

Optymalizacja realizacji zamówień w sprzedaży wielokanałowej w celu stworzenia zyskowego ekosystemu

Postaw na sukces



Sprzedawcy detaliczni inwestują w programy realizacji zamówień składanych wielokanałowo, aby poprawić doświadczenie klientów i zapewnić im niezrównany poziom obsługi i wygody. Mimo że wdrożenie takich rozwiązań wymaga pracy i inwestycji, każda firma może to osiągnąć. **Postaw na sukces. Postaw na firmę Zebra.**

Wyższy poziom strategii i oczekiwań przy jednoczesnym wzroście zysków i wyników

Wiesz już, że branża detaliczna zmieniła się bezpowrotnie. Zawsze znajdzie się sprzedawca prowadzący sklep na tej samej ulicy — lub online — który ciężko pracuje nad tym, aby przyciągnąć do siebie serca, umysły i portfele Twoich klientów. W rezultacie oczekiwania klientów są dziś większe niż kiedykolwiek wcześniej, ponieważ poszukują oni zintegrowanych doświadczeń zakupowych, które umożliwią im bezproblemowe, spersonalizowane i wygodne zakupy.

EWOLUCJA HANDLU ELEKTRONICZNEGO

W ostatnich latach wielu detalistów rozpoczęło proces łączenia doświadczeń zakupów dokonywanych fizycznie i cyfrowo, tak aby ich sklepy ewoluowały wraz ze zmieniającymi się przyzwyczajeniami klientów i oferowały nowe alternatywy realizacji zamówień, łączące w sobie potęgę handlu elektronicznego z zasobami sklepu stacjonarnego. Pandemia przyspieszyła przyjęcie nowych cyfrowych rozwiązań w zakresie zakupów zarówno w przypadku detalistów, jak i konsumentów, a na popularności najbardziej zyskała usługa „zamów i odbierz”.

Zintegrowane postrzeganie zakupów dokonywanych w sklepach stacjonarnych i internetowych, umożliwiające klientom złożenie zamówienia online z odbiorem w sklepie lub nawet bez wychodzenia z samochodu, to fundamentalny krok, który pozwala połączyć ze sobą fizyczny i cyfrowy świat handlu detalicznego. Oprócz możliwości bezkontaktowej obsługi klienta usługa „zamów i odbierz” przynosi detalistom m.in. następujące korzyści:

- wyższy współczynnik konwersji online,
- możliwość sprzedaży rozszerzonego asortymentu produktów przez Internet,
- okazja do sprzedaży dodatkowych produktów w punkcie odbioru.

Opcje „zamów i odbierz” pozwalają kupującym uniknąć kosztów wysyłki i często eliminują problem opóźnionej gratyfikacji związany z oczekiwaniem na dostarczenie zamówienia złożonego w sklepie internetowym, a wszystko to przy jednoczesnym uniknięciu doświadczenia zatłoczonych sklepów i długich kolejek do kas.

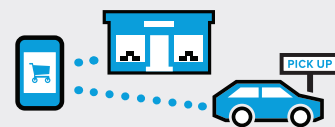
NIEODZOWNE UDOGODNIENIE

Usługa „zamów i odbierz” była kiedyś atrakcyjną dodatkową opcją realizacji zamówienia dla klientów robiących zakupy online. Dzisiaj jest natomiast nieodzowną częścią oferty przeciętnego detalisty. Wdrożenie i zoptymalizowanie takiego rozwiązania to jednak znaczące przedsięwzięcie, które wymaga strategicznych inwestycji w najnowocześniejsze sposoby realizacji zamówień i technologie dostępne w handlu detalicznym. Aby osiągać zyski, a jednocześnie świadczyć najlepsze w swojej klasie usługi dla klientów, należy poradzić sobie z tymczasowymi utrudnieniami, a jednocześnie dostosować się do długoterminowych zmian w zachowaniu konsumentów.

REKORDOWY WZROST POPULARNOŚCI USŁUGI „ZAMÓW I ODBIERZ”



KLIENCI CYFROWI
Na całym świecie: 2,14 mld
Wzrost z poziomu 1,66 mld w 2016 r.¹



PREFERENCJE
86% konsumentów planuje w najbliższym czasie skorzystać z opcji „zakup online, odbiór w sklepie” lub „zakup online, odbiór bez wychodzenia z samochodu”²

¹ Statista, „Number of Digital Buyers Worldwide from 2014 to 2021”, 27 listopada 2020 r.

² Zebra Technologies, „Badanie zachowań konsumentów na rok 2021, Podstawa udanych zakupów: bezpieczeństwo, szybkość i wygoda”



W niniejszym e-booku analizujemy trzy podstawowe kroki prowadzące do pomyślnej realizacji usługi „zamów i odbierz” i podajemy jasne przykłady najlepszych praktyk oraz analizy przypadków ukazujące sposób, w jaki czołowi detalisci sprawili, że usługa ta przynosi im oczekiwane wyniki — i zysk.



