

Цифровая трансформация ритейла: риски этого пути

На примере розничной компании

Конференция "ИБ на
предприятиях ритейла"
21.09.2016

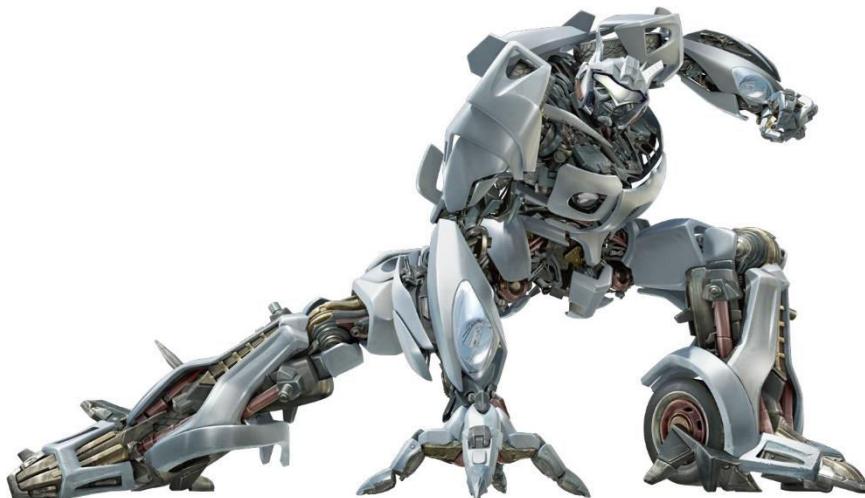
"...розница как таковая не исчезнет, но ожидается ее
полная трансформация и совмещение с цифровыми
технологиями..."

Цифровая трансформация -

использование современных технологий для кардинального повышения производительности и ценности предприятий.

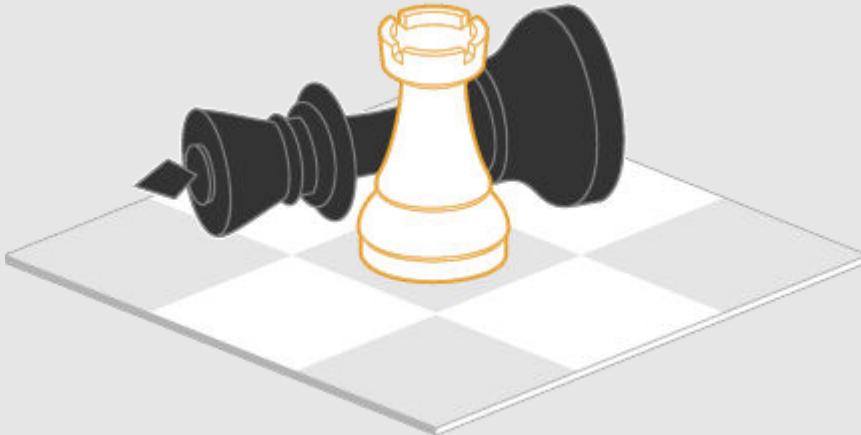
В различных индустриях используют достижения цифровой эпохи, такие как:

- 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?



Это – ответ на следующие вопросы:

- Какие цифровые 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?
- Чем мы рискуем?

Розница - отрасль, использующая в своей деятельности современную ИТ-инфраструктуру для обмена информацией и решения бизнес-задач.



Там, где есть информация, там возможно искажение информации, ее потеря, подмена и т.д.

Что нужно, чтобы этот сложный механизм работал исправно? На что следует обращать внимание с т.з. ИБ? Помимо традиционных (классических) направлений?

Можно попытаться ответить на эти вопросы, если хорошо представлять себе, как и куда идет бизнес по пути цифровой трансформации.

Розница – это конвейер

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» ИТ или аутсорсинг?

И куда же мы хотим двигаться?

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



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?**



Персонализация. Мобильность.

Чем сейчас отличается процесс покупки товара?

