

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ И РИТЕЙЛА

E-RETAIL WEEK

7-8 ОКТЯБРЯ
2025

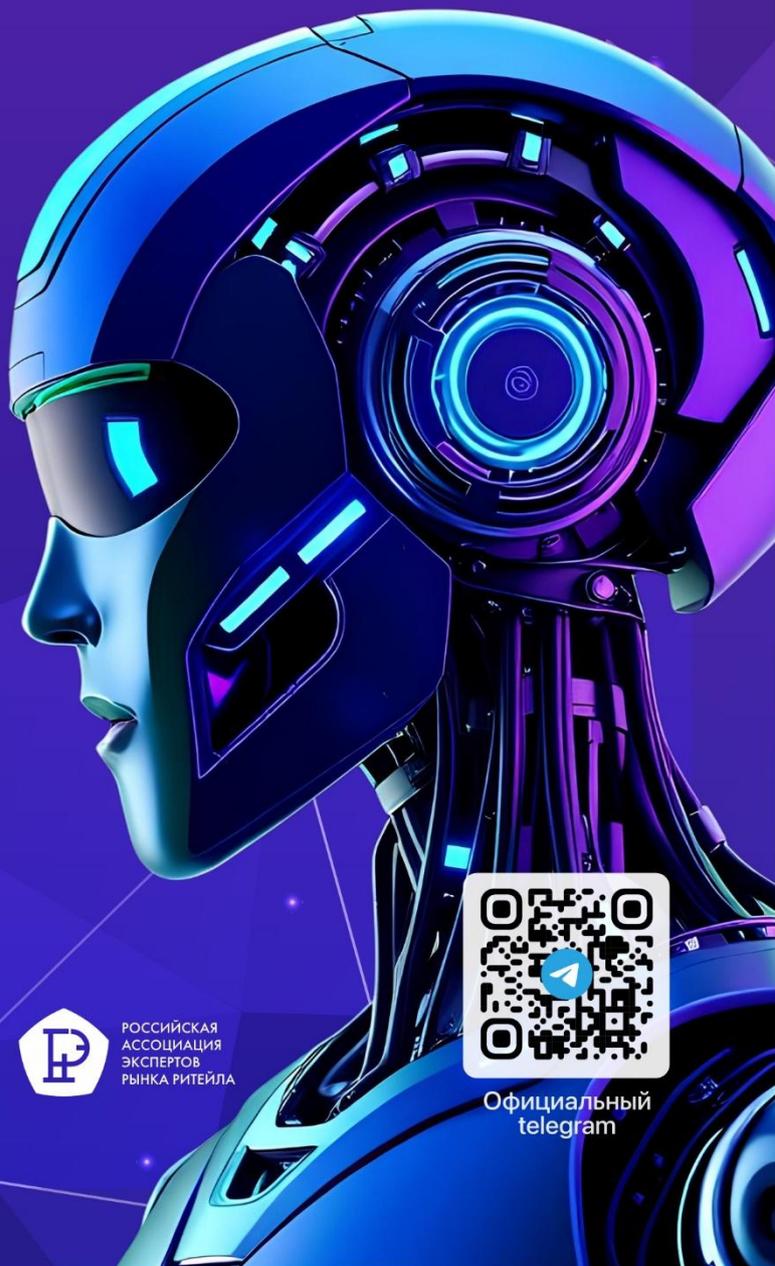
ТЕХНОЛОГИИ РИТЕЙЛА

📁 *НОВЫЕ форматы*

🌀 *нейросети*

🧠 *ИСКУССТВЕННЫЙ
ИНТЕЛЛЕКТ*

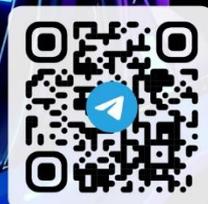
📦 *ЛОГИСТИКА*



120 Минпромторг
России



РОССИЙСКАЯ
АССОЦИАЦИЯ
ЭКСПЕРТОВ
РЫНКА РИТЕЙЛА



Официальный
telegram

Альфа Банк

Лучший банк
для масштабного бизнеса

Подпишитесь на телеграм-канал Масштабный бизнес



Оставайтесь в курсе событий
экономики, получайте
эксклюзивную аналитику,
следите за значимыми
событиями бизнеса

АО «АЛЬФА-БАНК» ГЕН. ЛИЦЕНЗИЯ ЦБ РФ №1326 ОТ 16.01.2015.
АЛЬФА-БАНК — ОБЛАДАТЕЛЬ ГРАН-ПРИ В НОМИНАЦИИ «ЛУЧШИЙ ЦИФРОВОЙ БАНК ДЛЯ КОРПОРАЦИЙ»
В РАМКАХ ПРЕМИИ THE GLOBAL FINTECH AWARDS 2024.

Приветствие участникам	4
Антон Алиханов	4
Андрей Карпов	5
Партнеры форума.....	7
Схема экспозиции.....	10
Участники выставки	12
Аналитика	29
Искусственный интеллект в ритейле	34
Интервью Генерального директора	43
ИИ и нейросети	46
Логистика	55
Технологии	62
Новые форматы	68

Антон Алиханов

Министр промышленности и торговли Российской Федерации



Уважаемые коллеги!

От имени Министерства промышленности и торговли Российской Федерации и от себя лично приветствую вас на Международном форуме электронной коммерции и ритейла E-Retail Week!

Форум уже в течение 5 лет является ключевой площадкой для обсуждения вызовов, стоящих перед отраслью. Он объединяет лидеров интернет-торговли, представителей логистических и промышленных компаний, технологического сектора и государственной власти. Такой формат позволяет представителям электронной коммерции эффективно обмениваться опытом, получать самую новую информацию о рыночных трендах и предлагать решения актуальных задач.

Сегодня электронная торговля развивается стремительными темпами, ставя перед нами масштабные задачи: внедрение инноваций, совершенствование логистики и автоматизация процессов, повышение устойчивости и конкурентоспособности рынка, создание благоприятных условий для покупателей и продавцов. Эти цели достижимы только благодаря тесному взаимодействию бизнеса и государства, что подчеркивает особую роль Форума E-Retail Week.

Желаю всем участникам форума продуктивного сотрудничества, которое приведет к реализации самых амбициозных планов!

Андрей Карпов

Председатель правления Российской Ассоциации экспертов рынка ритейла



Дорогие коллеги, участники и гости Форума!

От имени Российской Ассоциации экспертов рынка ритейла и от себя лично рад приветствовать вас на V Международном Форуме электронной коммерции и ритейла E-Retail Week.

Сегодня ритейл стоит на пороге новой эпохи: искусственный интеллект, роботизация, дополненная реальность и цифровой маркетинг становятся частью повседневной практики, меняя подходы к взаимодействию с клиентами, управлению ассортиментом и организации процессов.

Не случайно мы говорим: «Будущее ритейла — в технологиях». Именно это и есть главная задача E-Retail Week — предоставить участникам практические инструменты для роста и адаптации в мире цифровых решений.

Уверен, что насыщенная программа Форума, новые форматы, практические кейсы и экспозиция станут источником вдохновения и практической пользы для всех участников.

Желаю вам продуктивной работы, новых идей, надежных партнерств и смелых проектов!

≡ ВТБ



**РАЗЫГРЫВАЕМ
10 000 000
РЕАЛЬНЫХ РУБЛЕЙ
БИЗНЕСУ**

СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕЙСТВУЕТ ДЛЯ ИП И ЮЛ, ОТКРЫВШИХ Р/С В БАНКЕ ВТБ (ПАО), ПОДКЛЮЧИВШИХ ОДИН ИЗ ПУ «САМОЕ ВАЖНОЕ», «ВСЁ ВКЛЮЧЕНО», «БОЛЬШИЕ ОБОРОТЫ», «САМОЕ ВАЖНОЕ ЮГ», «ВСЁ ВКЛЮЧЕНО ЮГ», «БОЛЬШИЕ ОБОРОТЫ ЮГ» И СОВЕРШИВШИХ НЕ МЕНЕЕ 5 (ПЯТИ) ИСХОДЯЩИХ ПЕРЕВОДОВ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ В РУБЛЯХ РФ С Р/С НА СЧЕТА ДРУГИХ ИП/ЮЛ В ПЕРИОД С 08.09.2025 ПО 30.12.2025 Г. КОЛИЧЕСТВО ПОБЕДИТЕЛЕЙ В РОЗЫГРЫШЕ ОГРАНИЧЕНО. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОБЕДИТЕЛЕЙ ОСУЩЕСТВЛЯЕТСЯ ПО ФОРМУЛЕ, УКАЗАННОЙ В ПОЛНЫХ УСЛОВИЯХ АКЦИИ И СОСТОИТСЯ 30.01.2026 Г. ПОДРОБНЕЕ – НА VTB.RU (0+). НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ОФЕРТОЙ ИЛИ ПРИГЛАШЕНИЕМ ДЕЛАТЬ ОФЕРТЫ. **БАНК ВТБ (ПАО)**. ГЕНЕРАЛЬНАЯ ЛИЦЕНЗИЯ БАНКА РОССИИ № 1000

ОРГАНИЗАТОРЫ ФОРУМА



СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПАРТНЕР



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ СПОНСОР



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



ПАРТНЕР ФОРУМА



ПАРТНЕР ФОРУМА



ПАРТНЕР РЕГИСТРАЦИИ



ОРГАНИЗАТОРЫ СЕССИИ



ПАРТНЕРЫ СЕССИЙ



СПИКЕРЫ СЕССИЙ

OZON

СДЕК

АКИТ
АССОЦИАЦИЯ
КОМПАНИЙ
ИНТЕРНЕТ
ТОРГОВЛИ

ПОЧТА РОССИИ

REES46
TECHNOLOGIES

era
powered by group4media

ЭКСПЕРТНЫЕ
РЕШЕНИЯ

GIGA B2B
CHAT

Точка

ОККАМ TRADE MARKETING

Яндекс **Маршрутизация**

indeepa

СДТ
Фулфилмент - это мы!

УЦСБ

ЦРТ | ГРУППА
КОМПАНИЙ

ivideon

dpd

IBC
REAL ESTATE

билайн
adtech

ПОСТАВЩИКИ

Черноголовка

**Сладкий
Опас**
КОНДИТЕРСКАЯ ФАБРИКА
Вкусные идеи
для вас!

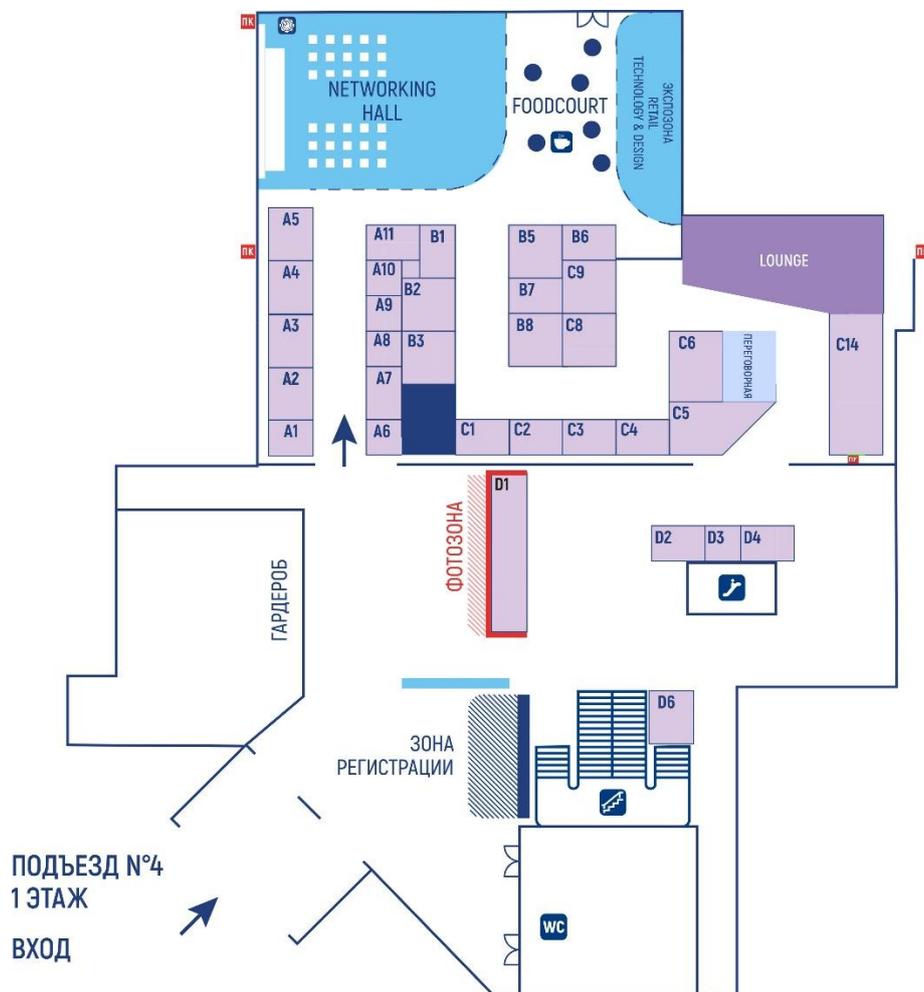
HORS

JOGA

ЭКСПОНЕНТЫ



1 ЭТАЖ



A1 - SPI robotics
 A2 - A.9 Agency
 A3 - Ivideon
 A4 - Штаб по защите бизнеса
 A5 - INDEERA
 A6 - CashCow.agency
 A7 - Трансмедиа
 A8 - Neogenda
 A9 - Advertpro
 A10 - flyflat market
 A11 - Yandex Crowd Solutions
 B1 - Flomni
 B2 - Сервизория
 B3 - ПУМА Биллинг
 B5 - Freshcredit
 B6 - Первый ОФД

B7 - Tenchat
 B8 - ESSAONE
 C1 - Кадры 360
 C2 - KTS
 C3 - Demis Group
 C4 - Скорозвон
 C5 - АТМ АЛЪЯНС
 C6 - ООО «Торговый Дом СЛАЩЁВА»
 C8 - АТК Консалтинг
 C9 - MOOZI
 C14 - Yamaguchi
 D1 - АКИТ
 D2 - SPIX
 D3 - Интернет-агентство «Инсайд»
 D4 - Okkam Trade Marketing
 D6 - Pixel24.ru

2 ЭТАЖ



- E3 - Retail CRM
- E4 - Юkassa
- E5 - Московская фабрика мороженого АО «БРПИ»
- E6 - СДЭК
- E7 - Яндекс Маршрутизация
- E9 - Лента
- E10 - СберТаргет
- E11 - Московский постомат
- F2 - ЭКБЮ Мультимедиа
- F3 - Банк ВТБ
- F4 - ОТП Банк

-  ЛЕСТНИЦА
-  ЭСКАЛАТОР
-  ТУАЛЕТЫ
-  ТЕХНИЧЕСКОЕ ПОМЕЩЕНИЕ
-  ЗОНА КОФЕ-БРЕЙКА



Retail Event

Компания Retail Event – ведущий организатор и оператор крупнейших отраслевых мероприятий в сфере ритейла. Ежегодно Компанией реализуются собственные проекты в Москве и в регионах России.

Многолетнее сотрудничество с министерствами и ведомствами, отраслевыми ассоциациями, эксклюзивные отношения с ведущими выставочными площадками страны позволяют Retail Event организовывать мероприятия на высочайшем уровне и собирать на Форумах ключевых экспертов, спикеров и лидеров мнений рынка ритейл отрасли, представителей органов власти в сфере потребительского рынка, менеджмент федеральных и региональных розничных торговых сетей, руководителей компаний в сфере электронной торговли и маркетплейсов, производителей и поставщиков товаров и решений для ритейла и многих других участников.

Форумы Retail Event на протяжении многих лет становятся ключевыми событиями ритейл отрасли, главным местом встречи российских ритейлеров и основной площадкой для обсуждения актуальных проблем и обмена опытом с коллегами.



Минпромторг России

Министерство промышленности и торговли Российской Федерации является уполномоченным (национальным) органом Российской Федерации по выполнению Конвенции о запрещении разработки, производства, накопления и применения химического оружия и его уничтожению и Конвенции о запрещении разработки, производства, накопления запасов бактериологического (биологического) и токсинного оружия и об их уничтожении.

Министерство промышленности и торговли Российской Федерации является уполномоченным органом Российской Федерации в области оборонной промышленности в случаях, предусмотренных Воздушным кодексом Российской Федерации.

Министерство промышленности и торговли Российской Федерации является уполномоченным органом Российской Федерации в сфере промышленной политики.

Министерство промышленности и торговли Российской Федерации является уполномоченным органом Российской Федерации по координации деятельности в сфере обращения лекарственных средств в части производства лекарственных средств для медицинского применения.

Министерство промышленности и торговли Российской Федерации является уполномоченным органом Российской Федерации по представлению в электронном виде в Евразийскую экономическую комиссию сведений о фармацевтических инспекторах для формирования реестра фармацевтических инспекторов государств - членов Евразийского экономического союза, а также по получению доступа к сведениям указанного реестра.

Министерство промышленности и торговли Российской Федерации осуществляет координацию и контроль деятельности подведомственного Министерству Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии.



РОССИЙСКАЯ
АССОЦИАЦИЯ
ЭКСПЕРТОВ
РЫНКА РИТЕЙЛА

raerp.ru

РАЭРР

Российская ассоциация экспертов рынка ритейла образована в ответ на запросы участников рынка розничной торговли и связанных с ним отраслей и в настоящее время проводит работу по различным направлениям: юридическому, аналитическому, информационному и др. РАЭРР участвует в работе по совершенствованию нормативно-правовой базы отрасли, оперативному разрешению конфликтных ситуаций в сфере ритейла, совершенствованию системы подготовки кадров, внедрению новых технологий. Ассоциация на постоянной основе организует консультационную и методическую помощь своим членам, содействуя наиболее эффективному решению возникающих вопросов. В рамках своей компетенции РАЭРР представляет интересы членов Ассоциации в государственных и муниципальных органах власти. Особое внимание в настоящее время уделяется организации консультаций по широкому кругу вопросов, исследований и рейтинговой деятельности, развитию направлений корпоративного обучения и коучинга, а также системной консолидации специалистов наиболее востребованных направлений, таких как HR, логистика, IT технологии, маркетинг. Российская ассоциация экспертов рынка ритейла содействует информационной поддержке компаний-членов Ассоциации, а также проводит работу по организации мероприятий, способствующих объединению и развитию отрасли.

РАЭРР выступает организатором крупнейших отраслевых мероприятий в сфере ритейла. Ежегодно Ассоциацией реализуются собственные проекты в Москве и в регионах России.

Альфа Банк

alfabank.ru

Альфа-Банк

Альфа-Банк — крупнейший универсальный частный банк в России. На протяжении 30 лет занимает ведущие позиции во всех сегментах банковского бизнеса. По итогам первого полугодия 2023 года согласно годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности по РСБУ чистая прибыль Альфа-Банка составила 52 млрд руб., а активы превысили 6,2 трлн руб. Клиентская база составляет 1,4 млн корпоративных клиентов и 27,9 млн физических лиц. Альфа-Банк развивается по модели Phygital, сочетая цифровые инновации с эффективной сетью физического присутствия, которая насчитывает 535 офисов в Москве и регионах России, более 2500 городов с доставкой.

Банк ВТБ

Банк ВТБ – системообразующий универсальный российский банк, один из лидеров рынка финансовых услуг. Банк работает со всеми категориями клиентов – крупным, средним и малым бизнесом, индивидуальными предпринимателями, самозанятыми и физическими лицами.

Банк является одним из лидеров российского финансового рынка, выступающим в качестве стратегического партнера предприятий ведущих отраслей промышленности, являющихся опорой национальной экономики. Банк содействует развитию бизнеса своих акционеров, клиентов и партнеров, предоставляя им высококачественные банковские услуги на российском и международном финансовых рынках.



vtb.ru



partner.market.yandex.ru

Яндекс Маркет для продавцов

API Маркета помогает продавцам управлять ассортиментом и ценами, обрабатывать заказы, обновлять остатки и решать множество других задач.

Инструмент выручит продавца 24/7, когда под рукой нет компьютера, а нужно решить срочную задачу, например обновить остатки или ответить на вопрос



ozon.ru

Ozon

Ozon — мультикатегорийный маркетплейс с развитой логистической сетью в России. На площадке представлено более 196 млн товарных наименований в более чем 20 категориях: от книг и одежды до продуктов питания и товаров для здоровья. Ozon активно развивается как интернет-платформа — более 90% ассортимента площадки формируют партнеры маркетплейса. Почти 40 млн активных покупателей уже получает заказы с помощью развитой логистической инфраструктуры Ozon, которая также позволяет тысячам предпринимателей продавать товары в 11 часовых поясах. Ozon активно развивает систему сервисов, комплементарных своему основному бизнесу — в том числе fintech-продукты и сервис быстрой доставки продуктов Ozon fresh.



av.ru

Азбука вкуса

Заказывайте доставку продуктов, готовых блюд и уникальных товаров. Мы соберём всё, что вам нужно, надёжно упакуем и доставим к назначенному времени. А также начислим бонусы, за которые вы сможете приобрести абонементы на чай, кофе и другие напитки.



otpbank.ru

ОТП Банк

ОТП Банк — партнёр для развития бизнеса

ОТП Банк предоставляет финансовые решения для ИП, малого, среднего и крупного бизнеса. Банк работает в России уже более 30 лет и входит в международную группу, объединяющую свыше 18 миллионов клиентов в 11 странах Центральной и Восточной Европы.

Для предпринимателей доступны продукты и сервисы, которые помогают бизнесу динамично развиваться:

- расчётные счета с бесплатным открытием и обслуживанием;
- оптимальные зарплатные проекты для сотрудников;
- бизнес-карты для ежедневных операций;
- POS-кредитование и сервис рассрочек "Давай делить" для роста продаж и лояльности клиентов.

ОТП Банк делает акцент на прозрачных условиях, удобном онлайн-обслуживании и индивидуальном подходе. Благодаря этому предприниматели могут сосредоточиться на главном — росте своего бизнеса.

**купер
бизнес**

kuper.ru

Купер Бизнес

Купер активно развивает разнообразные механики для бизнеса — компании могут приобрести в сервисе все необходимое. На витрине business.kuper.ru подключено более 1 000 ритейлеров, которые закрывают все базовые потребности: компаниям доступны продукты, бытовая химия, канцелярия, электроника, цветы и многое другое.

Купер постоянно расширяет промо-механики, акции и специальные предложения для бизнеса. Так, при подключении к сервису новые компании получают велком-бонусы, а также могут добавить новых сотрудников — представителей компании. Они получают возможность легко «переключать» сценарий заказов на сайте и в мобильном приложении Купера — и собрать корзину для компании или для себя. Представители бизнеса могут оплатить заказ как с карты, так и с корпоративного счета. Кроме того, им доступны интеграции с популярными системами электронного документооборота.

За покупки на сайте business.kuper.ru начисляется кешбэк баллами — чем выше средний чек и сумма покупок, тем выгоднее кешбэк. Баллы можно тратить в обоих сценариях заказов — как на закупки для компании, так и для себя. Баланс всегда доступен в личном кабинете.

 **максарт**

маркетплейс быстрых закупок

maksmart

Максарт

Цифровая платформа быстрых закупок «**Максарт**» – операционная компания, реализовавшая единое комплексное цифровое решение по автоматизации закупочного процесса, включающее в себя крупнейший в России B2B-маркетплейс, SRM+ систему управления взаимоотношениями с поставщиками и единую логистическую систему.

абкр

russianbranding.ru

АБКР

Объединение на добровольной основе юридических лиц, являющихся коммерческими организациями, осуществляющих профессиональную деятельность в сфере разработки потребительских, корпоративных, общественных, региональных и национальных брендов.

Достижение синергетического эффекта, опирающегося на совокупный репутационный капитал российских брендов и направленного на развитие России.

 **UrbanAds**

urbanads.yandex

Яндекс UrbanAds

Яндекс UrbanAds — интегрированная рекламная платформа Городских сервисов Яндекса, которая позволяет размещать рекламу в Яндекс Go, Яндекс Еде, Яндекс Лавке, Яндекс Маркете. Это первая платформа на рынке Retail Media, которая позволяет интегрировать рекламу сразу во множество повседневных сценариев пользователя. Например, при выборе товаров на маркетплейсе, заказе такси или готовой еды. Инструменты платформы открывают доступ к аудитории 94 млн пользователей в месяц.



amethyst-logistics

Аметист Логистика

Аметист Логистика — эксперты по цифровым и роботизированным решениям для внутриобъектовой логистики и производств. Компания развивает и связывает между собой ключевые робототехнические, ИТ- и производственные активы, способные трансформировать складскую и производственную логистику и позволяющие осуществить переход отрасли к новой реальности логистики.



cdek.ru

СДЭК

Международная курьерская служба с представительством в 25 странах. Доставляем личные посылки, документы, онлайн-покупки и грузы для бизнеса. Экосистема с проектами B2B и B2C: постаматы, фулфилмент, мейлфорвардинг, финансовый агрегатор, маркетплейс.



akit.ru

АКИТ

Ассоциация компаний интернет-торговли — Некоммерческая организация, созданная в июне 2012 года.