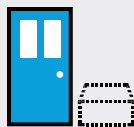
Kompleksowa realizacja zamówień

Czy w pełni wykorzystujesz swoje zasoby i dostępną przestrzeń? Wielu detalistów próbuje z różnym skutkiem wdrożyć rozmaite opcje realizacji zamówień w sklepie i w magazynie. Realizacja zamówień w sklepie wymaga wyższego poziomu dokładności danych na temat zapasów, natomiast realizacja zamówień w magazynie wiąże się z zastosowaniem dłuższych i droższych procesów. Jaka jest właściwa odpowiedź?

Wiele sklepów małaformatowych działa na przykład jako miejsca obsługi sprzedaży wielokanałowej na potrzeby realizacji zamówień w trybie „zamów i odbierz” lub obsługi zwrotów online. Te mniejsze sklepy są mniej kosztowne pod względem wynajmowanej przestrzeni i zatrudnianego personelu i stanowią kolejny cenny punkt kontaktu z konsumentem.

Podobnie skrzynki dostawcze w partnerskiej firmie mogą rozszerzyć zasięg usługi „zamów i odbierz”, tak aby mogło z niej skorzystać szersze grono odbiorców. Możliwość dostania towaru do sklepu zwiększa asortyment towarów dostępnych dla klientów, którzy są gotowi poczekać kilka dni na ich odbiór. Natomiast mini-centra realizacji zamówień wykorzystują sztuczną inteligencję, aby efektywnie zaplanować zapasy i realizację zamówień przy minimalnej liczbie pracowników na miejscu.

Opcje te są szczególnie atrakcyjne dla kupujących, którzy mogą mieć problem z odbieraniem paczek w domu, np. mieszkańców dużych miast lub osób, które nie mogą pracować z domu przez cały dzień. Dzięki różnorodnym opcjom realizacji zamówień mają oni dostęp do szerokiego asortymentu produktów online oraz do bezpiecznych lokalizacji do wysyłki i odbioru zamówień złożonych przez Internet.



Wraz z rosnącą popularnością zakupów online rośnie liczba brakujących zamówień: Według zgłoszeń konsumentów liczba skradzionych paczek wzrosła w pierwszym kwartale 2021 r. o 131%³.

³ Route, „Comparison Data: How COVID-19 is Impacting Delivery”, 23 kwietnia 2020 r.

WZMOCNIENIE POZYCJI EKSPEDIENTÓW W CELU ZAPEWNIENIA NAJLEPSZEJ W SWOJEJ KLASIE OBSŁUGI KLIENTA

Bardziej zaawansowane systemy można lepiej dostosować do nowych ulepszeń w ofercie typu „zamów i odbierz”, a wydajniejsza technologia na zapleczu często gwarantuje lepszą obsługę klienta. Szybkość, prosty odbiór towaru, minimalne kolejki i spójność informacji we wszystkich punktach kontaktu z klientem to nieodłączne elementy najlepszych w swojej klasie usług „zamów i odbierz”. Ekspedienci odgrywają kluczową rolę w maksymalnym zwiększeniu wydajności i rentowności sklepu. Umożliwienie pracownikom korzystania z zaawansowanych rozwiązań technologicznych ułatwia im pracę i przynosi pracodawcy niezliczone korzyści.

ZAKUPY SPOŻYWCZE NA TELEFONIE

Konsumenci coraz częściej sięgają po telefon, aby zrobić zakupy. Taki sposób składania zamówień staje się coraz ważniejszy w przypadku zakupów spożywczych, ponieważ coraz więcej klientów sięga po możliwość zamówienia produktów na urządzeniu mobilnym i odebrania ich samochodem bez wchodzenia do sklepu lub otrzymania dostawy do domu. Z badań konsumenckich wynika, że jest to więcej niż tylko tymczasowy trend: to nowy zwyczaj, który klienci będą prawdopodobnie kontynuować również w przyszłości.

SKŁADANIE ZAMÓWIEŃ NA URZĄDZENIACH MOBILNYCH I WYKORZYSTANIE APLIKACJI DO ZAMAWIANIA PRODUKTÓW SPOŻYWCZYCH⁴

Obecne wykorzystanie

72%
(+5 p.p.
w porównaniu
z zeszłym
rokiem)

Prawdopodobieństwo wykorzystania w przyszłości

82%

SKŁADANIE ZAMÓWIEŃ NA URZĄDZENIACH MOBILNYCH

54%
(+11 p.p.
w porównaniu
z zeszłym rokiem)

88%

APLIKACJA DO ZAMAWIANIA ZAKUPÓW SPOŻYWCZYCH

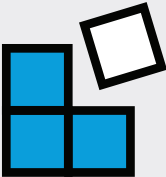
⁴ Zebra Technologies, „Badanie zachowań konsumentów na rok 2021, Podstawa udanych zakupów: bezpieczeństwo, szybkość i wygoda”.

