



**«ЛентаPRO» -
Превосходный клиентский опыт для
формирования долгосрочной лояльности
в B2B сегменте**

24.04.2024





Мария Шалина

Директор B2B направления «Лента PRO», отвечающего за развитие продаж юридическим лицам компании «Лента».

«Лента PRO» — это программа работы с корпоративными клиентами, предоставляющая юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям максимально широкие возможности покупки и оплаты товаров в магазинах «Ленты» и онлайн, а также дополнительные сервисы.



online.lenta.com/b2b

«Лента PRO» развивает сотрудничество с партнерами сегментов: HoReCa, корпоративные клиенты, соц. учреждения и благотворительные фонды, розница и мелкий трейд

Что мы сегодня обсудим:

1. Тренды **рынка B2B** – высокий потенциал для ритейла
2. Вызовы при сотрудничестве с **B2B для ритейла** (высокосервисный сегмент, требующий постоянного улучшения и автоматизации)
3. **CX инструменты**, как основной рычаг увеличения доли продаж в сегментах B2B, примеры Лента PRO
4. Постоянный **update CVP** для дифференциации на рынке
5. Выводы и **результаты внедрения CX** в Лента PRO



Рынок B2B становится еще одной точкой роста для ритейл

Корпоративные компании ожидают видеть поставщика как надежного партнера для долгосрочного сотрудничества.

Сегмент	Объем рынка, млрд руб. ¹	Тренды рынка (2023-2026)
Розничная торговля ²	1 340	Сокращение емкости рынка за счет растущих форматов дискаунтеров и онлайн (-4,3% гкг)
HoReCa	470	Перераспределение долей внутри сегмента между премиальными заведениями (трафик -50%) и фаст/стрит фуда (продажи +19%)
Корпоративные клиенты	197	Уход из РФ и закрытие части компаний, перевод сотрудников на удаленный/гибридный вид работы (падение -8% гкг)
Социальные учреждения и фонды	20	Рост рынка в связи с геополитической обстановкой, фокус государства на оказание гуманитарной помощи
Трейдера	1000	Уход поставщиков А брендов и ужесточение контроля за товародвижением производителями и введением полной маркировки. Падение сегмента 2022-24 – 35%, далее стабилизация)
Гос. закупки	4 400	Высокий барьер вхождения в рынок ГЗ при низкой маржинальности
Итого без гос.закупок	3 027	CAGR –4,5%
Итого рынок b2b	7 427	



1. На основании данных ГФК, Росстат и Сбербанк

2. Розничная торговля – магазины «у дома», магазины малого формата, исключены федеральные сети, узко профильные магазины

Вызовы при сотрудничестве с B2B для ритейла

Клиенты B2B ожидают высокого сервиса от поставщика (ритейлера), критерии разные в зависимости от сегмента клиентов

- **Высокие требования к сервису со стороны B2B клиентов:**

- ✓ Мультиканальность – офлайн, онлайн (самовывоз, доставка)
- ✓ Документооборот: ЭДО, онлайн регистрация, заключение договора онлайн, автоматическое выставление счета к заказу, пополнение баланса ЛК, возможность скачать первичные документы и акты сверки, разнесение ДС для оплаты покупок, возможность получения специализированных документов (ветеринарные свидетельства, марки честный знак и т.д.)
- ✓ Удобные условия оплаты, вкл. Отсрочку платежа
 - **Широта и полнота ассортимента для каждого сегмента**
- ✓ Качество товаров
- ✓ Лучшее ценовое предложение: единые цены и ассортимент онлайн и офлайн
 - **Индивидуальный подход - КАМ**
 - **Высокая конкуренция**
- ✓ Федеральные и локальные

- **Что требуется изменить ритейлеру/поставщику для развития B2B:**

- ✓ Логистические процессы (доставка, в том числе по графику, крупные заказы, хранение, склады)
- ✓ Процессы коммерции (объемы товаров и ценообразование под B2B)
- ✓ Финансовые и бухгалтерские процессы (настройка процессов для работы не с поставщиком, а с клиентами)
- ✓ Организационный дизайн и другие элементы (отдельный business unit для управления B2B)
- ✓ Федеральные и локальные

Формирование базовых элементов и дифференциации

Пример формирования ключевых элементов позиционирования, пример Лента PRO

Базовые элементы

Наличие доставки, самовывоза

Отсрочка платежа

Удобный личный кабинет

Персональный менеджер

Широкий ассортимент и понятный выбор

Дифференцирующие элементы

Превосходный сервис

Специальное сервисное обслуживание, удобный омниканальный формат общения

Программы привилегий для клиентов

Расширенные модели поставок клиенту

Широкая география поставок

Важно для федеральных клиентов, поставщик как одно окно

Высокое качество продукции

Гарантии возврата в случае несоответствий, лучшие сроки годности

Специальное ценообразование

Предложение ассортимента, необходимого для клиента

Важно формировать CVP с пониманием потребностей клиентов, для каждого микросегмента свое ценностное предложение:

