

2-й МЕЖДУНАРОДНЫЙ ПЛАС-Форум «ONLINE & OFFLINE RETAIL 2015»: ПЕРВЫЕ ИТОГИ

30–31 марта в Москве прошел Международный ПЛАС-Форум «Online & Offline Retail 2015», организованный журналом «Retail & Loyalty». Мероприятие было посвящено анализу перспектив развития розничной индустрии в России, странах ближнего и дальнего зарубежья.

Традиционно среди делегатов Международного ПЛАС-Форума «Online & Offline Retail 2015» присутствовали ведущие российские и международные эксперты в области онлайн- и офлайн-ритейла, топ-менеджеры и специалисты торговых сетей, food, non-food, DIY, fashion, HoReCa, интернет-магазинов и банков из РФ и других стран мира, представители авиаперевозчиков и страховщиков, вертикально интегрированных нефтяных компаний (ВИНК), туроператоров, вендоров оборудования и программных решений и др.

В рамках двухдневной конференции ПЛАС-Форума «Online & Offline Retail 2015» перед участниками мероприятия выступили 59 спикеров. Напомним, что программа конференции была разбита на 8 тематических сессий, причем каждая из них посвящена тому или иному ключевому тренду розничной отрасли.

В первый день работы конференции ПЛАС-Форума в 4 тематических сессиях участники обсудили следующие темы: «Трансформация ритейла: Тренды. Прогнозы. Бизнес-стратегии», «Новые форматы и решения в новых условиях», «Платежные инструменты в мультиканальной рознице», «Онлайн-ритейл сегодня: вызовы роста».

Открывая ПЛАС-Форум, модератор первой сессии Максим Гришаков, генеральный директор международной сети супермаркетов SPAR, отметил, что количество изменений на российском розничном рынке, произошедших в течение последних 6–9 месяцев, значительно превышает этот показатель за все последние 5 лет. Среди них — экономические санкции, девальвация национальной валюты, которая не могла не отразиться на закупочных ценах, удорожание стоимости финансирования, повлиявшее на реализацию новых ин-



вестиционных проектов, и т.д. Как следствие, значительно изменилась модель покупательского поведения, вынудившая ритейлеров пересмотреть свои стратегии ценообразования, ассортиментного планирования и пр. М. Гришаков акцентировал внимание аудитории на необходимости сотрудничества производителей и ритейлера по всей цепочке поставок товаров для удовлетворения меняющихся потребностей современного покупателя.

Подробнее темы взаимоотношений поставщиков, ритейлеров и покупателей были рассмотрены Александром Борисовым, генеральным директором Московской международной бизнес-ассоциации, который рассказал о роли Межотраслевого экспертного совета по развитию потребительского рынка (МЭС) в урегулировании взаимоотношений всех участников цепочки поставок. В частности он отметил, что российский розничный бизнес пока еще характеризуется значительной разобщенностью, что не позволяет полностью использовать его потенциал.

В продолжение темы Юрий Михайличенко, исполнительный директор Российской ассоциации франчайзинга (РАФ), рассказал о франчайзинге как об эффективном методе стимулирования развития производства и проводящих сетей, под которыми подразумеваются структуры, позволяющие производителям и поставщикам доставить товары или услуги до потребителя (т.е. в любые точки продаж, торговые сети, кафе и пр.).

Доклад Валерия Разгуляева, управляющего информацией компании «Избенка — Вкус-Вилл», был посвящен вопросу сокращения маржинальности ритейлеров в связи с ростом цен, которое можно рассматривать либо как уступку рынку, либо как серьезные инвестиции в будущее.

В следующих сессиях первого дня форума эксперты обсудили ключевые направления развития онлайн- и офлайн-ритейла, мировые тенденции развития ритейла, перспективы трансграничной онлайн-торговли и многое другое, а представители компаний презентовали собственные успешные бизнес-кейсы и результаты внедрения новых решений в бизнес-структурах. Так, Антон Грабовский («Карусель») рассказал о технологии самообслуживания магазинов, Алистер Леннокс (FITCH) поделился опытом создания омниканального пути покупателя, а Дмитрий Дворецкий (Hoff) презентовал результаты оптимизации рекламного бюджета с помощью сервиса коллтрекинга Calltouch.

Вопрос о платежных технологиях в мультиканальной рознице вызвал повышенный интерес у аудитории ПЛАС-Форума. Тьерри Динар (O'KEY Group) поделился успешным

опытом компании, связанным с повышением лояльности клиентов за счет обслуживания банковских карт и предоставления финансовых услуг, а Онур Алтинбас, генеральный директор компании Verifone в регионе «Юго-Восточная Европа, Турция, Россия», рассказал о платежных решениях компании для розничной торговли.

Говоря об онлайн-ритейле сегодняшнего дня, многие спикеры сравнивали российский и китайский рынки электронной коммерции, обсуждали перспективы онлайн-экспорта российских компаний на западных и азиатских рынках, а также рост продаж зарубежных онлайн-ритейлеров в России. Дмитрий Холонец (KupiVIP) поделился с аудиторией данными о существующих барьерах для развития трансграничной онлайн-торговли и текущих вызовах глобализации, а Максим Шелуханов («Техносила») в своем выступлении поднял вопрос, легко ли адаптироваться ритейлерам к реалиям рынка, а также заявил, что его торговая сеть через три года будет продавать в онлайн больше, чем в офлайн.

