

Фулфилмент для интернет-торговли



DA
TA
insight

МАРТ 2019

генеральный партнер

lamoda

Следить за нашими исследованиями можно разными способами:



logistics.datainsight.ru

Исследования рынка логистики для интернет-магазинов
и база логистических компаний



facebook.com/DataInsight

Результаты исследований, последние новости,
отчёты интернет-магазинов, любопытные кейсы на рынке
электронной торговли в России и в мире



t.me/DataInsight

Свежие новости онлайн-рекламы и электронной торговли



datainsight.ru/ecomm_weekly

Бесплатная рассылка новостей электронной торговли.
Выходит каждую неделю. Чтобы подписаться, заполните форму на сайте.

Присоединяйтесь к нам!

Партнёры исследования

генеральный партнер

lamoda

aristos

arvato
BERTELSMANN

 JLL

 Distance
Selling
Service

Оглавление

Наблюдательный Совет исследований по логистике компании Data Insight	6
---	---

Переломный год	9
-----------------------------	---

1. Основные результаты исследования	11
--	----

РЕКЛАМА: LAMODA B2B

Как крупнейшая российская ритейл-платформа в сфере моды и lifestyle запустила сервисы B2B — и стала любимым оператором для международных брендов-гигантов	15
---	----

2. Рынок фулфилмента в России	23
--	----

3. Что происходит: ключевые тренды	24
---	----

Новые игроки	24
Новые клиенты	26
Развитие дополнительных услуг	27
Отсутствие стандартов	29
Централизация	30

РЕКЛАМА: Aristos

Монобренд со вкусом: как производителю товаров сделать интернет-магазин. Интервью с генеральным директором «Аристос» Андреем Хромовым	31
---	----

4. Услуги	39
------------------------	----

Схема основных и дополнительных услуг фулфилмента	40
---	----

5. Модели ценообразования и стоимость базовых услуг	46
--	----

Оплата за операцию	48
Пакетные тарифы	50
Процент от стоимости заказа	50

6. Выбор фулфилмента: как читать карточки операторов	52
РЕКЛАМА: СДТ	
Как аутсорсинг услуг фулфилмента помог крупнейшему мобильному оператору увеличить оборачиваемость склада в 5 раз без увеличения складских площадей	60
Карта складов	64
Сотрудничество фулфилмент-операторов с различными службами доставки	66
Товарные категории	67
Дополнительные услуги.....	76
Профили компаний.....	78
Аналитическое агентство Data Insight	129

Наблюдательный Совет исследований по логистике компании Data Insight

Исследования, которые мы делаем, в силу того, что они в большинстве своем бесплатны и публичны, безусловно, меняют рынок. Собственно, они для того и нужны, чтобы не просто описывать рынок, но развивать его, делать больше и лучше. Рынок логистики для интернет-магазинов для нас один из приоритетных. Именно логистика и составляет суть интернет-торговли, так что даже слова, что логистика — кровь электронной коммерции, не звучат слишком пафосно. Так и есть.

У нас регулярно выходят исследования по этому рынку (их перечень вы найдете в конце), так что мы попросили нескольких безусловных экспертов быть нашими оппонентами и помощниками в создании исследования. Это и есть Наблюдательный совет «Логистика». Люди, которые с нами спорят и соглашаются, никогда не стесняются нас критиковать (и всегда по делу) и часто подсказывают нам новые и интересные направления. Люди, которые первыми скажут, что мы сделали хорошо и что мы сделали плохо. Именно это и есть наш Наблюдательный совет: не просто люди, мнение которых мы очень ценим, но люди, которых мы попросили быть нашими критиками. С благодарностью.

Федор Вирин. Партнер Data Insight

Владислав Бакальчук,
сооснователь Wildberries

Wildberries — крупнейший онлайн-ритейлер России, работающий на рынке 15 лет. По данным компании, оборот Wildberries в 2018 году вырос на 72% и достиг 118,7 млрд руб. В компании работают более 20 000 сотрудников. География присутствия Wildberries охватывает пять стран: Россия, Белоруссия, Казахстан, Киргизия и Армения. Ежедневно в интернет-магазине компании оформляется свыше 400 тысяч заказов.

Компания входит в ТОП-5 рейтинга Forbes «ТОП-20 самых дорогих компаний Рунета». Компания является «самой быстрорастущей сетью сегмента non-food» по итогам конкурса RETAIL WEEK AWARDS 2018, а также победителем премий Гран-При «Большой Оборот» и E-COM SPACE «Быстрый рост — 2018» и «Выбор покупателя — лучшее обслуживание».



WILDBERRIES

Леонид Гольдорт, CEO СДЭК

СДЭК — международная компания, специализирующаяся на экспресс-доставке грузов.

С 2000 года открыто 1 500 подразделений в 13 странах: России, Киргизии, Турции, Республике Беларусь, Казахстане, Армении, Узбекистане, Чехии, Южной Кореи, Китае, Монголии, ОАЭ, США.

Наши клиенты — физические лица, интернет-магазины, компании, ведущие документооборот (банки, турфирмы, заводы).



Леонид Зондберг, коммерческий директор, DPD в России и странах СНГ

DPD — один из лидеров российского рынка экспресс-доставки и логистики. DPD в России входит в состав DPDgroup, второй по величине сети доставки посылок в Европе, принадлежащей международному холдингу GeoPost. Успешная интеграция DPD в России с SPSR Express позволила создать крупнейшего в России негосударственного оператора экспресс-доставки. Объединенная российская инфраструктура включает более 150 терминалов и около 2 500 пунктов выдачи Pickup; работают подразделения во всех странах Таможенного союза. Ежедневно по собственной сети перевозятся десятки тысяч посылок. Клиентам предлагается доставка в 26 000 населенных пунктов России, Казахстана, Беларуси, Киргизии, Армении, а также по всему миру.



Андрей Павлович, директор цепи поставок, Ozon

Интернет-компания OZON — одна из крупнейших российских e-commerce площадок, занимает 2 место по количеству заказов и 7 место по выручке в рейтинге E-Commerce Index TOP-100 по итогам 2017 года, 6 место в списке самых дорогих компаний Рунета по версии российского Forbes по итогам 2017 года. Основана в 1998 году. Сегодня на интернет-площадке OZON представлено более 1,6 млн товарных наименований в 23 категориях. На конец 2018 года компания оперировала примерно 100 тыс. квадратных метров фулфилмент-инфраструктуры, включая флагманскую фулфилмент-фабрику в Тверской области и региональные фулфилмент- и сортировочные центры.



Надежда Романова, CEO PickPoint

PickPoint — первый логистический сервис нового поколения, который создан для удобного и доступного получения и оплаты интернет-заказов. PickPoint развивает самую широкую в России сеть точек выдачи заказов. Сеть PickPoint включает в себя более 5 500 постаматов (автоматических посылочных терминалов) и пунктов выдачи покупок в более чем 540 городах России. К сети PickPoint подключено порядка 5,5 тысяч онлайн-ритейлеров. Пользовательская база PickPoint насчитывает 6,7 млн человек.



Алексей Скатин, первый заместитель генерального директора по инфраструктуре, Почта России

Почта России — федеральный почтовый оператор, входит в перечень стратегических предприятий РФ. Включает в себя 42 тысячи отделений по всей стране и объединяет один из самых больших трудовых коллективов — около 350 тысяч почтовых работников.

Ежегодно Почта России принимает более 2,5 млрд писем и счетов и обрабатывает более 430 млн посылок. Почта России обслуживает около 20 млн подписчиков в России, которым доставляется 1 млрд экземпляров печатных изданий в год. Ежегодный объем транзакций, которые проходят через Почту России, составляет более 3,3 триллиона рублей (пенсии, платежи и переводы).



Переломный год

Фулфилмент — это аутсорс складских операций, которые нужно произвести с товаром в розничной интернет-торговле (или дистанционной торговле) с момента его поступления на склад и до передачи в службу доставки. От 3PL фулфилмент отличается обработкой заказов — здесь речь идет о маленьких розничных заказах и огромном ассортименте товаров. Таким образом, фулфилмент-операторы должны уметь обрабатывать очень большое число артикулов.

Базовые операции фулфилмента включают приемку товаров на склад, их хранение, комплектацию заказов, передачу их службе доставки и обработку товаров, не подошедших покупателям. Представление о фулфилменте меняется вместе с ситуацией на рынке — дополнительные услуги становятся всё более востребованными, и операторы формируют комплексные предложения. Возможно, в дальнейшем понятие «фулфилмент» станет более широким.

В 2018 году рынок российского фулфилмента оценивается в 13 млрд рублей и 41 миллион посылок. Совокупный среднегодовой темп роста (CAGR) с 2016 года составил 36%. В первую очередь рынок растет за счет крупнейших операторов, а важнейшим сдерживающим фактором является недостаток складских площадей.

2019 год может стать переломным для российского фулфилмента — рынок ожидают большие изменения. Крупные интернет-магазины стали провайдерами логистических услуг, занимаясь и складским хранением, и обработкой заказов, и магистральной логистикой, и последней милей. Их подход и предложения для клиентов отличаются от распространенных на рынке до этого. Помимо этого, на рынок фулфилмента собирается выйти Почта России — игрок несопоставимого со всеми остальными размера. В результате фулфилмент-операторам может понадобиться пересматривать свои процессы и предложения для интернет-магазинов.

Это уже третье исследование Data Insight о российском фулфилменте. В прошлых исследованиях мы рассказывали о фулфилменте в общем, о том, как устроены процессы и на какие этапы они разделяются, знакомили с ключевыми игроками.



Наталья Крупнина,
ведущий аналитик
направления «Логистика»

Основная цель этого исследования — детально описать услуги фулфилмента и принятые модели ценообразования и дать интернет-магазинам ориентиры при выборе оператора. В первую очередь оно адресовано интернет-магазинам, оффлайн-магазинам, которые думают о выходе в интернет, поставщикам и производителям без собственной розницы — всем тем, кто может быть заинтересован в услугах фулфилмента.

Одна из особенностей рынка фулфилмента — отсутствие каких бы то ни было стандартов в предложении услуг и тарификации. В общем и целом, процессы могут быть схожими, однако у всех операторов значительно отличаются детали и нюансы, от которых в итоге сильно зависит и цена, и качество работы. В исследовании мы подробно описали, из чего состоят базовые услуги фулфилмента, и сравнили цены на них. Также исследование содержит карточки с информацией о компаниях, рекомендации по выбору оператора и раздел про основные тренды и изменения, которые происходят на рынке.

Выражаем благодарность наблюдательному совету DI Логистики, экспертам рынка и компаниям-партнерам исследования: Arvato, Aristos, CDEK, DPD, JLL, Ламода, Ozon, PickPoint, Pony Express, Почта России, СДТ, Терволина, Wildberries. Также благодарим компании, которые помогли в проведении исследования: 220 Вольт, B2CPL, Бета ПРО, V7, ExpressRMS, Индекс-Экспресс, Itella, Маршрут, NPL Logistic, Ritm-Z, Santens, Qnits фулфилмент, Fastery, Fresh Logic, Fulllog.



Фулфилмент
для интернет-торговли
2016



Фулфилмент
для интернет-торговли
2017

1 Основные результаты исследования

- ✓ В 2018 году рынок российского фулфилмента оценивается в **13 млрд рублей и 41 миллион посылок**. Совокупный среднегодовой темп роста (CAGR) с 2016 года составил 36%. Задействованные складские площади у крупнейших операторов выросли в 1,6 раз, количество занятых сотрудников — более чем на треть.

В этой оценке отсутствует Wildberries, хотя они используют модель работы, похожую на фулфилмент-оператора. Мы рассматриваем Wildberries как один из вариантов рынка фулфилмента. Выручка Wildberries за 2018 год составляет 119 млрд рублей. Стоимость услуг Wildberries — 19% от стоимости заказа, причём сюда входит и фулфилмент, и весь маркетинг, но не входит доставка. Таким образом, максимальная выручка Wildberries от услуг фулфилмента и услуг по привлечению клиентов составляет 22,6 млрд рублей.

- ✓ **Услуги фулфилмента предлагают более 70 компаний.** Все компании, заметные в 2016 году, по-прежнему активны, появилось несколько новых игроков. **Крупнейшие фулфилмент-операторы по состоянию на конец 2018 года — Arvato, Бета ПРО, Маршрут и СДТ.** Суммарно они занимают более 80% рынка. Именно за счет них происходит основной рост. Важным фактором, сдерживающим рост, является недостаток подготовленных складских площадей.
- ✓ **Средняя стоимость отправления составляет 317 рублей** (с учетом дополнительных услуг, но без учета доставки). Это немногим больше, чем в 2016 году. При этом цена хранения товаров несколько уменьшилась, а увеличение стоимости для клиентов связано с дополнительными услугами.

✔ **В 2019 году рынок ожидают изменения. В первую очередь они связаны с приходом в фулфилмент крупных игроков.**

Большие интернет-магазины — Berry!, Lamoda, Ozon, Wildberries — сами стали предоставлять логистические услуги: и складское хранение, и обработку заказов, и магистральную логистику, и последнюю милю. Их модели работы отличаются от распространенных на рынке сейчас — в частности, они предлагают размещение товаров в своих маркетплейсах и привлечение продаж.

На рынок фулфилмента собирается выйти Почта России — игрок несопоставимого со всеми остальными размера. В результате фулфилмент-операторам может понадобиться пересматривать свои процессы и предложения для интернет-магазинов.

✔ **Число компаний, использующих фулфилмент, также растет — с 2016 года у крупных операторов стало на 52% больше клиентов.**

В интернет из оффлайна приходят бренды и крупные сети. Они заинтересованы не только в фулфилменте, но и в дополнительных услугах — всех, которые обеспечивают функционирование интернет-магазина. Второй существенный драйвер рынка — небольшие магазины и производители. В том числе — не имеющие опыта продаж в онлайн или вообще. Им также требуется больше, чем базовый набор услуг фулфилмента. Наиболее подходящим выходом для многих из них становятся предложения маркетплейсов и крупнейших магазинов.

Основными конкурентами фулфилмент-оператора становятся не другие фулфилмент-операторы и не 3PL-компании, а именно магазины и маркетплейсы. Возрастает значимость дополнительных услуг. Это выгодно операторам. Основные услуги фулфилмента низкомаржинальны, и дополнительные сервисы — хорошая возможность развития бизнеса.

- ✔ **Важной особенностью рынка фулфилмента остается отсутствие единых стандартов в предоставлении услуг и ценообразовании** — все операторы строят процессы по-своему и, соответственно, предлагают разные наборы услуг. Эта ситуация вряд ли изменится в ближайшее время: в целом набор фулфилмент-услуг определен, регулирование рынка, по сути, отсутствует, и для операторов сложно и бессмысленно стремиться к унификации процессов и ценообразования. Кроме того, сами клиенты приходят к операторам с принципиально разными запросами, и разноплановость рынка дает им возможность выбрать наиболее подходящую модель.

- ✔ В настоящее время компании используют три основные модели ценообразования. Это плата за каждую операцию, фиксированные «пакетные» тарифы и комиссия — определенный процент от стоимости проданных товаров. Самая популярная модель — **оплата по операциям**, так или иначе ее **используют 95% опрошенных операторов** — как основную или в дополнение к другим. Пакетные тарифы есть у 59% компаний, а комиссионная модель — у 32%. Большинство компаний сочетает две или три модели ценообразования — 41% использует две из них, а 27% — три.

- ✔ **Стоимость базовых услуг фулфилмента у разных операторов сильно различается.** Например, по данным на осень-зиму 2018 года, стоимость приемки паллеты может колебаться от 15 до 240 рублей, а стоимость хранения — от 13 до 71 рубля за кубический метр.

20 км

всего на таком расстоянии от МКАД расположен наш полуавтоматический склад с развитой инфраструктурой и дорожным сообщением

12 млн единиц – вместимость хранения

1500

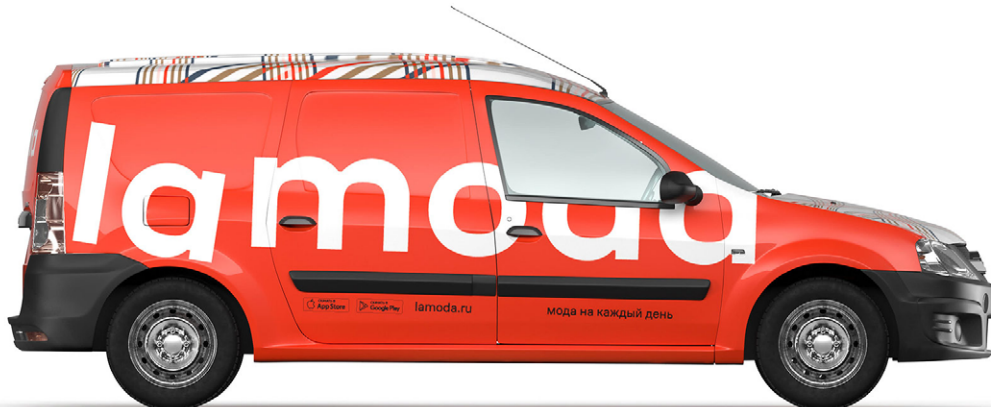
обученных торговых представителей LM Express

55 транзитных складов LM Express, охватывающих 600+ городов, из которых более 150 – с доставкой на следующий день

500

обученных операторов 24/7 поддерживают клиентов по телефону, электронной почте, чату, мессенджерам и во всех популярных социальных сетях

44,5 км² общая площадь первого этажа склада с 3-5 уровнями



Мы создали превосходную, полностью интегрированную цепочку операций на основе собственных решений и компетенций и предлагаем партнерам использовать сервисы высокого уровня для своего бизнеса

Lamoda

LAMODA B2B

как крупнейшая российская ритейл-платформа в сфере моды и lifestyle запустила сервисы B2B — и стала любимым оператором для международных брендов-гигантов

Lamoda — российская технологическая ритейл-платформа и магазин одежды и предметов стиля — запустила B2B-направление уже через четыре года после собственного старта в 2011 году, и почти сразу же сумела привлечь таких партнеров, как Inditex и Calzedonia Group. Сервисы доставки, хранение и услуги контакт-центра для множества брендов уже несколько лет обеспечиваются собственными ресурсами Lamoda.

Вопреки популярному на рынке тренду на расширение товарных категорий, Lamoda остаётся верна выбранному сегменту — моде и lifestyle — и сумела так развить собственную операционно-логистическую платформу, что стала серьезным конкурентом для локальных 3PL-компаний. Впрочем, сравнение некорректное: набор услуг, адаптированных именно под требования модного бизнеса, не предлагает в России больше ни один сервисный провайдер. Сегодня у Lamoda более 20 B2B-партнеров из числа крупнейших мировых и российских модных брендов — и в планах по 1-2 новых контрактов в месяц.

“Мы фокусируемся на том, что важно для модного бренда: качество инвентаризации, скорость приемки товара и исполнения заказов, превосходный клиентский опыт, отслеживание заказа и выполнение плана продаж, — рассказывает операционный директор Lamoda Пол Роговски. — Наше преимущество в продуманном комплексном решении. Lamoda — one-stop-shop для модного бренда. Мы предлагаем как премиальные, так и демократичные сервисы, и абсолютно все они учитывают специфику модного бизнеса. От доставки до двери или в пункты выдачи с примеркой (200 точек по России) или без примерки (больше 10 000 точек) до звонков клиентам — мы эксперты в продаже модных и lifestyle товаров”.

Секрет успеха Lamoda B2B — в продуманной стратегии и уверенном развитии четырех основных блоков: фулфилмент-центр, доставка, контакт-центры и контент-студия. Все сервисы выстроены внутри компании с нуля и проверены на миллионах клиентов в России и СНГ.

Lamoda Fulfilment Center: мода на хранение

Складской комплекс Lamoda открылся в подмосковном Быково в 2012 году; с тех пор он стал вдвое больше — 44 500 квадратных метров вместо 20 000 без учета четырех дополнительных этажей. Сейчас здесь хранится до 8 500 000 товаров — как собственных, так и партнерских, и каждый день и ночь до 500 операторов выходят в смену, чтобы поддерживать непрерывность процессов 24/7 364 дня в году. Гул от движущихся по ленте коробок стихает только 1 января — это единственный выходной склада.

С первого дня работы Lamoda Fulfilment Center создавался с учетом специфики ассортимента Lamoda. Товары сегмента fashion и lifestyle, в отличие от электронной и бытовой техники, продуктов питания или книг, задают свои требования к условиям хранения и транспортировки. Разнообразие категорий — от обуви до ювелирных украшений или уходовой косметики — тоже влияет на устройство склада. Так, изделия могут быть хрупкими, или негабаритными, или попадать под определенные законодательные требования о маркировке — поэтому с расширением категорийного ассортимента склад адаптировался под новые бизнес-задачи. Например, появилась отдельная секция для ювелирных изделий (в ней может храниться до 20 000 единиц продукции), зона хранения крупногабаритных товаров, выделенная зона хранения для партнеров, зона кросс-докинга и многое другое.

Накопленная экспертиза Lamoda в области модного онлайн-ритейла влияла не только на рост собственного бизнеса. Уже с апреля 2015 года компания приняла решение капитализировать фулфилмент, предоставляя услуги и сервисы сторонним компаниям. Если процессы качественно выстроены для себя, почему бы не предложить их партнерам? Первыми клиентами стали российские бренды Finn Flare и Just Couture, но уже через год появились и крупные западные контракты. Сейчас Lamoda ведет переговоры о сотрудничестве в B2B-формате со всеми лидерами модного рынка: включая тех, кто уже представлен на Lamoda по классической или маркетплейс-модели,

а также компании, у которых в принципе еще нет онлайн-продаж в России. Решающим фактором для начала переговоров становится объем продаж — партнерство с ритейлерами, чьи объемы ниже 1000 заказов в месяц, едва ли будет перспективным и выгодным для обеих сторон. Кроме того, как отмечает операционный директор Lamoda Пол Роговски, компания нацелена на долгосрочное сотрудничество и предпочитает иметь дело с теми, кто точно знает, чего хочет.

Запуск нового партнера на складе — процесс, который занимает в среднем до 3 месяцев, но срок может быть увеличен при сложностях в IT-интеграции или дополнительных требованиях со стороны заказчика. Сейчас Lamoda предоставляет B2B-услуги только тем компаниям, кто размещает свой сток в Быково: это в несколько раз ускоряет процессы сборки и упаковки, а также доставки заказа и возврата. По оценке команды, именно скорость процессов является критически важной для модного ритейла и напрямую влияет на конверсию, удовлетворенность клиента и снижение маркетинговых затрат. Довольные быстрой покупкой и хорошим сервисом, покупатели возвращаются снова, увеличивая, в конечном счете, выручку производителя. Более того, самим компаниям размещение стока на одной платформе было более удобным — единый сток позволял успешнее контролировать разные каналы продаж (собственный сайт, Lamoda Marketplace).

Однако для ряда компаний хранение на стороннем складе невозможно — и для этих B2B-кейсов IT-команда Lamoda разрабатывает новую систему Cross-docking. О чем речь? Уже с третьего квартала текущего года любой ритейлер сможет использовать сервисы доставки и контакт-центров компании, не размещая свой сток на ее складе. В реалиях работы фулфилмент-центра это будет выглядеть так: уже упакованный товар буквально перебрасывается поставщиком “на борт Lamoda” и дальше едет по нужному маршруту в любую точку России. При этом посылка попадает во все системы Lamoda, позволяющие отслеживать ее местонахождение и статус — так же, как это происходит и с товарами других партнеров.

