



Περίληψη Εργασίας για το 14^ο Φοιτητικό συνέδριο του τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας

Θέμα Συνεδρίου: Ψηφιακή Καινοτομία

InStore Innovative Technologies to enhance customer experience (January-March 2017)



Εκπαιδευτική εργασία : Μαρία Σαρίδου

Εκπαιδευτικό Ίδρυμα: Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Τμήμα: Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας.

Φοιτήτρια, 4^ο Έτος, Email: t8130145@dias.aueb.gr

Η ερευνητική εργασία που πρόκειται να παρουσιαστεί σχετίζεται με τη μελέτη περιπτώσεων χρήσης καινοτομικών τεχνολογιών σε φυσικούς χώρους λιανικών καταστημάτων(είτε μόνιμα καταστήματα ή περιοδικές εκθέσεις), με σκοπό την ενίσχυση της αγοραστικής εμπειρίας των καταναλωτών.

Αρχικά, στην εργασία αναλύεται η κατάσταση του κλάδου του σύγχρονου λιανικού εμπορίου. Οι απαιτήσεις και τα σύγχρονα δεδομένα του κλάδου αλλάζουν και θα συνεχίσουν να αλλάζουν δραματικά τα τελευταία χρόνια. Μερικά παραδείγματα αποτελούν η διάδοση των ψηφιακών καναλιών πώλησης, η αλλαγή του παρουσιαστικού των καταναλωτών, η ανάπτυξη της τεχνολογίας και η αυξανόμενη επιρροή της στην καταναλωτική εμπειρία, αλλά και η ανάγκη εκμετάλλευσης της για την διαφοροποίηση των επιχειρήσεων.

Στην εργασία, αναλύονται τα είδη καινοτομικών τεχνολογιών που χρησιμοποιούνται στις περιπτώσεις χρήσης (Νευροεπιστημονική τεχνολογία, Internet of Things και Εικονική πραγματικότητα). Έπειτα, στο κύριο κεφάλαιο της εργασίας, αναλύονται λεπτομερώς εννέα περιπτώσεις χρήσης λιανικών εταιρειών που δημιούργησαν αγοραστικές εμπειρίες στους καταναλωτές σε φυσικούς χώρους, με την αξιοποίηση τεχνολογιών που αναφέρθηκαν προηγουμένως. Όλες οι περιπτώσεις αποτελούν πρόσφατα παραδείγματα επώνυμων επιχειρήσεων, που πραγματοποίησαν καινοτομικές δράσεις στο εξωτερικό, από το 2012 ως σήμερα. Μερικές από τις επιχειρήσεις πραγματοποιούν σχετικές δράσεις σε τακτικά χρονικά διαστήματα, αποτελώντας βασικό συστατικό της εταιρικής στρατηγικής τους και άλλες, τις δημιούργησαν για πρόσκαιρους σκοπούς. Ενδεικτικές επιχειρήσεις που αναλύονται αποτελούν η Jaquar, John Lewis και η Amazon.

Πραγματοποιείται, ακόμα, σύγκριση των δράσεων των επιχειρήσεων. Επειδή όμως δραστηριοποιούνται σε διαφορετικούς τομείς, εκτελώντας διαφορετικές τεχνολογικές δραστηριότητες και με διαφορετικούς σκοπούς, δεν πραγματοποιείται σύγκριση του είδους ποιά επιχειρηματική δραστηριότητα ήταν πιο επιτυχημένη ή όχι, επειδή θα ήταν πολύ υποκειμενική η σύγκριση και εσφαλμένη. Αντίθετα, επειδή υπήρχαν και επιτυχημένα και αποτυχημένα αποτελέσματα στη κάθε περίπτωση, οι εταιρείες κατατάσσονται με βάση συγκεκριμένων ειδών αποτελεσμάτων όπως σε οικονομικό τομέα, στην ενίσχυση της εταιρικής τους πληροφόρησης, στη δημιουργία θετικότερων σχέσεων με τους καταναλωτές, αλλά και στην αναδιαμόρφωση της εταιρικής τους στρατηγικής.

Αναλύονται στη συνέχεια, οι προβλεπόμενες μελλοντικές εξελίξεις στη αγορά του λιανικού εμπορίου, σύμφωνα με ελληνικές και ξένες ερευνητικές εταιρείες, εστιασμένες στο συγκεκριμένο τομέα. Συγκεκριμένα, κύριες μελλοντικές τάσεις του κλάδου αναδεικνύονται: Αύξηση των καινοτόμων τεχνολογικών δραστηριοτήτων στους φυσικούς χώρους, η αλληλοεπίδραση με τα κοινωνικά δίκτυα, οι νέοι μέθοδοι πληρωμής, ο επανακαθορισμός του ρόλου της φυσικής παρουσίας, η δημιουργία πιο προσωποποιημένων σχέσεων μεταξύ των επιχειρήσεων και των πελατών και η αυξανόμενη ανάπτυξη πολύ-καναλιακών μεθόδων προώθησης, πώλησης και επικοινωνίας.

Τέλος, προτείνονται τεχνολογίες και στρατηγικές, που ο ελληνικός κλάδος θα πρέπει να υιοθετήσει για να εξελιχθεί και ανταποκριθεί στις διεθνές απαιτήσεις της αγοράς και στις προσδοκίες των σύγχρονων καταναλωτών.