



THE HEART

Trendy i rozwiązania

na światowych rynkach Retail

Tadeusz Żórawski,

Omnichannel Program Strategic Advisor

@tadekzorawski



@theheartwarsaw

Zagrożenia?

+17%

wzrostu sprzedaży
w e-commerce
rok do roku



-1.5%

sprzedaży
w tradycyjnych sklepach
rok do roku



Statistics for Europe. Source: Online Retailing: Britain, Europe, US and Canada 2016,

<http://www.retailresearch.org/onlineretailing.php>



33% osób sięga po telefon w
trakcie wizyty w sklepie

Źródło: IMAS/DIVANTE 2016



„Mobile” ↔ Mobilność



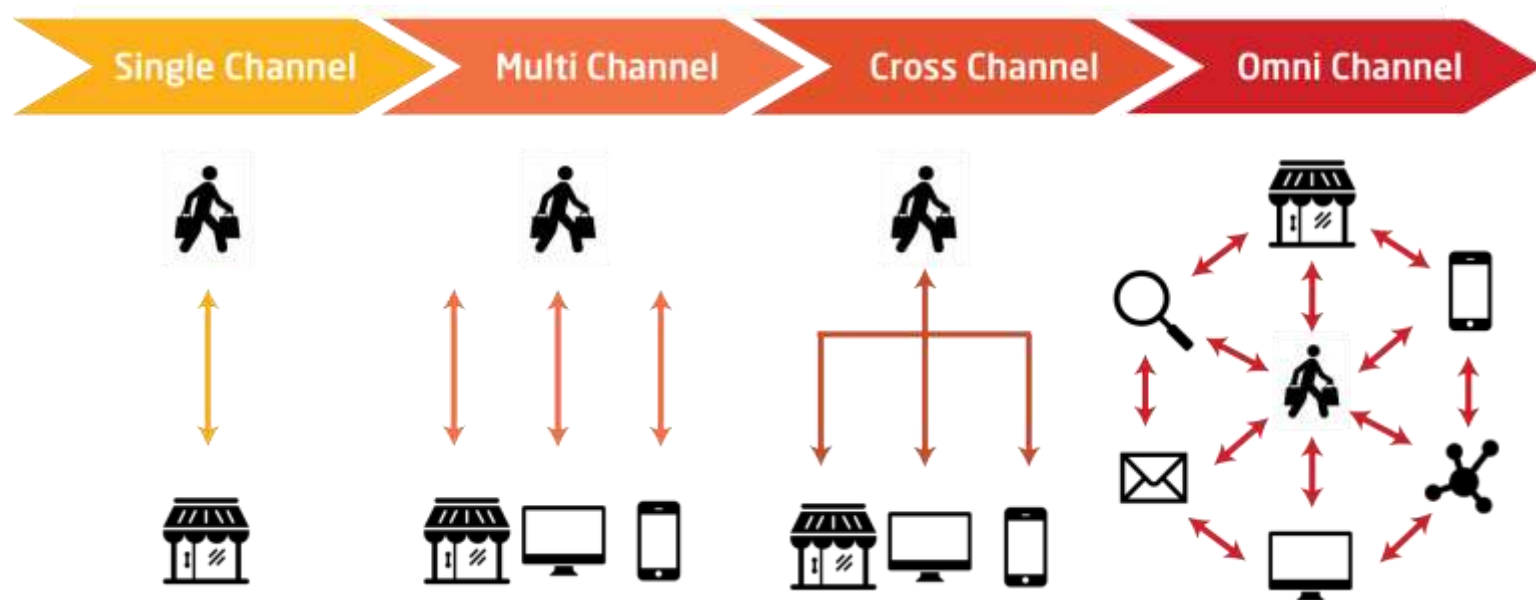
Nie chcemy żyć tylko online...

~70%

osób w wieku 21 lat LUB MŁODSZYCH
na świecie chce robić zakupy
zarówno w internecie
jak i w tradycyjnych sklepach



Ewolucja Omnichannel



Omnichannel – co to właściwie znaczy?

