



„Sklep jutra” – wizja transformacji sieci handlowej Żabka

„Sklep jutra” to śmiała wizja firmy Żabka dotycząca rozwoju swojej sieci handlowej, która łączy różnorodne rozwiązania technologiczne. Jest ona efektem szczegółowej analizy zmieniających się zachowań i potrzeb klientów korzystających z różnorodnych kanałów komunikacji oraz cyfrowych i tradycyjnych punktów handlowych. Łączy innowacyjne rozwiązania, które składają się na nowoczesną placówkę handlową odpowiadającą na oczekiwania klienta 5.0. „Sklep jutra” wykorzystuje szereg rozwiązań, które dotyczą zarówno logistyki sieci handlowej i konkretnego sklepu, zarządzania dostępnością towaru oraz samego procesu zakupów i doświadczenia klienta. Koncepcja zakłada również aktywne wykorzystanie sztucznej inteligencji, która priorytetyzuje informacje i wybiera odpowiedni przekaz według miejsca czy oczekiwań nabywcy. W rezultacie klient znajdzie w sklepie produkt, którego potrzebuje i kupi go w sposób dla siebie najwygodniejszy, w dowolnym kanale.

Partnerem technologicznym Żabki, który pomaga zrealizować wizję „sklepu jutra” jest Microsoft wraz z 10 firmami partnerskimi, których dedykowane branży handlowej rozwiązania stanowią podstawę cyfrowej transformacji Żabki. Microsoft wspiera Żabkę w tym projekcie począwszy od budowy modelu, doboru rozwiązań, wyboru Partnerów, po implementację i zarządzanie procesem transformacji. Microsoft jest również gwarantem stabilności technologicznej rozwiązań proponowanych w ramach „sklepu jutra”. Dzięki kompleksowemu ekosystemowi Partnerów Microsoft w Polsce i na świecie, Żabka zyskała dostęp do innowacyjnych rozwiązań, które idealnie wpisały się w potrzeby firmy i jej wizję rozwoju.

Personalizacja dzięki technologii

Obsługa każdego klienta w sposób spersonalizowany wymaga przetwarzania gigantycznych ilości danych, co jest możliwe tylko dzięki olbrzymiej mocy obliczeniowej dostępnej w chmurze Microsoft Azure oraz systemom zaawansowanej analityki do łączenia różnych informacji - dotyczących poprzednich zakupów, geolokalizacji, czy akurat dostępnych produktów i promocji. Dzięki temu aplikacja mobilna Żabki będzie pełnił funkcję nie tylko programu lojalnościowego, ale także kanału komunikacji z klientami 5.0. Każdy z nich otrzymuje zindywidualizowaną ofertę w konkretnym momencie i miejscu.

Kiedy klient, zachęcony jakąś ciekawą promocją w Żabce tuż za rogiem dotrze do sklepu, przywitają go witryny, które informują o najbardziej adekwatnych w danym momencie produktach. Kiedy jest zimno zachęcają do wypicia ciepłej kawy, kiedy się ociepli prezentują napoje chłodzące, a kiedy w pobliżu odbywa się mecz, zachęcają do kupienia przekąsek kibica. Jest to możliwe dzięki systemowi wykorzystującemu mechanizmy sztucznej inteligencji, który w odpowiedni sposób interpretuje dane z różnych źródeł - na przykład o pogodzie, o porze dnia, o wydarzeniach w okolicy czy szczególnych datach. Całość działa w czasie rzeczywistym i nie wymaga ręcznego sterowania – to sztuczna inteligencja priorytetyzuje te informacje i wybiera najbardziej odpowiedni przekaz dla danego miejsca.

We wnętrzu sklepu czekają kolejne rozwiązania. Inteligentna półka dzięki czujnikom rozpoznaje konkretnego klienta i na bazie jego historii zakupowej, kontekstu, reakcji w czasie rzeczywistym i jego preferencji dopasowuje najodpowiedniejszy produkt, który następnie komunikuje poprzez dedykowane

ekrany umieszczone bezpośrednio przy półkach – luba nawet na nich w formie elektronicznej listwy cenowej. Może jest to właśnie pora dnia, gdy idzie on na siłownię i po drodze kupuje swój ulubiony napój energetyczny – wtedy właśnie półka wyświetli informację o specjalnej promocji tego produktu.

Kiedy klient podniesie już puszkę z napojem z półki, na ekranach wyświetlą się dodatkowe informacje o dacie przydatności do spożycia, składzie czy kraju pochodzenia. Jednocześnie sklep i dostawca otrzymają informację w czasie rzeczywistym, że towar został zdjęty z półki. Dzięki połączeniu technologii cyfrowych nośników reklamy (z ang. Digital Signage) z inteligentną półką, które pozwalają na personalizację treści i rozumienie kontekstu, Żabka jest w stanie poprawić doświadczenie zakupowe klienta, przy jednoczesnym dbaniu zarówno o franczyzobiorcę, dostawców, jak i całą sieć. Dzięki takim rozwiązaniom możliwe jest monitorowanie na bieżąco poziomu zatowarowania oraz wyciąganie właściwych wniosków, po to, aby móc powiadomić franczyzobiorcę, że stan któregoś produktu jest zbyt niski. Docelowo półka będzie nawet w stanie samodzielnie generować zamówienia, czy podpowiadać optymalne rozmieszczenie towarów.

