

Ритейл 2026

25 марта 2026

Сессия 1. Стратегия и структура рынка

- Закон о платформенной экономике. Как сбалансировать регулирование онлайн-льгот и офлайн? Какие метрики (доля рынка, комиссии, контрафакт, жалобы) использовать регулятору для оценки эффективности контроля над маркетплейсами?
 - Какие трансформации спровоцирует реформа НДС на рынке розницы и маркетплейсах, включая консолидацию малого бизнеса? Как скорректировать стратегию ценообразования для сохранения доли рынка? Повысит ли НДС импортозамещение в ритейле или ударит по ассортименту сетей?
 - Как маркетплейсы меняют розничный рынок? Какие жизнеспособные модели остаются для традиционных ритейлеров в условиях, когда доля онлайн торговли в общем товарообороте стремится к четверти рынка? Станут ли в будущем маркетплейсы и традиционный ритейл партнерами для омниканального роста? Партнерство с маркетплейсами или независимость в нише — что выбрать?
 - Банки в ритейле: агрегаторы или конкуренты? Кто контролирует данные о клиенте? Монетизация партнерств: сколько ритейлеры зарабатывают на банковских платформах?
-

Сессия 2. Цифровизация и оптимизация ритейла: технологии роста

- ИИ-технологии для оптимизации контента, визуала и продаж. ИИ-поддержка от платформ: выигрыш или зависимость для селлеров?
- Экосистемы ритейла: оплата, логистика и борьба за лояльных клиентов.
- Изменит ли ИИ-аналитика трафика ценообразование в ритейле и оптимизацию складов? Помогут ли геоданные офлайн-магазинам обогнать маркетплейсы в регионах?
- Цифровизация касс и заказов: драйверы прибыли или барьеры лояльности?
- ИИ-динамическое ценообразование в FMCG¹: растет ли средний чек за счет персональных скидок?
- Лояльность через 10% кешбэка: свой финтех или партнерство — что масштабирует рост?

FMCG – Fast-Moving Consumer Goods, «товары повседневного спроса» (англ.).

Сессия 3. Бюджеты под прицелом: бренд-стратегии ритейла

- Распределение бюджета: 50% на ИИ-контент или TikTok/YouTube? Геотаргетинг vs федеральная ТВ-кампания.
- Нейминг для новых линий ритейла: ИИ или креативщики — кто эффективнее?
- AR²/VR³ в рекламе ритейла: хайп или маст-хэв?
- Контент от инфлюэнсеров vs собственный ИИ-сторителлинг.
- Брендинг офлайн-магазинов в эпоху маркетплейсов: потратить или сэкономить?
- Создание бренда через коллаборации: с кем ритейлерам партнериться в 2026-м для роста?
- ROI рекламы в ритейле: как измерить влияние брендинга/нейминга на LTV клиента?

²AR – Augmented Reality, «дополненная реальность».

³VR – Virtual Reality, «виртуальная реальность» (англ.).

ROI – Return on Investment, коэффициент возврата инвестиций (англ.).

LTV – Lifetime Value, «время жизни клиента» (англ.).

Сессия 4. Кадры и операционная эффективность в ритейле

- Как удерживать сотрудников без роста зарплат на фоне инфляции? Мотивация продавцов на 2026 год.
- Автоматизация касс и складов: снижает ли она зависимость от персонала или ускоряет текучку в офлайн-магазинах?
- Гибкий график vs фиксированные смены: что эффективнее для ритейла в борьбе за молодых сотрудников?
- Нематериальные бонусы (атмосфера, геймификация): работают ли они в ритейле при дефиците кадров в 2 млн человек?
- Партнерство HR ритейла и маркетплейсов: совместный рекрутинг или война за таланты?
- KPI операционной эффективности: фокус на продажах или снижении текучести — приоритет для HR?

vs – versus, «против» (лат.).

HR – Human Resources, «человеческие ресурсы» (англ.).

KPI – Key Performance Indicators, «ключевые показатели эффективности» (англ.).