



IBM Software Group | WebSphere Software

国内外零售业的电子商务创新



毛春景

IBM大中华区电子商务战略总监

WebSphere® software

日程

1

零售业电子商务创新动力

2

零售业电子商务创新方向

3

零售业电子商务创新手段

满足当今世界最苛刻的消费者

- 对产品，价格和定价了如指掌
- 精通技术以及相关的产品和服务
- 缺乏对任何一个商家的忠诚
- 现代‘自己自足’渴求信息以自己做出‘智慧’的决定



- 积极的参与者，开放式的共享，搜寻消费者自己驱动的内容
- 张扬自我，热切期待每一与商家互动中的个性化和高质量的客户服务
- 由时间，价值和信息三种新形货币来驱动

今天的变化 — 或者远一点讲，以后的变化 — 将来自这些新的被赋予了力量的消费者，他们将通过利用 Web2.0 技术赋予的力量，以一中我们前所未见的方式来屏蔽来自商家的权力和影响力 - Gartner 2008



新一代: 15 - 35



迷茫的一代: 36 - 50



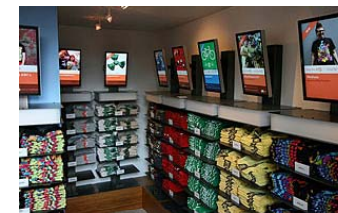
这些群体在2015年以前还会继续演变

婴儿潮一代: 51 - 69



传统一代: 70+





新的接入点

新型的互动模式

技术的演变

新颖的商店布局

创新

零售渠道多样化



智慧的客户交互平台



电子商务地域行业化



电子商务随地域经济、文化的差异而呈现明显的地域行业化



Sony在北美(上)和亚洲(下)的网店对比

什么是零售业在未来五年内的战略支撑点？

利用层出不穷的数字化的客户接触点和客户交互模式来优化品牌体验

关联：支持多样化的苛刻的客户的行为

体验：与客户融为一体，支持全新的互动模式

连接：支持新的客户接触点和统一接入的客户

创新：支持下一代商店

在线零售业的发展方向

客户为中心

- 利用动态界面和精准营销革命性的提高用户体验
- 提升客户的积极参与和与客户的互动对话
- 提供高性能的业务流程和业务工具以提升客户便利性和业务便捷性

跨渠道优化

- 客户的快乐来自于可以无缝的穿越各个渠道，随时随地随需的完成业务
- 通过探索不同个渠道的优势和成本来实现资源的最优分配

基础设施领先

- 加速业务创新
- 提供可扩展性、性能和灵活性来满足当前，尤其是未来的严苛要求
- 简化并加速客户互动方案的开发，交付和管理

在线零售业的发展方向

客户为中心

体验
关联

跨渠道优化

灵活
连接

基础设施领先

扩展
创新



[illegible]