Создание зоны безопасного сервиса для клиентов интернет-магазинов. Установление добросовестных принципов конкуренции для всех участников e-commerce. Укрепление позиций добросовестных участников рынка, сокращение доли серого рынка.

ПОЧТА РОССИИ

pochta.ru

Почта России

Роль АО «Почта России» с момента создания компании и по сегодняшний день состоит в сохранении коммуникационной связанности граждан на территории всей страны. Почта России продолжит гарантированно доставлять в любой город или село письма, посылки, деньги и товары не только в физическом, но и цифровом виде.

Пандемия COVID-19 значительным образом трансформировала клиентские предпочтения и увеличила ценность цифрового потребления. На фоне изменения мировой макроэкономической ситуации произошла перестройка ряда отраслей, рынки присутствия АО «Почта России» развиваются ускоренными темпами. Реагируя на происходящие изменения, компания смотрит на стоящие перед ней цели и задачи под новым углом.



rees46.ru

REES46

REES46 — разработчик решений для автоматизации маркетинга. Предлагает инструменты для создания цифрового профиля клиентов, персонализации поиска и товарных рекомендаций на сайте, сегментации аудитории, автоматизации рассылок и повышения лояльности. Поставляет ПО в облаке и on-premise. Участник проекта «Сколково».



Group4Media

era – специализированное e-commerce агентство, входит в состав холдинга Group4Media. Агентство специализируется на полном цикле услуг в канале e-Commerce: от размещения товарных и охватных форматов до производства контента и SEO.



Газпромнефть Экспертные решения

Наша команда более 25 лет сопровождает деятельность группы компаний «Газпром нефть», одного из лидеров нефтегазовой отрасли. Чтобы оставаться в ритме стремительно развивающегося бизнеса группы, мы перешли к новому формату правовой функции. Так в 2021 году появилась компания «Газпромнефть Экспертные решения» с уникальной правовой экспертизой в различных отраслях экономики: от разведки, добычи и переработки полезных ископаемых до передовых ИТ-решений. Сегодня мы – крупнейшая юридическая команда в России, с четырьмя большими офисами в Москве, Санкт-Петербурге, Тюмени и Омске и локальными представительствами еще в 17 городах России. С гордостью за свою экспертизу и совместные с бизнесом достижения мы предлагаем Вам воспользоваться нашими знаниями и опытом для решения Ваших задач.



Giga B2B

Giga B2B (ООО «Салют для Бизнеса») — лидер в области решений на базе генеративного искусственного интеллекта (GenAI). Компания предлагает полный цикл услуг от пилотных внедрений до реализации проектов: локальную и облачную инфраструктуру для GenAI-решений, платформу для разработки агентных систем у заказчиков, готовые GenAI-решения для быстрого старта в типовых задачах, реализацию уникальных клиентских кейсов, консалтинг по GenAI-трансформации. Команда помогает бизнесу перейти от экспериментов с технологией к промышленному масштабированию, обеспечивая безопасность, адаптивность и экономическую выгоду. Giga B2B суперсила GenAI для вашего бизнеса.



Банк Точка

Банк Точка — банк для предпринимателей и предприятий. Делаем мир удобным для бизнеса. Банк Точка для селлеров — экосистема продуктов для развития бизнеса в e-commerce. От первых шагов в регистрации бизнеса и открытии счёта — до масштабирования оптимизации операционной работы на нескольких площадках. Все необходимые сервисы для онлайн-торговли в одном месте.



Okkam Trade Marketing

Okkam Trade Marketing создает комплексные решения в сфере ритейл-медиа и трейд-маркетинга: проводит 360-анализ брендов и категорий, предлагая эффективные инструменты для рекламных кампаний.

Яндекс  Маршрутизация[yandex.routing](https://yandex.ru/routing/)

Яндекс Маршрутизация

Яндекс Маршрутизация — облачный сервис для автоматизации логистических процессов: от интеллектуального планирования маршрутов до мониторинга доставки в режиме реального времени.

Решение основано на многолетнем опыте Яндекса в сфере транспортной аналитики и учитывает более 350 параметров при построении маршрутов, включая точные прогнозы пробок.

Более 700 компаний из разных индустрий ежедневно используют гибкие алгоритмы сервиса для построения десятков тысяч экономически выгодных маршрутов.

[indeepa](https://indeepa.ru/)

INDEEPA

Репрайсер INDEEPA для управления ценами и кросс-маркетплейс ценообразования на Wildberries, Ozon и Яндекс Маркет. Благодаря инновационной технологии, сервис эффективно решает задачи – от базовых, как например, контроль маржинальности или конкурентное следование, до разработки сложных стратегий ценообразования, опираясь на ИИ.



Фулфилмент - это мы!

[ao-sdt](https://ao-sdt.ru/)

СДТ

СДТ (Сервис Дистанционной Торговли) - крупнейший фулфилмент-оператор России. Компания оказывает весь спектр услуг для eCommerce: прием и ответственное хранение товаров, обработка заказов, ОТК, упаковка товаров, маркировка, учет и проверка «Честный знак», учет сроков годности, доставка товаров до складов маркетплейсов и конечных покупателей интернет-магазинов (курьерские компании, почта России), профессиональная обработка возвратов. В активе компании современные складские комплексы площадью более 100 000 м², работа ведется 24/7/365 с обработкой более 1 млн. товаров в месяц. Имеются круглосуточное видеонаблюдение, собственная WMS-система, прямая интеграция с WB, Ozon, Яндекс Маркет, Авито, Альфамаркет, а также с курьерскими сервисами.

ussc.ru

УЦСБ

УЦСБ — один из лидеров российского ИТ-рынка, системный интегратор с экспертизой в создании, защите, модернизации и обслуживании цифровой инфраструктуры бизнеса и государственных организаций. Входит в топ-100 крупнейших российских ИТ-компаний и в топ-15 крупнейших ИБ-компаний России. Компания обеспечивает полный комплекс кибербезопасности для ритейла. Одно из ключевых направлений компании — УЦСБ SOC: круглосуточный мониторинг информационной безопасности и оперативное расследование киберинцидентов любого масштаба.

speechpro.ru

Группа компаний ЦРТ

Группа компаний ЦРТ — глобальный разработчик продуктов и решений на основе разговорного искусственного интеллекта, машинного обучения и компьютерного зрения с 35-летним опытом. Технологический эксперт в области речевых технологий, генеративного искусственного интеллекта, лицевой и голосовой биометрии.

ivideon

[ivideon](http://ivideon.ru)

Ivideon

Ivideon предлагает решения видеонаблюдения для ритейла, HoReCa, франшиз и бизнеса с ИИ видеоаналитикой и гибкими инструментами для управления и контроля. Компания предоставляет локальные, облачные и гибридные системы, камеры, видеорегистраторы (NVR), серверы, коммутаторы и периферийные устройства, а также собственное ПО и сервисы бизнес-аналитики на основе видеонаблюдения.



dpd.ru

DPD

DPD — один из крупнейших в России негосударственных операторов экспресс-доставки и логистики. Инфраструктура DPD включает пункты выдачи более чем в 600 городах страны. Клиентам предлагается доставка в 35 000 населенных пунктов России, Казахстана, Беларуси, Кыргызстана, Армении, а также по более чем 200 странам мира. DPD работает в России 34 года и является обладателем множества наград как в сфере логистики, так и в области клиентского опыта.



ibcrealestate.ru

IBC Real Estate

IBC Real Estate – лидирующая компания на рынке недвижимости, которая более 27 лет работает в России и странах СНГ, до 2022 года осуществляла свою деятельность под брендом JLL. Компания предоставляет широкий спектр профессиональных услуг собственникам недвижимости, арендаторам и инвесторам, успешно работая в сфере стратегического консалтинга, исследований рынка, сопровождения сделок по аренде и покупке площадей, маркетинга объектов недвижимости, организации рабочего пространства, оптимизации портфеля недвижимости, инвестиционных продаж, привлечения финансирования и различного рода реструктуризаций, реализации сделок M&A, а также осуществляет оценку недвижимости и бизнеса, управляет проектами капитального строительства, отделки и проектирования в рамках стратегических партнерств с компаниями RITM Project и ООО «ПЕРВАЯ ОЦЕНОЧНАЯ КОМПАНИЯ».



beeline.ru

Билайн Adtech

Билайн Adtech - подразделение Билайн бизнес, развивающее рекламные технологии на базе big data и AI-технологий. Мы предлагаем комплексные рекламные продукты на базе digital- и телеком-рекламы, маркетинговую аналитику и платформенные решения для персонализированных и эффективных рекламных коммуникаций.



chernogolovka.com

Черноголовка

«Черноголовка» еще несколько лет назад была известна на рынке преимущественно как производитель бутилированной воды и безалкогольных напитков. С 2016 года группа скорректировала бизнес стратегию, начав производство собственной линейки снеков (чипсы, орешки, сухарики). В 2019 году компания приобрела фабрику в Алтайском крае и вышла на рынок кондитерских изделий. В 2020 году запустила собственный бренд детского питания «Черноголовка бэйби».



hlebspas.ru

Хлебный Спас

Кондитерская фабрика «Хлебный Спас» основана в 2004 году и уже 19 лет радует покупателей мучными кондитерскими изделиями и хлебцами высокого качества.



hors.ru

Кофейный дом Хорсь

«Кофейный Дом «ХОРСЪ» — это большая и взаимная любовь с кофейной культурой. История компании насчитывает более тридцати лет: за это время у нас получилось собрать команду из более чем 300 профессионалов по всей России и создать шесть узнаваемых брендов. В нашем ассортименте — премиальный и демократичный кофе, а также горячий шоколад и цикорий.



jogakids.ru

JOGA

Бренд JOGA представляет продукты для здорового перекуса без лишнего сахара и вредных добавок для взрослых и детей от 3-х лет JOGA - лауреат премии Марка #1 в номинации "Правильный перекус" Современная жизнь динамична: учеба, работа, тренировки, встречи... Часто мы забываем полноценно питаться, но забота о здоровье важна каждый день! Заботьтесь о здоровье своей семьи вместе с брендом JOGA— идеальный вариант для активных людей, стремящихся сохранить энергию и хорошее самочувствие даже в ритме большого города. JOGA - правильный перекус для тех, кто в движении!



inside.ru

Инсайд

Интернет-агентство «Инсайд» входит в ТОП-10 интеграторов «Битрикс24», имеет в штате сертифицированных специалистов, оказывает услуги по продажам и внедрению CRM, автоматизации бизнес-процессов, интеграции с 1С, телефонией и др., технической поддержке, доработке коробочных версий «1С-Битрикс24», имеет опыт работы с крупными корпоративными внедрениями, реализовывает проекты «под ключ» любого уровня сложности.



pudurobots.ru

SPI robotics

Компания SPI robotics — официальный дистрибьютор сервисных роботов Pudu на территории РФ.

В сфере Retail роботы-промоутеры способствуют продвижению товаров и увеличению узнаваемости торговых марок. А новое направление роботов для уборки помещений в ближайшее время совершит революцию в сфере клининга.



flomni.com/ru

Flomni

Flomni – омниканальная чат-бот платформа для автоматизации клиентского сервиса. Наши боты помогают компаниям быстрее и эффективнее работать с обращениями клиентов, снижая нагрузку на поддержку и повышая уровень сервиса.



babluk.ru

Торговый Дом СЛАЩЁВА

ООО «Торговый Дом СЛАЩЁВА» – компания-производитель детского питания «Бабушкино Лукошко» и продуктов здорового питания «Воскресение» выступит участником форума и представит современные решения правильного питания.

Детское питание «Бабушкино Лукошко» более 25 лет производится с учетом всех современных требований в нутрициологии и педиатрии. «Бабушкино Лукошко» – победитель в номинации «Выбор молодых мам 2025» от клуба беременных и молодых мам Москвы и Санкт-Петербурга, призёр всероссийских конкурсов, подтверждающих высокое качество продукции.

С 2023 года на базе завода детского питания налажен выпуск продуктов «Воскресение». Это функциональные обеды, обогащенные витаминами, и натуральные паштеты из мяса и рыбы на каждый день.



pixel24.ru

Pixel24.ru

Pixel24.ru — магазин профессионального фото- и видеоборудования.

С момента основания в 2009 году Pixel24 развивает не просто магазин, а целую вселенную для фотографов и видеографов любого уровня: от любителей до профи.

Широкий ассортимент техники: фотоаппараты, объективы, вспышки, штативы, видеокамеры, студийное оборудование, стабилизаторы, сумки, аксессуары и многое другое. Фотопрокат — техника без залога, с возможностью тест-драйва в личной студии. Фотошкола — обучение для всех уровней подготовки. Комиссионка — проверенная техника с гарантией. Trade-In — выгодный обмен старой техники на новую. Собственная студия и сервисный центр.



freshcredit.ru

Freshcredit

Разработка компьютерного программного обеспечения.



yookassa.ru

Юkassa

Сервис для приёма онлайн-платежей, лидер среди специализированных платёжных сервисов [по рейтингу РБК](#). У ЮKassa больше 10 популярных платёжных способов, готовые решения для интеграции с сайтами и инструменты для роста конверсии.



brand-ice.ru

Московская фабрика мороженого

Московская фабрика мороженого АО «БРПИ»- один из ведущих производителей пищевой индустрии, выпускает более 200 уникальных сортов мороженого: классические вкусы, функциональные и обогащенные сорта, веганские десерты, мороженое без сахара и многие другие.

Продукция Компании отвечает самым высоким стандартам качества.



kts.tech/projects

KTS

KTS — российская IT-компания, разработчик цифровых продуктов для бизнеса. Входит в топ-3 разработчиков корпоративных веб-сервисов и мобильных приложений по версии «Рейтинг Рунета».

Уже 10 лет создает и внедряет нагруженные веб-сервисы, B2B-порталы, личные кабинеты и мобильные приложения, а также IT-решения под задачи клиента. Рекламные спецпроекты, игры и геймификационные решения для программ лояльности, которые помогают удерживать пользователей во время промоакций. Решения для автоматизации цикла HR: найм, обучение, C&B, кадровое делопроизводство.



flyflat-market.ru

flyflat market

flyflat market — это сервис для интернет-магазинов, который использует искусственный интеллект для индивидуального подбора товаров и персонализированной рекламы. Все рекламные кампании запускаются автоматически с учетом поведения и интересов пользователя, а удобный AI-виджет обеспечивает простое и эффективное взаимодействие с клиентами на сайте.

Yandex Crowd Solutions

crowdsolutions.yandex.ru

Yandex Crowd Solutions

Yandex Crowd Solutions — команда исполнителей с присутствием в 100+ городах РФ. Мы доходим до торговых точек и решаем проблемы заказчиков: представляем товар в лучшем виде, фиксируем нарушения со стороны партнёров, проверяем продавцов под видом покупателей, приносим нужную информацию о ценах и конкурентах. А чтобы товар лучше продавался онлайн, обогащаем карточки товаров данными, проводим матчинг позиций и оцениваем релевантность поиска на сайте.



tmmsk.ru

Трансмедиа

Трансмедиа — рекламное агентство, специализирующееся на цифровой рекламе в транспорте. Наши 20 000+ экранов в салонах городского транспорта ежемесячно охватывают более 197 млн пассажиров по всей России. В эфире — более 20 тематических рубрик и реклама партнёров, от локального бизнеса до крупнейших брендов. Преимущества: широкий охват и вовлечённость аудитории, длительный контакт до 20 минут, локальный таргетинг и оперативная смена креатива.



cashcow.agency
pixelplus.ru

CashCow.agency и Пиксель Плюс

CashCow.agency — агентство омниканального маркетинга.

- запускаем CRM канал с 0 до первых продаж: email, SMS, WhatsApp, чат-боты в Телеграм;
- находим точки роста и увеличим долю до 30%;
- разрабатываем и внедряем программы лояльности.

Помогаем бизнесам получать новые деньги благодаря существующей клиентской базы.



spix.ru

SPiX

SPiX — B2B-платформа на базе ИИ, которая помогает управлять репутацией и открывает новые точки роста в продукте. Мы освобождаем команды от рутинной работы с отзывами, а ещё превращаем хаотичный поток данных в удобную аналитику и готовые инсайты для развития бизнеса.



atm72.ru

АТМ АЛЪЯНС

АТМ АЛЪЯНС — международная торгово-промышленная группа, которая уже более 16 лет успешно работает на рынке банковского, кассового и технологического оборудования. Мы предлагаем не только поставки, но и полный спектр сервисного сопровождения — от установки до технической поддержки, охватывая Россию и страны СНГ. Среди направлений, которые развивает АТМ АЛЪЯНС: кассы самообслуживания и POS-терминальное оборудование, которые повышают эффективность работы торговых точек. В состав группы компаний АТМ АЛЪЯНС входит Боровская Бумажная Компания, выпускающая термомоленту разных форматов, обеспечивающую высокое качество печати и стойкость к выцветанию. Объединяя оборудование, сервис и собственное производство, АТМ АЛЪЯНС предлагает ритейлу решения, повышающие лояльность клиентов.

OKKAM TRADE MARKETING

okkam.group/trade_marketing

Okkam Trade Marketing

Okkam Trade Marketing создает комплексные решения в сфере ритейл-медиа и трейд-маркетинга: проводит 360-анализ брендов и категорий, предлагая эффективные инструменты для рекламных кампаний. Благодаря глубокой экспертизе и партнёрству с ведущими ритейлерами, помогает брендам оптимизировать маркетинговые стратегии — сокращать расходы на рекламу, повышать лояльность покупателей и укреплять позиции бренда на рынке.



advertpro.ru

Advertpro

19 лет увеличиваем продажи и средний чек для бизнеса любой сложности в любом регионе России.

450+ успешных проектов.
60+ ниш в 80 регионах России.

Мы — сертифицированное агентство Яндексa, Яндекс.Метрики, Google, 1С-Битрикс и Битрикс24.
Аккредитованы в Минцифре как ИТ-компания.

Средний срок вывода сайта в топ-10 — 4 месяца. Запустим лендинг за 10 дней, корпоративный сайт — за 3 недели, интернет-магазин — за 1,5 месяца. Даём финансовые и документальные гарантии.


demis.ru

Demis Group

Demis Group — digital-агентство №1 в России. Мы предоставляем комплексный интернет-маркетинг: SEO, контекстную и медийную рекламу, SMM и таргетинг, управление репутацией (SERM+ORM), улучшение юзабилити и дизайна сайтов, а также техническую поддержку для эффективного продвижения.


skorozvon.ru

Скорозвон

Скорозвон — российский облачный сервис для повышения эффективности работы контакт-центров и отделов продаж.

Облачное решение для организации входящей линии и эффективного исходящего обзвона, которое повышает дозваниваемость до клиентов, сокращает количество автоответчиков и позволяет звонить без гудков и недозвонов.

В сервисе доступны AI-инструменты с технологией распознавания речи для интеллектуального анализа записей разговоров и выявления точек роста, голосовой робот и AI-тренер для эффективного онбординга сотрудников.


moozi.org

MOOZI

MOOZI — российский бренд здорового питания и аксессуаров для активной жизни. Мы создаем продукты, которые объединяют удобство, пользу и вкус, чтобы забота о здоровье была комфортной и легко входила в ежедневную привычку. В ассортименте бренда: сбалансированные смузи со 100% натуральным составом из фруктов, овощей и суперфудов, полезные вафли без сахара, консервантов и искусственных добавок, новинка 2025 – готовые супы-пюре без консервантов, крахмала и загустителей, функциональные напитки из трав и специй в формате стиков, широкая линейка экологичных аксессуаров (бутылки из стекла, термокружки, эко-шопперы и другие).

Продукты MOOZI помогают людям сохранять баланс и энергию в ритме современности. Мы развиваемся на рынке B2C и B2B, представлены в онлайн и офлайн-каналах, сотрудничаем с кафе, офисами и ритейлом.

Наша цель — сделать здоровое питание доступным, удобным и вдохновляющим для каждого человека


av.effort-group.ru

ЭКБЮ Мультимедиа

ЭКБЮ Мультимедиа - интегратор профессиональных мультимедиа-решений для бизнеса. Компания занимается разработкой технологических мультимедиа-решений, поставкой и внедрением proAV-систем, пуско-наладкой и сервисным обслуживанием оборудования. Интеграция proAV-решений происходит в формате "От концепта до контента": то есть, технические эксперты не только поставляют оборудование, но и готовы взять на себя задачи по разработке контента (видео и графики) для цифровых поверхностей. Это делает мультимедиа-систему еще более эффективной для бизнеса.



pumabilling.ru

ПУМА Биллинг

ПУМА Биллинг — международная компания, локализованная в России, специализирующаяся на поддержке и развитии виртуальных мобильных операторов (MVNO). Компания предоставляет технологическую инфраструктуру и бэкэнд-системы, необходимые для успешного запуска и управления MVNO, что позволяет новым игрокам выходить на рынок без значительных первоначальных инвестиций.

Основанная в 2005 году, ПУМА Биллинг имеет более 17 лет опыта на рынке и реализовала более 100 проектов. Компания управляет более чем 5 миллионами абонентов и поддерживает более 30 автономных MVNO, а также сотрудничает с 8 операторами в Азии и Африке.



indeepa.com

INDEEPA

Репрайсер INDEEPA для управления ценами и кросс-маркетплейс ценообразования на Wildberries, Ozon и Яндекс Маркет. Благодаря инновационной технологии, сервис эффективно решает задачи – от базовых, как например, контроль маржинальности или конкурентное следование, до разработки сложных стратегий ценообразования, опираясь на ИИ.



lenta.com

Лента

«Лента» — первая по величине сеть гипермаркетов и третья среди крупнейших розничных сетей страны. Компания была основана в 1993 г. в Санкт-Петербурге. «Лента» управляет 232 гипермаркетами в 84 городах по всей России и 108 супермаркетами в Москве, Санкт-Петербурге, Новосибирске, Екатеринбурге и Центральном регионе с общей торговой площадью 1 394 170 кв.м. Средняя торговая площадь одного гипермаркета «Лента» составляет около 5 600 кв.м, средняя площадь супермаркета — 900 кв.м. Компания оперирует семью собственными распределительными центрами. Компания развивает несколько форматов гипермаркетов с низкими ценами, которые отличаются маркетинговой и ценовой политикой, а также ассортиментом товаров местных производителей. По состоянию на 31 декабря 2017 г. штат Компании составлял 53 100 человек(1).

Менеджмент компании сочетает значительный международный опыт с глубоким знанием российского рынка и обширным опытом работы в России.

Крупнейшими акционерами «Ленты» являются TPG Capital и Европейский банк реконструкции и развития, которые придерживаются высоких стандартов корпоративного управления. «Лента» имеет листинг на Лондонской фондовой бирже и Московской Бирже под торговым кодом «LNTA».

(1) В эквиваленте полных штатных единиц (full time equivalent, FTE). Средний показатель FTE в 2017 г. составил 42 366 сотрудников.



essaone.com

ESSAONE

Китайская онлайн-площадка прямых закупок с фабрик. Возможность для малого и среднего бизнеса закупать товар напрямую от китайских фабрик «под ключ». ESSAONE играет роль связующего звена фабрик Китая с предпринимателями России.

Слоган: Белый закуп из Китая - на диване отдыхая!



market.sbertarget

СберТаргет

СберТаргет – сервис для эффективного продвижения бизнеса. Запускайте рекламу и получайте результат – даже если нет опыта, мало времени или ограничен бюджет.

Что предлагает СберТаргет?

- Детальный анализ профиля покупателей в отрасли и в вашем бизнесе на базе аналитики Сбера.
- Готовые настройки для запуска рекламы на аудиторию, склонную к покупкам.
- Генерацию текстов и изображений для рекламных объявлений с помощью ИИ.
- Скидки на запуск, бонусы к бюджету и другие выгодные предложения от рекламных площадок.

Чтобы продвигать бизнес было проще, у СберТаргета есть Маркетплейс. На нем можно найти подрядчика или сервис для решения любых задач: от создания сайта до размещения рекламы на билбордах.



mos.postamat

Московский постамат

Московский постамат — проект Правительства Москвы, направленный на поддержку сектора электронной коммерции в столице. Постаматы помогают развитию комфортной городской инфраструктуры и предоставляют людям услуги по бесконтактной и безопасной доставке интернет-заказов в удобное время. Уникальная особенность сети — модель совместного использования постаматов, когда из одного постамата можно забрать заказы из различных маркетплейсов, и размещение в жилых подъездах многоквартирных домов, которое обеспечивает «тапочковую» доступность.



neogenda.com

Neogenda

Neogenda. Приведем бизнес к результату.
Обучение, внедрение и консалтинг бизнеса и руководителей в области современных методов менеджмента проектов и команд: Agile, Kanban, Scrum, OKR, SAFe, Продуктовка.



