



# ТРЕНДЫ РИТЕЙЛА, ОСНОВАННЫЕ НА ДАННЫХ

И КАК С НИМИ РАБОТАТЬ

---

Июнь 2025

# ЗНАКОМСТВО

## Мария Шматкова

- Директор по клиентскому опыту и концептам формата “Магнит Косметик”
- Основатель компании “Ритейл Дока”



## 17 лет в ритейле

- Практический опыт в категорийном менеджменте, закупках, СТМ, импорте, маркетинге, NPD-проектах, развитии брендов, управлении торговым пространством
- Практический опыт в разработке и внедрении новых концептов магазинов, шоп-ин-шопов и корнеров
- Agile-coach, специалист в области гибких проектных методологий (SAFe RTE 6.0)

# КАКИЕ РЕШЕНИЯ СЕЙЧАС ВЫНУЖДЕНЫ ПРИНИМАТЬ СЕТИ В БОРЬБЕ ЗА ПОКУПАТЕЛЯ?



*Открытие ультрамалых форматов магазинов*



*Развитие CX - клиентского опыта*



*Более частый пересмотр концептов и редизайн*



*Развитие e-Com как приоритетного канала*



*Регулярное обновление CVR – ценностного предложения*



*Сегментирование целевой аудитории и адаптация под неё*

# 3 САМЫЕ КРИТИЧНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СЕГОДНЯ



**Дефицит массового персонала**



**Изменение потребительского поведения**



**Цифровая трансформация и гибридный ритейл**

# ИХ СЛОЖНО РЕШИТЬ ИЗ-ЗА

- высокой конкуренции
- быстрой эволюции технологий
- нестабильности рынка



# ПОЧЕМУ КРИТИЧЕН



## Дефицит массового персонала

- Высокая текучесть кадров (до 100% в год у кассиров, продавцов)
- Нехватка мотивированных сотрудников — низкие зарплаты, сложные условия (график, стресс)
- Рост требований к навыкам (работа с CRM, мультиканальные продажи), но кандидаты не всегда соответствуют

# ПОЧЕМУ СЛОЖНО РЕШИТЬ



Зарплатный парадокс: повышение окладов съедает маржу, и конкуренция с курьерскими сервисами и фрилансом, где платят больше за гибкость



Изменение трудовых ценностей: молодёжь не хочет стоять на кассе 12 часов, а запрос на удалёнку или частичную занятость не удовлетворить в офлайн-ритейле



Не всегда эффективные HR-процессы: ручной подбор не справляется с масштабами, а автоматизация требует инвестиций

# ПОЧЕМУ КРИТИЧНО



## Изменение потребительского поведения

- Клиенты стали непредсказуемы: тренды на осознанное потребление, отказ от брендов, спонтанные покупки в соцсетях
- Рост запроса на персонализацию и экологичность
- Лояльность почти исчезла — покупатели легко переключаются

# ПОЧЕМУ СЛОЖНО РЕШИТЬ



Невозможно точно прогнозировать спрос



Требуются гибкие цепочки поставок и быстрая реакция



Маркетинг стал сложнее (нужны микротаргетинг, контент-стратегии)

# ПОЧЕМУ КРИТИЧНЫ



## Цифровая трансформация и гибридный ритейл

- Потребители хотят бесшовный опыт (онлайн-заказ, самовывоз, доставка)
- Маркетплейсы и D2C-бренды перехватывают клиентов
- Данные — новый актив, но многие ритейлеры не умеют их использовать

# ПОЧЕМУ СЛОЖНО РЕШИТЬ



Дорогая и долгая интеграция IT-решений (CRM, AI-аналитика)



Конфликт "старых" и "новых" бизнес-моделей (офлайн vs. онлайн)



Нехватка digital-кадров

# КАКИЕ ТЕХНОЛОГИИ СТАНУТ MUST-HAVE ДЛЯ РИТЕЙЛА ЧЕРЕЗ 5 ЛЕТ?



1

## ИИ-ассистенты для персонализированных продаж

AI, знающий ваши предпочтения лучше вас. 73% покупателей ждут персональных рекомендаций. Без этого произойдет потеря конверсии.