Klient Żabki – to osoba kierująca się impulsem, która chce zrobić zakupy jak najszybciej, a czekanie w kilkuminutowej kolejce po zakupach trwających sekundy jest wielce irytujące. Dlatego w „sklepie jutra” testowane są już kasy, w których nie trzeba niczego skanować, bo produkty są rozpoznawane automatycznie po położeniu ich w wyznaczonym miejscu. A wszystko dzięki technologii wykorzystującej rozpoznawanie obrazu, która pozwoli na zapłacenie za zakupy za pośrednictwem aplikacji, bez stania w kolejkach.

Tak właśnie ma wyglądać podróż klienta przez proces zakupowy w „sklepie jutra”. Zaczyna się w biegu poza sklepem, lub na kanapie w domu, poprzez aplikację, która zachęca do odwiedzin, prowadzi do sklepu. Dalej mamy inteligentne systemy komunikacji wizualnej nawigujące spersonalizowaną i kontekstową reklamą, które podpowiadają co „pasuje” do naszego koszyka. Wreszcie, tej drodze klienta towarzyszą inteligentne meble, które dbają o to, aby produkty były dostępne i zawsze najwyższej jakości oraz świeżości. Zakup jest finalizowany błyskawicznie przy kasie samoobsługowej lub poprzez płatność w aplikacji. A wszystkie te rozwiązania komunikują się ze sobą i tworzą spójną całość dzięki platformie technologii Microsoft, zaś poszczególne rozwiązania branżowe są dostarczane i rozwijane przez polskie ([Future Mind](#), [Clouds on Mars](#), [Novo](#), [NoaTech](#), [One2Tribe](#), [Plastream](#), [Synerise](#)) i globalne firmy partnerskie Microsoft ([Spark Beyond](#), [WiseShelf](#), [Ueno](#)).

Na „sklep jutra” składają się rozwiązania pochodzące od 14 firm partnerskich Microsoft. Aż 7 spośród nich to polscy dostawcy. Pozostałe 3 firmy to światowi partnerzy Microsoft.

- 1) **Synerise** – to kompleksowa platforma omnichannel i narzędzie marketingowe, które łączy w sobie dane online oraz te ze świata offline, aby wspomagać zespoły sprzedażowe i marketingowe w optymalizacji i automatyzacji marketingu. Platforma zmienia sposób, w jaki firmy zarządzają procesami sprzedaży w Internecie.
- 2) **One2tribe** – firma tworzy unikalne na skalę światową rozwiązania motywacyjne, oparte o psychologię behawioralną oraz wieloletnie doświadczenie w mechanizmach grywalizacji w biznesie. Specjalizuje się w budowie aplikacji społecznościowych (community based solutions), takich jak gry massive multiplayer, aplikacje lifestyle czy portale społecznościowe.
- 3) **Future Mind** – firma programistyczna, która zajmuje się projektowaniem, tworzeniem, rozwijaniem oraz wdrażaniem projektów i aplikacji mobilnych oraz internetowych, także tych wykorzystujących Internet rzeczy zarówno dla klientów korporacyjnych klasy enterprise, jak i startupów.
- 4) **Ueno** – cyfrowa agencja kreatywna, która zajmuje się tworzeniem marek, produktów oraz strategiami marketingowymi, oferuje unikalne rozwiązania z obszaru zarządzania doświadczeniem klienta np. w aplikacjach mobilnych.
- 5) **Clouds on Mars** – dostarcza rozwiązania typu Business Intelligence pozwalające na szybszą, dokładniejszą i łatwiejszą analitykę olbrzymich ilości danych w czasie rzeczywistym dla optymalnego podejmowania decyzji biznesowych.
- 6) **Plastream** – platforma analityczna wykorzystująca sztuczną inteligencję, sieci neuronowe oraz technologie machine learning w celu rozpoznawania obiektów, twarzy i produktów widocznych na zdjęciach i wideo. Pomaga w masowym tagowaniu treści wideo. Rozpoznaje twarze i dźwięk. Ma praktyczne zastosowanie w usługach e-commerce, targetowaniu reklam i generowaniu leadów.
- 7) **Nanovo** – Customer Experience Management Company – Integrowanie nowych technologii w świecie offline, wykorzystujące autorski software. Pomaga organizacjom lepiej i łatwiej zarządzać multimediami w ich sieciach, dając jednocześnie swobodę zastosowań oraz kreacji. Oprogramowanie Digital Signage SIGNIO, instalacje multimedialne, service design.
- 8) **WiseShelf** – rozwiązanie optymalizujące ekspozycje sklepową. Automatyczna weryfikacja planogramu oraz systemy inteligentnych półek pozwalające na efektywne zarządzanie produktami oraz zatowarowaniem w sklepach.
- 9) **Spark Beyond** – firma, która zbudowała zautomatyzowany silnik badawczy, zdolny do zadawania pytań i odkrywania złożonych wzorców danych. Wzorce te stają się potężnymi narzędziami do wyjaśniania, przewidywania i optymalizowania wyników. Umożliwia klientom i partnerom przyspieszenie przełomów i odkryć powierzchni
- 10) **NoaTech** – platforma dla firm z branży retail. Umożliwia konsultacje, opracowywanie, wdrażanie i integracje innowacyjnych rozwiązań przy wykorzystaniu sprzętu i rozwiązań IoT, projektowania konstrukcji mechanicznych oraz produkcji, automatyki i robotyki.