

Станислав  
Колосков



# ГИБРИДНЫЙ ФОРМАТ С/М

Как клиенты комбинируют удобство  
в онлайн и вау-эмоции в офлайне



# 01

## Гибридный CJM в ювелирке

Онлайн снимает сомнения, офлайн завершает эмоцией

# 02

## Где ломается покупательский опыт

Главные точки разрыва  
и их последствия

# 03

## 3 точки максимального роста конверсии

Что дает реальный результат

# 04

## Как измерять гибридный CJM

Метрики, которые показывают синергию  
онлайн+офлайн

**«Мы строим онлайн. Мы строим  
офлайн. А клиент всё это время ходит  
между ними - и часто теряется»**

# ОНЛАЙН

- Изучает ассортимент
- Читает отзывы
- Сравнивает цены
- Бронирует визит



- Примеряет и ощущает
- Получает экспертизу
- Переживает эмоцию
- Совершает покупку

# ОФЛАЙН

# 78%

покупателей изучают  
товар онлайн перед  
визитом в магазин

# 3.4

касания в среднем  
до покупки ювелирного  
украшения

# 62%

посетителей магазина  
— уже «теплые» после  
онлайн-изучения

## ТИПИЧНЫЙ ПУТЬ КЛИЕНТА К ПОКУПКЕ



Поиск  
онлайн



Фото  
и видео



Отзывы  
и рейтинг



Выбор  
магазина



Примерка  
офлайн



Покупка  
с эмоцией

**ОНЛАЙН**

**ОФЛАЙН**

# Где чаще всего ломается покупательский опыт?

«Мы прошли весь путь клиента сами — от первого поиска до получения украшения. Нашли три места, где он ломается чаще всего»

1

## Разрыв при переходе онлайн → офлайн

Товар есть на сайте, но его нет в магазине. Цена отличается. Консультант не знает истории покупок клиента.

-34% конверсии



2

## Некачественный контент онлайн

Контент не передает реальную красоту украшения. Нет видео, нет интеграции на человеке. Размерная сетка непонятна. Клиент уходит к конкуренту.

-28% доверия



3

## Отсутствие онлайн-сопровождения после визита

Клиент ушел «подумать». Ни письма, ни персонального предложения. Импульс угасает за 48 часов.

-41% повторных сделок



8 800 5555 585 Москва

585  
ЗОЛОТОЙ



Поиск в 585 Золотой



Каталог • Тренды ювелирных украшений • Ювелирная база



8 800 5555 585 Москва

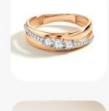
585  
ЗОЛОТОЙ



Поиск в 585 Золотой



Каталог • Кольца • Кольца из красного золота



# 3 точки, которые дают максимальный рост конверсии

1

## Онлайн-визуализация товара

Фото/видео разных ракурсов, видео на модели. Снимаем главное сомнение: «как это будет выглядеть на мне?»

До +22% CR



2

## Бесшовный переход в магазин

Бронирование конкретной модели, консультация в магазине, быстрая покупка

До +18% CV



3

## Триггеры после посещения сайта

Персональное письмо через 2 часа, запуск триггеров после покупки

До +31% Reten



# Точка 1. Показать

## ПРОБЛЕМА

Ювелирное украшение нельзя «потрогать» онлайн. Плоские фото не передают игру света, блеск камня, реальный размер.

## РЕШЕНИЕ В 585 ЗОЛОТОЙ

- ✓ Несколько ракурсов фото
- ✓ Украшения-хиты с видео на модели/ИИ
- ✓ Дополнительные ракурсы для понимания размеров
- ✓ Zoom-детали с акцентом на камень/металл



**+22%**

конверсия онлайн  
→ визит в магазин

**+1.8x**

время на карточке  
товара с видео

**-47%**

возвратов изделий  
после AR-примерки

585 ✨ ЗОЛОТОЙ

# Точка 2. Соединить



## Онлайн-бронь

Клиент выбирает украшение и определяется в каком магазине заберет



## Уведомление

Магазин получает заказ, карточку клиента и историю просмотров



## Узнавание

Консультант встречает и знает интересы клиента



## Примерка

Товар уже готов, опыт персонализирован под клиента

### ДО ВНЕДРЕНИЯ

- ✗ Консультант не знал, кто придет
- ✗ Клиент объяснял заново с нуля
- ✗ Товара могло не быть в наличии

