# Взаимодействие IT и бизнеса при переходе к омниканальности

Скориков Евгений

Главный архитектор AWG

18.04.2018

# IT омниканальные решения

- КОНСАЛТИНГ
- АНАЛИТИКА
- ДИЗАЙН
- АУТСОРСИНГ
- РАЗРАБОТКА И ТЕСТИРОВАНИЕ
- СОПРОВОЖДЕНИЕ

# Актуально: Переориентация на клиента

# Неготовность IT

- На рынке мало экспертов
- Медленный Time To Market
- Отсутствие устоявшейся омниканальной модели
- Отсутствие одного готового решения для омниканальности

# Новые проблемы взаимодействия с IT

- **Не предусматривается развитие MVP**
- **Частичное использование функционала продуктов**
- **IT не готово к новым бизнес инициативам**
- **Несогласованные приоритеты бизнес-подразделений**

## Причины

1

**Отсутствие понимания текущего состояния;**

**Отсутствие понимания целевого состояния и пути к нему с учетом состояния IT рынка**

2

**Низкий уровень доверия к ИТ**

# Постройте процесс омниканальной трансформации

It’s not hard

# Шаг 1
# Объясните IT концепцию бизнеса

1. Аудитория
2. Экспертиза
3. Уровень цен-сервиса
4. Основные процессы

# План по целевым показателям

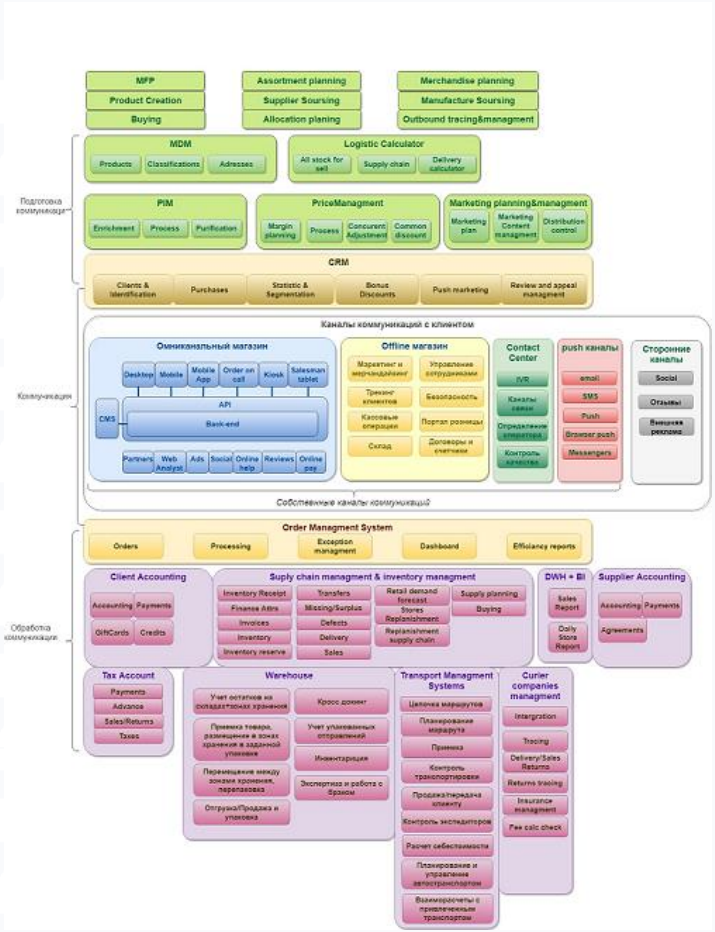
| | Y17 Fact | Y18P Tot | Y18FF Tot |
|---|---|---|---|
| **Параметры развития бизнеса** | | | |
| Посещения (млн в квартал) | 2.5 | **3.3** | **5.4** |
| Ширина ассортимента (в сотнях тысяч SKU) | 100 | **105** | **130** |
| Продажи доставка (млн руб) | 85 | **120** | **180** |
| Продажи самовывоз (млн руб) | 30 | **240** | **460** |
| LTV (в десятках тыс руб) | 36 | **42** | **48** |
| Средний чек | 5.4 | **5.8** | **6.2** |
| UPT | 2.1 | **2.3** | **2.8** |
| Средняя цены (в тыс руб на штуку) | 1.5 | **1.6** | **1.7** |
| Привлечение в розницу (ROPO, млн клиент | 20% | **34%** | **68%** |
| Доля B2B/B2C | 60% | **40%** | **30%** |
| Доля перекупщиков в B2B | 15% | **25%** | **40%** |

# Шаг 2.
# Создайте модель работы совместно с IT

1. **Ассортимент и цены**
2. **Принципы привлечения и удержания клиентов**
3. **Fulfillment и процессы обслуживания**

