2018

Рынок срочной доставки

Исследование Dostavista и Data Insight

Вступление

Принято думать, что срочная доставка необходима только при заказе горячей еды. Несколько миллионов срочных доставок различных товаров, выполненных курьерами Достависты в 2018 году, показывают, что это не так.

Чтобы выявить востребованность услуги срочной доставки в электронной коммерции в целом и в разных категориях товаров, мы попросили Data Insight провести это исследование. Думаю, результаты будут очень полезны всем участникам рынка e-commerce.

Михаил Александровский

Основатель dostavista.ru

Основные результаты

- Срочные доставки – до **11% заказов**.
- Быстрее всего доставляются **продукты питания** и **медицинские товары**. Дольше всего – книги и диски.
- У **41%** респондентов хотя бы раз **возникала необходимость** в срочной доставке за последние три месяца.
- **Электроника, медицина и продукты питания** – наиболее популярные категории срочной доставки.
- Потребность в срочной доставке чаще возникает у опытных пользователей (стаж покупок не менее 2 лет).

Основные результаты

- **Неудачные попытки: 35%** срочных доставок.
- Главная причина неудачи – **отсутствие самой услуги (33%).** Ещё в 13% случаев услуга не была доступна в регионе или на момент покупки.
- Покупателям спорттоваров, электроники обычно удается воспользоваться срочной доставкой, в то время как покупателям **детских товаров** или **товаров для дома и ремонта** удается это сделать меньше, чем в половине случаев.
- Большинство воспользовавшихся услугой срочной доставки (68%) позитивно оценивают свой опыт.

Основные результаты

- Важнейшие факторы качества доставки для пользователя: стоимость(58%), **скорость** (55%), пунктуальность (39%), узость интервала (20%).
- Покупателям старшего возраста важны: интервалы доставки, стоимость и простота интерфейса.
- Молодым покупателям важны: возможность отслеживать статус и местоположение курьера.
- Основной стимул к началу использования срочной доставки – **изменение стоимости**. Вместе с тем, почти 15% ответов – это нефинансовые претензии к услуге: недостаточное её распространение, покрытие, срочность.
- Готовы платить за срочную доставку 72% респондентов, но только 40% готовы платить более 300 рублей.

Основные результаты

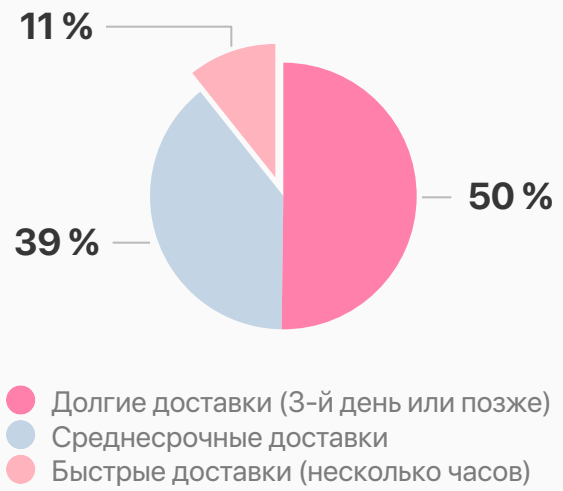
- При отсутствии срочной доставки почти половина (**48%**) тех покупателей, кому она была нужна, **уйдут** из интернет-магазина: сделают покупку в другом месте (33%) или вовсе отменят её (15%).
- Когда нет возможности ждать, только 23% покупателей попытаются договориться с интернет-магазином или закажут собственных курьеров. **69%** же – сразу **уйдут** из интернет-магазина.
- Наличие срочной доставки **повышает доверие** к магазину для **59%** респондентов.

Опыт

Скорости доставки на рынке

- **11%** доставок – быстрые.
- Быстрее всего доставляются **продукты питания** и **медицинские товары**. Дольше всего – книги и диски.

Покупки за последние 3 месяца



Средняя скорость доставки последней покупки (дни):

Dostavista

Помогаем бизнесам делать лучший сервис **с доставкой день в день.**

Выше конверсия, меньше отказов и больше лояльных клиентов.

Срочная доставка за 60-90 минут. Всего 385 руб в Москве

- Возможность выкупа заказа курьером
- 100% гарантия на заказы с объявленной ценностью
- Отслеживание курьера на карте
- Интеграция по API

Вызывать курьера

Курьер может быть у вас через 15 минут.

+7 495 137-55-37

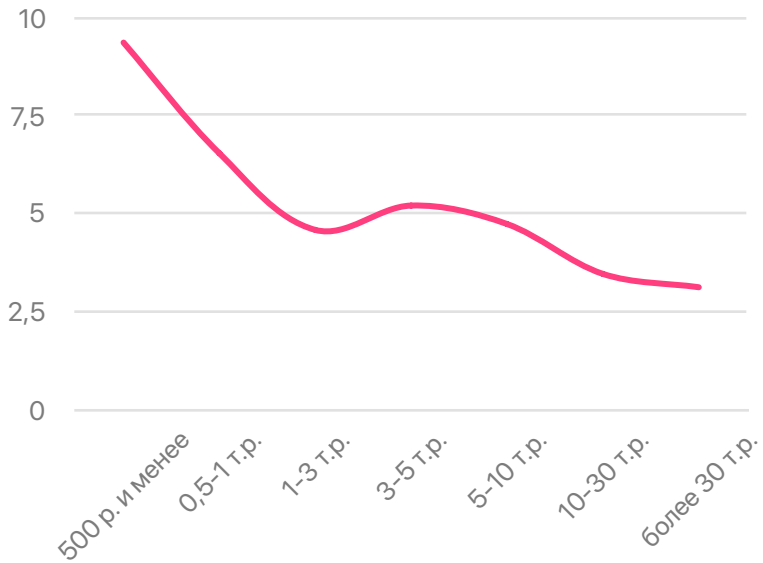
Все сервисы

dostavista.ru

Скорости доставки: закономерности

- Недорогие товары доставляются дольше (среднее время ожидания товара дешевле 500 рублей – 9 дней). Недорогие товары чаще доставляются до ПВЗ или отделения почты.
- Дорогие товары доставляются в среднем за 3-4 дня и в основном курьерской доставкой. Также дорогие товары часто забираются в магазине, самовывоз может заменять покупателям дорогих товаров срочную доставку.

Средняя скорость доставки:
Все способы vs. Стоимость заказа

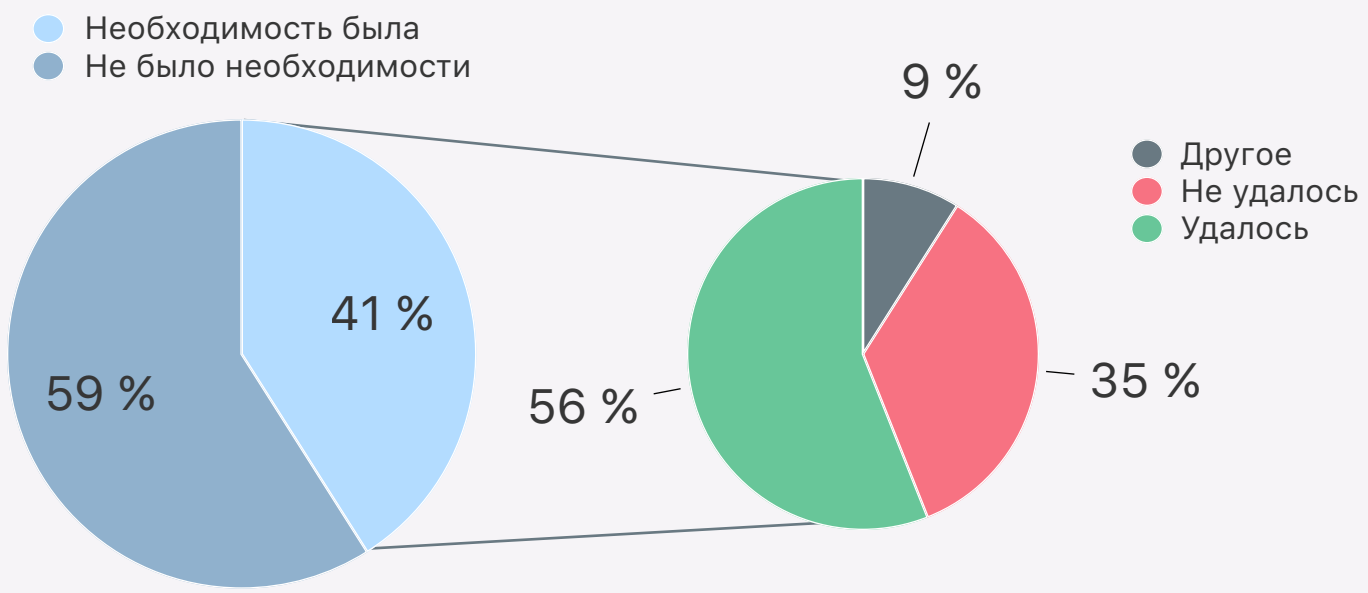


Способ получения последней покупки	Среднее время ожидания, дн.	Средняя стоимость, руб.
Забрал(-а) в отделении Почты РФ	14,1	4100
Получил(-а) в пункте выдачи заказов (ПВЗ)	4,7	2900
Доставили курьером	3,1	6800
Забрал(-а) в магазине	2,8	5700

Доля пользователей срочной доставки

У **41%** респондентов хотя бы раз **возникала необходимость** в срочной доставке за последние три месяца.

