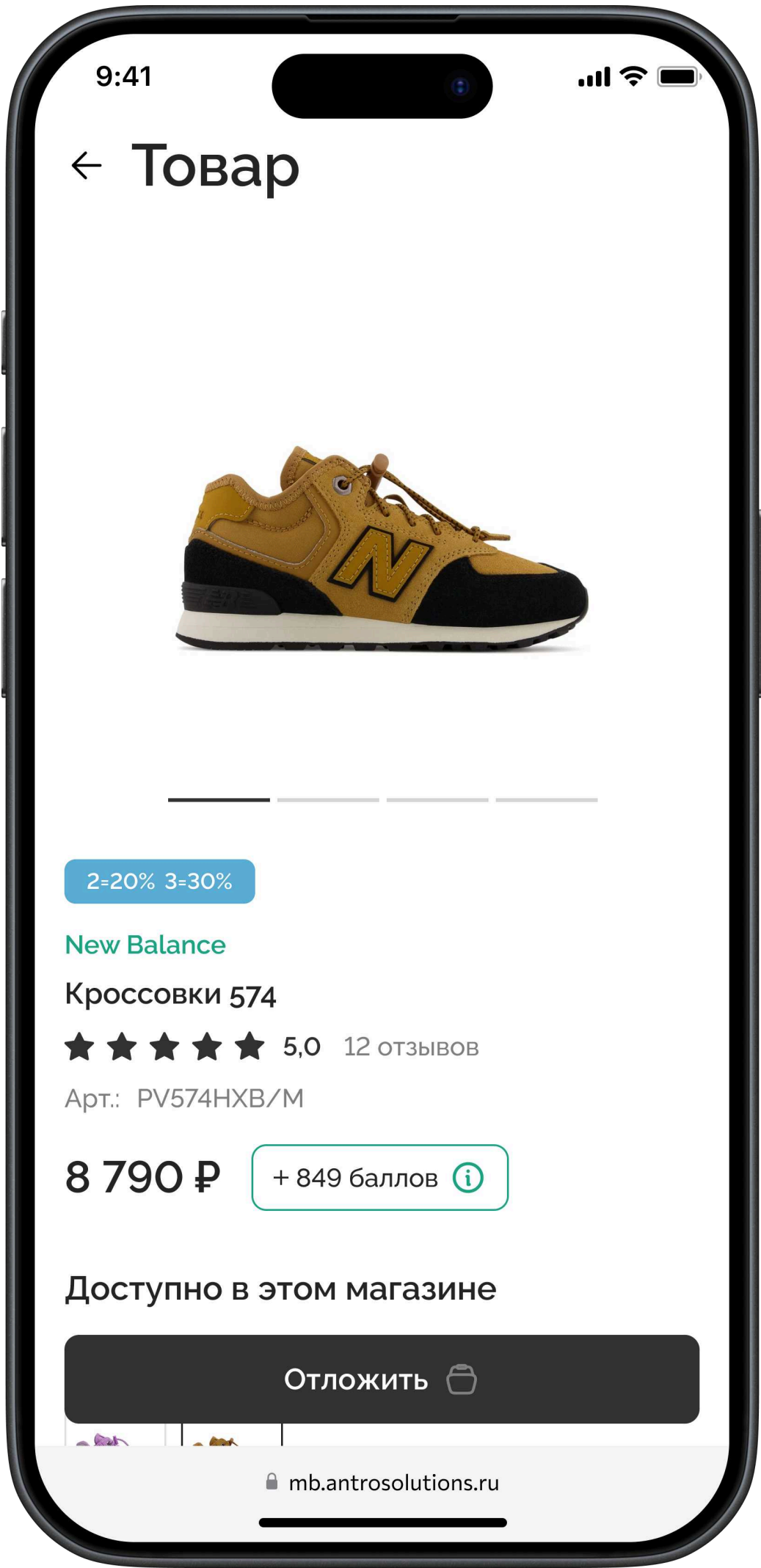


Какую информацию можно показывать о товаре

Просмотр информации о скидках и программах лояльности

В период проведения акций — показать все товары в наличии, участвующие в акции, а также подсветить ее условия.

В карточке товара показать, сколько начисляется бонусных баллов за покупку с полной информацией о том, как в целом работает программа лояльности.