TRZYSTAPOWA MAPA DROGOWA

Jak powinien wyglądać idealny proces realizacji usługi „zamów i odbierz”?

Zebra może nawiązać z Twoją firmą partnerską współpracę mającą na celu opracowanie i wdrożenie zrównoważonej i zyskowej strategii „zamów i odbierz”, skrojonej na potrzeby Twojej firmy. Raport ten podkreśla trzy kluczowe kroki, które mogą pomóc w poprawieniu wyników sprzedaży danego sklepu, zwiększeniu efektywności całego przedsiębiorstwa i zapewnieniu klientom lepszych doświadczeń zakupowych.

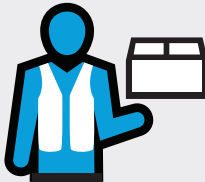
KROK
1



**ZSYNCHRONIZOWANE SYSTEMY:
FUNDAMENT ZYSKOWNOŚCI USŁUGI
„ZAMÓW I ODBIERZ”**

Zaprojektowanie optymalnego procesu obsługi sprzedaży wielokanałowej z uwzględnieniem zróżnicowanych potrzeb klienta przy jednoczesnym maksymalnym zwiększeniu marży i obniżeniu kosztów.

KROK
2



**PRECYZYJNE DOSTOSOWANIE
PROCESU REALIZACJI ZAMÓWIEŃ**

Optymalizacja procesu realizacji zamówień, niezależnie od tego, czy zamówione produkty są dostarczane do sklepu czy kompletowane z półek sklepowych, oraz tworzenie przyjemnych doświadczeń związanych z odbiorem lub zwrotem towaru w sklepie, które sprzyjają budowaniu lojalności klientów.

KROK
3



**USPRAWNIENIE PROCESU
PRZYJMOWANIA ZWROTÓW**

Zmniejszenie obciążenia związanego z rosnącą liczbą zwrotów dla sklepów i działów logistyki poprzez wykorzystanie technologii mobilnych i automatyzacji, aby ochronić zysk i zapewnić wygodę kupującym.

KROK

1

Zsynchronizowane systemy: fundament zyskowności usługi „zamów i odbierz”

Udoskonalenie usługi „zamów i odbierz” nie jest prostym zadaniem. W rzeczywistości jest to skomplikowana układanka wymagająca wdrożenia odpowiednich — i współpracujących ze sobą — systemów w celu skutecznego zwiększania zysków. W ramach usług „zamów i odbierz” istnieje wachlarz opcji realizacji zamówień, na które należy być przygotowanym, w zależności od lokalizacji i rodzaju działalności. Systemy te są niezbędne do zapewnienia harmonijnej realizacji zamówień w sprzedaży wielokanałowej od magazynu po sale sprzedaży i ostatecznie konsumenta.



WIDOCZNOŚĆ W CZASIE RZECZYWISTYM

Dane o stanie zapasów aktualizowane w czasie rzeczywistym umożliwiają współpracę pracowników i systemów w celu efektywnego zarządzania zamówieniami. Zastosowanie wielu technologii, od prostego skanowania kodów kreskowych 1D/2D i cyklicznych inwentaryzacji po technologię RFID i lokalizowanie zasobów, umożliwia dokładne określenie lokalizacji produktu i jego dostarczenie do wybranego przez klienta miejsca odbioru w najbardziej efektywny sposób.



WYDAJNOŚĆ I DOKŁADNOŚĆ PROCESU KOMPLETACJI

Oszczędzanie zaledwie kilku sekund na każdym produkcie może nie wydawać się wielką korzyścią, ale w skali roku może to przynieść ogromne oszczędności. Optimalizacja procesów kompletacji i pakowania zamówień ma kluczowe znaczenie dla osiągnięcia dodatniego zwrotu z inwestycji w sprzedaż wielokanałową. Wyposażeni w urządzenia mobilne ekspedientzi i pracownicy magazynu mogą szybciej i dokładniej lokalizować towary podczas realizacji zamówień, bez względu na to, czy kompletują poszczególne produkty bezpośrednio z półek sklepowych czy z magazynu znajdującego się w innej lokalizacji.



PAKOWANIE I ETYKIETOWANIE

Drukarki mobilne mogą znacząco zwiększyć wydajność pracy. Możliwość drukowania na żądanie to także większa elastyczność, mniej chodzenia i mniejsza liczba błędów — z uwagi na niższe ryzyko uszkodzenia lub mylnego zastosowania etykiet.



