

КОНСПЕКТ RETAILTECH IT&INNOVATIONS FORUM 2025 ОТ ЭКСПЕРТОВ «КОРУС КОНСАЛТИНГ»

В этом году мы вновь побывали на RetailTech IT&Innovations Forum, где лидеры ритейла обсуждали ключевые вызовы, технологии и инновации отрасли. Традиционно собрали для вас конспект с самыми яркими инсайтами, проектами и цифрами: какие решения внедряет бизнес, как адаптируется к новым условиям и переосмысливает ИТ-инвестиции.



ЧТО ВНУТРИ:

- Исследование по ИТ-приоритетам
- Кейсы крупнейших ритейлеров
- Ключевые тезисы дискуссий форума
- Презентации спикеров

РИТЕЙЛЕРЫ ЭКОНОМЯТ НА «ДОЛГИХ» ИТ-ПРОЕКТАХ, НО ПРОДОЛЖАЮТ ИНВЕСТИРОВАТЬ В ОПТИМИЗАЦИЮ

На форуме обсуждали, как ритейл ищет баланс между дорогой ИТ-функцией, потребностью в инновациях и жёстким контролем издержек в период турбулентности.

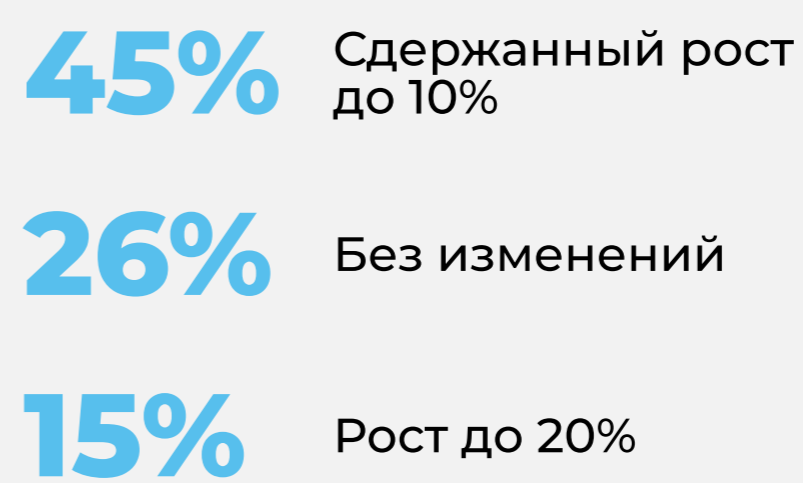
В центре внимания — AI и data-driven подходы, новые модели работы с данными, трансформация логистики и клиентского опыта.

Наше [исследование подтверждает](#): ритейлеры пересматривают приоритеты, выбирают проекты с быстрым эффектом и формируют новые ожидания от ИТ. Опросили более 50 представителей торговых компаний (руководители бизнес-функций, ИТ-отделов, собственники и директора). Рассказываем, как ритейлеры оценивают ситуацию в отрасли и какие решения получают поддержку.

ЧТО В ПЛАНАХ



ПРОГНОЗЫ ДИНАМИКИ РЫНКА



РЕАЛИЗАЦИЯ ИТ-ПРОЕКТОВ



ДИНАМИКА ВЫРУЧКИ РИТЕЙЛЕРОВ

1 полугодие 2025 к аналог. периоду 2024



МАРКЕТПЛЕЙСЫ «ОТЪЕДАЮТ» РЫНОК, НО РИТЕЙЛУ ЕСТЬ, ЧЕМ ОТВЕТИТЬ



ГЕННАДИЙ ТАРАНТАСОВ
Директор направления
Ритейл и FMCG ГК «КОРУС Консалтинг»

На что сегодня делают ставку ведущие ритейлеры, какие технологии помогают им конкурировать с маркетплейсами и что ждет отрасль к 2030 году.

«Задача глубокого понимания своего клиента и точечной работы с ним становится критически важной. Но настоящий omni-channel получилось выстроить не у всех»

[Читать статью](#)

СКОЛЬКО СТОИТ ИТ-ФУНКЦИЯ?

В последние годы наблюдается тренд на увеличение стоимости ИТ-функции в компаниях розничной торговли. Если ранее отраслевой бенчмарк находился на уровне 2% от оборота, то сейчас эта цифра растет в связи с повсеместной цифровизацией и внедрением высокочрезвычайных технологий, в том числе AI. Также растет комплексность бизнеса, возникают проблемы роста и масштабирования компаний, увеличивается число бизнес-моделей и их вариативность. Сегодня компании находятся в состоянии «управленческого шока»: им требуется переосмыслить стоимость затрат на технологии.

