

РЫНОК срочной ДОСТАВКИ



Июль 2021

DATA
insight

генеральный партнер

 Доставка

СЛЕДИТЬ ЗА НАШИМИ ИССЛЕДОВАНИЯМИ МОЖНО РАЗНЫМИ СПОСОБАМИ:



logistics.datainsight.ru

Исследования рынка логистики для интернет-магазинов
и база логистических компаний



t.me/DataInsight

Свежие новости онлайн-рекламы и электронной торговли



datainsight.ru/dinews

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

Присоединяйтесь к нам!

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР

 **Доставка**

ПАРТНЕРЫ

 **boxberry**

dalli
служба доставки

Dostavista


прямоком

 **чекбокс**

СОДЕРЖАНИЕ

НАБЛЮДАТЕЛЬНЫЙ СОВЕТ ИССЛЕДОВАНИЙ ПО ЛОГИСТИКЕ КОМПАНИИ DATA INSIGHT	5
ВСТУПЛЕНИЕ	7
1. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ	9
2. ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О СРОЧНОЙ ДОСТАВКЕ	14
3. КЛЮЧЕВЫЕ ИГРОКИ И ОЦЕНКА СЕГМЕНТА	21
4. ТРЕНДЫ И СОБЫТИЯ	28
Изменение покупательского восприятия срочной доставки и появление нового опыта у магазинов	29
Необходимость дорогой инфраструктуры	32
Доступность качественного аутсорса	33
Развитие смежного формата: доставка к точному времени как замена срочной	34
События на рынке срочной доставки	35
5. СХЕМЫ РАБОТЫ	40
6. СРОЧНАЯ ДОСТАВКА В МАГАЗИНАХ	47
Скорость доставки в зависимости от товарной категории и размера магазина	48
Стоимость срочной доставки	52
Сравнение сроков и стоимости доставки в магазинах разных товарных категорий	53
7. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРОЧНОЙ ДОСТАВКИ И ПОРТРЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ	59
8. МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ	64
ПАРТНЕРЫ ИССЛЕДОВАНИЯ	68
АНАЛИТИЧЕСКОЕ АГЕНТСТВО DATA INSIGHT	71



Федор Вирин
партнер Data Insight

Исследования, которые мы делаем, — бесплатные и публичные. Они, безусловно, меняют рынок. Собственно, они для того и нужны — 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 (список вы найдете в конце), так что мы попросили нескольких безусловных экспертов в этой области стать нашими оппонентами и помощниками в создании исследования. Это и есть наш Наблюдательный совет. Люди, которые с нами спорят и соглашаются, никогда не стесняются нас критиковать (и всегда по делу), часто подсказывают 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.

НАБЛЮДАТЕЛЬНЫЙ СОВЕТ ИССЛЕДОВАНИЙ ПО ЛОГИСТИКЕ КОМПАНИИ DATA INSIGHT



Владислав Бакальчук
сооснователь Wildberries

Wildberries — крупнейший онлайн-ритейлер России, работающий на рынке 16 лет. География присутствия компании охватывает 15 стран: Россия, США, Германия, Франция, Италия, Испания, Беларусь, Казахстан и другие. Оборот Wildberries в 2020 году вырос на 96% и достиг 437,2 млрд руб. По данным на июль, 2021 г., ежедневно на Wildberries оформляется более 2 млн заказов. Компания насчитывает около 120 тыс. партнерских и собственных точек выдачи заказов.

Ассортимент Wildberries включает 14 млн SKU товаров от 130 000 российских и зарубежных брендов: одежда и обувь, аксессуары, бьюти-товары, детские товары, техника и электроника, товары для дома, ювелирные украшения, продукты питания, книги и многое другое. Свои товары через Wildberries продают свыше 230 тыс. компаний и предпринимателей, более 80% — это представители МСП. Около 50% товаров произведены в России.

Пять лет подряд Wildberries является крупнейшим интернет-магазином России по объему онлайн-продаж согласно данным аналитического агентства Data Insight. Wildberries входит в десятку крупнейших интернет-ресурсов России по посещаемости по данным SimilarWeb. Компания занимает 2-е место в рейтинге Forbes «30 самых дорогих компаний Рунета».



Леонид Гольдорт
генеральный директор CDEK

CDEK — международная курьерская компания с представительствами в 21 стране. С 2000 года открыто более 2800 подразделений в СНГ, Европе, Азии и Америке.

Оказывает услуги доставки документов и грузов для интернет-магазинов, частных и юридических лиц. До 280 000 посылок в день и миллионы в год. Разрабатывает специальные сервисы для удобства клиентов: возможность примерки, бесплатная интеграция, уведомления в мессенджерах.

Занимает лидирующие позиции в рейтинге франшиз Forbes.ru и Veboss.ru.



Надежда Романова
CEO PickPoint

PickPoint — логистический сервис полного цикла для доставки заказов из интернет-магазинов через федеральную сеть из более чем 13 000 постама-тов и пунктов выдачи заказов. PickPoint предоставляет весь пул сервисов от «первый мили» — этапа получения заказов со склада интернет-магазина, фулфилмент-оператора или из офлайн-магазинов ритейлера и до «последней мили» — выдачи онлайн-заказа получателю в каждом регионе России. Сервис PickPoint представлен в более 750 населенных пунктах, уникальная база пользователей насчитывает 14 млн человек. Через сеть PickPoint доставляют заказы своим покупателем более 10 000 онлайн-ритейлеров. Платформа PickPoint построена на базе собственных ИТ-решений, и включает в себя постаматы PickPoint, 5Post и «Халва». Через систему PickPoint доступны пункты выдачи заказов «Ростелеком», VoxBerry, Pick-UP.ru, сети магазинов Westfalika, салоны «Мегафон», «Ситилинк», «Мультифото» и другие.

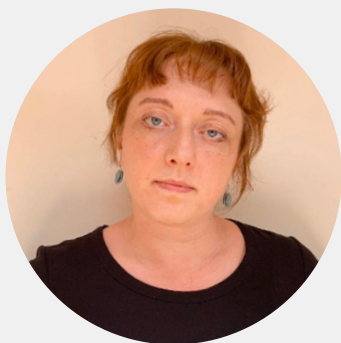


Алексей Скатин
первый заместитель генерального
директора по электронной
коммерции Почта России

АО «Почта России» — крупнейший федеральный почтовый и логистический оператор страны, входит в перечень стратегических предприятий Российской Федерации.

Почта России — лидер российского рынка логистики для электронной коммерции. На сегодняшний день доставкой Почтой пользуются крупнейшие компании интернет-торговли: Оператор доставляет посылки по каждому адресу страны: до 42 000 почтовых отделений по всей России или курьерами на дом в 11 400 населенных пунктов.

В 2020 году компания доставила 334,6 млн посылок.



Наталья Крупенина
ведущий аналитик
направления «Логистика»

ВСТУПЛЕНИЕ

Срочная доставка — одно из понятий, для которых на рынке логистики нет четкого определения. Условия услуги, которая называется «срочная доставка» или «экспресс-доставка», сильно различаются у разных магазинов и логистических компаний. Скорость может варьироваться от 15-20 минут до 2 дней, а стоимость — отличаться в несколько раз.

В первую очередь это связано с тем, что срочная доставка как услуга сильно модифицировалась в последние несколько лет. Скорости постоянно растут, появляются совершенно новые модели и схемы работы — благодаря которым можно обеспечивать эти скорости. Соответственно, представление о том, насколько срочная доставка действительно срочная, меняется и у игроков рынка, и у конечных покупателей.

Другая причина — в том, что срочная доставка востребована не во всех товарных категориях. Судя по статистике поисковых запросов к Яндексу, основные категории, для которых ищут срочную или быструю доставку, — еда, лекарства и документы. Предложение в этих товарных категориях также сильно отличается от остальных. Доставка продуктов и готовой еды в крупных городах за пару часов и быстрее уже стала привычной. И также привычной остается ситуация, при которой доставка одежды или техники не с маркетплейса займет не известное заранее время — как правило, не меньше двух дней.

Цель этого исследования — систематизировать представления о срочной доставке, сравнить ожидания разных участников рынка, а также описать распространенные условия и схемы работы, по которым организована срочная доставка у крупнейших игроков.

В основу исследования легли три основных источника данных:

- Для того, чтобы показать текущее положение дел на рынке, мы проанализировали условия доставки у 267 магазинов¹ разного размера и относящихся к разным товарным сегментам.
- Интервью с экспертами рынка помогли нам описать и упорядочить важные тренды и модели работы.
- Опрос покупателей показал ожидания конечных потребителей от срочной доставки.

Благодарим генерального партнера Яндекс.Доставка, а также экспертов и партнеров: Voxberry, CDEK, Dalli, Dostavista, Grastin, igoods, Logsis, Ozon, PickPoint, Вкусвилл, Почта России, Прямиком, Чекбокс.

¹ Подробное описание составления выборки и анализа условий приведено в разделе «Методика».

1

Основные выводы





ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

Понятие срочной доставки неоднородно. Сейчас на рынке представлено четыре основных типа доставки, которая носит название срочной:

- «мгновенная» доставка (меньше чем за час), представлена в 6% магазинов,
- срочная (в течение часа – четырех), представлена в 14% магазинов,
- в тот же день (без гарантии конкретного временного интервала), представлена в 15% магазинов,
- на следующий день, представлена в 14% магазинов.

Согласно результатам опроса, проведенного летом 2021 года в рамках этого исследования, **только 10% покупателей считают срочной доставку на следующий день**. Почти половина (48%) опрошенных считают срочной доставку в пределах двух часов после заказа.

Согласно оценке Data Insight, в первом квартале 2021 года в тот же день было доставлено не менее 56 млн заказов. Эта оценка не включает в себя доставку готовой еды и с2с.



В ПЕРВОМ КВАРТАЛЕ 2021 ГОДА
В ТОТ ЖЕ ДЕНЬ БЫЛО ДОСТАВЛЕНО НЕ МЕНЕЕ
56 МЛН ЗАКАЗОВ

299

РУБЛЕЙ – МЕДИАННАЯ СТОИМОСТЬ САМОЙ
БЫСТРОЙ ДОСТАВКИ В ИЗУЧЕННЫХ МАГАЗИНАХ
ДЛЯ КОНЕЧНОГО ПОКУПАТЕЛЯ



ЧАЩЕ ВСЕГО СРОЧНО ЗАКАЗЫВАЮТ
ГОТОВУЮ ЕДУ И ПРОДУКТЫ

Наиболее востребованная у потребителей товарная категория для срочной доставки – готовая еда и продукты.

