



НОВОСТИ В КООПЕРАТИВНАТА ТЪРГОВИЯ

РЕГЛАМЕНТИ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

- Плащанията с карта са се удвоили от началото на пандемията



ИНОВАЦИИ

- Consum Испания с нова инициатива за устойчиво развитие



КОНКУРЕНЦИЯ И ПАЗАРНИ АНАЛИЗИ

- Омниканлната търговия на дребно през 2023 г.



ДОБРИ ПРАКТИКИ

- Платформа за търговия на едро B2B COOP





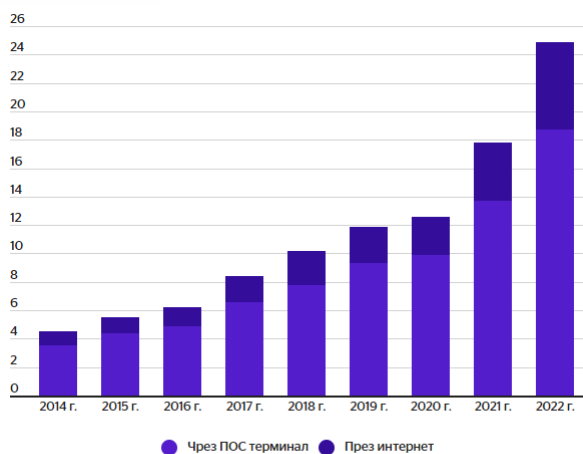
Плащанията с карта са се удвоили от началото на пандемията



През 2022 г. те достигат 25 млрд. лв., а средната транзакция е за около 66 лв. Банковите карти и електронните плащания бавно си проправят път в България през последното десетилетие, постепенно измествайки парите в брой.

Истинският бум на безналичните плащания обаче настъпи с пандемията, като само за последните две години сумата на транзакциите се е удвоила. Извършените плащания с банкови карти в България са се увеличили с 40% миналата година, а електронните преводи - с близо 32%, показва статистика на Българската народна банка.

Заради ковид мерките много бизнеси насърчаваха клиентите да плащат безконтактно, а онлайн търговията набра скорост, докато хората стояха затворени в домовете си. С отшумяването на Ковид обаче преходът не само че не губи инерция, а почти запазва рекордните темпове от 2021 г., показват най-новите данни на БНБ (стойност в млрд. лв.).



Източник: БНБ

За импулса през последните години допринесоха и новите играчи на терена на финансовите услуги. Финтех компаниите отключиха надпревара в сектора, а за да не изостават, утвърдените банки също се впуснаха да предлагат на клиентите си по-бързи и удобни начини за извършване на ежедневни покупки.

През 2022 г. операциите с карта достигат 25 млрд. лв., показва статистиката. За сравнение - през 2014 г., откогато има налични данни, сумата е била едва 4.5 млрд. лв. Голямата част от транзакциите с карта - около три четвърти - миналата година са осъществени на място в търговските обекти чрез ПОС терминал. Останалите малко над 6 млрд. лв. са преминали през интернет доставчици. През 2021 г. и 2022 г. именно интернет картовите плащания най-рязко са се увеличили - с по над 50% във всяка от годините, донякъде благодарение на все още сравнително малкия си размер.



Consum Испания с нова инициатива за устойчиво развитие

Потребителна кооперация Consum въведе нова система „кръгова икономика“ за събиране, преработка и повторна употреба на найлонови торбички при пазаруване в онлайн магазин КООП. Кооперацията планира да възстанови повече от 2600 килограма пластмаса в 423 града, в които е активна онлайн услугата за пазаруване.



Системата се състои в събиране на найлонови торбички от клиенти, пазаруващи онлайн. При поръчка и доставка те предоставят обратно използваните найлонови торбички от предходна поръчка. След това доставчикът ги събира и предоставя за рециклиране в един от центровете в Барселона или Мурсия.

Найлоновите торбички, които се използват в магазините „КООП“ на КООП Consum и онлайн пазаруване са направени от 70% рециклирана пластмаса с препоръчителна употреба на една найлонова торбичка до 15 пъти.





Омникалната търговия на дребно през 2023 г.