При этом на развитии IT-систем и продуктов, а также запуске новых категорий компания не останавливается. В ближайших планах — глобальное расширение ресурсов и мощностей: уже в 2021 году Lamoda добавит новый склад, на котором разместится в два раза больше товаров. Это позволит Lamoda обрабатывать принципиально новые объемы — не только собственных товаров, закупленных у поставщиков, но и партнерских.

LM Express: курьерская доставка без курьеров

Собственная служба доставки — LM Express — появилась в Lamoda в октябре 2011 года, всего через полгода после первой покупки на сайте. Как и в случае со складом, контакт-центрами и фотостудией, запуск был обусловлен необходимостью получения качественных логистических услуг. На тот момент на российском рынке просто не было подходящего провайдера, который мог бы работать в сегменте модного ритейла, соответствуя требованиям Lamoda к уровню клиентского сервиса и скорости процессов. Сейчас LM Express работает в 600 городах России (собственная доставка действует также в странах присутствия компании в СНГ), а в штате подразделения — более 2500 торговых представителей.

Почему именно такое название? Все дело в специфике работы и системе мотивации. Курьерам платят за число доставленных заказов — чем больше пакетов в день развез, тем выше оплата. В Lamoda совсем другой подход. Компания платит торговым представителям, во-первых, за доставку точно в указанный интервал, во-вторых, за продажи. Сотрудники LM Express доставляют только товары модного сегмента: в среднем по 500-600 заказов в месяц. Они отлично знают свой товар, проходят специальные тренинги и умеют ответить на вопросы клиентов.

“Наши сервисы невозможно сравнивать с тем, что предлагают модным ритейлерам логистические компании. Во-первых, склад Lamoda расположен очень близко к Москве и напрямую связан с нашей службой доставки, за счет чего мы сильно экономим время партнеров. Мы быстрее в исполнении заказа, от клика до вручения товара, а каждые сутки промедления в fashion-бизнесе увеличивают процент отмены заказов до 5% в день. Учитывая стоимость средней пользовательской корзины в fashion — это очень дорого, — рассказывает Пол Роговски. — При этом для нас важна не только скорость, но и точность доставки. Мы единственные, кто может предложить такие узкие временные интервалы: 3 часа, 1 час, даже 15 минут. Наша цель — приехать к клиенту именно тогда, когда ему удобно. И мы научились с этим справляться, причем не только в Москве или Петербурге, но по всей стране. Кроме того, мы максимально снижаем потери на возвратах. При работе с обычными операторами партнер может получить свой товар поздно, или в поврежденном виде, или столкнуться с подменой. С нами товар вернется быстро — значит, его можно быстро отправить снова и продать без скидки”.

Кроме развитой сети курьерской доставки, Lamoda также предлагает B2B-партнёрам пункты выдачи заказов: уже более 200 собственных пунктов примерки и выдачи и более 10 000 партнерских пунктов выдачи по всей России. Продуманное расположение собственных пунктов, современный дизайн, просторные примерочные с зеркалами – почти все пункты работают ежедневно без выходных по 12 часов, обрабатывая сотни заказов Lamoda и B2B. Здесь можно забрать заказы Calzedonia, ASOS, iHerb, AliExpress и сотни других партнеров: пункты Lamoda доступны к выбору при оформлении доставки на сайтах этих компаний. В начале 2018 года Lamoda купила сеть пунктов выдачи Pick-Up.ru, ускорив рост собственной сети, а к концу 2019 году сеть собственных пунктов Lamoda еще раз продемонстрирует значительный рост. К декабрю B2B-партнерам будут доступны уже более 300 пунктов.

Сеть собственной доставки значительно увеличилась с тех пор, как Lamoda начала развивать гибридные пункты (те, при которых есть небольшой склад, которым пользуются торговые представители), именно этот канал доставки начал показывать более высокие результаты в части экономической и операционной целесообразности – особенно в удаленных регионах. В таком формате Lamoda может продолжить экспансию собственной инфраструктуры даже в небольших населенных пунктах, где станет “единым окном” для доступа клиентов ко всем fashion и lifestyle- товарам: собственным и партнерским.

“Абсолютно все, что мы делаем сами, мы можем предложить и B2B-клиенту, — продолжает Пол Роговски. — Например, мы работаем с более чем 20 логистическими операторами доставки в России и СНГ, включая Почту России, DPD, PickPoint, Евросеть и других крупных игроков. Это значит, что мы предоставляем широчайший выбор сервисов доставки: постама-ты, пункты выдачи, салоны телеком операторов, курьерскую доставку с примеркой и без, доставку день-в-день и многое другое. Пакет наших B2B-услуг составлен так, что мы можем быть максимально гибкими, поэтому партнеру не нужно интегрироваться с 10 различными операторами в каждом из регионов. Мы выстраиваем и контролируем весь процесс от начала и до конца”.

Контакт-центры: ответ на опережение

Первый собственный контакт-центр Lamoda открыла в 2013 году в Украине — до этого компания работала со сторонними подрядчиками. Бизнес-сценарий был схожим: не найдя подходящего по уровню качества провайдера, Lamoda начала выстраивать процессы in-house. Моментальное (до 30 секунд) подтверждение клиентских заказов, быстрая обработка запросов и жалоб, возможность получить консультацию на нескольких языках — команда операторов работает по международным стандартам, а вместо жестких скриптов использует свой профессионализм и опыт: клиенту так больше нравится.

“Пять лет назад, когда мы приняли решение выстраивать все операционные и логистические процессы внутри Lamoda, потенциальные потери в выручке были настоящей проблемой для модного онлайн-ритейлера. Можно было потерять деньги на отказах, на отменах, клиентском опыте — все это было непропорционально к стоимости затрат. Что произошло за последние годы? Стоимость операционных затрат осталась прежней, а цена, скажем, кроссовок Nike поднялась с 4 000 до 9 000 рублей. Поэтому, теряя 1% от потребительской корзины корзины в 9 000 рублей, бренд теряет уже 90 рублей, и размер убытков больше не пропорционален потенциальной экономии на сервисе или доставке, — объясняет Пол Роговски. — Любая компания, которая говорит логистическому партнеру “Дай мне самое дешевое, что есть на рынке”, должна быть готова к большим потерям. Россия очень дорогая с точки зрения логистики: если ты заплатил за доставку товара до двери клиента, а он отказался из-за промедления оператора или плохого сервиса, то в результате ты будешь в минусе. Мы же выстроили успешную систему для максимальной конверсии в продажи — и уверены в качестве клиентского опыта. Партнеру лишь остается довериться нашей экспертизе или настроить распределение объемов самостоятельно: выбрать географию доставки, определить каналы продаж, методы оплаты и так далее”.

Уже через год после запуска первого контакт-центра в Житомире появился и второй — в Волгограде, а в 2017 году открылся третий — в Чернигове. На данный момент клиентская служба Lamoda насчитывает более 700 операторов. Сегодня именно в этих трех локациях происходит не только обработка звонков и письменных запросов, но и все коммуникации Lamoda в онлайн — от ответов на комментарии на сайте до общения в двух десятках групп в социальных сетях. Абсолютно те же услуги, что Lamoda реализует для своих задач, она может предложить и партнерам.

Команда операторов Lamoda отлично знает модный сегмент и способна консультировать клиента, например, по размеру или составу ткани. При подключении B2B-партнеров операторы проходят дополнительные тренинги. Так, если бренду важно доскональное знание модельного ряда, “классики” коллекций или технологических характеристик изделий, это не станет проблемой. По запросу вводятся и дополнительные сервисы: например, с одним из крупных западных бельевых брендов команда контакт-центра общается по-английски.

eProduction: каталог нового формата

Контент для интернет-магазина, социальных сетей и маркетинговых активностей Lamoda создается на собственной студии. Здесь, как и на складе, сотни людей посменно обеспечивают непрерывность дюжины процессов: от подготовки вещей к съемке до измерения их точных параметров — важно, чтобы описание товара было достоверным и понятным покупателю. Модели, визажисты, фотографы, стилисты и копирайтеры трудятся бок-о-бок — в день студия eProduction способна отснять до 2 500 единиц товара. Скорость феноменальная: в 6 утра поставка приходит со склада, а уже к вечеру все вещи выложены на сайте и доступны к покупке.

Требования к контенту меняются от сезона к сезону (модный рынок диктует свои порядки!), но качество остается неизменным. В тренде новый свет или другие типажи моделей? Команда Lamoda закупит оборудование и проведет дополнительный кастинг. Конечно, такие решения принимаются не спонтанно: каждое изменение, потенциально влияющее на бизнес компании, проходит подтверждение серией исследований. Это могут быть фокус-группы, А/Б-тесты или другие форматы проверки гипотез. Так, аналитики Lamoda установили, что женщины лучше покупают товары, снятые на моделях, а мужчины долгое время предпочитали манекены — или съемку, на которой не видно лица. Естественные позы моделей и демократичный стайлинг (“мода на каждый день!”) также становятся ключом к успешной продаже: наладив создание собственного контента, компания готова предоставлять подобные услуги и третьим лицам.

Логично, что в будущем Lamoda планирует включать также и маркетинговые услуги в меню B2B-сервисов: команда Brand Solutions уже сейчас помогает брендам-партнерам с продвижением на сайте и в социальных сетях Lamoda, а также на сторонних площадках. Монетизация собственных успешных наработок будет развиваться и здесь.

“Если посмотреть на немецкую ритейл-платформу Zalando, то они запустили B2B позже нас. Тем не менее, в пул услуг Zalando Fulfilment Service уже входят и Zalando Brand Solutions, и Zalando Marketing Solutions, и даже Zalando Data Solutions. По сути, они капитализируют все свои наработки, и мы движемся по такому же пути. Мы готовы обслуживать бренды и с точки зрения операций, и с точки зрения маркетинга. Дальнейшее развитие новых направлений — только вопрос времени”, — рассказывает Пол Роговски.

Lamoda B2B: комплексное решение для любой задачи

Если у вас есть модный бренд и вы работаете на территории России, в Lamoda знают наперечет все проблемы, с которыми вы сталкиваетесь или можете столкнуться. Онлайн-ритейлер прошел тот же путь — и выстроил эффективные решения для каждой ситуации. *“Если Adidas создает что-то особенное, чтобы продать кроссовки Adidas, то и мы это уже умеем — ведь нам необходимо продавать те же самые кроссовки”,* — смеется Роговски.

Работая с модными ритейлерами, команда Lamoda помогает им выйти на новую аудиторию, значительно улучшить бизнес-показатели (конверсию, процент отказов и возвратов, удовлетворенность клиентов), повысить объем продаж и прибыль. Отмечая в этом марте 8 лет на российском модном рынке и 4 года в сфере B2B, компания говорит о зрелости процессов и анонсирует амбициозные планы по развитию: запуск новых категорий, разработку инновационных IT-решений и продуктов. Все — чтобы стать партнером №1 для модных брендов, как это и значится в стратегии Lamoda.

2 Рынок фулфилмента в России

Около 80% рынка занимают четыре крупнейшие компании: Arvato, Бета ПРО, Маршрут и СДТ. Мы оцениваем рынок в 13 млрд рублей и 41 миллион посылок. Совокупный среднегодовой темп роста (CAGR) с 2016 года составил 36%. Задействованные складские площади у крупнейших операторов выросли в 1,6 раз, количество занятых сотрудников — более чем на треть. В первую очередь рынок растет за счет крупнейших операторов, а важнейшим сдерживающим фактором является недостаток складских площадей.

Рис. 2.1. Изменение рынка фулфилмента



Средняя стоимость отправления за два года немного выросла и составляет 317 рублей (считая дополнительные услуги, но не учитывая доставку) против 305 рублей в 2016. На один заказ приходится немногим более двух метров складских площадей.

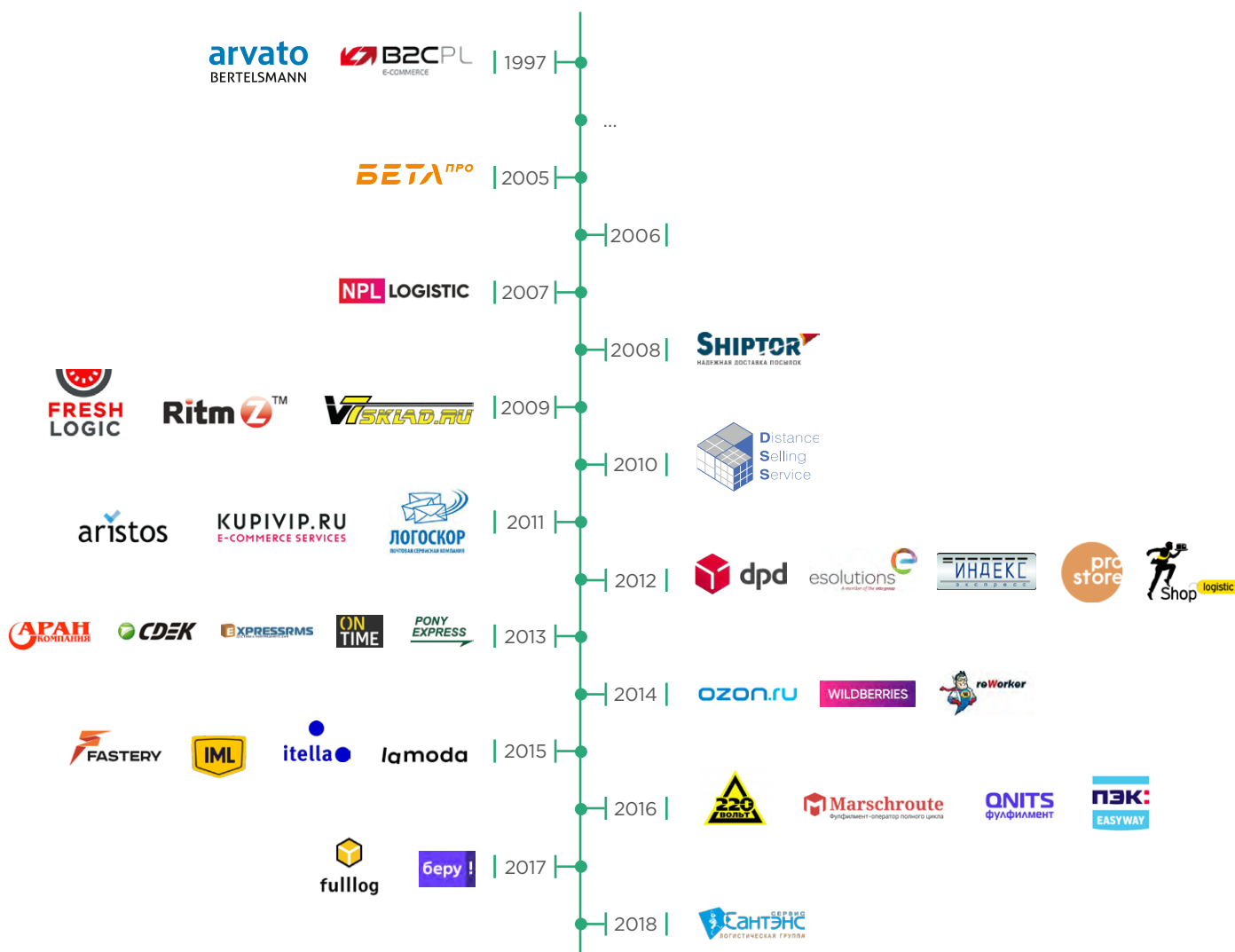
Услуги в области фулфилмента предлагают более 70 компаний — от гигантов, которые отправляют миллионы посылок в год и где заняты сотни и даже тысячи сотрудников, до совсем небольших — с десятком сотрудников и 20-30 тысячами заказов в течение года. Представлены все типы компаний — собственно фулфилмент-операторы, созданные специально для обслуживания интернет-магазинов, курьерские службы и транспортные компании, 3PL-компании, сами магазины и маркетплейсы. Есть универсальные операторы, работающие со всеми или практически со всеми категориями товаров, есть специализирующиеся на двух-трех близких категориях.

3 Что происходит: ключевые тренды

Новые игроки

Наиболее насыщенными по количеству новых игроков были 2012-2013 годы. Более половины значимых на рынке фулфилмент-компаний работают с 2013 года. Все операторы, заметные в 2016 году, сейчас по-прежнему активны, и мощности большинства из них растут. Однако в последние годы также появлялись новые игроки — по крайней мере, семь новых компаний с начала 2016 года.

Рис. 3.1. Годы основания направления «фулфилмент» у игроков российского рынка



За сравнительно короткий период на рынок фулфилмента вышло несколько новых больших игроков — магазины и маркетплейсы. В 2014 году направление фулфилмента появилось у Ozon и Wildberries, в 2015 — у Lamoda, в 2017 — у Беру! По своему устройству и принципам работы они не похожи на всех остальных — у них по-другому выстроены процессы, отличаются модели ценообразования и отношения с клиентами. Им требуются огромные складские пространства — в частности, Ozon заявил о планах увеличить свои мощности в два с половиной раза к концу 2019 года и в десять раз — к 2023 году. Маркетплейсы сегодня пока не предоставляют свой фулфилмент, а перепродают услуги других операторов: eTraction, Маршрут, СДТ.

Кроме того, они выделяются по своему происхождению — изначально это IT-компании, которые располагают сильными специалистами и большим количеством знаний и ресурсов в области технологий. Это является огромным преимуществом — учитывая, что автоматизация и технологии становятся необходимым условием успеха и в складской обработке, и в хранении.

Помимо интернет-магазинов и маркетплейсов о намерении предлагать услугу фулфилмента заявила Почта России. Для этого предполагается использовать инфраструктуру Почты и склады новых логистических центров.



Почта России выходит на рынок фулфилмента, развитие которого позволит нам предложить компаниям сегмента e-commerce не только конкурентную доставку по рыночным ценам и срокам, но существенно ускорить ее в рамках всей страны. Товары, которые будут храниться и обрабатываться на складах Почты России, будут доставляться на следующий день после заказа благодаря развитой маршрутной сети и современной логистической инфраструктуре предприятия. Это позволит рынку электронной торговли выйти на новый уровень развития и усилить проникновение в регионы.

Алексей Скатин, первый заместитель генерального директора
Почты России по инфраструктуре

Очевидно, что новые игроки способны очень сильно повлиять на рынок и полностью изменить принятые модели работы.



Мы не видим причин для консолидации российского рынка фулфилмента. Напротив, на него выходят новые крупные игроки, в том числе ритейл и маркетплейсы. Они располагают достаточной инфраструктурой и ресурсами, чтобы работать и с производителями товаров, и с существующими онлайн-площадками.

Надежда Романова, CEO PickPoint

Новые клиенты

У крупных компаний заметно выросло количество клиентов: на 52% по сравнению с 2016 годом.

В интернет приходят оффлайн-магазины — в том числе бренды и крупные сети. Их ключевые компетенции — товарная матрица (у брендов) и точки продаж (у сетей). Интернет для них — еще один дополнительный канал продаж, не самый главный. Многим из них удобно отдать все процессы, связанные с электронной коммерцией, на аутсорс и не вникать в них. Таким образом, их интересует не только фулфилмент сам по себе, но и дополнительные услуги — всё, что обеспечивает функционирование интернет-магазина. Многие магазины сталкиваются со сложностями — построить процессы, которые обеспечивали бы необходимый уровень качества, оказывается не так просто.



Невозможно построить омниканальную модель с помощью фулфилмент-оператора, когда нужно и доставлять заказы палетами в салоны по всей России, и в то же самое время доставлять розничные покупки из электронного магазина. Большинство операторов хорошо умеют доставлять что-то одно, а когда нужно и то и другое, сразу начинаются проблемы. По факту такой компетенции ни у кого нет, даже у самых известных.

Филипп Лабковский, директор по электронной коммерции «Терволина»

Второй существенный драйвер рынка — небольшие магазины. В том числе не имеющие опыта онлайн-продаж, а в некоторых случаях — и оффлайн-продаж тоже, потому что сейчас многие производители открывают магазины сразу в интернете, не задерживаясь в оффлайне. Такие компании отправляют не

больше тысячи заказов в месяц. Им также нужно больше, чем базовый набор услуг фулфилмента. Кроме того, часто они не имеют времени и ресурсов, чтобы разбираться в предложениях разных операторов. Наиболее подходящим выходом для них становятся предложения маркетплейсов и крупнейших магазинов — Berry!, Lamoda, Ozon, Wildberries.

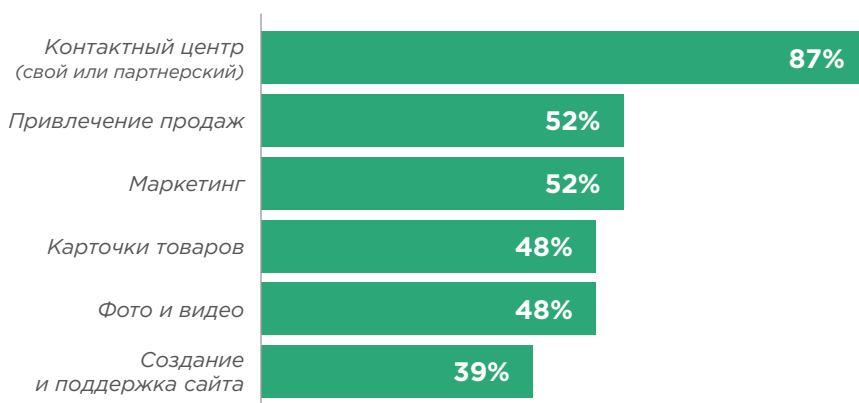
Это приводит к тому, что основными конкурентами фулфилмент-оператора сегодня становятся не другие фулфилмент-операторы и не 3PL-компании, а именно магазины и маркетплейсы.

Развитие дополнительных услуг

Средняя стоимость отправления выросла по сравнению с 2016 годом — с 305 до 317 рублей. Это произошло за счет роста стоимости комплектации заказов и дополнительных услуг, а хранение подешевело.

Сам по себе фулфилмент — достаточно сложный и разноплановый сервис, который по мере развития начинает включать в себя больше компетенций. Появляются запросы на интегрированные решения. Особенно со стороны новых игроков — оффлайн-компаний и маленьких магазинов. Им всем нужна комплексная услуга — не только сам фулфилмент, но и доставка, колл-центр, работа с покупателями, все возможные варианты платежей. В некоторых случаях — также и поддержка сайта. Поэтому возрастает значимость дополнительных сервисов, которые умеют оказывать операторы, а также автоматизации — для клиента многое может зависеть от удобства интеграции IT-систем.

Рис. 3.2. Распространённость дополнительных услуг (доля операторов, предлагающих каждую услугу)



Операторам выгодно развитие дополнительных сервисов — они приносят больше дохода, чем основные услуги фулфилмента. И хотя в настоящее время более востребованными остаются основные услуги, в дальнейшем универсальные игроки окажутся в более выигрышном положении.

С другой стороны, остается и всегда будет оставаться большая группа компаний — и как правило, это крупные магазины, — которые оставляют за собой многие операции, считая их принципиально важными для бизнеса. Например, колл-центр — он может заниматься не только согласованием заказов, но и дополнительными продажами, и работой с претензиями. Они отдадут на аутсорс только фулфилмент и доставку.



