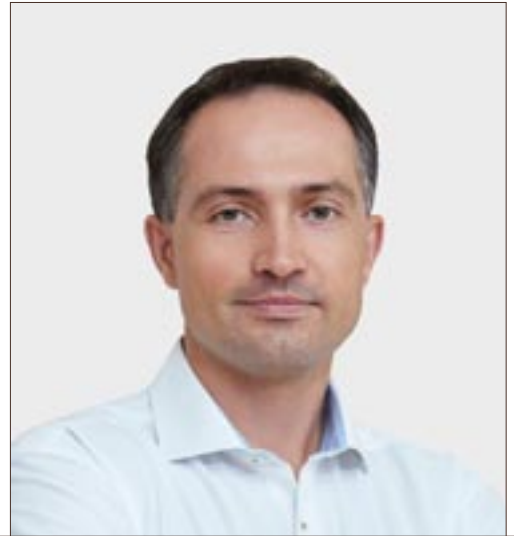




В такой доставке лекарств никто не заинтересован

Курьерская доставка лекарств, которую так долго ждали и, наконец, разрешили в период пандемии, так и не нашла массового применения. Хотя, казалось бы, что может быть удобнее, например, пожилым, которым трудно передвигаться, людям, находящимся дома на больничном, живущим в отдалении от аптек. Что сдерживает развитие онлайн-продаж и доставки лекарств?

Еще пару лет назад аналитические агентства, как, впрочем, и бизнес, рассматривали этот сервис как один из драйверов роста онлайн-фармы. Прогноз не оправдался — доля курьерской доставки медикаментов в ближайшие несколько лет не превысит 5 % от общего объема продаж в e-com-канале, считает генеральный директор ООО «Здравсити» Борис Попов.



Каковы предпосылки к такому пессимистичному прогнозу?

Невозможность доставки в рамках единого заказа всех категорий аптечных товаров по-прежнему сдерживает рост онлайн-канала. Если в корзине оказывается рецептурный препарат, то у пользователя нет возможности выбрать доставку на дом в рамках привычного пользовательского пути. Зачастую пациенты даже не в курсе, что значимая часть лекарств, которые они принимают, включена в категорию рецептурных, поэтому сложно донести информацию о причинах невозможности выбора доставки, особенно если ранее в аптеках рецептурные лекарства отпускались без предъявления врачебного назначения.

На «Здравсити» 40 % от общего объема продаж составляют рецептурные препараты, они присутствуют в каждом втором заказе. Это означает, что не менее половины наших пользователей не может воспользоваться доставкой на дом в настоящее время.

Однако у второй половины возможность, выходит, есть. Но и она не спешит заказывать курьера...

Нюансы в деталях, связанных в большей степени с потребительскими паттернами поведения. Когда в вашем районе, а то и в доме располагаются несколько аптек, в которых можно забрать заказ по пути домой, необходимость в курьере отпадает. В услуге, по большому счету, сегодня не заинтересован ни клиент, ни бизнес. Для последнего — это дорогостоящий сервис, который становится малоэффективным, особенно в условиях, если интернет-ритейлер развивает сеть партнерских офлайн-аптек.

Мы это наглядно видим на примере некоторых игроков онлайн-фармы, которые вовсе отказались от модели курьерской доставки. Однако «Здравсити» идет по пути омниканальности и предоставления более широкого спектра услуг нашим пользователям. Мы активно сотрудничаем с аптеками-партнерами, сейчас их уже более 28 тысяч в 83 регионах страны. Вопрос доступности лекарств для наших клиентов мы решаем прежде всего за счет синергии с традиционной розницей.

Какая доля заказов «Здравсити» доставляется курьерами?

По итогам последних недель она не превышает 2 %. В целом за последний год мы наблюдали негативный тренд. Объем продаж с возможностью получения заказов курьерскими отправлениями, в том числе экспресс-доставкой, за 10 месяцев 2023 г. снизился на треть. Однако отказываться от этой логистической схемы в пользу только самовывоза мы не планируем. Доставка стала обязательной составляющей в наборе сервисов любого современного и технологичного онлайн-ритейлера. Эту услугу мы, наоборот, совершенствуем, ищем удобные нашим клиентам форматы.

Партнерами «Здравсити» являются сервисы компании «Яндекс» и Почты России. Но основную долю заказов обеспечивает собственная курьерская служба. В ближайшее время планируем подписание договоров с рядом крупных интернет-сервисов по доставке нашего ассортимента «до двери».

Вы упомянули, что курьерская доставка — дорогостоящий сервис. Во сколько он обходится бизнесу?

Статью целиком читайте в бумажной версии журнала