

Цифровые стратегии развития бизнеса: реалии

На примере розничной компании

круглый стол
ИКТ в ритейле 2016
25.05.2016

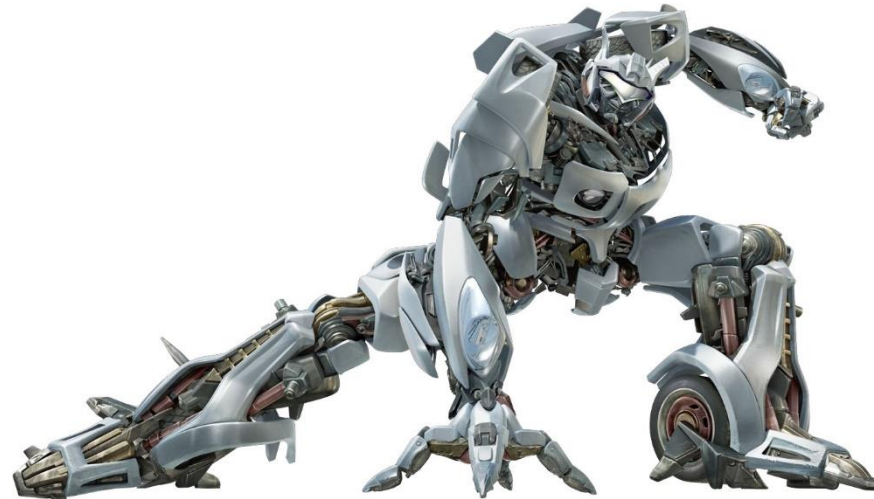
”...розница как таковая не исчезнет, но ожидается ее полная трансформация и совмещение с цифровыми технологиями...”

Цифровая трансформация -

использование современных технологий для кардинального повышения производительности и ценности предприятий.

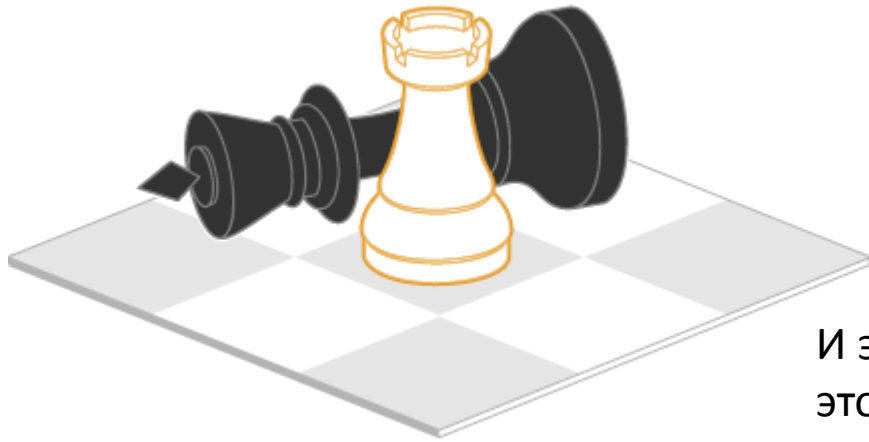
В различных индустриях используют достижения цифровой эпохи, такие как:

- аналитика,
- мобильность,
- социальные медиа,
- умные устройства,



в том числе для совершенствования возможностей традиционных технологий, таких как ERP, а также для изменения взаимоотношений с клиентами, внутренних процессов и конкурентных предложений.

В чем состоит цифровая стратегия развития бизнеса?



Digital-стратегия – это просто документ, описывающий, как вашей компании, или вашему клиенту следует работать с цифровыми ресурсами: от веб-сайтов и мобильного телефона, до электронной почты, соц. сетей и digital-маркетинга.

