

2017

Каталог решений IBM для розничной торговли



IBM





Содержание



Предисловие	4
Императивы розничной торговли	6
Клиентский опыт приобретения товаров и обслуживания клиентов	8
Единый взгляд на клиента	10
Маркетинг и вовлечение клиентов	12
Коммерция	14
Мерчандайзинг и сети поставок	16
Мерчандайзинг и ассортимент	18
Сети поставок и выполнение заказов	20
Операции и инновации	22
Трансформация внутренних операций	24
Магазины и безопасность	26
Анализ и планирование эффективности	28
IBM и отрасль розничной торговли	30

Предисловие

Новые технологии продолжают трансформировать способы общения людей, их взаимодействий и получения информации – в том числе для выбора и приобретения товаров и услуг. Динамичные инновационные компании использовали технологические достижения для разработки новых бизнес-моделей, сервисов и решений, которые координально изменили сферу розничной торговли и ожидания потребителей. Поэтому розничные компании должны искать новые пути к пониманию, привлечению и обслуживанию клиентов в мире онлайн.

Происходит конвергенция физического и цифрового миров, и современным розничным компаниям необходимо обеспечивать беспрепятственное приобретение товаров по любым каналам, реализуя концепцию действительно многоканальной розничной торговли. Мобильные и социальные взаимодействия, а также Интернет вещей (Internet of Things, IoT), в котором данные генерируются подключенными к сети системами и носимыми устройствами, открывают новые возможности для получения конкурентных преимуществ на основе знаний и инноваций. Кроме того, когнитивные вычисления позволяют компаниям обрабатывать огромные объемы данных из новых источников, чтобы совершенствовать обслуживание клиентов и повышать эффективность бизнеса. В сфере розничной торговли это открывает возможности для ускоренного и более глубокого понимания ситуации, что помогает предоставлять клиентам качественное обслуживание и эффективно вести бизнес в соответствии с выбрано стратегией.

Помимо этого, неизменными остаются некоторые основополагающие отраслевые потребности. В отрасли розничной торговли есть три императива, на которых должны сосредоточиться все организации:

- Опыт приобретения товаров и обслуживания клиентов – персональные и беспрепятственные взаимодействия с клиентами при любых контактах
- Мерчандайзинг и сети поставок – повышение конкурентоспособности благодаря превосходным предложениям, динамичной цепочке поставок и сотрудничеству с партнерами
- Операции и инновации – внедрение инноваций для поддержки динамичных операций, разработки прибыльных моделей ведения бизнеса и расширения возможностей сотрудников

Эти императивы способны поддерживать успешную деятельность в сфере розничной торговли, обеспечивая взаимодействия с клиентами, эффективность операций и повышение лояльности для расширения доли рынка и прибыльного роста.



Технологические решения помогают розничным компаниям успешно решать эти три фундаментальные задачи. Мобильные и социальные взаимодействия обеспечивают релевантные коммуникации с клиентами, сотрудниками и поставщиками с учетом актуального контекста.

Такие новые возможности, как Blockchain, а также новые локально сконцентрированные данные, например, метеорологические прогнозы, поддерживают повышение эффективности операций, прозрачности процессов и динамичности бизнеса розничных компаний, позволяя предоставлять потребителям продукты и услуги, соответствующие их ожиданиям. Большие данные и аналитика выявляют закономерности, предпочтения и тенденции, помогая быстрее принимать оптимальные решения для совершенствования маркетинга, мерчандайзинга, управления цепочками поставок и обслуживания.

Облачные вычисления и другие инновационные подходы позволяют быстрее, эффективнее и надежнее предоставлять клиентам новые возможности. Технологии корпоративной безопасности гарантируют защиту самой важной информации компании, особенно касающуюся данных о клиентах.

IBM предлагает розничным компаниям все, что нужно для трансформации бизнеса, ориентированного на удовлетворение потребностей клиентов, – разработку стратегий, решения, инфраструктуру, исследования, консультации и проектирование интерактивных пользовательских сред. Мы помогаем розничным компаниям углублять взаимоотношения с клиентами и предлагать конкурентоспособный ассортимент товаров, совершенствуя операции в масштабе всего предприятия для поддержки прибыльного роста.

В этом руководстве представлены решения IBM для отрасли розничной торговли. Предлагается краткий обзор того, что нужно делать розничным компаниям в каждой из упомянутых областей, и приводятся решения IBM, способные поддерживать такие действия.

Свяжитесь с региональным представителем IBM для организации встречи, чтобы обсудить любое предложение IBM из этого руководства.

С уважением,
группа IBM Global Retail Industry Team

Когнитивные вычисления

Технологии когнитивных вычислений – это системы, которые понимают данные (структурированные и неструктурированные), целенаправленно их анализируют, интенсивно обучаются и взаимодействуют с человеком на естественном языке. Когнитивные системы основываются не на заранее запрограммированных моделях, а на обучении и тех выводах, которые система делает, исходя из опыта взаимодействия с нами.

Когнитивные системы позволяют компаниям эффективно использовать постоянно растущие объемы все более сложной и стремительно обновляющейся информации, производимой потребителями, системами и сетевыми устройствами в современном мире. Их использование является важнейшим требованием для сохранения конкурентоспособности и прибыльности.

Интернет вещей

Интернет вещей (The Internet of Things, IoT) включает растущее многообразие подключенных к Интернету устройств, которые ежедневно регистрируют или генерируют огромные объемы информации. Потребители используют самую разную технику – от мобильных телефонов и спортивных браслетов до домашних систем отопления и кондиционирования и множество других устройств. В промышленности такие устройства и датчики используются в производственном оборудовании, в цепочках поставок и на транспортных средствах. В розничной торговле Интернет вещей сочетает преимущества электронных и традиционных магазинов, чтобы лучше понимать покупателей и среды обслуживания, рационализировать торговые операции и обеспечить интеллектуальное управление товарами и сетями поставок.

Blockchain

Blockchain позволяет создать общую книгу учета, являющуюся единой, полной и достоверной системой записи всех транзакций, связанных с конкретным активом. Blockchain смещает парадигму хранения копии информации каждой отдельной компанией или организацией к использованию общей системы регистрации, показывающей пожизненную историю транзакций – для всех сторон и участников. Такая система позволяет обеспечивать доверие, ответственность и прозрачность в бизнес-сетях со множеством участников.

Когнитивные вычисления, Интернет вещей и Blockchain, по отдельности или вместе, имеют трансформационный потенциал применения в розничной торговле, повышая эффективность операций, совершенствуя обслуживание клиентов и улучшая отслеживаемость и динамичность процессов в организации.

Введение: Императивы в сфере розничной торговли



Каждая розничная компания сталкивается с уникальной бизнес-ситуацией и вносит на рынок уникальный набор ресурсов, активов и преимуществ.

Однако мы полагаем, что есть универсальные фундаментальные задачи, которые должна решать каждая розничная компания для достижения успеха.

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

ИМПЕРАТИВЫ

В этом руководстве описаны три императива и соответствующие предложения IBM для отрасли розничной торговли, чтобы продемонстрировать, как мы помогаем ведущим розничным компаниям добиваться целей бизнеса.

УСЛОВИЯ ПРИОБРЕТЕНИЯ ТОВАРОВ И ОБСЛУЖИВАНИЕ КЛИЕНТОВ

Единый взгляд на клиента

Маркетинг и вовлечение клиентов

Коммерция



МЕРЧАНДАЙЗИНГ И СЕТИ ПОСТАВОК

Мерчандайзинг и ассортимент

Сети поставок и выполнение заказов

ОПЕРАЦИИ И ИННОВАЦИИ

Трансформация внутренних операций

Магазины и безопасность

Анализ и планирование эффективности



На следующих страницах мы рассмотрим эти три императива розничной торговли и предложения IBM для каждого из них.



Стремясь предложить среду приобретения товаров, в максимальной степени соответствующую запросам потребителей, розничные компании взаимодействуют с клиентами таким образом, чтобы обеспечивать своевременное, подходящее и персонализированное обслуживание каждого из них.



Современные потребители рассчитывают на индивидуальное обслуживание, поэтому для сохранения конкурентоспособности вам необходимо создавать у клиента ощущение того, что вы знакомы с ним лично, понимаете его образ жизни, потребности, желания и стремления, и что вы учитываете его текущие интересы, потребности и желания. В конечном итоге такой уровень близости позволит наладить долгосрочные и взаимовыгодные взаимоотношения между вами и вашими клиентами.

Кроме того, для удовлетворения запросов потребителей среда приобретения товаров не должна делиться на отдельные каналы. У потребителей должна быть возможность беспрепятственно взаимодействовать с вами так, как им удобно – в магазинах, через Интернет, мобильные устройства или контакт-центры, – чтобы изучать, покупать, получать и возвращать товары.

Что вам необходимо для предоставления покупателям такой среды обслуживания? Полное представление о клиентах, охватывающее любые контакты с ними, а также единая платформа для коммерции и маркетинга, чтобы привлекать клиентов и взаимодействовать с ними.

IBM помогает розничным компаниям собирать, защищать и анализировать большие данные с мобильных устройств, из социальных сетей и Интернета вещей, позволяя оценивать поведение каждого конкретного клиента в контексте. Используя всю доступную информацию – из новых источников, структурированную и неструктурированную, в организации и за ее пределами, – можно понимать не только историю индивидуального потребителя, но и его интересы, актуальные жизненные потребности и желания.

Получая такие знания в реальном времени, можно точно определять, какие сведения, сообщения или товары нужно предлагать каждому клиенту в момент взаимодействий. В результате вы сможете углублять свои взаимоотношения с клиентами и добиваться того, чтобы они не забывали о вас.

Что необходимо для создания среды приобретения товаров, максимально точно соответствующей запросам потребителей



Прежде всего, вам необходимо единое и полное представление о конкретных клиентах – для всех точек взаимодействия.

Кроме того, вам нужно предоставлять клиентам значимые сообщения и предложения, отражающие ваше понимание каждого из них – персонально и индивидуально, в любой момент времени.

И наконец, вы должны работать как часы – каждый раз, когда клиент взаимодействует с вами.



ЕДИНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О КЛИЕНТЕ



МАРКЕТИНГ И ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ



КОММЕРЦИЯ



На следующих страницах вы узнаете об ассортименте решений IBM, позволяющих развернуть более совершенную среду обслуживания клиентов.



ЕДИНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О КЛИЕНТЕ

КАК МЫ ЭТО ОПРЕДЕЛЯЕМ

Для сохранения конкурентоспособности крайне важно понимать своих клиентов – как группы и как отдельных потребителей, учитывая изменения образа жизни, – и эффективно использовать эту информацию для налаживания прочных взаимоотношений. Однако большинство розничных компаний сталкиваются с трудностями, пытаясь это реализовать.

Теперь эту проблему можно решить через объединение физического и цифрового миров и использование средств прогнозирования. В настоящее время розничные компании могут внимательно наблюдать за поведением потребителей в магазинах, включая маршруты передвижения, продолжительность пребывания в каждом отделе и частоту совершения покупок.

Сбор таких данных и их объединение с историей взаимодействий с клиентами, информацией об их поведении в режиме реального времени и внешними данными, а также применение аналитики для обнаружения текущих действий, желаний и потребностей каждого клиента в любой момент времени – вот что мы называем единым представлением о клиенте. Превращение таких знаний в действия позволит вам выделяться среди других участников конкурентного рынка.

Однако этого невозможно добиться, просто развернув одну систему или один процесс. Вам нужно собирать максимально возможное количество доступной информации, в организации и за ее пределами, извлекать из нее знания, а затем использовать их в ваших взаимоотношениях с клиентами.

ЧТО ВАМ НУЖНО

Понимание каждого конкретного клиента – с использованием информации, хранящейся в концентраторе основных данных о клиентах

Информация о том, кто такие ваши клиенты, где они живут, их демографические характеристики, интересы, занятия, атрибуты и предпочтения – и все это должно храниться централизованно.

Понимание транзакций каждого клиента и его взаимодействий с вами как розничной компанией – с использованием репозитория данных о транзакциях клиентов

Прозрачность для всех каналов и действий – что клиенты покупают, где, когда и каким образом, с кем они взаимодействуют, на какие маркетинговые предложения реагируют и какие товары предпочитают.

Информация о действиях клиентов и их контактах с другими – с использованием репозитория данных об активности клиентов

Понимание интерактивных взаимодействий клиентов, в том числе с друзьями, родственниками, другими розничными компаниями, брендами и группами – комментарии, обзоры, выражения своего удовлетворения или неудовлетворения, похвалы и жалобы.