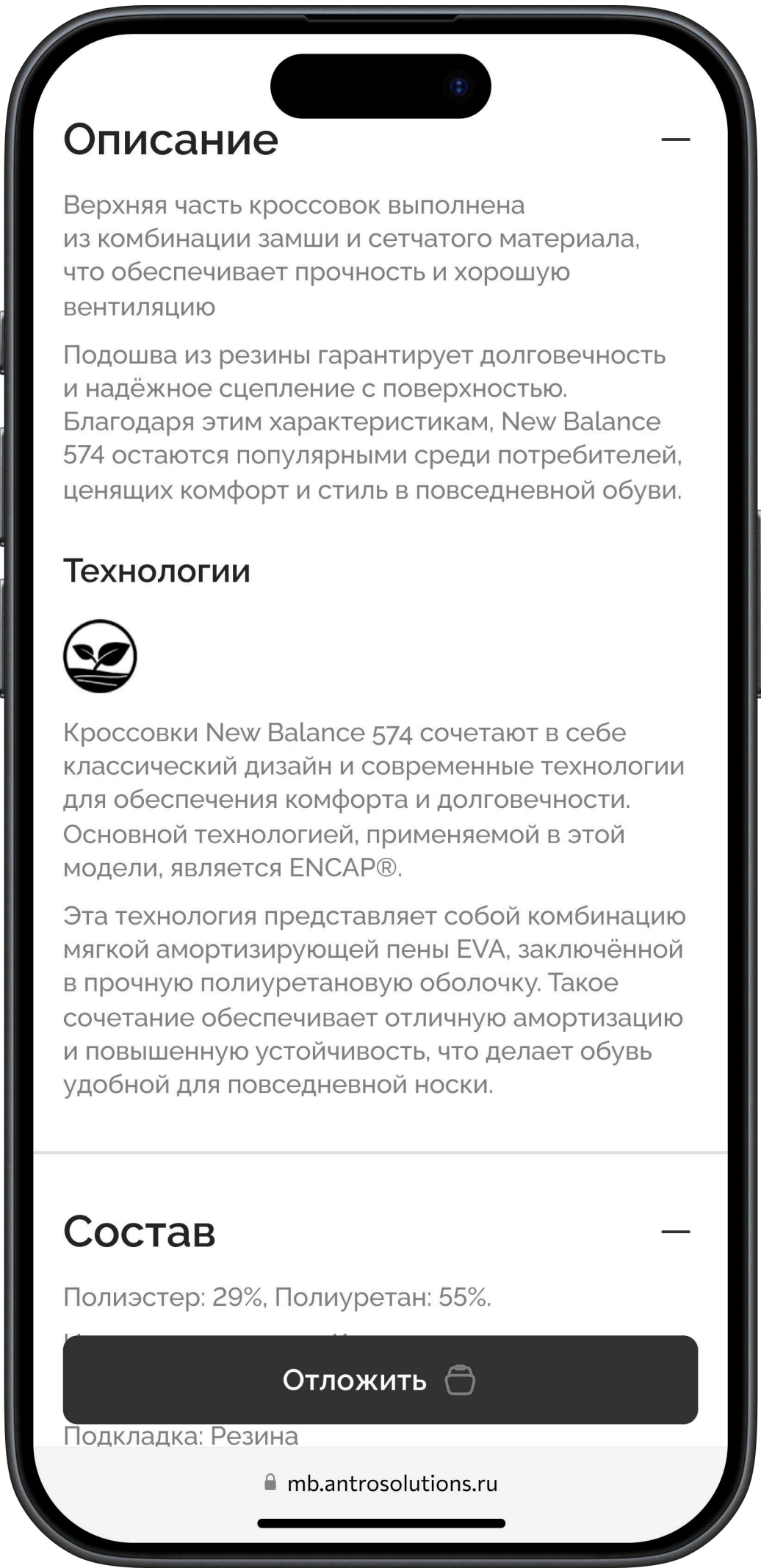
