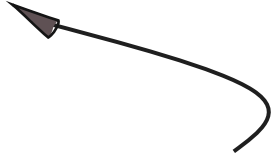


Digilahenduste mõju ostuprotsessidele



Kaubandusklubi 03.02.2021
- Eesti Kaupmeeste Liit

Roland Tammeorg
Lexi.Market tootejuht

Tootenimetused

Nimetuse elementide järjestus.

GTIN koodid

Õige formaat. GS1 süsteemis registreeritud.

Tooteühikud

Mõõdud ja kaalud.
Pakkematerjalid.

Koostisosad

Allergeenid.
Toitumisalane teave

Tooteandmed on olulised!

Korrektssed andmed on kõige alus:
Miski ei tööta valede andmetega.

Tootepildid

Kvaliteet ja formaat.

Tootekirjeldused

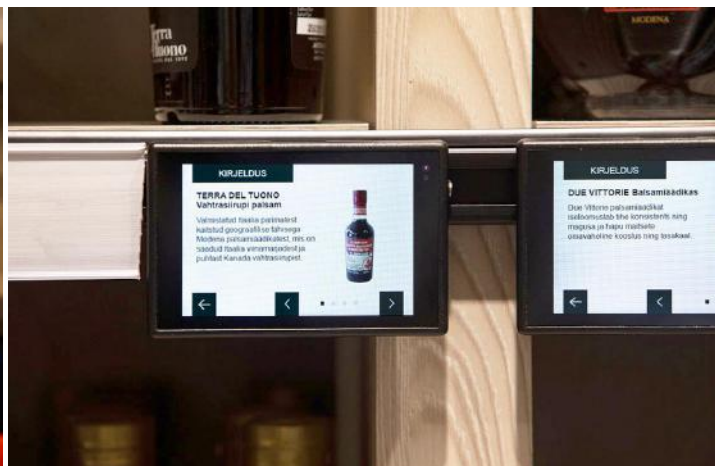
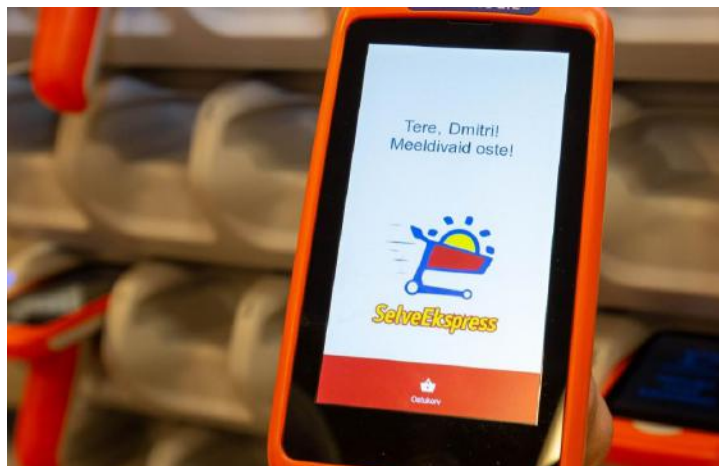
E-poes toodet kirjeldavad tekstid.

Kui tooteandmetest räägime...