BEZBŁĘDNA REALIZACJA ZAMÓWIEŃ

Zintegrowane informacje o zamówieniach i dane o stanie magazynowym aktualizowane w czasie rzeczywistym zapewniają wygodniejszą obsługę klienta i efektywne zarządzanie zadaniami ekspedientów. Poszczególne węzły sieci realizacji zamówień (sklepy, magazyny, centra dystrybucyjne, producenci itp.) mogą oferować różne tempo dostaw i różną ilość dostarczanego towaru, odpowiednio zintegrowane systemy pomagają zatem zapewnić płynny przepływ zamówień.



ZARZĄDZANIE CENAMI

Konsumenci najchętniej ponownie robią zakupy u sprzedawców, którym ufają, a zapewnienie jednolitych cen we wszystkich kanałach sprzedaży to kluczowy element utrzymania wysokiego zadowolenia klientów. Dostępne rozwiązania obejmują tablety klasy korporacyjnej, komputery mobilne i drukarki ręczne, a także zaawansowane oprogramowanie do zarządzania cenami i elektroniczne etykiety na półki.

W obecnych realiach najlepiej radzą sobie sprzedawcy detaliczni, którzy są elastyczni i skrupulatnie analizują potrzeby konsumentów. Doskonała obsługa klienta to w końcu proces dwukierunkowy, w którym zachowania klientów mają wpływ na wdrożone rozwiązania i odwrotnie. Każdy sprzedawca powinien mieć pewność, że jego działalność operacyjna wychodzi naprzeciw unikalnym potrzebom danej grupy docelowej i jest w stanie stworzyć najlepsze w swojej klasie doświadczenie realizacji zamówień w sklepie.





„Sektor handlu detalicznego nadal ewoluuje. Pandemia COVID-19 bez wątpienia wzmocniła niektóre trendy, które obserwowaliśmy na rynku już wcześniej. Nawet przed pandemią skupialiśmy się już na odcinku ostatniej mili w realizacji dostaw i wdrożeniu strategii sprzedaży wielokanałowej, czy to wykorzystując powierzchnię naszych sklepów, czy też angażując firmy takie jak FedEx, Door Dash czy innych partnerów zewnętrznych”.

—Kristen Vargas,
wice-prezes ds. działalności w sektorze
handlu detalicznego i technologii
Walgreens

WYRÓŻNIONA FIRMA

Walgreens

Amerykańska sieć aptek zareagowała na zapotrzebowanie konsumentów na bezkontaktowe zakupy szybkim wdrożeniem zmian i przemysłowych rozwiązań technicznych.

Apteki Walgreens, które już oferują usługę odbioru zamówień przy okienku bez wysiadania z pojazdu w ponad 7000 swoich aptek, jako pierwsze w branży rozszerzyły asortyment produktów dostępnych do zamówienia i odbioru przy okienkach dla zmotoryzowanych. Nie wchodząc do apteki, klienci mogą teraz także kupić wybrane artykuły gospodarstwa domowego — które zostały odpowiednio przetestowane pod kątem możliwości ich wydawania przez okienko do odbioru zamówień.

SPECYFIKACJA TECHNICZNA

Pracownicy Walgreens używają tabletów ET50 i ręcznych komputerów mobilnych TC51 firmy Zebra do kompletowania i realizacji zamówień na zapleczu i przy półkach sklepowych.

Gdy klient złoży zamówienie przez Internet, aplikacja wysyła powiadomienie na urządzenie pracownika apteki, który przygotowuje produkty do odbioru lub dostawy. Klient otrzymuje powiadomienie, gdy zamówienie jest gotowe do odbioru — przy okienku dla zmotoryzowanych lub w aptece — bądź gdy zostanie dostarczone do odbioru na parkingu, gdzie zamówienie trafia bezpośrednio do bagażnika klienta.



Punktem kluczowym strategii wdrożonej przez Walgreens była dokładność danych na temat stanu zapasów i eliminacja braków magazynowych. Walgreens wykorzystuje oferowane przez firmę Zebra inteligentne rozwiązania programowe Prescriptive Analytics i Reflexis, które pomagają rozwiązać te problemy i poprawić ogólne wrażenie klientów z zakupów.

Jeśli chcesz dowiedzieć się więcej na temat tego, jak Walgreens wykorzystuje technologię, aby zwiększyć zadowolenie klientów, kliknij [tutaj](#).

