



XVIII FORUM NAUCZYCIELSKIE WSL 2024

E-commerce - trendy rynkowe w branży fashion i kontekst intralogistyczny



**WYŻSZA SZKOŁA
LOGISTYKI**

Agata Mikiewicz ZALANDO

Trendy w e-commerce fashion

TECHNOLOGIA

ANALIZA DANYCH, AI, UCZENIE MASZYNOWE, DECYZJE OPARTE O DANE, ROBOTYKA,

KLIENT

PERSONALIZACJA, SELEKCJA I REKOMENDACJA, ŚLEDZENIE WYBORÓW, MAPOWANIE PREFERENCJI, ANALIZA ZACHOWAŃ I ZMIAN POKOLENIOWYCH;

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ

RECYCLING, OPAKOWANIA, ETYKA WE WSPÓLPRACY Z PARTNERAMI I DOSTAWCAMI,



Trendy w intralogistyce

TECHNOLOGIA

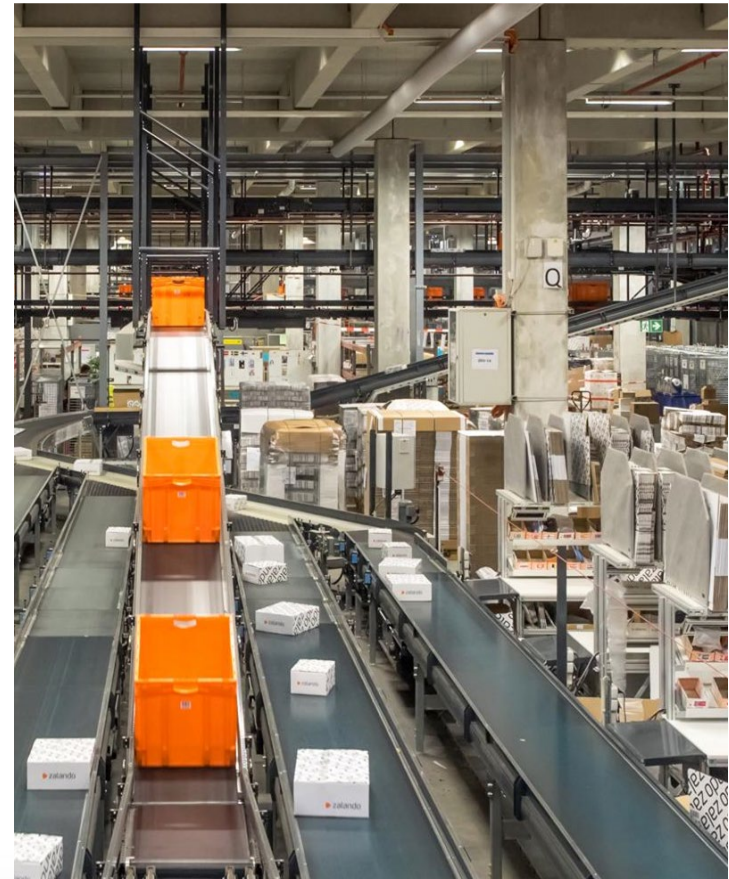
AUTOMATYZACJA TRANSPORTU WEW,
ROBOTYKA W KOMPLETACJI I PAKOWANIU;

LOGISTYKA 4.0

INTRALOGISTYKA W ŚRODOWISKU 4.0

CYFRYZACJA

WMS, TECHNOLOGIE IoT;



Trendy w e-commerce fashion

ZRÓWNOWAŻONY
ROZWÓJ

MarketPlace
Platformy

SPRZEDAŻ
WIELOKANAŁOWA

PŁATNOŚCI

PERSONALIZACJA

HANDEL
SPOŁECZNOŚCIOWY



Trendy w e-commerce fashion

01	PERSONALIZACJA	<ul style="list-style-type: none">• AI• HISTORIA WYSZUKIWAŃ I ZAKUPÓW
02	SPRZEDAŻ WIELOKANAŁOWA	<ul style="list-style-type: none">• "BRICKS & CLICKS"• OMNICHANNEL• MULTICHANNEL
03	HANDEL SPOŁECZNOŚCIOWY	<ul style="list-style-type: none">• METAVERSE• AR I VR• INFLUENCER
04	ELASTYCZNE OPCJE PŁATNOŚCI	<ul style="list-style-type: none">• BNPL• MOBILE WALLETS• KRYPTOWALUTY• INSTALMENT PLANS
05	ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ	<ul style="list-style-type: none">• RE-SALE• ECO-FASHION



