

**Digital  
Experts  
Association**

АССОЦИАЦИЯ ПРАКТИКОВ ЦИФРОВИЗАЦИИ

# Ассоциация Практиков Цифровизации бизнеса

Сергей Климаш  
Президент Ассоциации, соучредитель

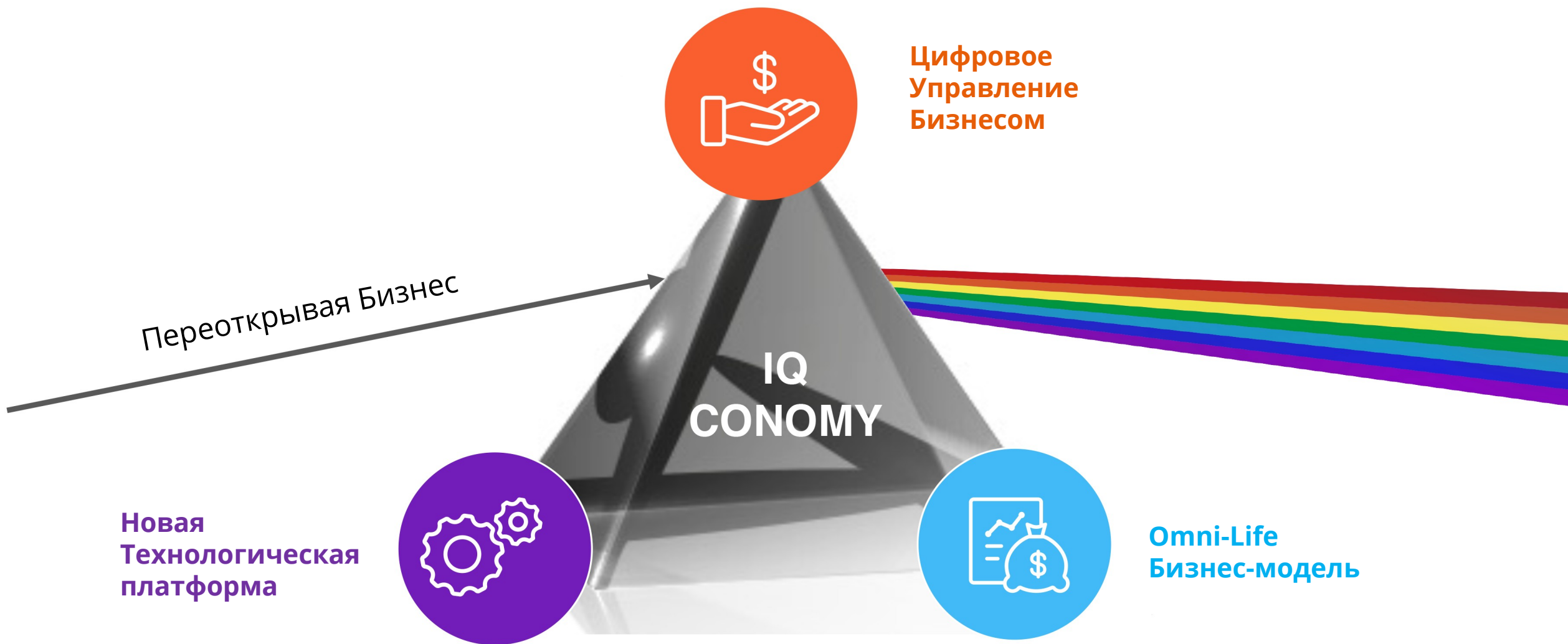
# Предпосылки создания Ассоциации

Интеллект  
Intelligence

**IQconomy**

Время  
Quantum

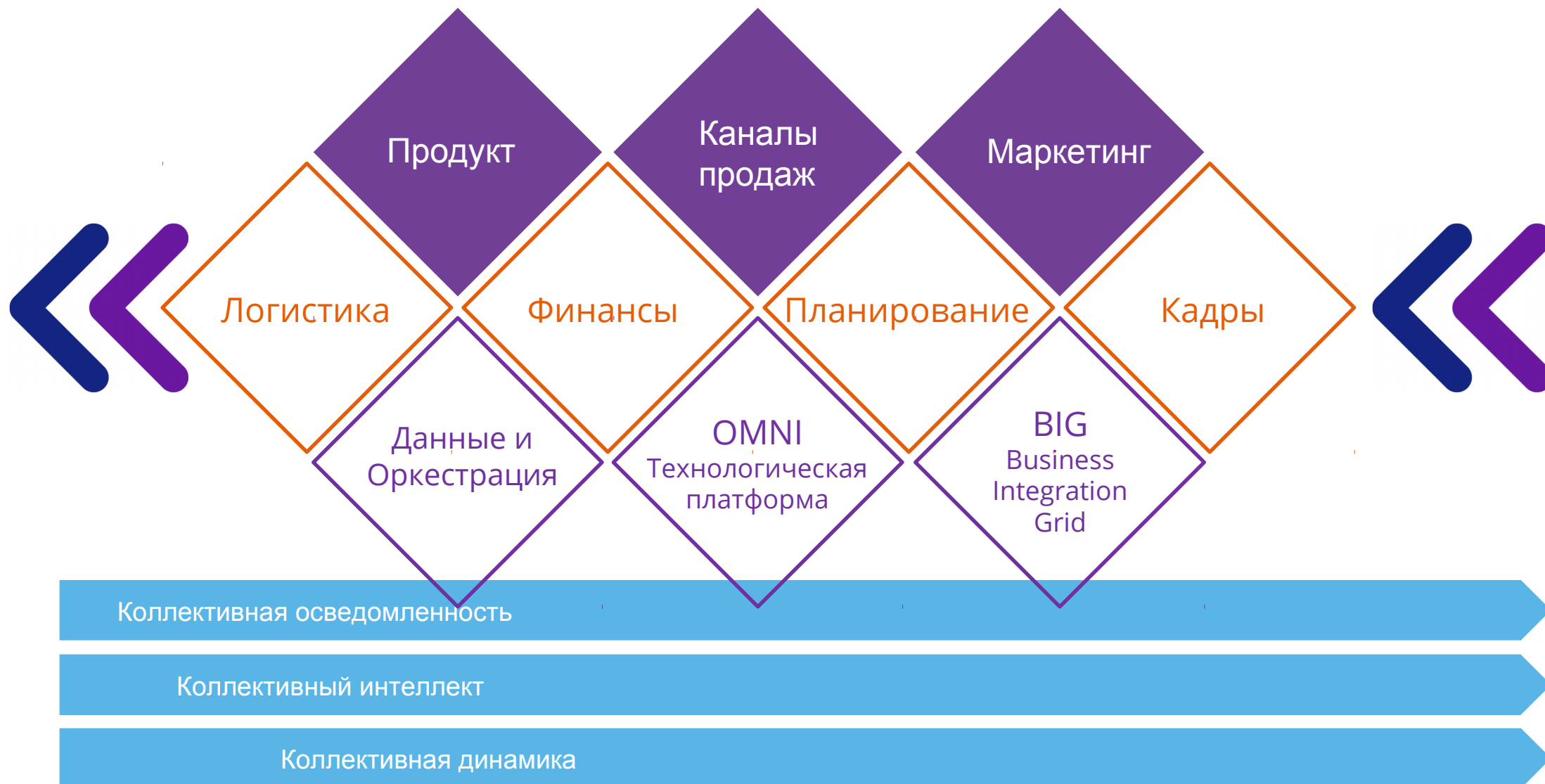
