

Digian toteuttama Golf Center TAGi on edelläkävijä kivijalan ja verkkokaupan yhdistämisessä – avajaiset tällä viikolla

Tulevaisuuden suunta on, etteivät verkkokauppa ja kivijalkamyymälät ole toistensa kilpailijoita, vaan tukevat toisiaan. Golf Center TAGissa verkko ja kivijalka toimivat yhteen saumattoman asiakaskokemuksen luomiseksi. Kokonaisuuden on toteuttanut Igence, joka liittyy kesällä 2016 yrityskaupassa osaksi Digiaa.

Golf Center uudisti kevättalvella verkkokauppansa ja järjestelmänsä niin, että uusi verkkokauppa ja kolme kivijalkaliikettä – Vantaanportti, Lauttasaari ja uusi Espoon myymälä – toimivat yhtenä kokonaisuutena. Selkeimmin verkon ja kivijalan yhteispeli näkyy 27.6. Tapiola Golfin yhteyteen avautuvassa lippulaivamyymälässä, joka on toteutettu mahdollisimman pitkälle digitalisoidusti. Asiointikokemusta rikastetaan myymälässä digitaalisuuden keinoin, ja myymälä on myös helpommin muunneltavissa sesonkien mukaan.

Tuhannen neliömetrin myymälään on asennettu yli 80 näyttöä, joiden kautta hinta- ja tuotetiedot esitetään. Tuotetiedot ovat asiakkaiden saatavilla samalla tarkkuudella kuin verkkokaupassa. Esimerkiksi perinteiset printtihinnoistot on korvattu kosketusnäytöillä, joihin integroidulla viivakoodinlukijalla asiakas saa auki kyseisen tuotteen tuotekortin verkkokaupasta.

Jatkossa myös Golf Centerin lahjakortteja ja bonusohjelman pisteitä voi hyödyntää yhtäläisesti verkossa ja liikkeessä, ja omat tiedot voi tarkistaa verkosta. Myös verkkokaupan tilauksia voi halutessaan tehdä suoraan näytöiltä myymälässä.

Asiakaskokemuksen yhtenäisyys haaste, kun kanavat lisääntyvät

Myymäläkokonaisuuden taustalla on monikanavaisuuden trendi. Digitalisaation myötä kuluttajat asioivat yritysten kanssa yhä useammissa kanavissa, kuten kivijalkamyymälöissä tai verkkokaupassa. Yritysten haaste on säilyttää asiakaskokemus yhtenäisenä kanavasta toiseen.

"Kuluttaja voi käydä liikkeessä kokeilemassa tuotteita, mutta tutkia tarkemmat tuotetiedot ja tehdä tilauksen vasta kotona verkkokaupasta. Jos myymälän ja verkkokaupat tiedot eivät ole yhtenäiset, asiakas pettyy ja jättää ostokset tekemättä. Haluamme tarjota asiakkaillemme hyvää palvelua yhtenäisesti verkossa ja myymälässä", CDO **Anssi Rauhala** Golf Centeriltä sanoo.

"Monikanavaisessa maailmassa verkkokauppa ei ole jotakin irrallista, joka rakennetaan muun toiminnan päälle. Eivätkä verkkokauppa ja kivijalka ole toistensa kilpailijoita, vaan tukevat toisiaan", digitaalisten palveluiden johtaja **Marko Saarinen** Digialta sanoo.

"Golf Center TAGi on hyvä esimerkki siitä, kuinka aidosti toimivat digitaalisen liiketoiminnan ratkaisut vaativat prosessien digitalisointia ja kokonaisuuden ajattelua liiketoimintajärjestelmistä asiakaspalveluun. Vahvistamme asemaamme tällä alueella huomattavasti, kun verkkokauppojen asiantuntijayritys Igence liittyy kesällä osaksi liiketoimintajärjestelmät ja integraatiot hallitsevaa Digiaa", Marko Saarinen sanoo.

Golf Center TAGi aukeaa maanantaina 27.6. kello 9 osoitteessa Turveradantie 17, 02180 Espoo (Tapiola Golfin yhteydessä). Avajaisia vietetään koko viikon ajan 27.6.-3.7. Liike on avoinna ma-pe 9-20 ja la-su 9-16. Tervetuloa tutustumaan digitalisoituun myymälään!

Lisätietoja:

Anssi Rauhala
CDO, Golf Center
p. 044 529 2518

Marko Paski
CEO, Golf Center
p. 040 709 4088

Marko Saarinen
Johtaja, digitaaliset palvelut, Digia Oyj
p. 040 740 1711

Digia on kannattavasti kasvava IT-palveluyritys, joka auttaa asiakkaitaan hyödyntämään digitaalisuuden mahdollisuudet. Näkemyksellisenä kumppanina Digia kehittää ja innovoi liiketoimintaa tukevia ratkaisuja yhdessä asiakkaidensa kanssa. Tarjoamme toimialasovitettua osaamista digitaalisten palveluiden kehittämiseen, toiminnan ohjaamiseen ja tiedon hyödyntämiseen. Toimimme 750 osaajan voimin Suomessa ja Ruotsissa. Digian jatkuvien toimintojen liikevaihto vuonna 2015 oli 81 miljoonaa euroa. Yhtiö on listattuna NASDAQ Helsingissä (DIG1V).