Емоционалното преживяване и физическият контакт със стоките при традиционното пазаруване, съчетани с бързината и удобството на електронната търговия, дават гъвкавост на търговците, опериращи като омниканални. 2022 г. донесе нови предизвикателства за търговията на дребно, тъй като потребителите намалиха разходите си поради нарастваща инфлация и разходи за живот. И през 2023 г. продължава натискът за търговците от поведението на потребителите.



Как да достигнем по-успешно до клиентите? Ето и тенденциите в омникалната търговия на дребно през 2023 г.:

▪ Омниканални програми за лоялност

Потребителите все повече се фокусират върху отстъпките в опит да харчат по-малко. За да бъдат конкурентни на пазара е необходимо търговците да се съсредоточат върху задържането на клиенти с програми за лоялност, за да предложат допълнителна стойност за клиентите.

▪ Развиващи се формати на магазини

Въпреки ръста на електронната търговия, физическите магазини все още са предпочитано място за пазаруване. Но ролята на физическите магазини е променена. Потребителите все повече използват физическите продукти заедно с цифрови канали. Клиентите сега пазаруват от цифрови и физически канали на почти еднакви цени и желаят и същото изживяване. Едни от най-ценните аспекти на потребителското изживяване са реални наличности, лесно връщане на стоките и добро сервизно обслужване. Използването на всякакво мобилно устройство за постоянен достъп до информация за стоките и услугите, на всеки етап от процеса на покупка носи добавена стойност към цялостното преживяване при пазаруването. Все по-често се наблюдава т.нар. *ROPO-ефект (Research - Online, Purchase - Offline)*, при който потребителят започва избора на стока в електронния магазин на търговеца, а завършва покупката си като получи желаните продукти от традиционния магазин на търговеца.

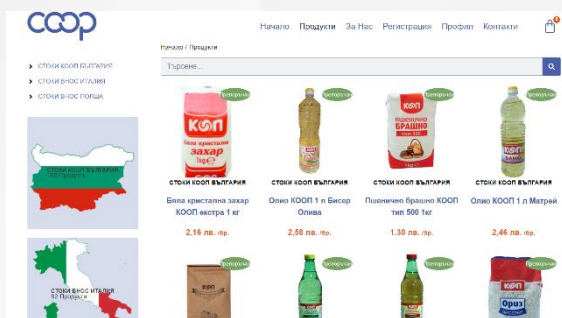
▪ Цифрови плащания

Светът на дигиталните плащания се трансформира. Все повече хора използват смартфони и мобилните плащания стават все по-популярна опция за потребителите. Използва се и *AI* в дигиталните разплащания за предотвратяване на измами. Все повече търговци внедряват системите за плащане базирани на блокчейн, които осигуряват сигурен, децентрализиран начин за прехвърляне на стойност, което ги прави добро решение за цифрови плащания.

Интегрирането на традиционни и дигитални канали за достигане до клиентите е ключов фактор за запазване на конкурентни позиции на пазара и извеждането на нови конкурентни предимства.



Платформа за търговия на едро B2B COOP



Бързото навлизане на цифровите технологии по цялата верига на доставки, наложи нов бизнес модел за начина, по който търговците на едро продават, разпространяват и достигат до своите клиенти. Като дигитализиран бизнес модел, електронната търговия се превърна в една от основните форми в съвременната търговия на едро.

B2B платформите улесняват участниците по веригата на доставки, създават условия за прозрачност на цените и възможности за навлизане на нови пазари.

През м. август 2023 г. стартира платформата за електронна търговия B2B COOP - www.cooptrade.bg. Платформата е съвременен инструмент за повишаване на ефективността и подобряване на процесите на комуникация.

Платформата B2B COOP е интуитивна и лесна за използване. Регистрирай се и можеш да оптимизираш работния процес:

- Създаване и управление на подакаунти към кооперативните организации;
- Възможности за поръчка от продуктов каталог, бързи поръчки и списъци за поръчки;
- Запитване за оферта на продукти;
- Управление и проследяване на поръчки;
- Автоматизирани известия за поръчка, фактура и доставка;
- Анализ на база история на поръчки.

Очакваме Ви.



ТОП ПРОДУКТИ С МАРКА „КООП“



Главна дирекция

„Иновации и логистика в търговската дейност“

тел: 02/926 64 42; coop_trade@cks.bg