الخليج

اقتصاد, آراء وتحليلات, مقالات

4 أغسطس 2022 22:31 مساء

تجارة التجزئة.. خطوات ثابتة نحو التحول الرقمي

الكاتب

ساندر مارتينز

* **ساندر مارتينز**

أظهر تجار التجزئة في دولة الإمارات، مرونة وقدرة على التكيف الرقمي خلال السنوات القليلة الماضية. ووفقاً لتقرير صادر عن غرفة تجارة وصناعة دبي، ستصل مبيعات التجزئة في الدولة إلى 70.5 مليار دولار بحلول عام 2025، مسجلة نمواً سنوياً نسبته 6.6 %.

وكشف البحث عن أن الشركات التي استثمرت في التكنولوجيا والابتكار لتحسين أعمالها ستكون قادرة على التميز في أدائها. كما أشار البحث إلى أن أكثر من نصف المستهلكين (55٪) يرغبون في التسوق لدى المتاجر التي تستخدم التكنولوجيا لتحسين تجربة التسوق.

في الواقع، يخطط 58٪ من المستهلكين في دولة الإمارات للتسوق لدى المتاجر التي توفر تجربة تسوق مميزة. على سبيل المثال توفير تجارب الواقع الافتراضي أو مقاهي داخل المتجر أو فعاليات خاصة. ويوضح البحث أن 46٪ من المستهلكين يودون أن يقوم مسؤولو المبيعات في قطاع التجزئة بتوفير التكنولوجيا التي تتيح المنتجات الموجودة في سلتهم عبر الإنترنت، داخل غرفة تغيير الملابس لتجربتها.

والسؤال هنا، هل نمنح الأولوية للابتكار أم الاستثمار؟ لكن من دون الاستراتيجية الصحيحة، فإن الاستثمار في التحول الرقمي ليس له حدود. من هنا يجب التركيز على الاستثمار في التكنولوجيا التي يمكن أن تساعد على خلق منظومة متكاملة؛ إضافة إلى تبني الأدوات التي يمكنها تحسين تجربة العملاء والعمليات في وقت واحد. ولفت البحث إلى أن معدل نمو الشركات التي لديها هذا النهج في مختلف القنوات أعلى من تلك التي تعمل وفق النموذج التقليدي للبيع بالتجزئة.

يتوقع 72٪ من التجار في دولة الإمارات نمواً بنسبة 20٪ أو أكثر خلال العام الجاري. فقد استثمرت 66٪ من الشركات في دولة الإمارات في رقمنة مؤسساتها للارتقاء بعملياتها على مدار الجائحة. وهو أكثر بنسبة 20٪ من المعدل العالمي، مما يعزز من مكانة دولة الإمارات السباقة في مجال الابتكار. حيث أن 99٪ من التجار يخططون الآن للاستثمار في التكنولوجيا خلال العام المقبل.

مما لا شك فيه فإن الابتكارات الرقمية، مثل التجارة الموحدة، تخلق العديد من الفوائد أهمها المساعدة في تدفق البيانات والرؤى عبر المؤسسة بأكملها، مما يساعد على تحديد طرق تحسين العمليات، وتوفير المزيد من البيانات لصنع القرار وتعزيز الإنتاجية؛ الأمر الذي يدفع إلى زيادة الربحية.

من بين المهام الأخرى، يساعد التحول الرقمي في خلق تجارب جديدة للعملاء، ما يؤدي إلى تعزيز الولاء وزيادة حجم المبيعات. وإذا تم إجراؤه بالشكل الصحيح، سيخلق المزيد من الفرص لتطوير العمليات، إما عن طريق إتاحة عمليات أكثر كفاءة، أو عن طريق جعل رؤى البيانات القيمة أكثر سهولة خلال جميع قنوات الأعمال.

لنأخذ على سبيل المثال سياسة الاسترجاع، فإن المتسوق يود إرجاع المنتج في المتجر بعد شرائه عبر الإنترنت؛ وقد أكد 61٪ من المتسوقين على مستوى العالم أن الاهتمام برحلة العميل عبر الإنترنت سيعزز من مستوى ولائهم للمتجر الذي يوفر هذه التجربة السلسة. على النقيض، فإن 23٪ فقط من المتاجر في دولة الإمارات تسمح للعملاء بإرجاع المنتج في المتجر بينما تم شراؤه عبر الإنترنت.

لكن هذا التناقض ليس مفاجئاً، فعندما تدير شركة ما عملها من خلال قنوات مختلفة، فإن تجربة العميل التي تبدو بسيطة هي في الواقع أمر يصعب تقديمه. ولكن بالنسبة للأعمال التجارية التي لديها نظام مدفوعات واحد عبر جميع قنواتها والمتصلة بمنصة مركزية عبر الإنترنت ونقاط البيع في المتجر (POS) وإدارة المخزون والأجزاء التشغيلية الأخرى للشركة، فهذا يمثل للعميل تجربة عرض مباشرة وسلسلة وموثوقة. وتصبح كافة معلومات الطلب والدفع والمصادقة الضرورية سهلة الوصول للغاية.

ولكن من المهم أيضاً التفكير في تأثير رحلة المستهلك على الأعمال، ويقول العملاء إنهم أكثر ولاء لتجار التجزئة الذين يوفرون هذه التجربة عبر القنوات، ومعها تزيد احتمالية تسوق العميل مرة أخرى وهي فرصة حقيقية لنمو هذا القطاع.

وتعد التجارة الموحدة، وتوحيد المدفوعات عبر جميع القنوات ـ عبر الإنترنت والتطبيق ولدى المتجر، هي منصة انطلاق للتجار الذين يتطلعون إلى بدء رحلتهم نحو أعمال خالية من التنافر. في الواقع، كلما زاد عدد القنوات التي يستخدمها المتسوقون، زادت قيمتها. وعلى صعيد دولة الإمارات، يقول 47٪ من الشركات إن الفائدة المباشرة للتجارة الموحدة تكمن في تحسين تجربة العملاء، بينما أكد 46٪ دورها الكبير في زيادة المبيعات، في حين قال 44٪ أن التجارة الموحدة تزيد من ولاء العملاء.

لكن يجب أن يصاحب ذلك تغيير في المفهوم ـ ويجب تغذية البيانات والذكاء والرؤى باستمرار عبر الشركة ـ من الصعوبات التي تواجه العملاء إلى التسويق والعمليات والعكس صحيح. وبهذا فقد حان الوقت لمضاعفة الاستثمارات في التحول الرقمي. وحدها الشركات التي تتبنى هذه الخطوات ستكون قادرة على خوض غمار المنافسة والازدهار خلال الحقبة الجديدة من مبيعات التجزئة.

مدير عام شركة أدين في منطقة الشرق الأوسط *

"حقوق النشر محفوظة "لصحيفة الخليج .2024 ©