- ищем онлайн, покупаем офлайн. И наоборот
- гибкая настройка оплаты и доставки товаров
- постоянное информирование о товаре, персональное адресное предложение (в том числе на основе анализа поведения покупателя)
- 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



Чем рискуем?

- Фишинг
- Заказанный через интернет и зарезервированный товар по факту отсутствует. Данные колл-центра оказались неверными.
- Доставка просрочена.
- Неудобства, связанные с возвратом платежа, сделанного через интернет
- Компьютер в магазине отказывает покупателю в приеме подарочного сертификата или не позволяет воспользоваться накопленными баллами.

Разочарование покупателя и, как следствие, потеря лояльности

Трансформация бэк-офиса

1. Инфраструктура



4. Оргструктура

Операторы данных:

- Оперативность
- Достоверность
- Доступность

Аналитики

- Отчетность
- Моделирование
- Решения

ИТ-менеджеры

- Аутсорсинг
- Управление проектами

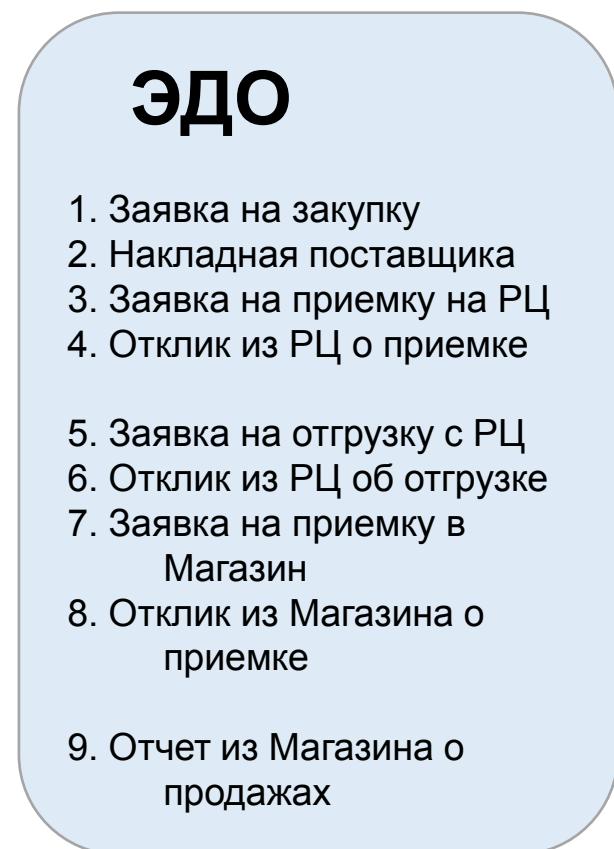
2. Компьютерная сеть

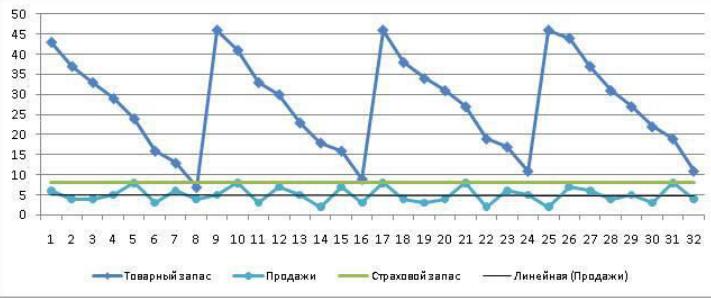


3. Унифицированные коммуникации - связь в каждой точке



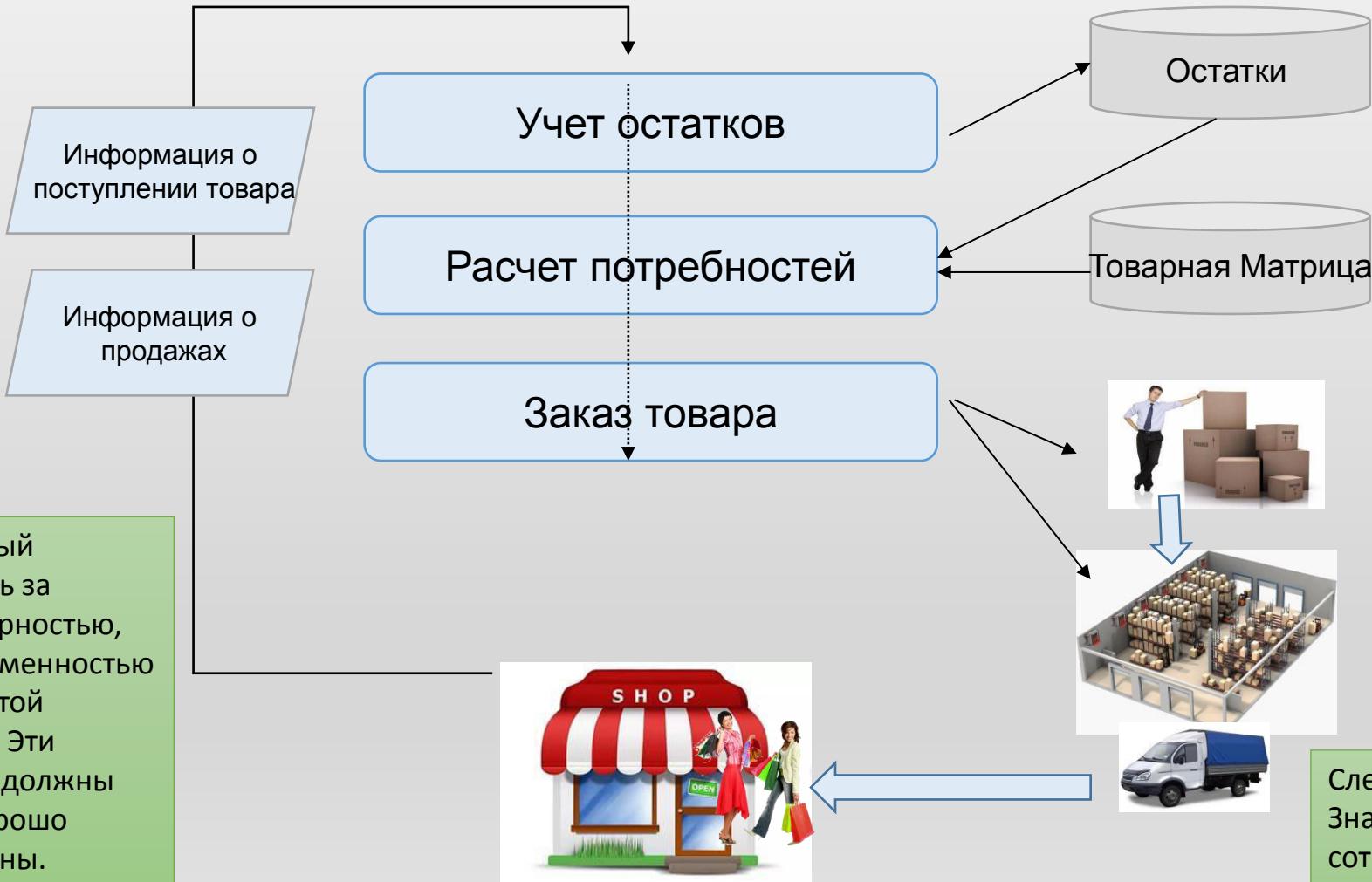
Электронный документооборот и товародвижение – учет по факту





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)

Следует ли магазинам показывать учетные остатки? Знание учетных остатков недобросовестными сотрудниками магазина может привести к огромным потерям для бизнеса.

Для успешного развития бизнеса нужны цели и ориентиры. Аналитика.