Большие данные и аналитика для извлечения знаний из новых источников информации

Получение информации из новых источников данных в организации и за ее пределами, применение аналитики и эффективное использование когнитивных вычислений для понимания поведенческих факторов, чтобы персонализировать условия приобретения товаров для повышения лояльности, роста объемов продаж и прибылей.

ПРИМЕР БИЗНЕС-КОНТЕКСТА

Данные о транзакциях:
– Магазины
– Веб-сайты
– Мобильные устройства
– Контакт-центры
– Киоски
Внешние данные:
– Демография
– Погода
– Перепись
– Интернет вещей

Персональные данные:
– Регистрация клиентов
– Маркетинг
– Домохозяйства



Другие данные:
– Социальные сети
– Блоги
– Рейтинги/обзоры
– Жалобы/комментарии
– Опросы
– Комментарии сотрудников
– Данные/уведомления о местонахождении
– Интернет вещей

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВЫГОДЫ

Увеличение объемов продаж

Рост прибылей

Повышение удовлетворенности и лояльности

КАК МЫ ЭТО ДЕЛАЕМ

Комплекс возможностей, позволяющих получить единое представление о клиенте, можно реализовать с использованием различных архитектур, однако необходима тесная интеграция людей, процессов и технологий.

Сначала нужно развернуть полнофункциональный концентратор **основных данных о клиентах** с использованием **IBM InfoSphere® Master Data Management**, чтобы получить единое, согласованное представление информации о каждом клиенте, включая профиль, предпочтения и другие атрибуты. Главной целью является внедрение процесса управления атрибутами, определение наиболее значимых данных и обеспечение доступности критически важной информации для любых систем и процессов, которым она необходима в реальном времени.

Следующий элемент – развитый **репозиторий данных о транзакциях клиентов**. Целью его развертывания является объединение доступных данных о продажах по различным каналам и последующее объединение этих данных с информацией о других действиях клиентов.

Это информация о посещениях ваших магазинов, взаимодействиях с их персоналом и обращениях в контакт-центры, а также о покупках через Интернет и мобильном маркетинге для формирования полного представления о покупательских привычках и контактах каждого потребителя.

В данном случае решения **IBM Big Data and Analytics** предоставляют превосходные средства для управления огромным количеством данных транзакций клиентов на рекордных скоростях, а также возможность распространять эту информацию по всей организации. Программное обеспечение **IBM SPSS®** предлагает мощные функции статистического моделирования, позволяющие более точно прогнозировать поведение клиентов и получать ценные знания. **IBM Watson®** – это платформа когнитивных вычислений, которая использует обработку естественного языка для выявления новых закономерностей и знаний за несколько секунд. Кроме того, Watson использует социальные обсуждения и блоги для создания психологических профилей клиентов, помогая лучше пони-

мать новые закономерности или привычки, индивидуальные особенности и покупательские предпочтения.

И наконец, мы создаем развитый **репозиторий данных об активности клиентов** с использованием решений IBM для анализа социальных сетей, чтобы фиксировать взаимодействия клиентов с третьими сторонами, включая записи в блогах, электронные письма, посты и комментарии в социальных сетях, рейтинги, обзоры, жалобы и анализ веб-сайтов. Этот репозиторий данных об активности клиентов поможет вам улучшить понимание их настроений, выявлять авторитетных потребителей, определять возможности для повышения удовлетворенности клиентов, и даже отслеживать репутацию вашего бренда и уровень доверия к нему. Все это позволит вам повышать свою значимость для ваших клиентов.

IBM предлагает обширный спектр платформ для поддержки таких функций, а также ряд готовых решений для отрасли розничной торговли, эффективно использующих эти платформы.

СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТЕХНОЛОГИИ IBM

Программное обеспечение и облачные решения	Услуги по развертыванию и совершенствованию процессов	Управляемые сервисы	Технологические платформы
<ul style="list-style-type: none"> IBM InfoSphere MDM для клиентов и продуктов IBM InfoSphere BigInsights® IBM Initiate® MDS IBM SPSS IBM Predictive Customer Intelligence IBM Cognos® Analytics IBM Social Collaboration and Digital Experience IBM Predictive Customer Analytics IBM WatsonPersonality Insights IBM Watson Engagement Advisor IBM Watson Explorer IBM Watson Discovery Advisor® IBM Watson Analytics IBM Watson Customer Experience Analytics IBM Watson Analytics for Social Media 	<ul style="list-style-type: none"> Управление жизненным циклом клиентов и продуктов Сегментация клиентов Углубленный анализ и определение наилучшего следующего действия Анализ действий/клиентов Анализ покупательского поведения Выявление жизненных событий Анализ влияния Разрешение сущностей клиентов Диалог с клиентами Социальный анализ Опыт общения клиентов 	<ul style="list-style-type: none"> Маркетинг и анализ клиентов Аналитические ответы Управляемые маркетинговые сервисы IBM Social Media Analytics Маркетинговый сервис и исследование от The Weather Company® 	<ul style="list-style-type: none"> Расширенная аналитика на базе IBM Power Systems™ и IBM z Systems® IBM PureData® System for Analytics на базе IBM Netezza® Системы участия (Systems of Engagement) на базе IBM SoftLayer®

Дополнительная информация о каждом из этих предложений доступна на веб-сайте ibm.com®. Свяжитесь с региональным представителем IBM для организации встречи.

ПРИМЕРЫ ВНЕДРЕНИЯ

HONEST CAFE	ROSSMAN	LUXOTTICA
<p>Эта британская сеть кафе самообслуживания использовала IBM Watson Analytics для лучшего понимания поведения клиентов с целью повышения лояльности и расширения продаж более прибыльных продуктов.</p> <ul style="list-style-type: none"> Более глубокое понимание того, как клиенты компании приобретают ее товары Обеспечение быстрого расширения бизнеса на основе понимания уникальных атрибутов каждого нового кафе Выявление самых ценных клиентов, чтобы направлять им предложения для повышения лояльности 	<p>Эта польская сеть аптек развернула IBM Big Data and Analytics для лучшего понимания покупательских привычек и ожиданий более 600 тысяч своих клиентов и совершенствования условий их обслуживания.</p> <ul style="list-style-type: none"> Сокращение времени формирования большинства отчетов о клиентах в 60 раз Упрощение и оптимизация сервисов доставки данных для приложений Установление связей между отдельными товарами и группами товаров 	<p>Эта крупная международная компания, специализирующаяся на розничных продажах оптики, использует IBM PureData Solution for Customer Insight для получения полного представления о клиентах, а также ценных знаний для разработки маркетинговых программ.</p> <ul style="list-style-type: none"> Выявление самых ценных из почти 100 миллионов клиентов Целевые взаимодействия с конкретными клиентами на базе уникальных предпочтений и историй Компания рассчитывает добиться повышения эффективности маркетинга на 10%



МАРКЕТИНГ И ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ

КАК МЫ ЭТО ОПРЕДЕЛЯЕМ

Для поддержки значимых, контекстных взаимодействий с каждым клиентом вам нужно найти способы связывания рекламы, маркетинга и мерчандайзинга. Для этого требуется глубокое понимание каждого конкретного клиента, высокая точность определения предложений и целевые коммуникации в нужное время по нужному каналу (цифровые технологии, push-уведомления, SMS-сообщения, электронная почта, магазин или печатные материалы) с теми клиентами, которые посчитают такие предложения интересными и стоящими изучения. И необходимо эффективно использовать новые виды локально сконцентрированных данных, такие как точечные метеорологические прогнозы, информация о дорожном движении, местные новости и другие подобные сведения.

Успех в данном случае измеряется способностью понимать меняющиеся жизненные потребности клиентов и оказывать влияние на их поведение в реальном времени, поддерживать значительный рост окупаемости затрат на маркетинг, повышать объемы продаж и уровень удовлетворенности клиентов.

ЧТО ВАМ НУЖНО

Маркетинговые операции, позволяющие гарантировать выполнение всех кампаний и акций, как планировалось

Надежные процессы для превращения маркетинговой стратегии в интегрированный, согласованный маркетинговый план и управления исполнением этого плана для успешного донесения сообщения практически в каждом взаимодействии с клиентами.

Процессы планирования маркетинговых кампаний, тесно взаимосвязанные с мерчандайзингом

Критически важно интегрировать процессы выбора товаров и соответствующих предложений с процессами разработки эффективных маркетинговых кампаний для этих товаров.

Исполнение кампаний по цифровым каналам и в магазинах и поддержка значимых взаимодействий для превращения потенциальных клиентов в лояльных реальных клиентов

Маркетинговые кампании больше не должны быть упражнениями в широковещательной рекламе. Они должны тщательно нацеливаться для предоставления конкретным клиентам персонализированных предложений, основывающихся на истории, поведенческих факторах и текущих жизненных потребностях, для мотивации покупателей к выполнению желаемых действий.

Углубленный анализ обширного разнообразия доступных данных о клиентах для развития и расширения взаимоотношений

Розничные компании должны эффективно использовать огромные объемы доступных исторических и актуальных данных, внутренних и внешних, для оценки поведения каждого конкретного клиента в контексте и определения наилучшего действия в любое время и в любом месте.

ПРИМЕР БИЗНЕС-КОНТЕКСТА



КАК МЫ ЭТО ДЕЛАЕМ

Первый фрагмент этой головоломки – передавая **система маркетинговых операций** на базе платформы **IBM Marketing Cloud c компонентами Journey Designer и Universal Behavior Exchange**. Эта система может служить концентратором, позволяющим использовать данные о клиентах, собранные во всех точках взаимодействий, и превращать их в ценные знания с использованием ваших аналитических решений. Вооруженные этими знаниями, вы можете разрабатывать высокоэффективные маркетинговые кампании и оптимизировать их исполнение, рационализируя внутренние процессы для своевременной реализации рекламных и маркетинговых программ с учетом данных реального времени о потребительском спросе.

Следующим требованием является многоканальное **планирование маркетинговых кампаний** на базе программного обеспечения **IBM Marketing и IBM Omnichannel Merchandising**. Эти решения обеспечивают доставку персонализированных предложений конкретным клиентам и позволяют оптимизировать ваши взаимодействия с клиентами в различных точках контактов. Рекламные акции можно быстро превращать, например, в электронные письма, а маркетинговые

кампании можно передавать специалистам контакт-центра для выполнения исходящих маркетинговых звонков. Поскольку объемы мобильных покупок растут, розничным компаниям необходимы дополнительные усилия для поддержки связи с клиентами с целью расширения онлайн-новых продаж, увеличения количества посетителей магазинов и привлечения покупателей персонализированными предложениями.

Что касается **исполнения маркетинговых кампаний**, современный рынок требует способности вовлекать клиента в непрерывный интерактивный диалог. Решения **IBM Marketing Cloud** позволяют оказывать влияние на путь клиента к покупке с использованием различных методов, таких как реклама на экране, которая отражает предыдущую историю просмотра и рекомендуемые товары, для превосходного обслуживания по любому каналу. Кроме того, решение **IBM Watson Customer Experience Analytics** позволяет определять дополнительные возможности в ваших цифровых каналах, такие как брошенные корзины с товарами, не купленными по причине проблем с использованием веб-сайта. Решения IBM для управления средой обслуживания клиентов позволяют обеспе-

чить полное понимание и получать ответы, помогая компаниям добиваться целевых показателей онлайн-конверсии и удержания клиентов. В интегрированной среде управления маркетингом обратная связь может обеспечить возврат от исполнения маркетинговой кампании к ее планированию для изучения и анализа.

Связующим звеном для всего этого является **углубленная аналитика** с использованием программного обеспечения **IBM SPSS**. ПО SPSS позволяет понимать актуальные интересы и предпочтения клиентов исходя из их ответов на ваши текущие предложения, чтобы взаимодействовать с конкретными покупателями в реальном времени для предоставления ценных и своевременных предложений. Аналитическое программное обеспечение также позволит вам создать замкнутый цикл маркетинговых процессов, предоставляя данные для оптимизации маркетингового бюджета и обеспечивая прозрачность планируемых и реализуемых маркетинговых программ.

Для того чтобы выделяться на современном рынке, необходимы релевантность и персонализация. IBM предлагает полный спектр возможностей, позволяющих это реализовать.

СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТЕХНОЛОГИИ IBM

Программное обеспечение и облачные решения	Услуги по развертыванию и совершенствованию процессов	Управляемые сервисы	Технологические платформы
<ul style="list-style-type: none"> IBM Campaign IBM Interact IBM Mobile Customer Engagement IBM Marketing Operations IBM Marketing Cloud IBM SPSS IBM Pay IBM Watson Customer Experience Analytics IBM Watson Analytics for Social Media IBM Watson Real-Time Personalization IBM Watson Content Hub 	<ul style="list-style-type: none"> Оптимизация управления маркетингом Углубленный анализ для маркетинга Услуги проектирования и управления для сред обслуживания клиентов Определение наилучшего следующего действия/анализ клиентов Размещение рекламных активов 	<ul style="list-style-type: none"> Маркетинг и анализ клиентов Управляемые маркетинговые сервисы Маркетинговый сервис и исследования от The Weather Company 	<ul style="list-style-type: none"> IBM Marketing на IBM Power Systems IBM SmartCloud® Enterprise+, SoftLayer IBM Bluemix® Watson Internet of Things

Дополнительная информация о каждом из этих предложений доступна на веб-сайте ibm.com. Свяжитесь с региональным представителем IBM для организации встречи.

ПРИМЕРЫ ВНЕДРЕНИЯ

MACY'S

Эта американская розничная компания разработала когнитивное решение для мобильных покупок на базе технологий IBM, чтобы предоставить посетителям магазинов множество ключевых преимуществ онлайн-шопинга.

- Более глубокое понимание клиентов, предоставление персонализированных рекомендаций
- Углубление взаимоотношений с посетителями магазинов для увеличения количества постоянных клиентов
- Повышение доходов каждого из магазинов благодаря уменьшению количества клиентов, разочарованно покидающих магазин

BOOTS UK

Развернув новое приложение, использующее IBM Bluemix для интеграции данных из внутренних систем, эта компания, специализирующаяся на розничных продажах товаров для красоты и здоровья, предоставила сотрудникам своих магазинов возможность лучше обслуживать клиентов и помогать им в приобретении товаров.

- Более актуальная информация о товарах и рекламных акциях
- Предоставление клиентам самой свежей информации о товарах, рейтингов и отзывов
- Увеличение объемов продаж благодаря ускоренному обслуживанию и персонализированным рекомендациям

SEPHORA (SHANGHAI)

Этот китайский продавец косметики использует IBM Tealeaf, чтобы лучше понимать онлайн-поведения клиентов, в том числе проблем, зачастую приводящих к тому, что клиенты покидают интернет-магазин, оставив товары в корзинах.

- Отслеживание маркетинговых кампаний по различным каналам для понимания того, что работает, а что нет
- Увеличение объемов продаж на 3,5% благодаря упрощению условий совершения онлайн-новых покупок
- Создание основы для развертывания нового когнитивного механизма рекомендаций



КОММЕРЦИЯ

КАК МЫ ЭТО ОПРЕДЕЛЯЕМ

Коммерция – это широкий термин, охватывающий совокупность возможностей для беспрепятственного взаимодействия с клиентами в любых точках контактов через объединение физического и цифрового миров с целью формирования единого представления о клиентах и товарах. Разработайте новую витрину с использованием обширных возможностей мобильных, социальных и облачных технологий и средств обеспечения безопасности для проведения транзакций, гибкого выбора поставщиков и выполнения заказов клиентов. Это позволит вашим клиентам изучать, покупать, отслеживать, получать и возвращать товары так, как им нравится, и когда им это удобно.

В то же время решения IBM для поддержки коммерции позволяют использовать большую прозрачность запасов и развитые средства анализа для максимального повышения эффективности розничных операций. Каждый заказ клиента может выполняться автоматически через наиболее эффективные площадки, источники и маршруты с учетом цен и условий, чтобы обеспечивать максимально возможную прибыльность каждой продажи и в то же время удовлетворять ожидания клиентов.

ЧТО ВАМ НУЖНО

Единый цифровой механизм коммерции для управления всеми взаимодействиями с клиентами с непревзойденной эффективностью и гибкостью

Вы должны предоставлять своим клиентам простую, привлекательную, внушающую доверие среду беспрепятственного приобретения товаров вне зависимости от места совершения покупок, благодаря единой витрине. Переходя между различными каналами и точками взаимодействий – от просмотра и изучения товаров к их приобретению и последующей поддержке, – клиенты должны в любой момент быть уверены в согласованности каналов, их надежности и компетентности сотрудников при каждом взаимодействии. Кроме того, они должны видеть то, что вы помните их историю и взаимодействия вне зависимости от того, где и когда они контактируют с вами.

Процессы управления заказами, позволяющие выполнять каждый заказ клиента максимально эффективно и экономично

Сложность современных цепочек поставок может скрывать возможности для сокращения затрат и ускоренного исполнения. Ваш процесс управления заказами должен использовать преимущества новых знаний и возможностей для поддержки быстрого, экономически эффективного исполнения с целью повышения удовлетворенности клиентов – и ваших прибылей.

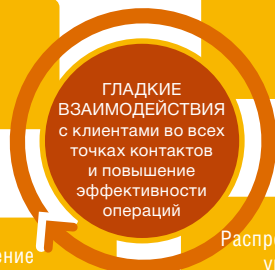
Передовая цифровая аналитика для непрерывного мониторинга меняющихся действий и реакций клиентов с целью быстрого изучения ситуации и выявления путей к успеху

Здесь важно реализовать цикл приобретения знаний, позволяющий вам всегда опережать конкурентов в выявлении тенденций и определении новых возможностей, оперативно справляясь с проблемами, своевременно разрабатывая новые предложения и эффективно их доставляя – в особенности на все более мощные мобильные устройства. Секрет прибыльного роста заключается в том, чтобы ваши клиенты чувствовали, что вы их знаете и понимаете значительно лучше любых других розничных компаний.

ПРИМЕР БИЗНЕС-КОНТЕКСТА

- Динамичная персонализация
- Поиск и навигация
- Расширенные площадки
- A/B-тестирование
- Ассоциации на базе правил
- Интернационализация и глобальная коммерция
- Мобильные технологии
- Электронные платежи
- POS-решения

Коммерция



Цифровой анализ

- Оптимизация поискового механизма
- Атрибуция впечатлений
- Сравнительный анализ
- Рекомендации товаров
- Реклама на экране
- Воспроизведение сеансов

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВЫГОДЫ

Сокращение затрат на приобретение клиентов

Повышение точности выполнения заказов

Повышение удовлетворенности клиентов

- Понимание реальных условий обслуживания клиентов
- Оперативная диагностика и исключение препятствий

Управление обслуживанием клиентов

Распределенное управление заказами

- Получение запасов, гибкое выполнение заказов и дополнительные услуги вне зависимости от канала или изменений заказа
- Полная прозрачность запасов, в том числе для сотрудников магазинов

КАК МЫ ЭТО ДЕЛАЕМ

Среда розничной торговли требует полного понимания запасов и клиентов практически в любых точках взаимодействий. Сбалансированный подход IBM к многоканальной коммерции обеспечивает скоординированность покупок, знаний, управления запасами и выполнения заказов, чтобы предлагать превосходную, персонализированную среду приобретения товаров.

Мы начинаем с развитого единого цифрового механизма электронной коммерции и мобильных взаимодействий на базе программного обеспечения IBM Commerce on Cloud. Наше решение отличается способностью одинаково хорошо поддерживать модели «бизнес-клиенту» (business-to-consumer, B2C) и «бизнес-бизнесу» (business-to-business, B2B). ПО IBM Commerce on Cloud может также надежно поддерживать глобальные розничные компании, удовлетворяя потребности ведения бизнеса во многих странах, под разными брендами с использованием интегрированной, единой системы, к которой можно легко получить доступ с различных мобильных устройств.

Следующий критически важный элемент – это первоклассные средства управления заказами клиентов и их выполнением, предоставляемые распределенной системой управления заказами на базе IBM Order Management. Это решение обеспечивает согласованное управление каждым заказом для максимально выгодного получения запасов и гибких маршрутов исполнения заказов. Оно призвано поддерживать постоянную глобальную прозрачность

заказов, вне зависимости от канала, и любые возможные изменения в заказах. Кроме того, технологии Sterling поддерживают выполнение заказов с прямой доставкой от поставщика и обширное разнообразие дополнительных услуг, включая сборку, обслуживание и установку. Предлагается также отдельное мобильное приложение, позволяющее продавцам с использованием мобильного устройства выбирать товары из имеющихся в магазине запасов и узнавать о запасах товаров, отсутствующих в магазине.

Интеллектуальные функции уведомлений о местонахождении с согласия клиента, в том числе разработанные IBM, позволят вам получать новые знания о поведении клиентов в магазинах. Этот новый источник знаний сочетает данные о посещениях магазинов, продолжительности пребывания, закономерностях продаж и потоков клиентов с информацией об онлайн-действиях, чтобы обеспечить полное понимание потребностей покупателей. Вы сможете связывать действия, выполняемые по разным каналам, чтобы поддерживать рост доходов магазинов, повышение лояльности клиентов и укрепление конкурентоспособности бренда.

Кроме того, мы предлагаем развитые средства углубленного цифрового анализа на базе программного комплекса IBM Watson Customer Experience Analytics, позволяющие определять, как клиенты реагируют на ваши персонализированные целевые предложения. Такие знания позволяют реализовать цикл

обратной связи для поддержки непрерывных совершенствований процессов электронной коммерции и выполнения заказов.

Учитывая рост объемов мобильных продаж, важно эффективно подключаться к персональным устройствам клиентов. Наша платформа MobileFirst позволяет разработать приложение один раз и развернуть его на множестве мобильных платформ, в том числе мобильные приложения для продавцов и других специалистов. Это должно быть сделано таким образом, чтобы обеспечить более защищенное управление для улучшенного обслуживания клиентов.

Решения IBM для многоканальной коммерции призваны гладко работать в сочетании с другими нашими решениями, в том числе для получения единого представления о клиентах, маркетинга и привлечения, позволяя реализовать единую цифровую магистраль взаимодействий с клиентами. Целью является предоставление клиентам возможности размещать свои заказы через веб-сайт, мобильные устройства и планшеты – как им больше нравится – и выбирать дополнительные услуги. Кроме того, используя мобильные устройства, ваши продавцы могут проще проверять и предоставлять запасы и заказы, а специалисты вашего контакт-центра могут быстро вносить в заказы изменения.

Технологии IBM беспрепятственно работают вместе для развертывания действительно превосходной среды обслуживания, способной повышать лояльность клиентов и помогать вам одерживать победы над конкурентами.

СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТЕХНОЛОГИИ IBM

Программное обеспечение и облачные решения	Услуги по развертыванию и совершенствованию процессов	Управляемые сервисы	Технологические платформы
<ul style="list-style-type: none"> IBM Commerce on Cloud IBM Order Management IBM Configure, Price, Quote IBM Pay IBM Store IBM MobileFirst IBM MobileFirst for iOS Store Associate and Manager Suite IBM Watson Order Optimizer IBM Watson Customer Experience Analytics IBM Watson Commerce Insights IBM Watson Content Hub 	<ul style="list-style-type: none"> Оптимизация управления маркетингом Углубленный анализ для маркетинга Услуги проектирования и управления для сред обслуживания клиентов Определение наилучшего следующего действия/анализ клиентов Размещение рекламных активов 	<ul style="list-style-type: none"> Маркетинг и анализ клиентов Управляемые маркетинговые сервисы Маркетинговый сервис и исследование от The Weather Company 	<ul style="list-style-type: none"> IBM Marketing на IBM Power Systems IBM SmartCloud® Enterprise+, SoftLayer IBM Bluemix® Watson Internet of Things

Дополнительная информация о каждом из этих предложений доступна на веб-сайте ibm.com. Свяжитесь с региональным представителем IBM для организации встречи.

ПРИМЕРЫ ВНЕДРЕНИЯ

STAPLES

Используя решения IBM Cognitive Business Solutions, этот американский продавец канцтоваров может лучше обслуживать клиентов, предоставляя им возможность быстро и просто совершать повторные покупки офисных принадлежностей.

- Рост дохода в расчете на одного клиента благодаря более гладким транзакциям
- Увеличение количества клиентов, привлекаемых исключительным удобством
- Повышение удовлетворенности и лояльности клиентов благодаря более персонализированным и эффективным транзакциям

PERFORMANCE BICYCLE

Этот американский продавец велосипедов использовал IBM WebSphere Commerce для создания беспрепятственной среды совершения покупок по любым каналам.

