

PHYGITAL STORE

23 ФЕВРАЛЯ 2021 ГОДА

Подготовлено для
CPM Moscow



ЧТО ТАКОЕ PHYGITAL STORE



РАЗВИТИЕ ОМНИКАНАЛЬНОСТИ. СЦЕНАРИЙ 1

СЕЙЧАС

?



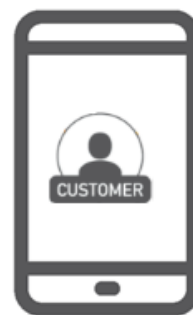
MULTICHANNEL
КОММУНИКАЦИИ



CROSS CHANNEL
КОММУНИКАЦИИ



OMNICHANNEL
КОММУНИКАЦИИ



OMNI DIGITAL
КОММУНИКАЦИИ

«MOBILE FIRST»
СТРАТЕГИЯ



РАЗВИТИЕ ОМНИКАНАЛЬНОСТИ. СЦЕНАРИЙ 2

СЕЙЧАС

?



MULTICHANNEL
КОММУНИКАЦИИ



CROSS CHANNEL
КОММУНИКАЦИИ



OMNICHANNEL
КОММУНИКАЦИИ



OMNI PHYGITAL
КОММУНИКАЦИИ

«BRICKS AND CLICKS»
СТРАТЕГИЯ



ЧТО ТАКОЕ PHYGITAL?



Physical

Тактильный



Digital

Интерактивный



Human

Добрый



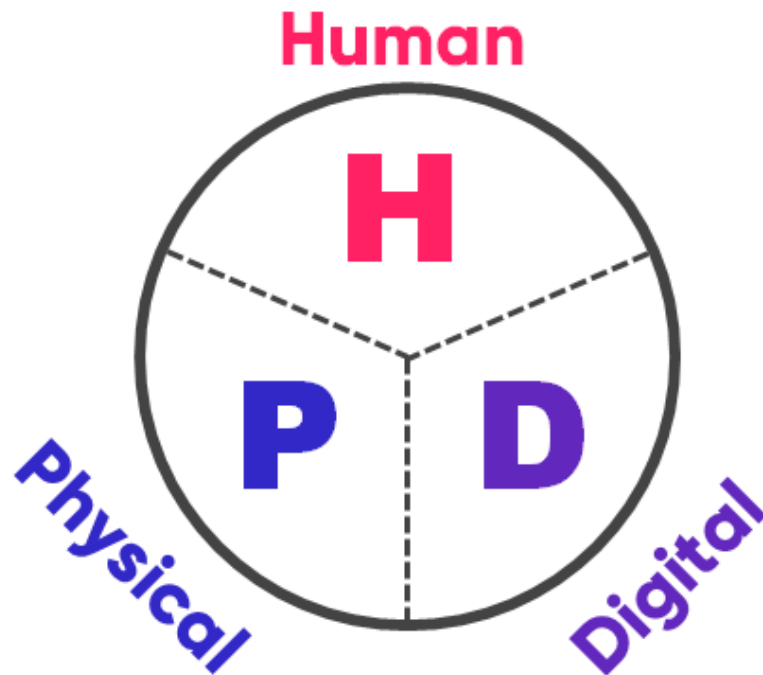
PHYGITAL

«BRICKS AND CLICKS»
СТРАТЕГИЯ

Одной из версий дальнейшего развития ритейла является развитие гибридных моделей ритейла, когда все уровни коммуникаций с клиентами перемешаются и превратятся в новые модели бизнеса. Иногда это направление называется Phygital Retail.

