

Приоритеты цифровой трансформации в Автомобильном Ритейле 2024

Заместитель генерального директора по цифровой трансформации
ГК Автодом и АвтоСпецЦентр
Кузнецов О.В.



Телефон: +7 (495) 500-500-0

Факс: +7 (495) 500-007-6

www.avtodom.ru

ГК «АВТОДОМ»

ОСНОВАНА в 1992 г.



ОДИН ИЗ КРУПНЕЙШИХ
АВТОМОБИЛЬНЫХ
ХОЛДИНГОВ В РОССИИ



Продажа и техническое
обслуживание автомобилей
СЕКМЕНТОВ ЛЮКС И ПРЕМИУМ



**24 АВТОМОБИЛЬНЫХ, 7 МОТО
И 6 ГРУЗОВЫХ АВТОМОБИЛЬНЫХ БРЕНДОВ:**
AURUS, Audi, BMW, BMW Motorrad, MINI,
Lamborghini, Mercedes Benz, Porsche, Volvo,
Land Rover, Jaguar, Ducati, KTM, AITO, Jaecoo,
ZEEKR, GAC, LiXiang, Evolute, OMODA, BYD,
Exeed, Lotus, Voyah, HiPhi, Hongqi, VOGE
BRP, Harley-Davidson, Benelli, DongFeng
FUSO, SITRAK, HOWO, MAZ, Hino



**45 ДИЛЕРСКИХ ЦЕНТРОВ
В ТРЕХ ГОРОДАХ РОССИИ —**
Москва, Санкт-Петербург,
Краснодар



**ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ
ДИСТРИБЬЮТОР**
мотоциклов KTM

ГК «АвтоСпецЦентр»

ОСНОВАНА в 1998 г.



**ОДИН ИЗ КРУПНЕЙШИХ
РОССИЙСКИХ АВТОДИЛЕРОВ**



ПОЛНЫЙ КОМПЛЕКС УСЛУГ
по продаже, гарантийному
и сервисному обслуживанию
автомобилей



**ПОБЕДИТЕЛЬ НОМИНАЦИИ
«ЛУЧШИЙ ХОЛДИНГ ПО ОРГАНИЗАЦИИ СЕРВИСА»**
ежегодной национальной премии «Автодилер года»



25 АВТОМОБИЛЬНЫХ БРЕНДОВ:

Citroen, Geely, Haval, Hyundai, Infinity,
KAIYI, Jetour, KIA, Mazda, Nissan, Peugeot,
Porsche, Škoda, Volkswagen, Chery, Exeed,
BAIC, Changan, TANK, Jetta, WEY, FAW,
Great Wall, ORA



25 ДИЛЕРСКИХ ЦЕНТРОВ
в Москве и ближайшем Подмосковье



ПРОДАЖА ГРУЗОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ
МАРОК: MAZ, JAC, Sitrak, HOWO, SITRAK,
MAZ, FUSO, Hino

Введение

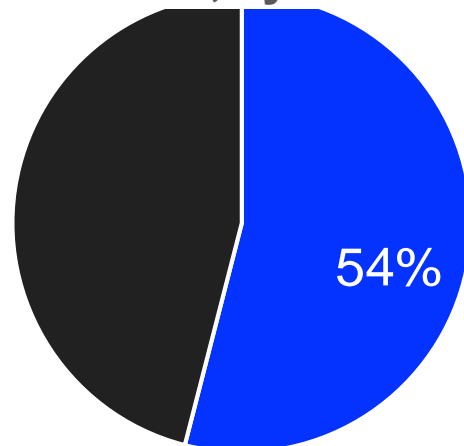
Глобальная цель

Добиться лучшего соотношения операционной прибыли к административным расходам и сохранить при этом лидирующие позиции в области клиентского опыта

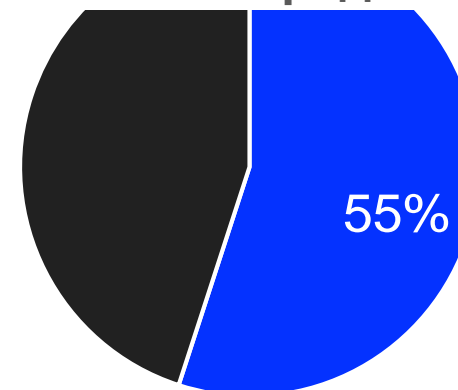
Переход обратно к "кирпичу и раствору"

Результаты исследования трендов рынка Ecommerce Fashion Industry США на 2024 год

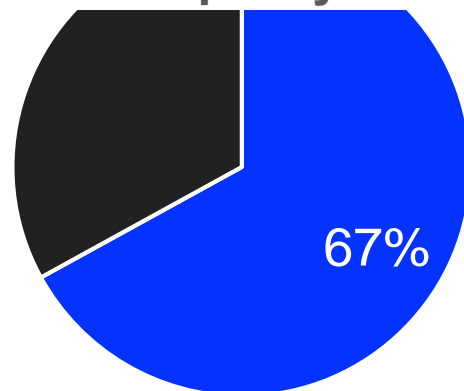
Выбрать онлайн, купить в магазине



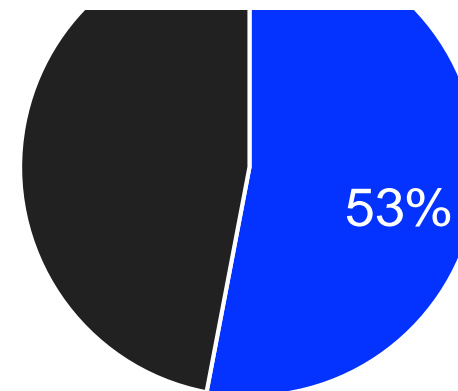
Смотреть онлайн сначала, а потом наличие рядом