- Цена
- Ассортимент
- Сервис
- Персональный менеджер

HoReCa, пример CVP (ценностное предложение для сегмента)

Потребности

- 1. Ассортимент:** ширина, стабильность
- 2. Качество товаров**
- 3. Сервис:** быстрая доставка, ЛК, КАМ, ЭДО, EDI, ЕГАИС
- 4. Удобные условия оплаты:** отсрочка платежа, безналичная, наличные
- 5. Система лояльности**
- 6. Лучшее ценовое предложение**

ТОП ассортимент

- 1. Свежие овощи и фрукты**
- 2. Мясная продукция**
- 3. Молочная продукция**



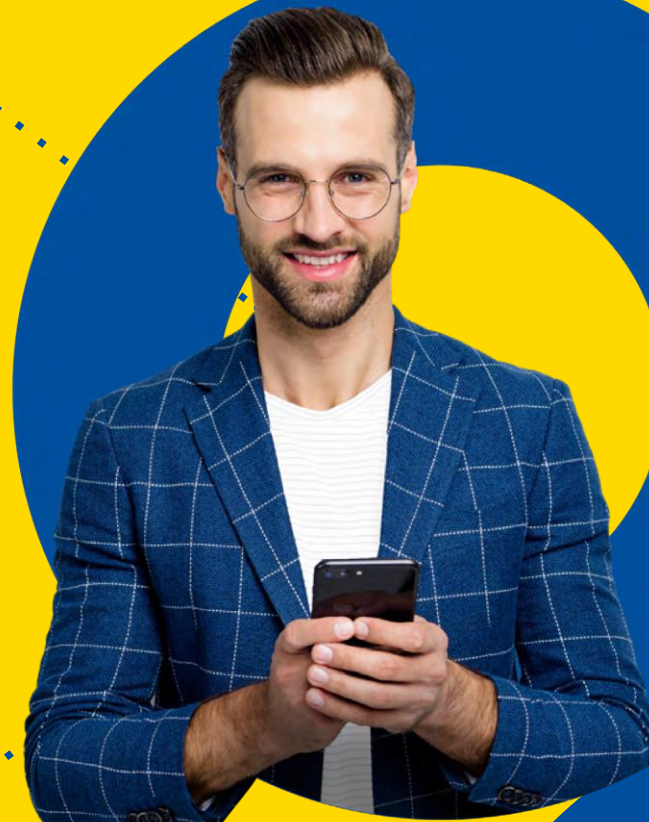
Скорость – основной тренд в мире и в B2B бизнесе: автоматизация, бесшовность, омниканальность, орг. дизайн (под сегмент\под канал)

Документооборот

Коммуникации

Платформа/
омниканальность

Автоматизация/
цифровизация



Развитие омниканального взаимодействия - Омниканальный опыт Лента PRO

71% из зарегистрированных на онлайн-витрине клиентов покупают оффлайн и 16% являются омниканальными, приобретают товары в разных каналах, и 13% покупают только онлайн.*

Онлайн платформа B2B - единая точка входа для двустороннего контакта клиента и поставщика, включая сервис и ассортимент

Сквозная аналитика – для анализа эффективности и ранжирования каналов привлечения трафика

*Аналитика Лента PRO

В2В платформа – омниканальность. Удобство и сервис

- Единые цены и ассортимент онлайн и оффлайн
- Отображение программы лояльности и индивидуальных цен, единое накопление квалификационного объема
- Единые акции B2B/B2C
- Онлайн чат, CSAT, линия отдельной поддержки (снизили нагрузку с менеджеров по продажам на 13%)
- Админ панель для Менеджеров
- Удобные способы оплаты, вкл. отсрочку платежа
- Процесс по частичной приемке заказов

Способ оплаты

+ Новой картой	Оплата без привязки карты	Выставить счет к заказу	Кредит	Списать с баланса
----------------	---------------------------	-------------------------	--------	-------------------

! При оплате картой
Данный заказ будет оформлен для собственных нужд

👉

👉

👉

👉

👉

Что вам особенно понравилось?

