



Логистика для электронной торговли 2020

Партнеры исследования

Генеральный партнер исследования



Партнеры исследования



Содержание

1	Оценка рынка и общие цифры.....	4
2	Ключевые тренды и важнейшие события.....	22
3	Структура каналов доставки.....	36
4	Сети ПВЗ и постаматов.....	54
5	Фулфилмент.....	61
6	Доставка крупногабарита.....	71
7	Доставка из ресторанов.....	78
8	Условия доставки и качество услуг.....	82

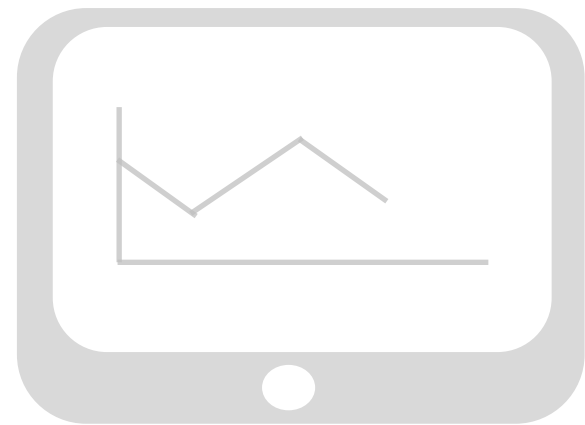
1. Оценка рынка и общие цифры



Содержание раздела



Российский рынок логистики: **6 – 8**



Оценка рынка электронной коммерции: **9 – 11**



Логистика для электронной коммерции: **12 – 16**

Российский рынок логистики

Составит в 2020 году

6,7
млрд тонн

общий объем перевозок грузов по России*

2,7
млрд тонн

объем коммерческих перевозок

2 696,2
млрд тонно-километров

коммерческий грузооборот

ИСТОЧНИК:

Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов

* Учитывая все виды транспорта и все сегменты перевозок

Российский рынок логистики

В 2020 году объем перевозок грузов и коммерческий грузооборот в России по сравнению с 2019 снизились на 6,2% и 6,9% соответственно. В 2023 ожидается рост 1,6% и 2,2%.

	2019	2020	2021	2022	2023	Динамика 2023 к 2019
Объем коммерческих перевозок, млн т	2 933,1	2 696,7	2 775,9	2 898,1	2 977,0	1,6%
Коммерческий грузооборот, млрд т-км	2 864,1	2 696,2	2 780,6	2 850,7	2 923,5	2,2%

Общий объем перевозок грузов по России (учитывая все виды транспорта и все сегменты перевозок) составит в 2020 году 6,7 млрд тонн, объем коммерческих перевозок — 2,7 млрд тонн, коммерческий грузооборот – 2696,2 млрд тонно-километров.

ИСТОЧНИК:

Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов

Российский рынок логистики: типы транспорта

Сократились объемы перевозок по России всеми видами транспорта, кроме морского.

Тип	Железнодорожный, млн. тонн	Автомобильный, млн. тонн	Воздушный, млн. тонн	Морской, млн. тонн	Внутренний водный, млн. тонн
2019	1 279,4 -0,9%	1 525,9 -6,4%	1,1 -2,4%	18,5 -20,2%	108,1 -7,0%
2020	1 221,2 -4,5%	1 352,8 -11,3%	1,0 -9,5%	20,3 9,7%	107,5 -0,6%
2023	1 303,9	1 536,9	--	20,8	--

50% от ожидаемого объема коммерческих перевозок в России в 2020 составляют автомобильные перевозки.

ИСТОЧНИК:

Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов

Рынок логистики для электронной коммерции

Одна из сфер, которые продолжали расти в 2020 году, — это электронная коммерция.
По оценке Data Insight, объем рынка e-Commerce в 2020 году достиг 2,5 трлн рублей.

Логистика для электронной коммерции составляет небольшую долю от российской логистики в целом, однако в 2020 она также демонстрировала рост. Пандемия и принятые ограничения, влияние которых стало основным фактором снижения объемов грузоперевозок, усилили рост электронной торговли соответствующего сегмента логистики.

Ускорение роста

Data Insight оценивает рост рынка e-commerce в 2020 году в 44%. Без влияния пандемии рост составил бы только 29%.

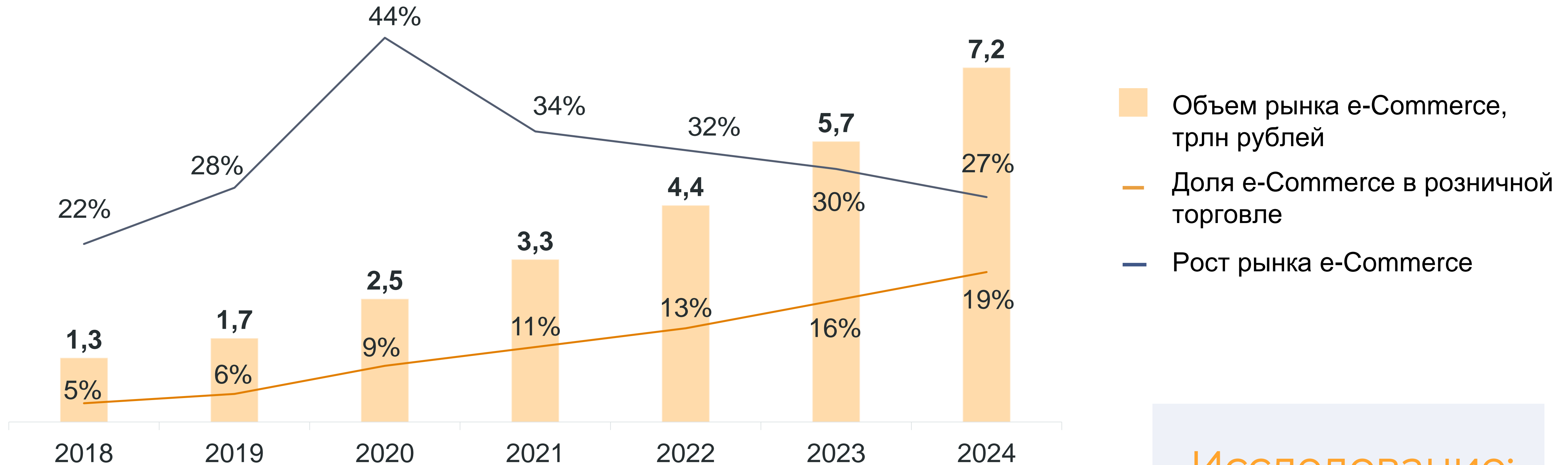
Средний рост интернет-торговли (CAGR) с 2011 до 2019 года составил 28%. В 2019 темпы роста увеличились — в первую очередь за счет инвестиций больших магазинов и маркетплейсов в рекламу и инфраструктуру. С 2019 по 2024 Data Insight прогнозирует средний рост интернет-торговли (CAGR) 33,2%.

За это время рынок материальных продаж через интернет вырастет до 7,2 триллиона рублей. Вклад факторов кризиса в онлайн-продажи составит 1,6 триллиона рублей за 5 лет.

Исследование:

Электронная
торговля 2020 -
2024, прогноз Data
Insight

Прогноз роста электронной торговли



Исследование:

Электронная торговля 2020 – 2024, прогноз Data Insight

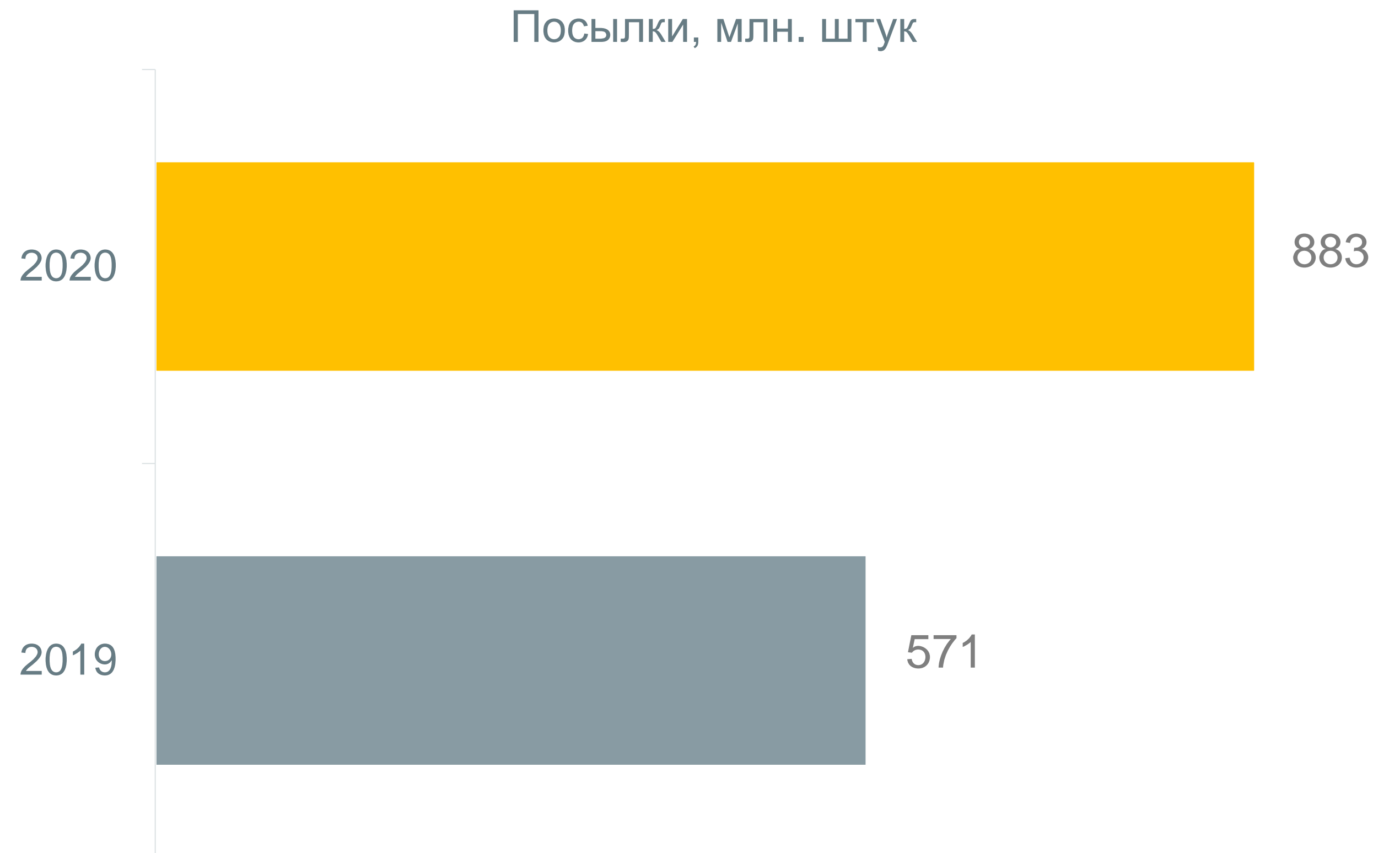
Объем российского рынка логистики для электронной коммерции

По оценке Data Insight, только за 2020 год было доставлено 883 млн отправок.

Это на 35% больше, чем в 2019 году.

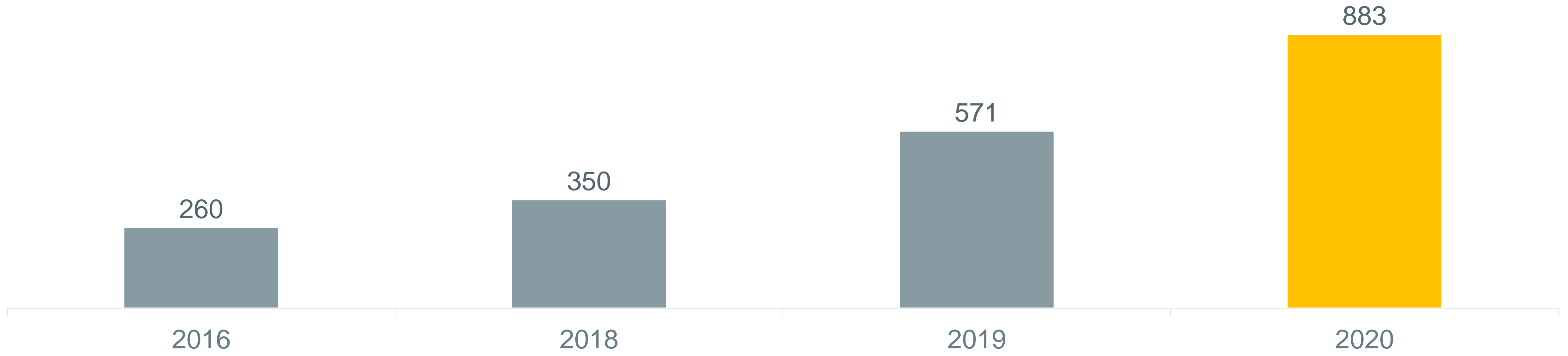
Оценка основана на данных от логистических компаний и Почты России, а также данных Data Insight по числу отправок на рынке электронной коммерции. Оценка учитывает C2C-продажи, которые осуществляют частные лица через социальные сети и специализированные площадки, и MLM. Оценка не включает импорт, экспорт и продажу еды.

Объем Wildberries и Ozon рассчитан по числу заказов, а не отправок (в некоторых случаях они не совпадают).

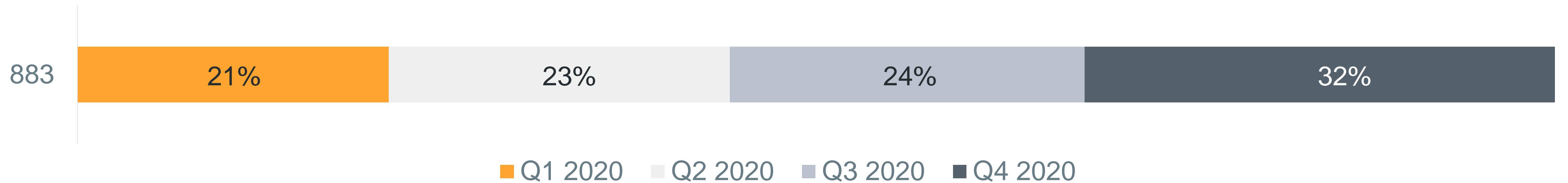


Изменение по годам

Посылки, млн. штук

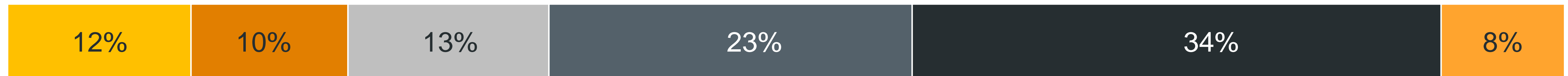


2020 год по кварталам



Распределение по каналам доставки

65% посылок, доставленных в 2020, приходится на собственные логистические службы магазинов



■ Почта России

■ Логистические компании, в ПВЗ и постаматы

■ Wildberries

■ Логистические компании, до двери

■ Собственные службы магазинов

■ Ozon

Крупнейшие маркетплейсы



34%

от всех посылок

52%

от доставок магазинами



8%

от всех посылок

12%

от доставок магазинами

И Wildberries, и Ozon осуществляют доставку преимущественно собственными силами.

2020 и 2019

	2020, млн посылок	2020, доля от всех посылок	2019, млн посылок	2019, доля от всех посылок	Рост 2020/2019
Почта России	104	12%	95	17%	+9%
Логистические компании	203	23%	141	24%	+31%
Собственные службы магазинов	576	65%	335	59%	+42%
Всего	883		571		+35%

По сравнению с 2019 годом доли Почты России и логистических компаний уменьшились, а доля собственных логистических служб магазинов выросла.