С ней же так или иначе связаны большинство крупных игроков. Другие товарные категории, в которых заметен спрос на срочную доставку: лекарства, техника, одежда, цветы.

Согласно результатам опроса пользователей, 37% от всех срочных заказов, сделанных за последний месяц, составляет готовая еда, еще 25% – продукты. Товары всех остальных категорий заказывают существенно реже.

Срочная доставка подразумевает модели работы, которые отличаются от организации обычной доставки. В частности, сейчас на российском рынке срочную доставку организуют чаще всего двумя способами: через дарксторы (или другие промежуточные склады) и при помощи большого штата курьеров. У классических курьерских служб срочная доставка занимает небольшую долю.

Распространение и востребованность срочной доставки сильно различаются в зависимости от товарной категории, с которой работает магазин. **Быстрее всего покупатели могут получить цветы и продукты – доставка за несколько часов есть у 81% цветочных и 62% продовольственных магазинов, а доставка в тот же день – у 95% магазинов этих двух сегментов.**

Доставка из крупнейших магазинов (топ-100 российских интернет-магазинов) в среднем быстрее, чем из остальных. **57% крупных магазинов и 48% более маленьких предоставляют своим покупателям возможность получить свой заказ не позднее чем на следующий день.**

Медианная стоимость самой быстрой доставки в изученных магазинах для конечного покупателя составляет 299 рублей. Разброс цен довольно большой: от 99 рублей (без учета бесплатной доставки) до 2000 рублей.

Дешевле всего покупателям обходится доставка еды — медианная стоимость доставки в этом сегменте составляет 149 рублей. Дороже всего обходится доставка крупногабарита — медианная стоимость доставки мебели составляет 590 рублей, а автозапчастей — 500 рублей.

Опрос покупателей показывает востребованность срочной доставки. **Больше половины активных покупателей (тех, кто совершил хотя бы один онлайн-заказ за последний месяц) использовали в течение последнего месяца доставку в тот же день.** 9% активных покупателей делали заказы в тот же день пять и более раз.

Среди причин, по которым люди пользуются срочной доставкой, выделяются две: какая-то сложная нетипичная ситуация,

подразумевающая срочность, — неожиданно пришли гости, нужны лекарства, что-то сломалось (31% опрошенных) и желание скорее поесть (26%).

Женщины и мужчины используют доставку в тот же день примерно поровну — за последний месяц заказы с доставкой в тот же день делали 53% активных покупательниц и 55% активных покупателей. **При этом среди тех, кто уже использует срочную доставку, женщины активнее** — больше одного срочного заказа за последний месяц сделали 74% женщин и 63% мужчин.

Основные стопоры для еще более частого использования доставки с точки зрения постоянных потребителей:

- слишком высокая стоимость (28% опрошенных),
- нет гарантии, что заказ приедет вовремя (24% опрошенных),
- все равно слишком маленькая скорость (14%).

Также некоторые пользователи упоминают невозможность выбрать точное время доставки.



Упростите логистику для вашего бизнеса

С Яндекс.Доставкой ваши клиенты
могут получать заказы в тот же день

- Подача от 5 минут
- Отслеживание заказа на карте
- Бесплатное страхование отправок на сумму до 500 000 ₽
- Простая интеграция с вашей системой с помощью API и CMS-модулей
- Подключение за 1 день

Я Доставка

КЕЙС ГРУППЫ КОМПАНИЙ «ЭРКАФАРМ»: ОРГАНИЗАЦИЯ ДОСТАВКИ В АПТЕКИ И НАПРЯМУЮ ПОКУПАТЕЛЯМ

Группа компаний «ЭРКАФАРМ» – федеральная розничная компания, входит в ТОП-3 аптечных сетей, а также включена в перечень системообразующих организаций России как критичная товаропроводящая инфраструктура.

Группа управляет 1 067 аптеками в 8 федеральных округах, работающими в формате от дискаунтеров до фармамаркетов. Основные бренды: аптечные сети «Озерки», «Самсон-Фарма», «Доктор Столетов» и другие.

Задача №1:

Организовать доставку лекарств из мини-хабов до аптек, выбранных для самовывоза.

Задача № 2:

Круглосуточно доставлять лекарства из интернет-магазина покупателям.

Решение «Яндекс.Доставки» для «ЭРКАФАРМ»:

Яндекс.Доставка была интегрирована во внутреннюю систему управления заказами клиента. Это позволило сократить время на обучение сотрудников и существенно ускорило и упростило процесс передачи заказов исполнителю. Сотрудники хабов «ЭРКАФАРМ» формируют заявку на доставку и на следующий день курьеры развозят лекарства по нужным аптекам. Так же есть возможность отправить заказ сразу, день в день при условии достаточной плотности мини-хабов: заказы клиентов автоматически попадают в систему «Яндекс.Доставки», а ближайший свободный курьер везет его в аптеку.

Результаты:

- 65% экономия по сравнению с предыдущим оператором доставки;
- 99,5% SLA (уровень качества предоставляемых услуг – показатель удовлетворенности сервисом) доставки в нужный интервал;
- +2% к росту интернет-заказов с самовывозом;
- принято решение по развитию мини-хабов для доставки день-в-день.

Решение «Яндекс.Доставки» для «ЭРКАФАРМ»:

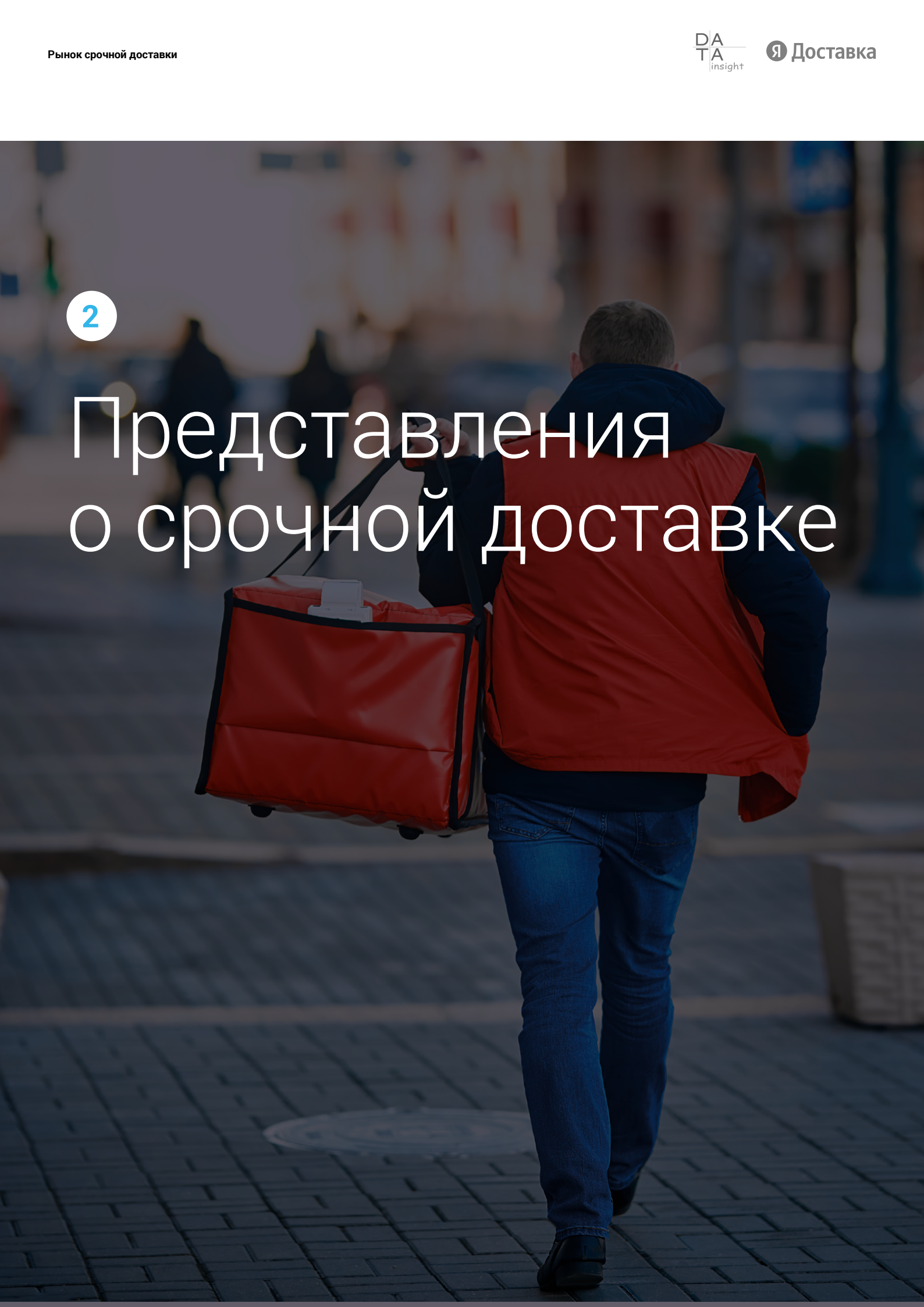
Организация гибкой доставки без ограничения расстояния от аптеки, в которой есть нужное лекарственное средство. За счет большой плотности исполнителей, подключенных к сервису «Яндекс.Доставка», время забора заказа в среднем 10–15 минут. Курьер сразу везет лекарства клиенту. Такая экспресс-доставка по городу занимает 1–2 часа.

Результаты:

- в 2 раза сузили интервал доставки;
- на 10% сократили расходы на доставку;
- с 70% до 95% вырос SLA (уровень качества предоставляемых услуг) доставки.

2

Представления о срочной доставке





ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О СРОЧНОЙ ДОСТАВКЕ

Понятие «срочной доставки» неоднородно: различаются сроки (от минут до дней), стоимость (от бесплатной доставки до 2000 рублей²). Кроме того, не все магазины выделяют срочную доставку как отдельную услугу: их доставка по умолчанию работает быстро. В результате оказывается, что **в некоторых магазинах обычная доставка занимает меньше времени, чем в других срочная.**

Согласно результатам опроса, проведенного летом 2021 в рамках этого исследования, только 10% покупателей считают срочной доставку на следующий день. **Почти половина (48%) опрошенных считают срочной доставку в пределах двух часов после заказа.**

Рисунок 1. Заявленное время самой быстрой доставки у разных компаний, примеры



2 Максимальная стоимость срочной доставки среди изученных магазинов.