Однако у **35%** из них воспользоваться срочной доставкой не получилось.



Вопросы Q12 (Вспомните, пожалуйста, была ли хотя бы раз за последние три месяца у вас необходимость в срочной доставке? И если была, то для каких товарных категорий?) и Q13 (Смогли ли вы воспользоваться срочной доставкой в тех случаях, когда это было для вас необходимо (за последние три месяца)

Кейс Евросети

В мае прошлого года компания начала сотрудничать с сервисом доставки день в день Достависта. Сейчас курьеры сервиса перевозят товары между магазинами и доставляют предоплаченные заказы клиентам на дом. Решение частично передать доставку на аутсорс позволило улучшить клиентский сервис в «Евросети».

ЕВРОСЕТЬ

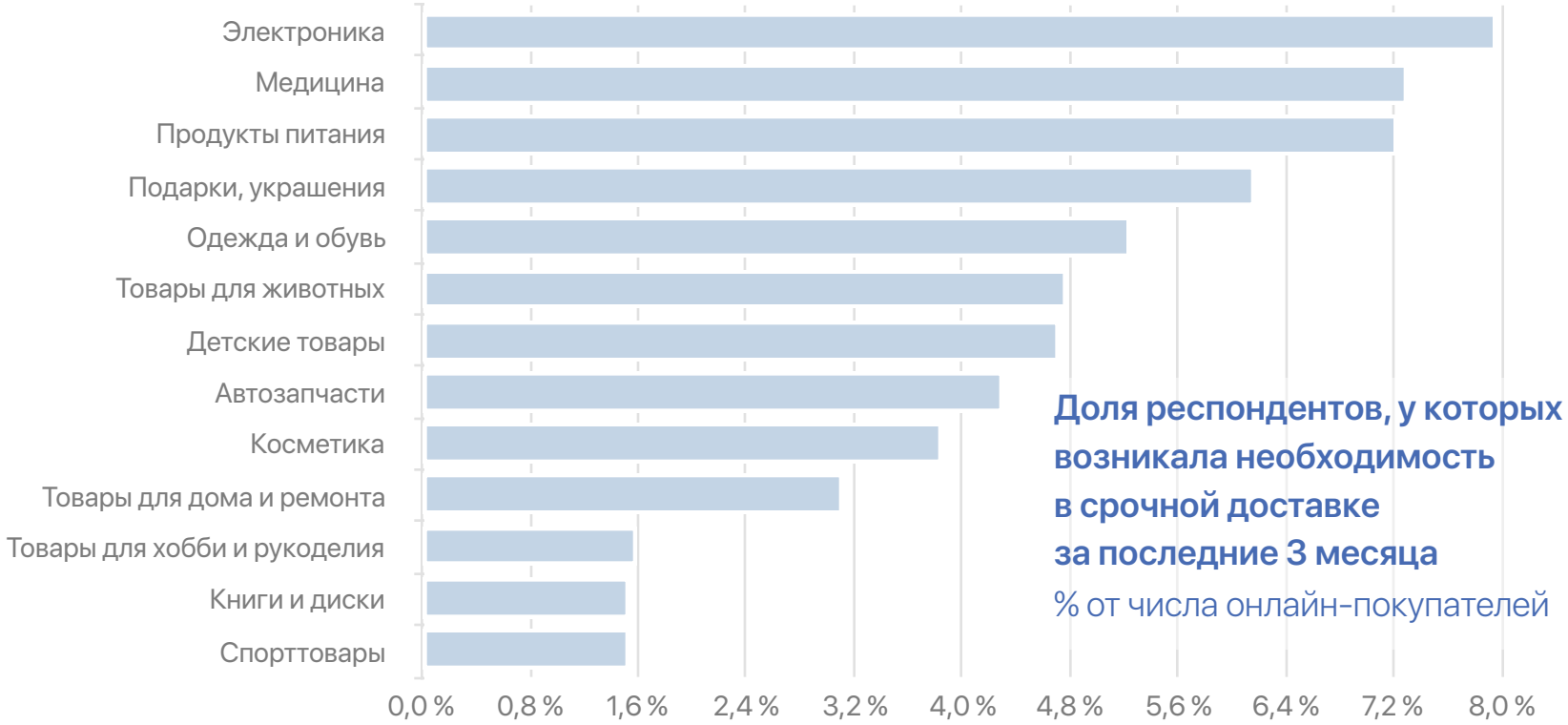
«Евросеть» — крупнейшая российская компания-ритейлер на рынке сотовой связи.

«Вместе с Dostavista мы выбрали удобный формат взаимодействия по доставке. К тому же сервис действительно надежный — за все время работы подобного уровня ответственности мы не встречали.» — комментирует директор по электронной коммерции Андрей Полончук.

Как результат, рост заказов со срочной доставкой в «Евросети» продолжает расти с каждым днём, без помех для внутренних процессов компании.

Востребованность категорий

Электроника, **медицина** и **продукты питания** –
наиболее востребованные категории срочной доставки.



Вопрос Q12 (Была ли хотя бы раз за последние три месяца у вас необходимость в срочной (в тот же день) доставке? И если была, то для каких товарных категорий?)

Кейс Decathlon

Уже почти год Decathlon сотрудничает с сервисом Достависта: курьеры доставляют товары между магазинами и клиентам на дом **за 1-2 часа.**

Компания предпочла передать доставку сервису Достависта и сфокусироваться на развитии качества и доступности своих продуктов. Создание же системы доставки с нуля требует много усилий и времени. К тому же в будущем могла возникнуть проблема масштабирования.

Decathlon — европейский лидер по разработке, производству и продаже спортивных товаров для более чем 70-ти видов спорта.

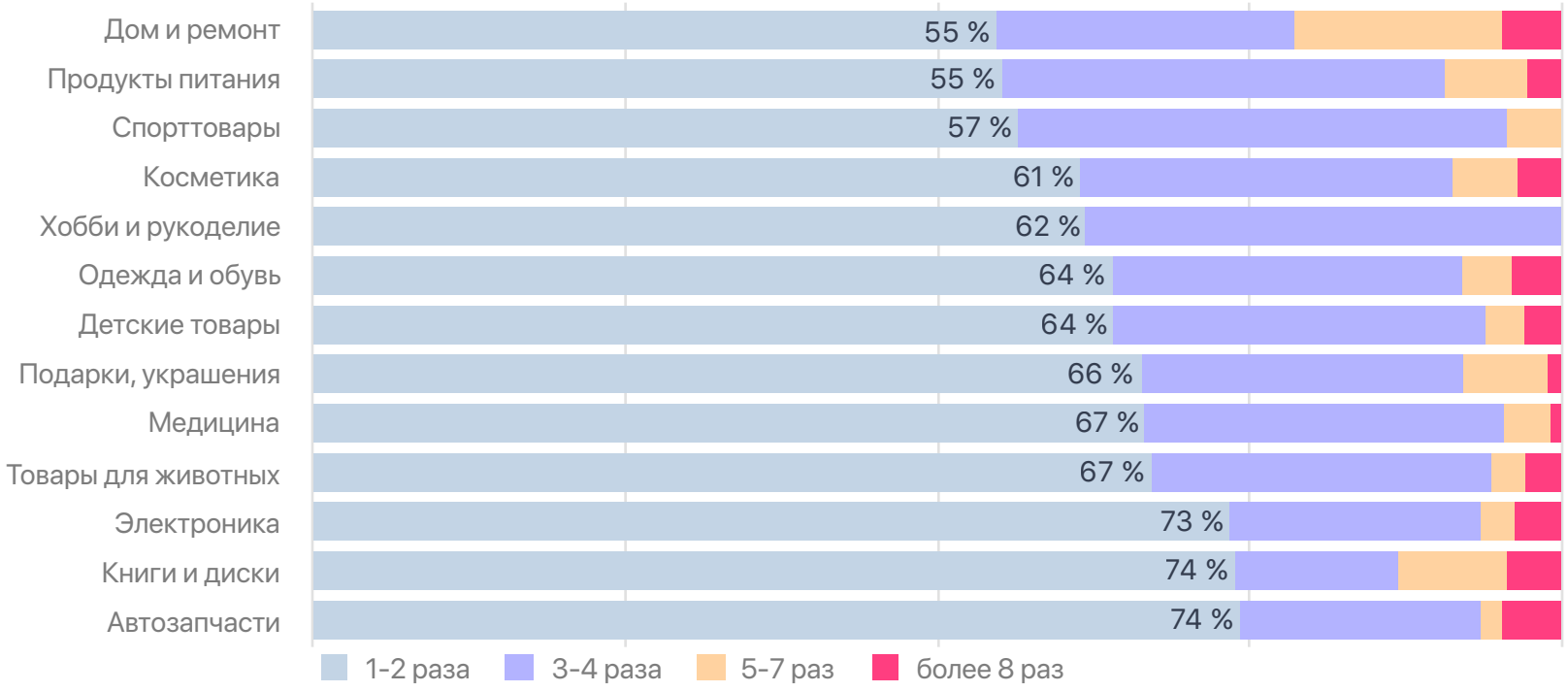
По словам Павла Ильичева, руководителя направления **OmniCommerce & Digital Transformation,** после введение услуги срочной курьерской доставки количество покупок в Decathlon с экспресс-доставкой неуклонно растёт. Компания планирует распространить сервис на все города.