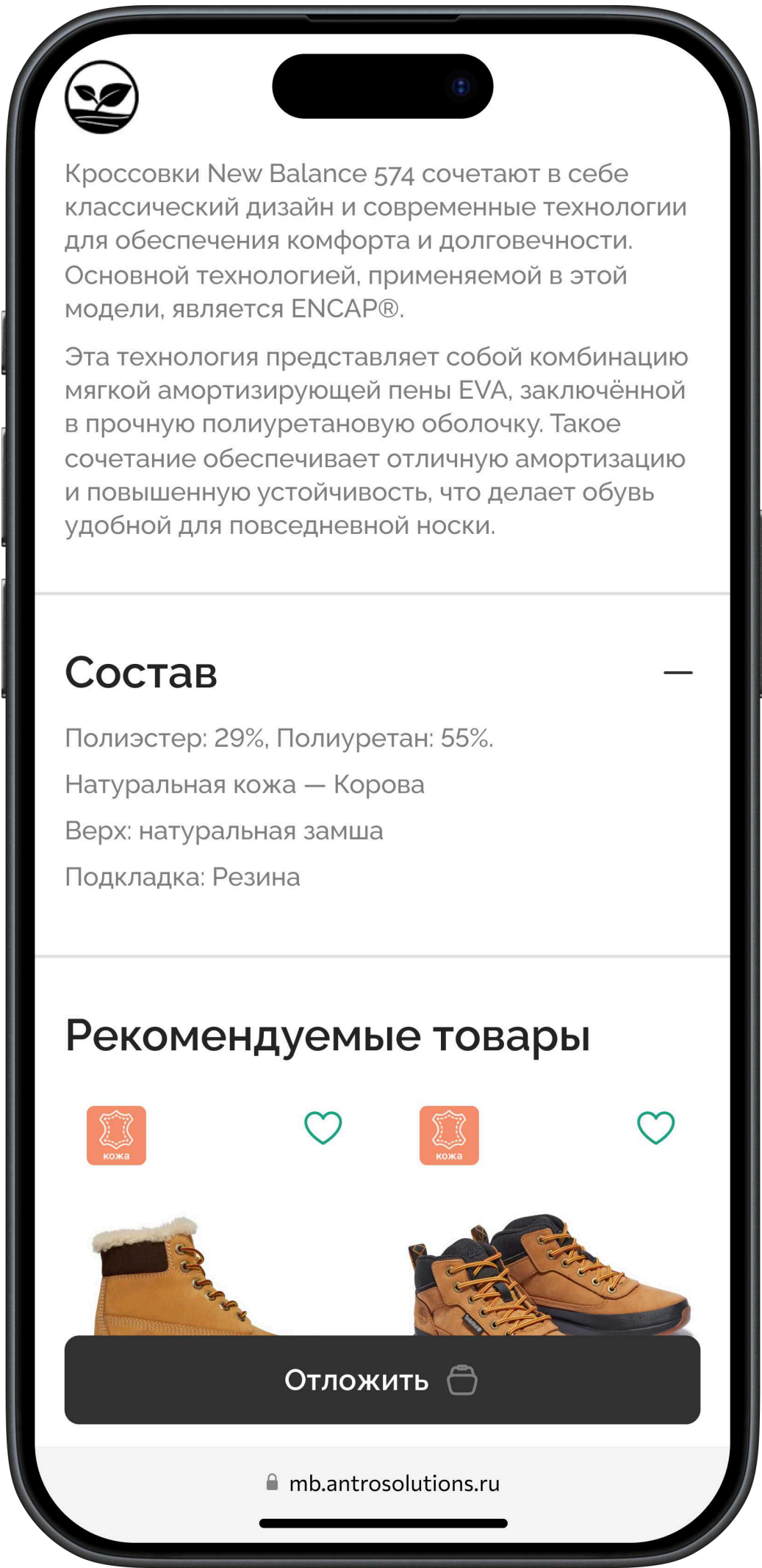


