

five to *inspire*

eden[®]

Retail Insights & Inspiration
11.23



Marmon
Retail Solutions
A Berkshire Hathaway Company

11.23 insights

one



Technologia
Czy jest Pan obsługiwany?
Samoobsługowe kasy

two



Zrównoważony rozwój
Szansa na nowe życie
Usługi sprzątania i naprawy

three



Doświadczalne
Wejście w ducha!
Spersonalizowane prezenty

four



Trendy
Materiały i estetyka
Kadrowanie sceny

five



Gorące tematy
Rozwój i rozwój Sephory
Wciągające piękno

one

Technologia - Czy jest Pan obsługiwany? Samoobsługowe kasy

Kochaj je lub nienawidź, kasy samoobsługowe z nami pozostaną, a „następna generacja” zapewnia teraz bezproblemową obsługę dzięki technologii RFID (identyfikacja za pomocą częstotliwości radiowej). Klienci nie muszą już niezręcznie lokalizować i skanować kodów kreskowych, niepewni czy prawidłowo skorzystali z kasy samoobsługowej w tym konkretnym sklepie.

Przy większym koszcie wdrożenia dla sklepów (absolutnie wszystkie produkty muszą być oznakowane) technologia okazała się na tyle skuteczna, że uzasadniła te koszty. Same sklepy usprawniły zarządzanie zapasami, a klienci muszą jedynie umieszczać swoje produkty w wyznaczonym miejscu, aby je zeskanować, co znacznie przyspiesza proces. Skutkuje to krótszymi czasami transakcji i krótszymi czasami oczekiwania, ograniczając liczbę punktów kontaktu. Ogólnie łagodząc frustrację związaną z tym, co może być problemem dla wielu sprzedawców detalicznych. Znaczenie percepcji będzie odgrywać dużą rolę, jeśli coraz więcej sklepów zastosuje tę technologię – jeśli konsument będzie mógł cieszyć się pozytywnym doświadczeniem opartym na innowacjach w jednym sklepie, będzie się tego spodziewać w innym. Bo dlaczego by nie?

Prawidłowo wykonane kasy samoobsługowe demonstrują to, co najlepsze w użytecznym projekcie dla sprzedaży detalicznej w jednym małym urządzeniu - doskonałym przykładem jest OYSHOW w Westfield White City - elegancki, minimalistyczny projekt, w którym wszystko ma swoje miejsce, od toreb na zakupy po miejsce do przechowywania na wieszakach, od miejsca do odczytu etykiet do cyfrowego ekranu informacyjnego - wszystko jest dokładnie tam, gdzie tego potrzebujesz!



two

Zrównoważony rozwój - Szansa na nowe życie Usługi sprzątania i naprawy

Jeśli znasz historyczne powiedzenie „Zrób i napraw”, być może zauważyłeś, że w ciągu ostatnich kilku lat pojawiły się inicjatywy przypominające to przekonanie (choć na szczęście bez racjonowania!)

W ramach Selfridges Project Earth koncesja na sneakersy ER obejmuje nie tylko czyszczenie i naprawę, ale także dostosowywanie butów do indywidualnych potrzeb... Wizyta w Westfield White City potwierdza, że producent ręcznych urządzeń czyszczących W'air współpracuje z londyńską firmą Laundry Club. Miejsce oferuje szeroką gamę opcji czyszczenia tenisówek, od ekspresowego czyszczenia w ciągu 1 godziny po pełną renowację.

Każdy z nas ma ulubioną parę sneakersów, z którymi niechętnie się rozstaje, więc możliwość skorzystania z tej usługi podczas zakupów jest ogromnym plusem.

Dlaczego wspominamy o tym teraz? Wraz z nadejściem miesięcy zimowych zwiększa się prawdopodobieństwo, że nasze obuwie ucierpi z powodu niekorzystnych warunków pogodowych. Jest to doskonały moment, aby przypomnieć, że gdyby tak się stało. Usługi te, oprócz obecności w Internecie, istnieją również po to, aby ulepszyć Twój sklep stacjonarny doświadczenie w handlu detalicznym - a kto nie lubi wygody upieczenia dwóch pieczyń na jednym ogniu?



three

Doświadczalne - Wejście w ducha! Spersonalizowane prezenty

Gdy zbliżają się Święta Bożego Narodzenia, a myśli kierują się w stronę dawania prezentów, dla sklepów stacjonarnych pojawia się świetna okazja, aby przyciągnąć klientów poprzez zaangażowanie oparte na doświadczeniu. Możliwość wyboru spersonalizowanych prezentów i fizyczne zanurzenie się w procesie decyzyjnym z pewnością ma przewagę nad zwykłym zaznaczaniem pól podczas korzystania z Internetu.

Posiadając kilka sklepów w Wielkiej Brytanii, Il Gusto stara się zapewnić „Teatr Smaku” - a dzięki bogatej ofercie alkoholi (w tym również produktów bezalkoholowych), olejów kuchennych i octów, w połączeniu z różnymi butelkami i spersonalizowanym przekazem, udaje się również stworzyć sklep „Teatr Smaku”.

Klient może w wolnym czasie zapoznać się z tymi opcjami, a następnie zwrócić się o pomoc przy napełnianiu butelek - w świecie zakupów bez twarzy jest to zjawisko samo w sobie coraz radsze - osobista usługa zapewniająca osobisty prezent!