См. также

Оценка рынка
логистики 2019



ФЕДЕРАЛЬНАЯ ЛОГИСТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ

- ✓ **ПОКРЫТИЕ** всей России и Казахстан
- ✓ **ФУЛФИЛМЕНТ**, кросс-докинг, предпочтловая подготовка
- ✓ **ВСЕ КАНАЛЫ ДОСТАВКИ:** курьерская, в пункты самовывоза и постаматы
- ✓ **ПЕРСОНАЛЬНЫЕ** решения для бизнеса в e-commerce

МЫ ВОЗИМ ЧЕСТНЫЙ ВЕС



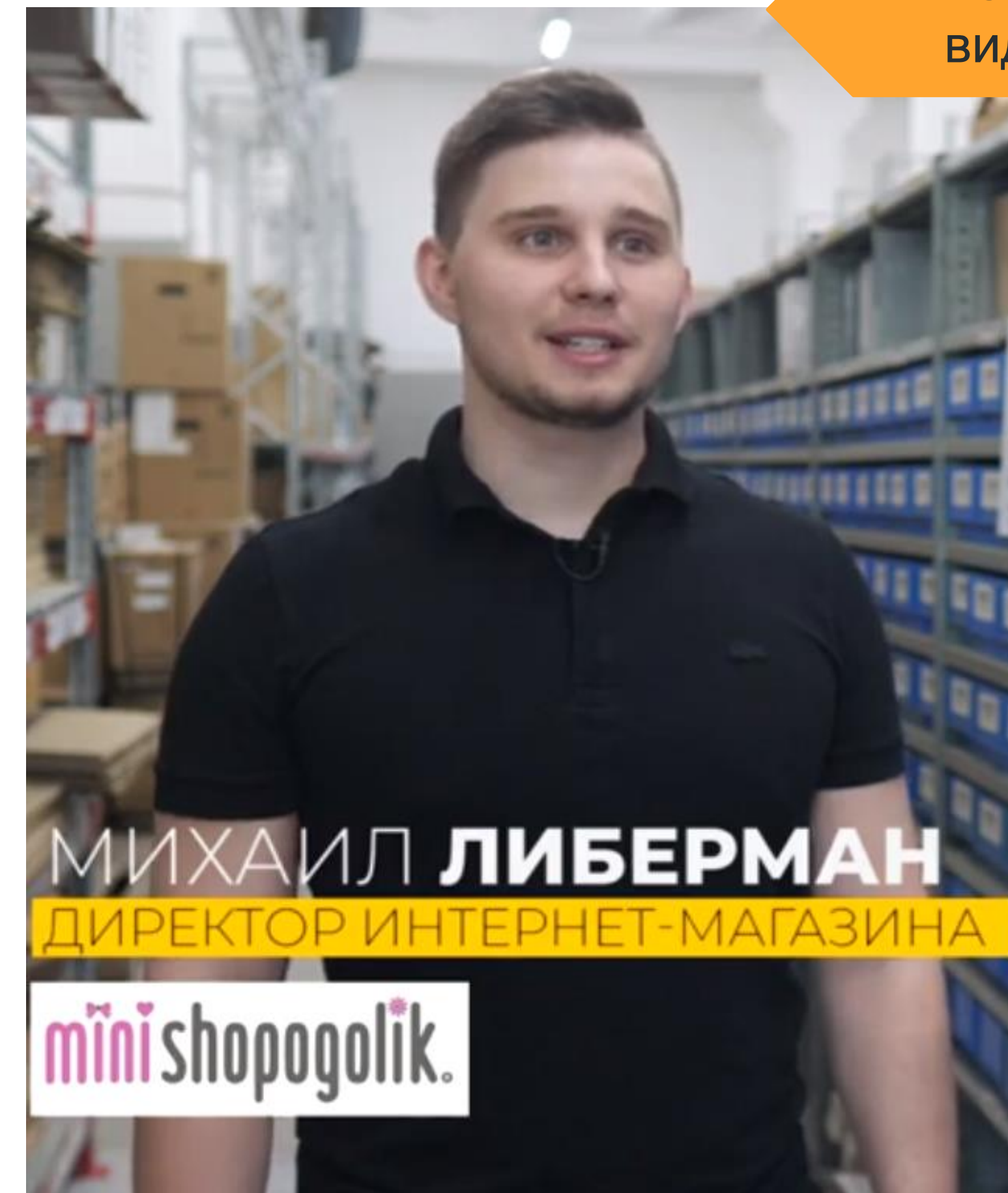
Minishopogolik.ru как интернет-магазин

Minishopogolik.ru популяризируют бренд детской и женской обуви Melissa от бразильской фабрики Grendene. За 5 лет компания создала многотысячный клуб поклонников бренда. При этом у интернет-магазина нет офиса и склада: все сотрудники работают удаленно, а логистика отдана на аутсорсинг в компанию IML.

В 2015 году Михаил Либерман запустил интернет-магазин в формате стартапа. Команда была небольшой, а склад находился прямо в квартире предпринимателя. Чтобы примерить обувь, клиенты приезжали по указанному адресу. Остальные заказы Михаил развозил на собственном авто.

Спустя год обороты магазина выросли, требовалось расширение команды и мощностей. Аренда офиса, обустройство склада и наем дополнительных сотрудников требовали больших финансовых вложений. К тому же Михаил мечтал о полной автоматизации: чтобы заказы формировались и сразу же отправлялись клиенту.

Смотрите
видеоотзыв



Minishopogolik.ru как интернет-магазин

Было решено отдать логистику на аутсорсинг в компанию IML. Услуга фулфилмента включала всё необходимое для доставки последней мили:

- **Ответственное хранение**

Товар размещается на оборудованных стеллажах согласно артикулам. При необходимости интернет-магазин может легко изменить количество товарных ячеек. Это позволяет легко масштабироваться и, наоборот, не переплачивать за пустующие площади.

- **Комплектация заказа**

После получения новой заявки сотрудник склада подбирает товары по артикулам, упаковывает заказ по стандартам компании и оперативно передает на доставку.

- **Забор товара от поставщика**

По заявке курьеры компании пополняют товарные запасы напрямую от поставщиков. А с услугой кросс-докинга могут скомплектовать заказ, минуя складские операции — это сокращает время.

- **Непосредственно доставка**

Интернет-магазин получил возможность обслуживать клиентов по всей России и Казахстану. Больше не нужно было ехать в частную квартиру, IML предоставили все виды доставки: курьером лично в руки, в 1500+ пунктов выдачи, а с недавних пор — и в широкую сеть постаматов в Москве и Санкт-Петербурге.

Minishopogolik.ru как интернет-магазин

Услуга фулфилмента стала их конкурентным преимуществом. Передача заказа от обычного магазина на склад, как правило, занимает один день. Так как все товары Minishopogolik.ru уже находятся у IML, есть возможность сэкономить время. **В итоге для многих заказов стала доступна доставка в тот же день.**

В фулфилмент входят и все стандартные сервисы IML. Клиенты могут оплатить заказ при получении, а денежные средства поступят на счет интернет-магазина уже на 5 день. Если же товар не подошел, **можно оформить как полный, так и частичный возврат.** Для покупателей Minishopogolik.ru важна и возможность примерки: специальными комнатами оборудованы многие пункты выдачи, а в курьерскую доставку включено время ожидания.

После заключения договора команда интернет-магазина начала API-интеграцию сайта с IT-системами IML. После внедрения нужных методов стал **доступен автоматический расчет стоимости отправки** в зависимости от веса и габаритов позиций в заказе, типа доставки и города назначения.

Minishopogolik.ru как интернет-магазин

В итоге Minishopogolik.ru частично достигли цели — **компания автоматизировала бизнес-процессы**, связанные с логистикой. Менеджеры и собственник временно перестали участвовать в этом процессе.

Сейчас интернет-магазин вернулся к взаимодействию с покупателями. Minishopogolik.ru поняли, что обратная связь — важная составляющая клиентского сервиса. Бизнес растет и открывает возможности для других брендов: команда привлекает партнеров и планирует развивать площадку по модели маркетплейсов. В ответ на активное расширение IML закрывает потребности бизнеса в логистике.

2. Ключевые тренды и важнейшие события



Основные тренды 2020 года

Как и во многих других областях экономики, важнейшим событием стала пандемия. Возникли факторы, влияние которых будет ощущаться в течение ближайших лет.

- Увеличилось количество интернет-покупателей. Только первые три месяца карантинных ограничений привели в онлайн-торговлю не менее 10 миллионов новых покупателей.
- 5-7 млн людей люди перешли на удаленную работу, которая позволяет жить вне крупных городов — в пригородах или небольших населенных пунктах. Это стимулирует развитие региональной логистики.
- Повышение требований к безопасности снизило количество походов в оффлайн-магазины. Это привело к существенному росту FMCG, в том числе продуктов питания, — в 4,3 раза в первой половине 2020 года. Появился спрос на бесконтактную доставку.

Рост определенных товарных категорий

Весной 2020 резко вырос спрос на некоторые товарные категории: помимо FMCG и продуктов это товары для дома, товары для ремонта и строительства.

Рост спроса на эти товарные категории влечет за собой развитие новых логистических моделей. В частности, суперсрочной (меньше, чем за час) доставки и доставки крупногабарита.

Необходимость логистики для оффлайн-бизнесов

Доставка и возможность заказа онлайн стали необходимы для тех бизнесов, которые раньше обходились без них.

Ещё одно следствие пандемии, затронувшее самые разные компании: крупные офлайн-бренды, розничные сети, рестораны, производственные компании стали работать D2C. Если раньше эти компании могли рассматривать интернет только как дополнительный канал или в принципе строить чисто оффлайн-бизнес, то в 2020 году из-за локдаунов интернет-продажи вышли на первый план.

Исследование:

Значение доставки для ресторанного бизнеса

Стратегические партнерства

**Есть тренды, не связанные с пандемией.
Во всех сегментах логистики для электронной
коммерции заметен тренд на объединение и
коллаборации.**

Требования к качеству и скорости услуг постоянно растут, и, чтобы соответствовать ожиданиям и не терять темп, компаниям нужно использовать партнерские ресурсы и инфраструктуру. Это подразумевает более сложные модели сотрудничества, чем просто подключение разных служб и способов доставки к магазинам. Например, партнерство логистических компаний и ритейлеров, на площадях которых можно размещать ПВЗ и постаматы, или объединение курьерских служб и фулфилмент-операторов, которое дает возможность контролировать все звенья логистической цепочки.

Среди наиболее заметных партнёрств и объединений последнего времени — покупка компанией Pick Point постаматов Qiwi, покупка фулфилмент-оператором Бета ПРО курьерской службы Top Delivery, начало сотрудничества Wildberries с логистическими операторами. Подробнее см. слайды [29](#), [30](#) и [67](#).

Увеличение значимости маркетплейсов

Крупнейшие маркетплейсы — Ozon, Wildberries, Яндекс.Маркет — создают новые возможности для магазинов и производителей.

Это касается, например, доставки в регионы, использования широко развитых сетей ПВЗ и постаматов, фулфилмента. Для множества маленьких магазинов и производителей без сотрудничества с маркетплейсами было бы невозможно организовать доставку в другие регионы самостоятельно, причем в самом начале работы.

Сдерживающий фактор для магазинов — это зависимость от маркетплейса, когда магазин может оказаться в такой ситуации, что не может даже повлиять на цену на свой товар.

Развитие сетей ПВЗ и постаматов

Все крупные игроки продолжают развивать сети ПВЗ и постаматов. Размеры самых больших сетей превышают уже десять тысяч точек.

Помимо увеличения количества объектов, благодаря партнерствам между компаниями увеличивается среднее количество операторов пункта выдачи. Появляются и новые типы ПВЗ, например на базе магазинов.

Главные события

Дата	Участники	Событие
декабрь 2019	PickPoint	Выкупила сеть постаматов Qiwi (ИСТОЧНИК)
январь 2020	Ozon	Ozon становится логистической платформой. Большую часть заказов доставляют партнеры, а не собственные курьеры (ИСТОЧНИК)
с февраля 2020		Нарушение логистических цепочек, связанных с поставками из Китая
с марта 2020		Снижение грузопотока в целом: уменьшение количества пассажирских бортов, закрытие границ
апрель 2020	Делимобиль	Каршеринг вышел на рынок доставки. Партнерство между Делимобилем и Пятерочкой (ИСТОЧНИК)
апрель 2020		Появление бесконтактной доставки
май 2020	Почта России	Почта России занялась доставкой лекарств (ИСТОЧНИК)

Главные события

Дата	Участники	Событие
июль 2020	ВсеИнструменты.ру	PNK Group и «ВсеИнструменты.ру» заключили сделку о строительстве в Домодедово складского комплекса площадью 182 000 м ² . Это крупнейшая сделка на складском рынке России (ИСТОЧНИК)
август 2020	Почта России	Подписание соглашения о создании в Татарстане первой в России пилотной бондовой зоны (ИСТОЧНИК)
август 2020	Wildberries	Маркетплейс начал работу по модели FBS (fulfilment by seller) — то есть разрешил поставщикам продавать товары с собственных складов (ИСТОЧНИК)
август-сентябрь 2020	Яндекс	Объединил курьеров разных сервисов в общую систему доставки и выделил направление доставки в отдельную вертикаль (ИСТОЧНИК) Запустил экспресс-доставку товаров со складов Яндекс.Лавки (ИСТОЧНИК)
сентябрь-ноябрь 2020	Wildberries, 5Post, PickPoint, СберЛогистика, Почта России	Wildberries начал сотрудничество с логистическими компаниями и ритейлерами в области доставки и выдачи заказов — в том числе заключены соглашения с 5 Post, Сберлогистикой, PickPoint, Почтой России. До этого Wildberries обеспечивал свою логистику полностью своими силами (ИСТОЧНИК)
декабрь 2020	PickPoint	PickPoint запускает доставку от физического лица к физическому лицу через свою сеть постаматов (ИСТОЧНИК)

dalli
доставляет

Полный цикл логистических услуг от «Первой мили» до экспресс-доставки в течение 3-х часов.



Доставка по Москве, Санкт-Петербургу и областям.



Круглый год с 9 до 24.



Без выходных, без наценок, без задержек.



Ежедневный возврат денежных средств*



Доставка по всей МО - 290р за 1кг.



Ежедневная поддержка по телефону с 9 до 22.



Доставка по России через партнёров.



dalli-service.com

+7 (495) 646-86-82

Как пандемия сказалась на службе доставки Dalli

2020 год надолго останется в памяти, поскольку произошедшие события, связанные с пандемией, стали определенной точкой невозврата к привычной жизни. Бизнес-среду в том числе сильно пошатнуло от происходящего, для каких-то сфер деятельности пандемия выступила в качестве драйвера роста, возможности проверить себя и свои силы. А для кого-то, наоборот, — временем небывалого спада и кризиса, когда приходится терпеть колоссальные убытки.



«И никто не был к этому готов в должной степени, вернее, никто не предполагал, что всё будет настолько глобально и длительно. Мы не задумывались об этом в январе, когда появились заболевшие в Китае, продолжали работать в прежнем режиме. Даже начальный этап локдауна прошел для нас весьма спокойно. Не было никаких предпосылок к тому, что необходимо что-то менять и перестраивать. Но потом случился рост практически в 6 раз. Стало очевидно, что настала пора глобальных изменений не завтра, а буквально сейчас»

Коммерческий директор Ольга Древаль, Dalli.

Изменения в операционном блоке

«Абсолютно логично, что в период пандемии, когда людей закрыли дома, количество заказов из интернет-магазинов росло с каждым днем. Это еще одна проблема, которую пришлось решать в срочном порядке, — резко возросшие объемы, которые мы не планировали. Надо было закрывать кадровые вопросы, поскольку наших курьеров не хватало. С этим не возникло больших сложностей, в тот период экономическая ситуация в стране диктовала свои правила, людей повально сокращали. Но помимо этого необходимо было вносить изменения в логистический блок, для того чтобы справиться с возросшим количеством заказов, оптимизировать весь рабочий процесс»

Коммерческий директор Ольга Древаль, Dalli.

Компания в сжатые сроки ускорила разработку решений для маршрутизации. Работа с возвратными заказами была переведена в другой блок складской логистики, а в скором времени выделена в отдельный бизнес-процесс. Было принято решение не замерять объемы, а считать только физический вес заказа. Под крупногабаритные товары были выделены отдельные складские площади. Всё это помогало сокращать время приема заказов. Увеличили количество складских помещений, поскольку имеющиеся в наличии не справлялись с объемами.

В период пандемии служба доставки Dalli протестировала процесс самостоятельной инкассации курьерами на карты, привязанные к счету компании, что позволило снизить нагрузку на кассу и склад в утренние часы.

Колл-центр уехал из Москвы

Как и любая компания, Dalli столкнулась с рядом сложностей. В первую очередь нужно было предпринимать действия относительно колл-центра. КЦ находился в Москве на тот период времени, при возросших объемах и на этапе бурного роста сильно увеличились расходы, себестоимость обработки звонка выросла до критических цифр. Компания не могла себе этого позволить.



Было принято решение перевезти контактный центр в один из городов Приволжского федерального округа. Зарботная плата оператора в том регионе значительно ниже по сравнению с московской. Тем самым компания получила возможность сократить издержки практически в два раза. Но руководство Dalli решило сделать ставку на повышение качества и нарастить количество операторов на линии для увеличения скорости обработки входящих запросов. Что в итоге позволило оставить затраты на КЦ на прежнем уровне, но численность операторов увеличилась в два раза.