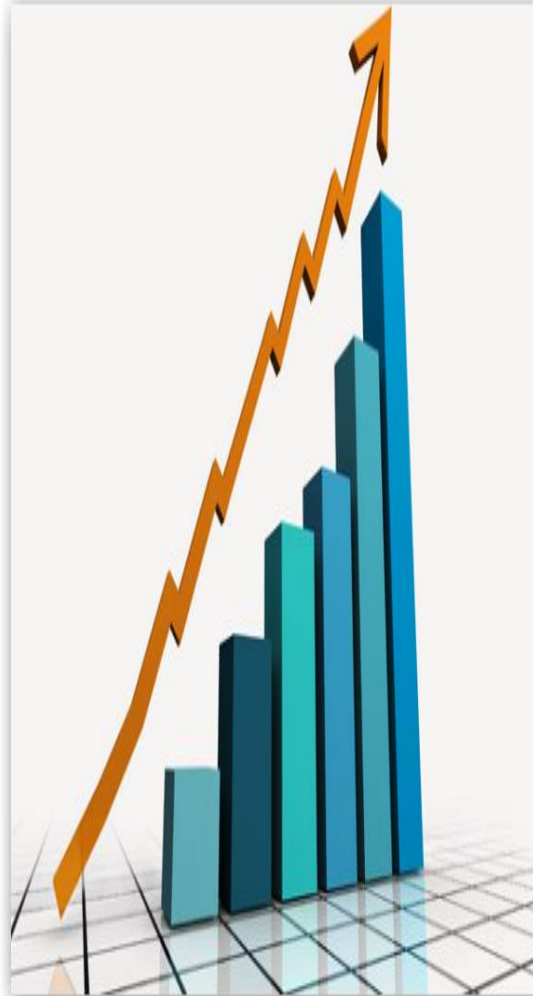
И это все? Нет и нет, это несоизмеримо больше, чем наличие сайта и мобильного приложения!

- Так какие же технологии следует применять? В какой последовательности?
- Какой горизонт планирования? Большой период невозможен просто потому, что современные цифровые технологии очень быстро развиваются и сменяются.
- Готов ли бизнес к цифровому будущему? К сожалению, не всегда.
- Имеется ли необходимый кадровый потенциал?

Розница

Бизнес-процессы:

- Продажи
- Закупки
- Управление персоналом
- Открытие магазинов. Управление недвижимостью
- Логистика
- Общение с покупателем. Программы лояльности.
- Отчетность, аналитика
- Организация торгового процесса в магазине
- Интернет-торговля



Решаемые задачи:

- Ассортимент. На чем будем зарабатывать?
- Сколько и где открывать магазинов? Интернет-магазин?
- Сколько товара можно продать? По какой цене? Нужна реклама и какая?
- Что, сколько, у кого закупаем? Какова себестоимость?
- Учет и отчетность. Аналитика.
- Организация рабочих мест. Фронт-офис, бэк-офис. Мобильность.
- Свое «натуральное хозяйство» или аутсорсинг?

И куда же мы хотим двигаться?

Для каждой задачи есть цифровое решение. Их может быть несколько. Всего лишь нужно выбрать правильное.

Эволюция методов торговли. Куда ведет цифра?

- **Single channel** - традиционный ритейл (исчезающий вид)
- **Multi channel** - наличие нескольких независимых каналов продаж. Обычные магазины, онлайн магазин, каталоги...
- **Omni channel** - сочетание и взаимное дополнение различных каналов продаж – они соединяют и пересекают все возможные варианты приобретения продукта. Покупатель начинает коммуницировать непосредственно с брендом, независимо от точки входа.
- **Что дальше?**



Чем сейчас отличается процесс покупки товара?

- ищем онлайн, покупаем офлайн. И наоборот
- гибкая настройка оплаты и доставки товаров
- постоянное информирование о товаре
- отзывы в Интернете – основание для покупки
- торговый центр «в кармане»
- покупать можно в любом месте и в любой момент времени, нужен только доступ в Интернет



О чем будем говорить? Лишь некоторые аспекты.

- **Технологии бэк-офиса (центральный офис компании):**
 - Инфраструктура
 - Компьютерная сеть
 - Телефония
 - Оргструктура
 - Пополнение магазинов
 - Аналитика
- **Технологии фронт-офиса (точки продаж):**
 - POS-терминалы (кассы) – место основного контакта розницы со своим покупателем
 - Цифровая реклама (Digital Signage)
 - Видеоаналитика
 - Управление персоналом. Мотивация/обучение

