

خرده‌فروشی هوشمند

تألیف: الیور پانتانو - چارلز ای. دنیز

ترجمه: فرشید خاجانیان



سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

سرشناسه	: پانتانو، الئونورا، ۱۹۸۲م Pantano, Eleonora
عنوان و نام پدیدآور	: خرده‌فروشی هوشمند / تألیف: الئونورا پانتانو- چارلز دنیز، ترجمه: فرشید خانجانیان
مشخصات نشر	: تهران، آرون، ۱۳۹۸
مشخصات ظاهری	: ۱۳۶ ص.
شابک	: ۶ - ۷۲۲ - ۲۳۱ - ۹۶۴ - ۹۷۸
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیپا
عنوان اصلی	: Smart retailing : technologies and strategies 2018
موضوع	: خرده‌فروشی- نوآوری Retail trade – Technological innovations
شناسه افزوده	: دنیز، چارلز، ۱۹۴۶، نویسنده Charles, Dennis
شناسه افزوده	: خانجانیان، فرشید، ۱۳۶۱، مترجم
رده‌بندی کنگره	: H۱۵۴۰
رده‌بندی دیویی	: ۸۷ / ۶۵۱
شماره کتابخانه ملی	: ۵۸ - ۴۶۶



خرده‌فروشی هوشمند

تألیف: الئونورا پانتانو- چارلز دنیز

ترجمه: فرشید خانجانیان

ناشر: انتشارات آرون

چاپ اول: ۱۳۹۸

چاپ صدف: ۱۱۰۰ نسخه

۲۹۰۰۰ تومان

نشانی: میدان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین، خیابان وحید نظری،

نرسیده به خیابان منیری جاوید، پلاک ۱۰۵، واحد ۳ تلفن: ۵۱ - ۶۶۹۶۲۸۵۰

ایمیل: Arvannashr@yahoo.com وبسایت: www.Arvannashr.ir

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فهرست مطالب

۷	مقدمه
---	-------

فصل ۱

مقدمه

۱۰	هدف کتاب
۱۱	امروز و فردا
۱۳	مزایا و معایب فن آوری های جدید خرده فروشی
۱۳	چشم انداز مصرف کننده
۱۵	چشم انداز خرده فروشی
۱۸	مراجع

فصل ۲

زمینه فنی

۲۱	فناوری درون فروشگاه
۲۴	آن سوی فناوری
۲۵	هولوگراف
۲۶	سیل فریج
۲۶	کیت اسپاد
۲۷	دینتهامز
۲۷	فناوری فراگیر
۳۰	هارودز

۳۱	برند تجاری Maybelline نیویورک
۳۲	آمنیچنل خرده‌فروشی
۳۶	مراجع

فصل ۳

خرده‌فروشی به عنوان یک بخش نوآورانه

۴۴	منحنی فشار دانش
۵۰	فرآیند معرفی نوآوری در خرده‌فروشی
۵۵	مراجع

فصل ۴

مدل خرده‌فروشی هوشمند

۵۷	از شهر هوشمند به خرده‌فروشی هوشمند
۵۹	ساختارهای سازنده خرده‌فروشی هوشمند
۶۰	فرآیندهای سازمانی
۶۲	فعالیت‌های فروش
۶۴	مدل خرده‌فروشی هوشمند
۶۷	مزایا و چالش‌های رویکرد خرده‌فروشی هوشمند
۶۹	چالش‌های ناشی از نیاز به قابلیت‌های برنامه‌های کاربردی
۶۹	چالش‌های ناشی از تغییر در مدیریت دانش
۷۰	چالش‌های ناشی از ایجاد مشارکت‌های هوشمند
۷۱	چالش‌های ناشی از تغییرات در دسترسی به خدمات
۷۱	چالش‌های ناشی از تغییرات در مشاغل فروشندگان
۷۲	چالش‌های ناشی از تغییرات در مصرف
۷۲	استراتژی خرده‌فروشی هوشمند
۷۵	مراجع

فصل ۵

خرده‌فروشی لوکس به عنوان یک بخش (یا زیر بخش) هوشمند

۷۶	خرده‌فروشی لوکس
۸۱	رویکرد خرده‌فروشان لوکس به سوی خرده‌فروشی هوشمند

۸۳	نتایج خرده‌فروشی هوشمند برای خرده‌فروشان لوکس
۸۷	مراجع

فصل ۶

به سوی فروشگاه هوشمند

۸۹	فروشگاه هوشمند به عنوان بخشی از خرده‌فروشی هوشمند
۹۰	مکان‌های هوشمند
۹۵	ساختارهای سازنده فروشگاه هوشمند
۹۸	مزایا و چالش‌های فروشگاه هوشمند
۹۸	محیطی پیشرفته و سرگرم‌کننده
۹۹	تعامل و تحرک مصرف‌کنندگان در فروشگاه
۱۰۰	پاسخ مثبت رفتاری مشتری
۱۰۱	مراجع

