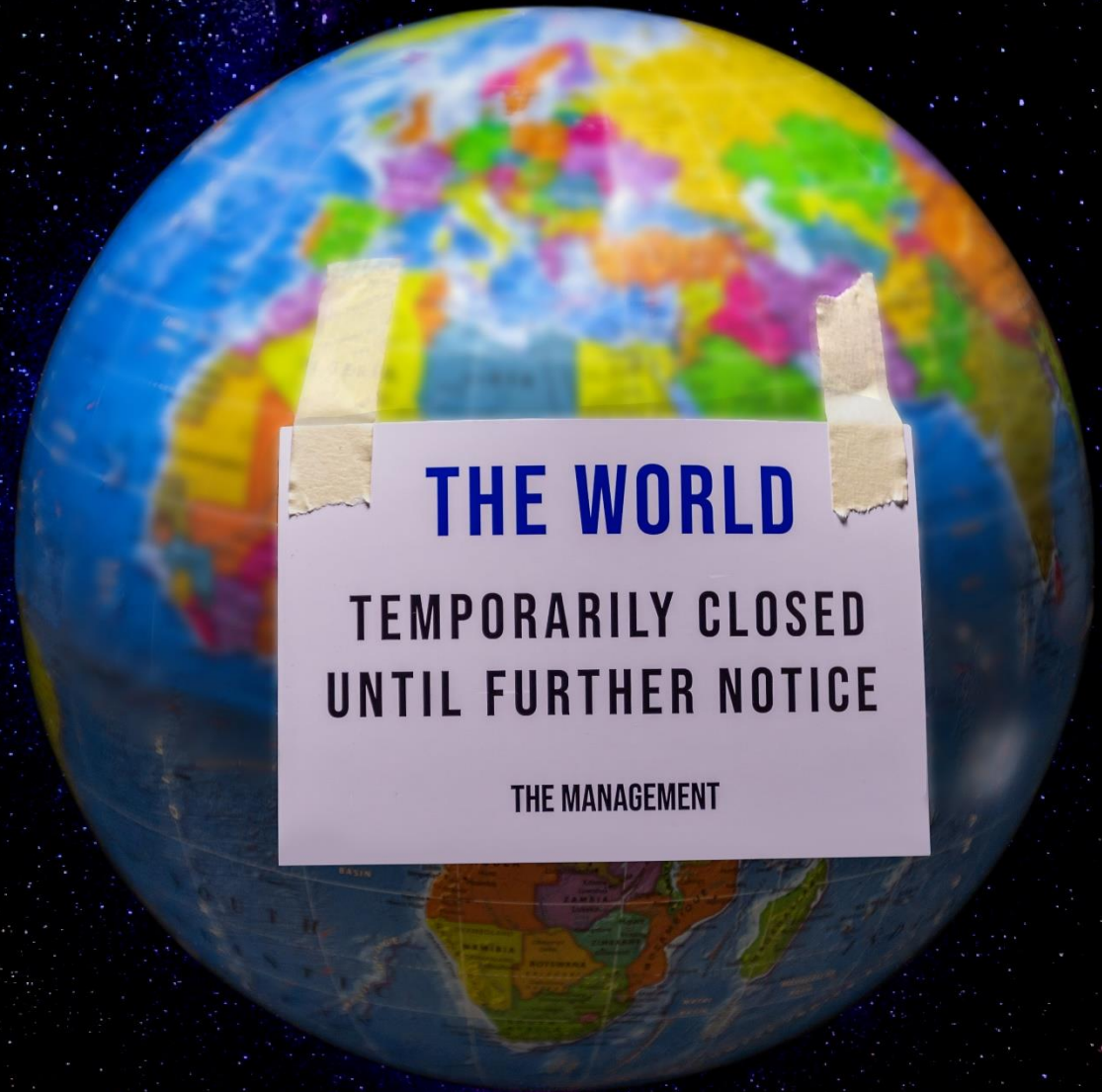


2020 DIGITAL EXPERIENCE WRAP UP



וואו. איזו שנה זו הייתה...

מהרגע שבו התגלה נגיף ה-COVID 19 והתפשט במהירות בכל העולם ועד לפיצוח החיסון. בהתחלה השתבללנו מפאת חוסר הוודאות אבל ככל שהזמן עבר גילינו את ההזדמנות.

השנה הזו הייתה ללא ספק שנה בהגזמה. קפצנו בערך 5 שנים בזמן בעולמות האיקומרס, הדיגיטציה ועוד.

לקראת הגעתה של שנת 2021, החלטנו לנסות ולארוז לכם את החוויה הדיגיטלית של 2020. אם יש דבר אחד שברור זה שתמיד כדאי להיות בעשייה ובתנועה. איגדנו עבורכם את המותגים שגילו תושייה ודווקא כן! עשו בשנת הקורונה. אנחנו מאמינים שמלעבור על רגעי הדיגיטל האלו תוכלו לקבל השראה לעשייה בשנת 2021 וקדימה.

אז יאללה. קדימה. תכינו קפה ותתיישבו. מכולם אפשר ללמוד. מבטיחים שיהיה כיף.



Entering new industries



D2C



Self service



Digital wallet



New e-commerce Platform



Circular Economy



Marketplace



COVID 19 Feature



Subscription



Gamification



Guided selling



Gig Economy



Collaborations



Loyalty



On demand

אז מה היא לנו כאן?



Subscription



Loyalty

Wellbeing

11.20 | Peloton & Beyoncé



Peloton משתמשים בשילוב של טכנולוגיה, תוכן ומדריכים כדי לתת ערך בתוכנית הנאמנות שלהם. החברה שמה את חברי המועדון במרכז ומקפידה לתת ערך פרסונלי למתאמנים שלה.

תוכנית הנאמנות מחזיקה ביותר ממיליון מתאמנים וכוללת מספר מסלולים: מנוי משפחתי ומנוי דיגיטלי הכולל שיעורים שאינם דורשים ציוד מיוחד.

שנת 2020 הייתה ה-שנה עבור Peloton, בה לא נשארה למתאמנים ברירה אלא להתאמן בבית באמצעות מסכים.

החברה הגדילה את הכנסותיה ב 232% מהשנה הקודמת. החברה הציעה במהלך תקופת ה-COVID19 תקופת ניסיון של 90 יום.

החברה מעודדת מתאמנים בעזרת המלצות לאימונים מותאמות אישית, עידוד לייב מצד מתאמנים ברחבי העולם וניתוח תוצאות והתקדמות של כל מתאמן.

Peloton השיקה השנה שיתוף פעולה עם ביונסה בו היא תעביר שיעורים למנויים.



Subscription



Entering new industries

Wellbeing

6.20 | **Lululemon Buying Mirror****BDO****למקור לחץ כאן**

Lululemon, מתוך עמוד The Wall Street Journal, Twitter

Lululemon יצרנית בגדי ואביזרי ספורט פרמיום רוכשת את Mirror סטארט-אפ כושר ביתי, מהמרת על עתיד הכושר הביתי בהתאמה אישית ומוצאת דרך נוספת לתקשר עם לקוחותיה.

המכירות אונליין של Lululemon עלו ב 70% ברבעון האחרון של שנת 2020 ובכל זאת, פתרונות הכושר הביתי תפסו תאוצה אדירה כתוצאה ממשבר הקורונה שסגר את חדרי הכושר.

ברכישת Mirror בסך של 500 מיליון דולר רואה החברה הזדמנות לשילוב חומרה, תוכנה וקמעונאות.

BDODIGITAL



Entering new
Industries

Wellbeing

11.20 | **Amazon Pharmacy**



אמזון החלה את צעדיה בענף התרופות כשרכשה את בית המרקחת המקוון Pillpack בשנת 2018.

השנה השיקה אמזון את בית המרקחת המקוון הראשון שלה בארה"ב.

מנויי פריים נהנים ממשלוח תרופות תוך יומיים והנחות של עד 80% בתרופות ללא מרשם.

זהו צעד ענק עבור אמזון שעכשיו מחזיקה במידע בריאותי ורגיש של קהל לקוחותיה העצום ותוכל להציע מוצרים שונים על בסיס המצב הרפואי של הלקוח.



Subscription

Wellbeing

8.20 | Amazon Halo



אמזון נכנסים לשוק הבריאות עם צמיד כושר מינימליסטי. אפליקציית Halo והצמיד כוללים את הסט המוכר של שירותים דומים וגם שני פיצ'רים חדשניים: מודל תלת מימד של גוף המשתמש וניתוח רגשות. הצמיד אינו כולל GPS אך יש בו חיישן דופק, מד תאוצה, שני מיקרופונים וחיישן טמפרטורה.

החדשנות האמתית בצמיד של אמזון טמונה בפיצ'ר החדש הנקרא Body and Tone.

הצמיד בשילוב צילום של המשתמש באפליקציה מייצרים הדמיה תלת מימדית של גוף המשתמש עם נתונים שונים כמו אחוזי שומן.