- Взаимодействия высококвалифицированными сотрудниками с онлайн-покупателями и посетителями магазинов
- Увеличение объемов продаж и рост прибылей благодаря возможности купить товар через Интернет и забрать его в магазине
- Упрощение условий приобретения товаров, обеспечивающее повышение лояльности клиентов в долгосрочной перспективе

MARKS AND SPENCER

Эта британская розничная компания развернула решение IBM для управления обслуживанием клиентов, позволяющее предлагать клиентам улучшенную среду совершения онлайн-покупок.

- Улучшение показателя контактов/продажи по онлайн-каналу
- Повышение лояльности и увеличение количества повторных покупок
- Ускоренное решение проблем – в течение 5 минут после их обнаружения



Новые технологии, в том числе когнитивные вычисления, позволяют ввести научный подход в искусство мерчандайзинга. Быстро выявляя меняющиеся тенденции, настроения клиентов и возможности для продаж, специалисты по закупкам могут принимать наилучшие решения, чтобы добиваться максимальной рентабельности запасов и исключать уценки.



С давних пор успех в розничной торговле определялся размещением нужных товаров в нужных магазинах в нужное время по нужным ценам. И сегодня, несмотря на все изменения и сложности в современном мире, эта задача соединения товаров с потребителями продолжает оставаться чрезвычайно важной.

Однако теперь основная система управления товарами дополняется эффективным предсезонным планированием ассортимента и его сезонным управлением, а также клиентским измерением. Учитывая целевых потребителей, вы можете разрабатывать специальные, конкурентоспособные ассортименты для конкретных магазинов и каналов. Они обеспечат максимальные объемы продаж, размеры прибылей и уровни удовлетворенности клиентов.

Что касается товаров, вам требуется полное понимание предложения: где именно вы предлагаете конкретные товары и в каком количестве, их размещение, сопровождающая информация и контекст для каждого товара в соответствии с извечными факторами цены и времени.

В то же время процессы, перемещающие товары от поставщиков до магазинов и клиентов, должны использовать преимущества новых инструментов для оптимизации цепочек поставок и выполнения клиентских заказов с целью достижения максимально высоких уровней эффективности, прозрачности и ответственности.

И управление товарами должно постоянно поддерживаться информацией о клиентах в реальном времени – что клиенты говорят друг другу, как изо дня в день меняется их поведение – с применением передовых технологий, эффективно использующих социальные сети, мобильные взаимодействия, анализ больших данных и облачные решения.

Что необходимо для совершенствования мерчандайзинга и сетей поставок

Прежде всего, требуется способность точно предсказывать потребности клиентов и с учетом этого предлагать привлекательные товары, цены и акции. Для этого необходима точная информация о товарах и актуальные результаты анализа установок и поведения клиентов, чтобы определять оптимальное ценообразование и стратегии продвижения товаров для разных каналов.

Полное понимание запасов в реальном времени необходимо для оптимизации ваших процессов планирования и исполнения с тем, чтобы создать сеть поставок, способную обеспечивать безотказное снабжение для удовлетворения меняющегося спроса, при максимальных уровнях рентабельности и прибыльности запасов.



МЕРЧАНДАЙЗИНГ И АССОРТИМЕНТ



СЕТИ ПОСТАВОК И ВЫПОЛНЕНИЕ ЗАКАЗОВ



На следующих страницах вы узнаете об ассортименте решений IBM, позволяющих усовершенствовать мерчандайзинг и сети поставок.



МЕРЧАНДАЙЗИНГ И АССОРТИМЕНТ

КАК МЫ ЭТО ОПРЕДЕЛЯЕМ

Для любой розничной компании чрезвычайно важны ассортимент товаров и ценообразование. В мире, где товары зачастую неотличимы, торговые компании бьются над проблемой предложения уникального набора товаров, как правило, с более короткими жизненными циклами и постоянными рекламными акциями, в разных регионах и точках взаимодействий с клиентами. Это необходимо, чтобы привлекать все более разборчивого потребителя, обладающего все более широкими возможностями.

Однако современные решения для анализа и планирования на базе глубокого понимания клиентов совершенствуют основные системы мерчандайзинга, обеспечивая возможность сочетать искусство – опыт, чутье и проницательность – с наукой. Передовая аналитика способна обеспечить более глубокое понимание предрасположенностей к покупкам и факторов спроса, чтобы вы могли определять наиболее желаемые и прибыльные товары, точки взаимодействий, площадки, мероприятия и рекламные акции. Когнитивные вычисления способны значительно повысить интеллектуальность систем, обеспечивая более глубокое понимание ситуации и обнаружение скрытых закономерностей. А новые типы гиперлокальных данных, включая метеорологические прогнозы, сведения о дорожном движении, новости, мероприятия и даже локальные обсуждения в социальных сетях, теперь можно эффективно использовать для создания ассортиментов и запасов, соответствующих точечным колебаниям спроса.

ЧТО ВАМ НУЖНО

Эффективное использование информации о товарах для повышения конкурентоспособности

Обеспечивается межфункциональными рабочими процессами для поддержки единого, полного представления об атрибутах товаров, поставщиков и площадок

- Включает проверенные внешние и внутренние источники данных для обеспечения точности и скорости
- Обеспечивает гладкую интеграцию данных атрибутов в приложения для выполнения анализа, ведения операций и взаимодействий с клиентами

Специально разработанные ассортименты для размещения нужных товаров на нужных площадках, чтобы предоставить клиентам то, что они хотят купить

Гибкие инструменты планирования и анализа помогают прогнозировать спрос на основе понимания ключевых факторов покупательского поведения для целевых клиентов, каналов, площадок и категорий товаров. Вы можете согласовывать жизненные циклы товаров и обеспечивать сбалансированное сочетание фирменных товаров с товарами, продаваемыми под торговой маркой, чтобы повышать эффективность и прибыльность и совершенствовать ассортименты для достижения целей в отношении использования полезной площади и роста доходов.

Оптимизированные цены и акции, соответствующие идее бренда и финансовым целям

Координация стратегий мерчандайзинга с персонализированными маркетинговыми предложениями, включая конкурентное позиционирование, для обеспечения прозрачности операционного влияния изменений цен для различных категорий товаров, каналов и предприятия.

Прозрачность и контроль интегрированного мерчандайзинга для повышения точности и скорости принятия решений и выполнения действий

Необходимо понимание факторов, оказывающих влияние на текущую эффективность, будущий потребительский спрос и цели вашего бизнеса, включая новые тенденции в социальных сетях. Такие аналитические методы, как графика на базе ролей, предупреждения об исключительных ситуациях и сценарии «что если», помогут вам понимать эффективность и принимать меры для ее повышения. Интеграция аналитики, поддерживающей планирование и принятие решений, с системами исполнения предоставляет торговым компаниям более совершенные инструменты для ускоренного принятия более разумных решений перед сезонами продаж, внесения корректив и выполнения точечных закупок в течение сезонов.

ПРИМЕР БИЗНЕС-КОНТЕКСТА



ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВЫГОДЫ

Увеличение объемов продаж

Рост валовой прибыли

Улучшенная оборачиваемость товарных запасов

КАК МЫ ЭТО ДЕЛАЕМ

Путь каждой розничной компании к внедрению новых возможностей мерчандайзинга будет уникальным, зависящим от стартовой точки, целей и ресурсов. В данном случае в основе наших предложений лежат услуги IBM по разработке стратегии и ее реализации. Целью является содействие в успешном внедрении решений IBM и других поставщиков, таких как Oracle, SAP и JDA Software.

Все начинается с точной информации об атрибутах товаров. ПО **IBM InfoSphere® Master Data Management** поддерживает постепенное развертывание атрибутов товаров от каналов до всего предприятия с использованием портала для поставщиков, межфункционального потока работ и интеграции в системы основного мерчандайзинга и взаимодействий с клиентами, такие как ПО WebSphere Commerce.

ПО **IBM SPSS** обеспечивает углубленный анализ клиентов для выявления факторов

за пределами данных систем контрольно-кассового обслуживания (point-of-sale, POS), которые описывают текущее покупательское поведение и позволяют предсказывать будущее поведение на уровне товара, категории, кластера и торговой площадки, чтобы вы могли соответствующим образом разрабатывать ассортименты. ПО **IBM Cognos TM1®** позволяет создавать нисходящие и восходящие планы в отношении финансов и ассортимента и управлять этими планами для различных каналов, на всех уровнях – от предприятия до конкретных товарных позиций, площадок и периодов времени. ПО **IBM Omnichannel Merchandising** предназначено для разработки **эффективных стратегий ценообразования** и управления жизненным циклом цен для всех каналов, координации рекламных мероприятий и персонализированных маркетинговых предложений. Оптимальные цены на товары и уценки определяются

на основе устанавливаемых пользователями целей, с тщательным мониторингом ценообразования у ключевых конкурентов, при этом бизнес-пользователи могут составлять графики и управлять количеством и типом изменений цен и акций.

В течение всего сезона продаж вам необходима полная **информация о товарах для контроля уровней запасов**. Возможности IBM Big Data and Analytics обеспечивают графические, многоуровневые сравнения планов, прогнозов и исторических данных на базе исключений, чтобы торговые компании могли более четко понимать эффективность и добиваться ее повышения.

IBM может удовлетворить потребности в сложной интеграции таких возможностей с использованием наших лучших в своем классе интеграционных решений и программных продуктов.

СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТЕХНОЛОГИИ IBM

Программное обеспечение и облачные решения	Услуги по развертыванию и совершенствованию процессов	Управляемые сервисы	Технологические платформы
<ul style="list-style-type: none"> IBM Cognos (Business Intelligence и TM1) IBM InfoSphere Master Data Management IBM SPSS Комплекс IBM Omni Channel Merchandising, включая Promotion Management, Markdown Optimization и Dynamic Pricing IBM Commerce on Cloud IBM Sterling Order Broker IBM MobileFirst for iOS Merchant Suite IBM Metro Pulse 	<ul style="list-style-type: none"> Стратегия операций мерчандайзинга Управление основными операциями мерчандайзинга Управление основными данными (управление информацией о товарах) Стратегия ценообразования и доходов Планирование интегрированного мерчандайзинга Углубленный анализ мерчандайзинга Межканальный рыночный портал Оптимизация цен, акций и ассортимента Анализ продвижения товаров и торговли Анализ данных о погоде и местоположении от The Weather Company 	<ul style="list-style-type: none"> Сервисы управления приложениями Oracle и SAP Системы основного мерчандайзинга в частных облаках Метеорологические данные исследования от The Weather Company 	<ul style="list-style-type: none"> Основной мерчандайзинг на базе Power Systems и IBM PureApplication® System IBM PureData System for Analytics Watson Internet of Things

Дополнительная информация о каждом из этих предложений доступна на веб-сайте ibm.com. Свяжитесь с региональным представителем IBM для организации встречи.

ПРИМЕРЫ ВНЕДРЕНИЯ

АЗБУКА ВКУСА

Эта российская сеть супермаркетов сотрудничала с IBM с целью создания облачного решения для мерчандайзинга, чтобы оптимизировать стратегию ценообразования и повысить прибыли.

- Отслеживание данных о продажах, цен конкурентов и регионального потребительского спроса
- Определение бизнес-правил для автоматического назначения цен, которые обеспечат наилучший результат
- Рост прибылей на 3%

NEIMAN MARCUS

Развернув комплекс решений IBM на базе IBM InfoSphere Master Data Management, эта американская компания, специализирующаяся на продажах товаров класса «люкс», сможет внедрить уникальные идентификаторы товаров и лучше управлять запасами во всех своих розничных филиалах.

- Возможность координировать работу филиалов с использованием единой, консолидированной системы мерчандайзинга
- Экономия миллионов долларов благодаря сокращению общих объемов запасов на 7-10%
- Рост доходов благодаря сокращению потребностей в уценке товаров

COMERCIAL DPORTENIS S.A. DE C.V.