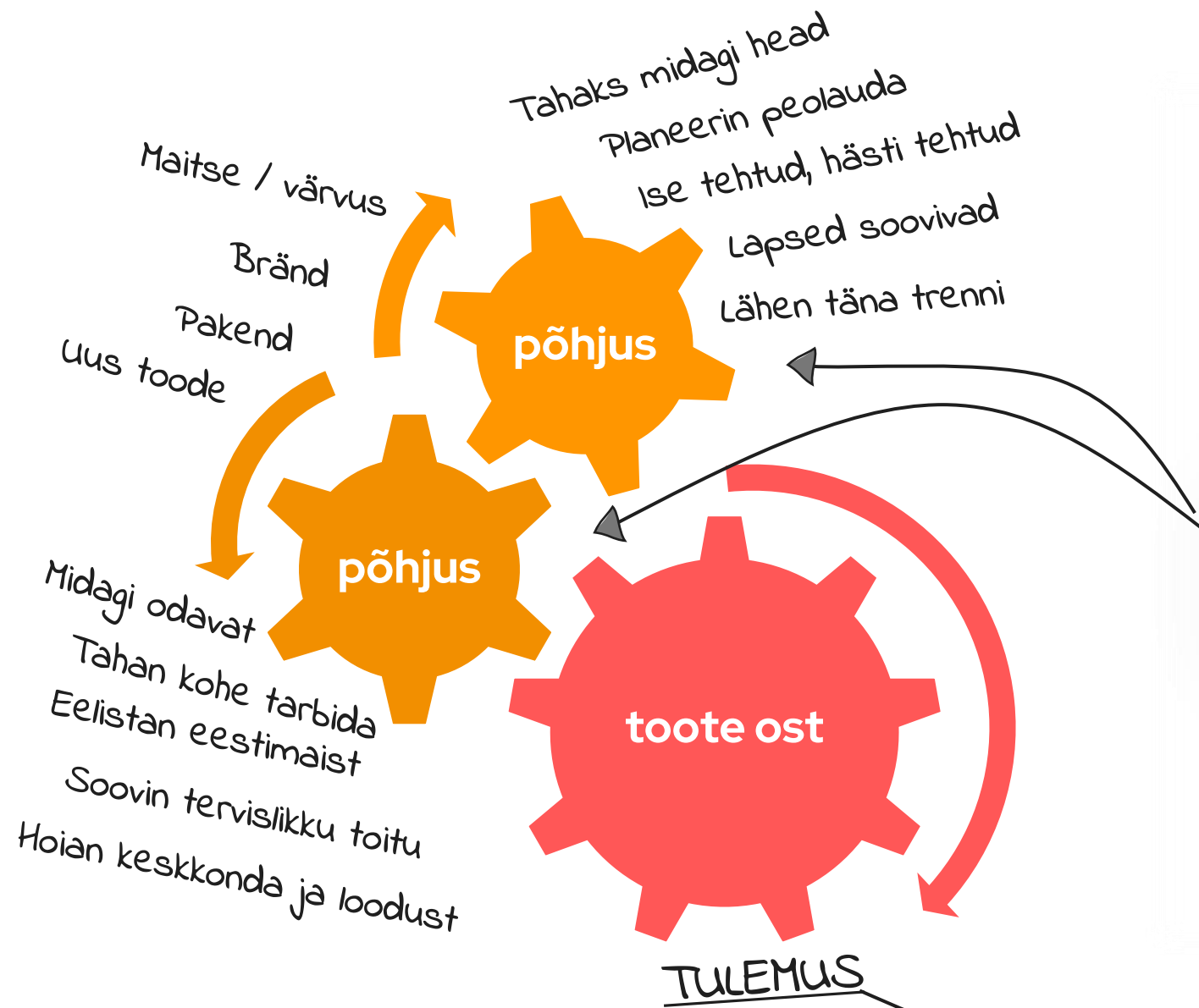


Digilahendused kliendi ostuprotsessi mõjutamiseks



**Kõige soodsam
e-pood!**

Püsi ikka rahulikult kodus,
eCoop toob kauba tasuta
Tallinnasse, Harjumaale
ja Pärnusse.



Tootekaart ja -profiil

TOOTEKAART
toote nimetused
- mõõdud
- kaalud
- hulgapakendid
jne - jne

Täispikk nimetus (max 200 tähemärki)	ET	Vanilli koorejäätis LXM Suhkrumeister 0.5L/240g
	EN	Vanilla ice cream LXM Suhkrumeister 0.5L/240g
Bränd / kaubamärk	LXM	
Tootesari / alambränd	Suhkrumeister	
Mudel	-	
Värvus	-	
Päritoluriik	Latvia	
Tootja	Brightspark OÜ	Meistri 22, Tallinn, 13517, Harjumaa, Estonia 5012345000008
Maaletooja	Brightspark OÜ	Meistri 22, Tallinn, 13517, Harjumaa, Estonia 5012345000008

Toote kirjeldus

Jäätis Suhkrumeister on puhas virtuaalne digilaks. Lihtne puhas vanilijäätis, mis loodi spetsiaalselt 2020. aasta LexiMarket tarkvaralahenduse auks ja kannab endas selle aja innovatiivset vaimu. Päike käis kõrgelt, muru oli roheline, elu oli muretu, ses enam ei olnud vaja jaekettide Exceli tabeleid täita. Eks seepärast ole Suhkrumeister tootmises, jäätis meeldib ju kõigile!

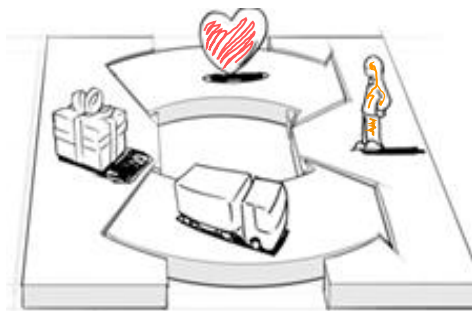
Eetilisus



Toitumisalased väited



Toote lisandväärtused



TOOTE PROFIIL

Tootekirjeldused

- pilt
- eetilisus
- lisandväärtused

Klient: Kati
Vanus: 29a.

