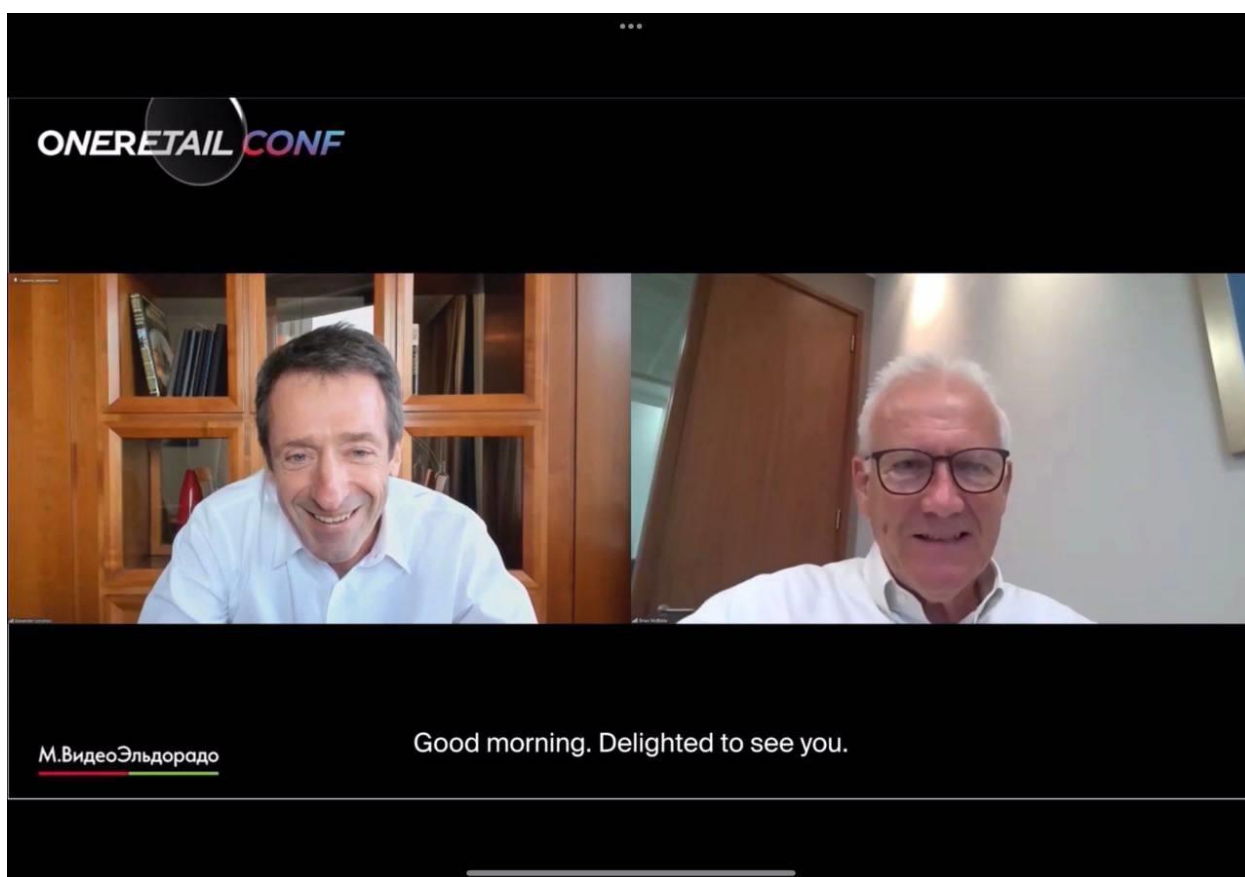


На ежегодной конференции «М.Видео-Эльдорадо» обсудили будущее ретейла и технологий

Группа «М.Видео-Эльдорадо», ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), в рамках техноконференции Oneretail Conf провела визионерскую дискуссию о будущем ретейла с участием топ-менеджеров компании и международного эксперта в e-commerce Брайана Макбрайда, председателя Совета директоров Trainline, члена Совета директоров компаний Kinnevik AB, Wiggle.com, Lazard's, Standard Life, в прошлом председателя Совета директоров ASOS и генерального директор Amazon UK.



По итогам обсуждения участники встречи пришли к выводу о том, что розничные магазины остаются востребованными и продолжают играть важную роль в ретейле. При этом на первый план выходят технологии онлайн-продаж — готовность работать с большими данными, продавать через мобильные приложения, выстраивать бесшовные коммуникации.



