

店铺销售至关重要，融合新兴技术，在为顾客创造便捷性的同时提升店铺管理，可以说是零售商提升店铺销售的不二法门。

迎接 下一代实体零售

文 / 龙永雄 屈倩如

零售经理们正处在一个高度分散且快速变化的商业环境，消费者对技术的应用和依赖促使消费行为发生了深刻变化，使用移动设备协助购物的消费者数量正以惊人的速度增长。另一方面，消费者追求更舒适且充满乐趣的购物体验，对购物环境和销售人员寄予更高的期待。为了抓住下一代实体零售的机遇，实体店必须进行相应的调整。一方面，零售商需要根据顾客购买习惯因移动互联发生的变化而制订相应的移动应用；另一方面，零售商需要对自身的运营策略进行调整以适应这一变化。

一、移动应用对实体零售的影响要远大于对电子商务的影响

提到移动应用，许多零售商会认为那只是电子商务的销售渠道。但实际上，移动应用对实体店面销售额的影响要远远大于其对电子商务的影响。

据估算，移动应用大概参与了美国实体店面零售额的 5.1%，即约 1590 亿美元，这一数字要远远大于 2012 年美国电子商务 120 亿美元的销售额。随着各种智能移动电子产品普及率的上升，一些使用障碍的消除和应用程序功能的改进，消费者利用手机协助购物会渐渐成为一种消费习惯，未来移动应用对店面销售的影响还会成倍增长。预计到 2016 年，移动应用会对美国 17%~21% 的实体店面零售销售额产生影响，涉及金额为 6280 亿~7520 亿美元。

我们不妨来看看美国和中国的消费者使用手机协助购物的情况。目前，美国有将近一半的消费者已经拥有智能手机，而且这个数字还在快速增长；而在这部分已经拥有智能手机的消费者中大约有 58% 的人曾经使用手机协助购物；2012 年中国智能手机用户数占移动用户数的 24%，而二维码、社交媒体这些应用已被消费者广泛使用在购物过程中。

而一旦开始使用手机协助购物，消费者就会产生一定的依赖性。德勤的调研显示，在拥有智能手机6个月后，消费者在卖场购物时使用移动应用的概率会增加40%。这种购物行为的改变极大地影响了店面销售的转化率和平均订单大小。通过对比传统商家和那些为自己的实体店专门定制了移动应用的商家，我们发现后者的客户转化率比前者高出21%，可见移动应用对消费者和实体店的巨大影响。

二、提升店铺销售并非易事，零售商需要拥抱新兴技术、提升顾客体验

实体店不会消失，顾客体验对提升店铺销售至关重要，融合新兴技术，在为顾客创造便捷性的同时提升店铺管理，可以说是零售商提升店铺销售的不二法门。

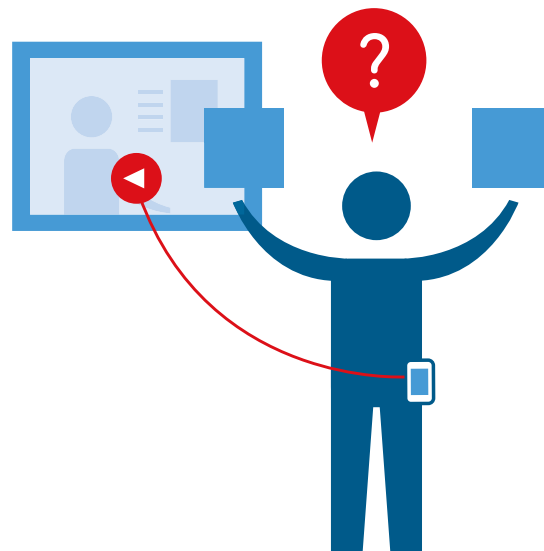
德勤对美国零售店铺的调研显示，五年之内，实体店对新兴技术（如Wi-Fi）的投资将从整体投资的10%增至20%。启用Wi-Fi将使店铺的销售工作更加顺利。销售助理可以通过移动终端随时了解产品库存和客户忠诚度等信息，而顾客也可以轻易通过他们的移动设备连接到零售商的品牌，访问产品信息和评论，或通过社交网络分享他们的购买经验。

