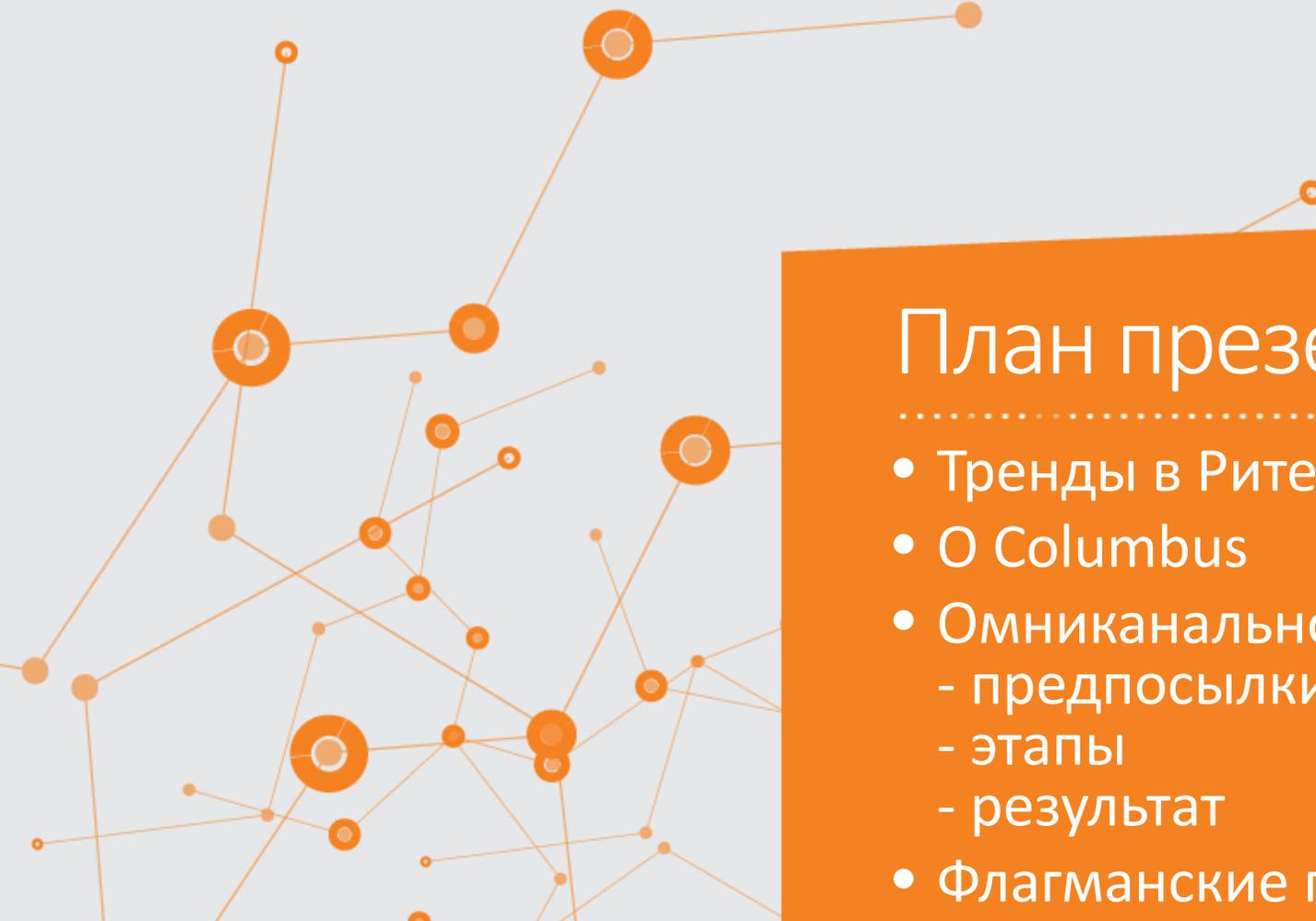


Омниканальность как главный тренд современного Retail

Сидорец Анастасия
BDM, Казахстан



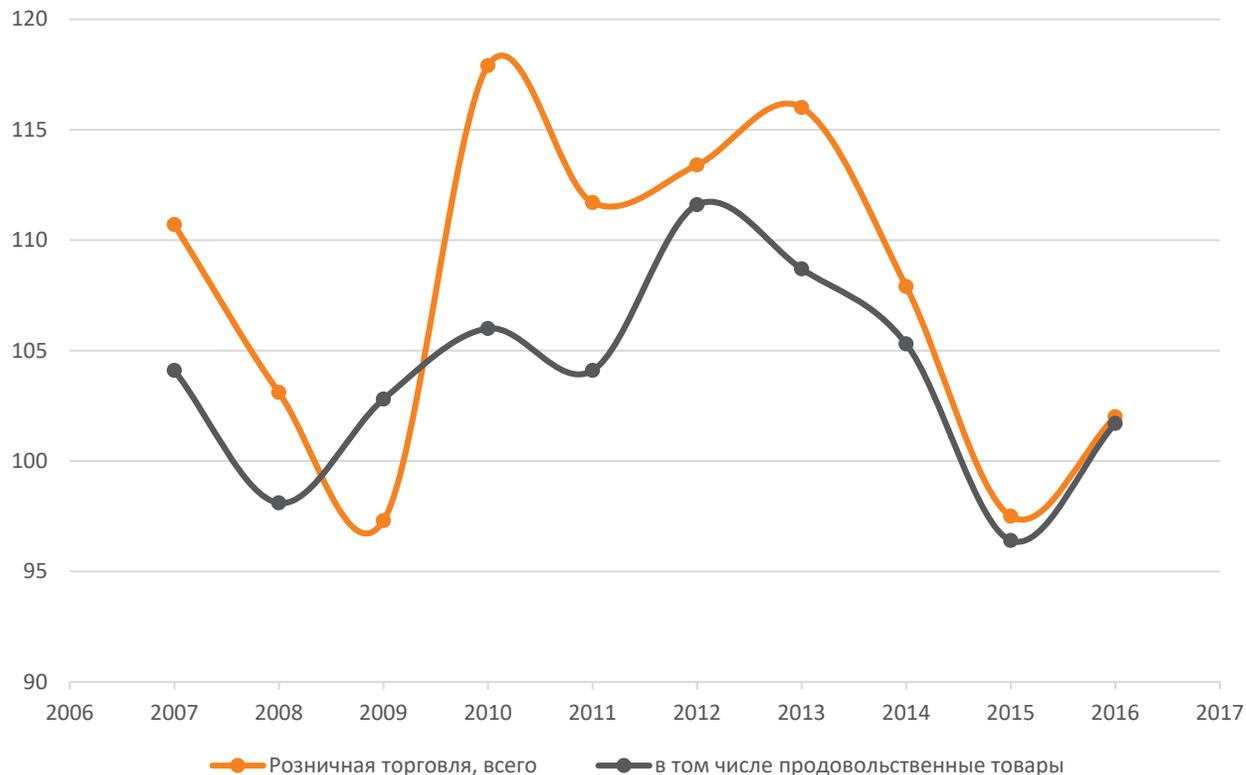


План презентации

- Тренды в Ритейле
- О Columbus
- Омниканальность
 - предпосылки
 - этапы
 - результат
- Флагманские проекты

Розничная торговля в Казахстане

Индексы физического объема розничной торговли (в процентах к предыдущему году)



Тренды

- Восстановление после падения 2015-2016 годов
- Изменение структуры
 - Рост сетевой розницы
 - Рост eCommerce
 - Приход внешних игроков

Выводы

- Высокий потенциал роста за счет
 - Роста доли сетевой розницы
 - Перспектив роста реальных доходов населения

