**Po co chodzimy do sklepów, skoro wszystko możemy kupić przez internet?**

**Wiele się ostatnio pisze i mówi o tym, że e-commerce w Polsce nieustannie rośnie. Nie oznacza to jednak, że przestajemy odwiedzać sklepy stacjonarne! Tyle, że dziś ich rola się zmienia i one także muszą iść z duchem czasu, by pozostały atrakcyjne dla klientów.**

O tym, jak ważną funkcję pełnią tradycyjne sklepy, mogliśmy się przekonać po okresie tzw. lockdownu. Gdy tylko obostrzenia zostały poluzowane, tłumy ludzi ruszyły do galerii handlowych. Dla wielu osób był to pierwszy cel wyjścia z domu po dłuższej przerwie.

**Czego nie dadzą nam sklepy internetowe?**

Ale właściwie dlaczego? Czy dlatego, że ludziom skończyły się ubrania, perfumy czy kosmetyki? Przecież tego typu zakupy z powodzeniem można zrobić przez internet! A więc nie – głównym powodem były potrzeby społeczne. Wiele osób wychodziło z domów, aby pobyć z innymi ludźmi, pokazać się publicznie i zobaczyć innych. A galerie handlowe – w tym teatrze życia codziennego – zajmują bardzo wysokie miejsce.

Z tego samego powodu sklepy stacjonarne nigdy całkowicie nie stracą na znaczeniu. Do sklepu można iść nie tylko po to, aby coś kupić, ale także po to, by porozmawiać z ulubionym sprzedawcą, wybadać „nastroje społeczne” podczas rozmów z innymi klientami, czy też zobaczyć, co się aktualnie nosi. A tego nie zastąpią nam zakupy internetowe!

Kolejny ważny aspekt sklepów stacjonarnych wynika z ich „sensoryczności”. Podczas zakupów w sieci wciąż musimy godzić się choćby z tym, że te same buty na różnych ekranach mogą mieć nieco inny odcień. Na monitorze nie poczujemy także faktury i grubości tkaniny – w przypadku ubrań, czy też konsystencji kremu – w przypadku kosmetyków. Nie mówiąc już o zapachu perfum! Nawet najbardziej finezyjne opisy nie są w stanie oddać tego, co nos może wychwycić w kilka sekund.

Do sklepów przychodzimy więc także po to, aby zobaczyć prawdziwy kolor, namacalnie zbadać jakość materiału oraz sprawdzić zapach perfum, kosmetyków, czy nawet płynu do płukania tkanin. Zazwyczaj im ważniejszy jest dla nas dany zakup, tym chętniej finalizujemy go „na żywo”. Również codzienne zakupy chętniej robimy w tradycyjnych sklepach. W efekcie internet pozostawiamy na to wszystko, co pomiędzy – na produkty niezbyt pilne i zarazem nie najważniejsze.

- Sklep stacjonarny zawsze będzie dawał więcej możliwości sprzedażowych – mówi Urszula Rąbkowska z firmy logistycznej XBS Group. – Często jest tak, że idziemy do niego z myślą o zakupie jednej rzeczy, a wychodzimy z kilkoma innymi, nieplanowanymi zakupami. Dzieje się tak, ponieważ sklep posiada narzędzia wpływające na zakupy impulsowe. Obok spodni znajdziemy świetnie pasujący do nich pasek, a do tego jeszcze kilka innych dodatków, być może w promocyjnej cenie – dodaje.

**Jak zmieniają się sklepy stacjonarne?**

Sklepy stacjonarne pełnią funkcje społeczne, są sposobem na spędzenie wolnego czasu i pozwalają na bezpośredni kontakt z towarem. Nie oznacza to jednak, że w dobie zakupów online w handlu stacjonarnym nic się nie zmienia.

Klienci, rozpieszczeni darmowymi dostawami kurierskimi czy też prawem do 14-dniowego zwrotu zakupów, stają się coraz bardziej wymagający także podczas wizyt w tradycyjnych sklepach. W związku z tym także stacjonarne punkty handlowe muszą zadbać o odpowiednią organizację sprzedaży i logistyki, aby klienci byli zadowoleni i chcieli wracać.

Jak zmieniają się współczesne sklepy? Galerie handlowe angażują się w rozmaite kampanie społeczne i próbują włączać w nie również klientów. Organizują również rozmaite festyny i inne wydarzenia, co pozwala kupującym jeszcze bardziej doświadczyć społecznych i kulturowych aspektów robienia zakupów.

Warto zauważyć, że wiele sklepów prowadzi programy lojalnościowe, które są ukierunkowane przede wszystkim na klientów odwiedzających tradycyjne placówki. To tam można zdobywać punkty i wymieniać je na rabaty lub nagrody. W związku z tym klienci dostają do ręki kolejne argumenty, aby wyjść z domu i zrobić zakupy stacjonarnie.

