

# КРАТКИЙ КОНСПЕКТ С ФОРУМА **RetailTECH** **IT&Innovations Forum**

Побывали на RetailTECH 2024 и подготовили для вас традиционный конспект. Собрали главные тренды рынка, интересные кейсы, презентации и записи ключевых выступлений. Давайте смотреть!



**IT&Innovations Forum**

2024

# ТОП-ДИАЛОГИ: ВИЗИОНЕРСКИЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ



- Напомнили о том, как менялись технологии менеджмента за последние годы. Рассказали, что используют внутри: KPI для процессного управления, SCRUM в ИТ, продуктовый подход для бизнес-продуктов, бизнес-PI для развития продуктов, OKR с опережающими метриками и канбан в функциональных подразделениях.
- Рассказали про четыре качества идеального руководителя: производительность, предпринимательство, формирование культуры правил и способность к интеграции. Редко все эти качества присутствуют в одном человеке, поэтому задача руководителя создавать команды, где каждая функция представлена сбалансированно.
- Активно работают с молодым поколением: новые сотрудники обладают другим мышлением и могут привнести в компанию свежие идеи.
- Держат фокус на внедрение новых ИТ-инструментов, что требует от лидеров новых подходов и постоянного развития.

 [Видеозапись выступления](#)

 [Изменение технологий менеджмента под воздействием цифровизации](#)



- В ближайшие 5-10 лет произойдет смена основной клиентской аудитории. Люди, рожденные в 1993-1995 годах, станут доминирующей потребительской группой, и они уже не будут ходить в магазины. Это создаст экзистенциальный вызов для традиционных моделей ритейла.
- Одна из самых сложных задач — цифровая трансформация ритейла, особенно в сфере доставки продуктов, где только 5% процессов оцифровано. Основные проблемы: сложные цепочки поставок и недостаточная прибыльность онлайн-направлений. Многие компании сталкиваются с дилеммой: инвестировать в прибыльные традиционные модели или в убыточные, но перспективные инновационные направления.
- Продукт отражает структуру организации (Закон Конвея). Компании должны понимать, как структура их команды влияет на итоговый продукт. Это помогает оптимизировать организационную структуру, улучшать коммуникацию и процессы. Например, в «Магнит» были две отдельные команды, которые управляли разными приложениями: для основной сети и для доставки. Объединение этих команд и приложений стало важным шагом в цифровой трансформации бизнеса.

 [Видеозапись выступления](#)

 [Leading an OMNI company](#)

- Рассматривают сотрудника не как должность, а как уникального специалиста с определёнными навыками и компетенциями. Это помогает в нужный момент эффективно подбирать людей под новые проекты или формировать команды с опорой на их профессиональные качества.
- Формируют долгосрочную стратегию. Конкуренция по зарплате — краткосрочная стратегия, а долгосрочно важно сосредоточиться на формировании лояльности сотрудников и создании уникального предложения работодателя.
- Разрабатывают Employee Journey Map (EJM), которая охватывает все ключевые этапы взаимодействия сотрудников с компанией. Внедрили HR MAX — инструмент управляет конкретными этапами EJM и помогает сделать работу сотрудников более комфортной и продуктивной.
- Запускают пилотный проект по привлечению сотрудников из других стран и сейчас перестраивают бизнес-процессы, чтобы обеспечить комфортную адаптацию специалистов, которые не говорят на русском языке. В частности, активно сотрудничают с партнерами, например, в области подбора водителей.

 [Трансформация HR: адаптация к новым вызовам и потребностям бизнеса](#)



- Среди актуальных потребительских трендов выделяются: персонализация, стремление к новым впечатлениям, выгодные предложения, а также открытость к новым брендам.
- В списке отраслевых трендов: рост e-commerce и «магазинов доступных цен», большие данные и демократизация ИТ-решений.
- Быть ближе к потребителю, демонстрировать гибкость и эффективность, а также лидировать в цифровую эпоху — это ключевые задачи для современных цепей поставок, стремящихся к устойчивому росту и конкурентоспособности.