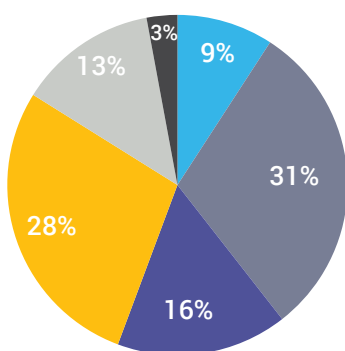
Что такое срочная доставка «последней мили»? Это определение разнится и зависит от свойств предмета доставки. Например, доставку готовой еды из ресторана в течение двух часов нельзя назвать срочной с точки зрения проголодавшегося клиента. А доставка всех остальных продуктов, товаров из любого интернет-магазина в течение двух часов — это очень срочная доставка.

Срочной считается доставка в тот же день (same day), то есть в день заказа от клиента. Доставка на следующий день (next day) — это классический продукт курьерских служб, которые забирают заказ сегодня, делают сортировку на складе и на следующий день развозят по маршруту. Это довольно предсказуемый продукт со своей ценой на рынке.

Татьяна Борзых,
генеральный директор Достависта Россия

Согласно результатам опроса, проведенного летом 2021 в рамках этого исследования, только 10% покупателей считают срочной доставку на следующий день. Почти половина (48%) опрошенных считают срочной доставку в пределах двух часов после заказа.

Рисунок 2. Распределение ответов на вопрос «Какую доставку вы считаете срочной?»



- На следующий день
- В тот же день
- В тот же день, причем не позднее чем через 4-6 часов после заказа
- В тот же день, причем не позднее чем через 2 часа после заказа
- В тот же день, причем не позднее чем через полчаса после заказа
- Другое или затрудняюсь ответить

Представленную сейчас на рынке срочную доставку³ можно разделить на четыре типа в зависимости от предлагаемой скорости:

6% магазинов

- Суперсрочная или «мгновенная» доставка — меньше, чем за час, часто время от совершения заказа до его получения действительно исчисляется минутами. Такая доставка требует специальной заранее построенной инфраструктуры — сети даркстортов или большого количества свободных курьеров. Наиболее востребована в сегментах готовой еды и продуктов.

14% магазинов

- Срочная доставка — в течение нескольких часов, от часа до четырех. Такую услугу магазинам тоже достаточно сложно реализовать своими силами, однако ее предлагают несколько логистических компаний — в том числе Достависта и Яндекс Go.

15% магазинов

- Доставка в тот же день. Если повезет, то она может тоже занять два-четыре часа, однако никакой точный временной интервал не гарантируется. Как правило, доставка в тот же день подразумевает условие — чтобы заказ доставили в тот же день, нужно сделать его до определенного часа.

14% магазинов

- Доставка на следующий день. В большинстве случаев заказ накануне тоже нужно сделать до определенного часа.

³ Речь идет о доставке в пределах одного города, как правило — внутри кольцевой автодороги.



Мы делим всю доставку продуктов на три сегмента:

1. Заказ впрок. В этом случае продукты нужны не срочно. Обычно это более или менее стандартный набор, который заказывается регулярно, примерно раз в неделю. Для него характерны крупный объем и габариты, большой средний чек.
2. Доставка в интервале двух часов. Это заказ чего-то свежего и вкусного на сегодня. Средний чек меньше, заказы необязательно регулярные.
3. «Мгновенная» доставка, меньше чем за час. Она важна для некоторых категорий продуктов — например, для свежей выпечки.

Лариса Романовская

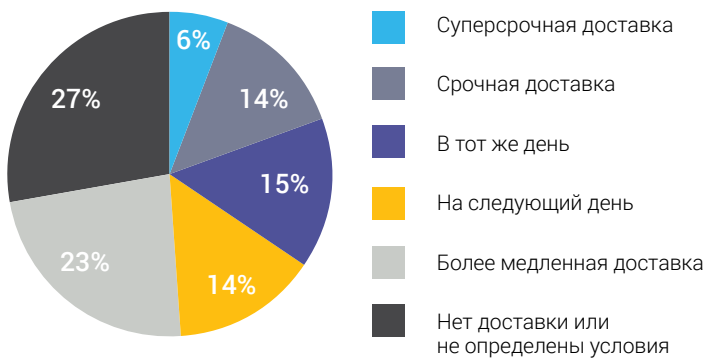
управляющий электронной коммерцией ВкусВилл

В 23% магазинов доступна только более медленная доставка (в пределах одного города). Еще в 21% магазинов условия доставки не определены заранее — как правило, это тоже означает более медленную доставку. В 6% изученных магазинов есть только самовывоз (это преимущественно аптеки).

У покупателей 35% магазинов есть возможность получить свой заказ в тот же день, у покупателей 49% магазинов — не позже чем на следующий.

Чтобы составить единое представление о скорости доставки, которую предлагают разные магазины, мы рассчитали медианную скорость в часах — при этом доставка в тот же день (без указания более точного временного интервала) соответствовала шести часам, а доставка на следующий день — двадцати четырем часам. Таким образом, медианная скорость предложения самой быстрой доставки в изученных интернет-магазинах составила 21 час.

Рисунок 3. Распределение магазинов по скорости доставки





* на правах рекламы



КУРЬЕРСКАЯ ДОСТАВКА ОТ BOXBERRY

Комфортный способ получать интернет-покупки

- ✓ 1600 населенных пунктов в России
- ✓ Ежедневная доставка в Москве и Санкт-Петербурге
- ✓ Оплата наличными и картами
- ✓ Наложный платёж до 300 тысяч рублей
- ✓ Подъём на этаж бесплатно
- ✓ Все виды выдачи: со вскрытием, примеркой, частичный выкуп
- ✓ Двойное информирование клиента о доставке

МОСКВА ежедневно с **09:00 до 22:00**
доставка на следующий день при передаче заказов на терминал до 23:00

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ в будние дни с **10:00 до 22:00**, в выходные с **10:00 до 20:00**

} минимальный интервал — 3 часа



КУРЬЕРСКАЯ ДОСТАВКА: КАК РЫНОК МЕНЯЕТ УСЛУГУ

Курьерская доставка входит в стандарт для интернет-магазинов. Однако за последние полтора года сервис претерпел некоторые изменения. Александр Левин, директор производственного департамента компании Vohberry, рассказывает, какое влияние тренды оказывают на услугу.



В столице становится стандартом и доставка «в тот же день», что заставляет логистов перестраивать процессы. Пока это еще не повсеместная практика, но доставка в течение 12 часов стала обычным делом. Скажем, заказы, преданные на терминал Vohberry до 23:00 текущего дня, на следующее утро отправляются по адресам.

Безопасность в первую очередь

Формат бесконтактной доставки появился в самом начале пандемии и быстро стал классикой. Технология, когда курьер оставляет посылку под дверь, без взаимодействия с клиентом уже отработана и становится востребованной не только из-за опасности заражения. Этот формат подходит и для тех, кто ценит свое время и стремится минимизировать общение с незнакомцами.

Доставка «под дверь» возможна только для предоплаченных заказов с выдачей без вскрытия. Спрос на такой формат будет увеличивать объем заказов с оплатой на сайте.

Никто не хочет ждать курьера

График жизни, особенно в больших городах, становится все более напряженным. Людям просто некогда ждать курьера с 12 до 18 часов. Поэтому рынок требует уменьшения диапазона интервалов доставки.

Особенно эта тенденция характерна для Московского региона и Санкт-Петербурга. Так, в Москве минимальный интервал, который может выбрать клиент, пока составляет 3 часа. И для этого курьеры Vohberry сейчас работают ежедневно с 09:00 до 22:00, а в Санкт-Петербурге — в будние дни с 10:00 до 22:00, в выходные с 10:00 до 20:00.

Цена вопроса

Один из самых острых вопросов практически с момента появления курьерской доставки в России — это ее стоимость. Не секрет, что клиент хочет получить наиболее низкую цену, ожидая при этом высокий уровень сервиса. Сейчас большинство из них ожидает диверсификации цен в зависимости от параметров отправления (веса и габаритов).

Многофункциональность

Современный курьер похож на мобильный пункт выдачи. От него ждут столь же полного комплекса услуг, что и в отделении: вскрытия посылки и проверки вложения, примерки, частичной выдачи, разных вариантов приема оплаты и возможности отказаться от получения.

В Vohberry курьеры принимают оплату наличными и картами, при этом наложенный платеж ограничен суммой в 300 тысяч рублей. Подъем на этаж осуществляется бесплатно. Возможна выдача со вскрытием, примеркой и частичный выкуп.

Вовремя, комфортно, клиентоориентированно

Ожидания получателей от качества сервиса практически не изменились. Всем нужна доставка в согласованное время, при этом курьер должен быть вежлив и предварительно звонить.

Чтобы соответствовать рынку, логисты постоянно мониторят основные показатели, влияющие на качество. В Vohberry, например, отслеживают соблюдение сроков доставки, попадание в интервалы, процент выкупа, жалобы клиентов. При выявлении нарушений проводится работа с процессами или курьерами.

У Vohberry большой собственный штат курьеров. В компании активно поддерживают корпоративную культуру, поэтому сотрудники всех подразделений разделяют общие ценности

и правила. Когда курьер воспринимает работу не просто как способ зарабатывания денег, а верит, что он часть чего-то большего, что его роль важна, его клиентоориентированность растет.

Перспективы

Курьерская доставка охватила уже практически всю территорию России (у Vohberry география сервиса составляет более 1600 населенных пунктов, включая малые города и поселки).


К сожалению, в регионах курьерская доставка будет постепенно сдавать свои позиции: самовывоз дешевле, а сети пунктов выдачи очень быстро растут. Но в Москве и Санкт-Петербурге доля доставок до адреса будет довольно большой, и именно столица продолжит диктовать условия. Взрывной спрос ждет рынок только при повторении тотальных локдаунов.

Курьеры будут ускоряться, сокращая интервалы до минимума. От них потребуются большая производительность, мобильность, что трудно реализовать без поддержки it-подразделений.

Для крупных игроков рынка, таких как Vohberry, курьерская доставка остается одним из приоритетных направлений. Мы продолжим развивать сервис с учетом меняющихся запросов интернет-магазинов и получателей заказов, чтобы предложить рынку актуальную, комфортную и надежную доставку.

3

Ключевые игроки и оценка сегмента





КЛЮЧЕВЫЕ ИГРОКИ И ОЦЕНКА СЕГМЕНТА

Большинство компаний, предлагающих конечным покупателям срочную доставку внутри одного города, связаны с едой или продуктами. Это агрегаторы доставки из ресторанов — например, Delivery Club и Яндекс.Еда, сервисы «мгновенной» доставки еды и FMCG — Самокат и Яндекс.Лавка, сервисы быстрой доставки продуктов из магазинов — iGooods и СберМаркет.

