



КОЛЛАБОРАЦИЯ БРЕНДА И ОНЛАЙН





ПОМОГАЕТ БРЕНДАМ УСИЛИТЬ СВЯЗЬ С ПОКУПАТЕЛЯМИ ЧЕРЕЗ ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА

Бесперебойная международная
товарная и финансовая логистика

Сквозное управление товарной
матрицей

Интеграция со всеми
существующими каналами продаж

Фулфилмент
и последняя миля

Ноу-хау в бизнес-процессах,
ориентированных на партнера

Гибкость IT

Не боимся инвестировать в
тестирование новых **бизнес-**
гипотез

ЧТО НАМ ГОВОРИТ АНАЛИЗ РЫНКА?

Задача №1 для брендов – **вдохновлять** и задавать тренды

62%

ищут вдохновения
перед покупкой

87%

ищут его онлайн

Что делали перед покупкой в онлайн:

- Смотрели фото и видео
- Искали информацию в поисковиках
- Использовали поиск по картинкам
- Читали или смотрели обзоры блогеров
- Читали каналы в Telegram

ЗА БРЕНДАМИ ИДУТ В ОНЛАЙН-МАГАЗИНЫ

77%

52%

44%

■ Покупатели интернет-магазина ■ Покупатели оффлайн-магазина ■ Покупатели маркетплейсов

63%

Покупателей интернет-магазинов совершают повторные покупки у одних и тех же брендов

ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ 2025

DIRECT TO CUSTOMER

Через собственные каналы

ПОВЫШЕНИЕ СИЛЫ БРЕНДА

Донести силу бренда и вдохновить

ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ

Быть с покупателем на всём пути к покупке

НЕОБХОДИМО ВДОХНОВЛЯТЬ ПОКУПАТЕЛЯ НА ДОЛГОВРЕМЕННЫЕ ОТНОШЕНИЯ С БРЕНДОМ

*данные по фэшн-индустрии, Q1'2024:

на данный момент **~9 млн. покупателей не
определились с брендом***, а значит, за
них необходимо бороться

АКТУАЛЬНЫЕ ВЫЗОВЫ ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО БРЕНДА

Прибитая
маржинальность

Ограничения в
продвижении и
акциях

Барьеры в
масштабировании
предложения

Триггерные точки

1. Отсутствие уникальности – обезличенность в потоке SKU на меркетплейсах
2. Отсутствие понимания того, что происходит с товаром в «нижней воронке»

Все это лечится развитием собственных омниканальных продаж



ВИЖУ ЦЕЛЬ – НЕ ВИЖУ ПРЕПЯТСТВИЙ

Коллаборация Expand Group & Tom Tailor обеспечивает успешную работу с актуальными вызовами