בנוסף, שני המיקרופונים מאזינים למשתמש ונשלחים לניתוח באפליקציית Halo המנגישה למשתמש ניתוח של מצב רוחו במהלך היום.

בנוסף, הצמיד החדש מציג פיצ'ר תאוצה יומית שבניגוד למד הצעדים המוכר, מודד את עצימות הפעילות הגופנית בעזרת חיישן דופק. הצמיד יודע גם למדוד את איכות השינה, טמפרטורת הגוף במהלך השינה ואת תהליך ההתעוררות.

לכל הטוב הזה יש גם מנוי פרמיום שייצר עבורכם המלצות ותובנות כדי שתוכלו לשמר אורח חיים בריא יותר עבור תשלום חודשי של 3.99 דולר.



Marketplace

Fashion

9.20 | Amazon Luxury Stores



אמזון מנסה להכניס מותגי יוקרה לפלטפורמה שלה ולהפוך את הקניות אונליין לחוויה יוקרתית ובלעדית למנויי הפריים.

אמזון השיקה חנות יוקרה, דרך חדשה למותגים להציג את מרכולתם בפני לקוחות באפליקציית המובייל של אמזון עם המותג היוקרתי אוסקר דה לה רנטה, כשותף הרשמי הראשון.

ההשקה נעשתה באמצעות משלוח אימייל לחלק מחברי הפריים אשר נמצאו מתאימים וכך יצרו נחשקות ואקסקלוסיביות. החברה מסרה כי מי שלא קיבל את ההודעה לאינבוקס שלו, מוזמן לפנות לחברה ולבקש לקבל הזמנה.

השקת חנויות היוקרה היא הניסיון של אמזון לחדור לעולמות אופנת העילית. למרות שאמזון מוכרת הרבה בגדים, פריטים אלה נחשבים לזולים וכשוטים יחסית. ענקית הקמעונאות מעולם לא הצליחה למשוך או להחזיק מותגי מעצבים ויוקרה שמתחרו ביקורת על חווית הקניות באתר.

אמזון תספק למותגים חלונות ראווה דיגיטליים יוקרתיים ותאפשר למותגים להציג את הקולקציות בתצוגות אינטראקטיביות של 360 מעלות.



חברת בגדי הוויץ Patagonia היא חברה חדשנית שלא מפסיקה להפיתע במהלכים אמיצים.

המהלך האחרון שהושק בבלאק פריידי נולד במטרה לעודד לקוחות לקנות מוצרים יד שנייה.

לצד כל מוצר באתר מופיע כפתור "Buy used". הפריטים המשומשים מגיעים מתוכנית מחזור הפריטים של פטגוניה הפועלת כבר מספר שנים והחלה כאירוע פופ-אפ אך היום ממוסדת כחנות אונליין קבועה בה לקוחות יכולים למכור את הפריטים הישנים שלהם.

הוספת הכפתור החדש לאתר הסחר של החברה מנרמל את הרעיון של קניות יד שנייה ונותן ביטחון ברכישה לגבי איכות ומצב הפריט.

מנכ"ל החברה מספר כי קניית בגד משומש מאריכה את חייו במוצע ב 2.2 שנים, דבר המקטין את זיהום הפחמן בעולם ב 73%.

עיתוי המהלך מושלם כאשר תפיסות האופנה והלבוש השתנו באופן משמעותי בשנה האחרונה. יותר צרכנים מדווחים שהם מוכנים ללבוש בגדים לזמן ארוך יותר ולהסתפק בבגדים שכבר יש להם. פטגוניה הזדרזה לקפוץ על המגמה העולה. Patagonia הוא מותג שתמיד מקדים את זמנו.



Self service

Automotive

8.20 | Carvana



בשנת 2020 הלקוחות מזמינים הכל מהספה בבית, גם את הרכב הבא. לאור ההצלחה המטאורית, השנה הרחיבה חברת Carvana את שירותיה ל-100 מדינות נוספות בארה"ב.

בחירת הרכב נעשית באמצעות פלטפורמת אונליין הכוללת כיצורים שונים כמו סיור וירטואלי 360 ברכב ששודרג השנה עם טכנולוגיית הדמיה אוטומטית חדשה.

Carvana מספקת פלטפורמה לקניית רכבי יד שנייה אונליין ואיסוף באמצעות Vending Machines, ללא התערבות של אנשי מכירות ותהליכי רישום מפרכים.

Carvana הגדילה הכנסות ב 41% בשנה החולפת לעומת השנה שקדמה לה.

BDO

למקור לחץ כאן

Carvana, מתוך עמוד Gocarvana, Instagram

BDO DIGITAL



למקור לחץ כאן

Facebook עמוד BMW Korea

BMW קוריאה השיקה פיילוט של תוכנית נאמנות המופעלת על ידי בלוקצ'יין בשם BMW Vantage בדרום קוריאה.

תוכנית החברות החדשה של החברה תאפשר ללקוחות לאסוף נקודות תגמול ולהשתמש בהן כדי לשלם או לקבל הנחות על שירותים שהתוכנית מציעה.

קוריאה תהיה המדינה הראשונה שתשיק את פלטפורמת הנאמנות החדשה לפני שתיפרס ברחבי העולם.



Sentry Mode היא מערכת מעקב המשולבת ברכבי Tesla. המערכת משתמשת במצלמות טייס אוטומטי סביב המכונית והיא שינתה את המשחק בכל הנוגע להשחתת רכבים חונים. נכון להיום בעלי Tesla **מקבלים התראות אם אזעקת הרכב מופעלת, כשהרכב מזהה סכנה מתחילה אוטומטית הקלטת ווידאו ממצלמת הרכב.**

לפי הערכות, Tesla צפויה להשיק יכולת שידור Live של מצלמת הווידאו שתהיה זמינה גם במצב בו הרכב כבוי. בעלי טסלה יוכלו לצפות בוידאו ממצלמות הרכב בזמן אמת דרך האפליקציה ולהיות בפיקוח על הרכב בכל זמן. הפיצ'ר החדש ישפר את חווית הפרמיום של בעלי טסלה.

בנוסף, Tesla מגיבה לשינויים בהרגלי העבודה בעקבות מגפת הקורונה ותאפשר שיחות ועידה בוידאו דרך מצלמת הרכב הפנימית וכך היא נכנסת לתחרות מול זום, Teams וכדומה.



Subscription



D2C

Consumer Packaged Goods

4.20 | **Heinz to Home**

**YOUR FAVOURITE SAUCES,
ALL FROM ONE SOURCE.**



מגפת הקורונה הביאה איתה בהלת קניות של מוצרים יבשים ומוצרים חיוניים אחרים. בארה"ב נתון המכירות של מוצרים יבשים עלה ב 337% במרץ 2020, בהשוואה למרץ 2019.

חברות FMCG ברחבי העולם ובמגוון תעשיות כמו מזון או קוסמטיקה ניצלו את ההזדמנות והקימו ערוץ D2C על מנת לספק ללקוחות שלהם את המוצרים שהם אוהבים.

גם ענקית המזון Heinz הצטרפה למסיבה והשיקה את Heinz to Home, פלטפורמת מכירה ישירה לצרכן בבריטניה. **הפלטפורמה מוכרת מארזי בנדל, מנוי ולאחרונה השיקה גם מארזי מתנה ומוצרים בקסטומיזציה עם שם הלקוח על התווית.**

באתר הצרכנים יכולים להזמין **חבילות מיוחדות המכילות את חבילות המזווה המובילות המורכבות ממותגים כמו: Quaker, Gatorade, SunChips, Tropicana-** בקטגוריות כגון: Rise & Shine, Snacking, ו-Workout & Recovery. הערכות הללו נאצרו בקפידה, על בסיס מחקר ונועדו לפגוש את ה"נורמלי החדש" של הצרכנים כמו עבודה ופעילות גופנית מהבית וחינוך ביתי.

חברת הבת של פפסיקו, Frito-Lay השיקה את אתר המכירה הישירה לצרכן, שבו **הצרכנים יכולים לקנות מעל 100 סוגי חטיפים אשר יישלחו היישר לבתייהם.** עם כמעט 92,000 Cheetos הנצרכים בשנייה, החברה מבקשת להרחיב את עסקיה באמצעות מינוף צמיחת האינקומרס.

Pantry shop.com



למקור לחץ כאן

PepsiCo, מתוך עמוד Pantryshop_by_pepsico, Instagram

Snacks.com



למקור לחץ כאן

PepsiCo, מתוך עמוד Fritolay, Instagram



Self service



innovation is paving the
way for tomorrow...

מכונות מזיגה עצמית כופולאריות במיוחד ברחבי ארה"ב במסעדות מזון מהיר, חנויות נוחות ומכולות שכונתיות.