Другая важная группа игроков на рынке срочной доставки — компании, которые предлагают доставку любых вещей как с2с, так и b2c: Достависта, а также службы доставки Gett, Ситимобила и Яндекса.

У некоторых магазинов также есть свои службы срочной доставки — в первую очередь, это также доставка продуктов и FMCG: например, ВкусВилл, Ozon Express, X5 Retail Group. В большинстве случаев службы магазинов состоят из нескольких компонентов и включают в себя как собственных курьеров и мелких подрядчиков, так и партнерские ресурсы таких компаний, как Достависта, Gett и прочие.

Помимо этого, срочная доставка есть и у классических курьерских служб, однако, как правило, у них она составляет крайне небольшую долю — например, у DPD доставки в тот же день занимают менее 1%.



Мы начали с доставки продуктов и товаров FMCG в конце 2019 года, но потом, изучая запросы клиентов, решили расширить ассортимент нестандартными для быстрой доставки категориями. В начале года до 10% штучных продаж сервиса приходилось на непродуктовые товары (DIY, электронику, безрецептурные лекарства).

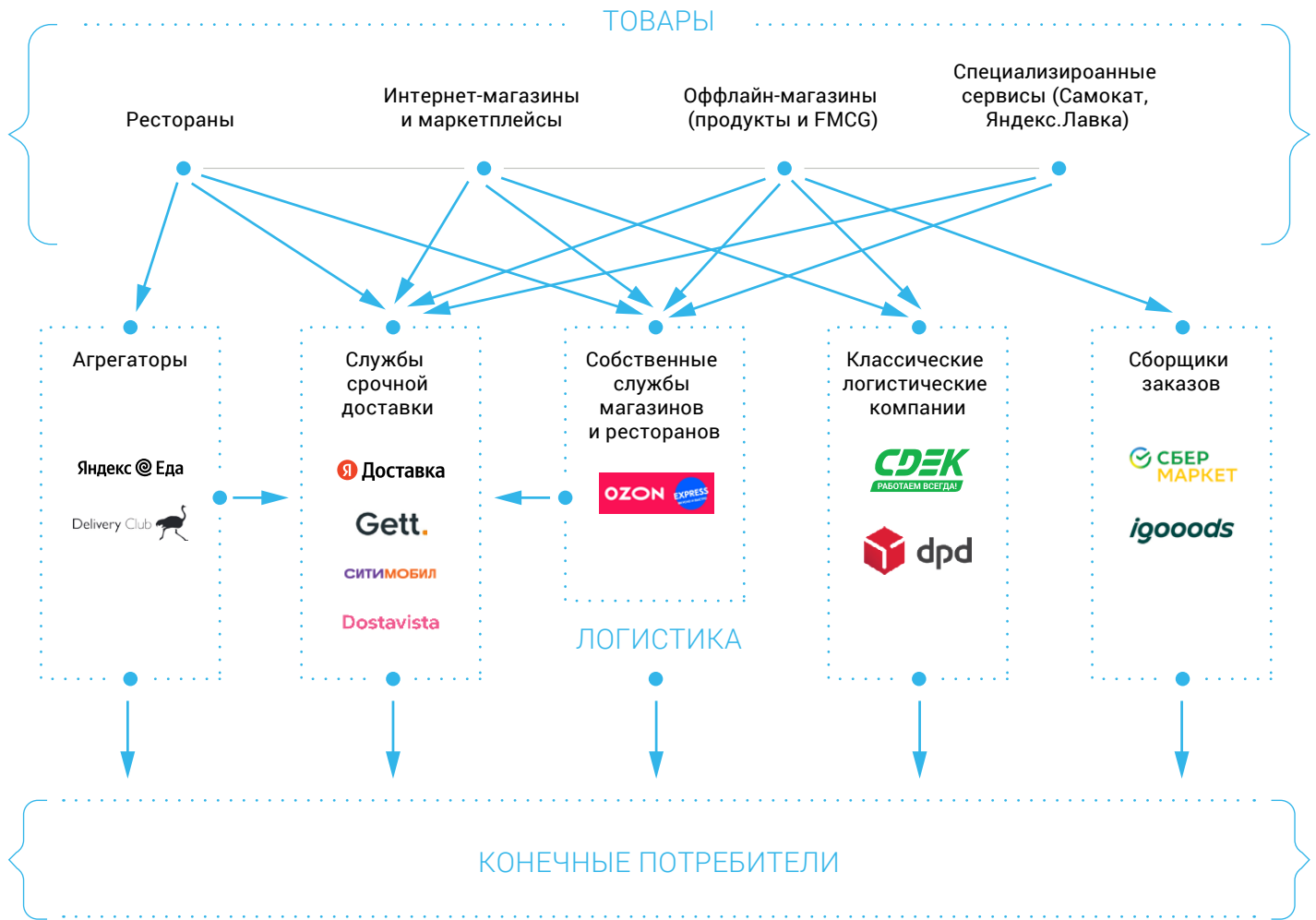
Елена Шульгина
директор Ozon Express



Экспресс-доставка — это и есть наше основное предложение. У наших клиентов цель — быстро передавать товары покупателям. Мы обеспечиваем время подачи курьера от 10 минут, и заказ будет у покупателя через 1-2 часа в пределах большого города. Такая скорость возможна благодаря огромной партнерской сети исполнителей — в нашем сервисе зарегистрированы десятки тысяч курьеров, авто и пеших. И они уже доставляют товары клиентам 18 тысяч компаний.

Роман Морозов
руководитель сервиса Яндекс.Доставка

Рисунок 4. Примеры игроков на рынке срочной доставки



Оценка рынка срочной доставки в целом представляет некоторую сложность — в первую очередь из-за большого количества связей между игроками. Магазины и рестораны используют для доставки одновременно многих партнеров, поэтому распределить поток заказов между разными игроками не всегда возможно. Поэтому для оценки срочных заказов (в тот же день) мы использовали следующий подход: с помощью опроса пользователей определили доли заказов, доставленных в тот же день, для разных товарных категорий (без учета доставки готовой еды и продуктов). **За первый квартал 2021 года в тот же день было доставлено не менее 19,5 млн заказов из магазинов.**




Для оценки рынка срочной доставки еды мы использовали ту же методику, которая приведена в бюллетене Data Insight⁴, посвященном рынку eGrocery. Она включает в себя все доставки продуктов и FMCG из магазинов и через специализированные сервисы, однако не включает доставку готовой еды из ресторанов. Для каждого магазина мы с помощью экспертов определили долю заказов в тот же день. **Количество заказов eGrocery в тот же день в первом квартале 2021 года составило примерно 36,5 млн.**

Таким образом, суммарная оценка заказов в тот же день на первый квартал 2021 составляет 56 млн заказов, включая доставки из интернет-магазинов и eGrocery, но не включая доставку готовой еды из ресторанов и с2с.

4 «eGrocery в России, ежемесячный бюллетень Data Insight», май 2021.

Сервис экспресс доставки для бизнеса

По фиксированной цене
От 200 ₽

- 400 ₽ МКАД
- 700 ₽ до 10 км от МКАД
-  Доставка от 90 минут или в часовые интервалы
-  Все способы расчета за доставку и товар
-  Термосумки и хладоэлементы у каждого курьера

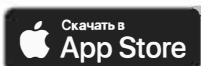


Вежливые и грамотные курьеры на автомобилях

Достоинo представят ваш бренд

- Простой заказ в приложении или на сайте
- Интеграция по API
- CRM-интеграция

checkbox.ru





ЗАЧЕМ СПЕШИТЬ С ВНЕДРЕНИЕМ ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ?

Более 80% покупателей предпочтут доставку в течение нескольких часов доставке за несколько дней. Доля магазинов, предлагающих срочную доставку, значительно меньше — а значит, каждый игрок может воспринимать это, как отличную возможность вырасти быстро и надолго.

С «Чекбоксом» запуск экспресс доставки — дело пары дней

Мы работаем с 2000+ партнёрами, среди которых как лидеры своих сегментов рынка, так и небольшие продавцы.



ВкусВилл



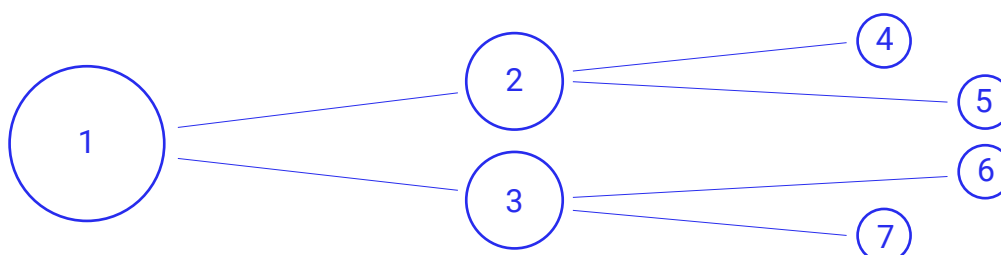
Samsnite

Кто растёт: рынок или вы?

Что бы вы ни продавали в интернете, скорее всего, вы растёте. Ведь растёт рынок. Но растёте ли вы быстрее рынка и быстрее ваших главных конкурентов?