Поскольку покупательская способность россиян всё еще оставляет желать гораздо лучшего, скорее всего, приоритетное развитие получат те игроки на рынке электронной коммерции, которые за оптимальную цену будут предлагать максимум возможностей. А это значит, что борьба в операционном поле будет идти за 100%-ную эффективность и расширение портфолио предлагаемых услуг: каналов доставки, способов оплаты, возможностей размещения заказов и их получения.

Наталья Пшистав, коммерческий директор «Арвато Рус»



Основной и неизменный тренд — это работа в «одно окно». Когда клиент, обращаясь к фулфилмент-оператору, может отдать на аутсорсинг 80-100% своих бизнес-процессов, связанных с логистикой и ответственным хранением. Сейчас полный аутсорсинг процессов чреват некачественным сервисом, так как бизнесмены в попытке «выкатить» всеобъемлющий продукт грешат качеством услуг. Если представить себе идеальный портрет фулфилмент-оператора будущего, то это была бы компания, которая с нуля постепенно развила каждое из своих направлений: складская логистика, доставка, если не по всему миру, то хотя бы по всей России, колл-центр, создание и оформление сайтов, SEO, маркетинговые решения под ключ.

В таком случае клиент смог бы просто прийти с идеей для бизнеса и воплотить ее.

Александр Назаров, руководитель отдела продаж NPL Logistic

Отсутствие стандартов

На рынке фулфилмента нет единых стандартов в предоставлении услуг и ценообразовании — все операторы строят процессы по-своему и, соответственно, предлагают разные наборы услуг. Похожие по сути услуги могут состоять из разных операций и, как следствие, давать разные результаты. Более того, операторы используют разные модели ценообразования, так что сравнивать их предложения между собой напрямую нельзя. Из-за этого процесс выбора фулфилмента остается для многих клиентов более сложным, чем мог бы быть. Для крупных магазинов с большим количеством товаров важно и то, что переезд к другому оператору будет дорогим, поэтому они подходят к выбору еще более осторожно.

Эта ситуация вряд ли изменится в ближайшее время — в целом набор фулфилмент-услуг определен, регулирование рынка, по сути, отсутствует, и для операторов сложно и бессмысленно стремиться к унификации процессов и ценообразования. Кроме того, сами клиенты приходят к операторам с принципиально разными запросами, и разноплановость рынка дает им возможность выбрать наиболее подходящую модель.



Сейчас уже настало то время, когда понятие «фулфилмент» так или иначе относительно определено. Если раньше само это понятие вызывало вопрос «А что вы имеете в виду?», то сейчас уже никому не требуется тратить время на дополнительные дискуссии и выяснения понятий: этот термин уже однозначно закреплен в среде специалистов. А раз термин определен, то и необходимости в единых стандартах нет.

Наталья Пшистав, коммерческий директор «Арвато Рус»



При выборе фулфилмент-оператора цена становится не самым принципиальным условием. Крайне важным начинает быть соблюдение регламентов, которые диктует клиент. Главная борьба идет за уровень сервиса — качественный колл-центр, который готов делать дополнительные продажи для клиента, работа с претензиями, доставка в узком интервале: я обещал привезти с 12 до 15 и привез. И многие клиенты сейчас думают не столько о цене, сколько о качественном выполнении регламентов.

Элена Головач, директор 3PL-департамента Pony Express

Централизация

Общая проблема российской логистики не обошла и фулфилмент. Он по-прежнему сконцентрирован в крупных городах — в первую очередь в Москве. При российских географических условиях — с низкой магистралью, плохим качеством дорог и сильным разбросом населенных пунктов — компаниям очень важно сотрудничество с Почтой России и умение использовать новые продукты и возможности, которые появляются у национального почтового оператора.



Основная тенденция, которую мы будем наблюдать и в следующем году, — смена подрядчиков интернет-магазинами, телемагазинами и маркетплейсами. Сейчас компании очень вдумчиво и осознанно подходят к выбору фулфилмент-оператора, тщательно смотрят на техническое оснащение его складских комплексов и IT-инфраструктуру, большое значение уделяют наличию собственных складов, контакт-центра In-House.

Сейчас рынок фулфилмента поделен между несколькими крупными игроками, у них многолетний опыт работы, крупные клиенты и успешные кейсы. И можно предположить, что и в следующем году «погоду» на рынке фулфилмента будут делать именно эти компании. Спрос рождает предложение, и при динамично развивающейся интернет-торговле фулфилмент-операторы будут расширять свои складские комплексы, совершенствовать складские технологии, внедрять современные IT-системы (прежде всего WMS- и TMS-системы), автоматизированные решения и будут уделять пристальное внимание оптимизации затрат на логистику.

Алексей Грязнев, генеральный директор ЗАО «СДТ»



Монобренд со вкусом: как производителю товаров сделать интернет-магазин

**Интервью с генеральным директором «Аристос»
Андреем Хромовым**

Чем монобрендовый интернет-магазин отличается от обычного?

В монобрендовом магазине продаются товары одной марки, одного производителя. В глазах потребителя такой магазин производит сокращение цепочки от производителя до покупателя. В большинстве случаев в цепочке дистрибуции именно "владелец бренда", производитель, является самым "уважаемым" звеном с максимальной лояльностью. Монобрендовый интернет-магазин необходим такому производителю, которого знают и ищут. Если это не так — то бренду собственный официальный монобрендовый магазин нужен разве что "на вырост", чтобы лишь в будущем занять такую позицию в голове потребителя.

«Монобрендовый интернет-магазин необходим такому производителю, которого знают и ищут. Или если производитель хочет выглядеть таковым».

Если в иерархии лояльности бренд занимает самую высокую позицию — то это одновременно означает и самую высокую ответственность. То, что "прощается" дистрибьютеру, реселлеру, розничной точке, будет непростительно для производителя. Это нанесет его имиджу и лояльности покупателей значительный урон. Мы считаем, это справедливо, поэтому предлагаем конечным покупателям тот уровень сервиса, который они ожидают от этого бренда.



Андрей Хромов,
генеральный директор,
Аристос

Какие возможности по организации собственного монобрендового магазина есть у производителя?

Мы отмечаем три модели организации официального интернет-магазина:

Модель	Кто ответственный за успех интернет-магазина
собственное "in-house" решение	Производитель
решение на базе существующего партнера (дистрибьютера, реселлера)	Дистрибьютор/реселлер
передача на аутсорсинг	Сторонняя компания-аутсорсер

Главное отличие моделей в том, где находится центр ответственности. Какая именно структура считает себя "владельцем процесса производства заказов"? В первом случае это сотрудник или отдел в компании производителя. Во втором — в компании реселлера. В третьем - в компании аутсорсера.

Можно ли раскрыть подробности на примере каждой модели. Какие особенности у "инхаус"?

Инхаус модель подразумевает создание собственной розничной экспертизы у производителя. Нужно ли ее выращивать, производитель решает самостоятельно. Важно помнить, что это не мгновенный процесс, и в нем не миновать ошибок, бьющих по карману производителя или по лояльности покупателя.

Эта экспертиза будет "выращиваться и храниться" в отделе, который будет для этого создан. И она уязвима, особенно пока этот отдел будет небольшой. Он будет небольшой потому, что в большинстве случаев производитель не будет готов арендовать склады, нанимать курьеров, покупать автомобили, нанимать сотрудников коллцентра, разработчиков и т.д.

Многое или почти всё будет передаваться на аутсорс подрядчикам.

Чем это плохо? Ведь аутсорс дешевле

Тут две проблемы:

1) распределение ответственности по независимым сторонам. Поясню на метафоре. Вы владелец ресторана и решили построить его по «инхаус» модели с привлечением аутсорс агентств. Вы будете центром владения. Один подрядчик обеспечит команду поваров включая шефа, другой — команду официантов (с гарантией замены), третий — клининг, четвертый — рекламу, пятый — IT и т.д. Думаю, все согласятся, что такой ресторан нежизнеспособен. Особенно если вы, как владелец не будете присутствовать в помещении ресторана каждый день.

Человеческая жизнь формализуется слабо, поэтому никакие договоры не смогут заставить всех участников процесса реагировать на жизненные вызовы слаженно и удовлетворительно, т. к. никто из подрядчиков не ощущает себя владельцем процесса. А владелец процесса не имеет прямых неформализованных рычагов влияния на процесс.

2) перекос в ответственности. На той же метафоре: клиент ресторана заключает договор на обслуживание с владельцем, но исполняют этот договор другие стороны, которые никакого договора с посетителем не заключали. Поэтому он вообще не их клиент. Примерно так работают все государственные службы. Сотрудники, например, налоговой, пенсионного фонда, министерств и ведомств, не заключали договоров с теми, кого они обслуживают. Их заказчик — государство.

В такой модели подрядчики мотивированы на получение оплаты от владельца, а не от клиента интернет-магазина. Это не значит, что такая схема нежизнеспособна — ведь и государственные пенсионные фонды работают. Но не радуют ...

К чему приводит распределение и перекос ответственности

Вы получаете посылку, которая повреждена. Обратив на это внимание курьера логистической компании, которая работает на подряде, вы услышите скорее всего: «Это вы в магазин обращайтесь, мне что дали — то и привез». От магазина же можно слышать в оправдание: «Это наши партнеры нас подвели — мы их обязательно отругаем». Вы не его клиент. О чем с вами говорить?

Чем хороша модель организации на базе существующего партнера?

Тем, что партнер уже существует. У партнера уже есть экспертиза в продукции. Вероятно, уже и товар на складе есть....

Но?

Может и не быть никаких «но». Но чаще бывает. Если у партнера нет экспертизы в розничных интернет-продажах, то он не сильно отличается от производителя, и мы обсудили возможные проблемы выше.

Если же у партнера экспертиза есть, то откуда она взялась? Вероятнее всего у такого партнера есть собственный интернет-магазин и в этом случае монобрендовый магазин производителя должен будет запускаться на тех же «мощностях» — то есть некоторые или все ресурсы будут разделяться между этими магазинами.

Однако, скорее всего официальный монобрендовый магазин должен нести другие ценности и/или предоставлять другой уровень сервисного обслуживания. И это будет очень трудно реализовать в рамках одних и тех же бизнес-процессов. Как невозможно обеспечить бизнес-класс и эконом-класс в одной машине такси.

Также стоит отметить, что в большинстве случаев официальные магазины используют официальные цены. Будет трудно объяснить покупателю почему цена другая, если все остальное одинаково. Потребитель должен ощущать, что дополнительная стоимость оправдана дополнительной ценностью.

Осталась одна модель и было бы жалко если бы и у нее обнаружили существенные недостатки.

Если говорить о третьей модели — передачи интернет-продаж на аутсорс (речь о передаче всей функции владения процессом, а не части процесса) — то наиболее близкая аналогия — это франшиза. Производитель передает интернет-продажи как франшизу. И франшизополучатель становится полноценным владельцем процесса с теми же самыми или похожими ограничениями, которые бывают при франшизе на физические магазины.

Какие тут могут быть проблемы? Такие же — неверно выбран партнер, недостаточный опыт у партнера, неверное понимание партнером ценностей бренда, неверное понимание брендом ценностей партнера итдп.

Если же этих проблем избежать удалось — то все работает хорошо. Или, по крайней мере, сама модель сотрудничества лишена заболеваний в своих корнях и естественным образом стремится поддерживать здоровый процесс.

Пример с франшизой понятен, однако ведь обычно франшизу покупают. Как обстоят дела в этой части. Ваша компания работает с производителями по этой модели. Кто должен кому платить?

Здесь все просто: платит тот, кто обеспечивает меньше ценности чем партнер. В случае если ценности признаны равными обоими сторонами — то никто никому не платит. А интернет-магазин существует на самообеспечении. Так происходит в большинстве проектов монобрендовых магазинов, которые мы ведем. Интернет-магазин отличается от обычного физического в первую очередь тем, что он ОБЯЗАН постоянно развиваться, меняться. Навык архитектурного проектирования и успешного пристраивания новых функций к существующим — это показатель экспертности интернет-продавца.

Интернет-магазин нельзя «сделать». Это не вещь. Это процесс. Мы не предлагаем бренду подстраиваться под наши процессы, вы выстраиваем их под каждого клиента с учетом нашего опыта и экспертизы.

В современном мире, где многое легко копируется, трудно выделиться!

Сегодня выделяться важно стабильностью характеристик: оговоренный уровень сервиса каждый раз, стабильно низкий процент сбоев, компенсация неудобств потребителям и т. д. В современном мире «коммодити» — все очень похоже. Когда все одинаковое, часто достаточно быть на 1% «вкуснее», чтобы быть самым любимым.

Что и как делаете вы?

Мы делаем, как мы это называем, «комплексный аутсорсинг интернет-продаж для производителей». Это означает, что мы создаем сайт интернет-магазина, закупаем и храним товар, собираем заказы, доставляем заказы собственной службой, проводим маркетинговые мероприятия по привлечению трафика и трейд-маркетинг для конверсии, постпродажи, поддержка покупателей — словом все, что необходимо, чтобы производитель мог гордиться своим магазином. Наши партнеры — это крупные и известные компании с именами. Мы обязаны пользоваться этими именами с должным уважением. У нас получается.

Стоимость?

Мы — продавец товара и владелец процесса. Мы мотивированы на продажи товаров производителя, а не на продажу услуг производителю. Модель сотрудничества предполагает, что все затраты покрываются из фронтальной маржи. И мы сразу или в разумные сроки приходим к такому результату. Мы инвестируем в проект наравне с производителем.

То есть производитель в этом случае не получает дополнительную выгоду от интернет-продаж?

Прибыль из розничной наценки не получает. Но он и раньше ее не получал. И не факт, что будет получать, если будет пытаться построить интернет-продажи самостоятельно. То есть правильнее сказать, что именно потребитель производителя получает то, что ожидает получить: максимальный ассортимент, квалифицированную консультацию и поддержку, а также уровень розничного сервиса, соответствующий уровню бренда производителя. Что может быть более приятно производителю? ;)

Производитель получает все плюшки почти прямого взаимодействия с клиентом, полную статистику продаж, высокий уровень контроля, большую свободу решений, возможность реализации маркетинговых акций и коммуникации. Так что в целом монобренд — это бенчмарк. Это сигнал рынку: «мы знаем, как продавать продукцию в интернете и делаем это ПРЕВОСХОДНО».

Как будут выглядеть такие продажи лет через 30? Могут ли появиться другие модели?

Учитывая развитие блокчейн технологий, можно предположить, что при заключении "умного контракта" на покупку конкретной вещи покупатель будет автоматически заключать несколько подконтрактов с подрядчиками, исполняющими задачу. Кроме стоимости самого товара, оговоренный процент или сумма будет автоматически списываться курьерской службе, страховой компании, менеджеру-консультанту, аффилиату за лид и т. д. Зависит от числа участников процесса и их вклада. Чем выше ценность — тем больше оплата. В таких умных контрактах вполне возможно будут заложены и штрафные санкции и, к примеру, опоздание с доставкой может лишить перевозчика части выплат. И тут ничего личного: роботы договорились и поделили. Уже сейчас на airbnb и подобных сайтах стоимость услуг платформы демонстрируется отдельно и потребитель осведомлен о том, кому и сколько достается из его оплаты.

НАША СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ: ОФИЦИАЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

<https://www.facebook.com/aristosgroup>

<https://aristos.online>

+7(985) 768-95-35

The logo for 'aristos' features the word in a lowercase, sans-serif font. A blue checkmark is positioned above the letter 'i'.

4 Услуги

Фулфилмент включает в себя 5 основных складских операций: приёмка товаров, хранение их на складе, комплектация заказов, отгрузка их службе доставки, обработка возвратов.

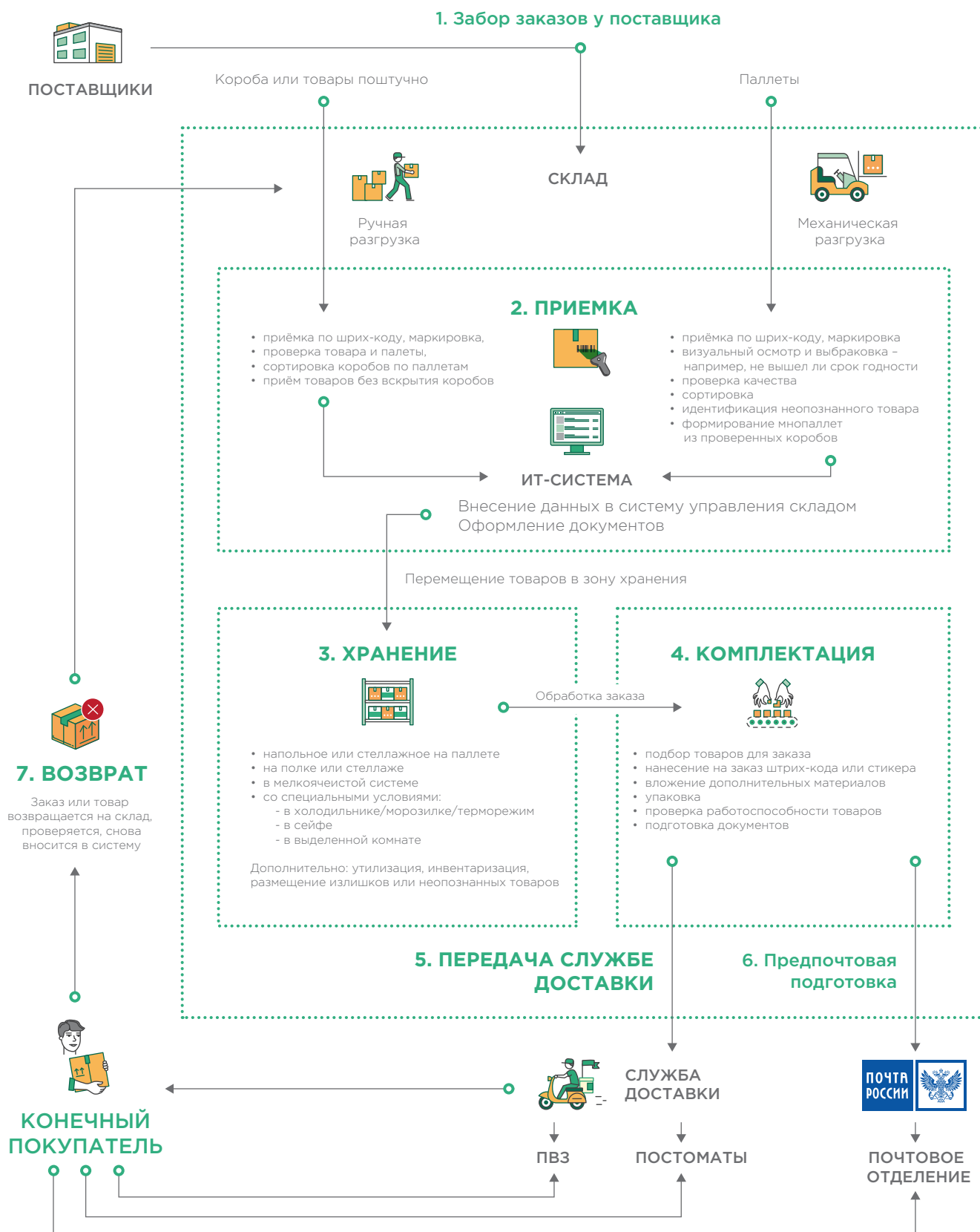
Помимо этого, фулфилмент-операторы оказывают множество самых разных услуг. В первую очередь это, конечно, доставка — своя или через партнеров. Сейчас все операторы на рынке либо предоставляют доставку, либо обеспечивают передачу заказов в логистическую службу. Мы не включаем доставку в базовый набор услуг фулфилмента, поскольку часто ее качество и цена зависят от партнеров, а не от самого оператора.

Также компании могут предлагать забирать товар от поставщиков, диспетчеризацию, бухгалтерию и юридическое сопровождение, внешний контактный центр (опять-таки, собственный или партнерский), онлайн-консультации на сайте магазина, фотографирование или видеосъемку товаров для сайта, поддержку сайта, sms-информирование, работу с претензиями, анкетирование покупателей и многое другое.

Даже базовые, схожие по сути услуги могут быть реализованы у разных операторов по-разному — из-за того, что процессы у всех раскладываются на операции разными способами. У одного оператора приемка может включать в себя пересчет товарных позиций, а у другого пересчет товарных позиций — это отдельная услуга. Кто-то может сортировать товары, поступающие в навал, перед размещением их в ячейках, кто-то будет хранить их без сортировки. У кого-то вложение дополнительных материалов в заказ — листовок, буклетов, пробников, подарков и тому подобного — рассматривается как отдельная услуга, у кого-то — как дополнительная единица в заказе. Поэтому один из распространенных советов, который эксперты дают новичкам, — при выборе фулфилмент-оператора обязательно съездить на склад и посмотреть, как он функционирует.

Фулфилмент — это аутсорс складских операций, которые нужно произвести с товаром в розничной интернет-торговле (или дистанционной торговле) с момента его поступления на склад и до передачи в службу доставки.

Схема основных и дополнительных услуг фулфилмента в соответствии с жизненным циклом интернет-магазина



1. Первая миля (забор заказов у поставщика)

Эта услуга не относится к базовым, хотя у крупных клиентов она востребована. Забор заказов часто подразумевает работу с большим количеством различных поставщиков, в том числе маленьких, процессы у которых плохо отлажены. В итоге затраты на нее оказываются слишком высокими.

2. Приемка на склад (базовая услуга)

Зависит от типа груза — товар могут принимать палетами, коробами или поштучно. Приемка может включать в себя осмотр и выбраковку, проверку качества, сортировку, идентификацию неопознанных товаров, внесение данных в систему управления складом, оформление документов.

Отдельно тарифицируется прием товаров с какими-либо особенными характеристиками — например, крупногабаритных, а также товаров, которые не удалось опознать.

Дальше товары размещают в зоне хранения — в зависимости от выбранного типа и режима хранения.

3. Хранение (базовая услуга)

Фулфилмент-операторы предлагают разные виды хранения, в зависимости от размера и типа товаров.

- ▶ Напольное или стеллажное хранение на палете. Оплата взимается либо за м³, либо за одно палетоместо определенных размеров (например, 120*80*160).
- ▶ Хранение на полке или стеллаже. Оплата взимается за полку или стеллаж определенных размеров (например, полка 100*40*60 или стеллаж 200*100*60).
- ▶ Хранение в мелкочаеистой системе. Оплата за ячейку определенного размера (например, 100*40*50).
- ▶ Хранение со специальными условиями, необходимыми для некоторых категорий товаров, — например, в холодильнике, сейфе или выделенной комнате. Специальными условиями располагают далеко не все операторы.

В редких случаях тарифицируется хранение единицы товара определенного веса и размера.

Дополнительные услуги, связанные с хранением:

- ▶ Утилизация — если магазин принял решение не забирать товар, который нужно вывезти со склада, оператор может за отдельную плату его утилизировать.
- ▶ Инвентаризация — у некоторых операторов есть бесплатная инвентаризация раз в год или раз в полгода, у других — только за доплату. Оплата за единицу товара.
- ▶ Размещение излишков или неопознанных товаров — если какие-то характеристики товара отличаются от указанных в документации так, что его не удастся опознать, склад может либо не принять его, либо принять как неопознанный товар. Стоимость хранения в этом случае будет выше.