המכונות המסורתיות מוזגות את המשקה הרצוי על ידי לחיצת הלקוח ונראה שבמציאות החדשה זו פעולה שלקוחות ינסו להימנע ממנה.

Coca Cola פעלה במהירות וחידשה 10,000 מכונות ברחבי ארה"ב. המכונות החדשות פועלות ללא כל מגע. **הלקוח מניח את הכוס במכונה, בסריקת קוד QR יפתח על מסך הטלפון האישי כל המשקאות הזמינים במכונה** ולאחר בחירתו המכונה פשוט תמלא את הכוס ללא צורך בהורדת אפליקציה או התחברות.

החברה משקיעה רבות ביכולות הדיגיטליות שלה לחיזוק הקשר עם הצרכן מתוך אמונה כי הרגלי הצריכה החדשים שפיתחו הצרכנים יישארו פה לאחר שהמגפה תחלוף. אתר הסחר של Coca Cola והאפליקציה כוללים היום רכישת מארזי כמות, מתנות לתקופת החגים ומוצרים בקסטומיזציה.



Subscription



D2C

Consumer Packaged Goods

12.20 | **Coca Cola Insiders Club**



IBDO

מועדון Coca Cola Insiders שהושק בתחילת 2020 חוזר שוב לזמן מוגבל לקראת השנה החדשה.

הנרשמים למועדון יקבלו בדואר מידי חודש (מינואר ועד מרץ) **קופסת מוצרים שתכלול הצצה לחידושים האחרונים של Coca Cola**. כל מארז יכלול גם חוויה וירטואלית מיוחדת כמו אימון עם אגדת NFL או שיעור בישול עם שף מפורסם.

המארזים שיגיעו לחברי המועדון עשויים מחומרים ממוחזרים בלבד והחברים יוכלו למצוא בתוכם רעיונות יצירתיים לשימוש חוזר בקופסאות.

יש כל כך הרבה מועדוני לקוחות ומנויים שליצירת מועדון יוקרתי ומוגבל יש ערך רב ולכן החליטה החברה להגביל את מספר המשתתפים בתוכנית.

BDODIGITAL



#Buyback Friday
dal 23.11 al 28.11.2020

EKET Mobile
Ricevi fino a **54.-**

JANINGE Sedia
Ricevi fino a **46.-**

KRAGSTA Tavolini
Ricevi fino a **116.-** +2

#Buyback Friday

למקור לחץ כאן

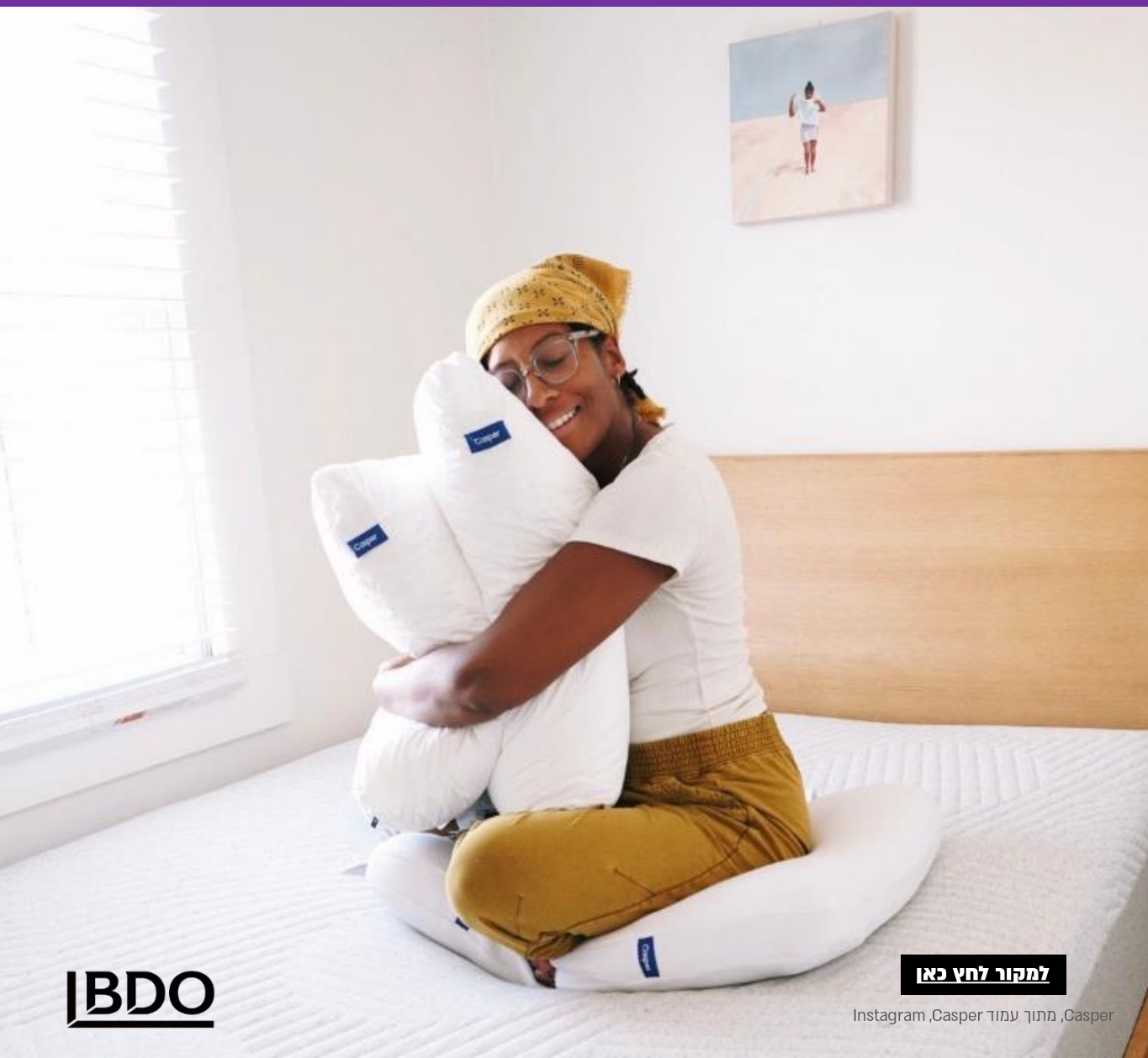
IKEA, מתוך פרוכיל (Centro Lugano Sud), IKEA, Facebook

בחדש נובמבר השיקה IKEA את תוכנית Buy Back. התוכנית הושקה בתזמון מושלם במקביל לבלאק פריידי שהפכו לימי הקניות העולמיים.

מטרת המהלך הינה לצמצם הטמנת רהיטים והוא מתכתב עם טרנד הקיימות העולמי.

IKEA מזמינה את לקוחותיה להחזיר לסניפים רהיטים משומשים ולקבל תמורתם 50% ממחירם המקורי.

את הרהיטים שיוחזרו לסניפים מתכננת איקאה למכור כרהיטי יד שנייה במחיר מוזל ובהמשך עתידה לפתוח סניפים המוכרים רהיטי יד שנייה בלבד.



מאז השקת המזרון הראשון בשנת 2014 Casper היא קמעונאית המזרונים המקוונת האהובה על לקוחות.

אפשר ללמוד הרבה מ Casper על ראיית הלקוח שלהם והערך הזה משתקף גם בהשקת המזרונים החדשים שלהם. קולקציית המזרנים החדשה מבטיחה שכל לקוח יוכל לקבל את התמיכה שהוא מעדיף וצריך. **התוכנית נבנתה על בסיס יותר ממיליון משובי לקוחות שנאספו** במשך שש שנים לצד תכנון מקצועי של מומחי שינה ומחקר מזרונים.

הקולקציה כוללת שמונה מזרנים חדשים המתאימים לצרכי שינה ותמיכה שונים שנמצאו בקרב לקוחות Casper. בנוסף, בקולקציה החדשה ניתן למצוא טווח מחירים רחב יותר כך שיותר לקוחות יוכלו ליהנות מהמזרנים החדשים.

למקור לחץ כאן

Casper, מתוך עמוד Casper, Instagram



Kohl's השיקה את תוכנית הנאמנות החדשה שלה, Kohl Rewards, והחליפה את התוכנית הקודמת שלה Yes2You Rewards שכללה 30 מיליון חברים שיועברו אוטומטית לתוכנית החדשה.

התוכנית החדשה הינה תוכנית צבירת נקודות במודל קצת שונה, כל קניה מזכה את הלקוח בנקודות בסך 5% מרכישתו, הנקודות נצברות באפליקציה במהלך חודש. בכל תחילת חודש הנקודות שנצברו בחשבון הלקוח מומרות לקופונים של חמישה דולר.

בחברה הודיעו כי הם שיפרו את יכולות הפרסונליזציה ולקוחות התוכנית החדשה ייהנו מקופונים פרסונליים ומבצעים מותאמים אישית.



