

CAF
CENTRAL ASIA FASHION

POST-SHOW REPORT

10-12.08.2022
Almaty, Kazakhstan
г. Алматы, Казахстан

30 МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА МОДЫ
INTERNATIONAL FASHION EXHIBITION

Создавая новые возможности

Autumn-2022

Азбука fashion-бизнеса в постнормальное время

На бизнес-конференции 30-й Международной выставке моды Central Asia Fashion эксперты моды обсудили, на чем сегодня стоит фокусироваться ритейлеру, как прогнозировать бизнес в условиях крайней неопределенности, как преодолеть кадровый коллапс и новый «перedel» рынка труда, а также где найти новые возможности в постнормальное время, в условиях «глобального тупика».



Панельная дискуссия казахстанских и зарубежных ритейлеров на бизнес-конференции CAF

На чем фокусироваться ритейлеру сегодня, чтобы не проиграть завтра

Говоря о фокусе в период кризиса, спикеры бизнес-конференции CAF сошлись во мнении, что в критический момент как никогда важно бизнесу находить и прорабатывать слабые места. Так коммерческий директор компании «Академия Розничных Технологий» из Москвы, Максим Горшков считает, что ничего сверхнового в ритейле в настоящее время не происходит: *«Так бизнес строится уже сто лет: с подъемами, спадами, с потрясениями и экономическими кризисами. Поэтому нужно всего лишь осознать те изменения, которые сейчас происходят и найти основные точки опоры.»*

«В любом случае вы понимаете, какие будут операционные издержки, сколько платить по аренде, все равно будут какие-то обязательства перед поставщиками и торговым персоналом, даже если вы сократили зарплату или что-то еще. То есть, в любом случае, это посчитать и понять возможно. Именно это и будет отправной точкой. Безусловно, это не совсем планирование, но это та самая минимальная необходимость, которую бизнес должен получить.»



Выступление экспертов из Москвы - Максима Горшкова и Юлии Вешняковой, компания «Академия розничных технологий»

Поддерживая коллегу, эксперт бизнес-конференции CAF, генеральный директор компании «Академия Розничных Технологий» Юлия Вешнякова отметила, что пандемия помогла ритейлерам многому научиться: *«Мы сейчас совершенно по-другому оцениваем все произошедшее. Чем хороши такие ситуации: быстро обостряются слабые места. Любой кризис дает лишний толчок и возможность пересмотреть свою работу. Потому что у любого бизнеса есть потенциал».*

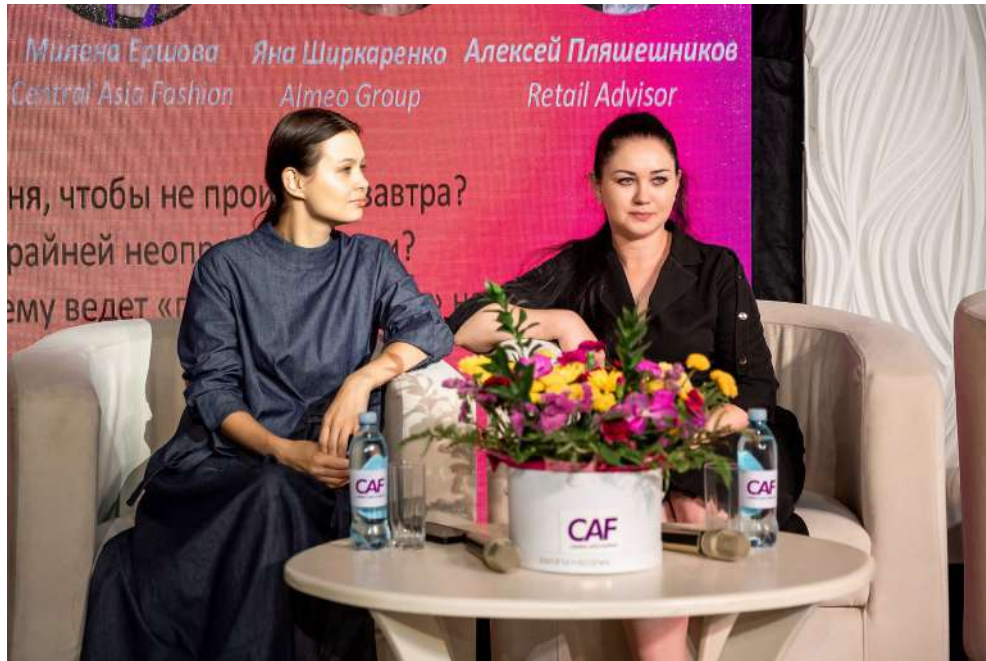
В то же время другой специальный гость международной выставки Central Asia Fashion, управляющий партнер Retail Advisor, эксперт PROfashion Consulting - Алексей Пляшешников рекомендует делать основной упор на качество сервиса.



