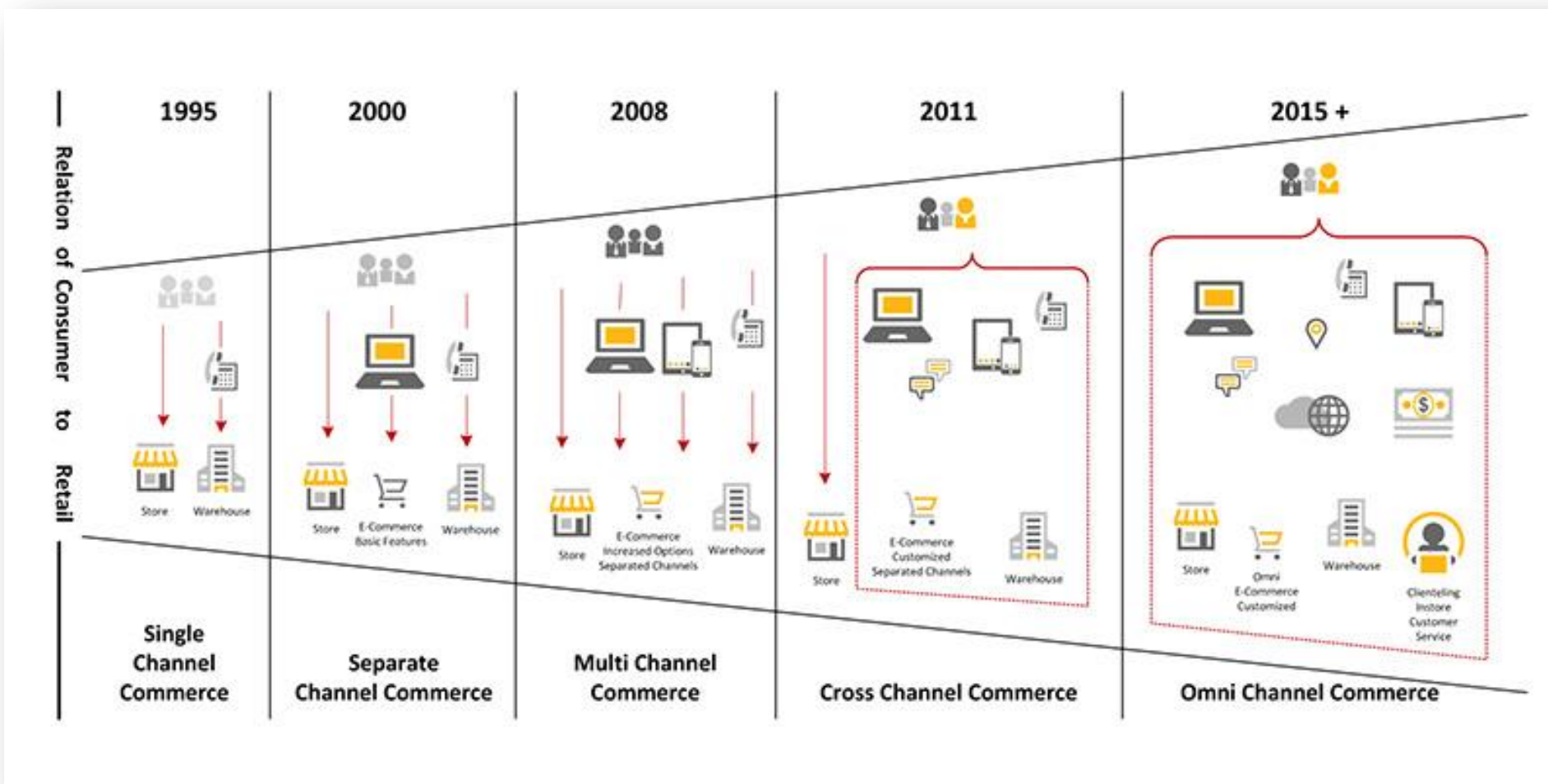


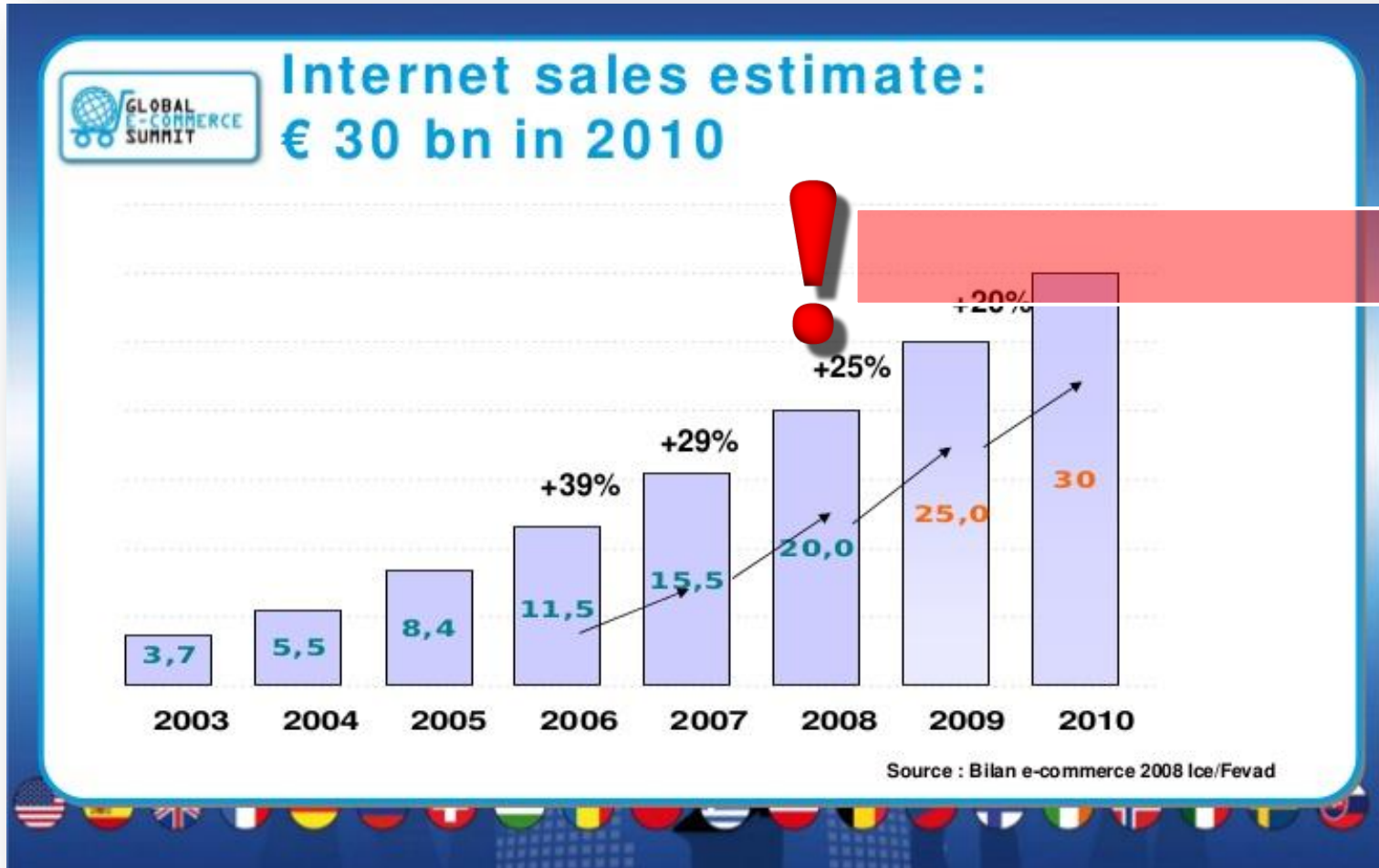
# OMNI CHANNEL

ИТ в ритейле: развитие в  
условиях стагнации

# ТИПИЧНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ



# ПОЧЕМУ MULTICHANNEL?



# ПОЧЕМУ CROSSCHANNEL?

The web influences nearly 50% of offline sales