Collaboration



On demand



Marketplace

Home

11.20 | **Best Buy & Instacart**

instacart

BEST
BUY

BDO

למקור לחץ כאן

Instagram, Best Buy

קמעונאית האלקטרוניקה בשיתוף פעולה עם פלטפורמת האספקה
יאפשרו ללקוחות Best Buy משלוחים On Demand, באותו היום ללקוח.

שיתוף הפעולה הוא משמעותי עבור Instacart, מגפת הקורונה הביאה
לזינוק בביקוש למשלוחים מהירים והעניק לInstacart ויריבותיה הכנסות
אדירות. עבור Best Buy זו הזדמנות מעולה לספק ללקוחות שלה
משלוחים On Demand תוך שהיא נשענת על חברה עם מומחיות טכנית
לניהול הצד הלוגיסטי.

Same Day Delivery הוא אתגר עבור קמעונאים רבים ודורש משאבים
גדולים ולעיתים גם אינו אפשרי כלל. הקמעונאים מחפשים פתרונות כדי
להיכנס לתחרות שאמזון מעמידה בפניהם כשהשקיעה מיליארדי דולרים
בבניית תשתית משלוחים פנימית שיכולה לתמוך במשלוחים On Demand.

BDO DIGITAL



Groceries

9.20 | **Walmart+**



**More savings.
More time.
More joy in your
day.**

Get free unlimited delivery*,
member prices on fuel, & more.

BDO

למקור לחץ כאן

Walmart, מתוך פרופיל Walmart Online Plus, Facebook

Walmart משיקה תוכנית נאמנות חדשה שמטרתה לחסוך לחבריה כסף וזמן.

חברי התוכנית החדשה ייהנו ממשלוח חינם ללא הגבלה ואפשרות Same Day Delivery על 160,000 מוצרים.

Walmart+ כוללת שירות Scan & Go המאפשר לקונים בחנויות לסרוק את המוצרים באפליקציה ולשלם באמצעות Walmart Pay ללא מעבר או תשלום בקופת החנות.

התוכנית כוללת גם הנחות קבועות בתדלוק בתחנות דלק של Walmart והנחות על תרופות ללא מרשם בבתי המרקחת.

קשה שלא לחשוב על אמזון פריים כשמדברים על השקת וולמארט+. כאשר אמזון פריים הושקה בשנת 2005, וולמארט הציגו רווחים עצומים ביחס לרווחי אמזון. היום, 15 שנה לאחר מכן פריים היא הסיבה המרכזית לדומיננטיות של אמזון על וולמארט במכירות אונליין. אמזון מחזיקה היום בכ-40% מכלל המכירות הקמעונאיות אונליין בארה"ב. וולמארט נמצאת במקום השני אך במרחק עצום מאמזון עם רק כ-6% משוק האונליין בארה"ב.

נראה כי היתרון המרכזי של וולמארט הוא המחירים הנמוכים שענקית הקמעונאות יודעת להציע ומספר הסניפים העצום בו היא מחזיקה בארה"ב. אין ספק שוולמארט לא יכולה להרשות לעצמה להתעלם מהתחרות שמציבה לה אמזון פריים ומעניין לראות האם היא תצליח להתמודד בתחרות.

BDODIGITAL



Collaboration

6.20 | Groceries from Walmart

שיתוף פעולה בין וולמארט לשירות המיילים של Yahoo יהפוך את הקניות המקוונות לנוחות יותר.

שיתוף הפעולה מאפשר למשתמשים לקנות את מוצרי וולמארט ישירות מתיבת הדואר הנכנס. האפליקציה תשלח למשתמשי Yahoo הצעות אישיות בהתבסס על היסטורית הקניות ותאפשר להם לעקוב אחרי מבצעים וקופונים אישיים.

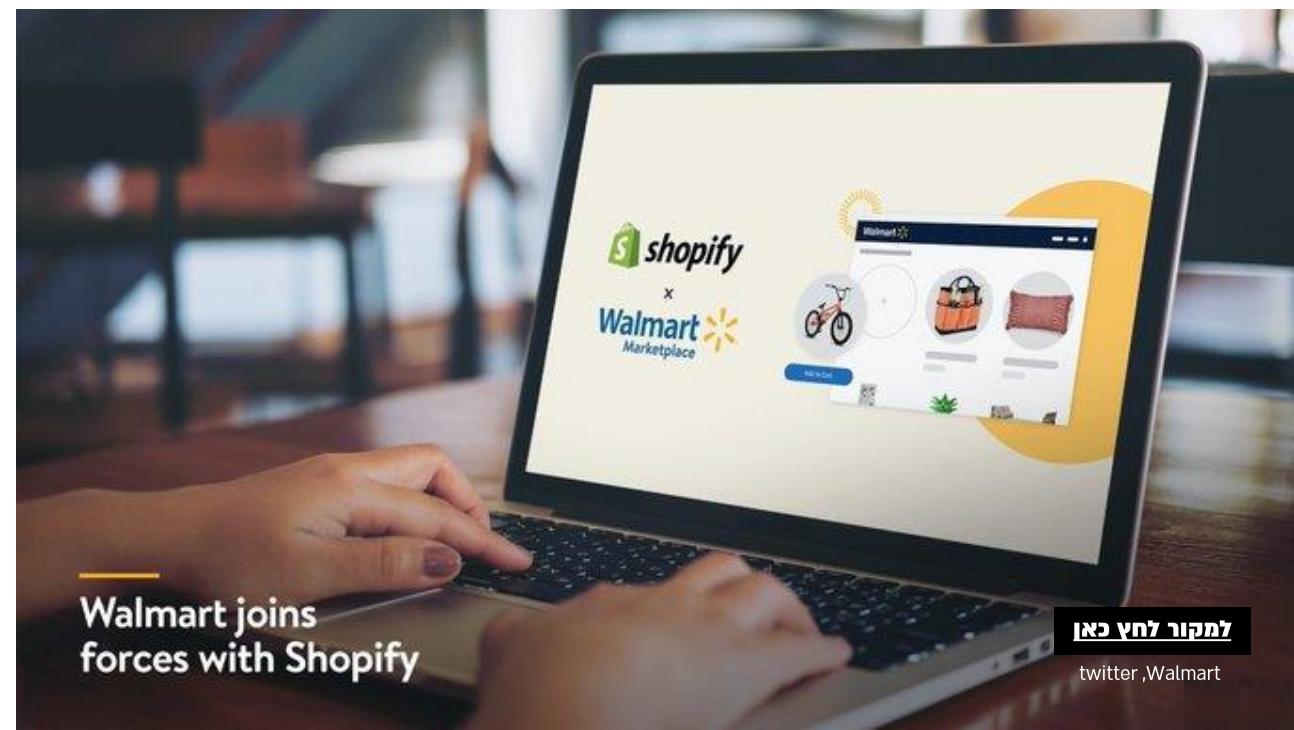


BDO

6.20 | Walmart & Shopify

שיתוף פעולה בין וולמארט לShopify מאפשר ערוץ נוסף לסוחרי Walmart.com. למכור את מוצריהם ב-Walmart.com.

Shopify תומכת בעסקים הקטנים המוכרים בה ומנגישה עבורם ערוץ ליותר מ-120 מיליון אמריקאים הקונים מידי חודש ב-walmart.com. הממשק למוכרים הינו פשוט ומאפשר התממשקות של קטלוג המוצרים של כל אחד מהסוחרים למערכת של וולמארט.



Walmart joins
forces with Shopify

למקור לחץ כאן

twitter, Walmart



Guided
selling



Subscription

Groceries 6.20 | Thrive Market Personalized Grocery Store



אחת החברות שצמחו במהלך הקורונה היא Thrive Market, המוכרת מצרכים, מזון בריא ומוצרים לבית באמצעות מודל מנוי. החברה מציגה גידול במכירות של 90% ביחס לשנה הקודמת.

החברה נהנית מארבע מגמות מרכזיות שעלו מאז פרוץ המגפה: אכילה בריאה, מכולת אונליין, מנויים וקניות מותאמות אישית.

החברה השיקה חווית קניות מודרכת המאפשרת לקונים ליצור חנות מכולת אישית מותאמת לצרכים התזונתיים ולהעדפות שלהם.

אז איך זה עובד? הלקוחות עונים על סדרת שאלות סביב צרכי הקניות האישיים והמשפחתיים שלהם. הם מציינים את העדפות התזונה יחד עם סדרי עדיפויות חברתיים וסביבתיים כמו עסקים ירוקים, סחר הוגן וחברות הממחזרות.

לאחר מילוי השאלון יוצגו ללקוח המוצרים המתאימים ביותר להעדפותיו. נראה כי לקוחות Thrive Market מעריכים את השירות המותאם אישית כאשר ההמרות מההרשמה להזמנה צמחו ב 16%.