4. Комплектация заказов (базовая услуга)

Сборка заказа может происходить разными способами, в зависимости от устройства склада и складских процессов. Существует четыре основных подхода:

1. Дискретный. Он подразумевает, что один кладовщик собирает один заказ — в этом случае ему приходится тратить много времени на перемещение по складу.
2. Зоновый. Означает, что склад разделен на зоны и у каждой — свой ответственный. Он получает заказ из предыдущей зоны, добавляет к нему то, что хранится в его зоне, и передает заказ дальше.
3. Партионный. Заказы группируются по схожести и собираются партиями, то есть один кладовщик собирает одновременно несколько заказов — партию.
4. Волновой. Похож на предыдущий метод, однако требует предварительной подготовки. Кладовщик также собирает партию заказов, однако за счет того, что товары на складе сгруппированы по каким-то важным характеристикам, отбирать товары нужно из одной зоны хранения.

Вне зависимости от того, какой способ используется, интернет-магазин платит за сборку каждого заказа. Стоимость может зависеть от количества товаров в заказе, от их веса, размера или от всех этих параметров. Оплата у разных операторов устроена по-разному: либо тарифицируется полностью собранный заказ из определенного количества товаров с дополнительными материалами и упаковкой, либо отдельно оплачивается комплектация каждого товара.

Дополнительно могут оплачиваться:

- ▶ *Нанесение на заказ штрихкода или стикера. Оплата за заказ.*
- ▶ *Вложение дополнительных материалов. Тарифицируется по-разному — вложение может быть включено в стоимость сборки заказа, оплачиваться как дополнительный товар или по отдельному тарифу.*
- ▶ *Упаковка (или замена упаковки). Минимальная необходимая для передачи в службу доставки упаковка может быть включена в стоимость сборки заказа или оплачиваться отдельно. Кроме того, за отдельную плату операторы могут упаковывать товар дополнительно. В этом случае можно выбрать из множества разных вариантов — бумага, пакеты, картонные коробки, дополнительная упаковка в пузырчатую пленку, подарочная упаковка и т.д.*
- ▶ *Проверка работоспособности товара. Оплата за штуку.*
- ▶ *Подготовка документов для покупателя. Входит в стоимость сборки заказа или тарифицируется как дополнительный товар.*
- ▶ *Оформление комплекта сопроводительных документов с печатью. Оплачивается отдельно, причем стоимость может быть сопоставима со стоимостью сборки заказа.*

5. Передача в службу доставки (базовая услуга)

Фулфилмент-операторы могут располагать своей службой доставки и сотрудничать с партнерами. В этом случае они выступают для клиента как агрегатор.

Доставка оплачивается по тарифам курьерских компаний, однако сотрудничество с ними через фулфилмент-операторов выгоднее — как правило, они располагают скидками.

6. Предпочтовая подготовка и отправка по почте

Поскольку Почта России остается важным каналом доставки, абсолютное большинство операторов также оказывает услуги предпочтовой подготовки. То есть:

- ▶ взвешивают отправление,
- ▶ упаковывают или меняют упаковку,
- ▶ оформляют документы по правилам Почты России (распечатывают и прикрепляют к отправлениям нужные бланки).

После этого заказ отправляется к покупателю, однако не через курьерскую службу, а по почте.

7. Обработка возвратов (базовая услуга)

Отдельная услуга — если покупатель отказался от товара, нужно оформить его возврат. Ее стоимость, как и при комплектации заказа, зависит от количества единиц в заказе — плата взимается за обработку возврата и возвращение каждого товара в зону хранения. Сейчас практически все операторы обрабатывают и полные (когда покупатель вернул заказ целиком), и частичные (когда отказался только от какого-то одного товара) возвраты. Оплата взимается либо за заказ, либо за товар. Может различаться цена обработки выкупленного и невыкупленного заказов.

Комплексные и индивидуальные решения для вашего e-commerce бизнеса

* на правах рекламы



СКЛАДСКАЯ
ЛОГИСТИКА



24 КЛИЕНТСКИЙ
СЕРВИС



ИТ РЕШЕНИЯ



ТРАНСПОРТНЫЙ
МЕНЕДЖМЕНТ



ФИНАНСОВЫЙ
АУТСОРСИНГ

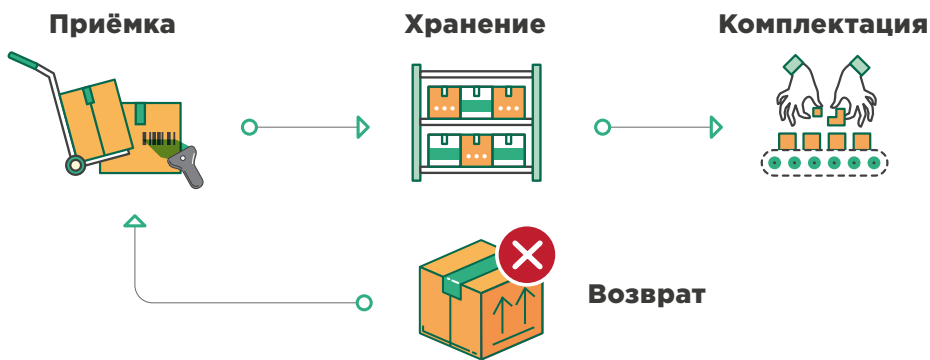


РАЗРАБОТКА ПРОГРАММ
ЛОЯЛЬНОСТИ

SCM Solutions

arvato
BERTELSMANN

5 Модели ценообразования и стоимость базовых услуг



Компании используют три основные модели ценообразования. Оплата за каждую операцию, фиксированные «пакетные» тарифы, комиссия. Первая модель наиболее популярна. Так или иначе ее используют 95% опрошенных операторов, как основную или в дополнение к другим. Как основной ее придерживаются, например, Arvato, B2CPL, Маршрут.

При оплате за каждую операцию стоимость всех действий указывается отдельно, например:

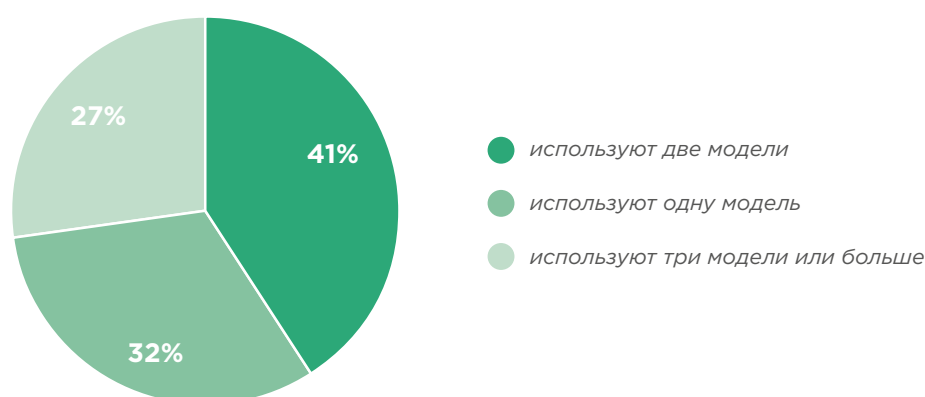
- ▶ Прием товара поштучно (визуальный осмотр и пересчет товаров при приемке, выбраковка) — стоимость за единицу,
- ▶ Оpozнание каждой позиции товара без штрихкода — стоимость за позицию,
- ▶ Прием товара поштучно в неопознанной позиции (включая процесс маркировки штрихкодом при приеме товара на склад) — стоимость за единицу,
- ▶ Дополнительная проверка товаров по требованию клиента (проверка на исправность электроприборов, проверка на отсутствие скрытых повреждений со вскрытием заводской упаковки) — стоимость за единицу,
- ▶ Оформление комплекта документов поставки с печатью, подписью по заказу клиента с последующим хранением на складе — стоимость за комплект.

Вторая модель — фиксированные «пакетные» тарифы. Тарифы включают в себя полную обработку определенного количества заказов, а каждый следующий заказ оплачивается отдельно. Размер тарифа зависит в первую очередь от количества заказов. Хранение и различные дополнительные услуги могут быть включены в тариф, а могут оплачиваться отдельно. Точно так же в сборку заказов по выбранному тарифу может быть включено фиксированное количество единиц в заказе — а за остальные тоже придется доплачивать. Кроме того, от тарифа может зависеть время работы менеджеров — на более дорогом тарифе они будут доступны также в выходные и вечернее время. Пакетные тарифы есть у 59% компаний — например, Алло? Бегу!, ExpressRMS, Fastery, Ritm-Z.

Третья модель, комиссионная, подразумевает определенный процент от стоимости проданных товаров. В этом случае интернет-магазин может не платить отдельно, например, за хранение товаров на складе — всё включено в комиссионное вознаграждение. Размер вознаграждения может зависеть от определенных условий — от веса и габаритов товара или от его категории. Такую схему используют 32% компаний, в том числе маркетплейсы и магазины — Бегу!, Озон, Wildberries.

Большинство компаний сочетает две или три модели ценообразования — то есть у них есть и оплата отдельных операций, и пакетные тарифы, и процент от объемов.

Рис. 5.1. Количество моделей ценообразования у фулфилмент-операторов



Чтобы сравнить цены на схожие услуги у разных операторов, мы выбрали из коммерческих предложений¹ тридцати пяти компаний сопоставимые услуги, привели их к одинаковым параметрам и сравнили между собой. Ниже показано относительное сравнение цен фулфилмент-операторов друг с другом — во-первых, тарифы время от времени меняются, во-вторых, стоимость услуг для магазина с другим запросом может существенно отличаться. В ценах учитывался НДС 18%, кроме тех компаний, которые работают по упрощенной системе налогообложения. Операторы сгруппированы по моделям ценообразования.

Оплата за операцию

В таблице 5.2 представлены медианные цены для базовых услуг и разница между ними и стоимостью этих услуг у фулфилмент-операторов.

Как читать таблицу?

Приёмка

Для приёмки товара в монокоробах цены указаны без учета распаковки и проверки поштучно, с учетом дополнительной маркировки на входе.

Для приёмки товаров поштучно цены указаны с учетом нанесения дополнительной маркировки, пересчета, сортировки. Если на товаре есть штрихкод, приёмка обойдется дешевле.

Для приёмки монопалеты цены указаны без распаковки и разгрузки.

Возвраты

Стоимость возвратов указана так же, как и в коммерческих предложениях компаний — либо за целый заказ, либо за один товар.

Хранение

Показаны цены для трёх вариантов хранения: на палете с расчётом стоимости за кубический метр, на палете с расчётом стоимости за одно палетоместо (высота варьируется, как правило, это 170-180 сантиметров) и в ячейке.

¹ Более подробно — в разделе «Методика исследования».

Комплектация заказа

Показаны цены за комплектацию и передачу в службу доставки одного заказа из трех товаров с вложением рекламы или информационных материалов, документами, с самым простым вариантом упаковки (без учета стоимости самой упаковки).

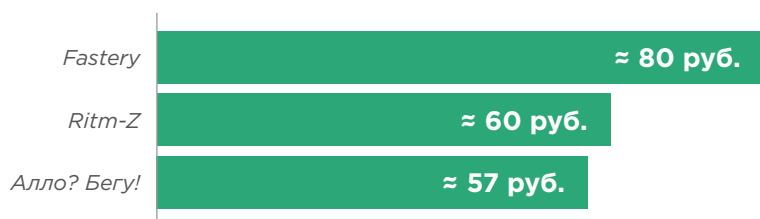
Табл. 5.2. Разница в стоимости базовых услуг фулфилмента у разных операторов

Компании	Приёмка			Возвраты		Хранение			Комплектация
	за короб	за палету	поштучно	за один товар	за один заказ	в ячейке	за м³	за палетоместо	за заказ
Медиана (в рублях)	10,90	65,00	8,26	16,38	65,00	5,50	24,00	16,58	69,97
220 ВОЛЬТ	-46%	—	-57%	—	—	7%	—	-22%	-70%
БетаПРО	—	—	101%	10%	—	—	—	—	59%
Курьер Сервис Экспресс	—	—	-76%	10%	—	—	—	—	-29%
РусПост	—	—	-39%	—	—	-9%	—	21%	-7%
СДТ	22%	—	77%	66%	—	-36%	—	3%	-43%
СДЭК	8%	-9%	114%	—	-9%	—	23%	—	10%
Севертранс	—	—	-58%	—	—	49%	-46%	—	-73%
Arvato	150%	269%	73%	-10%	—	—	-26%	—	0%
B2CPL	117%	—	37%	—	72%	-33%	23%	—	35%
DPD	52%	—	-29%	-57%	—	-36%	48%	—	5%
E-Logistic	62%	—	36%	-73%	—	-33%	-29%	—	6%
ExpressRMS	—	—	41%	—	—	—	96%	—	30%
FreshLogic	-46%	—	-64%	-14%	—	—	-21%	—	-4%
Fulllog	—	—	8%	-76%	—	—	8%	—	-20%
IML	-36%	-77%	-52%	—	8%	45%	0%	—	7%
Itella	14%	—	21%	10%	—	61%	-20%	—	-33%
Marshroute	-36%	-46%	—	—	-8%	100%	-21%	—	70%
NPL	-8%	0%	—	—	—	—	-25%	—	-71%
Pony Express	-46%	-36%	—	—	—	136%	—	-3%	-47%
ProStore	-36%	-77%	-39%	—	8%	45%	0%	—	71%
Qnits	—	—	-29%	—	-36%	—	55%	—	20%
RetailSolutions	57%	82%	7%	-42%	—	—	—	-15%	-59%
Reworker	—	—	0%	—	—	—	146%	—	123%
RitmZ	—	—	7%	—	—	—	195%	—	161%
RosLogistics	18%	72%	-72%	—	—	-7%	—	-9%	-66%
Shiptor	-24%	172%	0%	44%	—	—	-2%	—	-13%
TrueDelivery	—	—	—	510%	—	—	—	201%	69%
V7	-35%	—	-21%	—	—	-14%	—	14%	—

Пакетные тарифы

Для трех операторов — Алло? Бегу!, Fastery и Ritm-Z, которые используют пакетные тарифы, показана примерная стоимость одного заказа. В нее входит и приемка товаров, и комплектация заказов (с упаковкой и вложениями), и их передача службе доставки, и обработка возвратов, а кроме того — услуги колл-центра и работа с покупателями. За хранение нужно платить отдельно.

Рис. 5.3. Стоимость полной обработки одного заказа



Процент от стоимости заказа

Комиссионную модель используют магазины и маркетплейсы — Ozon, Wildberries, Юлмарт. Комиссионная модель предполагает, что клиент оплачивает процент от стоимости отправленного заказа.

Комиссия Wildberries составит от 30% до 38%, в зависимости от товарной категории. Комиссия Озона зависит от конкретного товара, например, для категории «Красота и здоровье» процентная ставка варьируется от 10 до 40%. Комиссия Юлмарта — от 5%.

Беру! использует смешанную модель. Цены зависят от трех параметров — стоимости товара, его веса и суммы трех измерений. Для маленьких и недорогих товаров — дешевле 1250 рублей, весом до пятнадцати килограммов, суммой трех измерений до 150 сантиметров — стоимость полной обработки (приемка, комплектация заказа с упаковкой, передача службе доставки) составит 8%. Для товаров с другими характеристиками — либо дороже, либо тяжелее, либо больше — действуют фиксированные тарифы, от 100 до 450 рублей. Хранение до 61 дня входит в стоимость обработки товара.

Дополнительную комиссию Беру! взимает за товары категорий «Красота и здоровье».



Складской мир онлайн-торговли



Подбор компаний – провайдеров
фулфилмент услуг



Поиск клиентов на услуги
фулфилмента



Поиск складских, промышленных
площадей и земельных участков
для строительства складов



Представление интересов арендаторов
и покупателей в переговорах с
собственниками, сопровождение сделок



Пересогласование текущих
условий аренды



Подбор наилучших решений
в соответствии с нуждами
арендатора/покупателя



Предоставление аналитической
информации по рынку



Маркетинг и PR объектов складской
недвижимости и 3PL провайдеров

+7 495 737 8000

moscow.russia@eu.jll.com

www.jll.ru

6 Выбор фулфилмента: как читать карточки операторов

Цена всегда была и по-прежнему остается важнейшим критерием при выборе фулфилмент-оператора. Однако, по мнению экспертов, при выборе сервиса для магазинов всё более значимыми становятся и другие факторы, в том числе, наличие дополнительных услуг, опыт работы с определенной товарной категорией, готовность оказывать услуги определенного качества.

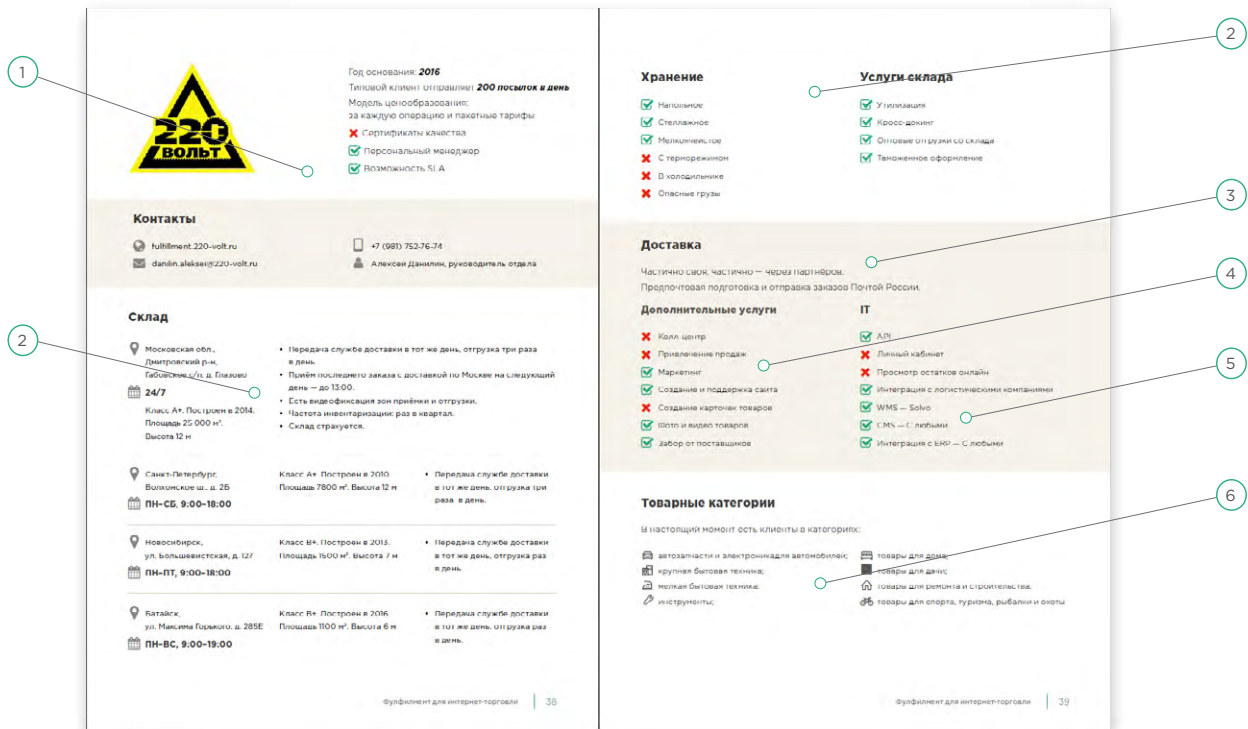


Для клиента при выборе-фулфилмент оператора важнее всего:

- Близость склада к Москве. Вообще местоположение склада очень заметно влияет на скорость и стоимость доставки. Если он расположен далеко или неудачно (например, подъездные дороги сильно загружены), это может негативно сказаться на бизнесе магазина.*
- Наличие интегрированной доставки. Она может быть своя или партнёрская, но в любом случае должна являться частью предложения фулфилмента.*
- Способность к масштабированию, чтобы не получилось так, что фулфилмент тормозит развитие магазина.*
- Готовность выполнять KPI. Она показывает, что оператор готов гарантировать качество своих процессов.*

Алина Кисина, руководитель B2B-направления, Lamoda

Мы собрали данные крупнейших фулфилмент-операторов, выделили и систематизировали ключевые параметры, важные для интернет-магазина. Чтобы упростить выбор, сначала показаны сводные показатели: карта складов, таблица товарных категорий, таблица дополнительных услуг, схема сотрудничества фулфилмент-операторов с разными службами доставки. Далее приведены карточки компаний. Каждая карточка содержит подробную информацию о фулфилмент-операторе — то, на что можно опираться при выборе.



1 Общая информация

Полезно учитывать **количество посылок, которые отправляет типовой клиент**, — это позволяет оценить, какого размера клиенты преобладают. **Наличие персонального менеджера**, закрепленного за заказчиком, может упростить коммуникации.

Сертификаты (международные — ISO или российские — ГОСТ) не являются обязательными для деятельности фулфилмент-оператора. Тем не менее их наличие подтверждает надежность компании и отлаженность процессов.

Также мы показываем, готова ли компания прописать в договоре SLA — то есть принять обязательства оказывать **услуги определенного качества**. Не все фулфилмент-операторы готовы согласиться на соблюдение жестких требований к качеству — и штрафы в случае их невыполнения. А для известных брендов это может быть критически важно. И даже сама готовность со стороны оператора это сделать уже может быть значима.

2 Характеристики склада

Фулфилмент — это складские операции, и качество работы фулфилмент-операторов во многом определяется параметрами складов.

Местоположение. От расположения склада зависит стоимость логистики до него. Это не прямые расходы, то есть они не включены в счет оператора. Тем не менее за доставку товаров на склад придется платить. Если склад расположен неудобно — слишком далеко, или так, что туда никто не ездит, или к нему ведут плохие подъездные пути, траты могут заметно возрасти.

Класс. Согласно наиболее распространенной международной классификации, склады делятся на шесть классов — А+, А, В+, В, С, D. Соответствие склада тому или иному классу зависит от многих параметров — расположения, количества этажей, высоты, пролета, инженерного оборудования (вентиляция, отопление), охранных систем и систем пожаротушения, видеонаблюдения, наличия определенного количества ворот докового типа, регулируемых погрузочно-разгрузочных площадок и многого другого.

Склады класса А+ и А должны быть предназначены именно для складских нужд, помещения класса В+ и В могут быть переоборудованы. К складам класса С и D таких требований не предъявляется.

Год постройки склада. Позволяет представить себе состояние и оборудование склада.

Режим работы склада позволяет планировать график отгрузок товаров на склад, от него зависит время сборки срочных заказов и оперативность разрешения спорных ситуаций. Круглосуточный режим работы позволяет использовать ночь для подготовки к обслуживанию пользователей, а также может быть важен во время сезонных пиков активности.

Сроки работы со службами доставки — время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день, срок передачи в службу доставки, частота отгрузок. Эти параметры позволяют понять, насколько оперативна может быть сборка, доставка и передача заказов в курьерские службы. Москвичи уже давно считают доставку на следующий день стандартом, и в целом быстрая доставка товара может быть важным преимуществом интернет-магазина.

Виды хранения. Основные виды хранения товаров на складе — напольное (используется для крупногабаритных грузов и не подходит для мелких товаров), стеллажное (подразумевает использование стеллажных систем разного типа, позволяет наиболее рационально использовать пространство), мелкоячеистое (лучше всего подходит для небольших товаров). Кроме того, некоторые склады могут обеспечивать специальные условия хранения. Например, терморегим для продуктов или сейфы для опасных грузов.

Видеофиксация зоны приемки и отгрузки. Когда товар поступает на склад сразу от поставщика и оказывается бракованным, магазину нужно понимать, на каком этапе произошла поломка — товар поступил от производителя уже бракованным, повредился во время перевозки или на складе. Видеосъемка зоны приемки и отгрузки позволяет получить ответ на этот вопрос.

