

SHTAB.EU



ТРЕНДЫ ОНЛАЙН-РИТЕЙЛА В 2021

ДОПОЛНЕННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

Дополненная реальность (AR) полностью изменила правила игры в электронной коммерции. С помощью этого типа технологий покупатели могут видеть товар, который они покупают, что помогает им **принять решение о покупке**.

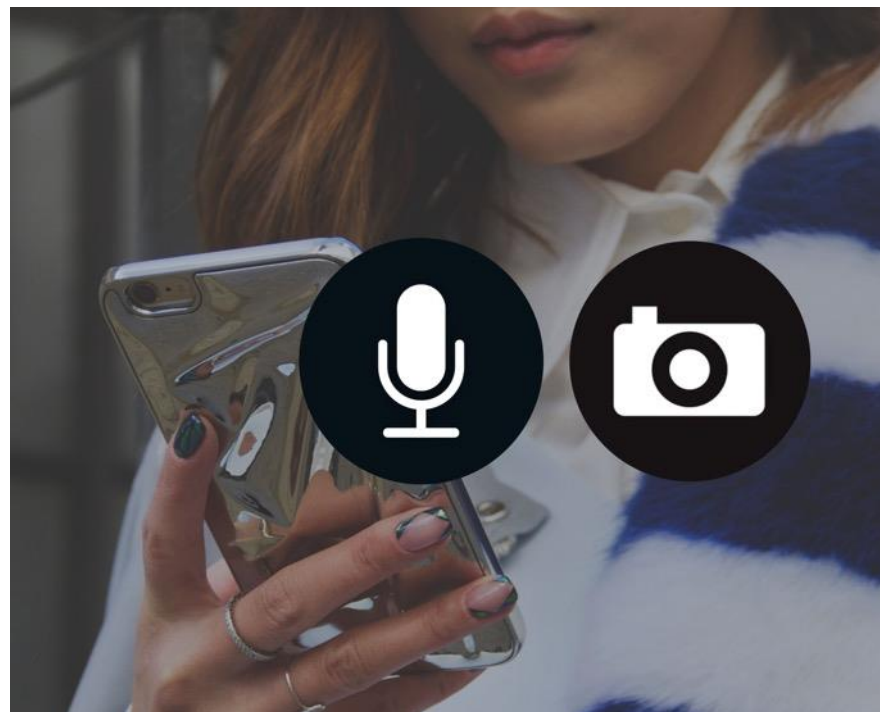
AR меняет опыт покупок, позволяя максимально «примерять» объекты, такие, к примеру, как обувь или мебель.



ГОЛОСОВОЙ ПОИСК

Все больше людей имеют умные колонки, они также полагаются на [ГОЛОСОВЫХ ПОМОЩНИКОВ](#) для выполнения повседневных задач.

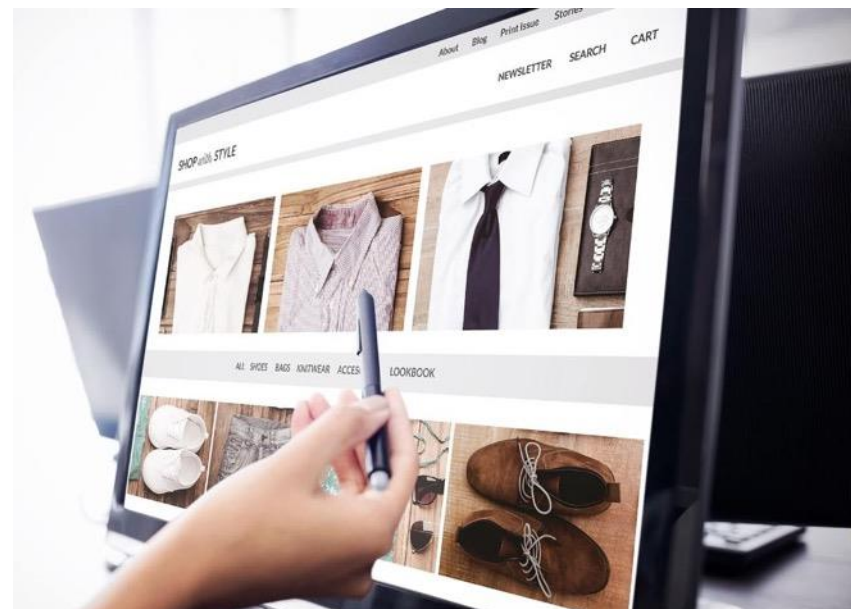
По мере того, как все больше домов будут использовать **умные колонки**, все больше потребителей будут использовать голосовой поиск для покупок в Интернете, заказа еды и организации своей жизни.



ПОДПИСКИ

В наши дни существуют всевозможные подписки, и их удобство привлекательно для потребителей.

Для компаний услуги по подписке создают способ **планирования запасов и продаж**, которые уже заблокированы.



СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

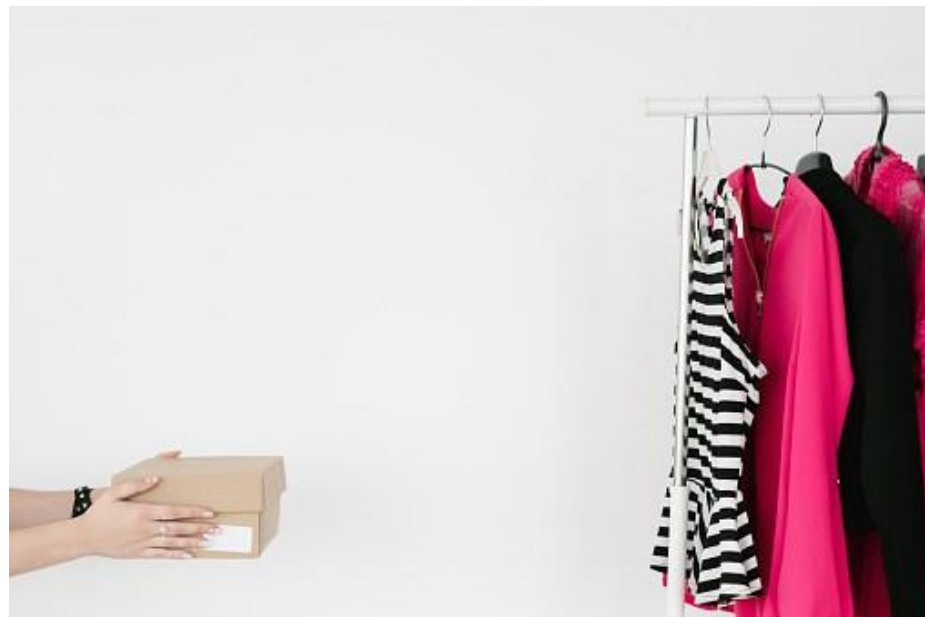
Использование социальных сетей в качестве альтернативных каналов продаж. Самым популярным, по-прежнему, является Instagram.



CLICK-AND-COLLECT

В начале 2020 года, логистические сети яростно расширяли свои возможности для поддержки шока спроса на электронную торговлю, ресурсы онлайн-доставки были ограничены, и **задержки были неизбежны**.

Покупка в один клик и самовывоз помогли заполнить пробел миллионам потребителей. Хотя пандемия послужила толчком к такому тренду, он сохранится в будущем.



ДИНАМИЧНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Правильная модель ценообразования может значительно **повысить спрос на товар**. Не установив правильную цену на свой продукт, повлечет потерю продаж и клиентов.

Правильная цена – это идеальная цена, которую клиенты готовы платить, исходя из стоимости продукта. Также необходимо учитывать, какая цена обеспечит **максимально возможную прибыль**.



ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ

До пандемии некоторые программы лояльности вознаграждали за лояльность **только в оффлайне.**

В 2021 году покупка чего-либо в магазине и получение мгновенного сообщения с благодарностью или электронного письма с подтверждением покупки с расширенными предложениями и возможностями направления от любого размера бизнеса электронной коммерции стала **автоматическим и ожидаемым опытом.**



МАРКЕТПЛЕЙСЫ

Маркетплейсы будут играть гораздо большую роль в общей стратегии бренда.

В 2021 году продавцы переосмысливают, как они могут использовать маркетплейсы в качестве основы для **своего расширения**.



ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ

Искусственный интеллект (ИИ) и машинное обучение позволяют покупателям **автоматизировать и персонализировать** процесс совершения покупок.

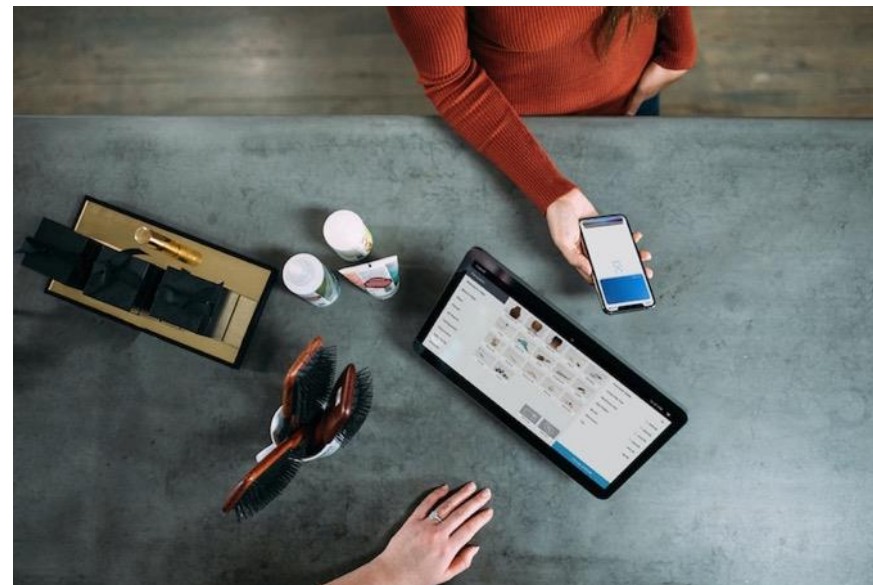
Искусственный интеллект постоянно собирает данные о том, как покупатели совершают покупки, когда они покупают покупки, и что они ищут в продукте или услуге. Это технология, которую невозможно воспроизвести в магазине.