"Omnichannel: wielokanałowe podejście do sprzedaży z zamiarem zapewnienia klientom **jednorodnego doświadczenia** - bez względu na to, z którego kanału na którym etapie skorzystają.

Omnichannel to **ściśła integracja i spójność** pomiędzy kanałami sprzedaży."



POTENCJALNA INTERAKCJA W MODELU OMNICHANNEL

1. Online – Preselekcja
2. Offline - Dopasowanie
3. Online - Zakup
4. Offline - Odbiór





SKLEP „TRADYCYJNY”: Salon i/lub Punkt odbioru





Trendy

w myśleniu, podejściu i nastawieniu do innowacji

MEGATREND: POLARYZACJA

TREND i ANTYTREND

TREND

1. ŚWIAT WIRTUALNY
2. GLOBALIZACJA
3. PERSONALIZACJA
4. EKONOMIA DZIELENIA
5. INTEGRACJA HANDLU

ANTY-TREND

REALNOŚĆ W CENIE
SEPARACJA
ZACHOWANIE INCOGNITO
STAŁY DOSTĘP DO ZASOBÓW
DEZINTEGRACJA HANDLU

Tematy programu Omnichannel

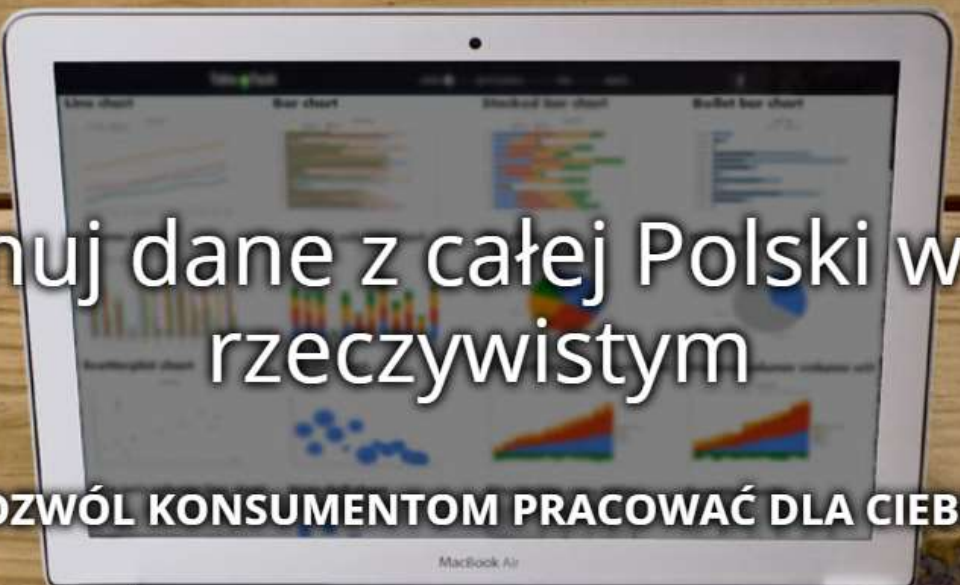
- Customer Intelligence
- Marketing & Sales Automation
- Future Point of Sales
- Mapping Customer Journey
- Data: Bridging Insights and Execution
- Exploring New Touchpoints

GROW EARNINGS FROM EXISTING STORE SPACE

In-store analytics and marketing platform for retail

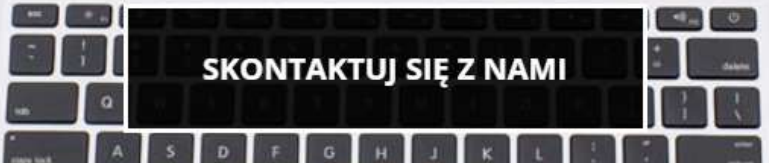
Helping businesses truly
understand their customers





Otrzymuj dane z całej Polski w czasie
rzeczywistym

POZWÓL KONSUMENTOM PRACOWAĆ DLA CIEBIE!



SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI

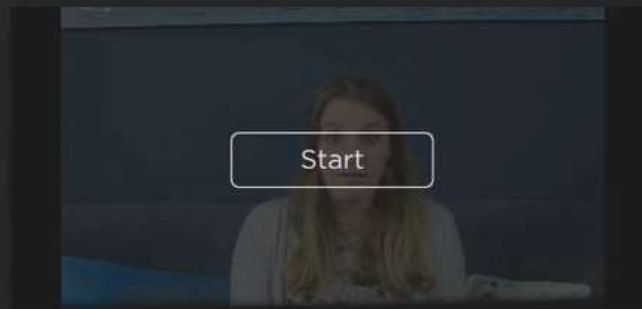




VIDEO MATERIAL



RESPONDENT



LIVE DATA

Subject is **Angry**

Focus **Focused**

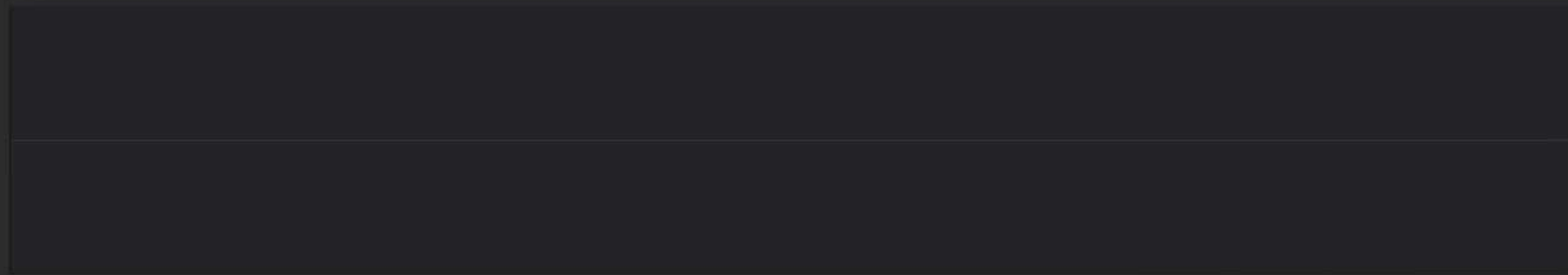
Distance from screen [cm] [in] **35**

Face time [sec] **0.413**

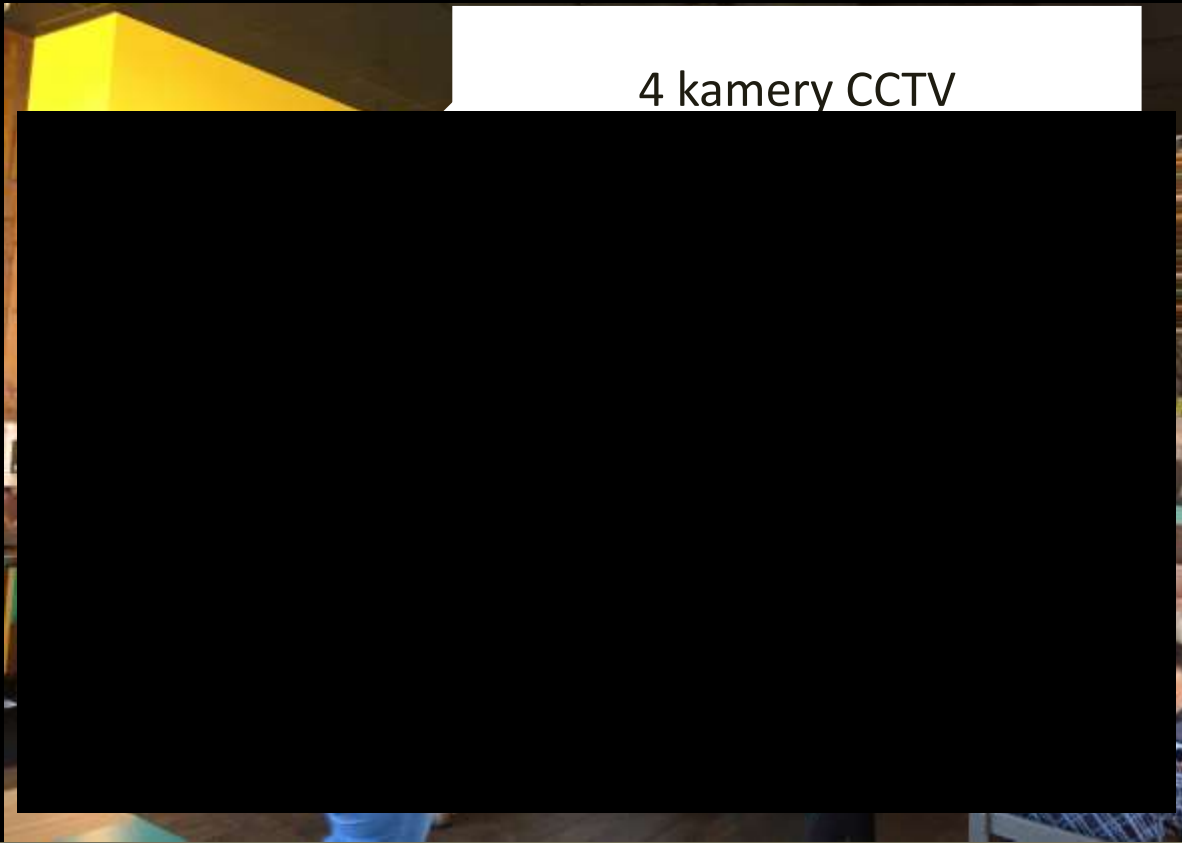
