

实体书店

O2O解决方案

Liza Cheung

实体书店转型



THE CHALLENGE

Business Objective



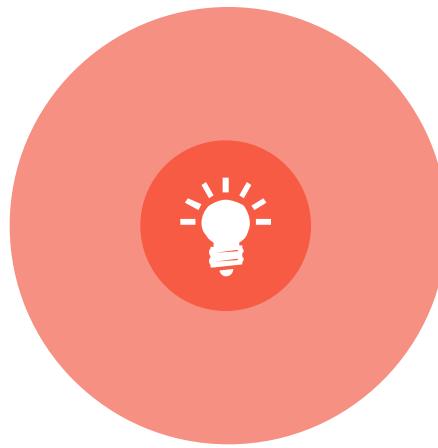
新华书店

客户需求

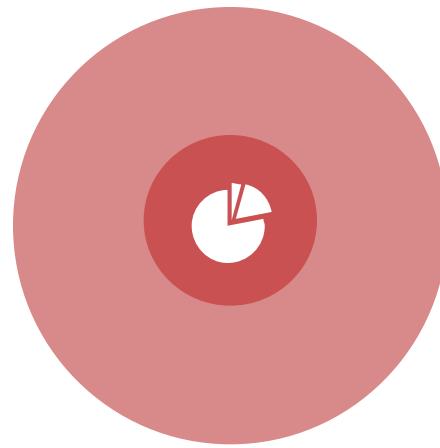
新华书店是一家历史悠久的传统书店。随着互联网的发展，人们读书的渠道变得多样化，对于实体书店的认识也发生变化，新华书店希望能够顺应时代变化实现转型升级。