При заборе в оффлайн расширяют корзину

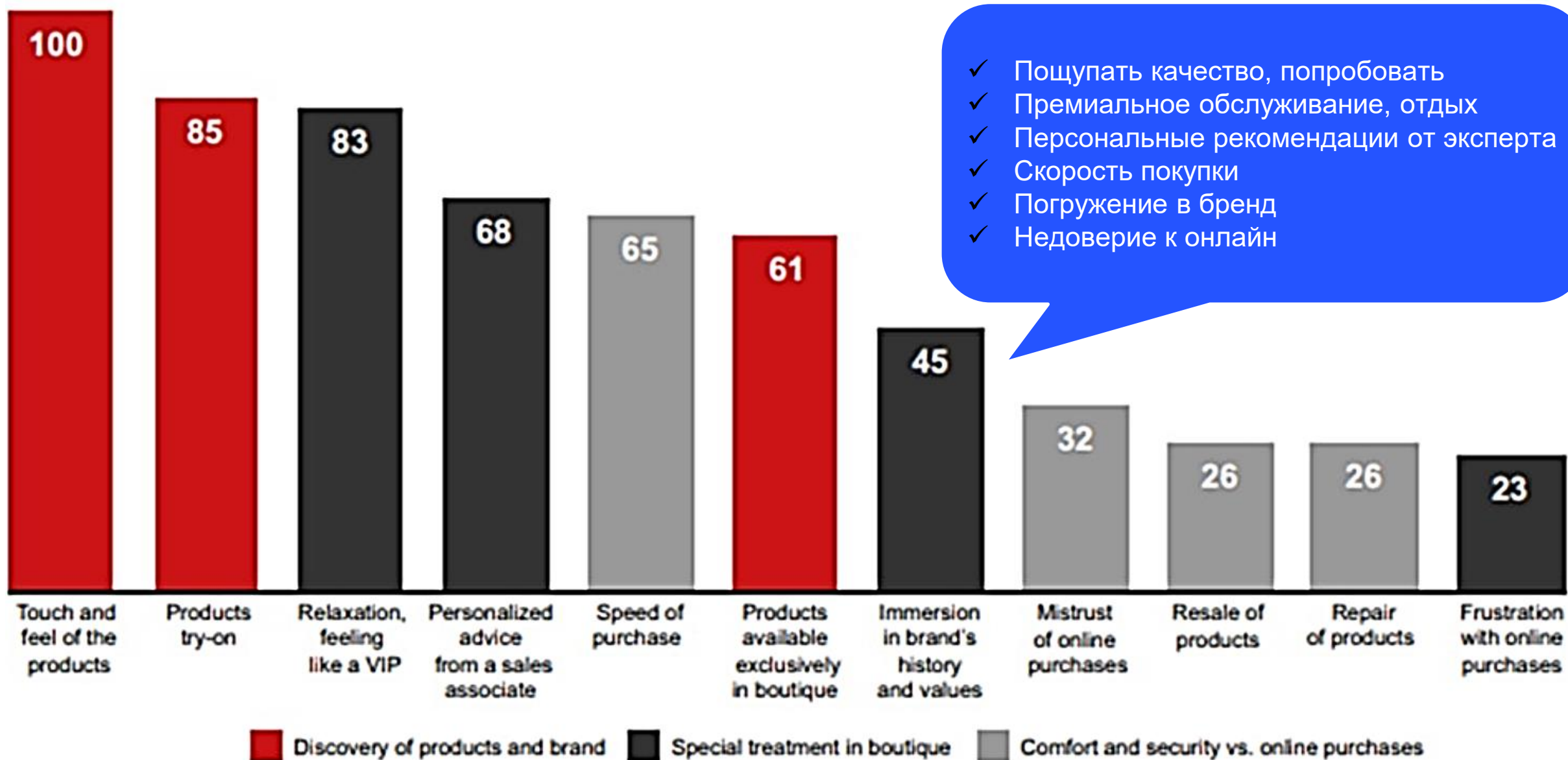


Доля брендов инвестирующих в омниканальность



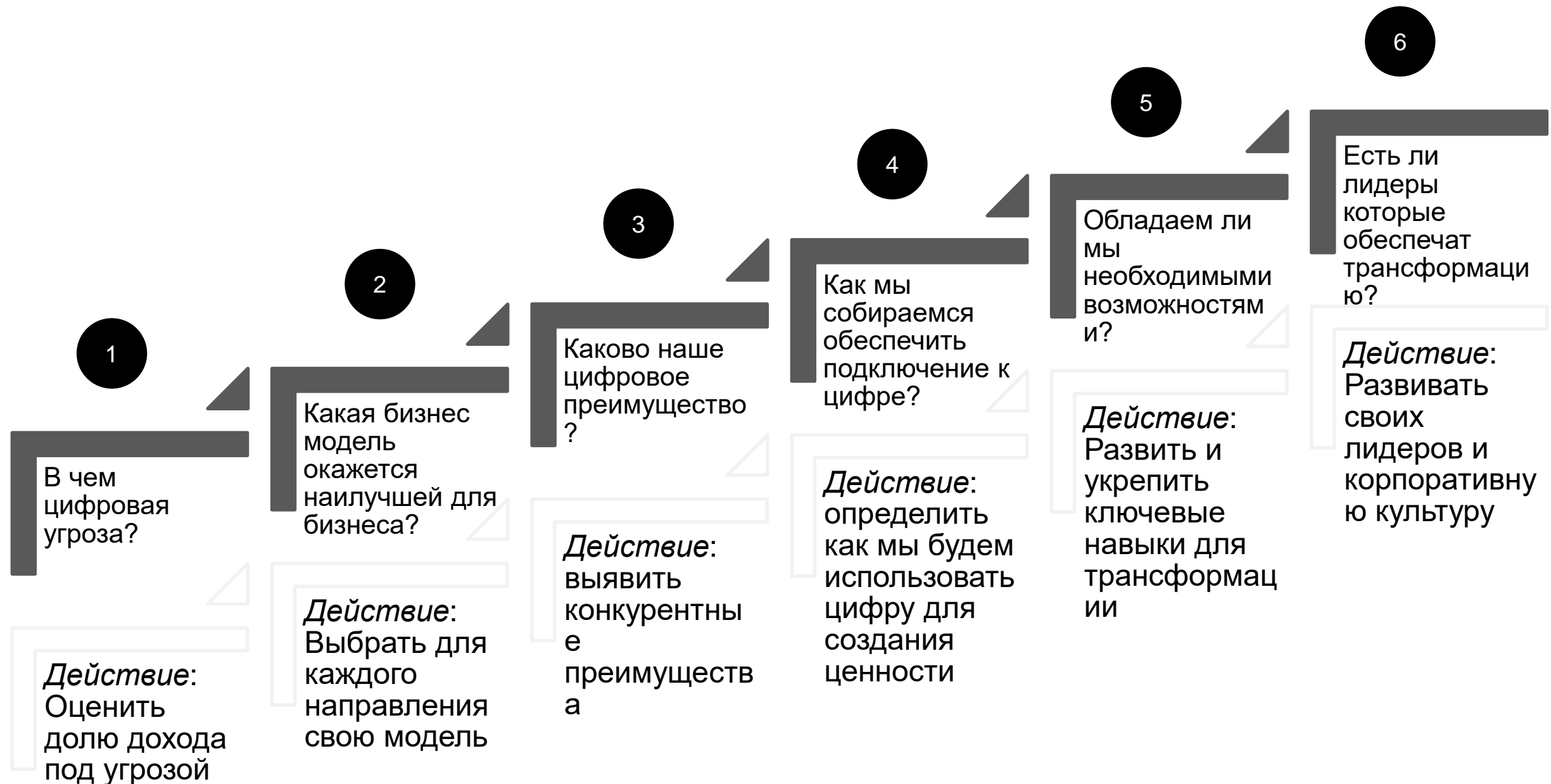
Почему покупатели выбирают посещение физических шоурумов

Результаты исследования рынка Ecommerce Fashion Industry 2023



*Comite Colbert and Bain & Company consumer survey (June 2023)

