

Mobily sa stali novým distribučným kanálom v maloobchode

Amazon umožnil svojim zákazníkom nakupovať tovar cez mobilný telefón a získal náskok pred konkurenciou.

9. jún 2008

Mobilné telefóny sú nástrojom, ktorý obchodníkom významne pomáha zvyšovať tržby. Tvrdí to najnovšia, v poradí už tretia štúdia spoločnosti Cisco o elektronickom obchodovaní, podľa ktorej sa tento nový distribučný kanál rýchlo udomácňuje nielen v obchodoch, ale tiež pri predaji tovarov a služieb cez webstránky a katalógy. Novú formu umožňuje rozvoj on-line komunikácie s pokročilými mobilnými technológiami. Maloobchodné firmy si uvedomili, že implementácia mobilných stratégií im môže priniesť výrazný rast obratu.

„Mobily predstavujú veľkú príležitosť pre zvyšovanie tržieb a otvárajú novú éru distribučných kanálov v maloobchode,“ uviedol v tejto súvislosti Dick Cantwell, viceprezident divízie Cisco Internet Business Solutions Group, ktorá štúdiu realizovala. Obchodníci budú môcť ponúkať zákazníkom viac sofistikovaných služieb, napríklad tzv. Interconnected Shop, čiže prepojený obchod. Vďaka nemu budú mať spotrebiteľia prístup do predajne cez viaceré platformy – on-line video katalógy, webové portály či WAP stránky. Informácie budú dostupné v obchodoch, na internete, ako aj cez mobilný telefón.

Záujem o sofistikované riešenia

Štúdia hodnotila spolu 45 najvýznamnejších on-line obchodov v Severnej Amerike a Európe, pričom hlavnú pozornosť sústredila na dva aspekty elektronického nakupovania. Prvým bola jednoduchosť ovládania, navigácia, grafická prehľadnosť, úspešnosť vyhľadávania a pohodlie pri nakupovaní, druhým potom rôzne doplnkové špeciálne funkcie na báze nástrojov Web 2.0, ku ktorým patria interaktívne možnosti ako chaty, hodnotenia a recenzie zákazníkov a blogy, ďalej variabilita platobných metód a dostupnosť informácií na viacerých platformách. Štúdia taktiež posudzovala úroveň služieb zákazníkom a pridanú hodnotu.

Pre on-line obchody, ktoré sa dostali do rebríčka Top Ten, je typické precízne uplatňovanie základných kritérií, ktoré zákazníkom uľahčujú nakupovanie. Okrem nich však ponúkajú aj viacero nadštandardných vylepšení, ku ktorým patrí hlavne nákup cez mobil a interaktivita na báze nástrojov Web 2.0. Štúdia dospela k záveru, že kým doteraz spotrebiteľia vyžadovali iba základné kritériá pre on-line shopping, v poslednom období u nich vzrastá záujem o komplexnejšie riešenia. Spoločnosti, ktoré tento trend nezachytili, výrazne zaostali za konkurenciou.

Top Ten rebríček najlepších on-line obchodov

1. Amazon.com
2. Best Buy
3. Sears
4. Circuit City
5. Quelle
6. Otto
7. Macy's
8. FNAC
9. Bol.com
10. Argos Home Retail Group

Nárast mobilného obchodu

Na svete je takmer trikrát viac používateľov mobilných telefónov (3,3 miliardy) ako internetu (1,3 miliardy). Mnohí podnikatelia už našli spôsob ako komunikovať s ľuďmi a ponúkať im služby cez viaceré platformy. Niektorí obchodníci začali pri komunikácii s klientmi používať SMS. Nejde pritom len o oslovovanie potenciálnych záujemcov s ponukou tovarov a služieb, ale aj zákazníci môžu

obchodníkovi poslať otázku formou SMS. Najčastejšie sa ich otázky týkajú dostupnosti tovaru a informácií o termíne doručenia. Zo záverov štúdie okrem iného vyplynuli aj nasledovné fakty:

- 42 percent obchodníkov ponúka produktové informácie na stránke špeciálne formátovanej pre mobilné telefóny
- 15 percent obchodníkov umožňuje vykonávať platobné transakcie cez mobil
- 10 percent obchodníkov odpovedá na otázky zákazníkov pomocou SMS
- 6 percent obchodníkov má špeciálne webstránky a URL pre mobilné telefóny

Budovanie komunitných sietí

Prudký nárast komunitných webov ako MySpace a Facebook, virtuálnych svetov ako SecondLife alebo multimediálnych portálov ako YouTube menia správanie zákazníka a jeho očakávania. Tieto trendy nútia internetové obchody, aby sa prispôbili novým podmienkam. Príklady:

- 17 percent ponúka pripojenie do rôznych záujmových komunit
- 52 percent sprístupňuje recenzie zákazníkov
- 50 percent využíva kvalitnejšie nástroje vizualizácie (preview, obrázky, video)
- 50 percent uvádza video projekcie na produkty
- 50 percent poskytuje zákazníkom podporu cez viacero kanálov, napríklad Click-to-Chat

Väčšina inovácií v internetovom obchode sa v posledných pár rokoch venovala hlavne interaktívnemu on-line spojeniu so zákazníkmi. Do veľkej miery sa to darí vďaka využívaniu všetkých dostupných médií – e-mailu, internetu a mobilu. V blízkej budúcnosti sa spoločnosti pôsobiace v tomto segmente budú musieť zamerať na vývoj vizualizácie produktov a video technológií. Podľa Cisco si konkurenčnú výhodu zachovajú len tie firmy, ktoré sa nebudú báť byť inovátormi.

O Cisco Systems

Cisco (NASDAQ: CSCO) je svetový líder v oblasti sietí, ktorý mení spôsob, akým ľudia nadväzujú kontakty, komunikujú a spolupracujú. Informácie o spoločnosti Cisco je možné získať na <http://www.cisco.com>. Aktuálne informácie nájdete na <http://newsroom.cisco.com>.