1-ofd.com

Первый ОФД

Первый ОФД — IT-компания, разработчик и поставщик цифровых решений для офлайн-ритейла, e-commerce, сферы услуг с онлайн-оплатой, арендодателей и производителей.

Сервисы Первого ОФД помогают бизнесу соблюдать требования законодательства, автоматизировать процессы и повышать эффективность управления.

Аналитика на основе данных из чеков позволяет принимать обоснованные управленческие решения.

Клиентами компании являются более 280 000 организаций по всей России, включая крупнейшие федеральные сети.



yamaguchi.ru

Yamaguchi

Yamaguchi — эксперт в области массажного и фитнес оборудования. Оборудование Yamaguchi—это воплощение последних разработок в индустрии здорового образа жизни, фитнеса и массажа. Миссия компании — прививать любовь к здоровью.



retailcrm.ru

RetailCRM

Платформа для CRM-маркетинга, продаж и лояльности. После внедрения RetailCRM бизнес получает:

- единый профиль для каждого покупателя
- автоматизацию продаж на всём пути заказа
- продающие, реактивационные, автоматические и транзакционные рассылки с подробной аналитикой без дополнительных сервисов
- общение с клиентами из любых чатов в едином окне системы
- программу лояльности за 30 минут

RetailCRM — это единая экосистема для роста бизнеса и построения долгосрочных отношений с клиентами.



servizoria.ru

Сервизория

Сервизория - российская исследовательская продуктовая компания, сформировавшая экосистему услуг и IT-решений для эффективного управления клиентским опытом, персоналом, продажами, масштабирование розничного и e-commerce бизнеса. Более 20 лет опыта в сфере маркетинговых исследований и CX-продуктов в составе международного холдинга и с 2022 года - как независимая команда.



a9.agency

A.9 Agency

A9 — продвижение карточки товара в поисковой выдаче wildberries, Ozon (без выкупов, без доступа к карточке. Специально для участников выставки Ecom&Retail Week, A9 подготовили отличное предложение. Все продавцы на маркетплейсах с месячным оборотом больше 20 миллионов в месяц смогут продвинуть 1-2 карточки товара БЕСПЛАТНО! (Это нужно для того что бы сейлеры смогли увидеть как работает технология).

Услуги: продвижение в поисковой выдаче Ozon без выкупов, продвижение в поисковой выдаче WB с маленьким количеством выкупов, размещение положительных отзывов в карточке товара.



iam-ag.ru

IAM

Компания IAM - разработчик, производитель, поставщик и интегратор цифровых решений и Digital Signage оборудования для ритейла и бренд-компаний. Клиентами нашей компании являются крупные ритейлеры, международные и российские бренд-компании. Работаем на всей территории РФ и в странах СНГ (Беларусь, Казахстан, Киргизия, Грузия, Армения, Азербайджан, Таджикистан, Узбекистан).



www.nami-ag.ru

nami-ag.ru

НАМИ

НАМИ – рекламно-производственная компания, предоставляющая полный комплекс услуг в области дизайна, разработки, производства, логистики, монтажа и сервисного обслуживания торгового оборудования и долгосрочных рекламных материалов из металла, пластика и дерева. Собственные производственные мощности площадью более 3000м² и одна из лучших креативных команд на рынке помогут разработать и реализовать POSm проект любой сложности.



MARKETING COMMUNICATIONS COMPANY

coral-group.ru

Коралл Групп

«Коралл Групп» является национальным провайдером уникальных решений для ритейла.

Более 30 лет мы оказываем услуги в области разработки, производства, монтажа и сервиса торгового и рекламного оборудования. Осуществляем проекты устойчивого развития, оказываем услуги по переработке торгового оборудования и упаковки, поддерживаем экологические инициативы. Среди наших клиентов крупные российские и международные бренды. Реализуем проекты на всей территории РФ и в странах ближнего зарубежья.



atkconsulting.ru

АТК Консалтинг

АТК Консалтинг — российская компания в сфере стратегического консультирования. Основана в 2022 году выходцами из «большой тройки» и других крупных игроков. Специализируется на разработке решений для трансформации ведущих российских предприятий. Ключевой фокус АТК Консалтинг направлен на повышение эффективности закупок и преобразования операционных моделей. Проектный опыт охватывает различные индустрии: от тяжелой промышленности и аэрокосмического сектора до ритейла и FMCG.



kadry360.ru

Кадры 360

Кадры 360 — экосистема работы с кадрами для китов бизнеса. Мы помогаем бизнесу управлять всеми кадровыми процессами: аккредитация специалистов, обучение по охране труда, промышленной и электробезопасности, медосмотры, привлечение рабочих из Индии, страхование, снабжение объектов. Более 13 лет успешной работы и тысячи довольных клиентов по всей России. Мы полностью берем на себя взаимодействие со всеми внешними подрядчиками. Вы получаете все кадровые услуги через единое окно, экономя время, человеческие и финансовые ресурсы.

Аналитика Data Insight

По итогам первого полугодия 2025 года российский рынок eCommerce продолжает демонстрировать уверенный рост. За этот период было оформлено 3,8 млрд заказов — на 25% больше, чем за аналогичный период 2024 года. Основными драйверами роста остаются крупнейшие маркетплейсы: у Wildberries динамика составила +23%, у Ozon — +51%. В совокупности все маркетплейсы прибавили 25%, тогда как остальной рынок показывает рост на 23%. Быстрее рынка растут Ozon и eGrocery, а медленнее — мелкие маркетплейсы и категорийные интернет-магазины вне продуктового и фармацевтического сегментов.

eGrocery.

Сегмент онлайн-продаж продуктов питания продолжает оставаться одним из самых динамичных. В первом полугодии 2025 года рынок достиг 520 млн заказов и 766 млрд рублей оборота, что на 37% и 31% выше показателей прошлого года соответственно. Темпы роста по числу заказов ускорились — с 35% до 37%, однако динамика по продажам замедлилась (с 36% до 31%) на фоне снижения среднего чека и увеличения доли экспресс-доставки. Лидеры рынка укрепляют свои позиции: годовой прирост числа заказов в топ-5 достиг 42% против 36% в среднем по рынку. Самокат, ВкусВилл и Яндекс Лавка остаются в тройке лидеров. По прогнозу Data Insight, по итогам 2025 года рынок eGrocery достигнет 1,1 млрд заказов и 1,7 трлн рублей оборота, что соответствует росту в 1,4 раза по сравнению с 2024 годом. Средний чек при этом ожидается на уровне 1477 рублей (–1% к 2024 году).

Ресторанная доставка: результаты исследования «Доставка готовой еды из ресторанов: Сентябрь 2025»

Сегмент продолжает расширяться: доля заведений с доставкой выросла до 64% (+3 п.п. к 2023 году). Наибольшее проникновение отмечается в городах-миллионниках (72%) и в Московской области (69%). Основной драйвер роста — сетевые рестораны: 78% их точек предлагают доставку против 59% у независимых заведений. Характерно, что многие сети запускают доставку сразу с открытием нового заведения или в течение первых 1–2 недель работы.

ePharma.

По итогам первого полугодия 2025 года рынок ePharma в России достиг 139 млн заказов, что на 17% больше, чем за аналогичный период 2024 года. При этом 92% всех заказов пришлось на 20 крупнейших интернет-аптек, что подтверждает высокий уровень консолидации. Особенно заметна динамика у топ-3 игроков: их заказы увеличились на 59% год к году, что более чем вдвое превышает средний темп по рынку. Arтека.ru сохранила лидерство, второе место удерживает Ютека, а на третью позицию поднялась Здравсити.

Реклама и продвижение на маркетплейсах: результаты исследования «Реклама и продвижение на маркетплейсах. Эффект для продавцов».

Реклама и инструменты продвижения становятся важным драйвером роста продаж на маркетплейсах. Продавцы, активно использующие эти инструменты, растут в 1,5 раза быстрее рынка: их выручка в ноябре–декабре 2024 года увеличилась на 75% против 49% у тех, кто не использовал продвижение. Чистый дополнительный прирост составил +26 п.п. к продажам. При этом эффект заметен не только в обороте: количество показов карточек товаров в пиковый сезон у таких продавцов увеличилось почти в девять раз, а рост рейтинга товаров шёл в 1,6 раза быстрее. Дополнительный эффект достигается и при комбинировании онлайн- и офлайн-инструментов: продавцы, использовавшие наружную рекламу Wildberries, демонстрировали ещё более высокую динамику (+85% в декабре против +81% у остальных).

Рынок B2B и B2G онлайн-закупок и продаж: результаты исследования «Отраслевой отчет по B2B и B2G онлайн-продажам и закупкам: текущее состояние, объёмы рынка, тренды и прогноз 2025-2030»

В 2024 году объём рынка достиг 65,8 трлн рублей. С 2015 по 2024 год рынок увеличился более чем вдвое при среднем темпе роста (CAGR) около 9,5%. По прогнозу, к 2030 году объём может превысить 150 трлн рублей, а среднегодовой темп роста с 2024 по 2030 год составит 15,3%. Свежие данные показывают, что рынок B2B онлайн-продаж и закупок в России выходит на новый этап — автоматизация закупочных процессов и переход к "закрытым" экосистемам становятся ключевыми драйверами. Крупные заказчики всё чаще внедряют SRM- и eProcurement-решения, интегрированные с внутренними ERP-системами, что меняет ландшафт поставщиков и требований к ним.

Нильсен **Нильсен**

n-df.ru

«Нильсен» — IT-компания, занимающаяся разработкой продуктов и алгоритмов для измерений рынка ритейла и изучения покупательского поведения. Наши данные и предиктивная аналитика стоят за эффективностью бизнес-решений в магазинах, способствуя развитию потребительского рынка на стыке нужд покупателей, производителей и ритейлеров.

Нильсен в России — один из ключевых источников информации для большей части игроков рынка товаров повседневного спроса, органов власти и отраслевых ассоциаций: более 200 проектов для клиентов ежегодно, представления аналитики и данных для таких структур, как Минпромторг РФ, АКИТ, АКОРТ, ЦБ РФ и многих других.

Онлайн-торговля FMCG: как развивается рынок?

Аналитическая компания «Нильсен»

Если еще несколько лет назад онлайн-канал считался скорее нишевым и только начинал свою экспансию, то сейчас это один из ключевых форматов торговли, который прочно проник в повседневную жизнь покупателей. И его эволюция продолжается — как за счет инвестиций игроков в развитие онлайн-магазинов, ПВЗ и доставки, так и благодаря растущему доверию аудиторией.

Как меняются текущие тренды электронной торговли и привычки покупателя, какие категории FMCG растут самыми высокими темпами, почему собственные торговые марки (СТМ) становятся для ритейлеров все более важной частью ассортимента интернет-магазина, — отвечаем на эти и другие вопросы в материале аналитической компании «Нильсен».

Взгляд потребителя: как меняется отношение к покупкам в интернете?



Активное развитие онлайн-площадок и магазинов — тот фактор, который за последние несколько лет значительно изменил ландшафт ритейла, так и покупательские привычки и стратегии. К примеру, если в 2010 году только 3% покупателей говорили о том, что за последний месяц приобретали товары массового спроса в интернете, то в 2025 году таких респондентов стало уже 82% — и, вполне вероятно, этот показатель будет только расти.

Почему так происходит? В первую очередь, благодаря увеличению доверия к покупкам в интернете: сейчас покупатели значительно чаще готовы заказывать продукты питания и

товары повседневного спроса, чем несколько лет назад, причем как на площадках омниканальных игроков, так и на маркетплейсах. Одновременно и сами ритейлеры продолжают инвестировать в развитие интернет-магазинов, благодаря чему расширяется география продаж и растет число предлагаемых сервисов.

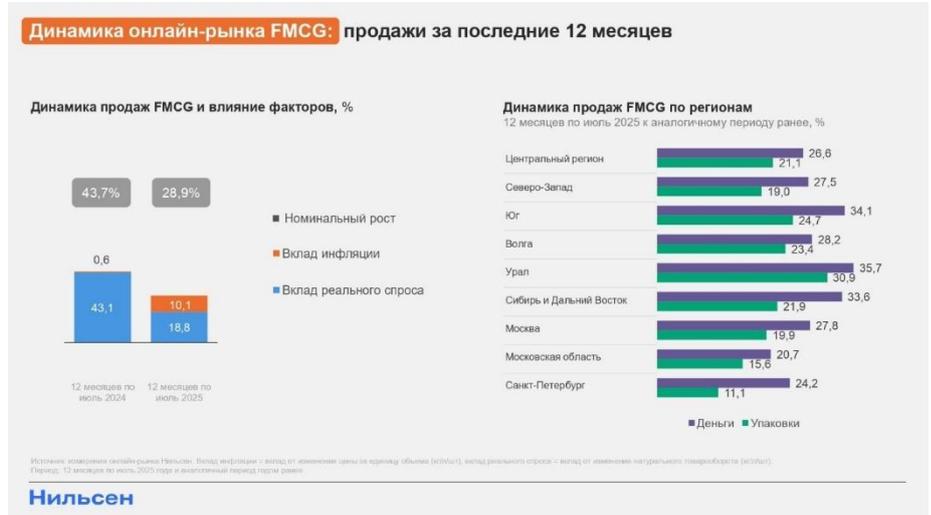
При этом, вопреки распространенному мнению, онлайн-площадками пользуются не только молодые люди. Так, по данным исследования Нильсен, сразу 41% покупателей старшего возраста говорят о том, что приобретают товары FMCG в интернете уже более трех лет — то есть онлайн-заказы уже вошли у них в привычку, что может быть связано как с растущей уверенностью в качестве товаров и доставки, так и фактором удобства.

Как развиваются продажи FMCG в интернете?

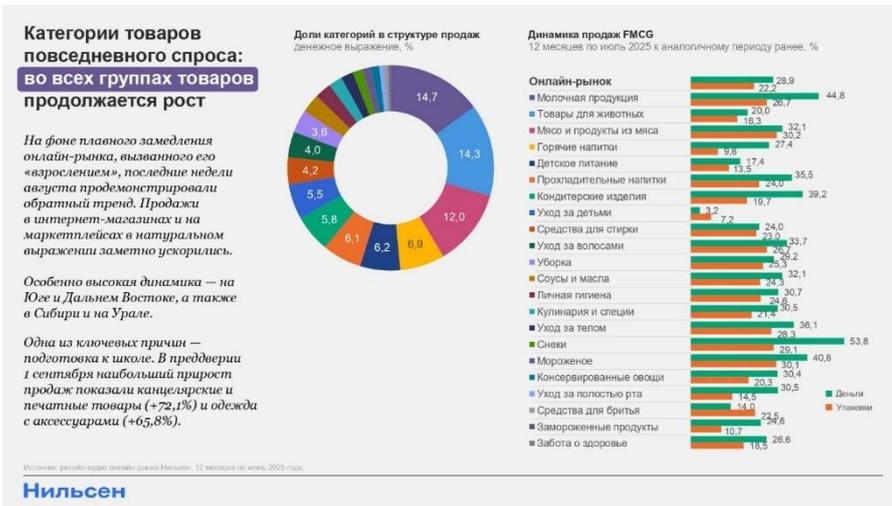
Если посмотреть на онлайн-продажи FMCG за последние 12 месяцев по июль 2025 включительно, то их динамика сохраняется на двузначном уровне — +28,9% в денежном выражении. Однако, по сравнению с прошлым годом, темпы этого роста замедляются — тогда они превышали 40% год к году.

Замедление динамики становится закономерным этапом более зрелого развития канала: если ранее онлайн-рынок рос опережающими темпами за счет активного расширения федеральных игроков в регионы и постепенно охватывал даже самые малонаселенные территории, то сейчас модель развития меняется и от расширения присутствия переходит к углублению взаимодействия со своей аудиторией. Теперь ключевая задача компаний — не просто выходить в новые географии, а формировать покупательскую лояльность и занимать большее место в их корзине.

При этом, если посмотреть на динамику онлайн-продаж в различных федеральных округах, то лидерство сохраняют регионы страны, особенно Урал (+30,9% в натуральном выражении), Юг (+24,7%) и Волга (+23,4%).



Какие категории в онлайн-канале показывают самый высокий рост?



Сейчас онлайн-канал остается одним из тех форматов торговли, который подталкивает развитие большинства товаров FMCG. Наиболее ярко это прослеживается в крупнейших продуктовых группах — например, молочной и мясной продукции, которые занимают наибольшую долю на онлайн-рынке (14,7% и 12% соответственно) и вносят весомый вклад в развитие всей электронной коммерции. Особенно значимо это потому, что мясо и мясные товары стали самой быстрорастущей индустрией на рынке интернет-торговли — за последние 12 месяцев по июль 2025 включительно их динамика превысила 30% в натуральном выражении. И для

игроков это становится сигналом о том, что «фреш»-продукция с коротким сроком годности может служить одним из стимулов дальнейшего развития индустрии.

Одновременно значимость онлайн-торговли укрепляется и в непродовольственном секторе. Примечательно, что в то время как доля интернет-продаж в группе непродовольственных товаров FMCG обновила рекорд и превысила 30% в структуре индустрии, в отдельных категориях эти цифры еще выше. Среди них — товары для ухода за детьми (48% от их оборота реализуется в интернете), ухода за волосами (40%), а также товары для животных (32,6%). Такие цифры основаны на измерениях омниканального рынка Нильсен, включающего более 150 торговых сетей, а также более 50 интернет-магазинов и маркетплейсов.

СТМ в онлайн-канале — новые рекорды

Другой примечательный тренд онлайн-рынка — продолжающееся развитие собственных торговых марок (СТМ), которое в онлайн-канале становится одним из ключевых драйверов роста для игроков. Так, например, в 2025 году доля частных марок на онлайн-рынке FMCG впервые превысила 10% — что стало новым рекордом для индустрии.

Такое развитие происходит за счет многих факторов: например, активизации работы с СТМ среди ритейлеров, инвестиций в новые направления и нишевые продукты под частными марками, укрепления лояльности покупателей к отдельным сервисам и, как следствие, продуктам таких сервисов, работе с продвижением и персонализированным маркетингом на онлайн-платформах и не только.



Важным фактором роста СТМ в канале электронной торговли стала их адаптация под цифровую среду: усиление работы с контентом, продуманная система отзывов и рейтингов, а также эксклюзивные предложения ритейлеров для своей аудитории способствуют не только увеличению продаж частных марок, но привыканию покупателей к определенному уровню сервиса и качества товаров. Дополнительным стимулом становится и погружение пользователя в экосистему бренда — среди показательных примеров можно перечислить интеграцию «Лавки» с другими сервисами «Яндекса» или использование «Самокатом» игровых механик (конкурсы, подборки, сборники рецептов), преимущественное место в которых отдано его СТМ.

Будущее онлайн-рынка: что повлияет на дальнейшее развитие?

Если говорить о том, как онлайн-ритейл будет выглядеть в будущем, то одно из наиболее ярко проявляющихся направлений — это партнерства между игроками, например, между маркетплейсами и омниканальными ритейлерами. Уже сейчас на рынке возникают примеры таких партнерств: так, в 2025 году X5 Group и Ozon уже запустили пилотный проект по совместной онлайн-доставке продуктов, что может дополнительно привлечь аудиторию разных интернет-площадок. И на фоне того, что рынок электронной коммерции начал замедляться, выход в непривычные ниши или появление новых игроков может способствовать интенсивному развитию индустрии.



Другой ключевой стимул для развития онлайн-ритейла — продолжающаяся технологизация. Это многогранный тренд, который может проявляться на самых разных уровнях — от появления касс самообслуживания в торговых сетях до роботизации складов и доставок (например, проекты по запуску доставки дронами от «Вкусвилла»). Одновременно фокусом внимания для игроков становится использование технологий и для создания более персонализированных предложений: ритейлеры стремятся к глубокому пониманию потребностей своих клиентов, внедряя технологии искусственного интеллекта и машинного обучения для анализа поведения покупателей и адаптации ассортимента под их предпочтения. А значит, на этом фоне можно ожидать дальнейшей технологизации отрасли и гиперперсонализации сервисов, которые наверняка отразятся на изменении трендов и обусловят новый виток развития онлайн-рынка FMCG.



Решения для бизнеса и ВЭД

ОТП Банк — ваш надежный
финансовый партнер



ЛИДЕР

На рынке
POS-кредитования¹



ТОП-20

Банков
по величине активов²



Кредитный рейтинг

ruA+ (RA Expert),
и AA-(RU) (AKRA)³



¹ По версии Frank RG

² По данным ЦБ РФ на 1 января 2025 г.

³ В 2025 году

Искусственный интеллект в ритейле.

Тренды 2025 года и планы на будущее.

В 2025 году розничная торговля стоит на пороге масштабных изменений. В условиях трансформации потребительского поведения, острой конкуренции в сфере электронной коммерции и нестабильности цепочек поставок, искусственный интеллект становится не просто инструментом, а необходимым условием для сохранения конкурентоспособности.

Многие ритейлеры всё чаще используют ИИ для создания персонализированного, эффективного и бесперебойного обслуживания, отвечающего постоянно растущим ожиданиям потребителей. Бренды, которые интегрируют ИИ-решения, получают преимущество в борьбе за клиента, оптимизации операций и повышении эффективности бизнеса.



Необходимость интеграции ИИ обусловлена тремя ключевыми факторами:

Растущие ожидания потребителей: покупатели теперь хотят получать персонализированные рекомендации, беспрепятственный омниканальный опыт и практически мгновенную поддержку. ИИ, в частности ИИ агенты, открывает множество возможностей в этом отношении.

Конкуренция в онлайн: поскольку цифровые продажи продолжают расти, растет и конкуренция. Добавьте к этому постоянно растущие затраты на привлечение клиентов и экономическую неопределённость, и станет ясно, почему многим компаниям приходится заново изобретать способы привлечения, конверсии и удержания клиентов в интернете.

Нагрузка на цепочки поставок: колебания спроса и проблемы с логистикой сделали критически важными прогнозирование в реальном времени, оптимизацию запасов и снижение затрат.

Кроме того, в последнее время многие ритейлеры уже использовали ИИ для предоставления персонализированных рекомендаций по продуктам, оптимизации кампаний и прогнозирования поведения клиентов.

Огромная популярность ChatGPT и других решений на основе генеративного искусственного интеллекта только ускорила эту тенденцию, поскольку открыла новые возможности для оптимизации покупательского опыта, поддержки клиентов, аналитики и многого другого.

10 трендов, которые будут определять развитие отрасли.

1. ИИ ассистенты и виртуальные агенты (AI Shopping assistants)



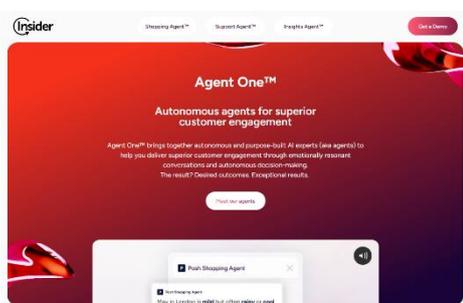
Ассистенты по покупкам с искусственным интеллектом (иногда их называют просто агентами) помогают пользователям находить, сравнивать и покупать товары более эффективно. Их функционал значительно расширен по сравнению с традиционными чат-ботами. Вместо того чтобы просто реагировать на запросы пользователей, эти новые помощники на базе ИИ становятся новыми цифровыми сотрудниками первой линии — они направляют пользователей, отвечают на вопросы о товарах и предоставляют персонализированные рекомендации на всех этапах взаимодействия с клиентом. Что ещё важнее, они могут делать это автономно, воспринимая, обучаясь и адаптируясь в режиме реального времени. Именно это определяет следующее поколение «агентной» коммерции — автономных, обучающихся агентов, которые действуют разумно и на опережение.

- Прогнозирование намерений и персонализация. Вместо того чтобы ждать подсказок, торговый агент предугадывает потребности клиента на основе поведенческих сигналов и контекстных данных.
- Рекомендации по продуктам в режиме реального времени. Используя данные поиска по сайту, историю покупок и интеллектуальные рекомендации, он предлагает динамические рекомендации, которые повышают доверие и ускоряют конверсию.
- Многоканальная интеграция. Агент может быть встроен в веб-сайты, мобильные приложения и интерфейсы обмена сообщениями, чтобы помочь брендам взаимодействовать с клиентами там, где они находятся.



Среди существующих на рынке решений часть интегрирована в экосистемы, другие развиваются и становятся автономными агентами, которые совершают покупки от имени пользователей.

Insider's Agent One™



Функционал: предоставляет персонализированные рекомендации по продуктам, понимает намерения пользователей и помогает покупателям ориентироваться в диалоговых интерфейсах. Использует эмоциональный интеллект для укрепления доверия и снижения показателя отказов.