Трансформация бэк-офиса

Инфраструктура

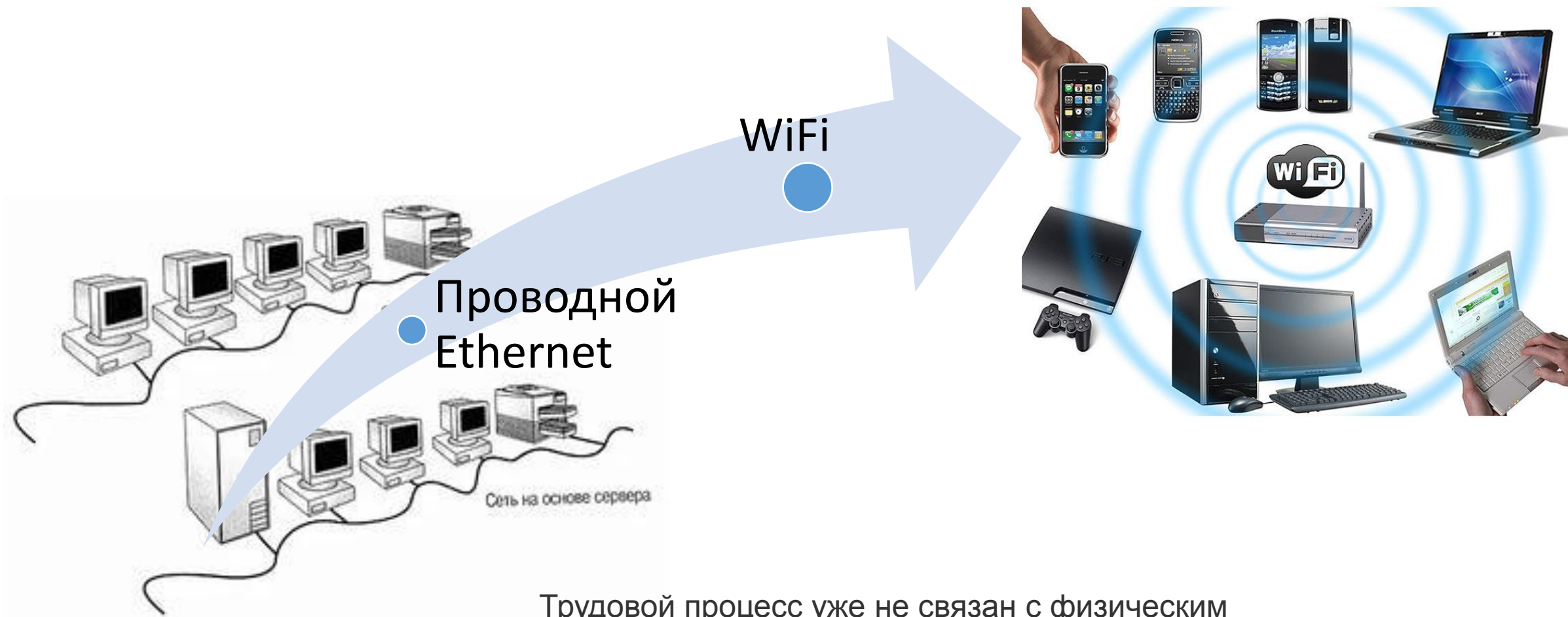
ЦОД

Облако

Серверная



Компьютерная сеть

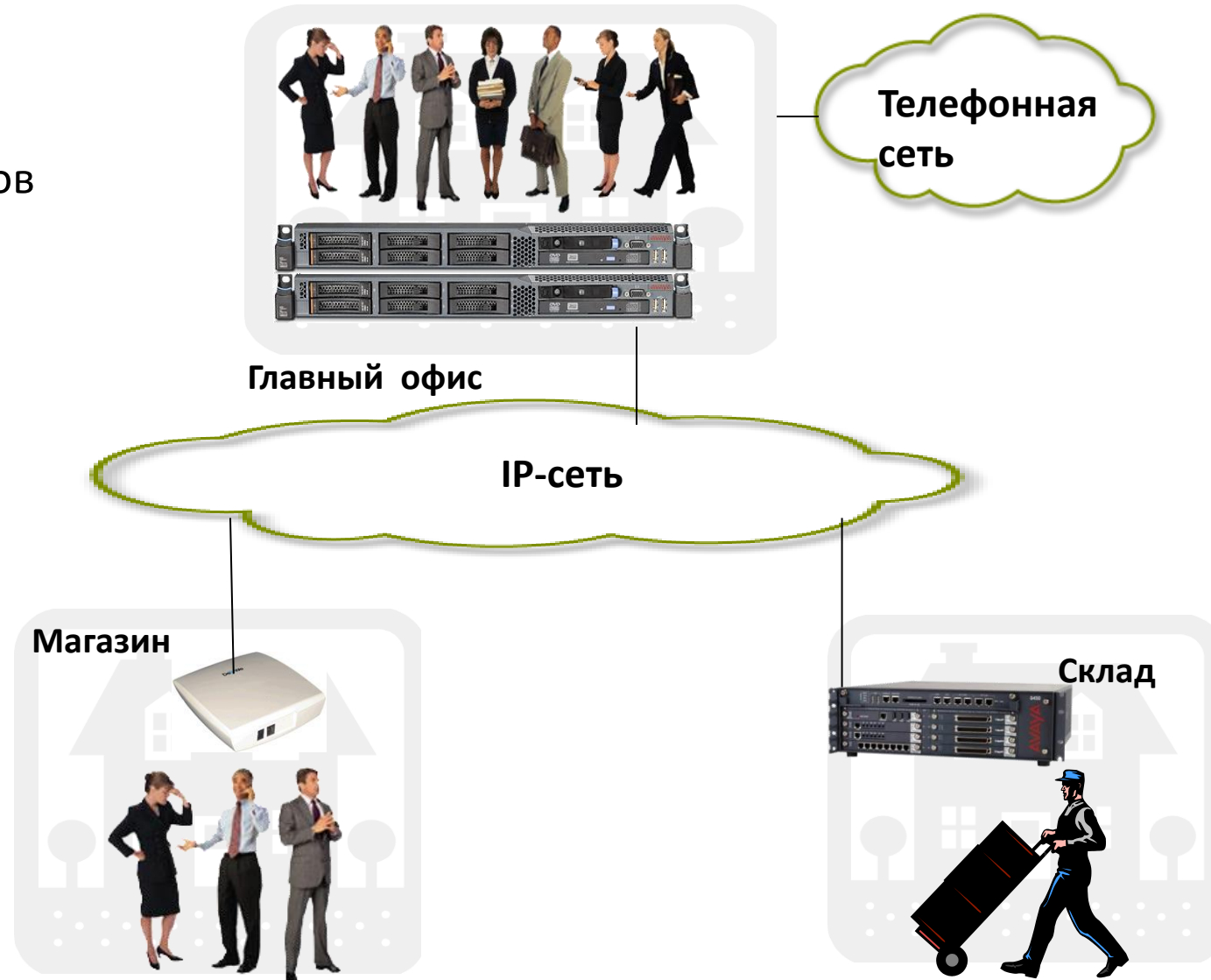


Трудовой процесс уже не связан с физическим рабочим местом – мобильность, беспроводные сети, омниканальность для сотрудников.

Унифицированные коммуникации

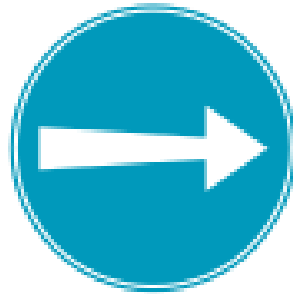
- связь в каждой точке

- Оптимизация затрат на связь
- Централизованный учет расходов
- Высокое качество связи
- Единый номер телефона
- Единый справочник абонентов



