**Аннотации №2 за 2014 год**

**Уважаемые читатели!**

**Отраслевые IT-решения для повышения конкурентоспособности ретейлера**

*Ключевые слова*: ретейл, IT-решения, ERP, Columbus, Microsoft Dynamix AX 2012, автоматизация

***Гурова Наталья***, директор практики Non-food Retail Columbus Россия и СНГ

В статье рассказывается об IT-разработках в сфере ретейла: задачах, которые они решают, возможностях их адаптации под конкретного клиента и выборе партнера по проектам внедрения подобных продуктов. Приводится ряд примеров из практики Non-food Retail Columbus, иллюстрирующих возможности новейших ERP-систем.

**Розничный рынок России и положение на нем специализированных магазинов**

*Ключевые слова*: розничный рынок России, розничное торговое предприятие, форматы розничных торговых предприятий, специализированный магазин

***Шальнова Ольга***, старший преподаватель кафедры технологий и управления продажами РЭУ им. Г.В. Плеханова

В статье анализируется актуальное состояние розничного рынка России, рассматриваются тенденции его развития в целом, а также тенденции развития розничных торговых предприятий различных форматов. Особое внимание уделяется специализированным магазинам, возможностям и угрозам для их деятельности.

**Эффективность точек контакта розничной торговли**

*Ключевые слова*: точка контакта, привлечение клиентов, работа с клиентами, управление клиентской лояльностью, конверсия, рост объема продаж, повышение эффективности маркетинга

***Бобриков Олег***, директор по маркетингу группы компаний DreamLives, бизнес-консультант и бизнес-коуч.

В статье раскрывается понятие «точка контакта» и в этой связи описывается работа по привлечению клиентов и управлению клиентской лояльностью, осуществляемая применительно к этому аспекту деятельности компании. Актуальность работы с точками контакта показана на примере розничного продавца товаров для детей.

**Основные торговые коридоры городов России**

*Ключевые слова*: аренда торговых площадей, розничные сети, развитие сети, локация, торговый коридор, торговая улица, стрит-ретейл

***Деркач Даниил***, менеджер по развитию розничной сети TJ Collection.

В статье рассмотрены главные торговые улицы крупных городов РФ с населением от 600 тыс. человек, а также указан примерный уровень ставок аренды помещений на этих улицах.

**Конкуренция, основанная на логистике: бизнес-модель компании розничной торговли**

*Ключевые слова*: логистика, стратегия, конкуренция, DIY, бизнес-модель, управление цепочкой поставок, стратегия конкуренции

***Сандберг Эрик***, преподаватель управления логистикой на факультете менеджмента и инжиниринга Университета Линчепинга.

Исследование основано на анализе практического примера — немецкой розничной компании, работающей на рынке DIY. Данная компания обладает передовым опытом в области конкуренции, основанной на логистике, и с этой точки зрения подробно анализируется ее бизнес-модель.

**Социальная власть бренда в розничной торговле товарами класса люкс. Влияние бренда на клиентов магазинов**

*Ключевые слова*: власть бренда, отношения с клиентами, любовь к бренду, розничная торговля товарами класса люкс, престижные магазины, продавцы

***Сервеллон Мари-Сесиль***, доктор философии (Университет Мак-Гилла, Монреаль, Канада), преподаватель Бизнес-школы EDHEC.

***Кудрье Рэйчел***, магистр в области управления в сфере индустрии товаров класса люкс (Международный университет Монако), независимый консультант в сфере индустрии товаров класса люкс

Целью данного исследования является изучение факторов, влияющих на власть брендов класса люкс и то, каким образом эта власть может передаваться клиентам в магазинах. Для ее достижения применяется феноменологический подход: анализируются рассказы покупателей высокостатусных товаров.

**Маркетинговый словарь-справочник терминов розничной торговли (часть 6)**

*Ключевые слова*: сенсорный маркетинг, контактный персонал, поставщики, стратегии розничной торговли

***Никишкин Валерий***, главный редактор журнала «Маркетинг розничной торговли», директор Учебно-научного центра по переподготовке и повышению квалификации работников высшей школы РЭУ им. Г.В. Плеханова.

***Твердохлебова Мария***, кафедра маркетинга РЭУ имени Г.В. Плеханова.

Статья представляет собой шестую, заключительную часть словаря-справочника основных терминов маркетинга розничной торговли. В ней раскрывается значение терминов, связанных с дополнительными элементами комплекса торгового маркетинга — атмосферой торгового зала и персоналом, а также стратегическими решениями ретейлера.

**Реклама торговых организаций в 2009–2013 гг. : аналитический обзор**

*Ключевые слова*: реклама, торговые организации, рекламные затраты

***Михеева Людмила***, ведущий специалист отдела маркетинговых исследований «Аналитического центра «Видео Интернешнл».

В предлагаемом вниманию читателей аналитическом обзоре рассматривается динамика бюджетов торговых организаций на медиарекламу с 2009 по 2013 гг., описывается структура затрат данных компаний на рекламу в различных медиа и ее изменения за рассматриваемый период. Кроме того, выявлены важнейшие в плане рекламных затрат подкатегории торговых организаций, а также самые активные рекламодатели в этом сегменте.