Восстановление брошенных корзин: стратегии для фармацевтики

© 2025 Все права защищены. From Zhukov with love

Введение

В эпоху бурного роста электронной коммерции проблема брошенных корзин остаётся насущной для бизнеса. Особенно это касается фармацевтического сектора, где строгие регуляции и особенности поведения покупателей усложняют задачу удержания клиентов. В данной статье мы разберём лучшие инструменты и стратегии восстановления брошенных корзин с учётом российских реалий.

Почему брошенные корзины — это вызов для фармацевтического e-commerce?

Что такое брошенная корзина?

Брошенная корзина — это ситуация, когда пользователь добавляет товары в корзину, но не завершает покупку. В фармацевтическом секторе это может быть связано с:

- Необходимостью проконсультироваться с врачом.
- Сомнениями в подлинности препаратов.
- Сложностями с доставкой в регионы.

Согласно исследованию RetailCRM (2024), 30% пользователей используют корзины как список желаний, не планируя завершать покупку.

Статистика по российскому рынку

- **Средний уровень брошенных корзин**: 70% (по данным Tinkoff eCommerce).
- **Фармацевтика**: Ретаргетинг способен вернуть до 30% корзин (vc.ru, 2024).
- **Рост рынка**: Онлайн-продажи фармпродукции растут на 15–20% ежегодно (New-Retail.ru).

Потенциальные потери

Исследования показывают, что брошенные корзины приводят к потере до 70% потенциальных продаж. Это особенно критично для фармацевтического e-commerce, где каждая продажа может стать точкой контакта с пациентом, укрепляющей его доверие.

Лучшие практики восстановления брошенных корзин

Для минимизации уровня брошенных корзин следует использовать комбинацию проверенных стратегий и технологий. Ниже представлены лучшие подходы.

1. Автоматизированные напоминания

Своевременные напоминания через email или SMS помогают вернуть покупателей. Пример сообщения: «Не забудьте завершить покупку витаминов для иммунитета!». Такой подход доказал свою эффективность.

- **Пример**: Сеть аптек «Ригла» внедрила email-напоминания, что позволило снизить уровень брошенных корзин на 25% (New-Retail.ru).

2. Персонализация предложений

Использование данных о поведении клиентов позволяет создавать персонализированные предложения. Например, система может рекомендовать дополнительные товары, исходя из истории заказов.

- **Пример**: CRM-системы, такие как RetailCRM, позволяют сегментировать аудиторию и отправлять персонализированные уведомления.

3. Упрощение процесса оформления заказа

Многие корзины остаются брошенными из-за сложного процесса оформления заказа. Упрощение интерфейса, сокращение количества шагов и добавление удобных способов оплаты помогут снизить этот показатель.

- **Пример**: Онлайн-платформа «DocDoc» внедрила функцию мгновенной оплаты, что привело к снижению отказов на 40% (LiveAgent).

Обзор инструментов для восстановления брошенных корзин

RetailCRM

Российская платформа, ориентированная на e-commerce.

- **Функции**: Отслеживание корзин, автоматизация напоминаний, аналитика.
- **Подходит для фармы**: Да, учитывает особенности законодательства.

Sendsay

Сервис email-рассылок с возможностью ретаргетинга.

- **Функции**: A/B-тестирование, персонализация.
- **Применение**: Кампании для продвижения БАДов и безрецептурных препаратов.

LiveAgent

Инструмент для онлайн-чата и поддержки.

- **Функции**: Мгновенная помощь клиентам, интеграция с CRM.
- **Для фармы**: Консультации по выбору препаратов в реальном времени.

Инструмент	Цена (руб/мес)	Ключевые функции	Подходит для фармы	Рейтинг
RetailCRM	От 5000	Аналитика, триггеры	Да	4.8
Sendsay	От 2000	Email-ретаргетинг	Да	4.5
LiveAgent	От 3000	Онлайн-чат, автоматизация	Да	4.7

Case Studies

1. Аптека «36.6»

В 2024 году сеть аптек внедрила ретаргетинг через email-рассылки. Персонализированные предложения (например, скидки на витамины) помогли вернуть 25% корзин.

2. «Фармстандарт»

Используя CRM-систему, компания снизила количество брошенных корзин на 30%. Основной акцент сделан на напоминаниях и персонализированных рекомендациях.

3. «DocDoc»

Интеграция онлайн-чата позволила сократить количество отказов на 40%. Пациенты получили возможность оперативно проконсультироваться по интересующим их препаратам.

Прогнозы на будущее

Тренды 2025–2030

1. **AI и предиктивная аналитика**:
   - Искусственный интеллект будет предсказывать вероятность отказа от покупки и предлагать соответствующие меры.
2. **Интеграция с телемедициной**:
   - Онлайн-консультации с врачами помогут уменьшить сомнения покупателей.
3. **Блокчейн для проверки подлинности**:
   - Технология блокчейн обеспечит дополнительное доверие к продукции.

Заключение

Восстановление брошенных корзин — это не только способ увеличить доходы, но и возможность укрепить лояльность клиентов. Используя современные инструменты и персонализированные стратегии, фармацевтические компании могут добиться значительных успехов в этом направлении.