החברה עדכנה את כל פעילות השיווק שלה בהתאם לשירות החדש וכעת לקוחות שמילאו את השאלון יקבלו מבצעים, קופונים ופרסומים מותאמים לצרכים וההעדפות שלהם.

למקור לחץ כאן

Thrive market, מתוך עמוד Instagram, thribemarket



בעבר המותגים הגדולים חיפשו דרכים יצירתיות וחדשניות על מנת למשוך לקוחות לחנויות ולגרום להם להישאר כמה שיותר זמן. היום, במציאות של ריחוק חברתי המותגים הגדולים מבינים כי תחושת ביטחון היא שתגרום ללקוחות לחזור.

בעקבות מגפת הקורונה וההגבלות על מספר לקוחות בחנויות נוצרו תורי ענק מחוץ לחנויות, ולכן פיתחה Target פיצ'רים חדשים ברוח התקופה.

מלבד אפשרויות רחבות יותר לאיסוף עצמי, הפיצ'רים החדשים כוללים: **איתור סניף לפי אורך זמן התור, הלקוח יכול להזמין מקום בתור אבל לא לעמוד בו, האפליקציה שולחת התראה** כאשר תור הלקוח מתקרב וכך חוסכת ללקוח את זמן ההמתנה.



COVID 19
Feature



Subscription

Entertainment

3.20 | NETFLIX Party



ברבעון הראשון של שנת 2020 ועם התפרצות מגפת הקורונה הגדילה NETFLIX את מספר המשתמשים המשלמים ב 8.7% וצמחה לשיא של 195 מיליון מנויים.

במציאות חדשה בה מסעדות, בתי קולנוע, הופעות ובילויים אחרים סגורים הבילוי המרכזי הגיע לסלון הביתי, שם ניצלה נטפליקס את ההזדמנות והשיקה את NETFLIX Party.

מדובר בשירות חדש המאפשר למנויים לצפות באותו סרט עם חברים, אבל הפעם מרחוק. הפלטפורמה מסנכנת סרטונים ומאפשרת למשתמשים לשתף תחושות ומחשבות באמצעות צ'אט.

BDODIGITAL



COVID 19
Feature



Subscription

Entertainment

5.20 | Spotify Listen Together



השנה השיקה Spotify את הפיצ'ר Group Session המאפשר לשניים עד חמישה משתמשים להאזין לאותו פלייליסט או פודקאסט בו זמנית.

הפיצ'ר זמין רק למנויים המשלמים של Spotify ומאפשר להם יכולת שליטה על השידור המשותף. בזמן השמיעה המשותפת מוצגת מפה 3D המראה את מיקומי המאזינים.

הפיצ'ר פותח ב Spotify בעקבות מגפת הקורונה שיצרה ריחוק בין בני משפחה וחברים וניסה לקרב בדרך דיגיטלית.



Introducing
a whole new
kind of show

Stories, קטעי הווידיאו הקצרים המתחלפים במהירות, הפכו לפופולאריים בחיינו בשנים האחרונות. עוד ועוד פלטפורמות מאפשרות למשתמשים לשתף תוכן בצורת סטורי כמו סנאפ'צאט, פייסבוק, לינקדאין וכמובן אינסטגרם.

ה Stories שינו את הדרך בה משתמשים צורכים תוכן ונראה כי תוכן באורך חמש עשרה שניות מתאים למידת הקשב ההולכת וקטנה.

השנה השיקה Spotify פיצ'ר חדש המאפשר לאמנים דרך נוספת לחלוק תוכן עם מעריציהם. **הפיצ'ר החדש כולל סטורי של האמנים שמשולב בפלייליסטים השונים.**

ב Spotify עדיין שוקלים הרחבה של הפיצ'ר כך שגם המאזינים יוכלו להעלות Stories שונים.



פודקאסטים הפכו לפופולאריים בשנים האחרונות, יותר ויותר משתמשים מאזינים לפודקאסטים בתחומים שונים ומנצלים את הזמן בפקקים או את הריצה בפארק לשמיעת תוכן מעשיר.

Spotify חשפה השנה את הגרסה הראשונה של הפודקאסטים המצולמים שלה.

הפיצ'ר החדש מאפשר למשתמשים להכיר טוב יותר את האנשים מאחורי הפודקאסט ויוצרים יכולים לייצר קשר עמוק יותר עם הקהל שלהם ומעורבות גדולה יותר אצל המאזינים.



Subscription

Entertainment

9.20 | **Apple Fitness+**



Apple השיקה השנה שירות מנוי כושר בשם פיטנס פלוס המעניק גישה לאימונים והדרכות בהם צופים בטלוויזיה, באיפון או באייפד והאימון מתממשק עם Apple watch.

המנוי הינו מנוי משפחתי של עד חמישה בני משפחה בעלות של 9.99 דולר לחודש.

השירות מבוסס על המספר ההולך וגדל של מדדי הבריאות הקיימים כבר במכשירי Apple כולל דופק, שריפת קלוריות, קצב ומרחק. מדדי הבריאות של המשתמש נשלחים בזמן אמת לכל מסך בו הוא רואה את האימון ומשתנים עם התקדמות האימון. נתוני האימון נשמרים ולאחר האימון המתאמן מקבל סיכום של נתוני האימון וקצב ההתקדמות שלו.



Subscription

Entertainment

9.20 | **Apple One**



השנה השיקה Apple בנדל שירותים חדש בשם Apple One הכולל את שירותי הפרמיום שלה במנני אחד ומוזל.

מודל המנני החדש של Apple כולל בתוכו את מגוון שירותי התוכן של אפל: Apple Music, Fitness +, Apple News +, Apple Arcade, Apple TV, iCloud וכמובן,

תוכנית המינויים של אפל כוללת שלושה מסלולים עם תוכן משתנה:

- תוכנית אישית במחיר חודשי של 14.95 דולר
- תוכנית משפחתית של עד שישה בני משפחה בעלות של 19.95 דולר
- תוכנית Premier הזמינה כרגע בארה"ב, בריטניה, אוסטרליה וקנדה, ועלותה 29.95 דולר לחודש והיא כוללת גם את שירותי החדשות של אפל, שירות הכושר החדש ושני טרה בייט של אחסון.

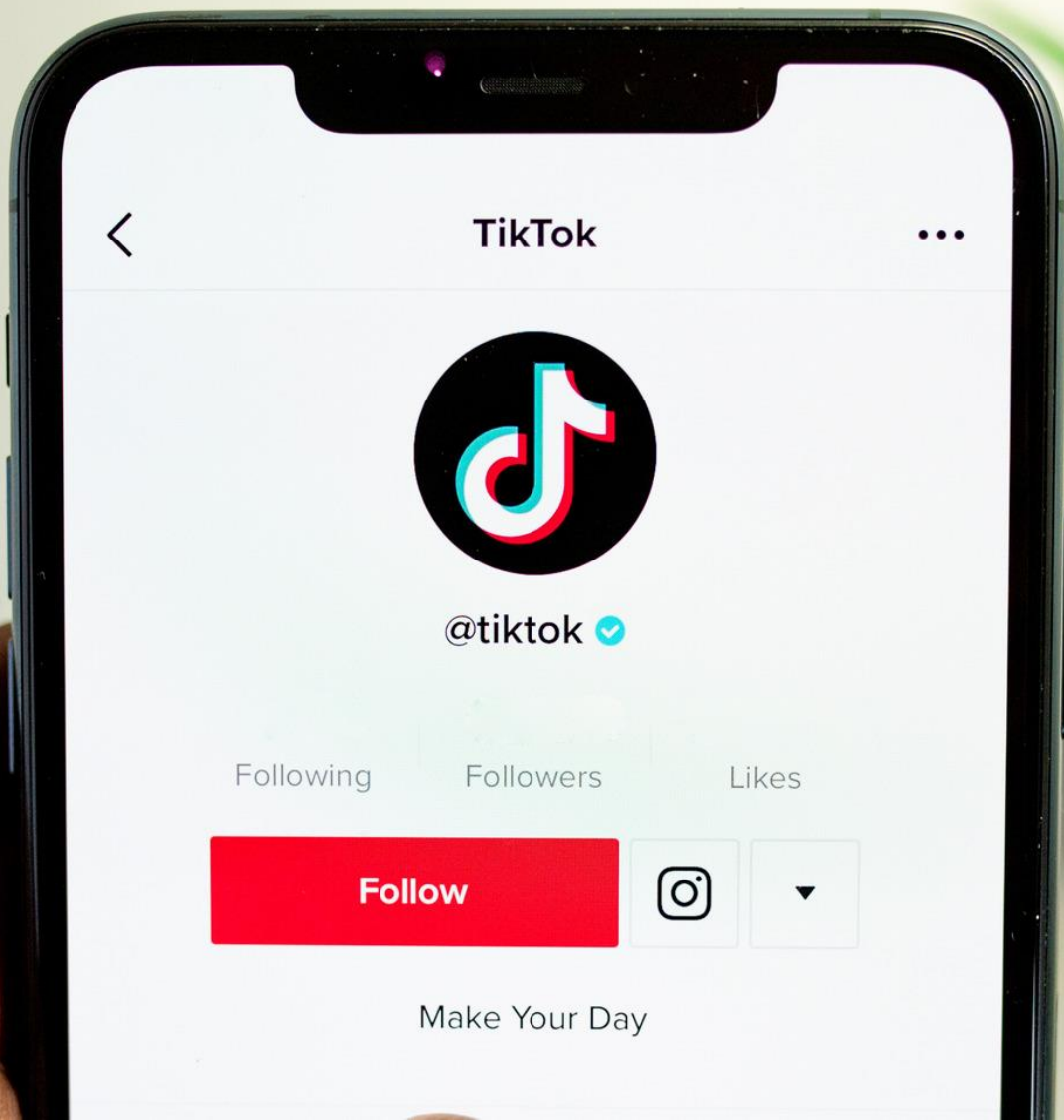


Collaboration New ecommerce
Platform



Entertainment

10.20 | **TikTok & Spotify**



Tik Tok משקיעה במסחר מקוון עם הכרזה על שותפות עולמית חדשה עם Shopify. טיקטוק היא בין הפלטפורמות הצומחות ביותר בעולם כיום עם כ 800 מיליון משתמשים פעילים.