6 основных вопросов и действий с целью цифровой трансформации

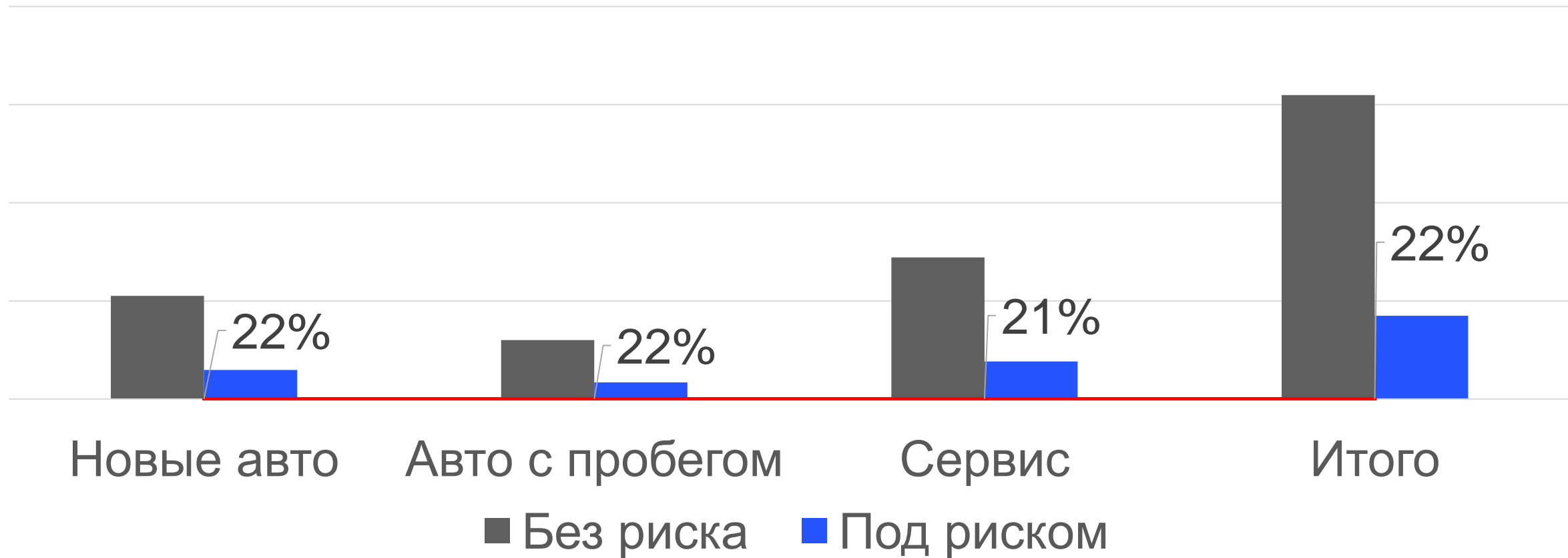


Модель оценки: Каково воздействие цифровизации на Вашу кампанию в перспективе 5 лет?

№	До какой степени ваш продукт или услуга:	Новые авто	Автомобили с пробегом	Сервис
1	Определяется и находится электронным способом (доля продаж через экосистемы).	4 балла 50% клиентов ищет онлайн, но нет онлайн продаж	5 баллов Доля Авто ру, Авито 80% в рекламе	2 балла Яндекс Карты, Автоспот
2	Поставляется или будет поставляться цифровым способом следующие 5 лет.	6 баллов Импортеры и Маркетплейсы, Кредит, Страховка	6 баллов Аукционы по выкупу	5 баллов Онлайн запись через Экосистемы, Автоконсьерж
3	Дополняется или может быть дополнен ценной информацией.	8 баллов Кредит, Страховка, Трейдин, Допы и аксессуары	5 баллов Трейдин, Страховка	10 баллов Допы, Расширение ЗН, Допы и аксессуары
4	Подвергается со стороны других отраслей, связанных с нашими клиентами и предлагающих консультационные услуги, которые подрывают Ваш бизнес.	2 балла Банки, Маркетплейсы	4 балла Классифайды, Проверки авто	2 балл Автоконсьерж Телематика, клубный сервис
5	Рискует быть замещенным другим альтернативным цифровым представлением.	2 балла Подписка, Каршеринг	2 балла Общественный тр-т, Каршеринг, Такси	2 балл Электроавтомобили
Итог доли бизнеса под угрозой %		22%	22%	21%

Модель оценки: Доля доходов под угрозой цифровизации в перспективе 5 лет

GM1 и его Доля под угрозой



22% в размере 2млрд руб GM1 в 2024 под угрозой цифровой трансформации в Автодом и Автоспеццентр

*Экспертная оценка.
*по данным АвтоСпецЦентр и Автодом

Направления развития в зависимости от цели

Повышение клиентского опыта, бесшовные перемещения online и offline

Нужно начать улучшать **клиентский опыт** в ДЦ и переносить часть его в онлайн (до ДЦ) с бесшовным переходом

В части повышения опыта это создание быстрого процесса оформления сделок в системе и ДЦ. В части переноса части процессов это должна быть онлайн витрина в сайте и приложении всех товаров и услуг, онлайн запись и бронирование, онлайн оплата

Рост новых цифровых доходов

Нужно начать создавать **новые цифровые продукты**, которые не только повысят лояльность текущих клиентов но и привлекут новых.