Частота по категориям

У покупателей **продуктов питания** или **товаров для ремонта** чаще возникает необходимость совершать несколько покупок подряд.

Напротив, покупки **автозапчастей** или **книг** – чаще разовые.

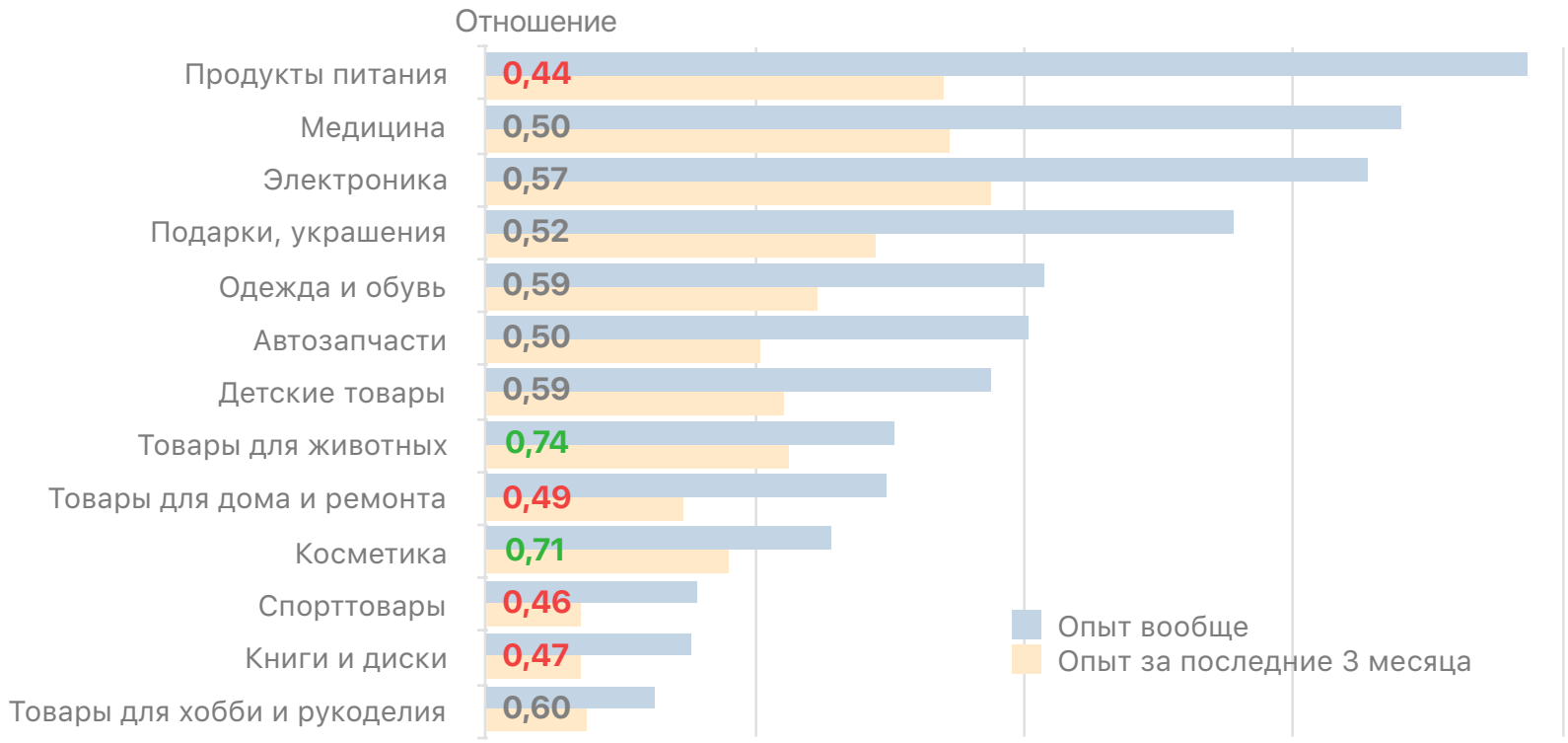
Как много раз за последние 3 месяца вам была нужна срочная доставка?



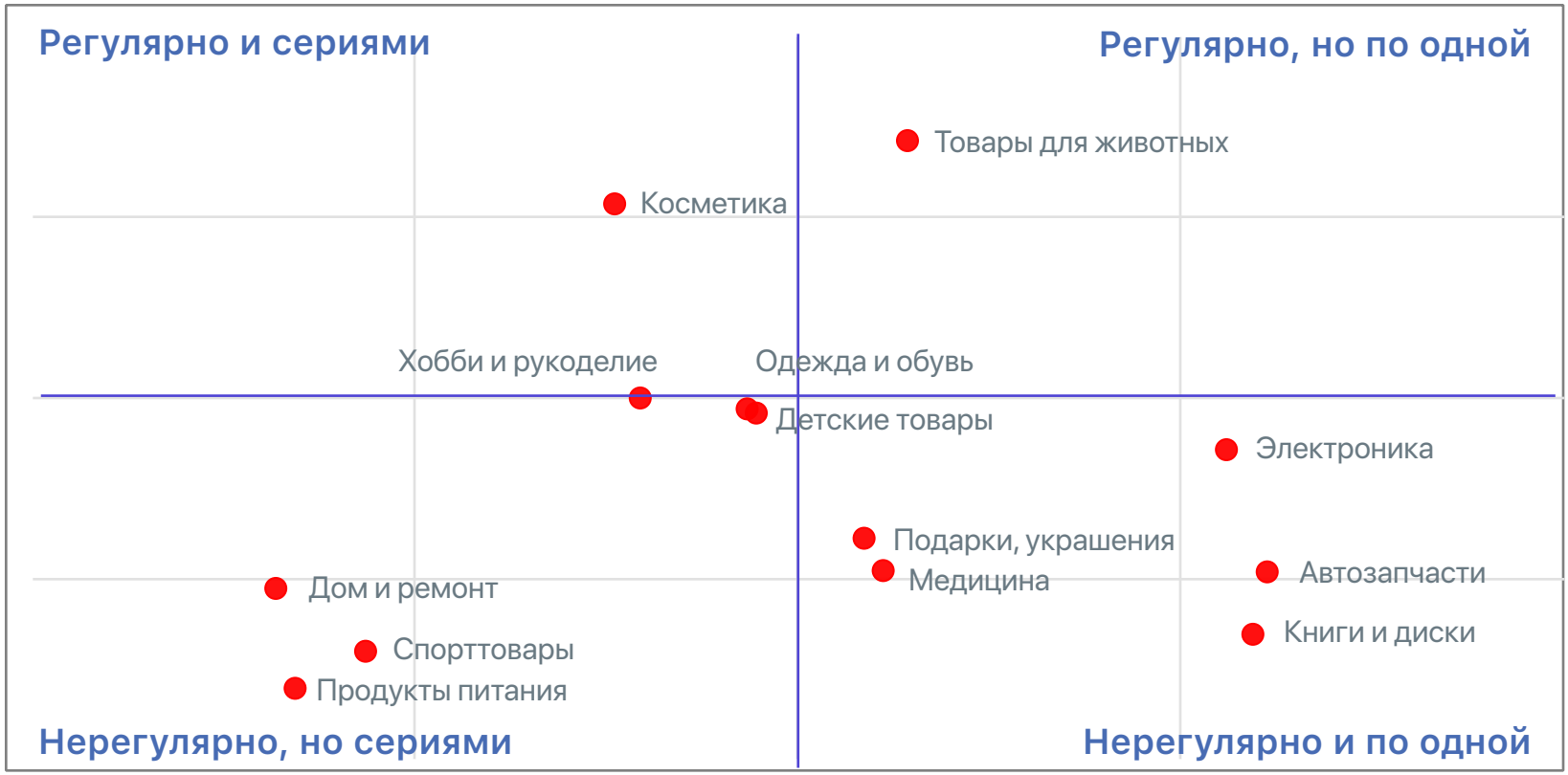
Регулярность по категориям

В ряде категорий потребность в срочной доставке возникает более регулярно: это **зоотовары**, **косметика** и, в меньше степени, **детские товары** и **одежда**.