Trendy w e-commerce fashion

MARKET PLACES PLATFORMY



1

MarketPlace to miejsce lub strona internetowa, na której można znaleźć produkty różnych marek pochodzące od wielu dostawców, sklepów lub osób prezentowanych na tej samej platformie.

e-commerce a MarketPlace Własność sklepu e-commerce spoczywa na jednym BU, zapewniając pełną kontrolę nad operacjami i podejmowaniem decyzji. Własność **MarketPlace** należy do jednego BU, co zapewnia hosting i ułatwianie transakcji wielu sprzedawcom lub firmom.



Pomoc i kontakt Standardowa dostawa za darmo od 59 zł i darmowy zwrot* 100 dni na

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci  

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Beauty Premium **Promocje %** Pre-owned

Produkty damskie

Odzież
Obuwie
Sport
Streetwear

Sortuj ▼ Marka ▼ Rozmiar ▼ Kolor ▼ Zrównoważony rozwój ▼ Cena ▼
Materiał ▼ Rodzaj kolekcji ▼ Cechy adaptacyjne ▼ Kampanie ▼ Okazja ▼

Trendy w e-commerce fashion

Moda jest z natury rzeczy osobista i służy jako medium, dzięki któremu jednostki mogą wyrazić swoją tożsamość i osobowość poprzez swój strój.

AI

“Sztuczna inteligencja to nauka o tworzeniu maszyn, które potrafią myśleć jak ludzie. Może robić rzeczy uważane za „inteligentne”. Technologia sztucznej inteligencji może przetwarzać duże ilości danych w inny sposób niż ludzie. Celem sztucznej inteligencji jest zdolność do wykonywania takich czynności, jak rozpoznawanie wzorców, podejmowanie decyzji i ocenianie jak ludzie.”

“Sztuczna inteligencja to inteligencja maszyn lub oprogramowania, w przeciwieństwie do inteligencji istot żywych, przede wszystkim ludzi. Jest to kierunek studiów w informatyce, który rozwija i bada inteligentne maszyny. Takie maszyny można nazwać sztuczną inteligencją Als.”

source: <https://www.eu-startups.com/>

“We tend to overestimate the effect of a technology in the short run and underestimate the effect in the long run.”

Roy Amara, 1925–2007



Trendy w e-commerce fashion

AI wspomaga dobór odzieży pod względem:

- **Rozmiaru**

Brytyjska firma logistyczna Whistl podaje, że ponad 70% zwrotów spowodowanych jest nieodpowiednio wybranym rozmiarem. Sztuczna inteligencja oferuje m.innymi generatywne modele sztucznej inteligencji, które mogą symulować dopasowanie odzieży, oraz narzędzia oparte na sztucznej inteligencji umożliwiające rekomendowanie rozmiaru i porady dotyczące dopasowania.

Francuski [Veesual](#) umożliwia konsumentom korzystanie z wirtualnych przymierzalni w celu wyboru modeli i strojów, poprawiając doświadczenie zakupów cyfrowych.

Startup B2B z siedzibą w Oksfordzie, [Aistetic](#) opracował platformę, która wykorzystuje skany ciała 3D w celu zapewnienia precyzyjnych pomiarów, mając na celu zmniejszenie wskaźników zwrotów i promowanie zrównoważonych praktyk w modzie.

- **Stylu**

Brytyjski [Save Your Wardrobe](#) nie tylko doradza w kwestii doboru elementów posiadanej garderoby, ale również w kwestii przedłużenia jej życia

- **Inkluzywności**

Holenderski [Lalaland.ai](#) współpracujący z Levi Strauss & Co., Calvin Klein, i Tommy Hilfiger oferuje generatywną technologię AI, która tworzy realistyczne, różnorodne modele, promując inkluzywność marek.