Какую информацию можно показывать о товаре

Просмотр базовой информации о товаре

Описание, состав, характеристики, технологии — это базовая информация, которую может получить пользователь в онлайн-среде.

В докладе GFK, эксперт выделил отдельный сегмент мам — «натуралисты». Их система ценностей: «Только натуральные материалы, эко-продукты и естественность во всем!».



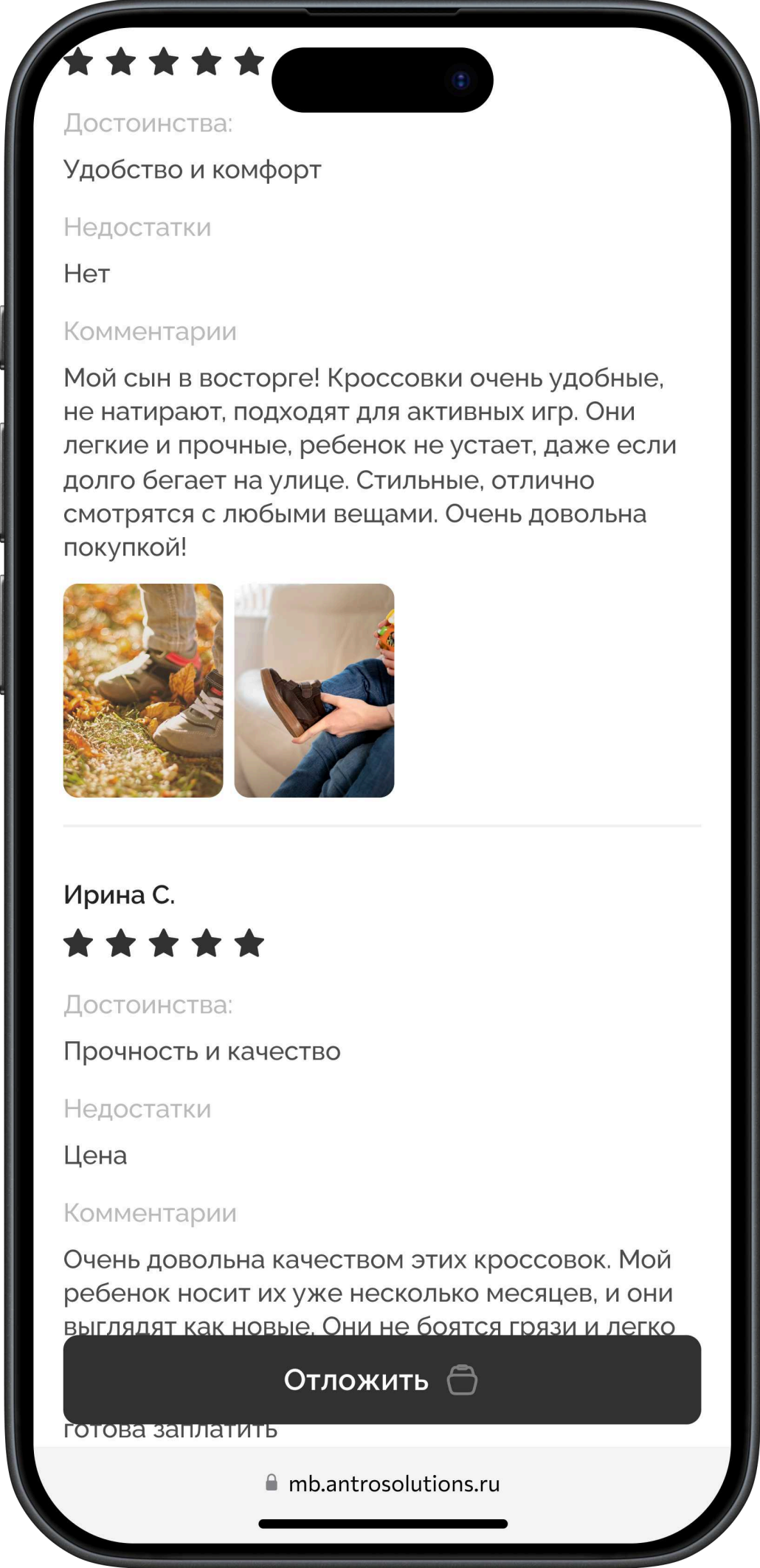
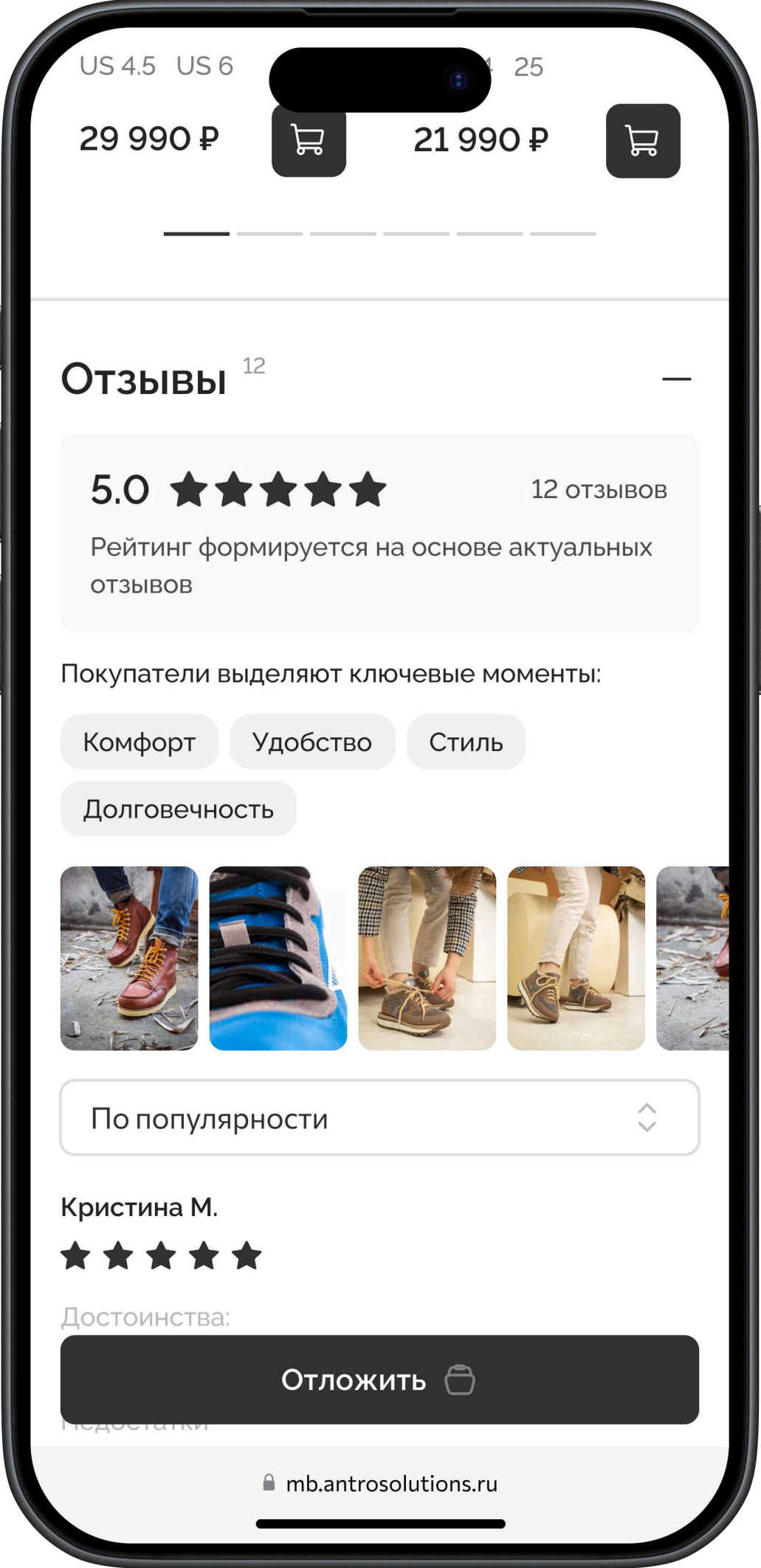
Какую информацию можно показывать о товаре