 [Видеозапись выступления](#)

 [Цифровые решения для будущего цепей поставок](#)

## «КОРУС КОНСАЛТИНГ» И ДОЧЕРНЯЯ КОМПАНИЯ MONS NA RETAIL TECH



Сессия «Облачные решения как альтернатива собственным инфраструктурам».

На примере проекта в компании «Галамарт» показали, как облачные технологии помогают тестировать бизнес-гипотезы, обеспечивают бесшовную миграцию инфраструктуры и сокращают расходы на CAPEX.

 [Цифровые решения для будущего цепей поставок](#)

# О ЧЕМ ЕЩЕ ГОВОРИЛИ РИТЕЙЛЕРЫ?

## 3 ГЛАВНЫХ ВОПРОСА, КОТОРЫЕ ВОЛНУЮТ ВСЕХ

### МАРКЕТПЛЕЙСЫ VS СОБСТВЕННЫЙ E-COMMERCE: КАК ВЫБРАТЬ ПРАВИЛЬНУЮ СТРАТЕГИЮ

Ритейлерам важно сбалансировать ассортимент между маркетплейсами и собственными каналами, чтобы избежать рисков и сохранить гибкость в управлении товарной стратегией. Маркетплейсы нужны для массовых продаж, но именно собственный e-commerce позволяет лучше продвигать свои идеи и строить долгосрочные отношения с клиентами. Успешная стратегия включает использование маркетплейсов для увеличения объёма продаж и одновременное развитие собственного онлайн-канала для повышения маржинальности и лояльности. Собрали в сравнительную таблицу основные плюсы и минусы разных каналов, которые обсуждали участники Retail TECH.

КРИТЕРИИ	МАРКЕТПЛЕЙСЫ	СОБСТВЕННЫЙ E-COMMERCE
<b>ОХВАТ АУДИТОРИИ</b>	Широкий охват благодаря популярности площадок	Ограниченный охват по сравнению с аудиторией маркетплейса. Требуются постоянные затраты для поддержания трафика
<b>МАРЖИНАЛЬНОСТЬ</b>	Слабая из-за комиссий и конкуренции	Оптимальная благодаря контролю над ценами и издержками
<b>СРЕДНИЙ ЧЕК</b>	Ограничен из-за большого количества конкурентов	Растет за счет более персонализированного подхода и программы лояльности
<b>КОНТРОЛЬ НАД КЛИЕНТСКИМ ОПЫТОМ</b>	Маркетплейс задает правила взаимодействия	Полный контроль: от ассортимента до процесса покупки
<b>ПОВТОРНЫЕ ПОКУПКИ</b>	Сложно удерживать клиентов из-за конкуренции на платформе	Вероятность возврата клиентов возрастает благодаря прямой работе с ними
<b>ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ</b>	Ограничена стандартными возможностями маркетплейса	Полная персонализация под конкретную аудиторию
<b>УПРАВЛЕНИЕ ПЛОЩАДКОЙ</b>	Нужно следовать правилам площадки	Гибкость в управлении процессами и стратегией
<b>ИНВЕСТИЦИИ В РАЗРАБОТКУ</b>	Платформу предоставляет маркетплейс	Нужны вложения на разработку и поддержание собственной платформы

– низкий уровень
  – средний уровень
  – высокий уровень



Faberlic сейчас обрабатывает 1,5 млн заказов в месяц (100% оформлено онлайн на сайте и в приложении) и представлен в 14 странах. Входит в ТОП-100 крупнейших российских интернет-магазинов. Сейчас разрабатывают собственную e-commerce платформу уровня SAP HYBRIS. Среди преимуществ собственной платформы назвали: быстрые доработки, высокая степень кастомизации, мгновенная реакция на инциденты.