Страхование склада. Позволяет гарантировать владельцу товара возмещение потерь в экстренных случаях. Однако возможны ограничения по типу и стоимости товаров, а также по каким-либо другим условиям.

Кросс-докинг. Подразумевает, что товар, привезенный от поставщика, не размещается на хранение на складе, а сразу собирается в заказы и отправляется покупателям. Такая модель подходит для магазинов, которым важна быстрая оборачиваемость, которые получают товар от разных поставщиков небольшими партиями, которые часто проводят распродажи и специальные акции.

Таможенное оформление. Интернет-магазину могут понадобиться услуги таможенного брокера, если склад поставщиков находится не в России или если покупатель заказывает товар с доставкой за рубеж. У многих фулфилмент-операторов есть связи и навыки в этой области, и их помощь может существенно сэкономить интернет-магазину время и ресурсы.

Оптовые отгрузки. Интернет-магазины могут продавать товары не только в розницу отдельным покупателям, но и отправлять их в оффлайн-точки. В этом случае нужна также доставка крупных грузов со склада оператора в эти точки. Это совсем другой процесс, чем отправка мелких розничных заказов. На складе должно быть палетное хранение, подъезд для грузовых автомобилей. Необходимо по-другому оформлять документы, сдавать грузы в соответствии с требованиями актов о сдаче-приемке и так далее.

3 Доставка

Доставка до покупателя не входит в фулфилмент, однако это та услуга, которую предлагают абсолютно все операторы. Полностью свою доставку предоставляют компании, которые также занимаются курьерской доставкой, — например, Рору Express. Остальные либо используют смешанную модель — частично доставляют сами, частично через партнеров (например, по Москве сами, по России с помощью партнеров), либо полностью отдают доставку курьерским службам. Важно понимать, что скорость доставки и способы получения заказа (до двери, в пункты выдачи заказов, в постаматы) будут зависеть от этих служб. При наличии нескольких партнеров операторы предлагают арбитраж доставки — для каждого заказа выбирают оптимальное по цене или качеству предложение от разных служб доставки. У операторов, которые доставляют заказы полностью сами, такой возможности нет, однако у них другие преимущества.



Для фулфилмент-оператора наличие собственной курьерской службы — это возможность предложить клиенту широкую линейку продуктов с дополнительными опциями исходя из потребностей клиента. Это и срочная доставка в день оформления заказа, и доставка в точное время, доставка крупногабаритной техники с подъемом и палетный борт. Это предоставление клиенту возможности с помощью сервиса (Predict) самостоятельно управлять опциями доставки: менять дату, время и адрес или переадресовать заказ в пункт выдачи, то есть всё то, что в конечном итоге влияет на скорость и уровень сервиса. И еще один важный момент: прямая ответственность за обработку, хранение и доставку заказа лежит на одной компании. Для интернет-магазина проще и удобнее, если она не разделяется между разными подрядчиками.

Леонид Зондберг, коммерческий директор DPD в России и SPSR Express

Предпочтовая подготовка и отправка по почте. У Почты России — более 42 тысяч отделений, которые обеспечивают покрытие всего населения страны. Возможности всех курьерских служб несравнимы с Почтой России. Это крайне важный канал доставки. От того, в какое отделение интернет-магазин сдает посылки и кто этим занимается — сам магазин или подрядчик, зависят скорость доставки, возможные проблемы, доля непринятых посылок.

Типы отделений Почты России:

- ▶ *Объект почтовой связи (ОПС). Обычное почтовое отделение, оказывает финансовые и почтовые услуги для физических или юридических лиц.*
- ▶ *Центры выдачи и приема посылок (ЦВПП). Центры, которые работают только с посылками.*

В ОПС документы на отправление заполняет сотрудник Почты России, а в ЦВПП — сами отправители. Это может привести к ошибкам и дальнейшим задержкам.
- ▶ *Межрайонный почтамт (МРП). На один межрайонный почтамт приходится 50-70 отделений.*
- ▶ *Автоматизированный сортировочный центр (АСЦ). Один на область, в которой расположен, и все прилегающие. В сортировочные центры поступают все посылки из ОПС, ЦВПП и МП и там дополнительно проверяются. Соответственно, срок доставки из ОПС, ЦВПП и МП может быть длиннее, чем из АСЦ.*
- ▶ *Главный центр магистральных перевозок почты (ГЦМПП). Занимается доставкой почты между крупнейшими городами РФ.*

4 Дополнительные услуги

У магазинов, у которых мало ресурсов или времени на организацию интернет-торговли, появляется запрос на комплекс услуг. Им больше подойдут операторы, которые могут взять на себя всё или почти всё, в том числе поддержку площадки и маркетинг.

Колл-центр. Значительная часть операторов предлагает клиентам собственный колл-центр, некоторые работают через партнеров. У компаний, работающих по тарифной модели ценообразования, услуги контактного центра часто входят в стоимость тарифа. У сотрудников колл-центра есть скрипты для общения с покупателями. Они могут взять на себя не только обработку заказов, но и дополнительные продажи, работу с претензиями и прочее.

Создание и поддержка сайта. Эта опция интересна в первую очередь оффлайн-магазинам и производителям без своего сайта. Некоторые операторы предлагают таким клиентам создание сайта или размещение товаров в маркетплейсе и аутсорс обработки заказов. Спрос на эту услугу растет по мере прихода оффлайновых магазинов и производителей в интернет.

Производство контента — фотографий и видео с товарами, создание карточек товаров. Если описания и материалы, полученные от производителей, недостаточны, может быть удобнее создавать их на складе.

Маркетинг. Фулфилмент-оператор может участвовать в продвижении магазина, заниматься диджитал-маркетингом, работать с пользователями до совершения покупки на сайте.

5 IT

От IT-систем зависит степень автоматизации и способ взаимодействия между магазином и фулфилмент-оператором. Крупные магазины передают заказы, получают их статусы и обмениваются документацией с оператором по API. Магазины поменьше используют личный кабинет в системе оператора. У большинства операторов есть готовые интеграционные модули между их личными кабинетами и распространенными CMS. Также заказы могут попадать к оператору напрямую от покупателя или из колл-центра. Но многие маленькие магазины по-прежнему передают заказы просто в файлах Excel.

6 Товарные категории

В базовый список товарных категорий для каждого оператора включены те, с которыми они работают прямо сейчас. Опыт работы с той или иной категорией важен, потому что налаживание всех процессов с нуля может обойтись дорого. Особенно это важно для товаров, которым нужны специфические условия хранения или перевозки или соблюдение каких-нибудь условий — например, наличие лицензии.



Наличие у фулфилмент-оператора опыта работы с товарными категориями клиента — это большое преимущество.

Если еще 5 лет назад главным требованием к фулфилмент-оператору было умение просто хранить товар, упаковывать его, тарифицировать и передавать в службы доставки, то сейчас этого недостаточно и нужно обладать экспертизой в том товарном сегменте, с которым работает компания-клиент.

Клиент хочет, чтобы оператор мог анализировать текущую работу, проводить аудит, давать рекомендации по снижению затрат и предлагал наиболее эффективные инструменты работы. А сделать это можно только в том случае, если фулфилмент-оператор обладает обширными знаниями о товарной категории клиента и умеет с ней работать.

Для клиента важно, чтобы у фулфилмент-оператора не было сбоев с обработкой и отправкой заказов, а умение работать с теми товарными категориями, которые представлены в интернет-магазине, поможет этого избежать.

На этапе запуска нового проекта все процессы будут налажены намного быстрее, если фулфилмент-оператор знаком с правилами эффективного хранения и обработки товарной номенклатуры клиента.

Алексей Грязнев, генеральный директор ЗАО «СДТ»



Как аутсорсинг услуг фулфилмента помог крупнейшему мобильному оператору увеличить оборачиваемость склада в 5 раз без увеличения складских площадей

Крупнейший оператор сотовой связи провел тендер на выбор фулфилмент-оператора для работы с абонентским оборудованием. Для реализации поставленных задач клиент выбрал ЗАО «СДТ» (Сервис дистанционной торговли).

КЕЙС: Аутсорсинг склада

Клиент: крупнейший оператор сотовой связи

Виды бизнеса клиента: телефоны, аксессуары, SIM-карты, сервис.

Инфраструктура клиента:

- Развитая сеть точек продаж (около 1 600 на момент старта проекта)
- Региональные склады (около 80 складов в крупных городах)
- Филиальная сеть оптовых продаж

Срок реализации (интеграция и запуск проекта): 4 месяца

Цели и задачи:

- Оптимизация логистики товародвижения и централизация управления складами (из Москвы)
- Сокращение затрат на аренду складов
- Сокращение эксплуатационных расходов
- Сокращение транспортных затрат
- Сокращение затрат на ФОТ
- Синхронизация доставок по времени

Решение, реализованное ЗАО «СДТ»:

- Перемещение трех московских складов клиента в один складской комплекс фулфилмент-оператора (склад SIM-карт, склад абонентского оборудования и сервисный склад)
- Закрытие 80-ти региональных промежуточных складов
- Сокращение затрат на ФОТ как на складах в Москве, так и в регионах
- Отказ от кладовщиков, ревизоров и др. специалистов на складах в регионах
- Организация отдельной площадки на складе под паллетное хранение для подпитки фулфилмента
- Оптимизация складских площадей под хранение и комплектацию абонентского оборудования
- Проведение А,В,С и X,Y,Z-анализа
- Создание отдельной зоны пикинга под рекламу, так как у клиента начались массовые рекламные активности и, как следствие, необходимо было обеспечить все офисы продаж рекламными материалами.

Результаты реализации проекта:

- Обслуживаемая сеть точек продаж клиента: более 3 000
- Интеграция «Клиент – Оператор»: 6 виртуальных складов клиента с 13 виртуальными складами фулфилмент-оператора
- Интеграция «Оператор — Транспортные компании» через единый API-интерфейс
- Организация 1 600 мест паллетного хранения и 5 500 ячеек полочного хранения на складе фулфилмент-оператора
- 18 оборудованных на складе рабочих мест (ПК, сканер, принтер ШК, весы, видеокамеры)

Объем обрабатываемой продукции клиента в сутки: 15-20 поставщиков, 100-200 артикулов.

Комплектация и выход со склада: 45 000 единиц товара за 12 часов (70 000–90 000 единиц товара за 12 часов в пиковые месяцы).

Дополнительные опции:

- Серийный учет продукции клиента на складе (учет серийных номеров IMEI)
- Весовой контроль
- Видеофиксация упаковки в сейф-пакеты с глубиной хранения архива до 45 дней
- 12-часовой KPI на комплектацию и отгрузку без ограничения прогнозирования суточного объема

Показатели в цифрах:

	Было/день	Сейчас/день
Кол-во обслуживаемых точек продаж	1 200 офисов	Более 3 000 офисов
Отгрузка (заказы за 12 часов)	600 заказов (15 000 ед.)	3 000 заказов (до 90 000 ед.)
Хранение	1,8–2,0 тыс. м ³	2,3–3,0 тыс. м ³

Результат проекта

В настоящее время мы продолжаем работу с данным клиентом. В период реализации проекта мы увеличили оборачиваемость склада в 5 раз, оставаясь на той же выделенной под проект складской площади.

Клиент высоко оценил качество выполненной ЗАО «СДТ» работы. По окончании срока нашего договора он принял решение пролонгировать его еще на 2 года без объявления тендера.



Distance
Selling
Service

ЗАО «СДТ»
(Сервис дистанционной торговли)

Оmnиканальный фулфилмент-оператор для **e-commerce**

прием товаров от поставщика

ответственное хранение товаров

обработка заказов интернет-магазина (комплектация, упаковка и тарификация)

доставка заказов и предоставление услуги самовывоза

отгрузка заказов в транспортные компании

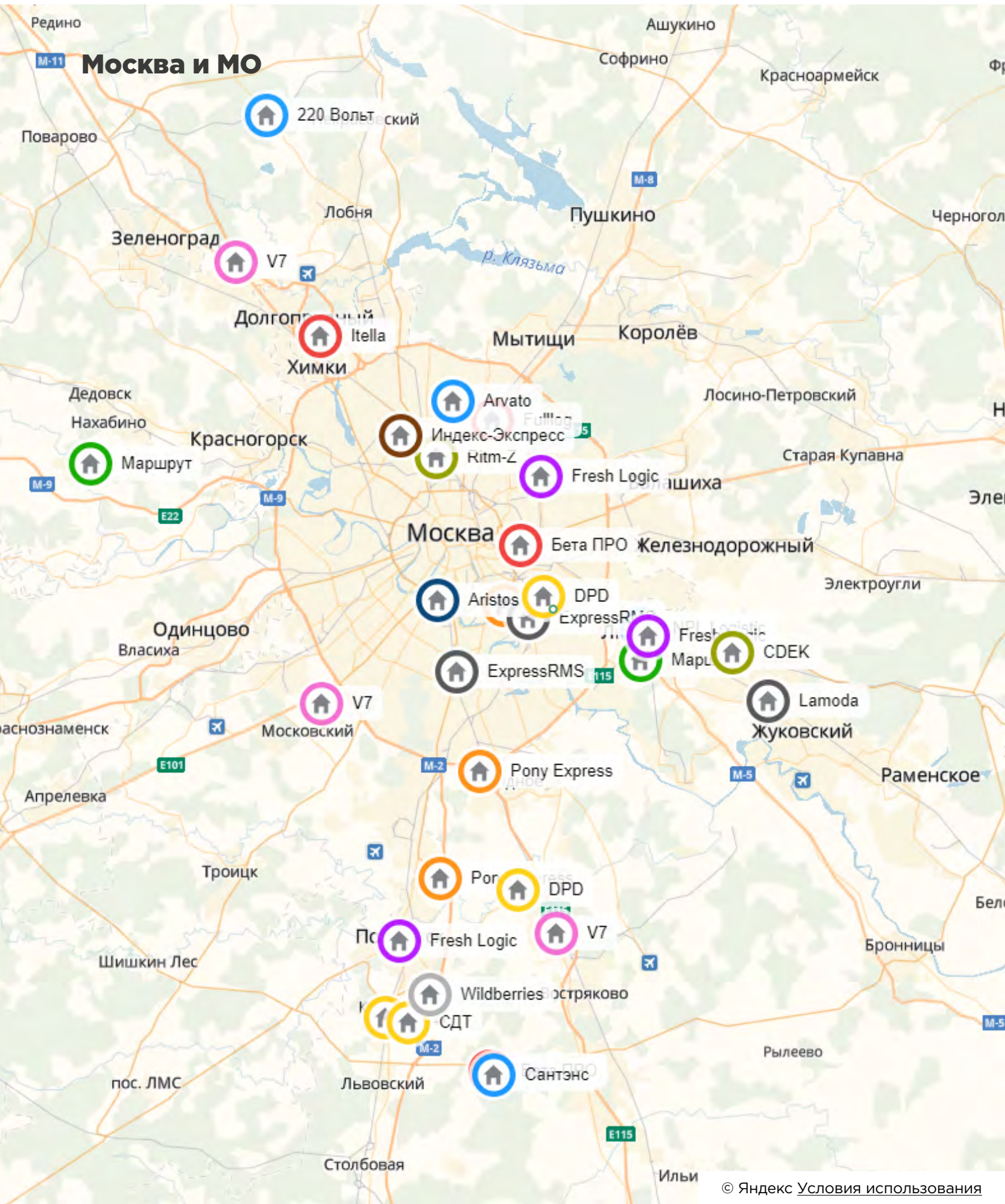
прием наложенных платежей от службы доставки и перевод клиентам

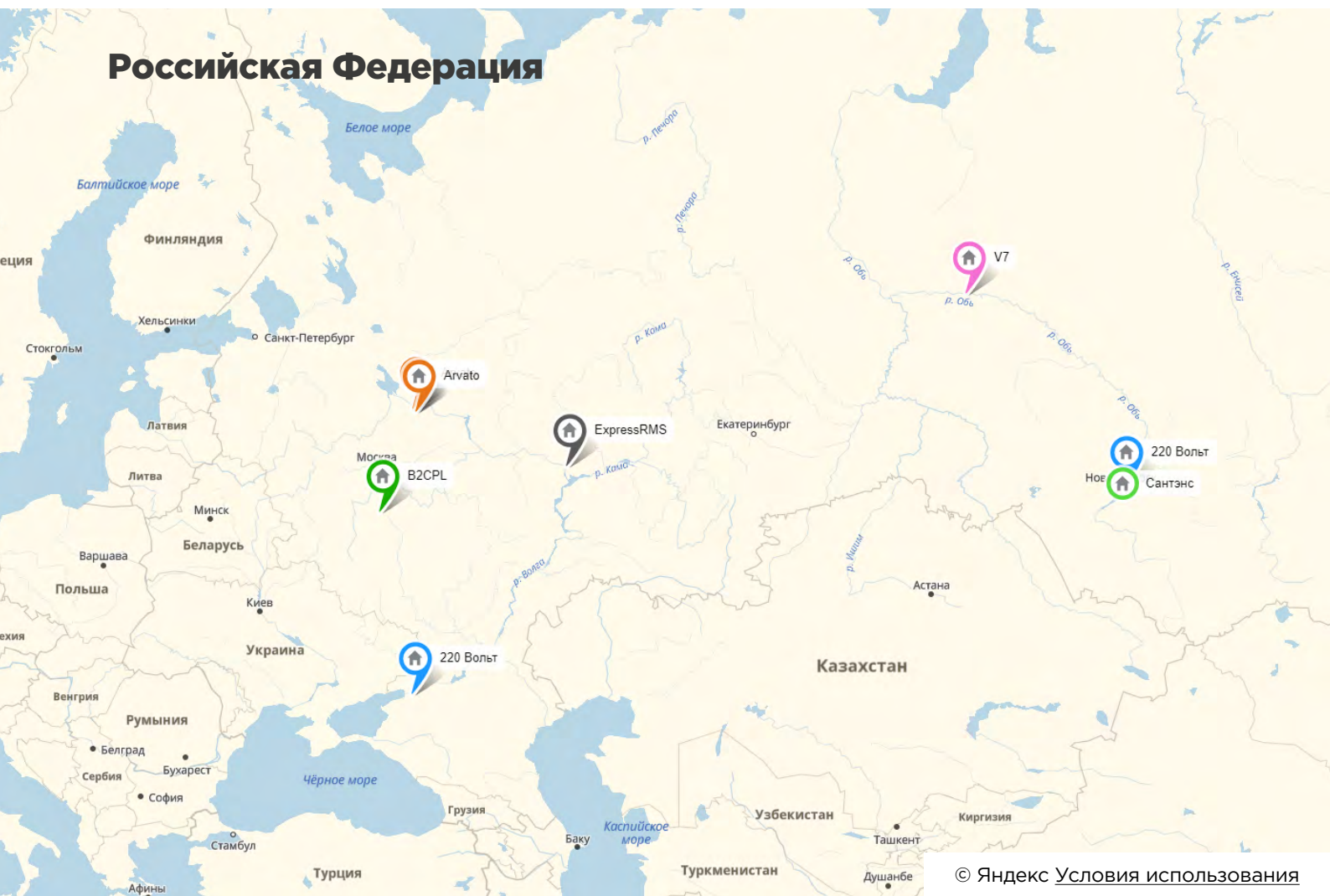
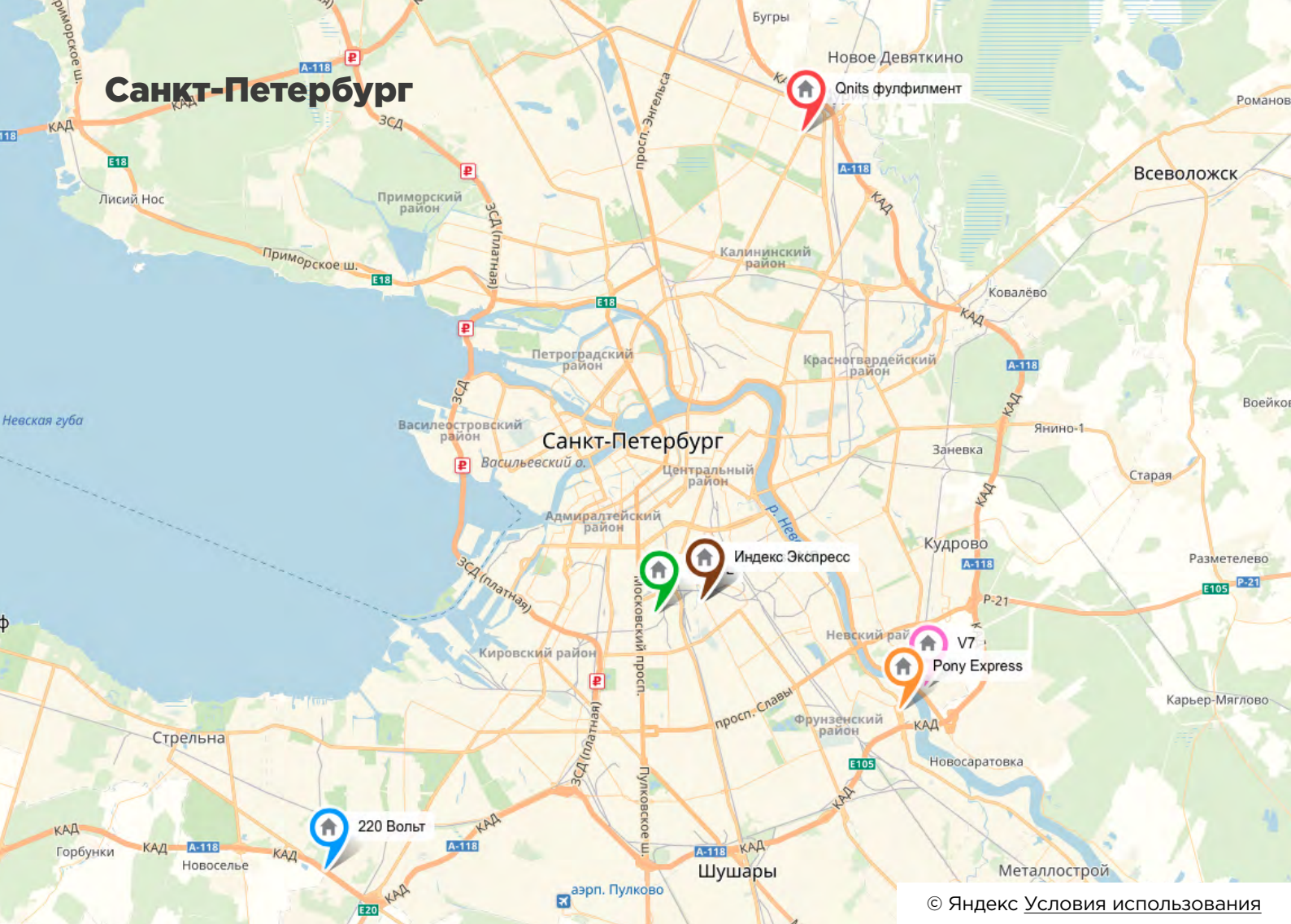
прием и обработка возвратов

Прогрессивные технологии для вашего интернет-магазина

+7 (495) 739-21-15 • www.zao-sdt.ru • sales@dsserv.ru

Карта складов





Сотрудничество фулфилмент-операторов с различными службами доставки

Показаны службы доставки, которые сотрудничают с наибольшим количеством фулфилмент-операторов. Для каждого оператора показано, сколько у него партнеров по доставке.

