



Агентство цифровых коммуникаций

Особенности реализации
проектов



Ритейл и Digital

Эволюция ритейла



ВЧЕРА

СЕГОДНЯ

Омни-канальный ритейл – это уже не тренд, а реальность сегодняшнего дня.



Покупательский опыт ограничивается одной точкой контакта с брендом



Есть несколько точек контакта с брендом, но не они не воспринимаются покупателем, как единое целое в связи с брендом



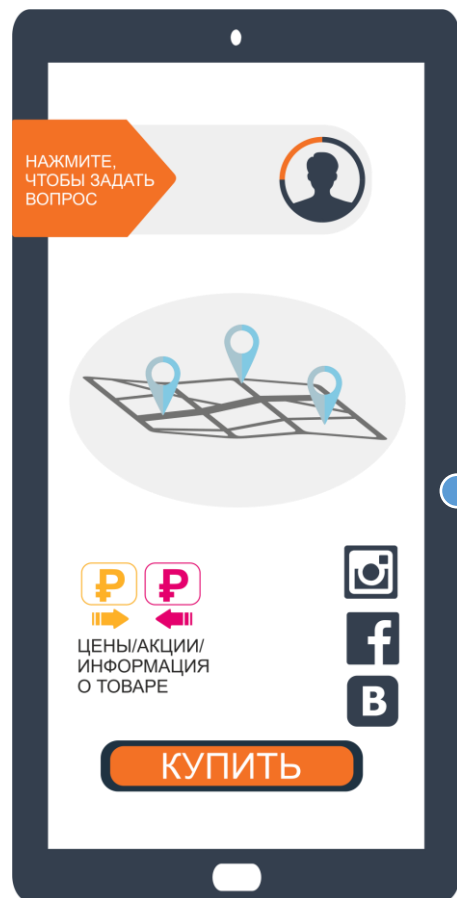
Пользовательский опыт включает в себя несколько точек контакта с брендом и они воспринимаются, как единое целое



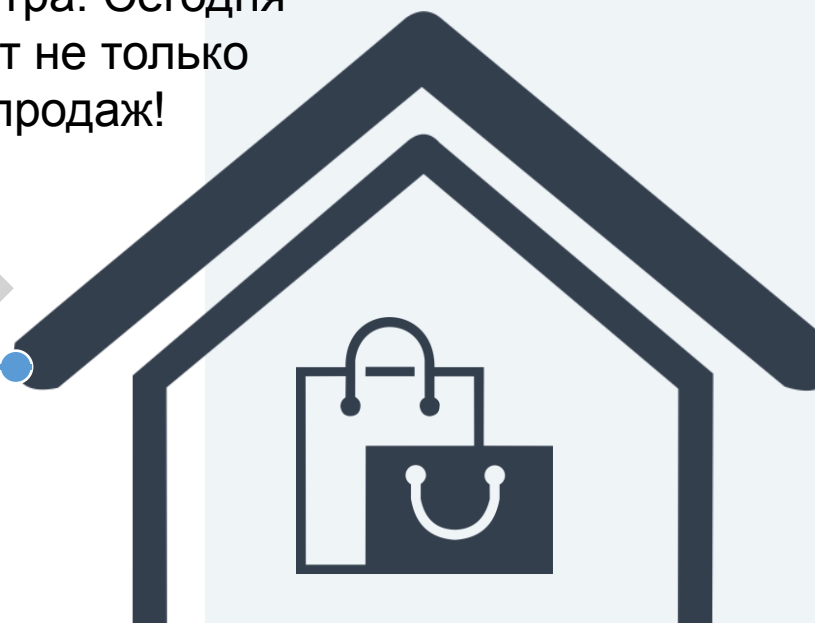
Пользовательская коммуникация с брендом вышла за рамки какого-либо конкретного канала или нескольких.

Надо «ловить» потребителя

Эволюция ритейла



Сегодня не может быть только интернет-магазина или только торгового центра. Сегодня должно быть ВСЁ! От этого зависит не только лояльность покупателя, но и рост продаж!





Трудности



Ритейлер 1

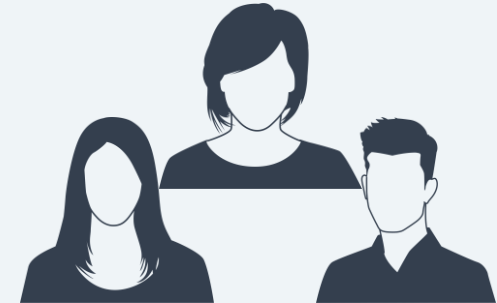


Ритейлер 3

Нам нужен сайт!



- 1. Привлечение к решению задач больше одного подрядчика
- 2. Отсутствие достаточной информации на старте проекта
- 3. Надежда на то, что спецы со стороны заказчика смогут осуществлять контроль исполнения клиентских задач <
- 4. Срабатывание человеческого фактора <
- 5. Увеличение числа задач в ходе реализации работ по проекту
- 6. Несоответствие желаний и бюджетов
- 7. Длительные сроки согласования работ



АГЕНТСТВО



Из нашего опыта:

Кейс №1. Интернет-продвижение ритейлера



Заказчик

Задача: Увеличение поисковой видимости сайта в пределах тематики клиента

Решение: внесение точечных и пакетных правок технического и контентного содержания



Агентство

Наше решение



ВНИМАНИЕ! ПРОБЛЕМА!



Отсутствие необходимого функционала для точечной и пакетной работы с данными

И ТУТ...

1. поступила информация о том, что разработчиков будет 2, которые каждый отвечает за свой кусок
2. мы пришли в проект на том моменте, когда система поддержки ресурса начинала строиться и коммуникация была не выстроена даже внутри клиента
3. очень много времени занял этап отладки коммуникации с разработчиком, так как были разрозненные системы постановки задач

1. создание уютного скайп чата с командой разработчиков, в которой всегда пушились задачи со стороны SEO агентства, а аккаунты внутри разработчика расставляли приоритеты исходя из загрузки линии производства
2. к чату подключались программисты напрямую, что ускоряло процесс и исключало ошибки

Через 3 мес. нужный функционал был готов



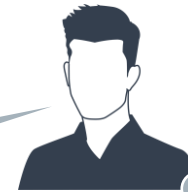
Из нашего опыта:

Кейс №2. Сайт для торгового комплекса



Заказчик

Задача: создание интернет ресурса для удобной коммуникации с посетителями, и представления брендов и магазинов.



Агентство

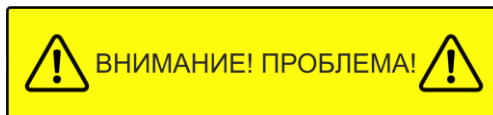
Наше решение

Решение: создание сайта с удобным для пользователя функционалом и интерактивной картой для легкого нахождения конкретных товаров и брендов на территории магазина.



Было предложено **3** варианта сайта

И ТУТ...



1. Заказчик выбрал один, а хочет функционал из всех трех
2. Каждая доработка требует соглашения сразу семи департаментов – затягивает сроки
3. Заказчик постоянно хочет дополнительный функционал, но бюджет у него фиксированный

1. Техническая документация и прототипирование сайта перед началом работ

Длинная цепочка согласования работ по проекту – это та проблема, с которой может справиться только сам ЗАКАЗЧИК!