### ПОСЛЕ ВНЕДРЕНИЯ

- ✓ История клиента передаётся автоматически
- ✓ Персональное приветствие с первых секунд
- ✓ Изделие зарезервировано и готово к примерке

# Точка 3. Удержать

🕒 Если не написать клиенту в течение 48 часов после изучения карточки товара — вероятность покупки падает на 67%

- ✓ 2 ч. — Напоминание о брошенной корзине
- ✓ 6 ч. — Подборка похожих изделий
- ✓ 24 ч. — Мотивирующее письмо с контентом
- ✓ 48 ч. — Персональная скидка или бонус



**+31%**

возвращаемость клиентов  
в течение 30 дней

**x2.4**

средний чек при  
целевом follow-up

**+19%**

NPS за счет  
персонального внимания

## Уход за украшениями

Мы хотим, чтобы ваши украшения оставались, как можно дольше сияющими и красивыми.

Подготовили несколько простых правил, которые помогут им выглядеть всегда безупречно.



## ВОВРЕМЯ СНЯТЬ — СОХРАНИТЬ НАДОЛГО

Украшения не любят прямые солнечные лучи, влагу, парфюм и косметику.

Снимайте их на ночь, перед спортом, уборкой или водными процедурами, чтобы избежать царапин и загрязнений.

Надевайте аксессуары последними после нанесения косметики, так они будут сиять дольше.



## КАЖДОЕ — НА СВОЁ МЕСТО

Чтобы украшения радовали вас долго, храните каждое в мягком мешочке, отдельной ячейке, шкатулке или специальном планшете.

Не смешивайте изделия, иначе они поцарапаются или запутаются.



## СЕКРЕТ СИЯНИЯ — ПРАВИЛЬНЫЙ УХОД

Не рискуйте с домашними средствами — сода, паста или фольга могут повредить металл и оставить царапины.

Используйте мягкую ткань после каждой носки и профессиональную ювелирную косметику.



## ДОВЕРЬТЕСЬ ПРОФЕССИОНАЛАМ

# 1000

ДАРИМ БОНУСЫ  
ЗА ОТЗЫВ



Огромный выбор ювелирных изделий, высокое качество

Идеальное кольцо ❤️



Спасибо большое за такой прекрасный выбор украшений!



Оставить отзыв

Вам понравилось письмо?



# Как измерять гибридный CJM

Метрики, которые показывают синергию онлайн + офлайн

## ОНЛАЙН-МЕТРИКИ

**Session-to-store rate** — доля визитов сайта, завершившихся визитом в магазин

**Online attribution** — сколько офлайн-продаж началось с онлайн-касания

## ОФЛАЙН-МЕТРИКИ

**Online-sourced revenue** — выручка, атрибутируемая на онлайн-влияние

**Time-to-purchase** — время от первого онлайн-касания до офлайн-покупки

# Главная метрика синергии: O2O Index

$O2O\ Index = (\text{Офлайн-продажи с онлайн-атрибуцией} / \text{Все офлайн-продажи}) \times 100\%$

O2O Index

**64%**

64% офлайн-продаж  
начались онлайн

Avg. Time  
to Purchase

**5.2 дн**

от первого онлайн-касания  
до покупки

Session-to-Store Rate

**8.3%**

каждый 12-й онлайн-визит  
= поход в магазин

Post-Visit  
Conversion

**38%**

клиентов из магазина  
вернулись онлайн

# Как меняются метрики при внедрении гибридного CJM?

Q1

Полноценный контент в карточке товара

+22% CR сайта

Q2

Персональный сервис в магазине после заказа

↑18% конверсии в магазине

Q3

Послевизитные триггер-письма

+31% retention

Q4

O2O Dashboard для команды

O2O Index 64%

**«Гибридный СJM — это когда клиент не замечает, где кончается онлайн и начинается офлайн»**



# СТАНИСЛАВ КОЛОСКОВ

директор по маркетингу



@sobermarkering