beyosa + RetailCRM

# Как знать клиента в лицо и получать 30% повторных продаж с RetailCRM

**Тимофей Казаков**
Директор по маркетингу, beyosa

beyosa

Производитель товаров для сна

- **D2C** модель бизнеса
- **50 розничных магазинов** открыли за год
- **4 линейки** продукции разной ценовой категории
- **3-5 менеджеров** обрабатывают заказы
- **Более 100 заказов** в день
- **25%/75%** соотношение заказов онлайн и офлайн

beyosa + Retailcrm

# Когда бизнесу нужна автоматизация?

Как по вашему?

beyosa + Retailcrm

Почему важно автоматизировать процессы на старте

# Изначально не планировали делать что-то вручную, эта модель бизнеса устарела

**Работаем с RetailCRM с момента старта.**

Это дало возможность:

- **Масштабироваться** по всей России и выйти на рынок Казахстана
- Сразу **настроить все** нужные интеграции — 1С, сайт, системы оплаты, службы доставки, соцсети
- **Избежать беспорядка** в заказах и ошибок ручного труда

beyosa + Retailcrm

Почему важно автоматизировать процессы на старте

# Выбрали RetailCRM за огромный набор интеграций и удобство доработок

- Заточена под **eCommerce**
- Закрывает **все бизнес-задачи ритейла**
- **100+ готовых интеграций**
- Низкая цена **в сравнении с конкурентами**
- **Экономит время и ресурс** на кастомные доработки за счёт партнёров

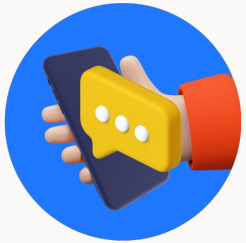
> **Пока RetailCRM автоматизирует бизнес-процессы, мы фокусируемся на клиентах**

beyosa + Retailcrm

# RetailCRM помогает нам:

**Управлять** заказами O2O

**Собирать базу** клиентов и **сегментировать** её



Стимулировать **повторные покупки**

beyosa + Retailcrm

Автоматизация бизнес-процессов

# Задачи и решение

- Объединить продажи в онлайн- и офлайн-точках
- Реализовать “Всё в наличии”
- Реализовать УТП: доставка за 48 часов в Москве и Питере
- Объединить технический стак в единый контур

- **Единый список заказов** в RetailCRM
- **Сквозной каталог товаров** с SKU
- **Автобронирование** и автосписание со склада
- **Модули интеграции** с 1С, сайтом, соцсетями, доставкой

beyosa + Retailcrm

Автоматизация бизнес-процессов

# Задачи и решение

- Настроить оплату
- Персонализировать клиентский сервис
- Оперативно отвечать на вопросы
- Повышать лояльность

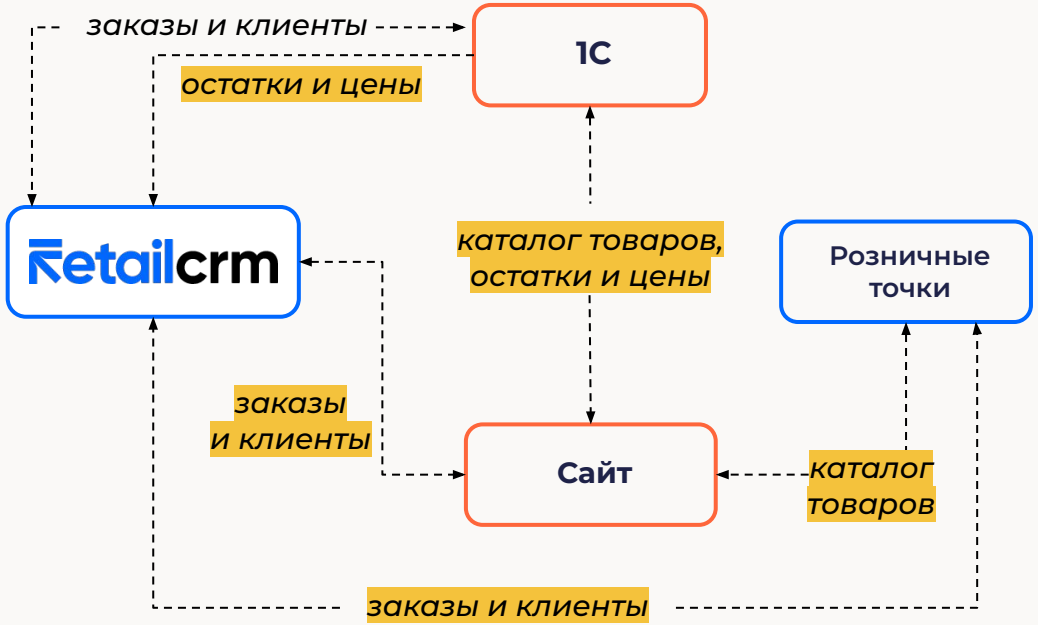
- **Онлайн-касса Эвотор**
- **Телеграм-бот** для оплаты при получении
- **Глубокая сегментация** и теги
- **RetailCRM Чаты**
- **WhatsApp Business**
- **Программа лояльности** на базе RetailCRM