Розничная торговля в Казахстане #2

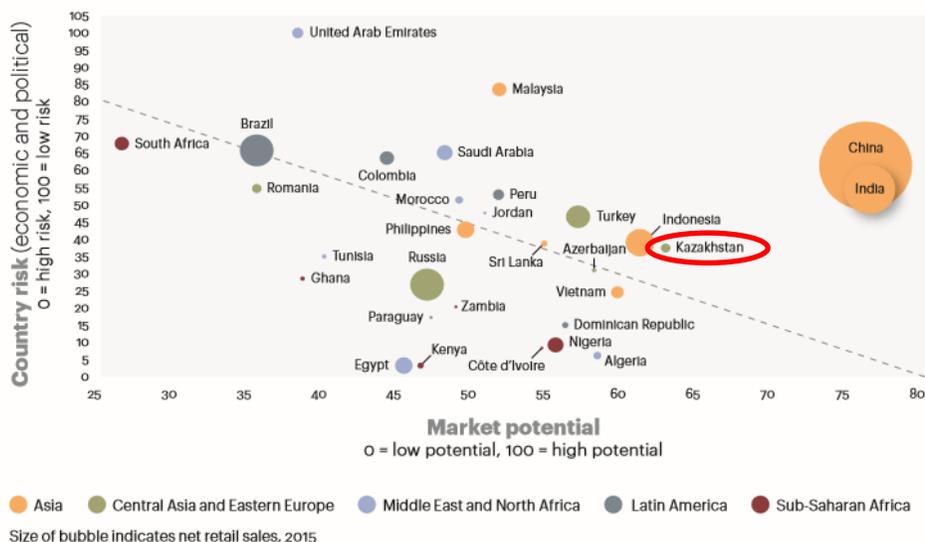
2016 rank	Country	Market size (25%)	Country risk (25%)	Market saturation (25%)	Time pressure (25%)	GRDI score	Population (million)	GDP per capita, PPP	National retail sales (\$ billion)
1	China	100.0	61.2	36.2	92.5	72.5	1,372	14,190	3,046
2	India	53.7	54.3	75.8	100.0	71.0	1,314	6,209	1,009
3	Malaysia	81.2	83.4	23.5	50.4	59.6	31	26,141	93
4	Kazakhstan	56.4	37.3	61.9	70.2	56.5	18	24,346	48
5	Indonesia	64.3	38.9	50.2	68.9	55.6	256	11,112	324
6	Turkey	85.9	46.4	31.9	53.1	54.3	78	20,277	241
7	United Arab Emirates	95.2	100.0	1.3	18.0	53.6	10	66,997	69
8	Saudi Arabia	91.2	64.9	21.3	31.5	52.2	32	53,565	109
9	Peru	47.3	52.8	50.4	57.2	51.9	31	12,077	70
10	Azerbaijan	33.9	30.8	80.9	59.3	51.2	10	18,512	17

Рейтинг

- 4 позиция в мире (!!!) по привлекательности сегмента розничной торговли
- Высокий потенциал роста

Итого

- Рост по всем форматам сетевой розницы
- Востребованность омниканальных сценариев



Общие тенденции в ритейле в 2018 году * Customer Experience

Технологии влияют на клиентский опыт

- Дополненная и виртуальная реальность – как часть процесса покупки
- От виртуального магазина AliExpress до б/у автомобилей



Мобильные покупки продолжают расти

- Фокус на смартфонах
- Microsoft CEO Nadella: «Bots are the new apps»



Значимость управления клиентским опытом растёт

- Основной путь дифференциации
- Омниканальная стратегия – наш приоритет



Максимальная персонализация

- Этого ожидают клиенты
- Это выгодно нам
- Технологии – критичны



Привлечение и удержание лучших сотрудников

- Развитие и объективная оценка



2016/2017 Microsoft Dynamics
Services Partner of the Year

Western Europe



ПЕРЕКРЕСТОК



18 стран 2000+ сотрудников



- 1989 – основание компании в Копенгагене
- 1997 – открытие офиса для СНГ
- 1998 – выход на биржу NASDAQ OMX Nordic
- 2014 – приобретение компании «Omnica»
- 2017 – приобретение компании «IStone»



Цена акций:

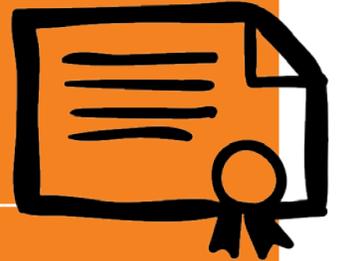
- 2013 – 1,78 DKK
- 2018 – 14,68 DKK

Ключевые компетенции

Более 100 проектов по комплексной автоматизации розничных компаний в России и СНГ



Сертифицированные консультанты с большим опытом внедрения



Что такое Columbus Retail

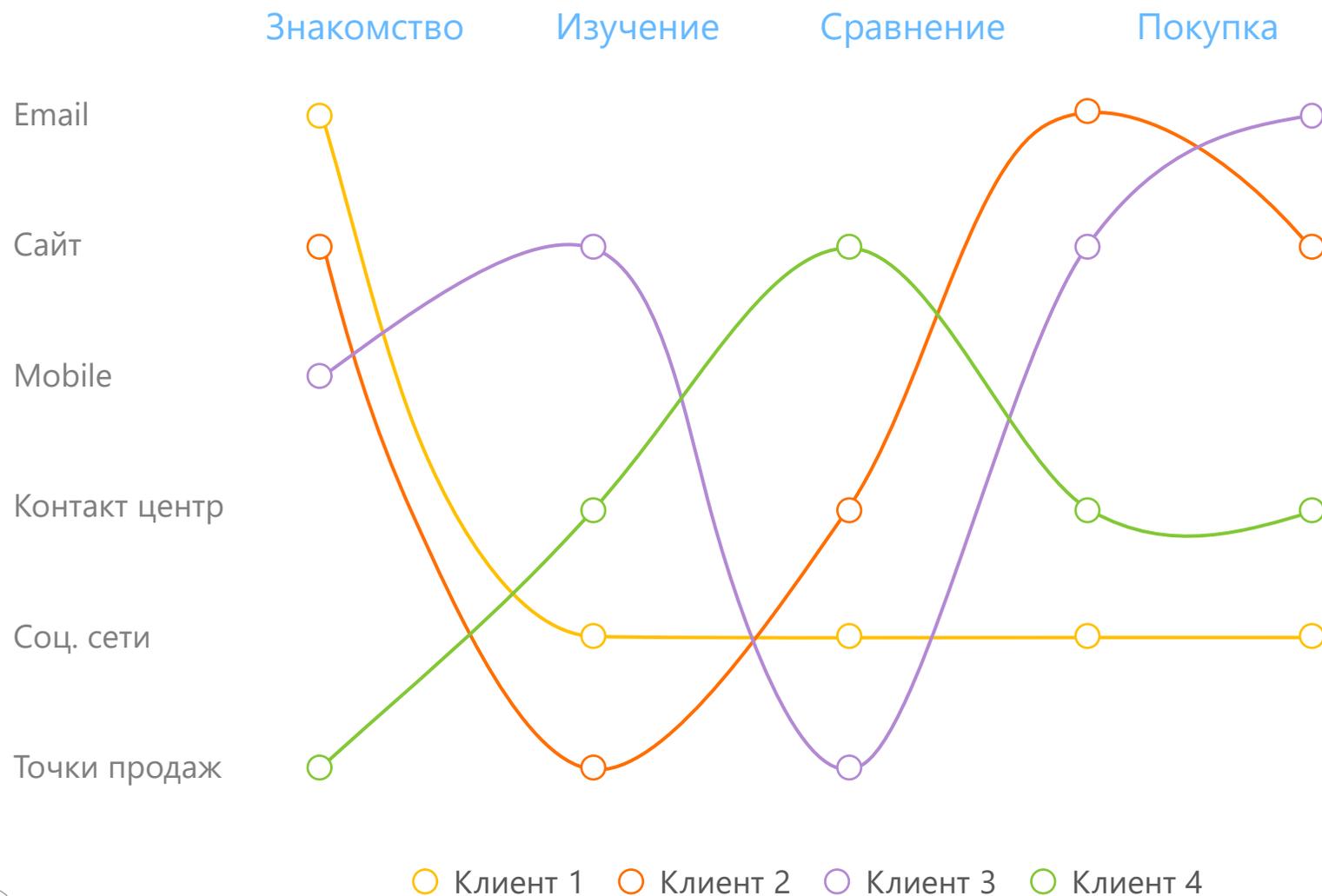
Готовый репозиторий бизнес процессов лучших розничных компаний



Передовые программные решения на базе единой платформы



Главные процессы – процессы покупки



- Различные точки взаимодействия с брендом
- Решение о покупке в любом канале продаж
- Формирование мнения о бренде
- Обратная связь в любом канале продаж
- История работы с клиентом на всех этапах принятия решения
- Аналитика по качеству источника появления потенциальных клиентов

Главные процессы – процессы покупки



- Нужно думать не о том, как эффективно выполнять функции, а о том как клиенту будет удобно покупать
- Как должны работать наши функции, чтобы обеспечить выполнение сценариев продаж?