Основные возможности: интеграция с CDP (платформой клиентских данных) для персонализации в реальном времени, прогнозирование покупательских потребностей и поддержка перекрестных/ дополнительных продаж.

Пример использования: применяется такими брендами, как Adidas и Lexus

для повышения вовлеченности клиентов и коэффициента конверсии.

Perplexity Shopping

Функционал: объединяет поиск, подбор товаров и покупку в одном удобном интерфейсе. Поддерживает запросы на естественном языке и поиск по изображениям («Snap to Shop»).

Основные возможности: сравнение цен в разных магазинах, покупка в один клик (только в США) и рекомендации без рекламы.

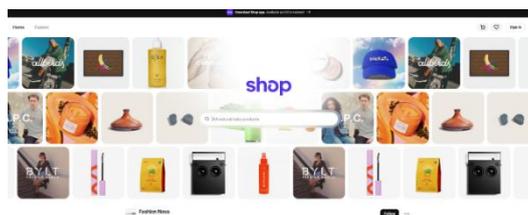
Пример использования: помогает пользователям находить товары, собирая данные в реальном времени из нескольких источников и завершая транзакции на платформе.

Rufus от Amazon

Функционал: помощник по покупкам с искусственным интеллектом, интегрированный в приложение Amazon, который отвечает на вопросы о товарах, сравнивает их и обобщает отзывы.

Основные возможности: обучен на каталоге товаров Amazon, поддерживает диалоговые запросы и предлагает контекстные рекомендации (например, ингредиенты для рецепта).

Shop.app AI (от Shopify)



Функционал: диалоговый помощник, который помогает пользователям находить товары в магазинах на базе Shopify.

Основные возможности: разделенный интерфейс для чата и отображения товаров, уточняющие вопросы для более точного поиска и фильтрация по цене.

Ограничения: в основном доступно только пользователям на Shopify

Buysmart.ai

Функционал: автономный инструмент для поиска и сравнения товаров в различных магазинах.

Основные возможности: поиск по категориям, списки плюсов и минусов, составленные на основе отзывов, и подробная информация о товарах.

SAP CX AI Toolkit



Функционал: предоставляет ИИ помощников для B2B и B2C, ориентированных на взаимодействие с использованием естественного языка.

Основные функции: обработка запросов на товары, проверка наличия и предоставление персонализированных рекомендаций; интеграция с CRM и ERP-системами.

Пример использования: помогает бизнес-покупателям ориентироваться в сложных каталогах товаров

2. Гиперперсонализация и прогнозируемое взаимодействие с клиентами

Персонализация — это уже не просто обращение к клиентам по имени в электронном письме. В 2025 году ИИ обеспечивает глубокую персонализацию в режиме реального времени с использованием поведенческих, транзакционных и контекстных данных для предоставления персонализированного контента, сообщений и предложений по всем каналам.

Решаемые задачи:

- Динамические рекомендации по продуктам на основе поведения в прошлом, предпочтений и контекста просмотра в реальном времени.
- Сегментация аудитории на основе стандартных и прогнозируемых характеристик, чтобы показывать пользователям гиперспецифичные сообщения в нужное время и в нужном месте.
- Автоматическая оптимизация омниканальных кампаний с помощью функций на основе ИИ, таких как оптимизация времени отправки (STO) и прогнозирование следующего оптимального канала.



Примеры использования от ведущих брендов

Starbucks: персонализированные предложения в режиме реального времени

Гиперперсонализация: мобильное приложение Starbucks использует ИИ для анализа истории покупок, местоположения и времени суток, чтобы отправлять персонализированные рекомендации и предложения по кофе. Например, оно может предложить любимый напиток, когда пользователь находится рядом с магазином.



Предиктивное вовлечение: «Star Challenges» в приложении превращают получение наград в игру, стимулируя повторные посещения. Предиктивная аналитика также настраивает рекламные акции в зависимости от индивидуального поведения, что обеспечивает 31 % продаж в США.

Результат: повышает уровень удержания клиентов и среднюю стоимость заказа.

Netflix: рекомендации контента на основе ИИ



Гиперперсонализация: система рекомендаций Netflix анализирует историю просмотров, рейтинги и даже время суток, чтобы подбирать персонализированный контент. Она также настраивает миниатюры в соответствии с предпочтениями пользователей.

Предиктивное вовлечение: использует машинное обучение для прогнозирования риска оттока подписчиков и заранее рекомендует шоу, чтобы удержать подписчиков. Эта стратегия ежегодно экономит Netflix более 1 миллиарда долларов за счет сокращения оттока подписчиков.

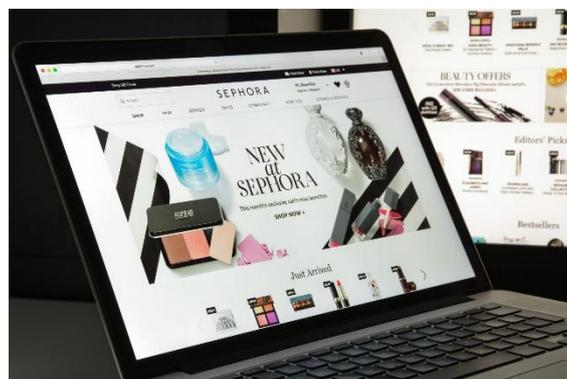
Результат: 80 % просматриваемого контента — это рекомендации, повышающие вовлеченность

Sephora: программа лояльности Beauty Insider

Гиперперсонализация: программа Beauty Insider использует данные о типе кожи, прошлых покупках и поведении при просмотре товаров, чтобы рекомендовать продукты. Инструменты в магазинах, такие как Color IQ, точно подбирают оттенки тональной основы.

Предиктивное вовлечение: отправка напоминаний о необходимости пополнения запасов и персонализированных обучающих материалов на основе профилей пользователей. Предиктивная аналитика также выявляет риски оттока клиентов, чтобы предлагать целевые стимулы.

Результат: увеличение CLV (customer lifetime value) клиента и количества повторных покупок.



3. Диалоговая коммерция и voice shopping



Диалоговая коммерция — это сочетание приложений для обмена сообщениями, голосовых помощников и покупок, при котором клиенты и бренды взаимодействуют посредством текстовых или голосовых сообщений. — быстро становится нормой в розничной торговле.

В 2025 году больше потребителей стали совершать покупки с помощью голосовых и текстовых сообщений, чем когда-либо прежде, будь то через умных помощников, таких как Alexa, или встроенный чат с ИИ в фирменных приложениях.

Эта тенденция связана не только с удобством, но и с доступностью, скоростью и устранением препятствий на пути к поиску и покупке. Новые разработки в области генеративного и диалогового ИИ только ускоряют эту тенденцию по всему миру, поскольку они позволяют:

- взаимодействовать без использования рук, что особенно ценно для пользователей мобильных устройств или людей с нарушениями зрения;
- получать персонализированную поддержку в режиме реального времени на основе контекстно-зависимого диалога, что повышает доверие и конверсию;
- взаимодействовать на всех этапах — от поиска продукта до покупки и послепродажной поддержки — в одном месте.

Голосовой заказ в Walmart

Пример использования: Walmart интегрируется с Google Assistant и Siri, чтобы пользователи могли добавлять товары в корзину без помощи рук. Клиенты могут сказать: «Привет, Google, добавь яйца в мою корзину в Walmart».

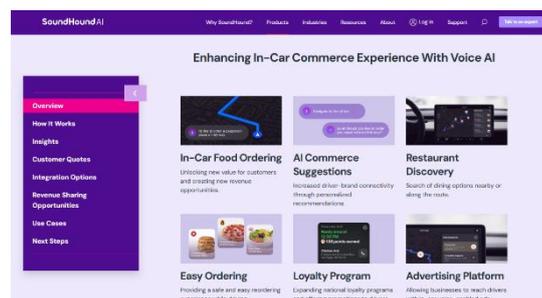
Эффект: эта функция особенно популярна при повторных заказах продуктов и обычных товаров для дома. Голосовое управление обеспечивает удобство и возможность повторных покупок



Голосовой заказ в автомобиле (SoundHound AI)

Пример использования: технология SoundHound AI, представленная на выставке CES 2025, позволяет заказывать еду прямо с приборной панели автомобиля. Водители могут использовать голосовые команды для оформления заказов с самовывозом или доставкой через интегрированные системы ресторанов.

Результат: эта технология обеспечивает удобство для потребителей, которые выполняют несколько задач одновременно, и распространяется на рестораны быстрого обслуживания (QSR).



Голосовой помощник Sephora



Пример использования: Sephora использует голосового помощника для рекомендаций по продуктам и совершения покупок. ИИ использует обработку естественного языка, чтобы предлагать косметические товары в соответствии с предпочтениями пользователя.

Результат: Sephora приводит данные о повышении средней стоимости заказа на 35 % при использовании голосового помощника по сравнению с сайтом, что подчёркивает потенциал дополнительных продаж при персонализированном голосовом взаимодействии

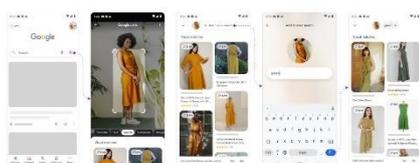
Умный список покупок от Kroger

Пример использования: функция голосового управления списком покупок от Kroger прогнозирует, когда у пользователей закончатся те или иные товары (например, кофейные капсулы), и заранее предлагает сделать повторный заказ.

Результат: такой прогностический подход повысил уровень удержания клиентов на 28 % за счёт упрощения пополнения запасов



4. Визуальный поиск и распознавание изображений на основе ИИ



Для многих покупателей визуальный поиск становится более интуитивной альтернативой поиску по ключевым словам. Загрузив фотографию или скриншот в инструменты на основе искусственного интеллекта, покупатели могут мгновенно найти товары, которые соответствуют их запросу или очень на него похожи.

Это может стать переломным моментом для брендов в сфере моды и товаров для дома. Многие ритейлеры внедрили функцию визуального распознавания, чтобы снизить процент отказов и повысить эффективность поиска товаров. В основе этого процесса лежат компьютерное зрение, тегирование изображений и визуальное сопоставление на основе искусственного интеллекта. Эти технологии позволяют платформам анализировать фотографии и выдавать точные результаты.

Для ритейлеров это сокращает путь к покупке, снижает процент брошенных корзин и повышает удобство, что соответствует привычкам поколения Z и миллениалов.

Роботы Walmart для сканирования полок



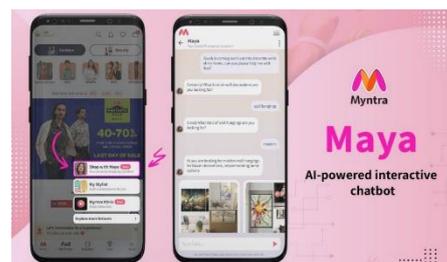
Функционал: роботы, оснащённые системой распознавания изображений, сканируют полки магазинов, чтобы выявить недостающие товары, неправильные цены или необходимость пополнения запасов. Компьютерное зрение и искусственный интеллект анализируют состояние полок в режиме реального времени. Интеграция с системами управления запасами.

Результат: сокращение дефицита товаров на 30–50 % и повышение операционной эффективности

Myntra и Meesho (Fashion E-Commerce)



Функционал: ритейлер Myntra сообщил о росте популярности визуального поиска на 35 % по сравнению с прошлым годом. Теперь пользователи могут загружать изображения, чтобы найти модные товары.



Meesho ежегодно обрабатывает около 1 миллиарда запросов на визуальный поиск. ИИ анализирует изображения, чтобы предложить похожие стили, узоры и товары, поддерживает региональные модные тенденции и предпочтения.

Результат: повышает вовлеченность и конверсию на таких конкурентных рынках, как Индия

5. Управление товарными запасами и прогнозирование спроса

Ритейлеры ежегодно теряют миллиарды из-за избыточных запасов, дефицита и упущенных возможностей для проведения рекламных акций. ИИ меняет ситуацию, обеспечивая прогнозирование спроса в режиме реального времени, автоматическое пополнение запасов и гиперлокальную оптимизацию запасов.



Анализируя исторические данные, погодные условия, праздники и местные события, модели ИИ могут помочь спрогнозировать, какие товары нужно закупить, когда и где. Это касается не только работы с клиентами.

В сфере B2B и цепочек поставок ИИ минимизирует задержки на складе, улучшает отношения с поставщиками, сокращает потери из-за порчи или неликвидности товаров.



Интеграция с IoT и робототехникой делает интеллектуальное прогнозирование еще более эффективным, способствуя автоматическому пополнению запасов и выполнению заказов.

Walmart: прогнозирование спроса с помощью искусственного интеллекта и «умные» полки

Функционал: Walmart использует агентский ИИ для анализа исторических данных о продажах, тенденций покупок в реальном времени, данных о погоде и местных событиях для динамического прогнозирования спроса. «Умные» полки с датчиками и компьютерным зрением отслеживают наличие товаров в режиме реального времени и оповещают персонал о необходимости пополнить запасы или вернуть товар на место.

Результат: сокращение дефицита, минимизация избыточных запасов и повышение эффективности цепочки поставок. ИИ также используется в диалоговых чат-ботах для поддержки клиентов и в решениях для автономной доставки

Levi Strauss: ИИ для оптимизации запасов и устойчивого развития



Функционал: Levi's использует искусственный интеллект для анализа исторических данных о продажах, настроений в социальных сетях и модных тенденций для прогнозирования спроса. Система динамически корректирует уровень запасов и оптимизирует планирование производства, чтобы сократить количество отходов.

Результат: сокращение дефицита и скидок, повышение уровня продаж по полной цене и повышение устойчивости за счет минимизации перепроизводства и отходов материалов

Osado: автоматизация складов с помощью ИИ

Функционал: Osado использует роботов с искусственным интеллектом в центрах выполнения заказов для оптимизации комплектации, упаковки и доставки. Система динамически распределяет заказы в зависимости от их близости к складу, стоимости и наличия на складе.

Результат: повышение операционной эффективности, сокращение времени выполнения заказов и минимизация затрат на ручной труд.

6. ИИ в динамическом ценообразовании и конкурентной разведке

Технологии на основе ИИ могут изменять цены на товары в зависимости от данных в реальном времени, таких как спрос, конкуренция, наличие товара на складе и даже поведение покупателей.

Такие отрасли, как авиаперевозки и электроника, уже давно используют эту технологию, но в 2025 году даже бренды в сфере моды и FMCG внедряют системы ценообразования на основе ИИ, поскольку они обеспечивают более высокую рентабельность за счёт более точного моделирования ценовой эластичности. Ритейл может быстрее реагировать на изменения рынка, то есть больше не нужно ждать, пока цены изменятся вручную.



7. Обнаружение мошенничества и обеспечение безопасности транзакций с помощью ИИ

ИИ стал незаменимым инструментом в борьбе с мошенничеством. Он выявляет аномалии, обнаруживает подозрительные закономерности и помогает обеспечивать безопасность транзакций без ущерба для удобства пользователей.

Это возможно благодаря таким функциям, как:

- Биометрическая верификация (по голосу, лицу, отпечатку пальца).
- Мониторинг транзакций в режиме реального времени с использованием моделей, обученных ИИ.
- Прогнозирование рисков для предотвращения возвратных платежей и попыток мошенничества до их совершения.

8. Искусственный интеллект в сфере устойчивого развития розничной торговли и сокращения отходов



Устойчивое развитие больше не является чем-то необязательным — это стратегический императив, поскольку ритейлеры вынуждены сокращать выбросы, уменьшать количество отходов и внедрять принципы экономики замкнутого цикла. Это обусловлено как требованиями регулирующих органов, так и стремлением покупателей в долгосрочной перспективе создать более эффективную и устойчивую среду для совершения покупок.

Технологии ИИ могут помочь в нескольких аспектах:

- Оптимизация маршрутов для снижения расхода топлива (например, интеллектуальная логистика).
- Прогнозирование спроса для предотвращения перепроизводства и избыточных запасов.
- Оптимизация упаковки, которая рекомендует подходящий размер упаковки для каждого заказа.
- Показатели экологичности на основе ИИ в описаниях товаров, которые помогают покупателям принимать более экологичные решения.



9. Генеративный ИИ и будущее креатива в ритейле



И, наконец, генеративный ИИ полностью меняет концепцию креативности в розничной торговле. Новые технологии теперь позволяют создавать описания продуктов, маркетинговый контент, коллекции одежды, дизайн помещений и даже 3D-модели дополненной реальности/виртуальной реальности, рекламу в социальных сетях, тексты для электронных писем и сайты лендинги.



Это 2025 год, когда ритейлеры используют генеративный искусственный интеллект для:

Имитируйте виртуальные примерочные или планировку интерьера.

Разрабатывайте различные варианты продукции, сокращая время вывода на рынок и затраты.

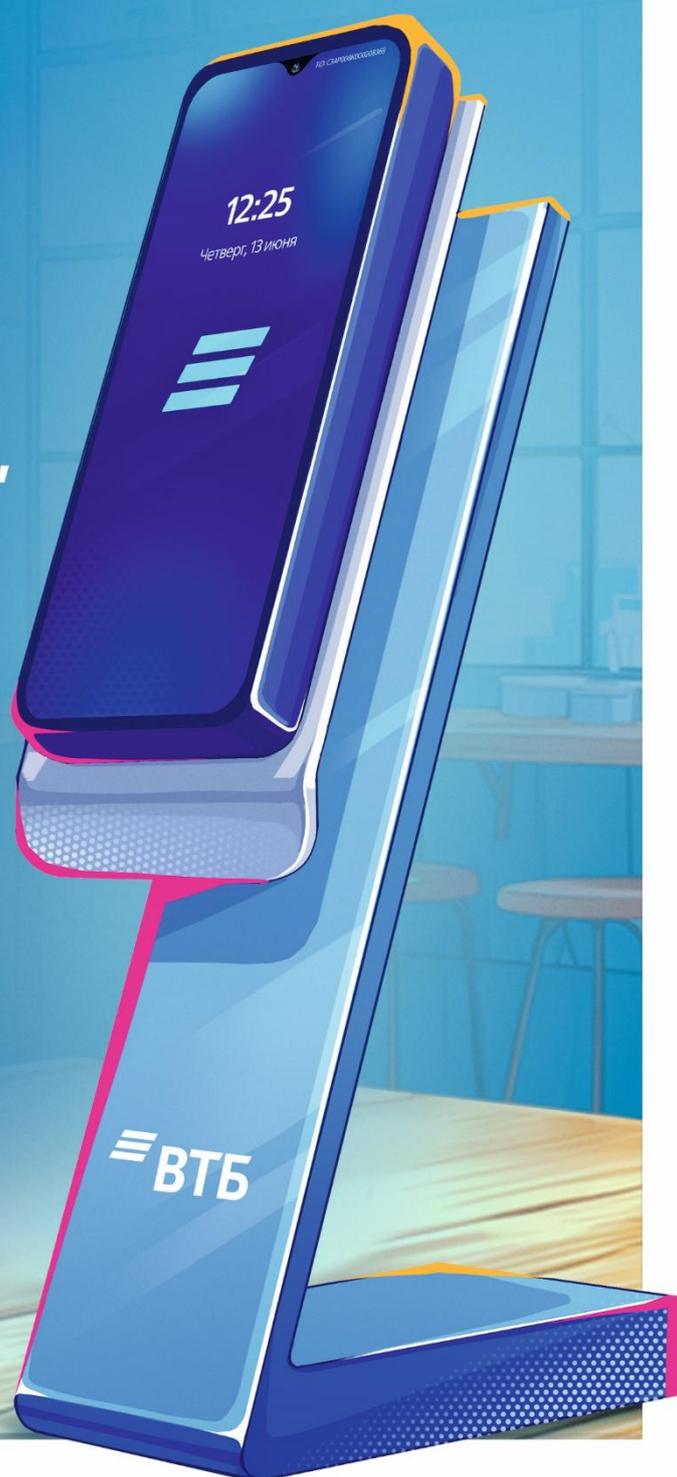
Например, Sirius AI™ может автоматически генерировать что угодно на основе сегментов клиентов, омниканальных взаимодействий, текстов и изображений с помощью простых текстовых подсказок.



НОВЫЙ POS-ТЕРМИНАЛ ОТ ВТБ

- Интуитивно понятный интерфейс
- Тонкий корпус
- Амбиентная подсветка
- Бесконтактные платежи, NFC, Bluetooth, карта, биометрия, QR-код

**СИМБИОЗ
ИННОВАЦИЙ
И ЭКСКЛЮЗИВНОГО
ДИЗАЙНА**



Интервью Генерального директора



Елена Суховой – Генеральный директор цифровой платформы быстрых закупок «Максма́рт»

Какую эволюцию прошли цифровые B2B-закупки?

Цифровизация закупок в современной России началась достаточно давно, с момента активного развития и внедрения иностранных ERP-систем. Крупнейшие российские компании были готовы инвестировать в цифровизацию собственных бизнес-процессов. Так был дан старт развитию электронных торговых площадок, на которых проводятся торги по стратегической и нестратегической номенклатуре крупных объемов. В начале 2020-х годов начался следующий этап цифровизации закупок. Это

цифровизация так называемой long tail (хвостовой) номенклатуры или как мы ее иначе называем - стандартизированной номенклатуры, которая составляет до 30% объема в справочниках компаний. При достаточно большом объеме (до 30%) от общего числа продукции, содержащейся в справочниках, ее значение в рамках общего бюджета закупок компании составляет минимальный размер на уровне 7-15%.

При этом на данную номенклатуру в оффлайн бизнес-процессах приходится очень много трудозатрат, связанных с поиском поставщиков и сопровождением договоров с ними, а также с общим документооборотом для учета закупок. Этот фактор дал толчок развитию цифрового формата данного типа закупок. На текущий момент сегмент цифровых коммерческих закупок активно развивается и набирает обороты, занимая свою долю рынка. На 2024 год данная доля B2B e-sopа в российском сегменте составляла 5% от всех цифровых закупок. Мы наблюдаем, что активное развитие B2C-маркетплейсов и использование нами их в обычной жизни способствует развитию электронной коммерции в B2B-сегменте. Одним из немаловажных факторов, влияющих на данную ситуацию, является тенденция цифровизации B2B-поставщиков. Она говорит о том, что действительно отрасль переходит в цифровые закупки и та инертность к цифровым изменениям, которая наблюдалась еще несколько лет назад, сейчас в производственных компаниях минимальна. Также наблюдается большой интерес к размещению и продажам компаниями собственной продукции в интернете.

Какие сценарии работы возможны на B2B-маркетплейсах?

Сценарий работы на B2B-маркетплейсах прежде всего зависит от размера компании и тех методов закупки, которые используются в компании. Это может быть закупка напрямую через витрину маркетплейса с помощью поиска, через фильтр и каталог. Как правило, такие закупки осуществляют компании, обладающие небольшим объемом закупок, а также компании, которые не имеют собственного справочника номенклатуры.

Другой сценарий работы на маркетплейсе – интеграционный. Он является вторым вариантом цифровых закупок на B2B-маркетплейсах и используется крупными компаниями, которые заинтересованы в полной цифровизации собственных бизнес-процессов. Именно интеграционное решение позволяет максимально снизить трудозатраты на работу со стандартизированной номенклатурой и централизовать закупки такого типа номенклатуры. Как правило до внедрения B2B-маркетплейсов закупки стандартизированной номенклатуры в холдингах осуществлялись децентрализованно, на местах. Сейчас компании получили инструмент, который позволяет централизованно анализировать и контролировать закупочные процессы, что напрямую влияет на снижение бюджета закупок и позволяет использовать широту ассортимента и конкурентность как очевидную выгоду с точки зрения совершения эффективных закупок.

Интеграционных решений может быть несколько. Есть, например, как у нас, стандартизованное решение, которое реализуется в течение полутора месяцев. Оно охватывает весь процесс цифровой закупки от автоматического формирования корзины и заказа, автоматизации всех документов, автоматического обновления информации в ERP-системах до поставки продукции клиенту маркетплейса. Данный вид интеграции пользуется популярностью среди крупных компаний-пользователей маркетплейса. Его популярность объясняется легкой интеграцией и быстрым стартом закупок на платформе с удобным набором сервисов. Еще одно направление интеграции – это кастомизированная интеграция. Как правило, ее используют крупнейшие компании, которые формируют интеграции, исходя из своих бизнес-процессов и коммерческих операций максимально автоматизируя и оптимизируя их.

Какие аспекты важны для успешного внедрения B2B-маркетплейса для закупок?

Если используется безинтеграционный сценарий при закупках на маркетплейсе важно учитывать объем закупаемой продукции и частоту закупки товаров.