8-10%

от оборота ритейлеров уходит на ИТ

ВЫЗОВЫ В ФОРМИРОВАНИИ ИТ-БЮДЖЕТОВ:

- адаптация к новым цифровым моделям бизнеса
- контроль инвестиций и затрат
- дефицит ИТ-кадров
- кибербезопасность
- импортозамещение

Спикеры дискуссии: Герман Алексеев «Спортмастер», Вадим Горбунов «Ригла», Вячеслав Корчуганов Merlion, Николай Кныш «Лемана ПРО», Вячеслав Кубаев «Магнит», Андрей Орлов «Аскона», Юлия Шевкаленко Melon Fashion Group.

КЛЮЧЕВЫЕ МЫСЛИ ОТ РИТЕЙЛЕРОВ:

1 **«Оргмодели ИТ меняются:** сегодня ИТ-команды все чаще строятся вокруг продуктов и клиентских путей, а не как отдельная функция»

2 **«Затраты на eCom** составляют в среднем около 4% от выручки eCom, при этом большая часть — команда и инфраструктура»

3 **«Окупаемость ИТ-проектов** в ритейле зачастую должна быть в пределах 4-6 месяцев для разумных инвестиций»

4 **«ИТ-функция — не просто поддержка,** а часть бизнес-операций, которую сложно отделить, и именно поэтому трудно определить ее стоимость в процентах»

5 **«ИТ не должна рассматриваться как функция,** а как часть бизнеса с P&L, где главная метрика — окупаемость и вклад в выручку»

6 **«ИТ-затраты на инфраструктуру** и модернизацию старых систем часто оказываются выше, чем хотелось бы, из-за исторического наследия компаний»

7 **«Сегодня ИТ должна быть** не столько «функцией», сколько ресурсом для бизнеса, поддерживающим стратегические задачи и создание новых продуктов.»

8 **«Бизнес-модель и ИТ должны быть согласованы:** ИТ не должна догонять рост бизнеса, а создавать условия для его устойчивого развития.»

ИИ ОТ РУТИНЫ ДО КРЕАТИВА И ПРОГНОЗОВ

wildberries

Разработали голосовой интерфейс для данных (SQL Assistant) для быстрого доступа сотрудников к корпоративной BI-платформе без посредничества аналитиков. В основе ASR (Whisper), LLM Service и Data Platform. Решили проблему «фантазий» модели и двусмысленных запросов с помощью семантического слоя, дообучения и Constrained Decoding. В планах — развитие визуализаций и deep research, расширение семантического слоя, довести точность выполнения запросов до 100%.

 [Голосовой интерфейс для данных SQL Assistant](#)

ЧЕРКИЗОВО

Запустили систему видеоаналитики для контроля качества продукции на производственной линии. Реализовали AI-бот для работы с корпоративной сетью и обработки запросов. Создали ИИ-офис — платформу для совместной работы обычных и ИИ-сотрудников. Используют цифровых сотрудников для бюрократии и рутинных задач: обработки документов, данных, генерации текстов, анализа и поиска информации.

 [Использование ИИ как и зачем](#)



Применяют ИИ для оптимизации подбора персонала. Разработали инструмент HRWorker. Автоматически подбирает, сортирует и оценивает резюме с помощью нейросетей, сокращая время поиска кандидатов с нескольких часов до 15 минут и снижая затраты на подбор. В дальнейшем планируют создать цифрового рекрутера, который полностью возьмет на себя рутинные задачи.

 [Как ИИ помогает закрывать вакансии в рознице и на производстве](#)

ОСТАНКИНО

Анализируют клиентские отзывы с использованием различных моделей ИИ для получения инсайтов и улучшения качества продукции. Также разработали чат-бот для быстрой поддержки сотрудников на производстве, который значительно сокращает время реакции на инциденты.

КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ УСПЕХА И НЕУДАЧ ВНЕДРЕНИЯ ИИ



ЕКАТЕРИНА ТОРСУКОВА
Руководитель направления
Data Science «ДАР»
(входит в ГК «КОРУС Консалтинг»)

Более 80% AI/ML проектов терпят неудачу. Это в 2 раза больше, чем в разработке и внедрении других ИТ-проектов.

Как избежать провала и что стоит учитывать бизнесу?