העסקה תסייע ליותר ממיליון הסוחרים של Shopify להגיע לקהל הצעיר של TikTok. ההסכם בין השתיים מאפשר לסוחריו **Shopify ליצור, להריץ ולבצע אופטימיזציה של מסעות הפרסום שלהם בטיקטוק ישירות ממרכז השליטה של שופיפיי ומאפשר להם גישה למנהל המודעות של TikTok for business.**

הסוחרים יכולים ליצור תוכן מקורי, הניתן לשיתוף והופך את המוצרים שלהם למודעות וידאו. בנוסף, למקד את הקהלים לפי מגדר, גיל, התנהגות משתמש וקטגורית וידאו ולעקוב אחרי ביצועי הקמפיין לאורך זמן. בחיבור טיקטוק פיקסל יוכלו הסוחרים לעקוב אחרי המרות שהגיעו מפרסום בטיקטוק.

סוחרים יקבלו קרדיט בסך \$300 לפרסום בקמפיין טיקטוק הראשון שלהם.

BDODIGITAL



השנה השיקה פייסבוק את Facebook shop. בשונה מפעילות המרקטפלייס בה פועלת פייסבוק כבר מספר שנים, כעת חברות ועסקים יכולים להקים חנות עבור הלקוחות שלהם בפייסבוק ובאינסטגרם.

פייסבוק תעבוד בשיתוף פעולה עם פלטפורמות איקומרס שונות כמו: Shopify, BigCommerce, ו-WooCommerce.

החברות שיקימו חנות בפלטפורמה החדשה יוכלו לספק שירות לקוחות דרך המסנג'ר ו-וואצאפ.

הפלטפורמה מכוונת לחברות גדולות וקטנות אך עד כה רוב החנויות שהוקמו הן חברות פרטיות קטנות.



פייסבוק השיקה את Facebook Messenger Room, **כלי לפגישות וידאו ווירטואליות בו יכולים להשתתף עד 50 אנשים** והווטסאפ שלהם הכפיל את רוחב הפס של שיחות הווידאו מארבעה לשמונה אנשים.

המטרה הינה לגרום ליותר לקוחות להיות יותר engaged
בפלטפורמה. המוטו הוא: Engage first - Monetize later



Entering new
industries



Digital
wallet

Communication

6.20 | WhatsApp Pay



WhatsApp השיקה בברזיל אפשרות להעברת תשלום בין משתמשים ובתי עסק.

התשלום בוואצאפ מבוסס על Facebook Pay והמטרה היא לאפשר למשתמשים אפשרות תשלום נוחה בכל האפליקציות של פייסבוק.

התשלום באפליקציה חינמי למשתמשים אבל עסקים יצטרכו לשלם עמלה דומה לעמלת הסליקה המשולמת לחברות האשראי.

הפיצ'ר החדש הוא חשוב מאוד בתהליך שמקדמת פייסבוק במטרתו להפוך את וואצאפ לפלטפורמה לעסקים. התהליך התחיל עם השקת WhatsApp business המאפשרת הודעות אוטומטיות, הצגת קטלוגים ואפילו חיבור ל CRM.

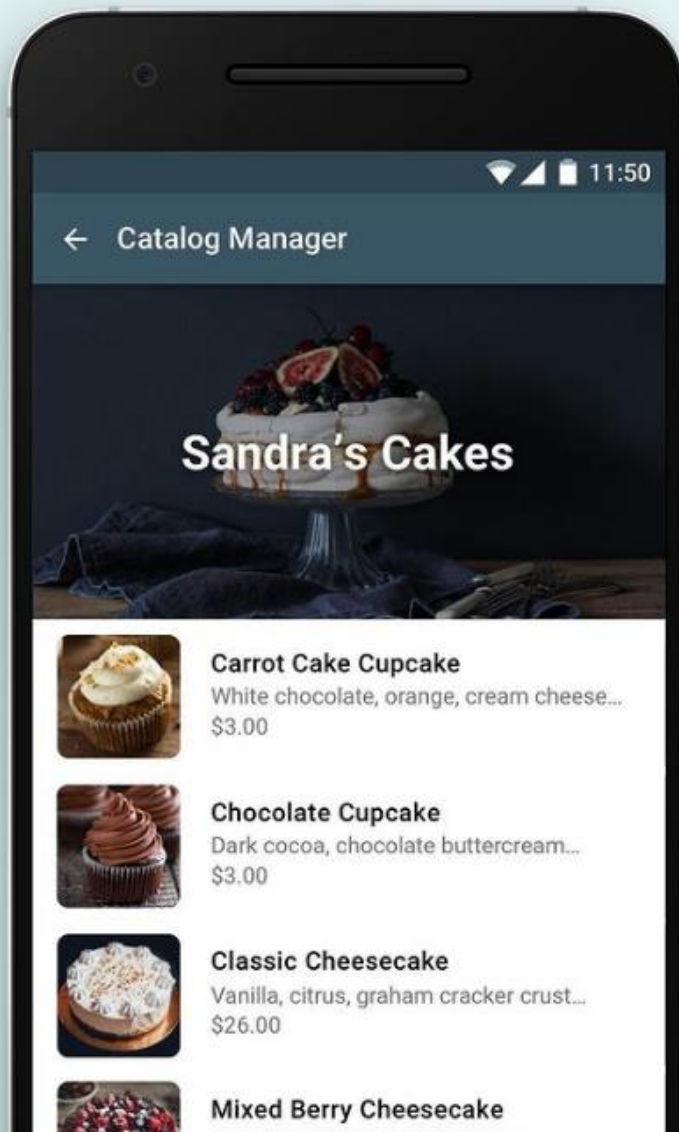
הצרכנים מעדיפים להשתמש בכמה שפחות אפליקציות וערוצים וכעת, יכולים לשלם לבעלי המקצוע והעסקים בהם הם קונים ישירות מתוך הצ'אט דבר המאיים על אפליקציות התשלום השונות כמו ביט, פייבוקס ו Pay.



New ecommerce
Platform

Communication

11.20 | WhatsApp Shopping



WhatsApp עושה עוד צעד לקראת מימוש הפוטנציאל שלה למסחר אונליין ומשיקה פיצ'ר חדש - קניות בצ'אטים עסקיים כדי ליעל רכישות.

בדומה לפיצ'רים החדשים באינסטגרם ובפייסבוק, **כפתור הקניות בוואצאפ מעביר את המשתמש לרכישה ישירה בתוך האפליקציה** וביחד עם אפשרות התשלום יוצר רכישה שלמה וקלה דרך פלטפורמה אחת.

הפיצ'רים החדשים בוואצאפ מאפשרים לפייסבוק לבסס את המודל העסקי של וואצאפ שנותר בגדר חידה למרות 2 מיליארד המשתמשים שלה.

ההצפנה מקצה לקצה וההתחייבות להשאיר את האפליקציה חנימית יחד עם מודל הפרסומות שלא צלח השאירו את פייסבוק עם שאלה גדולה בנוגע ליכולת לייצר רווח בוואצאפ.

למקור לחץ כאן

Instagram, WhatsApp, מתוך עמוד WhatsApp

BDO

BDO DIGITAL



זום היא ללא ספק הזוכה הגדולה של הקורונה.

באירוע Zoomtopia באוקטובר חשפה החברה מספר הכרזות חדשות שנועדו לשפר את חווית השימוש בפלטפורמה.

Zapps - שירות המאפשר התממשקות של מגוון אפליקציות לזום שיאפשרו לנהל את העבודה מרחוק בצורה נוחה יותר, לדוגמא: Slack ו-דרופבוקס. בנוסף, כללו בזום כמה אפליקציות המתאימות לתחום הלמידה מרחוק.