2

## Компьютерное зрение и автоматизированные магазины:

Камеры + датчики в торговых залах, фиксирующие выбор без касс. Это дает сокращение очередей на 90% + сбор данных о поведении в реальном времени.



3

## Дроны и рободоставка

Автономные дроны для срочных заказов (как тестирует Walmart). В городах — роботы-курьеры (Яндекс). Клиенты хотят доставку за 30–60 минут, а человеческие курьеры дорожают.

# КАКИЕ ТЕХНОЛОГИИ СТАНУТ MUST-HAVE ДЛЯ РИТЕЙЛА ЧЕРЕЗ 5 ЛЕТ?

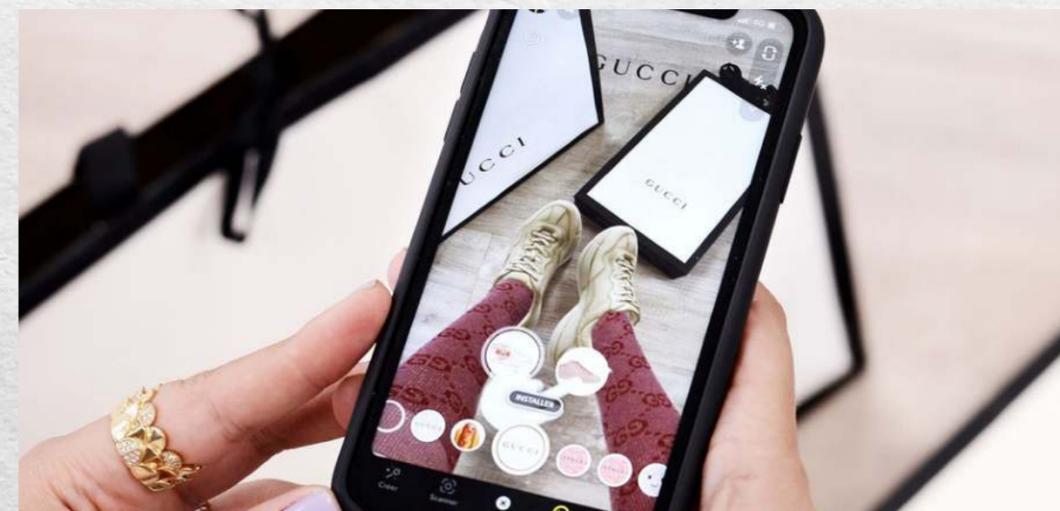


4

## Цифровые двойники (Digital Twins) для управления ассортиментом

Виртуальные копии магазинов, где ИИ тестирует раскладку товаров и прогнозирует спрос.

Это снизит логистические издержки на 15–20% (Capgemini).



5

## AR/VR-примерочные и «метавселенные»

Виртуальные примерки (как у Gucci в Snapchat), 3D-туры по магазинам в VR. 40% Gen Z откажутся от брендов без AR-опыта.

# МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ



## Магазин будущего

- *Магазины без касс*
- *Дифференциация ассортимента*
- *Новые концепции магазинов*

-  Магазины с КСО и без касс
-  Расширение ассортимента
-  Диверсификация форматов магазинов

## Е-Сom и цифровая экосистема

- *Посреднические партнерства*
- *Розничные медиа*
- *Возможности e-com*

-  Привлечение партнеров для расширения онлайн-предложения
-  Развитие каналов поступления дохода с высокой маржой (медиа)
-  Цифровой кошелек и моб.приложения

# МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ

## Цепочки поставок и фулфилмент

- Быстрая доставка
- Универсальность фулфилмента

 Обеспечение доставки «по запросу»

 Инновации на «последней миле» для скорости и эффективности фулфилмента

## Привлечение и удержание покупателей

- Устойчивое развитие и ответственное потребление
- Программа лояльности и цифровое взаимодействие
- Фокус на цене и ценности