HEADLESS COMMERCE

Headless commerce - это решение, которое позволяет **полностью отделить платформу электронной коммерции интернет-магазина от уровня внешнего интерфейса.**

Все больше предприятий электронной коммерции переходят на безголовый сервис из-за его гибкости в серверной части, а также дополнительных возможностей SEO, контент-маркетинга и цифрового взаимодействия.



ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ

Покупатели любого типа, включая B2C и B2B, ищут **индивидуализированный, индивидуальный покупательский опыт.**

Данные, собранные с помощью искусственного интеллекта, позволяют покупателю получать персональные рекомендации по продукту и подробное обслуживание клиентов.



BIG DATA

Сегодня многие потребители больше осведомлены о том, что сайты электронной коммерции собирают личные данные, что подвергает их риску.

Из-за этого эксперты неоднозначно относятся к преимуществам больших данных и их влиянию на персонализированный опыт покупок.



ЧАТ-БОТЫ

Чат-боты взаимодействуют с онлайн-покупателями так же, как продавец в магазине.

Сегодняшний покупатель **хочет иметь возможность найти и купить товар всего за несколько кликов**, а если не может, то расстраивается. Здесь может вмешаться чат-бот и сэкономить на продаже.



УСТОЙЧИВОСТЬ И ЭКОЛОГИЧНОСТЬ

Потребители и предприятия осознают **важность окружающей среды**. Из-за этого потребители более осведомлены о том, где они делают покупки, и о том, какое влияние это оказывает на окружающую среду и связанные с этим эффекты.

Многие предприятия находят способы быть **более экологичными**, отказываясь от использования бумаги, когда это возможно, используя биоразлагаемую упаковку и расходные материалы, пригодные для вторичной переработки.

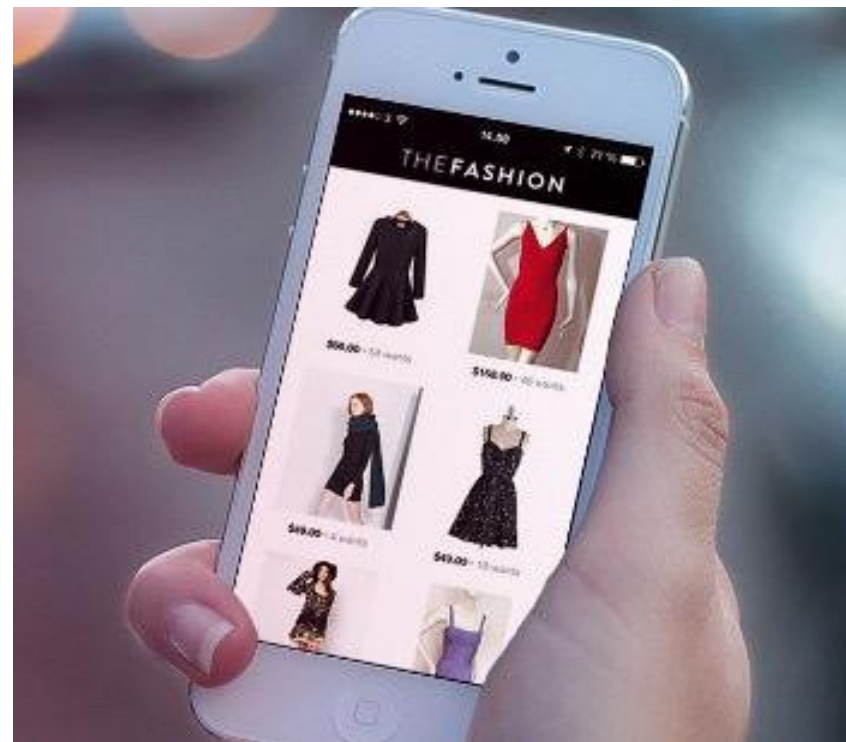


МОБИЛЬНЫЙ ШОППИНГ

Мобильные покупки позволяют покупателям совершать покупки из любого места, что важно в современном мире.

Но, если ваш сайт электронной торговли не работает на мобильных устройствах или через веб-приложения, **вы упустите большие возможности.**

Покупатели, которые являются пользователями мобильных устройств, хотят дополнительного удобства, а также возможности платить **в цифровом виде.**



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

КОНТАКТЫ

[Facebook](#)

[Instagram](#)

[Telegram-канал](#)

[+7 \(903\) 200-49-73](tel:+79032004973)
project@shtab.eu