



面对疫情，零售行业 行业实施强有力的数字转型

超过四分之三的零售公司表示全球疫情并未对其既定的IT项目造成重大影响，他们锐意进取，正利用数字化举措推动增长、以客户为中心和运营改进。

全球新冠疫情对零售行业造成了巨大影响，但有些公司把它当做加速数字化技术举措的契机。疫情并没有妨碍重要举措的实施，实际上，超过四分之三的零售商在回答IDG最近开展的问卷调查时表示，疫情并未对其技术计划造成持久影响。

尽管还有一些公司表示其IT项目被延迟或取消，但更多公司正转向云产品来帮助其实现组织目标，而这些目标主要集中在三个关键战略性举措上：

- ▶ 抓住数字和全渠道增长机遇
- ▶ 开展以客户为中心的数据驱动型零售业务
- ▶ 推动运营增长和提高运营卓越性

疫情初期 - 疯狂的数字冲刺

2020年初，当全球疫情席卷而来时，许多零售商不得不快速，甚至在某些情况下采取极端手段转向数字销售。尽管诸如超市和家居装修等“民生必需的”零售领域被准许保持营业，但其他众多零售商却被暂时关停和/或被迫限制客流量。

突然之间，原本只能从线上销售中获取大约10%到12%利润的零售商被迫快速地一头扎进数字世界。有些商家早就做好了准备，而另一些商家却不尽然。但就在节假日到来之前，大多数商家都已经布置了自己的线上店铺，他们更担心的是供应链和履行订单，而不是担心网站是否会崩溃。

数字化未来 - 加速到来

随着2020年的消逝，零售商们摩拳擦掌，准备在其数字基础之上大展宏图并充分利用转型产品。从2020年零售商加速推进或新引进的举措中，我们就可以明显地看出这种趋势。

由于各公司总部中大部分的劳动力都居家工作，所以，理所当然地远程办公和协作就成为了当务之急，64%的零售商表示已加速了这些方面的工作。但其他举措也表明零售商明显正在重点转向数字世界。

注重增长

很多这些举措都已经融入第一条战略举措中，即抓住数字和全渠道增长机遇。

全渠道背后的理念就是无论客户选择通过何种方式与零售商打交道，都能实现客户体验的无缝衔接。基本的概念就是，如果客户在智能手机应用软件里将一件商品放入购物车，当其转到零售商的网站上时，该商品还会在购物车中。

全渠道也意味着线上体验与实体店体验的有机结合。如果该客户选择在实体店取货，数字库存管理系统必须能确定哪些实体店有该商品库存。

客户支持 - 零售商在IDG问卷调查中将其列为2020和2021年的首要任务 - 也在此发挥了作用。零售商需要利用聊天机器人等技术帮助客户快速找到他们在寻找的商品或者解决问题。凭借人工智能的背后支持，聊天机器人可用来回答一些简单的问题，比如店铺营业时间、退换货政策、某件商品是否有货等等 - 所有这些均无需员工实际参与。

与此类似，人工智能还可被应用到呼叫中心，以处理简单的电话请求，或者快速为客户找来一位最有资格解决客户质询的客服代表。快速解决客户问题和质询的能力对于获取和留住客户至关重要，这正是被调查受访者列为2021年第二大优先事项的事项。

加速项目



数据为王

第二个关键的零售战略举措 - 开展以客户为中心的驱动型零售业务 - 在推动增长和留住客户方面也至关重要。所有那些在2020年耗费大量时间加强线上业务的零售商，如今都到了收获回报的时候，因为线上购物为其积累了大量的宝贵数据。

而持续的挑战是如何利用这些数据取得良好效果，这也正是增加数据分析和智能使用以发挥其所长之处。零售商需要根据其对每个客户个体的了解而使线上体验更具吸引力，使网站成为每个购物者的个人和独特购物场所。通过有效利用数据，如已知偏好等，零售商可以为客户提供针对性极强的建议和产品。

