

Marketing data

меньше минуты назад

Конкурентное преимущество Amazon и то, как ритейлеры сопротивляются



В 2018 году глобальные чистые продажи Amazon достигли 233 миллиардов долларов, и ее впечатляющий рост продолжает разрушать розничную торговлю.

Amazon находится на пути к тому, чтобы стать крупнейшим ритейлером в США - и, как ожидается, к 2022 году обгонит Walmart, согласно данным недавнего исследования рынка, представленного Packaged Facts под названием Amazon Strategies и Amazon Shopper, 2-е издание. Валовые продажи товаров Amazon в США к 2022 году составят почти половину продаж электронной торговли в США, по сравнению с 43% в 2019 году и 28% в 2015 году.

Основываясь на исследовании Packaged Facts, мы подробнее рассмотрим, как Amazon создавала и поддерживала такое огромное конкурентное преимущество и как предприятия розничной торговли в разных отраслевых категориях сопротивляются.

Эффект Амазонки

Доминирование Amazon не только бросило вызов традиционной бизнес-модели, но и изменило ожидания потребителей и обнулило отраслевые стандарты. Начнем с того, что никто больше не хочет платить за доставку, и с началом однодневной бесплатной доставки Amazon, розничные торговцы вовлечены в «гонку скорости доставки». Конкуренты, такие как Walmart и Best Buy, развернули свои собственные на следующий день. Службы доставки, следуя примеру Амазонки.

Amazon известна тем, что предлагает бесплатную доставку и удобство, но она также предлагает широкий выбор продуктов по конкурентоспособным ценам. Отсутствие хлопот, простое оформление заказа и огромное хранилище отзывов также помогают сделать Amazon привлекательным вариантом для растущего числа потребителей.

Конкуренты Амазонки отбиваются

За последние два десятилетия Amazon расширился от одной категории до другой - подогревая конкуренцию в книгах, игрушках, электронике, одежде, продуктах для животных и

продуктовых магазинах. В результате среди конкурентов Amazon есть ряд таких тяжеловесов, как Walmart, Home Depot, Best Buy, Kroger, Petco и PetSmart, а также другие.

Эти ритейлеры признают необходимость в скорости и привлекательности доставки в тот же день или на следующий день, но есть и другие способы, которыми они могут дифференцировать свои предложения.

Услуги в магазине

У розничных продавцов есть сильные стороны, особенно когда речь идет об услугах в магазине. Walmart - отличный пример. Согласно данным опроса, более 20% покупателей Walmart пользуются услугами в магазинах, такими как аптека, финансовая, оптическая и обработка фотографий. Этот широкий спектр услуг помогает увеличить доходы и увеличить трафик в магазинах.

Geek Squad от Best Buy - это еще один тип услуг, который помогает клиентам даже в эпоху электронной коммерции. Geek Squad состоит из более чем 20 000 агентов по всей территории США, которые предлагают техническую поддержку для компьютеров, умных домашних устройств и ремонта устройств. Geek Squad помогает привлекать клиентов для Best Buy, стимулировать импульсивные покупки и решать основные потребности потребителей способом, который сложно сделать для Amazon.

Нажмите и соберите

Еще одним ключевым преимуществом таких ритейлеров, как Walmart и Best Buy exploit, являются услуги «нажми и собери», которые позволяют клиентам заказывать товары в Интернете и забирать их в магазине. Щелчок и сбор дают клиентам удобство и мгновенное удовлетворение, которого они жаждут - без риска посылки пакета на пороге, где воры могут легко захватить его.

Home Depot сделала еще один шаг вперед, установив автоматические шкафчики для пикапов в более чем 1100 магазинах, что позволяет покупателям не стоять в очереди.

Amazon действительно предлагает шкафы для пикапов в Whole Foods и в других местах, но гиганту электронной коммерции сложно соответствовать масштабам программ «нажми и собери», которыми управляют некоторые из крупнейших розничных продавцов.

Ссылка на статью: [Конкурентное преимущество Amazon и то, как ритейлеры сопротивляются](#)