

#SAPmyBiz

Бизнес-инсайты лидеров роста

Рассказываем о кейсах, когда
быстрорастущие компании добивались
роста и лидерства в различных сегментах
экономики при помощи технологий.

Декатлон

Как компания сократила HR-расходы на

40%

Утконос

Как компания увеличила средний
прирост выручки благодаря мессенджерам на

40%

Кейс 1

«Декатлон»:

мы сократили HR-расходы на 40%

В 2015 году в России работали 24 спортивных магазина французской сети «Декатлон». За следующие пять лет планировалось открыть еще 36 — и вместе с этим сократить расходы на HR¹.

Тогда все кадровые задачи решались вручную: в каждом магазине работал свой кадровик, и сотрудники неделями ждали оформления отпусков, справок, открытия вакансий и трудоустройства новых людей в команду.

Чтобы автоматизировать документооборот и ускорить принятие кадровых решений, «Декатлон» начал внедрение SAP SuccessFactors² (16+). Облачная система управления персоналом агрегирует кадровую информацию и поддерживает HR-процессы: трудоустройство и онбординг, обучение, оценку эффективности, увольнение и другие.

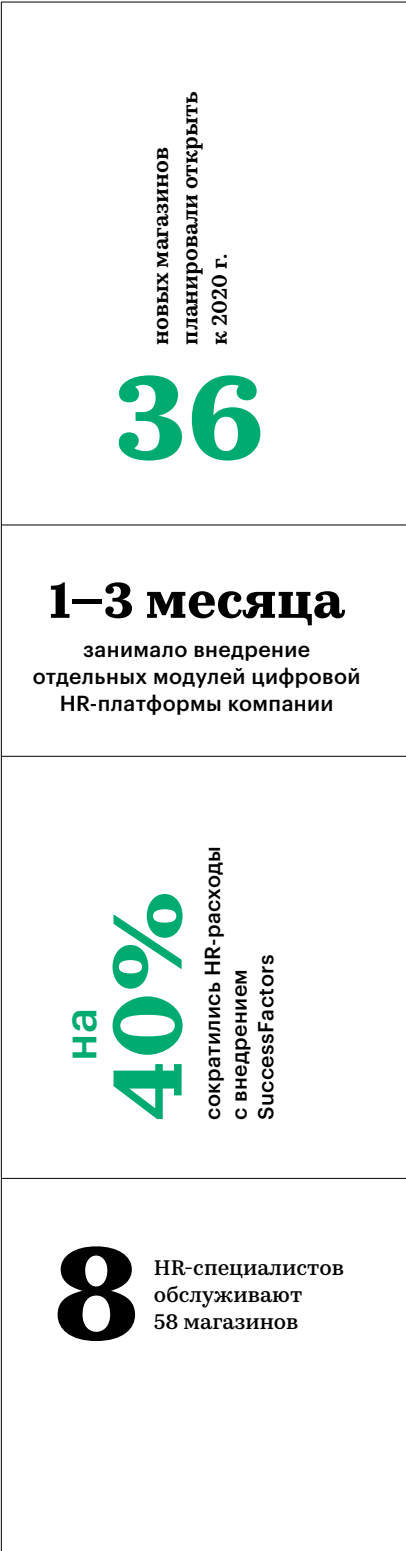
Благодаря модульному внедрению система окупилась уже через год: расходы на HR сократились на 40%. Вся цифровизация HR заняла два с половиной года.

Оформление трудоустройства, справок, отпусков теперь занимает в два раза меньше времени. Руководители сами открывают вакансии, назначают собеседования и нанимают людей — IT³-система поддерживает ключевые корпоративные ценности «Декатлона»: энергичность и ответственность.

Сейчас в России работают 58 магазинов «Декатлон» и 3000 сотрудников. На всех — 8 кадровиков. Компания достигла цели по росту и сократила HR-затраты, а кроме того, подготовилась к смене поколений на рынке труда: люди 18–30 лет предпочитают работу, где рутина автоматизируется.

Подробнее об этом и других кейсах на сайте sapmybiz.rbc.ru

#SAPmyBiz



Кейс 2

«Утконос»:

как увеличить выручку в каналах e-mail и мессенджерах на 40%

Компания «Утконос» построила цифровую систему автоматического сбора данных о поведении каждого потребителя и создания персонализированных промопредложений.

Онлайн-гипермаркет «Утконос» стоял у истоков российского рынка e-grocery (интернет-продажи продуктов питания и товаров первой необходимости) и остается его лидером с долей рынка 45% (Infoline⁴). В последние несколько лет на рынке появились новые игроки — технологические компании. Изменились подходы к ведению бизнеса: анализ больших данных позволяет продавцам быстрее и точнее настраивать ассортимент и маркетинг.

В 2017 году «Утконос» начал цифровую трансформацию бизнеса. В частности, требовалась современная система для автоматического сбора и анализа всех взаимодействий пользователя (как зарегистрированного, так и анонимного) с магазином и формирования на основе этих данных пользовательского профиля, который используется для таргетинга персонализированных рекламных сообщений.

Для решения этих задач «Утконос» выбрал систему SAP Marketing⁵ (16+). Система собирает данные о поведении каждого пользователя, создает персонализированные рекламные предложения для директ-каналов (email-рассылок⁶, CMC, push-уведомлений⁷) и анализирует их эффективность. Часть необходимых «Утконосу» функций SAP Marketing (16+) предоставлял уже «из коробки», другие разрабатывались и внедрялись в процессе взаимодействия двух команд по методу agile⁸.

Сегодня все, кто покупает у «Утконоса», получают личные подборки товаров и скидки в тех каналах, которые им удобнее: e-mail, CMC, push, соцсети и другие. Выручка в каналах e-mail и Viber (16+) выросла за 2019 год на 40%. Ритейлер теперь отправляет на 27% меньше CMC, при этом выручка сохранилась на прежнем уровне.