И наоборот, несмотря на популярность категории **продукты питания**, срочная доставка в ней чаще носит разовый (форс-мажорный) характер.



Регулярность vs. Частота



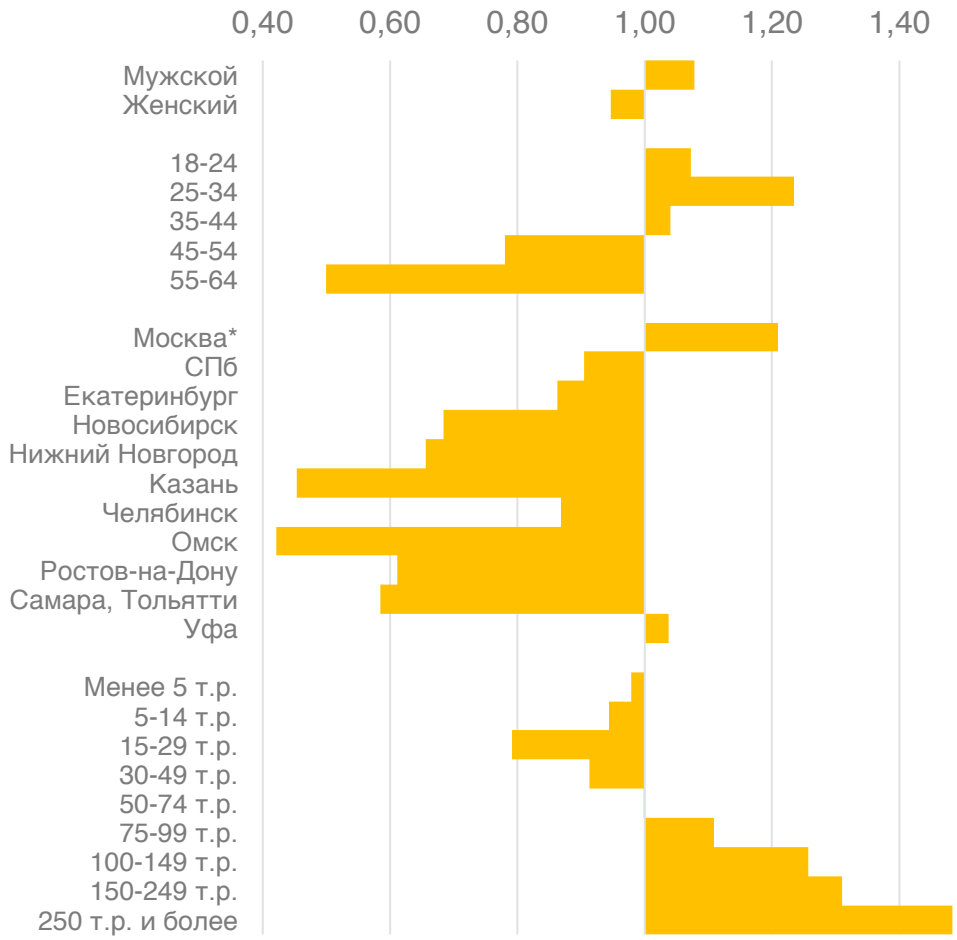
Примеры: **ремонт** случается нечасто, но во время ремонта срочная доставка может понадобиться несколько раз. И наоборот, корм для **животного** нужен регулярно, но хватает его надолго.

Востребованность по социальным группам

Чаще других сталкиваются с необходимостью срочной доставки:

- Мужчины.
- 25-34 лет.
- Проживающие в столице.
- Имеющие доходы 75 тысяч рублей и выше на семью.

Индекс соответствия – отношение имеющих опыт срочной доставки за последние три месяца к среднему распределению по выборке.



* – здесь и далее – включая соответствующие области/республики

Вопрос Q12 – Вспомните, пожалуйста, была ли хотя бы раз за последние три месяца у вас необходимость в срочной (в тот же день) доставке?

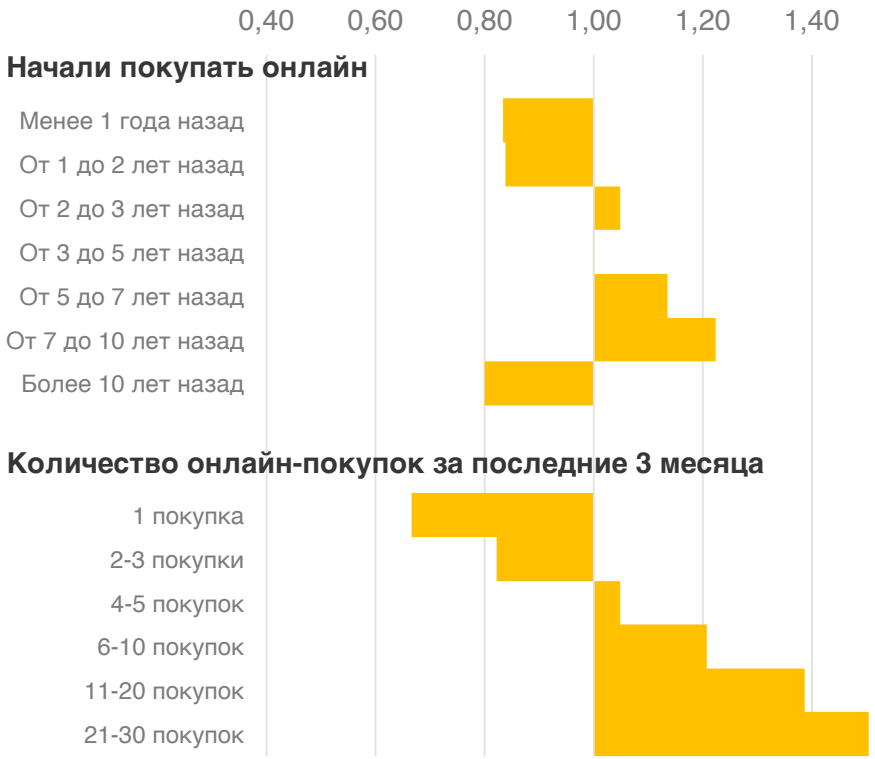
Востребованность по стажу и активности

Имеют опыт срочной доставки:

- Опытные онлайн-покупатели (но не самые опытные)
- Активные онлайн-покупатели – более 6 покупок в онлайне за последние 3 месяца

Индекс соответствия – отношение имеющих опыт срочной доставки за последние три месяца к среднему распределению по выборке.

Вопрос Q12 - Вспомните, пожалуйста, была ли хотя бы раз за последние три месяца у вас необходимость в срочной (в тот же день) доставке?



Типичные случаи

забыла купить кошке корм

внезапный приезд родни

нужны цветы через пару часов

забыл о дне рождения

ремонт машины

ждут рабочие

свадьба

магазины закрыты, кончилось детское питание

срочно нужны лекарства

срочно купить контактные линзы

для малыша, подгузники, салфетки, детское питание

закончился корм у животных

сломалась бытовая техника

болезнь

вышел из строя компьютер или смартфон

когда зовут на праздник в последний момент

заболел ребёнок

Интересные кейсы

- «Продукты привезли одновременно с моим приездом из аэропорта (возвращалась из отпуска, холодильник пустой).»
- «Через 30 мин после заказа.»
- «Заказ елки, перед Новым годом. Ребенок желал быстрее наряжать)) Елку привезли через 4 часа.»
- «Заказывал клей для плитки, так как не рассчитал необходимый запас заранее. Привезли через 2 часа.»
- «Заказала BCAA и привезли прямо в спортзал на тренировку.»
- «Когда пришли гости внезапно, доставили быстро в течении часа продукты.»
- «Потеряли ключ от “секретки”, а надо было срочно “переобуть” колёса перед дальней поездкой. Заказывали универсальный съёмный ключ.»
- «Доставка цветов в 5 утра.»
- «Мне привезли из одного интернет-магазина букет невесты через несколько часов.»
- «Доставка зимних сапог прям в офис за несколько часов.»