СОЗДАЕМ ЦЕННОСТЬ

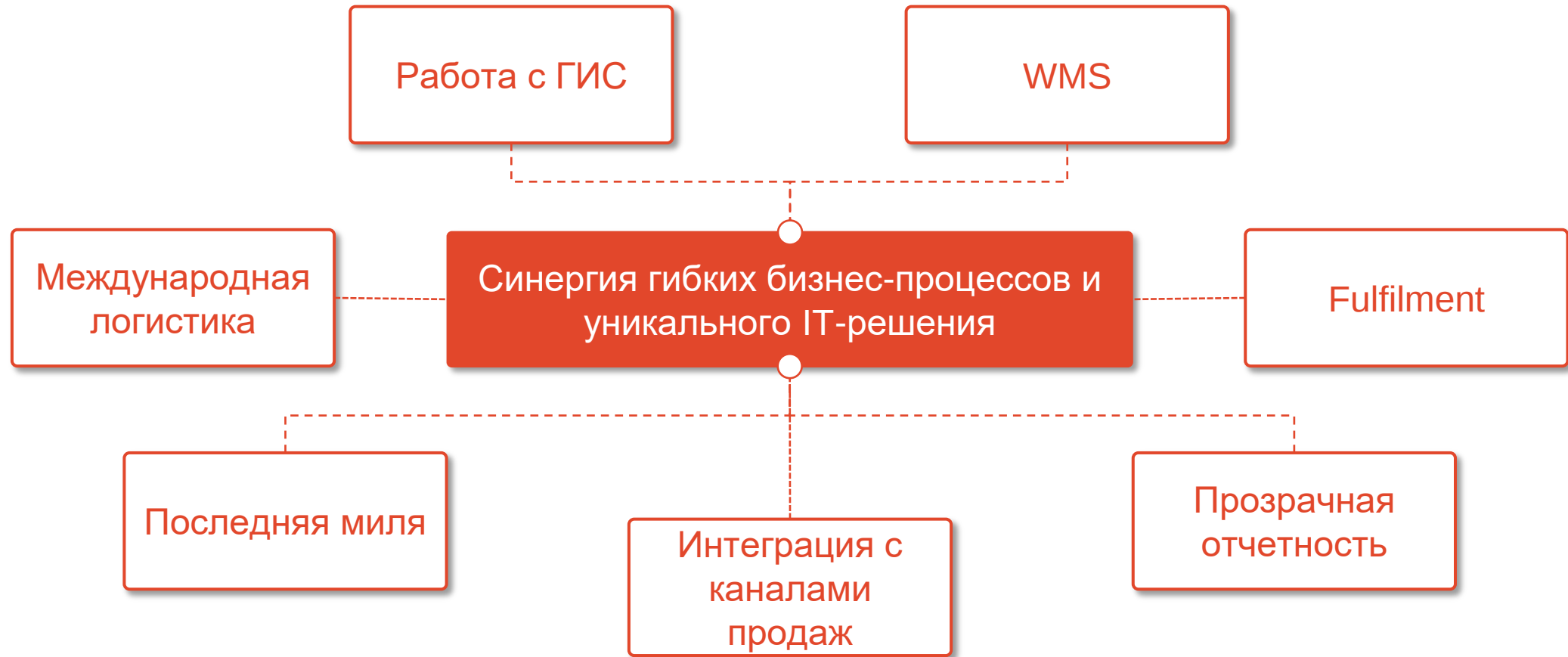
Для бренда:

- ☐ Совместно работаем над усилением омниканальности Tom Tailor
- ☐ Обеспечиваем широту товарной матрицы во всех каналах продаж
- ☐ Обеспечиваем географию покрытия
- ☐ Оптимизируем затраты на инфраструктуру

Для покупателя:

- ☐ Повышаем уровень клиентского сервиса
- ☐ Убираем барьеры для покупателей между каналами продаж
- ☐ Повышаем уникальность бренда
- ☐ Создаём одинаковые условия предложения во всех каналах продаж

КАЖДЫЙ ЭЛЕМЕНТ ОБЕСПЕЧЕН ГИБКИМ IT-РЕШЕНИЕМ, С КОТОРЫМИ МОЖНО ИНТЕГРИРОВАТЬСЯ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО КОНТРОЛЯ



ФАКТОР УСПЕХА - ОБОРАЧИВАЕМОСТЬ ТОВАРА В КАПИТАЛ

Комплексная **логистика**,
ориентированная на прибыль,
создаёт саму **возможность** для повышения
клиентоориентированности бренда

В ЧЕМ ВЫРАЖАЕТСЯ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ?

Обеспечение:

- Скорость работы на последней миле
- Широта ассортимента
- Работа с возвратами
- Быстрая реакция на обратную связь

Через

- Омниканальное взаимодействие

Принесёт

- Постоянное погружение покупателя в бренд и вдохновение на покупку





Светлана Левицкая

Исполнительный директор EXPAND GROUP

levitskaya.s@expand-group.ru

<https://expand-group.ru/fulfillment>

+7 (495) 662-69-79