Для определения эффективности закупок именно на B2B-маркетплейсах необходимо провести анализ объема и продолжительности закупок. Рекомендуемые объемы закупок на B2B-маркетплейсах для объективной оценки составляют не менее 500-600 тысяч рублей в месяц. А продолжительность должна составлять 3-4 месяца. После данного периода и объемов можно подводить итоги и оценивать позитивную динамику закупок на B2B-маркетплейсе в области оптимизации всех закупочных процессов. Комплексная оценка должна содержать показатели сроков поставки, отработку процессов по электронному документообороту, а также оценку широты ассортимента, наличия аналогов и цен, представленных от поставщиков на маркетплейсе.

В интеграционном сценарии работы с маркетплейсом основными направлениями оценки эффективности являются четыре параметра. Первый параметр – реализованная интеграция и ее успешное внедрение в общие бизнес-процессы. Вторым показателем являются сразу несколько позиций: широта ассортимента, конкурсность и автоматический подбор аналогов. Третий параметр – сроки поставки. И последний, четвертый – это успешное внедрение маркетплейса в бизнес-процессы непосредственно на предприятиях и филиалах холдингов.

Я бы отметила четвертый параметр как один из самых важных аспектов в правильной подаче внедрения процесса закупок на маркетплейсе на местах, формировании интереса и мотивации ответственных сотрудников на местах покупать на маркетплейсе. Любой даже самый удобный цифровой сервис может столкнуться с сопротивлением на местах в моменте, так как текущий привычный порядок работы всегда достаточно сложно менять.

По каким критериям нужно оценивать эффективность закупок на B2B-маркетплейсах?

Для любой компании важно определить критерии оценки эффективности работы B2B-маркетплейсов. Их можно разделить на качественные и количественные. К количественным показателям, в первую очередь, можно отнести показатель OTIF - поставки в срок в полном объеме. Это один из главных показателей успешности закупок в компаниях. Показатели, которые нужно использовать для оценки – это сроки поставки (они всегда должны снижаться у каждого предприятия при закупке на B2B-маркетплейсе), широта ассортимента, конкурсность и уровень цен.

Основными качественными показателями при закупках на B2B-маркетплейсах являются снижение трудозатрат и степень удовлетворенности. Что же входит в данные показатели?

Определить снижение затрат можно путем процентного уменьшения нагрузки как на департаменты закупки, так и на смежные подразделения: бухгалтерию, юристов, службу безопасности. Связано это с отсутствием необходимости в привлечении департаментов к сопровождению закупок, так как маркетплейс является «единым окном и сервисом», обеспечивая все процессы по сопровождению закупок.

Степень удовлетворенности по удобству и функциональности использования цифрового сервиса определяется степенью вовлеченности и готовности совершать закупки на маркетплейсе среди непосредственных участников процесса – заявителей, работающих на платформе.

И основной критерий оценки – это, безусловно, непосредственный экономический эффект от закупок на маркетплейсе, который выражается в прямом влиянии на закупочные процессы компании и как следствие, повышении операционной эффективности компаний.

купер.бизнес

Ваш сервис по закупкам

Бесплатная доставка

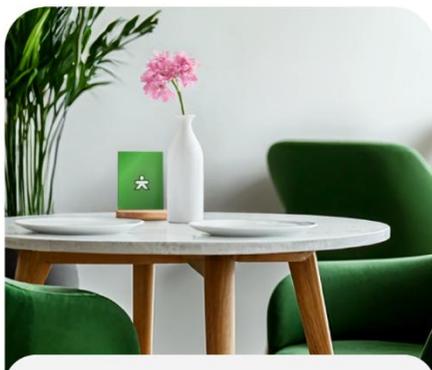
ЭДО для бухгалтерии

Возврат до 20% НДС

Промокоды и кешбэк



Каким бизнесам подходит Купер



HoReCa



Для офисов
и производств



Для оптовых
закупок

**Скидка до 20%
на первый заказ**

для новых пользователей

ПРОМОКОД

ERB2B20



**купер
бизнес**

Регистрация
по QR-коду

С 01.10 по 31.12 скидка до 20%, но не более 1 300 ₽ при первом заказе от 6 500 ₽ (определяется после сборки), кроме «Самовывоза». Подробности и ограничения по магазинам: kuper.ru/sp/erb2b20

ИИ и нейросети

Аннотация

Цифровая трансформация продолжает менять розничную торговлю. К 2025 году Искусственный Интеллект и нейросети стали неотъемлемой частью e-commerce, открывая новые возможности для бизнеса и потребителей.

Тренды применения ИИ и нейросетей в ритейле в 2025 году

Персонализация покупательского опыта. Использование искусственного интеллекта позволяет компаниям лучше понимать предпочтения клиентов, анализировать их поведение и предлагать индивидуальные рекомендации товаров и услуг. Внедрение технологий AI становится стратегическим инструментом повышения лояльности потребителей и увеличения продаж.

Прогнозирование спроса стало более точным благодаря машинному обучению. Ритейлеры могут оптимизировать запасы, сокращая издержки на хранение и минимизируя риски дефицита.

Автоматизация клиентской поддержки и обслуживания. Нейросети активно применяются для разработки чат-ботов, способных отвечать на запросы пользователей круглосуточно и быстро решать возникающие проблемы. Благодаря этому снижается нагрузка на сотрудников службы поддержки, повышается качество обслуживания и удовлетворенность клиентов.

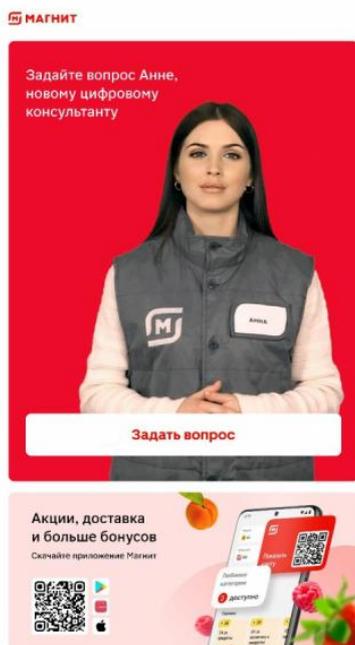
Оптимизация цепочки поставок и управления запасами. Анализируя исторические данные о спросе, погодные условия, рыночные тенденции и другие факторы, алгоритмы позволяют точно предсказывать объем необходимых запасов и оптимизировать маршруты доставки товаров. Такой подход снижает издержки, минимизирует риски дефицита продукции и повышает эффективность операций.

Компьютерное зрение активно используется для улучшения качества обслуживания. Системы распознавания образов помогают в контроле качества товаров, анализе заполненности полок, идентификации покупателей, предотвращении краж.

Генеративный ИИ открывает новые горизонты в создании контента. Нейросети генерируют описания товаров, создают маркетинговые материалы и даже разрабатывают дизайн упаковки.

В 2025 году Искусственный Интеллект – это не просто инструмент оптимизации, а ключевой фактор создания уникального клиентского опыта и конкурентного преимущества в e-commerce.

Ритейлеры, интегрирующие ИИ-решения в свою деятельность, получают возможность не только повышать эффективность бизнеса, но и создавать новые форматы взаимодействия с потребителями.



1. «Магнит» тестирует цифрового консультанта в магазинах

Ритейлер «Магнит» в 2025 году приступил к испытаниям цифрового консультанта с функцией голосового общения в ряде крупных торговых точек. Пилотная версия системы разработана специалистами технологической лаборатории «Магнита» в научно-инновационной зоне «Ломоносов». Основная цель внедрения – повышение качества обслуживания клиентов и снижение нагрузки на сотрудников. Цифровой помощник способен отвечать на ограниченный перечень запросов покупателей, включая вопросы обмена товаров, проблемы с ценниками, потерю вещей в магазине и наличие очередей на кассах. Пользователь выбирает нужный пункт меню, после чего получает консультацию от виртуальной сотрудницы Анны.

Ключевые преимущества цифрового консультанта:

- Улучшение клиентского сервиса за счет оперативного предоставления информации покупателям;
- Оптимизация работы персонала благодаря автоматизации типовых запросов клиентов;

- Многофункциональность системы: консультации по обмену и возврату товаров, информация о ценах и ценниках, решение проблем с забытыми вещами, мониторинг очередей на кассах;
- Интеграция с персоналом – при необходимости ассистент может подключить живого сотрудника;
- Автоматизация процессов через голосовое сопровождение и меню выбора тем.

Перспективы развития технологии:

- Расширение функционала в торговых сетях;
- Масштабирование на другие форматы торговли;
- Применение в других сферах;
- Экспорт технологических решений;
- Интеграция с сервисами доставки;
- Подключение платежных систем.

X5 Group устанавливает электронные ценники в 100 супермаркетах «Перекрёсток»



В сети супермаркетов «Перекрёсток» внедряются электронные ценники для улучшения клиентского опыта и повышения операционной эффективности. Они освобождают персонал от рутинной замены бумажных ценников, позволяя сотрудникам больше времени уделять покупателям и другим важным задачам. Автоматическое обновление информации снижает риск ошибок и повышает точность отображаемых цен, особенно в периоды акций. Дисплеи цифровых ценников удобны для восприятия людьми с плохим зрением благодаря крупному шрифту и использованию трех цветов: белого, черного и красного. Введение технологии способствует достижению стратегических целей группы X5 и улучшает финансовое положение компании.

Ключевые преимущества электронных ценников:

- Экономия рабочего времени персонала;
- Автоматическая синхронизация информации через внутреннюю сеть;
- Повышение точности и достоверности информации;
- Интуитивно понятное отображение информации;
- Крупнейшее внедрение подобной технологии на рынке.

Перспективы развития технологии:

- Расширение применения в ритейле;
- Автоматизация выкладки и ценообразования товаров;
- Оптимизация процессов;
- Создание доступной среды для людей с особенностями зрения;
- Экспорт технологических решений;
- Интеграция с системами лояльности;
- Снижение использования бумаги;
- Внедрение в неторговых сферах.

2. АШАН Ритейл Россия протестировала «Скорозвон» – облачный сервис для автоматизации звонков



Торговая сеть АШАН Ритейл Россия успешно протестировала облачный сервис «Скорозвон» для автоматизации звонков. Новая система позволяет команде рекрутеров достигать ежедневной нормы продуктивных звонков менее чем за полтора часа. Сервис автоматически совершает звонки, отсекает автоответчики и подключает специалистов только к живым собеседникам, ускоряя коммуникацию и повышая её качество. В результате шести рекрутерам удалось увеличить число эффективных бесед на 60% за два часа. Тестирование проводилось на «остывшей базе», кому команда рекрутеров не могла

дозвониться на протяжении длительного времени, при этом уровень записавшихся на собеседование составил почти 4%. Производительность каждого специалиста выросла примерно в шесть раз, позволив тратить меньше времени на рутинные процедуры и эффективнее взаимодействовать с соискателями.

Ключевые преимущества облачного сервиса автоматизации звонков:

- Автоматизация дозвона: сервис самостоятельно совершает звонки и фильтрует автоответчики, что существенно сокращает время на рутинные операции;
- Повышение эффективности коммуникации: рекрутеры общаются только с ответившими кандидатами, что увеличивает продуктивность разговоров;
- Рост производительности: общая эффективность работы увеличивается в 6 раз по сравнению с традиционными методами;
- Масштабируемость решения: шесть рекрутеров за 2 часа проводят на 60% больше продуктивных разговоров, чем один специалист за месяц;
- Экономия ресурсов: освобождается время для выполнения других важных задач в процессе рекрутинга.

Перспективы развития технологии:

- Расширение использования в HR-сфере;
- Автоматизация типовых диалогов;
- Снижение затрат на HR-процессы;
- Предоставление облачных решений;
- Создание новых IT-решений.

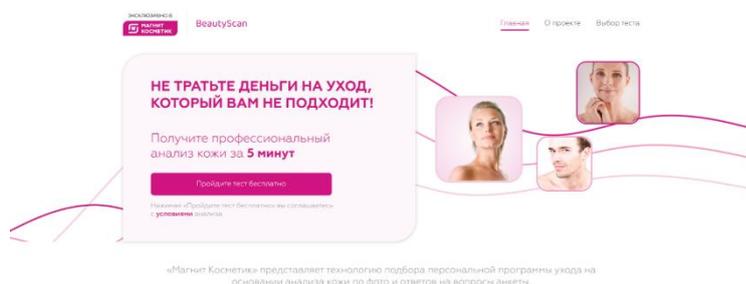


Екатерина Недельчо, директор по привлечению и подбору персонала АШАН Ритейл Россия:

«АШАН Ритейл Россия нанимает тысячи сотрудников в год — это требует большого количества ресурсов и высокой скорости работы. Для оптимизации найма сотрудников, а их принимаются тысячи ежегодно, во втором квартале 2025 года в АШАН запустили пилот сотрудничества со "Скорозвоном". Это позволило существенно снизить рутинные процессы и ускорить проведение телефонных контактов. Результаты теста оказались впечатляющими: дозвонились до 33% «остывших» кандидатов, причем 3,9% сразу согласились прийти на собеседование в магазины, что превысило ожидания по конверсии в этой целевой аудитории. Опыт тестирования сервиса продемонстрировал быстрое внедрение, значительное повышение эффективности и улучшение качества всего процесса подбора персонала. Благодаря этому сотрудники получили больше времени не только на взаимодействие с кандидатами, но и на развитие новых направлений, таких как HR-маркетинг. Использование сервиса позволяет существенно увеличить продуктивность команды и усовершенствовать всю систему рекрутинга».

3. «Магнит» масштабирует инновационный сервис BeautyScan

Российский ритейлер «Магнит» расширяет внедрение AI-сервиса BeautyScan, способного подбирать персонализированную косметику по фотографии покупателя и его предпочтениям. Технология начала развиваться в 2022 году, стартовав в нескольких десятках магазинов, и теперь охватывает свыше 2,5 тысяч точек продаж «Магнит Косметик». Разработанная командой стартапа Scanderm, платформа даёт возможность не только рекомендовать подходящие продукты, но и виртуально «примерять» декоративную косметику через дополненную реальность. Покупателям достаточно сканировать QR-код, отправить селфи и заполнить небольшой опросник, чтобы получить точный подбор косметики и индивидуальный план ухода. Результаты испытаний показали значительный рост среднего чека и частоты визитов в магазины.

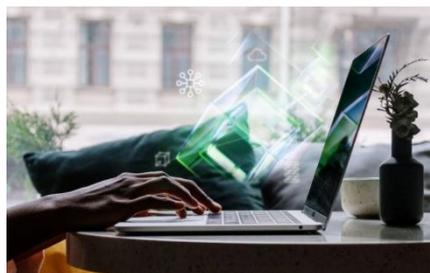


Ключевые преимущества сервиса BeautyScan:

- AR-технология позволяет примерять декоративную косметику в режиме реального времени;
- Обширная база – система анализирует более 1,5 тысяч товаров в категориях ухода и макияжа;
- Простота использования: достаточно отсканировать QR-код, загрузить фото и ответить на вопросы анкеты;
- Комплексный подход – сервис не только подбирает средства, но и составляет индивидуальные программы ухода;
- Гибкость выбора – предлагаются решения в разных ценовых категориях.

Перспективы развития технологии:

- Партнерство с локальными ритейлерами для адаптации под их ассортимент;
 - Интеграция с медицинскими сервисами для более точной диагностики состояния кожи;
 - Создание программ лояльности на основе персональных рекомендаций;
 - Расширение функционала на другие категории товаров;
 - Развитие AR-функционала для улучшения процесса примерки декоративной косметики;
 - Локализация сервиса под специфику разных рынков с учетом местных брендов косметики.
4. AI-ассистент, создаваемый на базе искусственного интеллекта (AI) для бизнеса GigaChat



Создаваемый экспертами Сбер Бизнес Софт и онлайн-сервиса «РосНавык» AI-ассистент GigaChat станет помощником студентов и всех ищущих работу, помогая находить подходящие вакансии и строить карьеру. Новое решение заменит устаревший чат-бот, предлагавший шаблонные ответы, предоставляя точные рекомендации в режиме реального времени. Ассистент будет информировать пользователей о требованиях работодателей, уровнях заработной платы и предлагать актуальные варианты трудоустройства. Технология основана на больших языковых моделях и RAG-архитектуре, обеспечивающих высокую точность рекомендаций путем анализа хранящихся данных. Пилотная версия ассистента работает на примере двух профессий в Сибири – бизнес-аналитика и системного аналитика, а полная версия охватит всю страну и сотни специальностей.

Ключевые преимущества AI-ассистента:

- Персонализированная карьерная поддержка – ассистент помогает подобрать релевантные варианты трудоустройства и построить индивидуальную карьерную траекторию;
- Высокая точность ответов – благодаря использованию большой языковой модели GigaChat обеспечивается качественная и актуальная информация;
- Оперативность работы – ответы формируются в режиме реального времени, что значительно эффективнее предыдущих чат-ботов с ограниченными сценариями;
- Инновационная технология – применение RAG-архитектуры, сочетающей поиск релевантной информации и генерацию текста;
- Доступность для разных групп – сервис ориентирован как на студентов, так и на всех, кто ищет работу.

Перспективы развития технологии:

- Масштабирование базы данных по всем регионам России с учетом региональных особенностей рынка труда;
- Интеграция с государственными сервисами для предоставления актуальной информации о программах поддержки трудоустройства;
- Партнерство с локальными HR-платформами для интеграции в существующие экосистемы;
- Корпоративное использование для HR-департаментов крупных компаний;
- Создание международных карьерных траекторий для специалистов, заинтересованных в работе за рубежом.

5. LOVE REPUBLIC представил коллекцию EVENING с лукбуком, полностью сгенерированным Искусственным Интеллектом

Новогодний лукбук LOVE REPUBLIC – результат эксперимента, где нейросеть не только создала изображения, но и разработала уникальную рекламную концепцию, перенесла аудиторию в атмосферу волшебного дворца. Искусственный Интеллект проанализировал контент бренда: моделей, стилистику и визуальные коды, и воплотил их в уникальном вымышленном сказочном мире.

В основе коллекции EVENING был переосмысленный стиль рококо, который воплотился в кокетливости, легкости и воздушности форм, причудливости элементов и кроя, утонченности силуэтов, намеренной декоративности и обильному применению жемчужин. Коллекция была представлена на всех площадках бренда. Эта кампания-результат гармоничного сочетания моды и инновационных технологий. Бренд считает, что работа с нейросетью – это не просто инструмент, а инновационный способ раскрыть новые грани креативности и помочь создать уникальные миры и измерения

**Ключевые преимущества использования AI в создании коллекции:**

- Инновационный подход к созданию визуального контента, возможность раскрыть новые грани креативности, уникальных миров и измерений;
- Точность решения – возможность создать целостный визуальный ряд с продуманной концепцией на основе быстрого анализа визуального ДНК-бренда;
- Оптимизация затрат – несоизмеримые бюджетные затраты на создание контента вместо реальной физической съемки и постпродакшн;
- Исключительная виральность контента;
- Высокая и быстрая обучаемость нейросетей.

Перспективы развития технологии:

- Фэшн и бьюти ритейл: создание нестандартного контента для рекламных кампаний;
- Рекламная индустрия: генерация вирального, персонализированного, трафикогенерирующего контента на основе анализа базы данных рекламных платформ;
- Дизайн: оптимизация ресурсов в части операционных задач: ресайзов, адаптация и проч.

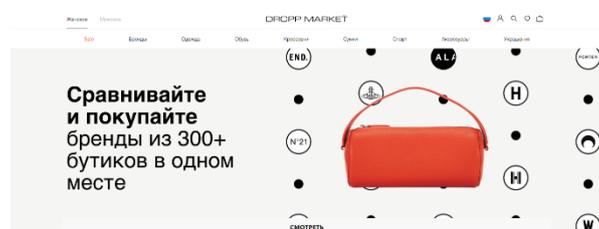
Анна Тютчева, директор по маркетингу LOVE REPUBLIC:

«Для бренда LOVE REPUBLIC, в основе ценностей которого находится эстетика и гедонизм, контентная составляющая является основополагающей частью маркетинг-стратегии. Уже больше 15 лет бренд держит высокую планку: сотрудничая с мировыми топ-моделями, именитыми съемочными командами. Поэтому поиск новых форм и визуальных решений является неотъемлемой частью ежедневной жизни бренда. Но нам также важен content excellence, а не просто результат ради результата.

Эксперименты с 3D и CGI-технологиями мы начали в 2022 году. Здесь нужно было найти свой визуальный почерк. Результат не заставил себя ждать – это сразу видно по реакции нашей аудитории в социальных сетях – им очень нравится. AI-эксперимент, а именно Новогодний кампейн с EVENING-коллекцией, получился в декабре 2024 года. Мы решили придать этому проекту большую огласку и объявить комьюнити о соавторстве нейросети. Помимо мощной PR-виральности, СМИ, модные паблики, блогеры и многие другие сразу подхватили новость и рассказали об этом проекте. Мы увидели, как восторженно отреагировали наши фолловеры, рекордное количество раз репостнув контент. В медиа креативы получили CTR на 33% выше по сравнению с обычными креативами (съемочными), а в соц.сетях ERR превысил 50% от обычного. Но важно понимать, что такая реакция возможна ввиду «свежести» контентной формы. Скорее всего аудитория привыкнет очень скоро и к такому формату контента. Но за что точно стоит присмотреться к AI – за возможность генерировать такое количество идей и визуальных решений, которое может быть недоступно человеку (у AI отсутствует шаблонное мышление), за возможность оптимизации рутинных задач, например, оптимизация (ресайзинг) креативов, но самое главное – за аналитику: нейросеть способна анализировать большие данные и даже делать бета-тесты вашего контента и креативов, чтобы рекомендовать наиболее эффективные решения его создания и размещения».

**6. Dropp Market: поиск лучшей цены**

Ибрагим Ибрагимов, ранее работавший в ведущих компаниях digital-рынка, создал платформу Dropp Market, аналогичную международному агрегатору Lyst. Сервис помогает отслеживать цены на товары luxury- и premium-классов среди множества магазинов мира, предлагая покупателю лучшие варианты покупок. Платформа активно развивается, постоянно увеличивая число брендов и продавцов, включая мелкие локальные магазины с низкими ценами. Команда проекта активно привлекает инвестиции, улучшает логистику и планирует расширение на зарубежные рынки. Важная цель платформы – использование технологий ИИ для автоматизации процессов выбора товаров, расчета налогов и помощи покупателям в возврате вещей и продаже собственных предметов гардероба.

**Ключевые преимущества платформы Dropp Market:**

- Интеллектуальный поиск выгодных предложений с учётом географических особенностей ценообразования (определение наиболее выгодных регионов для покупки конкретных брендов);
- Собственная логистика с оптимизацией доставки в зависимости от страны продавца;
- Полная прозрачность – отслеживание всех этапов движения товара в личном кабинете;
- Инновационные планы развития с внедрением LLM (large language model) для автоматизации различных сценариев покупок;
- Международный потенциал – отсутствие привязки к конкретной стране, планы

по выходу на рынки СНГ, Ближнего и Среднего Востока;

- Комплексный подход к обслуживанию – от поиска выгодных предложений до помощи в оформлении возвратов и расчёте пошлин.

Перспективы развития технологии:

- Развитие люксового сегмента в странах СНГ, где рынок пока недостаточно диджитализирован, но имеет высокий потенциал роста;
- Оптимизация покупок премиальных товаров с учетом особенностей ценообразования в разных регионах (например, выявление наиболее выгодных стран для приобретения конкретных брендов);
- Логистические решения для оптимизации доставки товаров с учетом специфики работы в разных странах и таможенных особенностей;
- Развитие партнерской сети с локальными поставщиками услуг доставки и таможенными брокерами;
- Создание экосистемы для премиальных покупателей.

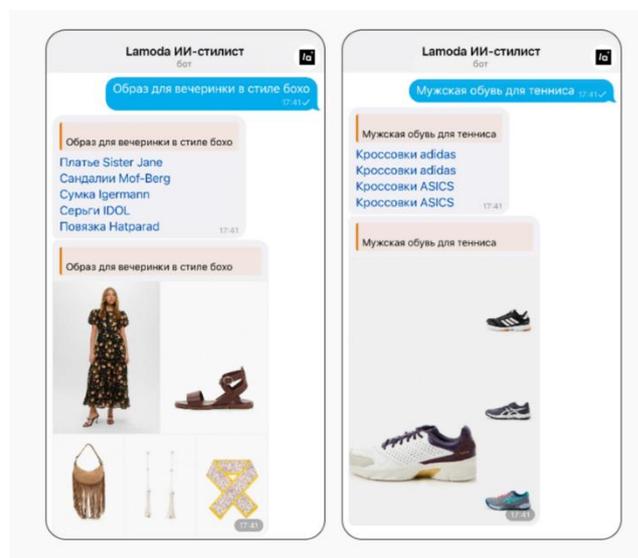
7. ИИ-стилист от Lamoda

Fashion-tech-ритейлер Lamoda в августе 2025 года представил beta-версию ИИ-Стилиста – чат-бота, который помогает подбирать одежду и аксессуары по запросу пользователя. С его помощью можно быстро найти конкретную вещь или собрать образ для любого случая. Бот ориентируется в стилях, учитывает сезон, повод и цвет, а пользоваться им можно без регистрации.

