

«Если Вы верите в философию познания своего врага, то “Amazon” — это “мастрид” для Вас, как и для любого омниканального* розничного продавца».

*Тим Мейсон,
генеральный директор Eagle Eye Solutions*

«Натали Берг и Мия Найтс создали одно из окончательных описаний истории подъема Amazon и ее драматического влияния на мир розничной торговли. В качестве финансового аналитика, следившего за Amazon на протяжении более двух десятилетий, я нашел в этой книге множество идей и содержательных данных. Предложенное Берг и Найтс объяснение того, почему Amazon «вышла в реал» — развитие автоматизированных офлайн-магазинов Amazon Go, приобретение сети супермаркетов Whole Foods, — особенно убедительно. В этой книге содержатся ценные уроки для инвесторов и для розничных торговцев, особенно для компаний, желающих преуспеть в WACD (What Amazon Can't Do) — то есть в том, чего Amazon не может сделать. Я настоятельно рекомендую вам эту книгу».

*Марк С. Мэхэни,
управляющий директор и аналитик RBC Capital Markets*

«Amazon — это феномен, неустанно фокусирующий на клиентах, на реинвестировании преимущественно в стимулирование роста, не позволяющий здесь и сейчас отвлекать себя от долгосрочного видения. Для любого предпринимателя, работающего в сфере электронной коммерции, Берг и Найтс привносят богатое понимание того, как Amazon добилась своего внезапного 25-летнего успеха. Но кроме раскрытия секрета роста Amazon, это также своевременное напоминание о сейсмических и захватывающих изменениях в поведении клиентов, которые помогают новым ритейлерам, таким как Missguided, сделать рывок».

*Нитин Пасси,
генеральный директор и основатель Missguided*

* Омниканальность — взаимная интеграция разрозненных каналов коммуникации в единую систему для обеспечения бесшовной и непрерывной коммуникации с клиентом. — *Прим. пер.*

«Углубленный взгляд Берг и Найтс на Amazon станет руководством к действию для розничных торговцев, старающихся понять его влияние. Благодаря их всестороннему, крупноплановому и глубоко личному знанию и самого этого бизнеса, и его аналогов в США и Европе, книга наполнена объективным пониманием предмета. Но это гораздо больше, чем книга об Amazon; это социальный комментарий на тему значения ожиданий клиента, которые более чем когда-либо сегодня перегружены технологией. Покупатели знают: то, что было невозможно, теперь возможно; то, что было неосуществимо, ныне осуществимо; то, что было мечтой, теперь стало реальностью. Берг и Найтс предлагают нам переосмыслить тот факт, что служение этому новому клиенту отныне не является факультативной, необязательной опцией для розничного продавца».

*Энди Бонд,
генеральный директор Pepkor Europe*

«Это не только всеобъемлющее и авторитетное представление того, как модель Amazon неустанно развивается, чтобы создать нечто большее, чем Amazon, но и незаменимое понимание будущего шопинга и того, как должна адаптироваться розничная торговля, чтобы оставаться актуальной для клиента, покупающего «на-своих-условиях».

*Робин Филлипс,
генеральный директор The Watch Shop*

«Берг и Найтс исчерпывающим образом изложили основные принципы Amazon. Это дорожная карта истории и развития онлайн-бегемота, в которой хирургически точно исследуются те ключевые направления и поворотные моменты, что привели к возникновению ДНК Amazon. Самое главное, что представленные идеи и выводы будут теперь провоцировать любого, кто участвует в «индустрии всего», конкурируя с Amazon, к переоценке и разработке своих собственных стратегий. Я знаю, что сделаю это».

*Нгуен Ань Лу,
руководитель направления
North America Open Innovation and eCom, P&G*

СОДЕРЖАНИЕ

Глава 1. Это мир Amazon	9
Глава 2. Почему Amazon не такова, как ваш средний ритейлер: введение в розничную стратегию	14
Глава 3. Экосистема Prime: переопределение понятия лояльности для продвинутого современного покупателя	42
Глава 4. Розничный апокалипсис: реальность или миф?	61
Глава 5. Конец чистой игры в электронную коммерцию: переход Amazon к розничной продаже «кирпича и раствора»	83
Глава 6. Бакалейные амбиции Amazon: создание платформы для продажи вам всего остального	115
Глава 7. Whole Foods Market: смелая новая эра	140
Глава 8. Джаггернаут под частной маркой: здесь приходит сжатие	158
Глава 9. Технология и ритейл без трения	173

Глава 10. Искусственный интеллект и голос: НОВЫЙ РУБЕЖ РОЗНИЦЫ	190
Глава 11. Магазин будущего: КАК ЦИФРОВАЯ АВТОМАТИЗАЦИЯ ОБОГАТИТ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ	213
Глава 12. Магазин будущего: ПЕРЕХОД ОТ ТРАНЗАКЦИОННОГО К ЭМПИРИЧЕСКОМУ	241
Глава 13. Исполнение розничных заказов: ЗАВОЕВАНИЕ КЛИЕНТА НА ПОСЛЕДНЕЙ МИЛЕ	268
Глава 14. Инфраструктура последней мили	287
Глава 15. Заключение: это пик Amazon?	313
Алфавитный указатель	318