beyosa + Retailcrm

Интеграционный контур

# Омниканальность помогает создавать лучший клиентский опыт

- Продавцы **оффлайн-точек** видят **всю информацию в CRM**
- Могут **вовремя** распознать покупателя и **предложить** ему **конкретные товары**




beyosa + Retailcrm

Интеграционный контур

# Какой путь проходит заказ

Заказ приходит в статусе “Новый”

Клиент оплачивает и подтверждает заказ

Если оплата при получении, звонок клиенту для подтверждения

При недозвоне ставят задачу перезвонить

После подтверждения товары бронируются на складе в 1С

Остатки подтягиваются в RetailCRM

Комплектация, назначается упаковщик

Списание со склада, смена статуса, передача в СДЭК

Доставка клиенту за 48 часов

beyosa + Retailcrm

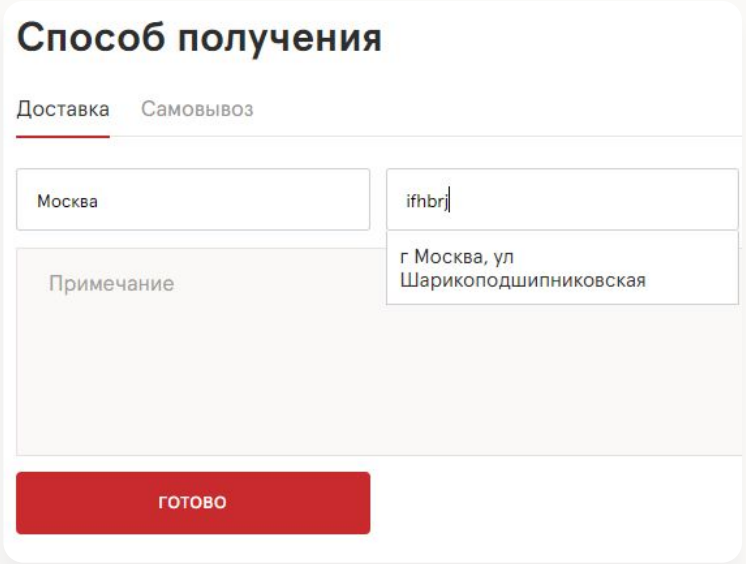
Итоги автоматизации

# С RetailCRM привезём матрас за 48 часов

**УТП beyosa — доставка заказа за 48 часов по Москве и Санкт-Петербургу.**

Для этого в RetailCRM используем:

- **Валидацию** на заполнение полей ФИО, адреса и желаемой даты доставки. Это исключает простои
- **Автораспределение заказов**. Если менеджер занят, заказ передаётся другому менеджеру




beyosa + Retailcrm

Итоги автоматизации

# RetailCRM помогает получать 30% повторных продаж

- **Единый клиентский профиль** помогает точно знать, кто наш покупатель
- **Глубокая сегментация** по полу, среднему чеку, частоте покупок позволяет не спамить, а давать только релевантную информацию
- **Живое общение в Чатах** помогает лучше выявлять и закрывать потребности клиентов