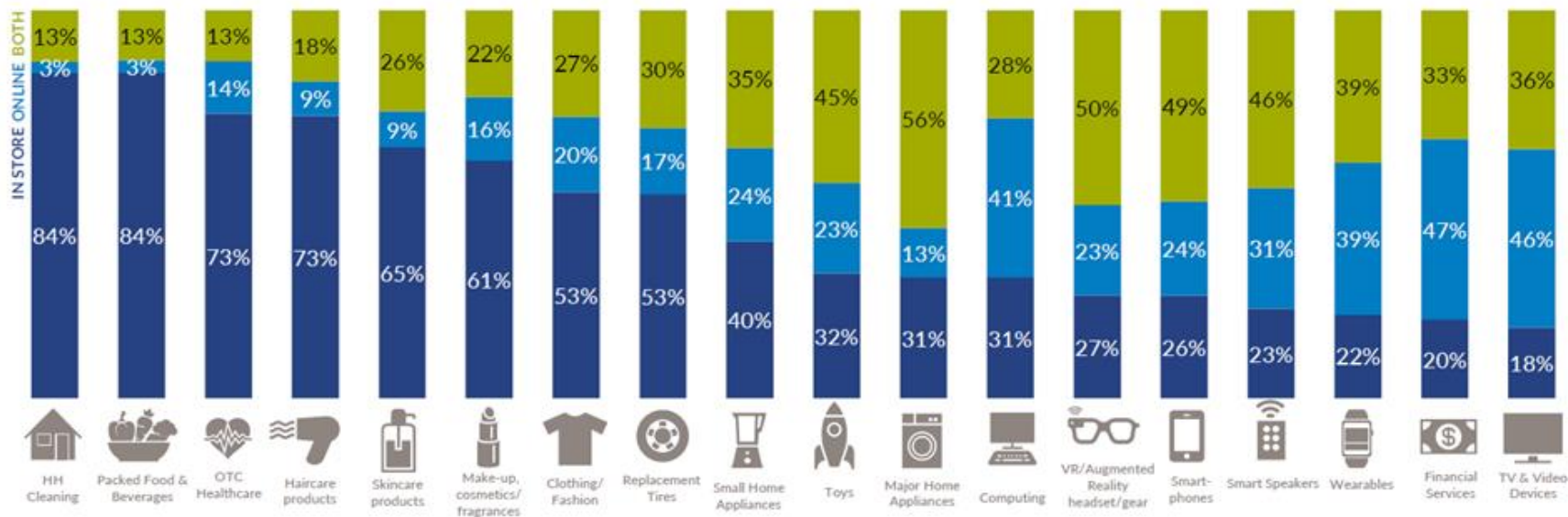


СТРУКТУРА PHYGITAL СТРАТЕГИИ



GFK INTERNATIONAL FUTURE BUY

% покупателей, сообщающих о шоппинге «только в магазине», «только онлайн» или «и в онлайн и в магазине». Позволяет понять как сильно отличаются с точки зрения омниканального потенциала разные товарные группы.



ЧТО ТАКОЕ PHYGITAL МАГАЗИН?

Human (Человеческие точки контакта):

сегментация, опыт взаимодействия с брендом, обслуживание, курьеры, call center, соцсети и пр.



Physical (Физические точки контакта): магазины, сервисы и пр.



Digital (Цифровые точки контакта): сайт, мобильные приложения (Android, iOS) и пр.



Phygital Retail - это построение розничной бизнес модели на трех уровнях взаимодействия: физическом, цифровом и человеческом уровнях

СТРУКТУРА ПРОЕКТНОЙ КОМАНДЫ

КЛИЕНТЫ

КОМАНДА

МАГАЗИН

**КРІ
АНАЛИТИКА**

**КОММУНИКАЦИИ
(внутренние и
внешние)**

**РТП
(Расширенное
товарное
предложение)
АССОРТИМЕНТ**

**РТП
МЕРЧАНДАЙЗИНГ**

**УСЛУГИ
СЕРВИСЫ**

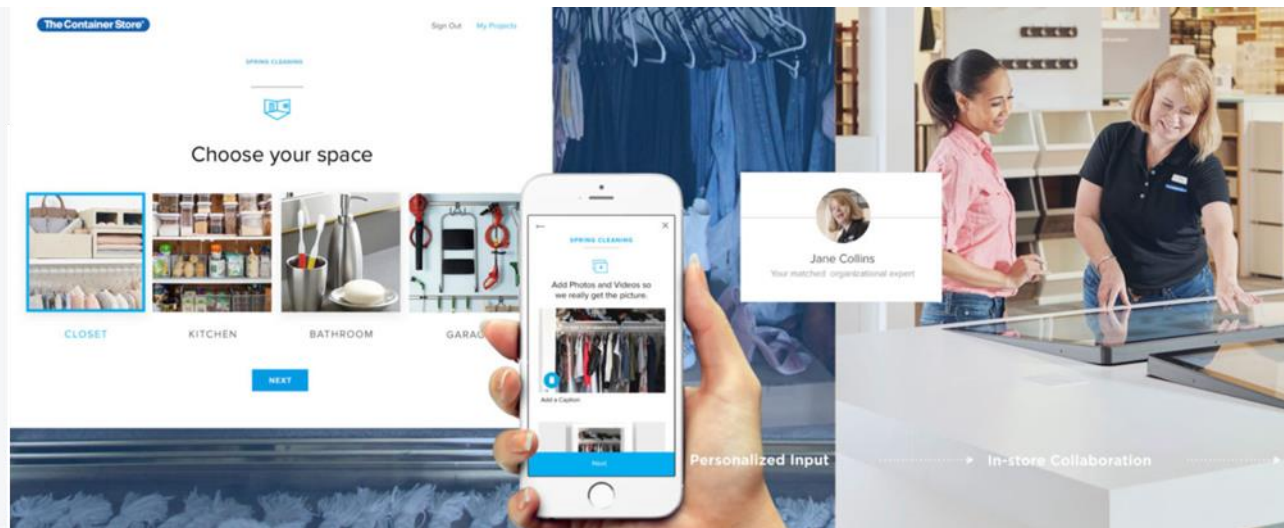
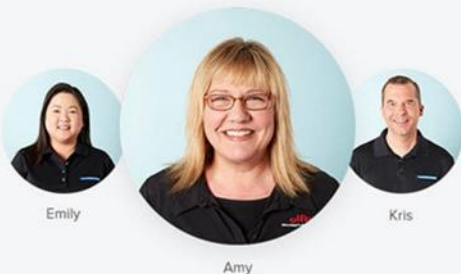
КОНТЕНТ

