



## РИТЕЙЛЕРЫ ОБСУДИЛИ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

14–15 марта в Москве прошел пятый Международный ПЛАС-Форум «Online & Offline Retail 2018», посвященный анализу современного состояния и перспективам развития розничной индустрии в России, странах ближнего и дальнего зарубежья. В стенах КВЦ «Сокольники» собрались ведущие российские и международные эксперты в области онлайн- и офлайн-ритейла, владельцы, топ-менеджеры и специалисты торговых сетей.

За два дня работы «Online & Offline Retail 2018» посетили 1 095 делегатов. В рамках 9 сессий и 2 круглых столов выступили 83 спикера. Мероприятие поддержали 75 компаний-участниц.

По мнению участников форума, ситуация на рынке остается непростой, однако есть первые надежды на возрождение потребительского спроса. Чтобы поддержать этот тренд, отрасли нужна господдержка в виде стабильных правил игры для ритейл-отрасли, обеспечивающей 20% ВВП РФ. Такое мнение озвучил Алексей Григорьев, вице-президент по внешней корпоративной политике Metro AG.

Многих на форуме волновал вопрос о том, как остаться в строю при усиливающейся конкуренции на рынке. Ответ на него дал ключевой спикер «Online & Offline Retail 2018» Гарри Фридман. По его мнению, каждому магазину нужно работать по стандартам, выполнение которых нужно отслеживать, и оперативно вносить коррективы в стратегию компании.

Ритейл увлечен технологиями, но это не значит, что они гарантированно способствуют росту бизнеса. Дмитрий Бергельсон, управляющий партнер Holmes & Moriarty, объяснил, что заниматься отбором таких технологий должны только первые лица компаний, а внедрять – специальные

команды. Лишь в этом случае можно рассчитывать на успех.

Внедрение онлайн-касс, которое в целом можно считать успешным, предоставило ритейлерам огромные массивы данных о потребительском поведении, что породило проблему безопасности использования информации. Эту тему спикеры затронули на сессии «Безопасность в ритейле: технологии защиты от потерь». Руководитель службы по информационной безопасности компании РвС Константин Кортнев отметил, что 7 из 10 основных позиций по развитию ритейла находятся в зоне киберриска.

Обсуждалась и выдача наличных на кассах, которая должна вот-вот начаться в магазинах региональных ритейлеров. Как отметила Мария Шалина, директор управления телекоммуникационных услуг и дополнительных сервисов «Евросети», партнерство ритейла и банков становится особенно актуальным в кризисное время.

Анна Ткачева, директор по управлению категорией в глобальной команде «Марс Ригли», рассказала об эффективности касс самообслуживания. По ее словам, очень важно обеспечить покупателю максимальный комфорт и ускорить процесс покупки, при этом максимально эффективно используя ресурсы компании.

Армен Манукян, руководитель проекта по развитию цифровых услуг Российского экспортного центра, отметил, что сегодня Россия занимает 11-е место в мире по объемам интернет-торговли. Серьезная проблема при выходе российских компаний на рынок международной интернет-торговли – отсутствие знаний в этой сфере, уверен спикер. Получить их можно бесплатно, обратившись в РЭЦ. По словам А. Манукяна, наши соотечественники уже сейчас торгуют на зарубежных площадках самыми разными товарами – от холодильников до ножей.

На специальном «круглом столе» «Почта России» анонсировала запуск сервисов, которые произведут локальную революцию в 2018 году. Денис Шестаков, руководитель департамента продуктов посылочного бизнеса «Почты России», сказал, что в мае появится продукт «курьерский сбор» – сбор курьером всех отправлений и доставка до производственного объекта, который компания считает еще одним драйвером роста. Летом станет доступным и сервис «Курьер онлайн плюс» – доставка отправок в экспресс-режиме с повышенной ответственностью и внедрение возможности оплаты стоимости товарного вложения банковской картой.

Также в рамках ПЛАС-Форума состоялась наиболее представительная ежегодная выставка специализированного оборудования и технологий ведущих российских и зарубежных компаний.

Помимо биометрических технологий, в рамках выставки, представляющей специализированные бизнес-решения ведущих российских и зарубежных компаний, можно было ознакомиться с финансовыми технологиями для ритейла, индивидуальными платежными решениями, услугами банков и операторов фискальных данных.



## ПЛАС-ФОРУМ ГЛАЗАМИ ЕГО УЧАСТНИКОВ



Денис Шестаков,  
руководитель департамента продуктов  
почтового бизнеса «Почты России»

*ПЛАС-Форум – это возможность открыто пообщаться с бизнесом. За время нашей сессии мы успели обсудить множество вопросов: это и улучшение сроков пересылки, и сохранение низких тарифов на прежнем уровне в 2018 году, это и внедрение современных технологических решений в области приема и вручения отправлений. Наибольший интерес у посетителей вызывают проблемы, связанные с некорректной трактовкой правил и условий работы с «Почтой России», которые они получают от посредников.*

*«Почта России» сегодня занимает лидирующее положение на рынке – 67% отправлений доставляется через самую большую сеть отделений собственной крупнейшей курьерской службой. Мы планируем и далее укреплять наши позиции на рынке, наращивая конкурентные преимущества. Сегодня «Почта России» имеет сбалансированную продуктовую линейку для*

*всех сегментов рынка. Компаниям интернет-торговли мы предлагаем специализированные продукты, которые позволяют существенно сократить затраты на логистику или же перевести их в маркетинг. На наш взгляд, переход к современным технологичным сервисам в онлайн – одно из приоритетных направлений развития логистики, которое упрощает взаимодействие с «Почтой России» и позволяет укреплять лидирующие позиции на рынке.*



Николай Лацков,  
директор по логистике BABADU

*Для нашей компании ПЛАС-Форум – это площадка для общения профессионалов и поиска решения актуальных задач, связанных с логистикой.*

*Как показывает практика, при работе с внешними службами доставки очень важны механизмы их контроля: прозрачности работы, достаточности информирования, взаимодействия с клиентом, а также оценки соответствия ожидаемому уровню клиентско-*

*го сервиса. Для наших клиентов сервисная составляющая стала не менее важной, чем наличие самого товара или его цена.*

*Многие вещи, которые при организации доставки еще совсем недавно были конкурентным преимуществом или уникальным предложением, уже сейчас нередко становятся стандартом оказания услуг. На текущий момент клиенты могут выбрать любой удобный вариант доставки: на дом курьером, забрать по дороге домой или на работу в ближайшем пункте выдачи заказов или постамате, произвести оплату любым удобным способом, примерить выбранный товар или осуществить частичный выкуп заказа. Участники рынка по доставке в сегменте e-commerce пытаются соответствовать ожиданиям, работают над оптимизацией сроков, улучшением географического покрытия, стоимостью услуг, гибкостью опций и вариантов информирования клиентов, а также предоставлением более точного прогноза времени доставки. Все чаще можно увидеть сокращение интервалов доставки до 2–3 часов, а также интервалы доставки в будни после 19.00. Мы работаем над улучшением сервиса вместе со службами доставки, т.к. клиент должен быть доволен нашей совместной работой, чтобы обратиться к нам снова.*