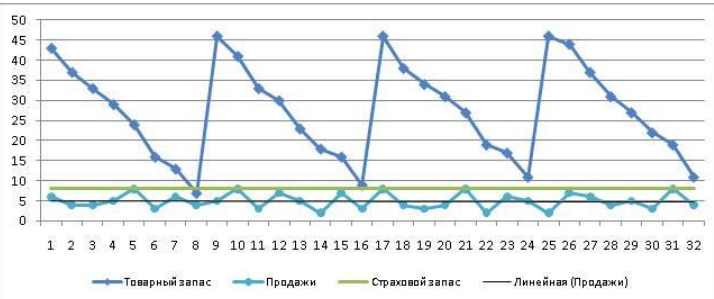
Организационные изменения

- Программисты
- Сисадмины
- Инженеры



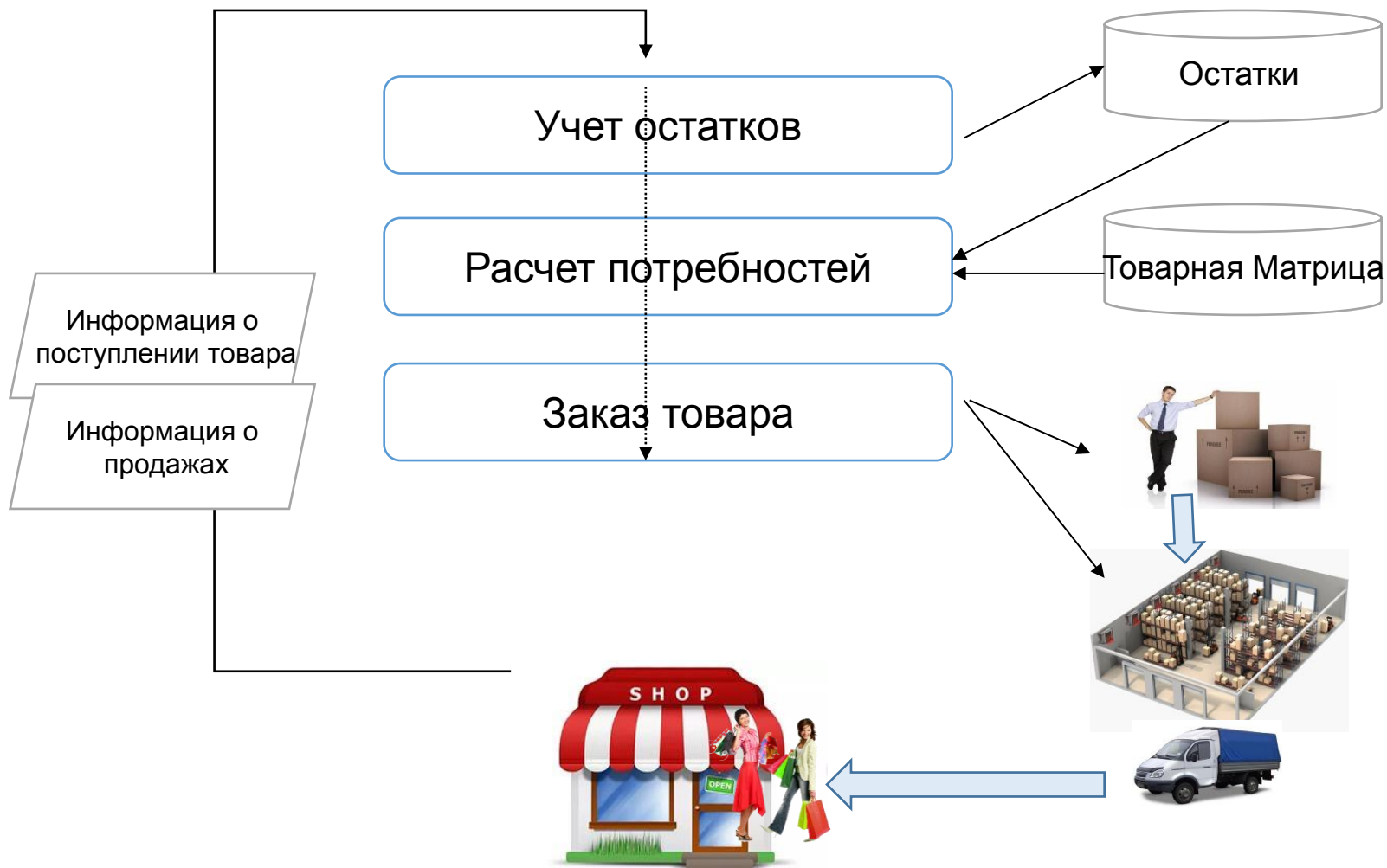
- Операторы данных:
 - Оперативность
 - Достоверность
 - Доступность
- Аналитики
 - Отчетность
 - Моделирование
 - Решения
- ИТ-менеджеры
 - Аутсорсинг
 - Управление проектами

Цифровой автоматический регулятор для поддержания товарного запаса



1. Что и где продавать?

2. Сколько штук должно быть на полке?



Прогнозный расчет ожидаемой скорости продаж конкретного товара в конкретном магазине. На основе анализа продаж двух последних месяцев, с учетом достаточности стока, циклов жизни продукта, коэф. сезонности и др.

3. Логистические факторы

- цикл снабжения магазина (1-2 раза в неделю)
- логистическое плечо (удаленность)

Для успешного развития бизнеса нужны цели и ориентиры. Аналитика.