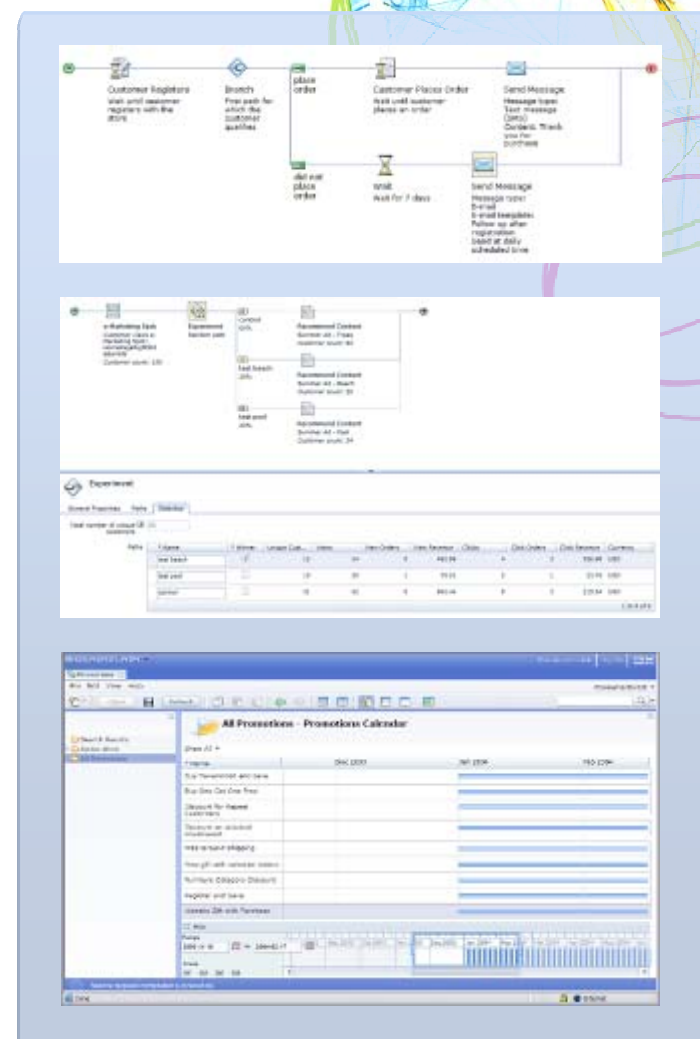
改变着我们营销的方式，建立关系的方式，交付品牌价值的方式



跨渠道精准市场营销

成功的品牌是精心设计和执行的

- 可以处理复杂的跨渠道业务
- 先进的规划和细致的管理、使其可以执行复杂的数字活动
- 支持新的接入点和活动类型
- B2B的优化增强
- 行为的市场营销



驱动基于精准营销的跨渠道交互

- 提高在线零售的营销管理能力
 - 使营销人员能够创建，管理和部署跨越直接和扩展的品牌接触点的个性化的营销活动
- 跨渠道精确营销引擎
 - 互联网，移动网络，跨渠道
 - 社会网络参与
 - 与互联网生态系统的集成
 - 商家对商家的“行为营销”
 - 基于行为的客户细分和人物角色定义
- 多变量测试



提供一个参与和相关的跨渠道的购物体验



在线



商店



销货点



联络中心



移动购物

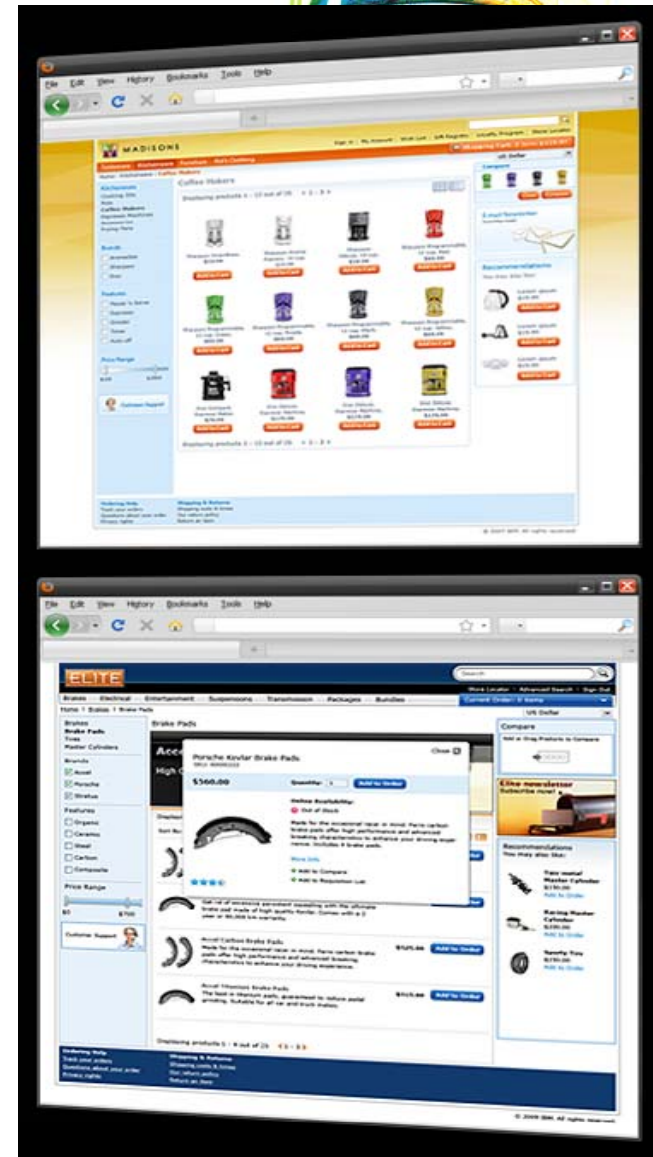


售货亭



利用新的Web 2.0技术和集成的社会化电子商务来提供丰富的以客户为中心的用户体验

- 提供新型 B2C和B2B 商店模式
- 集成社会化电子商务
- 提供新型的Web 2.0部件
- 商家对商家的运营支持
- 提高搜索引擎优化
- 改善性能



利用精准营销来优化数字体验



上网
& 电子邮件



SEO 着陆页和优化



Widgets, (互联网, 桌面 & 移动)