По мнению Брайана Макбрайда, дата-сервисы сейчас определенно являются приоритетным направлением ритейлтех: «Миллионы покупателей, тысячи артикулов — человеку не под силу обработать такие объемы и выявить закономерности. Я не думаю, что робот когда-нибудь заменит человека, но их союз обеспечит лучший результат. Поэтому основная задача ритейлеров — научиться работать с данными, чтобы вывести клиентский опыт на новый уровень».

По словам Макбрайда, торговой организации, конечно, не обязательно становиться ИТ-компанией, чтобы преуспеть. Тем не менее, работая в торговле сегодня, необходимо разбираться в технологиях и применять их. К развитию ИТ-решений компании подталкивает необходимость обслужить возросший спрос или решить какие-то другие вновь возникшие задачи, например, один из ведущих мировых облачных провайдеров Amazon Web Services появился как ответ на необходимость оперативно увеличивать мощности в период новогодних распродаж.

Генеральный директор «М.Видео-Эльдорадо» Александр Изосимов в свою очередь подчеркнул важность использования обоих форматов (офлайн и онлайн) и формирования мультиканальной системы продаж. Он отметил, что физические магазины остаются востребованными, так как люди хотят получать эмоции от процесса выбора и от покупки. Примерно 85% клиентов на рынке техники и электроники используют и онлайн, и магазины на разных этапах выбора и покупки, и с каждым годом мультиканальных клиентов становится все больше. Поэтому онлайн-игроки ищут продолжение своего развития в офлайне, понимая, что это даст новое качество роста. Alibaba выкупила контроль в одном из крупнейших продуктовых ритейлеров в Китае Sun Art. Amazon приобрела Whole Foods, экспериментирует с форматом Amazon Go и открытием больших

физических магазинов, продающих товары с максимальными рейтингами. JD.com купила китайского CE ретейлера Five Star.

«Усиление физического ретейла новыми технологическими решениями, связывающими его с онлайн-продажами в единое целое — это то, во что мы верим и что развиваем», — пояснил Александр Изосимов. Его слова подтвердила управляющий директор блока OneRetail «М.Видео-Эльдорадо» Дагмара Иванова. Она представила участникам дискуссии технологический продукт компании под названием OneRetail, который базируется на пяти составляющих: мобильном приложении продавца, мобильном приложении клиента, веб-сайте, розничной сети и Big Data. Интеграция этих элементов позволяет авторизовать клиента в едином онлайн-пространстве, дополненном преимуществами розницы. Сквозная аналитика помогает узнать покупателя уже на пороге магазина.

В течение следующих трех лет «М.Видео-Эльдорадо» будет стремиться удвоить количество авторизованных клиентов и перевести общение с ними в смартфон, где пользователь может пройти весь путь от выбора до покупки независимо от его местоположения (дома или в магазине). Такая модель позволит анализировать цифровой след, получать обратную связь, развивать сервисы и предлагать потенциальному покупателю только релевантные решения.

В заключении участники дискуссии пришли к выводу о том, что необходимо адаптироваться к радикальному изменению клиентского опыта и стереть грань между цифровым и физическим миром, сделав взаимодействие клиента с ретейлером абсолютно одинаковым в этих двух мирах. Покупатель не должен задумываться о том, в какой среде он сейчас находится — в онлайн или в офлайн, и прилагать дополнительные усилия, чтобы решать свои задачи.

Онлайн-техноконференция Oneretail Conf прошла 19–22 октября 2021 года и объединила около 30 брендов-лидеров в сегменте электроники, ведущих российских и международных экспертов ретейла в целом и всех неравнодушных к гаджетам. Зрители познакомились с сотней новинок электроники, ведущий шоу Валентин Петухов (Wylsacom) провел серию краш-тестов, прошли мастер-классы известных шеф-поваров и амбассадоров брендов, а зрители могли заглянуть в магазин будущего и получить интерактивную консультацию.



В рамках мероприятия 21 октября прошел отраслевой баттл среди продавцов электроники и техноэкспертов — «Заяви о себе 2.0». В нем приняли участие порядка 1000 фанатов технологий со всей страны из самых разных сетей, брендов и сфер деятельности. А 22 октября состоялся суперфинал кибертурнира по CS: GO или Dota2.