

ไอโอทีที่สร้างประสบการณ์หน้าร้าน ยกระดับ อุตสาหกรรมค้าปลีก



โดย ทีมงานของอะโดบี

ภายในปี 2565 อุตสาหกรรมค้าปลีกจะเป็นหนึ่งในห้าอุตสาหกรรมที่เติบโตเร็วที่สุดทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และมีความเป็นไปได้มากกว่าไอโอที (IoT) จะกลายมาเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะถูกนำมาใช้ขับเคลื่อนธุรกิจของผู้ค้าปลีกทั่วโลก อย่างไรก็ตามสิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับผู้ค้าปลีกคือ การสรรหากลยุทธ์ศาสตร์สร้างความน่าสนใจดึงดูดสายตาลูกค้าพร้อมกับรักษฐานลูกค้าในเวลาที่ดีลาดมีการแข่งขันสูงเช่นทุกวันนี้

โดยรายงาน ความสามารถในการเป็นผู้นำดิจิทัลในอุตสาหกรรมค้าปลีก จากอะโดบี ได้เผยให้เห็นประเด็นสำคัญเกี่ยวกับ การลงทุนด้านเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสบการณ์ให้แก่ลูกค้าหน้าร้าน ซึ่งได้รับความสนใจอย่างมากในประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ โดยเริ่มจากการเปลี่ยนดีไซน์ร้านค้า ปรับพื้นที่ให้บริการเพื่อรองรับประสบการณ์ช้อปปิ้งให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

เช่นเดียวกับกับรายงานอีกชิ้นจากอะโดบี หัวข้อ เทรนด์ดิจิทัลสำหรับอุตสาหกรรมค้าปลีก ที่ระบุว่า เพื่อจัดการปัญหาที่ผู้บริโภคพบเจอเวลาที่ไปช้อปปิ้ง ผู้ค้าปลีกจำเป็นต้องยกระดับประสบการณ์ลูกค้าให้ตรงตามความต้องการ โดยมีผู้ค้าปลีกในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกได้นำ IoT มาใช้เพื่อบริหารจัดการช่องทางการให้บริการต่างๆ ตั้งแต่ จุดรับชำระค่าสินค้าและบริการ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและลักษณะของผู้บริโภค

โดยอะโดบีได้เผยเทรนด์การนำ IoT เข้ามาใช้ดำเนินธุรกิจค้าปลีกในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกไว้ดังนี้

การต่อยอดประสบการณ์ลูกค้าด้วยเทคโนโลยีบีคอน (Beacon) และการทำตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย Beacon คืออุปกรณ์บลูทูธขนาดเล็กที่ทำหน้าที่ระบุตำแหน่งและส่งข้อมูลแจ้งเตือนไปยังสมาร์ทโฟน เปิดตัวครั้งแรกโดยแอปเปิลในปี 2556 ซึ่งปัจจุบัน ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในเอเชียแปซิฟิก

โดยรายงานจาก Graphical Research ประจำปี 2561 ได้คาดการณ์มูลค่าการเติบโตของเทคโนโลยี Beacon ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ว่าอาจมีมูลค่าถึง 9 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2567 และจะเติบโตมากกว่า 100% ต่อปี ซึ่งปัจจัยหลักมาจากจำนวนการใช้งานโมบายล์ดีไวซ์ของประชากรในภูมิภาคที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ปีที่ผ่านมามี Dan Murphy ร้านค้าปลีกสุราชื่อดังของประเทศออสเตรเลีย ได้ทดลองใช้เทคโนโลยี Beacon ในร้านที่

ตั้งอยู่ในเมืองโกลด์โคสต์ โดยร้านค้าดังกล่าวได้รับการออกแบบเฉพาะเพื่อให้รองรับการทำงานของเทคโนโลยีดังกล่าว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ประหยัดเวลา และมอบประสบการณ์ซื้อสินค้าแบบครบวงจร โดย แอปพลิเคชันของ Dan Murphy จะช่วยให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อออนไลน์และได้รับการแจ้งเตือนเมื่อคำสั่งซื้อได้รับการยืนยัน และสินค้าพร้อมส่ง นอกจากนี้ลูกค้าสามารถใช้แอปฯ แจ้งเตือนล่วงหน้าไปยังร้านค้าในวันที่จะไปรับของ หรือ กรณีที่ลูกค้าออนไลน์ตำแหน่งที่อยู่ปัจจุบันและอยู่ในรัศมี 400 เมตรของตำแหน่งร้านค้า แอปฯ จะค้นหาตำแหน่งอัตโนมัติและส่งแจ้งเตือนไปยังพนักงานให้เตรียมสินค้าให้พร้อมเนื่องจากลูกค้ากำลังเดินทางเข้ามารับสินค้าแล้ว

ขณะนี้บริการดังกล่าวได้ถูกนำไปให้บริการในร้านค้าเพิ่มเติมอีก 4 แห่งทั่วประเทศออสเตรเลีย

เทคโนโลยี RFID เพิ่มความสะดวกสบายในการชำระสินค้า

เมื่อปีที่แล้ว Panasonic ร่วมกับ Trial Company เปิดตัวโซลูชันชำระเงินอัตโนมัติด้วยเทคโนโลยี RFID เป็นรายการของอุตสาหกรรมค้าปลีกที่เปิดให้ลูกค้าในประเทศญี่ปุ่นสามารถชำระค่าสินค้าได้เพียงเดินผ่านจุดชำระเงิน โดย Trial ได้นำเทคโนโลยี RFID มาฝังบนแท็กเพื่อระบุรหัสสินค้าซึ่งระบบดังกล่าวถูกออกแบบมาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการคลังสินค้าและจุดรับชำระเงินหน้าร้าน

