

30 апреля 2015

IT в ритейле: главные тенденции 2015 года

В Санкт-Петербурге прошла конференция для IT- директоров в ритейле, в ходе которой обсуждались вопросы оптимизации расходов, импортозамещение, перспективы омниканальной стратегии сбыта (omni-channel). Вячеслав Коган, руководитель направления eCommerce, Loyalty & Mobiity, ГК «КОРУС Консалтинг» принял участие во встрече и рассказал о средствах беспроводной аналитики в ритейле.

2015 году растет интерес к быстро внедряемым IT-решениям для удержания клиентов, сервисам для обеспечения OMNI-channel стратегии и информационным продуктам российского производства. К таким выводам пришли на конференции «Ритейл», организованной Санкт-Петербургским клубом IT-директоров.

Вторая ежегодная конференция, посвященная информационным технологиям в ритейле, прошла в Петербурге. Ее организатором выступил SPb CIO Club – сообщество IT-директоров компаний Северо-Западного региона.

Открыл конференцию директор клуба Максим Белоусов. Улыбаясь, он пообещал: «Сегодня все будет скучно». По мнению Белоусова, в розничной торговле продолжается развитие, несмотря на кризис: количество сетевых



магазинов увеличивается, появляются новые ритейлеры.

Оптимизация как тренд 2015 года

«В этом году вырастет число компаний, которые сократят долю на рынке. Для кого-то 2015 год станет последним», – озвучил свое мнение Даниил Сомов, управляющий партнер ИД Retailer. «Многие ритейлеры уже сократили отделы развития, поэтому это будет годом IT-технологий и разного рода оптимизации». С ним согласился Александр Дублин, SAPLand: «Очень похоже, что в этом году будут подчищаться «авгиевы конюшни». По мнению Дублина, оптимизация эффективна лишь в том случае, когда она глобальная. Локальная оптимизация отрицательно влияет на бизнес: «Чаще всего я сталкиваюсь с тем, что происходит локальная оптимизация, в результате которой бизнес умирает». «Мне нравится слово оптимизация, – пошутил бизнес-тренер Олег Вайнберг, бывший IT-директор сети магазинов компьютерной техники «Кей». – Говорят оптимизация – подразумевают увольнение».

Стратегии ритейла в кризис

«Что поменялось в стратегии ритейла и в IT-сфере в 2015 году? – поинтересовался модератор дискуссии, Олег Вайнберг, у собравшихся. – Пару лет назад общался с директором одной крупной сети в Екатеринбурге, и он сказал мне: “Стратегия, как у всего ритейла: будем расти, пока не сдохнем”. А сейчас?». **IT-директор сети «Лента» Всеволод Кузьмич** отметил, что прошлый год сильно повлиял на розничную торговлю. Изменилось поведение покупателей. Сейчас клиенту проще потратить 5 раз по 100

рублей, чем один раз 400. Потребители перешли от крупных упаковок к более мелким. Хотя продукты в небольших упаковках стоят дороже, они дают возможность купить несколько разных товаров. Такие изменения потребительского поведения влекут изменения в бизнесе, меняют работу с поставщиками, логистикой. Меняется стратегия во всех смежных отраслях, в том числе, и IT. Также Всеволод Кузьмич добавил, что одна из стратегий ритейлеров сейчас – экономия на всем.

«Основной тезис – денег нет. Не только наша компания, но и наши конкуренты сделали хороший запас развития IT-систем в прошлом году. Поэтому мы можем работать на существующих мощностях и в 2015 году вообще не инвестировать в IT. Но если у кризиса будет второе дно, то придется что-то делать. Например, перестать платить за техподдержку. Когда речь идет о выживании бизнеса, все средства хороши».

Александр Дублин, SAPland, предостерег розничных игроков от необоснованного сокращения бюджетов: **«Сокращая затраты, вы часто теряете прибыль»**. Кроме того, он поддержал представителя «Ленты» и отметил, что избыточные мощности в IT – это хорошо. Они гарантируют прибыль в будущем. Нельзя работать на предельных мощностях.

Вячеслав Коган, «Корус Консалтинг», убежден, что кризис изменил запросы рынка. Заказчики стали отдавать предпочтение IT-продуктам российского производства: «Происходит политизация запросов – **клиенты смотрят в сторону импортозамещения**». Также Вячеслав Коган отметил рост интереса к быстро внедряемым решениям, которые позволяют удерживать существующих клиентов. Например, к POS-терминалам, которые делают

персонализированные предложения, или решениям для определения локации клиента в торговом зале. Актуальны в 2015 году [IT-продукты для обеспечения OMNI-channel](#) стратегии, много запросов на облачные сервисы.

IT и работа с клиентами

Следующей темой обсуждения стали возможности привлечения и удержания клиентов при помощи IT-технологий. Даниил Сомов, ИД Retailer, считает, что главная проблема текущего года в рознице – падающий трафик. IT-решения должны быть направлены на анализ его динамики. Вторая задача – увеличение среднего чека. **Вячеслав Коган, «Корус Консалтинг»**, рассказал о росте интереса к [аналитике на основе беспроводных технологий](#). А Александр Дублин, SAPLand, подчеркнул, что именно информационные технологии позволяют в онлайн-режиме отслеживать, как те или иные действия влияют на трафик розничной точки и другие показатели.

Любимая тема всех конференций последних лет – переход клиентов из офлайна в онлайн. И в этот раз она вызвала бурные дебаты. Всеволод Кузьмич убежден, что зарабатывать на продаже продуктов питания в интернете – невозможно. Поэтому сеть «Лента» не планирует в ближайшее время выходить в онлайн. Однако с ним не согласился Александр Дублин, заявивший, что он готов заказывать продукты онлайн ради экономии времени. Мнение Дублина поддержал и Даниил Сомов. Он обратил внимание, что **некоторые товары не первый год успешно продаются через интернет** – например, бутилированная вода.

Под занавес конференции спикеры сошлись во мнении, что не во всех сегментах рынка стоит ждать ухода клиентов в онлайн. Отрасль, в которой тенденция наиболее выражена – электроника и бытовая техника. А в fashion или food-сегменте вряд ли стоит ждать глобальных изменений в ближайшее время.