- Этапы внедрения ИИ-решений и как обеспечить их успешную работу.
- Работа с платформами MLOps/LLMOps и как подобрать оптимальную команду для AI-проектов.

ОПЕРАЦИОННЫЙ АПГРЕЙД: РИТЕЙЛ В РЕЖИМЕ ОПТИМИЗАЦИИ



Автоматизировали закупки для управления 2500+ отделениями поставщиков. Создали единый цифровой контур, основанный на 3-х принципах: бесшовность CJM, платформенность и data-driven подход. В результате более, чем в 2 раза сократили TTM контракта, добились прозрачности и контроля 100% тендеров, в 3 раза уменьшили трудозатраты на поиск документов и в 2 раза сократили аутстафф в операционной команде.

[Автоматизация закупок Лемана ПРО](#)

Показали, что электронные ценники (ESL) — не только инструмент управления ценами, но и драйвер операционной эффективности. Применяют ESL в рабочих процессах продавцов (актуальность цен, усиление продаж через отзывы, акции и лояльность) и сотрудников логистики (пополнение, сборка заказа, адреса хранения). За 3 недели пилота в 13 раз снизились расхождения на кассе из-за неправильной цены, + 8,1% OTIF пополнения, +750 человекочасов высвобождено от замены ценников.

[Как совместить управление ценой и операциями](#)



Решили проблему долгой доставки товаров с помощью автоматизации остатков поставщиков за 3 месяца. Формат интеграции: CSV-файлов → к API и интерфейс для данных. Решение учитывает календари работы, отгрузки, самовывоза и все этапы заказа. Итоги: сократили срок доставки с 21 до 5–7 дней, подключили 568 поставщиков, 20000+ товаров теперь доступно со складов поставщиков.

[Как мы автоматизировали остатки поставщиков](#)

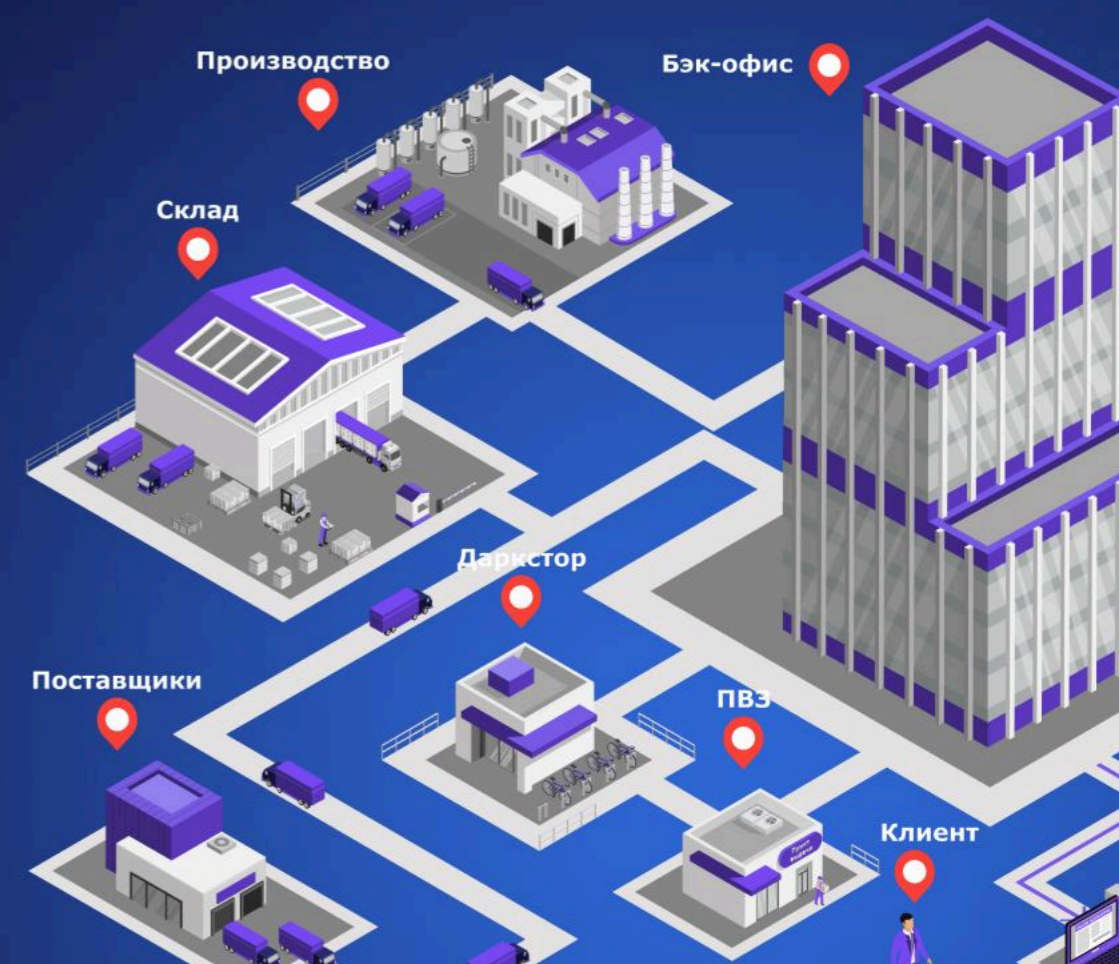
Рассматривают переход на новое хранилище данных как инвестиции в эффективность: устранение сбоев и потерь, оптимизацию затрат на инфраструктуру и сокращение техдолга. Позволяет повысить точность и скорость аналитики, создать базу для масштабируемого роста и новых бизнес-возможностей.