Этот мексиканский продавец спортивной одежды развернул полное решение для формирования отчетов и предиктивного планирования спроса на базе технологий IBM, чтобы быстрее принимать более обоснованные решения о мерчандайзинге и спросе

- 100% окупаемость инвестиций за 6 месяцев благодаря сокращению объемов упущенных продаж, не состоявшихся по причине отсутствия товаров на складе
- Сокращение времени подготовки отчетов об эффективности на уровне магазинов на 90%
- Значительное сокращение потерь благодаря оценке рисков на основе данных



СЕТИ ПОСТАВОК И ВЫПОЛНЕНИЕ ЗАКАЗОВ

КАК МЫ ЭТО ОПРЕДЕЛЯЕМ

В настоящее время потребители рассчитывают на полную свободу при выборе способа и времени покупки, получения, обмена и возврата товара, поэтому традиционные, ориентированные на конкретные каналы процессы складского хранения, распределения и пополнения запасов больше не обеспечивают эффективного удовлетворения спроса. В современной многоканальной среде менеджеры цепочек поставок больше не могут полагаться на стандартный набор простых методов в рамках парадигмы «заказ-исполнение» для перемещения товаров от источника к потребителю. Процессы взаимодействий с клиентами и внутренние операции должны быть взаимосвязаны для поддержки продаж «в любое время, по любому каналу».

Для удовлетворения спроса ведущие розничные компании повышают гибкость экосистемы цепочек поставок, инвестируя в ряд усовершенствований, которые могут обеспечить существенные выгоды и розничной компании, и клиенту. Благодаря новым возможностям – от развивающегося Интернета вещей (множества подключенных к сети механизмов, систем и устройств) до обширного разнообразия гиперлокальных данных (включая метеорологические сводки реального времени, информацию о дорожном движении, новости и обсуждения в социальных сетях) – цепочки поставок могут становиться более совершенными и эффективными, чем когда-либо прежде. А такие новые инструменты, как Blockchain, формирующие единое, надежное представление обо всех взаимодействиях различных сторон, позволяют исключить множество источников ошибок, недоразумений и конфликтов.

ЧТО ВАМ НУЖНО

Оптимизированное планирование запасов

Новые средства прогнозирования спроса на базе понимания факторов покупательского поведения для конкретных каналов, площадок и категорий товаров обеспечивают повышение доходов и прибыли. Развитые алгоритмы позволяют моделировать многоцелевые, многоуровневые сценарии, помогающие оптимизировать сети поставок и дистрибуции, маршруты транспортных перевозок, поток товаров, обслуживание и уровни резервных запасов.

Полная информация о запасах почти в реальном времени

Понимание статусов запасов, покупок и заказов, а также доступности для резервирования товаров по любым каналам стало теперь обязательным требованием для многоканальных розничных компаний. Такие возможности обеспечивают своевременное сопоставление поставок и спроса, благодаря пониманию планового, актуального и прогнозируемого потребительского спроса и уровней запасов практически в реальном времени.

Многоканальная дистрибуция и выполнение заказов

Реализация потенциала многоканальной розничной торговли является следующим полем конкурентной битвы. Чтобы улучшить координацию процессов принятия заказов, их выполнения и возврата товара, розничным компаниям необходимы эффективные площадки двойного назначения для продаж товаров и распределения клиентских заказов, а также способность управлять сетями входящих и исходящих логистических операций.

Закупки и сотрудничество с поставщиками

Розничные компании должны обеспечить глобальную интеграцию выбора предложений и международных входящих логистических потоков, автоматизировать обмен информацией с поставщиками и другими партнерами по цепочкам поставок и управлять контрактами и соглашениями об эффективности для оптимизации своих сетей поставок.

ПРИМЕР БИЗНЕС-КОНТЕКСТА



ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВЫГОДЫ

Снижение операционных расходов

Ускорение поставок

Более высокая доступность товаров

КАК МЫ ЭТО ДЕЛАЕМ

Так же как и при совершенствовании мерчандайзинга, путь каждой розничной компании к реализации новых возможностей цепочек поставок будет уникальным. Он зависит от стартовой точки, целей и ресурсов. И в данном случае в основе наших предложений лежат услуги IBM по разработке стратегии и ее реализации. Целью является содействие в успешном внедрении решений IBM и других поставщиков, таких как Oracle, SAP, Manhattan Associates и JDA Software.

Для оптимизации планирования запасов необходимо определять факторы, выходящие за пределы данных POS-систем, которые описывают текущее покупательское поведение и позволяют предсказывать будущее поведение на уровне местонахождения товара. Такой расширенный анализ клиентов обеспечивает программное обеспечение IBM SPSS. А приложения IBM Decision Optimization для оптимизации цепочек поставок используют множество переменных, пользовательских весов, моделирование сценариев и анализ опти-

мизации для улучшенного понимания сетей дистрибуции, стратегий закупок, маршрутов транспортировки, уровней запасов и действий в потоке источник-потребитель. Эти знания помогают повышать эффективность с учетом закономерностей изменения спроса.

Решения IBM Cognos Business Intelligence и IBM PureData Analytics на базе ПО Netezza позволяют выполнять графическое, многоуровневое сравнение планов, текущего состояния, прогнозов и исторической информации на базе исключений, чтобы вы могли обеспечивать прозрачность запасов почти в реальном времени для поддержки принятия решений. IBM Supply Chain Visibility позволяет получить полное представление о ваших действиях, связанных с входящими поставками и исходящим выполнением заказов, для всей сети поставок, обеспечивая и эффективно используя взаимодействия с вашими торговыми партнерами и корпоративными приложениями «в любое время, в любом месте».

Координация процессов выполнения заказов клиентов в масштабе всего предприятия и сети поставщиков является основой для действительно многоканальной среды дистрибуции и выполнения заказов. Решение IBM Order Management поддерживает закупки на базе правил, гибкие пути исполнения и постоянную глобальную прозрачность всех заказов, вне зависимости от того, по каким каналам они проходят и какие изменения в них могут вноситься. Решение IBM Watson Order Optimizer обеспечивает оптимизацию функционирования магазинов как узлов исполнения онлайн-новых заказов, включая маршрутизацию конкретных клиентских заказов.

Последней ключевой областью являются закупки и сотрудничество с поставщиками. Решение IBM B2B Integration обеспечивает прозрачность данных и полную автоматизацию бизнес-процесса «закупка-продажа-поставка-оплата», который охватывает различные документы, используемые совместно с торговыми партнерами, такими как поставщики, банки и логистические компании.

СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТЕХНОЛОГИИ IBM

Программное обеспечение и облачные решения	Услуги по развертыванию и совершенствованию процессов	Управляемые сервисы	Технологические платформы
<ul style="list-style-type: none"> IBM Cognos Business Intelligence IBM SPSS IBM PureData Analytics на базе ПО Netezza IBM MobileFirst™ for iOS Store Associate Suite – Sales Assist и Pick and Pack IBM Metro Pulse IBM Supply Chain Visibility IBM Order Management IBM Cloud Brokerage Solutions IBM B2B Integration IBM Enterprise Source to Pay IBM Enterprise Contract Management IBM Watson Order Optimizer 	<ul style="list-style-type: none"> Планирование и исполнение цепочек поставок Выбор поставщиков и закупки Анализ цепочек поставок Анализ данных о погоде и местоположении от The Weather Company 	<ul style="list-style-type: none"> Сервисы управления приложениями Oracle и SAP Системы основного мерчандайзинга в частных облаках Метеорологические данные исследования от The Weather Company 	<ul style="list-style-type: none"> Приложения для управления складскими и транспортными операциями на базе IBM Power Systems и PureApplication System Watson Internet of Things

Дополнительная информация о каждом из этих предложений доступна на веб-сайте ibm.com. Свяжитесь с региональным представителем IBM для организации встречи.

ПРИМЕРЫ ВНЕДРЕНИЯ

ELIE TAHARI

Этот американский бренд модных товаров развернул платформу для предиктивного анализа на базе комплекса решений IBM, чтобы за несколько месяцев точно прогнозировать спрос на свои товары.

- Повышение точности прогнозирования спроса на товары на 97%
- Сокращение затрат на цепочки поставок до 30% благодаря оптимизации производства для удовлетворения спроса
- Рост продаж и прибыли благодаря доступности в магазинах популярных товаров

DUSKIN CO., LTD.

Это японское предприятие общественного питания будет использовать решение для предиктивного анализа на базе технологий IBM для принятия более обоснованных решений об управлении товарами.

- Сокращение затрат, благодаря уменьшению объемов хранимых запасов на 50%
- Расширение продаж существующих товаров благодаря уменьшению случаев отсутствия товаров на складе
- Поддержка запуска новых товаров в соответствии с предпочтениями целевых клиентов

LA PERLA

Эта компания, занимающаяся моделированием и розничными продажами одежды класса «люкс», развернула решение IBM Decision Optimization для согласования, синхронизации и оптимизации своих операций логистики и поставок.

- Полное понимание доступности и использования запасов
- Значительное сокращение количества претензий в отношении доставки товаров клиентам
- Повышение эффективности логистики



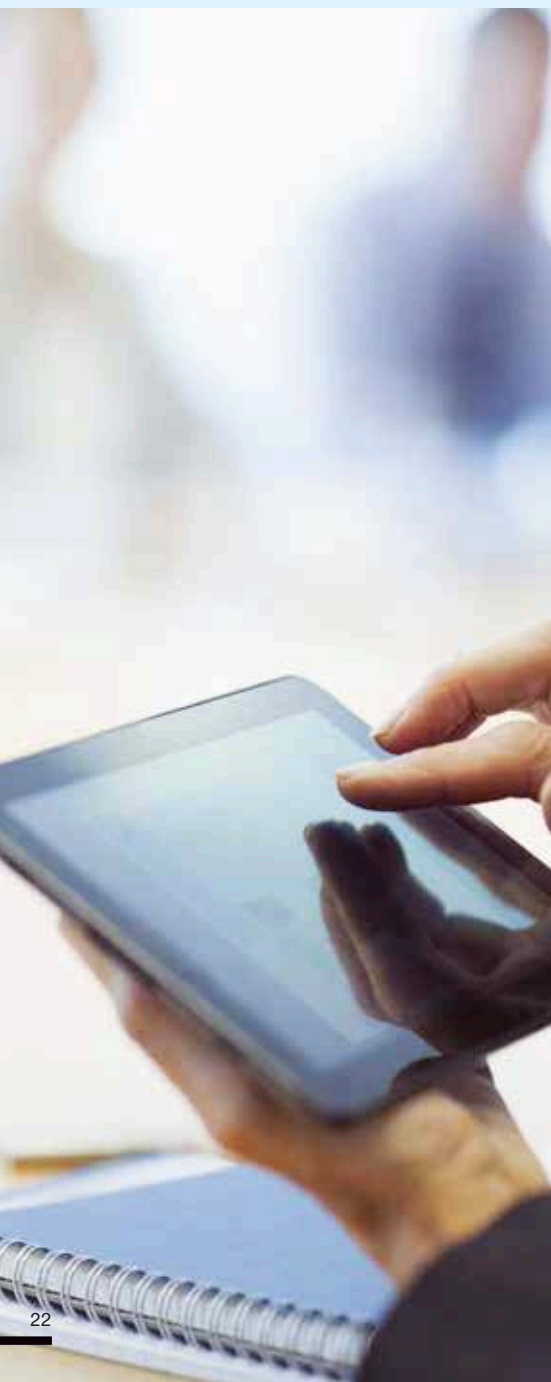
Область операций и инноваций охватывает различные усовершенствования, позволяющие рационализировать внутренние процессы, использовать более экономичные модели доставки, оптимизировать возможности людей, процессов и систем на уровне магазина и всего предприятия. Такие усовершенствования позволяют защитить бизнес от стремительно растущих угроз и обеспечить значительно более детальное представление данных об эффективности организации.

В настоящее время доступно множество новых возможностей для розничных компаний, стремящихся находить пути к повышению эффективности множества внутренних процессов и сокращению связанных затрат, включая обеспечение безопасности, управление финансами, администрирование, управление кадрами, наем персонала, нетоварные закупки и управление недвижимостью. Эффективное использование моделей глобальной доставки и качественных услуг исполнения, доступных через управляемые сервисы, может обеспечить значительное сокращение затрат.

Еще одной областью, где недавние достижения открыли прежде недоступные возможности для повышения эффективности, являются информационные технологии. Новые технологические платформы, в том числе облачные и мобильные, позволяют существенно быстрее и экономичнее разворачивать новые приложения и функции для сотрудников, магазинов и партнеров, а передовые средства анализа способны значительно повысить эффективность управления всем комплексом приложений. Фактически облачные подходы могут стать для розничных компаний важнейшим механизмом, позволяющим сократить ИТ-затраты, повысить гибкость и надежность ИТ-инфраструктур и быстро внедрять обширный спектр значимых бизнес-инноваций, которые без таких подходов были бы неосуществимы.