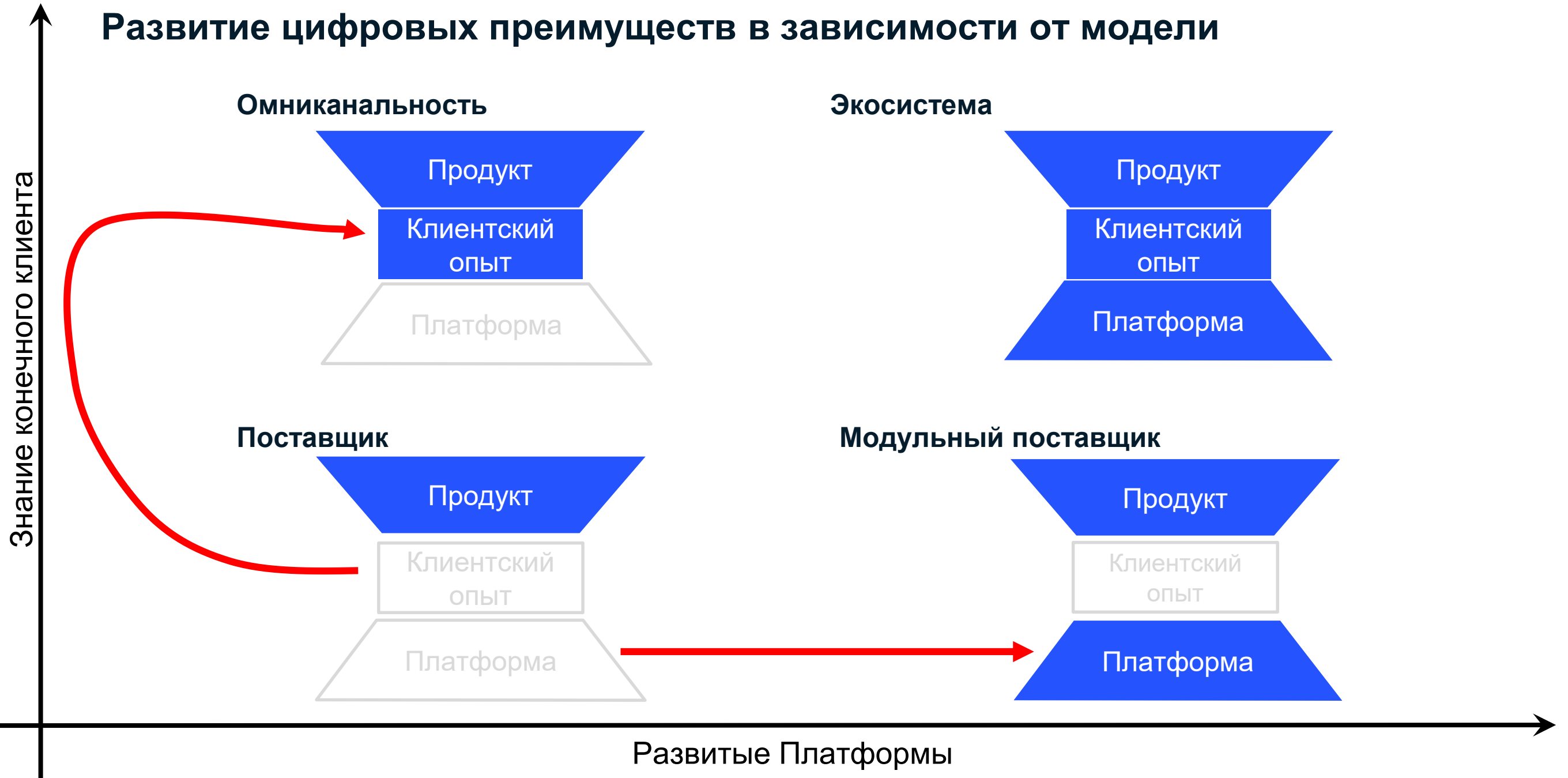
Через Анализ большого массива данных ИИ должны быть предиктивные модели расширения и продаж. Прогноз визита в сервис, отложенные работы, расширение заказ наряда, онлайн согласование расширения с онлайн оплатой. Должна максимально использоваться платформенность для трансляции товаров в маркетплейсы и экосистемы

Эффективность и сокращение затрат

Нужно сфокусировать на создании и использовании **цифровых платформ для принятия решений основанных на данных и ускорения time to market**

Например DWH, BI, Интеграционная шина, Сквозная аналитика, Единое фронтальное решение на базе WEB DMS

Развитие цифровых преимуществ в зависимости от модели



8 организационных навыков цифровой трансформации

Навыки для развития клиентского опыта

1. Сбор и использование исчерпывающей информации о клиентах и событиях в их жизни
2. Расширение влияния клиента на работу компании (клиент центр всей компании)
3. **Создание культуры принятия решений на основе доказательств (данных)**
4. **Обеспечение интегрированного, многопродуктового и многоканального обслуживания**

Навыки для развития экосистем и платформ

1. Приобретение отличительных свойств и статуса места о котором в первую очередь думают клиенты о возникновении потребности
2. Выявление и развитие партнёрских отношений или приобретение других компаний
3. **Обеспечение предоставления своих данных с помощью доступного интерфейса API**
4. **Развитие эффективности, соблюдение законодательных требований и безопасности в качестве компетенций**

Выбор модели цифрового бизнеса Омникальность + Модульный поставщик на перспективу 5 лет

Новые автомобили

- Улучшение оффлайн опыта в клиентских точках за счет Оптимизации процесса продаж в **CRM (Счет, Договор, Деньги за 15 минут)**
- Перенос части процессов оффлайн в онлайн чтобы сократить время в ДЦ (запись, кредит, страховка, трейдин оценка)
- Бесшовный процесс покупки и перемещение между онлайн и оффлайн
- Анализ Больших данных клиентов. Предиктивная аналитика и персонализация
- Новые продукты по потребностям клиента, например онлайн пролонгация страховок

Сервис

- Улучшение оффлайн опыта в клиентских точках за счет Оптимизации процесса продаж в **CRM (Приемка в сервис за 5 минут)**
- Единый опыт в оффлайн и онлайн по сервису, использование мобильных устройств для взаимодействия до процесса ремонта, в процессе и после.
- Управление Жизненным циклом клиента LTV с помощью ИИ,
- Новые продукты по потребностям: автоконсьерж, ночной консьерж

Автомобили с пробегом

- Улучшение оффлайн опыта в клиентских точках за счет Оптимизации процесса выкупа и продаж в **CRM (Приемка в трейдин за 30 минут)**
- Развитие классифайдо-независимости для снижения маркетинговых расходов, за счет использования собственных каналов сайта и мобильного приложения
- Быстрая интеграция с платформами через API по выгрузке стоков и приему заказов в любые каналы и площадки

Ключевые задачи и стратегические цели

Клиентский опыт

Стать лидирующей компанией в области клиентского опыта

1. Оптимизация работы блока CRM и процессов обслуживания клиентов.
2. Внедрить исключительный цифровой сервис в процессах ППО за счет мобильного приложения
3. Предиктивная Клиентская аналитика: Customer Journey Map, BigData, CLM, ML и AI, Сквозная аналитика

Цифровая платформа

Добиться лучшего соотношения операционной прибыли к административным расходам:

1. BI: Культура принятия решения на данных
2. Стандартизация процессов и платформ
3. ESB и API на все процессы для внешних интеграций
4. Партнерские отношения и интеграция внешних решений

Клиентский опыт онлайн-оффлайн-онлайн Стратегическая цель №1

Выбрать
онлайн

Купить в
салоне

Завершить
онлайн

«Обеспечить клиентам исключительный опыт пользования услугами компании, создав омниканальный путь начинающийся в онлайн, продолжающийся в автосалоне и заканчивающийся онлайн»

Примеры проектов под стратегическую цель 1

Выбрать онлайн

- **Каталог работ сервиса с ценами на пакеты работы с запчастями** в приложении и сайтах ГК, онлайн запись
- **Каталог аксессуаров и фирменной атрибутики** на сайтах и в приложении, онлайн покупка с доставкой
- **Каталог страховых и других финансовых продуктов** на сайтах и в ЕЛК с ценами и стартом сделки.
- **Полный каталог автомобилей** на сайтах ГК центральных и дилерских, отправка брони на авто с предоплатой
- **Скелет Единого Личного кабинета клиента" (далее ЕЛК).**
Профиль клиента, гараж клиента, список текущих и архивных сделок

