Синергията между е-магазин и ERP система обуславя онлайн растежа на модния ритейлър Teodor

Предизвикателствата пред търговците са безкрайни, но успехът е една крачка по-близо с правилните технологични партньори



През лятото на 2019 в българския бранд Teodor, който вече е на 20 години, все още не знаят за метаморфозата, която предстои в следващите няколко месеца. Все пак, като един от наложените офлайн и онлайн магазини за мъжка мода, те осъзнават необходимостта от нов интернет магазин. Целта е да бъде конкурентен визуално и функционално с големия брой онлайн търговци в модния сегмент, в който има и сериозно чуждо присъствие.

След няколко години работа върху изцяло индивидуална (custom) платформа, лимитациите за бизнеса, които произтичат от подобен тип решения, не подминават и Teodor. По тази причина мениджмънтът решава да заложи на Magento, като оптимално решение, което покрива функционалните нужди, може да скалира до огромни мащаби, разполага

с гъвкави multi-store/multi-country възможности, които позволяват започване на нов международен пазар за дни и в същото време е стандартизиран продукт.

Ново начало



Николай Димитров, Stenik

"Когато Teodor се обърнаха към нас за техния онлайн магазин, те бяха подготвили наистина сериозен списък с функционалности, които желаят от ден първи в е-магазина си. Повечето от тях бяха трупани с месеци и години, поради невъзможността да бъдат имплементирани правилно или навреме в досегашната им платформа", споделя Димитър Димитров от Stenik, които са избора за eCommerce разработчик на Teodor.

От Teodor вече са имали стабилен опит онлайн и няма как да се откажат от нищо, което са имали до момента (включително силно-застъпената SEO част на сайта, която им осигурява добър брой органични посещения и поръчки). "Така след няколко месеца преговори си стиснахме ръцете и започнахме работа с визия за ново начало в първите месеци на 2020 година", добавя още Димитров.

Някъде по средата на проекта обаче се оказва, че складовия и ERP софтуер на компанията, който е служил вярно много години и през него се управлява верига от 30 физически обекта, не може да отговори на очаквания на онлайн бизнеса. Налага се за седмици да се вземе решение, което компаниите обикновено взимат с месеци, тъй като Teodor спешно имат нужда от нова ERP система.

"Тъй като разполагахме с относително добър roadmap за развитие на проекта, имахме възможност да анализираме необходимостта, не само към момента, а и в бъдеще, и на база на предишния ни опит с подобни проекти, препоръчахме много стеснен кръг потенциални ERP партньори, за които сме сигурни, че ще могат да се впишат в картинката", споделя Николай Димитров, който е технически директор в Stenik.

"Когато за първи път се срещнахме с Teodor, за нас това не беше случаен клиент, с който тепърва трябва да се запознаем. Лично не се бяхме срещали, но аз самият от години бях доволен клиент на марката и със задоволство наблюдавах как нови магазини се появяват на все по-удобни локации", казва Васил Дучев, продуктов мениджър в SelMatic. "В същото време една от съзнателно развиваните вертикални специализации на SelMatic е именно търговията с дрехи, обувки, аксесоари и като цяло модният бранш. От наша гледна точка това правеше Teodor много подходящ и желан клиент. Оставаше да убедим и тях, че можем да съхраним добрите им практики, да ги надградим и да създадем възможности за развитие в бъдеще", добавя Дучев.



Васил Дучев, Selmatic

Това се оказва предизвикателна задача. Вече имат добър софтуер, който харесват, защото дълги години е развиван по тяхно задание. В подобни проекти винаги е трудно с универсален софтуер, какъвто е една ERP система, да се постигне същото или по-високо ниво на удобство, сравнено със софтуер, изработен по индивидуално задание. В същото време именно индивидуалният подход най-често се явява основно ограничение за развиващите се фирми по няколко основни причини.

Най-често екипът, който ги развива е относително малък (често само един или двама) и тясно специализиран, а с разрастване на софтуера става все по-ангажиран и претоварен, без възможност лесно да се увеличи. Това влошава времето за разработване на нови функционалности, което пък влошава възможностите на фирмата бързо

да опитва нови неща и да търси подобрение. Това, което дава предимство на SelMatic в тази ситуация, е възможността да се комбинират стандартни функционалности, развивани и доказани в редица предходни проекти, с възможността за пълно адаптиране на екраните и автоматизациите, които различните видове потребители използват. Това от една страна гарантира лесно надграждане и развитие на системата в бъдеще, а от друга, дава на служителите всичко необходимо, за да си свършат работата, без нищо излишно, което да ги разсейва или да е предпоставка за грешки.

Много възможности създават и трудности, защото се налага непрекъснато да се търси баланса между "добрите практики" и "желанията на отделните служители". Често изградените до момента добри практики се оказват "добри" за отделните звена във фирмата, но при нужда от взаимодействие с останалите части на бизнеса понякога се появяват противоречия, които влошават общия постигнат резултат и така оставят неизползвани възможности за подобрение.