В конце 2025 года Lamoda планирует запустить виртуальную примерочную, которая упростит онлайн-шопинг и сократит количество возвратов. А с 2026 года в приложении появится полный функционал онлайн-стилиста.

Ключевые преимущества ИИ-стилиста от Lamoda:

- Быстрый подбор образов и вещей – не нужно листать сотни страниц каталога, достаточно ввести запрос, и бот предложит подходящие варианты;
- Персонализированные рекомендации – ИИ учитывает стиль, повод, сезон и цвет, что помогает находить максимально подходящие образы и вещи;
- Понимание неопределенных запросов – бот понимает неконкретные формулировки, например: «что-то легкое и небанальное для офиса летом»;
- Простота использования – не требуется регистрация, бот готов к работе сразу после перехода по ссылке;
- Гибкость и точность – можно искать как отдельные предметы (например, «кроссовки для бега»), так и готовые комплекты одежды и аксессуаров.



Перспективы развития технологии:

- Расширение функционала;
- Улучшение алгоритмов подбора;
- Интеграция с виртуальной примерочной;
- Бесплатный онлайн-стилист в приложении.

Татьяна Умряева, управляющий директор по продукту и данным Lamoda:

«ИИ-Стилист решает сразу две задачи: помогает пользователям быстро и удобно подбирать одежду и аксессуары, а бизнесу – лучше понимать потребности и поведение клиентов. В бета-версии мы увидели высокий уровень вовлеченности: за первый месяц сервис протестировали около 17 тысяч пользователей, совершившие более 70 тысяч диалогов. Это подтверждает интерес к формату и дает нам данные для улучшения модели и расширения рекомендаций. Сегодня сервис не только подбирает вещи, но и уже предлагает готовые образы прямо в приложении – на странице каждого изделия появился раздел «С чем носить». Этот формат помогает покупателю собирать гардероб целиком за одно нажатие. В перспективе мы хотим, чтобы ИИ-Стилист стал органичной частью пользовательского опыта клиента Lamoda».

8. «Монетка» тестирует пекарни с технологиями искусственного интеллекта

В пилотных магазинах сети «Монетка» внедрена система «Умный пекарь», которая автоматизирует процесс выпечки с помощью камер контроля и планшета пекаря. Система анализирует продажи, рассчитывает необходимый объем продукции и формирует задания для сотрудников, минимизируя человеческий фактор и снижая списания. Проект реализован в 30 магазинах – 21 в Екатеринбурге и 9 в Каменск-Уральском. Покупатели могут заказать свежую выпечку через терминал самообслуживания и получить её всего за семь минут. В ассортимент входят 39 наименований изделий по уникальной рецептуре, а также горячий кофе, включая напитки на кокосовом молоке.

Ключевые преимущества пекарен с технологиями искусственного интеллекта сети «Монетка»:

- Автоматизация производства – система «Умный пекарь» автоматически рассчитывает объёмы выпечки на основе анализа продаж и заданных параметров, снижая нагрузку на персонал.
- Минимизация списаний – ИИ обеспечивает выпуск только необходимого количества продукции, что позволяет сократить потери и повысить рентабельность.
- Контроль в реальном времени – видеокamеры следят за наполненностью полок и загрузкой печей, обеспечивая бесперебойное наличие свежей продукции.
- Удобство для покупателей – возможность заказать выпечку через терминал самообслуживания с получением готового продукта всего за 7 минут повышает уровень сервиса.
- Широкий и качественный ассортимент

Перспективы развития технологии:

- Масштабирование проекта
- Повышение точности планирования производства
- Снижение издержек и рост рентабельности
- Развитие клиентского сервиса
- Расширение ассортимента и внедрение новых форматов
- Интеграция с экосистемой магазина

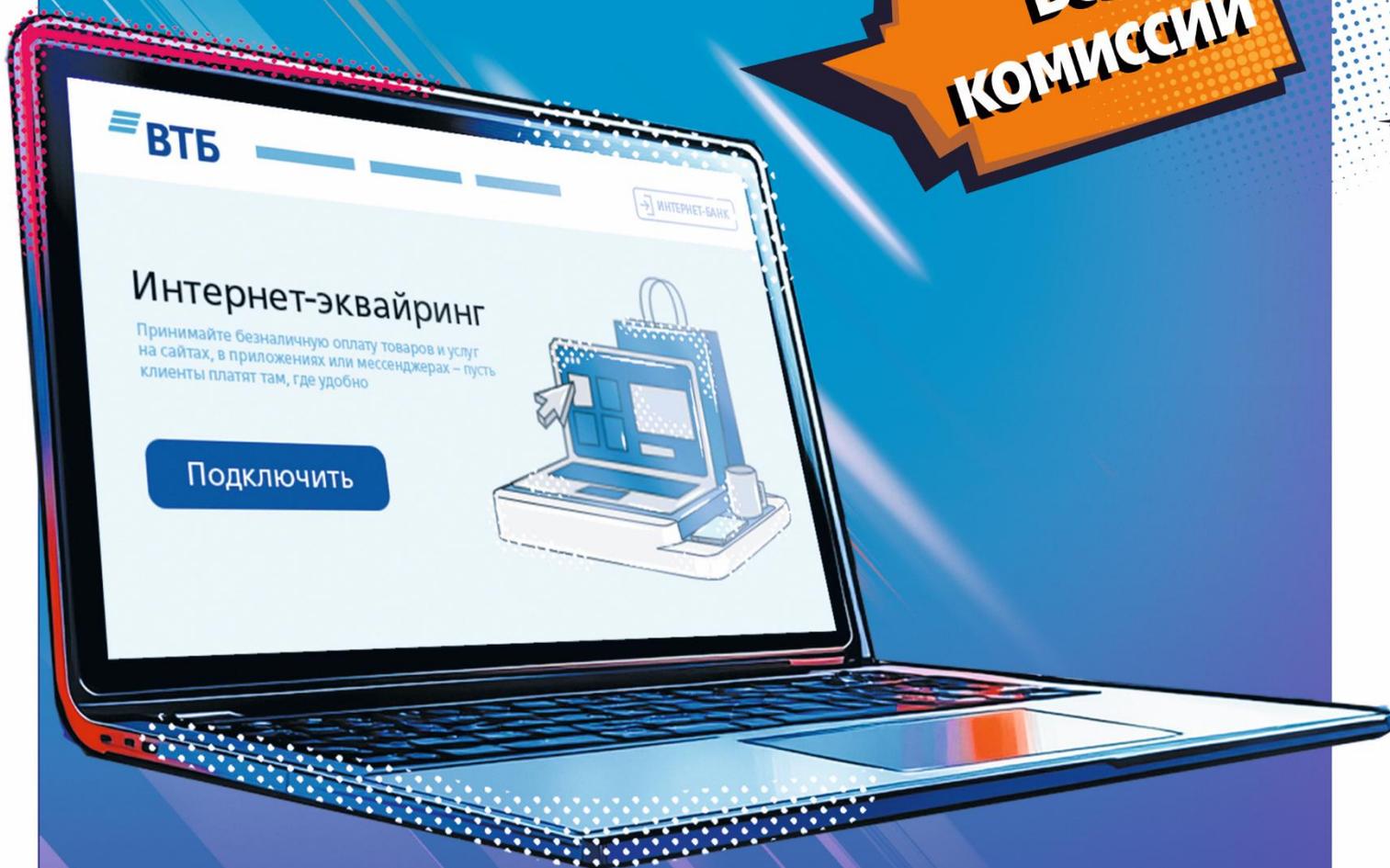
Ирина Смирнова, директор торговой сети «Монетка»:

«Спрос на свежую выпечку и горячий кофе растёт, наш новый сервис – ответ на этот тренд, который может стать одним из элементов нового ценностного предложения «Монетки». Мы тестируем сложную модель: используем маленькие печи и поддоны с подогревом, чтобы у наших покупателей была возможность в любое время попробовать горячую и свежую выпечку, приготовленную по фирменным рецептам».



БИЗНЕСУ ВЫГОДНО: интернет-эквайринг

**Без
КОМИССИИ**



АКЦИЯ ДЕЙСТВУЕТ ДЛЯ ИП И ЮЛ, НЕ ИМЕВШИХ ДОГОВОРА ИНТЕРНЕТ-ЭКВАЙРИНГА В ПЕРИОД 180 ДНЕЙ ДО СТАРТА АКЦИИ, С 01.10.2025 ПО 31.01.2026. СКИДКА ПРЕДОСТАВЛЯЕТСЯ ЗА ПРОВЕДЕНИЕ РАСЧЕТОВ В РАМКАХ ЗАКЛЮЧЕННОГО ДОГОВОРА О ПРЕДОСТАВЛЕНИИ УСЛУГИ ИНТЕРНЕТ-ЭКВАЙРИНГА ПРИ ОПЕРАЦИЯХ В ПРЕДЕЛАХ УСТАНОВЛЕННОГО РАЗМЕРА ОБОРОТА ДО 500 000 РУБЛЕЙ В МЕСЯЦ (ВКЛЮЧИТЕЛЬНО) НА 1 ДОГОВОР ИНТЕРНЕТ-ЭКВАЙРИНГА. СРОК ДЕЙСТВИЯ: МЕСЯЦ С ДАТЫ ЗАКЛЮЧЕНИЯ ДОГОВОРА ИНТЕРНЕТ-ЭКВАЙРИНГА И 3 СЛЕДУЮЩИХ КАЛЕНДАРНЫХ МЕСЯЦА. НЕ ДЕЙСТВУЕТ СОВМЕСТНО С ПАКЕТАМИ УСЛУГ «НА СТАРТЕ», «НА СТАРТЕ. ЮГ» И ИНЫМИ АКЦИЯМИ. ПОДРОБНЕЕ НА [VTB.RU\(0+\)](https://vtb.ru). **БАНК ВТБ (ПАО)**. ЛИЦЕНЗИЯ ЦБ № 1000

Логистика

Аннотация

Современная логистика играет ключевую роль в успехе любого бизнеса, особенно в сфере электронной коммерции. По мере роста конкуренции на рынке онлайн-продаж предприятия стремятся предложить клиентам наилучший сервис, включая быструю доставку товаров и удобную систему возврата продукции.

Ключевые направления развития Логистики в ритейле в 2025 году

Автоматизация процессов. Одной из ключевых тенденций становится автоматизация всех этапов цепочки поставок – от складского учета до управления транспортом. Современные технологии позволяют оптимизировать маршруты доставки, сокращать затраты на транспортировку и повышать точность исполнения заказов. Использование роботов на складах значительно ускоряет процесс обработки товара, снижает вероятность ошибок и повышает общую эффективность.

Ускорение доставки. Происходит значительное сокращение сроков доставки благодаря развитию новых технологий. Компании активно внедряют дроны, беспилотники и роверов для быстрой доставки и транспортировки небольших посылок в пределах городов. Все большее количество игроков рынка используют такие решения, и в ближайшие годы эта практика получит широкое распространение.

Клиентский сервис. Компании внедряют персонализированные сервисы: выбор удобного времени доставки, отслеживание заказов и бонусы для постоянных клиентов. Логистика адаптируется к новым каналам – соцсетям и мессенджерам, обеспечивая быструю обработку заказов независимо от платформы. Это повышает удобство и усиливает лояльность к бренду.

Экологичность и устойчивость. Экоустойчивость становится важным фактором для потребителей. Компании стремятся минимизировать углеродный след своей деятельности, используя альтернативные виды топлива, сокращая упаковку и разрабатывая программы переработки отходов.

В 2025 году заметны значительные улучшения в логистической отрасли ритейла. Эти изменения позволят компаниям оставаться конкурентоспособными и удовлетворять растущие потребности современных потребителей.

1. Онлайн-ритейлер «Самокат» приступил к клиентскому тестированию доставки заказов с помощью аэрокурьеров

В Нижнем Новгороде стартовал пилотный проект аэродоставки товаров от сервиса «Самокат», реализуемый при поддержке оператора «Клеверкоптер». Беспилотная доставка осуществляется специальными аэрокурьерами с автономной системой навигации и парашютной системой безопасности под контролем операторов. Сервис доступен для заказов весом до 5 кг, которые доставляются в постаматы в течение 30 минут. Сохранность продуктов обеспечивается специальными условиями транспортировки. Процесс получения заказа включает получение шестизначного кода после доставки и его ввод на постамате. Срок хранения заказа в постамате составляет три часа. Проект реализуется в рамках национального проекта «Беспилотные авиационные системы» при поддержке АНО «Горький Тех».

Ключевые преимущества сервиса аэродоставки:

- Высокая скорость доставки – все заказы доставляются в течение 30 минут, что значительно быстрее традиционных способов доставки;
- Безопасность – устройства оборудованы встроенной навигационной программой и постоянно контролируются оператором, дополнительно оснащена парашютной системой;
- Поддержание качества продуктов – замороженные товары сохраняются свежими благодаря специальному пакету, поддерживающему необходимую температуру во время транспортировки и хранения;
- Удобство получения товара – заказы поступают в постамат, откуда покупатель легко забирает покупку по уникальному цифровому коду;
- Экологичность и инновационность – проект реализуется в рамках национального проекта, внедряющего беспилотные технологии и способствующий развитию экологически чистого транспорта.



Перспективы развития сервиса/технологии:

- Расширение географии покрытия;
- Увеличение грузоподъемности устройств;
- Повышение автономности устройств;
- Оптимизация маршрутов доставки;
- Совершенствование условий хранения товаров;
- Улучшение взаимодействия с пользователями.

Сергей Землянский, директор по продукту и технологиям онлайн-ритейлера Самокат:

«Аэродоставка – это шаг за горизонт привычной логистики. У неё огромный потенциал, и мы видим, как она может органично дополнять существующие форматы. Особенно там, где важна гибкость – например, когда клиенту важно забрать заказ в удобное время, не подстраиваясь под приезд курьера. Такой подход решает сразу несколько задач: добавляет новый формат получения заказов, снижает нагрузку на инфраструктуру курьеров-партнеров и даёт пользователям еще больше свободы в управлении своим временем. Безопасность для нас – принципиальный приоритет: аэрокурьеры оснащены системами навигации и парашютами, а их полёт контролируется операторами»

2. Автономные грузовики Navio

В России состоялся первый автономный рейс по маршруту Санкт-Петербург – Казань, который занял 24 часа – в 2,5 раза быстрее обычной перевозки на подобные расстояния. Автономный грузовик технологической компании Navio преодолел 1600 км по трассам М-11, ЦКАД и М-12 в полностью автоматизированном режиме с инженером в кабине для контроля. Система использует компьютерное зрение, сенсоры и резервированные механизмы для обеспечения безопасности и стабильной работы на дороге. Парк автономных грузовых автомобилей Navio является крупнейшим в России – 45 тягачей. Компания осуществляет перевозку коммерческих грузов партнеров с 2023 года по М-11 и в будущем планирует масштабировать проект на

другие федеральные трассы. В 2024 году Navio представила прототип автономного магистрального тягача L5, в котором нет рабочего места водителя, – сейчас он проходит полный цикл испытаний.

Ключевые преимущества совместного автономных грузоперевозок:

- Повышение эффективности логистических операций;
- Увеличение скорости и объемов грузоперевозки – автономный тягач может проводить в движении до 23 часов в сутки и перевезти больше грузов по сравнению с обычным грузовиком за один и тот же отрезок времени;
- Рост экономической эффективности и маржинальности рейса: автономный транспорт решает проблему простоев автопарка и связанных с этим издержек, повышая производительность транспорта;
- Исключение зависимости от человеческого фактора – повышается безопасность грузоперевозок, снижается аварийность на дорогах общественного пользования и обеспечивается сохранность груза;
- Решение проблемы дефицита водителей и повышение эффективности специалистов отрасли для решения более сложных задач – искусственный интеллект берет на себя тяжелую и рутинную работу.

Перспективы развития сервиса/технологии:

- Автоматизация всего цикла логистических операций;
- Новые цифровые инструменты на базе ИИ;
- Масштабирование маршрутов;
- Увеличение парка автомобилей;
- Повышение безопасности на дорогах страны;
- Экономическая эффективность;
- Новые профессии и рабочие места;
- Повышение уровня компетенций специалистов.

Владимир Бувеч, директор по продукту Navio Freight:

«С точки зрения технологии недавний проезд Navio из Санкт-Петербурга в Казань доказал, что доставка автономным тягачом может быть почти в 2,5 раза быстрее по сравнению с обычной логистикой. Цифровизация логистических операций задаст новые стандарты в отрасли по эффективности, скорости и безопасности грузоперевозки. В ближайшее время совместно с партнерами мы начнем тестирование ряда сценариев по автоматизации всего цикла логистических операций в рамках пилотных проектов».

3. Компания X5 запустила первую партию мобильных роботов-погрузчиков (FMR) в распределительном центре «Пятёрочки»



X5 внедряет масштабную программу автоматизации распределительных центров, начав с запуска мобильных роботов-погрузчиков (FMR) в распределительном центре «Пятёрочки» на Новорижском шоссе. Первая партия из 12 роботов, способных автономно перемещать грузы весом до тонны, уже приступила к работе, а всего планируется установить 67 машин. Роботизация процессов направлена на оптимизацию складских операций: роботы берут на себя физически сложные и рутинные задачи по перемещению, сортировке и упаковке товаров. В рамках первого этапа (2025 год) помимо FMR-роботов планируется внедрение роботов-клинеров, систем машинного зрения и технологии put by light на основе искусственного интеллекта.

Второй этап проекта, рассчитанный до 2028 года, предусматривает запуск роботизированных систем хранения и станций комплектации по принципу «товар к человеку». Ожидается, что инвестиции в автоматизацию окупятся за 4,5-7 лет, а экономия фонда оплаты труда составит около 4,7 млрд рублей в год. Внедрение роботизированных систем позволит существенно повысить эффективность, точность и скорость складских операций, освободив сотрудников от рутинной физической работы и позволив им сосредоточиться на более сложных задачах.



Ключевые преимущества мобильных роботов-погрузчиков (FMR) в распределительном центре «Пятёрочки»:

- Автоматизация рутинных процессов. Роботы берут на себя физически сложные и монотонные задачи по перемещению грузов, освобождая сотрудников от тяжелой работы;
- Высокая грузоподъемность. FMR способны самостоятельно перемещать грузы весом до одной тонны без необходимости человеческого вмешательства;
- Автономная работа. Роботы функционируют под управлением собственной складской платформы, что обеспечивает их независимость и эффективность в выполнении задач;
- Комплексная обработка товаров. Машины не только перемещают, но и занимаются упаковкой и сортировкой грузов, выполняя полный цикл складских операций;
- Повышение производительности. Использование роботов позволяет существенно экономить время комплектовщиков, что приводит к увеличению количества обрабатываемых заказов;
- Улучшение качества работы. Автоматизация процессов способствует более точному и качественному выполнению складских операций.
- Экономическая эффективность. Внедрение роботов способствует значительной экономии фонда оплаты труда и окупаемости инвестиций в течение 4,5-7 лет;
- Масштабируемость решения. Возможность постепенного увеличения количества роботов (планируется запуск 67 машин) позволяет гибко подстраиваться под растущие потребности центра.

Перспективы развития сервиса/технологии:

- Расширение спектра выполняемых задач;
- Увеличение масштаба роботизации;
- Оптимизация взаимодействия роботов и персонала;
- Совершенствование механизмов навигации и координации;
- Экономическая выгода и повышение конкурентоспособности;
- Поэтапный подход к внедрению новых технологий.

4. Яндекс Роботикс роботизирует распределительный центр торговой сети «Перекрёсток»



Яндекс Роботикс и торговая сеть «Перекрёсток» запускают проект по масштабной роботизации распределительного центра. 109 роботов будут собирать заказы для супермаркетов сети в Санкт-Петербурге и области. Они возьмут на себя до 90% задач по сборке охлаждённых и скоропортящихся товаров во фреш-зоне — это около половины операций распределительного центра. Процессы будут координировать система Yandex RMS — собственная разработка Яндекс Роботикс, которая синхронизирует действия разных типов роботов и оптимизирует маршруты. Яндекс Роботикс начал внедрять решение на складе «Перекрёстка» в Санкт-Петербурге и планирует полностью завершить работу до середины 2026 года.

Как это работает:

В распределительном центре товары комплектуются для отправки по магазинам – за каждым закреплена одна из сотен ячеек. Раньше работникам приходилось вручную перевозить палеты с товарами к нужным ячейкам и отправлять их на отгрузку. После внедрения Yandex RMS такие операции выполняются автоматически, то есть по системе «Товар к человеку»:

1. Система управления роботами Yandex RMS (Robot Management System) интегрируется с WMS-системой склада. WMS передаёт задания на сборку заказов, а RMS превращает их в конкретные задачи для каждого робота: куда нужно поехать, сколько времени провести на станции комплектации, и куда двигаться дальше.
2. Автономные мобильные роботы (AMR) забирают палету и доставляют её на станцию комплектации. Там сотрудники распределяют товары по палетам для торговых точек, и после обмотки автономный вилочный погрузчик (FMR) перевозит их на отгрузку в магазин.

Ключевые преимущества робота-инвентаризатора Яндекс Роботикс на складе «Перекрёстка»:

- Эффективность операций во фреш-зоне, по предварительной оценке, увеличится на 30-40% за счет ускорения сборки заказов
- После внедрения системы производительность комплектации увеличится в 2.5 раза: при ручных операциях один комплектовщик в среднем собирает 130 коробов в час, а с роботами – до 300 коробов в час
- Распределительный центр сможет обслуживать на 30 магазинов больше, не расширяя площадь

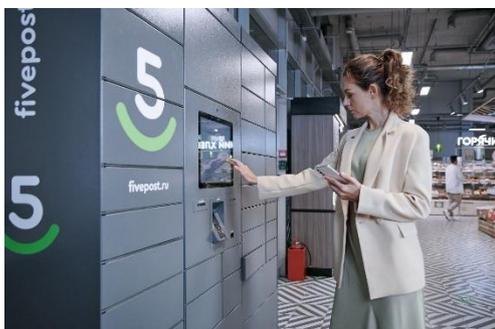
Перспективы развития сервиса/технологии:

Такое решение может внедряться в отраслях с высокой оборачиваемостью товаров, когда у компании растущая и большая сеть магазинов/клиентов и ограниченное пространство на складе. Это, например, крупные продуктовые сети, дистрибьюторы, FMCG, фармдистрибуция, центры распределения розничных сетей и dark store с повторяющимися заказами.

Егор Клушин, директор по развитию бизнеса Яндекс Роботикс:

«В фокусе Яндекс Роботикс – разработка и внедрение решений по автоматизации наиболее ресурсоёмких процессов на складах компаний, например комплектации заказов. Роботизация позволяет реализовать подход «товар к человеку» (G2P) – а значит, увеличить скорость сборки заказов, распределить нагрузку на персонал и минимизировать количество ошибок при комплектации. В этом проекте задействованы роботы разных типов и разных производителей, и благодаря Яндекс RMS они действуют сообща. Тем самым мы роботизируем почти все операции во фреш-зоне, а распределительный центр может обслуживать больше магазинов без необходимости строительства новых складских помещений или дополнительных температурных камер».

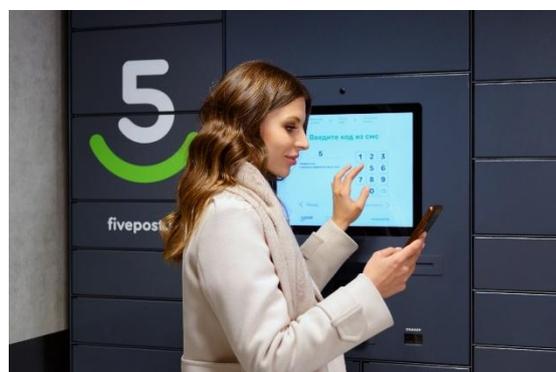
5. 5POST запускает авиадоставку заказов в регионы



5Post, дочерняя компания X5, запустила новый сервис авиадоставки онлайн-заказов в отдалённые регионы России совместно с логистической компанией АТА. На текущий момент услуга доступна в Магаданской и Сахалинской областях, Красноярском и Камчатском краях, где функционируют 52 агентских пункта выдачи заказов. Средний срок доставки составляет 5-6 дней, однако компания планирует сократить его до 4 дней к концу года. В настоящее время 30 партнёров уже подключились к сервису авиадоставки, а к третьему кварталу 2025 года ожидается расширение сети до 100 партнёров. В планах компании – включение в зону обслуживания Хабаровского и Приморского краёв, а также Калининградской области, что значительно улучшит логистическую доступность для жителей этих регионов.