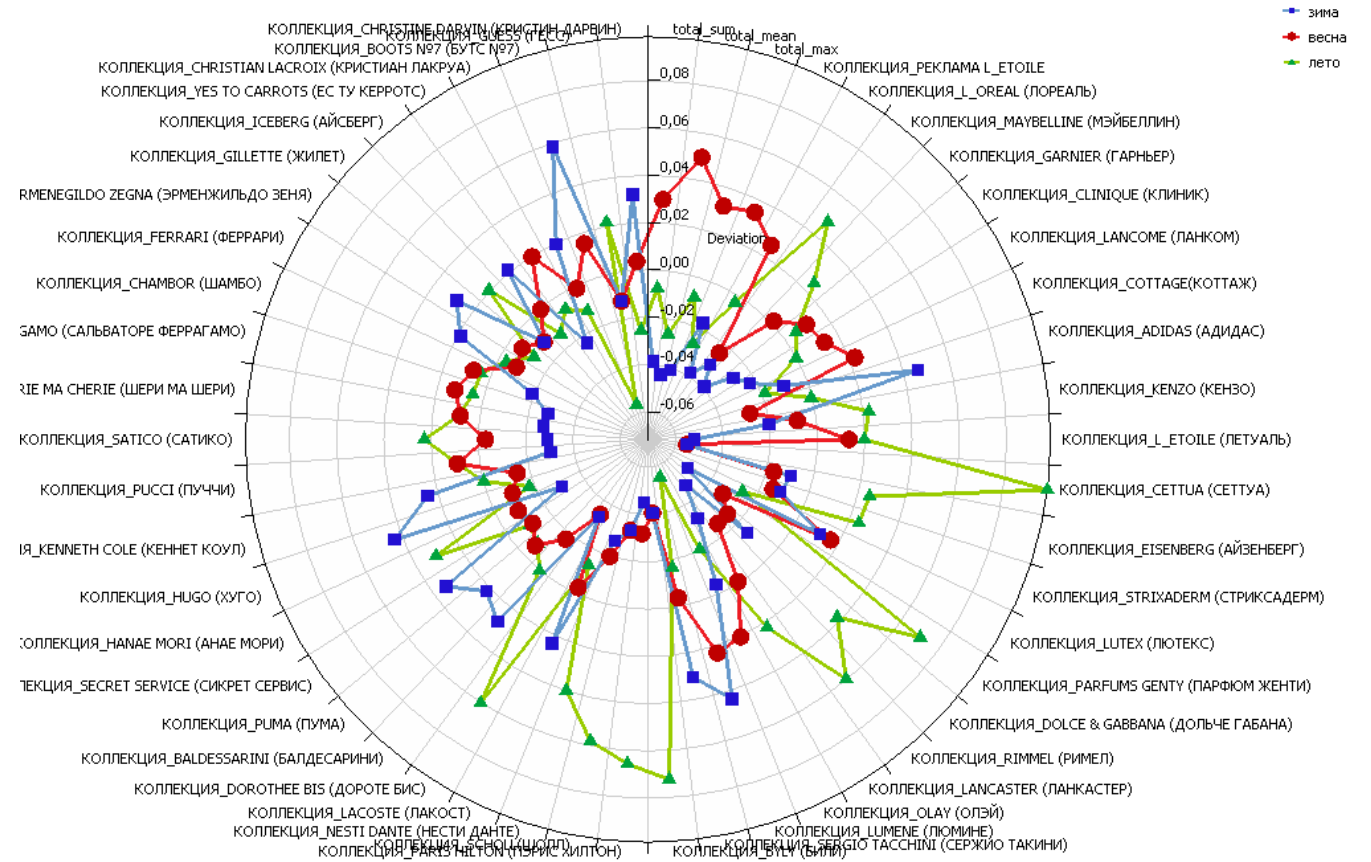
- Остатки
- Товарооборот
- Трафик
- Средний чек
- Количество товаров в чеке
- Оборачиваемость
- Конверсия



OLAP-отчетность
Кластеризация магазинов
Выявление закономерностей

Что покупают владельцы дисконтных карт?