Просмотр ОТЗЫВОВ

Согласно исследованиям, 46% пользователей считают отзывы наиболее значимой информацией при выборе товаров, особенно для детских товаров.

В рамках сервиса, мы можем самостоятельно пропарсить отзывы с маркетплейсов. С помощью ИИ провалидировать, какие отзывы необходимо оставить и сделать общую сводку по тому, что отмечают пользователи по товару.

В рамках вывода отзывов — бренд сам определяет, показывать источник отзыва или нет. Парсинг отзывов не нарушает правовые аспекты.

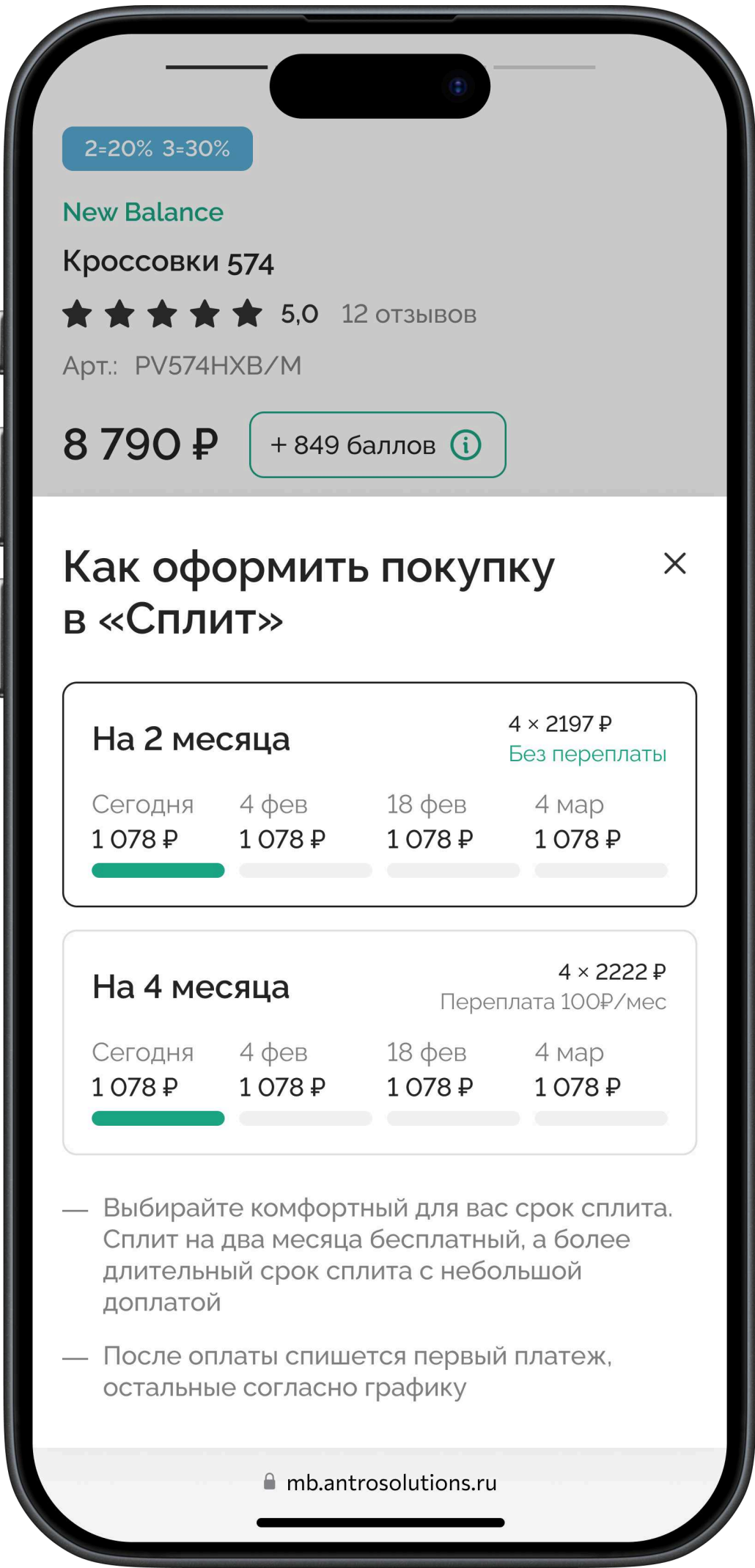
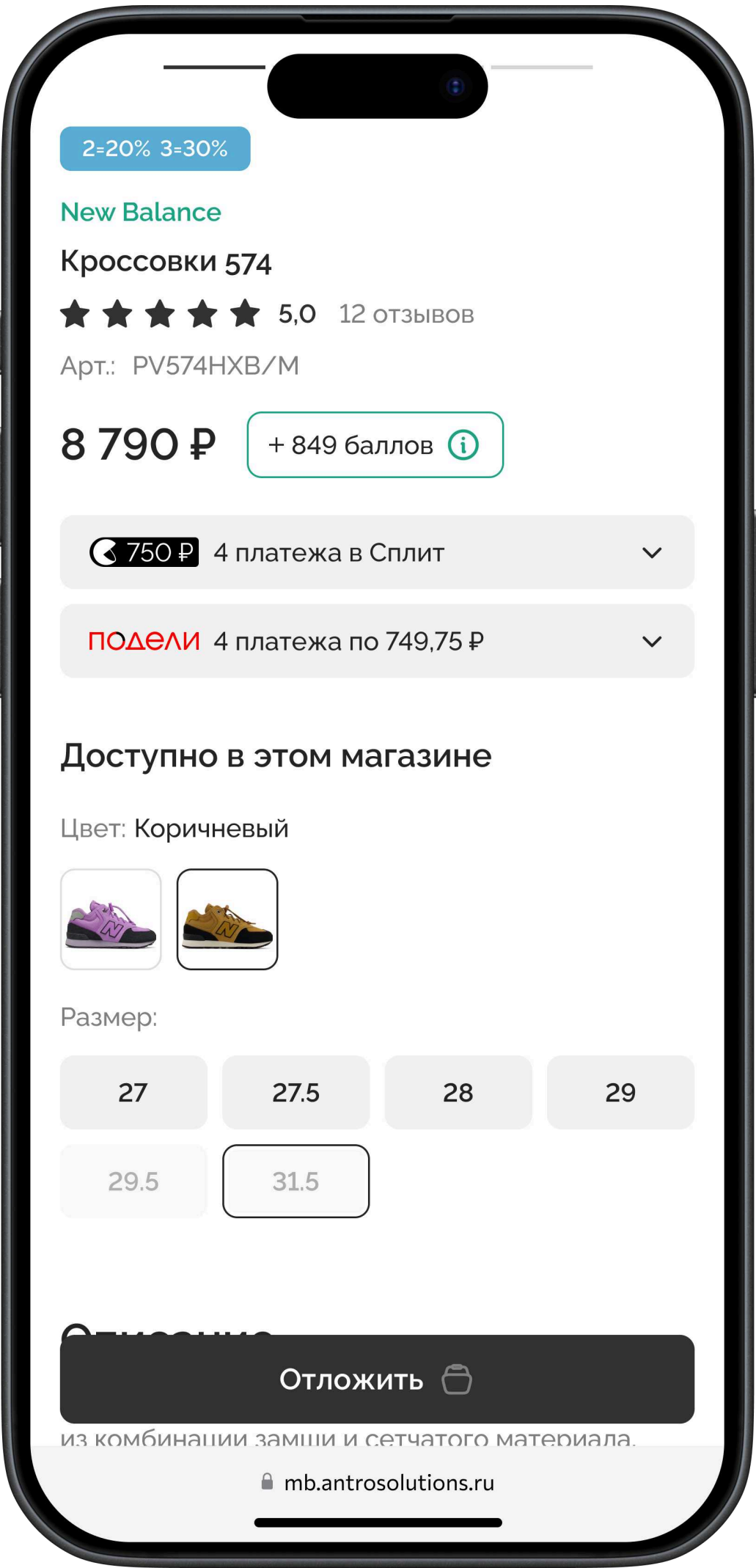


Какую информацию можно показывать о товаре

Условия по BNPL-системам

Если пользователь планирует покупку и хочет воспользоваться одной из рассрочек, которую он может оформить на кассе — ему крайне необходимо заранее понять, на какой период он может ее взять, какой будет график платежей и сколько составят проценты.

Данную информацию мы отображаем и в рамках карточки товара и в рамках общего списка товаров, который отложил пользователь.



Какую информацию можно показывать о товаре

Рекомендуемые товары

Мы можем узнать пользователя, если он до посещения магазина уже был на сайте бренда с того же мобильного устройства, с которого он зашел в веб-сервис.

На основе прошлой истории и текущей сессии можно вывести товары в блок с рекомендациями с помощью алгоритмов Retail Rocket. Это будут товары, которые наиболее интересны пользователю и которые сейчас находятся в наличии в той розничной точке, где находится посетитель.