重新定位发展方向



获得用户更多关注



提高市场份额



实体书店的困境

THE PROBLEMS

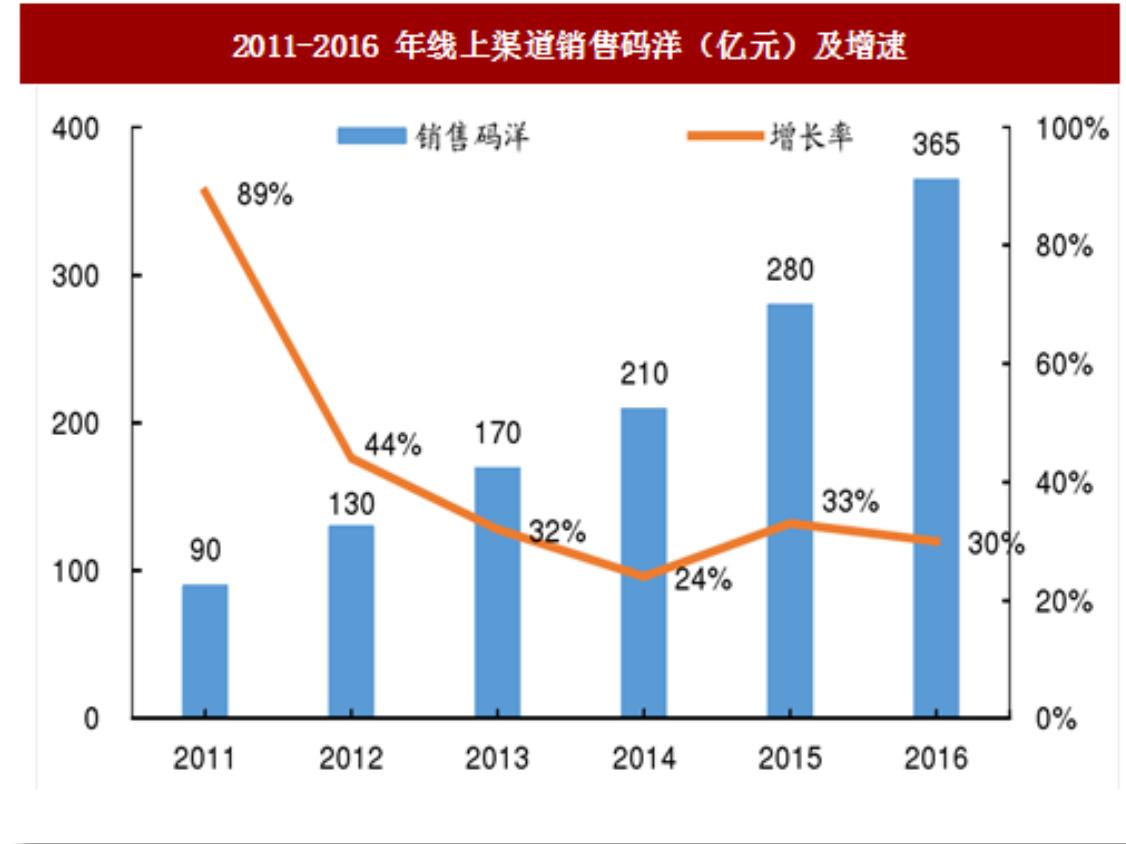
UX Research



网络书店经过几年的发展，给实体书店带来了巨大的冲击



图：2008-2016年实体书店销售码洋（亿元）及增速

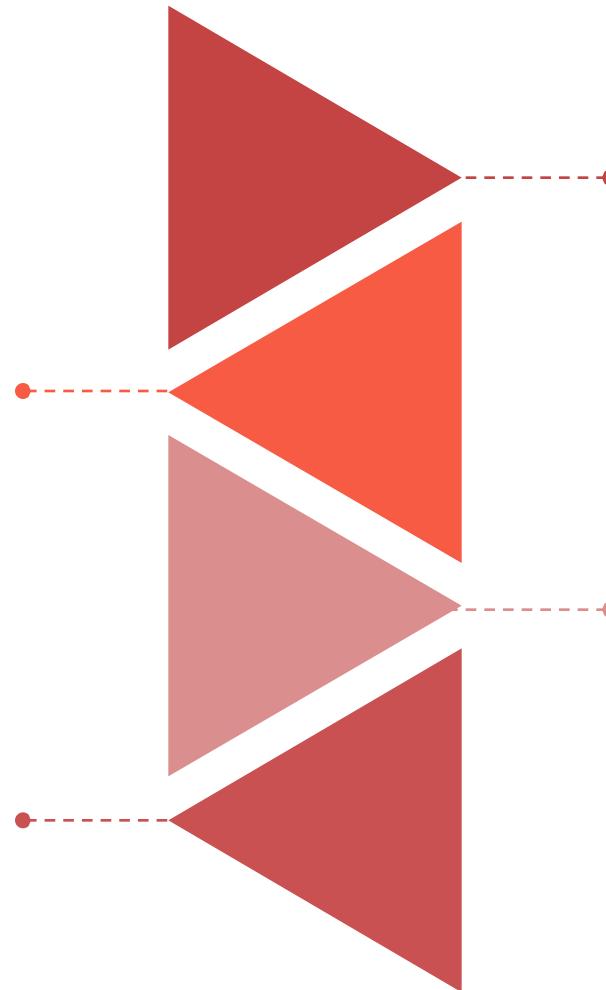


图：2011-2016年线上渠道销售码洋（亿元）及增速

实体书店 vs 网络书店

实体书店经营成本居高不下

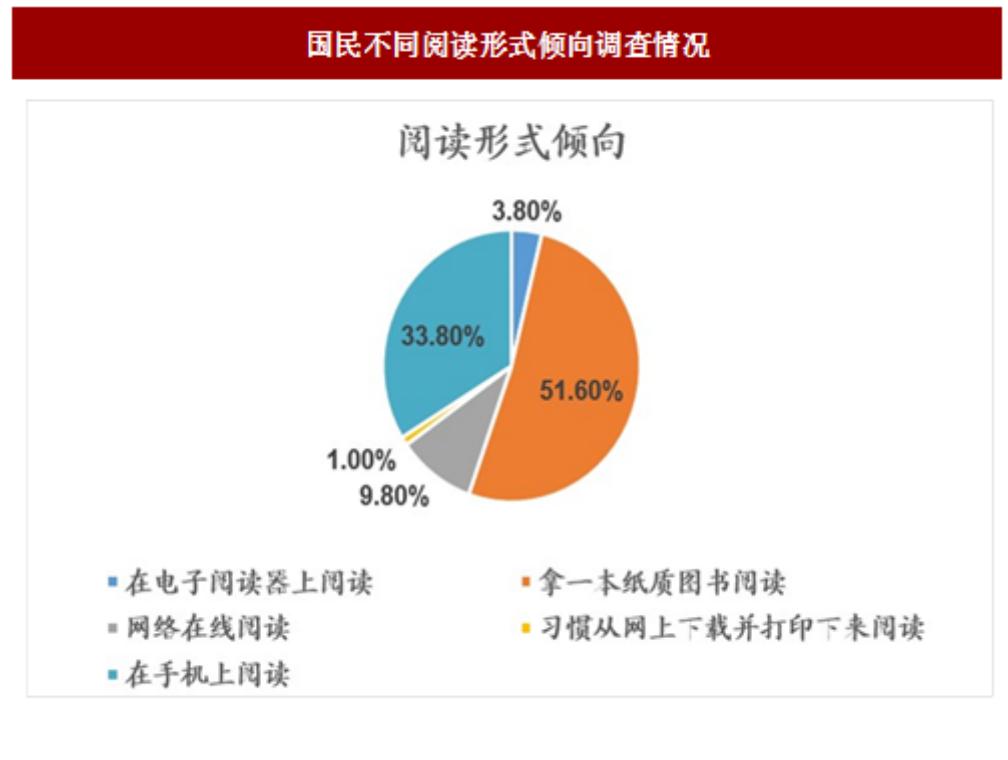
- 持续上涨的房租
- 高额的人力成本
- 资金的短缺



随着互联网与电子商务的兴起，
用户消费渠道转变，网络书店：

- 价格便宜，促销方式多样
- 选择多样
- 购买方便

纸质阅读市场仍在



图：国民不同阅读形式倾向调查情况



图：2009-2015年国民纸质图书阅读情况



纸质阅读市场依然可观

随着科技的发展，阅读方式变得更加多样，手机阅读、电子书市场迅速崛起，但是调查报告显示目前全国仍有高达51.6%的人更倾向于纸质阅读的方式

关键词：儿童

场景分析



家长

如今的实体书店里经常能看到这样的情景：

时间：工作日下班、放学后，以及周末和节假日

人群：家长和低幼儿童（幼儿园、小学）

事件：选书、阅读



儿童