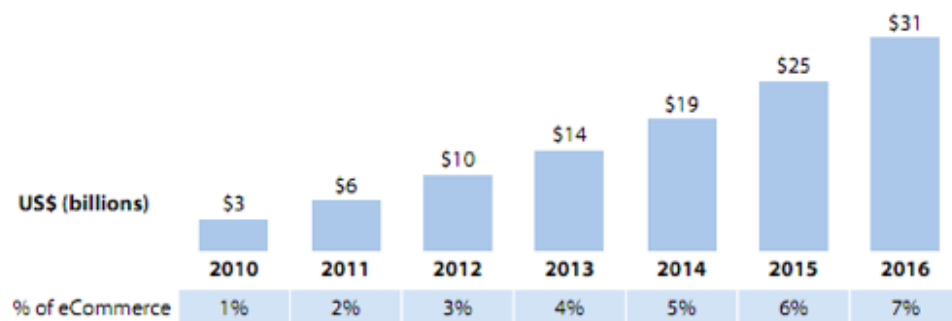
Source: Jupiter/Forrester US Online Retail Forecast, 2007 - 2012



# ПОЧЕМУ OMNICHANNEL?

немного статистики

Figure 1 US Mobile Commerce Expected To Grow To \$31 Billion By 2016



Source: Forrester Research Mobile Commerce Forecast, 2011 To 2016 (US)  
Note: eCommerce includes mobile media and content, retail, travel, coupons/deals, and services.  
Does not include mobile ring tones, mobile gaming, or mobile video

58616

Source: Forrester Research, Inc.

## How Consumers Are Using Their Smartphones In Stores

42% of in-store consumers  
conduct research online while in stores using:



