

Jak zmienił się biznes w nowej rzeczywistości? Odpowiedz w publikacji Trendbook 2021

data aktualizacji: 2021.09.23



Zmiany, zmiany, zmiany... Podobno aby pozostać takim samym, trzeba nieustannie się zmieniać. Od 2020 r. świat biznesu lepiej niż kiedykolwiek rozumie sens alternatywy: adaptuj się albo giń. Przetrwają i wygra ten, kto mądrze dostosuje się do nowej rzeczywistości. I to na wielu poziomach: od wizerunku i wizji działania po kwestie operacyjne, a nawet techniczne - czytamy w publikacji opisującej doświadczenia poszczególnych firm. Autorem Trendbooka jest Agencja Ancymon, która postanowiła zapytać o doświadczenia reprezentantów kadr zarządzających organizacjami, które są dziś w Polsce liderami zmian. O swoich działaniach opowiedział między innymi Bogdan Maksymiec, dyrektor marketingu, Rossmann SDP.

Pandemia zmieniła nawyki zakupowe konsumentów. Zaczęli oni ograniczać kontakty i czas przebywania w sklepach. Rossmann wprowadził aplikację dzięki której klient może całkowicie samodzielnie zrealizować zakupy w drogerii. Skanuje kody kreskowe wybranych produktów za

pomocą skanera w aplikacji Rossmann PL, by następnie włożyć je bezpośrednio do swojej torby lub, jeśli woli, do tradycyjnego koszyka. Rabaty naliczają się automatycznie.

*- Umożliwiając w pełni samoobsługowe zakupy stacjonarne z możliwością płacenia w najwygodniejszej formie, odpowiedzieliśmy na realną potrzebę naszych klientów. Dostosowaliśmy się do dynamicznie zmieniającej się sytuacji biznesowej i w relatywnie krótkim czasie przywróciliśmy komfort zakupów konsumentom szczególnie wrażliwym na kwestie bezpieczeństwa (a także stworzyliśmy atrakcyjne rozwiązanie dla tych, którzy są po prostu bardziej otwarci na innowacje). Ale względy pandemiczne to nie wszystko - zarówno przyczyn, jak i skutków jest więcej. Jak to często bywa, jedna zmiana staje się katalizatorem następnych udoskonaleń - wyjaśnia **Bogdan Maksymiec**, dyrektor marketingu, Rossmann SDP.*

Przeczytaj również: [Rossmann wprowadził monitory dotykowe w drogeriach, by mieć lepszy kontakt z pracownikami](#)

Pandemia nie była jedynym powodem, dla którego w grudniu 2020 r. sieć uruchomiła dodatkową funkcjonalność. Od dłuższego czasu obserwowano, że klienci coraz częściej korzystają z kas samoobsługowych, które dziś są w każdej drogerii Rossmann. Rossmann GO to pierwsze tak duże wdrożenie zakupów w pełni samoobsługowych w Polsce - obejmuje całą sieć ponad 1500 drogerii.

- Popularność usługi rośnie: liczba klientów korzystających z tej funkcjonalności sięga już kilkuset tysięcy. Klienci powracają po pierwszej transakcji i następne zakupy realizują także z Rossmann GO. Nie spoczywamy jednak na laurach - planujemy doskonalenie i rozbudowę nowych funkcjonalności. Aby to doświadczenie kojarzyło się z jeszcze większą wygodą, po pierwszym okresie działania zebraliśmy uwagi od klientów. Teraz wraz z zespołem badaczy oraz projektantów UX wdrażamy nową ścieżkę autonomicznych zakupów. - podkreśla Bogdan Maksymiec.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/jak-zmienil-sie-biznes-w-nowej-rzeczywistosci-odpo,68435>