[Как новое хранилище экономит деньги](#)

КАРТА ИТ-РЕШЕНИЙ: НАВИГАТОР ПО ЭКОСИСТЕМЕ РИТЕЙЛА И FMCG

Узнайте, какие технологии и продукты сегодня используют крупнейшие игроки рынка, чтобы повышать эффективность, зарабатывать больше и тратить меньше.

[Изучить карту](#)



ПРОБЛЕМЫ И ВЫЗОВЫ РОБОТИЗАЦИИ В РИТЕЙЛЕ

Роботы постепенно становятся частью ритейла — от складской логистики до взаимодействия с клиентами. Компании переходят от отдельных элементов автоматизации к комплексным роботизированным решениям, включая автономные мобильные роботы, коботы и интеграцию с системами IoT. При этом возрастает сложность ИТ-архитектуры, управления роботами и обеспечения безопасности. Внедрение роботизации требует переосмысления бизнес-процессов, оценки окупаемости и разработки новых подходов к эксплуатации и масштабированию технологий.

Спикеры дискуссии: Игорь Ефремов «Спортмастер», Ольга Караева «Лента», Александр Кульков «Магнит», Иван Мельник X5 Tech.

КЛЮЧЕВЫЕ МЫСЛИ ОТ РИТЕЙЛЕРОВ:

«Роботизация в ритейле рассматривается как необходимый этап для повышения эффективности, особенно в условиях дефицита персонала и демографических изменений»

1

«Автоматизация складских процессов уже внедрена в некоторых компаниях, сейчас наступает эра следующего поколения — роботизированных решений»

2

«При переходе на роботизацию наблюдается экономия площади склада за счёт уменьшения количества человеческих проходов и повышения плотности хранения»

3

«Основная сложность — интеграция разнообразных роботизированных систем и их управление, что требует развитых систем управления складами»

4

«Китайский рынок роботизации развивается стремительно, предлагая множество решений, однако нужны адаптированные для конкретных форматов ритейла и условий технологии»

5

«Кибербезопасность становится важным аспектом внедрения роботизации, так как роботы подключены к сети и подвержены угрозам взломов»

6

«Ключевой вызов — обеспечение взаимодействия роботов и людей, разделение зон и регламентация процессов для избежания конфликтов и травм»

7

«Специфика у сотрудников: нехватка квалифицированных специалистов для настройки, сопровождения и эксплуатации роботизированных систем»

8

«Для успешной роботизации необходимо чётко выстроить процессы, обучить персонал и обеспечить инженерно-техническую поддержку на всех этапах»

9

«Опыт зарубежных и отечественных компаний показывает: невозможно просто внедрить роботов без изменения организационной культуры и процессов»

10

«Темпы роста и масштабируемость роботизации зависят от технологической готовности и экономической целесообразности решений»

11

«В сегменте dark store наблюдается высокий потенциал роботизации, но подходы должны учитывать специфику ассортимента и объёма»

12

СКВОЗЬ ТЕРНИИ К DATA-DRIVEN



За несколько лет выстроили сервис корпоративной отчетности «с нуля», начиная с базового MVP на 1С и постепенно развивая команду, архитектуру данных и набор дашбордов для ключевых функций — от маркетинга и SCM до финансов и производства. Перешли к Data-Driven подходу при принятии решений, что позволило сократить издержки, повысить маржинальность продуктового портфеля и увеличить EBITDA. Следующий шаг — прогноз спроса, планирование ресурсов, балансировка производства и финансовая модель.