多为年轻家长，他们陪伴孩子选书、引导孩子阅读

- 书店提供了大量书籍，家长通过阅读教育孩子成长
- 书店提供了一个良好的氛围，家长在看护孩子的同时自己也得到了放松和休息



亲子阅读

4~12岁儿童，多为幼儿园、小学阶段的孩子。低龄的孩子多有家长陪伴，年长些的孩子独自或和同龄伙伴一起

- 小朋友需要更多的陪伴、引导和教育
- 需要一个提供良好文化氛围的场所来丰富文化生活

用户画像

Persona

29岁



张文丽



已婚，2孩，分别上小学
和幼儿园

大专学历，护士，工作已
有8年

希望花更多时间陪伴孩子成长，有空就会带
孩子参加文化活动，包括展览、博物馆。经
常带孩子去离家近的书店一起买书

32岁



已婚，1孩，刚上小学

本科学历，建筑工程师，
工作已10年



赵磊

平时工作较忙，但只要有空就会陪
伴孩子，重视孩子教育，认为家长
的引导很重要。去书店比较方便快
捷，可以通过选书、一起阅读的方
式教育孩子

用户痛点

Pain Points



图书销售或不再是大多数实体书店占比最高的经营业务

“找书难，无法快速找到需求的书，需要询问店员，有时询问店员也未必有结果；高峰时段店员忙不过来”

“高峰时间书店拥挤、嘈杂，看书受到影响”

“人多的时候结算排队很耗时，尤其带着幼小的孩子很不方便”

“书店没有座位或座位不足”

“带着孩子来书店，有时候还要面临孩子难看管的问题，尤其是在书店硬件环境不是很好的情况下”