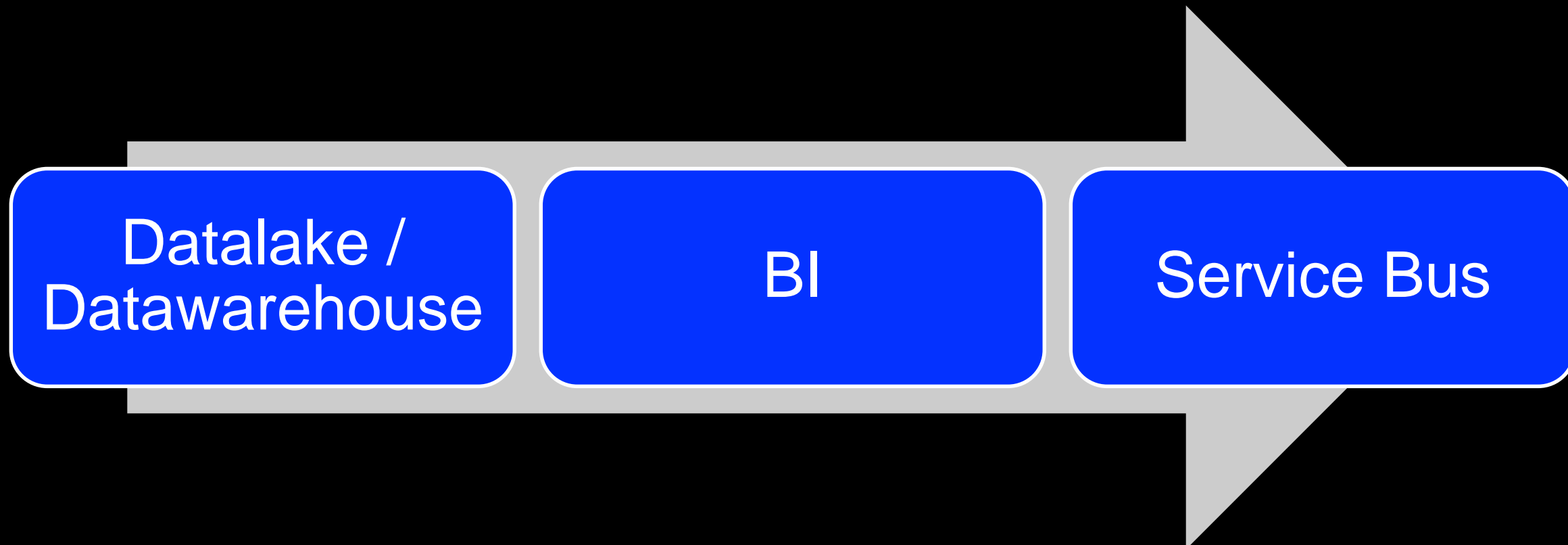
Купить в салоне

- Проекты по ускорению работы с клиентом в ДМС системе:
- **Директ Банк** – для приема оплат за 5 минут
- CRM для оформления сделки по продаже АМ за 15 минут или принятию заказ наряда за 5 минут
- Интеграция чатов в мобильное приложение с обменом документами в процессы работы отделов продаж, офу и сервиса, чтобы можно было с клиентом стартовать диалог по сделке и предложить ему обмениваться сообщениями, отправлять документы и сканы через защищенный канал

Завершить в онлайн

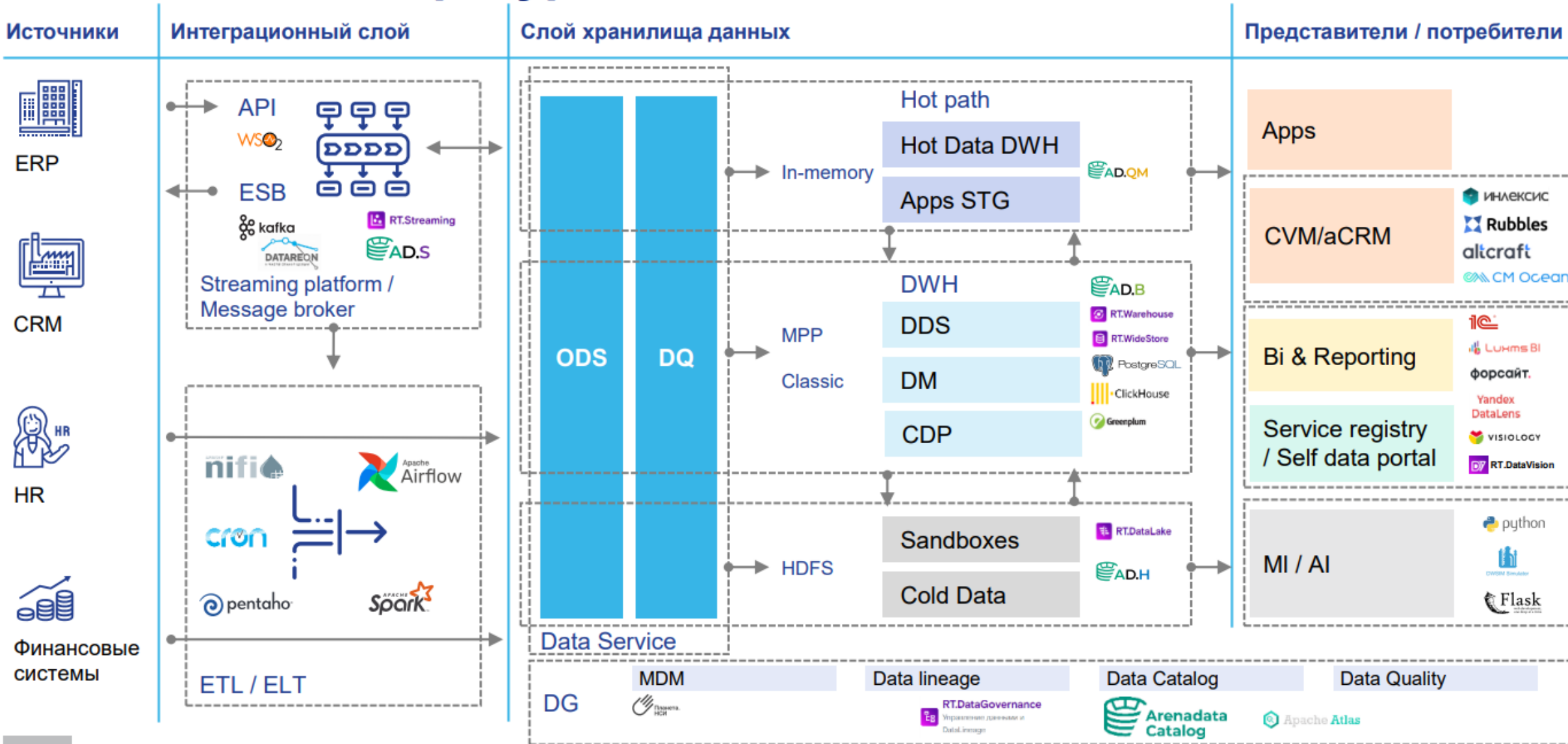
- **"Транзакции в ЕЛК"**
Оплата онлайн через приложение и ЛК веб, по интернет-эквайрингу и СБП, а также Яндекс сплит.
- **"Услуги сервиса через ЕЛК"**
Путь по согласованию, оплате, выдаче АМ после заказ наряда клиенту будет направлен на ЕЛК. Клиенту будет предлагаться следить за ремонтом через приложение, согласование доп.работ делать через приложение, оплачивать через приложение и подписывать заказ наряд в том числе через приложение без бумаги.
- **"Продажа страховок и дополнительных финансовых продуктов в ЕЛК"**.
Путь продажи страховок в салоне будет переведен на ЕЛК, как доверительный канал через который будут отправляться сканы паспортов и документов и приниматься оплаты за полисы. Offline продажи будут заканчиваться в ЕЛК, а online продажи начинаться и заканчиваться в нем.