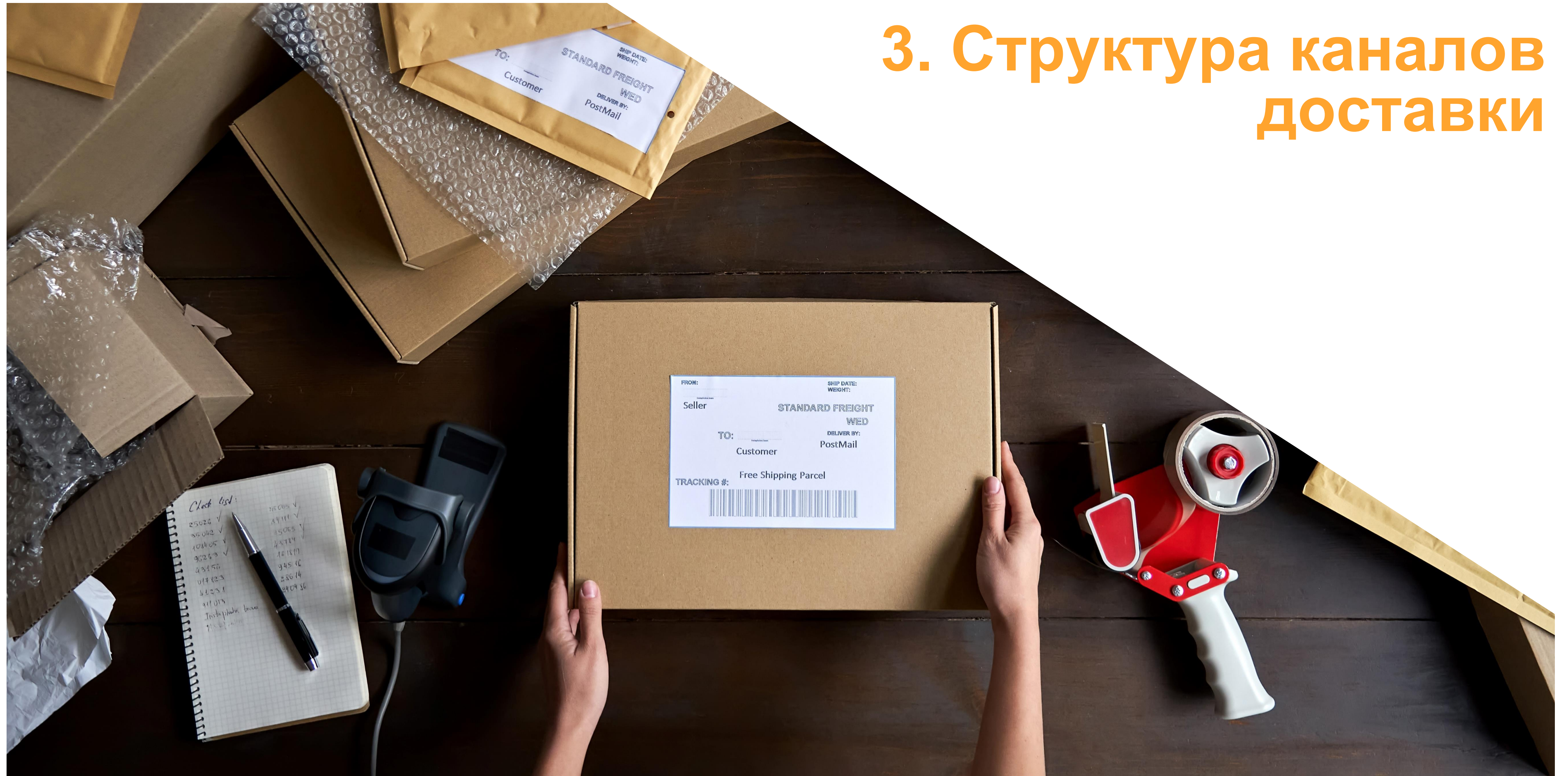
✓ В кризис могут появляться новые услуги и продукты

Служба доставки Dalli в короткие сроки смогла сформировать и представить рынку новую услугу — доставку из оффлайн-магазинов. Доставка Ship from Store позволила клиентам интернет-магазинов получать свои заказы из ближайших к ним оффлайн-точек в течение трех часов. А интернет-магазинам, в свою очередь, использовать собственные торговые точки в качестве локальных складских помещений.

«Подобные ситуации — отличная проверка на прочность, возможность понять, насколько ты или твоя компания обладаете гибкостью, умеете адаптироваться и подстраиваться, готовы быстро меняться. Все представители топ-менеджмента компании участвовали в принятии решений, не было споров, конфликтов, просто понимали, что нужно действовать слаженно и в формате диалога. И у нас получилось. Не было мыслей о том, что любое неверное движение может привести к краху. Но решения зачастую принимались стихийно. Жили по принципу — «будет день — будет пища». Пандемия продолжается, пока непонятно, когда всё это завершится. Тем не менее, подводя итоги 2020 года, могу с уверенностью сказать, что компания показала сумасшедший рост по сравнению с предыдущими периодами. В марте, апреле и мае объемы выросли в 6 раз, в остальные месяцы был трехкратный рост»

Коммерческий директор Ольга Древаль, Dalli.

3. Структура каналов доставки



Объемы разных каналов доставки

Каналы доставки	2020 Н1, млн посылок	2020 Н1, доля	2019 Н1, млн посылок	2019 Н1, доля
Почта России	49	12,5%	44	16%
Логистические компании, ВСЕГО	94	24%	63	24%
до двери	42	11%	27	10%
в ПВЗ и постаматы	52	13%	36	14%
Собственные службы, ВСЕГО	131	34%	96	36%
до двери	22	6%	17	6%
в ПВЗ и постаматы	109	28%	79	30%
Wildberries, ВСЕГО	116	30%	65	24%
до двери	12	3%	11	4%
в ПВЗ и постаматы	104	27%	54	20%
ВСЕГО	390		268	

Изменение популярности разных каналов

В первой половине 2020 доля Почты России уменьшалась, доля Wildberries росла.

- Доля курьерской доставки у логистических компаний немного выросла (на 1 п. п.) — в первую очередь вследствие карантинных ограничений и появления бесконтактной доставки.
- У Wildberries соотношение доставки до двери и в ПВЗ или постаматы установилось в конце 2019 года и с тех пор практически не меняется: 10% до двери, 90% в ПВЗ.

✓ Доставка до двери в крупных городах

Доля заказов «до двери» в первой половине 2020 года в крупных городах в среднем на 9% больше, чем в 2019 году.

Самая большая доля заказов до двери — в Москве, Санкт-Петербурге и Казани.

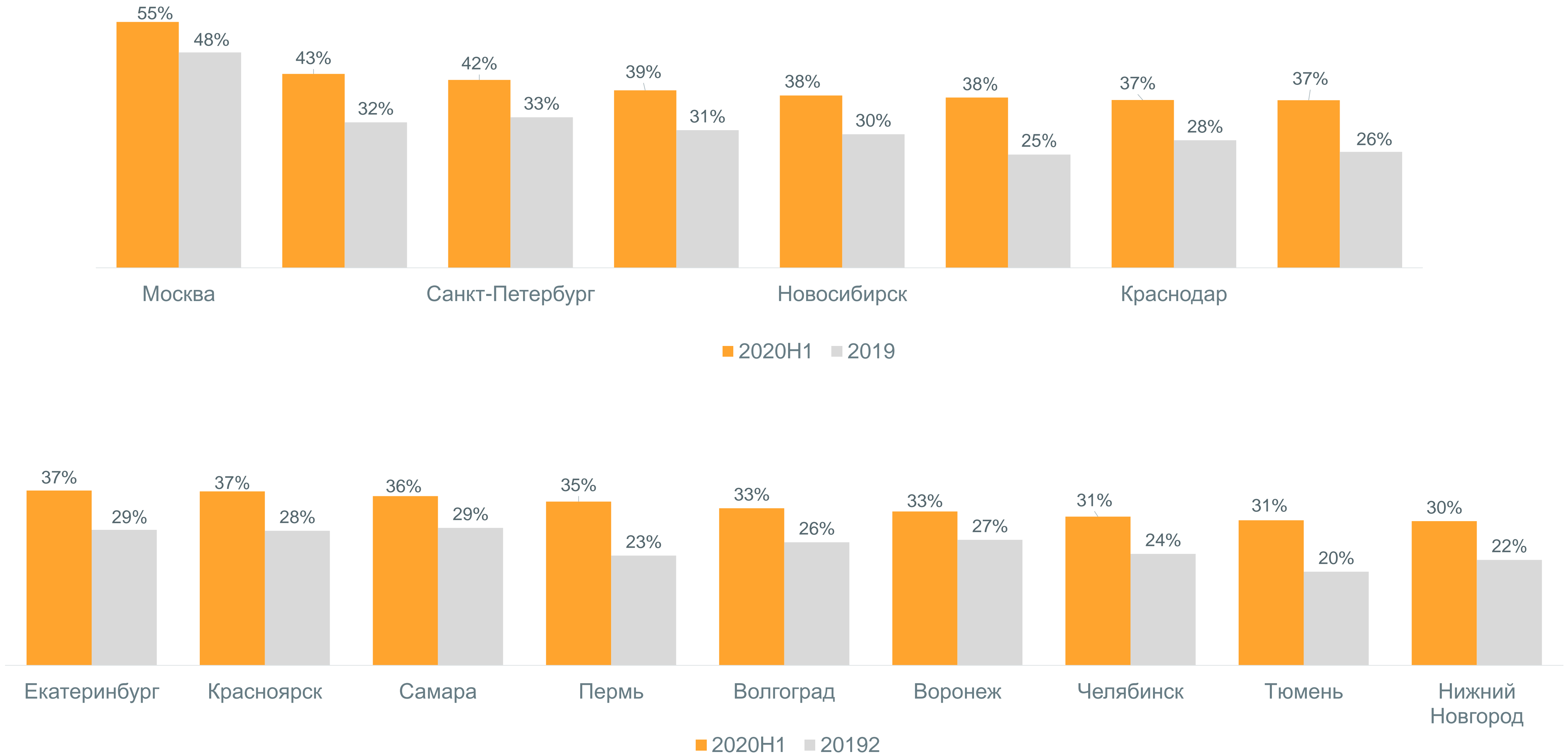
В целом доставка до двери сильнее распространена в больших городах (диаграмма на следующем слайде).

Исследование:

Данные отчетов серии
«География доставки
интернет-магазинов»

Доставка до двери в крупных городах

40



✓ Доставка в ПВЗ в крупных городах

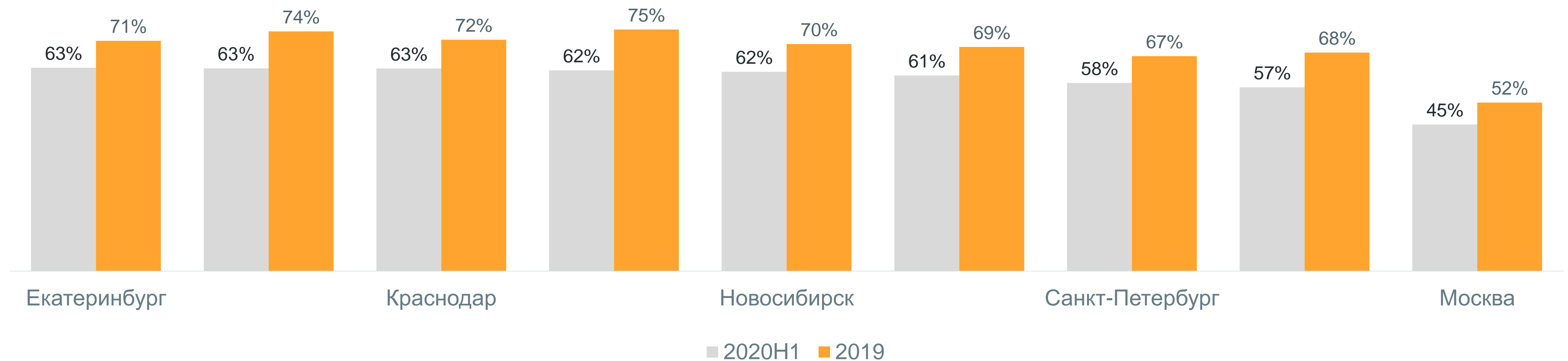
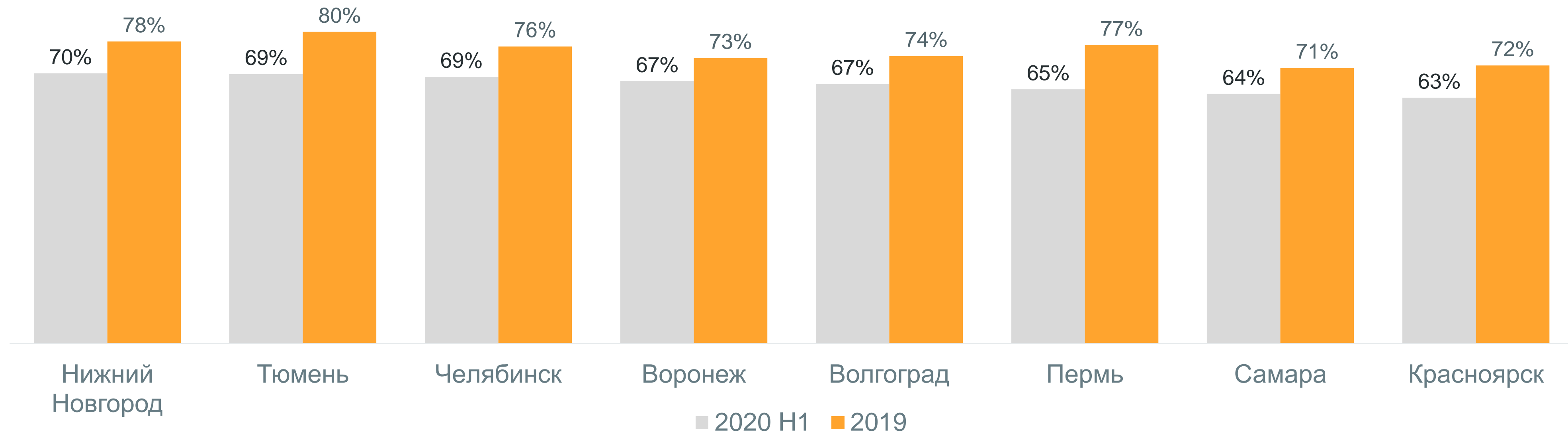
Доля заказов в ПВЗ в первой половине 2020 года немного снизилась по сравнению с 2019.

Самая большая доля заказов, оформленных с доставкой в ПВЗ, приходится на Нижний Новгород, Тюмень и Челябинск (диаграмма на следующем слайде).

Исследование:

Данные отчетов серии
«География доставки
интернет-магазинов»

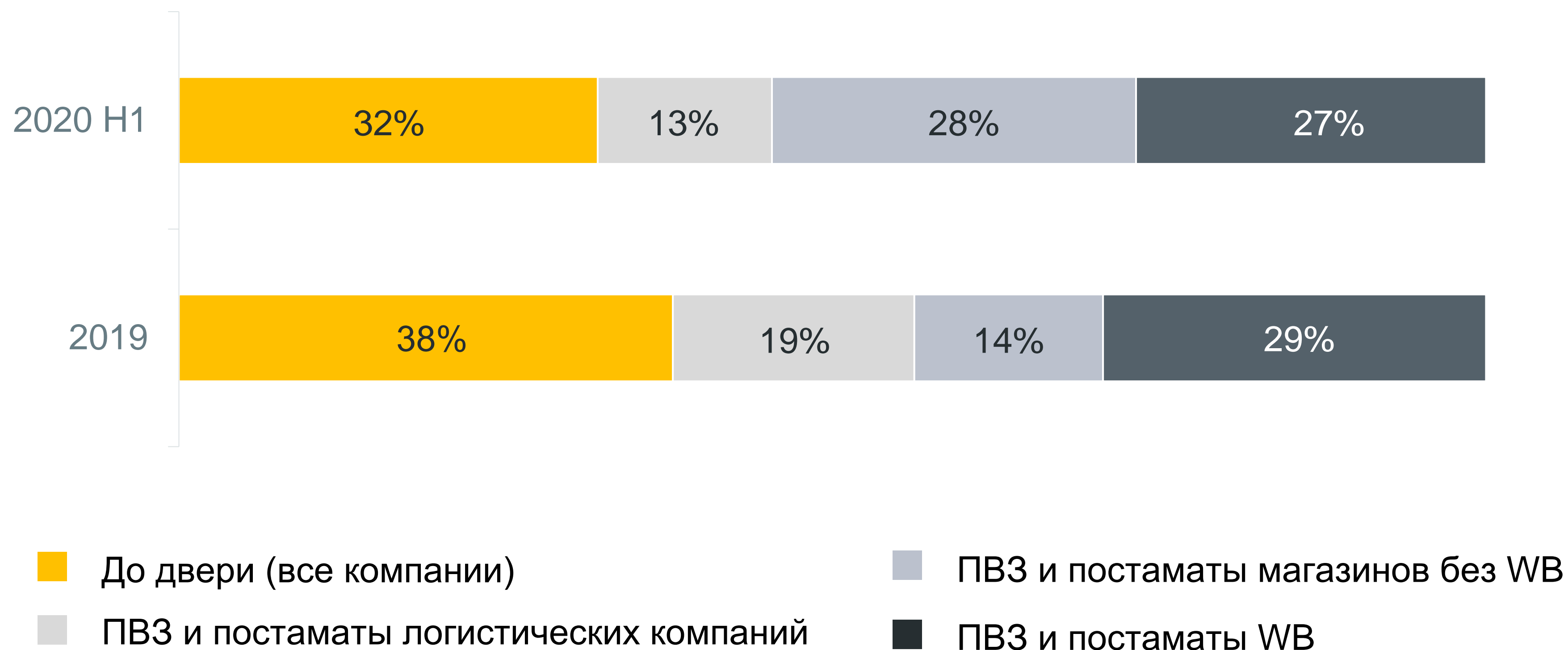
Доставка в ПВЗ в крупных городах



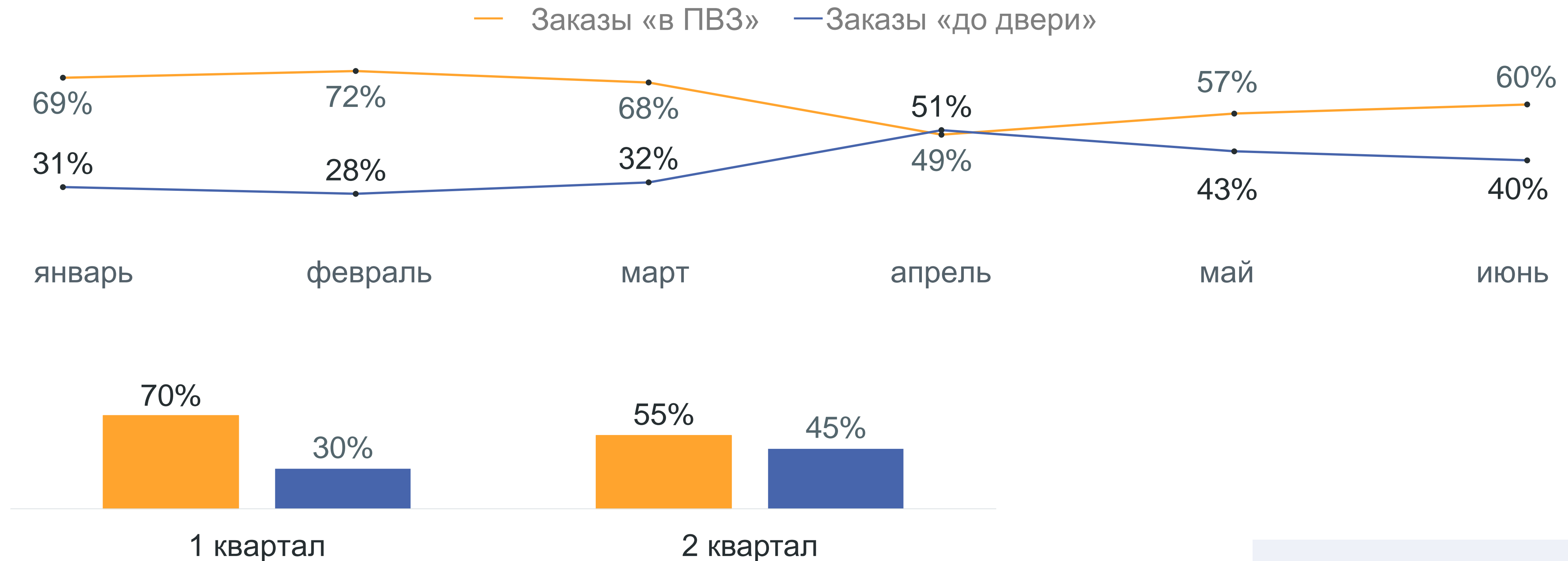
ПВЗ и постаматы остаются самым популярным каналом доставки.