On Zoom - פלטפורמה שבה משתמשי זום יכולים לארח אירועי אונליין בחינם, בתשלום או למטרות גיוס כספים עד אלף משתמשים בהתאם לסוג החשבון של המארח. הפלטפורמה מאפשרת חיפוש אירועים לפי תחומי עניין ורכישת כרטיסים לאירועים. הפלטפורמה החדשה היא מתחרה ישירה בפיצ'ר דומה שעליו הכריזה פייסבוק.



COVID 19
Feature



Marketplace

Retail

6.20 | Alibaba Online Trade Shows



נתונים סטטיסטים של ממשלת ארה"ב מצביעים על כך ששוק המסחר המקוון B2B צפוי להיות גדול פי שישה משוק ה-D2C.

ענקית המסחר הסינית הודיעה הודיעה ביוני על מספר פיצ'רים חדשים בעולמות ה-B2B.

Alibaba הודיעה כי בעקבות הקורונה וביטולם של אירועים ותערוכות ברחבי העולם היא תקיים תערוכות דיגיטליות.

ג'ון קפלן, נשיא החברה, הציג את התערוכות הדיגיטליות כהזדמנות לעסקים קטנים שבימי שגרה לא מגיעים לתערוכות הגדולות.

התערוכות הדיגיטליות יתקיימו אחת לחודש ויתמקדו כל חודש בקטגוריות מוצרים שונות.

הן יכללו סוחרים מובילים שיציגו את המוצרים, מומחי קטגוריה וקונים.

מסחר בינלאומי בין עסקים קטנים דורש בדרך כלל תשלום מראש על כלל העסקה.

השנה עליבאבא יגדירו קונים מסוימים כ-"קונים מוסמכים" והם יקבלו אפשרויות תשלום גמישות יותר.



COVID 19
Feature



Marketplace

Retail

3.20 | Etsy Offsite



Etsy עושה מאמצים על מנת לחזק את האמנים המוכרים במרקטפלייס. החברה מבינה כי הקורונה פגעה בעסקים הקטנים ומשיקה שירותי פרסום חדשים עבור המוכרים שלה.

פרסום Offsite - שירות חדש לפרסום פרטי אומנות של המוכרים בפלטפורמה בגוגל, פייסבוק, אינסטגרם ופינטרסט. במודל הפרסום החדש המוכרים לא ישלמו עבור הפרסום אלא אם כן יבצעו מכירה, המודל הוא מבוסס הצלחה, כאשר מודעה במימון etsy מובילה למכירה, המוכר ישלם דמי פרסום הנעים בין 12% ל 15% מערך ההזמנה (עד לסכום של 100 דולר).



COVID 19
Feature



Marketplace

Retail

6.20 | **Etsy Video**



למקור לחץ כאן

0:11

20 views

Kiwi, מתוך עמוד Moments, twitter

החברה השיקה פיצ'ר חדש שמטרתו לשפר את חווית הקנייה ולהגדיל מכירות. **הפיצ'ר החדש מאפשר תצוגת ווידאו עבור כל מוצר**, הסרטון מציע מימד נוסף שלא ניתן להשיג בעזרת תיאורים כתובים או תמונות במיוחד כשמדובר ברכישת אומנות. סרטוני המוצרים ניתנים לשיתוף בפלטפורמות נוספות כמו פייסבוק ואינסטגרם.

BDODIGITAL



On demand



Marketplace

Retail

10.20 | Drizly Virtual Cocktail Studio



בחוודש מרץ המכירות של Drizly זינקו ב 250% ביחד עם המגמה העולמית שהופכת את סלון הבית למקום הבילוי המרכזי וגורמת לצרכנים לשתות יותר ויותר.

לקראת תקופת החגים השיקה החברה שירות חדש שיאפשר למשפחות לחגוג את החגים והשנה, קצת אחרת. **השירות החדש מאפשר ללקוחות לשלוח את אותו בקבוק לכל המשפחה**, הפלטפורמה מאפשרת לעשות הזמנה אחת עם מספר כתובות שונות.

בחוודש אוקטובר הקימה דריזלי את מעבדת הקוקטיילים הביתי שלה בה כל חובבי הקוקטיילים יוכלו ללמוד להכין ולעצב את שלושת הקוקטיילים המובילים באמריקה. כל מפגש במעבדה הווירטואלית ייקח את המיקסולוג הביתי לסדנא בת 45 דקות עם מיקסולוג מומחה.



גוגל משיקה את הגרסה החדשה של אפליקציית Google Pay שעברה שינוי משמעותי. ביום שגוגל תחליט להכניס את השירות לישראל אין ספק שהיא תהווה איום לא קטן על כמה אפליקציות תשלום ישראליות.

כל הממשק של הגרסה החדשה סובב סביב "מערכות יחסים" וזה בא לידי ביטוי כבר במסך הראשי בו מוצגים כל אנשי הקשר והעסקים האחרונים שלהם שלחתם כסף או קיבלתם מהם כסף וכל אינטראקציה מתועדת בצורת צ'אט.

מועדון הלקוחות כולל: מבצעים, קופונים והטבות מיוחדות לחברי מועדון, הניתנים למימוש באפליקציה.

קבוצות תשלום - בדומה לאפליקציית Paybox לראשונה Google Pay תאפשר למשתמשים לפתוח קבוצות תשלום ולאסוף כסף למטרה משותפת.

לא רק בין חברים ובקופות - בגרסה החדשה ניתן לשלם בתחנות דלק ואפילו לקבל הנחה על התדלוק. כמו כן, גוגל הוסיפה אפשרות לתשלום על חנייה ב-400 ערים בארצות הברית.



שיתוף פעולה בין גוגל לבנק Citibank המציג חשבון בנק ללא בנק. מדובר באפליקציה שהיא קלה ונוחה לשימוש הרבה יותר מאפליקציות הבנקים השונות.

האפליקציה מאפשרת לבנות תוכנית חיסכון אישית עם תובנות מותאמות ליעדי החיסכון, להוצאות ולהכנסות של המשתמש.

משתמשי התוכנית יקבלו כרטיס דיגיטלי ופיזי ללא תשלום חודשי כמו במודל כרטיסי האשראי המוכר.



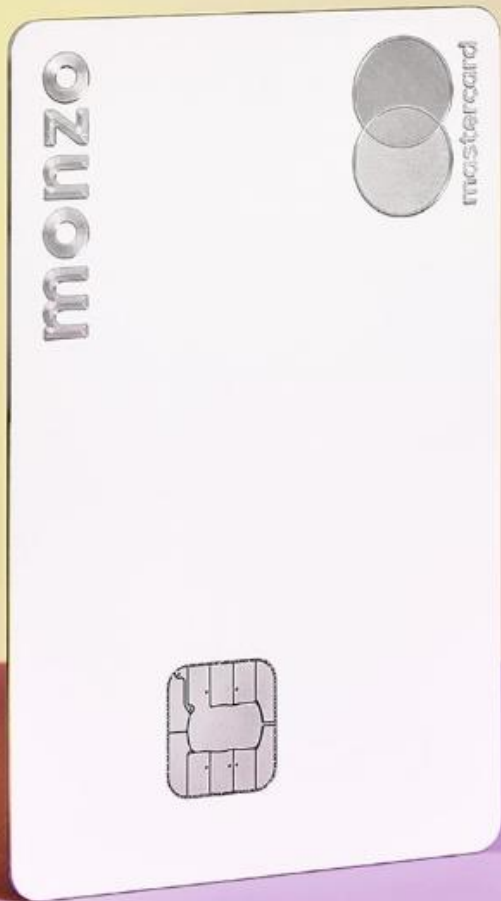
Digital
wallet



Subscription

Payment

6.20 | Monzo Premium



הבנק הדיגיטלי השיק מודל חשבון פרמיום.

חשבון Monzo Premium הינו בתשלום חודשי של 15 פאונד וכולל מגוון הטבות כמו ביטוח נסיעות וטלפון, משיכת מזומן ללא עמלות וריבית טובה על פיקדונות ארוכי טווח. בנוסף, לקוחות מונזו פרמיום מקבלים ניתוחי הוצאות פרסונליים המתאימים ליעדי החיסכון שלהם. חברי מונזו פלוס נהנים ממגוון הטבות ומשיתוף פעולה בין מונזו לבין מותגים שונים כמו: Fiit, Naked Wines, Hello Fresh.

מונזו פרמיום הושק בחודש יולי וגייס כבר באותו החודש 50,000 לקוחות.



On demand

Transportation

8.20 | DoorDash DashMart & DoorDash Gifting

WITHOUT RESTAURANTS

A DROPPED
SPOON IS
STILL YOUR
SPOON.