64%  
Search engines



46%  
Retailer's site/app



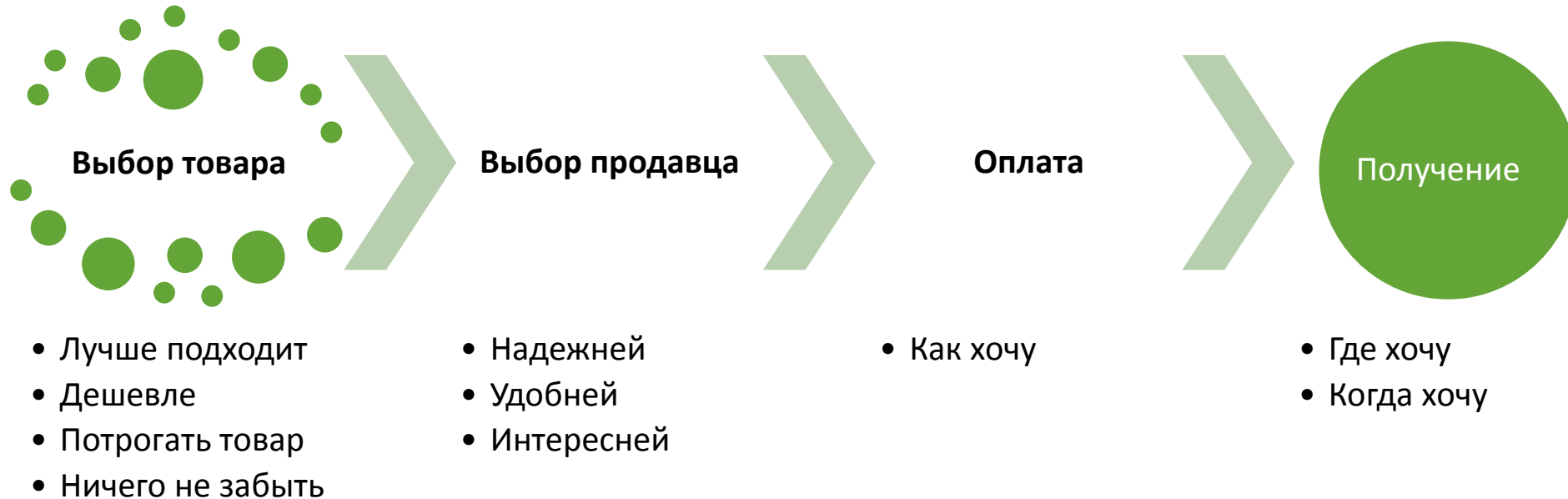
30%  
A different  
retailer's site/app



26%  
Another type of  
site/app (e.g.,  
coupon review)

# ПОЧЕМУ OMNICHANNEL?

покупатели *хотят*



# ПОЧЕМУ OMNICHANNEL?

покупатели **могут**

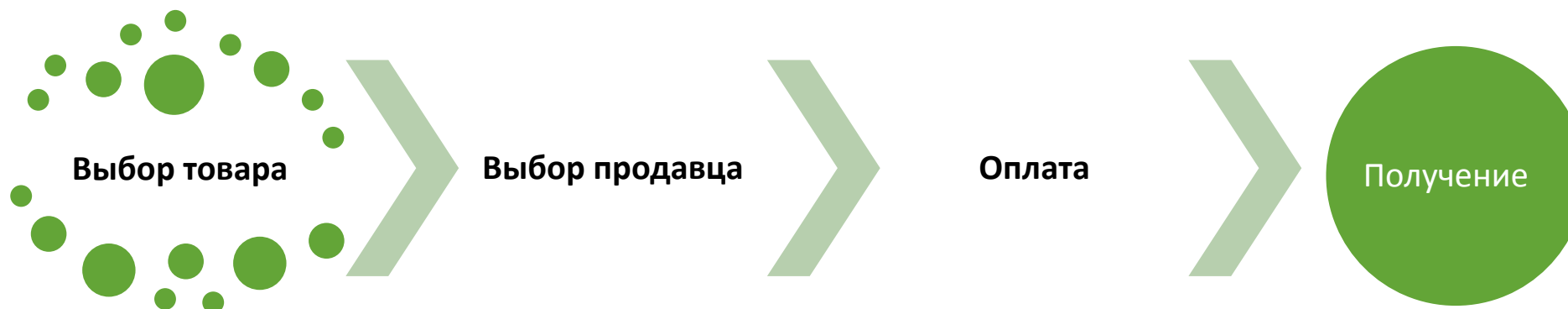


«Showrooming is the practice of examining merchandise or products in a store and then buying it online for a lower price»

«Совместная покупка — принцип организации покупки, при котором несколько лиц объединяются в группу для приобретения товаров непосредственно от поставщика или производителя по оптовым ценам, либо в иной стране, например через интернет-магазин или онлайн-аукцион»



# КАКИЕ ЕСТЬ РЕШЕНИЯ?



- Лучше подходит
- Дешевле
- Потрогать товар
- Ничего не забыть

- Надежней
- Удобней
- Интересней

- Как хочу

- Где хочу
- Когда хочу

- ✓ *Расширение каталога*
- ✓ *Гарантия лучшей цены*
- ✓ *Углубление покупательского опыта*
- ✓ *«Умный» мерчандайзинг*

- ✓ *Расширенная гарантия*
- ✓ *Расширенное присутствие*
- ✓ *Социальные сети*

- ✓ *Scan & Go*
- ✓ *Электронный кошелек*
- ✓ *Отложенная оплата*

- ✓ *Расширенная доставка*
- ✓ *Pick-up in store*
- ✓ *Пункты выдачи*
- ✓ *Гарантия по времени*