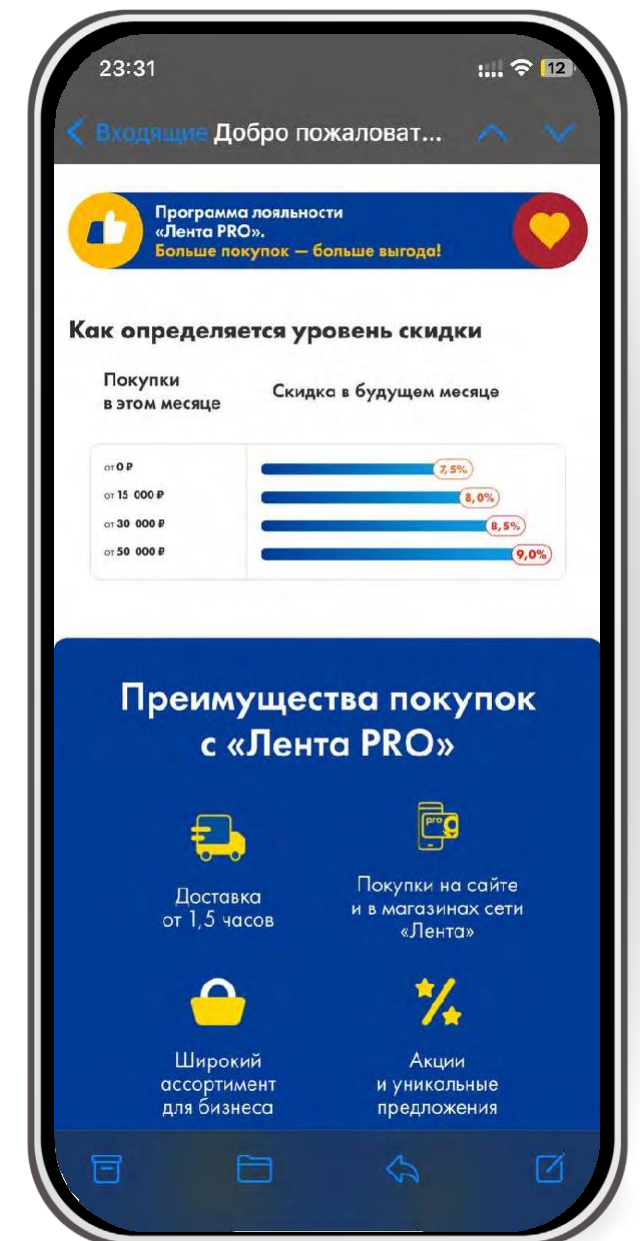
Комментарий

Отправить отзыв

Свяжитесь с нами, и мы сделаем вам выгодное предложение и ответим на все вопросы

📞 8 800 700 41 13

✉ pro@lenta.com



В2В платформа: внедрение бесшовного документооборота

- **Заключение договора онлайн**
- **Онлайн регистрация**
- **ЭДО**
- **Автоматическое выставление счета** к заказу либо на пополнение баланса ЛК
- **Возможность скачать** первичные документы и акты сверки
- **Возможность получения специализированных документов** (ветеринарные свидетельства, марки честный знак и т.д.)
- **Увеличенное количество слотов** с 2-х до 5-ти для размещения ДС для оплаты покупки

Есть промокод?

Товары 10,75 кг	111 169,70 ₽
Доставка	Бесплатно
.....	
Скидки и акции	-890,00 ₽
.....	
Итого	1 169,70 ₽
НДС к возврату ⓘ	369,70 ₽
.....	

Комментарий сборщику

Что нам важно знать при сборке?

Заказ ветеринарной продукции для собственных нужд

Заказ маркированной продукции для собственных нужд

Оформить заказ

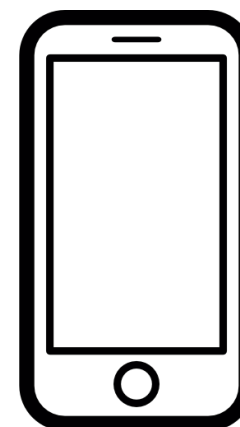
Принимаю условия **рамочного договора поставки**

Потребности определенных сегментов клиентов

Измерение CX на всех ключевых точках контакта для приоритизации бэклога



- **CSAT после совершения покупки в гипермаркетах Лента**



- **CSAT после покупки в онлайн**

Общее впечатление о визите

Уровень цен на товары

Ассортимент и качество товаров

Общее впечатление о визите

Вежливость персонала

Сервис

1. СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ:

Все комментарии клиентов классифицируются по типам обращений и обрабатываются профильными подразделениями (Пример: вопросы по ассортименту и ценам – коммерческая служба, вежливость персонала – операционная служба)

2. ПРИОРИТИЗАЦИЯ БЭКЛОГА:

Наличие регулярных встреч с командой B2B для подробного разбора обращений клиентов и приоритизации задач для бэклога доработок и улучшений по каналам продаж

Результаты внедрения омниканального подхода в Лента PRO

Лидогенирация:

- Увеличение активной клиентской базы на 33%
- Экономия времени работников стойки информации на регистрацию B2B клиента на 22%
- Увеличение эффективности работы отдела продаж на 13% (отслеживание исполнения KPI по utm меткам в сквозной аналитике и экономия времени на регистрацию)

Документооборот:

- Увеличение селф сервиса на 40% (клиенты совершают полный цикл покупки в Ленте от регистрации и заключения договоров до получения док-в, сверок и ВСД, не обращаясь в поддержку или на стойку информации)
- Снижение кол-ва обращений на 20%

Оформление заказов:

- Конверсия в покупку 23% vs PY
- Конверсия в регистрацию PY 46%

Лояльность:

- Рост товарооборота на 18%
- Снижение оттока на 13%



Мария Шалина, директор B2B
maria.shalina@lenta.com

8 (963) 710 09 19



Подписывайтесь на наши соцсети:



Сайт **online.lenta.com/b2b**