签名



移动 & 短信



社区



数字购物券



渠道



数字购货亭



联盟站点和优化



聚合器/门户



新的正在出现的接触点

扩展品牌体验



搜索对比引擎的优化



联盟网站



门户网站



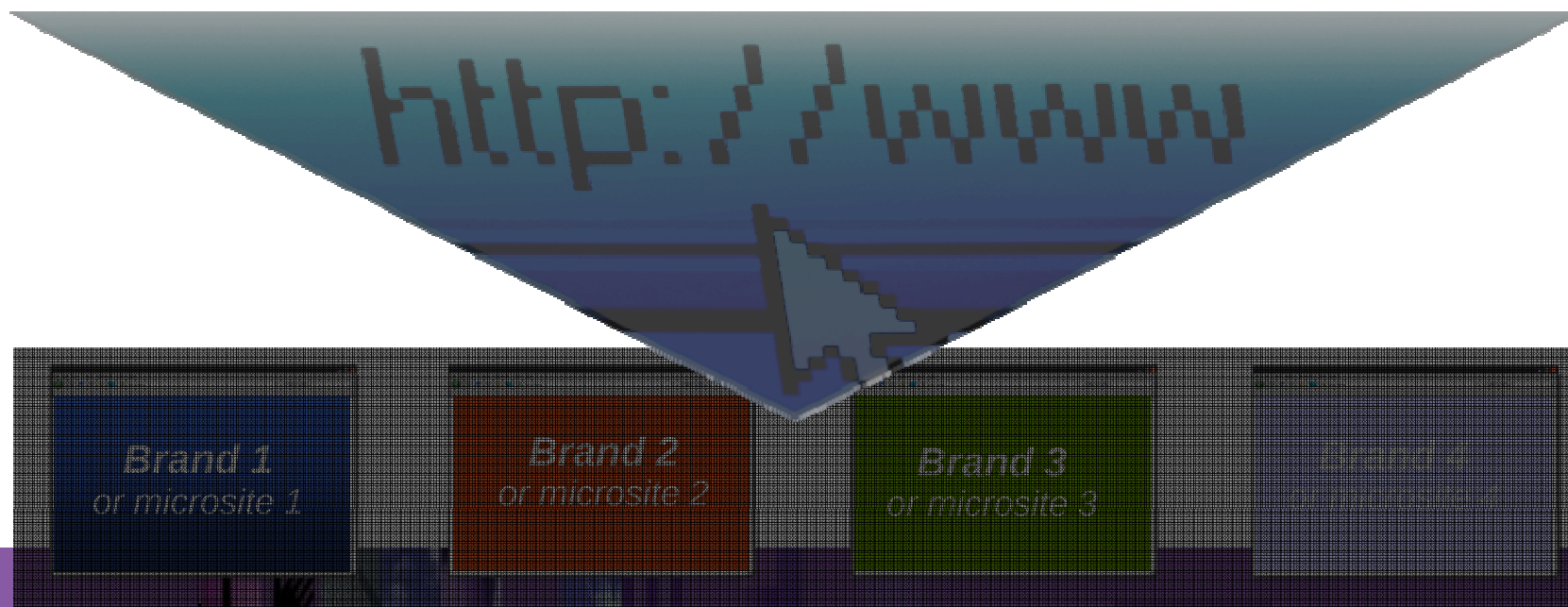
社区



组件



病毒式营销

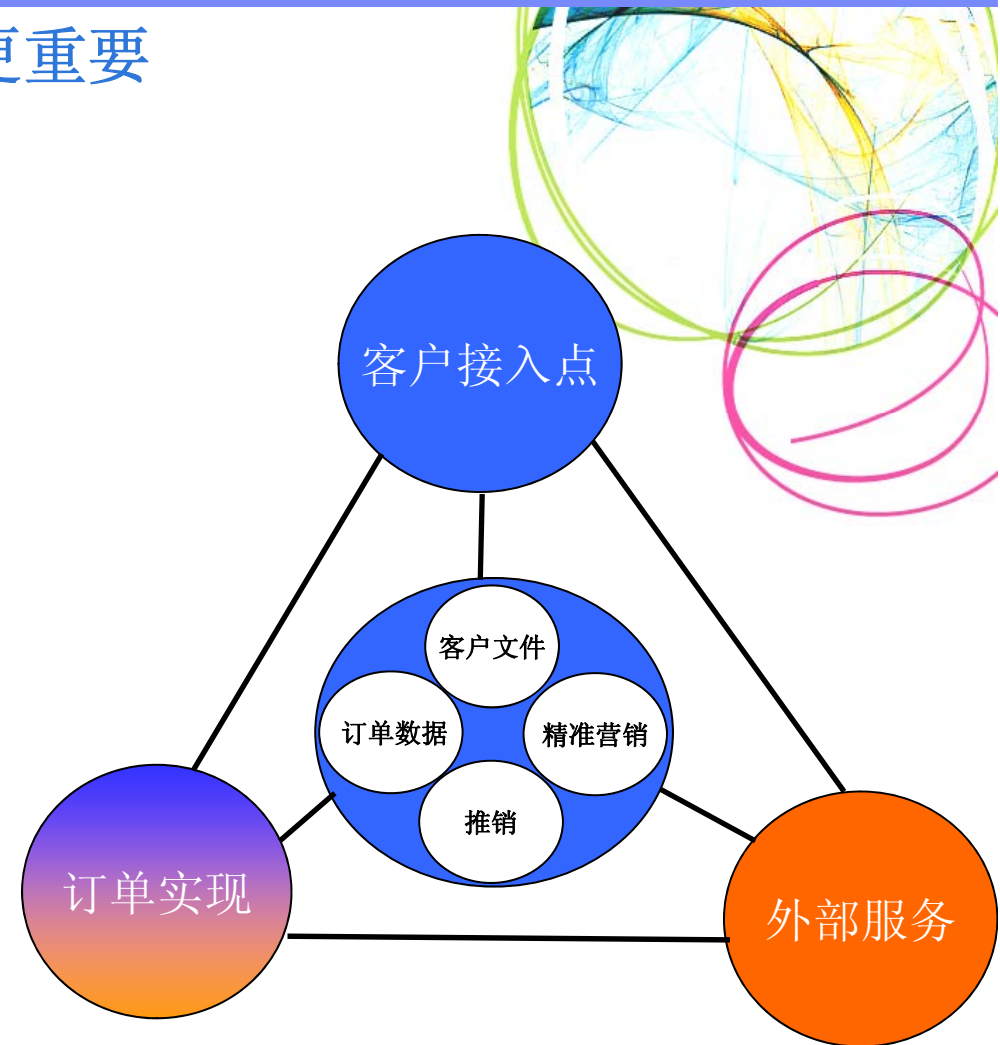


今天的消费者在一个购买流程中无缝跨越多个渠道



为什么跨渠道的零售业比以往更重要

- 网上多数的消费者都是跨渠道顾客
 - 53%的消费者会利用互联网来比较相关产品的功能和价格
 - 25%的消费者在商店里使用移动设备通过互联网来比较相关产品的功能和价格
 - 十分之一的顾客在购物时会发送短信给朋友和家人
- 连通性将成为生活的一部分
 - 消费者期待可以在任意时间，为任何事情，从任何地点连接到任何人
- 超一流的运作模式，特别是当经济面临挑战的时期



46%的受访者在渠道间迁移时会改变零售商

通过跨渠道流程优化跨渠道交互

- 在线购买和店内取货 (BOPIS)
 - 或在线订购和店内取货/支付
- 无尽的销售过道
 - 购买店内脱销的商品并发送到家
- DOM 集成
 - 店内库存可见性
 - 订单转移, 库存分配, 和转台更新