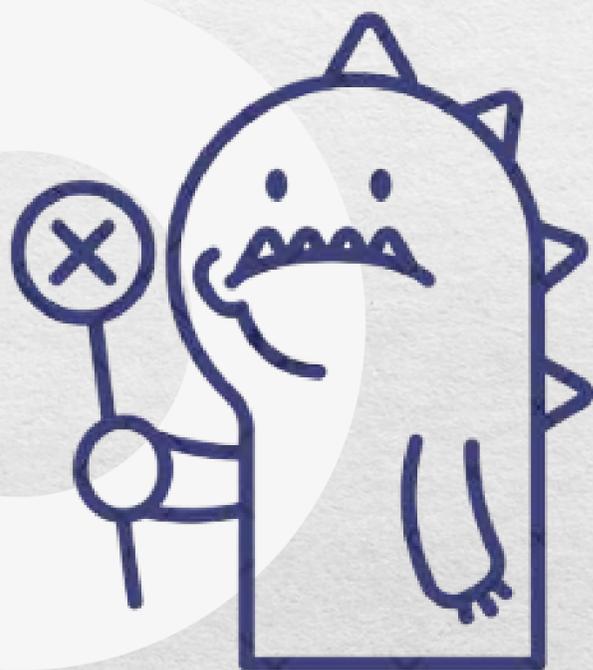
 Приоритет на экологичный и полезный ассортимент

 Персонализированные акции лояльности

 Усиление фокуса на ценность в ответ на инфляцию



# ЧТО ПОТЕРЯЕТ АКТУАЛЬНОСТЬ К 2029?



1

## Физические дисконтные карты

Цифровые профили (на основе телефона/лица) заменят пластик. Бонусы будут начисляться автоматически.

2

## Универсальные CRM-системы

Появятся узкоспециализированные ИИ-платформы для ритейла (например, анализирующие эмоции покупателей по камерам).

3

## Человеческие колл-центры

ChatGPT-подобные боты решат 95% типовых запросов. Живых операторов оставят для VIP-клиентов.

4

## «Слепые» закупки

ИИ-алгоритмы (типа ToolsGroup) уже сейчас точнее людей прогнозируют, сколько и чего заказывать.

5

## Бумажные-чеки

Правительства обяжут ритейлеров перейти на электронные. Даже бабушки привыкнут к QR-кодам.

# ПРОГНОЗ К 2029 ГОДУ

## Ритейл разделится на два лагеря

«Умные» сети с полной автоматизацией:  
искусственный интеллект,  
роботы, цифровые двойники.

«Человечные»  
нишевые магазины:  
с эксклюзивным сервисом,  
где технологии «невидимы»  
(как в люксовых бутиках).

*Проиграют компании, застрявшие в середине — с дорогой, но устаревшей автоматизацией и без эмоциональной связи с клиентом.*



# КОНТАКТЫ

*Давайте дружить бизнесами!*

 @Maria\_Retail\_Doca

 retail-doca@mail.ru

 retail-doca.com

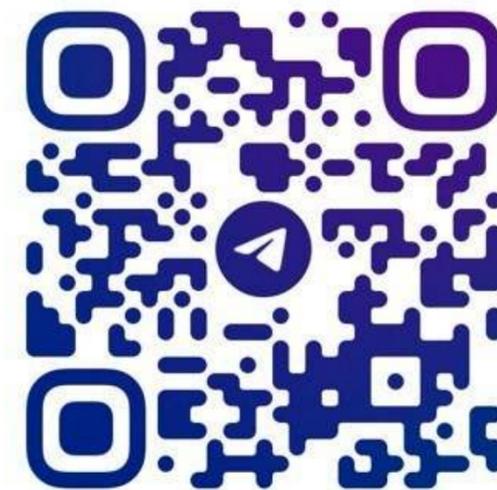
 linkedin.com/in/maria-shmatkova

телефон:



*Тут пишу о:*

- Стратегиях роста
- Бизнес-трендах
- Полезной литературе



@MARIA\_IN\_STRATEGY