Учитывая все опасности, существующие в современной ИТ-среде, руководители розничных компаний должны стратегически подходить к решению проблем цифровой безопасности в долгосрочной перспективе, используя многоуровневый подход. Очень важно предвидеть угрозы безопасности и разворачивать усиленные средства защиты для сведения к минимуму вероятности успешных атак, использовать передовые, автоматизированные механизмы для быстрого выявления закономерностей и вторжений, а также создать культуру информированной бдительности, поддерживающую готовность без промедления реагировать на атаки.

Кроме того, новые решения для оценки эффективности и формирования отчетов могут поддерживать критически важное повышение прозрачности функционирования, своевременности и отчетности. Они также помогут согласовать показатели и стимулы для обеспечения общекорпоративного координирования, оценки планирования, ответственности и эффективности.



Что необходимо для внедрения инноваций в операции



Прежде всего, вам следует пересмотреть выполнение каждой из ваших вспомогательных функций и воспользоваться доступными сегодня новыми возможностями для применения более экономичных и эффективных инструментов и ресурсов.

Кроме того, для поддержки бизнес-процессов вам нужно развернуть самую качественную и недорогую инфраструктуру, эффективно используя облачные вычисления, поддерживая мобильные и другие интерактивные возможности в ваших магазинах, а также обеспечивая безопасность и конфиденциальность вашей организации и ваших клиентов.

И наконец, вы должны развернуть современную среду планирования, анализа и отчетности, предоставляющую наилучшие возможности для обслуживания клиентов и позволяющую находить новые способы повышения отдачи от инвестиций и операций.



ТРАНСФОРМАЦИЯ ВНУТРЕННИХ ОПЕРАЦИЙ



МАГАЗИНЫ И БЕЗОПАСНОСТЬ



АНАЛИЗ И ПЛАНИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ



На следующих страницах вы узнаете об ассортименте решений IBM, позволяющих совершенствовать операции.



ТРАНСФОРМАЦИЯ ВНУТРЕННИХ ОПЕРАЦИЙ

КАК МЫ ЭТО ОПРЕДЕЛЯЕМ

Розничным компаниям всегда необходимо повышать эффективность операций, сокращать затраты и обеспечивать рост продуктивности в магазинах и на общекорпоративном уровне. Трансформируя внутренние процессы, можно добиться наиболее значительного сокращения затрат.

Наша концепция трансформации внутренних операций основывается на эффективном использовании современных облачных, социальных и мобильных технологий для рационализации и перестройки процессов, чтобы розничные компании могли более эффективно управлять своими взаимоотношениями с клиентами, сотрудниками и поставщиками, и при этом лучше понимать организационную эффективность в масштабе всего предприятия.

ЧТО ВАМ НУЖНО

Стратегический подход к выбору процессов, которые следует поручить внешним исполнителям

Присмотритесь к процессам, которые критически важны для вашей деятельности, однако не предлагают особых возможностей для получения конкурентных преимуществ. Управление финансами и бухгалтерский учет, а также нетоварные закупки – вот лишь два примера в секторе розничной торговли.

Бизнес-партнер, способный эффективно использовать глобальные ресурсы и масштаб для надежного и качественного выполнения задач

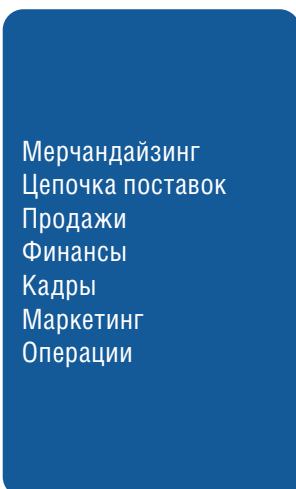
Обширные глобальные возможности необходимы для использования лучших вариантов удовлетворения потребностей в кадрах, качестве и контроле, включая все более значимое обеспечение безопасности и конфиденциальности данных. Убедитесь в том, что удовлетворяются особые потребности розничной торговли, такие как управление территориально распределенным персоналом магазинов.

Тщательно продуманная методология настройки управляемых сервисов под ваши специфические требования и условия ведения бизнеса

Проверенная методология обеспечения контроля качества и согласованности процессов, а также способность включать в процессы обучение – для повышения их эффективности и поддержки все большей продуктивности – являются ключевыми областями компетенции поставщиков управляемых сервисов.

ПРИМЕР БИЗНЕС-КОНТЕКСТА

Процессы розничной компании



Реализация через управляемые сервисы



ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВЫГОДЫ

Сокращение общих и административных затрат

Улучшенное управление эффективностью благодаря прозрачности ключевых показателей эффективности и информационным панелям

Уменьшение риска краж данных и неавторизованного разглашения конфиденциальных данных клиентов

Снижение операционных расходов

КАК МЫ ЭТО ДЕЛАЕМ

IBM обладает обширным практическим опытом, чтобы помочь розничным компаниям в выявлении возможностей для трансформации внутренних процессов с целью немедленного сокращения затрат, а также устойчивого повышения эффективности в долгосрочной перспективе.

Обычно розничные компании рассматривают возможности использования управляемых сервисов для функций, которые критически важны для ведения бизнеса, но не обеспечивают конкурентных преимуществ. Управляемые сервисы IBM ориентированы на некоторые из таких функций, включая:

Финансы и администрирование: Управляемые сервисы «закупка-оплата» от IBM не только помогают организовать управление затратами и повысить прозрачность расходов, но и вводят общекорпоративные стандарты процессов и данных для глубокого понимания бизнеса, более строгого контроля за выполнением регулирующих норм и повышения финансовой эффективности.

- IBM поддерживает 40 языков в более 60 странах.
- В рамках наших процессов «заказ-оплата» мы предоставляем клиентам услуги по управлению доходами на сумму более 50 миллиардов долларов США.

IBM также предоставляет программное обеспечение для управления инфраструктурами и недвижимостью, помогающее розничным компаниям управлять капитальными инвестициями в магазины, склады, центры дистрибуции и другие объекты.

Управление цепочками поставок: IBM помогает повысить отдачу от затрат розничных компаний, эффективно используя наши обширные возможности для закупок. Это особенно выгодно для розничных компаний, стремящихся сократить расходы на нетоварные закупки, уменьшить риски, улучшить выполнение регулирующих норм и повысить финансовую эффективность.

- IBM управляет ежегодными агрегированными затратами, превышающими 48 миллиардов долларов США.
- Как правило, клиенты за 12 месяцев добиваются окупаемости, в 5-10 раз превышающей плату за услуги аутсорсинга закупок.

Кадровые ресурсы: IBM объединяет своих опытных специалистов по управлению кадрами, найму и обучению с проверенными технологиями и ключевыми стратегическими инициативами по управлению персоналом и кадровым потенциалом с целью предоставления качественных условий работы сотрудникам и менеджерам при уменьшении рисков и улучшенном выполнении регулирующих норм.

Облачное программное обеспечение и аутсорсинг процессов найма (recruiting process outsourcing, RPO) интегрируют людей и процессы, предоставляя решения для привлечения более квалифицированной, более эффективной рабочей силы для критически важных бизнес-функций. IBM поддерживает 8900 клиентов в различных отраслях, таких как финансовые услуги, фармацевтика, розничная торговля и производство фасованных товаров.

Работая над структурированием необходимых вам управляемых сервисов, мы используем наших специалистов по инновационным процессам, обладающих экспертными знаниями методик Six Sigma, Lean, промышленного проектирования, сравнительного тестирования, углубленного анализа и моделирования. Применяя собственную, основанную на анализе методологию EPIC (Enterprise Process Innovation Continuum), мы можем ускорить внедрение инноваций в процессы и добиться значительных результатов.

Открыв на пяти континентах более 50 центров предоставления услуг, использующих стандартизованные процессы, IBM может эффективно распределять работу, гарантировать качественное исполнение и по мере необходимости передавать задачи между центрами, чтобы обеспечить устойчивость бизнеса. Все это поддерживается значительными технологическими инвестициями IBM.

СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТЕХНОЛОГИИ IBM

Управляемые сервисы, предоставляемые службой IBM Global Process Services	Программное обеспечение и облачные решения, используемые IBM для предоставления управляемых сервисов	Услуги по развертыванию и совершенствованию процессов	Технологические платформы
<ul style="list-style-type: none"> • Финансы и администрирование • Кадровые ресурсы и расчет заработной платы • Нетоварные (непрямые) закупки и управление цепочками поставок • Наем • Глобальные платежи • Управляемые сервисы обеспечения безопасности 	<ul style="list-style-type: none"> • ПО IBM Emptoris для выбора поставщиков и управления контрактами на закупки • ПО IBM TRIRIGA® для управления магазинами и инфраструктурой • ПО IBM Maximo® для управления активами • ПО IBM Kenexa® для найма • IBM Watson Talent • Множество дополнительных программных продуктов и облачных решений IBM 	<ul style="list-style-type: none"> • IBM Finance Healthcheck • IBM Jumpstart for Risk, Finance, Fraud • IBM Application Portfolio Assessment • IBM Enterprise Architecture Assessment • IBM Enterprise Asset Management • IBM Smarter Workforce Accelerator • IBM Workforce and Talent Assessment • IBM Security Operations Optimization • IBM Security Consulting Services • IBM IT Security Consulting Services 	<ul style="list-style-type: none"> • IBM POWER7+™, IBM PureFlex™ System, System x • IBM SmartCloud Enterprise+ (POWER, Intel), SoftLayer (Intel)

Дополнительная информация о каждом из этих предложений доступна на веб-сайте ibm.com. Свяжитесь с региональным представителем IBM для организации встречи.

ПРИМЕРЫ ВНЕДРЕНИЯ

BON TON

Эта крупная американская сеть супермаркетов использует серверы IBM PowerLinux, выполняющие ПО IBM WebSphere Commerce, для поддержки значительного увеличения количества клиентов и объемов сезонных онлайн-продаж, сокращая затраты на лицензирование программного обеспечения.

- Увеличение пропускной способности в 2,5 раза без повышения расходов на лицензирование программного обеспечения.
- Возможность предоставить превосходную среду электронной коммерции большему количеству клиентов, чем когда-либо прежде, даже в периоды резкого повышения спроса.

YEALANDS

Этот новозеландский продавец вин развернул ПО IBM Kenexa, чтобы активно внедрять инноваций в процессы управления персоналом.

- Процессы обратной связи с сотрудниками, реализованные с использованием Kenexa, позволили значительно улучшить вовлеченность работников и повысить степень участия на 100%.
- По оценкам и отзывам сотрудников, компания теперь является одним из лучших работодателей.

IKEA

Эта глобальная розничная компания, продающая мебель для дома, развернула решение IBM для управления активами и инфраструктурой, чтобы обеспечить мониторинг своих активов, автоматизировать профилактическое обслуживание, а также отслеживать использование оборудования и тенденции выполнения ремонта.

- Повышение энергоэффективности и более широкое использование возобновляемых источников энергии
- Совершенствование обслуживания клиентов благодаря доброжелательной атмосфере в магазинах и максимальной готовности к работе
- Предполагается сокращение глобальных затрат на обслуживание инфраструктуры на 5% в течение 6 лет



МАГАЗИНЫ И БЕЗОПАСНОСТЬ

КАК МЫ ЭТО ОПРЕДЕЛЯЕМ

ИТ-системы розничных компаний, которые прежде считались главным образом центром затрат, превратились в потенциальный источник конкурентных преимуществ. Однако типичная розничная компания тратит значительную часть своего ИТ-бюджета на то, чтобы просто поддерживать работоспособность существующей, зачастую устаревшей инфраструктуры, вместо того чтобы предлагать новые ценные функциональные возможности. Это указывает на значительный потенциал экономии на базовых ИТ-затратах. А сэкономленные средства можно направить на развитие новых цифровых возможностей, необходимых для понимания и обслуживания клиентов, в особенности когда они заходят в ваши магазины.

Для поддержки новых интерактивных и мобильных возможностей, требуемых клиентами и необходимых сотрудникам, критически важна модернизация инфраструктуры магазинов. Предоставление беспроводного доступа и внесение в магазины интерактивности и увлекательности цифрового шопинга – вот что нужно клиентам. Предоставление контекстной информации продавцам в реальном времени позволяет им беспрепятственно и качественно обслуживать клиентов.