KROK
2

Precyzyjne dostosowanie procesu realizacji zamówień: maksymalne wykorzystanie środowiska zakupów w sklepie

Sprzedawcy detaliczni zmieniają konfigurację swoich sklepów stacjonarnych, tak aby wyjść naprzeciw wymaganiom rozwiązań umożliwiających sprzedaż wielokanałową, które warunkują wydajny i ujednolicony handel. Wszystkie dodatkowe działania wymagane podczas realizacji zamówień składanych w trybie „zamów i odbierz” zwiększają jednak zarówno koszt, jak i złożoność procesu, co stanowi duże wyzwanie pod względem zyskowności. Wybór odpowiedniej technologii i właściwych partnerów pozwala skrócić czas spędzony na wdrażaniu nowych rozwiązań oraz obniżyć koszty.



ROZPOZNAWANIE KLIENTA

Usprawnienie procesu identyfikacji klienta zapewnia większą wygodę dla kupującego i poprawę wyników finansowych firmy. Rozwiązania technologiczne, takie jak interaktywne kioski lub nadajniki lokalizacji, gwarantują szybką obsługę i zadowolenie klienta.



ODSZUKIWANIE ZAMÓWIEŃ

Niezależnie od tego, czy zamówienia realizowane są w sklepie, czy też klienci odbierają je samochodem, szybka identyfikacja i komplekcja zamówienia dla danego klienta jest równie ważna jak szybka identyfikacja samego klienta. Wykorzystanie urządzeń mobilnych oraz technologii inwentaryzacji w czasie rzeczywistym pomaga personelowi sklepu szybko i dokładnie ustalić, gdzie przechowywane jest dane zamówienie, i dostarczyć je klientowi, wykorzystując zwykłe kody kreskowe lub kody QR, aby przypisać paczkę do właściwego klienta.



BEZKONTAKTOWA OBSŁUGA KLIENTA

Wielu konsumentów poszukuje rozwiązań zakupowych, które zapewniają natychmiastową dostępność produktów kojarzoną ze sklepami stacjonarnymi oraz bezkontaktową obsługą charakterystyczną dla handlu elektronicznego. Usługa odbioru zamówienia samochodem została szczególnie dobrze przyjęta przez konsumentów, którzy wcześniej robili większość zakupów w sklepach stacjonarnych i z pewną niechęcią zaczęli dopiero robić zakupy przez Internet.



ŁĄCZNOŚĆ MIĘDZY PRACOWNIKAMI

Kluczowe znaczenie dla unikania niewielkich opóźnień, które w połączeniu mogą w poważnym stopniu wpłynąć na zyski, ma szybka łączność pomiędzy pracownikami i optymalizacja procesów roboczych. Opracowana przez firmę Zebra aplikacja Workforce Connect pozwala pracownikom nawiązywać natychmiastowy kontakt z innymi ekspedientami lub z zespołem obsługującym wysyłkę za pośrednictwem komunikacji głosowej, usług push-to-talk lub wiadomości tekstowych.



PRZYJMOWANIE TOWARU W SKLEPIE

Komputery mobilne, skanery ręczne i czytniki RFID bardzo skutecznie przyspieszają proces odbioru towaru i pomagają zapewnić dokładność i integralność otrzymywanych produktów. Pracownicy mają dostęp do dokładnych i aktualizowanych w czasie rzeczywistym informacji o tym, jaki towar został przyjęty, kiedy został on przyjęty oraz w jakim był stanie. Sprzedawcy detaliczni czerpią korzyści z szybszej realizacji procesu uzgadniania przychodzącego i wychodzącego towaru oraz zmniejszenia strat, co przekłada się na większe zyski.





„Komputery dotykowe TC70 to ważny element naszej działalności i nie moglibyśmy funkcjonować bez nich. Bez TC70 nie bylibyśmy w stanie działać równie sprawnie i wydajnie”.

— Butch Devlin
starszy vice-prezes,
działalność operacyjna sklepów detalicznych
ABC Fine Wine & Spirits

WYRÓŻNIONA FIRMA

ABC Fine Wine & Spirits

Sklep z winami i alkoholami wysokoprocentowymi, zakorzeniony w przyjaznej kulturze sąsiedzkiej, wykorzystał technologię, aby zapewnić lepszy kontakt pomiędzy pracownikami a kupującymi.

Aby zwiększyć zaangażowanie klientów w sklepach i zapewnić bardziej spersonalizowaną obsługę klienta, działająca na Florydzie sieć ABC Fine Wine & Spirits wyposaża swoich pracowników w zaawansowane narzędzia mobilne i intuicyjne aplikacje, które umożliwiają ekspedientom bezpośredni kontakt z poszczególnymi kupującymi. Nową technologię wykorzystano także do tego, aby zaoferować klientom nową usługę „zamów i odbierz” o nazwie ABC Express. Wysoce intuicyjne urządzenia TC70 zostały pomyślnie przyjęte przez pracowników i wprowadzone do wszystkich sklepów w ciągu zaledwie siedmiu miesięcy.

JAK TO DZIAŁA?