Пример сценария продажи:

Клиент пришел через разосланный каталог, подобрал товар на сайте, оплатил Visa, забрал в почтомате, сделал возврат через наш магазин

Новые требования к приложениям

Много каналов

- Покупатель имеет много точек соприкосновения с продавцом
- Партнерские сайты, маркетплейсы, сайт, магазин, чужая доставка и пр.

Много приложений

- ERP, CRM, касса, интернет-магазин, call-center, лояльность...
- Аналогичные системы партнеров

Итог

- В процессы даже относительно простого сценария продаж оказываются вовлечены до десятка систем и на порядок больше обменов

К чему это приводит?

Взгляд на функции

- Каждая функция (логистика, ассортимент, продажи в каждом канале, финансы) пытается приспособиться самостоятельно
- Логика разорвана и дублируется в разных функциях

Отражение в приложениях

- Справочники и процессы повторяются в разных приложениях

В итоге: паралич изменений

Изменение и добавление сценариев продаж

- Добавление нового канала продаж (например, ассортимент поставщика) при децентрализованной архитектуре может требовать 1000-1500 часов доработок учетных системы
- Это лишает возможности гибко подстраиваться под изменения, конкурировать с более подвижными игроками

Поддержка

- Команда в 5-10 человек вынуждена просто поддерживать систему, не задумываясь о развитии

ERP – основа омниканальности

Цели внедрения

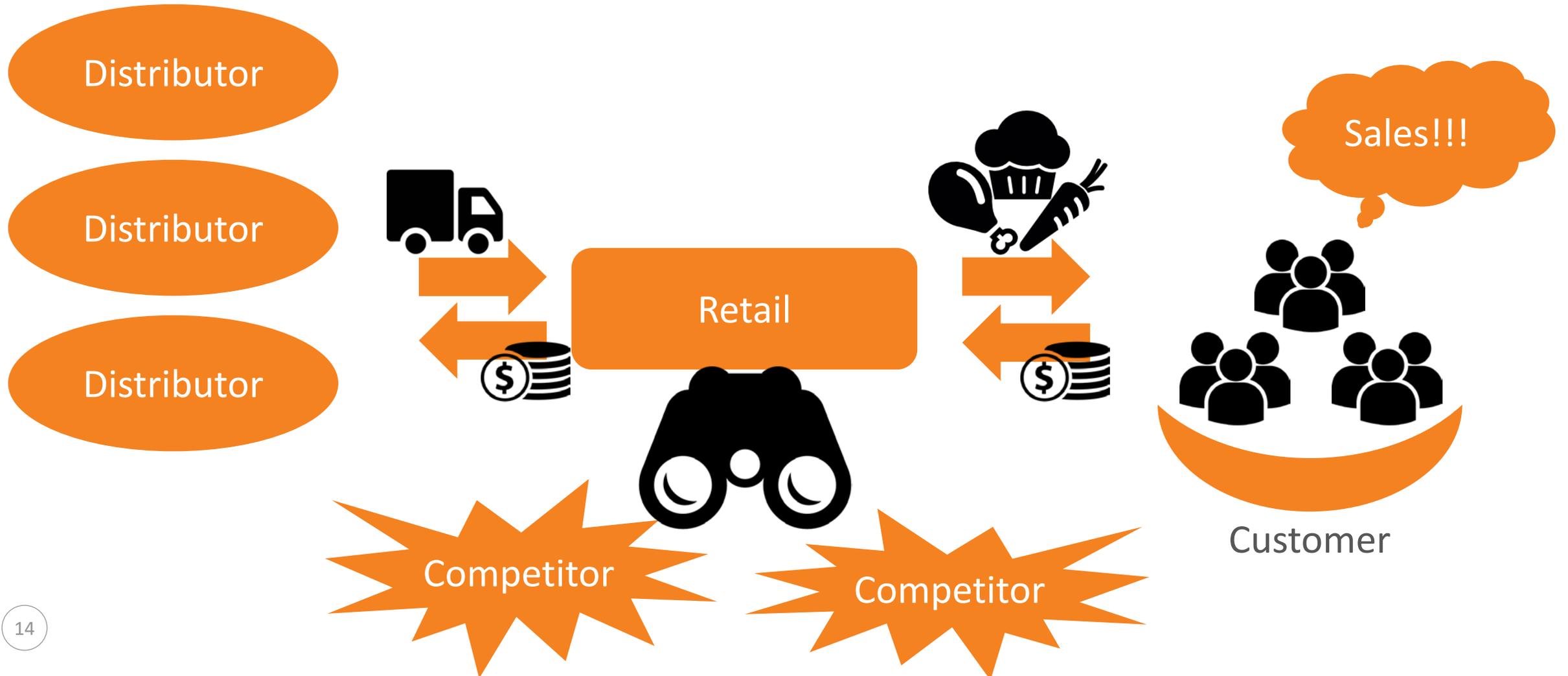
- Сделать процессы устойчивыми к дополнению каналов продаж
- Снижение совокупной стоимости владения (ТСО)
- Создание единого учетного контура для всех каналов продаж

Ключевые эффекты

- Создание единого покупательского опыта на всех этапах цикла покупки и постпродажного сервиса во всех каналах
- Увеличение рыночной доли продаж через интернет
- Сокращение дефицитов и излишков по запасам в магазине при оптимальной структуре запасов

