



Опубликовано на Швейцария: новости на русском языке (<https://nashagazeta.ch>)

Интернет и магазины – друзья или враги? | Internet et magasins, amis ou ennemis?

Author: Лейла Бабаева, [Берн](#) , 04.02.2016.



Покупки в интернете: удобно и просто... для тех, кто готов порвать с традициями (simplydesign.ch)

Как выживают предприятия розничной торговли в Швейцарии на фоне сильного франка, конкуренции интернет-продаж и избалованности покупателей? Что ждет их в будущем и у кого больше шансов на успех?

|
Quelle est la vie actuelle pour les détaillants suisses qui font face au franc fort, à la concurrence du commerce par internet et doivent s'adapter aux nouvelles habitudes des clients? Quel avenir les attend et qui a le plus de chances de réussite?

Internet et magasins, amis ou ennemis?

«Кто-то теряет, а кто-то находит»

Строка из песни подходит для описания сегодняшней обстановки в Цюрихе (и в

целом в Швейцарии), где недавно закрылась сеть магазинов модной одежды и одновременно открылся онлайн-магазин Siroop, принадлежащий торговой сети Coop и оператору связи Swisscom. В интервью журналу PME генеральный директор новой компании Константин Ильт отметил, что фирма рассчитывает стать важнейшим игроком в сфере торговли. Сотрудничая с независимыми розничными магазинами, Siroop предлагает широкий ассортимент товаров – от туалетной воды до электрических велосипедов.

Тем временем другие компании уходят с рынка, не в силах справиться с давлением обстоятельств. В прошлом году фирма Jeans & Co (Женева) закрыла 12 магазинов, уволив около ста сотрудников, фирма Companys (Нидвальден) объявила о своей неплатежеспособности и ликвидировала 12 филиалов, Paul Kehl (Санкт-Галлен) закрыла три отделения, компания Möbel Hubacher (Аргау) была вынуждена стать частью своего конкурента Pfister, и на этом список не заканчивается.

Кто виноват?

Главным виновником происходящего является национальная валюта. «[С 15 января 2015 года](#) мы словно живем в другом мире», - пожаловалась Николь Лоеб, хозяйка торговой сети в кантоне Берн. Швейцарцы стали совершать еще больше покупок в других странах, потратив в прошлом году за границей 11 миллиардов франков.

Сила национальной валюты и конкуренция интернет-продаж больше всего угрожают магазинам, продающим товары разных марок и небольшим торговым сетям в среднем ценовом сегменте. В лучшем положении находятся магазины, расположенные в центрах городов. По оценке аналитика Credit Suisse Фредри Хасенмайле, к 2028 году могут закрыться 50 000 магазинов.

Если людям, выросшим в цифровую эпоху, сегодня 20-25 лет, и они пока не располагают значительными средствами, то в 2020 году они составят большую часть потребителей, отмечает PricewaterhouseCoopers в исследовании Profitable growth in the digital age (англ.: Прибыльный рост в цифровую эпоху), и продажи по интернету достигнут новых вершин.

Предприятия розничной торговли долгое время не принимали всерьез продажи по интернету: торговля по почте не прижилась в Швейцарии (в отличие от Германии и Франции), и предприниматели думали, что та же судьба постигнет е-коммерцию. Кроме того, многие товары, включая мебель и продукты питания, поначалу считались «непродаваемыми» онлайн. Даже сегодня многие владельцы вкладывают огромные суммы в переоборудование магазинов и совсем мало – в новые технологии, тогда как «клиенту все равно, из какого дерева сделаны полки», подчеркнула глава консалтинговой компании Skyadvisory Карстен Хенкель.

В настоящее время каждый пятый швейцарец – клиент немецкого онлайн-магазина Zalando, который зарабатывает в Конфедерации больше, чем старые компании Schild, PKZ и Herren Globus вместе взятые. Еще до начала свободного полета франка, в 2014 году гигант Amazon заработал в Швейцарии 569 миллионов. Знатоки индустрии ожидают, что скоро Amazon откроет в Европе свой магазин продуктов питания AmazonFresh.

Не сбудется ли предсказание Марка Андрисена, миллионера и создателя первого в

мире интернет-браузера о том, что физические магазины исчезнут и все будут совершать покупки в интернете?

Что делать?