**Целевая**

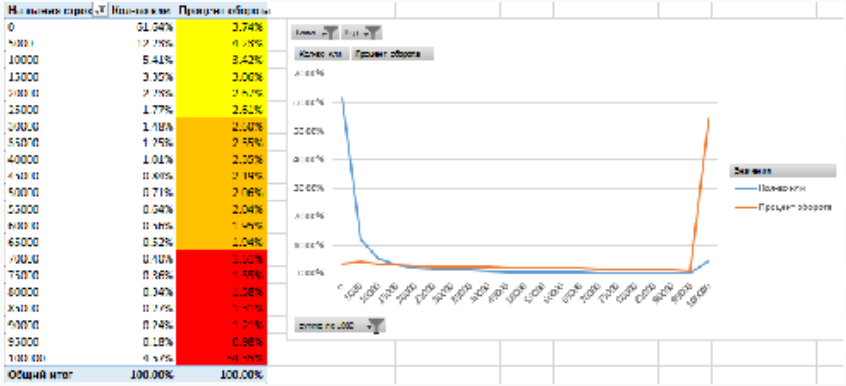
**функциональная архитектура**



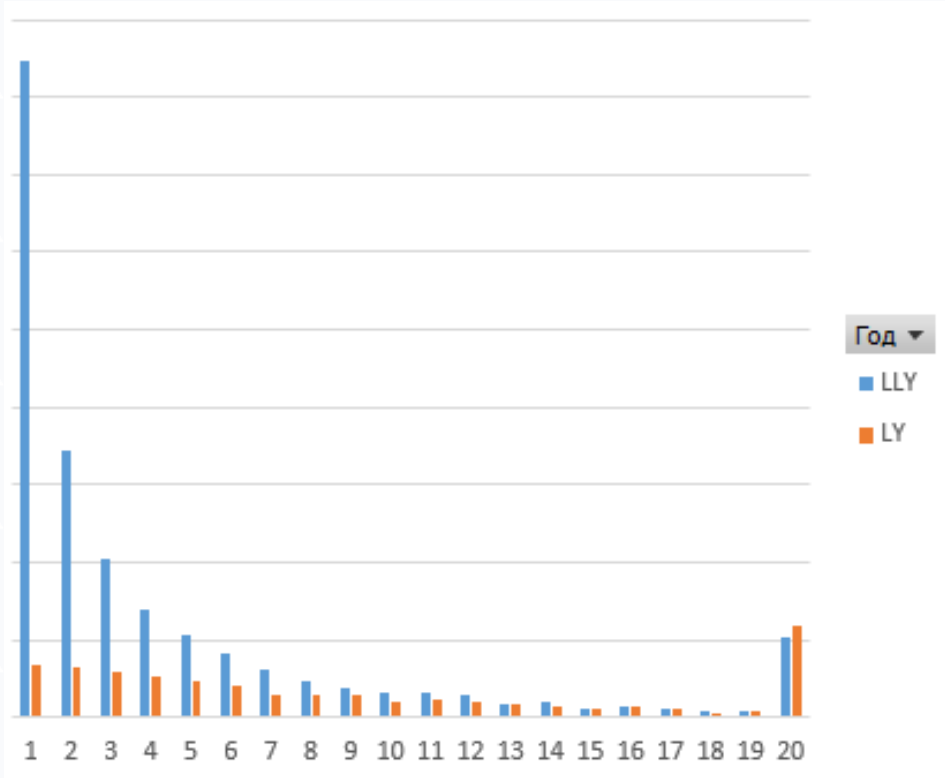
# Шаг 3. Вовлекайте IT в работу с клиентом

- **Сбор обратной связи от неудовлетворенных клиентов**
- **Сбор обратной связи от сотрудников, работающих с клиентами**
- **Вовлечение в обслуживание клиентов**
- **Представление себя на месте клиента**

# Анализ данных



| | | |
|---|---|---|
| 0 | 51.64% | 0.74% |
| 10000 | 5.41% | 8.42% |
| 15000 | 3.30% | 5.00% |
| 25000 | 1.77% | 2.81% |
| 35000 | 1.18% | 2.04% |
| 45000 | 1.05% | 2.05% |
| 50000 | 0.71% | 2.06% |
| 55000 | 0.64% | 2.04% |
| 65000 | 0.52% | 2.04% |
| 75000 | 0.36% | 1.56% |
| 80000 | 0.34% | 1.58% |
| 95000 | 0.18% | 0.98% |
| Общий итог | 100.00% | 100.00% |



# Шаг 4. Проведите совместное ранжирование и группировку в проекты

Ранжирование

| Окупаемость | Сложность |
| --- | --- |

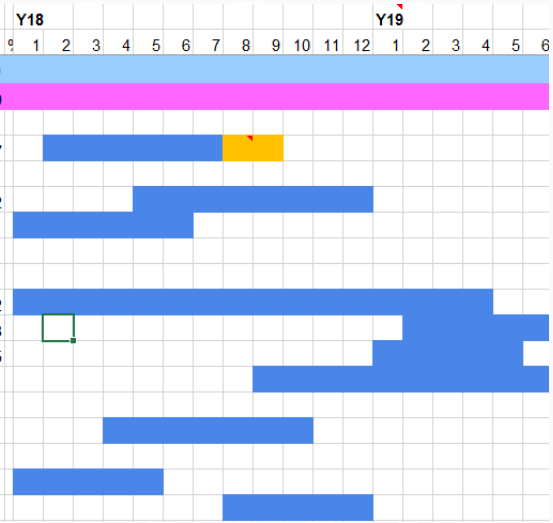
# Группировка в проекты/ доработки в рамках функциональных границ