Учитывая множество новых точек соприкосновения на предприятии и за его пределами, безопасность становится одной из главных забот для руководителей розничных компаний. Современная среда организованного хакерства повышает частоту и изощренность атак, предъявляя новые требования к отделам безопасности, которые должны предвидеть, выявлять и реагировать. Развертывание более надежных методов защиты, переосмысление средств контроля процессов и сотрудничество с правоохранительными органами для расследований попыток вторжений являются важными стратегиями защиты от нарушений цифровой безопасности.

ЧТО ВАМ НУЖНО

Корпоративная стратегия обеспечения безопасности, позволяющая заблаговременно выявлять, исправлять и исключать проблемы

Возможность предвидеть угрозы безопасности, использовать развитые, автоматизированные механизмы выявления вторжений для обнаружения закономерностей и быть готовыми реагировать быстро и эффективно для изоляции атак. Проектирование развитых средств ИТ-безопасности совершенно необходимо для защиты критически важных данных и систем, а также для защиты клиентов и всего предприятия от последствий неавторизованного доступа.

Передовые технологические платформы для сокращения ненужных расходов и быстрого, экономичного развертывания приложений

Виртуализация и модели облачных вычислений позволяют сократить затраты и неиспользуемые ресурсы. Предоставить возможность быстрее и экономичнее создавать среды и обеспечивать ускоренную реализацию новых функций, включая мобильные приложения и цифровые технологии, помогут современные средства автоматизированного развертывания приложений. Передовые средства управления всем комплексом приложений упрощают тестирование, администрирование и обеспечение безопасности, а также поддерживают постепенное развертывание дополнительных возможностей и функций для ускоренного удовлетворения ожиданий клиентов.

Оптимизация ИТ-инфраструктуры магазинов

Модернизация инфраструктуры, разработка новых цифровых возможностей и эффективное управление ресурсами для поддержки мобильного предприятия и новых моделей вычислений в магазинах. Обновление архитектуры магазинов, развертывание в них сетей и приложений для конечных пользователей и управление устройствами.

ПРИМЕР БИЗНЕС-КОНТЕКСТА



ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВЫГОДЫ

Сокращение общих ИТ-затрат

Ускоренное развертывание новых функциональных возможностей

Уменьшение вероятности нарушений в системе безопасности

КАК МЫ ЭТО ДЕЛАЕМ

Обновление и защита предприятия – в особенности на уровне магазинов – как правило, не могут быть реализованы с использованием одного решения или программного комплекса. Для этого необходим набор компонентов, соответствующих вашим потребностям и призванных помочь вашей ИТ-службе добиться существенного сокращения затрат. Это специализация IBM и то, чем мы успешно занимаемся многие годы. Наш подход позволяет высвободить ИТ-фонды, которые используются неэффективно в существующей нерациональной среде.

Применяя передовые технологические платформы, такие как семейство IBM PureSystems® и IBM PureApplication System, мы можем эффективно консолидировать и оптимизировать использование систем для поддержки розничных приложений, в том числе для управления товарами, цепочками поставок, магазинами, электронной коммерцией, финансами и персоналом и выполнения анализа. Мы также используем глобальную инфраструктуру облачных вычислений SoftLayer, чтобы ускорить развертывание систем и приложений для новых рабочих нагрузок,

а также повысить эффективность и сократить затраты с применением различных возможных моделей, от традиционного развертывания технологий на собственных площадках компании до хостинга и управляемых сервисов.

В условиях конвергенции физического и цифрового миров мы поможем вам развернуть требуемую беспроводную инфраструктуру, чтобы внести в ваши магазины интерактивность и вовлечь покупателей в процесс онлайн-новых покупок. Мобильные технологии помогут вам поддерживать непрерывный и выверенный диалог с клиентами.

Служба IBM Global Business Services поможет вам развернуть технологическую инфраструктуру с мобильной стратегией, соответствующей целям вашего бизнеса. Мы называем это термином «магазин как сервис» (Store-as-a-Service).

Следующим этапом является развертывание эффективной структуры тестирования, сопровождения и управления для вашего комплекса приложений. Используя наши навыки глобального управления корпоративными приложениями, мы можем реализовать методы эффек-

тивного тестирования для повышения качества ваших решений и экономичной разработки новых функциональных возможностей.

Все это дополняется нашими лучшими в отрасли решениями для ИТ-безопасности и управления системами на базе программного обеспечения IBM Tivoli®, которое защищает магазины и предприятие, помогая улучшить защиту данных, обеспечение конфиденциальности и выполнение регулирующих норм.

IBM предлагает один из самых развитых и полных ассортиментов решений и сервисов обеспечения безопасности для отрасли розничной торговли. Наша стратегия корпоративной безопасности включает передовые средства защиты систем в каждой точке сетевого доступа, технологии углубленного анализа для непрерывного сканирования и выявления закономерностей, которые могут указывать на вторжение, а также эффективные средства контроля процессов и механизмы оперативного реагирования. Все это позволяет создать культуру информированной бдительности и оперативного принятия мер в случае нарушения системы безопасности.

СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТЕХНОЛОГИИ IBM

Управляемые сервисы, предоставляемые службой IBM Global Technology Services®:	Управляемые сервисы, предоставляемые службой IBM Global Business Services®:	Программное обеспечение и облачные решения	Технологические платформы
<ul style="list-style-type: none"> IBM SmartCloud Enterprise+ (POWER, Intel), SoftLayer (Intel) IBM Fiberlink® для управления мобильными устройствами в облаке Управляемые сервисы обеспечения безопасности Сервисы ИТ-безопасности для: облачных сред, приложений, данных, оперативного реагирования, управления идентификационными данными и доступом Консультации, управление и выполнение регулирующих норм для ИТ-рисков и обеспечения безопасности IBM MobileFirst Infrastructure Consulting Сервисы управления мобильным предприятием Сервисы интеграции и оптимизации мобильной инфраструктуры Оценка выполнения требований PCI (Payment Card Industry) и связанные услуги Mobile Device as a Service (Мобильное устройство как сервис) 	<ul style="list-style-type: none"> Тестирование и управление приложениями Store-as-a-Service (Магазин как сервис) Анализ рисков и мошеннических действий <p>Услуги по развертыванию и совершенствованию процессов</p> <ul style="list-style-type: none"> Оценка корпоративной архитектуры Консультации по вопросам безопасности IBM Cybersecurity Executive Awareness Briefing IBM Security Maturity Benchmark Assessment 	<ul style="list-style-type: none"> IBM Tivoli IBM Cognos Business Intelligence IBM Maximo integration assets IBM QRadar® Security Intelligence Platform IBM Trusteer® Apex IBM Security Key Lifecycle IBM Security SiteProtector System IBM Network IPS IBM Guardium® Database Activity Monitoring and Encryption Expert IBM Endpoint Manager IBM Security AppScan® IBM X-Force® Решения IBM Watson Internet of Things – Connected Store 	<ul style="list-style-type: none"> Предпочтительные платформы: System x, POWER7+ и PureFlex System IBM Retail Data Warehouse on IBM Power Systems IBM InfoSphere Master Data Management Collaborative Edition on IBM Power Systems Управление корпоративными ресурсами (Enterprise Resource Planning, ERP) в розничной торговле (SAP и Oracle) на базе IBM PureSystems Watson Internet of Things

Дополнительная информация о каждом из этих предложений доступна на веб-сайте ibm.com. Свяжитесь с региональным представителем IBM для организации встречи.

ПРИМЕРЫ ВНЕДРЕНИЯ

HOME SHOPPING NETWORK, INC.

Эта американская многоканальная розничная компания развернула решение для управления рисками нарушений безопасности на базе IBM API Management, позволяющее лучше монетизировать данные о клиентах, не подвергая их риску.

- Уменьшение затрат на аудит безопасности на 50% благодаря использованию меньшего количества серверов
- Открытие новых потоков доходов благодаря предоставлению разработчикам возможности проще использовать данные о клиентах
- Уменьшение рисков нарушения информационной безопасности

GAMESTOP

Этот продавец игр реализовал среду облачной интеграции и разработки на базе технологий IBM. Это позволило компании разрабатывать приложения, совершенствующие взаимодействия с клиентами.

- Сотрудники могут постоянно оставаться на самом высоком уровне информированности, что позволяет им лучше обслуживать клиентов
- Клиентам предлагается привлекательная среда обслуживания, мотивирующая приходить в магазины снова
- Компания получила возможность успешно адаптироваться к стремительным переменам в отрасли

AN INT'L RETAILING GROUP

Эта международная группа розничных компаний модернизировала свою среду управления доступом для защиты доступа пользователей и повышения эффективности.

- Сокращение ежегодных затрат на 30-40%
- Развертывание средств защиты от новых угроз безопасности
- Повышение гибкости



АНАЛИЗ И ПЛАНИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ

КАК МЫ ЭТО ОПРЕДЕЛЯЕМ

Для расширения бизнеса и роста прибыли в организациях со сложной структурой каждый сотрудник должен неизменно работать над единым, согласованным и наглядным набором совместно используемой информации, бизнес-планов, финансовых целей и задач. Однако в большинстве розничных компаний ключевые функциональные подразделения по-прежнему работают в значительной степени изолированно и отсутствует согласованность операций, каналов, маркетинга, управления товарами и цепочками поставок. Зачастую наблюдается несвязность финансовых оценок, поддерживающих принятие решений, и фактической эффективности работников. Эта проблема усугубляется отсутствием эффективных способов своевременного выявления тенденций и проблем, чтобы можно было быстро на них реагировать.

Поэтому необходимо развернуть комплекс функциональных возможностей для анализа и планирования эффективности, а затем использовать его для полного понимания эффективности и разработки соответствующих стимулов для повышения эффективности в масштабе всей организации. Кроме того, существуют потребности в обеспечении согласованности корпоративной стратегии и исполнения операций. Розничные компании, которые добиваются успехов в этой области, оказываются на шаг впереди конкурентов в понимании того, что делать дальше – и что анализ может стать основой для значительного и устойчивого роста прибылей.

ЧТО ВАМ НУЖНО

Финансовое планирование, прогнозирование и отчетность в общекорпоративном масштабе для определения показателей и целей для каждой должности в организации в соответствии с общей стратегией ведения бизнеса

Разработка согласованных показателей для различных подразделений является необходимым условием для обеспечения соответствия нисходящих и восходящих планов и работы каждого сотрудника над общими целями и проектами. Анализ «что если» и моделирование сценариев позволят вам определять финансовое влияние бизнес-решений и выбирать оптимальное направление действий. Отчетность и анализ обеспечат своевременное обнаружение проблем в выполнении задач на основе уведомлений и отслеживания тенденций, а гибкие инструменты планирования предоставят возможность быстро выполнять повторное планирование при изменении условий ведения бизнеса.

Управление эффективностью продаж для повышения прозрачности расходов и использования гибких планов оплаты труда

Автоматизация процесса вычислений и формирования отчетов на базе переменных для описания процесса оплаты труда обеспечивает большую прозрачность одной из самых крупных статей переменных затрат – расходов на персонал – и повышение ответственности. Мощные инструменты позволят вам использовать новые системы оплаты труда, способные поддерживать желаемое поведение специалистов по продажам, сократить циклы выплаты вознаграждений и исключить ошибочные переплаты.

Передовые средства анализа помогут выявлять случаи и причины внезапного падения эффективности, а также предвидеть изменения рыночного спроса

Целью является возможность оперативно понимать коренные причины, предвидеть снижение эффективности и обнаруживать изменения в потребительском спросе, действиях конкурентов, работе поставщиков и экономической ситуации. Предиктивный анализ обеспечивает ускоренное повторное прогнозирование для внесения корректив с учетом изменений и оценки альтернативных направлений действий.

Когнитивные вычисления для более глубокого погружения в ситуацию и понимания областей, на которые, возможно, никто еще не догадался обратить внимание

Новые когнитивные решения обрабатывают информацию скорее как человек, а не как компьютер. Они понимают естественный язык, генерируя гипотезы на базе фактов и ускоряя исследование и понимание на основе выявления закономерностей в любых типах данных для получения точных ответов на вопросы.