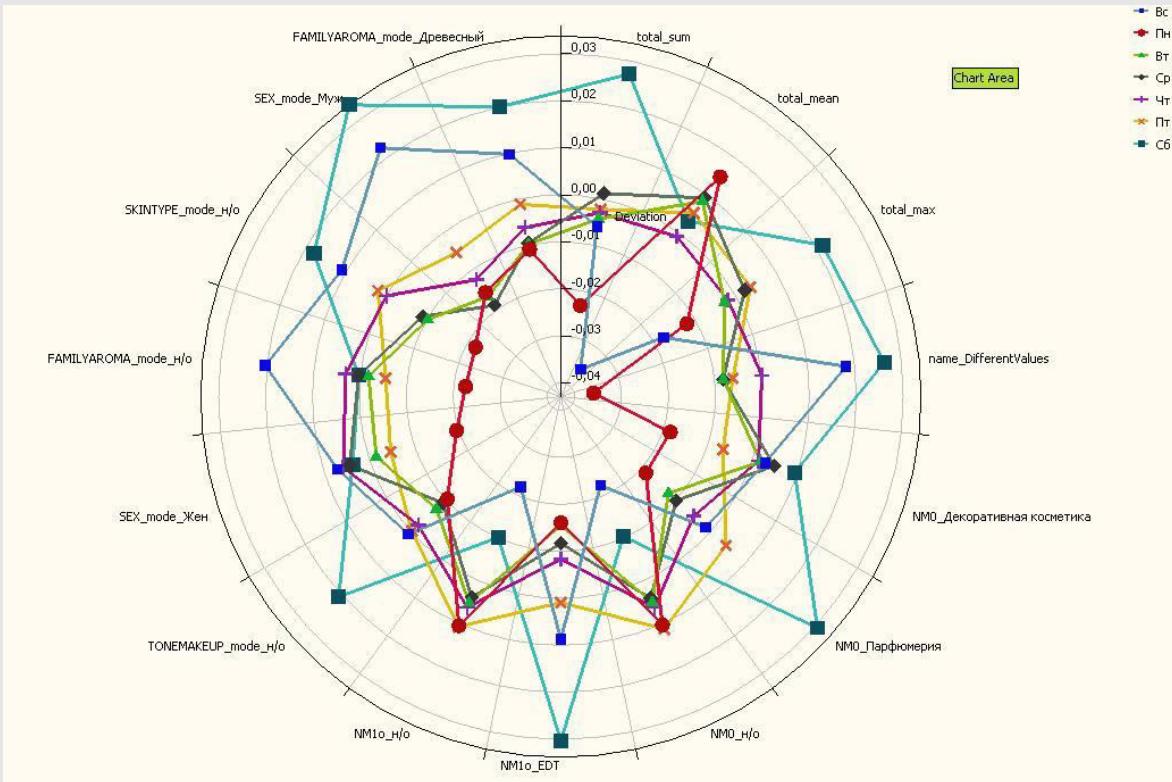
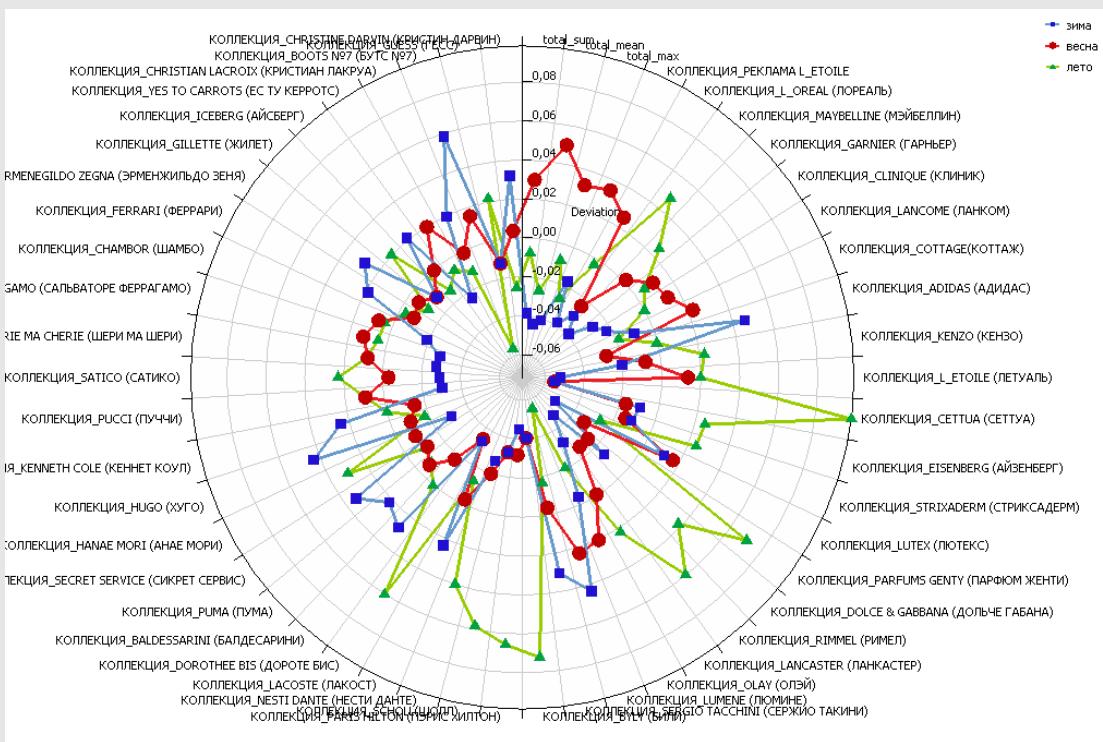
- Остатки
- Товарооборот
- Трафик
- Средний чек
- Количество товаров в чеке
- Оборачиваемость
- Конверсия