Cytując samą Il Gusto: „Po wybraniu prezentu możesz wybrać idealny rozmiar, wzór butelki i przesłanie, dzięki którym prezent stanie się skarbem” - opuszczenie sklepu z takim dobrym samopoczuciem jest bezcenne.



four

Trendy - Materiały i estetyka Kadrowanie sceny

W obliczu ledwie widocznego tradycyjnego drążka na ubrania, powszechne jest obecnie wprowadzenie minimalnej ramy w sklepie. Tworząc definicję, przepuszczając światło i wymagając minimalnego użycia materiału, ta nowoczesna estetyka zapewnia całkowicie lepsze wrażenie, elegancko podkreślając produkt.

Występujący w niezliczonej ilości materiałów i kolorów, obejmujący ekspozycję od połowy piętra aż po tylną ścianę, trend ten zapewni również doskonałą optymalizację przestrzeni – klucz do maksymalizacji powierzchni handlowej – oferując elastyczność dzięki łatwym w manewrowaniu oprawom na środkowym piętrze, które można zmieniać w równie łatwo, jak kolekcje, które oprawiają.

Te otwarte przestrzenie z łatwością umożliwiają branding i personalizację; od kasetonów i ekranów cyfrowych po minimalne i celowe lokowanie produktu „bohatera”, tworząc przemyślaną przestrzeń zachęcającą do kontemplacji. Nie ma tu pośpiechu, możemy podziwiać otoczenie i doceniać, że nie jesteśmy przytłoczeni produktem.

Handel detaliczny po pandemii musiał dostosować się do nowych potrzeb klientów w zakresie przestrzeni i czystości – unikania przeludnienia i obszarów klaustrofobicznych, ale tworząc przestrzeń, klienci będą nas odwiedzać i zatrzymywać się!



five

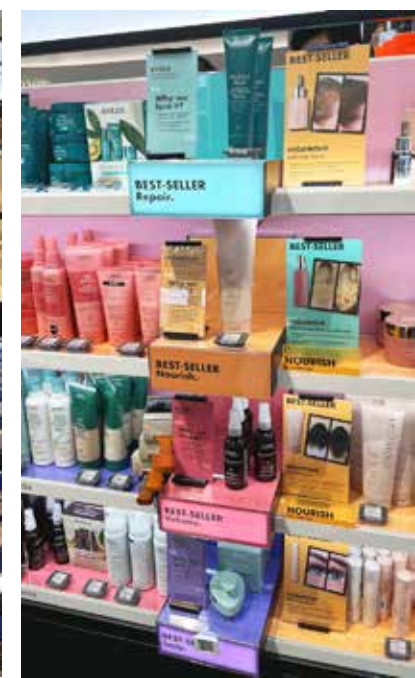
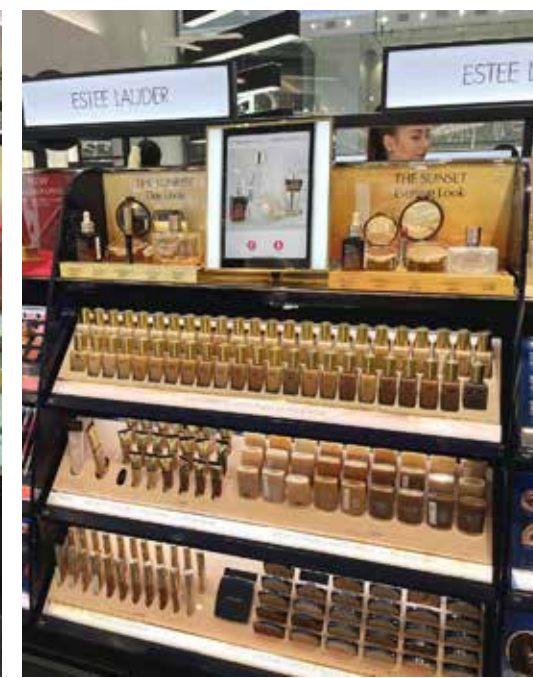
Gorące tematy - Rozwój i rozwój Sephory Wciągające piękno

Pojawienie się Sephory na brytyjskiej scenie kosmetycznej i zapachowej, wywołane wielkimi fanfarami, było nie do zignorowania. Francuska firma będąca własnością LVMH wkroczyła do Westfield White City w marcu tego roku, a 15 listopada 2023 r. zostanie wkrótce otwarty drugi sklep w Westfield Stratford...

Jak więc firmie, która powstała w 1969 roku, udało się utrzymać pozycję w zmiennym świecie handlu detalicznego? Dlaczego proste otwarcie sklepu przyciąga 5000 osób, tak jak miało to miejsce w White City?

Odpowiedź ostatecznie leży w dostarczaniu konsumentom zgodnych z trendami produktów wysokiej jakości, których pragną (teraz!), jednak gdyby był to jedyny powód, można by to po prostu osiągnąć online. To pragnienie Sephory, aby „zaskakiwać i zachwycać”, przyciąga fizycznego konsumenta – kosmetyczki, interaktywne ekrany cyfrowe, możliwość testowania, eksperymentowania i uczenia się, wszystko to kończy się ekscytującym koktajlem integracji i zagłębienia. Dodaj do tego wykorzystanie aplikacji mobilnych dostępnych w sklepie, aby połączyć konsumenta z jego własnym telefonem, a Sephora z powodzeniem łączy się z konsumentem na każdym poziomie.

Konsumenci nigdy nie zapomną, jak się poczuli, a Sephora doskonale to rozumie.



five to inspire

eden[®]

Czujesz inspirację?
Proszę o kontakt

www.eden-retail.com info@eden-eu.com