‘Storevolution’ วิวัฒนาการของค้าปลีกกับ Customer Journey ที่เชื่อมโยงกัน

‘Storevolution’ วิวัฒนาการของค้าปลีกกับ Customer Journey ที่เชื่อมโยงกัน

การสร้างร้านค้าแห่งอนาคต ที่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้อาจจะไม่ได้ประสบผลสำเร็จเสมอไป หากแต่ว่าสิ่งสำคัญคือการเลือกสรรและประยุกต์ใช้เทคโนโลยี เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคบนเส้นทางที่แตกต่าง ซึ่งขึ้นอยู่กับการวิเคราะห์จากผู้ประกอบการแต่ละรายที่แตกต่างกัน ยิ่งไปกว่านั้น Customer Journey ของผู้บริโภคแต่ละรายยังมีความพิเศษ โดยแยกตามประเภทของร้านค้า การแบ่งส่วนตลาด กลุ่มผู้บริโภค การจัดหมวดหมู่ กลยุทธ์การตลาด และอีกมากมาย หากเทียบกับอดีต ผู้บริโภคยุคปัจจุบันคาดหวังที่จะได้รับบริการระดับสูงที่ออกแบบมาเพื่อพวกเขาโดยเฉพาะ โชคดีที่เว็ปไซต์ต่างๆ สามารถจดจำการค้นหาข้อมูลของผู้บริโภคและสานต่อด้วยการนำเสนอแคมเปญหรือส่วนลดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ในขณะที่พวกเขากำลังเลือกสินค้าออนไลน์

กลยุทธ์ ‘Storevolution’ เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ดีโบลด์ นิกซ์ดอร์ฟ นำเสนอภายใต้วิสัยทัศน์ ‘Connect Commerce’ ซึ่งจะเข้ามาช่วยพัฒนาธุรกิจค้าปลีกได้อย่างเต็มรูปแบบ โดยมีหลักการสำคัญในการช่วยให้ผู้ประกอบการค้าปลีกสามารถพัฒนาร้านค้าของตนให้สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคและเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตด้วยนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพ

สร้างสรรค์ประสบการณ์ช้อปปิ้งแบบเฉพาะบุคคลมากขึ้น
กรณีที่ลูกค้ามีการเชื่อมต่อกับระบบ เราสามารถทราบข้อมูลเกี่ยวกับผู้ที่กำลังเลือกซื้อสินค้า ประเภทของสินค้า รายการสินค้า ราคาสินค้าในตระกร้า และแม้กระทั่งจุดที่พวกเขากำลังเดินอยู่ในห้างได้ ความสามารถในการมองเห็นข้อมูลเหล่านี้ ทำให้คุณสามารถนำเสนอโปรโมชั่นให้แก่ลูกค้ารายบุคคลได้อย่างสมบูรณ์แบบ ช่วยทุ่นเวลาของลูกค้า (และพนักงาน) พร้อมยังได้รับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผู้บริโภค และแบบแผนการเลือกซื้อสินค้าภายในร้านแบบเรียลไทม์ และใช้ประโยชน์จากกระบวนการอัลกอริทึมอัจฉริยะที่ป้องกันไม่ให้เกิดสินค้าขาดสต๊อกไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดก็ตาม

ดังนั้น ผู้ประกอบการค้าปลีกจำเป็นที่จะต้องเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค ที่ปรารถนาจะได้รับประสบการณ์การช้อปปิ้งเฉพาะบุคคลที่สะดวกเรียบง่ายและเชื่อมโยงกัน พวกเขาจำเป็นที่จะต้องพัฒนาหน้าร้านหรือปฏิวัติสภาพแวดล้อมโดยรวมของร้านค้าให้สามารถเข้าถึงและสร้างความผูกพันกับผู้บริโภคได้ เพื่อสร้างประสบการณ์การช้อปปิ้งที่ดีเยี่ยม สามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีความพร้อมอยู่เสมอ

ผู้ประกอบการค้าปลีกจำเป็นที่จะต้องเร่งกระบวนการพัฒนาโซลูชั่นทางด้านเทคโนโลยีและสร้างจุดบริการใหม่ๆ เพื่อความสะดวกสบายในการสร้าง Customer Journey โดยดีโบลด์ นิกซ์ดอร์ฟ ได้นำเสนอ Storevolution โปรแกรมที่ได้รับการออกแบบมาเพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจแนวโน้มสำคัญที่ขับเคลื่อนให้เกิดค้าปลีกแห่งอนาคต พร้อมเฝ้าดูสถานการณ์ผ่านทางแบรนด์สินค้า สภาพแวดล้อมการแข่งขันที่เกิดขึ้น ผลตอบรับจากลูกค้า และอื่นๆ ซึ่งสามารถดูได้จาก 4 ประเด็นสำคัญพื้นฐาน ดังนี้:

1. ผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง – การสร้าง Customer Journey ที่ต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ก่อนอื่น ผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องเข้าใจลูกค้า โดยอาศัยการสร้างข้อมูลและเก็บรักษาประวัติของลูกค้าแต่ละราย เพื่อให้สามารถรับรู้และจดจำลูกค้าได้ทันทีที่พวกเขาล็อคอินเข้าเว็ปไซต์ หรือเดินเข้ามาในร้าน การโฟกัสความสำคัญไปยังผู้บริโภค มักเกี่ยวข้องกับการเก็บข้อมูลอัจฉริยะที่ไม่ใช่บิ๊กดาต้า การมองเห็นโปร์ไฟล์ของผู้บริโภคแต่ละรายได้แบบ 360 องศา และพัฒนาแพลตฟอร์มให้ทำงานร่วมกันได้แบบครบวงจร เพื่อสร้างสรรค์แคมเปญการตลาดระดับโลก โดยสามารถนำองค์ความรู้เหล่านี้มาใช้ประโยชน์ในการสร้างโปรโมชั่น สิทธิพิเศษ และประสบการณ์ของลูกค้าได้
2. การสร้างร้านค้ายุคดิจิทัล – ประเด็นนี้มุ่งเน้นไปที่ความคล่องตัวและการใช้งานไอโอที ซึ่งถือเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับค้าปลีกในอนาคต กุญแจสำคัญคือการบริหารจัดการความปลอดภัย ไม่ให้เทคโนโลยีเหล่านี้เปิดเผยข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับผู้ประกอบการและลูกค้า ซึ่งก่อให้เกิดความเสี่ยงที่ไม่จำเป็น ศูนย์กลางที่นำไปสู่การสร้างร้านค้ายุคดิจิทัลประกอบไปด้วย ซอฟต์แวร์เพื่อการบริหารจัดการบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ และทิศทางการสร้างความปลอดภัยบนระบบคลาวด์
3. การเชื่อมโยงระดับสูง – สิ่งที่ทำให้การดูแลหน้าร้านแตกต่างจากการดูแลร้านค้าออนไลน์ คือความจำเป็นในการผสานรวมเทคโนโลยีและจุดบริการใหม่ๆ เข้ามาในขอบเขตของระบบไอทีแบบดั้งเดิม ปัญหานี้ ถือเป็นอุปสรรคอันใหญ่หลวงที่เข้ามากีดขวางการสร้างสรรค์นวัตกรรม ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องดำเนินการใช้งานแพลตฟอร์ม Connected Commerce อย่างเร่งด่วน เพื่อเชื่อมต่อการทำงานของแอพพลิเคชันเดิมที่มีอยู่เข้ากับจุดบริการใหม่ๆ ได้อย่างราบรื่น เทคโนโลยีที่เปิดกว้างนั้น มีความสำคัญยิ่ง เนื่องจากผู้ให้บริการไม่ได้ผูกขาดกับเทคโนโลยีต่างๆ ที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคแต่เพียงผู้เดียว
4. บริการ Store-as-a-service – บริการ Store-as-a-service ช่วยสร้างCustomer Journey ที่มี “ความพร้อมอยู่เสมอ” และมีความปลอดภัย ด้วยการสนับสนุนจากพันธมิตรทางด้านค้าปลีกที่น่าเชื่อถือ สิ่งนี้เป็นมากกว่า Software-as-a-Service (SaaS) โดยอาจลองพิจารณา Journey-as-a-Service (JaaS) ที่แอพพลิเคชันและจุดบริการต่างๆ จากผู้ให้บริการหลายแห่ง ได้รับการจัดการและบริหารโดยพันธมิตรรายใดรายหนึ่งเท่านั้น สร้างความมั่นใจให้เทคโนโลยีทั้งหลายสามารถทำงานร่วมกันได้ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถทำงานได้อย่างราบรื่น และผู้บริโภคสามารถซื้อหาสินค้าได้อย่างสะดวกสบาย

ผู้ประกอบการค้าปลีกต่างกำลังมองหาคำตอบที่จะเข้ามาช่วยลดทอนอุปสรรคในการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ และพยายามที่สร้างเส้นทางที่ชัดเจนบนความไม่แน่นอนของการเปลี่ยนแปลงในอนาคต คงเป็นไปได้ยากที่จะหาโซลูชั่น

แบบ ‘Magic Bullet’ ที่ตอบโจทย์ปัญหาดังกล่าวได้อย่างง่ายดาย ร้านค้าปลีกจำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยนความเชื่อทางด้านกลยุทธ์จากรากฐานของตน และมุ่งความสนใจไปที่การสร้างประสบการณ์ของลูกค้า ผ่านการสร้าง Customer Journey บนช่องทางที่เหมาะสมกับแบรนด์ของตน นอกจากนี้ พวกเขาจำเป็นที่จะต้องสร้างระบบ Open Digital Ecosystem ที่เปิดทางไปสู่ระบบ Connected Commerce อย่างแท้จริง

ดีโบลด์ นิกซ์ดอร์ฟ พร้อมช่วยเหลือลูกค้าของเราด้วยการนำเสนอทางเลือกในการขับเคลื่อนให้เกิดนวัตกรรมและกลยุทธ์ข้างต้น ทีมที่ปรึกษาฝ่ายค้าปลีกของเรามีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งต่อกระบวนการและเทคโนโลยีของสภาพแวดล้อมค้าปลีก และมีความคุ้นเคยดีกับรูปแบบของบริการใหม่ๆ จึงไม่ใช่เรื่องยากที่ทีมงานจะสามารถช่วยเหลือลูกค้าในการสร้างเส้นทางที่ใช่ และจุดบริการที่เหมาะสมบนสภาพแวดล้อมดังกล่าวได้อย่างมืออาชีพ