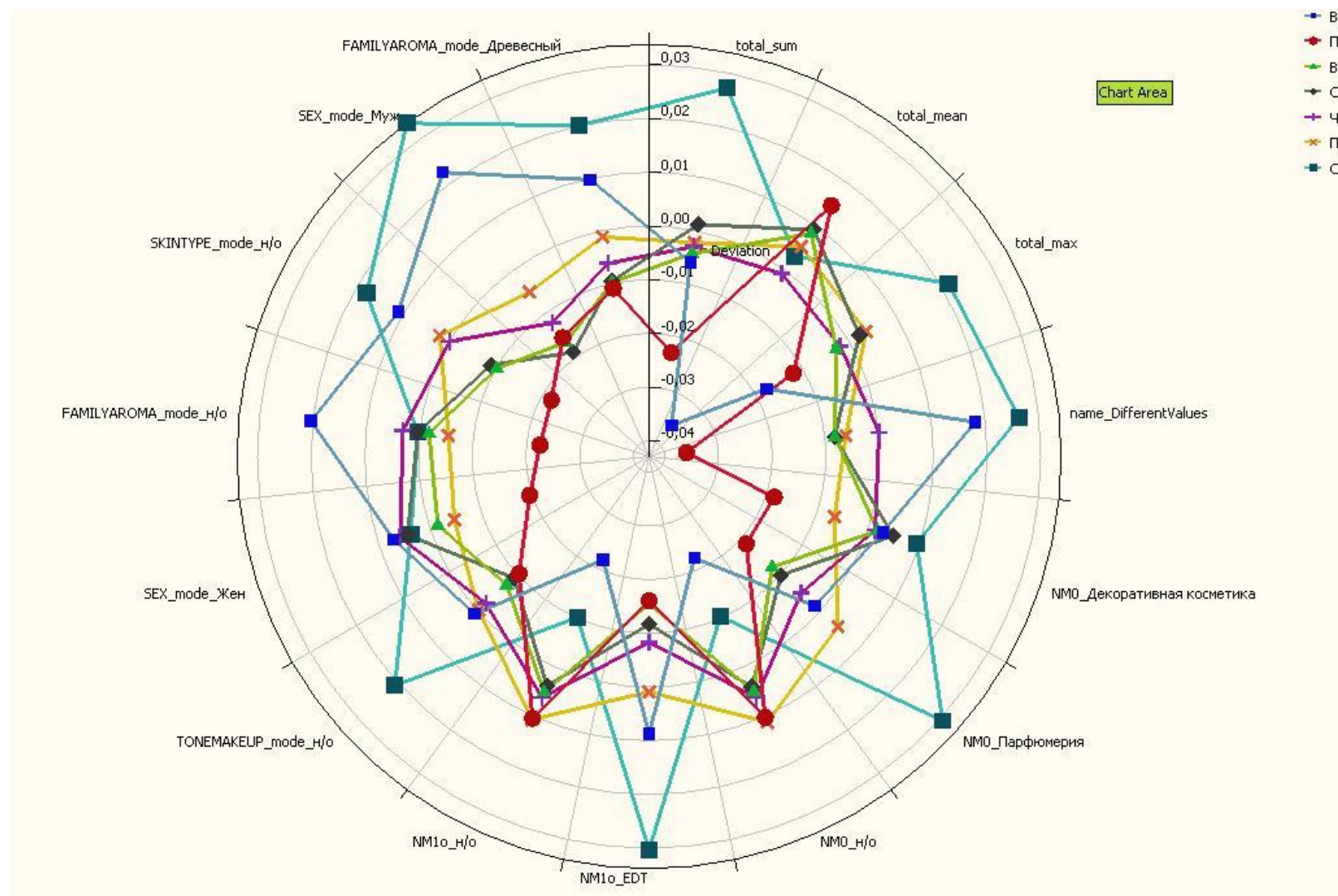
- ✓ По дням недели
- ✓ В разрезе коллекций
- ✓ В разрезе категорий товара
- ✓ По временам года в разрезе коллекций
- ✓ В разрезе пола и возраста



- ✓ По времени суток
- ✓ День недели- коллекция
- ✓ День недели - количество товаров в чеке
- ✓ Время дня- кол-во товаров в чеке.