Принятие решений на основании данных

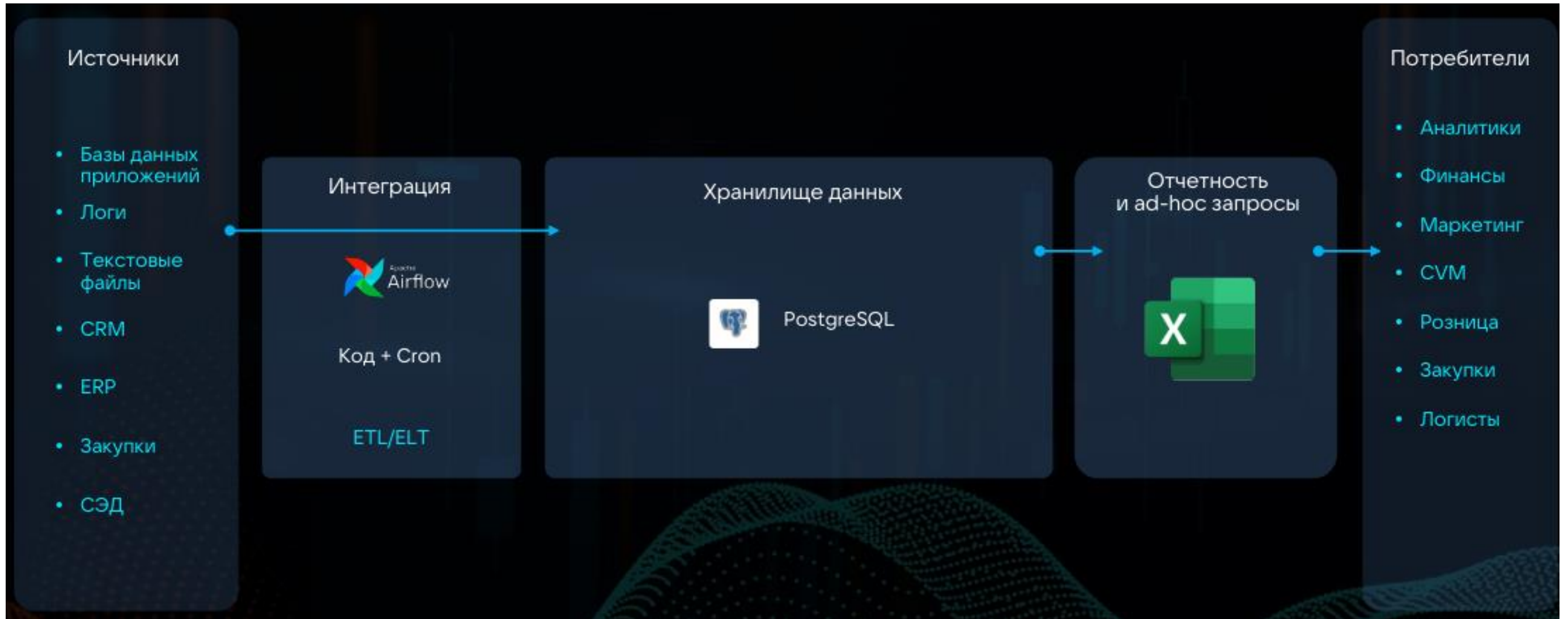


«Обеспечить централизованное накопление максимума данных о деятельности компании в озере данных (Datalake), доступном для построения отчетности через BI системы без привлечения ИТ силами аналитиков. Привлечение ИТ только для добавления данных в Datalake, ускорения построения и унификации данных, а также для перевода процессов выгрузки в Datalake на Шину данных (для стабильности и повторности использования обменов данными между системами)»

Возможная конфигурация и элементы архитектуры для «принятия решения на данных»