Будет день-в-день, будет и пицца

«Чекбокс» доставляет заказы как в тот же день, так и на следующий. Работая в 20+ сегментах E-commerce, мы заметили крайне любопытный паттерн:



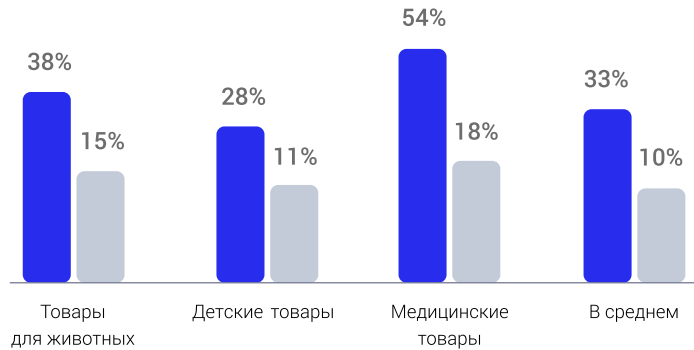
Один из игроков запускает доставку за несколько часов

Ближайшие конкуренты повторяют

Практически у каждого игрока есть Same Day доставка

Преимущество первого шага

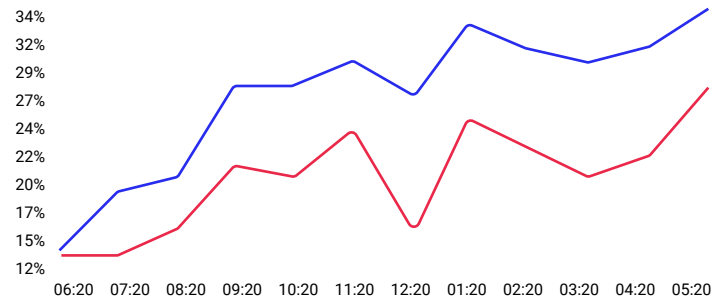
Те, кто внедрил экспресс-доставку первыми, растут быстрее «последователей»:



Среднемесячные темпы прироста Sameday-заказов после внедрения

■ Первые 3 ■ Остальные

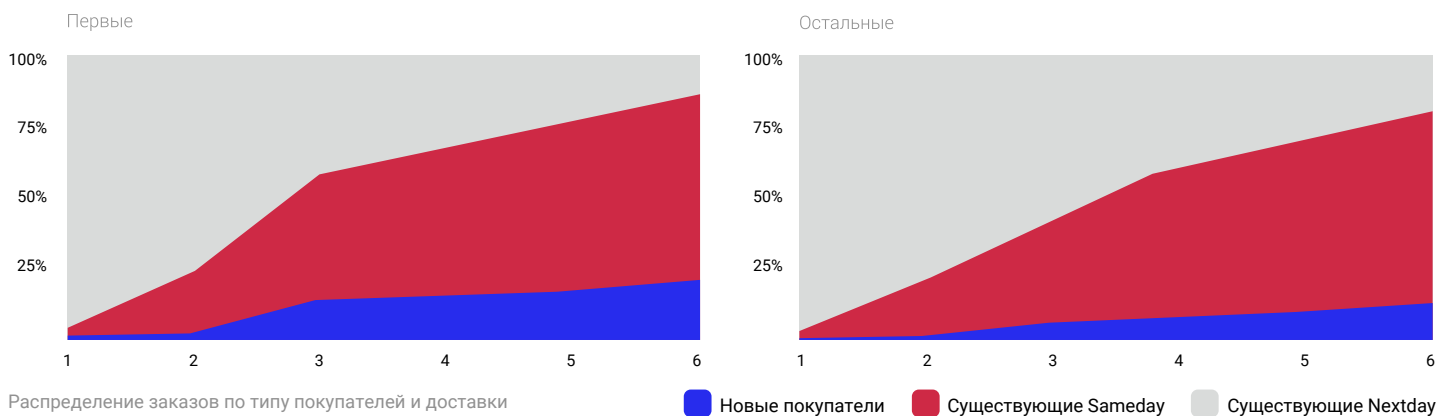
Причём рост достигается не только благодаря новым пользователям, привлечение которых требует маркетинговых расходов, но и за счёт повышения частоты повторных продаж:



Доля повторных продаж

— Первые — Остальные

Независимо от того, как скоро продавец внедрил Same Day доставку, покупатели быстро переходят на этот формат, при этом первым в своём сегменте достаётся больше заказов от новых покупателей.



Мнение партнёра

«Мы доставляем антиген-тесты на Covid-19 с помощью курьеров «Чебокса» уже больше полугода. Долгое время мы искали партнёра, чтобы запустить этот эксперимент, и только «Чекбокс» устроил по всем параметрам: качество курьерского сервиса, возможность приёма расчётов, и небольшие интервалы доставки. Запустив проект, мы сразу увидели, как растёт доля заказов с доставкой в тот же день и не удивимся, если вскоре она достигнет 100%. Чем дальше, тем меньше потребителей согласятся ждать дольше нескольких часов».

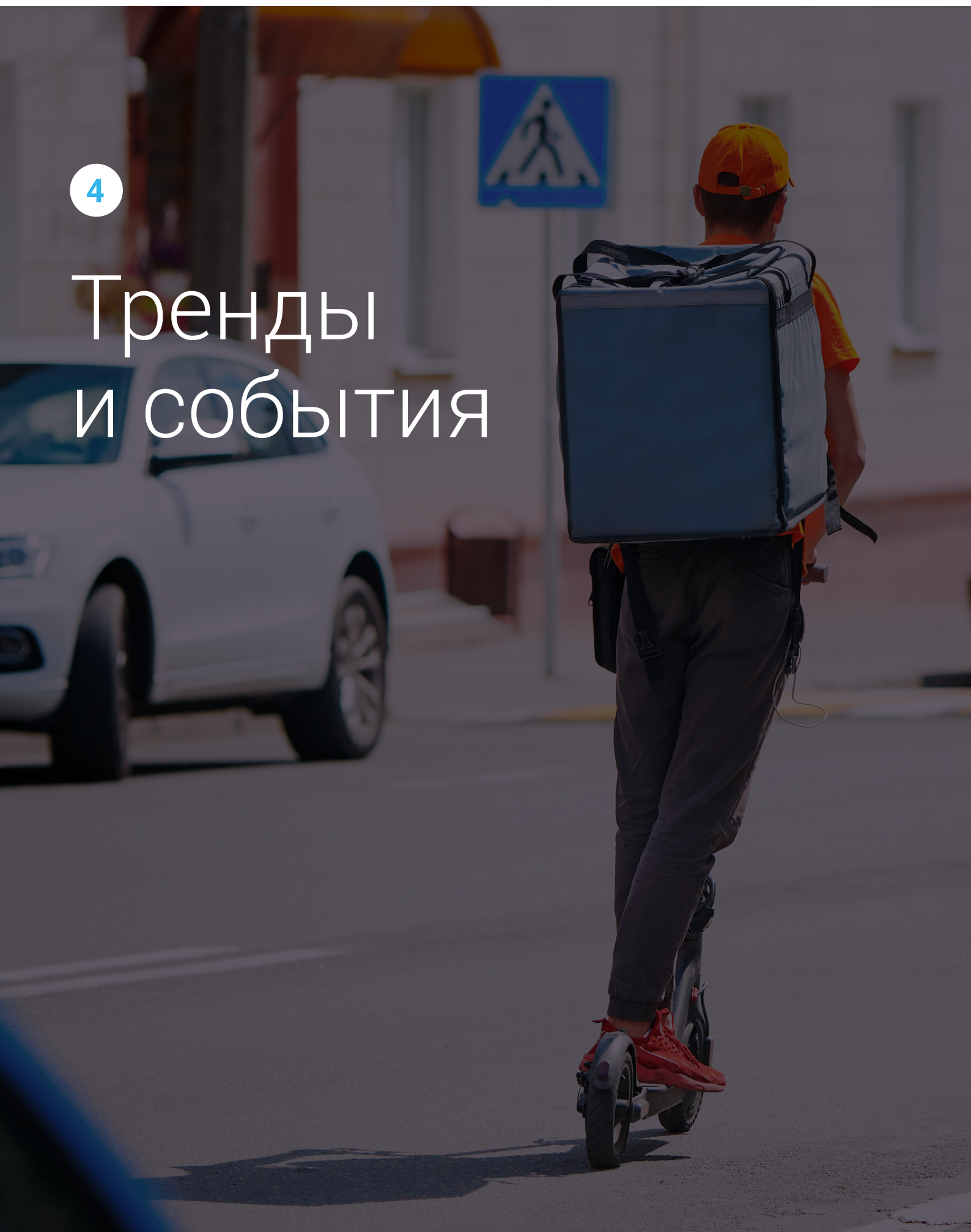
Дмитрий Макаров,
Генеральный директор ТД «Атлант»



Вывод прост: доставка в день заказа — не роскошь, а средство для продолжения бизнеса. А первые в своём сегменте получают от запуска Same Day доставки максимум результата.

4

Тренды и события





ИЗМЕНЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ВОСПРИЯТИЯ СРОЧНОЙ ДОСТАВКИ И ПОЯВЛЕНИЕ НОВОГО ОПЫТА У МАГАЗИНОВ

Как и на многие другие сферы бизнеса, на развитие срочной доставки сильно повлияла пандемия и карантинные ограничения весной 2020 года. По оценке Data Insight⁵, пандемия привела в онлайн-покупки не менее 10 миллионов человек. Категория FMCG — продукты питания и бытовые товары, спрос на которые во многом срочный — выросла за первую

половину 2020 в 4,3 раза. Возможность заказать продукты домой и получить их за час или быстрее, причем не особо переплачивая за доставку, сформировала новое представление о срочной доставке — как о действительно быстрой, регулярно работающей системе, а не о небольшом ускорении медленной доставки за дополнительную плату.



В последнее время доставка начинает ускоряться. Люди всё меньше хотят ждать, и, конечно, всевозможные Лавки, Самокаты и подобные сервисы задают тренд на ускорение доставки.

Ольга Древаль
коммерческий директор Dalli

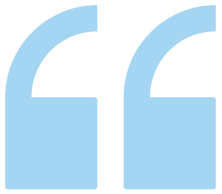


Важный тренд — это срочная доставка. В принципе, всё остальное у транспортных компаний уже есть. Но на рынке появилось предложение срочной доставки, там уже есть заметные игроки, и нам нужно догонять. Поэтому сейчас и мы, и конкуренты — все активно работаем в этом направлении.

Вячеслав Цой
исполнительный директор Grastin

Благодаря резкому появлению спроса толчок к развитию получили логистические сервисы. Значительная часть новых услуг, связанных в том числе со срочной доставкой, которые

появились во второй половине 2020 и продолжают появляться сейчас, выросла именно из пандемических ограничений.



Все еще многие люди считают, что быстрая-доставка — это 3 дня вместо недели. Для нас экспресс доставка — сразу после покупки.

Изначально доставку мы запустили внутри приложения Яндекс.Такси, как возможность сэкономить время наших пользователей — отправить друг другу какие-то посылки, забытые, вещи или подарки. Исполнителями стали водители такси. Весной 2020 года спрос на электронную коммерцию многократно вырос, и мы начали активно помогать бизнесу отправлять товары клиентам.

Когда изоляция закончилась, спрос на доставку продолжил расти. Таксисты быстро вернулись к доковидным показателям — водители уже не могли удовлетворять объемы двух сервисов.

Люди привыкли получать товары быстро, экспресс-доставка стала обязательным условием для ритейла. Поэтому мы стали привлекать курьеров, готовых возить именно посылки. Сейчас именно курьеры, авто и пешие, исполняют около 80% заказов в Яндекс.Доставке..