По оценке Data Insight, в первой половине 2020 через ПВЗ и постаматы было получено 68% всех посылок.

Лидер рынка, Wildberries, доставляет через ПВЗ 90% всех посылок.



Влияние пандемии на каналы доставки, 2020 H1



В первом квартале 2020 года доли заказов «в ПВЗ» и «до двери» были на уровне 2019 года, но в апреле — в связи с самоизоляцией — доля заказов, оформленных на дом, превысила долю заказов в ПВЗ.

Исследование:

Данные отчетов серии «География доставки интернет-магазинов»

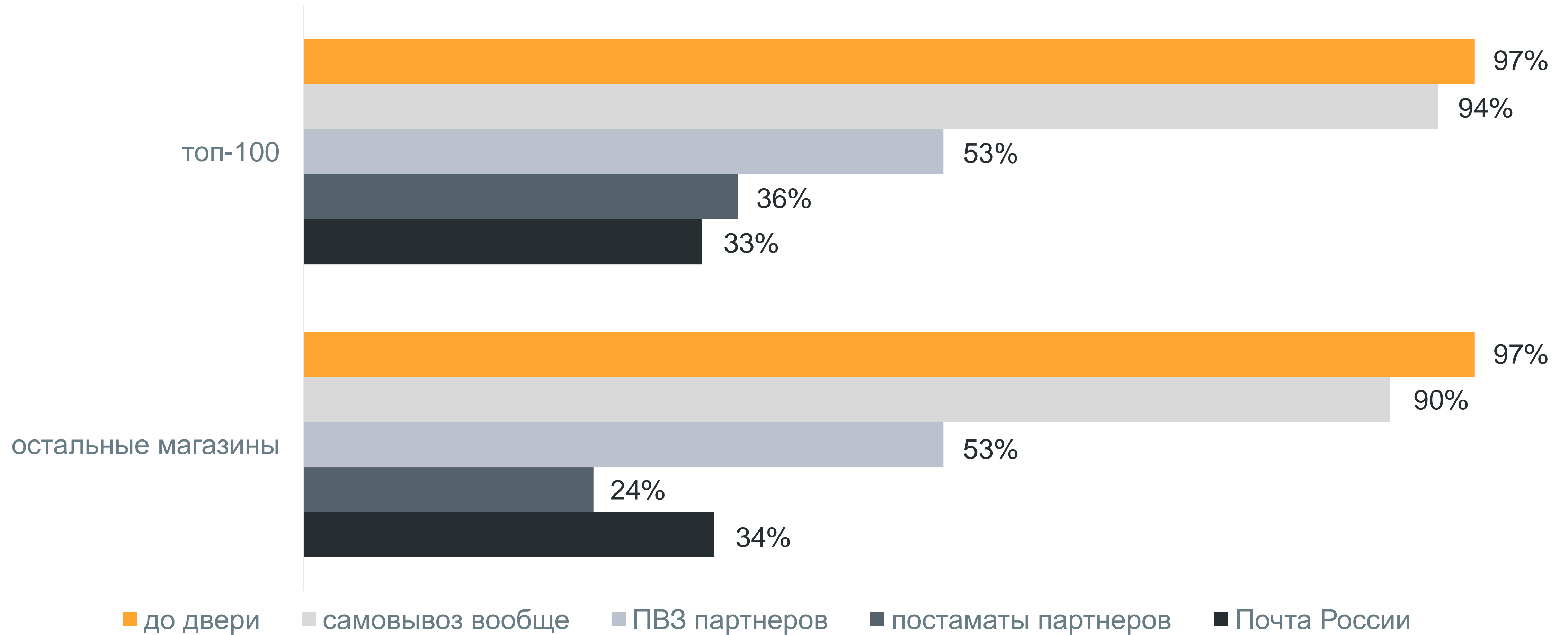
✓ Распространенность каналов доставки у магазинов

Стандарт для магазинов — это курьерская доставка и возможность забрать товары самовывозом, по крайней мере, каким-либо способом (не только из ПВЗ, но и из самого магазина, со склада или из шоу-рума).

Доставка до двери есть у 97% магазинов, а возможность забрать заказ самостоятельно из партнерского ПВЗ, своего оффлайн-магазина или со склада — в 94% крупнейших магазинов и в 90% остальных. Только курьерскую доставку предлагают, как правило, магазины, большая часть ассортимента которых относится к крупногабариту — например, шины и диски, мебель, крупная бытовая техника. Только самовывоз бывает доступен у интернет-аптек.

Доставка в ПВЗ партнера есть у 53% магазинов. Доставка в постаматы есть у 64% крупнейших магазинов и у 24% остальных.

Распространенность каналов доставки у магазинов





промокод*:
DATA2020

* Промокод действует до 01.03.2021

Надежная доставка для интернет-магазинов

- Отправка заказов в день подключения. Просто зарегистрируйтесь на сайте boxberry.ru.
- Широкая география: все регионы России, Казахстан, Беларусь, Киргизия.
- Оперативное перечисление денежных средств: ежедневно, еженедельно, подекадно.
- Удобный личный кабинет и API-сервисы. Бесплатные модули для популярных CMS.

Зарегистрируйтесь и начните отправки до 01.03.2021, и получите

25% СКИДКУ

на базовый тариф на 30 дней

Простое подключение в личном кабинете на сайте boxberry.ru

Ритейлеры массово выходят в онлайн

Чем меньше магазин, тем меньше у него средств на привлечение клиентов.

Пандемия изменила российскую торговлю и значительно ускорила переход ритейлеров в онлайн. Оффлайн-продажи просели у всех сегментов, но больше всего пострадали те, кто вообще не использовал интернет-канал. Сейчас онлайн будут активно осваивать не только продавцы, от крупных до микро-бизнесов, но и производители.

Очевидно, что битва за покупателя в ближайшие годы переносится на просторы интернета. Продавать в Сети придется всем, кто хочет оставаться на плаву. Основной прирост игроков происходит уже не за счет столицы: доля малых онлайн-ритейлеров из регионов, доставляющих заказы с Vohberry, в этом году составила 61%.

С ростом конкуренции борьба за клиента для интернет-магазинов усложнилась.

С одной стороны, потенциальных клиентов стало больше: продавать можно во все регионы, также появилась удобная доставка из России в страны СНГ. С другой, многим магазинам нужно научиться использовать все имеющиеся ресурсы для привлечения и удержания покупателей, чтобы максимально удешевить контакты. Ведь для малого бизнеса стоимость привлеченного клиента — один из самых критичных факторов. При этом интернет-магазин уже оплачивает услуги логистической компании. И кроме транспортировки заказов может использовать ресурсы партнера для роста клиентской базы и продаж. Рассмотрим, за счет чего это можно сделать.

География, сеть и сроки

Какие ресурсы логистики влияют на рост клиентской базы и числа заказов?

Регионы стали не только больше продавать, но и чаще покупать.

По данным Voxberry:

онлайн покупателей

64%

Регионы

24%

Москва

12%

Московская область

интернет-заказов

20%

Москва

11%

Московская область

Более 60% клиентов интернет-магазинов — это региональные покупатели. Лидерами по числу получателей стали Санкт-Петербург, Краснодарский край, Свердловская область, Татарстан, Нижегородская, Самарская, Ростовская и Челябинская области.

Поэтому одним из источников постоянного прироста клиентской базы становится растущая логистическая сеть. Чем больше городов обслуживает партнер, тем лучше для интернет-магазина — больше клиентов из региона будет охвачено. Например, у Voxberry сейчас уже более 4000 отделений в 650 городах, сеть растет еженедельно. Курьерская доставка доступна в 1600 населенных пунктах.

География, сеть и сроки

Еще один важный нюанс — количество точек в конкретном городе: при увеличении покрытия снижается количество невыкупленных заказов. Не секрет, что в России покупатели до сих пор тяготеют к покупкам с оплатой при получении. Отказаться от неоплаченного товара на стадии доставки гораздо проще. Именно это и происходит, когда клиенту неудобно по каким-то причинам получить свою покупку, например, когда ПВЗ далеко или у него неудобный график работы. Так, чтобы минимизировать процент невыкупа, Voxberry расширяет сеть во всех городах присутствия, покрывая все районы. За последние несколько лет в Москве число ПВЗ увеличилось с 12 до 642, в Санкт-Петербурге — с 7 до 349, в Казани — с 2 до 54, в Екатеринбурге — с 3 до 90, в Краснодаре — с 8 до 64, в Нижнем Новгороде — с 6 до 71 и т.д. Пересматриваются графики работы: все больше пунктов выдает заказы в выходные дни, дольше работает по вечерам.

Увеличивается количество заказов при сокращении сроков по направлению: например, при ускорении доставки из Ростова-на-Дону в Краснодар, прирост заказов через 2 месяца составил 51%, в Симферополь — на 66%, а из Москвы в Калининград — на 16%.

Также хорошо использовать акции с доставкой в качестве маркетингового инструмента. Так, бесплатная доставка при определенном пороге позволяет увеличивать средний чек заказов, а акция с бесплатной доставкой может увеличить число покупок до 89% (в зависимости от товарной категории), а также привлечь новых клиентов (по результатам одной из акций партнера Voxberry, 57% из оформленных в это время заказов были сделаны новыми клиентами).

Что предусмотреть на случай неожиданных изменений?

Как показал этот год, в экстренной ситуации важную роль по удержанию клиентов и уровня продаж играет последнее звено логистической цепочки. Если «последняя миля» оказывается недоступной, то падает не только процент выкупа, но и доверие к интернет-магазину, а значит, и количество повторных продаж.

Минувшей весной большинство предпринимателей столкнулись с необходимостью запуска онлайн продаж. При этом и доставку всем нужно организовать быстро (желательно вчера), масштабно (сразу во все регионы) и просто (без построения схемы с нуля и серьезных IT-доработок). Даже крупному бизнесу это сложно реализовать собственными силами. Нужен надежный логистический партнер с готовыми решениями и подключением за час-два.



Экстренный план

Также логистическая компания должна обладать гибкостью, чтобы моментально реагировать на изменение ситуации. К примеру, когда ограничительные меры парализовали работу всех торговых центров, многие пункты выдачи оказались закрыты. В такой ситуации Voxberry, скажем, организовала доставку посылок из закрытых пунктов выдачи, и таким образом решила проблему, обеспечив интернет-магазинам сохранение выручки. Если самовывоз — единственный способ доставки у партнера, это серьезно сказывается как на доступности доставки для клиентов интернет-магазина, так и на объемах выкупа. Идеально, если с партнером можно работать в «одно окно», то есть, когда есть и самовывоз, и курьерская доставка, и предпочтовая обработка. При этом служба — это не агрегатор, и вы можете использовать разные каналы напрямую без посредников.



- 1 Предоставьте клиентам выбор. При переходе в онлайн важно подключить максимально возможное разнообразие способов доставки.
- 2 Работа в «одно окно» позволит высвободить время на другие бизнес-процессы, в частности — на привлечение новых покупателей.
- 3 Грамотно используйте все ресурсы логистического партнера. Это поможет не только быстро расширить географию продаж, но и масштабировать клиентскую базу, а также увеличить количество заказов.



4. Сети ПВЗ и постаматов



Развитие сетей ПВЗ и постаматов

Сети ПВЗ и постаматов — один из самых интересных сегментов рынка, который бурно развивается последние несколько лет.

- Свои сети развивают логистические компании, маркетплейсы, ритейлеры. Большинство сетей состоит из собственных и партнерских точек. Практически все игроки в 2020 увеличили размеры сетей в 2-3 раза.
- Wildberries, который до 2020 года использовала только собственные ПВЗ, в 2020 году изменил модель работы и подключил партнерские пункты и постаматы. Это позволило достичь размера более чем 20 тысяч точек (без учета Почты России).
- Другие крупные сети принадлежат Ozon, 5Post (постаматы и выдача на кассе магазинов «Пятёрочка»), PickPoint (ПВЗ и постаматы).

Общий размер сети

Data Insight оценивает суммарное количество различных точек (с разными адресами), в которых покупатели могут получить заказ, более чем в 50 тысяч.

Больше половины (54%) пунктов сотрудничают с разными компаниями — это более распространенная сейчас на рынке ситуация, чем предложение «уникальной» точки, с которой работает только один логист или магазин. В среднем на один адрес приходится 1,8 операторов.

Растет не только количество ПВЗ и постаматов, но и договоренностей. По данным на весну 2019 года, только 34% адресов использовались более чем одной компанией.