Причины неудач

Главная причина неудачного опыта – отсутствие такой услуги (33%). Также, в 7% случаев услуга не была доступна в регионе проживания респондента, а ещё в 6% случаев не была доступна на тот момент (отсутствие курьеров или выходные).

Не устроили характеристики самой услуги: её скорость (13%) или стоимость (7%).

Смогли ли вы воспользоваться срочной доставкой в тех случаях, когда это было для вас необходимо? Если не удалось, то почему?	
Не было такой услуги (отказали в срочной доставке)	33%
Не устроила скорость доставки (не достаточно срочная, на следующий день)	13%
Не было товара (нет в наличии, закончился)	10%
Не доступна в данном регионе (далеко живу, в другом городе)	7%
Не устроила стоимость доставки (слишком дорого, нужно доплачивать)	7%
Не умею (не знаю как, не пользовался никогда, не нашел)	4%
Не было курьеров	4%
Не доставляют в выходные/праздничные дни	2%
Другое	20%

Разбор открытого вопроса Q13_2 (Смогли ли вы воспользоваться срочной доставкой (в течение нескольких часов) в тех случаях, когда это было для вас необходимо (за последние три месяца)? Если не удалось, то почему?)

Успешность по категориям

Покупателям продуктов питания, косметики, спорттоваров обычно удается воспользоваться срочной доставкой в случае необходимости.

В категориях детских товаров или товаров для дома и ремонта количество неудач – больше половины случаев.

Смогли ли вы воспользоваться срочной доставкой в тех случаях, когда это было для вас необходимо?

Вопросы Q12 (Поговорим немного о срочной доставке товаров из интернет-магазинов. Вспомните, пожалуйста, была ли хотя бы раз за последние три месяца у вас необходимость в срочной (в тот же день) доставке? И если была, то для каких товарных категорий?) и Q13 (Смогли ли вы воспользоваться срочной доставкой (в течение нескольких часов) в тех случаях, когда это было для вас необходимо (за последние три месяца)?)

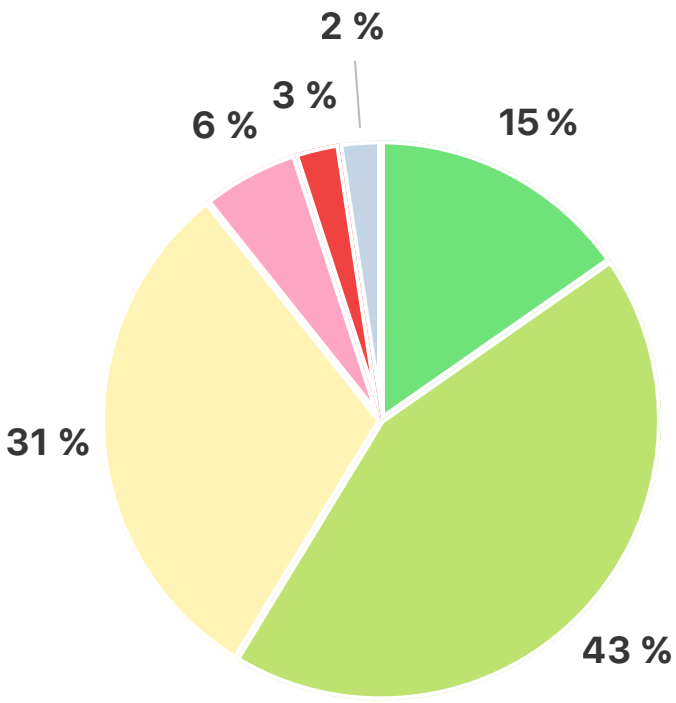
Причины неудач по категориям

Главная причина неудач для всех категорий одна и та же – **«не было такой услуги»,** но некоторые причины особенно важны для отдельных категорий.

Категории для которых причина неудачи упоминается чаще среднего (по убыванию частоты)	
Не было такой услуги	Книги и диски, Косметика и парфюмерия, Продукты питания, **Детские товары**
Не устроила скорость доставки	Дом и ремонт, **Электроника**, Автозапчасти, **Одежда**
Не было товара	Дом и ремонт, Автозапчасти, **Товары для животных**
Не доступна в данном регионе	Автозапчасти, **Подарки и украшения**, Хобби и рукоделие
Не устроила стоимость доставки	**Товары для животных**, Медицина
Не умею	Хобби и рукоделие
Не было курьеров	Спорттовары
Не доставляют в выходные/ праздничные дни	Продукты питания, **Подарки и украшения**

Общая оценка опыта срочной доставки

Большинство тех, кто пользовался услугами срочной доставки, позитивно оценивают свой опыт – 68%. Только 9% дали негативную оценку.



Вопрос Q20 (Оцените, пожалуйста, насколько успешен в целом ваш опыт использования срочной доставки?)

- Полностью успешен
- Скорее успешен
- Нейтрален
- Скорее не успешен
- Совсем не успешен
- Затрудняюсь ответить

Требования

Кейс Детского мира

В январе этого года компания начала сотрудничать с сервисом срочной доставки Достависта. До этого момента клиенты сети в регионах могли получить доставку только с центрального склада компании в Москве. Сейчас в тестовых городах доставка осуществляется непосредственно из магазина и доступна уже на следующий день.

«Детский мир» — крупнейшая сеть магазинов детских товаров в России.

«Создание подобной системы доставки внутри компании трудоёмко и требует определённых компетенций в логистике. Решение Достависты позволило нам без лишней нагрузки на персонал интегрировать доставку в текущие розничные процессы» — говорит Надежда Киселёва, начальник управления по внешним и внутренним коммуникациям в компании «Детский мир».

Важность факторов

Помимо стоимости (58%), самыми важными являются факторы связанные со скоростью доставки, её пунктуальностью и узостью интервала (55%, 39% и 20%).

Заметно меньшее количество респондентов выбирали факторы, касающиеся удобства пользования услугой или контроля, такие как интерфейс, отслеживание местонахождения курьера и статуса доставки.

Какие факторы для вас более всего важны в срочной доставке?	
Стоимость доставки	58%
Скорость доставки	55%
Точный интервал времени доставки (курьер приходит точно в указанное время)	39%
Узкий интервал времени доставки (курьер приходит в диапазоне плюс-минус 1 час)	20%
Простота интерфейса вызова и отслеживания заказа	14%
Возможность в онлайне видеть, где находится курьер	13%
Отслеживание в онлайне детального статуса доставки	12%
Внешний вид и поведение курьера	10%
Возможность дополнительных сервисов	3%
Не знаю / затрудняюсь ответить / другое	1%

Вопрос Q23 (Какие факторы для вас более всего важны в срочной доставке?)

Факторы и возрастные группы

Выбор тех или иных факторов в срочной доставке заметно зависит от возрастной группы. Такие факторы как возможность отслеживать статус доставки и местоположение курьера более важны для молодежи 18-24 лет. Также для этой группы важен внешний вид курьера и скорость доставки.

Возрастная группа 45-54 имеет практически противоположные предпочтения – выше среднего здесь важность стоимости доставки, точного и узкого интервала, а также простоты интерфейса.

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Все
Скорость доставки	**58%**	56%	52%	55%	48%	55%
Точный интервал времени доставки	35%	40%	37%	**49%**	38%	39%
Узкий интервал времени доставки	18%	19%	**21 %**	**22%**	15%	19%
Стоимость доставки	58%	58%	56%	**66%**	54%	58%
Внешний вид и поведение курьера	**12%**	8%	11%	10%	6%	9%
Возможность в онлайне видеть, где находится курьер	**18%**	**17%**	8%	7%	0%	13%
Отслеживание в онлайне детального статуса доставки	**14%**	**13 %**	11%	10%	2%	12%
Возможность дополнительных сервисов	3%	**4%**	3%	2%	2%	3%
Простота интерфейса вызова и отслеживания заказа	9%	13%	13%	**19%**	**19%**	14%

Вопрос Q23 (Какие факторы для вас более всего важны в срочной доставке?)

