

ИТ-ПОМОЩНИКИ ОНЛАЙН-РИТЕЙЛА

Сергей Елисеев

Рынок e-commerce в России является одним из самых динамично развивающихся. Эксперты прогнозируют рост проникновения электронной коммерции к 2020 году до 7%, а увеличение объема рынка — до 72 миллиардов долларов. Большинство крупных игроков российского рынка уже создали свои торговые площадки в Интернете, и их количество непрерывно растет. Однако не все ритейлеры понимают, с какими технологическими сложностями им придется столкнуться в процессе становления успешного торгового интернет-ресурса.

При работе в формате интернет-магазина усложняется технологический процесс реализации товаров и услуг. Торговая онлайн-площадка требует постоянной поддержки, развития, кроме того, производительность ресурса должна расти сопоставимо с объемом продаж онлайн-магазина. Процесс взаимодействия с покупателями также изменяется, ведь у продавца уже нет возможности наблюдать за поведением клиента и быстро реагировать на пожелания. Как же выстроить работу интернет-магазина, чтобы она была эффективной для компании и максимально удобной для клиентов?

Корпорация Oracle провела исследование, согласно которому 81% потребителей готовы платить больше за лучшее качество обслуживания. Главными условиями этого респонденты называли улучшение качества обслуживания и предоставление быстрого доступа к информации. Это касается и интернет-магазинов. Клиенты готовы

совершать покупки, но вместе с тем они желают получать сервис высокого уровня. Таким образом, ритейлеру необходимо выстроить работу онлайн-магазина так, чтобы эти потребности были удовлетворены в полной мере.

Повышение качества предоставляемого интернет-магазинами сервиса также поможет избежать ухода покупателей к конкурентам. Исследование независимой компании Loudhouse показало, что 70% потребителей отказываются от покупок в онлайн-магазине из-за низкого качества обслуживания. Важно, что впоследствии 92% из них обратились к конкуренту для дальнейшего приобретения продуктов и услуг. Среди основных факторов, которые могут повлиять на желание респондентов покупать, были названы быстрый поиск ответов на вопросы, улучшение функций онлайн-поиска и удобство пользования web-сайтом в целом.

Онлайн-ритейлеру достаточно сложно в одиночку удовлетворять

все пожелания требовательных покупателей. Однако ему на помощь приходят информационные технологии. Для поддержки эффективности и удобства интернет-магазина существуют специальные ИТ-решения. К примеру, очень популярны системы для мониторинга пользовательских сессий. Такие решения собирают, обрабатывают и представляют в удобном виде полную информацию о поведении посетителей на сайте или в web-приложениях компании. Кроме того, ритейлер может контролировать соответствие работы интернет-магазина требуемому уровню сервиса, настраивая при этом удобную систему уведомлений о сбоях в работе сайта.

Одной из таких систем является, например, Oracle Real User Experience Insight (RUEI). Она без вмешательства в инфраструктуру сайта собирает достоверные и полные данные о его посещении, на основании которых строит отчеты, например, об объеме упущенной выручки или количестве разочарованных пользователей. С помощью подобных решений ритейлер сможет увеличить объем продаж и качество обслуживания клиентов за счет обеспечения высокой производительности сайта и его удобства для посетителей.

Также необходимо отметить, что подобные системы позволяют

ТОРГОВАЯ ОНЛАЙН-ПЛОЩАДКА ТРЕБУЕТ ПОСТОЯННОЙ ПОДДЕРЖКИ, РАЗВИТИЯ, КРОМЕ ТОГО, ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ РЕСУРСА ДОЛЖНА РАСТИ СОПОСТАВИМО С ОБЪЕМОМ ПРОДАЖ ОНЛАЙН-МАГАЗИНА.

СЕРГЕЙ ЕЛИСЕЕВ

Директор Центра решений для розницы РДТЕХ.

Первое образование получил в Военно-инженерной академии им. Куйбышева. В 2008 году окончил с отличием МИРЭА по специальности «Радиотехника». Карьерный путь начал в сфере телекоммуникаций у магистрального оператора связи национального масштаба. В 2011 году продолжил карьеру в сфере информационных технологий, пройдя путь от менеджера по продажам до директора Центра решений для розницы компании РДТЕХ. В настоящее время развивает направление РДТЕХ в сфере ритейла.



узнать, почему покупатель не совершил покупку в интернет-магазине. Например, решение получает информацию о клиентах, которые положили товары в корзину, ввели свои контакты, но не дошли до стадии завершения покупки. Исходя из таких данных производится телефонный опрос несостоявшихся покупателей, в результате чего часть заказов из статуса «упущенные» переходит в «оформленные».

При помощи анализа пользовательских сессий компания сможет определить наиболее часто посещаемые разделы и популярные товары своей интернет-площадки. Для ритейлера это станет своего рода обратной связью, которой не хватает при работе в онлайн-магазине. Эти данные можно использовать для разработки новых и улучшения существующих страниц web-ресурса.

К тому же решения типа Oracle RUEI позволяют сократить расходы на поддержку работы интернет-магазина. Быстрая идентификация проблем, описание и контроль основных показателей эффективности работы, а также своевременное оповещение о возможных затруднениях значительно сократят материальные, временные и трудовые издержки компании.

Можно привести простой пример: проблема долгой загрузки

страницы (группы страниц) у конкретного посетителя. Подобные решения определяют затруднение не только на уровне сервера, но и на уровне базы данных, что помогает устранить конкретные неполадки в гораздо более короткие сроки. К тому же при использовании таких решений ритейлер получает возможность проведения нагрузочного тестирования сайта, с помощью которого можно заранее проверить, как сайт будет реагировать на большое количество посетителей.

Такие системы облегчают процесс «ухода» за онлайн-магазином и помогают ритейлеру сэкономить, но для их использования требуются определенные навыки. При этом на настройку решения и обучение работе с ним уходит не так много времени, поэтому нет необходимости специально нанимать в штат команду ИТ-специалистов. Можно обратиться в компанию, оказывающую услуги по установке, настройке, а также консультированию по вопросам работы с подобными системами для онлайн-ритейла.

Приведем пример. Можно настроить доступ к Oracle RUEI для бизнес-подразделений компании — департамента продаж, маркетинга, ТОП-менеджмента, а также для ИТ-департамента. Такой широкий круг внутренних пользователей позволяет оптимальным образом организовать работу интернет-магазина. Из-за повышения контроля эффективности и качества функционирования сайта возрастает в разы, что делает онлайн-магазин более привлекательным для потенциальных покупателей.

Уровень качества обслуживания клиентов играет ключевую роль при совершении покупки. В условиях возрастающей конкуренции на российском рынке e-commerce этот фактор становится головной болью многих ритейлеров. Современные технологии способны избавить онлайн-продавца от многих проблем, а решения, уже опробованные западными коллегами, могут помочь в этом. И что самое важное для игроков рынка — за правильно внедренными нововведениями кроется прибыль!

У вас есть мнение по данной теме и вы хотите им поделиться с коллегами? Напишите нам — comment_shop@mail.ru!