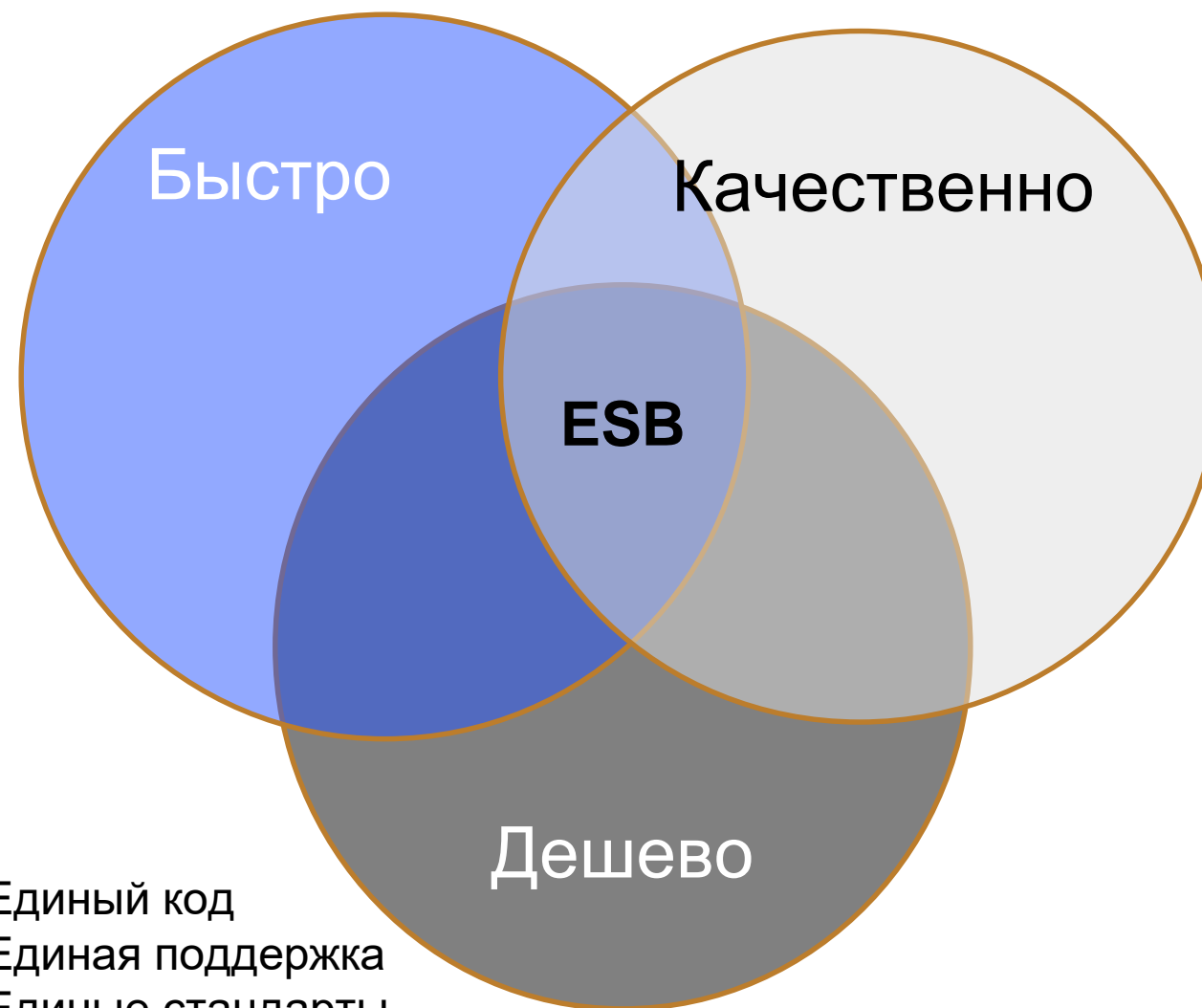


Реальная модель архитектуры после выбора компонентов



Преимущества ESB (Enterprise Service Bus) – Шина данных

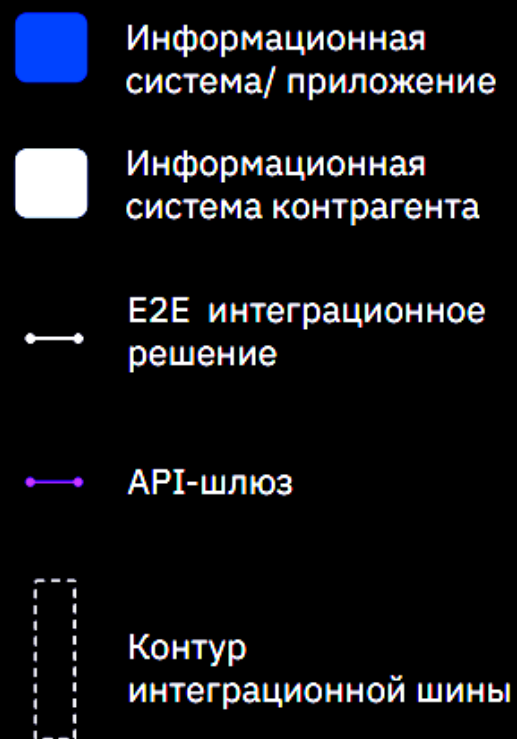
- ✓ Low Code
- ✓ Peer to Peer vs Star



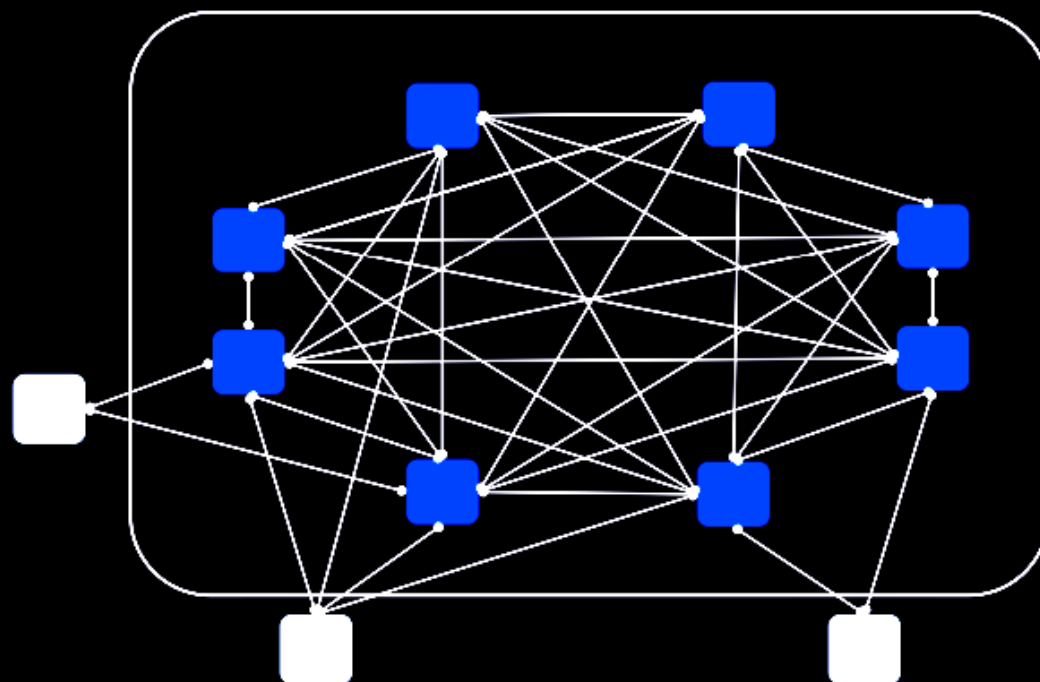
- ✓ Мониторинг
- ✓ Производительность
- ✓ Безопасность

- ✓ Единый код
- ✓ Единая поддержка
- ✓ Единые стандарты данных

Организация обмена по архитектуре Звезда через шину

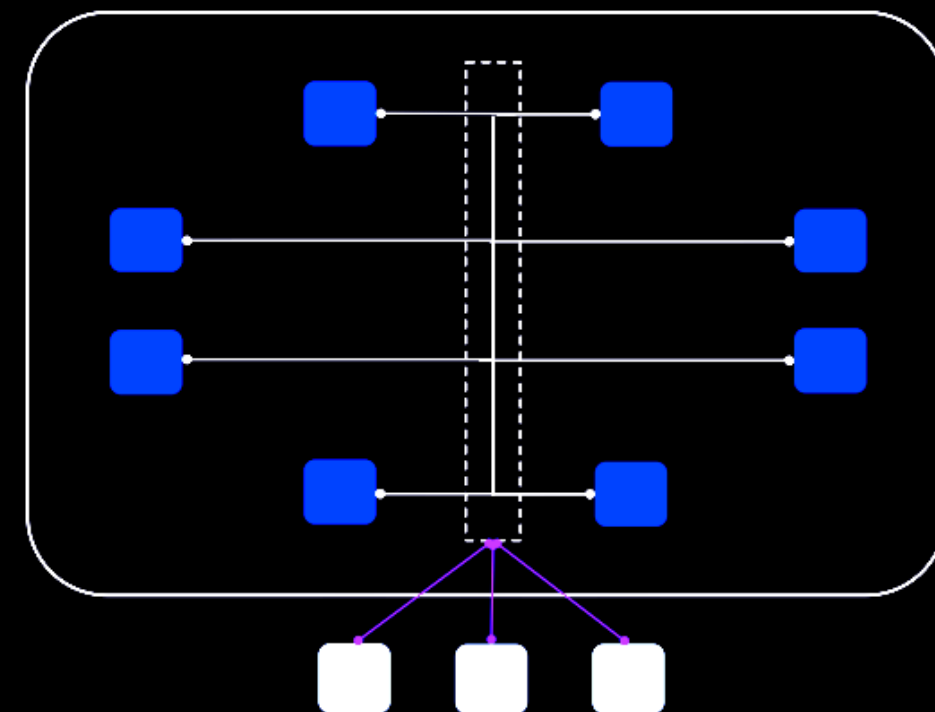


Архитектура без шины



11 систем
60 интеграций
высокая стоимость поддержки всех интеграций
риск потери данных
риск потери документации для настройки взаимодействий
невозможность/сложность работы с legacy