OLAP-отчетность
Кластеризация магазинов
Выявление закономерностей и аномалий

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.

Анализ чеков

Выявление мошенничества в магазинах

Действительные
&
сброшенные



- ★ Поиск подлогов и нарушений технологии продаж в магазинах
- ★ Сброс чеков по магазинам/регионам/управляющим
- ★ Выявление «лидеров» по сброшенным чекам
- ★ Выявление аномальных связок действительных и сброшенных чеков
- ★ Анализ возврата товаров

Возвратные

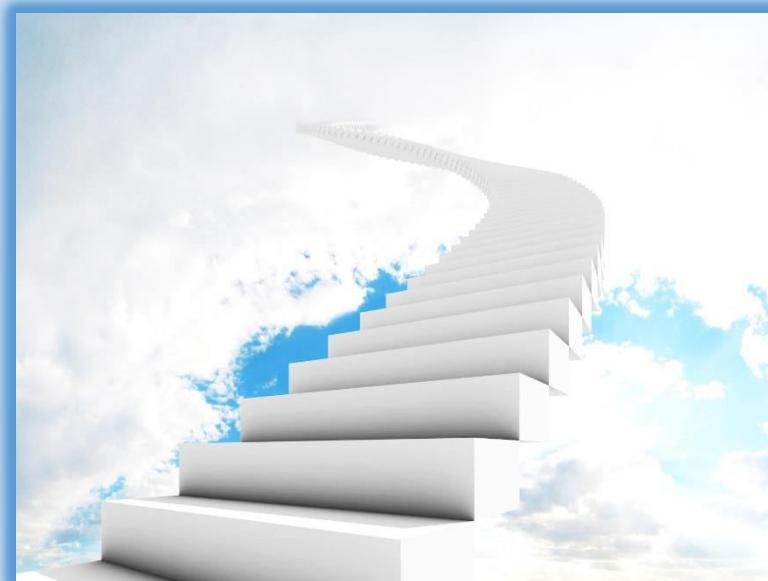
Фронт-офис. Управление персоналом.