通过移动电子商务来优化跨渠道交互

- 短信
- 移动商店模式
- 移动交易和跨区渠道支持
- 与精准营销引擎集成，支持移动的触发器和动作



通过基础设施的增强确保峰值性能

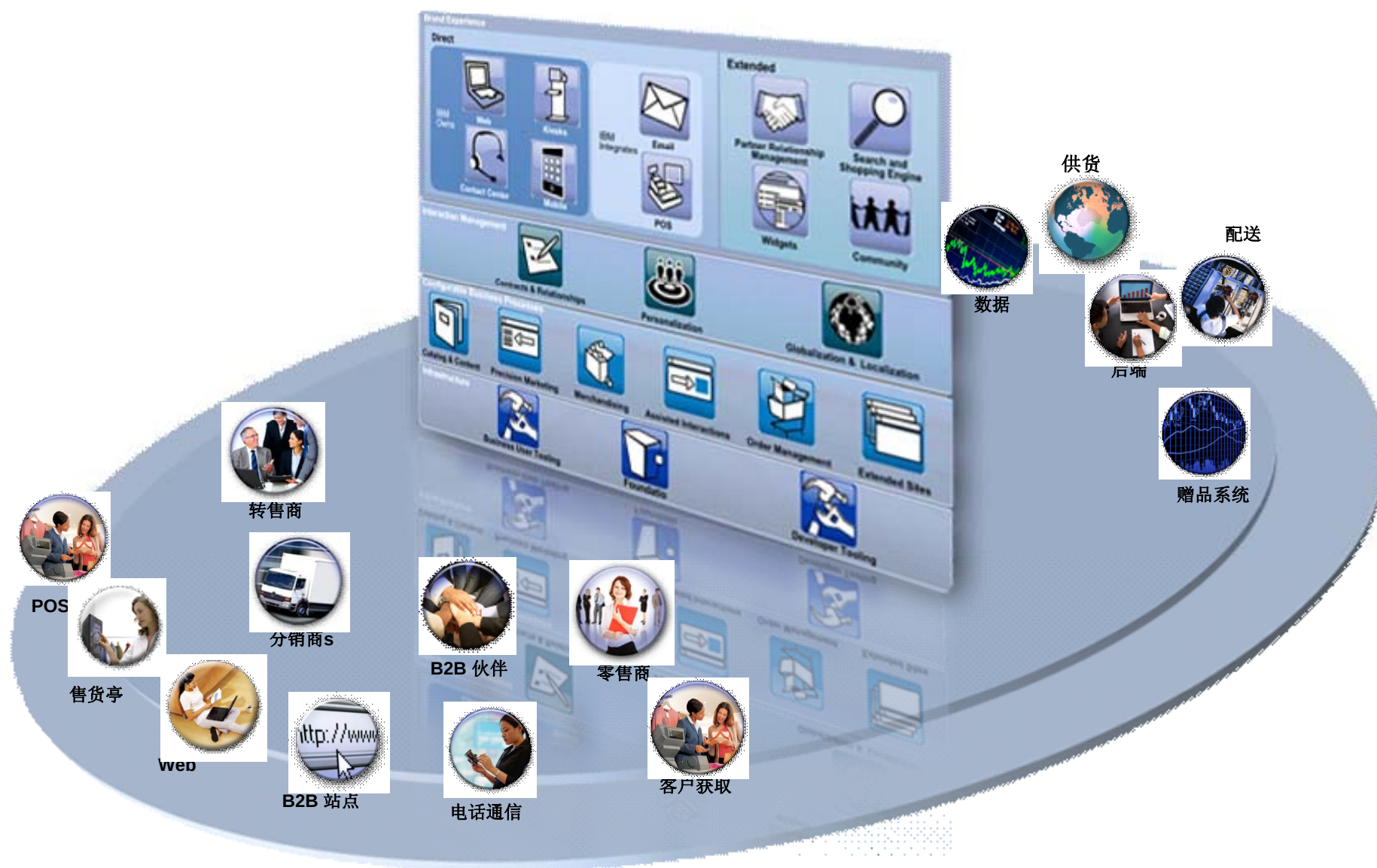
- 缩短响应时间以提供丰富和个性化体验
 - 1 到 2 秒的响应时间（复杂的内容）
- 对交易量的增长具有可扩展性
 - 支持在销售周期的峰值的大交易量
- 对增长的关键性具有可用性
 - 实现零停工维修和多点冗余



业务性能的不断提高

- 处理更多的订单
 - 最新的 IBM JVM在改进后性能提高了20%
 - 在JDBC改进后性能提高了15%
 - 使用新型数据上传工具上传目录和库存数据的速度提高了3倍
- 交付优秀的购物体验
 - 使用Web 2.0 商店可大大提高页面载入速度
 - 使用改善的CSS技术
 - 使用 Dojo 1.3.1进行快速解析
 - 使用高速数据缓存保存SQL语句来提高反应时间
 - 对大多数页面实现了亚秒级别的反应时间