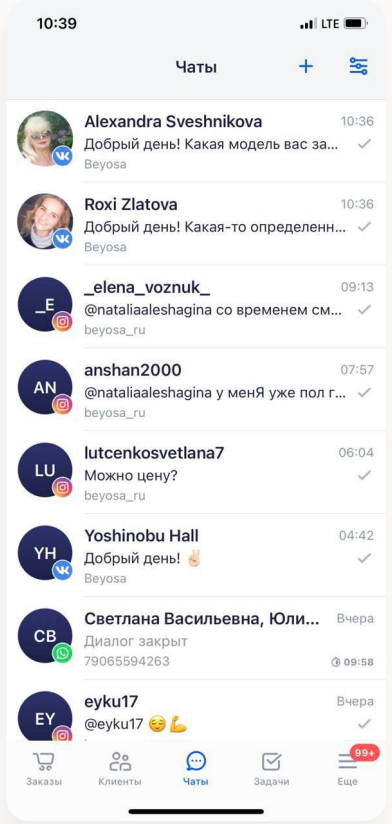
beyosa + Retailcrm

## Итоги автоматизации

# До 60% заказов оформляются через чаты

**beyosa получает заказы из:**

- WhatsApp Business
- Telegram
- ВКонтакте
- Дзен
- Пульс



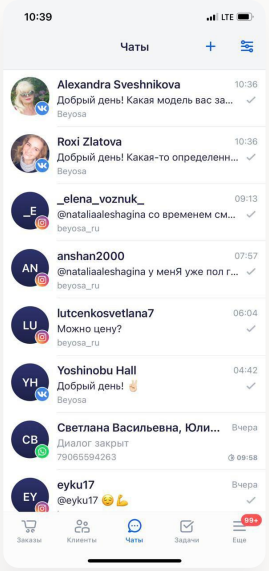

Пишем клиентам первыми через **WhatsApp Business**. Для этого сделали обязательным поле “Телефон” на сайте

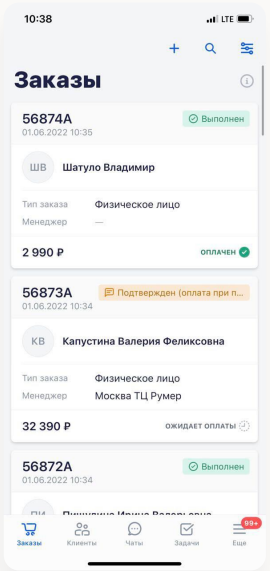
beyosa + Retailcrm

Итоги автоматизации

# Остаёмся на связи с клиентами и быстро обслуживаем их в мобильном приложении

**Чаты в мобильном приложении** — мега полезное обновление. **Менеджерам удобно**. Молодые сотрудники 25-27 лет не хотят сидеть за компьютером, им по приколу работать в мобилках




beyosa + Retailcrm

Итоги автоматизации

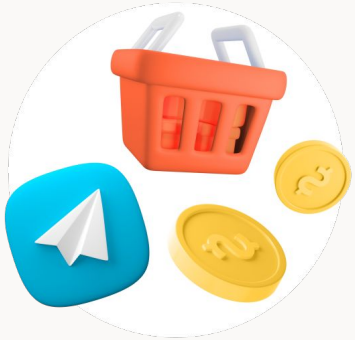
# Телеграм-бот в 2 раза упростил оплату при получении

**Проблема:**

Работа с кассовым терминалом была неудобна, в **случае ошибок повышалась нагрузка на контакт-центр**.