BDO

למקור לחץ כאן

DoorDash, מתוך פרופיל DoorDash, Facebook

חברת השליחויות המחברת בין חנויות ומסעדות מקומיות פיתחה מערכת בינה מלאכותית המסוגלת לשכלל את תהליך מסירת ההזמנה.

DoorDash ביססה את עצמה כמובילה בשוק האמריקאי ועברה את Uber Eats כשבשנת 2020 הייתה אחראית ל-45% מכל משלוחי המזון בארה"ב עם 20 מיליון משתמשים פעילים.

בחסות הקורונה החברה עמלה במרץ על הרחבת המוצרים והשירותים הזמינים בפלטפורמה וכעת הפלטפורמה כוללת גם רשתות כמו: 7 Eleven, Walgreens ו-CVS Pharmacy ועוד.

DashMart - חנות הנוחות של DoorDash הוא ערוץ נוסף הזמין בפלטפורמה ומאפשר לצרכן להזמין מוצרים יומיומיים ולקבל אותם בתוך חצי שעה.

לקראת החגים השיקה DoorDash כיצ'ר שליחת מתנות, השנה שחגיגות החגים יהיו מצומצמות בבית החברה משיקה שירות חדש רלוונטי מתמיד. הפיצ'ר כולל בחירת כרטיס ברכה אישי ומעקב אחרי המתנה עד שהיא מתקבלת.

מודל העבודה של DoorDash הוא רלוונטי היום יותר מתמיד וניתן לראות אותו כחלק ממגמת ה-Gig economy, בה השליחים אינם שכירים והם עובדים במודל גמיש בו הם מכתיבים את זמני העבודה ותדירות העבודה. חברות כגון Shell אפילו הגדילו לעשות ויצרו תוכניות נאמנות לנהגים המכונים Dashers.

BDO DIGITAL



COVID 19
Feature



Entering new
industries

Transportation

4.20 | **Uber Connect & Uber Direct**



בעקבות מגפת הקורונה שהקטינה את הביקוש לשירות המסורתי של אובר החליטו בחברה להתמקד בהעברת פריטים.

Uber Direct מציעה שירות משלוחים מחנויות שונות, לדוגמא, ציוד לבעלי חיים, פרחים ועד משלוחי תרופות מבתי מרקחת.

Uber Connect הוא שירות **Same day delivery** המאפשר למשתמשי אובר לשלוח פריטים זה לזה.

השנה חברות למדו איך להגיב מהר לעולם המשתנה, אובר השכילה להבין שהקורונה פה כדי להישאר והצליחה "להמציא את עצמה מחדש" בכדי להישאר רלוונטית.



Self service

Restaurants 11.20 | Chipotle Digital Only Restaurant



Chipotle כותחים מסעדה בה אין מקומות ישיבה או קו שירות קדמי המוכרים לנו ממסעדות המזון המהיר ועל הדלת תמצאו את שלט הכניסה המקורי ממסעדת צ'יפוטלה הראשונה.

המסעדה מאפשרת שירות הזמנה מראש דרך האפליקציה או דרך שותפי משלוחים צד שלישי וההזמנות נאספות מלובי מעוצב שנראה ואפילו נשמע ומריח כמו מסעדת צ'יפוטלה אמיתית.

המודל החדש של צ'יפוטלה מתאים לתקופה. מדובר בניסיון לבחון קונספט חדש שיאפשר להם להיכנס לאזורים עירוניים בהם לא ניתן להקים מסעדות בפורמט המוכר.



צ'יפוטלה ידועה כחברה חדשנית הידועה במערכות יחסים ארוכות טווח עם ספקיה. הספקים נפגעו במשבר הקורונה כשנאלצו להשמיד סחורות טריות בעקבות הירידה בביקוש במסעדות ובמלונות.

צ'יפוטלה הקימה מרקטפלייס על פלטפורמת Shopify עבור ספקיה שיוכלו למכור מוצרים ישירות לצרכנים.

בחברה מבינים כי ספקיה הינם חקלאים ושינוי מהותי כל כך באופן המכירה יכול להיות מפחיד במיוחד בזמן משבר. לכן, החברה מספקת את הכלים והמשאבים בכדי להשיק בצורה מקצועית אתר בפלטפורמה. צ'יפוטלה נותנת לכל ספק סיוע בפיתוח האתר ומכסה את התשלום ל-Shopify.



Loyalty



Gamification

Restaurants

3.20 | Starbucks Star Land



השנה מותגי מזון היו צריכים לחפש דרכים יצירתיות לשמור על מעורבות הצרכנים בימים בהם בתי הקפה סגורים ועובדים רק במתכונת משלוחים.

Starbucks פיתחה משחק מציאות רבודה לחברי מועדון הנאמנות Starbucks reward's המאפשר לשחק בתוך הבית.

בכל יום כל משתמש יכול לשחק פעם אחת בלבד. במשחק המשתמשים יכולים לזכות בפרסים מיידיים כמו קפה או מאפה בחינם או בהזדמנות להיכנס להגרלה הכוללת פרסים שווים, כמו קפה חינם למשך שנה, גיפטקארד של 500 דולר או צבירת נקודות כפולה למשך שנה. בעזרת המצלמה ושימוש בפיצ'ר מציאות רבודה על המסך מופיע כוכב ובלחיצה על הכוכב נחשף הפרס.



Starbucks הוא אחד המותגים המובילים בתחום טכנולוגית המסעדות ומחזיק בתוכנית נאמנות מהמובילות בעולם הכוללת 19.4 מיליון חברים פעילים.

השנה סטרבקס עדכנה את תוכנית הנאמנות שלה ומאפשרת לחברי התוכנית מגוון רחב יותר של אמצעי תשלום ללא מגע, והזדמנויות נוספות לצבירת נקודות. חברי התוכנית יכולים לצבור נקודות באפליקציה גם באמצעות תשלום בארנקים דיגיטליים.

סטרבקס UK גם עדכנה את תוכנית הנאמנות שלך כך שהלקוחות מתוגמלים עבור שימוש רב-פעמי בכוסות. אין ספק שמשנה לשנה נראה יותר דוגמאות ל-Eco loyalty.

למקור לחץ כאן

Starbucks, מתוך עמוד Starbucks, Instagram



Subscription

Restaurants

3.20 | MyPanera+Coffee



השנה השיקה Panera שירות חדש לחברי תוכנית הנאמנות שלה. מנוי קפה ללא הגבלה, כלומר קפה ותה ללא הגבלה בעלות חודשית של \$9.

מדובר במותג הקפה הראשון בארה"ב שמשיק שירות של מנוי ללא הגבלה, שמטרתו להגדיל נאמנות ולמשוך לקוחות דווקא לסניף פנרה הקרוב.

בפיילוט שביצעה החברה נמצא שלקוחות המנוי ביקרו בפנרה על בסיס יומי והגדילו את מספר הפעמים בהם הוסיפו מאפה/ כריך לקפה.

למקור לחץ כאן

Panera, מתוך פרופיל PENERABREAD, Instagram

BDO

BDODIGITAL



COVID 19
Feature



Self service

Restaurants

11.20 | KFC On Wheels



מגפת הקורונה שינתה את האופן בו אנו צורכים מזון, מסעדות סגורות והצרכנים מחפשים את האוכל האהוב עליהם בלי להצטופף בתורים, להעביר כסף מיד ליד, או לאכול בחלל סגור יחד עם אנשים נוספים.

KFC סין השיקו רכבים ללא נהג המאחסנים את מנות העוף המטוגן המפורסם.

מדובר בשיתוף פעולה בין חברה סינית בשם Neolix ו-Yum Brands. הלקוחות מגיעים לרכב, מבצעים הזמנה עצמית ומשלמים באמצעות סריקת קוד QR ואז נפתחת דלת לאיסוף ההזמנה.

ההשקה הזו היא דוגמא לשילוב של מספר טרנדים עולמיים כמו Self Service ותשלום בארנקים דיגיטליים ואיך חדשנות וטכנולוגיה יכולות להציל חברות ועסקים במשבר הקורונה.

WISH LIST FOR 2021



Entering new industries



D2C



Self service



Digital wallet



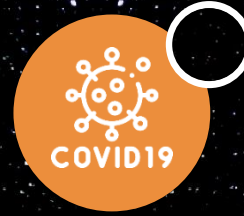
New ecommerce Platform



Circular Economy



Marketplace



COVID 19 Feature



Subscription



Gamification



Guided selling



Gig Economy



Collaborations



Loyalty



On demand

טוב, זה לא שבאמת אפשר לארוז הכל...
דבר אחד בטוח והוא שרעיונות לא עושים אותך עשיר, אבל הביצוע שלהם, כן.

תמשיכו להיות בתנועה...

BDODIGITAL

Upgrade Your Digital Experience



eCommerce



Loyalty & Analytics



Self Service

לפרטים: יעל קנדר, Head of BDO Digital | yaelka@bdo.co.il | 052-3605568

