

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ УСЛУГИ ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

Аналитическая компания Data Insight подготовила исследование “Логистические услуги для интернет-магазинов”. Если раньше интернет-магазины задавались вопросом, поручать ли транспортным компаниям доставку своих товаров, то теперь компании волнует, кому поручить доставку заказов. Этот факт говорит о взрослении рынка интернет-продаж, а также свидетельствует о том, что пред-

приниматели осознают важность логистики и признают, что, во-первых, ее качество напрямую влияет на продажи и лояльность покупателя. А, во-вторых, что передача магазином логистики в руки профессионалов влечет за собой повышение качества и, зачастую, снижение стоимости доставки, что, в свою очередь, дает возможность сосредоточиться на других задачах бизнеса.

По оценкам Data Insight, электронная торговля даже в условиях кризиса растет на 25 % в год (в основном за счет крупнейших магазинов). Цель исследования Data Insight — показать, как воспринимается логистика “с обратной стороны”, как интернет-магазины видят доставку своих заказов сегодня, чего им не хватает в работе с логистическим партнером, что неизменно вызывает у них “головную боль”. Исследование проводилось путем опроса интернет-магазинов в мае и в конце 2016 г. Предлагаем читателям ознакомиться с основными позициями обоих этапов исследования.

Тренды рынка логистики для интернет-магазинов

Влияние IT-систем в логистике. Значительное увеличение объема инвестиций в интернет-торговлю от оффлайн-сетей отразилось в первую очередь на инвестициях в IT. Совершенствование систем магазинов привело в 2016 г. к существенному росту требований к интеграции IT-систем магазина и логистического оператора. Поэтому возросли требования к IT-системам логистических компаний. Эти системы должны:

охватывать все процессы взаимодействия интернет-магазина и перевозчиков (с крупными — работа через API, с маленькими — через личный кабинет);

уметь отслеживать и прозрачно показывать весь процесс доставки для всех участников;

гибко менять параметры доставки, взаимодействовать с CRM-системой магазина для повышения конверсии; предоставлять магазину обратную связь для перераспределения потоков;

давать большой объем аналитики; предоставлять покупателям возможность управлять доставкой и т. д.

В 2016 г. особенно стало заметно, что качество IT-системы непосредственно влияет на долю выкупленных заказов, стоимость доставки и лояльность покупателей. Развитие IT-систем отдельных крупных игроков привело в 2016 г. к росту требований ко всем игрокам.

Эксперты отмечают, что IT-системы логистических операторов масштабируются недостаточно быстро. Объем заказов, проходящих через них, растет, в то время как они имеют ограничения по пропускному объему. Кроме этого, система постоянно дорабатывается с учетом нужд существующих и новых клиентов. Сегодня необходима высокая гибкость IT-ресурсов, ее не хватает для более быстрого развития рынка. Очень важна IT-команда, которая бы гибко и грамотно распределяла задачи между внутренними и сторонними разработками: какие задачи решать силами штатных программистов, а для каких оставить внутри компании только контроль выполнения.

Консолидация рынка. В 2015 — 2016 гг. рынок логистики развивался эволюционно. По нему прокатилась волна поглощений, которая продол-

жится и в 2017 г., наблюдается закономерное укрупнение игроков рынка.

Маржинальность бизнеса снижается, конкуренция усиливается. Интернет-магазины хотят получать все услуги в режиме “одного окна”, и логистические компании вынуждены предлагать все способы доставки, причем качество в каждом канале должно быть высоким (будь он собственным или партнерским). Наиболее быстрый способ этого достичь — приобрести уже работающий бизнес с пулом клиентов и отлаженными бизнес-процессами. Например, когда фулфилмент-оператор или сеть ПВЗ покупают курьерскую службу, это позволяет им расширить пул клиентов, предложить комплексную услугу, самостоятельно следить за ее качеством (и улучшать его).

Важно, что сегодня крупные игроки инвестируют в покупку других логистических компаний, причем не прямых конкурентов по основному продукту, а тех, кто дополнит их портфель услуг.

Самые яркие примеры поглощений прошлого года:

логистическая компания TopDelivery купила компанию Maxima-Express, которая владеет сетью пунктов выдачи (доставка + ПВЗ);

финская логистическая компания Itella купила российскую курьерскую службу MaxiPost (складское хранение и фулфилмент + доставка);

Voxberry купил курьерскую службу “Аксиомус” (ПВЗ + доставка).

Также необходимо упомянуть сделки, способствующие выстраива-