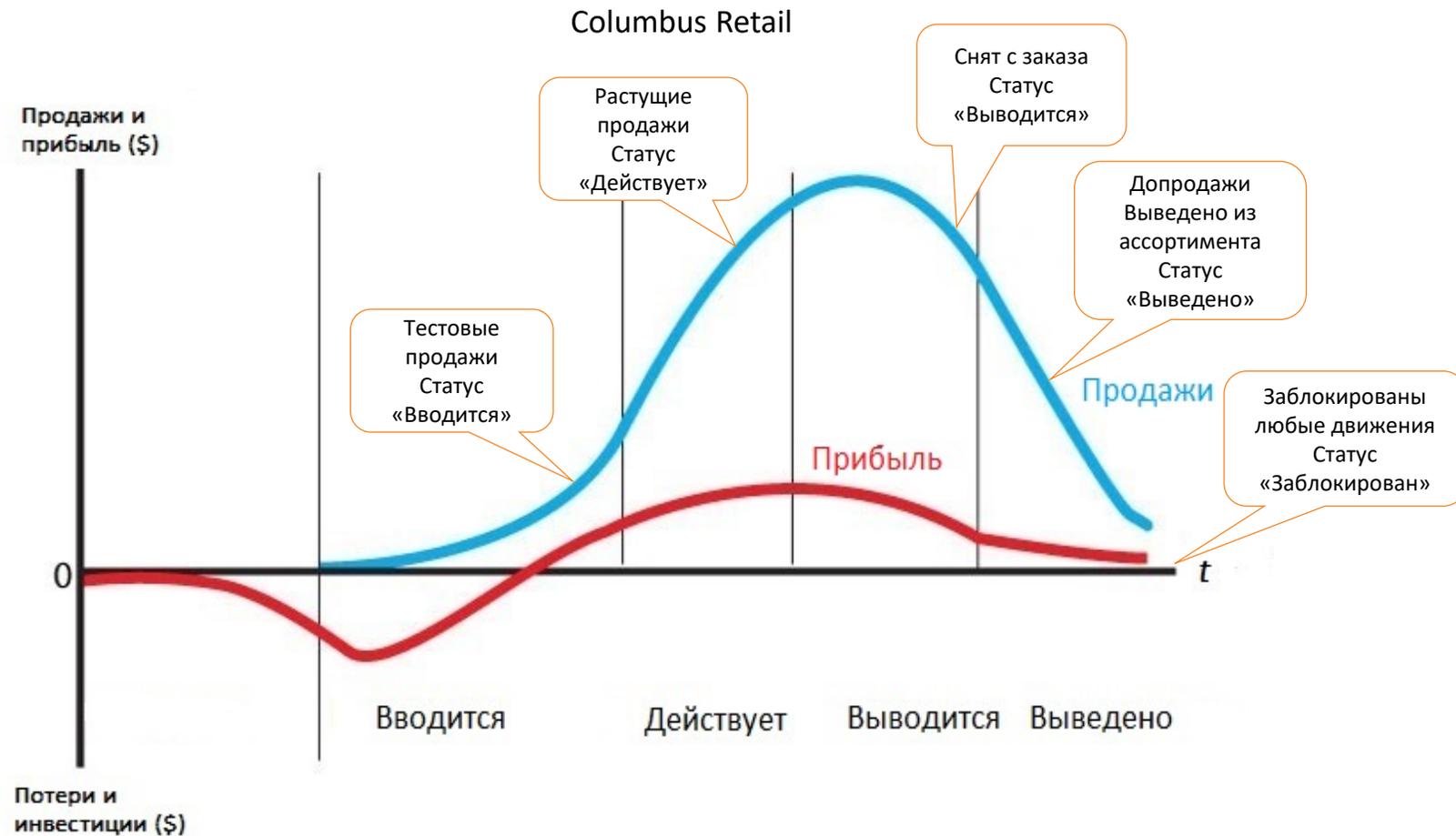


Структура Retail

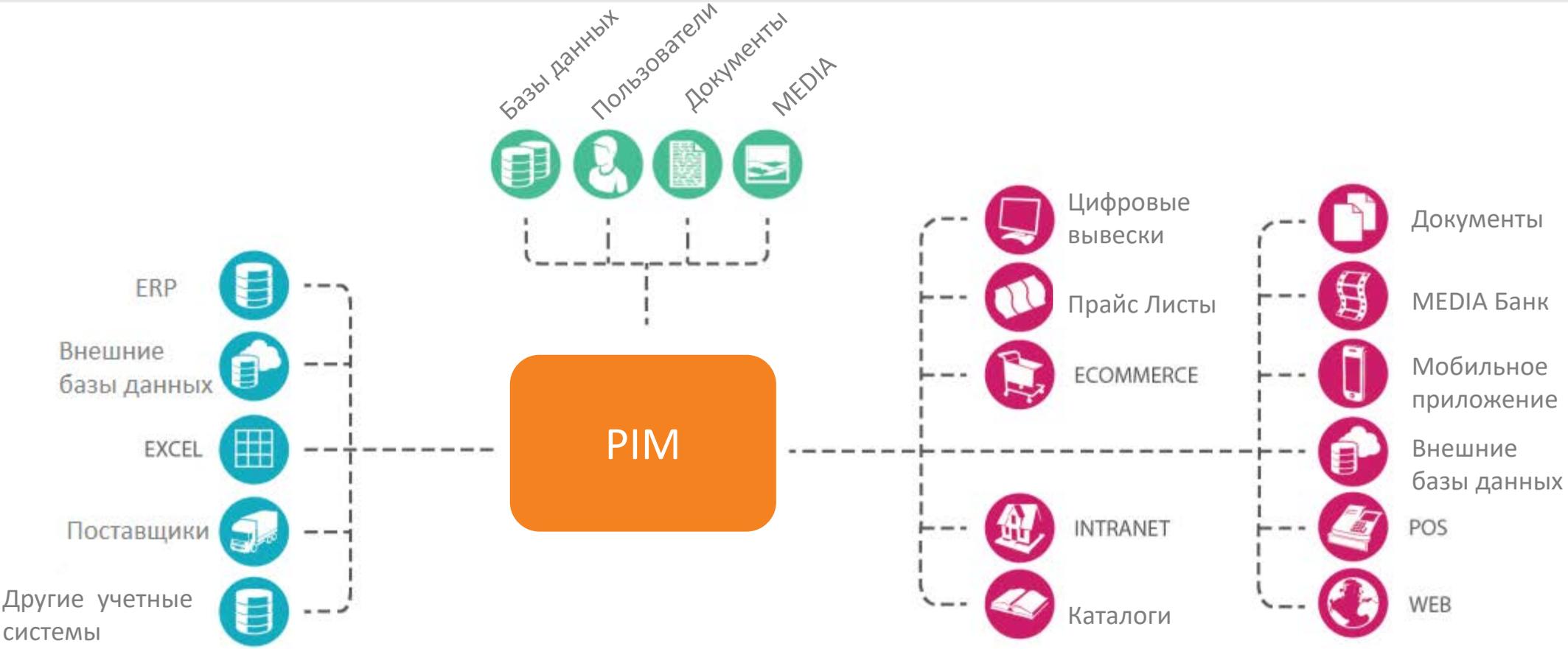


Управление ассортиментом

- Управление на всем жизненном цикле, начиная с ввода в ассортимент
- Контроль ассортимента на всей логистической цепочке
- Централизованное управление во всех каналах продаж



Управление сведениями о продукте

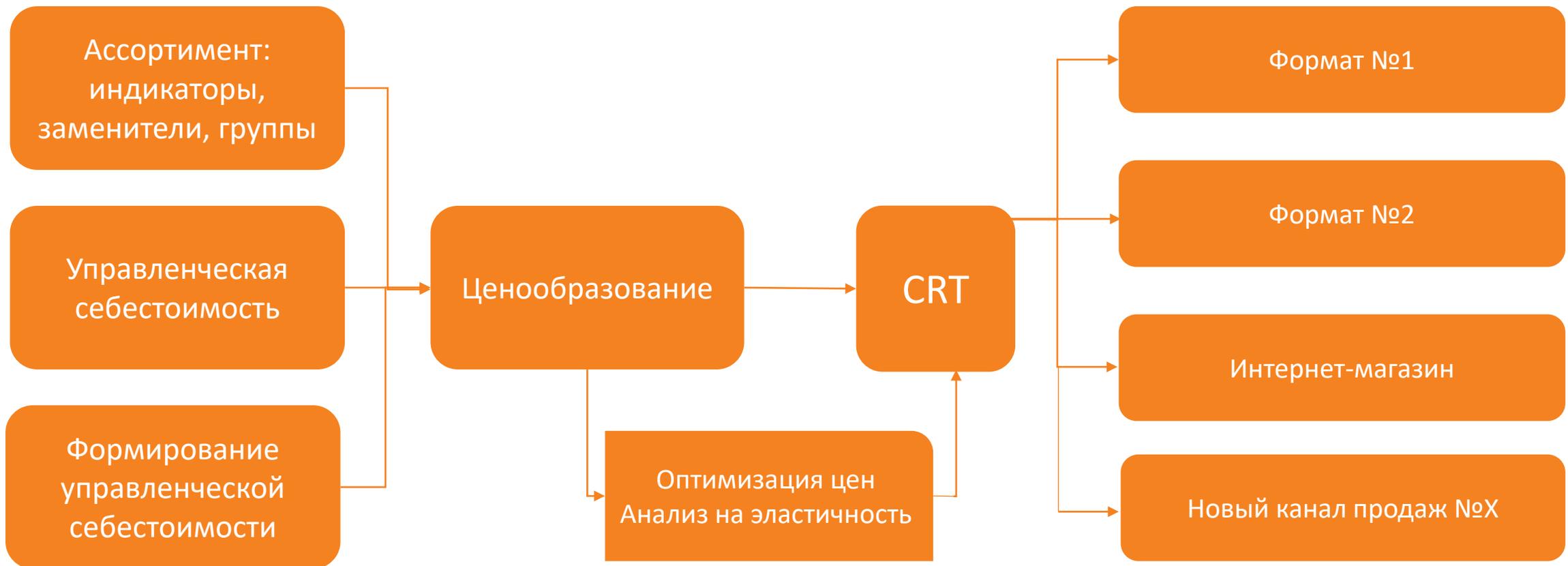


Алгоритмы формирования розничных цен



Ценообразование

Ценообразование должно управляться по единой логике для всего бизнеса и быть основано на релевантной управленческой себестоимости