Факторы и товарные категории

- Для покупателей продуктов питания и спорттоваров относительно более важна скорость доставки.
- Узкий интервал времени доставки более важен для покупателей подарков и украшений.
- Для покупателей автозапчастей важна простота интерфейса.
- Дополнительные сервисы службы доставки особенно важны в типично женских категориях: детские товары, косметика, продукты питания, а также для покупателей спорттоваров и автозапчастей.

Вопрос Q23 (Какие факторы для вас более всего важны в срочной доставке?)
по категориям, по отношению к общим ответам на этот вопрос

Факторы и товарные категории

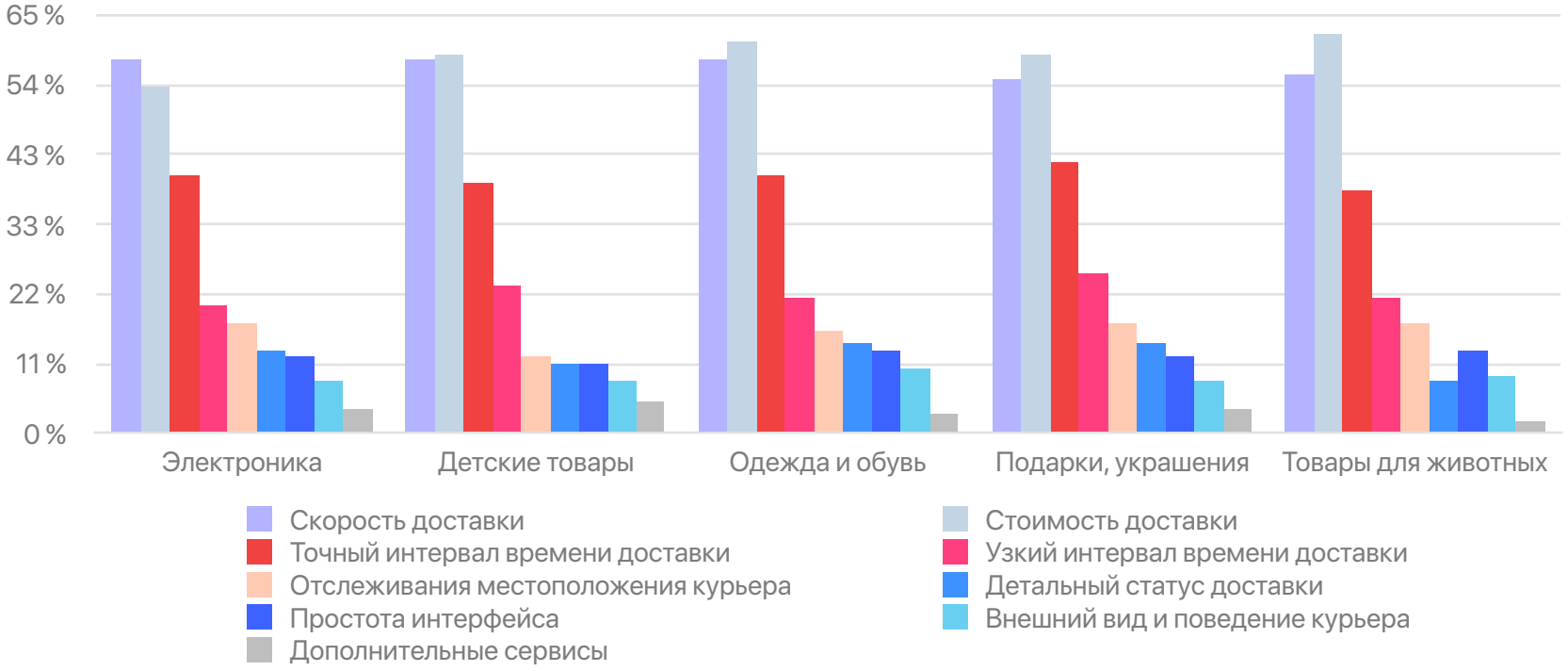
Относительная важность факторов для покупателей товаров из различных категорий.

	Автозапчасти	Детские товары	Книги и диски	Косметика	Медицина	Одежда и обувь	Подарки, украшения	Продукты питания	Спорттовары	Дом и ремонт	Товары для животных	Хобби и рукоделие	Электроника
Скорость доставки	1,1	1,0	1,1	1,1	1,1	1,0	1,0	1,2	1,2	1,1	1,0	1,0	1,1
Точный интервал времени доставки	0,9	1,0	1,1	1,1	1,0	1,0	1,1	0,9	0,8	1,0	1,0	1,0	1,0
Узкий интервал времени доставки	0,8	1,2	1,1	1,1	1,1	1,1	1,3	1,2	1,0	1,1	1,1	1,2	1,0
Стоимость доставки	0,9	1,0	1,1	1,1	1,1	1,0	1,0	1,0	1,0	1,1	1,1	1,1	0,9
Внешний вид и поведение курьера	0,8	0,8	0,8	1,0	0,7	1,0	0,9	1,1	0,9	1,1	0,9	0,9	0,9
Возможность в онлайне видеть, где находится курьер	1,3	1,0	1,0	1,0	1,0	1,3	1,3	1,2	1,2	1,1	1,3	1,2	1,3
Отслеживание в онлайне детального статуса доставки	1,0	1,0	0,8	1,0	0,9	1,2	1,2	0,7	1,0	1,2	0,7	0,8	1,2
Возможность дополнительных сервисов	1,3	1,5	0,9	1,5	0,8	1,1	1,1	1,4	1,5	1,0	0,7	0,8	1,2
Простота интерфейса вызова и отслеживания заказа	1,2	0,8	0,9	0,8	1,0	0,9	0,9	0,8	0,9	0,7	1,0	1,1	0,9

Вопрос Q23 (Какие факторы для вас более всего важны в срочной доставке?) по категориям, по отношению к общим ответам

Особенности отдельных категорий

Для **электроники** важнее скорость, для остальных категорий – стоимость. Для **подарков и украшений** несколько важнее роль точного и узкого интервала доставки. Для зоотоваров простота интерфейса и внешний вид курьера важнее детального статуса доставки.



Вопрос Q23 (Какие факторы для вас более всего важны в срочной доставке?), по категориям

Стимулы к началу использования

Основной стимул, называемый респондентами в открытом вопросе – это **изменение стоимости**: доставка должна быть дешевле (39%), либо вовсе бесплатной (8%). Вместе с тем, почти 15% ответов – это нефинансовые претензии к услуге – недостаточное её распространение, покрытие, срочность.

Какие изменения должны случиться, чтобы вы пользовались срочной доставкой чаще?	
Цена должна быть доступнее ("дешевле, чем сейчас", "от стоимости товара", "выгодно")	39%
Срочная доставка должна стать бесплатной	8%
Должно быть больше магазинов с такой возможностью (во многих магазинах её нет)	6%
Сроки должны соблюдаться тщательнее	4%
Должна стать более срочной (сократить интервал доставки)	3%
Должна расширится география срочной доставки	1%
Должен появится повод, сложиться ситуация, требующая срочную доставку	20%
Должно улучшиться моё финансовое положение	3%
Никакие	7%

Разбор открытого вопроса Q19 (Какие изменения должны случиться, чтобы вы пользовались срочной доставкой чаще?)