ИТ



THE CONTAINER STORE, ДАЛЛАС, США (2017)

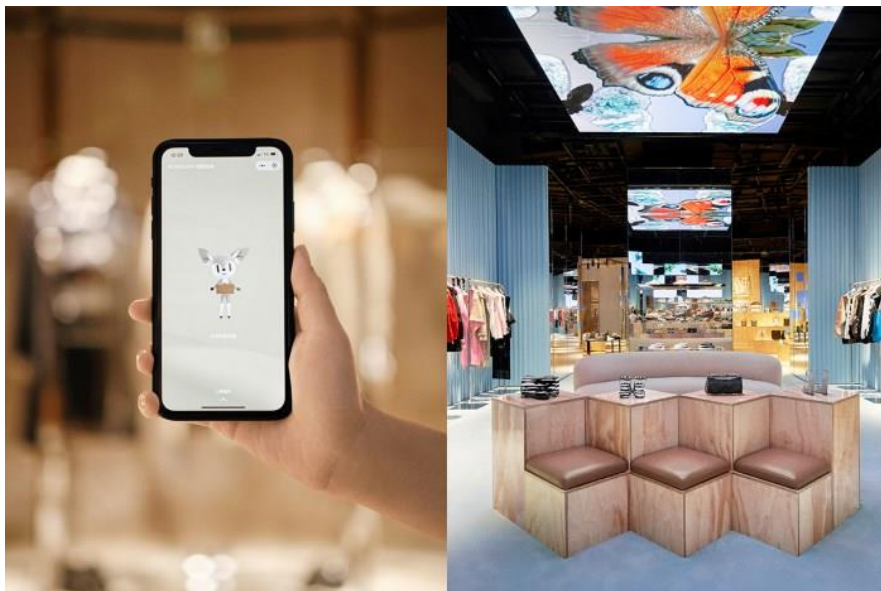
We are Organizing Experts



Магазин, разработанный с самого начала двумя командами: архитектурной и digital командой, как часть целого омниканального пути покупателя. Магазин как часть платформы, позволяющей покупателям иметь лучший опыт в дизайне комнат и зон хранения дома, в том числе виртуальный дизайн дома или запись онлайн к выбранному специалисту в удобное время и сбор обратной связи.



BURBERRY ПЕРВЫЙ SOCIAL-MEDIA STORE, В ШЕНЬЖЕНЬ, КИТАЙ (2020)