| Фу | Функциональность | Система AS IS | Ключевые точки роста | Важность | Система TO BE | Точки роста |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | **Управление ценообразованием** | 1С УТ + Битрикс (парсинг) | Согласованные цены ИМ и Розницы | ??? | | A01 |
| | **Управление маркетинговой активнос** | Excel + почта | Согласованные промоакции в ИМ и Роз | важно | ??? | A05 |
| **Управление клиентами** | | | | | | |
| | **Клубная программа** | Monzana+Битрикс+OLAP+1С+ | ручная интеграциячто-то еще? | критично | Mindbox | A06 |
| | **Push маркетинг - удержание и возвра** | Monzana+Битрикс+OLAP+1С+ | ручная интеграцияслабая связанность ко | критично | | A06 |
| | **Управление жалобами и предложени** | 1С Itilium | | без изменений | | |
| **Омниканальные коммуникации** | | | | | | |
| | **Подготовка контента** | Битрикс, 3 разных решения | Многовитринность | ??? | | A04 |
| | **Фронт-енд решения** | | | | | |
| | Декстопная версия | Битрикс, 3 разных решения | Юзабилити, внутренний движок | критично | Самопис | A04 |
| | Мобильная версия | Битрикс, 3 разных решения | Функционально беднее чем декстоп | критично | Самопис | A04 |
| | Мобильное приложение | ?? | Старое, без исходных кодов, только iOS | ??? | Самопис | A13 |
| | Заказ по телефону | Битрикс ?? | | ??? | Самопис | A04 |
| | Терминал (киоск) в магазине | Отдельное приложение на | за рамками проекта | ??? | ??? | |
| | АРМ продавца | (отсутствует) | продавцов нет, есть мерчандайзеры | без изменений | | |
| | Онлайн оплаты | (отсутствует) | Нужно сделать | ??? | ??? | C03 |
| | **Бек-енд** | | | | | |
| | Основные разделы ИМ | Битрикс, 3 разных решения | | важно | Самопис | A04 |
| | Омниканальный выбор товара | Битрикс, 3 разных решения | нет фасетов/сортировок/индикации по | ??? | Самопис | A04 |
| | Непрерывный персональный мар | Битрикс, 3 разных решения | требует интеграции с CRM | важно | Самопис | A04 |
| | Режим в офлайн магазине | Битрикс, 3 разных решения | Нужно сделать | ?? | Самопис | A04 |
| **Offline магазин (в части работы с заказами)** | | | | | | |
| | **Склад** | 1С УТ | Возврат заказов из любого канала | ??? | | A02 |

# Шаг 5. Создайте согласованный Roadmap

- **MVP с учетом будущих потребностей**
- **Сквозные приоритеты развития**

| Проекты | Статус | Y17 Fact | Y18P Tot | Y18FF Tot |
|---|---|---|---|---|
| **Итого, расходы** | | **0** | **79** | **49** |
| **Развитие функциональных блоков** | | | 79.1 | 49 |
| **PIM** | | | | |
| Web PIM (с экселем). | Подтверждено | | **18.7** | **18.7** |
| **CRM** | | | | |
| Замена программы лояльности | Подтверждено | | 12.3 | 3.2 |
| Управление промоакциями | Подтверждено | 2.3 | 5.8 | |
| Перепозиционирование клубной программы на накопление, из | Не обсуждалось | | | |
| **Omnicommerce CMS** | | | | |
| Web платформа 2.0 | Подтверждено | 23.2 | 26.2 | 6.2 |
| Мультиветринность | Подтверждено | | | 12.3 |
| Персональные промокоммуникации | Подтверждено | | | 6.5 |
| Мобильная версия, догнать | Подтверждено | | 4.2 | 2.1 |
| Продающий контакт центр | Не обсуждалось | | | |
| Мобильное приложение, догнать | Подтверждено | | 6.2 | |
| **Call центр** | | | | |
| Аутсосинговый контакт центра | В работе | 4.5 | 2.2 | |
| Колл центр в регионе | В работе | | 3.5 | |



# Основные проблемы доверия IT

- IT не поддерживает бизнес-инициативы
- IT срывает сроки
- IT латает дыры
- ИС тормозят и падают
- Сложность подключения другой команды
- Войны между внутренним и внешним IT
- Отсутствие развития IT компетенций
- Сокращения в IT при финансовых кризисах

# Шаг ∞

## Постройте доверие к IT

1. Проекты и доработки = инвестиции

2. Взаиморасчеты с IT по рыночным ставкам

3. Незамкнутость IT, ориентация на рынок

# Контакты

**Евгений Скориков**

es@awg.ru

+7 (926) 303-34-47

@EvgeniySkorikov

facebook.com/evgeniy.skorikov