Логистические компании / Фулфилмент-операторы	DPD	СДЭК	Почта России	Voxberry	PickPoint	ПЭК/ПЭК EasyWay	IML	Maxi-Post	
220 volt									+ 3
Бета ПРО									+ 5
Индекс-Экспресс									+ 1
Маршрут									+ 1
СДТ									+ 3
Aristos									+ 2
Arvato									+ 8
B2CPL									+ 1 и СВОЯ
CDEK									СВОЯ
DPD									СВОЯ
ExpressRMS									+ 2
Fastery									+ 4
Fresh Logic									+ 1 и СВОЯ
Fulllog									+ 2
Itella									+ 1
Lamoda									+ 2 и СВОЯ
NPL Logistic									+ 1
Pony Express									СВОЯ
Qnits фулфилмент									+ 2
Ritm-Z									+ 3
V7									+ 1
Wildberries									СВОЯ

Товарные категории

Для каждой категории показаны операторы, у которых в данный момент есть хотя бы один активный клиент с такими товарами. При этом они могут быть готовы работать и с некоторыми другими категориями.

Автозапчасти и автоэлектроника (14 из 23)



Крупная бытовая техника (9 из 23)



Мелкая бытовая техника (18 из 23)



Диски с играми, кино и музыкой (11 из 23)



Инструменты (15 из 23)



Интим-товары (6 из 23)



Канцтовары и товары для офиса (12 из 23)



Книги (6 из 23)



Косметика и парфюмерия (20 из 23)



Лекарства, товары для здоровья (11 из 23)



Мебель (11 из 23)



Музыкальные инструменты (6 из 23)



Одежда, обувь и аксессуары (в том числе детские) (21 из 23)



Продукты питания (11 из 23)



Сувениры и подарки (16 из 23)



Техника для дома и портативная электроника (17 из 23)



Товары для дачи (14 из 23)



Игрушки и товары для детей (кроме одежды и обуви) (17 из 23)



Товары для дома (20 из 23)



Товары для животных (12 из 23)



Товары для курения (10 из 23)



Товары для ремонта и строительства (14 из 23)



Товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты (17 из 23)



Товары для хобби и рукоделия (14 из 23)



Украшения, часы (15 из 23)



Шины и диски (2 из 23)



Дополнительные услуги

Для каждой услуги показаны операторы, которые ее оказывают.

	Контактный центр	Привлечение клиентов	Маркетинг	Карточки товаров	Фото и видео	Создание и поддержка сайта
220 volt			✓		✓	✓
Бета ПРО	✓					
Индекс-Экспресс						
Маршрут	✓				✓	
Сантэнс	✓	✓	✓	✓	✓	✓
СДТ	✓	✓	✓	✓	✓	
Aristos	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Arvato	✓					✓
B2CPL	✓		✓			
CDEK	✓	✓	✓	✓	✓	
DPD	✓					
ExpressRMS	✓	✓	✓	✓		
Fastery	✓	✓	✓			
Fresh Logic	✓	✓		✓	✓	
Fulllog	✓					
Itella	✓				✓	✓
Lamoda	✓	✓	✓	✓	✓	✓
NPL Logistic						
Pony Express	✓	✓	✓	✓		
Qnits фулфилмент	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Ritm-Z	✓	✓		✓		✓
V7	✓					
Wildberries	✓	✓	✓	✓	✓	✓

20 км

всего на таком расстоянии от МКАД расположен наш полуавтоматический склад с развитой инфраструктурой и дорожным сообщением

12 млн единиц – вместимость хранения

1500

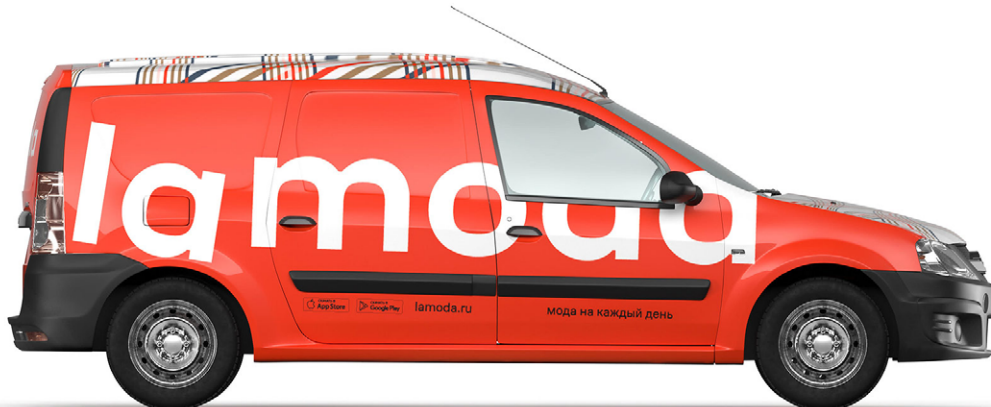
обученных торговых представителей LM Express

55 транзитных складов LM Express, охватывающих 600+ городов, из которых более 150 – с доставкой на следующий день

500

обученных операторов 24/7 поддерживают клиентов по телефону, электронной почте, чату, мессенджерам и во всех популярных социальных сетях

44,5 км² общая площадь первого этажа склада с 3-5 уровнями



Мы создали превосходную, полностью интегрированную цепочку операций на основе собственных решений и компетенций и предлагаем партнерам использовать сервисы высокого уровня для своего бизнеса

Профили компаний

220 Volt	79
Aristos.....	81
Arvato	83
B2CPL.....	85
Бета ПРО	87
CDEK.....	89
DPD.....	91
ExpressRMS.....	93
Fastery.....	95
Fresh Logic.....	97
Fulllog	99
Индекс-Экспресс	101
Itella.....	103
Ламода.....	105
Маршрут.....	107
NPL Logistic.....	109
Pony Express.....	111
Qnits фулфилмент	113
Ritm-Z.....	115
Сантэнс.....	117
СДТ	119
V7	121
Wildberries	123



Год основания: **2016**

Типовой клиент отправляет **200 посылок в день**

Модель ценообразования:


за каждую операцию и пакетные тарифы


 Сертификаты качества

 Персональный менеджер


 Возможность SLA

Контакты


 fulfillment.220-volt.ru

 danilin.aleksei@220-volt.ru

 +7 (981) 752-76-74

 Алексей Данилин, руководитель отдела


Склад

 Московская обл.,
Дмитровский р-н,
Габовское с/п, д. Глазово

 **24/7**

Класс А+. Построен в 2014.
Площадь 25 000 м².
Высота 12 м


- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка три раза в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 13:00.
- Есть видеофиксация зон приёмки и отгрузки.
- Частота инвентаризации: раз в квартал.
- Склад страхуется.

 Санкт-Петербург,
Волхонское ш., д. 2Б

 **ПН-СБ, 9:00-18:00**

Класс А+. Построен в 2010.
Площадь 7800 м². Высота 12 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка три раза в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Санкт-Петербургу на следующий день — до 15:00.
- Есть видеофиксация зон приёмки и отгрузки.
- Частота инвентаризации: раз в квартал.
- Склад страхуется.

 Новосибирск,
ул. Большевицкая, д. 127

 **ПН-ПТ, 9:00-18:00**

Класс В+. Построен в 2013.
Площадь 1500 м². Высота 7 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка раз в день.

 Батайск,
ул. Максима Горького, д. 285Е

 **ПН-ВС, 9:00-19:00**

Класс В+. Построен в 2016.
Площадь 1100 м². Высота 6 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка раз в день.

Хранение

- Напольное
- Стеллажное
- Мелкоячейстое
- С терморегимом
- В холодильнике
- Опасные грузы

Услуги склада

- Утилизация
- Кросс-докинг
- Оптовые отгрузки со склада
- Таможенное оформление

Доставка

Частично своя, частично — через партнёров.

Предпочтовая подготовка и отправка заказов Почтой России.

Дополнительные услуги









- Колл-центр
- Привлечение продаж
- Маркетинг
- Создание и поддержка сайта
- Создание карточек товаров
- Фото и видео товаров
- Забор от поставщиков

IT

- API
- Личный кабинет
- Просмотр остатков онлайн
- Интеграция с логистическими компаниями
- WMS — Solvo
- CMS — С любыми
- Интеграция с ERP — С любыми

Товарные категории

В настоящий момент есть клиенты в категориях:

-  автозапчасти и электроника для автомобилей;
-  крупная бытовая техника;
-  мелкая бытовая техника;
-  инструменты;
-  товары для дома;
-  товары для дачи;
-  товары для ремонта и строительства;
-  товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты



Год основания: **2011**


Типовой клиент отправляет **200 посылок в день**


Модель ценообразования:


за каждую операцию, за процент от объёмов, пакетные тарифы

- ✗ Сертификаты качества
- ✗ Персональный менеджер
- ✗ Возможность SLA

Контакты


 aristos.online

 a.khromov@aristosgroup.ru

 +7 (985) 768-95-35

 Андрей Хромов

Склад

 Москва, 5-й Донской проезд,
д. 21Б

 ПН-ПТ, 8:00-21:00
СБ-ВС, 9:00-20:00

Класс В. Построен в 2012.
Площадь 1 300 м². Высота 6 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 20:00.
- Есть видеофиксация зон приёмки и отгрузки.
- Частота инвентаризации: раз в месяц.
- Склад страхуется.

Хранение

- ✓ Напольное
- ✓ Стеллажное
- ✓ Мелкоячейное
- ✗ С терморегимом
- ✗ В холодильнике
- ✗ Опасные грузы

Услуги склада

- ✓ Утилизация
- ✓ Кросс-докинг
- ✓ Оптовые отгрузки со склада
- ✗ Таможенное оформление

Доставка

Частично своя, частично — через партнёров.

Предпочтовая подготовка и отправка заказов Почтой России.

Дополнительные услуги













- ✓ Колл-центр — свой
- ✓ Привлечение продаж
- ✓ Маркетинг
- ✓ Создание и поддержка сайта
- ✓ Создание карточек товаров
- ✓ Фото и видео товаров
- ✓ Забор от поставщиков

IT

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет
- ✓ Просмотр остатков онлайн
- ✗ Интеграция с логистическими компаниями
- ✓ WMS — eme.wms
- ✓ CMS — Magento
- ✓ Интеграция с ERP — SAP, Oracle

Товарные категории

В настоящий момент есть клиенты в категориях:

-  крупная бытовая техника;
-  мелкая бытовая техника;
-  инструменты;
-  косметика и парфюмерия;
-  музыкальные инструменты;
-  техника для дома и портативная электроника;
-  товары для дачи;
-  товары для дома;
-  товары для животных;
-  товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты;
-  украшения, часы;
-  одежда, обувь и аксессуары (в т. ч. детские)

Год основания: **1997**

Типовой клиент отправляет **от 5 000 посылок**

Модель ценообразования: за каждую операцию

✓ Сертификаты качества — ISO 9001


✓ Персональный менеджер

✓ Возможность SLA

Контакты


 arvato.com/ru

 solution@arvato.ru

 +7 (4852) 672-999

 Наталия Пшистав, коммерческий директор


Склад

 Ярославль,
ул. Декабристов, д. 3

 ПН-ВС, 6:30-23:30

Класс А,В+. Построен в 1997-2016 (разные корпуса). Площадь 34 500 м². Высота 12 м


- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка несколько раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 16:00.
- Есть видеofиксация зон приёмки и отгрузки.
- Частота инвентаризации: любая.
- Страхование имущества (зданий). По желанию заказчика — страхование товарных запасов.

 Ярославль, ул. Громова, д. 9

 ПН-ВС, 6:30-23:30

Класс В+. Построен в 2001. Площадь 12 500 м². Высота 10 м


- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка несколько раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 16:00.
- Страхование имущества (зданий). По желанию заказчика — страхование товарных запасов.

 Ярославль, пр-т Фрунзе

 ПН-ВС, 6:30-23:30

Класс А. Построен в 2018. Площадь 24 000 м². Высота 12 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка несколько раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 16:00.
- Страхование имущества (зданий). По желанию заказчика — страхование товарных запасов.

 Московская обл.,
северо-восток

 ПН-ВС, 6:30-23:30

Класс А. Построен в 2015. Площадь 21 300 м². Высота 12 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка несколько раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 16:00.
- Страхование имущества (зданий). По желанию заказчика — страхование товарных запасов.

Хранение

- ✓ Напольное
- ✓ Стеллажное
- ✓ Мелкоячеистое
- ✓ С терморегимом
- ✓ В холодильнике — по запросу
- ✓ Опасные грузы

Услуги склада

- ✓ Утилизация
- ✓ Кросс-докинг
- ✓ Оптовые отгрузки со склада
- ✓ Таможенное оформление

Доставка

Через партнёров. Предпочтительная подготовка и отправка заказов Почтой России.

Дополнительные услуги



















- ✓ Колл-центр — свой
- ✗ Привлечение продаж
- ✗ Маркетинг
- ✓ Создание и поддержка сайта
- ✗ Создание карточек товаров
- ✗ Фото и видео товаров
- ✓ Забор от поставщиков

IT

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет
- ✓ Просмотр остатков онлайн
- ✓ Интеграция с логистическими компаниями
- ✓ WMS — "Собственная; SAP"
- ✓ CMS — С любыми
- ✓ Интеграция с ERP — С любыми

Товарные категории

В настоящий момент есть клиенты в категориях:

-  мелкая бытовая техника;
-  диски с играми, кино и музыкой;
-  книги;
-  косметика и парфюмерия;
-  лекарства, товары для здоровья;
-  мебель;
-  одежда, обувь и аксессуары (в т.ч. детские);
-  сувениры, подарки;
-  товары для хобби и рукоделия;
-  техника для дома и портативная электроника;
-  товары для дачи;
-  товары для дома;
-  товары для детей, игрушки;
-  товары для животных;
-  товары для ремонта и строительства;
-  товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты;
-  украшения, часы;
-  другое


Год основания: **1997**


Типовой клиент отправляет **100 посылок в день**

Модель ценообразования: за каждую операцию


- Сертификаты качества
- Персональный менеджер
- Возможность SLA

Контакты


 b2cpl.ru

 a.boyko@b2cpl.ru

 +7 (495) 781-43-81

 Александр Бойко

Склад

 Тула, ул. Новотульская


 24/7

Класс А. Построен в 2005.

Площадь 12 тыс. м².

Высота 12 м

- Передача службе доставки на следующий день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 18:00.
- Есть видеофиксация зон приёмки и отгрузки.
- Частота инвентаризации: раз в год бесплатно/ в любое время за доплату.
- Склад страхуется.

 Санкт-Петербург,
ул. Заставская

 24/7

Класс Б+. Построен в 2012.

Площадь 500 м². Высота 12 м

- Передача службе доставки на следующий день.

Хранение

- Напольное
- Стеллажное
- Мелкоячейстое
- С терморезимом
- В холодильнике
- Опасные грузы

Услуги склада

- Утилизация
- Кросс-докинг
- Оптовые отгрузки со склада
- Таможенное оформление

Доставка

Частично своя, частично — через партнёров.

Предпочтовая подготовка и отправка заказов Почтой России.

Дополнительные услуги





















- ✓ Колл-центр
- ✗ Привлечение продаж
- ✓ Маркетинг
- ✗ Создание и поддержка сайта
- ✗ Создание карточек товаров
- ✗ Фото и видео товаров
- ✓ Забор от поставщиков

IT

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет
- ✓ Просмотр остатков онлайн
- ✓ Интеграция с логистическими компаниями
- ✓ WMS — AXELOT
- ✓ CMS — 1С-Битрикс, inSales, Retail.CMS
- ✗ Интеграция с ERP — нет

Товарные категории

В настоящий момент есть клиенты в категориях:

-  автозапчасти и электроника для автомобилей;
-  крупная бытовая техника;
-  мелкая бытовая техника;
-  техника для дома и портативная электроника;
-  инструменты;
-  канцтовары и товары для офиса;
-  книги;
-  косметика и парфюмерия;
-  лекарства, товары для здоровья;
-  одежда, обувь и аксессуары (в т. ч. детские);
-  сувениры, подарки;
-  товары для дачи;
-  товары для детей, игрушки;
-  товары для дома;
-  товары для животных;
-  товары для курения;
-  товары для ремонта и строительства;
-  товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты;
-  товары для хобби и рукоделия;
-  украшения, часы

БЕТА ПРО

Год основания: **2005**



Типовой клиент отправляет **40 посылок в день**



Модель ценообразования:

за каждую операцию и пакетные тарифы


- Сертификаты качества
- Персональный менеджер
- Возможность SLA

Контакты

 betapro.ru
 sales@betapro.ru

 +7 (495) 649-88-99
 Ольга Древаль, директор по продажам


Склад

 Москва,
ул. 2-я Кабельная, д. 6А

 **24/7**

Класс В+. Построен в 1995.
Площадь 25 тыс. м².
Высота 12 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка 3 раза в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 18:00.
- Есть видеофиксация зон приёмки и отгрузки.
- Частота инвентаризации: раз в год.

 Московская обл., городской
округ Подольск, д. Валищево

 **24/7**

Класс А. Построен в 2018.
Площадь 8 тыс. м². Высота 12 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка 3 раза в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 18:00.

Хранение

- Напольное
- Стеллажное
- Мелкоячеестое
- С терморегимом
- В холодильнике
- Опасные грузы

Услуги склада

- Утилизация
- Кросс-докинг
- Оптовые отгрузки со склада
- Таможенное оформление

Доставка

Через партнёров.

Предпочтовая подготовка и отправка заказов Почтой России.

Дополнительные услуги
























- Колл-центр — партнёрский
- Привлечение продаж
- Маркетинг
- Создание и поддержка сайта
- Создание карточек товаров
- Фото и видео товаров
- Забор от поставщиков

IT

- API
- Личный кабинет
- Просмотр остатков онлайн
- Интеграция с логистическими компаниями
- WMS — "TopLog WMS; Собственная"
- CMS — 1С Битрикс, inSales, Leadvertex, Retail CRM, AmoCRM
- Интеграция с ERP — 1С Документоборот

Товарные категории

В настоящий момент есть клиенты в категориях:

-  автозапчасти и электроника для автомобилей;
-  мелкая бытовая техника;
-  диски с играми, кино и музыкой;
-  инструменты;
-  интим-товары;
-  канцтовары и товары для офиса;
-  книги;
-  косметика и парфюмерия;
-  лекарства, товары для здоровья;
-  музыкальные инструменты;
-  одежда, обувь и аксессуары (в т. ч. детские);
-  продукты питания;
-  сувениры, подарки;
-  техника для дома и портативная электроника;
-  товары для дачи;
-  товары для детей, игрушки;
-  товары для дома;
-  товары для животных;
-  товары для курения;
-  товары для ремонта и строительства;
-  товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты;
-  товары для хобби и рукоделия;
-  украшения, часы





Год основания: **2000**



Типовой клиент отправляет **20-25 посылок в день**
(есть клиенты до 600 посылок в день)

Модель ценообразования:
за каждую операцию


- ✓ Сертификаты качества — ISO 9001, ISO 14001
- ✓ Персональный менеджер — по согласованию
- ✓ Возможность SLA

Контакты

 cdek.ru
 dogovor@cdek.ru

 8-800 250-04-05
 Иванов Игорь,
руководитель направления "Продажи"

Склад

 Московская обл., Люберецкий р-н, пос. Малаховка, Касимовское ш., д. 3Б, лит. О

 ПН-ПТ, 10:00-22:00
СБ-ВС, 14:00-22:00

Класс В. Построен в 2005.
Площадь 3 000 м².
Высота 5-10 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 22.00.
- Есть видеофиксация зон приёмки и отгрузки.
- Частота инвентаризации: плановая раз в год.

Хранение

- ✓ Напольное
- ✓ Стеллажное
- ✓ Мелкоячеестое
- ✗ С терморезимом
- ✗ В холодильнике
- ✗ Опасные грузы

Услуги склада

- ✓ Утилизация
- ✓ Кросс-докинг
- ✓ Оптовые отгрузки со склада
- ✓ Таможенное оформление

Доставка

Через собственную курьерскую службу. Не отправляют по почте.

Дополнительные услуги























- ✓ Колл-центр — свой
- ✓ Привлечение продаж
- ✓ Маркетинг
- ✗ Создание и поддержка сайта
- ✓ Создание карточек товаров
- ✓ Фото и видео товаров
- ✓ Забор от поставщиков

IT

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет
- ✓ Просмотр остатков онлайн
- ✓ Интеграция с логистическими компаниями
- ✓ WMS — OptiCore CloudWMS® FullFillment 9.2 Корпоративная 2018
- ✓ CMS — с любыми (при наличии API\EDI), готовые решения по запросу
- ✓ Интеграция с ERP — с любыми (при наличии API\EDI), готовые решения по запросу

Товарные категории

В настоящий момент есть клиенты в категориях:

-  автозапчасти и электроника для автомобилей;
-  мелкая бытовая техника;
-  диски с играми, кино и музыкой;
-  инструменты;
-  интим-товары;
-  канцтовары и товары для офиса;
-  книги;
-  косметика и парфюмерия;
-  лекарства, товары для здоровья;
-  мебель;
-  одежда, обувь и аксессуары (в т. ч. детские);
-  продукты питания;
-  сувениры, подарки;
-  техника для дома и портативная электроника;
-  товары для дачи;
-  товары для детей, игрушки;
-  товары для дома;
-  товары для курения;
-  товары для ремонта и строительства;
-  товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты;
-  товары для хобби и рукоделия;
-  украшения, часы




Год основания: **1991**


Модель ценообразования:
за каждую операцию, пакетные тарифы,
процент от объёмов, индивидуальные решения

- ✓ Сертификаты качества — ISO 9001
- ✓ Персональный менеджер
- ✓ Возможность SLA


Контакты

 dpd.ru

 custserv@dpd.ru

 +7(495) 775-45-85


Склад

 Москва,
Волгоградский пр-т

 ПН-ВС, 8:00-20:00

Класс Б. Построен в 2007.
Площадь 3 500 м².
Высота 7,5 м

- Передача службе доставки в тот же день или на следующий, отгрузка раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 20:00.
- Есть видеофиксация зон приёмки и отгрузки.
- Частота инвентаризации: несколько раз в год.
- Склад страхуется.

 Московская обл., Домодедово,
ул. Логистическая, д. 1

 ПН-ВС, 7:00-21:00

Класс А. Построен в 2008.
Площадь 12 500 м².
Высота 13 м

- Передача службе доставки в тот же день/ на следующий день, отгрузка раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 20:00
- Есть видеофиксация зон приёмки и отгрузки.
- Частота инвентаризации: несколько раз в год.
- Склад страхуется.

Хранение

- Напольное
- Стеллажное
- Мелкоячейстое
- С терморезимом
- В холодильнике
- Опасные грузы

Услуги склада

- Утилизация
- Кросс-докинг
- Оптовые отгрузки со склада
- Таможенное оформление

Доставка

Через собственную курьерскую службу.

Предпочтовая подготовка и отправка заказов Почтой России.