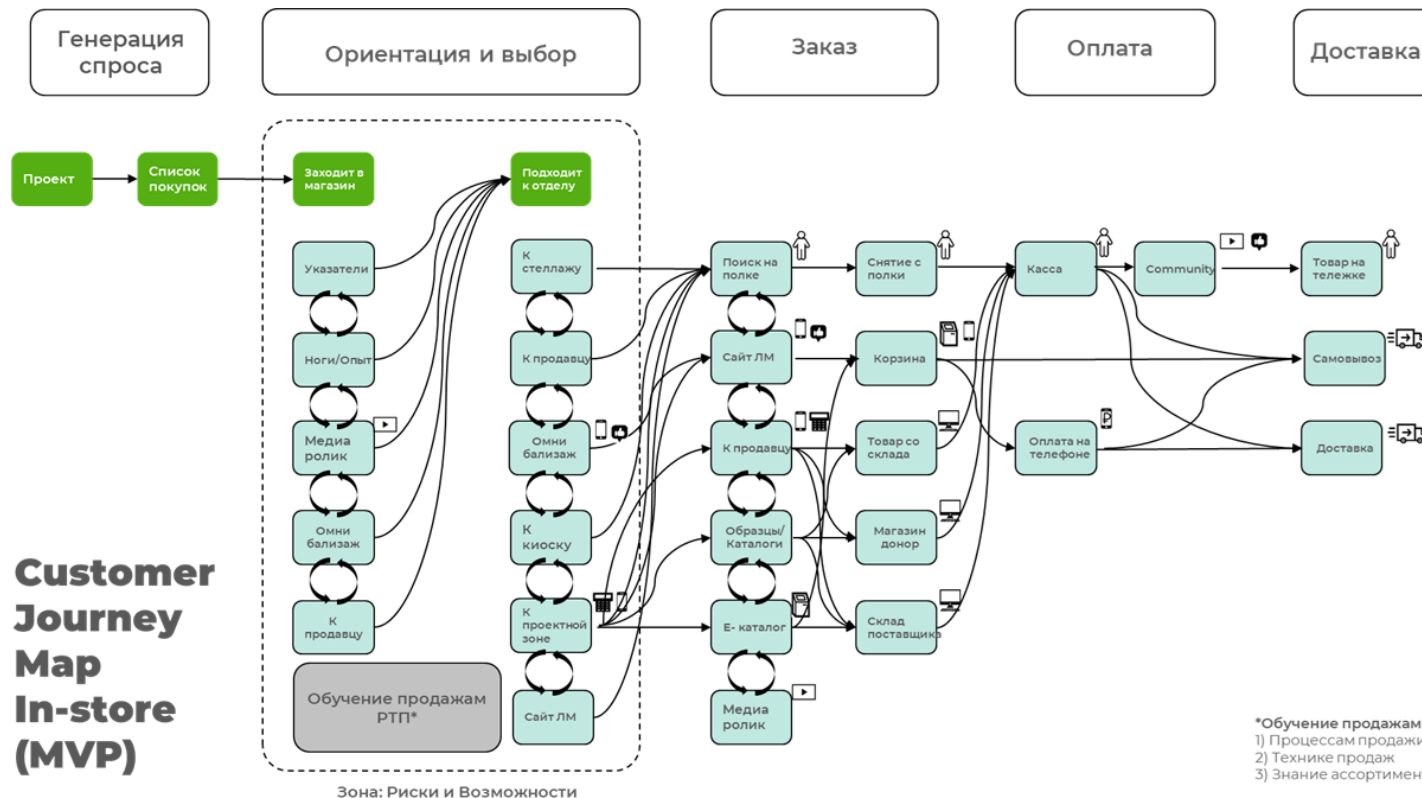
Burberry недавно открыла свой первый social retail store в Шэньчжэне в сотрудничестве с Tencent. Это первый случай, когда люксовый бренд пытается включить концепцию social retail в свой розничный магазин. Кроме того, в магазин входит единственное кафе Thomas's, названное в честь основателя Томаса Барберри.



ОМНИКАНАЛЬНЫЙ PHYGITAL CJM LEROY MERLIN



LEROY MERLIN ZIL. КАРТА ПРОЦЕССОВ





ПУТЬ КЛИЕНТА В ФИЗИЧЕСКОМ МАГАЗИНЕ (ПРИМЕР)



**Ищем точку
применения
технологии на
пути клиента, с
наибольшим
влиянием на CR**



КАК ВСТРАИВАТЬ ТЕХНОЛОГИЮ В ПУТЬ КЛИЕНТА?

Рассчитываем бизнес задачу крупно, по одному отобранному показателю воронки



НАЧНИТЕ С ВЫЯВЛЕНИЯ ПЕРСПЕКТИВНОЙ ТОЧКИ

Human (Человеческие точки контакта):

сегментация, опыт взаимодействия с брендом, обслуживание, курьеры, call center, соцсети и пр.

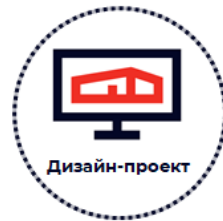
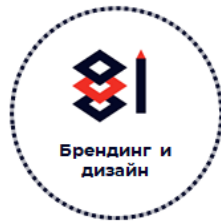
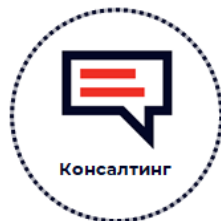


Physical (Физические точки контакта): магазины, сервисы и пр.



Digital (Цифровые точки контакта): сайт, мобильные приложения (Android, iOS) и пр.





ЕСТЬ ВОПРОСЫ? НАПИШИТЕ МНЕ!



ЕЛЕНА ЛЕБЕДЕВА



+7 915 098-08-86



lebedeva.consulting@gmail.com



[lebedeva.consulting](https://www.facebook.com/lebedeva.consulting)



[lebedeva.consulting](https://www.instagram.com/lebedeva.consulting)

[Вернуться в содержание](#)