Gdy przychodzą zamówienia do odbioru w sklepie, pracownicy używają urządzeń TC70 marki Zebra do wyszukania zamówionych produktów, a także do zlokalizowania i zapakowania towarów przed przybyciem klienta. Wbudowany skaner pozwala zweryfikować zgodność kodu produktu, dzięki czemu zamówienia realizowane w trybie ABC Express są dokładne i kompletne.



Czas zaoszczędzony dzięki wykonywaniu zadań na urządzeniach mobilnych oznacza więcej czasu poświęconego na zapewnienie klientom indywidualnej obsługi. W przypadku ABC możliwość podejmowania trafnych, szybkich i dobrze zaplanowanych interakcji w sklepie przyniosła wzrost sprzedaży droższych produktów pokrewnych, sprzedaży wiązanej i lojalności klientów.

Jeśli chcesz sprawdzić, w jaki sposób ABC Fine Wine and Spirits wykorzystuje technologię, aby wzbogacić doświadczenia kupujących, kliknij [tutaj](#).

KROK

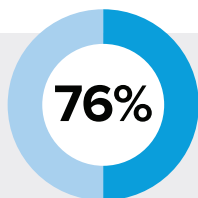
3

Sprawniejszy proces przyjmowania zwrotów

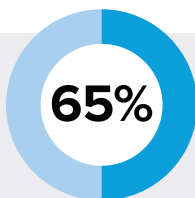
Więcej zamówień składanych online to także więcej zwrotów, a klienci oczekują, że obie te czynności będą równie proste. Każdy sprzedawca detaliczny wie aż za dobrze, że zwroty towaru są nieuchronne, a klienci dokonują zakupów z nowym nastawieniem. Nie tylko kupują teraz więcej online, ale także często „przenoszą przymierzalnię do domu”, np. kupując odzież w różnych rozmiarach lub kolorach z zamiarem zwrotu niektórych lub wszystkich produktów w zamówieniu.

Odnoszący sukcesy detaliści realizują zwroty w sposób zadowalający klienta, ale jednocześnie minimalizujący koszty ponoszone przez sklep i pozwalający na sprawne i bezpieczne włączenie towaru ze zwrotów do ponownej sprzedaży. W nowym podejściu do zwrotów wykorzystuje się nawet sztuczną inteligencję, aby określić wpływ każdego zwrotu na zyski, pozwalając klientowi zatrzymać zwracany przedmiot, jeśli firma straciłaby pieniądze na wysyłce zwrotnej i uzupełnieniu zapasów.

Bezpłatne i łatwe zwroty to istotny czynnik wzrostu współczynnika konwersji i lojalności klientów. Podobnie jak w przypadku realizacji zamówień, klienci chcą również mieć możliwość wyboru sposobu i miejsca dokonywania zwrotów. Mobilne skanowanie i ponowne etykietowanie produktów na miejscu za pomocą ręcznych drukarek pozwala pracownikom jak najszybciej włączyć zwrócone towary z powrotem do dostępnych zapasów i umieścić je na półkach sklepowych.



76% konsumentów woli sprzedawców, którzy oferują łatwy zwrot towaru⁵



65% ankietowanych konsumentów woli robić zakupy u sprzedawców detalicznych dostępnych online, którzy posiadają także sklepy stacjonarne⁶

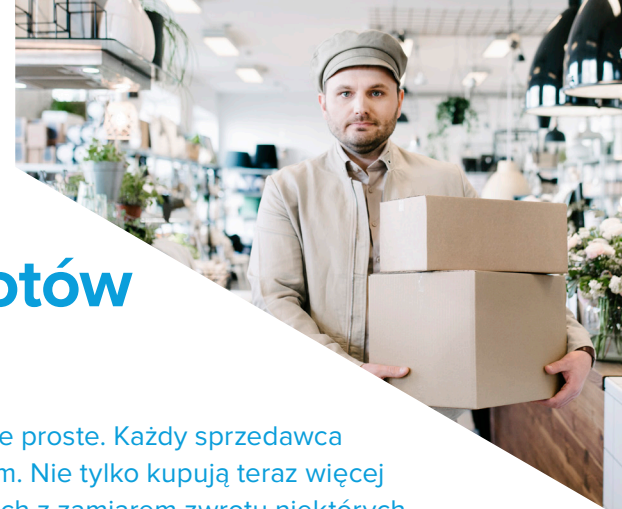
^{5,6} Zebra Technologies, „Badanie zachowań konsumentów na rok 2021. Podstawa udanych zakupów: Bezpieczeństwo, szybkość i wygoda”.