Спикер панельной дискуссии CAF: управляющий партнер Retail Advisor - Алексей Пляшешников

«Больше всего в такие периоды страдает качество и уровень обслуживания, предоставляемые покупателям. И здесь во многом может скрываться недополученная прибыль и упущенные возможности по работе с новыми покупателями. Самое главное, как мы общаемся с нашими постоянными покупателями в конкретный период, насколько слышим их потребности. Ритейлеры постоянно находятся в каком-то напряжении, но при этом в кризис забывают, что потребитель и его поведение стремительно меняется. Именно поэтому навыки по предоставлению сервиса высокого уровня нужно

постоянно модернизировать. Самое простое и недорогое, это чуть-чуть предвосхитить уровень, который мы можем предложить покупателю».



Соучредитель мультимедийной площадки Colab – Ксения Кушербаева и директор розничной сети компании Almeo Group – Яна Ширкаренко

А между тем спикер бизнес-конференции CAF, директор розничной сети компании Almeo Group, Яна Ширкаренко отметила, что в кризис, помимо поиска пробелов в бизнесе, стоит оперативно искать новые каналы продвижения и продаж: *«Что мы в компании стали активно делать - это настраивать продажи онлайн, то есть дополнили новый канал сбыта. Он такой же розничный, только онлайн. Проходили мы его разными способами: сначала через соцсети, потом открыли небольшой Интернет-магазин, включились в работу маркетплейсов и дальше».*

В свою очередь спикер бизнес-конференции CAF, соучредитель, генеральный директор, бизнес тренер Retail Academy и соучредитель мультимедийной площадки Colab - Ксения Кушербаева отметила, что ритейл всегда остро реагирует на любые изменения: *«Мы всегда с вами работаем над двумя вещами: как увеличить продажи и как сократить расходы. Никто вам не скажет ничего нового, никакой дорогуший консультант российский, казахстанский или иностранный. Поэтому, во-первых работаем, чтобы обеспечить стабильные продажи. Для этого прорабатываем все каналы: берем фокус на онлайн, затем на офлайн, мониторим происходят ли какие-то мероприятия, которые нам могут помочь собрать трафик. Наша задача максимально выжимать из продаж все что есть. Постоянный фокус на том, откуда сегодня и завтра брать деньги. Вторая часть – расходная, и здесь ничего не меняется. Важно постоянно считать, анализировать и пересматривать».*



Панельная дискуссия казахстанских и зарубежных ритейлеров на бизнес-конференции Central Asia Fashion, сезон Autumn-2022

Прогнозирование в постнормальное время

Говоря о прогнозировании, эксперты бизнес-конференции CAF разошлись во мнениях о сроках. Так, Юлия Вешнякова считает, что предприниматели часто ошибочно делают психологическое укрытие: *«Один клиент во время пандемии мне сказал, что прогнозировать сейчас – самое неблагоприятное дело. На самом деле прогнозировать нужно, независимо ни от чего. Возможно, горизонт прогнозирования будет короче, но он определенно должен быть».*

Другой зарубежный эксперт бизнес-конференции, Максим Горшков отмечает, что когда мы говорим про долгосрочный или среднесрочный прогноз, тут речь скорее идет не о планировании выручки. *«Прогноз с выручкой на длинную дистанцию как раз можно смело корректировать. Сейчас мы говорим только про краткосрочные прогнозы. Это как раз то прогнозирование, которое связано с тем, как распланировать бюджет закупки, чтобы в следующем сезоне был ассортимент и за сколько его купить. Если есть полная неопределенность, отталкивайтесь от издержек»*, - рекомендовал специалист.

В то же время участница панельной дискуссии, Яна Ширкаренко поделилась, как построено прогнозирование у крупного казахстанского fashion-ритейл оператора, компании Almeo Group: *«Мы всегда анализируем от периода к периоду. Если планируем текущие продажи и осуществляем планирование бюджета на август, то конечно мы будем опираться прежде всего при постановке планов и KPI показателей на предыдущий период. Конечно, мы можем, если говорим про сезонность, делать сравнения из месяца в месяц. Как условно в прошлом году мы отторговали, какие были показатели у нас за август по отношению к июлю. Что важно? Важны не только продажи в плане денег и прямая выручка. Не менее важны средние чеки, конверсия, трафик и так далее. Главное правило ритейлера - оцифровывать и сравнивать все, что только можно оцифровать».*



Выступление директора розничной сети, крупнейшей казахстанской компании Almeo Group- Яны Ширкаренко

В свою очередь эксперт бизнес-конференции CAF Ксения Кушербаева отметила, что не планирует более, чем на год вперед: *«Мне не понятно почему казахстанские ритейлеры так не любят планировать. Это нужно делать чаще, больше, быстрее! Согласна, что горизонт планирования стал меньше: если раньше планировали на 3-5 лет, то сейчас я не планирую в проектах, с которыми работаю, больше чем на год. Какие-то стратегические цели ставлю и корректирую свой план каждый месяц»*, - поделилась спикер бизнес-конференции CAF

Кадровый коллапс и «глобальный микс» на рынке труда

В то же время эксперты бизнес-конференции CAF отметили острую нехватку кадров в fashion-ритейле. Так Ксения Кушербаева сообщила о несбывшихся ожиданиях в решении этого вопроса: *«Мы очень ждали наплыв крутых специалистов из России и Украины в казахстанский ритейл, но я лично пока не набрала ни одного такого спеца. При том, что в компаниях моих коллег и у меня лично открыты многие*

топовые позиции: операционный, коммерческий, генеральный директор, байер, товарный аналитик, мерчендайзеры. Очередь специалистов из других стран не стоит.