EMOTIONAL REACTION

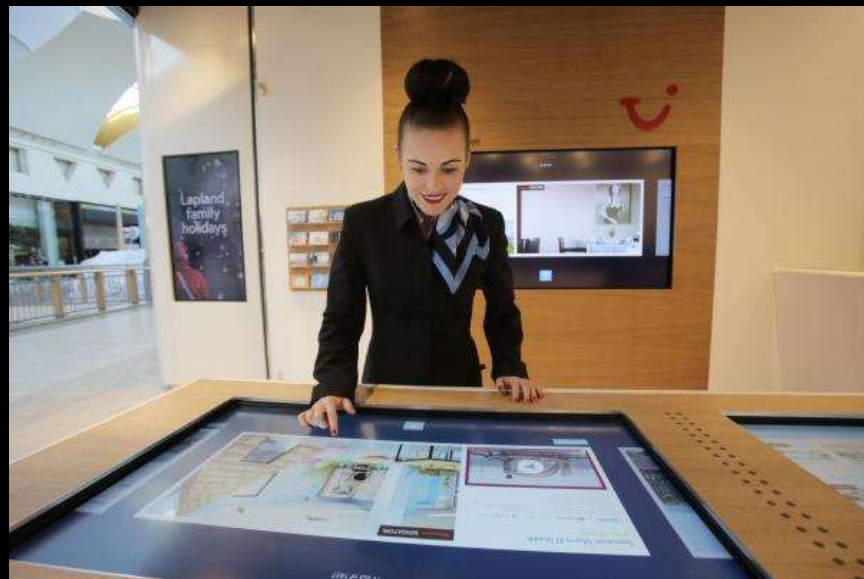
Happiness **0%** Surprise **0%** Anger **5%** Disgust **0%** Sadness **0%** Neutral **0%** Snapshots **on**

Dominant emotion



4 kamery CCTV





Salony TUI (Wielka Brytania)





ALIBABA

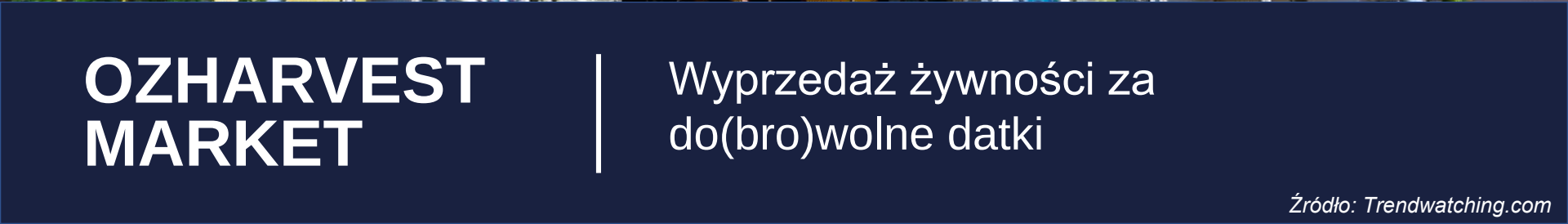
Ekran AI generuje spersonalizowane
rekomendacje odzieżowe