Дополнительные услуги

- Колл-центр — свой
- Привлечение продаж
- Маркетинг
- Создание и поддержка сайта
- Создание карточек товаров
- Фото и видео товаров
- Забор от поставщиков

IT

- API
- Личный кабинет
- Просмотр остатков онлайн
- Интеграция с логистическими компаниями
- WMS — EME, 1C, LVS
- CMS — 1C-Битрикс, Hybris
- Интеграция с ERP — SAP, Oracle

Товарные категории

В настоящий момент есть клиенты в категориях:

-  мелкая бытовая техника;
-  инструменты;
-  лекарства, товары для здоровья;
-  одежда, обувь и аксессуары (в т. ч. детские);
-  сувениры, подарки;
-  техника для дома и портативная электроника;
-  товары для детей, игрушки



Год основания: **2013**

Типовой клиент отправляет **50 посылок в день**

Модель ценообразования:
за каждую операцию и пакетные тарифы

- Сертификаты качества
- Персональный менеджер
- Возможность SLA

Контакты

expressrms.ru

sales@expressrms.ru

+7(495) 241-05-24

Константин Якунин

Склад

Москва,
1-й Варшавский пр-д, д. 2

ПН-СБ, 0:00-24:00

Класс В+. Площадь 1 200 м².
Высота 6 м

- Передача службе доставки на следующий день, отгрузка раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 19:00.
- Есть видеофиксация зон приёмки и отгрузки.
- Частота инвентаризации: раз в полгода.
- Склад страхуется.

Москва, ул. Шоссейная, д. 1

ПН-СБ, 6:00-23:00

Класс В+. Площадь 600 м².
Высота 6 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 21:00.

Санкт-Петербург,
ул. Бухарестская, д. 1

ПН-СБ, 8:00-21:00

Класс В+. Площадь 400 м².
Высота 4 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка раз в день.

Казань,
ул. Мазита Гафури, д. 48

ПН-СБ, 7:00-21:00

Класс В+. Площадь 400 м².
Высота 6 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка раз в день.

Хранение

- ✓ Напольное
- ✓ Стеллажное
- ✓ Мелкоячейстое
- ✗ С терморежимом
- ✗ В холодильнике
- ✗ Опасные грузы

Услуги склада

- ✗ Утилизация
- ✓ Кросс-докинг
- ✓ Оптовые отгрузки со склада
- ✓ Таможенное оформление

Доставка

Частично своя, частично — через партнёров.

Предпочтловая подготовка и отправка заказов Почтой России.

Дополнительные услуги
















- ✓ Колл-центр — свой и партнёрский
- ✓ Привлечение продаж
- ✓ Маркетинг
- ✗ Создание и поддержка сайта
- ✓ Создание карточек товаров
- ✗ Фото и видео товаров
- ✓ Забор от поставщиков

IT

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет
- ✓ Просмотр остатков онлайн
- ✓ Интеграция с логистическими компаниями
- ✓ WMS — MS WMS
- ✗ CMS
- ✓ Интеграция с ERP — SAP, 1C, MS

Товарные категории

В настоящий момент есть клиенты в категориях:

-  автозапчасти и электроника для автомобилей;
-  мелкая бытовая техника;
-  книги;
-  косметика и парфюмерия;
-  лекарства, товары для здоровья;
-  мебель;
-  одежда, обувь и аксессуары (в т. ч. детские);
-  сувениры, подарки;
-  техника для дома и портативная электроника;
-  товары для детей, игрушки;
-  товары для дома;
-  товары для животных;
-  товары для ремонта и строительства;
-  товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты;
-  товары для хобби и рукоделия





Год основания: **2015**



Типовой клиент отправляет **100 посылок в день**

Модель ценообразования:
за каждую операцию и пакетные тарифы


- Сертификаты качества
- Персональный менеджер
- Возможность SLA

Контакты

 fastery.ru
 istepanova@fastery.ru

 +7(495) 308-30-40
 Ирина Степанова, исполнительный директор

Склад

 Москва, 2-й Южнопортовый
пр-д, д. 26А

 **24/7**

Класс А. Построен в 2015.
Площадь 1 500 м².
Высота 9 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 16:00.
- Есть видеofиксация зон приёма и отгрузки.
- Частота инвентаризации: раз в год.
- Склад страхуется.

Хранение

- Напольное
- Стеллажное
- Мелкоячейное
- С терморезимом
- В холодильнике
- Опасные грузы

Услуги склада

- Утилизация
- Кросс-докинг
- Оптовые отгрузки со склада
- Таможенное оформление

Доставка

Через партнёров. Предпочтительная подготовка и отправка заказов Почтой России.

Дополнительные услуги



























- ✓ Колл-центр — свой
- ✓ Привлечение продаж
- ✓ Маркетинг
- ✗ Создание и поддержка сайта
- ✗ Создание карточек товаров
- ✗ Фото и видео товаров
- ✓ Забор от поставщиков

IT

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет
- ✓ Просмотр остатков онлайн
- ✓ Интеграция с логистическими компаниями
- ✓ WMS — Складская система Fastery
- ✓ CMS — 1С-Битрикс, inSales, Wordpress, RetailCRM
- ✓ Интеграция с ERP — SAP, Oracle

Товарные категории

В настоящий момент есть клиенты в категориях:

-  автозапчасти и электроника для автомобилей;
-  крупная бытовая техника;
-  мелкая бытовая техника;
-  диски с играми, кино и музыкой;
-  инструменты;
-  интим-товары;
-  канцтовары и товары для офиса;
-  книги;
-  косметика и парфюмерия;
-  лекарства, товары для здоровья;
-  мебель;
-  музыкальные инструменты;
-  одежда, обувь и аксессуары (в т. ч. детские);
-  продукты питания;
-  сувениры, подарки;
-  техника для дома и портативная электроника;
-  товары для дачи;
-  товары для детей, игрушки;
-  товары для дома;
-  товары для животных;
-  товары для курения;
-  товары для ремонта и строительства;
-  товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты;
-  товары для хобби и рукоделия;
-  украшения, часы;
-  шины и диски



Год основания: **2009**



Типовой клиент отправляет **2 000 посылок в день**



Модель ценообразования: за каждую операцию, за процент от объемов, пакетные тарифы

✓ Персональный менеджер


✓ Возможность SLA

Контакты

 fresh-logic.ru
 info@fresh-logic.ru,
customer@fresh-logic.ru

 +7(495) 668-09-34, доб. 122
 Яровая Виктория,
ведущий специалист отдела продаж


Склад

 Московская обл., городской округ Подольск, 6 км от МКАД

 **24/7**

Класс А+. Построен в 2018.
Площадь 30 тыс. м².
Высота 12 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 16:00.
- Есть видеофиксация зон приёмки и отгрузки.
- Частота инвентаризации: раз в год.
- Склад страхуется.

 Москва, м. Черкизовская

 **ПН-ПТ, 9:00-18:00**

Класс А+. Построен в 2012.
Площадь 400 м². Высота 12 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 16:00.

 Московская обл., Люберцы

 **ПН-ПТ, 9:00-18:00**

Класс А+. Построен в 2015.
Площадь 5 тыс. м². Высота 12 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 16:00.

Хранение

- ✓ Напольное
- ✓ Стеллажное
- ✓ Мелкоячеестое
- ✗ С терморежимом
- ✗ В холодильнике
- ✗ Опасные грузы

Услуги склада

- ✗ Утилизация
- ✓ Кросс-докинг
- ✓ Оптовые отгрузки со склада
- ✗ Таможенное оформление

Доставка

Частично своя, часть — через партнёров. Предпочтительная подготовка и отправка заказов Почтой России.

Дополнительные услуги

- ✓ Колл-центр — партнёрский
- ✓ Привлечение продаж
- ✗ Маркетинг
- ✗ Создание и поддержка сайта
- ✓ Создание карточек товаров
- ✓ Фото и видео товаров
- ✓ Забор от поставщиков

IT

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет
- ✓ Просмотр остатков онлайн
- ✓ Интеграция с логистическими компаниями
- ✓ WMS — CWMS-3000
- ✗ CMS
- ✗ Интеграция с ERP

Товарные категории

- 🚗 автозапчасти и электроника для автомобилей;
- 📺 крупная бытовая техника;
- 📺 мелкая бытовая техника;
- 📀 диски с играми, кино и музыкой;
- 🔧 инструменты;
- ♂️ интим-товары;
- 📁 канцтовары и товары для офиса;
- 📖 книги;
- 💄 косметика и парфюмерия;
- 🏠 лекарства, товары для здоровья;
- 🛋️ мебель;
- 🎵 музыкальные инструменты;
- 👕 одежда, обувь и аксессуары (в т. ч. детские);
- 🍴 продукты питания;
- 📺 сувениры, подарки;
- 📺 техника для дома и портативная электроника;
- 🔧 товары для дачи;
- 👶 товары для детей, игрушки;
- 🛋️ товары для дома;
- 🐾 товары для животных;
- 🔥 товары для курения;
- 🏠 товары для ремонта и строительства;
- 🚴 товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты;
- 🧩 товары для хобби и рукоделия;
- 💎 украшения, часы



Год основания: **2017**

Типовой клиент отправляет **20 посылок в день**

Модель ценообразования:
за каждую операцию


Персональный менеджер


Возможность SLA

Контакты


 fulllog.ru

 info@fulllog.ru

 +7(967) 053-27-23

 Саргсян Левон Петросович,
руководитель отдела продаж

Склад

 Москва, ул. Красная сосна,
д. 2, к. 1, стр. 1

 ПН-ВС, 11:00-21:00

Класс В+. Площадь 1 200 м².
Высота 5 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 16:00.
- Есть видеofиксация зон приёмки и отгрузки.
- Частота инвентаризации: раз в год.
- Склад страхуется.

Хранение

- Напольное
- Стеллажное
- Мелкоячейное
- С терморегимом
- В холодильнике
- Опасные грузы

Услуги склада

- Утилизация
- Кросс-докинг
- Оптовые отгрузки со склада
- Таможенное оформление

Доставка

Через партнёров. Не отправляют по почте.

Дополнительные услуги








- Колл-центр — свой
- Привлечение продаж
- Маркетинг
- Создание и поддержка сайта
- Создание карточек товаров
- Фото и видео товаров
- Забор от поставщиков

IT

- API
- Личный кабинет
- Просмотр остатков онлайн
- Интеграция с логистическими компаниями
- WMS — собственная
- CMS — 1С-Битрикс, inSales, Wordpress, RetailCRM
- Интеграция с ERP — 1С

Товарные категории

В настоящий момент есть клиенты в категориях:

-  косметика и парфюмерия;
-  мебель;
-  одежда, обувь и аксессуары (в т. ч. детские);
-  продукты питания;
-  сувениры, подарки;
-  техника для дома и портативная электроника;
-  товары для дома





Год основания: **2012**



Типовой клиент отправляет **100 посылок в день**

Модель ценообразования: за каждую операцию, за процент от объемов, пакетные тарифы


- ✗ Сертификаты качества
- ✓ Персональный менеджер
- ✗ Возможность SLA


Контакты

 index-express.ru
 spb@index-express.ru


 +7(812) 385-50-89, 642-52-15
 Надежда Карлова,
руководитель клиентского отдела

Склад

 Москва,
ул. Прянишникова, д. 19А

 ПН-ПТ, 9:00-18:00,
СБ, 10:00-14:00

- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 18:00.
- Видеофиксации зон приёмки и отгрузки нет.
- Частота инвентаризации: по согласованию.
- Склад страхуется.

 Санкт-Петербург,
ул. Бухарестская, д. 1
(вход с Волковского пр-та)

 ПН-ПТ, 9:00-20:00,
СБ, 10:00-14:00

Площадь 250 м². Высота 6 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка более 4 раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 19:00.

Хранение

- Напольное
- Стеллажное
- Мелкоячейстое
- С терморегимом
- В холодильнике
- Опасные грузы

Услуги склада

- Утилизация
- Кросс-докинг
- Оптовые отгрузки со склада
- Таможенное оформление

Доставка

Частично своя, частично — через партнёров.

Предпочтловая подготовка и отправка заказов Почтой России.

Дополнительные услуги




















- Колл-центр
- Привлечение продаж
- Маркетинг
- Создание и поддержка сайта
- Создание карточек товаров
- Фото и видео товаров
- Забор от поставщиков

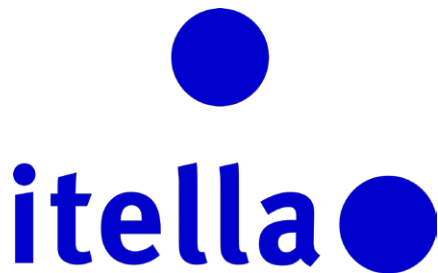
IT

- API
- Личный кабинет
- Просмотр остатков онлайн
- Интеграция с логистическими компаниями
- WMS — 1С
- CMS — API
- Интеграция с ERP — API

Товарные категории

В настоящий момент есть клиенты в категориях:

-  диски с играми, кино и музыкой;
-  инструменты;
-  канцтовары и товары для офиса;
-  книги;
-  косметика и парфюмерия;
-  музыкальные инструменты;
-  одежда, обувь и аксессуары (в т. ч. детские);
-  продукты питания;
-  сувениры, подарки;
-  техника для дома и портативная электроника;
-  товары для дачи;
-  товары для детей, игрушки;
-  товары для дома;
-  товары для животных;
-  товары для курения;
-  товары для ремонта и строительства;
-  товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты;
-  товары для хобби и рукоделия;
-  украшения, часы



Год основания: **1995**



Типовой клиент отправляет **150 посылок в день**



Ограничение: **не менее 4000 посылок в месяц**

Модель ценообразования: за каждую операцию


- ✓ Сертификаты качества — ISO 9001, ISO 14001
- ✓ Персональный менеджер
- ✗ Возможность SLA


Контакты

 itella.ru
 Sales.Russia@itella.com

 +7(499) 926-53-00
 Есин Артём, менеджер по продажам

Склад

 Московская обл., Химки,
Вашутинское ш., вл. 46

 ПН-ПТ, 9:00-18:00,
СБ, 10:00-14:00

Класс А. Построен в 2004.
Площадь 70 тыс. м². Высота 12 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 19:00.
- Есть видеофиксация зон приёмки и отгрузки.
- Частота инвентаризации: раз в год.
- Склад страхуется.

Хранение

- ✓ Напольное
- ✓ Стеллажное
- ✓ Мелкоячейное
- ✗ С терморегимом
- ✗ В холодильнике
- ✗ Опасные грузы

Услуги склада

- ✗ Утилизация
- ✓ Кросс-докинг
- ✓ Оптовые отгрузки со склада
- ✓ Таможенное оформление

Доставка

Через партнёров. Предпочтовая подготовка.

Дополнительные услуги







- Колл-центр — партнёрский
- Привлечение продаж
- Маркетинг
- Создание и поддержка сайта
- Создание карточек товаров
- Фото и видео товаров
- Забор от поставщиков

IT

- API
- Личный кабинет
- Просмотр остатков онлайн
- Интеграция с логистическими компаниями
- WMS — PSI
- CMS — по запросу
- Интеграция с ERP — по запросу

Товарные категории

В настоящий момент есть клиенты в категориях:

-  крупная бытовая техника;
-  мелкая бытовая техника;
-  косметика и парфюмерия;
-  одежда, обувь и аксессуары (в т. ч. детские);
-  техника для дома и портативная электроника;
-  товары для детей, игрушки

lamoda


Год основания направления B2B: **2015**


Типовой клиент отправляет **100 посылок в день**


Модель ценообразования: за каждую операцию, по запросу — пакетные тарифы

- ✗ Сертификаты качества
- ✓ Персональный менеджер
- ✓ Возможность SLA


Контакты

 lamoda.ru

 b2b@lamoda.ru

 +7(499) 500-49-70

Склад

 Московская обл.,
Раменский р-н, пос. Быково

 **24/7**

Класс А+. Построен в 2007-2011. Площадь 43 500 м².
Высота 17 м

- Передача службе доставки за четыре часа до прибытия машины доставщика.
- Прием последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 00:00.
- Есть видеофиксация зон приемки и отгрузки.
- Частота инвентаризации: стандарт — раз в год, по запросу.
- Склад страхуется.

Хранение

- ✓ Напольное
- ✓ Стеллажное
- ✓ Мелкоячейное
- ✗ С терморегимом
- ✗ В холодильнике
- ✗ Опасные грузы

Услуги склада

- ✓ Утилизация
- ✓ Кросс-докинг
- ✓ Оптовые отгрузки со склада
- ✓ Таможенное оформление

Доставка

Более 70% отправлений доставляется собственной доставкой, частично через партнеров. Предпочтовая подготовка и отправка заказов Почтой России.

Дополнительные услуги







- ✓ Колл-центр — три, свои
- ✓ Привлечение продаж
- ✗ Маркетинг
- ✓ Создание и поддержка сайта — по запросу
- ✗ Создание карточек товаров
- ✓ Фото и видео товаров
- ✓ Забор от поставщиков

IT

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет
- ✓ Просмотр остатков онлайн
- ✓ Интеграция с логистическими компаниями
- ✓ WMS — собственная
- ✓ CMS — Битрикс, Magento
- ✓ Интеграция с ERP — SAP, 1C

Товарные категории

В настоящий момент есть клиенты в категориях:

-  мелкая бытовая техника;
-  косметика и парфюмерия;
-  одежда, обувь и аксессуары (в т. ч. детские);
-  товары для детей, игрушки;
-  товары для дома;
-  украшения, часы


Год основания: **2015**


Типовой клиент отправляет **от 10 до 10 000 посылок в день**


Модель ценообразования: за каждую операцию


- ✗ Сертификаты качества
- ✗ Персональный менеджер — через helpdesk
- ✓ Возможность SLA

Контакты


 marschroutе.ru

 olga.belova@marschroutе.ru

 +7(916) 468-08-60

 Белова Ольга, директор по развитию


Склад

 Московская обл., Котельники,
Яничкин пр-д, д. 7,
терминал БД-6

 **24/7**

Класс А+. Построен в 2009.
Площадь 40 000 кв.м.
Высота 12 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка более 4 раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 19:00.
- Есть видеофиксация зон приемки, хранения, отгрузки и комплектации заказов.
- Частота инвентаризации: два раза в год.
- Склад страхуется.

 Московская обл., Котельники,
Яничкин пр-д, д. 7,
терминал БД-2

 **24/7**

Класс А+. Построен в 2009.
Площадь 16 000 кв.м. Высота 12 м

Хранение

- ✓ Напольное
- ✓ Стеллажное
- ✓ Мелкоячейстое
- ✓ С терморезимом
- ✗ В холодильнике
- ✗ Опасные грузы

Услуги склада

- ✓ Утилизация
- ✓ Кросс-докинг
- ✓ Оптовые отгрузки со склада
- ✗ Таможенное оформление

Доставка

Частично своя, частично — через партнёров.

Предпочтовая подготовка и отправка заказов Почтой России.

Дополнительные услуги

- ✓ Колл-центр
- ✗ Привлечение продаж
- ✗ Маркетинг
- ✗ Создание и поддержка сайта
- ✗ Создание карточек товаров
- ✓ Фото и видео товаров
- ✓ Забор от поставщиков

IT

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет
- ✓ Просмотр остатков онлайн
- ✓ Интеграция с логистическими компаниями
- ✓ WMS — собственная
- ✗ CMS — Готовый модуль для CMS Битрикс + HTML виджет
- ✗ Интеграция с ERP — Готовый модуль для CMS Битрикс + HTML виджет

Товарные категории

В настоящий момент есть клиенты в категориях:

- 🚗 автозапчасти и электроника для автомобилей;
- 📺 крупная бытовая техника;
- 📺 мелкая бытовая техника;
- 🎵 диски с играми, кино и музыкой;
- 🔧 инструменты;
- ♂️ интим-товары;
- 📁 канцтовары и товары для офиса;
- 📖 книги;
- 💄 косметика и парфюмерия;
- 🪑 мебель;
- 🎵 музыкальные инструменты;
- 👕 одежда, обувь и аксессуары (в т. ч. детские);
- 🍴 продукты питания;
- 🎁 сувениры, подарки;
- 📷 техника для дома и портативная электроника;
- 🔪 товары для дачи;
- 👶 товары для детей, игрушки;
- 🏠 товары для дома;
- 🐾 товары для животных;
- 🔥 товары для курения;
- 🏠 товары для ремонта и строительства;
- 🚴 товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты;
- ⚙️ товары для хобби и рукоделия;
- 💎 украшения, часы;
- 🛞 шины и диски


Год основания: **2007**


Типовой клиент отправляет **100 посылок в день**


Модель ценообразования: за каждую операцию


- ✗ Сертификаты качества
- ✓ Персональный менеджер
- ✗ Возможность SLA

Контакты


 npl-logistic.ru

 info@npl-logistic.ru

 +7(495) 407-17-38

 Назаров Александр,
руководитель отдела продаж

Склад

 Московская обл., Люберцы,
ул. Красная, д. 1, литера Д

 **ПН-ВС, 7:00-21:00**

Класс А. Построен в 2007.
Площадь 5 000 кв.м.
Высота 12 м

- Передача службе доставки на следующий день, отгрузка раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 18:00.
- Есть видеофиксация зон приёмки и отгрузки.
- Частота инвентаризации: раз в год.
- Склад страхуется.

Хранение

- ✓ Напольное
- ✓ Стеллажное
- ✗ Мелкоячеестое
- ✗ С терморезимом
- ✗ В холодильнике
- ✗ Опасные грузы

Услуги склада








- ✓ Утилизация
- ✓ Кросс-докинг
- ✓ Оптовые отгрузки со склада
- ✗ Таможенное оформление

Доставка








По Москве своя, по России — через партнёров.

Предпочтовая подготовка и отправка заказов Почтой России.

Дополнительные услуги












-  Колл-центр
-  Привлечение продаж
-  Маркетинг
-  Создание и поддержка сайта
-  Создание карточек товаров
-  Фото и видео товаров
-  Забор от поставщиков

IT

-  API
-  Личный кабинет
-  Просмотр остатков онлайн
-  Интеграция с логистическими компаниями
-  WMS — lead wms 4
-  CMS — 1С-Битрикс, inSales
-  Интеграция с ERP — 1С 8

Товарные категории

В настоящий момент есть клиенты в категориях:

-  автозапчасти и электроника для автомобилей;
-  крупная бытовая техника;
-  канцтовары и товары для офиса;
-  мебель;
-  одежда, обувь и аксессуары (в т. ч. детские);
-  продукты питания;
-  товары для дачи;
-  товары для детей, игрушки;
-  товары для дома;
-  товары для ремонта и строительства;
-  товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты

PONY EXPRESS



Год основания: **2013**


Типовой клиент отправляет **150 посылок в день**


Модель ценообразования:


за каждую операцию и пакетные тарифы

- ✓ Сертификаты качества — ISO 9001, ISO 14001
- ✓ Персональный менеджер
- ✓ Возможность SLA


Контакты

 ponyexpress.ru

 +7(495) 785-44-96, доб. 70015

 Головач Елена Анатольевна

Склад

 Московская обл., Ленинский муниципальный район, Булатниковское с/п, с. Булатниково, ул. Центральная, стр. 1А, СК Булатниково


 **24/7**

Класс А+. Построен в 2015.

Площадь 18 000 м².

Высота 12 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 21:00.
- Есть видеофиксация зон приёмки, отгрузки, комплектации.
- Частота инвентаризации: раз в год.
- Склад страхуется.


 Московская обл., городской округ Подольск, д. Борисовка, территория ПромтехАльянса, СК Борисовский

 **24/7**

Класс А+. Построен в 2018.