ŁATWO DOSTĘPNE STREFY ZWROTU TOWARU

Klienci chcą mieć możliwość dokonania zwrotu w sklepie, przy czym oczekują, że proces ten będzie jak najwygodniejszy i jak najbardziej bezkontaktowy. Aby uprościć procedurę zwrotu, wielu detalistów umiejscowiło punkty odbioru i zwrotu towaru w bardziej centralnych lokalizacjach — obok wejścia lub wyjścia ze sklepu — aby lepiej służyć klientom. Skanery kodów kreskowych lub kodów QR pomagają ekspedientom szybko uzyskać dostęp do niezbędnych im informacji i rozpocząć procedurę zwrotu.

Wcześniej detaliści mogli wykorzystać usługi „zamów i odbierz” lub zwroty dokonywane w sklepie jako okazję do sprzedaży droższych produktów pokrewnych lub zmniejszenia ilości zwracanych towarów, zachęcając klientów odbierających zamówienia złożone w trybie „zamów i odbierz” do przymierzenia zakupionych ubrań w sklepowej przymierzalni, zanim wezmą je do domu. Dziś jednak trzeba odpowiednio wyważyć różne aspekty — z jednej strony możliwość sprzedaży dodatkowych produktów w sklepie, a z drugiej umożliwienie klientom odebrania zamówień złożonych online lub dokonania zwrotu towaru bez wchodzenia do sklepu.

Punkty odbioru dla zmotoryzowanych, szafki lub interaktywne kioski to coraz popularniejsze opcje bezkontaktowej samoobsługi, nawet w przypadku zwrotów. Klienci mogą korzystać z tych kiosków, aby zadawać pytania i sprawdzać dostępność towaru, a także dokonywać zwrotów. Dostępne funkcje obejmują skanowanie kodów kreskowych, drukowanie etykiet, pakowanie w torby lub odbiór przesyłek — a wszystko to za pomocą kiosku.





„Zamów i odbierz” to najszybciej rosnący na popularności sposób realizacji zamówień w Wielkiej Brytanii. Co więcej, wiemy już, że klienci korzystający z usługi „zamów i odbierz” kupują częściej, wydają więcej i są bardziej lojalni. Dzięki wykorzystywanym przez nas urządzeniom mobilnym — dostępnym wyłącznie w ofercie firmy Zebra — jesteśmy w stanie otworzyć nowe lokalizacje w ciągu kilku godzin. Zebra Technologies to nieodłączny element sukcesu naszego rozwiązania”.

— Gary O'Connor,
dyrektor ds. technologii
Doddle

WYRÓŻNIONA FIRMA

Doddle

Doddle skraca średni czas transakcji, wykorzystując oferowaną przez firmę Zebra technologię do realizacji zamówień w trybie „zamów i odbierz” i do obsługi zwrotów.

Firma Doddle powstała w 2014 r., a dziś jest na rynku brytyjskim wiodącym zewnętrznym dostawcą usług „zamów i odbierz”. Firma obsługuje punkty odbioru i przyjmowania towarów, dzięki którym konsumenci mogą szybko odebrać lub zwrócić produkty zakupione w sklepach internetowych, takich jak Amazon, Net-a-Porter, Misguided czy ASOS. Zamiast zmagać się z problemem nieodebranych lub zagubionych przesyłek, dzięki Doddle klienci mogą odbierać paczki w miejscu i w czasie, który im odpowiada. Skonsolidowane dostawy do bezpiecznych lokalizacji Doddle pomagają również ograniczyć negatywny wpływ na środowisko na odcinku ostatniej mili.

W miarę jak firma Doddle podejmowała współpracę z kolejnymi renomowanymi sprzedawcami detalicznymi i zaczęła otwierać punkty na terenie ich sklepów, musiała również zwiększyć mobilność swoich zespołów — ilość sprzętu wykorzystywanego w sklepach zredukowano, przechodząc na ręczne urządzenia mobilne. Ograniczone zapotrzebowanie na powierzchnię i możliwość elastycznego dostosowania skali działalności pozwala również na natychmiastowe rozszerzenie działalności w okresach szczytowych, takich jak okres przedświąteczny czy czas powrotu z wakacji.

PRACA NA WYSOKICH OBROTACH

Dzięki wykorzystaniu solidnych i niezawodnych rozwiązań marki Zebra, w tym komputerów dotykowych TC70 i TC51 oraz drukarek biurkowych GK420D, firma Doddle skróciła średni czas transakcji do 1 minuty i 48 sekund w przypadku odbioru oraz 1 minuty i 15 sekund w przypadku zwrotu. Wyeliminowanie konieczności posiadania sprzętu stacjonarnego pozwoliło Doddle zmniejszyć nakłady inwestycyjne na sprzęt o 50% i skrócić czas przygotowania do otwarcia nowej lokalizacji.



Jeśli chcesz dowiedzieć się więcej na temat tego, jak Doddle wykorzystuje technologię, aby skrócić czas transakcji realizowanych w trybie „zamów i odbierz” i obsługi zwrotów, kliknij [tutaj](#).