Роман Морозов

руководитель сервиса Яндекс.Доставка

Результаты опроса показывают, что для доставки еды скорость по-прежнему важнее. Более 15% пользователей откажутся от заказа еды, если он будет доставлен позднее чем через 2 часа, а от заказа других товаров при такой же

скорости доставки никто не откажется. Однако доля возможных отказов при отсутствии доставки в тот же день для продуктов и любых других товаров уже не отличается.

Рисунок 5. Распределение ответов на вопрос «При какой скорости доставки вы можете отказаться от заказа?»



Помимо этого, в пандемию новый опыт получили и бизнесы. Например, для ресторанов подключение доставки стало жизненно необходимым. Только за март 2020 18% опрошенных рестораторов организовали доставку⁶, и почти каждый десятый планировал сделать это в ближайшее

время. Некоторым бизнесам пришлось временно переформатировать офлайн-магазины в дарксторы и использовать в качестве курьеров официантов и продавцов-консультантов. В дальнейшем этот опыт помогает развивать онлайн-продажи.



До коронавируса активно развивался формат самовывоза из постаматов и пунктов выдачи. Они повсеместно открывались, и на рынке было даже мнение, что курьерская доставка как канал будет отмирать, потому что она дороже. Но случилась пандемия, и, во-первых, очень многие рестораны, чтобы выжить, подключились к доставке, даже те, кто изначально был вообще против доставки своих блюд на дом. Во-вторых, многие ритейлеры стали работать как дарксторы. Например, у нас в Почте есть успешный кейс работы с Л'Этуаль. Мы в мае подключили нашу курьерскую доставку из магазинов Л'Этуаль, которые стали работать в формате дарксторов. В мае 2020 мы доставили больше 100 тысяч заказов Л'Этуаль именно из дарксторов.

Зоя Ли

директор по операциям Почта России



НЕОБХОДИМОСТЬ ДОРОГОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Если традиционная срочная доставка подразумевала некоторое сверхусилие и поэтому стоила существенно дороже, чем стандартная, то сейчас компании строят регулярные механизмы срочной доставки, которые смогут обеспечивать ее на потоке. Это требует подготовительной работы и серьезных вложений в инфраструктуру.

Организация срочной доставки, подразумевающая регулярность, может использовать либо промежуточное звено в виде сети физических объектов — дарксторов, минискладов или пунктов выдачи. Они нужны, чтобы осуществлять быструю доставку по ближайшему району. Другой вариант — курьеры, которых нужно сначала найти и обучить, а потом — обеспечить им равномерную занятость.



Раньше всё было просто: существовали интернет-магазины, которые либо сами хранили, либо передавали фулфилмент-операторам свой товар. Затем этот товар со складов забирал логист и доставлял уже на «последнюю милю». Сейчас модели поменялись.

Товар со склада интернет-магазина или фулфилмент-оператора забирает логист «средней мили» и перевозит в даркстор или на небольшой склад. Роль таких складов могут выполнять совершенно разные форматы недвижимости, в том числе, постаматы. И уже из них осуществляется сверхсрочная доставка до двери. То есть у нас получается: интернет-магазин — фулфилмент-оператор — «средняя миля» — даркстор — «последняя миля». Цепочки стали сложнее.

Надежда Романова
CEO PickPoint

Кроме того, для срочной доставки возрастает значимость IT-решений — например, алгоритмы маршрутизации и сборки заказов. Когда скорость доставки исчисляется в минутах, на

нее влияют, в том числе, все мелочи в маршрутах курьеров (например, время ожидания на светофоре, расположение подъездов и т.п.) и порядок действий сборщиков заказов.



В каждом магазине, где мы работаем, у нас есть своя зона временного хранения собранных заказов. Там установлено наше оборудование, в том числе морозильное. Когда Пикер всё собрал, заказ ожидает курьера с сохранением температурных режимов. Скорость доставки заказа — от 90 минут, так как только на комплектацию заказа уходит в среднем 40 минут. Через igoods делают большие закупки со множеством позиций, и собрать их быстрее чем за полчаса невозможно.

Важно, что мы используем маршрутизацию и для сборки заказов тоже. То есть Пикеры идут по определенному маршруту — например, от бакалеи к заморозке. Таким образом, мы можем гарантировать, что мороженое попадет в корзину последним, а не первым.

Григорий Кунис
Управляющий сервиса igoods



ДОСТУПНОСТЬ КАЧЕСТВЕННОГО АУТСОРСА

Создание инфраструктуры требует времени и ресурсов, поэтому магазинам может быть сложно развернуть срочную доставку своими силами. Однако сейчас в больших городах доступно несколько сервисов — в том числе Достависта, Gett, Ситимобил, Яндекс.Доставка, — которые предлагают срочную доставку по цене, сравнимой со стоимостью доставки на следующий день у многих других курьерских компаний.

В итоге у магазинов — даже у самых маленьких — появляется возможность обеспечить своим покупателям сложный и качественный сервис, который они не могли бы построить своими силами. Это также расширяет зону работы магазинов и облегчает возможность доставки в другие города.



Что выгоднее для бизнеса — организовывать доставку самостоятельно или отдавать на аутсорс?

Небольшому бизнесу достаточно сложно построить логистическое направление с нуля. Мы помогаем доставить товары совсем маленьким магазинам: локальным брендам одежды, создателям handmade-товаров, продавцам цветов, игрушек, тортов и пирожных. Как правило, им легче отдать этот процесс сервису, у которого уже настроены все процессы.

Многие крупные ритейл-сети имеют свои курьерские службы, но даже им часто нужна помощь — например, в часы пик. В периоды повышенного спроса нужны дополнительные курьеры, чтобы развести все заказы. В такие моменты компании используют наш сервис для сохранения нужного уровня качества доставки — даже когда количество заказов растет в несколько раз. В ином случае, им пришлось бы содержать дополнительных курьеров, который простаивал бы в “спокойные” часы.

Роман Морозов
руководитель сервиса Яндекс.Доставка

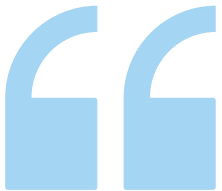


РАЗВИТИЕ СМЕЖНОГО ФОРМАТА: ДОСТАВКА К ТОЧНОМУ ВРЕМЕНИ КАК ЗАМЕНА СРОЧНОЙ

Еще один тренд — распространение доставки к точному времени. Один из пользовательских запросов, который закрывает срочная доставка, — гарантированная предсказуемая доставка в удобное время. При этом сама по себе срочность может быть не обязательна. Этот же запрос можно удовлетворить другой услугой — доставкой к точному времени. 14% покупателей ответили, что, если есть возможность заказать к точному времени, скорость доставки им не важна.

В цветочных магазинах — это сегмент с наибольшим проникновением срочной доставки, доставка в тот же день доступна в 95% магазинов — достаточно распространена и доставка к точному времени, ее предлагают 52% магазинов.

Кроме того, по такой же модели устроен логистический продукт, пользователи которого могут сделать заказ из магазина на адрес ближайшего даркстора, а потом по клику получить срочную доставку (за полчаса или быстрее). Пользователь не получает заказанный товар срочно, но получает в гарантированно удобное время, и более того — может сам управлять этим временем, не завися от работы курьерской службы.



Срочная доставка — это только одна из опций. Это отдельный кейс, когда, условно, забыл купить подарок на день рождения и делаешь это срочно, день в день. Но подавляющее большинство покупателей не хотят переплачивать за срочную доставку. Они ждут получения заказа вовремя. Им важно точно понимать, когда в течение дня они смогут получить доставку. Они не готовы ждать курьера целый день и хотят минимизировать временной люфт получения заказа. При получении через постамат или пункт выдачи покупатели не привязаны к курьерскому графику, пробкам на дорогах, они идут в удобное время в удобный постамат или пункт выдачи.

Надежда Романова
CEO PickPoint



Мы придумали новый формат доставки — по клику. Человек покупает товар, ночью его привозят в ближайший даркстор, затем, когда удобно, покупатель заказывает доставку до двери и за 20 минут получает товар.

Самое важное в “Доставке по клику” — что заказчик не ждет курьера. Это и была наша цель — сделать доставку удобной и управляемой человеком, который купил товар.

Мы развиваем этот вид доставки для внешних клиентов, сейчас его можно опробовать, покупая на Яндекс.Маркете.

Роман Морозов
руководитель сервиса Яндекс.Доставка



СОБЫТИЯ НА РЫНКЕ СРОЧНОЙ ДОСТАВКИ

Первые попытки для создания специализированной срочной доставки были предприняты более десяти лет назад. С 2018 года развитие пошло быстрее, и в 2020 вышло на качественно новый уровень.

Рисунок 6. Примеры важных событий, связанных с развитием срочной доставки в России