一些零售商正在研究通过新技术提高顾客的购买意愿，比如通过虚拟技术向消费者展示服装在他们身上的影像效果，或者通过描述消费者的身体特征以及已经穿着的服装建立档案，并提供个性化的尺寸推荐。

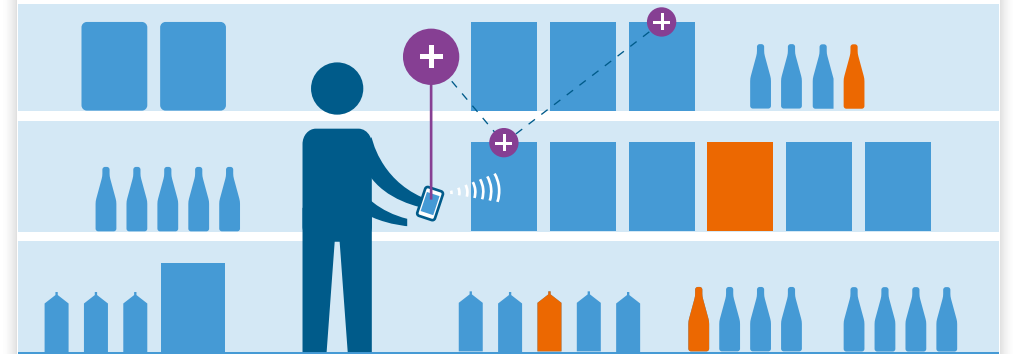
移动互联技术将对店面管理产生巨大的影响，进而使顾客得到一个难忘的购物体验。零售商需要考虑如何使用新技术来帮助客户并提高店内的管理流程。零售商应该问自己：我们是否需要移动终端机（POS机）、可以互动的镜子，或店内社交媒体互动？我们是否可以建立允许实时获得库存情况和销售分析的系统？

顾客现在已无需从一家商店走到另一家商店去比较产品价格，他们只要看看掌中的手机屏幕就可以了解他们想要知道的一切。在这种环境下，训练有素的销售人员就显得非常重要，他们可以体现品牌的差异及竞争优势，并保证顾客的忠诚度。因此零售商需要考虑，是否已经具有合适的人才？或者需要什么样的培训和资源可以使得店面的销售人员能够具备相应的技能？

由于网络渠道分流了一部分销售额，实体店的规模可能会变得更小，由此可能会导致一些业态的改变，比如店中店的形式可能会代替传统的百货店，零售商的店面数目会减少。零售商不妨自问，是否需要一个新的店面形象？是否应该重新考虑租用的面积与条款？是否需要将商店的一部分改造成体验馆？



提升店铺销售并不容易，零售商需要根据具体环境制订相应的策略，以下五个方面的调整或将为实体店铺提升顾客体验营造一个良好的开端：



1. 定义未来的店面策略

零售商可以调整店面策略和展示效果，使之具有与消费者更高的相关性和灵活性，以迎接技术的快速变革，并满足顾客越来越高的体验期望。

2. 提升顾客体验

零售商需要积极倾听和理解顾客的需求与期望。符合或超越顾客的期望可以帮助提升顾客体验。

3. 培养品牌大使

为销售人员提供更多的培训和资源，因为他们可以改善店内的顾客体验，利于保持顾客的忠诚度以及提高销售业绩。

4. 拥抱前沿技术

在新技术运用和技术创新方面，零售商往往相对滞后，要跟上技术娴熟的顾客，零售商应加快对移动技术的应用，增强竞争优势。

5. 改进管理流程

零售商应该仔细审视自己的店面管理流程以便在顾客体验及服务水平方面寻找新的机会。绩效管理措施应以支持流程调整为标准。

毫无疑问，实体零售仍将主导零售行业，电子商务不会取代传统零售业。即便在网络零售发达的英国，网上零售额占社会消费品零售总额的比重为12%，在中国，这个比例仅为4%。确切地说，实体零售的对手其实是自己，在向下一代实体零售进化的过程中，零售商必须结合新技术带来的便捷性和实体店无与伦比的顾客体验才能在快速变化的零售行业立于不败之地。

龙永雄 德勤中国审计合伙人 | 消费行业主管合伙人
屈倩如 德勤中国研究与洞察力中心高级经理 | 消费行业研究员
德勤中国版权所有。未经许可，不得以任何形式转载。