Ключевые преимущества авиадоставки от 5POST:

- Быстрая доставка: средний срок доставки всего 5-6 дней, с перспективой сокращения до 4 дней;
- Широкая география покрытия: возможность доставлять товары в труднодоступные регионы, такие как Дальний Восток и Крайний Север;
- Удобство клиентов: доступ к пунктам выдачи заказов рядом с домом или работой благодаря наличию агентских пунктов;
- Высокий уровень сервиса: сотрудничество с различными логистическими компаниями позволяет расширить ассортимент товаров для покупателей;
- Активное развитие: расширение географии услуг, подключение новых партнёров и увеличение числа точек выдачи.



Перспективы развития сервиса/технологии:

- Расширение географии присутствия;
- Развитие партнерской сети;
- Оптимизация логистических процессов;
- Развитие инфраструктуры.

6. «Группа Лента» внедряет автоматизированную систему пополнения запасов от Napoleon IT



«Группа Лента» совместно с компанией Napoleon IT приступила к реализации проекта по автоматизации управления товарными запасами с использованием системы Napoleon AI-Driven Replenishment. Переход на новую систему обусловлен уходом предыдущего поставщика решений F&R с российского рынка и необходимостью модернизации существующих процессов пополнения запасов, которые требовали значительных ручных корректировок. Платформа Napoleon AI-Driven Replenishment была выбрана по результатам тщательного отбора технологических партнёров и на первом этапе должна покрыть около 60% операционных потребностей торговой сети. Реализация проекта рассчитана на два года и начнётся с внедрения системы в магазинах формата «Супер Лента», где ожидается наиболее быстрый эффект от автоматизации. Поэтапное масштабирование решения на другие форматы магазинов группы позволит эффективно адаптировать систему к бизнес-процессам и минимизировать операционные риски.

Ключевые преимущества автоматизированной системы пополнения запасов от Napoleon IT в «Супер Ленте»:

- Исключение ручного вмешательства: автоматизация процесса минимизирует потребность в ручном управлении запасами, снижая вероятность ошибок и повышая точность прогнозирования спроса.
- Повышение эффективности процессов: система оперативно обрабатывает большие объемы данных, обеспечивая быстрое реагирование на изменения рынка и увеличение скорости принятия решений.
- Оптимизация уровня запасов: алгоритмы помогают поддерживать оптимальный уровень товаров на складе, предотвращая излишки и дефицит продукции.
- Экономия ресурсов: сокращение временных затрат сотрудников на управление запасами позволяет перераспределять ресурсы на выполнение других важных задач.
- Улучшение качества обслуживания клиентов: быстрая реакция на спрос помогает избежать дефицита популярных товаров, улучшая покупательский опыт и увеличивая лояльность покупателей.
- Минимизация рисков: этапная реализация снижает риск возможных сбоев и негативных последствий внедрения новых технологий.



Перспективы развития сервиса/технологии:

- Расширение функционала системы;
- Масштабирование решения;
- Повышение эффективности работы торговой сети;
- Развитие адаптивности системы;
- Возможность реализации системы в других торговых сетях;
- Возможность кастомизации для разных сегментов бизнеса.

7. Беспилотные грузовики «Спортмастер»



«Спортмастер» совместно с компанией «ЭвоКарго» запустил беспилотные электрогрузовики на распределительном центре в Балашихе для повышения операционной эффективности и в рамках устойчивого развития. Робогрузовики Evocargo N1 работают на электричестве и управляются с помощью трёх систем: восприятия, навигации и принятия решений. Для ориентации и безопасности используются лидары, камеры, сонары и спутниковая навигация. Конструкция грузовиков адаптируется под требования клиента – для «Спортмастера» была изменена высота платформы. До конца года компания планирует расширить логистическую сеть и увеличить парк автономного транспорта.

Ключевые преимущества беспилотных грузовиков «Спортмастер»:

- Повышение операционной эффективности – беспилотные робогрузовики оптимизируют логистику на распределительном центре, снижая затраты и ускоряя процессы.
- Экологичность – электрическое питание и зарядка от стандартной розетки соответствуют принципам устойчивого развития компании.
- Высокая технологичность – движение обеспечивают три продвинутые системы: восприятия, навигации и принятия решений, работающие на основе лидаров, сонаров, камер и GNSS-навигации.
- Гибкость и адаптация под задачи бизнеса – конструкция грузовиков может быть модифицирована под конкретные требования, как это было сделано для «Спортмастера» (изменена высота платформы).

Перспективы развития сервиса/технологии:

- Расширение и масштабирование флота
- Улучшение операционной эффективности
- Адаптация и кастомизация техники под нужды компании
- Экологическая устойчивость и энергоэффективность
- Технологическое развитие и интеграция систем автономного управления

8. Индекс тарифов Монополии – умный инструмент для мониторинга ставок на грузоперевозки

Логистическая платформа «Монополия» представила индекс ставок на грузоперевозки, позволяющий отслеживать изменения тарифов на рынке FTL-перевозок по всей России. Индекс основан на больших данных и обновляется ежедневно, отражая соотношение спроса и предложения на рынке, основанное на тарифах заявок, проходящих через платформу. При его расчёте учитываются средневзвешенные тарифы перевозчиков и интенсивность перевозок по разным направлениям и типам прицепов. Инструмент помогает участникам рынка быстро адаптироваться к изменениям цен и строить прогнозы по тарифам. Для заказчиков индекс служит ориентиром оценки стоимости логистических услуг, а для перевозчиков – основой при формировании собственных тарифов.

Ключевые преимущества Индекса ставок на грузоперевозки:

- Ежедневное обновление данных на основе больших данных, отражающих актуальную ситуацию и динамику рынка FTL-перевозок по всей России;
- Объективность расчетов, основанных только на фактически завершенных сделках с конкретными датами выполнения перевозок;
- Учет тарифов перевозчиков и интенсивности перевозок, позволяющий получить средневзвешенную стоимость услуг с учетом направления и типа прицепа;
- Возможность оперативной адаптации к изменениям цен и построения точных прогнозов по различным маршрутам и направлениям;
- Универсальность инструмента: помогает заказчикам оценивать рыночную стоимость логистики, а перевозчикам формировать конкурентные и обоснованные тарифы.

Перспективы развития технологии:

- Расширение географии и сегментов рынка
- Персонализация и сегментация данных
- Синхронизация с другими платформами
- Добавление новых параметров оценки

Александр Отрощенко, директор по управлению данными, Платформа «Монополия»:

«Мы сделали Индекс тарифов Монополии практическим инструментом для бизнеса. Он помогает грузоотправителям точнее планировать расходы, перевозчикам – держать маржу под контролем, а экспедиторам и логистам – быстрее принимать решения. Данные, используемые для расчета индекса, служат основой для прогнозов и планирования».

Технологии

Аннотация

Современный рынок электронной коммерции развивается стремительно, а технологии, а технологии перестали быть фоном и стали главным конкурентным преимуществом. Магазины, маркетплейсы, логистические компании и производители всё чаще трансформируются в digital-first бизнесы, где инновации – не опция, а необходимость.

Ключевые тренды технологического развития:

Роботы и автоматизация. Автономные роботы используются для выполнения рутинных операций, таких как упаковка товаров, сортировка посылок и доставка на короткие расстояния. Это снижает затраты на рабочую силу и повышает скорость обслуживания клиентов.

Интернет вещей (IoT). Умные устройства, подключенные к сети Интернет, предоставляют уникальные возможности для мониторинга запасов, отслеживания доставки и автоматизации складской логистики. IoT позволяет создавать умные магазины, где товары автоматически регистрируются и контролируются системой.

Бесконтактные технологии. Такие процессы становятся стандартом обслуживания. От оплаты взглядом до автоматических касс – ритейлеры стремятся минимизировать физический контакт между покупателями и товарами.

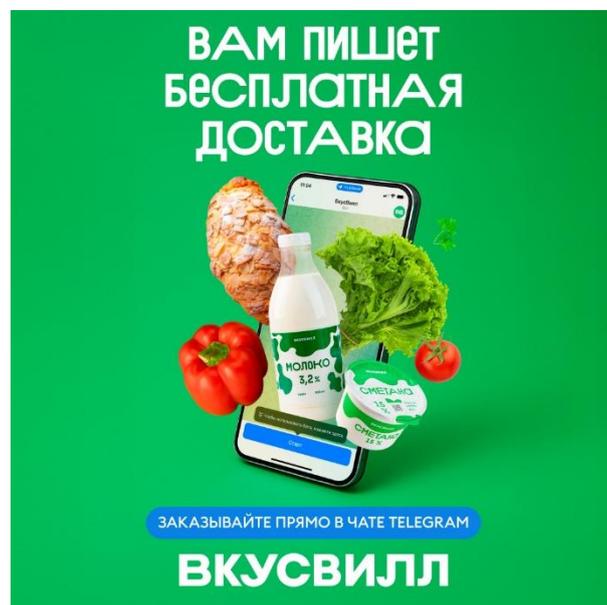
Кибербезопасность. Для защиты персональных данных покупателей и предотвращения мошенничества внедряются биометрические системы идентификации. Биометрика позволяет совершать покупки быстрее и безопаснее, обеспечивая высокий уровень защиты транзакций.

Дополненная реальность (AR) и виртуальная реальность (VR).

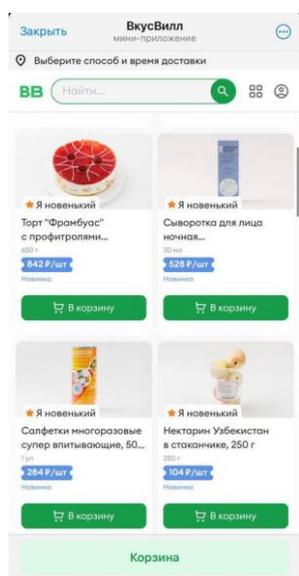
Технологии играют ключевую роль в развитии ритейла в 2025 году. Компании, способные эффективно внедрять инновационные решения, будут иметь конкурентное преимущество на рынке. Для успешного внедрения технологий важно учитывать потребности клиентов, особенности рынка и законодательные требования.

1. «ВкусВилл» запустил мини-магазин в Telegram

«ВкусВилл» запустил удобный сервис заказа продуктов непосредственно внутри мессенджера Telegram, избавив пользователей от необходимости перехода на сайт или в мобильное приложение. Компания приняла решение создать собственный мини-магазин благодаря активному сообществу в Telegram, насчитывающему свыше 100 тысяч подписчиков. Новый интерфейс похож на веб-сайт – клиенты могут быстро выбирать необходимые товары, добавлять их в корзину и оформлять покупки. Вся функциональность официального сайта была перенесена в Telegram-версию: покупатели видят актуальные цены, наличие товаров и могут оплачивать заказ картой. Благодаря такому решению бренд значительно упростил процесс покупок, предоставляя полный ассортимент своей продукции.



Ключевые преимущества мини-магазина «ВкусВилл» в Telegram:

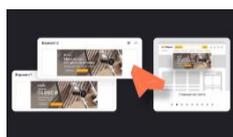


- Удобство и простота – заказ продуктов возможен напрямую в Telegram, без перехода на сайт или приложение;
- Быстрое начало пользования – запуск сервиса осуществляется всего несколькими кликами;
- Интеграция с активным сообществом – использование платформы Telegram, где бренд имеет значительное число активных подписчиков;
- Комфортный интерфейс повторяет удобство и простоту оформления заказов на официальном сайте;
- Актуальность информации – синхронизированные цены и остатки товаров соответствуют данным основного сайта;
- Возможность безопасной оплаты через привязанные банковские карты.
- Доступ ко всему ассортименту магазинов, включая новые поступления.

Перспективы развития сервиса/технологии:

- Интеграция с искусственным интеллектом
- Увеличение охвата аудитории
- Повышение удобства и скорости совершения покупок
- Оптимизация процессов управления запасами
- Безопасность транзакций

2. Платформа для кросс-сервисной рекламы UrbanAds



UrbanAds – это новая рекламная платформа от «Яндекса» для размещения рекламы сразу в нескольких городских сервисах, включая «Яндекс Go», «Еду», «Деливери», «Лавку», «Маркет» и «Доставку». Платформа позволяет запускать кросс-сервисные рекламные кампании и использовать новые форматы, такие как click-out-реклама, видеобаннеры, push-уведомления и pop-up объявления. UrbanAds также предлагает офлайн-инструменты – например, брендинг автомобилей и роботов-доставщиков. Рекламодателям доступна расширенная аналитика: метрики по просмотрам, восприятию бренда и влиянию на продажи. В будущем планируется запуск единых форматов для FMCG-брендов, позволяющих продвигать товары сразу в нескольких сервисах.

Ключевые преимущества платформы UrbanAds для кросс-сервисной рекламы:

- Единое размещение рекламы сразу в нескольких популярных сервисах;
- Возможность создания кросс-сервисных кампаний, охватывающих разные платформы и форматы для максимального эффекта;
- Новые рекламные форматы: click-out-реклама, видеобаннеры, push-уведомления и поп-апы, адаптированные под особенности каждого сервиса;
- Интеграция офлайн-каналов – брендинг такси, драйва и роботов-доставщиков с гибким таргетингом по тарифам пользователей;
- Расширенная аналитика и метрики эффективности: просмотр видео, динамика восприятия бренда, влияние на продажи, а также детальные данные по заказам и взаимодействию с рекламой.

Перспективы развития технологии:

- Интеграция новых форматов
- Улучшение таргетинга
- Оптимизация аналитики
- Внедрение новых форматов
- Развитие офлайн-направлений
- Интеграция с новыми сервисами

3. Яндекс Роботикс начал автоматизировать складские операции Азбуки вкуса

Сеть супермаркетов Азбука вкуса запустила на своем московском складе робота-инвентаризатора собственной разработки Яндекс Роботикс. Устройство автоматически проверяет, какие товары в наличии, сверяет данные с системой управления складом (WMS) и позволяет оперативно вносить корректировки при несоответствиях. Это ускорило процесс инвентаризации и снизило число ошибок. Инвентаризатор от Яндекс Роботикс работает на складе Азбуки вкуса по модели подписки – проводит проверку товаров дважды в неделю. Устройство имеет лидар, камеры и два типа сенсоров – ультразвуковые и для обеспечения безопасности. Благодаря этому робот может автономно перемещаться по складу, считывать данные с палет в ячейках хранения и синхронизировать информацию с WMS.

Раньше сотрудники вручную проверяли товары. Теперь робот выполняет задачи без остановки логистических процессов и освобождает сотрудников от сбора данных и высотных работ на складе.

Ключевые преимущества единой автоматизированной системы управления складскими процессами:

- Автоматизация процесса: робот самостоятельно проводит инвентаризацию, исключая необходимость ручной проверки;
- Интеграция с WMS: результаты учёта синхронизируются с системой в реальном времени через API;
- Высокая точность: робот оперативно находит расхождения и снижает количество ошибок при размещении товара;
- Экономия ресурсов: освобождает сотрудников от рутинных и трудоёмких задач, связанных со сбором данных и работой на высоте;
- Непрерывность логистики: инвентаризация проводится без остановки складских процессов.

Перспективы развития технологии:

- Масштабирование решения
- Расширение функциональности робота и подключение новых сценариев;
- Интеграция с ИИ для прогнозирования и оптимизации запасов;
- Внедрение роботизации в ключевые складские процессы – от комплектации поставок до размещения товаров в хранении

Егор Клушин, директор по развитию бизнеса Яндекс Роботикс:

«Роботы от Яндекс Роботикс собираются и проходят тестирование в двух R&D центрах, где мы продолжаем работать над разработкой решений для автоматизации складов и производств. Роботизация в сегменте ритейла и логистики становится все более распространенной. По данным исследования Яндекс Роботикс и «Промышленной робототехники» (ex. KUKA) 88% компаний планируют использовать мобильных роботов (AMR) на складах, а 71% – внедрить 10 и более таких устройств. Компании также активно готовятся к внедрению технологий: 78% сформировали внутренние команды по робототехнике, 48% – выделили бюджеты, ещё 11% находятся на стадии предварительной оценки».

4. Иновационное устройство Gauss для автоматического измерения габаритов и веса крупногабаритных товаров на складах Ozon

Ozon внедрил инновационную систему Gauss для автоматического измерения габаритов и веса крупногабаритных товаров на складах. Разработанное командой Ozon Tech в Иннополисе устройство способно за 2,4 секунды определять параметры авиапаллет и коробов с помощью пяти камер, создающих 360-градусное изображение объекта. Система, оснащенная алгоритмами машинного обучения, работает в диапазоне от 250 граммов до 1000 килограммов и способна измерять объекты размером от 500×500×500 мм до 1200×1200×2200 мм. Gauss решает проблему некорректных объемно-весовых характеристик, указанных продавцами, полностью автоматизируя процесс измерений. К концу 2025 года компания планирует установить данную систему более чем на 150 объектах своей логистической инфраструктуры по всей России, что значительно повысит эффективность складской логистики и снизит нагрузку на персонал.

Ключевые преимущества инновационного устройства Gauss:

- Бесконтактное и быстрое измерение – определение параметров паллет и коробов занимает всего 2,4 секунды, что значительно ускоряет обработку отправок;
- Высокая точность и полнота данных – использование пяти камер для создания 360° точечного облака обеспечивает точные весовые и габаритные характеристики;
- Автоматизация процесса – полностью исключает необходимость ручного измерения и взвешивания, что снижает ошибки и нагрузку на сотрудников;
- Широкий диапазон измеряемых параметров – устройство работает с весом от 250 г до 1000 кг и размерами от 500×500×500 мм до 1200×1200×2200 мм;
- Интеллектуальный контроль правильного расположения товара – алгоритмы машинного обучения следят за корректным положением объектов на платформе, повышая точность измерений и качество логистики.



Перспективы развития технологии:

- Масштабирование системы
- Интеграция с существующими складскими системами
- Расширение функционала
- Улучшение точности
- Экспорт технологий
- Создание экосистемы
- Мобильное применение

5. X5 Group разработала собственную систему управления складами и объявила о создании нового направления X5 Robotics

X5 Group создала собственную систему управления складами Nexus WMS, заменив иностранное ПО, которое ушло с российского рынка. Новая система охватывает весь цикл обработки товаров на складах компании, начиная от поступления продукции и заканчивая её отправкой клиентам. Она позволяет сократить количество ошибок, снизить затраты и оптимизировать работу сотрудников. Благодаря внедрению Nexus WMS удалось ускорить процесс резервирования товаров втрое. Сейчас системой пользуются восемьдесят пять процентов складов сетей «Пятёрочка» и «Перекрёсток», полный переход планируется завершить в ближайшие годы. X5 Group объявила о создании нового направления X5 Robotics, которое станет ключевым центром технологического развития компании. Новое подразделение будет отвечать за масштабное внедрение роботизированных решений в операционные и производственные процессы, а также формирование экспертного центра в области автоматизации. По прогнозам компании, к 2028 году роботизация и внедрение искусственного интеллекта позволят частично заменить до 30% операций в магазинах, дарксторах, распределительных центрах и сервисах доставки, что обеспечит эффективное развитие бизнеса.

Ключевые преимущества собственной системы управления складами Nexus WMS X5 Group:

- Полная автономия и импортнезависимость – система полностью заменила решения иностранного вендора, обеспечивая стратегическую независимость от внешних поставщиков ПО.
- Повышение эффективности складских операций – автоматизация всех этапов складской логистики (приёмка, комплектация, маршрутизация, отгрузка и др.) позволяет существенно повысить производительность распределительных центров.
- Сокращение времени и ошибок – система оптимизирует бизнес-процессы, сокращает количество операций, снижает вероятность ошибок и, как следствие, уменьшает дополнительные затраты.
- Поддержка роботизации и дальнейшей автоматизации – Nexus WMS создаёт технологическую основу для внедрения современных решений, включая складских роботов и интеллектуальные системы управления.
- Высокая скорость операций – например, резервирование товара для отгрузки осуществляется в 3 раза быстрее, чем в прежней системе.
- Широкий функционал и гибкость – система охватывает все ключевые складские процессы и уже внедрена на нескольких крупных РЦ, продолжая масштабироваться по всей логистической сети X5.
- Разработка внутри компании – создание системы силами X5 Tech обеспечивает лучшее понимание внутренних процессов и возможность оперативной доработки под бизнес-задачи.

Перспективы развития технологии:

- Полное масштабирование на все распределительные центры
- Стандартизация для новых объектов
- Развитие роботизации и автоматизации
- Интеграция с цифровыми технологиями
- Повышение уровня информационной безопасности
- Повышение производительности

6. Инструмент Изохрон API для планирования доставки от Яндекс Карт



Изохрон API от Яндекс Карт представляет собой инструмент для бизнеса, позволяющий визуализировать зоны доступности услуг исходя из временных затрат на дорогу. Данный продукт предназначен преимущественно для компаний сферы фудтеха, розничной торговли и электронной коммерции, помогая оптимизировать логистику и обслуживание клиентов. Например, ресторанные сети используют Изохрон API для информирования пользователей о стоимости и сроках доставки заказов, а также выбора ближайшего филиала для отправки блюда. Девелоперские фирмы могут применять сервис для оценки транспортной доступности объектов недвижимости относительно ключевых городских точек инфраструктуры. Инструмент поддерживает расчеты зон доставки для разных видов транспорта, включая автомобили, велосипеды, общественный транспорт, самокаты и пеших курьеров, автоматически учитывая дорожные условия и погодные факторы.

Ключевые преимущества инструмента Изохрон API:

- Универсальность применения для различных сфер бизнеса
- Гибкость в определении зон доставки
- Многофункциональность в выборе транспорта
- Оптимизация работы филиалов компаний
- Адаптивность системы: учёт пробок на дорогах, анализ прогноза погоды, автоматическая корректировка зон доставки, актуализация данных в реальном времени

Перспективы развития технологии:

- Расширение применения в новых отраслях
- Углублённая персонализация маршрутов
- Расширение функционала
- Международное развитие

Юрий Савельев, руководитель API Яндекс Карт:

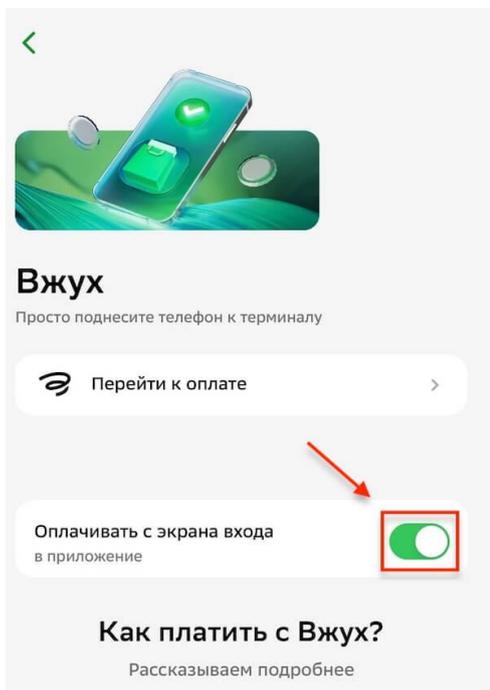
«Изохрон API помогает не только планировать доставку, но и обеспечивать прозрачность между бизнесом и клиентами. Например, в Яндекс Еде он позволяет точно определять зоны доставки для ресторанов-партнеров, чтобы пользователи видели только те заведения, откуда смогут получить заказ. Мы запускали Изохрон API исходя из потребностей бизнеса и продолжаем следить за ними. Поэтому в будущем продолжим развивать инструмент, чтобы он еще больше отвечал запросам клиентов».

7. Технология бесконтактной оплаты «Вжух» для владельцев айфонов от Сбер

Сбер внедрил технологию бесконтактной оплаты «Вжух» для владельцев айфонов, использующую Bluetooth Low Energy и доступную в новой версии приложения СберБанк Онлайн (16.13). Для оплаты достаточно запустить приложение и поднести смартфон к терминалу, который распознает устройство на расстоянии, без необходимости подключения к интернету. Технология поддерживает оплату по любым картам и начисляет бонусы Спасибо, обеспечивая высокий уровень безопасности. В течение года Сбер обновил парк биометрических терминалов для работы с «Вжух». Сейчас технология тестируется в других банках и вскоре станет доступна на более чем 1,2 миллиона терминалов по всей России.



Ключевые преимущества технологии бесконтактной оплаты «Вжух»:



- Удобство и простота использования – не требует специальных настроек, достаточно установить новую версию приложения и разрешить использование Bluetooth.
- Оплата на расстоянии – не обязательно подносить смартфон близко к терминалу, технология работает на дистанции.
- Широкая совместимость – поддерживает оплату по любым банковским картам (МИР, Visa, Mastercard) и по любым счетам.
- Работа без интернета – оплата возможна даже при отсутствии подключения к интернету на устройстве клиента.
- Высокий уровень безопасности и бонусы – соответствует стандартам безопасности платёжной индустрии и позволяет начислять бонусы Спасибо за покупки.

