

Analiza retail - White Image: În luna cadourilor, retailerii vând cu 5%-20% mai puține produse, dar vor avea încasari mai mari decât anul trecut. Acum se va vedea efectul investițiilor anterioare în analizarea consumatorilor și în promovare



În decembrie, una dintre cele mai efervescente perioade de cumparaturi din an, retailerii vor înregistra o scădere între 5% și 20% a numărului de produse vândute comparativ cu aceeași luna de anul trecut, însă vor avea venituri mai mari cu aproximativ 5% în contextul inflației ridicate, arată o analiza realizată de White Image, cea mai mare agenție de email marketing din România. Potrivit reprezentanților companiei, business-urile care nu au investit în profilarea audienței vor avea de suferit, fiind-le afectate în continuare vânzarile.

Deși este luna cadourilor, în care istoric vorbind consumatorii români cheltuiesc mai mult decât într-o perioadă fără sărbători, în decembrie 2022 retailerii care nu au o analiză concretă a profilului clienților, care nu colectează date ale acestora, care nu promovează produsele potrivite și care nu au campanii de discount-uri vor înregistra venituri mai mici decât anul trecut. Printre motivele acestor scăderi se află faptul că românii sunt tot mai sensibili la preț, acesta fiind cel mai important criteriu de achiziție în contextul actual, dar și faptul că multe campanii de promovare nu sunt pregătite strategic, din timp, ci în ultimele momente și fără un plan bine pus la punct.

“Aproape fiecare afacere este îngrijorată sau se confruntă deja cu încetinirea sau scăderea creșterii veniturilor, deoarece mulți experți consideră că ne îndreptăm către o recesiune. Dacă până recent se vorbea de creșteri și iar creșteri de cifre, în ultima perioadă se vorbește de strategii pentru susținerea afacerii sau, în cel mai fericit caz, pentru a avea o creștere durabilă. În acest context, marketingul are un rol major în orice business, devenind un instrument care trebuie să se adapteze noilor condiții și să mențină operațiunile sănatoase. Acum încep să se simtă investițiile anterioare în tehnologiile de gestiune a relației retailerilor cu clienții și potențialii clienți, în sisteme de CRM și strategii de email marketing și SMS marketing și în corectitudinea colectării și gestiunii datelor consumatorilor. Business-urile care nu au investit în profilarea audienței vor avea de suferit”, explică **Andrei Georgescu**, co-fondator White Image.

În situația actuală, doar câteva categorii de produse se vând ușor, precum brazii sau decorațiunile de Crăciun, vacanțele pentru această perioadă sau produsele bancare cum ar fi cardurile de credit.

Astfel, pentru a impulsiona vânzarile, în retailul tradițional și online sunt promovate preponderent campaniile de discount deoarece românii sunt interesați să economisească. Cea mai preferată metodă de retailerii este promovarea

ofertelor prin email marketing, o soluție mai puțin costisitoare, prin care trimit consumatorilor produsele de care aceștia sunt interesați și pentru care există cea mai mare șansă de vânzare. În completare, în apropiere de Craciun, mai intens folosită este promovarea ofertelor prin SMS. Per total, pentru campaniile de promovare în decembrie, companiile au majorat bugetele cu 10%-20% față de o lună obișnuită.

“Consumatorii au devenit mai sensibili la preț și caută oferte atractive pentru a economisi bani. Astfel, mai mult ca niciodată, companiile trebuie să vândă cât mai inteligent și să se folosească de toate tehnologiile în care au investit până acum sau să folosească de acum tehnologii și soluții care îi ajută să vândă mai bine. Puterea cifrelor este de multe ori subestimată, însă promovarea, ca să aducă rezultate, depinde acum de adunarea datelor și de informații precise. Am anticipat acest moment și am dezvoltat sistemul propriu de CRM, pentru a genera vânzări mai mari în retail”, explică **Grațiana Lupu**, *co-fondator White Image*.