# Переоткрывая бизнес



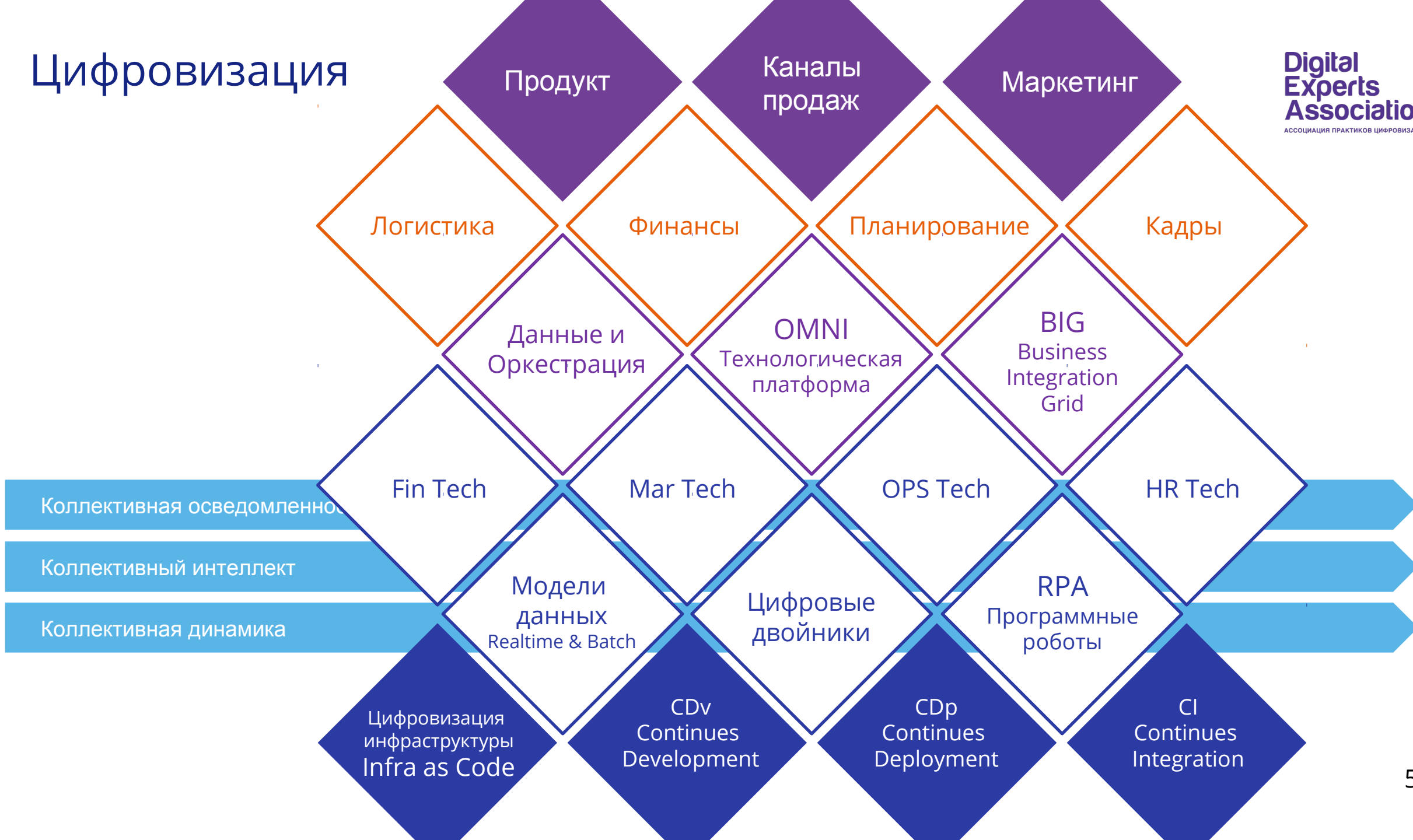
# Сетецентричная нервная система бизнеса



Переход от централизованного управления к мягкому высокоточному управлению, основанному на «информационной динамике» обеспечивает высокую эффективность в принятии решений в условиях растущей сложности экономических процессов.



# Цифровизация



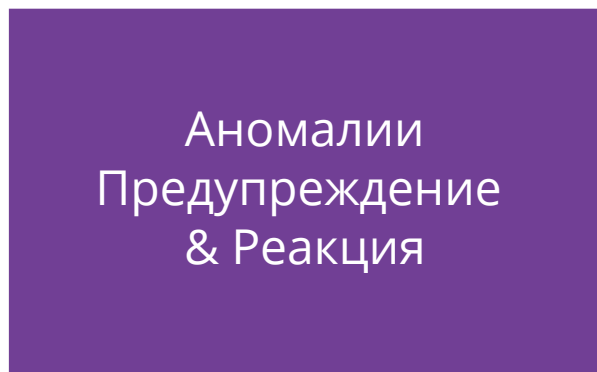
Управляемая данными компания

**Современная модель принятия решений  
не только определяется прошлым, но и должна  
строиться с ориентацией на одну из возможных  
(и достижимых) целей развития**

# Бизнес-моделирование и расширенная аналитика

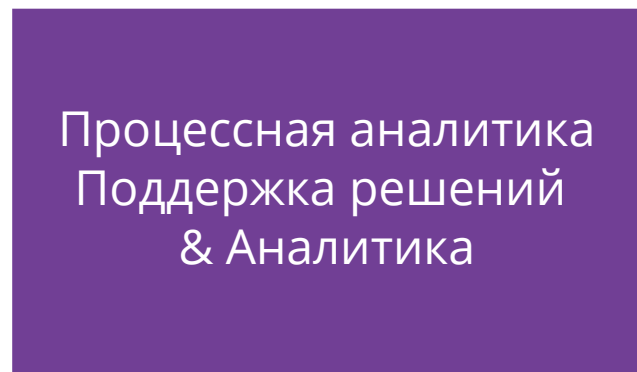
Ключевые области – продукт, каналы продаж, ключевые технологии