Püsiklient.
Külastab kauplust 2-3x nädalas.
Eelistab iseteenindust.
Keskmine nädala ostukorv: 66.38€
Keskmine poes veedetav aeg: 21.2 min

Eripärad:

- Eelistab eestimaiseid tooteid.
- Ostab laktoosivabu piimatooteid.
- Ostab regulaarselt spordijooke.

Kati ostab tavaliselt nädala lõpuks 1 pudeli veini aga ta veedab veiniosakonnas rohkem aega kui teistes kaupluse osakondades...



Viimased ostud veini osakonnast

Vein	Värvus	Päritolu	Hind	Ühine nimetaja
Le Val Sauvignon Blanc IGP Pays d'Oc	Valge	Prantsusmaa	13.68 €	?
Torres Vina Esmeralda Rose	Roosa	Hispaania	9.48 €	
Pluma Vinho Verde Rose	Roosa	Portugal	7.20 €	
The Brothers Pinot Noir	Punane	Uus-Meremaa	22.20 €	
Zuccardi Q Cabernet Sauvignon	Punane	Argentiina	7.99 €	
Erben Riesling Halbtrocken	Valge	Saksamaa	5.99 €	.
Crudo Catarrato Zibibbo Organic	Valge	Itaalia	11.16 €	
Torres Sangre de Toro Barrel Aged	Punane	Hispaania	15.90 €	



Millise veiniga võiksime me Katit kõnetada?

Rakendame ostetud toodetele toote profiililt saadud info.

Vein	Ühine nimetaja – Auhind
Le Val Sauvignon Blanc IGP Pays d'Oc	Mundus Vini 2019 – Silver Medal
Torres Vina Esmeralda Rose	The Most Admired Wine Brand in Europe 2020
Pluma Vinho Verde Rose	Austrian Wine Challenge 2019 – Gold medal
The Brothers Pinot Noir	Mundus Vini, 2018, Kuld
Zuccardi Q Cabernet Sauvignon	International Wine Challenge 2013 – Gold
Erben Riesling Halbtrocken	Mundus Vini 2019 – Silver Medal
Crudo Catarrato Zibibbo Organic	Itaalia Veinipidu Haapsalus 2019 – Parim valge vein – 1.koht
Torres Sangre de Toro Barrel Aged	The Most Admired Wine Brand in Europe 2020



Kati valib veine, mis on
tunnustatud auhindadega!



Tooteandmed on olulised

Korrektssed andmed on kõige alus.
Miski ei tööta valede andmetega.

Knowledge sharing

Tarnijal on jaeketil on suur hulk infot, mille kokku toomisel tekivad uued võimalused.

Info jagamine reaalaajas

Võimalik on kasutada toimivaid andmevahetuse platvorme, et andmevahetust kiirendada või automatiseerida.



- Kui palju jaeketid ja tarnijad kliendi otsustuspuu ja tooteprofiili kaardistamisel koostööd teevad?
- Toote lisandväärtuste kuvamine digilahendustes?
- Klientide suunamine 'õigete' toode juurde.
- Mis võiks olla järgmine suur digilahendus, mis võimaldab kauplust kliendi põhiseks kujundada?



Aitäh!

Mõtted, mida võtta kaasa:

- Kliendi profiil ja personaliseeritud pakkumised on jaekettides juba osaliselt kasutusel. Kvaliteetsema tooteinfo olemasolu korral on võimalik minna veelgi personaalsemaks.
- Endiselt on probleemiks tooteandmete hankimine ja kvaliteet. Tänapäeval on turul juba mitu lahendust, mis aitavad seda probleemi lahendada. Kui jaeketid teevad investeeringu nende keskkondadega liidestamiseks ja suunavad oma partnereid seejärel neid lahendusi kasutama, siis oleme 2 – 3 aasta pärast olukorda positiivses suunas muutnud.
- Andmevahetuse platvormid peaksid suutma omavahel kokku leppida andmete ristvahetuse põhimõtetes (*roaming*).
- Tooteinfo omamine ei anna otseselt konkurentsieelist, küll aga võime seda hõlpsalt koguda ja oskuslikult kasutada.



LEXI Market