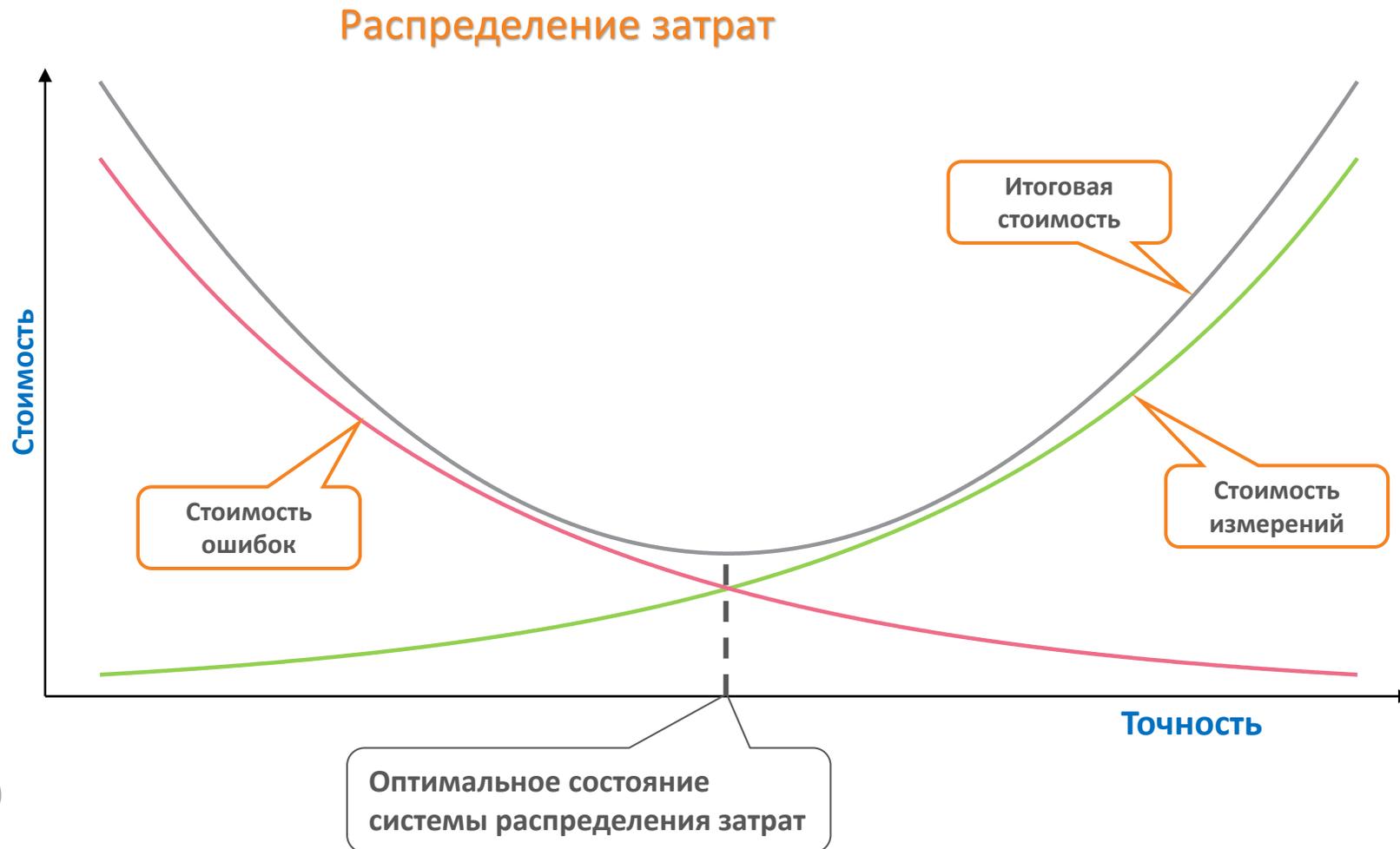


Главный вопрос омниканальной себестоимости

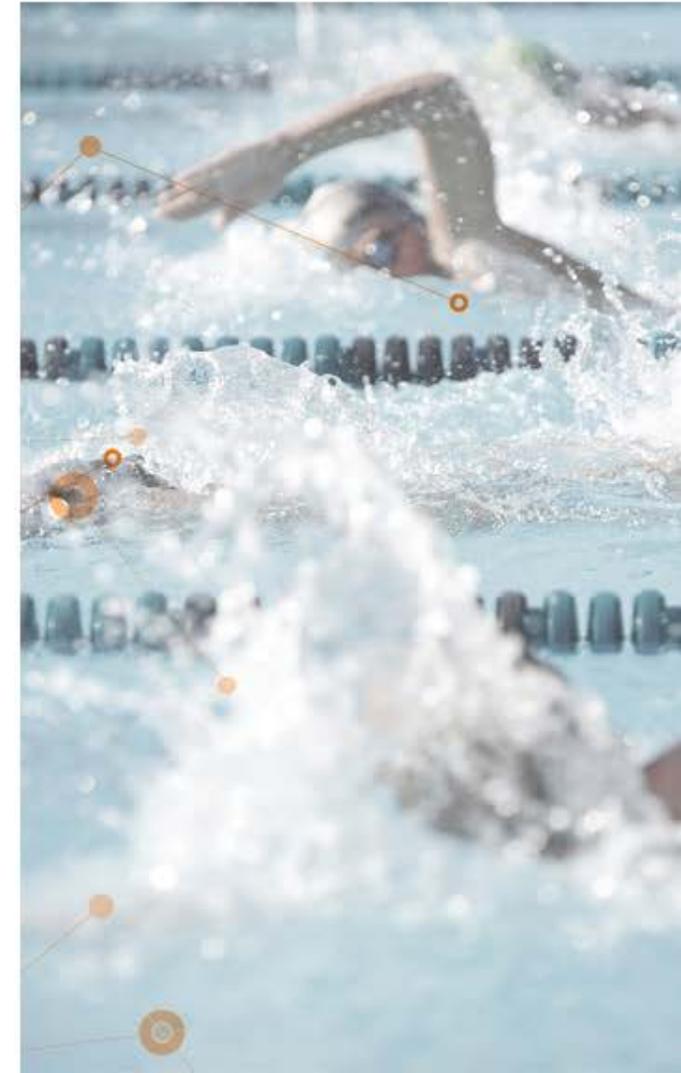
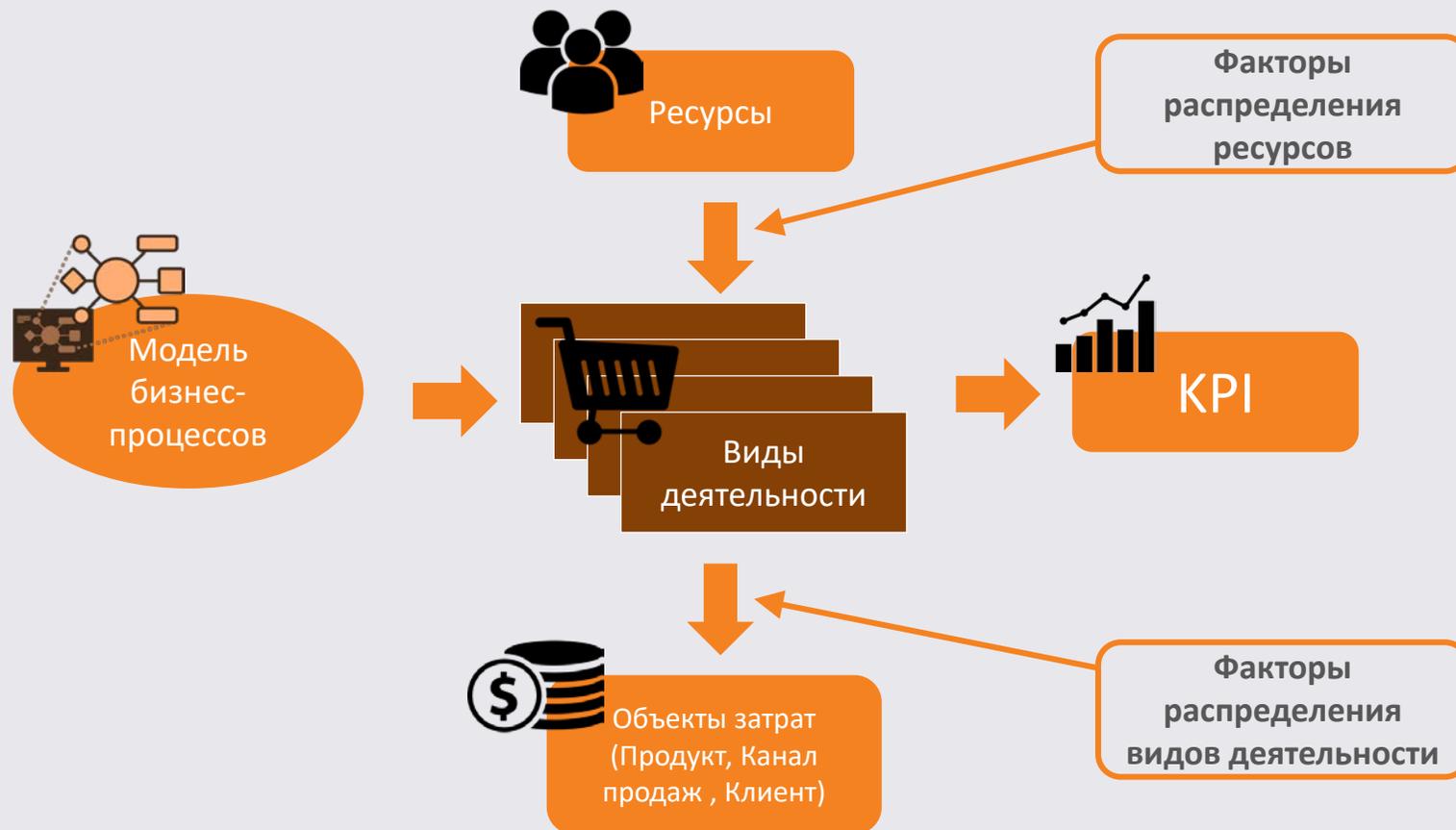