Мария Зайцева (SPSR Express) представила доклад «SPSR Express как компания для дистанционной торговли», а Елена Кутарова (АКИТ и «М.Видео») рассказала о критериях качества работы онлайн-магазинов. Актуальнейшими данными с аудиторией поделился Борис Овчинников (DATA Insight): он представил результаты глобального исследования рынка электронной коммерции в России в 2014 году. Согласно его данным, в 2014 году россияне осуществили 180 млн заказов в интернет-магазинах, при этом каждый четвертый заказ приходился на зарубежные интернет-магазины. Согласно прогнозу, количество заказов в 2015 году, скорее всего, останется на уровне 2014 года, однако рост количества онлайн-покупателей продолжится. В ходе второго дня работы ПЛАС-Форума состоялись четыре сессии конференции: «Технологии, дизайн, маркетинг: компоненты оптимизации бизнес-процессов», «Основы современных бизнес-моделей ритейла», «Безопасность и прозрачность в ритейле», «Инструменты формирования лояльности: от данных — к покупателю». Специальными гостями ПЛАС-Форума в этот день стали Ульрих Шпаан, старший вице-президент Европейского института розничной торговли, который поделился самыми актуальными европейскими тенденциями в области дизайна и технологий для розничного сектора, и Майкл Линдер, признанный международный эксперт по маркетингу, который рассказал о наиболее эффективных методах привлечения и удержания покупателя в омниканальной среде. Выступления этих признанных экспертов рынка перед российской аудиторией состоялись впервые.





В рамках обсуждения таких составляющих оптимизации бизнес-процессов, как технологии, дизайн и маркетинг, спикеры поделились наиболее инновационными решениями и проектами своих компаний. Так, Александр Голощапов (Сапоп) рассказал о самостоятельной печати POS-материалов на широкоформатных принтерах Сапоп в рамках эффективного способа снижения себестоимости, а Александр Чистяков и Алексей Шабанов (ГК «Пилот») поведали аудитории о возможностях современных технологий в ритейле: Wi-Fi, гиперперсонализация, мобильная аналитика и цифровые рекламные панели.

Говоря об основах современных бизнес-моделей ритейла, Наталья Моржова (GfK Rus) поделилась данными по ассортиментной стратегии мультиканальной и онлайн-розницы и ответной реакции покупателей. Например, для 60% покупателей самый важный критерий при выборе интернет-магазина — более низкая цена товара по сравнению с другим магазином. Дмитрий Пшенов (Fujitsu) представил публике решение необычного уравнения «Ритейлер, вендор, партнер. $1+1+1=5!$ », а Егор Ланько («Азбука Вкуса») рассказал об IT-технологиях, способствующих развитию омниканальной стратегии ритейл-сетей.

Интересным бизнес-кейсом поделились Дмитрий Петров («Иль Дэ Ботэ») и Михаил Трунов (UCS) на примере внедрения подарочных карт в сети магазинов «Иль Дэ Ботэ». Было отмечено, что компания UCS ежемесячно обрабатывает 250 тыс. операций по подарочным картам.

Традиционно много внимания было уделено таким важным темам, как безопасность и прозрачность в ритейле. Вопрос защиты конфиденциальных данных подробно рассмотрел Николай Кочмарский (TESSIS), а тему облачного видеонаблюдения представил Алексей Майоров (AXIS Communications). Федор Курносов («Эльдорадо») рассказал о рисках онлайн-торговли и организации обработки персональных данных клиентов.

Параллельно с конференцией оба дня работы ПЛАС-Форума «Online & Offline Retail 2015» действовала представительная ежегодная вы-

ставка специализированных бизнес-решений, оборудования и технологий ведущих российских и зарубежных компаний, которые на 52 стендах представили информацию об успешных проектах и своих планах на ближайшее будущее.

Еще в прошлом году участники рынка включили мартовский ПЛАС-Форум в свои деловые календари как мероприятие, играющее для них сразу несколько ключевых ролей. Во-первых, «Online & Offline Retail» стал единой площадкой для обмена мнениями и налаживания бизнес-контактов среди всех игроков рынка: ритейлеров, вендоров, поставщиков, логистических компаний и пр. При этом удачное сочетание конференции и выставки в стенах столичного «Форум Холла» позволяет участникам мероприятия приобщиться к самым современным технологиям индустрии ритейла и быть в курсе последних достижений в этой области. Более того, они получают редкую возможность наглядно оценить реальную успешность каждого решения на примере соответствующих бизнес-кейсов, представленных на форуме. И, наконец, расширяющееся с каждым годом присутствие экспертов российского и мирового рынка позволяет напрямую узнать их мнение по актуальным вопросам, получить доступ к накопленной статистической и аналитической информации. Не случайно в 2015 году форум посетили 945 делегатов (это почти в 2 раза больше, чем в 2014 году). Учитывая рост интереса к форуму и количество заявок на участие, оргкомитет форума в 2015 году принял решение провести мероприятие в двухдневном формате.

Выражая благодарность всем участникам Международного ПЛАС-Форума «Online & Offline Retail 2015», оргкомитет приглашает продолжить сотрудничество на следующем, 3-м Международном ПЛАС-Форуме «Online & Offline Retail 2016», который пройдет в Москве в здании «Форум Холла» 4–5 апреля 2016 года.

