

# Работа с данными в Fashion E-commerce 2020-2021

VASSA&Co.

# Новая реальность

- Общая нервозность
- Трансформация модели потребления:
  - осознанный шопинг
  - снижение % спонтанных покупок, некоторых групп товаров
- Смена модели потребления цифрового контента, социальных сетей брендов, коммуникации.
- Необходимость в кадрах с soft skills, креативным подходом и любовью к работе
- Изменения в рекламных стратегиях конкурентов, и в своей. Реагируют на другие банеры



2020-2021 это поворотное время —  
или сделаете верные шаги или  
многое потеряете.

Нужно бежать со всех ног, чтобы только остаться на  
месте, а чтобы куда-то попасть, надо бежать как минимум  
вдвое быстрее!

"Алиса в Зазеркалье" Л. Кэрол



# Оmnиканальный CJM

- Стройте единую цепочку онлайн и офлайна
- Анализируйте каждую их них вместе и по отдельности. Иногда это дает удивительную картину!

К примеру, у нас - разные товарные группы в bestseller, а значит и разное наполнение складов магазинов.



# Вспомните об RFM и реактивации

- Сейчас самое время для реактивации базы
- Пересмотрите и пересоберите сегменты - потребитель изменился
- Постройте более короткий срок для анализа – только 2020
- Проведите активность для группы спящих или потерянных – не только скидкой. Это может быть формат конкурса или розыгрыша призов.
- Просто сделайте это, даже если прошлый раз не удался!

# Работа с товарными остатками под E-commerce

- В период ограниченного владения товарными остатками успех интернет-магазина зависит не только от цен, но и от грамотного товародвижения.
- Бестселлеры и сроки получения товара – главный фокус.



- Планирование ассортимента: для наполнения склада мы использовали данные о продажах по SKU и категориям + наиболее просматриваемые товары на сайте + брошенные корзины. Это помогло нам максимально консолидировать нужный товар, ускориться относительно обычного движения.

# 10 советов на 2020-2021

1. Уделяйте большое внимание аналитике – особенно актуально для тех ниш, где есть сезоны и коллекции
2. Старайтесь прогнозировать и увидеть тренд
3. Изучайте аудиторию бренда, знакомьтесь заново, общайтесь в соцсетях и рассылках. Проверьте актуальны ли известные вам боли и потребности Клиента
4. Создавайте новые точки касания и каналы коммуникации, но не перебарщивайте
5. Продолжайте использовать персонализацию (донастройте)
6. Экспериментируйте, тестируйте гипотезы, запускайте новые кейсы
7. Подходите творчески к тому, что уже есть – старые методы уже точно работают хуже, чем прежде
8. При планировании закупки сегментов – будьте внимательны, уточните актуальность сегмента
9. Сделайте вашей мотивацией любовь к Клиентам, а не выручку. Они это оценят.
10. Ищите свой путь к сердцу вашего Клиента



**Марина Мищенко**

E-commerce VASSA&Co

Telegram @ladysite

[M.Mischenko@vassatrend.ru](mailto:M.Mischenko@vassatrend.ru)

[www.vassatrend.ru](http://www.vassatrend.ru)

**Спасибо!**