Как бы там ни было, но швейцарские предприниматели сдаваться не собираются. Консультант BCG Адриан Хофер отметил, что выигрывают те, кто делает ставку на физические магазины и онлайн-коммерцию одновременно, используя двойной потенциал.

Такую схему в Конфедерации первой применила созданная в 2001 году компания Digitec. Продавая по интернету электронные товары, фирма имеет и физические магазины, так как, по словам генерального директора Флориана Теутеберга, важно иметь помещения, куда клиенты могут прийти, увидеть и потрогать товар.

Упомянутая выше фирма Siroor делает ставку на близость к покупателю. Клиенты, живущие в городах, должны иметь возможность за десять минут добраться до ближайшего пункта выдачи заказов, подчеркнул Константин Ильт.

Владелец компании по продаже одежды и аксессуаров PKZ Оливье Бюргер энергично преобразует семейное предприятие. Сайт компании стал более привлекателен, как и специальное мобильное приложение. «Многие клиенты просматривают товары онлайн, а потом приходят к нам в магазин на примерку».

В магазинах одежды сети Schild можно примерять вещи перед электронным зеркалом, благодаря чему друзья смогут увидеть и оценить приглянувшийся вам реглан или платье. Кроме того, на экране в примерочной можно увидеть, как будет выглядеть на вас та или иная вещь другого цвета или размера. Пока эта возможность тестируется, но через пять лет, вероятно, подобные экраны появятся во всех примерочных.

Maggs, швейцарская сеть магазинов одежды, аксессуаров и украшений, тестирует в шести филиалах приложение, отправляющее клиентам уведомление на смартфон о товарах, которые лежат на конкретных полках и могут их заинтересовать.

В магазинах оптики сети Viu с недавних пор можно расплатиться только через интернет-магазин, так как кассы остались в прошлом (что позволило сократить расходы). Подобным образом вскоре можно будет оплачивать покупки в магазинах Swisscom, поскольку сумма к оплате будет приходить на мобильный телефон.

Если говорить о мелких торговых сетях, то им не угнаться за всеми новшествами больших компаний. Те, у кого не хватает денег на организацию онлайн-коммерции и налаживание ее безупречного взаимодействия с физическими магазинами, делают ставку на то, что конкуренты из виртуальной сферы не в силах предложить клиентам: прямой контакт с покупателями и удовольствие от шопинга. По словам Оливье Бюргера, «отныне поход в магазин должен стать незабываемым опытом. Времена, когда мы просто раскладывали товар на полках, прошли».

Manor идет еще дальше: между полками с товаром устраиваются танцевальные представления, на крыше-террасе магазина в Базеле проводятся занятия йогой, в Женеве в магазине можно посетить урок приготовления моцареллы... В новшества

вложено полмиллиарда франков, с целью связать интернет и магазины, поместить клиента в центре происходящего, завоевать новые доли рынка, подчеркнул генеральный директор сети Бертран Жюнго.

Со своей стороны, производители идут навстречу магазинам, помогая им оптимизировать процесс и сократить ставшую бесполезной площадь. Магазины, которые сотрудничают с отечественным производителем обуви Lowa, держат на полках по одному ботинку на каждый размер и модель. Если клиент остается доволен примеркой, то Lowa доставляет заказанную пару ему на дом в течение двух дней.

По мнению канадского футуролога и консультанта по вопросам розничной продажи Дуга Стивенса, в будущем положительный опыт совершения покупок, сопровождаемый дополнительными услугами и развлечениями, станет единственным фактором, который будет отличать магазины один от другого.

Те, кто любит привычные походы за покупками, могут не волноваться: нет сомнений в том, что часть розничных сетей сохраняют свои физические магазины. В их число войдут те, кто торгует предметами роскоши, драгоценностями, косметикой и подобными товарами, так что мучиться ностальгией по ярким витринам вряд ли придется.

[швейцарские предприятия](#)

Статьи по теме

[Интернет-торговля в Швейцарии: новые горизонты](#)

[В Швейцарии неплохо обеспечена электронная торговля](#)

[Женщины – двигатели электронной торговли в Швейцарии](#)

[Ricardo.ch – в Швейцарии популярнее, чем eBay](#)

Source URL:

[*https://dev.nashagazeta.ch/news/economie/internet-i-magaziny-druzya-ili-vragi*](https://dev.nashagazeta.ch/news/economie/internet-i-magaziny-druzya-ili-vragi)