 [Создание сервиса корпоративной отчетности «с нуля»](#)



Системно перестраивают HR-аналитику: от разрозненных витрин и не согласованных отчетов к унифицированной модели с «широкими витринами» (200+ показателей), отдельному контуру SSA и разработке силами аналитиков бизнеса, на доверенных данных. Это позволило сократить сроки разработки, повысить прозрачность и доверие к данным. Следующий шаг — переход к Lakehouse и виджетам, мобильная аналитика, ИИ для ускоренного доступа к аналитике.

 [HR Аналитика — сегодня, завтра, всегда](#)



Показали, как с помощью метрики Contact Rate (CR) превращают свой ИТ-продукт в самостоятельное решение, чтобы освободить партнёров и поддержку от рутинных задач. Через CustDev, VoC и работу над реальными болями партнёров смогли снизить CR в отдельных кейсах в несколько раз, высвободив тысячи часов ожидания и сократив нагрузку на поддержку. Подход позволил сократить операционные расходы, повысить удобство для партнеров и укрепить их лояльность.

 [Делаем самостоятельный продукт через contact rate](#)



Выстроили системный процесс управления метаданными, превратив их в полноценный актив. Сократили избыточные сущности на 29%, снизили нагрузку на серверы на 25% и сэкономили ресурсы, одновременно повысив производительность и прозрачность аналитической среды.

 [Как превратить метаданные в актив и сократить расходы](#)

«ЛЕМАНА ПРО»: СОКРАТИЛИ ОШИБКИ ДАННЫХ ДО 1%

Внедрили систему для планирования и анализа размещения ассортимента в коммерческих зонах гипермаркетов. Сократили время на заполнение данных с 2-х недель до 2-х дней, снизили количество ошибок в учете до 1%.

[Подробнее](#)



DATA-КОД КЛИЕНТА ИЛИ УЧИМСЯ ПОНИМАТЬ ПОКУПАТЕЛЕЙ



Внедряют аналитику в магазинах для обеспечения омниканальности и релевантности предложений. Обрабатывают информацию из разных источников — геоданные, видеоаналитика, отзывы, NPS и метрики клиентов. Это позволяет выявлять локальный потенциал каждого магазина, понимать клиента и его окружение, корректировать ассортимент и предложения под реальные потребности. Кейсы показывают рост GMV +100% за 4 месяца.

 [Как омниканальный ритейл меняется под влиянием технологий](#)



Оптимизируют ключевые зоны пользовательского пути в интернет-магазине — интерфейс каталога и листинг ассортимента. На основе анализа поведения клиентов изменили сортировку, усилили фильтры, улучшили выдачу и внедрили гибридную навигацию. В результате повысили вовлеченность клиентов, увеличили конверсию в корзину и обеспечили рост оборота на 32%, сделав интернет-каталог эффективным инструментом продаж.

 [Построение продающих листингов](#)



Развивают управление данными для гиперперсонализированного маркетинга. Используют модели ML в работе с коммуникациями для анализа данных клиентов и сегментации. Настройка и внедрение алгоритма управления частотой рассылок в CRM помогло на 33% снизить отписки без снижения оборота самих рассылок. А кейс по реактивации клиентов с помощью ML показал +15% доп. оборота.

 [Управление данными для гиперперсонализированного маркетинга](#)

УЗНАЙТЕ БОЛЬШЕ О ЦИФРОВИЗАЦИИ РИТЕЙЛА С «КОРУС КОНСАЛТИНГ»



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



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



[КАРТА ИТ-РЕШЕНИЙ
ДЛЯ РИТЕЙЛА И FMCG](#)



REQUEST@KORUSCONSULTING.RU

«КОРУС Консалтинг» — эксперт в цифровой трансформации и автоматизации ритейла, логистики и дистрибуции, промышленности и металлургии. Компания входит в тройку крупнейших поставщиков ИТ в логистике, в десятку лидеров по внедрению решений в сфере анализа данных, а также в топ-15 ИТ-поставщиков в ритейле и промышленности. С 2000 года реализовано более 2050 проектов во всех отраслях экономики.

Среди российских и международных клиентов Familia, СТД «Петрович», «Аскона», «Галамарт», «Дикси», «Инвитро», «Лемана ПРО», «Магнит», «Мегафон», «Орматек», «Пятёрочка», «РИВ ГОШ» и другие.