



Как форма торговли Online-to-Offline помогает стать ближе к пользователям

Наталья Баранова

<https://te-st.org/2017/10/09/online-to-offline-commerce/>

Статья обновлена 10 августа 2021



«Онлайн-офлайн» коммерция (от англ. Online-to-Offline, O2O) – инновационная форма торговли или бизнес-стратегия, которая направлена на привлечение потенциальных клиентов в традиционные магазины из Интернета. Этот формат объединяет виртуальные и физические рынки. Некоммерческим организациям, которые занимаются интернет-торговлей, будет полезно изучить эту модель. Она поможет привлечь онлайн-пользователей, равнодушных к вашей социальной работе, на офлайн-мероприятия: благотворительные акции, фестивали, концерты.

Модель O2O призвана идентифицировать клиента в Интернете, например, через email-рассылки, контекстную рекламу. Идея модели O2O в том, чтобы побудить клиента покинуть интернет-пространство и направить его на разные офлайн-площадки, например, торговые центры.

Для этого в ход идут маркетинговые технологии. Благодаря клиентской базе онлайн-ресурса можно управлять поведением клиентов. У O2O модели есть свой тип клиента: пользователи Интернета, которые не хотят дожидаться доставки, а предпочитают посещать реальные магазины и делать покупки сразу.

Еще по теме: Как российские активисты осваивают фандрайзинг в сети с помощью интернет-торговли

Во время появления интернет-торговли ритейлеры беспокоились, что конкурировать с компаниями электронной коммерции будет крайне сложно. У традиционных магазинов были высокие издержки в виде аренды, большой штат, ограниченное пространство, которое не позволяло предлагать широкий выбор товара. Интернет-магазины сэкономили на зарплатах небольшого штата и предлагали больше товаров.

Сейчас некоторые компании имеют присутствие в онлайн, и в физическом магазине. Два этих формата дополняют друг друга, но не конкурируют. Цель O2O торговли в том, чтобы размещать информацию о продуктах и услугах в онлайн, позволяя потенциальным клиентам изучить различные предложения. А затем предложить им посетить магазин для совершения покупки.

Методы «онлайн-офлайн» торговли:

- создание пунктов самовывоза интернет-заказов на базе розничных магазинов или складов;
- возможность вернуть товар в физическом магазине;
- возможность сделать заказ онлайн в магазине;
- специальные предложения: скидочные онлайн купоны, QR-коды, участие в онлайн-игре.

Рынок вынужден идти за потребителем и отвечать на его технические запросы. Современный пользователь привык быстро и удобно выполнять все операции онлайн.

Именно поэтому такие крупные технологичные компании, как Uber, Airbnb или OpenTable уже используют модель O2O на новом уровне: потребитель может заказывать услуги и товары с помощью смартфона.

Материал основан на статье в Investopedia.