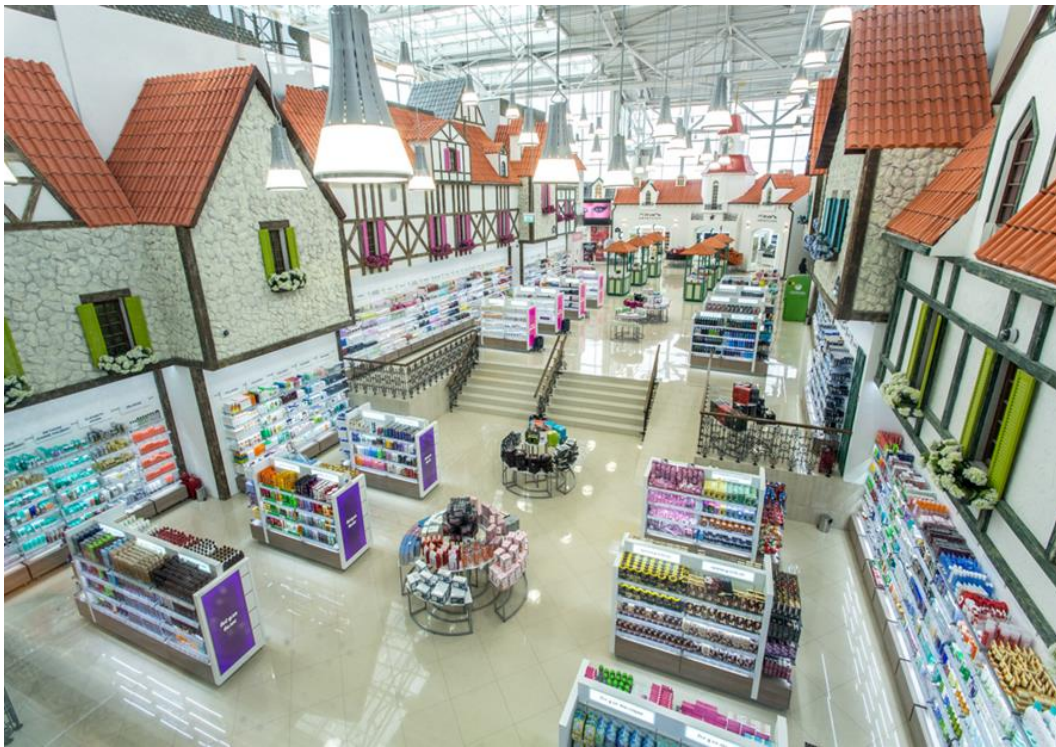
Изучение структуры продаж

День недели - коллекция товаров



POS-терминал. Магазин остается основным звеном розничной торговли

- АхPOS**
- Оперативность, управляемость, прозрачность бизнес-процессов.
 - Работа в реальном масштабе времени. Точность остатков – эффективность снабжения. Органическая интеграция с ERP.
 - Новые возможности для взаимодействия с покупателем. Персонализация. Резкий рост акционной активности.



Это не просто машина для пробивки чеков,
это целая система,
Которая призвана реагировать на запросы
и поведение покупателя, причем в режиме
реального времени.

Цифровая реклама (Digital Signage)



Преимущество электронных рекламных сообщений над традиционными статичными формами наружной рекламы состоит в более простой и быстрой замене содержимого сообщения; динамичности самого изображения; адаптируемости сообщения к окружающей обстановке и аудитории, в том числе **интерактивно**.

Недостаток в том, что это технически сложно...

Видеостена



Видео- колонна



Видео-анализ. Что интересует
розницу?





Контроль очередей на кассе, контроль за работой кассиров



подсчет посетителей в целом, по отделам (категориям), сегментация по показателям (пол, возраст), расчет конверсии в разрезе категорий товаров.

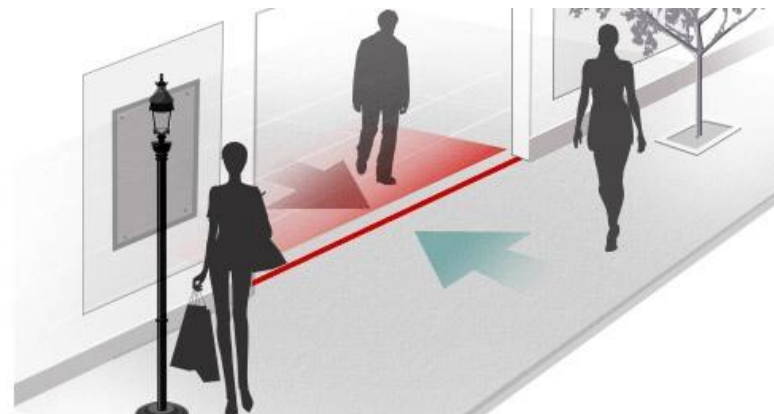


Обзор магазина из офиса

- Контроль выкладки товара
- Контроль персонала, например, определение времени обслуживания покупателя (среднего и общего за смену).
- Определение времени нахождения покупателя в магазине

153

168



Управление персоналом

Карьерная лестница



Автоматизированная система
мотивации персонала,
внутреннего рекрутинга
компании и дистанционного
обучения

10 000 сотрудников

*Правила переходов между
рейдами гибко
настраиваются в системе
на основании
требуемых значений
показателей*

И многое, многое другое....

“Результатом цифровой революции может стать исчезновение многих компаний и перепрофилирование рынков, причём происходить эти процессы будут с небывалой скоростью”

...из отчёта, опубликованного Global Center for Digital Business Transformation, DBT Center — совместным проектом [Cisco Systems](#) и Международного института управленческого развития (International Institute of Management Development, IMD).

“Чтобы выжить и преуспеть в новой, цифровой экономике, каждая страна, каждый город и каждый бизнес должны стать цифровыми”,

— считает Мартин Макфи (Martin McPhee), старший вице-президент Cisco Systems по консультационным услугам.



Спасибо за внимание

Николай Зайцев

Советник по ИТ

Л'Этуаль, сеть магазинов косметики и
парфюмерии