Если куплено одинаковое количество товара, то какая из сделок была прибыльнее?

Баланс стоимости распределения



Учет затрат по видам деятельности

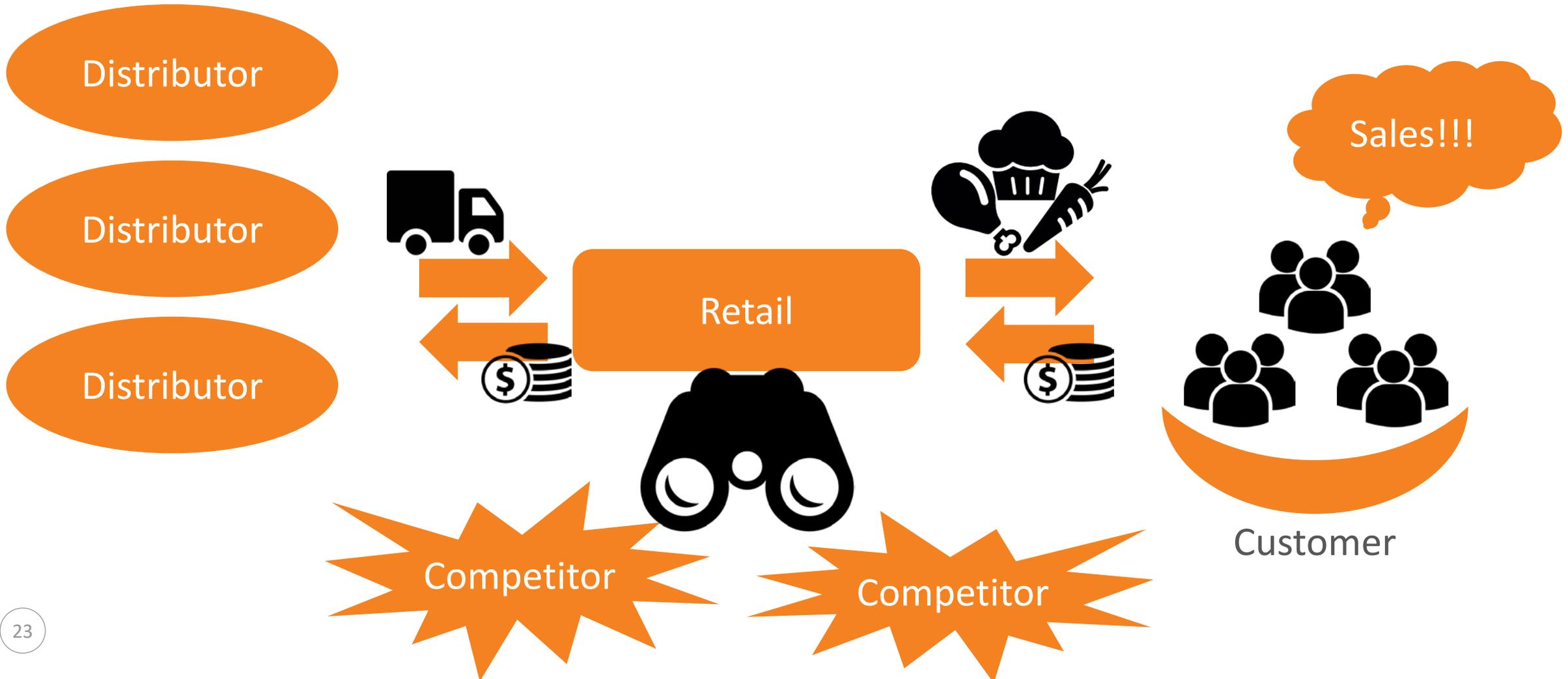


Оптимальное распределение затрат

Затраты VS Ресурсы



Структура Retail

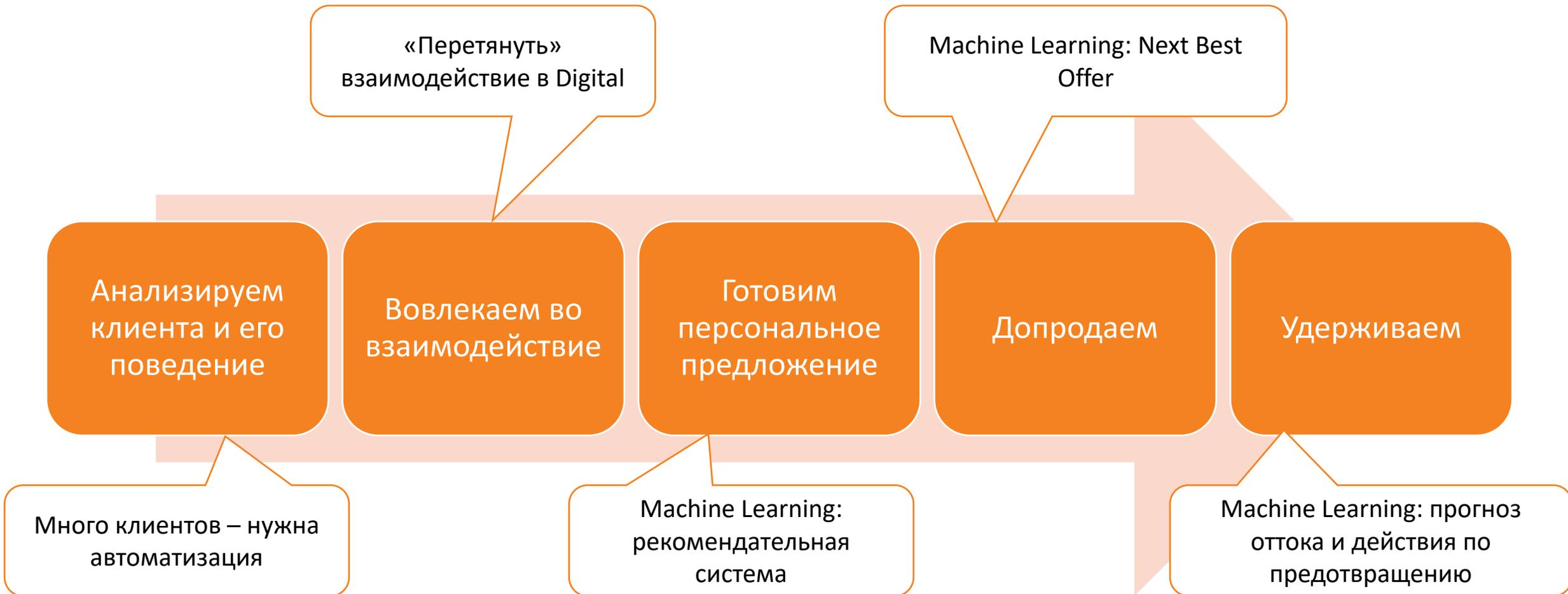


Машинное обучение

- *Azure Machine Learning* – облачный сервис для выполнения задач прогнозной аналитики (predictive analytics).
- Сервис представлен двумя компонентами: Azure ML Studio – средой разработки, доступной через web-интерфейс, и web-сервисами Azure ML.
- Предоставляет возможность организовать работу над анализом данных по стандарту CRISP-DM