用户需求

User Needs



人们对于文化体验的需求始终存在，多数人不愿意完全抛弃到书店购书

在实体店也能享受到网络书店的方便快捷，通过书籍分类快速找到需求的书；或通过书名快速找到书籍库存状况、分类和位置



书店提供一个安静的区域能够让消费者坐下来慢慢选书

提供简餐、饮品以满足消费者长时间停留的需求

家长希望通过书店对孩子进行文化教育，希望书店能够创造丰富多样的文化活动鼓励这种行为

减少排队的时间



解决方案

THE SOLUTIONS

UX Design



设计目标

Design Objective

Business Needs

改变观念。把线上购物与线下体验结合起来。

Business Needs

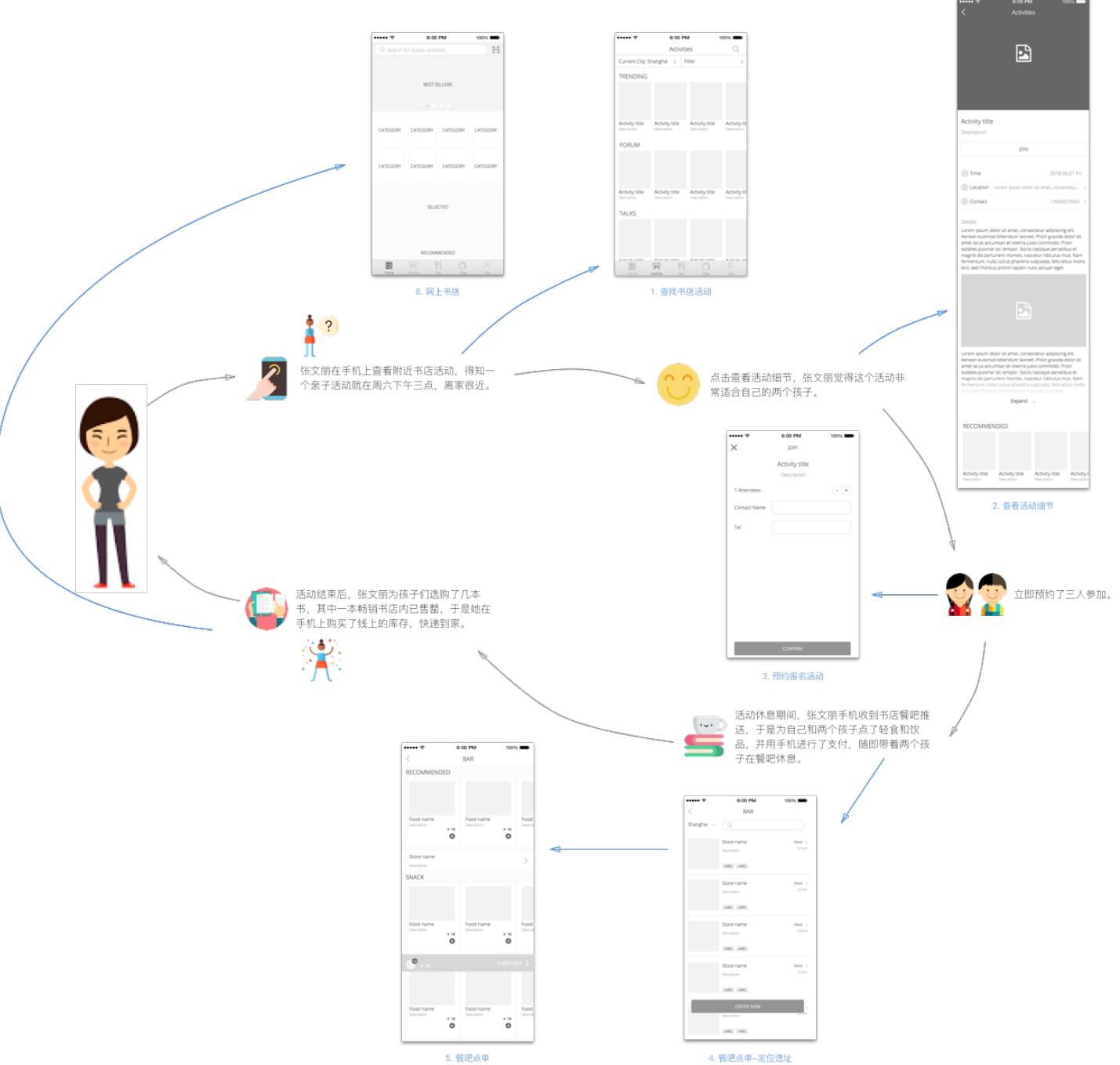
提升服务。实体书店逐步加入副业，设餐饮区、活动区、幼儿书体验区、图书导购、衍生品销售等，形成自己的风格。