 [Испытайте новую витрину Faberlic прямо сейчас!](#)

## ИИ ПРОДОЛЖАЕТ НАБИРАТЬ ОБОРОТЫ: КАК ПОЛУЧИТЬ МАКСИМУМ ВЫГОДЫ ДЛЯ БИЗНЕСА ПРЯМО СЕЙЧАС

Искусственный интеллект уже меняет маркетинг: сокращает затраты и улучшает контент, однако неточность данных до сих пор остаётся в списке рисков. Одни компании внедряют ИИ для создания изображений и обслуживания клиентов, а другие разрабатывают собственные решения, чтобы усилить безопасность.



Обсудили, может ли ИИ заменить человека в сфере маркетинга. Среди основных преимуществ назвали: сокращение затрат, быстрое обновление описаний товаров и возможность интеграции с умным поиском. Также AI позволяет эффективно переиспользовать созданный контент. Однако существуют риски, такие как генерация неточных данных, сложности в описании нестандартных товаров и шаблонность контента.

 [AI-маркетолог: можно ли заменить человека?](#)



Компания уже минимизировала затраты на покупку изображений в фотобанках. На постоянной основе используют ИИ для создания нужных картинок — получается быстро и хорошо — в презентации есть много примеров.

 [Нейрокаталог: от кастингов фотомоделей к мощи генеративных AI](#)



Ввела запрет на использование ChatGPT и других продуктов Open AI. С точки зрения информационной безопасности любые данные, которые узнает публичный ИИ — это неблокируемая утечка. Компания рассматривает возможность использования ИИ-решения, которое будет разработано исключительно под «Аскону»

 [ИИ с точки зрения ИБ в ритейле: облегчение или приключение?](#)



Создали цифрового сомелье и сделали чат-бот на сайте, который распознает суть запроса и выдаёт литературный стилизованный ответ. Результаты: время на сайте +30%, средний чек +25%.

 [Цифровой сомелье](#)

## СТАВКИ НА ИННОВАЦИИ: КАКИЕ ИТ-РЕШЕНИЯ ВЫБИРАЮТ РИТЕЙЛЕРЫ?

Аудиобейджи помогают соблюдать стандарты и развивать сотрудников, а геймификация влияет на продажи и лояльность к бренду. Собрали наиболее интересные кейсы о технологиях, на которые делают ставку ключевые игроки рынка.



Запустили аудиобейджи: используют их в торговом зале и на складе для контроля соблюдения стандартов, выявления зон развития сотрудников и решения спорных ситуаций. В отделе подбора и клиентском сервисе они помогают оценивать качество собеседований, лучше понимать потребности кандидатов и повышать уровень обучения.

 [ИТ для бизнеса: аудиобейджи и VR-обучение](#)



Рассказала про проект «Оптимайзер» для динамического управления скидочными стратегиями. Тестировали инструмент на разном ассортименте и в различных сценариях. Компания сейчас активно внедряет технологии в ключевые направления: улучшает клиентский опыт, оцифровывает работу с партнёрами и оптимизирует внутренние процессы компании. Например, недавно запустили онлайн-площадку для управления гейтами на складах.

 [Оптимайзер — динамическое управление скидочными стратегиями](#)



Использует геймификацию для увеличения продаж. По статистике, игроки значительно увеличивают свои траты в сети в период игры: +9% рост товарооборота, +3% среднего чека, +7% частоты покупок. Компания оценивает успешность игр по ежедневному мониторингу активности игроков, финансовому эффекту и обратной связи от клиентов.

 [Больше, чем игра!](#)

## БУДУЩЕЕ РИТЕЙЛА УЖЕ ЗДЕСЬ

Изучайте стратегии и кейсы лидеров отрасли, применяйте лучшие практики и трансформируйте свой бизнес уже сегодня. Если у вас есть вопросы или нужны дополнительные материалы, пишите нам — будем рады помочь.

### НАШИ КОНТАКТЫ:



[KORUSCONSULTING.RU](https://www.korusconsulting.ru)



[@KORUSCONSULTING](https://www.instagram.com/korusconsulting)



+7 (495) 230-01-89



[REQUEST@KORUSCONSULTING.RU](mailto:REQUEST@KORUSCONSULTING.RU)