Tradycja i nowoczesność łączą się ze sobą w sytuacji, gdy konsument chce kupić produkt, którego w placówce aktualnie nie ma. Sklepy, które stosują omnichannel, czyli działają zarówno stacjonarnie, jak i online, mogą zaproponować wyjątkowe rozwiązanie. W sklepie możemy np. obejrzeć ubranie, ocenić jakość materiału czy kolor. Jeśli jednak nasz rozmiar nie jest dostępny, możemy go zamówić przy kasie – z odbiorem w sklepie lub nawet z dostawą do domu.

W ten sposób sklepy coraz częściej stają się showroomami – miejscami, w których możemy zapoznać się z ofertą i uzyskać pomoc sprzedawcy, podczas gdy wybrany produkt zostanie nam dostarczony do domu lub do automatu paczkowego. Dodatkowy plus, że mamy szansę otrzymać towar, który nie był jeszcze przez nikogo rozpakowywany ani przymierzany.

Jednocześnie sklepy próbują usuwać to wszystko, co dla niektórych kupujących stanowiło bariery zniechęcające do tradycyjnych zakupów. Takim czynnikiem zawsze były kolejki do kas. W okresie pandemii wiele sklepów wprowadziło lub rozbudowało systemy kas samoobsługowych, dzięki czemu finalizacja zakupów stała się jeszcze szybsza.

**Jak to wszystko zorganizować?**

Jeśli sklep łączy kanały online i offline, stawia to przed nim dodatkowe możliwości. Karta klienta często służy nie tylko do przyznawania nagród w programie lojalnościowym, ale dodatkowo zbiera dane o kliencie i jego zakupach – zarówno stacjonarnych, jak i internetowych. Takie połączenie to okazja do integrowania informacji o kupujących, ich preferencjach i zwyczajach zakupowych. To szansa na bliższe poznanie klientów, a następnie na dopasowanie oferty do ich oczekiwań oraz trafniejszego reagowania na ich potrzeby.

- Z uwagi na to, że nowoczesne showroomy mają być przede wszystkim uzupełnieniem modelu sprzedaży internetowej, tym bardziej powinny być organizowane ze szczególną dbałością. W showroomie nie powinno zabraknąć ergonomii, przyjemnego zapachu, czy dobrej ekspozycji towarów. Jednym słowem, klient powinien odczuwać przyjemność z obecności w sklepie i mieć poczucie komfortu – mówi przedstawicielka XBS Group.

Gdy salon firmowy koncentruje się na prezentowaniu produktów dostępnych online, wtedy szczególnie ważna okazuje się atrakcyjna ekspozycja. W takim przypadku nie ma potrzeby gromadzenia na zapleczu dużych zapasów. Towar może być zamawiany na bieżąco z magazynu, co szczególnie łatwe będzie przy współpracy z firmą logistyczną.

W dodatku kurier może dowieźć do punktu handlowego nie tylko zbiorcze opakowania produktów, ale i pojedyncze sztuki. System komputerowy będzie natomiast poprawnie wskazywał stany magazynowe, z uwzględnieniem przepływów towarów na linii magazyn – punkt handlowy.

Nic nie stoi również na przeszkodzie, aby w jednym systemie zintegrować sprzedaż stacjonarną oraz internetową. Bez względu na to, czy towar zamówi klient w e-sklepie, czy upoważniony sprzedawca na stoisku w galerii handlowej, firma logistyczna może obsługiwać wszystkie wysyłki i na bieżąco kontrolować stan zapasów w magazynie.

- W przypadku sieci handlowych, dostawy towarów mogą opierać na rekomendacjach firmy logistycznej. Na podstawie bieżącej analizy sytuacji związanej z przepływem zapasów możemy zasugerować klientowi zamówienie kolejnej partii określonego typu towaru. W przypadku, gdy mówimy np. o sieci franczyzowej, takie estymacje mogą znacznie usprawnić łańcuch dostaw – mówi Urszula Rąbkowska.

Dostawa do salonów sprzedaży czy wysp handlowych to nie jedyna możliwość – równie dobrze zamówienia mogą być przekierowywane do automatów paczkowych lub pod dowolne lokalizacje, bezpośrednio do klientów. Zarówno sklep, jak i odbiorcy końcowi będą przy tym informowani o statusie przesyłek.

Choć więc pozornie handel stacjonarny od lat działa w taki sam sposób, to patrząc od strony zaplecza i organizacji dostaw, on również przechodzi w ostatnich latach ogromne przeobrażenia. Tradycyjne sklepy z pewnością nie znikną z krajobrazów naszych miast, ale prawdopodobnie niewiele pozostanie po handlu zorganizowanym na XIX-wiecznych lub XX-wiecznych zasadach. Dziś nowe technologie wkradają się zarówno do dużych sieci handlowych, jak i do najmniejszych sklepików, prowadzonych przez pojedynczych właścicieli. Tego nie da się już uniknąć.

Źródło: [Nagrodyb2b](https://nagrodyb2b.pl/)