Перспективы развития технологий:

- Интеграция с новыми банками
- Модернизация терминалов
- Оптимизация Bluetooth Low Energy
- Улучшение пользовательского опыта
- Усиление защиты

Новые форматы

Аннотация

Ритейл переживает масштабную трансформацию под влиянием цифровых технологий, роста онлайн-торговли и меняющихся потребительских ожиданий. Граница между онлайн- и офлайн-каналами стирается – на смену традиционным форматам приходят гибридные и технологичные решения, ориентированные на удобство, скорость и персонализацию.

Смарт-ПВЗ. Это уже не просто логистические точки, а полноценные сервисные пространства. Такие пункты оснащаются системами самообслуживания, интерактивными экранами, они полностью автоматизированы, что позволяет им работать без менеджеров.

Phygital-магазины. В таких магазинах цифровые технологии (мобильные приложения, роботы, AR/VR технологии, электронные ценники, кассы самообслуживания) усиливают реальный опыт, позволяя покупателю получать персональные предложения, быстро находить нужный товар и взаимодействовать с брендом как онлайн, так и офлайн. Это повышает лояльность и делает клиентский путь максимально бесшовным.

Контентплейсы (Приложения-социальные сети для покупок). Такие сервисы интегрируют возможности социальных сетей и электронной коммерции, превращаясь в полноценные маркетплейсы. Пользователи могут создавать подборки товаров, подписываться на лидеров мнений, делиться опытом и вдохновляться стилями других. Это превращает покупки в социальный и развлекательный процесс, особенно востребованный у молодёжной аудитории.

Магазины у дома нового формата. Небольшие магазины в шаговой доступности переформатируются в гибкие торговые точки, ориентированные на локальные потребности. Они интегрируются с e-commerce через доставку, самовывоз и цифровые витрины. Их ассортимент формируется за счёт предпочтений покупателей, изучения популярных позиций и больших данных.

Онлайн- и офлайн-ритейл стремительно развиваются, адаптируясь к новым технологиям и потребностям покупателей. Будущие тенденции будут связаны с интеграцией инновационных решений, улучшением качества обслуживания и созданием уникальных торговых предложений. Для успеха важно следить за изменениями рынка и оперативно внедрять передовые практики.

1. Смарт-ПВЗ Wildberries



Компания РВБ (Объединенная компания Wildberries & Russ) представила инновационный формат пункта выдачи заказов – Смарт-ПВЗ, работающий полностью в автоматическом режиме без участия менеджеров. Новый пункт выдачи, расположенный на Новоданиловской набережной в Москве, оснащён специальными ячейками для заказов и примерочными зонами. Доступ в этот пункт

осуществляется через QR-код из мобильного приложения при наличии оформленного заказа. Клиенты могут не только получать, но и возвращать товары в течение часа после получения, сканируя QR-код на центральном терминале. Дальнейшее развитие сети зависит от успешности текущего тестирования. Если пользователи сочтут такой ПВЗ удобным, то компания будет смотреть в сторону его дальнейшей популяризации. Внедрение нового формата может также коснуться партнёров, которые заинтересованы в открытии эффективных пунктов с минимальными операционными издержками и высокой технологической надёжностью.





Ключевые преимущества Смарт-ПВЗ Wildberries:

- Полная автоматизация процессов и технологичность решения – отсутствие необходимости взаимодействия с менеджерами ПВЗ, все операции выполняются самостоятельно через терминал;
- Простой возврат товара – возможность вернуть товар обратно в ячейку в течение часа после получения;
- Безопасность получения – доступ в пункт возможен только при наличии оформленных заказов и действующего QR-кода;
- Простота использования – интуитивно понятный процесс получения и возврата товаров через терминалы.

Перспективы развития формата:

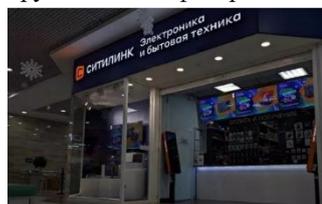
- Расширение географии;
- Технологическое развитие;
- Расширение функционала;
- Оптимизация процессов.

Андрей Марченков, проектный менеджер Смарт-ПВЗ РВБ:

«За последний год мы фиксируем, как диверсифицируются способы получения интернет-заказов и активно развиваются современные технологии автоматизации в сегменте e-commerce. В этом плане роботизированная автоматизация бизнес-процессов — важный драйвер роста для Wildberries, и в связи с этим маркетплейс может предложить рынку абсолютно новый формат работы ПВЗ, который представляет современный опыт онлайн-покупок».

2. Развитие собственной сети ПВЗ и физической розницы онлайн-ритейлера «Ситилинк»

В рамках трансформации «Ситилинк» активизирует развитие собственной сети пунктов выдачи заказов. На данный момент Собственная сеть включает более 350 точек. До конца финансового года компания планирует открыть более 200 новых фирменных ПВЗ, доведя общее количество до свыше 500 точек по всей стране. Новые точки будут адаптированы под потребности как частных клиентов, так и корпоративного сегмента, в них будут предусмотрены полноценная поддержка B2B-сделок и возможность проверки дорогостоящего IT-оборудования. Кроме того, Ситилинк обеспечивает большую доступность для покупателей благодаря партнерским ПВЗ. В рамках этой задачи компания уже сотрудничает с крупнейшими федеральными логистическими операторами: 5Post, DPD, СДЭК,



Яндекс Доставка, Авито, Cainiao, ПЭК, Почта России и КСЭ. Сеть партнёрских ПВЗ продолжает стремительно расти: на сентябрь 2025 года к ней подключено свыше 24 000 пунктов выдачи в 2 838 населённых пунктах России – это одна из крупнейших логистических сетей на рынке электронной коммерции. Стратегическая задача компании – довести до 30 000 ПВЗ по всей стране.

Ключевые преимущества нового формата ПВЗ Ситилинк:

- Быстрая выдача заказов: наличие склада позволяет получать товары спустя всего несколько часов после оформления заказа (более 2000 наименований);
- Оптимизированная система хранения: склад с товарами скрыт от посетителей, при этом эффективно организован для быстрой комплектации заказов;
- Улучшенное клиентское пространство: пункты выдачи размещаются в удобных для клиентов местах, как это было в формате Mini, современный интерьер делает посещение ПВЗ более комфортным;
- Экологическая ответственность: внедрение пилотного проекта по утилизации батареек демонстрирует заботу о окружающей среде.

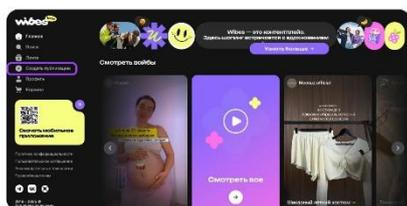
Перспективы развития формата:

- Масштабирование проекта;
- Технологическое развитие;
- Улучшение клиентского опыта;
- Расширение сервисных услуг.

Андрей Поляков, директор Дивизиона операционной деятельности:

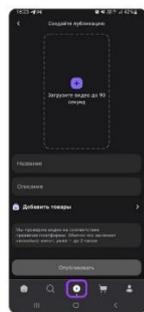
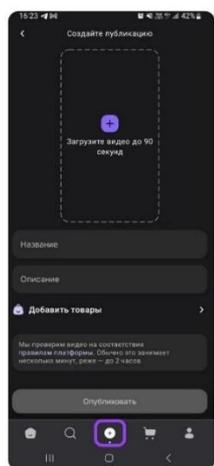
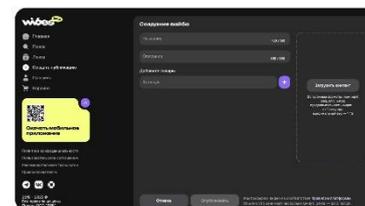
«За последние несколько лет рынок электроники и бытовой техники сильно поменялся, поэтому мы начали трансформацию. Ее цель – повышение операционной эффективности и адаптация бизнеса к новой потребительской реальности: компания формирует устойчивую омниканальную модель с фокусом на логистику, клиентский сервис и технологичную платформу продаж. Мы реформируем Ситилинк из стандартной раскладки (продавец, выкладка, витрины, образцы), еще больше уходим в онлайн-формат и продолжаем развивать сеть ПВЗ».

3. Контентплейс от Wildberries



Wibes представляет собой инновационную площадку для просмотра коротких видеороликов длительностью до полутора минут, позволяющую пользователям приобретать представленные товары непосредственно через приложение. Сервис продемонстрировал впечатляющие показатели активности сразу после запуска: за первую неделю число просмотров достигло более 5 млн, количество регистраций превысило 150 тыс., а средняя продолжительность каждой сессии составила около 6 минут. Пользователи посещают платформу регулярно, совершая примерно две сессии ежедневно. Уникальность Wibes

заключается в возможности добавления товаров из роликов в корзину маркетплейса Wildberries без необходимости перехода на внешние площадки. Проект привлек внимание широкой аудитории, став первым российским контентплейсом подобного формата, и продолжает активно развиваться благодаря размещению роликов от более тысячи продавцов.



Ключевые преимущества контентплейса Wibes от Wildberries:

- Уникальный формат взаимодействия – первый в России контентплейс, объединяющий просмотр видеоконтента с возможностью покупки товаров непосредственно через платформу;
- Удобство использования – нет необходимости копировать артикулы из других социальных сетей, добавление товаров в корзину Wildberries происходит прямо внутри приложения;
- Персонализированная лента – предложения формируются на основе подписок, лайков и истории покупок, повышая релевантность контента;

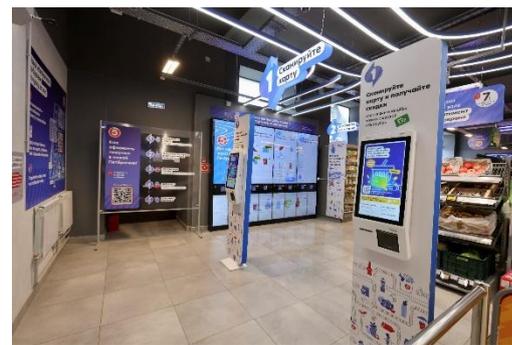
- Эффективность контента – возможность просмотра коротких видео до 1,5 минут, что соответствует современным трендам потребления контента;
- Быстрый рост и масштабируемость – уже более 1 000 продавцов загрузили контент, а в пиковые дни добавляется до 80 000 видео в сутки.

Перспективы развития формата:

- Рост пользовательской базы;
 - Укрепление позиций на рынке видеошопинга;
 - Развитие экосистемы продавцов и контента;
 - Углубление персонализации;
 - Потенциал для монетизации и расширения функций;
 - Повышение конверсии за счёт удобства.
4. Экспериментальный (phygital) магазин «Пятёрочка»



X5 Group открывает новый экспериментальный магазин сети «Пятёрочка» в Москве, реализуя концепцию объединения физических и цифровых технологий. Цель проекта – улучшение клиентского опыта через персонализированные предложения, основанные на истории покупок пользователей карты «X5 Клуб». Помимо индивидуальных рекомендаций магазин оборудован электронными ценниками, тач-экранами для заказа товаров и виртуальным сомелье в зоне алкоголя. Покупатели могут оформить заказ через планшеты или большой экран, воспользоваться зоной кафе с Wi-Fi и зарядками, а также кассами самообслуживания с разными способами оплаты. Особое внимание уделено комфорту как клиентов, так и сотрудников: в магазине есть обновлённые помещения для персонала и удобный интерфейс для отслеживания результатов работы. Этот проект является частью стратегии X5 Group по технологическому лидерству и направлен на создание



уникального клиентского опыта в розничной торговле.

Ключевые преимущества экспериментального phygital-магазина «Пятёрочка»:



- Создание персонализированного клиентского опыта: покупатель получает индивидуальные скидки и предложения на основе истории покупок и персональных предпочтений;
- Использование современных технологий для удобства покупателей: тач-экран собственной разработки и планшеты позволяют удобно оформлять заказы на товары широкого ассортимента, электронный сомелье помогает выбрать алкогольные напитки, электронные ценники;



- Оптимизация пространства: магазин занимает небольшую площадь, обеспечивая широкий выбор продуктов и комфортное обслуживание.
- Комфорт и удобство для покупателя: наличие зоны отдыха с кофе, свежими кондитерскими изделиями, зарядками для гаджетов и бесплатным Wi-Fi;
- Повышение эффективности управления магазином: удобные условия труда для персонала и современные инструменты контроля показателей работы точки.

Перспективы развития формата:

- Масштабирование формата;
- Расширение технологической базы;
- Развитие экосистемы;
- Развитие клиентского сервиса.

5. Флагманский бьюти-стор «Магнит косметик» в обновлённой концепции

«Магнит» открыл первый магазин «Магнит Косметик» в обновлённой концепции бьюти-кластера – флагманский бьюти-стор «Косметик Садовые Кварталы». Магазин ориентирован на премиум-сегмент и предлагает расширенный ассортимент косметических товаров, включая нишевые бренды и продукцию с натуральным составом. В торговом зале реализованы современные дизайнерские и технологические решения, такие как AR-зеркала, интерактивные стенды и зоны тестирования косметики. Покупателям доступны консультации экспертов, мастер-классы и мероприятия, а также быстрая онлайн-доставка. Новый формат отражает стратегию трансформации сети, ориентированной на молодую городскую аудиторию и актуальные бьюти-тренды.

Ключевые преимущества флагманского бьюти-стора «Магнит Косметик»:

- Расширенный и премиальный ассортимент – более 7 000 товарных позиций, включая нишевые бренды парфюмерии, премиальные средства для волос, космецевтику и азиатскую косметику – ассортимент премиум-категории увеличен на 80% по сравнению с классическим форматом;
- Современное и комфортное пространство – дизайн магазина ориентирован на эмоционально приятный шоппинг: панорамные окна, зоны для макияжа и тестирования, современные материалы и световые решения создают лёгкую, эстетичную атмосферу;
- Инновационные технологии для персонализации – в магазине внедрены цифровые сервисы: AR-зеркало BeautyScan для подбора косметики, технология lift & learn с интерактивным контентом, электронные ценники и другие smart-решения;
- Дополнительные сервисы и мероприятия – покупателям доступны консультации бьюти-экспертов, услуги визажистов, мастер-классы, встречи с брендами и закрытые события для постоянных клиентов.

Перспективы развития формата:

- Масштабирование проекта;
- Укрепление позиций в премиум-сегменте;
- Внедрение технологичных решений в ритейле;
- Развитие событийного маркетинга и клиентского сервиса;
- Гибкая адаптация под аудиторию;
- Развитие омниканальных продаж.

6. Ultra-convenience магазин «Заряд от Магнита»

«Магнит» запустил новый формат магазинов ultra-convenience под брендом «Заряд от Магнита», представляющий собой компактные торговые точки с акцентом на готовую еду, кофе и снеки для современных горожан. Первый магазин площадью 100 кв. м открылся, где разместились полноценная кухня, пекарня, кофейная станция и зона для гостей. Ассортимент магазина включает более 2000 позиций, среди которых более 40 блюд горячей кухни, свежая выпечка, редкие напитки и товары для дома, а также первый продукт под собственной торговой маркой – лимонад со вкусом земляники. В 2025 году компания планирует расширить сеть до 100 магазинов в Москве и области, размещая их в локациях с высоким трафиком. Развитие формата будет осуществляться по кластерному принципу с сохранением основного фокуса на готовой еде и быстрых покупках.

Ключевые преимущества магазина «Заряд от Магнита»:

- Удобное расположение – магазины открываются в местах с высоким пешеходным трафиком: рядом с метро, жилыми комплексами, офисами, вузами и туристическими точками;
- Компактность и скорость – небольшой формат магазина (100 кв. м) позволяет быстро совершать покупки, сохраняя при этом полный набор необходимых сервисов;
- Широкий выбор готовой еды – более 40 блюд собственного приготовления, включая пиццу, хот-доги, чебуреки, хэшбрауны. Есть зона самообслуживания с раменоваркой;
- Собственное производство – в магазине работают полноценная кухня, собственная пекарня (выпечка хлеба и свежей выпечки) и кофейная станция;
- Гибкая адаптация – формат развивается по кластерному принципу: магазины адаптируются под локацию, сохраняя при этом фокус на готовой еде, кофе и быстрых покупках;
- Оптимальное соотношение цены и качества – высокое качество продуктов и сервиса при доступных ценах;

Перспективы развития формата:

- Развитие по кластерному принципу;
- Укрепление уникального ассортимента;
- Технологическое совершенствование;
- Автоматизация процессов.

7. Компактный городской формат магазина «Select Перекрёсток»



Торговая сеть «Перекрёсток» запустила новый формат магазинов – «Select Перекрёсток», ориентированный на активных жителей мегаполисов. Это компактное пространство, сочетающее элементы HoReCa и продуктового ритейла, с акцентом на готовую еду, технологичность и персонализированный подход. Ассортимент включает до 5000 позиций, в том числе более 700 видов готовой еды, кофе, фреш-продукты и трендовые новинки. Магазины оснащены цифровыми решениями: предзаказа кофе, электронный сомелье, приложение с функцией формирования корзины и умные весы. До конца года планируется открыть около 10 точек в Москве в локациях с высоким пешеходным трафиком.

Ключевые преимущества «Select Перекрёсток»:

- Удобное расположение и компактность: формат рассчитан на оживлённые городские локации с высоким трафиком и занимает до 400 м², что в 3 раза меньше обычного супермаркета;
- Широкий ассортимент при небольшой площади: ассортимент от 3500 до 5000 позиций, включая более 700 видов готовой еды;
- Инновационные фиджитал-решения: возможности предзаказа кофе, электронного винного сомелье, умных весов, прайс-чеккеров и персонализированного расчета корзины через приложение;
- Комбинация форматов HoReCa и ритейла: наличие кафе с кофе и готовой едой, постаматов 5Post и магазина с товарами на каждый день в одном пространстве.

Перспективы развития формата:

- Масштабирование сети;
- Адаптация под локальные особенности;
- Развитие фиджитал-инфраструктуры;
- Укрепление бренда как lifestyle-пространства.

8. Первый магазин zolla в новой концепции Attico



Бренд zolla открыл в Новосибирске первый магазин в России в новой концепции Attico, оформленной как современное домашнее пространство. Интерьер выполнен в светлых, природных тонах с использованием натуральных материалов и мягкого освещения, создающих атмосферу уюта и спокойствия. Пространство включает новые функциональные решения, такие как

объединённая кассовая зона и лаунж-зона для отдыха. Дизайн разработан в сотрудничестве с итальянским бюро Blue Pinball Grottini, известным своими проектами для мировых модных брендов. Этот проект подчеркивает стремление zolla соответствовать международным стандартам и развивать инновации в ритейле.





Современное домашнее пространство с использованием натуральных материалов: светлый, уютный и воздушный дизайн интерьера;

- Особый подход к оформлению кассовой зоны: Кассовое пространство совмещено с выставочной зоной аксессуаров и выделено оригинальной подсветкой потолка;
- Удобные примерочные: Линейная симметричная планировка и нейтральные оттенки обеспечивают приватность и комфорт;
- Лаунж-зона: Пространство для отдыха и ожидания клиентов дополняет концепцию домашнего уюта;
- Дизайн европейского уровня: Проектирование выполнено совместно с

известным итальянским архитектурным бюро Blue Pinball Grottini, чьи клиенты включают ведущие мировые бренды моды;

- Отход от традиционного фирменного стиля: Уменьшение роли красного цвета позволяет создать новый визуальный образ бренда, ориентированный на спокойствие и гармонию.

Перспективы развития формата:

- Масштабирование успешной концепции;
- Внедрение инноваций в ритейле;
- Повышение конкурентоспособности;
- Улучшение клиентского опыта;
- Укрепление бренда на рынке.

9. Первый обновлённый магазин «М.Видео» в Москве



В рамках масштабного ребрендинга компания «М.Видео» совместно с агентством LINII представила обновлённую ритейл-концепцию первого магазина в Botanica Mall. Новая концепция направлена на создание комфортной и интуитивно понятной среды для покупателей, где основной акцент сделан на

клиентоориентированность и мультисервисность. Торговый зал площадью 914 кв. м отличается уникальным дизайном с фирменным стилем компании: акцентным красным цветом, паттерном из элементов логотипа и продуманной организацией пространства. Инновационные решения включают создание специальных зон для тестирования техники, уникальную для российского ритейла зону «М.Кафе» и единый центр обслуживания клиентов с сервисами «М.Финанс» и «М.Мастер». Интерьер магазина выполнен с использованием светлых деревянных текстур и графитовых акцентов, что создаёт атмосферу уюта и лёгкости. Особого внимания заслуживает продуманная система навигации и освещения, которая помогает покупателям быстро находить нужные товары и услуги, делая процесс покупки максимально комфортным.



Ключевые преимущества первого обновленного магазина «М.Видео» в Москве:

- Многофункциональность: предоставление широкого спектра услуг в одном месте – тестирование техники, ремонт, оформление кредитов и др., превращение магазина в полноценного партнера клиента по вопросам бытовой техники;
- Комфорт и удобство: создание приятной атмосферы благодаря новым зонам отдыха («М.Кафе»), позволяющим клиенту расслабиться и детально изучить продукцию, получив консультацию специалиста;
- Клиентоориентированный дизайн интерьера: использование легких оттенков древесины и красочных акцентов фирменного стиля для упрощения ориентации в магазине и быстрого нахождения нужных товаров и сервисов;
- Единая сервисная зона (ЦОК): возможность оформления всех сопутствующих покупок и услуг (например, доставка, установка, кредиты) в едином центре обслуживания клиентов, обеспечивая максимальную простоту взаимодействия покупателя с магазином;
- Яркая визуальная идентификация: уникальное сочетание цветов и графики (акцентный красный брендовый оттенок, светлые древесные элементы и графитовые линии) выделяет интерьер магазина среди конкурентов и подчеркивает инновационный подход к обслуживанию;
- Повышение эффективности навигации: применение цветовой маркировки и света для облегчения ориентации внутри большого торгового помещения, ускоряя процесс выбора товара и увеличивая комфорт покупателей.

**Перспективы развития формата:**

- Масштабирование новой ритейл-концепции;
- Расширение зоны комфорта и удобства для покупателей;
- Оптимизация процессов оформления услуг и покупок;
- Развитие digital- и омниканальных решений;
- Укрепление статуса мультисервисного хаба.

Татьяна Андреева, омниканальный директор по продажам Компании М.Видео-Эльдорадо:

«Обновлённая ритейл-концепция, представленная в нашем магазине в Botanica Mall, решает сразу несколько задач. Мы стремимся к созданию комфортной и интуитивно понятной среды, где клиент получает полный спектр услуг в одном месте – от выбора и тестирования техники до оформления кредита, сервисных услуг и последующего обслуживания.»

Новый формат сочетает в себе современный дизайн и мультисервисные зоны: единый центр обслуживания клиентов с финтех-продуктами „М.Финанс“ и сервисными услугами по ремонту и обслуживанию техники „М.Мастер“, пространство для отдыха и консультаций „М.Кафе“, зона игровых товаров "M.Game", зона продажи устройств для умного дома, а также инновационные решения – цифровой консультант Эм.Ви, реализованный нами совместно со Сбер.Маркетингом и Sber Metaverse Tech.

Эм.Ви – это цифровой консультант с полной визуализацией, который в реальном времени отвечает на вопросы клиентов. Он построен на базе ИИ-технологий с использованием LLM-моделей, голосового управления, распознавания речи и технологии липсинка. Эм.Ви быстро понимает потребности покупателей, помогает подобрать технику, предоставляет характеристики товаров, подсказывает акции, а при необходимости может оформить заказ или пригласить сотрудника магазина.

Благодаря интеграции с поисковым движком М.Видео и базе знаний на основе RAG-технологий, консультант обеспечивает релевантность ответов, а специально разработанный характер и стиль общения делают взаимодействие с ним естественным и эмоционально вовлекающим. Такой сервис не заменяет, а дополняет работу наших специалистов, ускоряя процесс выбора и улучшая клиентский опыт.

Отзывы покупателей показывают высокий интерес к новой концепции: клиенты отмечают удобство навигации, уютный интерьер и дополнительные сервисы, которые делают покупку техники максимально комфортной. Мы видим большие перспективы в масштабировании нового формата: он способен стать основой для сети мультисервисных хабов, объединяющих ритейл, сервис и цифровые технологии. Это позволит нам предложить покупателям единый центр экспертизы и заботы о технике на всех этапах её жизненного цикла.»

Альфа Банк

Альфа-Босс — сервис для руководителей



АО «АЛЬФА-БАНК» ГЕН. ЛИЦЕНЗИЯ ЦБ РФ №1326 ОТ 16.01.2015.
АЛЬФА-БАНК — ОБЛАДАТЕЛЬ ГРАН-ПРИ В НОМИНАЦИИ «ЛУЧШИЙ ЦИФРОВОЙ БАНК ДЛЯ КОРПОРАЦИЙ»
В РАМКАХ ПРЕМИИ THE GLOBAL FINTECH AWARDS 2024.