

02 декабря 2014

«КОРУС Консалтинг» провел бизнес-семинар об инновациях в fashion-ритейле

ГК «КОРУС Консалтинг» провел бизнес-семинар «KORUS Re:tailor – инновации в fashion-ритейле», посвященный технологическим решениям для розничной торговли в модной индустрии. На мероприятии с докладами выступили отраслевые эксперты, клиенты и технологические партнеры системного интегратора.

Бизнес-семинар открыл совместный доклад **Анны Лейбсак-Клеманс**, генерального директора консалтингового агентства **Fashion Consulting Group** и **Галины Утешевой**, редактора информационного портала **FashionUnited**. Докладчики рассмотрели тренды, проблемы и перспективы развития сектора модной индустрии в России. В частности, была затронута тема неблагоприятного влияния текущей экономической и политической ситуации в России на показатели развития fashion-ритейла. «В этой связи необходимо идти по пути снижения издержек, который может найти отражение в ряде опций, - отметила **Анна Лейбсак-Клеманс**. - Целесообразны сокращение количества запланированных открытий новых магазинов сетей, пересмотр стоимости арендных платежей и фиксация их в рублях, построение акцента на продвижение товара в торговом



пространстве, пересмотр бюджетов закупок на следующий сезон, поиск новых условий оплат поставщикам».

Станислав Гумницкий, ИТ-директор сети магазинов одежды Concept Club, представил слушателям подробный кейс по проекту автоматизации многоканального товародвижения в компании на базе Microsoft Dynamics AX, который на данный момент реализуется в компании специалистами «КОРУС Консалтинг». Докладчик рассказал о ходе процессов в рамках создания коллекции и планирования ее объемов в отделах продаж, подведя к ходу и преимуществам автоматизации многоканального товародвижения в Concept Club.

Андреас Августин, руководитель проектов по электронной коммерции сети европейских магазинов Blue Tomato, рассказал о повышении эффективности fashion-ритейл бизнеса с помощью e-commerce платформы hybris software. В докладе рассматривалась эффективность мобильных устройств для роста прибыли на примере магазинов – при помощи мобильных технологий Blue Tomato смог увеличить продажи на 30%.

Максим Стуколов, ИТ-директор обувной сети Thomas Munz, рассказал о принципах построения оптимальной архитектуры информационных систем для обувного ритейла. По словам Максима Стуколова, предпосылками для реализации проекта по автоматизации управления бизнес-процессами послужило множество факторов, такие как отсутствие единого информационного пространства, неэффективная работа распределительного склада, технические сбои в работе с ИТ-инфраструктурой, отсутствие четкой модели управленческого учета.

Следующим докладчиком стал **Александр Хлопков, руководитель отдела по поддержке систем управления складом компании «МОНЭКС ТРЕЙДИНГ»** (Бренды Mothercare, The Body Shop, Victoria's Secret и др.), который подробно рассмотрел функциональность и преимущества решения Manhattan SCALE, внедренного в компании для автоматизации процессов управления складом. Александр Хлопков отметил, что помимо автоматизации всего комплекса складских процессов и подготовки товаров, в WMS-системе также предусмотрена актуальная для задач компании система мотивации персонала с учетом отношения количества единиц к некоторым усредненным нормам того или иного вида операции, а также вычетов за ошибки, выявленные на одном из этапов контроля.

Сергей Галеев, генеральный директор компании AddReality, рассказал и продемонстрировал аудитории возможности системы кастомизации товаров с опцией self-checkout на реальном примере спортивного бренда в России. «На данный момент основными проблемами сферы ритейла является нехватка персонала и избегание прямого диалога с покупателем в 70% случаях, что в итоге приводит к снижению cross-sell и up-sell акций на 15%, а также сокращению среднего времени посещения магазина клиентами практически на 50% - отметил **Сергей Галеев**. - Программная платформа AddReality для организации цифровых систем самообслуживания и цифровых витрин призвана вовлечь покупателей в процесс выбора товара, усиливаем его эмоциональную ценность и увеличить импульсные покупки. Результаты проекта для спортивного бренда показали, что AddReality позволила увеличить продажи на 20% и время распродажи на 10%, а также достичь экономии в 70% на различных материалах».

С завершающим докладом о технологиях RFID (Radio Frequency Identification - Радиочастотная идентификация) выступил **независимый эксперт Владимир Комолов**. «RFID – это способ автоматической идентификации объектов, в котором посредством радиосигналов считываются или записываются данные, хранящиеся в RFID-метках. На данный момент 72% мирового рынка использования RFID приходится на fashion-сегмент. Прежде всего, такая популярность в данной отрасли объясняется стократным увеличением скорости пересчета товарных остатков с помощью RFID. Процесс пересчета товаров является одним из наиболее критичных для данного сегмента, поскольку недостаточная скорость пересчета, обработки и регистрации товара может обуславливать временное отсутствие товара на полках, что в 40% случаев вызывает уменьшение продаж. Потеря средств в данном случае может также возникать и за счет переполнения магазина товарами, ведущего к их уценке. RFID-технологии решают эти проблемы – метки позволяют оперативно находить товары на складе, информация о которых находится в онлайн-доступе - за счет этого существенно увеличивается прозрачность поставок и остатков, точность инвентаризации, сокращаются внутренние потери, а также появляется возможность оперативного пополнения товара по запросу», - рассказал **Владимир Комолов**.

Также на мероприятии работали демо-стенды, посредством которых участники семинара могли детально ознакомиться с возможностями конструктора интерактивного взаимодействия с покупателем на платформе Addreality и средствами бизнес-аналитики для эффективной работы с клиентскими данными на базе [BI-платформы Qlik](#).