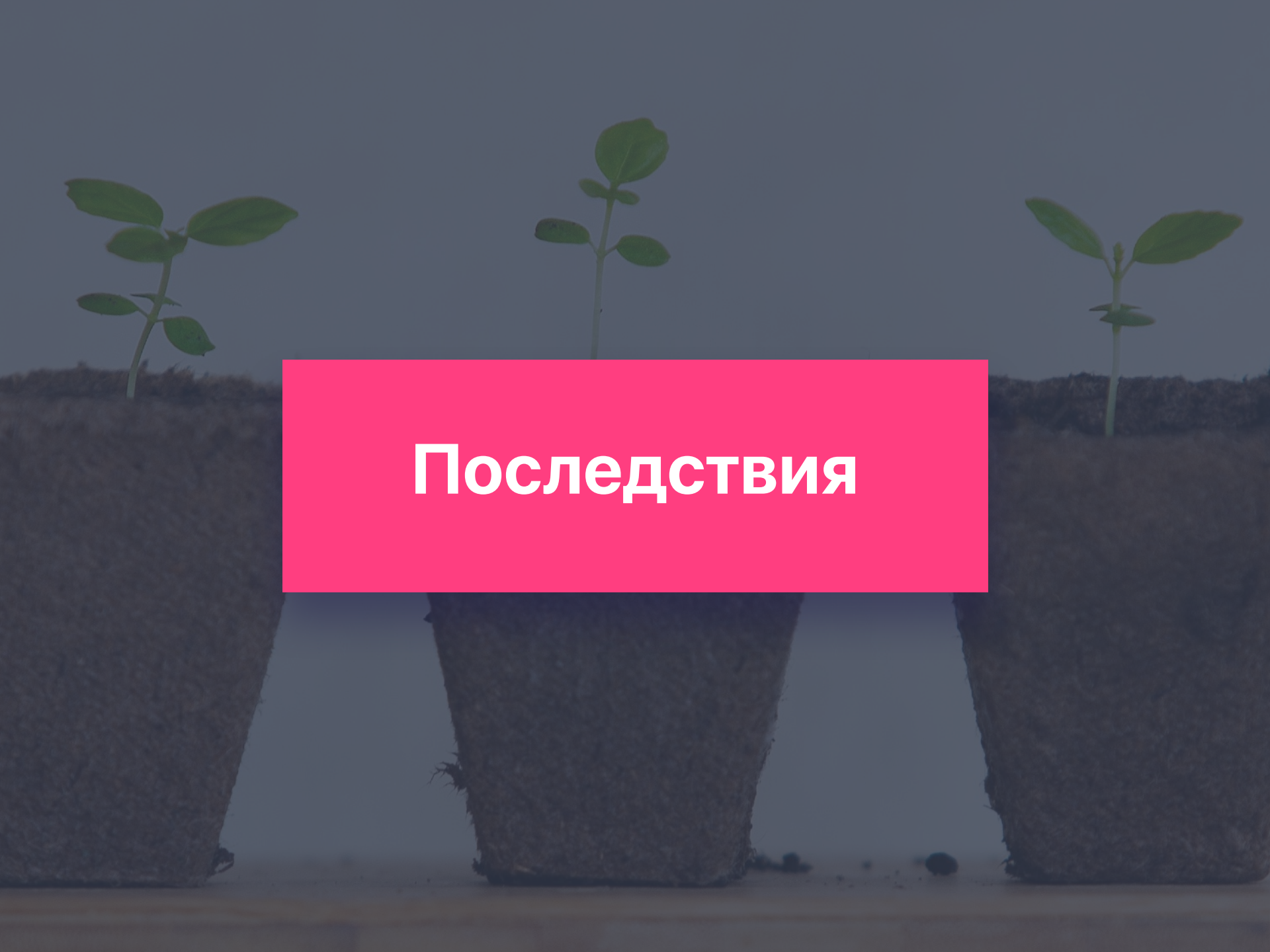
Готовность платить

72% респондентов **готовы платить за срочную доставку**, но только 24% готовы платить более 300 рублей, и ещё меньше – 8% — более 500 рублей.

Платить более 300 рублей за срочную доставку

Готовы	Не готовы
• Мужчины (30%) • Возраст 18-34 лет (30%) • Москва (32%) • Более 6 покупок за 3 месяца (29%) • Семейный доход > 75 тыс. (33%) • Опыт eCom от 1 года до 5 лет (27%) • Покупатели: спорттоваров (33%), автозапчастей (32%), электроники (30%), подарков (29%)	• Женщины (20%) • Старше 45 лет (13%) • Омск (7%), Екатеринбург (9%) • 1 покупка за 3 месяца (15%) • Семейный доход < 30 тыс. (14%) • Опыт менее года (22%) или наоборот – более 5 лет (20%) • Покупатели: медицинских товаров (21%), детских товаров (24%), косметики (24%)

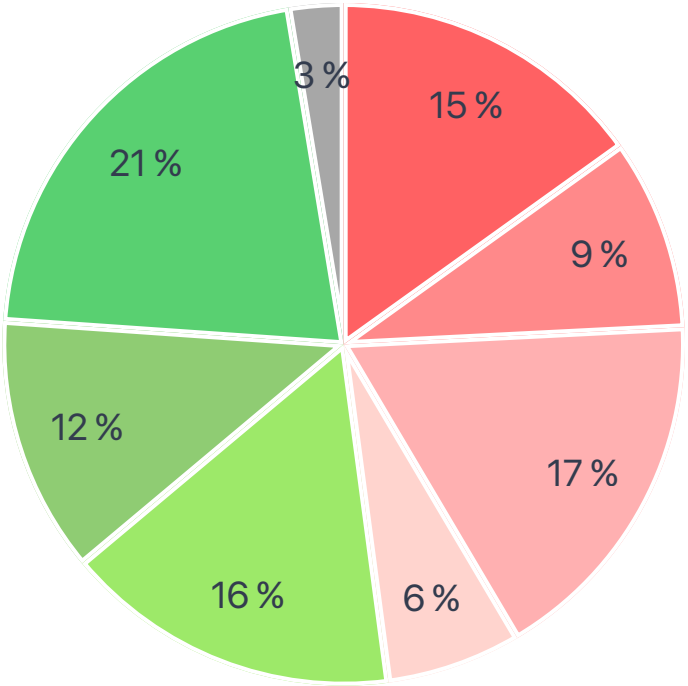
Вопрос Q17 (При условии, что срочная доставка у всех компаний платная, сколько вы готовы доплачивать за срочную доставку?)



Последствия

Если бы не было срочной доставки

48% — потерянные клиенты, респонденты, которые ушли бы из интернет-магазина, если бы в нём не было срочной доставки.



Как повлияло бы отсутствие срочной доставки
(последний случай использования срочной доставки)

- Вообще не совершили бы покупку
- Сделали бы покупку в офлайне
- Купили бы в другом онлайн-магазине
- Выбрали бы другой товар в другом магазине
- Заказали бы обычную доставку
- Заказали бы самовываз
- Все равно купили бы в этом магазине
- Другое

Вопрос Q14 (Укажите, пожалуйста, как наличие срочной доставки повлияло на вашу покупку?)

Если бы не было срочной доставки

- Существенная часть покупателей предпочла бы сделать покупку в другом интернет-магазине, в особенности часто этот вариант выбирают покупатели **косметики** (29%), **автозапчастей**, **подарков** и **зоотоваров** (по 25%), **продуктов** и **электроники** (по 23%).
- Больше четверти покупателей **одежды** вообще не сделала бы покупку (28%). Отменили бы покупку и многие покупатели **подарков**, **продуктов** и **лекарств** (22%, 21%, 19% соответственно).
- Покупатели **товаров для ремонта** чаще других предпочли бы съездить за товаром самостоятельно (самовывоз – 21%).
- **Книги и диски** не срочный товар – больше трети покупателей заказали бы обычную доставку (35%), купили бы товар в офлайне или воспользовались бы самовывозом (по 22%).
- Покупатели **товаров для хобби и рукоделия** также готовы ждать – 25% указали, что отсутствие срочной доставки не повлияло бы на покупку.

Вопросы Q14 (Укажите, пожалуйста, как наличие срочной доставки, повлияло на вашу покупку?) и Q12 (Вспомните, пожалуйста, была ли хотя бы раз за последние три месяца у вас необходимость в срочной (в тот же день) доставке? И если была, то для каких товарных категорий?

Если бы не было срочной доставки

Распределение покупателей в категории по вариантам действий
в случае отсутствия срочной доставки

	Вообще не совершили бы покупку	Сделали бы покупку в офлайне	Купили бы в другом онлайн-магазине	Заказали бы обычную доставку	Заказали бы самовывоз	Все равно купили бы в этом магазине	Выбрали бы другой товар в другом магазине
Автозапчасти	14%	9%	25%	22%	12%	14%	3%
Детские товары	10%	14%	15%	23%	15%	14%	3%
Книги и диски	4%	22%	13%	35%	22%	0%	4%
Косметика	17%	12%	29%	12%	9%	10%	9%
Медицина	19%	16%	15%	11%	10%	20%	6%
Одежда и обувь	28%	9%	20%	11%	11%	16%	3%
Подарки, украшения	22%	11%	25%	10%	12%	17%	4%
Продукты питания	21%	12%	23%	17%	11%	10%	5%
Спорттовары	17%	13%	22%	17%	9%	9%	13%
Дом и ремонт	4%	6%	21%	13%	21%	21%	11%
Зоотовары	11%	8%	25%	11%	14%	25%	6%
Хобби и рукоделие	17%	4%	13%	17%	8%	25%	8%
Электроника	10%	10%	23%	18%	10%	19%	8%
Всего*	16%	11%	21%	15%	12%	16%	6%

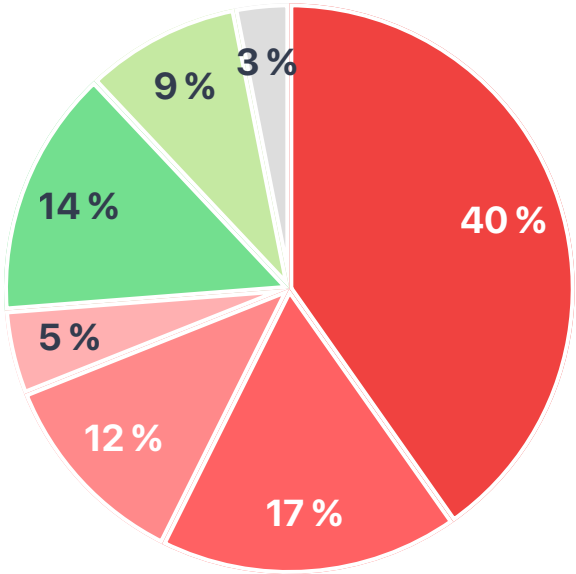
Вопросы Q14 (Укажите, пожалуйста, как наличие срочной доставки повлияло на вашу покупку?) и Q12 (Вспомните, пожалуйста, была ли хотя бы раз за последние три месяца у вас необходимость в срочной (в тот же день) доставке? И если была, то для каких товарных категорий?