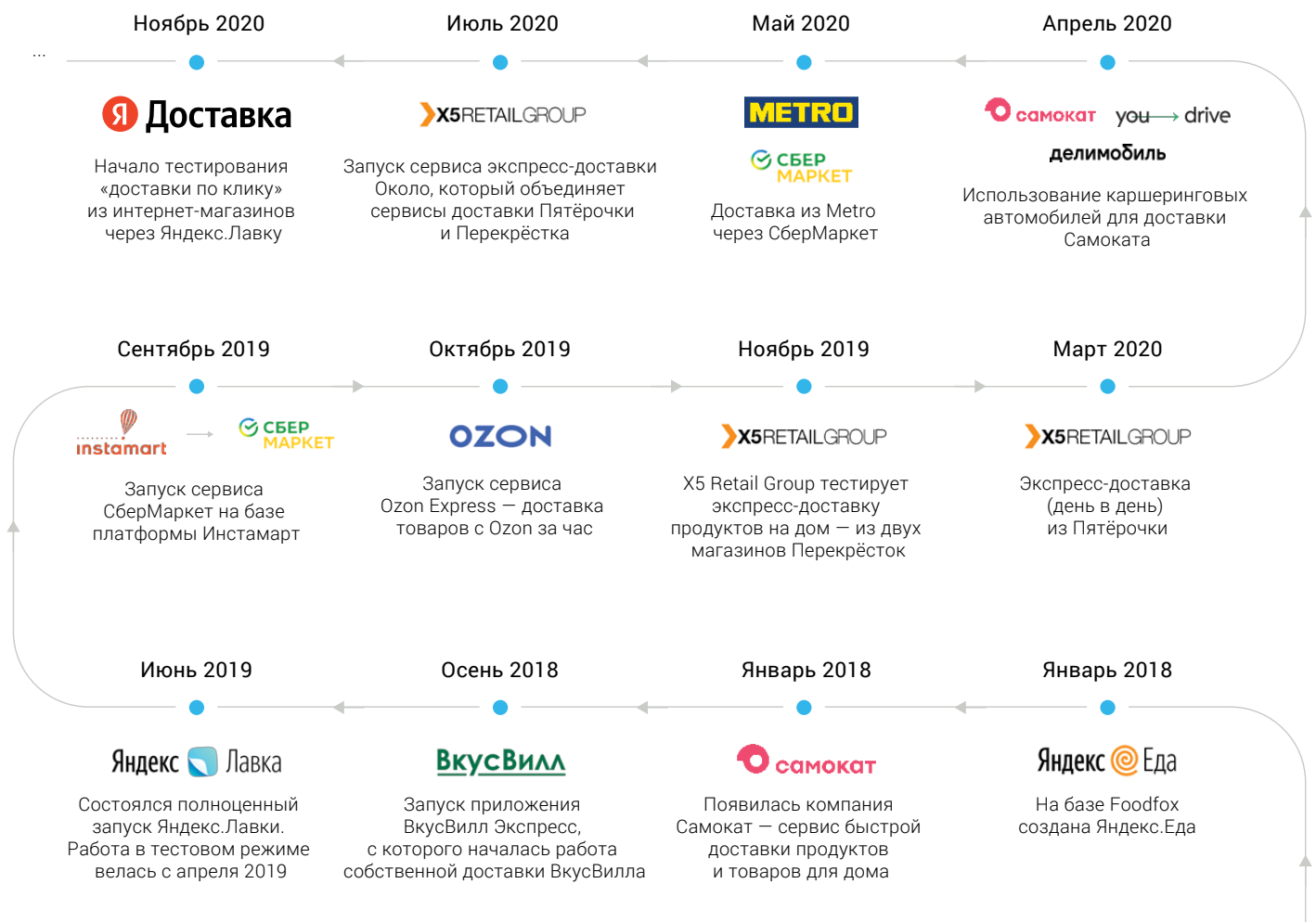


Рисунок 6. Примеры важных событий, связанных с развитием срочной доставки в России (продолжение)






Прямиком — цифровая AI-платформа для доставок на последней миле

- Доставка из магазинов и ресторанов от 15 минут
- Любые форматы, объемы и категории заказов
- Простое подключение за 1 день
- Доставка в 100+ городах России для сетей и малого бизнеса

 masterdelivery.ru

 partners@masterdelivery.ru

 [pryamicom](https://twitter.com/pryamicom)



ПРЯМИКОМ

ПРЯМИКОМ – ЦИФРОВАЯ AI-ПЛАТФОРМА ДЛЯ ДОСТАВОК НА ПОСЛЕДНЕЙ МИЛЕ

«Мы стремимся, чтобы бизнес забыл, что такое доставка и сконцентрировался на своих ключевых задачах.»

Игорь Шиянов, CEO Master Delivery

Прошедший год с ограничениями в работе бизнеса на фоне пандемии определенно изменил дорожную карту развития многих компаний. По данным Data Insight, в 2020 году количество заказов в сегменте e-commerce выросло на 78% по сравнению с 2019 годом. Решающим фактором при покупке онлайн, а значит, и конкурентным преимуществом становятся скорость и стоимость доставки. При этом магазинам сложно организовать доставку собственными силами: нужны технологии, специалисты и время. Нужны ресурсы на поиск и трудоустройство курьеров, за которых развернулась настоящая борьба работодателей, а доставлять заказы нужно здесь и сейчас. Есть второй вариант: отдать доставку на аутсорс логистическим компаниям, рискуя получить неуправляемый сервис, непредсказуемое время и завышенные цены для единичных доставок. В самой сложной ситуации оказался малый и средний бизнес – для них качественная доставка на последней миле стала недоступной.

В ответ на запрос рынка компания Master Delivery создала Прямиком – сервис доставки онлайн-заказов для магазинов, ресторанов, маркетплейсов и сегмента С2С. Прямиком использует собственную технологическую платформу с предиктивным алгоритмом, способным заранее спрогнозировать, когда, где и сколько курьеров потребуется. Попутные заказы автоматически группируются – курьер может одновременно доставлять несколько заказов, максимизируя свой заработок. Благодаря тому, что сервис работает с доставкой товаров разных категорий – от готовой еды до электроники – курьеры загружены равномерно в течение всего дня, а не только в пиковые часы, это повышает их доход и удовлетворенность работой.

Как Прямиком помогает бизнесу сфокусироваться на развитии и решает основные задачи в организации эффективной доставки на последней миле:

Готовая, гибкая и масштабируемая технология для доставки

Во-первых, платформа Прямиком – цифровое решение для доставки на последней миле. Нашим клиентам не нужно ничего делать – в Прямиком уже всё сделано, требуется просто подключение.

Подключить сервис доставки Прямиком может любая компания за 1-2 дня. Не имеют значения размеры и количество доставок в период времени, нет требований по выполнению объема заказов – Прямиком работает с бизнесом любого уровня, от микробизнеса до глобальных сетей. Нам неважно, продаете вы 10 букетов в день или отправляете 10 000 посылок – все клиенты получают одинаково качественный подход. Клиент может установить свои временные нормы доставки и прописать регламент возврата товара. Контроль процесса доставки полностью автоматизирован, при этом есть полный доступ ко всей информации о доставках через клиентский интерфейс. Работа каждого курьера и доставка каждого заказа проверяется не только алгоритмом Прямиком, но и супервайзерами, которые оперативно решают возникшие проблемы. Например, они быстро находят нового курьера при аварии или помогают курьеру сориентироваться на месте получения и выдачи заказа.

Забота о курьерах – наша ответственность

Все вопросы найма и оформления трудовых отношений с курьерами тоже решает команда Прямиком. Наши клиенты не думают о том, выйдет ли курьер сегодня на смену вовремя и не ищут срочные замены – наши клиенты просто пользуются услугами доставки.

На платформе Прямиком реализован автоматический найм, когда курьер заполняет заявку на сайте и проходит собеседование с супервайзером. Мы организовали онлайн-обучение, во время которого курьеры знакомятся со стандартами работы и с мобильным приложением Прямиком. Далее следуют обязательный тест на знания и полный доступ к рабочей панели — основному инструменту курьера. Нам важно, чтобы приложение было удобным и понятным, мы постоянно дорабатываем его с курьерской стороны, собираем обратную связь, тестируем и снова дорабатываем.

В приложении Прямиком реализованы необходимые для курьера функции:

- Автоматическое объединение заказов в группу
- Отображение деталей заказа в момент его получения
- Связь с клиентом без раскрытия номеров
- Автоматические предупреждения о возможных опозданиях на маршруте
- Оперативное назначение нового курьера при аварии
- Автоматические уведомления супервайзеру о сложностях с заказом
- Актуальная информация о количестве заказов и заработке каждый день

Кроме того, курьеры могут выбирать график смен и перерывов, принимать карты и наличные для оплаты заказов и переносить маршрут из приложения в любой навигатор в 1 клик. Мы учли максимум пожеланий курьеров и сделали для них удобное и понятное приложение с самым необходимым функционалом, не перегружая его лишними кнопками и экранами.

И самый важный аспект — Прямиком дает возможность курьерам зарабатывать больше за счет распределения заказов в течение дня и попутных заказов на маршруте.

Курьероцентричность — один из основных принципов нашей работы. Потому что от эффективной работы курьеров напрямую зависит репутация наших клиентов и степень удовлетворенности их заказчиков.

Как курьерам зарабатывать больше, а бизнесу тратить меньше

При организации собственной службы доставки компании неизменно сталкиваются с высокой стоимостью одиночных отправок. Для снижения стоимости доставки мы используем комплексный подход: группируем заказы на маршруте, распределяем доставки в течение дня и прогнозируем спрос, чтобы регулировать количество курьеров в каждой точке.

Группировка заказов выполняется в автоматическом режиме. В процессе алгоритм учитывает не только расположение адресов на одном маршруте, но и целевое время доставки, и возможное соседство товаров, и совокупный вес и объем заказов. Увеличение количества заказов на маршруте снижает стоимость доставки и экономит время и ресурсы курьеров, что в итоге дает им возможность заработать больше.

Подключая к платформе Прямиком магазины с разными категориями товаров, мы обеспечиваем курьеров работой в течение всего дня. В утренние и дневные часы курьеры Прямиком могут доставлять товары FMCG, а вечером — еду из ресторанов. Таким образом Прямиком минимизирует время простоя курьера.

Предиктивный алгоритм платформы Прямиком заранее прогнозирует спрос на доставку в каждой точке покрытия. Точность прогноза составляет более 90%, так что в 9 случаях из 10 мы знаем, когда, где и сколько курьеров потребуется. Курьеры распределяются по территории в соответствии со спросом — это экономит время курьеров на пути к точке выдачи заказа. Мы понимаем, что 90% — не совершенный результат, поэтому постоянно пополняем базу новыми данными и работаем над повышением точности прогноза.

Кроме того, на каждом этапе доставки алгоритм четко следит за временем и подсказывает курьерам, где нужно ускориться, а где придется подождать. Если курьер выбивается из планового времени, он сразу это видит — таймер в приложении становится красным. Если опоздание составляет более 15 минут, клиент получает смс-уведомление о переносе времени доставки. Четкий контроль на всех этапах выполнения заказа — еще один фактор, который позволяет нам обеспечить высокую скорость доставки.

