

МОСКОВСКИЙ ДЕЛОВОЙ ФОРУМ «СОВРЕМЕННАЯ ЛОГИСТИКА В ИНТЕРНЕТ-БИЗНЕСЕ»

МОСКВА, 19 НОЯБРЯ 2012 ГОДА

Состоялось знаменательное событие в сфере логистики для дистанционной торговли. В мероприятии участвовали руководители логистических компаний, собственники онлайн-бизнеса, специалисты по управлению складским хозяйством и др.

На форуме 16 спикеров поделились опытом ведения успешного бизнеса на примере собственных компаний, рассказали о подводных камнях в данном сегменте рынка, дополнив выступление примерами из жизни. На дебатах, завершающих форум, разгорелась жаркая дискуссия, но по некоторым пунктам участники были единодушны:

- логистический бизнес находится в самом начале роста рынка дистанционной торговли;
- вступление в ВТО повлечет приток логистических операторов из-за рубежа;
- рынок будет развиваться;
- рост дистрибьюторов приведет к увеличению логистических операторов.

«Объем рынка ONLINE-торговли в 2011 году составил 244,6 млрд руб., что на 39% больше, чем в 2010 году».

Мероприятие еще раз подчеркнуло: логистика на аутсорсинге и логистика своими силами — это два инструмента, которые должны использоваться в совокупности, чтобы радовать потребителя скоростью доставки. А вот вопрос о том, каким путем будет развиваться российская логистика — западным или собственным — остался открытым.

По материалам пост-релиза
Группы компаний SLON

ИЗ ВЫСТУПЛЕНИЙ УЧАСТНИКОВ ФОРУМА



**АЛЕКСЕЙ
ЖУКОВ**
фулфилмент-оператор
«Бета продакшн»,
директор
по маркетингу

**ФУЛФИЛМЕНТ-ОПЕРАТОРЫ
КАК ОСНОВНОЙ ДРАЙВЕР
РОСТА РОССИЙСКОГО РЫНКА
ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ**

Фулфилмент — это комплекс бизнес-процессов:

- прием товара от поставщика;
- хранение товара;
- комплектация заказа;
- упаковка заказа;
- отправка заказа и прием платежей;
- обработка возврата.

Америка сегодня (данные по результатам 2011 года)

- > \$200 млрд — оборот электронной коммерции, из них:
- оборот Amazon.com: ~\$48 млрд;
- оборот интернет-магазинов, использующих собственный фулфилмент: ~\$52 млрд;

- оборот интернет-магазинов, пользующихся услугами аутсорсинговых фулфилмент-центров: ~\$100 млрд.

По данным IBISWorld, количество компаний, оказывающих услуги фулфилмента на территории США, — 1686.

В этой отрасли занято 61 368 человек.

5 стратегий фулфилмента

1. Кросс-докинг.
2. Дроп-шиппинг.
3. Собственный фулфилмент.
4. Аутсорсинг услуг фулфилмента.
5. Экосистема интернет-торговли.



**ДМИТРИЙ
КОРОБИЦЫН**
«Поставщик
счастья»,
генеральный
директор

**DROP SHIPPING
В РОССИЙСКИХ РЕАЛИЯХ**

Drop Shipping в теории

Стандартная схема:

- 1) заключение договора с поставщиком, внесение депозита;
- 2) получение заказа и **ПРЕДОПЛАТЫ** от конечного покупателя;
- 3) размещение заказа у поставщика (предоставление полных данных о заказе — состав и стоимость заказа, адрес доставки, все известные контакты покупателя);
- 4) поставщик списывает с депозита стоимость товара + стоимость доставки + фикс за обработку заказа (сборка, упаковка, контакт с клиентом и т.п.);

- 5) поставщик осуществляет доставку конечному клиенту.

С чем не стоит путать

Drop Shipping:

- Drop Shipping — это не партнерка!!!
- Drop Shipping — это не поставщик + курьерка!!!

Drop Shipping — это, во-первых, сервис, а во-вторых, — товар.

Важно — товар по оптовой цене! Маржа, создаваемая розничной наценкой, должна оставаться в кармане компании, сделавшей ПРОДАЖУ.

СЕРГЕЙ ЕГОРОВ
компания СДЭК,
коммерческий директор

**ЛОГИСТИКА —
СДЕРЖИВАЮЩИЙ
ФАКТОР РОСТА
ОНЛАЙН-КОММЕРЦИИ
ЭВОЛЮЦИЯ ДОСТАВКИ**

ЛОГИСТИКА — ЧТО МЫ ДОЛЖНЫ УЛУЧШИТЬ:

- Возврат по причинам:

Причина	% от общего числа возвратов
Истек срок хранения	32,18
Товар не подошел/не понравился	18,90
Передумал	14,52
Без объяснений	14,08
Не дозвонились	7,38
Не устроили сроки	3,99
Ошибка оформления	2,72
Уже купил	1,93
Нет денег	1,34
Претензии к качеству товара	0,95
Адресат не проживает	0,60
Пересорт	0,57
Неверный адрес	0,36
Недовложение	0,31
Повреждение	0,10
Не должен выполняться: не доставляем в данный город/регион	0,07

- Работа над качеством доставки:
 - совершенствование системы прозвонов и оповещения клиентов;
 - обучение и мотивация персонала;
 - введение KPI сотрудничества по клиентам;
 - совершенствование и автоматизация маршрутизации;
 - внедрение новых логистических схем.
- Совершенствование системы обмена данных с клиентами, улучшение качества информации:
 - интеграция баз как основной инструмент информационного обмена;
 - работа над ошибками совместно с клиентом;
 - улучшение качества сбора контактных данных получателей;
 - работа клиента над качеством формирования и распределения заказов.