У нас в Казахстане на самом деле всегда был и остается сейчас недостаток квалифицированных кадров. Если посмотреть, то толковых коммерческих директоров и байеров, которые есть на местном рынке труда, можно легко посчитать по пальцам. Где искать недостающих? Только вытаскивать из других компаний или воспитывать самим. В последние несколько лет у нас в стране наблюдается предпринимательский бум: все хотят открывать бизнес! В итоге, продуктивные, могущие достигать результатов люди, идут пробовать себя в другие сферы. Очень много ниш, где человек может сидеть с чашечкой кофе и зарабатывать. Фрилансеры, предпринимательство приводит к тому, что в итоге кто остается нам, ритейлерам? Престиж профессии падает, поэтому людей приходит все меньше и меньше».



соучредитель, генеральный директор, бизнес тренер Retail Academy и соучредитель мультиформатной площадки Colab - Ксения Кушербаева

Мнение Ксении поддержал и российский эксперт, Алексей Пляшешников: «У нас наблюдается огромная демографическая яма. Ребят, которых мы хотим видеть в качестве продавцов-консультантов, не достаточно. Их реально меньше в физическом плане! Поэтому невероятно важно, как мы их находим и затем обучаем. В розничных компаниях fashion ритейла сейчас есть провал относительно того, как выстроена система подбора, адаптации и развития сотрудников».

Как превратить глобальный тупик в новые возможности

А между тем эксперты бизнес-конференции CAF считают, что, несмотря на текущие изменения, глобального тупика нет. Так, по мнению российского эксперта, Максима Горшкова, в Казахстане о глобальном кризисе вообще говорить пока не стоит: *«Давайте посмотрим на ВВП страны. Это самый простой и самый главный индекс-показатель состояния экономики. ВВП Казахстана растет! Если страна больше производит и больше потребляет, ни о каком глобальном кризисе говорить просто нельзя. Он может быть у какого-то отдельного бизнеса, но не в целом по стране. Безусловно, локальные кризисы в такие сложные периоды могут быть, но в целом поступательные движения абсолютно правильные. Когда 10 лет подряд будет наблюдаться крутое пике вниз - вот это глобальный кризис, как в 90-е годы. Сейчас все нормально».*



Генеральный продюсер бизнес-конференции Central Asia Fashion - Милена Ершова презентует книгу Юлии Вешняковой «Fashion retail. 100 секретных вопросов об управлении»

Итогом панельной дискуссии бизнес-конференции CAF с казахстанскими и зарубежными экспертами стала мини-презентация собственной «Азбуки fashion-ритейла».

Так, Алексей Пляшешников определил для себя первую букву алфавита «А» - призвал бизнес-ритейлеров к актуальности, аналитике и объединению в ассоциации с партнерами и даже конкурентами.

Эксперт Максим Горшков отметил букву «Б» и главными словами назвал: бюджетирование, работу с базами данных и четким ведением баланса.

Приглашенный эксперт, Юлия Вешнякова считает, что ритейл-бизнес должен следовать прежде всего правилам трех «П»: постепенно, постоянно и правильно.



спикеры панельной дискуссии (с лево на право): Максим Горшков, Юля Вешнякова, Милена Ершова, Ксения Кушербаева, Яна Ширкаренко, Алексей Пляшешников

В словаре fashion ритейлера, Яны Ширкаренко для предпринимателей главная буква «Р» со словами: результат, размеренность и работоспособность.

Ее коллега, Ксения Кушербаева в «Азбуке fashion ритейла» выделила букву «С». Эксперт рекомендует обратить внимание на сервис, системный подход и скорость принятия решений.

Завершила рекомендательную азбуку для ритейлеров, генеральный продюсер бизнес-конференции Central Asia Fashion - Милена Ершова. Эксперт отметила букву «К» и главными словами для модного бизнеса назвала: клиентоориентированность, кэшбек и коллаборации.

При использовании данных релиза обязательно указание источника: Бизнес-конференция международной выставки моды Central Asia Fashion. При использовании фотографий необходимо указание: пресс-служба Central Asia Fashion.

Все исключительные права на Материалы, принадлежат организаторам международной выставки моды CAF — TOO CATEXPO.

Все права на фотографии защищены казахстанским и международным законодательством об авторских и смежных правах.