



Информационные технологии завтра

«ИТ в рознице: технологии и стратегии магазина будущего»

Демидов Михаил,
Журналист-аналитик CNews



Условия развития глобального ритейла 2011:

- Восстановление после кризиса (рост спроса, оборота – задача максимизации прибыли)
- Развитие в условиях постоянного ускорения
- Сохранения фокуса на эффективности,

Достигнутый уровень снижения издержек позволяют вновь инвестировать в ИТ

Gartner: ИТ-расходы ритейла растут на 4,7% в год (постепенное снижение темпов – до 3,9%)



Новое поколение потребителей:

- другие ценности,
- большой технологический энтузиазм,
- более высокая потребительская «квалификация»
- требования новых форматов

Дополнительные потребительские группы (за счет распространения интернета):

- активные пенсионеры
- подростки (дети)

«Старые» потребители - более лояльны, консервативны

«Новые» – более активны, более мобильны, заинтересованы в новых технологиях, более информированы и более требовательны

Поведение - все менее предсказуемо



Индивидуализация потребления:

- большая гибкость в обслуживании,
- персонализация предложения, акцент на индивидуальные запросы (возраст, интересы и пр.)
- обратная связь (соцсети)
- поощрение самостоятельности (сервисы do it yourself)
- виртуализация потребления

Новые потребительские привычки:

- больший контроль процесса покупки со стороны покупателя (больше информации, больше возможностей доступа к ней)
- мультиканальность (традиционные каналы (магазин, каталог, онлайн) + инновационные (мобильная коммерция))



- Задача оптимизации и повышения эффективности (виртуализация, Open Source и пр.)
- Задача повышения качества обслуживания (CRM, коммуникационные возможности сенсорных устройств, мобильные каталоги, мобильные помощники)
- Задача видеть будущее (концептуальные магазины, проекты торговых залов будущего, роботы-помощники и пр.)

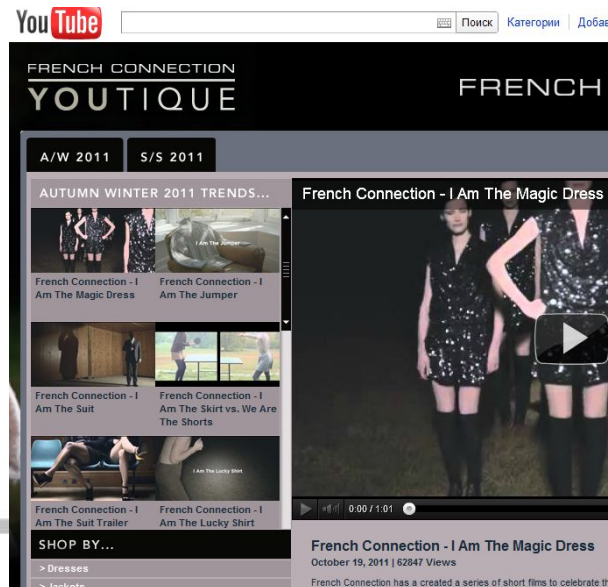


Gartner: ИТ-бюджеты в основном будут направлены на:

1. облачные сервисы (частные / публичные облака, особенно активно – интернет-проекты)
2. социальные сервисы (использование возможностей соцсетей для роста продаж / развития бизнеса / повышения лояльности)
3. ВІ и хранение данных (повышение качества данных и возможностей их анализа, прогнозирования)
4. мобильные приложения и сервисы (интеграция мобильного устройства в процесс покупки / стимулирование потребления)



1. Соцакция Uniclo: управление стоимостью товаров (напиши в twitter о продукте и понизь его цену - чем больше твитов, тем ниже цены)
2. Виртуальные примерочные (Tweet зеркало или Facebook зеркало в примерочной – фото в соцсеть)
3. YouTube бутик (YouTique) (видео с советами стилиста, сразу переход в интернет-магазин)





Мобильный магазин eBay - The Inspiration Shop (в НЙ) – в витрины попадают самые модные товары, в отборе которых eBay полагается на рекомендации 20 самых влиятельных модников города

Каждому товару, представленному в магазине, соответствует свой QR-код, для сканирования которого используется мобильное приложение eBay.