Większa przewaga konkurencyjna

Sprzedaż internetowa wciąż rośnie, i to znacznie szybciej niż się spodziewano. Jest to zatem dobry czas, aby zainwestować w technologię umożliwiającą realizację odpowiedniej strategii w zakresie usług „zamów i odbierz”, usprawnienie działalności operacyjnej w sektorze handlu detalicznego i stworzenie lepszych doświadczeń dla klientów. Oferowanie usług „zamów i odbierz” to teraz niezbędne minimum — aby osiągnąć przewagę konkurencyjną, trzeba to jeszcze robić dobrze i w sposób opłacalny dla firmy.

Biorąc pod uwagę coraz niższe marże, usługa „zamów i odbierz” pozwala detalistom przyciągnąć więcej klientów niż sklepy działające wyłącznie w Internecie czy też sklepy detaliczne będące w tyle pod względem transformacji cyfrowej.

Choć nie da się przewidzieć przyszłości handlu detalicznego z całkowitą precyzją, jedno wydaje się pewne: zachowanie czujności i przygotowanie się na ciągły rozwój sprzedaży wielokanałowej to najlepszy sposób na zabezpieczenie swojej firmy na przyszłość i ochronę zysków.

LISTA KONTROLNA NAJLEPSZYCH PRAKTYK W ZAKRESIE INTEGRACJI KANAŁÓW SPRZEDAŻY



Pozwól kupującym odbierać lub zwracać zamówienia złożone online w najbardziej dogodnej dla nich lokalizacji, korzystając z szeregu opcji, takich jak parking, sklep czy szafki. Po wejściu do sklepu proces odbioru powinien być szybki i intuicyjny nawet dla osoby, która po raz pierwszy złożyła zamówienie.



Maksymalnie wykorzystaj zasoby sklepu, kompletując zamówienia z zapasów sklepowych i wyposażając swoich pracowników w odpowiednie urządzenia pozwalające im szybko realizować zamówienia składane w trybie „zamów i odbierz”.



Jak najszybciej zainwestuj w technologię, w tym skanery, komputery mobilne, tablety, drukarki mobilne i urządzenia RFID — wykorzystując pełną widoczność zapasów, możesz wysyłać towary tam, gdzie są potrzebne, i jak najszybciej włączać zwracane towary nadające się do sprzedaży do asortymentu dostępnych produktów.



Zadbaj o to, aby zwroty nie miały negatywnego wpływu na przychody sklepu oraz o to, aby odpowiedzialność za wyniki finansowe była dzielona równo przez wszystkie zespoły. Ma to kluczowe znaczenie dla komunikacji pomiędzy działami oraz zapobiegania konfliktom interesów i powstawaniu w różnych kanałach odrębnych, niepołączonych ze sobą zbiorów informacji.



Dane zgromadzone w ramach realizacji usługi „zamów i odbierz” oraz obsługi zwrotów towaru to dla detalistów cenne informacje — zaawansowane narzędzia analityczne mogą zapewnić wgląd w potrzeby klientów, co pozwala z kolei trafnie ukształtować przyszłą strategię.

Wspólnie osiągniemy nowy poziom realizacji zamówień w sprzedaży wielokanałowej.

Jeśli chodzi o transformację cyfrową, musisz mierzyć wyżej. Jeżeli jednak wdrożenie nowych rozwiązań odbywa się kosztem marży, ich utrzymanie nie będzie możliwe w dalszej perspektywie. W firmie Zebra wiemy, w jaki sposób technologia może pomóc zwiększyć dokładność, wydajność i produktywność realizacji zamówień w trybie „zamów i odbierz”, a naszym celem jest pomóc Ci na drodze do wdrożenia zyskowej realizacji zamówień w sprzedaży wielokanałowej.

Zapraszamy na stronę: www.zebra.com/retail

Postaw na sukces. Postaw na firmę Zebra.



Centrala regionu Ameryki Płn.
i Centrala Główna
+1 800 423 0442
inquiry4@zebra.com

Centrala regionu Azji
i Pacyfiku
+65 6858 0722
contact.apac@zebra.com

Centrala regionu EMEA
zebra.com/locations
contact.emea@zebra.com

Centrala regionu Ameryki
Łacińskiej
+1 866 230 9494
la.contactme@zebra.com

ZEBRA i stylizowany obraz głowy zebry są znakami handlowymi firmy Zebra Technologies Corp. zarejestrowanymi w wielu jurysdykcjach na całym świecie. Wszystkie pozostałe znaki handlowe należą do odpowiednich właścicieli. ©2021 Zebra Technologies Corp. i/lub podmioty stowarzyszone. Wszelkie prawa zastrzeżone.