Teodor не прави изключение. Като добре развита търговска фирма се стреми да продава през всички възможни дистрибуционни канали (физически магазини за крайни клиенти, B2B, online магазини, включително в чужбина), но всички те имат собствена специфика и дори се конкурират помежду си за стока, хора, време и т.н. Когато тези дистрибуционни канали са развивани по отделно във времето, е много вероятно да са добре оптимизирани всеки за себе си, но да не са добре координирани помежду си. Така например, ако online магазинът работи със заделена за него наличност, може да се окаже, че във физическите магазини залежава стока, която се търси online или в online склада да залежи нещо, което се търси offline.

В момент, когато се цели ускоряване на интернет продажбите, е много лесно да се вземе решение цялата възможна наличност, включително от физическите магазини, да се предлага онлайн. Това е логично решение, защото увеличава шансовете всичките стоки да се продадат рано и на добра цена. Дългосрочно обаче, ако не се прави по правилния начин, може да доведе до влошаване представянето на иначе добър физически магазин, например защото клиентите често си харесват модел на витрината, който се оказва с изчерпана наличност, а нямат търпение да чакат доставка на следващ ден. Ако това се случва често може да доведе до траен отлив на клиенти, просто защото директно отиват

някъде, където очакват да има техния размер. При подобна ситуация после изглежда необяснимо какво не е наред в конкретен магазин.

Отделно от това, за online продажбите, времето за доставка е критичен фактор. Това е още по-валидно в модния бранш, където хората пазаруват със страст и искат да се видят в новата си дреха на мига. Това обаче създава нов конфликт. Как доставката да е бърза, ако стоката се намира в отдалечен магазин. Още по-интересно е, ако клиентът поръчва няколко неща и всички те са на различни места. В тези случаи на преден план идва разработената гъвкава концепция за синхронизация между ERP системата и онлайн магазина, която решава технологично част от проблемите и поставя основите и за по-сериозни omni-channel възможности, които от Teodor планират да отключат в близко бъдеще.

Важен фактор, който позволи на SelMatic да се отличи в проекта, е и една беда, която за пореден път сполита всички търговци, а именно Наредба Н-18. След като неотдавна всички са били принудени да се съобразят с новите регламенти за GDPR, не закъснява и следващата законодателна промяна, която създава (и все още е така), значителни затруднения на всички търговци, които се опитват да бъдат изрядни. Основният проблем за всички производители на бизнес софтуер се оказва липсата на ясно формулирани изисквания и твърде бързите и чести промени, които се случват буквално всеки ден и всяка седмица в продължение на 2 години. Много фирми, които разработват сами своите софтуери, се оказват в капана на бавната скорост и ниския капацитет на техните софтуерни екипи да следят промените и да адаптират софтуерите достатъчно бързо. Тези трудности са дори още по-големи при online магазините, където изискванията са били практически неизпълними. Много от разработчиците им отказват да ги поддържат в бъдеще, заради невъзможността да се справят. В тази ситуация отново предимството идва от синергията на партньорството между SelMatic и Stenik. Още след първите промени в Н-18 те анализират заедно кои от новите изисквания са неизпълними или влошават интеграцията между online магазините и ERP системите. Започват да търсят всевъзможни начини да алармират за това максимално широк кръг браншови организации, компетентните държавни органи и т.н. Това огромно усилие през последните 2 години им позволява да бъдат едни от първите, които успяват да декларират ERP система, интегрирана с пълноценен електронен магазин. Това се случва в много подходящ момент, защото е нагледно доказателство за Teodor, за потенциала на двете фирми за

справяне с бързи промени, в сравнение с всички останали. Това изглежда ще е все по-важно, защото всички български търговци би трябвало да се стремят към единния европейски пазар, където нови промени се очакват още през лятото.

Резултатите не закъсняват

Няколко месеца след началото на работа на новите системи в синхрон са достатъчни, за да покажат преимуществата им и да захранят растежа на онлайн бизнеса.

"Имаме тройно увеличение на онлайн поръчките в периода ноември - януари, спрямо предходната година, като онлайн оборота ни се е увеличил 2.5 пъти. Електронният ни магазин е с 90% по-добър conversion rate спрямо преди, а синхронизацията между двете системи ни позволява да изпълняваме коректно 99.9% от поръчките", споделя Венеслав Христов, eCommerce мениджър в Teodor.



Осигурена е съгласувана логистика между отделните търговски канали, включително с пълна интеграция на Интернет магазина и управление на склада. Надеждната и непрекъсваема работа на магазините е факт. Важен бонус е и възможността за бързо адаптиране към променящата се среда и последващо развитие.

Какво следва?

Сега, когато технологичните възможности и амбициите на Teodor са изравнени, благодарение на успешната имплементация и свързаност между отделните системи, пред компанията предстои отваряне на множество чуждестранни пазари. Тяхната поетапност е въпрос на време, но едно е ясно - онлайн каналът е приоритет.