Astfel, pentru a ajuta retailerii să promoveze corect și să-și crească veniturile, White Image a dezvoltat în noi tehnologii care permit obținerea automatizată a datelor despre consumatori și profilarea precisă a acestor, prin integrarea facilă cu soluțiile de colectare a datelor din formularele web, telefonic sau formulare completate în magazine prin interacțiunea directă cu consumatorii. În acest sistem, pot fi setate în mod automat campanii de promovare prin email sau SMS pentru a fi trimise consumatorilor, astfel încât procesul de vânzare să fie scurtat, dar și să ofere suport după vânzare clienților, contribuind la loializarea acestora.

Sfaturi pentru retailerii: cum să își pot crește vânzarile de Craciun și în perioade liniștite

După un Black Friday mai slab decât în anii trecuți, retailerii au înțeles că produsele sau serviciile nu se vând în mod natural doar pentru că există oferte și discount-uri. Astfel, companiile caută soluții care să le asigure promovarea corectă și vânzarea dorită.

În acest sens, White Image a pregătit o serie de sfaturi pentru retailerii:

1. Folosirea unor modalități mai eficiente care pot susține obiectivele de marketing în ciuda bugetelor reduse

În contextul actual multe companii simt presiuni de micșorare a cifrei de afaceri. În unele situații unde se înregistrează creșteri acestea nu mai au ritmul anilor anterior, iar aceste situații pun presiuni pe bugete.

Pe măsura ce bugetele de marketing se micșorează, retailerii pot să:

- automatizeze taskurile repetitive de raportare și integrări de date
- identifice oportunitățile de personalizare a mesajelor pentru a îmbunătăți eficient campaniile
- crea noi modalități de a colabora mai bine cu echipele de la distanță
- personalizarea email-urilor cu promoții pentru a le face cât mai relevante (din păcate acest lucru nu este posibil pentru mulți marketeri din cauza incosistenței sistemelor de gestiune a datelor folosite)
- campaniile de discount să fie corelate cu o comunicare relevantă care se bazează pe o segmentare corectă a audienței, identificarea punctelor de interes pentru fiecare segment și crearea unor mesaje care să se conecteze emoțional și rațional cu interesele fiecărui segment de clienți

2. Oferirea de plus valoare clienților actuali

În contextul unei crize este mai dificilă atragerea unor noi clienți și de aceea ar trebui să se îmbunătățească strategiile de relaționare cu actualii clienți, ceea ce ar ajuta la protejarea veniturilor existente.

Pentru a îmbunătăți relaționarea cu actualii clienți poți lua în considerare:

- folosirea mai eficientă a datelor primare existente și formalizarea, dacă este cazul, a procedurilor de colectare a acestor date – astfel încât aceasta zonă să devină strategică
- asigurarea că după o achiziție clienții primesc toate informațiile și serviciile necesare pentru a beneficia la maxim de produsul/serviciul achiziționat, și aici ar fi vorba de programe de onboarding, de garanții, educare, suport
- găsirea unor beneficii care pot reînprospăta relațiile cu clienții inactivi
- lansarea unor programe de fidelizare și comunicare personalizate
- gândirea de campanii de cross selling automate
- fructificarea oricarei strategii cu actualii clienți pentru menținerea lor, dar care aduce și un plus de valoare companiei

Zona de marketing a devenit tot mai complexă, iar necesitatea de a controla și integra datele ajută la îmbunătățirea rezultatelor aduse de acțiunile de marketing, dar și la reducerea costurilor. A avea un tool de CRM, de email marketing și de SMS marketing nu poate face decât să creeze mai multe oportunități de comunicare mai relevante cu costuri mai mici, ceea ce ar optimiza cheltuielile de marketing.

Fondată în 2003, White Image este prima și cea mai mare companie de email marketing în România. Dezvoltată de români specializați în marketing, White Image a adus un concept nou de activitate, punând bazele unui segment de business stabil pe piața locală. În prezent, compania oferă servicii de email marketing, creare și concepere de campanii de marketing și alte servicii de promovare pentru sute de clienți din România, Europa și Asia, din domeniile auto, banking, travel, retail, ecommerce, pharma și altele. Pentru campaniile inedite realizate pentru clienți, White Image a obținut 6 premii internaționale la Marketing Sherpa Award, în SUA, cea mai prestigioasă competiție de email marketing din lume.