* – среди тех кто указал товарную категорию

Критичная необходимость

В ситуации когда нет возможности ждать, только 9% респондентов готовы взять организацию срочной доставки на себя (закажут курьера). Ещё 14% – попытаются договориться с интернет-магазином о специальных условиях.

Подавляющее большинство (69%) – сразу уйдут из интернет-магазина.



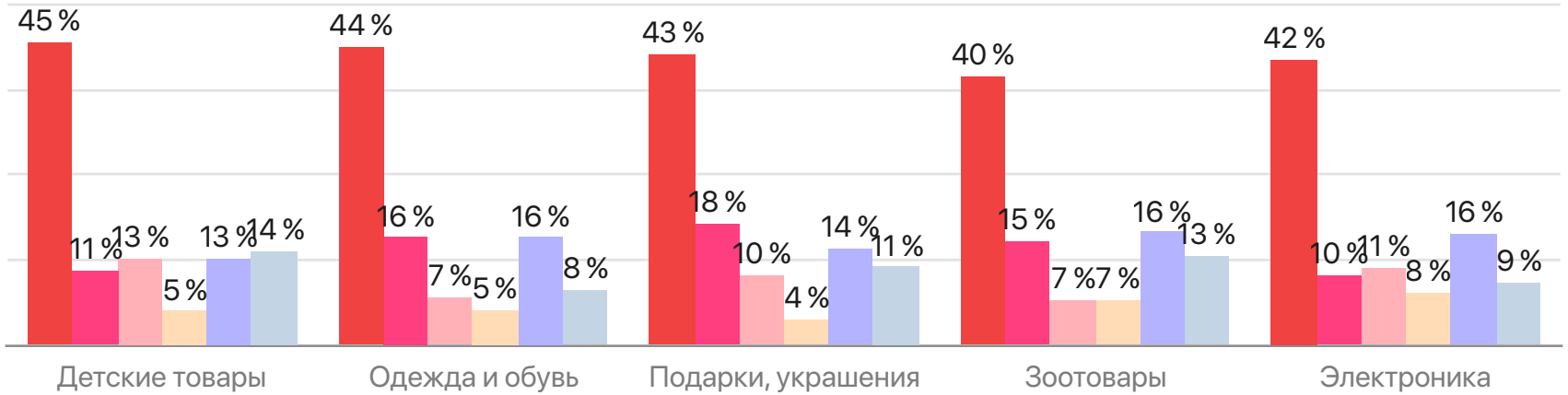
Как вы чаще всего решаете задачу, если срочной доставки в магазине, где вы собираетесь сделать заказ, нет, но она вам нужна?

- Выбираю этот товар в другом магазине
- Иду в офлайн-магазин
- Выбираю другую покупку (в другом магазине)
- Отменяю покупку
- Пытаюсь договориться с магазином на срочную доставку
- Заказываю курьера в курьерской службе сам
- Не знаю / Затрудняюсь ответить

Вопрос Q24 (Как вы чаще всего решаете задачу, если срочной доставки в магазине, где вы собираетесь сделать заказ, нет, но она вам нужна?)

Поведение покупателей отдельных категорий в случае необходимости

Покупатели из всех категорий прежде всего предпочтут купить нужный товар в другом магазине, но покупатели **детских товаров** и **одежды** делают это несколько чаще. Покупатели **подарков** чаще других склонны уходить в офлайн, а покупатели **электроники** и **зоотоваров** – отменять покупку. Собственных курьеров чаще готовы заказать покупатели **детских товаров** и **зоотоваров**.



Вопрос Q24 (Как вы чаще всего решаете задачу, если срочной доставки в магазине, где вы собираетесь сделать заказ, нет, но она вам нужна?), распределение внутри категорий (по Q15 – опыт в срочной доставке вообще).

- Выбираю этот товар в другом магазине
- Иду в офлайн-магазин
- Выбираю другую покупку (в другом магазине)
- Отменяю покупку
- Пытаюсь договориться с магазином
- Заказываю курьера в курьерской службе сам

Кейс Inventive Retail Group

Сейчас группа компаний тестируют доставку день в день через Dostavista.ru. Решение привлечь сторонний сервис было принято в основном из-за желания масштабировать объёмы, дополнительно не нагружая свой штат.

Кроме того, с доставкой через Достависту **клиенты могут выбирать удобное время получения заказа вплоть до минуты.** Что безусловно мотивирует их делать заказ.

inventive retail group

Inventive Retail Group – сеть монобрендовых магазинов ведущих производителей компьютеров, телефонов, электроники и детских развивающих игр.

Передача доставки на аутсорс уже сейчас значительно разгружает сотрудников компании, которые занимаются контролем и подбором курьеров в штате. Количество заказов со срочной доставкой в выбранное время растёт каждый день.

Кейс Фотосклад.ру

В июле прошлого года «Фотосклад.ру» подключил услугу доставки день в день для всех городов через сервис Достависта. До этого срочная доставка работала лишь в Москве и Санкт-Петербурге.

ФОТОСКЛАД.РУ

«Фотосклад.ру» — номер один фотомагазин в России.

По словам Банникова Алексея Евгеньевича, CEO «Фотосклад.ру», интеграция с сервисом позволила компании решить целый ряд проблем. Компания легко могла быстро подготовить заказ к отгрузке, но качество «последней мили» оставляло желать лучшего. Держать в штате курьеров, готовых в любой момент отвезти заказ за 1-2 часа, было экономически невыгодно.

Интеграция с Доставистой позволила распространить услугу доставки товаров день в день на все города России, **уменьшить интервал доставки с 4 до 2 часов, а также увеличить процент исполнения заказов по такой услуге с 63% до 98,5%.** Что в совокупности позволило увеличить лояльность клиентов и количество заказов.

Что такое Dostavista

D

Dostavista — сервис срочной курьерской доставки за 60-90 минут или в указанное время. Достависта основана в 2012 году. Сейчас сервис работает в 17 городах России, а также в 6 других странах.

В 2017 году курьеры Достависты доставили более 2 млн отправлений.

Вызвать курьера

Узнать больше:

op@dostavista.ru

+7 495 137-55-37

dostavista.ru

Facebook.com/dostavista

vk.com/dostavista

instagram.com/dostavista

Загрузите в App Store

ДОСТУПНО В Google Play

Что такое Data Insight

Data Insight – первое в России агентство, специализирующееся на исследованиях и консалтинге в области eCommerce и других интернет-рынков

Наши публичные исследования – dataинsight.ru/public

Новостной мониторинг электронной торговли – dataинsight.ru/ecomm_weekly

Узнать больше:

a@dataинsight.ru

+7 (495) 540 59 06

dataинsight.ru

Facebook.com/dataинsight

Slideshare.net/Data_Insight

t.me/DataInsight

Методика

Онлайн-опрос, самозаполнение по стандартизованной анкете.

Объем выборки – 1500 человек (750 человек - онлайн-ривер, 750 человек – панель). Состав выборки:

- Мужчины и женщины в возрасте от 18 до 64 лет, которые совершали онлайн или мобильные покупки за последние 30 календарных дней.
- География: 750 человек Москва, 300 человек Санкт-Петербург, 450 человек остальные города (Екатеринбург и Свердловская область, Новосибирск
  и область, Нижний Новгород и область, Казань и область, Челябинск
  и область, Омск и область, Ростов и область, Самара, Тольятти и область, Уфа и область)

Опрос проводился 20-26 марта 2018 года.

Под **срочной доставкой** в исследовании понимается доставка товара в день заказа.