10 000 сотрудников

Дистанционное обучение

Карьера Лестница

Автоматизированная
система многоуровневой
мотивации персонала и
внутреннего рекрутинга
компании



*Правила переходов между
грейдами гибко настраиваются
на основании принятых
показателей*



POS-терминал. Магазин остается основным звеном розничной торговли

AxPOS

- 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 активности.

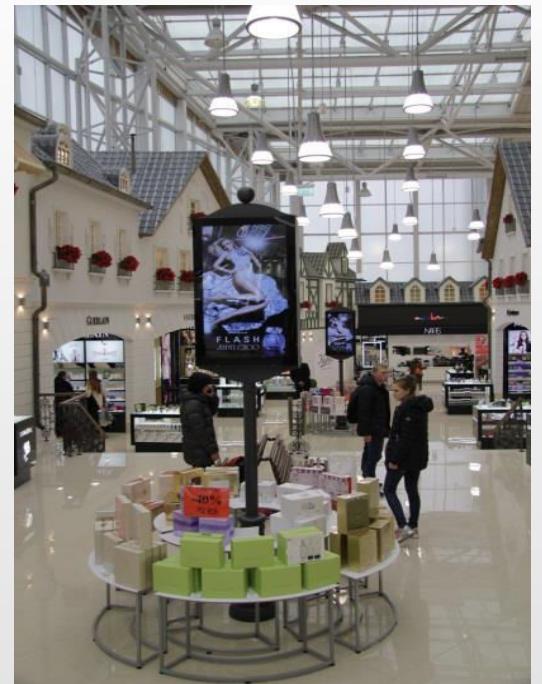


Это не просто машина для пробивки чеков, это целая система, которая призвана реагировать на запросы и поведение покупателя, причем в режиме реального времени.

Цифровая реклама (Digital Signage)

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

Недостаток в том, что это технически сложно...



Видеостена



Видеоколонна

Электронные подарочные сертификаты

- Покупка в любом месте с любого компьютера или мобильного устройства (нужен только интернет) круглосуточно;
- Возможность корпоративного дизайна;
- Мгновенная доставка получателю по электронной почте;
- Возможность делать покупку в интернет магазине с максимальным ассортиментом;
- Возможность бесплатно получить заказ в ближайшем магазине Л'Этуаль.



eCARDS ПОДАРОЧНЫЕ СЕРТИФИКАТЫ

Доступны в нескольких модных и элегантных дизайнах оформления. Сертификаты eCARDS отправляются по электронной почте – быстро и удобно.

[КУПИТЬ](#)



Действительны в интернет магазине Л'Этуаль

КОРПОРАТИВНЫЕ eCARDS ПОДАРОЧНЫЕ СЕРТИФИКАТЫ

Красота как привилегия. Лучший подарок для ваших коллег, лучший инструмент мотивации ваших сотрудников, лучшая идея для вашего бизнеса.

[КУПИТЬ](#)



Действительны в интернет магазине Л'Этуаль

Classic ПОДАРОЧНЫЕ СЕРТИФИКАТЫ

Классические подарочные карты Л'Этуаль – очень удобный и модный подарок.

[КУПИТЬ](#)





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



Что дальше?



- Прогнозирование спроса, оптимизация пополнения магазинов
- Управление торговым пространством, управление торговым оборудованием. Сокращение издержек за счет более эффективного использования торговых площадей.
- Рационализация категорий. Введение оцифрованных показателей для слежения за достижением поставленной цели перед теми или иными категориями товаров.
- Умный (цифровой) магазин. Тотальный контроль за состоянием параметров (температура, шум, освещенность) и за состоянием оборудования (ККМ, противокражные системы и проч.)
- Новые формы взаимодействия с покупателем, отвечающие растущим потребностям и требованиям покупателей. POS-терминалы, средства интерактивного общения, адресное персональное предложение.

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

zaitchev@alkor.co.ru