Źródło: Trendwatching.com



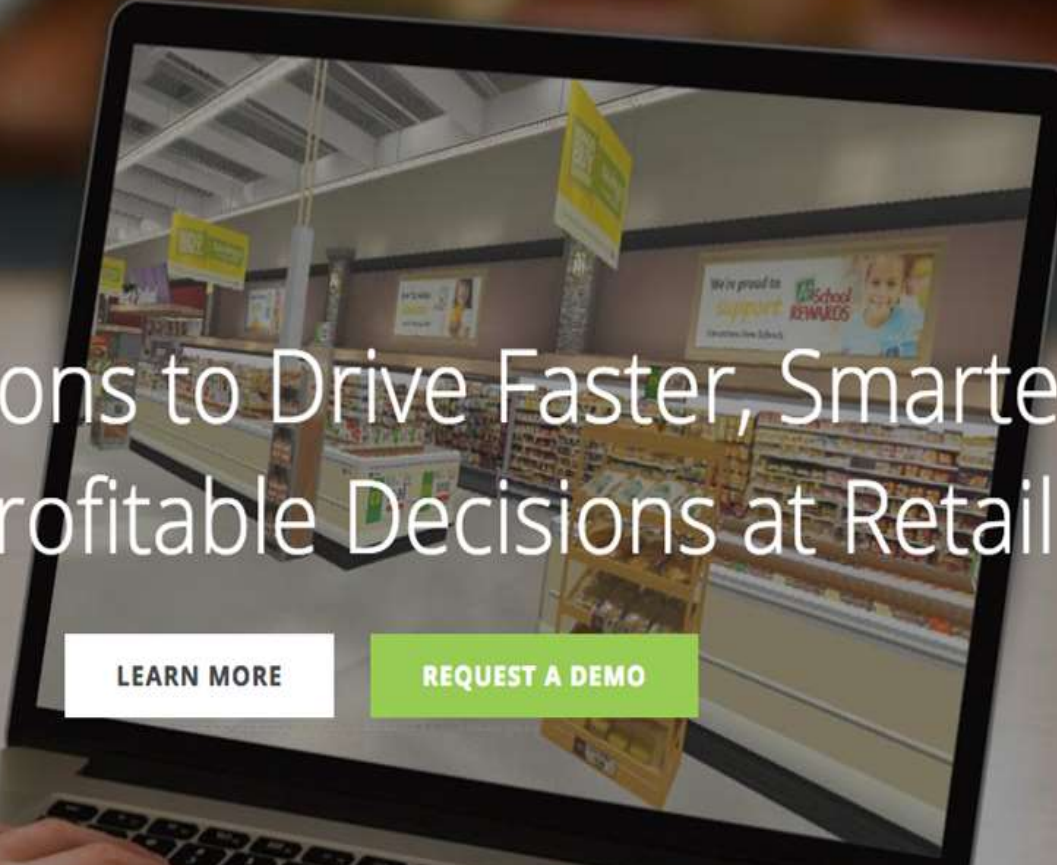
TESCO

Torby plastikowe usuwają chemikalia
z owoców



Wyprzedaż żywności za do(bro)wolne datki

Źródło: Trendwatching.com



VR Solutions to Drive Faster, Smarter, More Profitable Decisions at Retail

[LEARN MORE](#)[REQUEST A DEMO](#)

Introduction

Aisle411 is a global leading indoor mapping, location and analytics platform for the physical indoor world and is digitizing the indoor world through data optimization, mobile, AR and IOT.



Augmented Reality Shopping Experience



**„Przyszłość dzieje się już teraz,
tylko jeszcze nie wszyscy z niej korzystają”**

**Tadeusz Żórawski,
Omnichannel Program Strategic Advisor
@tadekzorawski**



@theheartwarsaw