



Текст для нативной рекламной статьи, которая публикуется на ведущем инфо-ресурсе

Как интернет-магазинам одежды снизить показатель возврата до 2-5%?

Пожалуй, наиболее острая проблема эффективной работы интернет-магазинов одежды — это возврат товара. И первое место в негласном рейтинге причин возврата занимает понятное всем обстоятельство — покупателю просто не подошёл размер заказанной вещи.

Товар возвращается, деньги не уплачиваются, и при этом:

1. Покупатель так и остался без вещи, которая его заинтересовала
2. Продавец теряет покупателя, время и деньги.

По опыту общения с владельцами украинских интернет-магазинов одежды, показатель возврата товара находится в диапазоне 30-40%. Довольно грустная статистика, что тут скажешь...

Как интернет-магазины сегодня с этим борются?

Естественно, всё это подталкивает предпринимателей использовать различные ухищрения, чтобы снизить количество возвратов.

Так появляются и внедряются новые решения, позволяющие покупателю видеть максимально точный размер:

1. Использование виртуального манекена на сайте.
2. Организация шоу-румов, куда можно прийти и померять вещи.

3. Возможность заказа вещи в нескольких размерах (подходящий размер остаётся, а остальные возвращаются магазину).
4. Дополнение описания товара специальными размерными таблицами, упрощающими выбор вещи с необходимым размером.

Насколько это приближает предпринимателей к желаемой цели?

Такой вопрос всегда будет открытым. Однако на днях нам стало известно о довольно новом, необычном и уже реально эффективном способе.

О нём нам рассказал _____ – владелец интернет-магазина Drezex, который торгует одеждой с 2010 г. и отправляет заказы по всей территории Украины.

Как интернет-магазин Drezex работает с возвратами?

Интернет-магазин Drezex внедрил модель работы с клиентами, благодаря которой снизил количество возвратов **до 5%**:

И вот как это получается на деле:

1. Поступает заказ на покупку вещи.
2. Оператор call-центра созванивается с клиентом и просит продиктовать основные параметры тела.
3. Полученные от клиента сведения передаются на склад.
4. Сотрудник склада в ручном порядке замеряет параметры желаемой вещи.
5. Информация передается оператору, который сравнивает данные и рекомендует клиенту тот или иной размер.

До внедрения этого механизма в интернет-магазине Drezex процент возврата товара находился в диапазоне 35-40%.

Сейчас этот показатель — 5%. Фактически, простая модель «клиент–оператор–склад» снизила возвраты в 8 раз!

Стало больше довольных покупателей, ощущающих реально индивидуальный подход к своим потребностям.

И это становится отличной историей для рекомендаций.

«Подводные камни» есть везде

Такая модель хоть и снизила процент возврата, но увеличила постоянные затраты предпринимателя.

Вот как он сам комментирует новое возникшее обстоятельство:

«Для внедрения такой модели можно сразу готовиться к тому, чтобы выплачивать оператору call-центра двойной оклад. Потому что для реализации нашей модели оператор должен иметь высокую квалификацию, чтобы убедить клиента.

Также существенно увеличивается время на работу с одним покупателем. Следовательно, штат операторов нужно расширить, что опять сопровождается новыми затратами.

Ещё не забываем замерщика на складе, который тоже работает в потере пота (замеряет вещи по просьбе оператора)».

Мы уже собрались брать в руки калькулятор и считать реальную эффективность указанной модели, как _____ закончил свой монолог:

«Но это все было неделю назад. Теперь я решил и эту затратную сторону».

Решение №1 в вопросах снижения количества возвратов

_____ рассказал нам, как относительно недавно подключил свой магазин к онлайн-сервису AstraFit Affiastant, который способен полностью автоматизировать процесс замеров.

Этот программный продукт позволяет сократить штат операторов примерно вдвое. Выгода в денежном эквиваленте напрямую зависит от размеров заработных плат.

Мы связались с разработчиками AstraFit Assistant, чтобы узнать и лично посмотреть сервис в работе. После предварительного тестирования очевидным стал факт:

1. Экономится время на обработку одного заказа.
2. Сокращаются постоянные расходы на оплату труда (примерно, вдвое).
3. Снижаются расходы на телефонные переговоры и аренду, так как отпадает необходимость содержания большого офиса.

Тестирование показало, что обмер одного изделия занимает около 2 минут. А со временем сотрудники магазина начнут это делать ещё быстрее.

И вот, что интересно: одна вещь замеряется только один раз. Все остальные размеры проставляются программой AstraFit Assistant самостоятельно.

Выводы

Отрасль не стоит на месте, а активно развивается. Всегда приятно, когда это развитие касается клиентского сервиса и качества обслуживания.

Ведь если мы не будем возвращать вещи, которые нам понравились и сразу подошли по размеру — мы будем благодарить такой интернет-магазин, сравнивая его (для себя) с другими.

Теперь остаётся только подождать, когда к этому придут остальные предприниматели из сферы онлайн-торговли одеждой.

Возможно, к тому моменту и разработчики современного программного обеспечения придумают что-то ещё более совершенное.