

25 февраля 2022

eCommerce

Инструменты для быстрой и бесшовной покупки помогают бизнесу лучше управлять спросом, увеличивать маржинальность продаж, выходить на новые рынки и обеспечивать уникальный клиентский сервис.

Электронная коммерция или e-commerce — это целая индустрия интернет-площадок и сервисов, помогающих покупать и продавать товары/услуги онлайн. Это больше, чем просто торговые и финансовые транзакции. E-commerce включает мобильную коммерцию, интернет-маркетинг, электронные платежи и переводы, управление цепочками поставок, сервисы доставки, решения для управления запасами и многое другое.

МОДЕЛИ E-COMMERCE

Технологии e-commerce использует самая разная аудитория: от физических лиц до крупного бизнеса и государственных учреждений. Поэтому на рынке много разнообразных сервисов, которые принято делить на следующие категории:

B2C (BUSINESS TO CONSUMER)

Интернет-магазины или маркетплейсы, предлагающие товары или услуги в розницу физлицам — напрямую конечным потребителям.

B2B (BUSINESS TO BUSINESS)

Одна компания продает товары или услуги другой. Это оптовая торговля или покупки для корпоративных нужд (канцелярия, офисное оборудование и тому подобное).

C2C (CONSUMER TO CONSUMER)

Растущий сегмент e-commerce. Физлица продают друг другу товары и оказывают услуги напрямую с помощью специализированных онлайн-площадок. Так работают мастера ремонта, репетиторы, няни и многие другие.

C2B (CONSUMER TO BUSINESS)

Физлица предлагают свои услуги или товары бизнесу. Чаще всего это исполнители на аутсорсинге: разработчики, дизайнеры или редакторы.

C2G (CONSUMER TO GOVERNMENT)

Способ цифрового взаимодействия граждан с госсервисами. Наиболее известный пример — оплата госуслуг потребителями с помощью специальных сервисов.

B2G (BUSINESS TO GOVERNMENT)

Компании оказывают услуги и поставляют товары для государственных органов, например, в рамках госзакупок.

G2B (GOVERNMENT TO BUSINESS)

Обратный процесс: государственные учреждения предоставляют услуги частным компаниям. Например, использование систем для сбора и обработки пользовательских данных.

Преимущества электронной коммерции для бизнеса

В «КОРУС Консалтинг» мы создаём высоконагруженные комплексные онлайн-проекты на стыке разных систем: e-commerce, CRM, ERP, BI.

Автоматизация продаж и цифровые каналы взаимодействия с аудиторией помогают предоставлять качественный сервис и получать конкурентные преимущества на сложных рынках. Даже если интернет-магазин — не основной канал продаж для компании, он может принести дополнительную выгоду:

Высокая маржинальность

Интернет-магазин может размещать любое количество товара (к примеру, у маркетплейсов насчитываются десятки тысяч позиций).

К каждому из них можно добавить свое описание и фотографии, которые помогут пользователям сделать выбор. А правильные рекомендации, основанные на данных, стимулируют покупки и увеличивают средний чек заказа.

Широкая география продаж

Электронная коммерция позволяет продавать вне зависимости от локации головного офиса или конкретной точки продаж. С интернет-магазином компания может продавать по всему миру, охватывая больше потенциальных клиентов.

Доступность в режиме 24/7

Никаких очередей, ожиданий, четкого времени работы — покупатель заходит в интернет-магазин или маркетплейс в удобное ему время, выбирает товар, заказывает и тут же оплачивает.

Релевантные предложения для ваших клиентов

E-commerce помогает досконально изучить покупателей: откуда они пришли в ваш интернет-магазин, что и как часто просматривали, на каком этапе отказались от покупки и многое другое. Эта информация — ключевой источник, который поможет бизнесу сформировать точное и релевантное предложение, а также вернуть клиента за повторными покупками.

«Бесшовный» опыт покупателя

Современный покупатель не пользуется только одним каналом продаж. Он сравнивает цены на сайтах, знакомится с каталогом в приложении, пользуется соцсетями, заказывает онлайн и забирает в магазинах или, наоборот, выбирает товар офлайн и потом использует онлайн-доставку. E-commerce способен поддержать омниканальное взаимодействие и предоставить лучший пользовательский опыт.

Минимизация рисков

Системы электронных платежей — надёжный инструмент. С ним можно безопасно получать оплату и вести учёт платежей — риски мошеннических операций сведены к нулю.

Сокращение дебиторской задолженности

Чтобы сократить количество случаев задержки оплаты, владельцы e-commerce-площадок настраивают автоматические уведомления контрагентов. Система своевременно и корректно напоминает покупателю о долге, что помогает повысить эффективность сбора без существенных затрат.

На что обратить внимание при выборе платформы для e-commerce

Адаптация и настройка платформы

ИТ-решение должно быть гибким и легко адаптироваться к новым требованиям пользователей и трендам на рынке.

Способность выдерживать пиковые нагрузки

Крупные интернет-магазины и маркетплейсы ежедневно привлекают десятки тысяч покупателей. Даже незначительный технический сбой может испортить впечатление от использования онлайн-площадки.

Разные роли и права доступа на сайте

Администраторы сайта могут распределять права доступа для каждого пользователя индивидуально, в соответствии с внутренней политикой безопасности.

Уникальность и многообразие шаблонов

Преднастроенные варианты оформления и вёрстки помогают быстро запускать интернет-магазин, масштабировать и дополнять его новыми возможностями.

Встроенные механизмы SEO-оптимизации

Специальные инструменты помогут учесть базовые требования к оптимизации в поисковых системах для продвижения онлайн-магазина.

Соответствие высоким требованиям безопасности

Интернет-магазин работает с массивами платежных и персональных данных покупателей, поэтому движок должен быть надёжным и защищённым от кибератак.

Техническая поддержка от вендора

При появлении вопросов и трудностей нужна быстрая и квалифицированная помощь. Наличие выделенной команды специалистов от разработчика снизит риски того, что проблема останется нерешенной.