Крупнейшие сети ПВЗ и постаматов

Логистические компании**

PickPoint	10 700+
DPD**	4 000+
Voxberry	3 900+
CDEK	2 500+
IML	2 400+

Магазины и маркетплейсы*

Wildberries	20 000+
Ozon	12 100+

Почта России

42 000+

Ритейл

5Post	11 000+
Связной	3 000+
Обувь России	1 700+

СберЛогистика

2 500+
на базе отделений
Сбербанка

Аптеки

Вита (Самара)	17 500+
АСНА	11 300+
Имплозия	3 100+
Ригла	2 950+
Планета здоровья	1 800+

* Свои и партнерские точки

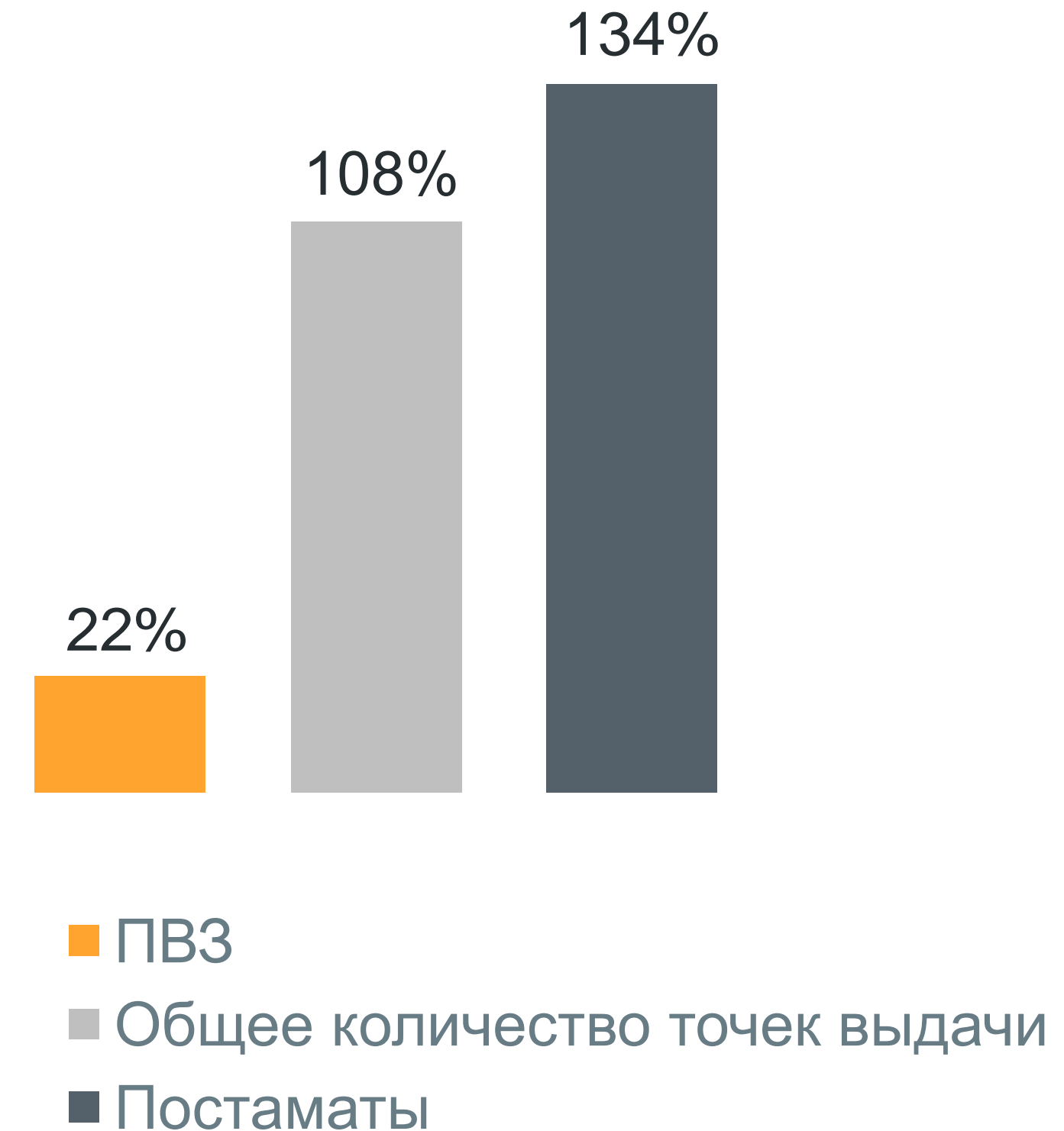
** Свои и партнерские точки, без учета Почты России

Динамика

За период с мая 2019 по сентябрь 2020 количество пунктов выдачи и постаматов с разными адресами выросло на 47%*.

Суммарное количество точек выдачи, которые предлагают компании, увеличилось на 108%, то есть развиваются не только сети, но и партнерства между логистическими операторами.

Объемы постамадных сетей растут быстрее, чем сетей ПВЗ. Количество ПВЗ увеличилось на 22%, а постамадов — на 134%.



* Без учета ритейловых пунктов выдачи

Расположение ПВЗ и постаматов

В городах расположены 92% всех точек. На Москву и Московскую область приходится 24% объектов, на Санкт-Петербург и Ленинградскую область — 8%.



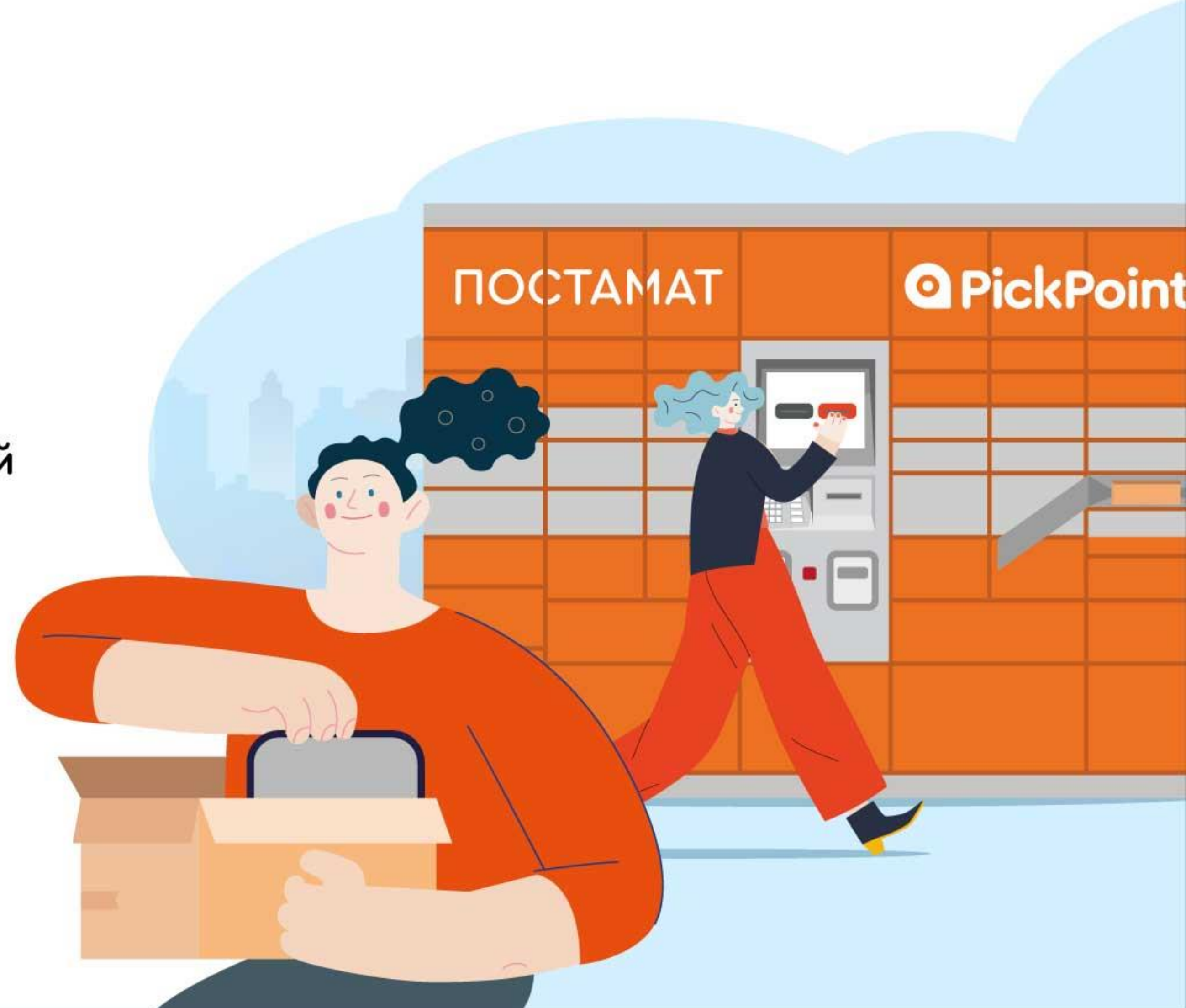
Подключайте бесконтактную доставку PickPoint – покупатели предпочитают самовывоз!

- ✓ Выдача онлайн заказов через постаматы и ПВЗ
- ✓ Услуга возврата неподошедших товаров в интернет-магазин
- ✓ Шаговая доступность точек
- ✓ Бесконтактное получение посылок
- ✓ Удобное мобильное приложение для получателей
- ✓ Возможность сдачи груза в ближайший постамат
- ✓ Интеграция через основные CMS системы и компании интеграторы

11 500
постаматов
и пунктов выдачи

13 000 000
уникальных
пользователей

657
населенных
пунктов



5. Фулфилмент



Оценка рынка

15 млрд рублей и 65 млн отправок — оценка рынка фулфилмента в 2019 году.
27,5 млрд. рублей и 109 млн отправок — прогноз Data Insight на 2020 год.

Рост в 2020 году по сравнению с 2019 составил 40%.

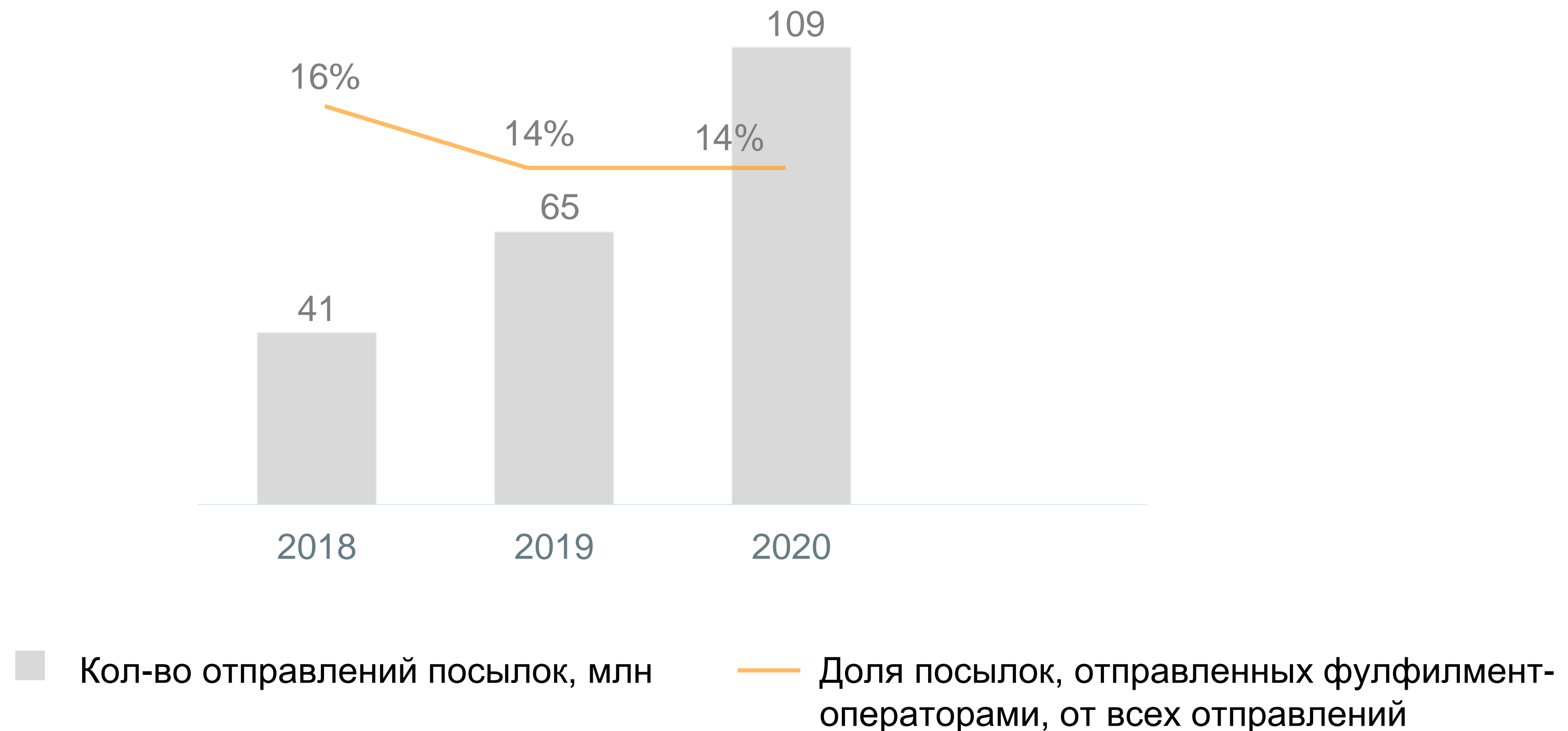
Оценка рынка включает фулфилмент для интернет-магазинов и модель работы с маркетплейсами, при которой товары размещаются не на складе маркетплейса (FBS). Оценка не включает собственный фулфилмент маркетплейсов, когда для продажи на Беру (Яндекс.Маркете), Озоне или Wildberries магазины и производители размещают товары на их складах, потому что эта модель не позволяет реализовывать продукцию по каким-либо другим каналам.



* Прогноз, сделанный Data Insight в конце 2020 года

Изменение за два года

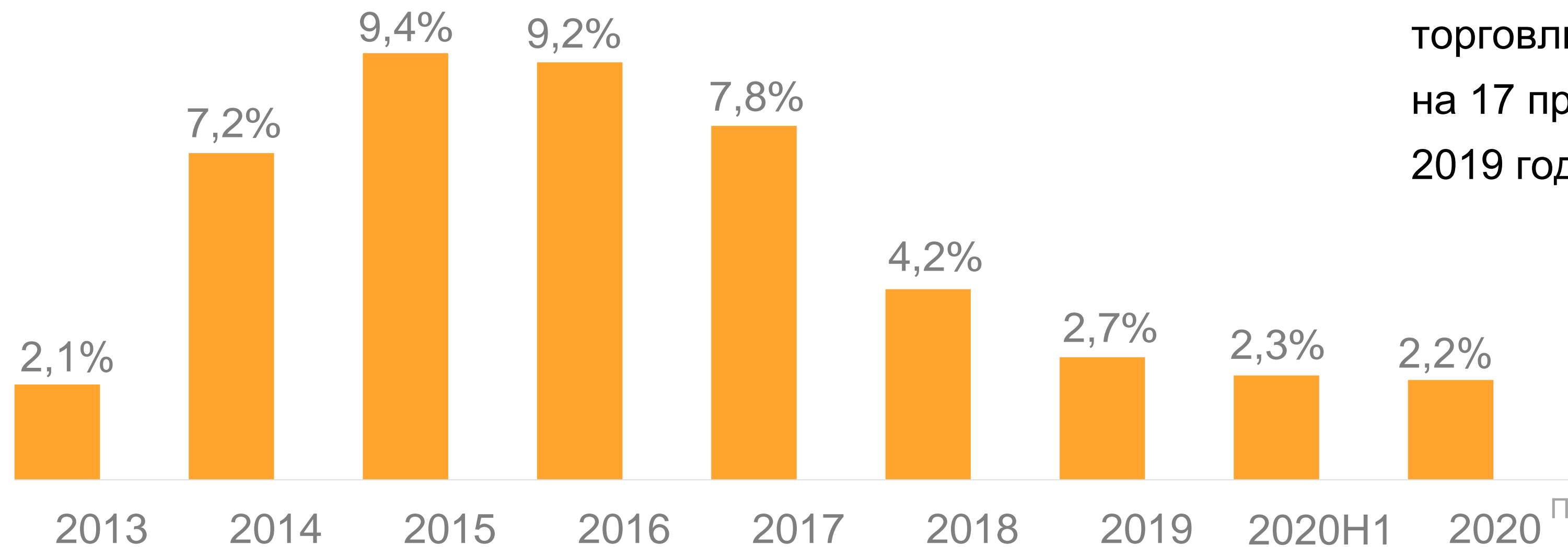
Количество посылок за два года изменилось на 165%, CAGR — на 63%.



Динамика складских площадей

По данным агентства Knight Frank, доля свободных площадей в складской недвижимости снижалась всё первое полугодие 2020, и есть тенденция к дальнейшему снижению.

24% от общего объема сделок в первом полугодии пришлось именно на представителей электронной торговли. Доля сделок в этом сегменте возросла на 17 процентных пунктов по сравнению с концом 2019 года.



Исследование
Knight Frank:

Рынок складской
недвижимости
Москвы

Примеры новостей о развитии складской инфраструктуры

Дата	Компания	Новость
август 2020	Wildberries	Открытие крупнейшего регионального распределительного центра — в Татарстане. (ИСТОЧНИК)
апрель 2020	Marschroutе	Открытие третьего фулфилмент-комплекса в Подмосковье. Общая площадь складов достигла 70 000 м ² . (ИСТОЧНИК)
июль 2020	ВсеИнструменты.ру	Соглашение о строительстве склада в Домодедово, площадь — 182 000 м ² . (ИСТОЧНИК)
март 2020	Arvato	Открытие нового склада в Ярославле. (ИСТОЧНИК)
ноябрь 2019	Беру (Яндекс.Маркет)	Открытие третьего собственного логистического комплекса — в Софьине. Площадь — 40 000 м ² . (ИСТОЧНИК)
октябрь 2019	DPD	Открытие нового терминала в Подмосковье. Он становится северным распределительным центром DPD. (ИСТОЧНИК)
август 2019	Wildberries	Увеличение площади складского центра в Подольске. (ИСТОЧНИК)
июль 2019	Pony Express	Расширение складов в Москве, Санкт-Петербурге и Краснодаре. Речь идет об аренде нового склада в Краснодаре и аренде дополнительных блоков в Москве и Санкт-Петербурге. (ИСТОЧНИК)

Рост показателей: клиенты, сотрудники, мощности

Максимальная мощность (количество заказов, которое операторы способны отгрузать за день) по сравнению с 2019 выросла на 14%, за счет запуска новых площадей и развития существующих. При росте рынка на 40% это означает, что запас ёмкости уменьшился.



Важные партнерства

Как и логистическим службам, фулфилмент-операторам важны партнерства.

Дата	Компания	Новость
октябрь 2019	Почта России, Бета ПРО, СДТ	Стратегическое партнерство. В октябре 2019, через месяц после подписания соглашения, участники представили пакетное предложение для интернет-магазинов: фулфилмент с доставкой в ПВЗ или до двери по единому тарифу.
ноябрь 2019	Бета ПРО, TopDelivery	Покупка компанией Бета ПРО курьерской службы TopDelivery. Теперь она входит в группу компаний Бета ПРО и обеспечивает последнюю милю для фулфилмент-оператора.
май 2019	IML, ProStore	Совместное предприятие IML и ProStore — Fullhouse. Платформа для управления бизнесом, которая включает в себя фулфилмент, логистику, а также колл-центр и бэк-офис, заработала в 2020.