**Решение:**

**Чат-бот в Telegram**, интегрированный с RetailCRM. Курьер вводит номер заказа и **одной кнопкой** выбирает способ оплаты



beyosa + Retailcrm

Итоги автоматизации

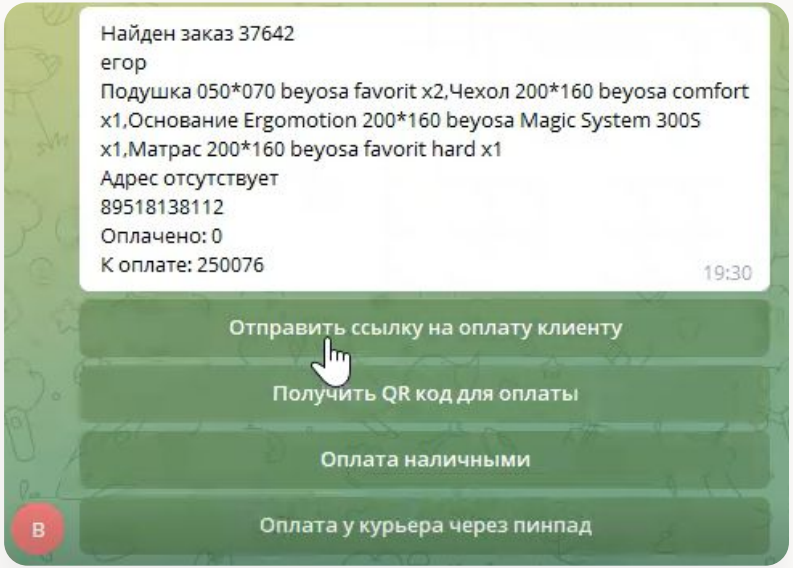
# Телеграм-бот в 2 раза упростил оплату при получении

**Что это дало:**

В 2-3 раза **сократили количество действий**.

Оплата **любым удобным для клиента способом**.

Не нужно открывать/закрывать кассу

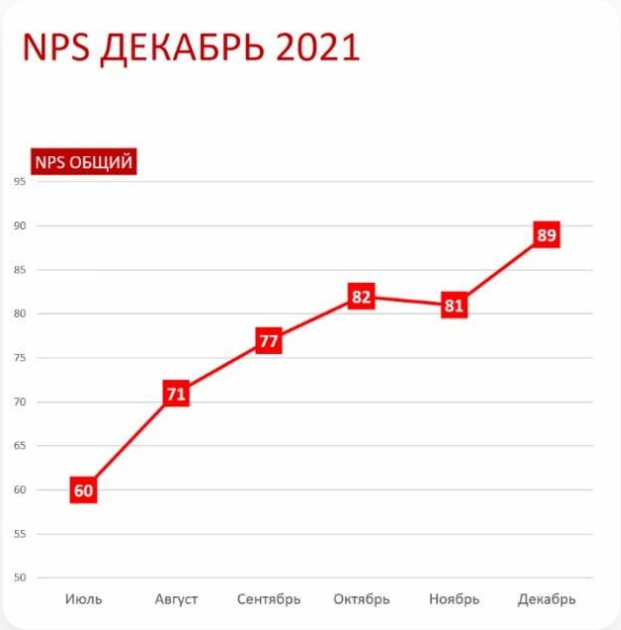



beyosa + Retailcrm

## Итоги автоматизации

# В 1,5 раза выpос NPS

- **Кастомизация товаров:** любой продукт можно настроить под себя
- **4 ценовых сегмента**
- **Высокое качество** продукции
- **Сервис:** подъём на этаж, сборка, утилизация старого матраса
- **Живая коммуникация** без чат-ботов
- **Расширенный NPS:** после заказа собираем обратную связь и обрабатываем комментарии




beyosa + Retailcrm

# Каких результатов достигли спустя 12 месяцев после внедрения

**30%**
повторных продаж **приносит анализ потребностей** покупателей

**75%**
**видеоконсультаций** на сайте заканчиваются **продажами**

**от 40% до 60%**
заказов оформляются **через чаты**

**от 32% до 43%**
онлайн обращений **конвертируется в офлайне**

beyosa + Retailcrm

# Спасибо за внимание!

**Тимофей Казаков**
Директор по маркетингу, beyosa

beyosa + Retailcrm