فصل ۷

به سوی آینده

۱۰۵	ستون‌های تغییر
۱۰۶	هوش (هوشمندی) بازاریابی
۱۰۸	دستیاری مشتری
۱۱۱	در تعاملات اجتماعی درون فروشگاه
۱۱۴	مراجع

فصل ۸

مورد تامی هیلفایگر

۱۱۹	تاریخچه نام تجاری (برند)
۱۲۰	فروشگاه‌های خرده‌فروشی
۱۲۱	نوآوری دیجیتال
۱۲۳	رویکرد خرده‌فروشی هوشمند تامی
۱۲۶	مراجع

فصل ۹

نتیجه‌گیری

- ۱۲۷..... معنی خرده‌فروشی هوشمند چیست؟
- ۱۳۰..... چرا خرده‌فروشی‌های هوشمند موضوعی با اهمیت هستند؟
- ۱۳۲..... چگونه خرده‌فروشی هوشمند را کاربردی سازیم؟
- ۱۳۴..... مراجع

www.ketab.ir

خرده فروشی مفهوم جدیدی نیست و فرهنگ خرده‌فروشی با شکل‌گیری نخستین بازارها در تاریخ بشر، همراه انسان بوده است. خرده‌فروشی شامل فروش مستقیم از یک نقطه‌ی خرید به یک مشتری است که قصد استفاده از محصول را دارد. نقطه‌ی خرید می‌تواند یک فروشگاه خرده‌فروشی، یک فروشگاه اینترنتی، یک کاتالوگ یا حتی یک تلفن همراه باشد. تولیدکنندگان مقادیر بالایی از محصولات را به خرده‌فروشان می‌فروشند و خرده‌فروشان تلاش می‌کنند تا این مقادیر را به مشتریان خود عرضه کنند. خرده‌فروشی هوشمند یک اصطلاح است که برای توصیف مجموعه‌ای از فناوری‌های هوشمند طراحی شده است که به مشتریان کمک می‌کند تجربه خریداری سریع‌تر، ایمن‌تر و دقیق‌تر را داشته باشد. بیشتر خرده‌فروشان اهمیت ترکیب بهترین فناوری‌های دیجیتال و ابزارهای فیزیکی برای ایجاد تجربه روان و یکپارچه برای مشتریان را دست‌کم نمی‌گیرند.

شرکت‌های خرده‌فروشی سنتی که ساختار، رویکرد و استراتژی‌های آن‌ها در رقابت دیجیتالی عقب مانده است با موفقیت شرکت‌هایی که تنها در محیط الکترونیکی فعالیت می‌کنند بیشتر به عقب رانده می‌شوند. شرکت‌هایی که از انقلاب دیجیتال استقبال کرده‌اند برندگان اصلی رقابت هستند. این شرکت‌ها مدل‌های کسب و کار انعطاف‌پذیری به وجود آورده‌اند که می‌تواند خود را با سرعت با تغییرات سریع بازار وفق دهد. دنیایی که تقریباً همه از آن در حال استفاده هستند یعنی تلفن هوشمند انقلاب را در خرده‌فروشی فعال کرده است. می‌توان به فروشگاه آنلاین اشاره کرد که به عنوان یک کاتالوگ و دایرکتوری برای فروشگاه‌های واقعی، در حال حاضر به طور فزاینده‌ای به عنوان یک وسیله مستقیم پرداخت برای کالاها و خدمات است.

عدم وجود منابع داخلی در زمینه خرده‌فروشی هوشمند مترجم را برآن داشت که نسبت به ترجمه یکی از کتاب‌های معتبر دنیا در این زمینه اقدام نماید. نویسندگان این کتاب دکتر یانانو عضو هیات علمی دانشکده مدیریت دانشگاه

بريستول انگلستان و دکتر دنيس عضو هيات علمي گروه برندسازی بازاریابی دانشگاه میدلکس انگلستان می‌باشند. مترجم مطالعه این کتاب را به دانشجویان و اساتید رشته‌های مدیریت بازرگانی، کسب و کار، کارآفرینی، صنعتی و تکنولوژی در مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد توصیه می‌کند.

طبق رویکرد نوآوری باز پذیرای بازخورد و نظرات شما به آدرس ایمیل Farshidkh2002@gmail.com هستیم.

فرشید خانجانیان (مدرس دانشگاه)

www.ketab.ir