Услуги и модели ценообразования

По данным на осень 2020, более 100 компаний предлагают услуги фулфилмента в Московском регионе.

По состоянию на август-сентябрь 2020 в обычном режиме работали 66% из них. 21% были не готовы заключать договоры с новыми клиентами — либо в силу отсутствия свободного места на складах, либо из-за занятости сотрудников, обрабатывающих запросы. 3% брали новых клиентов, но только с маленькими объемами отгрузок и одновременного хранения.

Работа фулфилмент-операторов в августе-сентябре 2020



Услуги и модели ценообразования

Понятие фулфилмента расширилось. По факту он включает в себя не только складские операции, но и доставку. Можно ожидать, что в будущем к стандартным услугам фулфилмента добавится работа с маркетплейсами.

Доли операторов, оказывающих каждую из услуг



Комплексные индивидуальные решения для вашего e-commerce бизнеса

- Складская логистика
- Клиентский сервис
- ИТ-решения
- Транспортный менеджмент
- Реализация программ лояльности
- Финансовый аутсорсинг

Let's make your clients happy!

 solution@arvato.ru

 +7 (4852) 672-999

 www.arvato-supply-chain.ru

arvato
BERTELSMANN
Supply Chain Solutions

6. Доставка крупногабарита

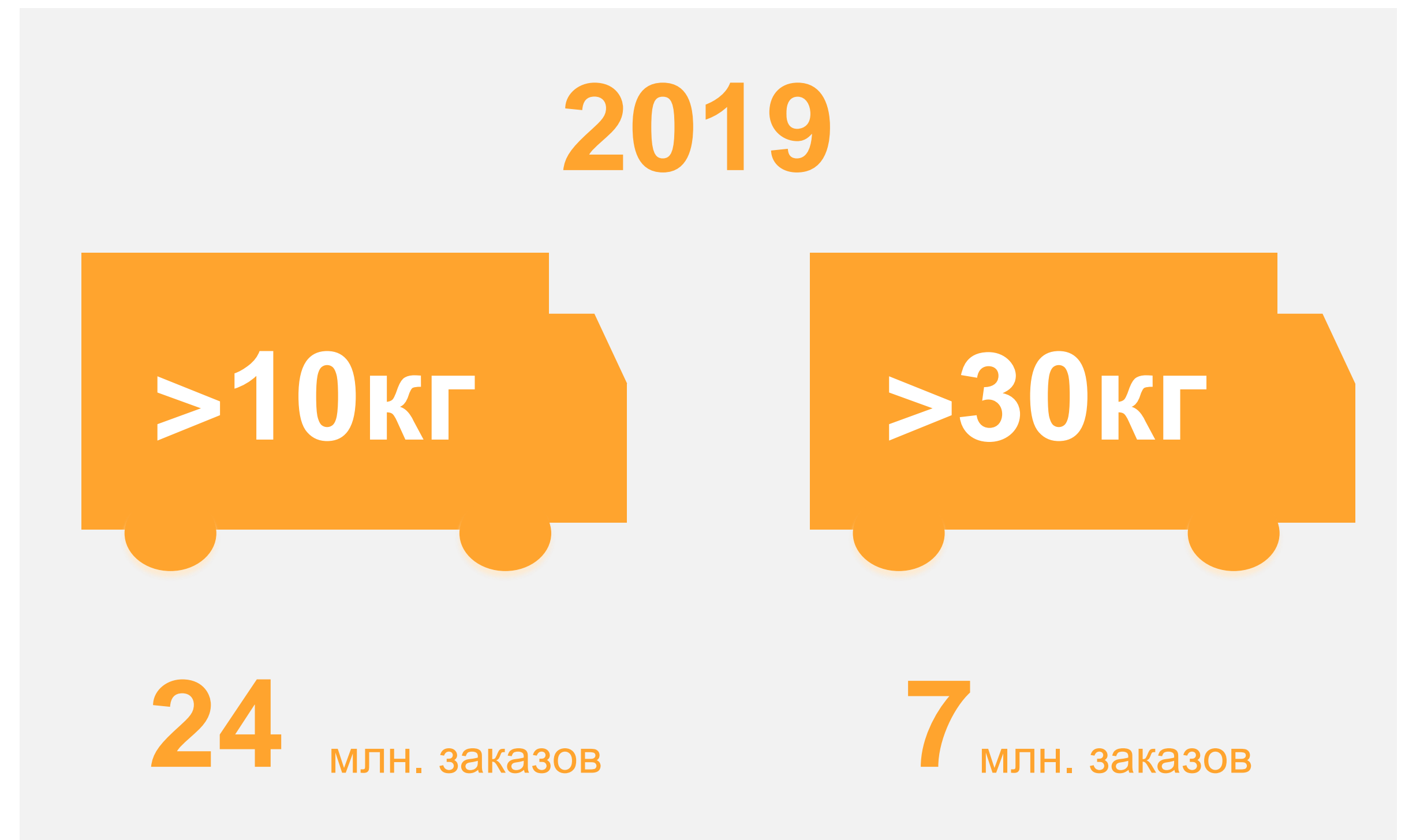


Оценка сегмента

По оценке Data Insight, российские магазины отправили в 2019 году 24 млн заказов тяжелее 10 кг и 7 млн заказов тяжелее 30 кг.

Доставка КГТ — один из сегментов рынка, которые сильно выросли за время пандемии, даже несмотря на то, что обычно на весну приходится спад во многих товарных категориях, связанных с крупногабаритными товарами.

Этот тренд оценивается как долгосрочный. Вырос спрос на большее по площади жилье в городе и загородное жилье. Люди будут продолжать приводить в порядок дачи и не бросят начатые ремонты, что влечет покупки строительных материалов, мебели и техники.



Крупногабаритные грузы

Важная проблема рынка — в отсутствии единой терминологии. Логисты, интернет-магазины и покупатели по-разному понимают, что такое крупногабаритные грузы.

Правила и определения логистических компаний и магазинов различаются. Обобщив разные условия доставки, мы выделили три основных типа КГТ:






- Груз, вес и габариты которого превышают возможности пешего курьера. То есть для доставки необходим транспорт. Это заказы с весом более 5–6 килограмм или с габаритами, сумма которых превышает метр.
- Груз, который невозможно доставить в постамат или произвольный пункт выдачи. Это заказы с весом более 10 килограмм или те, у которых одно из измерений длиннее 55 сантиметров.
- Груз, который невозможно доставить в одиночку. То есть для подъема на этаж нужен второй человек. Это заказы с весом более 30 килограмм.

Исследование:

Доставка
крупногабаритных
товаров

Категории с наибольшей долей крупногабарита

Категории с наибольшей долей крупногабарита:

	95%	шины и диски
	90%	мебель
	75%	товары для ремонта и строительства
	70%	спортивный инвентарь
	50%	оборудование для бизнеса

Помимо категорий с большой долей крупногабаритных заказов, вклад в доставку КГТ вносят крупные категории, в которых даже небольшая доля соответствует большому количеству заказов. Например, «Электроника» (2% КГТ), «Товары для детей» (7%), «Товары для офиса» (2%).

Количество заказов и мест по категориям (топ-10)

Товарная категория	Количество заказов от 10 кг в сутки	Доля от всех заказов более 10 кг	Количество мест
Автозапчасти	14 300	23%	21 450
Мебель	14 300	23%	57 200
Ремонт и строительство	10 700	17%	16 050
Шины и диски	6 000	10%	24 000
Инструменты	4 800	8%	4 800
Электроника и техника	3 000	5%	3 000
Товары для детей	2 900	5%	4 060
Оборудование для бизнеса	800	2%	1 100
Спортивный инвентарь	700	1%	1 600
Сантехника	600	1%	700

Показаны категории с наибольшим количеством заказов от 10 килограмм. Количество мест во многих категориях не совпадает с количеством заказов — то есть на один заказ, содержащий крупногабарит, приходится несколько мест.

Особенности доставки КГТ

1. К доставке крупногабарита не применим один из основных трендов — доставка в пункты выдачи и постаматы.

2. Доставка КГТ — комплексная услуга. Для нее становятся важны отдельные части процесса — парковка, разгрузка, подъем на этаж. Из-за этого возникают новые требования ко всем участникам доставки.
3. Для доставки КГТ актуальны дополнительные услуги. Например, вынос старой мебели и техники, подключение, сборка, утилизация упаковки. Сейчас в большинстве случаев покупатели договариваются об этом самостоятельно.
4. При работе с разными транспортными компаниями возрастает значимость технических решений, которые помогут подобрать оптимального партнера для каждого конкретного груза.
5. Достаточно часто крупногабаритные грузы не только большие и тяжелые, но и дорогие. Поэтому магазинам приходится страховать перевозки и думать о том, как избежать хищений.



ЦЕНТР УПРАВЛЕНИЯ ПОСЫЛКАМИ

Управляйте логистикой своего интернет-магазина
в одном окне

MetaShip

Управление службами
доставки через единое API

PIM.Аналитика

Самая реальная и живая
аналитика для e-commerce
в России

PIM.Контроль

Контроль доставки заказов
и перечисления
наложенного платежа

PIM.Tracking

Точный трекинг посылок
покупателей на вашем сайте

pimsolutions.ru

◀ Logistic Solution by **PIM**

Как тебе такое,
рынок e-кома?



7. Доставка из ресторанов

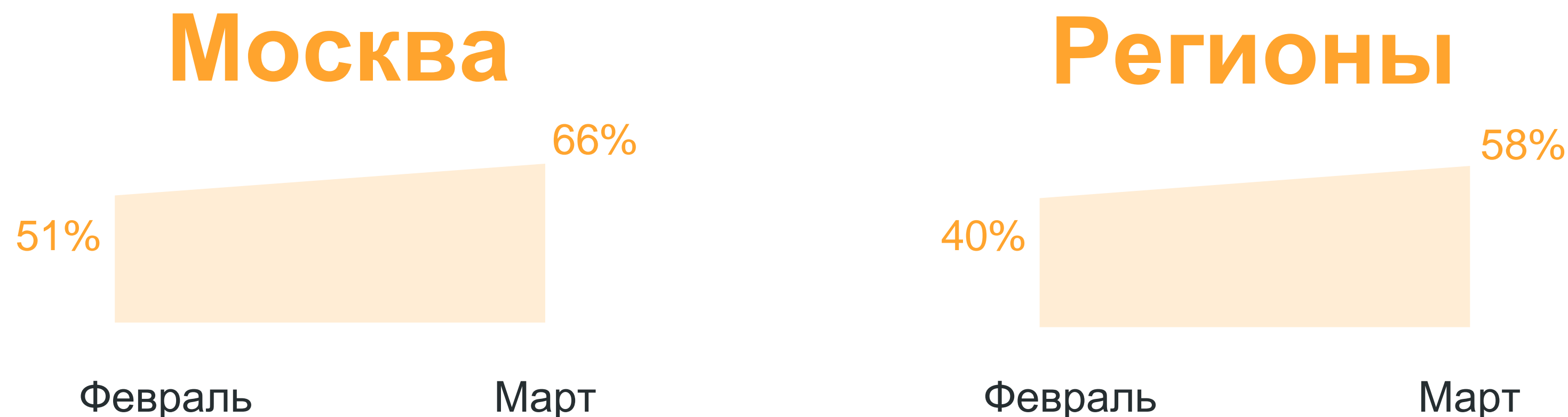


Доля ресторанов с доставкой

По оценке Data Insight на весну 2020, доставкой располагали **60%** российских ресторанов.

Ресторанный бизнес оказался в числе наиболее затронутых пандемией. В феврале 2020 доставка работала в 42% ресторанов: доставляли 51% московских ресторанов и 40% из других регионов. Только за один месяц число ресторанов с доставкой выросло на 18 п. п. Еще 9% ресторанов собирались подключить доставку в ближайшее время.

В Москве доля ресторанов с доставкой увеличилась с 51% до 66%, в регионах — с 40% до 58%.



Исследование:

Значение доставки
для ресторанного
бизнеса

Dark Kitchen

По данным Data Insight на начало 2020, dark kitchen — отдельной кухней для заказов на доставку — располагали 7% ресторанов с доставкой.

В настоящее время роль доставки в ресторанном бизнесе резко возросла, а с ней и влияние dark kitchen на бизнес ресторана. Можно ожидать, что одним из долговременных последствий эпидемии Covid-19 станет более широкое распространение dark kitchen и как вида ресторанной кухни, и как отдельного вида бизнеса. Вырастет вклад dark kitchen как в экономику отдельного ресторана, так и в экономику сферы услуг в целом.

Исследование:

Ресторанная
доставка в России:
Dark Kitchen

Получите максимум от вашей логистики!

