



# Контроллинг при цифровизации бизнеса

 **спортМастер**

НИ ДНЯ БЕЗ СПОРТА

МГТУ им. Н.Э.Баумана  
13.12.2019



- **Рынок** e-commerce и **трансформация** бизнеса  
Offline/Online → OMNIchannel → ONE RETAIL → Экосистемы



- **инструменты Контроллинга:**
  - планирование по типам клиентов
  - Омни отчётность
  - RORO-анализ



- У нас есть **вакансии** – welcome!



## Чаплыгин Юрий, к.э.н.

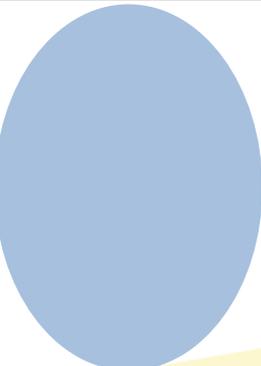
-  >12 лет,  
зам. дир. деп. Контроллинга и Отчетности
- Команда 15 чел:
  - Контроллинг P&L, годовое и долгосрочное планирование
  - Развитие сети и инвестиционный анализ
  - Отчетность BI Розница/ Опт/ Омни/ HR
- Спикер конференций Контроллинг, Retail, E-commerce, BI.
- **Есть 3 вакансии в контроллинг 😊**

# Рынок E-commerce RETIAL в России растёт опережающими темпами



Достиг в Y2019

**1.4 трлн. руб.**



1. Традиционный ритейл

- + Продажа товара в магазине

2. Мультиканальный ритейл

- + Покупка товара из дома
- + Доставка по удобному адресу

3. Омниканальный ритейл

- + Единый опыт при покупке товара через любые каналы

4. One Retail

- Выдающийся клиентский опыт во всех каналах:
- + Персонализация
  - + Технологические тренды (упрощенная идентификация, дополненная реальность, RPA\*, ИИ, голосовая коммерция)
  - + Внутренняя культура основана на использовании данных

5. Экосистемы

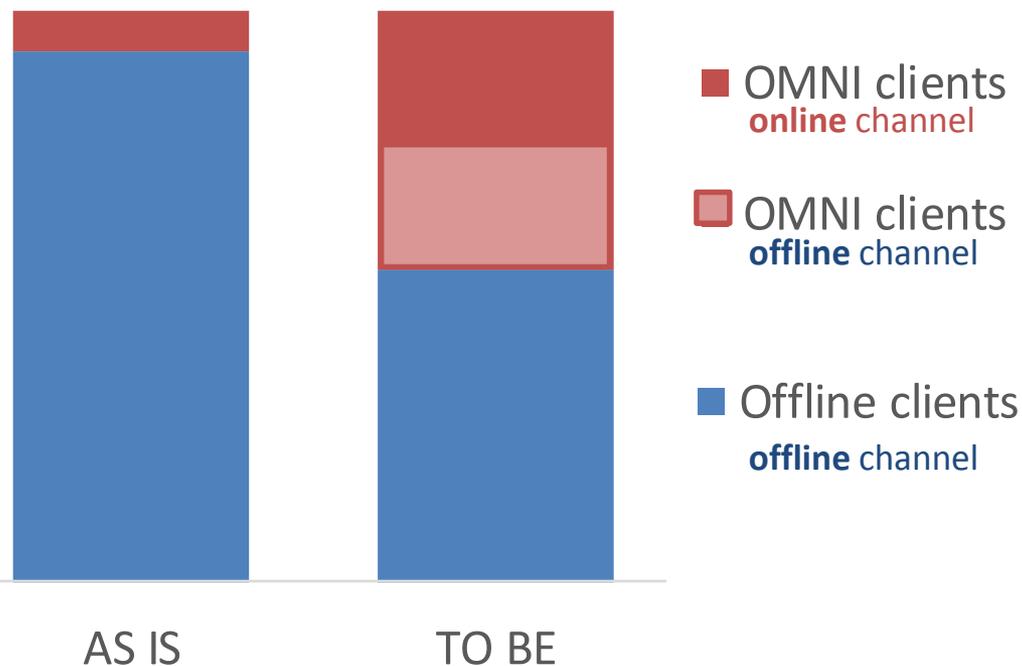
- Создание единой платформы для потребителя и поставщика
- + Основной центр притяжения покупателей на всем рынке
  - + Активное вовлечение поставщиков товаров и услуг в экосистему
  - + Смещение фокуса с товаров на услуги
  - + Сверх-широкий ассортимент

**Компании активно трансформируются**

## Растет доля ОМНИ-клиентов

Омни-клиенты – покупают и оффлайн, и онлайн

Структура продаж по типам клиентов



# Сквозная аналитика «воронки продаж» (Business Intelligence, BI)

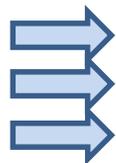
каналы  
Трафика

каналы  
Размещения

каналы  
Получения

Товар

Клиенты



**Sportmaster.ru**



Киоск, МРМ    Контакт-центр



Группы,  
Категории,  
Виды спорта,  
Бренды



Сегменты

**Трафик**

**CPO**

**COS%**

**Месячная аудитория**

**Конверсия %, трафик -> заказ**

- Просмотр каталога
- Просмотр товара
- Положили в корзину
- Начали оформлять заказ
- Заказ оформлен
- Онлайн оплата

- Использование поиска
- Использование фильтров

**Продажи**

**% заказ -> продажа**

- TR% подтверждения
- t подтверждения
- TR% выкупа
- ATV
- UPT
- ROPO
- В разрезе цепей поставок

**Маржа GM%**

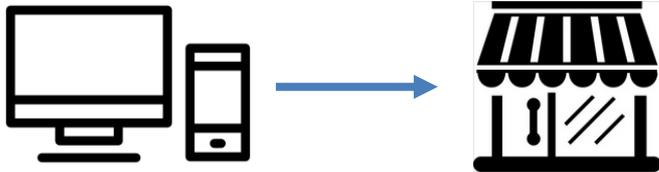
MU

MD%

Товар Online-only

**Число клиентов**

- Частота покупок в год
- Средний чек
- Отток%
- LTV



**ROPO** – Research **online**, purchase **offline**  
«посмотрел онлайн, купил офлайн»

**Продажи ROPO >2 раз  
превышают Omni**

За этим расчетом стоит большая  
аналитическая система!!!



Omni sales



ROPO sales

Чаплыгин Юрий



У нас есть вакансии в  
контроллинг.  
Пишите в FB!



[Chaplygin@gmail.com](mailto:Chaplygin@gmail.com)