Установив приложение на смартфон, легко получить всю необходимую информацию о товаре и затем купить его на сайте eBay



1. Интерактивные LCD витрины (наглядность , подробный рассказ о продукте)
2. Видеоаналитика (Intel AIM Suite) - сбор информации о посетителях магазина (пол, возраст, время пребывания перед витриной)
3. Витрины – видеозэкраны
4. Сервис сканирования тела и определения точных размеров

Loyalty.info:

- 40% покупателей, воспользовавшихся в магазине новой технологией, рекомендовали его знакомым;
- 33% подтвердили, что технологии повышают продуктивность похода за покупками;
- 25% отметили, что благодаря технологиям шопинг стал комфортней и приятней.



Западный ритейл - создание «идеального» пространства для шоппинга

Российский ритейл - отставание на 3-5 лет

Внешние факторы влияния на развитие рынка:

- Законодательство,
- Инвестиционный климат,
- Поставщики,
- Потребители (*должны быть №1 – а по факту?*)

Востребованность решений, которые помогают привлечь покупателя (= повысить доход):

- мультиканальные продажи (включая онлайн, мобильную связь и т.д.)
- Self-Checkout (включая мобильных помощников)



Ритейл в России по-прежнему стремится:

- сокращать издержки
- повышать скорость и качество обслуживания
- повышать лояльность покупателей

Сокращение ИТ-бюджетов в ритейле в среднем (данные CNews Analytics):

в 2010 году - 0,7% от оборота

в 2011 году - снижение до 0,5%

Задачи бизнеса и ИТ:

- перспективное инвестирование, внедрение инноваций,
- развитие и модернизация ИТ-инфраструктуры,
- оптимизация существующих решений.
- формирование ИТ-инфраструктуры с нуля в новых точках / модернизация ИТ-активов в «старых» точках (вычислительные мощности, приложения и пр.)



Основные приоритеты в сфере ИТ- «новинок»:

- системы самообслуживания (весы самообслуживания, системы самосканирования, кассы самообслуживания и т.д.)
- мобильные терминалы (для сотрудников) + мобильные помощники (для клиентов)
- развитие систем лояльности (с учетом персонализации клиентов)

Все эти инновации фигурировали в прогнозах «магазин будущего 2010» - 8-10 лет назад

Медленные темпы проникновения инноваций в российском ритейле:

- слабое понимание реальной отдачи для бизнеса
- фокус на более срочных задачах / решение системных проблем отрасли, вопросы выживания



1. «Роснано»+X5 Retail Group+«Ситроникс»: 350 млн рублей на 2 года – для построения «умных» магазинов, использующих RFID
Первый пилотный магазин будущего (продуктовый) – в 2013 г. (год назад планировали в 2012)

2. Кассы самообслуживания появляются в гипермаркетах (Радуга в Пензе и Калуге, Ашан в Новосибирске и пр.) – сомнения относительно быстрой окупаемости и реальной востребованности

Российский ритейл все больше осознает потребность в новых кадрах, свежих идеях в области ИТ, логистики, коммуникаций, управления и пр.



Интернет-торговля – отложенное убийство



«Интернет-торговля вытеснит офлайн» – ожидали к 2010 г., перенесли прогноз на 2020

Ситибанк: В 2012 г. объем рынка интернет-покупок в России составит около 800 млрд руб. (+33%)

Торгово-промышленная палата:

- Рынок удаленной торговли в России за 10 лет вырос в 20 раз
- объем 2010 = 394 млрд руб.
- 192 млрд руб. = интернет-торговля

Доля удаленных каналов в розничной торговле России отстает от мирового уровня примерно в 1,5 раза – возможность качественного скачка



- Какие ИТ-решения наиболее интересны рознице в настоящий момент?
- Какие технологии будущего эффективно проникают в отечественный ритейл уже сегодня?
 - Как меняется инфраструктура российских магазинов?
- Какие новые задачи ритейл в первую очередь хочет решать с помощью ИТ?



CNews

Адрес редакции:

**Россия, 117392 Москва
Профсоюзная улица, д. 78
РосБизнесКонсалтинг, CNews**

Тел: +7 (495) 363-1157

Факс: +7 (495) 363-111 # 1496

**Россия, 191036, Санкт-Петербург
Лиговский пр-т, 10/118, офис 2102**

Тел.: +7 /812/ 578-1414