PERSONALIZACJA

2

ZARA

ASOS

GUCCI



Trendy w e-commerce fashion

SPRZEDAŻ WIELOKANALOWA

3

The “bricks & clicks” business model opiera się na tradycyjnej sprzedaży poprzez sklep stacjonarny przy jednoczesnej sprzedaży przez internet. Model wykorzystuje zalety obu kanałów. Inaczej nazywany Omnichannel.

Omnichannel inaczej “seamless commerce” - płynny handel lub “unified commerce” lub “all channels”. Strategia sprzedaży wielokanałowej, integrujące kanały online i offline przy jednoczesnej stałej integracji na poziomie danych. Przykładem jest: **“Buy on line, return in store”**

Multichannel inaczej “many channels”. To strategia wykorzystująca wiele kanałów, takie, jak: Mobile App., SMS, in-store, ect. bez ich konsolidacji.



Trendy w e-commerce fashion



SHOP CUSTOMER FAVORITES @URBANOUTFITTERS

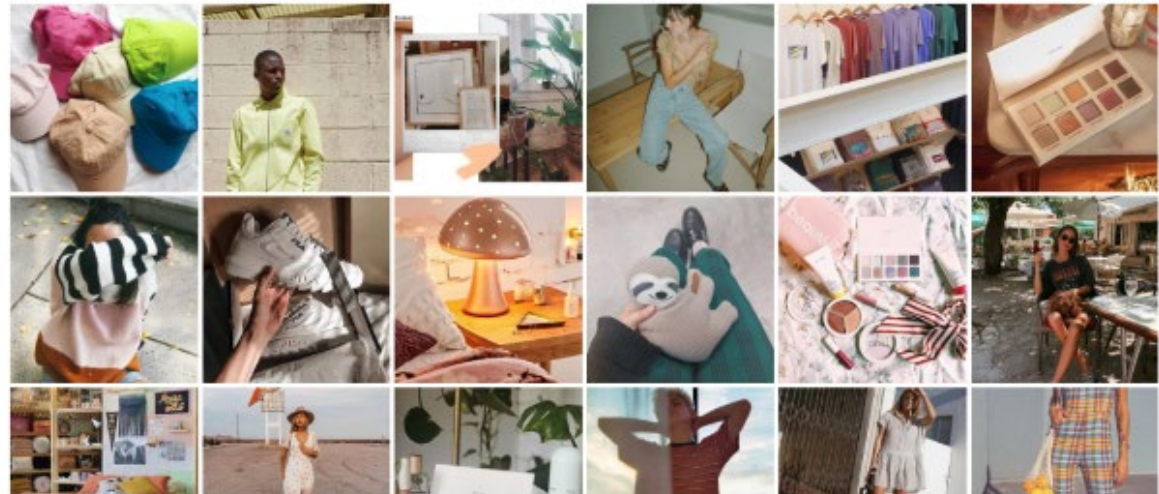
FOLLOW
US ON
INSTAGRAM

Follow, Share, Shop

This is your UO: your favorite looks, spaces, music and more. [Click, scroll, pin, shop](#) for a chance to be featured.

[Follow us on Instagram](#)

View All | #UOOnYou | #UOMess | #UOHome | #UOBesky | #UOMusic



4

HANDEL SPOŁECZNOŚCIOWY

URBAN
OUTFITTERS



Trendy w e-commerce fashion

AR - Augmented reality poprzez wykorzystanie hologramów, pozwala stworzyć interaktywny rozszerzony obraz świata rzeczywistego. Budowana jest za pomocą cyfrowego dźwięku i obrazu.

Burberry współpracowała z artystą Dannym Sangrą przy tworzeniu rysunków „inspirowanych Burberry” dla dedykowanej funkcji AR w aplikacji na iOS. Dzięki komponentowi AR użytkownicy mogli w czasie rzeczywistym dekorować swoje otoczenie, dodając obrazy Danny'ego Sangry do swoich zdjęć.