Площадь 8500 м². Высота 12 м

- Передача службе доставки на следующий день, отгрузка раз в день.

 Санкт-Петербург, пр-т Обуховской Обороны, д. 259, СК Троицкий

 **24/7**

Построен в 2015.

Площадь 4 000 м².

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка раз в день.

Хранение

- ✓ Напольное
- ✓ Стеллажное
- ✓ Мелкоячеистое
- ✗ С терморегимом
- ✗ В холодильнике
- ✗ Опасные грузы

Услуги склада

- ✗ Утилизация
- ✓ Кросс-докинг
- ✓ Оптовые отгрузки со склада
- ✓ Таможенное оформление

Доставка

Через собственную курьерскую службу. Не отправляют по почте.

Дополнительные услуги
















- ✓ Колл-центр — свой
- ✓ Привлечение продаж
- ✓ Маркетинг
- ✗ Создание и поддержка сайта
- ✓ Создание карточек товаров
- ✗ Фото и видео товаров
- ✓ Забор от поставщиков

IT

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет
- ✓ Просмотр остатков онлайн
- ✓ Интеграция с логистическими компаниями
- ✓ WMS — 1С управление складом. Интегратор AXELOT
- ✓ CMS — 1С Битрикс, inSales
- ✓ Интеграция с ERP — SAP, Oracle

Товарные категории

В настоящий момент есть клиенты в категориях:

-  автозапчасти и электроника для автомобилей;
-  диски с играми, кино и музыкой;
-  инструменты;
-  книги;
-  косметика и парфюмерия;
-  мебель;
-  одежда, обувь и аксессуары (в т. ч. детские);
-  сувениры, подарки;
-  техника для дома и портативная электроника;
-  товары для дома;
-  товары для курения;
-  товары для ремонта и строительства;
-  товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты;
-  товары для хобби и рукоделия;
-  украшения, часы


Год основания: **2016**


Модель ценообразования: за каждую операцию


Персональный менеджер


Возможность SLA

Контакты


 dostavka.qnits.ru

 ff@qnits.ru

 +7(950) 225-53-53

 Калининвич Сергей,
руководитель отдела логистики

Склад

 Санкт-Петербург,
пр-т Просвещения, д. 86, к. 1

 ПН-ВС, 9:00-21:00

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 15:00.
- Есть видеофиксация зон приёмки и отгрузки.
- Частота инвентаризации: раз в год.
- Склад страхуется.

Хранение

- Напольное
- Стеллажное
- Мелкоячеестое
- С терморезимом
- В холодильнике
- Опасные грузы

Услуги склада

- Утилизация
- Кросс-докинг
- Оптовые отгрузки со склада
- Таможенное оформление

Доставка

Частично своя, частично — через партнёров.

Предпочтовая подготовка и отправка заказов Почтой России.

Дополнительные услуги















- ✓ Колл-центр — свой
- ✓ Привлечение продаж
- ✓ Маркетинг
- ✓ Создание и поддержка сайта
- ✓ Создание карточек товаров
- ✓ Фото и видео товаров
- ✓ Забор от поставщиков

IT

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет
- ✓ Просмотр остатков онлайн
- ✓ Интеграция с логистическими компаниями
- ✓ WMS — собственная
- ✓ CMS — персонально
- ✓ Интеграция с ERP — персонально

Товарные категории

В настоящий момент есть клиенты в категориях:

-  автозапчасти и электроника для автомобилей;
-  мелкая бытовая техника;
-  инструменты;
-  канцтовары и товары для офиса;
-  косметика и парфюмерия;
-  одежда, обувь и аксессуары (в т. ч. детские);
-  сувениры, подарки;
-  техника для дома и портативная электроника;
-  товары для детей, игрушки;
-  товары для дома;
-  товары для животных;
-  товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты;
-  товары для хобби и рукоделия;
-  украшения, часы





Год основания: **2009**



Типовой клиент отправляет **100 посылок в день**

Модель ценообразования:
за каждую операцию и пакетные тарифы


- Сертификаты качества
- Персональный менеджер
- Возможность SLA

Контакты

 ritm-z.ru
 info@ritm-z.com

 8(800) 505-36-39; +7(495) 504-36-39
 Александра Чухрова

Склад

 Москва, Огородный пр-д,
д. 20, стр. 23

 ПН-ВС, 9:00-23:00

Класс В. Построен в 2014.
Площадь 356 м².
Высота 5,3 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка более 10 раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 21:00.
- Есть видеофиксация зон приёмки и отгрузки.
- Частота инвентаризации: раз в месяц.

Хранение

- Напольное
- Стеллажное
- Мелкоячейное — размеры регулируемые
- С терморегимом
- В холодильнике
- Опасные грузы

Услуги склада

- Утилизация
- Кросс-докинг
- Оптовые отгрузки со склада
- Таможенное оформление

Доставка

Через партнёров.

Дополнительные услуги





















- ✓ Колл-центр — свой
- ✓ Привлечение продаж
- ✗ Маркетинг
- ✓ Создание и поддержка сайта
- ✓ Создание карточек товаров
- ✗ Фото и видео товаров
- ✓ Забор от поставщиков

IT

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет
- ✓ Просмотр остатков онлайн
- ✓ Интеграция с логистическими компаниями
- ✓ WMS — собственная
- ✓ CMS — 1С Битрикс, inSales, Shopify, moysklad, RetailCRM, advantshop, shop-script, hostcms, hpshop, amo crm
- ✓ Интеграция с ERP — 1С

Товарные категории

В настоящий момент есть клиенты в категориях:



-  автозапчасти и электроника для автомобилей;
-  мелкая бытовая техника;
-  диски с играми, кино и музыкой;
-  инструменты;
-  интим-товары;
-  канцтовары и товары для офиса;
-  книги;
-  косметика и парфюмерия;
-  лекарства, товары для здоровья;
-  мебель;
-  одежда, обувь и аксессуары (в т. ч. детские);
-  сувениры, подарки;
-  товары для детей, игрушки;
-  товары для дома;
-  товары для животных;
-  товары для курения;
-  товары для ремонта и строительства;
-  товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты;
-  товары для хобби и рукоделия;
-  украшения, часы





Год основания: **2018**


- ✓ Сертификаты качества — ISO 9001:2015, деятельность по хранению и обработке соответствует требованию стандарта GDPEU
- ✓ Персональный менеджер
- ✓ Возможность SLA

Контакты

 santens.ru
 info@santens.ru

 +7(495) 781-84-94
 Сурен Вартанов,
директор по развитию бизнеса


Склад

 Московская обл. городской округ Подольск, д. Валищево, 9-й километр автомобильной дороги А-107 «Московское малое кольцо», д. 7А, помещение 4

 **24/7**

Класс А. Построен в 2016.
Площадь 17 742 м².
Высота 12 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка несколько раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 17:00.
- Есть видеофиксация зон приёмки и отгрузки.
- Частота инвентаризации: раз в год.
- Склад страхуется.

 Новосибирская обл., Новосибирский р-н, пос. Садовый, ул. Пасечная, д. 4Б

 **24/7**

Класс А. Построен в 2015.
Площадь 9 240 м². Высота 12 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка несколько раз в день.

Хранение

- Напольное
- Стеллажное
- Мелкоячейстое
- С терморежимом
- В холодильнике
- Опасные грузы

Услуги склада

- Утилизация
- Кросс-докинг
- Оптовые отгрузки со склада
- Таможенное оформление

Доставка

Через партнёров. Не отправляют по почте.

Дополнительные услуги




- Колл-центр
- Привлечение продаж
- Маркетинг
- Создание и поддержка сайта
- Создание карточек товаров
- Фото и видео товаров
- Забор от поставщиков

IT

- API
- Личный кабинет
- Просмотр остатков онлайн
- Интеграция с логистическими компаниями
- WMS — Manhattan SCALE
- CMS
- Интеграция с ERP — SAP, Navision, 1C
(произведена интеграция со всеми ведущими ERP системами)

Товарные категории

В настоящий момент есть клиенты в категориях:

-  косметика и парфюмерия;
-  лекарства, товары для здоровья;
-  продукты питания





Год основания: **2010**



Типовой клиент отправляет **от 100-2000 посылок в день**

Модель ценообразования: за каждую операцию, за процент от объёмов, пакетные тарифы


- ✓ Сертификаты качества
- ✓ Персональный менеджер
- ✓ Возможность SLA

Контакты

 zao-sdt.ru
 d.shinkarenko@dsserv.ru

 +7(926) 217-62-35
 Шинкаренко Денис,
менеджер по маркетингу и PR


Склад

 Московская об., Подольск, микрорайон Климовск, ул. Индустриальная, д. 11

 **24/7**

Класс В+. Построен в 2010.
Площадь 25 000 м².

- Передача службе доставки в тот же день. Отгрузка без ограничений по количеству (по готовности).
- Прием последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — 17:00.
- Частота инвентаризации: регулярно раз в год + выборочно по запросу клиента.
- Товарный сток застрахован. Ответственность оператора застрахована.

 Московская обл., Подольск, микрорайон Климовск, ул. Коммунальная, д. 17

 **24/7**

Класс А+. Построен в 2017.
Площадь 18 800 м².

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка один-два раза в день.
- Прием последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день - 17:00.

Хранение

- ✓ Напольное
- ✓ Стеллажное
- ✓ Мелкоячеестое
- ✗ С терморежимом
- ✗ В холодильнике
- ✗ Опасные грузы

Услуги склада

- ✓ Утилизация
- ✓ Кросс-докинг
- ✓ Оптовые отгрузки со склада
- ✓ Таможенное оформление — через брокера

Доставка

Через партнеров. Доставка осуществляется через собственную интеграционную шину DSShip. Подключены все основные курьерские компании России. Также осуществляется предпочтительная подготовка и отправка заказов Почтой России.

Дополнительные услуги


















- ✓ Колл-центр — свой
- ✓ Привлечение продаж
- ✓ Маркетинг
- ✗ Создание и поддержка сайта
- ✓ Создание карточек товаров
- ✓ Фото и видео товаров
- ✓ Забор от поставщиков

IT

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет
- ✓ Просмотр остатков онлайн
- ✓ Интеграция с логистическими компаниями
- ✓ WMS — SAP eWM
- ✓ CMS — 1С-Битрикс
- ✓ Интеграция с ERP — 1С УПП

Товарные категории

В настоящий момент есть клиенты в категориях:

-  мелкая бытовая техника;
-  диски с играми, кино и музыкой;
-  канцтовары и товары для офиса;
-  книги и печатная продукция;
-  косметика и парфюмерия;
-  лекарства, товары для здоровья;
-  одежда, обувь и аксессуары (в т. ч. детские);
-  продукты питания (гросери);
-  сувениры, подарки;
-  техника для дома и портативная электроника;
-  товары для дачи и семена;
-  товары для детей, игрушки;
-  товары для дома;
-  товары для курения;
-  товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты;
-  товары для хобби и рукоделия;
-  украшения, часы



Год основания: **2009**

Типовой клиент отправляет **100 посылок в день**

Модель ценообразования:


за каждую операцию и пакетные тарифы


✓ Сертификаты качества — ISO 9001


✓ Персональный менеджер


✓ Возможность SLA

Контакты


 www.vsem sklad.ru

 v7@vsem sklad.ru

 +7 (495) 978-23-23

 Михаил Морозов, управляющий директор

Склад

 Москва, д. Саларьево


 **24/7**

Класс А. Построен в 2008.

Площадь 21 тыс. м².

Высота 12 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 15:00.
- Есть видеофиксация зон приёмки и отгрузки.
- Частота инвентаризации: раз в год.
- Склад страхуется.


 Московская обл., Солнечно-горский р-н, д. Черная Грязь

 **24/7**

Класс А. Построен в 2010.

Площадь 12 тыс. м². Высота 12

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 15:00.


 Московская обл., городской округ Домодедово

 **24/7**

Класс А. Построен в 2009.

Площадь 60 тыс. м². Высота 12 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — до 15:00.

 Санкт-Петербург, р-н Уткина Заводь

 **24/7**

Класс А. Построен в 2010.
Площадь 13 тыс. м². Высота 12 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка раз в день.

 Также есть склад в Сургуте

Хранение

- ✓ Напольное
- ✓ Стеллажное
- ✓ Мелкоячейстое
- ✗ С терморегимом
- ✗ В холодильнике — по запросу
- ✗ Опасные грузы

Услуги склада

- ✓ Утилизация
- ✓ Кросс-докинг
- ✓ Оптовые отгрузки со склада
- ✗ Таможенное оформление

Доставка

Через партнёров. Предпочтительная подготовка и отправка заказов Почтой России.

Дополнительные услуги














- ✓ Колл-центр — свой
- ✗ Привлечение продаж
- ✗ Маркетинг
- ✗ Создание и поддержка сайта
- ✗ Создание карточек товаров
- ✗ Фото и видео товаров
- ✗ Забор от поставщиков

IT

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет
- ✓ Просмотр остатков онлайн
- ✓ Интеграция с логистическими компаниями
- ✓ WMS — LVS 3+
- ✓ CMS — 1С Битрикс
- ✓ Интеграция с ERP — 1С, Navision

Товарные категории

В настоящий момент есть клиенты в категориях:

-  автозапчасти и электроника для автомобилей;
-  крупная бытовая техника;
-  мелкая бытовая техника;
-  инструменты;
-  косметика и парфюмерия;
-  мебель;
-  одежда, обувь и аксессуары (в т. ч. детские);
-  сувениры, подарки;
-  техника для дома и портативная электроника;
-  товары для дачи;
-  товары для детей, игрушки;
-  товары для дома;
-  товары для ремонта и строительства


WILDBERRIES

Год основания: **2014**


Модель ценообразования: за каждую операцию, за процент от объемов, пакетные тарифы

- ✗ Сертификаты качества
- ✗ Персональный менеджер
- ✗ Возможность SLA

Контакты

 bepartner.wildberries.ru

Склад

 Московская обл., городской округ Подольск, д. Коледино, ул. Троицкая, д. 20

 **24/7**

Класс А+. Построен в 2018-2019. Площадь 200 тыс. м². Высота 16 м

- Передача службе доставки в тот же день, отгрузка несколько раз в день.
- Приём последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день — 23:00.
- Есть видеофиксация зон приёмки и отгрузки.
- Частота инвентаризации: циклично.
- Склад страхуется.

Хранение

- ✓ Напольное
- ✓ Стеллажное
- ✓ Мелкоячеестое
- ✗ С терморежимом
- ✗ В холодильнике
- ✓ Опасные грузы

Услуги склада

- ✓ Утилизация
- ✓ Кросс-докинг
- ✗ Оптовые отгрузки со склада
- ✓ Таможенное оформление — через брокера

Доставка

Через собственную курьерскую службу.

Предпочтовая подготовка и отправка заказов Почтой России.

Дополнительные услуги



















- ✓ Колл-центр — свой
- ✓ Привлечение продаж
- ✓ Маркетинг
- ✓ Создание и поддержка сайта
- ✓ Создание карточек товаров
- ✓ Фото и видео товаров
- ✓ Забор от поставщиков

IT

- ✓ API
- ✓ Личный кабинет
- ✓ Просмотр остатков онлайн
- ✗ Интеграция с логистическими компаниями
- ✓ WMS — собственная
- ✗ CMS
- ✗ Интеграция с ERP

Товарные категории

В настоящий момент есть клиенты в категориях:

-  автозапчасти и электроника для автомобилей;
-  мелкая бытовая техника;
-  диски с играми, кино и музыкой;
-  инструменты;
-  канцтовары и товары для офиса;
-  книги;
-  косметика и парфюмерия;
-  одежда, обувь и аксессуары (в т. ч. детские);
-  продукты питания;
-  сувениры, подарки;
-  техника для дома и портативная электроника;
-  товары для дачи;
-  товары для детей, игрушки;
-  товары для дома;
-  товары для животных;
-  товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты;
-  товары для хобби и рукоделия;
-  украшения, часы

Методика

При подготовке исследования мы опирались на два основных источника данных. Во-первых, коммерческие предложения от 35 операторов фулфилмента, полученные в ответ на один и тот же запрос. Во-вторых, стандартизированная карточка оператора, которая содержит основные характеристики каждой компании. Форму карточки разработали на основании нескольких интервью с интернет-магазинами и операторами таким образом, чтобы они отражали информацию, наиболее востребованную у магазинов при выборе партнёра по фулфилменту.

Коммерческие предложения использовали для сравнения стоимости услуг у разных компаний. Мы проанализировали предложения 220 ВОЛЬТ, Алло? Бегу!, Бегу!, БетаПро, Курьер Сервис Экспресс, РусПост, СДЭК, Севертранс, СДТ, Юлмарт, Arvato, B2CPL, DPD, Dvad, e-Logistics, ExpressRMS, Fastery, Fresh Logic, Fulllog, Fullsors, HWC intl, IML, Itella, Marshroute, NPL Logistics, Ozon, Pony Express, ProStore, Qnits, RetailSolutions, Reworker, Ritm-Z, RosLogistics, Shiptor, SkySource. Все предложения были получены в ответ на запрос со следующими параметрами:

- товары категории «красота и здоровье»,
- специальных требований к хранению нет,
- ассортимент — около 200 артикулов,
- клиенты — мелкие магазины,
- поставки на склад 1 раз в день, 2100 коробов,
- вес всех товаров не превышает 10 кг, сумма измерений не превышает 100 см. Около 60% товаров — до 6 кг и 60 см.
- средний заказ состоит примерно из 30 товаров, весит около 7 кг,
- в день — около 500-700 отправок,
- регионы отправки — ЦФО, СЗФО, УрФО, ЮФО, ПФО (в основном — не крупные города),
- доставка до склада оператора своими силами.

Из полученных коммерческих предложений мы выбрали базовые услуги фулфилмента, привели их к одинаковым параметрам (единицы измерения, периоды, налоговые ставки и прочее), сгруппировали по моделям ценообразования и сравнили между собой.

Партнёры исследования

Lamoda — технологическая ритейл-платформа и магазин одежды и предметов стиля. Задача компании — обеспечивать людей подлинными и качественными товарами и сервисами, независимо от их достатка и места жительства, а также делать модные тенденции понятными и применимыми к любым жизненным ситуациям всех своих покупателей.



Lamoda была основана как интернет-магазин в 2011 году. С тех пор компания внедрила в продукты технологии машинного обучения, создала собственную логистическую структуру LM Express, предоставила брендам возможность подключиться к сервисам компании по принципу маркетплейса и воспользоваться её услугами для фулфилмента.

Aristos — компания, основанная в 2011 году пионерами российского рынка электронной коммерции; команда специалистов, вошедшая в основной состав компании, создавала один из первых-интернет магазинов в стране — dostavka.ru.



Основное направление деятельности Aristos — разработка монобрендовых интернет-магазинов для ведущих мировых производителей и полномасштабная поддержка их работы, включающая в себя создание инфраструктуры магазина, организацию службы доставки, колл-центра, производство контента, маркетинг и продажи. На сегодняшний день в портфолио компании около десятка сопровождаемых проектов, включая официальные интернет-магазины широко известных брендов, таких как:

Philips: shop.philips.ru

Olympus: shop.olympus.com.ru

Grohe: shop.grohe.ru

Castrol: shop.castrol-original.ru и др.

На 2017 год запланировано открытие нескольких новых площадок, в том числе за рубежом. В этом году компания впервые выйдет на европейский рынок, откроются офисы в Литве и Нидерландах.

Арвато Рус — ведущий международный сервис-провайдер, входит в группу компаний Arvato SCM Solutions (концерн Bertelsmann):

- Более 20 лет успешной работы в России
- Решения полного цикла для сектора электронной коммерции: разработка, продвижение и поддержка интернет-магазина, услуги фулфилмента, собственный контакт-центр, финансовое и IT сопровождение бизнеса наших заказчиков, разработка и обслуживание программ лояльности
- Организация логистических цепочек поставок, импорт и экспорт, доставка грузов по РФ, разветвленная транспортная и складская логистика с дистанционными складами в более чем 100 населенных пунктах России
- Сервисное обслуживание и постпродажное сопровождение различного вида оборудования для торговли, банковской сферы, медиа, IT
- Полиграфические услуги (аналоговые и цифровые технологии печати)
- Среди клиентов крупные международные бренды из сегментов Healthcare, Fashion, банковской сферы, автобизнес, High-Tech.

JLL (NYSE: JLL) является лидирующей компанией на рынке профессиональных услуг в сфере недвижимости и управления инвестициями. Мы реализуем новый подход к недвижимости, формируя пространства и неограниченные возможности для достижения самых смелых целей. Следуя этому подходу, мы сегодня создаем лучшее завтра для наших клиентов, сотрудников и общества в целом. JLL входит в список крупнейших компаний мира Fortune 500; выручка в 2018 году составила 16,3 млрд долл. Компания JLL объединяет свыше 90 тыс. сотрудников в более чем 80 странах мира (по данным на 31 декабря 2018 года). JLL является брендом и зарегистрированным торговым знаком Jones Lang LaSalle Incorporated.

arvato
BERTELSMANN



ЗАО «СДТ» (Сервис дистанционной торговли) — один из крупнейших фулфилмент-операторов полного цикла для e-commerce. Входит в группу компаний «Accord Post» и является федеральным клиентом «Почты России».



Компания предлагает комплексные услуги логистики:

- прием товаров от поставщика
- ответственное хранение товаров
- обработка заказов интернет-магазина (комплектация, упаковка и тарификация)
- доставка заказов и предоставление услуги самовывоза
- отгрузка заказов в транспортные компании
- прием наложенных платежей от служб доставки и перевод клиентам
- прием и обработка возвратов

Ценности ЗАО «СДТ» базируются на многолетнем опыте работы в области складской логистики, профессиональном клиентском сервисе, IT-решениях и накопленных компетенциях для компаний рынка дистанционной торговли.

Наши преимущества:

- Мультиклиентский склад (более 50 клиентов на складе)
- Современные IT-решения (SAP eWM)
- Прогрессивные технологии фулфилмента (четыре 4-х этажных мезонина, автоматизированная конвейерная линия, технология Put to Light)
- Омниканальные решения для интернет-магазинов (интернет-магазин и офлайн на одном складе)
- Безбумажный документооборот (Контур.Диадок)
- Высокопрофессиональный менеджмент с опытом работы в российских и зарубежных компаниях

Аналитическое агентство Data Insight



Основанная в 2010 году, компания специализируется на исследованиях интернета и в интернете.

Наша ключевая компетенция — анализ неоднородной информации, поиск источников, сопоставление различных данных, порой несовместимых. Все данные, которые мы выпускаем на рынок, проверяются различными методами таким образом, чтобы получить непротиворечивые результаты.

+7 (495) 540-59-06

a@datainsight.ru

www.datainsight.ru

Ключевые направления исследований:



Электронная коммерция, включая материальные товары, туристические и образовательные услуги, поведение потребителей в интернете и в мобильном интернете.

Сервисы и услуги для электронной коммерции, инфраструктура и экосистема интернет-торговли.



Стартапы и инвестиции в интернет-стартапы, инвестиционные фонды.

Интернет-реклама, сервисы для интернет-рекламы, технологии интерактивной рекламы, поведение аудитории интернета.



НАШИ КЛИЕНТЫ:

- PayPal
- PayU
- Avito
- OBI
- L'Oreal
- Tele2
- Ессо
- СпортМастер
- Яндекс. Деньги
- Банки.ру
- IAB Russia



Услуги, которые мы оказываем:



