

«МАГНИТ» УСКОРИЛ ПОПАДАНИЕ НОВЫХ ТОВАРОВ НА ПОЛКИ

Розничная сеть «Магнит» запустила новый способ приема данных о товарах-новинках от поставщиков по API с помощью контент-сервис-провайдеров Brandquad, BrandContentService и «СберКорус». Проект значительно упрощает работу ритейлера с поставщиками: теперь новые товары будут попадать на полки магазинов быстрее, чтобы покупатели могли получить ассортимент, соответствующий их актуальным потребностям.

Ритейлер обратился к контент-сервис-провайдерам, чтобы повысить эффективность работы с данными от поставщиков. Ежемесячно категорийные менеджеры «Магнита» кодируют более 2,5–3 тыс. новых товаров, при этом весь процесс со сверкой у поставщика предоставленных данных занимал 7–12 дней. Теперь же за счет

использования контент-сервиса и оптимизации внутренних процессов этот срок сократится до одного дня. А в целом время ввода новинок на полки уменьшится на 20%.

Чтобы передать данные по новой схеме, поставщику необходимо подключить в своем контент-сервис-провайдере API-доступ для обмена информацией с розничной сетью и загрузить данные о своих товарах в систему. После этого нужно получить подтверждение о возможности приема данных о новинке у категорийного менеджера «Магнита» и предоставить ему ссылку на каталог с информацией. Категорийный менеджер сможет получить данные напрямую из каталога поставщика, дополнительно вводить их в формы в системах ритейлера не нужно. При необходимости, контент-сервис-провайдеры помогут

оцифровать данные о товарах перед загрузкой в «Магнит» и проверить их соответствие требованиям розничной сети. Полученная информация будет оперативно доводиться не только до магазинов, но и загружаться в онлайн-приложение «Магнита» и приложения партнеров, которые осуществляют доставку из сети. Это значительно улучшит опыт онлайн-покупок в связи наличием качественного контента и в целом добавит конкурентных преимуществ ритейлеру.

Передача данных о товарах напрямую из каталогов поставщиков поможет избежать ошибок ручного ввода и обработки информации как на стороне поставщика, так и на стороне ритейлера, что значительно упрощает работу для всех участников процесса. Также это позволяет ритейлеру сокращать ресурс на кодировку товара в результате меньших временных затрат на взаимодействие с поставщиками. В итоге «Магнит» станет быстрее выводить новый ассортимент на полки и станет более гибко реагировать на изменение потребительских предпочтений.

Первый этап проекта уже охватил поставщиков бытовой химии, товаров для животных, слабоалкогольных и безалкогольных напитков, кофе, какао и чая, снеков, товаров для ухода и гигиены, кондитерских изделий, охлажденного и замороженного мяса, специального питания. В целом таким способом смогут воспользоваться около 1,2 тыс. поставщиков перечисленных категорий и передавать данные в среднем о 600–700 новых товарах в месяц.

В дальнейшем компания планирует масштабировать проект на все товарные категории, чтобы охватить всех поставщиков, число которых сегодня достигает 5 тыс. Также в будущем «Магнит» намерен начать получать через контент-сервис провайдеров не только данные о новинках, но и об изменениях в текущем ассортименте товаров. ■