Современный маркетинг



Columbus Webstore

Полное управление из AX

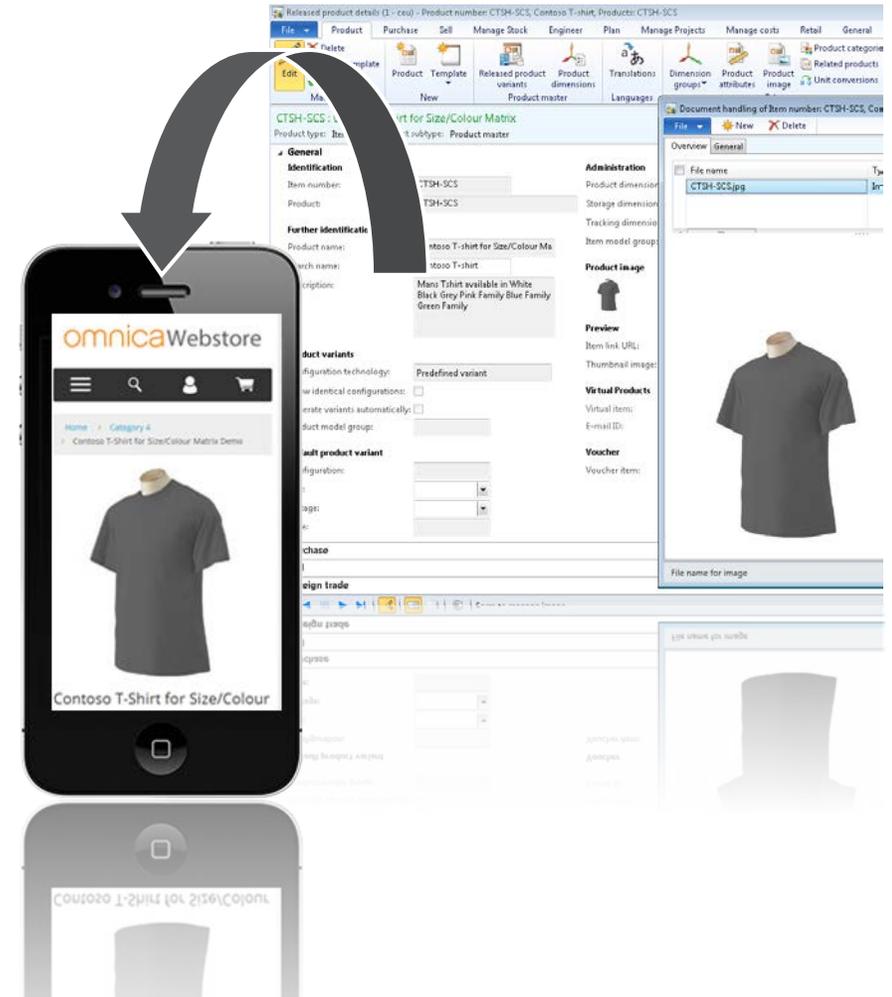
Бесшовная интеграция с AX

Масштабируемость

Адаптивный дизайн

Низкая стоимость владения

Передовая платформа .net



AX POS: автоматизация магазина

Фискальный принтер

Оплата картами

Оптимизация
производительности
под старое
оборудование

Дополнительные
механизмы
скидоч

Начисление баллов и обработка
подарочных сертификатов Offline

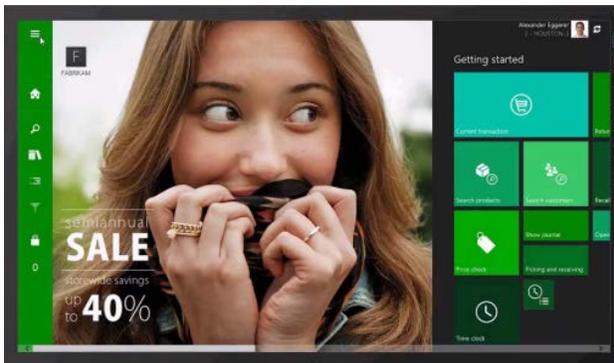


Результат скидки:
подарок или
купон

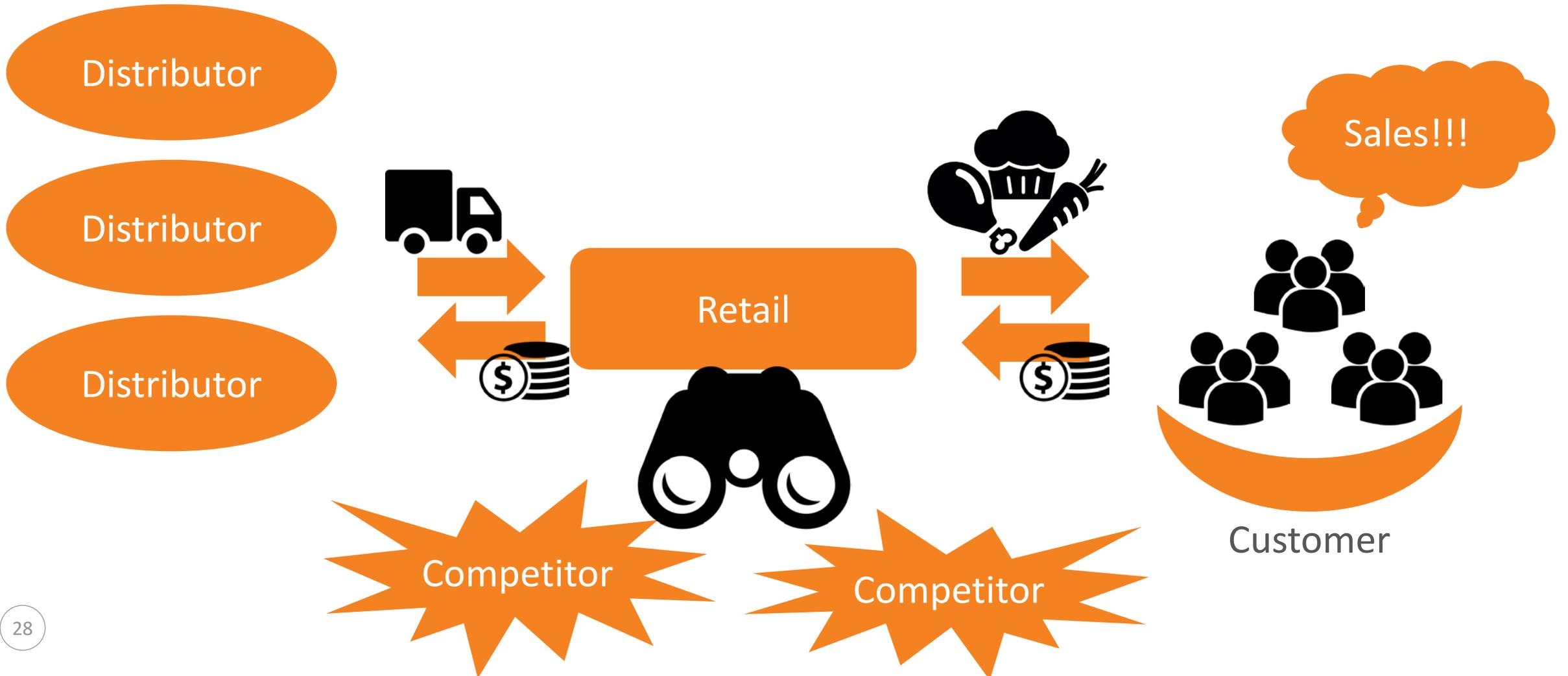
Учет купонов

Адаптация под
экраны малого
разрешения

Кнопки
удовлетворенности
покупателей



Структура Retail



Актуальность

- Завершена
- Текущая

Реакция

- да
- нет

Конкуренты

- Выбрать все
- Торговая сеть 1
- Торговая сеть 2
- Торговая сеть 3

Удачный пикник

Регулярная акция

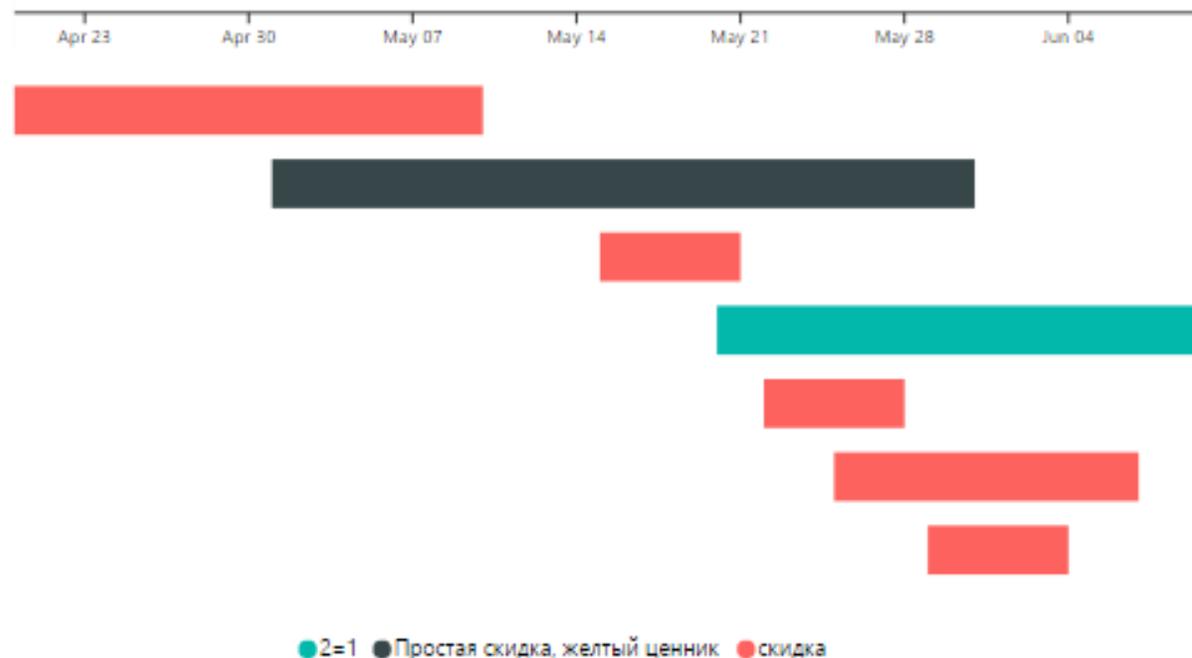
Товар недели

Сладкие дни

Товар недели

Социальная цена

Товар недели



апельсины
хлеб
песок
KVI
сахарный
Картофель
уголь
печенье
кофе

Конкуренты: оперативная сводка

Описание	Начало	Тип	Номенклатура	Охват	Влияние	Опасность	Реакция	Ответная реакция	Итог Shops	Итог SKU
Удачный пикник	20 апреля 2017 г.	скидка	апельсины, уголь	30 магазинов	70	60	да	акция Розжиг в подарок	-0,03	0,05
Регулярная акция	1 мая 2017 г.	Простая скидка, желтый ценник	Картофель вес, KVI, апельсины	вся сеть	120	90	да	акция Картофельная страна	0,03	0,1
Товар недели	15 мая 2017 г.	скидка	кофе	вся сеть	80	70	да	акция Кофейный вторник	0,02	0,05
Сладкие дни	20 мая 2017 г.	2=1	сахарный песок	20 магазинов	58	40	нет			
Социальная цена	25 мая 2017 г.	скидка	хлеб	50 магазинов	100	80	нет			
Товар недели	22 мая 2017 г.	скидка	печенье	вся сеть	80	70	нет			
Товар недели	29 мая 2017 г.	скидка	шампунь	вся сеть	80	70	нет			

Сбор цен конкурентов не требует усилий

- Портал для массовой загрузки
- Задания сотрудникам
- Специализированные сервисы
- Чат-бот



Microsoft Bot Framework

Microsoft Bot Framework



Шаблоны мгновенных контрагтов

- Скидка на этот же товар
- Скидка на KVI для этой же группы потребителей
- Запустить маркетинговую акцию
- Сделать смс-рассылку по клиентам под угрозой



Как нужно изменить процессы?

Сценарии покупки

- Выделить ключевые сценарии продаж