线上购物与线下体验相结合，相互引导

- 通过线上获得线下活动通知，参与线下活动，如：亲子阅读、论坛、讲座、新书发布会、签售会等。父母通过线上预约线下阅读活动，确保享受到店服务。
- 线上浏览图书资源，线下翻阅图书，线上购买。线下线上库存统一，可选择到店取货、门店发货。
- 通过线上线下培养会员，增加会员粘性，培养用户阅读习惯，转化购买。父母通过定期、长期的活动参与，升级会员，享受会员服务。
- 在活动过程中通过适时的消息推送，记录用户喜好、鼓励用户购买行为，定制推送消息，提高转化率

USER JOURNEY



PROTOTYPE



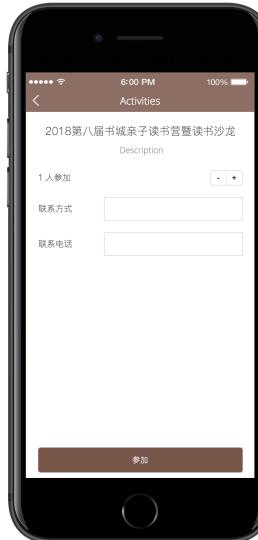
书店O2O



多元化服务，提升消费体验



线上随时了解店内活动



线上预约，线下体验

查看原型



优质服务，培养会员



多样营销，提升转化



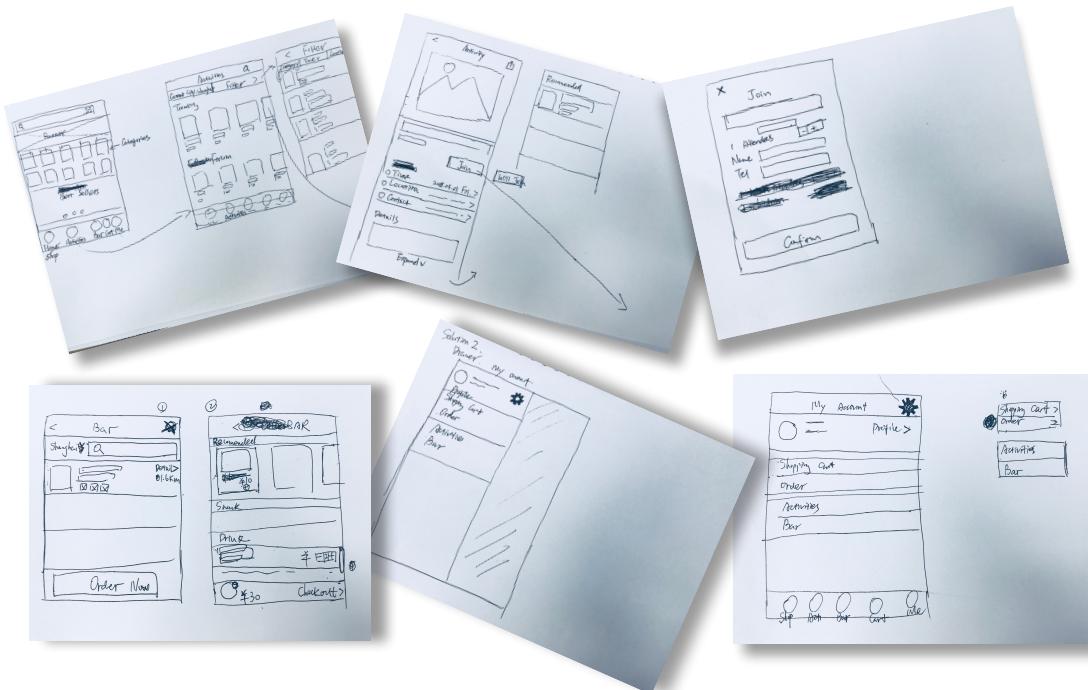
餐饮、文娱复合经营



线上支付，免排队

To be continued...

Thank You



Liza Cheung