Zalando wprowadził na Snapchacie nową wirtualną aplikację do ubierania się o nazwie „Try On”. Wykorzystując technologię AR za pośrednictwem soczewek Snapchata, użytkownicy mogą wirtualnie przymierzyć wybrane produkty marek własnych Zalando, w tym Even & Odd, Zign i Your Turn.



VR - Rzeczywistość Virtualna środowisko generowane komputerowo ze scenami i obiektami, które wydają się rzeczywiste, dzięki czemu użytkownik czuje się zanurzony w otoczeniu.

Immersive (przy użyciu np. gogli) i **Non-immersive virtual reality**

Zara oferuje Studio Zara, z opcją “buy the look”, aplikację, która ułatwia wybór artykułu i jego zakup. Aplikacja łączy się z podanym aparatem i ułatwia dopasowanie artykułu do kupującego.

DIOR oferuje Dior Eye, która daje możliwość przy pomocy 3D helmets przenieść się za kulisy pokazów mody.

Forever 21 nawiązało współpracę z twórcą gier wirtualnych Robloxem, aby stworzyć Forever 21 Shop City, unikalny wirtualny świat w meta wszechświecie.



Trendy w e-commerce fashion

ELASTYCZNE OPCJE
PŁATNOŚCI

5

Portfele mobilne, takie jak Apple Pay, Google Pay i PayPal, szybko zyskały popularność dzięki swojej wygodzie i bezpieczeństwu. Klienci mogą dokonywać płatności za pomocą smartfonów, co zapewnia bezkontaktową obsługę transakcji i łatwe płatności. Portfele mobilne są szczególnie popularne w Chinach.

Kryptowaluty Overstock i Shopify, zaczęły ostatnio akceptować kryptowaluty jako płatność.

BNPL - "Buy now, pay later".

Installment payments - zakupy na raty.

Trendy w e-commerce fashion

Sustainability - z corocznego badania thredUP wynika:



- 58% MILLENNIALSÓW I POKOLENIA Z TWIERDZI, ŻE UBRANIA KTÓRE NOSZĄ PRZYCZYNIAJĄ SIĘ DO ZMIAN KLIMATU

RE-SALE



- 63% Z NICH WIERZY, ŻE MOGĄ POMÓC W ZMNIEJSZENIU SWOJEGO ŚLADU WĘGLOWEGO;



- 61% Z NICH OKREŚLIŁABY SIEBIE JAKO ZORIENTOWANYCH NA ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ LUB ŚWIADOMYCH EKOLOGICZNIE;

ECO-FASHION KŁADZIE NACISK NA ZMNIEJSZENIE WPŁYWU NA ŚRODOWISKO, DOBROSTAN LUDZI I ZWIERZĄT, ORAZ OCHRONĘ PRACOWNIKA

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ

6

“For us, sustainability is a journey. In this report, we share our learnings over the past year and reflect how we can use these learnings to continue moving sustainability in the fashion industry forward.” David Schneider, ZALANDO SE, Co-CEO



Zalando łączy klientów, marki i partnerów w 25 krajach. To, co w 2008 roku zaczęło się jako internetowy sklep obuwniczy z siedzibą w Berlinie, w ciągu zaledwie kilku lat przekształciło się w wiodącą europejską platformę internetową oferującą modę i styl życia. Osiągnięcie to było możliwe dzięki wielkiej pasji i silnemu wyczuciu biznesowemu zespołu składającego się z około 16 000 talentów ze 140 krajów.



ZALANDO – PLATFORMA MODOWA

Zalando to sieć 12 centrów logistycznych + 2 w budowie, RC - Centra zwrotów i IDC - Inbound Distribution Centres - Centra Inboundowe. Magazyny zarządzane są przez zasoby własne i operatorów logistycznych.