+20%

заказов в одном маршруте

× 5

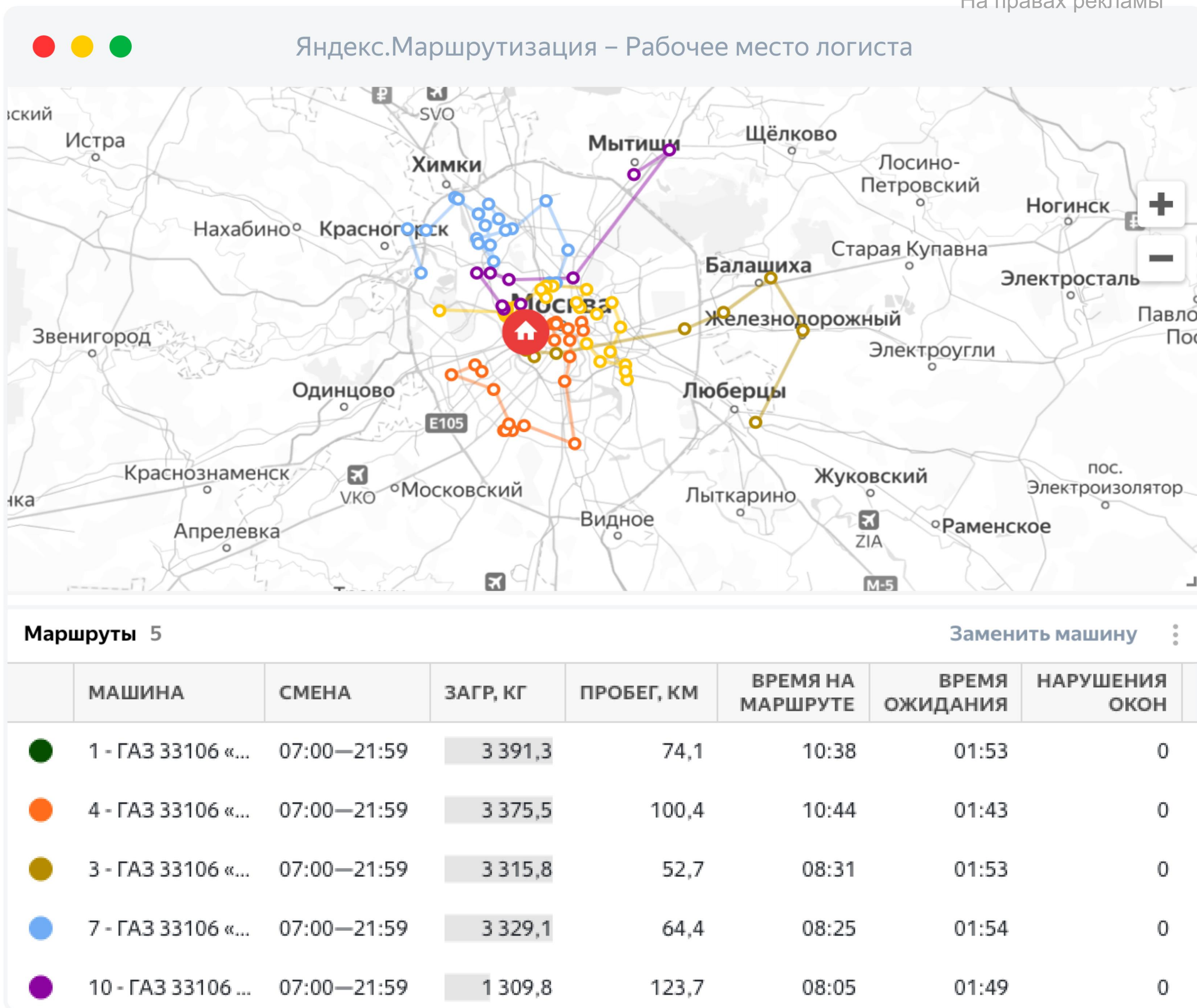
раз быстрее работа логиста

Попробовать бесплатно

на сайте yandex.ru/routing

* На правах рекламы

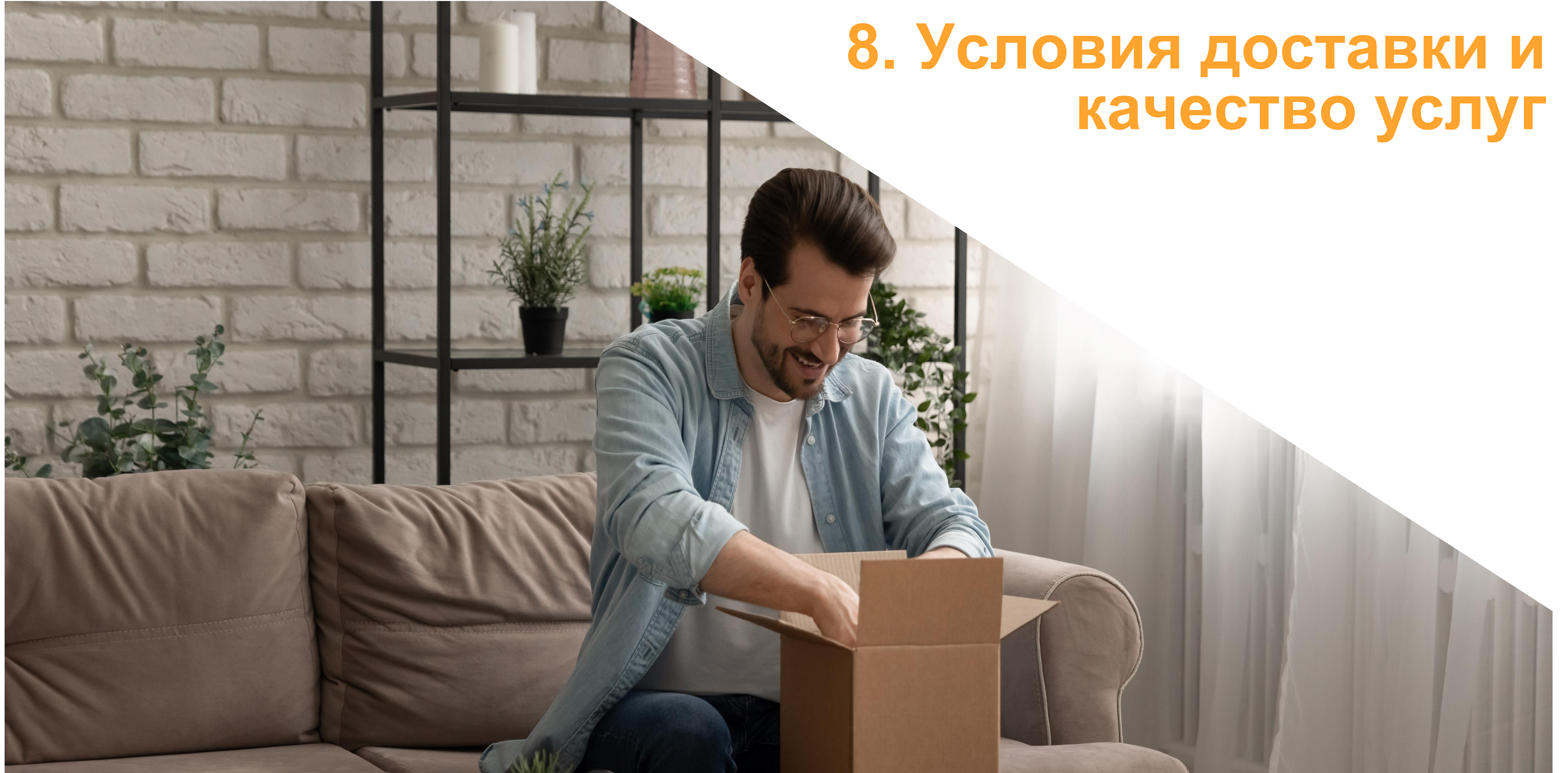
Яндекс.Маршрутизация – Рабочее место логиста



Маршруты 5 Заменить машину

	МАШИНА	СМЕНА	ЗАГР, КГ	ПРОБЕГ, КМ	ВРЕМЯ НА МАРШРУТЕ	ВРЕМЯ ОЖИДАНИЯ	НАРУШЕНИЯ ОКОН
●	1 - ГАЗ 33106 «...»	07:00—21:59	3 391,3	74,1	10:38	01:53	0
●	4 - ГАЗ 33106 «...»	07:00—21:59	3 375,5	100,4	10:44	01:43	0
●	3 - ГАЗ 33106 «...»	07:00—21:59	3 315,8	52,7	08:31	01:53	0
●	7 - ГАЗ 33106 «...»	07:00—21:59	3 329,1	64,4	08:25	01:54	0
●	10 - ГАЗ 33106 ...	07:00—21:59	1 309,8	123,7	08:05	01:49	0

8. Условия доставки и качество услуг



Оценка опыта получения заказов

Среди 100 крупнейших ритейлеров в рейтинге «Опыт получения заказов» лидирует Перекрёсток с оценкой 6.0. В тройку также входят «ЧИП и ДИП» и ВсеИнструменты.ру.

В рамках исследования омниканальности крупнейших ритейлеров Data Insight совместно с AWG оценивала работу магазинов в том числе по группе параметров, включающих в себя доставку: наличие разных каналов, возможность изменять канал доставки после заказа, наличие трекинга, наличие интервалов доставки.

Рейтинг «Опыт получения заказов»



ВсеИнструменты.ру

Исследование:

Данные рейтинга
омниканальности
крупнейших розничных
ритейлеров

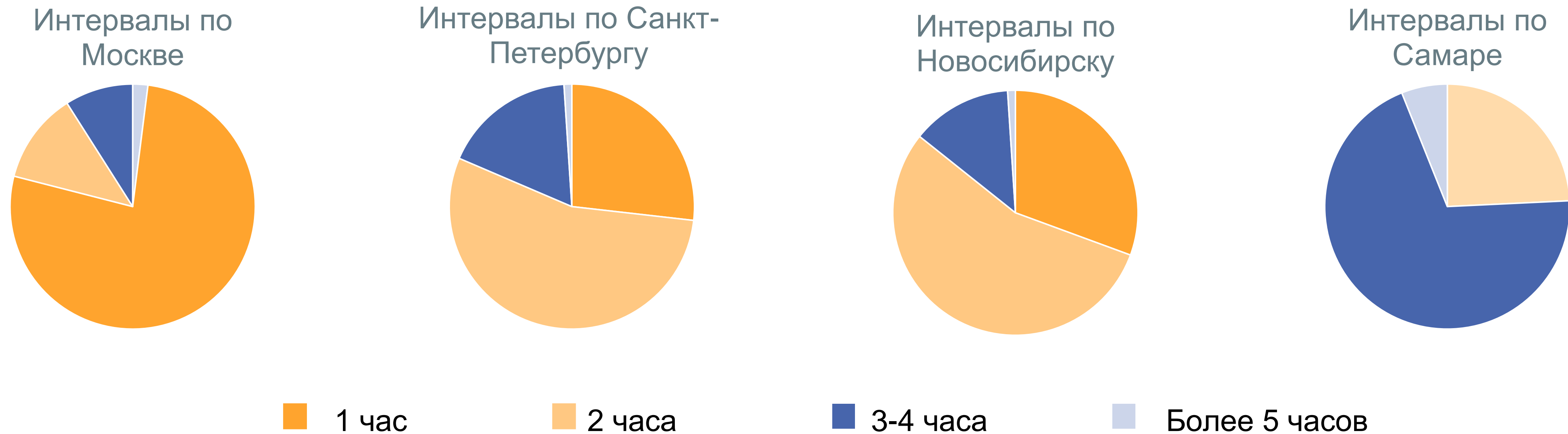
Совместно с



Ритейлеры с наивысшими оценками по опыту получения заказа покупателями

№	Магазин	Опыт получения заказа: оценка	Интервал доставки: в среднем	Наличие трекинга
1	Vprok.ru	6.0	2 часа	Через все каналы
2	Chipdip.ru	5.8	3-4 часа	Через все каналы
3	Vseinstrumenti.ru	5.6	2 часа	Через все каналы
4	Dochkisinochki.ru	5.5	3-4 часа	Через все каналы
5	Re-store.ru	5.5	3-4 часа	Через все каналы
6	Online.globus.ru	5.4	3-4 часа	Через один канал
7	Adidas.ru	5.3	2 часа	Через все каналы
8	Loverepublic.ru	5.1	2 часа	Через один канал
9	Auchan.ru	5.1	2 часа	Через один канал
10	Ostin.com	4.9	3-4 часа	Через один канал

Интервалы доставки интернет-магазинов



Интервал доставки меньше всего по Москве — для большинства магазинов из рейтинга он составляет 1 час.

Средние значения интервалов приходятся на Санкт-Петербург и Новосибирск — 2 часа.

Интервал доставки по Самаре самый большой — чаще всего 3-4 часа.

Исследование:

Данные рейтинга
омниканальности
крупнейших розничных
ритейлеров

Совместно с



Наличие трекинга в интернет-магазинах



Почти 60% интернет-магазинов, вошедших в рейтинг омниканальности розничных ретейлеров, имеют трекинг. Из них только 18% имеют трекинг и через сайт, и через приложение, остальные предоставляют отслеживание товара только через один канал продаж (или сайт, или мобильное приложение.)

Исследование:

Данные рейтинга омниканальности крупнейших розничных ретейлеров

Совместно с



Среднее время доставки в крупных городах

В первой половине 2020 года по сравнению с 2019 годом время доставки увеличилось.

Среднее время доставки в 2019 году — 4 дня, за первую половину 2020 года — почти 5 дней.

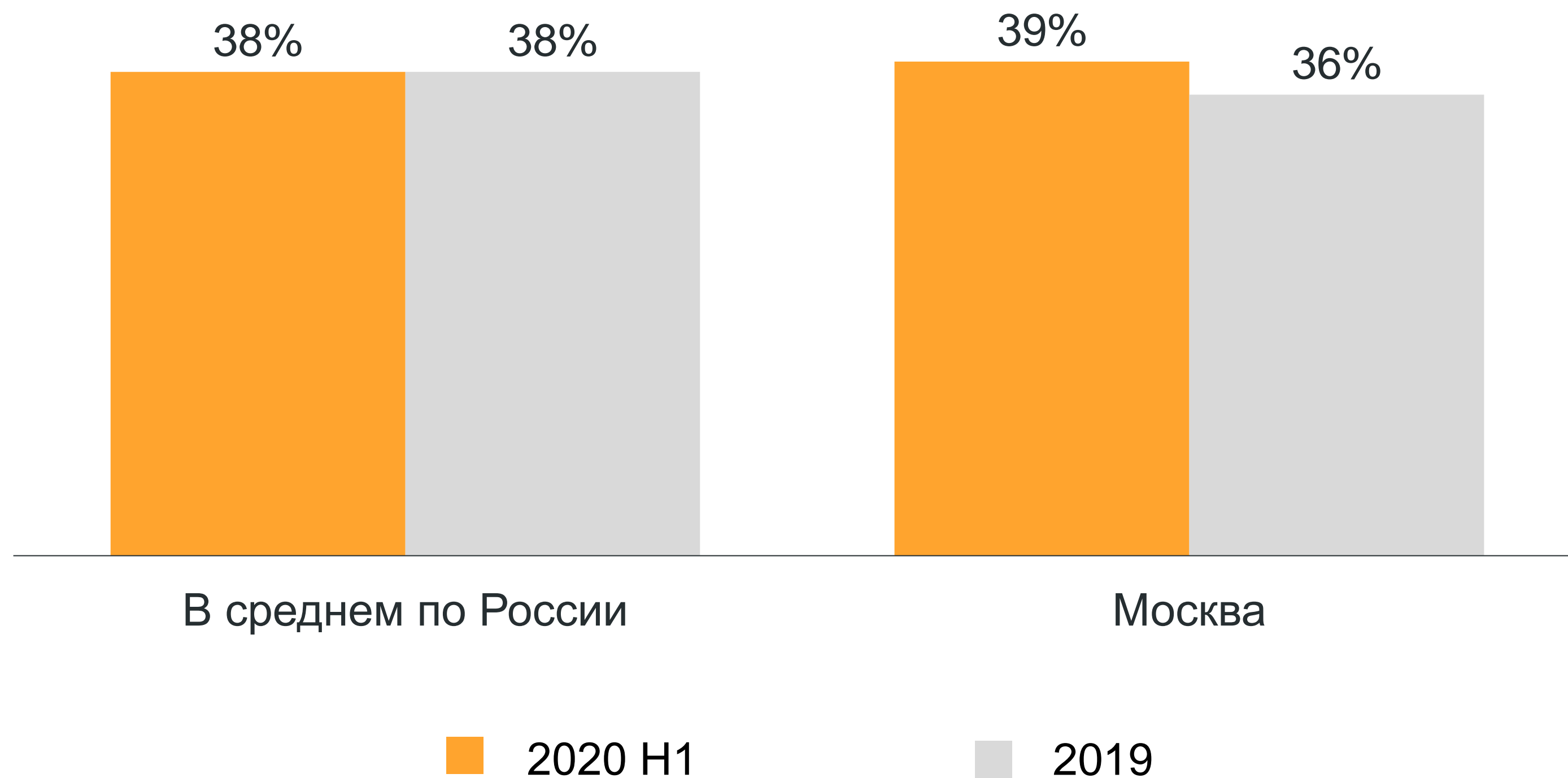


Исследование:

Данные отчетов серии
«География доставки
интернет-магазинов»

Доля предоплаченных заказов по городам

В среднем 38% заказов составляют предоплаченные. Этот параметр почти не различается в разных городах.



Исследование:

Данные отчетов серии
«География доставки
интернет-магазинов»



– это федеральный сервис доставки заказов из интернет-магазинов и маркетплейсов в пункты выдачи заказов и постаматы в универсамах «Пятёрочка».



fivepost.ru
fivepost@x5.ru

НАША МИССИЯ



Мы работаем, чтобы процесс покупки товаров в интернет-магазинах максимально сэкономил время за счет удобной, доступной и надежной доставки в пункты выдачи рядом с домом.

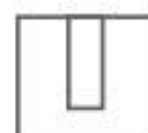
МЫ ПРЕДЛАГАЕМ:



Выгодные тарифы



Высокое качество локаций



Широкий федеральный охват



5 сегодня

Более
11 600
пунктов выдачи

Более
2400
населенных пунктов

Более
6 млн
выданных заказов

Представленность
в **65** регионах РФ

20 собственных
распределительных центров

95% объем заказов,
доставляемых
в срок

СТАНДАРТНЫЙ НАБОР УСЛУГ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ ПАРТНЕРАМ:

- Прием отправлений в 20 Распределительных центрах.
- Возможность пикапа со склада Партнера.
- Доставка и выдача заказов через постаматы и пункты выдачи.
- Оповещение покупателя о доставке посредством SMS, e-mail.
- Хранение отправлений в течение 7 дней.
- Прием наложенного платежа.
- Страхование отправлений.

МЫ ПОМОГАЕМ БИЗНЕСУ НАШИХ ПАРТНЕРОВ РАЗВИВАТЬСЯ, ПРЕДЛАГАЯ ЕМУ ШИРОКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОХВАТ, ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО ЛОКАЦИЙ, МУЛЬТИФОРМАТ ВЫДАЧИ ЗАКАЗОВ, ДОСТУП К 40 МЛН ЛОЯЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ С ВЫСОКОЙ ЧАСТОТОЙ ПОСЕЩЕНИЙ И КОНТАКТА С БРЕНДОМ, МЫ ТАКЖЕ ПРЕДЛАГАЕМ НИЗКИЕ ТАРИФЫ НА НАШИ УСЛУГИ.

Партнеры исследования



О генеральном партнере исследования IML

IML — один из лидеров на рынке логистики для e-commerce с 13-летним опытом.

Компания первой запустила доставку за 1 день из Москвы в Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Рязань, Калугу и Тулу.



- Покрытие РФ и Казахстана с доставкой на следующий день в 1000+ населенных пунктов
- Все каналы доставки: курьером, в 1500+ пунктов самовывоза и 900+ постаматов
- Персональные решения для каждого сегмента интернет-магазинов: клиентский возврат, примерка и частичный выкуп, в ЦФО доставка на следующий день, фулфилмент, кросс-докинг и другие услуги
- Собственные магистральные маршруты и автопарк

call@iml.ru

+7 495 988 49 05

www.iml.ru

О партнере 5Post

5Post — это федеральный сервис доставки заказов из интернет-магазинов и маркетплейсов в пункты выдачи заказов и постаматы в универсамах «Пятёрочка».



Мы работаем, чтобы процесс покупки товаров в интернет-магазинах максимально сэкономил время за счет удобной, доступной и надежной доставки в пункты выдачи рядом с домом. 5Post сегодня — это 11 000 пунктов выдачи заказов, находящихся рядом с домом, охват более чем 2300 населенных пунктов и удобные часы работы. Мы помогаем бизнесу наших партнеров развиваться, предлагая ему широкий федеральный охват, высокое качество локаций, мультиформат выдачи заказов, доступ к 40 млн лояльных клиентов с высокой частотой посещений и контакта с брендом, мы также предлагаем низкие тарифы на наши услуги.

fivepost@x5.ru

www.fivepost.ru

О партнере Arvato

Компания «[Арвато Рус](#)» — крупнейший сервисный провайдер в России, входит в международную группу компаний Arvato Supply Chain Solutions.

