

ЭКСПОФОРУМ

18.04.2018

Программа секции ЦИФРОВОЙ РИТЕЙЛ

По прогнозам мировой рынок цифрового ритейла вырастет в 4 раза и составит к 2024 году 8,7 трлн долл. (для сравнения в 2016-м – 1,8 трлн долл), к 2024 году доля «цифры» превысит треть оффлайнового ритейла. Цифровая трансформация в российском ритейле идет медленнее, но ежегодный прирост онлайн - покупателей составляет 9%, а электронные продажи растут в два раза быстрее традиционных.

Параллельно произошло снижение темпа роста ВВП, стагнация потребительского спроса, ужесточение конкуренции, на порядок затруднен доступ к финансовым ресурсам на развитие и масштабирование розничных сетей. На пороге мира «кириллицы» стоят быстрорастущие международные компании, которые могут снизить прибыльность, инвестируя в цифровые технологии. Многие ритейлеры РФ столкнулись с угрозой существования бизнеса и вынуждены принимать решения о том, в какие цифровые технологии инвестировать. Параллельно требуется минимизировать издержки в бизнес-процессах и вести конкурентную борьбу за покупателя, успевая за его изменчивым потребительским поведением, финансовыми возможностями и упрощением совершения покупок.

**9.00-11.00**

**Сессия 1: Драйверы создания стоимости в ритейле 2018**

* Цифровые технологии в управлении рентабельностью активами ритейлеров. Технологии автоматизации для повышения производительности и снижения издержек
* Инструменты сохранения операционной эффективности на фоне падающей маржи и спада потребительского спроса
* BigData – от сбора данных через анализ и профилирование к продажам
* Эффективная логистика и взаимодействие с поставщиками. Как не потерять клиента «на кассе»

**Модератор:**

**Лия Левинбук**, вице-президент, АКИТ

**К участию приглашены:**

**Эльгиз Качаев**, Председатель, Комитет по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт-Петербурга

**Вадим Владимиров**, руководитель, Управление Федеральной Антимонопольной Службы по Санкт-Петербургу

**Дмитрий Чтецов**, генеральный директор, сеть супермаркетов «*Лэнд»*

**Евгений Мовчан,** генеральный директор, СТД «*Петрович*»

**Михаил Уржумцев,** президент, генеральный директор «*Мэлон Фэшн Груп*»

**Михаил Славинский,** генеральный директор, «*Ситилинк*»

**Марита Коскинен**, заместитель генерального директора, Prizma

**Андрей Орлов**, директор по стратегическому развитию, Аптечная сеть 36,6

**11.30-13.30**

**Сессия 2:**

**Цифровые технологии в борьбе за потребителя**

* Кастомизация товаров и персонализированные коммуникации с покупателем. Управление онлайн и офлайн эмоциями покупателя. Механизмы допродажи. Станут ли прорывными алгоритмы рекомендаций на основе непервостепенных свойств товаров
* Формирование потребительского опыта в omnichannel
* От системы «умный магазин» к эффективному маркетингу и оптимальным потребительским потокам
* Формирование лояльности во времена неверных покупателей. Удержать дешевле, чем привлечь
* Поможет ли «цифра» отследить потребности «мультиканального» посетителя. Как в погоне за онлайн покупателями не потерять офлайновых. Особенности продаж неатрибутированных потребителем товаров

**Модератор:**

**Александр Тарасов**, исполнительный директор, Всероссийская ярмарка детских колясок Mybabyko

**К участию приглашены:**

**Марк Завадский**, Alibaba Russia

**Алексей Ручкин**, директор по электронной коммерции, АДАМАС

**Борис Овчинников**, управляющий партнер, Data Insight

**Богдан Задорожный**, директор по развитию бизнеса *Alipay* в России и СНГ

**Юрий Берченко**, руководитель по работе с крупным компаниями, Google

**Иван Кулик**, директор интернет-магазина «220 Вольт»

**Алексей Перфилов,** директор по IT-технологиям, Л’Этуаль