

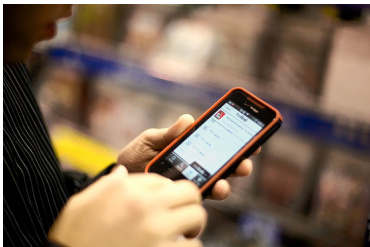
Статья эта довольно боянистая, но, к сожалению, большинство людей понятия не имеют о такой возможности экономить. Плюс магазины, например, медиамаркт везде клеит объявления о запрете фотосъемки. Это абсолютно незаконно, кстати.

Для покупателей в США смартфон давно стал удобным инструментом для осуществления покупок. Причем в последнее время покупатели используют свои мобильные устройства в обычных розничных сетях. Зачастую найдя нужный товар в одной из крупных розничных сетей можно отсканировать его штрих-код с помощью специального приложения и воспользоваться одним из интернет-сервисов (например TheFind) для сравнения цены на него в различных местах. Так можно с легкостью найти интересующую вас покупку на треть дешевле и мгновенно заказать ее из своего смартфона.

Покупателям такие возможности очень нравятся, ведь им не приходится переплачивать и они гарантированно получают лучшую цену. В то время как владельцы розничных сетей видят в этом «революцию в розничных продажах». Исполнительный директор сети Wal-Mart, Майк Дьюк, рапортует о приходе «новой эры прозрачности цен», и считает, что это событие грозит перевернуть бизнес-модели крупнейших торговых сетей в Америке.

До недавнего времени основной задачей ритейлеров было – заманить покупателя в магазин специальными предложениями, а там уже попытаться уговорить приобрести более выгодную с точки зрения

продавца вещь. Теперь же маркетологам предстоит борьба с покупателями, которые, используя свои смартфоны в магазинах, смогут проверить насколько цена «специального предложения» соответствует рыночной, и действительно ли выгодным является предложение.



И таких «оснащенных» покупателей все больше. По оценкам компании IDC Retail Insights уже примерно 45% клиентов со смартфонами, используют их для получения информации о ценах на товар.

Одна из наиболее уязвимых групп торговцев — продавцы фирменных, дорогостоящих вещей, таких как бытовая техника и электроника. Best Buy, крупнейший продавец электроники в США, заявили, что могут потерять долю рынка в этом году из-за тенденции, сложившейся в связи с повсеместным использованием приложений для сравнения цен.

Остается неясным, какое количество покупателей готово потратить дополнительное время на сравнение цен. Возможно, потребители будут использовать имеющуюся технологию только при покупке дорогих или необычных товаров. Тем не менее, торговые сети испытывают все большую озабоченность по поводу способности покупателей, пользующихся мобильными технологиями, сместить баланс сил в сфере розничной торговли к потребителям, отчасти потому, что число таких потребителей становится все больше. Год назад во время рождественских распродаж, число покупателей, использовавших мобильные устройства, составляло всего 0,1% от числа посетителей. В этом же году это число увеличилось в 50 раз до

5,6%.

Эксперты по электронной коммерции ожидают, что рост продолжится, в связи с тем, что продажи смартфонов растут. В то же время программисты заняты разработками, превращающими смартфоны в «торговое оружие». Десятки мобильных приложений доступны через iTunes и Android Market. Например, приложение TheFind за 4 недели было скачано 400 тысяч раз. Многие программы позволяют сканировать штрих-коды или QR-коды или просто говорить название продукта в свое устройство.

И хотя руководители магазинов публично приветствуют «мир прозрачных цен», многие эксперты ожидают контрмер со стороны магазинов на использование приложений для сравнения цен. Многим придется искать способы борьбы с «напастью», чтобы выжить.

Единичные магазины могут позволить себе низкие цены и возможно эта тенденция способна ускорить кончину розничных сетей в существующем виде.

Поскольку потребители в связи с экономическим спадом стали выбирать наиболее дешевые предложения из тех, которые могут найти, многие розничные сети не могут устанавливать более высокие цены в своих магазинах (компенсирующие работу персонала, и другие накладные расходы), чем на своих же сайтах. Времена меняются. Граница между онлайн и оффлайн стала размытой.

Изменения в поведении потребителей ставит под угрозу некоторые из самых прибыльных аспектов продажи в магазинах, таких, как способность использовать продавцов, чтобы заманить покупателей для совершения импульсивных покупок. Или возможность побудить купить что-то другое, когда человек пришел совсем за другим. Некоторые магазины стараются привлекать покупателей

специальными предложениями «товар+подарок» или снабжают некоторые товары ценниками «только у нас», чтобы заставить человека приобрести товар у них, несмотря на то, что есть другие предложения с меньшей ценой.

Исследование, проведенное в 10 странах, показало, что 73% покупателей с мобильными телефонами предпочли заглянуть в свои устройства для получения дополнительной информации о товаре, вместо разговора с продавцом.

Тем не менее, хотя многие предприятия розничной торговли в США не спешат реагировать на мобильные тенденции, некоторые из них начинают видеть в них новые возможности. Так розничные сети могут уводить покупателей из магазинов конкурентов. Благодаря партнерству с TheFind, BestBuy использует персонализированную рекламу для покупателей, когда программа обнаруживает, что они находятся в сети Wal-Mart. Таким образом, если покупатель в Wal-Mart использует приложение TheFind для сравнения цены на какой-то товар, то они получают предложения на аналогичный товар в Best Buy. И хотя Best Buy активна на уровне магазинов конкурентов, сама сеть отказывается предоставлять информацию для сервисов сравнения цен.

Все больше потребителей готовы «нажать на кнопку», чтобы сэкономить пару долларов. И возможно само понятие «посетить одно место, чтобы купить все одним махом» может безвозвратно уйти.

Приложения для iOS:

Товары Mail.ru <https://itunes.apple.com/ru...>

Яндекс.Маркет <https://itunes.apple.com/ru...>

PriceGrabber <https://itunes.apple.com/ap...>

Приложения для Android:

Товары Mail.ru <https://play.google.com/sto...>

Сравнение цен <https://play.google.com/sto...>

Яндекс.Маркет <https://play.google.com/sto...>

PriceGrabber <https://play.google.com/sto...>

Тэги: [для](#), [на](#), [из](#), [его](#), [можно](#), [помощью](#), [розничных](#), [покупатели](#), [сетей](#), [штрих-код](#), [сп](#)
[ециального](#)

,
[крупных](#)

,
[отсканировать](#)

,
[товар](#)

,
[обычных](#)