Архитектура с шиной



11 систем
16 интеграций
до 3 раз меньше времени и затрат на интеграции
100% гарантия доставки данных
1 middle java разработчик нужен для управления всеми взаимодействиями
100% систем могут быть включены в контур шины

Поддержка операционного бизнеса в период больших изменений

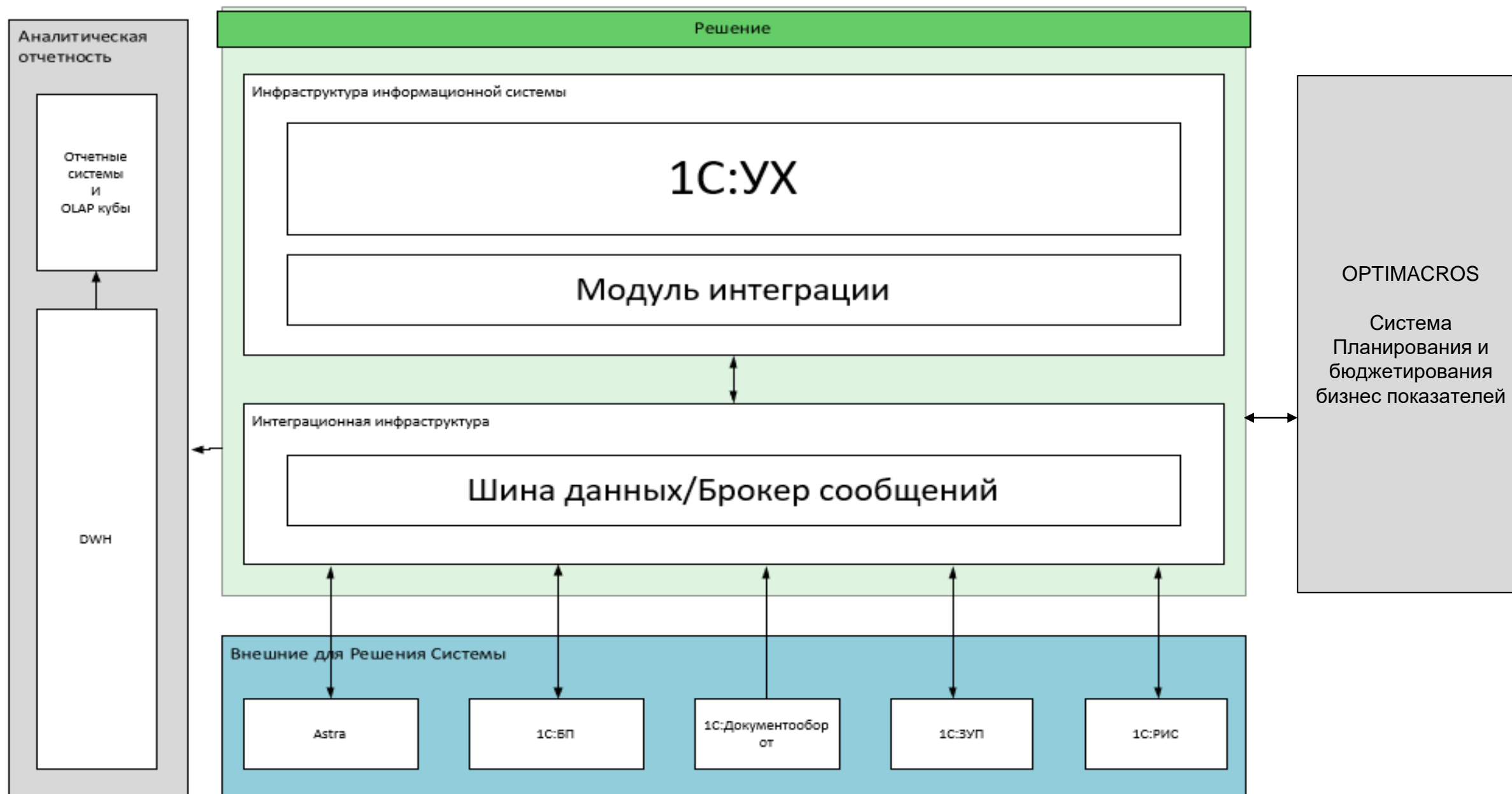
Единая
DMS

1с УХ и
1с ДО

Новые ДЦ и
Бренды

«Добиться лучшего соотношения операционной прибыли к административным расходам путем централизации систем DMS и ведения прозрачного управленческого учета. Поддержка операционного бизнеса в ситуации постоянных изменений рынка»

Архитектура Управленческого учета



Преимущества выделенной системы бюджетирования и планирования

Сроки

- Быстрый запуск от 1 месяца
- Многопользовательская параллельная работа
- Встроенные инструменты согласования
- Удобный интерфейс

Сценарный анализ

- Создание неограниченного количества сценариев
- Моделирование «что если?»
- Визуализация для сравнения сценариев

Независимость от IT

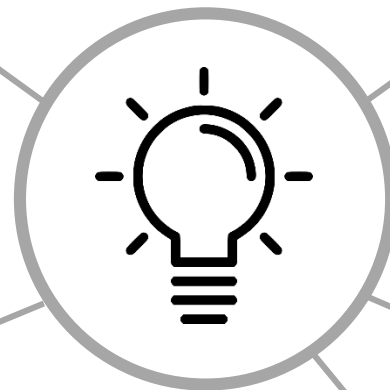
- Self-service подход к построению модели
- Центр компетенций в составе бизнес-функции
- Low-code и настройки без программирования

Безопасность и аудит

- Разграничение прав доступа на уровне данных
- Аудит всех действий пользователя

Оптимизация

- Встроенный solver для линейной оптимизации



Непрерывность и эффективность ИТ



«Обеспечить непрерывность работы сервисов ИТ, чтобы минимизировать простои и их влияние выручку, прибыль и репутацию бизнеса. Обеспечить эффективное расходование средств бюджета ИТ за счет оптимизации ИТ систем, включая виртуализацию и централизацию»

Спасибо за внимание!

Кузнецов Олег Владимирович
Заместитель генерального директора по цифровой
трансформации
Oleg.kuznetsov@avtodom.ru
+79164462376

АО «АВТОДОМ», 125252, г. Москва, ул. Зорге, д. 17, стр. 1, ИНН 7714709349, КПП 771401001, ОГРН 1077759436336

Телефон: +7 (495) 500-500-0, Факс: +7 (495) 500-007-6, www.avtodom.ru

Остались вопросы?