Шаг 1 (3-4 месяца)



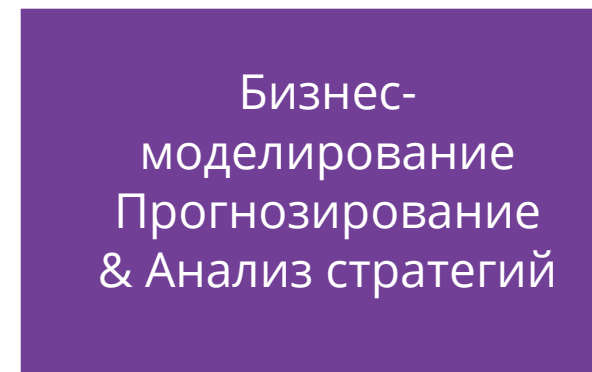
Поиск аномалий, поднятие флага, принятие решений, статистика решений, статистика улучшений

Шаг 2 (6-8 месяца)



Координирует деятельность подразделений и поддерживает продажи, планирование, мерчендайзинг, производство, маркетинг и т.д.

Шаг 3 (6-8 месяца)



Определяет не то, каким должен быть Бизнес, а каким может быть Бизнес



## Подход АПЦ к цифровизации

**Адаптивность требует непрерывного мониторинга изменений в окружающей среде, оперативной реакции на непредвиденные события, динамического прогнозирования изменений потребностей и возможностей на рынке, принятия обоснованных управленческих решений с постоянным соотношением плана и факта в режиме реального времени, применяя результаты математического моделирования, органично использовать возможности ИИ, и потому совершенно невозможна без применения новых интеллектуальных информационных технологических платформ.**

# 1) Продажи & Мерчендайзинг

Встроенные продажи;

Архитектура ценообразования;

Ассортимент, товарные запасы, выкладка товара;

Сегментация каналов продаж;

Анализ предпочтений и трендов;

Промо и дисконт оптимизация;



Ключевые области



## 2) Цифровизация & Омни-канальность

Омни-канальное управление категориями товарных потоков;

Персонализация и клиентский опыт;

Динамическое ценообразование;

Цифровизация обслуживания клиентов;

Управление с использованием геоданных;



Ключевые области



## 3) Маркетинг & Персонализация

CLM маркетинг и привлечение клиентов;

Адаптивные программы лояльности;

Маркетинговая эффективность;

Потребительские инновации;

Обратная связь через социальные сети;



Ключевые области



## 4) Производство & Логистика

Прогнозирование спроса, планирование производства,  
распределение запасов;

Управление проблемными ситуациями;

Операционная эффективность;

Оптимизация сети и динамическая маршрутизация;

Коллективная динамика;



Ключевые области



## 5) Люди

Определение и удержание ключевых сотрудников;

Цифровые двойники и Программные роботы;

Оперативный контроль за исполнителями;

HR-аналитика для повышения производительности труда.



Ключевые области



# Результат применения подхода

1

**ПРОДАЖИ  
И МЕРЧЕНДАЙЗИНГ**

**4-5%** рост  
продаж

2

**ЦИФРОВИЗАЦИЯ  
& OMNI-КАНАЛЬНОСТЬ**

**20-30%** рост  
продаж через  
цифровые  
каналы

3

**МАРКЕТИНГ  
& ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ**

Увеличение  
эффективности  
на **15-25%**

4

**ПРОИЗВОДСТВО  
& ЛОГИСТИКА**

**10-15%** снижение  
затрат + сквозная  
логистика  
с качеством  
**95-97%**

5

**ЛЮДИ**

Повышение  
производительности  
труда  
на **40-80%**

***«Ты никогда не решишь проблему,  
если будешь думать так же, как те,  
кто её создал»***

А. Эйнштейн



# Вопросы?

**СЕРГЕЙ КЛИМАШ**

Президент Ассоциации, соучредитель

✉ [sklimash@deassn.ru](mailto:sklimash@deassn.ru)