国际拓展与本地化方案



对电子商务进行国际拓展
和本地化实施



中国解决方案

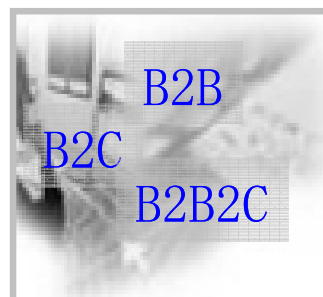


巴西解决方案

CaaS= 最佳电子商务实践 + 最新IT技术

成熟的电子商务平台

- 世界领先的电子商务解决方案
- 集合+1000企业电子商务实施的最佳实践
- 按需应变的电子商务功能与多种业务模式



CaaS

- 高效使用现有硬件和软件投资
- 自动的工作负载平衡机制
- 基于互联网的软件服务提供



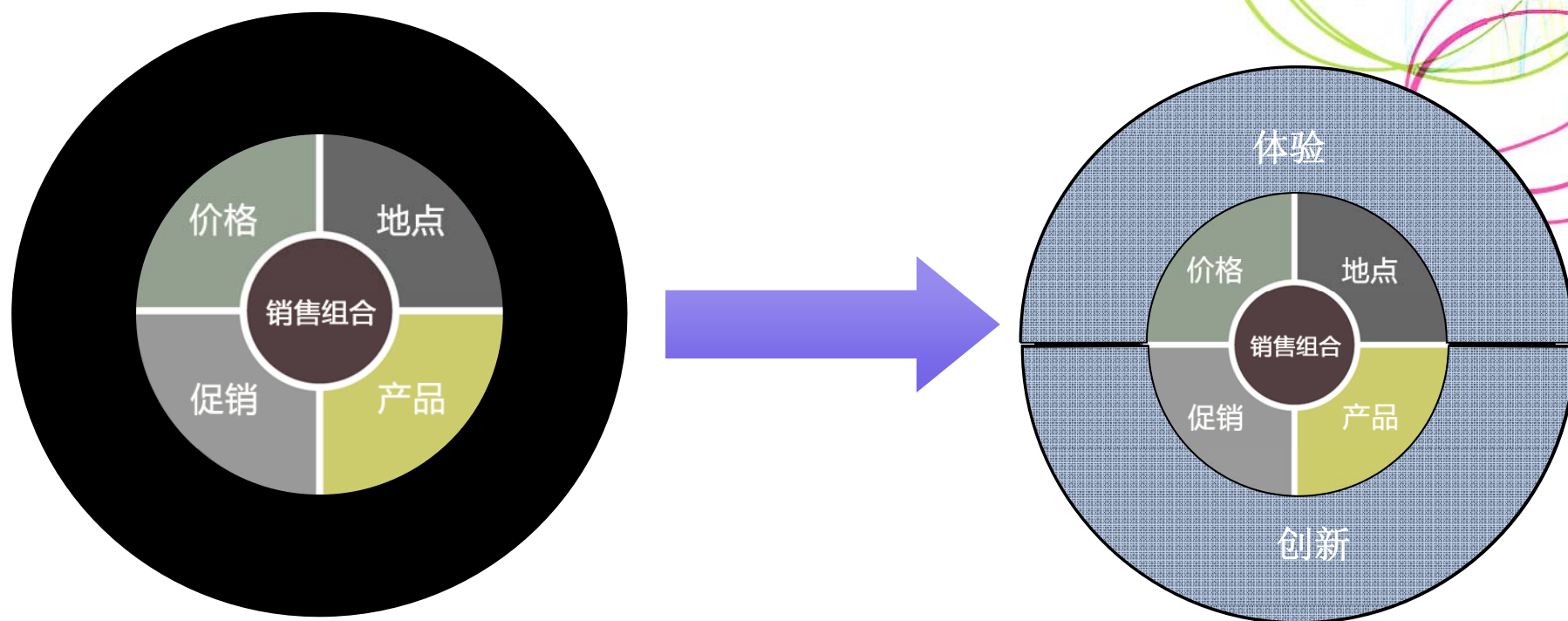
先进的云计算技术

专为中国客户优化的商店店面

基于世界最好的电子商务平台解决方案

低成本投入，低风险的实施方案

品牌价值 and 分化 已经从传统的营销组合转移至以创新和消费者体验来创造价值阶段



在正确的时间、地点、以正确的价格
出售给正确的客人以正确的产品会提
高品牌价值

不断的改善客户的购物体验
会增加品牌的价值

Thank
You

