



ИСТОРИЯ УСПЕХА

EPAM & SEPHORA: УВЕЛИЧЕНИЕ МОБИЛЬНЫХ ПРОДАЖ

Вы - один из лидеров на рынке косметических товаров и парфюмерии. Ваш веб-сайт должен предложить покупателям тот же первоклассный опыт, что и обслуживание в ваших магазинах. Как вы этого добьетесь?

В 1970 году во Франции Sephora реализовала уникальную концепцию торговли, благодаря чему превратилась в ведущую розничную сеть по продаже парфюмерии и косметики. Сейчас по всему миру работает 1900 магазинов под хорошо узнаваемым черно-белым логотипом компании.

Как один из наиболее известных розничных брендов Sephora неизменно уделяет огромное внимание преобразованию цифровых каналов взаимодействия с покупателями, прежде всего веб-сайта. Задачи, с которыми компания обратилась в EPAM, были характерными для ее бизнеса и имели критически важное значение для его дальнейшего успеха:

- Улучшить функциональность поиска и процесс оформления покупки
- Построить омниканальное обслуживание покупателей
- Обеспечить полную интеграцию с программой лояльности Beauty Insider

Результатом сотрудничества с EPAM стало увеличение продаж через мобильные устройства и продолжающийся рост других ключевых показателей эффективности бизнеса Sephora. Экспертное знание решений Oracle ATG Web Commerce и богатый опыт внедрения систем электронной коммерции для клиентов в различных странах сделали EPAM идеальным партнером для Sephora.

“ EPAM стала для нас необыкновенным партнером. Оптимальное сочетание обширного опыта в сфере электронной коммерции и глубоких технологических компетенций - это именно то, что нам было необходимо для создания нового веб-сайта. ”

— Савио Таттил
вице-президент по разработкам
компании Sephora

ЗАДАЧА

УЛУЧШИТЬ ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ ПОИСКА И ПРОЦЕСС ОФОРМЛЕНИЯ ПОКУПКИ

Найти и купить на веб-сайте подходящее косметическое средство или парфюмерию весьма сложно, поскольку посетители не могут потрогать или протестировать товары. Понимая это, Sephora стремилась сделать опыт покупки в онлайне схожим по своим возможностям с аналогичным опытом в рознице и максимально сократить дистанцию между покупателем и товарами.

РЕШЕНИЕ

EPAM и Sephora предложили посетителям новую функцию – «быстрый взгляд». С ее помощью можно мгновенно посмотреть все важные характеристики продукта и купить его за меньшее количество кликов, чем раньше. В дополнение EPAM и Sephora модернизировали и упростили процесс оформления покупки.

ЗАДАЧА

ПОСТРОИТЬ ОМНИКАНАЛЬНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Требуется большой объем работы с внутренними системами компании, чтобы получить возможность взглянуть на клиента единым взглядом - в комплексе посмотреть на его покупки, совершенные в магазинах, через различные устройства и платформы. Sephora стремилась найти способ добиться успеха там, где другие парфюмерно-косметические ритейлеры потерпели неудачу.

РЕШЕНИЕ

EPAM и Sephora разработали функциональность, которая позволила покупателям проверять наличие товара в близлежащих магазинах и облегчила его покупку и самовывоз. Кроме того, хорошо отлаженное омниканальное взаимодействие с клиентами помогло Sephora понять, как веб-сайт влияет на покупки в магазинах и наоборот.

ЗАДАЧА

ОБЕСПЕЧИТЬ ПОЛНУЮ ИНТЕГРАЦИЮ С ПРОГРАММОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ BEAUTY INSIDER

Иметь пользующуюся успехом программу лояльности несложно, но вот ее интеграция с остальными внутренними системами и мобильными приложениями может стать серьезным вызовом. Beauty Insider – широко востребованная программа лояльности Sephora - должна была работать на всех устройствах, но пользователи планшетов или смартфонов не могли ею пользоваться. Sephora понимала, насколько важное значение это имеет для ее наиболее технологически продвинутых покупателей, и хотела предложить им самый лучший мобильный опыт.

РЕШЕНИЕ

Максимально задействуя свой опыт по Oracle ATG, EPAM и Sephora создали решение для поддержки мобильного приложения нового уровня.

Были расширены возможности по онлайн-работе с Beauty Insider: покупатели смогли просматривать историю своих покупок и баланс начисленных за них баллов и бонусов. Приложение стало доступным и на iPad, благодаря чему поклонники Sephora смогли получать информацию о любимых товарах с любого устройства.

Вместе EPAM и Sephora успешно решили несколько бизнес-задач. При реализации проекта в партнерстве с Sephora команда ИТ-специалистов EPAM обеспечила высокое качество разработки, тестирования и миграции данных.

РЕЗУЛЬТАТЫ

- **Значительный рост омниканальных продаж**
- **Отличные отклики со стороны СМИ на запуск лучшего в индустрии инновационного веб-сайта и мобильных приложений**
- **Повышение на 150% продаж через мобильные устройства**

EPAM стала для нас необыкновенным партнером. Оптимальное сочетание обширного опыта в сфере электронной коммерции и глубоких технологических компетенций - это именно то, что нам было необходимо для создания нового веб-сайта - отметил Савио Таттил, вице-президент по разработкам компании Sephora.

Мы бы назвали это великолепным преобразованием.