Zalando logistics network

- | | |
|----------------------------|--------------------------|
| ● Opened | ● Under construction |
| 01 Erfurt | 13 Giessen |
| 02 Mönchengladbach | 14 Montereau-sur-le-Jard |
| 03 Lahr | |
| 04 Paris (Moissy-Cramayel) | |
| 05 Szczecin (Gryfino) | |
| 06 Stockholm (Brunna) | |
| 07 Gdansk (Olsztynek) | |
| 08 Lodz (Gluchow) | |
| 09 Verona (Nogarole Rocca) | |
| 10 Madrid (Illescas) | |
| 11 Rotterdam (Bleiswijk) | |
| 12 Bydgoszcz | |



Holistyczna strategia dla świata mody

ZALANDO

INFRASTRUKTURA

1 **Inwestycje w technologie, retrofit, rozwój narzędzi analitycznych;**

KLIENCI

3 **Inspirowanie, szeroka oferta zgodna z trendami, personalizacja, inwestowanie w dostawców, elastyczne formy płatności;**

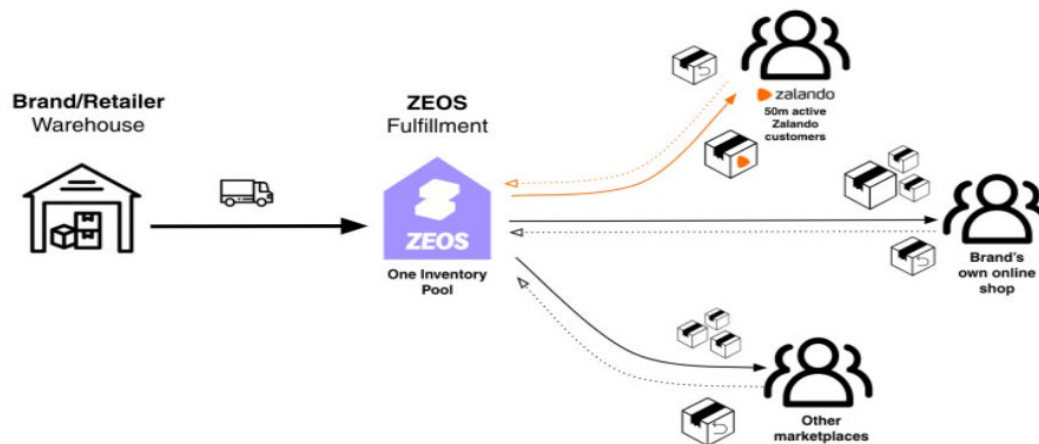
PARTNERZY

2 **Zalando Partner Services; Zalando Marketing Services; Zalando Fulfilment Solutions**

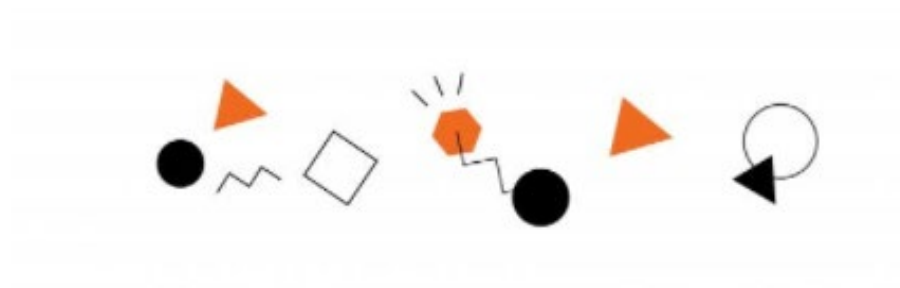


ZALANDO - ZEOS

ZEOS opera się na powierzeniu przez Marki i sprzedawców detaliczni swoich towarów sieci Zalando składającej się z 12 magazynów. Jedna integracja umożliwi Partnerom dostęp do bazy ponad 40 przewoźników oferujących ponad 160 zlokalizowanych opcji dostawy i zwrotu na 23 rynkach europejskich. Niezależnie od tego, czy zakupu dokonano na Zalando, we własnym sklepie internetowym marki, czy nawet na innych europejskich platformach zakupowych, **ZEOS** Fulfillment gwarantuje sprawną obsługę i szybką wysyłkę zamówionych artykułów.



Q & A



PIERWSZA
W POLSCE
UCZELNIA
LOGISTYCZNA



**DZIĘKUJĘ
ZA UWAGĘ !**



WYŻSZA SZKOŁA
LOGISTYKI

01-03-2024