ПРИМЕР БИЗНЕС-КОНТЕКСТА

Цели бизнеса
Данные об
эффективности

- Ключевые показатели эффективности
- Финансовые отчеты
- Сценарии
- Моделирование «что если»
- Углубленный анализ
- Когнитивные вычисления

Нисходящее
стратегическое
планирование

- Планы магазинов
- Планы электронной коммерции
- Планы мерчандайзинга
- Планы маркетинга
- Планы поставок

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВЫГОДЫ

Более согласованная
деятельность
организации

Расширение
сотрудничества

Повышение общей
прибыльности

КАК МЫ ЭТО ДЕЛАЕМ

В основе планирования и анализа эффективности лежит тесная интеграция людей, процессов и систем для координирования оценки и планирования в масштабе всего предприятия. Первым компонентом является процесс эффективного общекорпоративного финансового планирования, бюджетирования и прогнозирования, который реализуется с применением корпоративного программного обеспечения для планирования IBM Planning Analytics.

Используя данные об эффективности и допущения, ПО IBM Planning Analytics позволяет выполнять анализ «что если» и моделировать влияние бизнес-решений. По результатам такого анализа вы сможете выполнять финансовое планирование в масштабе всей компании для определения операционных целей и планов для каждой функциональной области. Это позволит обеспечивать согласованность показателей и стимулов, определенных для каждого сотрудника, общим целям предприятия – включая специалистов по закупкам, управлению товарами, цепочками поставок, маркетингу и планированию рекламных акций, а также продавцов, директоров магазинов и сотрудников отдела кадров. Все работники в организации могут

действовать согласованно для поддержки расширения бизнеса и роста прибыли.

Решения Sales Performance Management помогают согласовывать эффективность продаж в магазинах с корпоративной стратегией. Благодаря автоматизации и новым планам вы сможете повысить точность, сократить затраты и поддерживать желаемую эффективность действий и продаж на основе соответствующих стимулов, обеспечивая значимые улучшения в вашей организации.

Следующим компонентом является развитая система оценки эффективности и формирования отчетов, развертываемая с использованием программного обеспечения Cognos Analytics. ПО Cognos Analytics позволяет составлять отчеты, использовать информационные панели и карты показателей и выполнять анализ для мониторинга ключевых показателей, чтобы менеджеры и руководители компании могли отслеживать и понимать операционную и финансовую эффективность.

Средства углубленного анализа IBM SPSS помогают понимать коренные причины, предвидеть снижение эффективности и оценивать альтернативные направления

действий, позволяя вам уверенно предсказывать, что будет дальше, чтобы принимать более разумные решения, справляться с проблемами и улучшать результаты. Использование не только знаний, извлекаемых из внутренних источников, но и внешних данных, структурированных и неструктурированных, – включая социальные сети, новости, местные события, прогнозы погоды и другую информацию, – обеспечивает повышение прозрачности и лучшее понимание ситуации, что помогает руководителям розничных компаний принимать решения.

И последний, очень многообещающий компонент в данном случае – это когнитивные вычисления. Когнитивная система IBM Watson, обрабатывающая информацию скорее как человек, а не как компьютер, и понимающая естественный язык, позволяет организации сделать огромный шаг вперед в способности быстро анализировать и понимать изменения в бизнесе и реагировать на них. Watson может быстро, точно и уверенно отвечать на сложные вопросы, трансформируя процессы принятия решений в разных отраслях, в том числе помогая справляться с самыми важными и непростыми проблемами в сфере розничной торговли.

СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТЕХНОЛОГИИ IBM

Программное обеспечение и облачные решения	Услуги по внедрению и совершенствованию процессов	Управляемые сервисы	Технологические платформы
<ul style="list-style-type: none"> IBM Cognos Planning Analytics IBM Cognos Analytics IBM SPSS IBM Sales Performance Management IBM Watson Engagement Advisor IBM Watson Explorer IBM Watson Discovery Advisor IBM Watson Analytics IBM Insights Solutions 	<ul style="list-style-type: none"> Информационная панель для руководителя компании Средства анализа эффективности для финансового директора Ускоренное развертывание технологий бизнес-анализа Аналитическое хранилище данных Управление эффективностью магазинов Управление эффективностью персонала 	<ul style="list-style-type: none"> Когнитивные технологии для руководителя Аналитика для трансформации и сокращения затрат Данные и исследования от The Weather Company <p>Управляемые сервисы</p> <ul style="list-style-type: none"> Аутсорсинг бизнес-процесса «проводка-отчетность» 	<ul style="list-style-type: none"> IBM PureSystems IBM PureData System for Analytics Cloud for Varicent IBM Watson Data Platform

Дополнительная информация о каждом из этих предложений доступна на веб-сайте ibm.com. Свяжитесь с региональным представителем IBM для организации встречи.

ПРИМЕРЫ ВНЕДРЕНИЯ

DFS	YOUNGOR GROUP CO., LTD.	DESTINATION XL GROUP, INC.
<p>Эти британские магазины мебели развернули аналитическую платформу на базе программного обеспечения IBM для бизнес-анализа и использует облачную инфраструктуру SoftLayer для ускоренного формирования отчетов и анализа.</p> <ul style="list-style-type: none"> Повышение продуктивности и улучшенное распределение ресурсов благодаря сокращению времени подготовки отчетов на 99% Поддержка стратегических инициатив по расширению бизнеса благодаря извлечению знаний из данных за секунды Значительное сокращение капитальных затрат благодаря масштабируемой облачной платформе 	<p>Этот китайский производитель одежды и тканей развернул новую платформу для бизнес-анализа на базе программного обеспечения IBM, чтобы значительно улучшить понимание своего бизнеса</p> <ul style="list-style-type: none"> Ускоренное принятие более обоснованных решений благодаря сокращению времени подготовки отчетов на 86% Обеспечение полной прозрачности благодаря интеграции данных из 10 филиалов Оперативное использование новых возможностей для развития бизнеса на основе 193 KPI-показателей 	<p>Производитель мужской одежды больших размеров развернул передовое облачное решение для моделирования вознаграждений на базе ПО IBM Sales Performance Management, и теперь ее специалисты по продажам сосредотачиваются на предпочтениях и образе жизни каждого клиента, а не на строении тела или размере.</p> <ul style="list-style-type: none"> Повышение лояльности клиентов благодаря их улучшенному обслуживанию Повышение прозрачности показателей эффективности специалистов по продажам Сокращение нагрузки на сотрудников кадровой службы, упрощение аудита и выполнения регулирующих норм

IBM и отрасль розничной торговли

Более 4000 сотрудников IBM по всему миру специализируются на отрасли розничной торговли. Глобальная сеть IBM, обслуживающая эту отрасль, является одной из крупнейших в мире и включает почти 2000 бизнес-партнеров IBM.

Превосходство IBM в создании лучших отраслевых решений является прямым результатом нашей неизменной приверженности исследованиям и разработкам. Ежегодно мы инвестируем в исследования и разработки более 5 миллиардов долларов США и 23 года подряд сохраняем лидерство среди организаций в США по количеству полученных патентов. Только в 2015 году IBM получила 7355 патентов.

IBM ANALYTICS

Технологии IBM Analytics предоставляют любому пользователю возможность исследовать данные для получения ответов на самые сложные вопросы бизнеса, обнаружения закономерностей и развития инновационных идей. Передовые аналитические решения, ориентированные на поставщиков потребительских товаров, позволяют организациям превращать знания в действия.

IBM WATSON

Когнитивная система IBM Watson обеспечивает сотрудничество человека и компьютера, позволяющее людям быстрее совершенствоваться и расширять свои знания. IBM Watson Analytics предоставляет интуитивно понятную визуализацию и предиктивную аналитику каждому бизнес-пользователю. Участники экосистемы разработчиков и партнеров IBM Watson встраивают API-интерфейсы когнитивных вычислений в свои облачные приложения, выпуская инновационные решения на базе Watson для отрасли потребительских товаров.

WATSON MARKETING

Используйте новые внутренние и внешние знания, изучая поведение, привычки и настроения потребителей, чтобы открывать новые возможности для развития бизнеса.

WATSON SUPPLY CHAIN

Оперативно решайте проблемы, используя возможности встроенного эксперта, предоставляющего рекомендации и позволяющего предвидеть проблемы до их появления.

WATSON COMMERCE

Получайте более глубокое понимание предпочтений, поведения и рыночного влияния потребителей, чтобы эффективно использовать возможности и тенденции и обеспечивать персонализированное обслуживание клиентов.

IBM MOBILEFIRST

Объедините преимущества корпоративных данных и аналитики с превосходной пользовательской средой, чтобы предоставить своей организации новые возможности для взаимодействий, обучения, сотрудничества и ведения бизнеса.

IBM SECURITY

Наши программные продукты и услуги по обеспечению безопасности помогают клиентам защищаться от изощренных угроз и мошеннических действий, управлять идентификационными данными и доступом и использовать лучшие средства защиты приложений, данных и инфраструктур.

IBM CLOUD

Облачные предложения IBM включают решения IaaS (инфраструктура как сервис), SaaS (программное обеспечение как сервис) и PaaS (платформа как сервис), предоставляемые через публичные, частные и гибридные облачные среды. Эффективно используя преимущества гибкой облачной разработки, организации могут быстрее принимать более обоснованные бизнес-решения, обеспечивая полную прозрачность и контроль.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Для получения дополнительных сведений о любом из решений, описанных в этом руководстве, свяжитесь с региональным представителем IBM или посетите веб-страницу ibm.com/retail.

ПРИМЕЧАНИЯ:



© Copyright IBM Corporation 2017

IBM Восточная Европа/Азия
123317, Россия, Москва
Пресненская наб., 10
Тел. : +7 (495) 775-8800, факс: +7 (495) 258-6468
ibm.com/ru

Январь 2017 года.

IBM, логотип IBM, ibm.com, Initiate, SPSS, InfoSphere, BigInsights, IBM Watson, Watson Discovery Advisor, Cognos, Power Systems, z Systems, PureData, WebSphere, Bluemix, TM1, PureApplication, IBM MobileFirst, TRIRIGA, Maximo, POWER7+, PureFlex, PureSystems, Tivoli, IBM SmartCloud, Global Business Services, X-Force, QRadar, Trusteer, Guardium и AppScan являются товарными знаками International Business Machines Corp., зарегистрированными во многих юрисдикциях по всему миру.

Другие названия продукции и услуг могут являться товарными знаками IBM или других компаний.

Актуальный список товарных знаков IBM представлен на странице «Информация об авторских правах и товарных знаках» по адресу <http://www.ibm.com/legal/copytrade.shtml>.

The Weather Company является зарегистрированным товарным знаком компании TWC Product and Technology, LLC, входящей в структуру IBM.

Silverpop является зарегистрированным товарным знаком компании Silverpop, входящей в структуру IBM.

SoftLayer является зарегистрированным товарным знаком компании SoftLayer, Inc., входящей в структуру IBM.

Netezza и Sterling Commerce являются зарегистрированными товарными знаками компании IBM International Group B.V., входящей в структуру IBM.

Кепеха является зарегистрированным товарным знаком компании Кепеха, входящей в структуру IBM.

Intel является товарным знаком или зарегистрированным товарным знаком Intel Corporation или ее дочерних компаний в США и/или других странах.

Содержание данного документа является актуальным на дату его публикации и может быть изменено IBM в любое время. Предложения доступны не во всех странах, где IBM ведет деятельность.

Примеры клиентов приведены исключительно для наглядности. Реальные результаты могут отличаться, в зависимости от конкретных конфигураций и операционных условий.

ИНФОРМАЦИЯ В ДАННОМ ДОКУМЕНТЕ ПРЕДОСТАВЛЯЕТСЯ ПО ПРИНЦИПУ «КАК ЕСТЬ», БЕЗ КАКИХ-ЛИБО ГАРАНТИЙ, ЯВНЫХ ИЛИ ПОДРАЗУМЕВАЕМЫХ, ВКЛЮЧАЯ ГАРАНТИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ВЫГОДНОСТИ, ПРИГОДНОСТИ ДЛЯ КОНКРЕТНОЙ ЦЕЛИ ИЛИ НЕНАРУШЕНИЯ ПРАВ. Продукция IBM сопровождается гарантией в соответствии с положениями и условиями соглашений, по которым эта продукция предоставляется.

Клиент несет ответственность за выполнение применимых к нему законов и регулирующих норм. IBM не предлагает юридических рекомендаций, не делает никаких заявлений и не предоставляет никаких гарантий в отношении того, что ее продукты или услуги обеспечат клиенту выполнение требований законодательства или регулирующих органов.



Подлежит повторной переработке