ในร้านทดลอง “Trial Lab” ได้นำฉลากอัจฉริยะที่ติดแท็ก RFID มาใช้แทนบาร์โค้ด UPC แท็ก RFID เป็นบาร์โค้ดอัจฉริยะที่สามารถเชื่อมต่อข้อมูลกับระบบเครือข่ายเพื่อติดตามสินค้าทุกชั้นที่ใส่ไว้ในรถเข็นทำให้ลูกค้าสามารถชำระเงินอัตโนมัติเพียงเดินผ่านจุดรับชำระเงิน

จะเห็นได้ว่า ความพยายามในการพัฒนาเทคโนโลยี IoT อย่างต่อเนื่อง จะทำให้ร้านค้าอัจฉริยะสามารถเกิดขึ้นจริงได้ในอนาคตอันใกล้ ร้านค้าอัจฉริยะจะรวมเทคโนโลยี RFID การจดจำใบหน้าและการจดจำรูปภาพเพื่อบันทึกและติดตามประวัติการใช้บริการร้านค้า กล้องที่ติดตั้งทั่วร้านค้าจะบันทึกภาพกิจกรรมของลูกค้าและแผนที่เพื่อแสดงความถี่ของจุดที่ลูกค้าซื้อสินค้าประจำและความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้าในแต่ละพื้นที่ไว้ ซึ่งเทคโนโลยีต่างๆ เหล่านี้จะช่วยให้การจัดการสินค้าในสต็อก การแสดงผลสินค้าคงคลัง และการบริหารจัดการสินค้าหน้าร้าน ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

JD.com ร้านค้าอีคอมเมิร์ซของจีนเป็นอีกหนึ่งตัวอย่างที่เปิดตัวร้านสะดวกซื้ออัจฉริยะแห่งแรกในกรุงปักกิ่งในเดือนตุลาคม 2560 ซึ่งปัจจุบัน มีร้านค้าลักษณะดังกล่าวเปิดดำเนินการกว่า 20 แห่งทั่วประเทศจีน และขณะนี้มีร้านค้าอัจฉริยะหนึ่งร้านที่เปิดให้บริการที่ประเทศอินโดนีเซีย

ระบบ ERP เชื่อมต่อออนไลน์และออฟไลน์ได้อย่างราบรื่น

สำหรับผู้ค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์และเครื่องใช้ไฟฟ้าสัญชาติอินเดีย Tata CLiQ ที่นำระบบ ERP มาใช้การทำงานของระบบออนไลน์และออฟไลน์ของร้านค้า นับเป็นกลยุทธ์ออมนิชาแนลที่ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ระบบ ERP เป็นระบบการจัดการและวางแผนการใช้ทรัพยากรต่างๆ ขององค์กรที่ทำงานบนคลาวด์ซึ่งจะรวมเอาชั้น

ตอนการดำเนินธุรกิจขององค์กรไว้ และสามารถบริหารจัดการได้แบบเรียลไทม์ มีให้บริการทั้งในรูปแบบของ ซอฟต์แวร์และโซลูชัน

Niranjan Sane หัวหน้าฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ของ Tata CLiQ กล่าวว่า การบริหารจัดการสินค้าในสต็อกคือหนึ่งในความท้าทายของร้านค้าปลีก พร้อมกับยกตัวอย่าง การเพิ่มประสบการณ์ช้อปปิ้งที่ยอดเยี่ยมแก่ลูกค้าด้วยระบบ ERP เช่น เพิ่มความสะดวกสบายในการเรียกดูสินค้าออนไลน์/ไปดูที่หน้าร้าน หรือ ซื้อสินค้าผ่านออนไลน์แต่เลือกรับสินค้าหน้าร้าน และกำหนดให้ระบบจัดส่งสินค้าจากร้านค้าที่ใกล้ที่สุด โดยโซลูชันที่ตั้งกล่าวจะรองรับการเชื่อมต่อกับระบบ ERP และ POS ของร้านค้า สามารถบันทึกและแสดงผลข้อมูลแบบเรียลไทม์ได้ นอกจากนี้การติดแท็กให้กับสินค้าเป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้การค้นหาสินค้าจากสโตร์และส่งข้อมูลไปยังระบบ POS ทำได้สะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยการนำ IoT มาใช้จะช่วยลดความยุ่งยากในการติดตามสินค้าในสต็อก แม้จะค้นหาสินค้าเพียงแค่อินเทอร์เน็ตก็สามารถทำได้

จากที่กล่าวมาข้างต้น แทบไม่ต้องสงสัยเลยว่า ทำไมผู้ค้าปลีกจึงควรให้ความสนใจกับการนำ IoT มาต่อยอดธุรกิจ เพราะอนาคต IoT จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับการค้าปลีกพร้อมกับพลิกโฉมอุตสาหกรรมค้าปลีกในเวลาเดียวกัน

เกี่ยวกับอะโดบี

อะโดบีเปลี่ยนโลกผ่านประสบการณ์ด้านดิจิทัล รายละเอียดเพิ่มเติม www.adobe.com/sea

ติดตามอะโดบีผ่านเฟสบุ๊คที่ <https://www.facebook.com/AdobeSEA/>

###