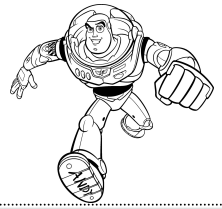
Создание Интернет-магазина в большой компании

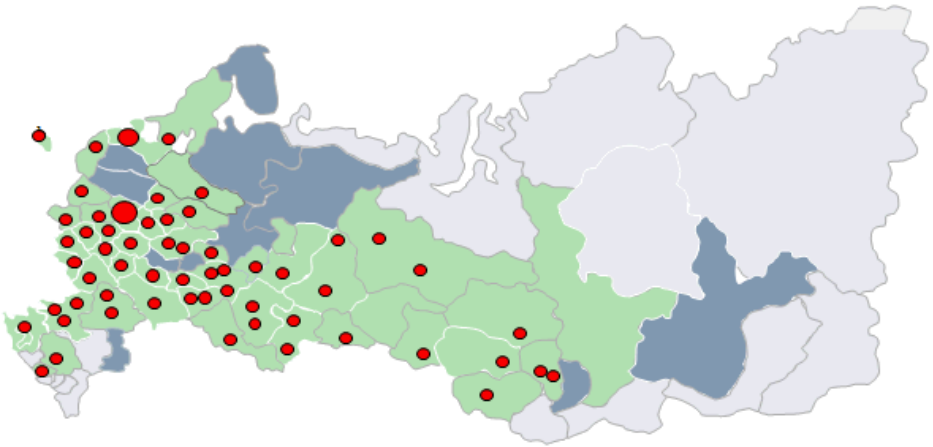
Что делать большой компании, если ей понадобился интернет-магазин

Детский мир
СЕТЬ МАГАЗИНОВ



Детский Мир: основные факты

- 130 магазинов в 68 городах России
- Общая торговая площадь - 213,000 кв.м
- Товарооборот в 2009 году – 18,5 млрд.рублей
- Более 55 миллионов посетителей
- 25 место в ТОП-50 розничных сетей по итогам 2009 года (*лидер по обороту в сегменте «Детские товары)*



Как сделать интернет-магазин, чтобы

- Не повредить глобальным целям компании
- Не развалить спланированный бюджет
- Не повредить стратегии компании

Три пути

- Пригласить e-commerce специалистов в качестве сторонних консультантов и под их контролем создавать интернет-магазин полностью на аутсоринге.
- Создать некую внутреннюю управляющую структуру, но всю разработку, логистику и call-центр отдать на аутсорсинг.
- Делать всё внутри, за исключением call-центра и логистики.

Как оценивать эти пути?

- Как затрагивается внутренняя структура компании
- Срок от момента принятия решения до запуска
- Бюджет
- Риски, с которыми компания может столкнуться

Организация и структура

	Первый путь	Второй путь	Третий путь
Команда	•Создать внешнюю рабочую группу. •Создать внутреннюю рабочую группу. •Создать проектный офис	• Создать управляющую структуру	•Создать управляющую структуру •Создать команду разработки •Создать команду call-центра •Создать команду логистов
Тендеры	•Call-центр •Разработчики сайта •Логистика •Консультанты	•Call-центр •Разработчики сайта •Логистика	•Call-center •Логистика

Сроки

	1-ый путь	2-ой путь	3-ий путь
1. Создание команд	9	5	3
2. Тендеры	5	5	5
3. Подготовка к работе	4	5	6
4. Разработка ИМ	3	5	8
5. Работы IT компании	2	5	6
6. Логистика	5	6	6
7. Call-центр	5	6	6
8. Бюрократия	3	5	6
Средний балл	**4,5**	**5,25**	**5,75**

Стоимость

- Самый дорогой из всех – первый путь, так как предполагает почти всё создание и управление Интернет-магазином на аутсорсинге.
- Следующий по дороговизне – второй путь. Он дешевле, чем первый путь, но дороже, чем третий из-за высокой стоимости разработчиков.
- Самый дешевый из всех – создание Интернет-магазина полностью внутри компании.

Разбивка по баллам

Первый путь	Второй путь	Третий путь
6	7	9

Риски и минусы (первый путь)

- Опасность потери команды.
- Плохая управляемость командой.
- Инвестиционный бюджет.
- Слабая мотивация внутренней рабочей группы.

Риски и минусы (второй путь)

- Ошибка в команде управления и сложный процесс их смены
- Нет взгляда на ситуацию со стороны
- Большая внутренняя бюрократия

Риски и минусы (третий путь)

- Отдельная бизнес-единица компании
- Необходим большой и опытный менеджерский состав
- Небольшой просчет в планировании или командах может означать крах проекта
- Сложная смена любой из цепочек команды
- Риск не сплотить и не замотивировать команду
- Неизвестно, что делать с командой разработки потом, после создания.

Риски (общее)

- Один из самых больших рисков на всех трех путях – закопаться в бюрократии и не успеть с внутренней IT-подготовкой.
- Стоимость рисков в третьем пути намного выше, чем в двух остальных, а также включает в себя опасный риск краха проекта.

Разбивка по баллам

Первый путь	Второй путь	Третий путь
4	9	2

Преимущества первого пути

- Полная независимость команды от компании.
- Возможность быстрой и относительно безболезненной смены команды
- Возможность быстрого привлечения любых специалистов в команду консультантов
- Большая свобода в принятии решений и большая свобода для творчества

Преимущества второго пути

- Хорошая управляемость командой
- Возможность относительно быстрой смены подрядчика по каждому из стратегических направлений работы ИМ
- Возможность быстрого использования ресурсов компании
- Управляющая команда внутри – полный контроль за работой всей обеспечивающей структурой компании.

Преимущества третьего пути

- Полный контроль за всеми бизнес-процессами Интернет-магазина
- Возможность быстрого изменения любого бизнес-процесса
- Максимальное использование всех ресурсов компании
- Отдельная бизнес-единица

Выводы

	1-ый путь	2-ой путь	3-ий путь
Оргструктура	6	5	8
Сроки	4,5	5,25	5,75
Бюджет	6	7	9
Риски	4	9	2
Средний балл	**5,1**	**6,6**	**6,2**

Средний балл – это не руководство к действию, а просто усредненное значение. Для разных компаний может подойти разные из этих путей – всё зависит от их внутреннего устройства и проводимой ими внутри политики.

Спасибо ☺

Ваши вопросы?

Илья Заянц
Увидимся в twitter: @zayanc
В письмах: izayanc@detmir.ru
По телефону: +7 926 343 43 74