- В России с 1997 года
- 7 локаций в Москве и Ярославле
- Обширный комплекс услуг: ИТ-решения, складская логистика, клиентский сервис, транспортный менеджмент, реализация программ лояльности, финансовый аутсорсинг
- Более 100 успешных проектов для крупных международных брендов из сегментов «Спорттовары», «Мода», «Красота», «Здравоохранение», «Банковская сфера», «Автобизнес», «Hightech»

LET'S MAKE YOUR CLIENTS HAPPY!

solution@arvato.ru

+7 (4852) 67 29 99

www.arvato-supply-chain.ru



О партнере **Voxberry**

С 2010 года работает на рынке доставки. Сейчас региональная сеть [Voxberry](#) насчитывает более 4000 отделений в 650 городах. Услуга курьерской доставки предоставляется в 1600 населенных пунктах.



Voxberry доставляет товары российских и зарубежных интернет-магазинов, посылки физических лиц. Компания осуществляет бесплатный возврат товаров в британский интернет-магазин Asos, а также является партнером по доставке социальной сети «ВКонтакте», Avito, «Юлы», «Ярмарки Мастеров» и других площадок-классифайдов.

В 2020 году Voxberry запустила доставку в страны СНГ: Казахстан, Беларусь, Киргизию.

Компания обеспечивает интернет-магазинам быстрое подключение и оперативный перевод денег за выданные заказы, бесплатно предоставляет готовые IT-решения для интеграции. Voxberry занимается предпочтовой обработкой: оформлением документов и упаковкой грузов, отслеживанием наложенного платежа и возвратов, при необходимости розыском и переадресацией отправок. Обработка грузов на терминале для отправки почтой занимает не более 24 часов.

Более 6700 российских и зарубежных интернет-магазинов регулярно отправляют заказы с Voxberry.

www.boxberry.ru

8-800-222-80-01

О партнере Dalli

Dalli — служба доставки для интернет-магазинов и омниритейла по Москве, Московской области, Санкт-Петербургу и Ленинградской области.



Компания существует на рынке с 2013 года. Безукоризненное качество и безупречный сервис — основа философии службы доставки Dalli.

На текущий момент компания уже завоевала доверие покупателей и партнеров, с Dalli сотрудничают такие интернет-магазины, как Детский Мир, МТС, Hobby Games, Henderson, Baon, Музторг, Golden Patch и многие другие.

Служба доставки покрывает весь цикл логистики для игроков рынка e-commerce, начиная от первой мили и заканчивая экспресс-доставкой в течение 3 часов до двери. Услуги по фулфилменту и доставке в регионы компания оказывает через партнеров.

В 2020 году Dalli расширила пул предоставляемых услуг за счет появления доставки Ship from Store. У интернет-магазинов теперь есть возможность доставлять товары из своих ближайших оффлайн-точек клиентам в течение трех часов с момента заказа, используя оффлайн-магазины в качестве локальных складов.

+7(495)646-86-82

dali-service.com

О партнере PickPoint

PickPoint — провайдер логистических услуг полного цикла для доставки онлайн-заказов.



PickPoint – провайдер логистических услуг для доставки онлайн-заказов. PickPoint предлагает полный цикл доставки от «первой мили» – получения заказов со склада интернет-магазина, фулфилмент-оператора или из офлайн-магазинов ритейлера и до «последней мили» – этапа получения онлайн-заказа получателем в каждом регионе России через сеть из постаматов и пунктов выдачи заказов. Интернет-магазин может сдать отправления в любом областном центре. Собственные сортировочные центры PickPoint расположены в Москве, Московской области и на территории Санкт-Петербурга.

Экосистема PickPoint построена на базе собственных ИТ-решений, и включает в себя постаматы PickPoint, «Халва» и другие. Через систему PickPoint доступны пункты выдачи заказов «Ростелеком», VoxBerry, Pick-UP.ru, сети магазинов Westfalika, салоны «Мегафон», «Ситилинк», «Мультифото» и другие.

С декабря 2020 года доставку PickPoint можно протестировать без заключения договора, воспользовавшись новой услугой PickPoint Vox.

new@pickpoint.ru

+7 (495) 984-31-22

pickpoint.ru

О партнере PIM Solutions

PIM Solutions занимается разработкой сервисов по оптимизации логистики и финансированию для участников рынка e-commerce с 2012 года.



Резидент Сколково. Клиентами компании являются более 40 тысяч интернет-магазинов, партнерами — более 30 служб доставки.

PIM Solutions — это разнообразные решения для оптимизации работы интернет-магазина:

- логистические сервисы (агрегатор служб доставки MetaShip; сервис по автоматизации претензионной работы со службами доставки; судебная претензионная работа; автоматизация сверок со службами доставки; PIM.Tracking — страница отслеживания посылок прямо на сайте интернет-магазина);
- сервисы для повышения выкупа (CheckClient.ru — помогает вычислить недобросовестных заказчиков на этапе заказа; PIM.Информ — уведомление покупателей о движении заказов, аналитика по срокам доставки, срокам перечисления наложенного платежа, выкупу);
- финансовые сервисы (эквайринг Pikassa.io; быстрые займы под оборот наложенного платежа и др.).

sale@pimsolutions.ru

+7(499)490-43-42

pimsolutions.ru

О партнере Яндекс.Маршрутизация

Яндекс.Маршрутизация — система для решения задач планирования оптимальных маршрутов и контроля за их выполнением в режиме реального времени.

The logo for Yandex Routing, featuring the word "Яндекс" in red and "Маршрутизация" in black.

Кому подходит?

- Компаниям, которые развивают собственную логистику и хотят сделать ее более дешевой, прозрачной и качественной.
- FMCG-производителям, ритейлу и интернет-торговле, транспортным компаниям и курьерским службам.

Для СМБ и Enterprise:

- Пригодится даже при небольших объемах доставки — для малого бизнеса предусмотрен отдельный интерфейс и специальные тарифы.
- Крупные компании пользуются API с подробной документацией и возможностью встроить процесс маршрутизации в свои внутренние системы.

yandex.ru/routing

+7 495 544-59-62

routing@yandex-team.ru

Data Insight



Коммерческие исследования и проекты



ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

- Размер рынка
- Основные игроки и их доли
- Структура рынка
- Основные тренды и барьеры развития рынка



КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

- Ключевые конкуренты: размер, доля рынка
- Анализ ассортимента товаров/услуг
- Ключевые преимущества и недостатки



ИССЛЕДОВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

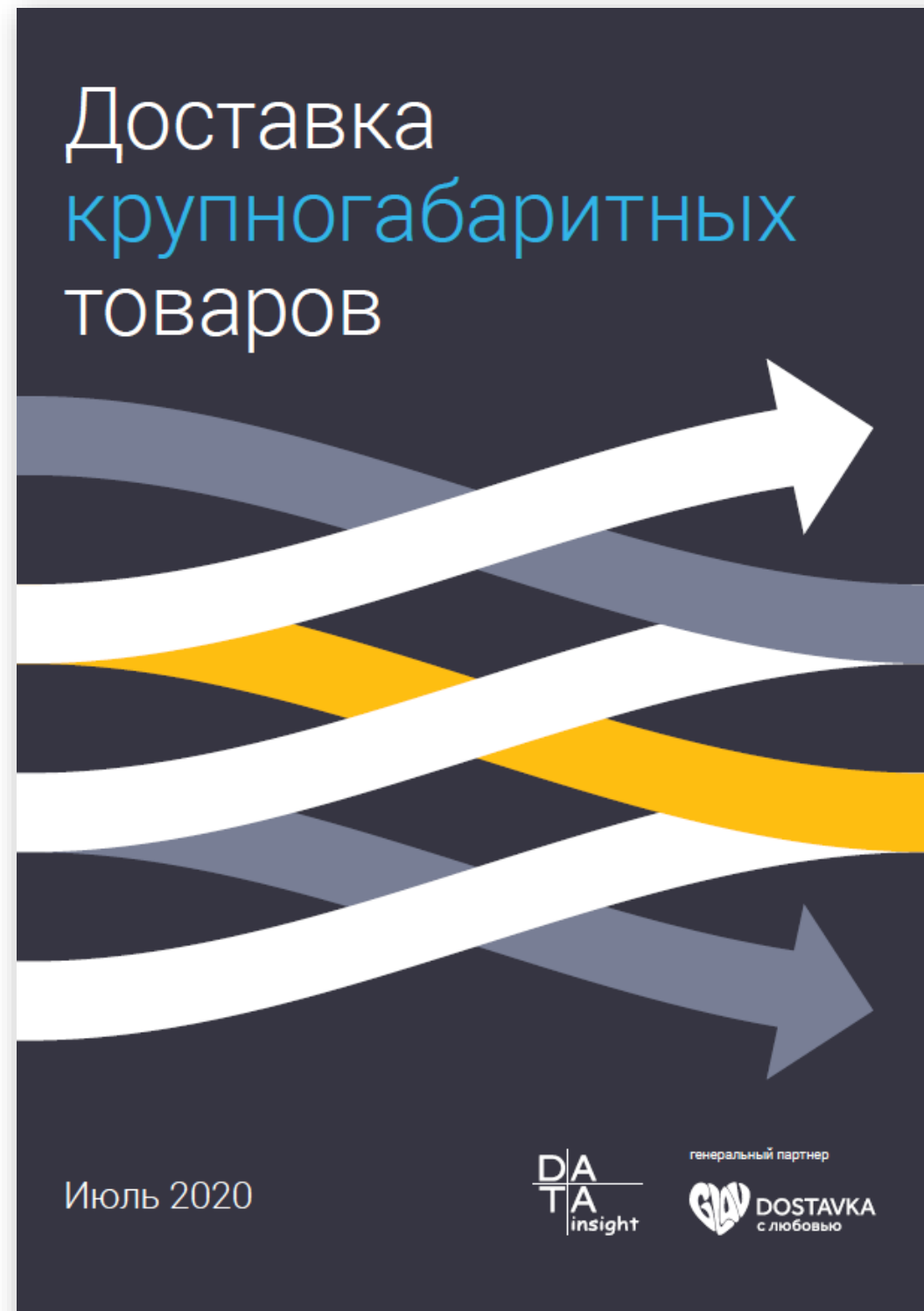
- Анализ поведения покупателей
- Портрет покупателя (соцдем)
- Стимулы и преграды при выборе, покупке и использовании товаров/услуг



КОНСАЛТИНГ

- Стратегический консалтинг. Разработка стратегии развития компании
- Маркетинговый консалтинг
- Анализ конъюнктуры рынка
- Анализ бизнес-потребностей клиента

Публичные исследования



Доставка крупногабаритных товаров — 2020



Фулфилмент для электронной торговли



Значение доставки для ресторанного бизнеса

РЫНОК ЛОГИСТИКИ ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ 2019 DATA insight

Каналы доставки	2019, млн посылок	2019, доля от всех посылок	2018, млн посылок	Прирост 2019 к 2018
Почта России	95	20%	90	6%
Логистические компании, ВСЕГО	141	30%	120	18%
Логистические компании, до двери	54	11%	61	-11%
Логистические компании, в ПВЗ и постаматы	87	18%	59	47%
Собственные службы магазинов (кроме Wildberries), ВСЕГО	82	17%	67	22%
Собственные службы магазинов, до двери	14		48	-71%
Собственные службы магазинов, в ПВЗ и постаматы	68		19	258%
Wildberries, ВСЕГО	153	32%	73	110%
Wildberries, до двери	15		18	-17%
Wildberries, в ПВЗ	138		55	151%
ВСЕГО	471		350	35%

Оценки основаны на данных о логистических компаниях и Почте России, а также данных компаний DATA insight по числу отправок на рынке электронной коммерции.

Увеличение продаж на крупнейших площадях российских интернет-магазинов, в том числе — через сайты, мобильные версии сайтов, мобильные приложения, приводит к увеличению на доставку и ЛСМ, что приводит к увеличению от компаний-посылок.

Данные не включают поставки готовой еды, одежды и аксессуаров, СЭС-продукции, которые доставляются местными службами доставки или через специализированные логистические компании.

Объем Wildberries и Ozon рассчитан по числу отправок, а не по количеству (в некоторых случаях они не совпадают).

» Главным игроком на рынке логистики для онлайн-торговли в 2019 году стала компания Wildberries. Количество доставок до покупателей было до пункта выдачи выросло за год в два раза и составило по итогам года треть от всех доставок покупкам интернет-магазинов России. Темпы роста WB говорят, что по итогам 2020 года доля компании должна еще вырасти. До сих пор, пока инфраструктура Wildberries недостаточно расширена, компания (а также другие игроки на WB), конкурирует с логистиками.

» В мире маркетплейсов, поставок и технологий лидируют Amazon, Alibaba, eBay, JD.com и другие компании.

» Курьерская доставка обеспечит себе стабильный спрос, если поставщики смогут предоставить возможность выбора времени доставки и 30-ти минутные интервалы. E-commerce — это рынок по требованию. Поставщик тот, кто может на опережение, предоставляя ожидания потребителей. А клиенты интернет-магазинов и логистикам предлагают свои услуги и независимость. Неспособность большинства игроков рынка курьерской доставки в моменте предоставить услуги в рамках скорости временных слотов ведет к перераспределению потоков и пользы работы расположенных пунктов выдачи посылок и постаматов.

Федор Вирин, партнер Data Insight

Сергей Малинин, генеральный директор СДЭК

Людмила Попова, генеральный директор CDEK

© Data insight, 2020

Рынок логистики для интернет-магазинов — 2019

Планируется в 2021 году

Исследования

Планируемая дата выхода

Исследование доставки в пункты выдачи заказов и постаматы

февраль

Исследование рынка срочной доставки

февраль-март

Последняя миля

май

Оценка качества доставки крупнейших магазинов

Май

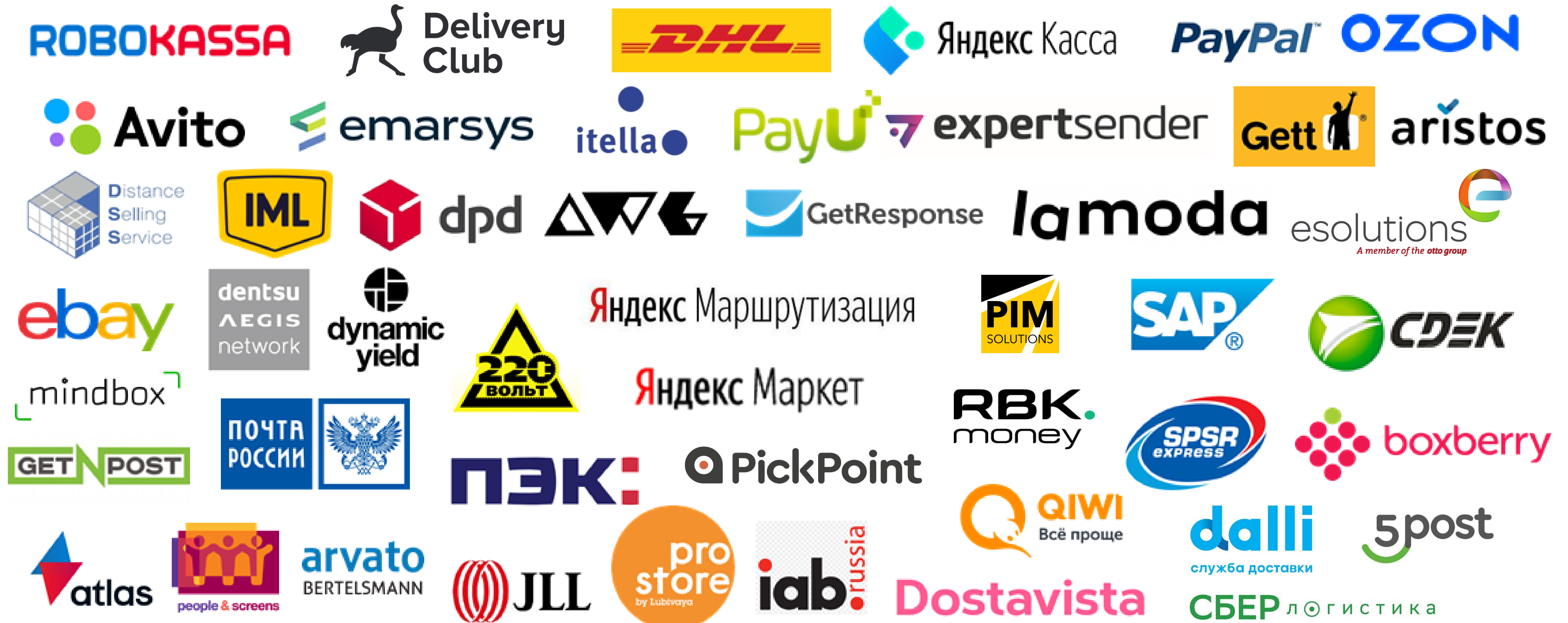
Обновление оценки рынка фулфилмента

октябрь-ноябрь

Мнения и ожидания

октябрь-ноябрь

Партнеры Data Insight



Data Insight — первое в России агентство, специализирующееся на **исследованиях** и **консалтинге** в области e-Commerce- и digital-рынков.

Наши публичные **исследования** — datainsight.ru/public

Новости Data Insight

Рассылка

исследований

Data Insight на почту

в день публикации

[Подписаться](#)

Мониторинг e-commerce

Data Insight

еженедельный

новостной дайджест

рынка e-commerce в

России и в мире

[Подписаться](#)

Контакты:

a@datainsight.ru

+7 (495) 540 59 06

datainsight.ru

Дополнительные контакты

datainsight.ru/contacts