- Понять требования функций к поддержке клиентского сервиса

Централизовать логику управления

- Ассортимент, ценообразование, маркетинг, остатки

Обеспечить реализацию на стороне приложений

Как найти баланс изменений? Организационные – дороже

Ничего не меняем и много программируем.
Рушим стандарт, создаем уникальное решение.



Ломаем бизнес под стандарт.
Рушим конкурентные преимущества.

Ключевые результаты от внедрения ERP проекта

Ориентированная на клиентский сервис архитектура приложений

- ERP, ориентированная на процессы покупки

Низкая стоимость изменений

- Целостность логики
- Централизованное управление ключевыми объектами

15+ лет сотрудничества



1000+ магазинов

4000+ POS

3+ млн. транзакций в день

- ✓ Полный спектр задач: от склада до HR
- ✓ Управление ретробонусами и ценообразованием
- ✓ Columbus WMS управляет конвейером
- ✓ Станции самооплаты и самообслуживания
- ✓ Управление маркетинговыми акциями в режиме реального времени

Данные иного качества



300 магазинов в Саратовской области
Оборот > более 15 млрд руб.
> 5 000 сотрудников

Цели внедрения

- Повысить оперативность обновления в системе товарных остатков путем обработки данных по товарным чекам в течение дня;
- Обеспечить эффективную и надежную интеграцию с другими системами, используемыми в компании: EDI, ЕГАИС и др.;
- Оптимизировать управление ассортиментом за счет внедрения справочника жизненного цикла товаров и хранения истории изменения ассортимента;
- Автоматизировать учет расчетов с поставщиками и формирования заявок на платежи в соответствии с коммерческими условиями соглашений

Функциональные блоки:

- Прогнозирование продаж
- Управление закупками и взаиморасчеты с поставщиками
- Учет ретробонусов
- Управление ассортиментом
- OLAP – отчетность
- Маркетинг и ценообразование
- Финансы
- WMS
- Интеграция с ЕГАИС, EDI с СКБ. Контур
- Зарплата и кадры

От десятка магазинов до лидера рынка



900 магазинов
4 страны в единой системе
2+ млн. транзакций в день

- ✓ Запуск первого магазина за 4 месяца
- ✓ Все бизнес-процессы, включая HR и БУ
- ✓ Уникальный механизм пополнения товаров и прогнозирования продаж
- ✓ Склад под управлением Columbus WMS сортирует 16 тысяч пар в час

Всегда на шаг впереди!!!



Columbus[®] | Once you
know how...