但这些能力都需要有效利用人工智能技术，而调查显示，零售商在这方面稍落后于其他垂直行业。仅有三分之一的零售公司表示他们目前正在使用包括大数据分析、人工智能和机器学习在内的各项技术，而所有行业的比例为37%（制造业和医疗保健业为41%）。

注重运营

分析还将考虑落实第三项战略举措的因素，即推动运营增长和提高运营卓越性。

运营还包括有效管理供应链，而这是全球疫情期间最让零售商如芒在背的问题。随着大量订单突然转向在线，许多全国性的零售商都面临着如何保持产品库存和履行订单的挑战。所以毫不奇怪，物流、履行订单和交付自然成为了IDG调查中2020和2021年的第四大优先事项。

这种形势迫使有些零售商开始重新思考库存管理和供应链战略。有些零售商把因全球疫情而关闭的实体店改造成了履单中心。因此，与其依赖中西部唯一的履单中心来履行两个海岸线的订单，零售商们已转而利用店铺从本地履行订单。

在零售商如何采购和查找货品、信任供应商的程度，及其在所有渠道和地点跟踪库存的能力方面，数据对于供应链工作同样极其重要。

乐观向上

零售商将转向云提供商帮助其实现数字化目标并对其成功几率持乐观态度。

三分之二的零售商正在依靠云提供商帮助其不仅实现业务目标，而且还要重塑其业务目标。这很有可能实现，因为绝大多数的零售商对其云提供商感到满意，其中95%的零售商表示满意或非常满意。

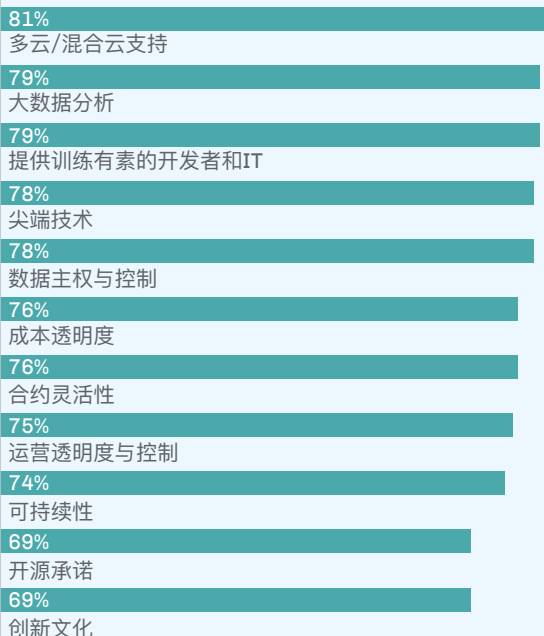
选择提供商时采用的重要标准包括多云和混合云，被81%的零售商列为“必备”或“重要考量因素”。其他首要标准包括：

- ▶ 大数据分析 - 79%列为“必备”或“重要考量因素”
- ▶ 获得训练有素的开发者和IT - 79%
- ▶ 尖端技术 - 78%
- ▶ 数据主权与控制 - 78%

很明显，如果零售商打算充分利用眼前的数字机遇，云提供商将发挥巨大作用。

供应商要求

包括“必备”和“重要考量因素”



准备好开创未来了吗？
敬请联系 Google 云团队



关于本研究

目标

IDG对14个国家/地区，5个行业的2,000名IT领导者进行了此项调查。它探讨了由数字化推动的转型现状、全球疫情对核心IT举措的影响以及各组织想从其云提供商处获得的能力。我们希望这些研究结果能帮助您更客观地评估您自己组织的云转型工作。

方法

在2020年10月和11月期间进行了一项20个问题的在线问卷调查。

受访者：以下选定行业中拥有500名以上员工的组织中IT总监及以上职位：金融服务、医疗保健、制造业、电信，以及零售/消费品

此项调查在北美（美国、加拿大）、拉丁美洲（巴西、墨西哥）、欧洲中东和非洲地区（法国、德国、英国）以及亚太地区（澳大利亚、中国、印度、印度尼西亚、日本、新加坡、韩国）进行

所有受访者的组织目前都在利用云平台。