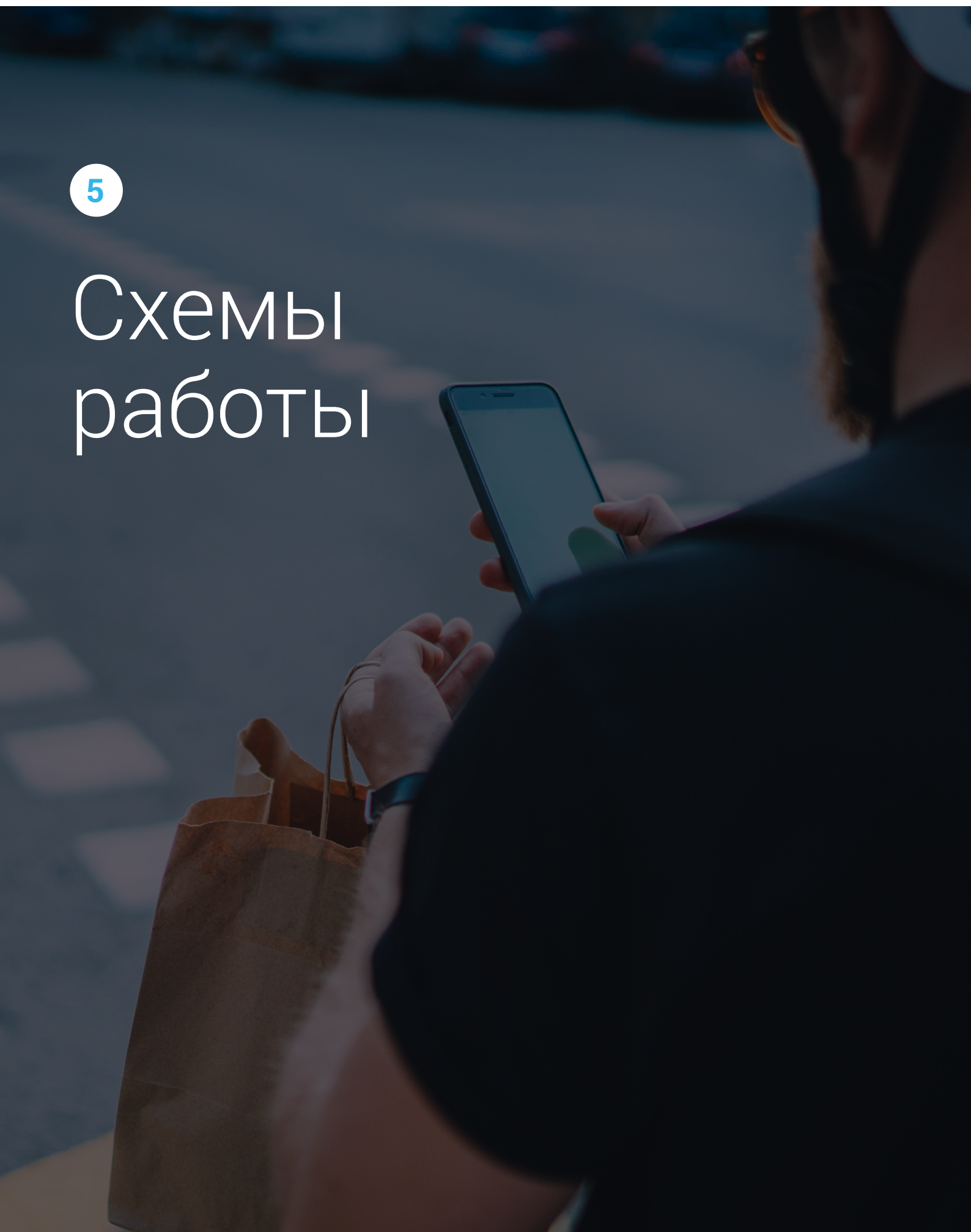
Прямиком в будущее

Для команды Прямиком важно работать не только в больших городах и с крупными сетями, но и развивать сервис в небольших городах, помогать малому и среднему бизнесу. В районных центрах также растет спрос на доставку последней мили, и фактически нет сервисов, способных удовлетворить этот спрос. Просто потому, что без технологии объединения заказов от разных продавцов службам доставки здесь не выжить. Прямиком делает доставку доступной для всех и везде — в этом смысл нашей работы. На сегодня мы уже работаем в десятках небольших городов, где помогаем с доставкой нашим клиентам.

Сервис доставки Прямиком запущен в 2021 году и работает по модели франчайзинга. По состоянию на июнь 2021 года представлен в 100+ городах России, включая Москву и Санкт-Петербург, а также в Риме. К концу 2021 года планируется расширение до 150 российских городов и продолжение междунаrodной экспансии.

5

Схемы работы

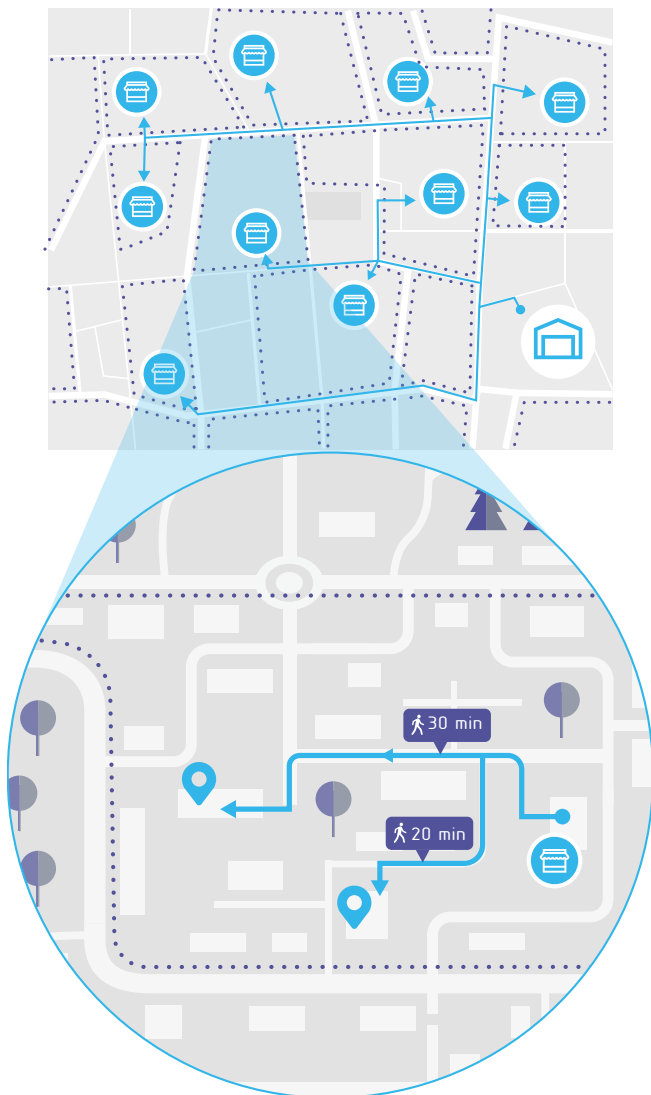




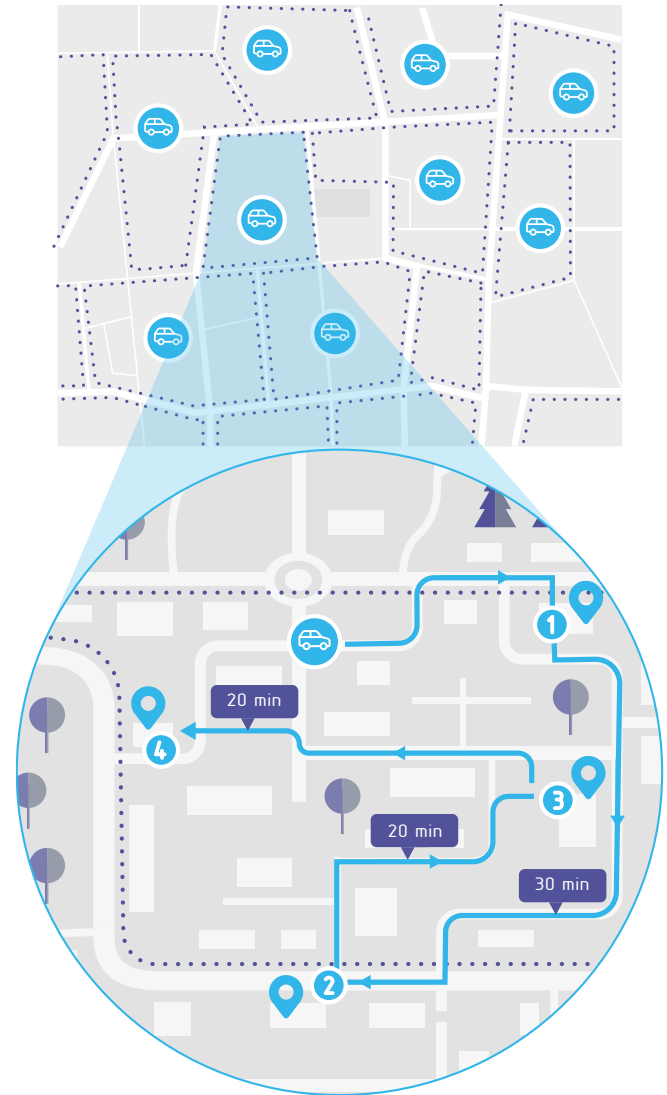
СХЕМЫ РАБОТЫ

Для того, чтобы обеспечить срочную доставку, крупные компании используют два принципиально разных подхода.

Короткая миля



Курьеры



Первый подход основан на использовании сети физических объектов — магазинов, складов, дарксторов или любых других, каждый из которых отвечает за доставку по своему району. Обеспечить срочность позволяет подготовительная работа — необходимо, чтобы район, относящийся к складу или даркстору, был сравнительно небольшим, все необходимые товары уже были на складе, а курьеры были готовы отнести их по адресу. Детали реализации, связанные со сборкой заказов и работой промежуточной точки, могут отличаться.

Сборка с полок в магазине

Сборка с полок предполагает наличие магазина, функционирующего стандартным образом. В нем дежурят сборщики — сотрудники магазина или сторонней компании. Они получают заказы через специальные приложения и отбирают товары непосредственно из того ассортимента, который выложен на полках. Сборка заказа происходит прямо перед доставкой, приоритет получают более срочные заказы. Собранные заказы передаются водителям, которые развозят их по адресам.

Эта модель удобна, в первую очередь для гипермаркетов, таких как Метро или Ашан, — благодаря большим площадям сборщики не мешают обычным покупателям. А, например, ВкусВилл, который до недавнего времени также использовал эту модель, собирается отказаться от нее в пользу дарксторов — именно потому, что при большом потоке заказов сборка заказов в магазине сравнительно небольшого размера становится неудобной.

Дарксторы

Даркстор (англ. dark store) — это магазин без покупателей, в котором собирают заказы, сделанные через интернет. Слово «темный» в названии означает, что покупатели не могут сюда попасть — как и на обычный склад. По сути даркстор и представляет собой склад, организованный как магазин. Все товары распакованы и расставлены на полках по отделам — это помогает увеличить скорость сборки заказов⁷.

В отличие от складов, дарксторы можно располагать в черте города, причем прямо внутри населенных районов. Благодаря этому также увеличивается скорость доставки: каждый даркстор работает с определенными адресами, которые расположены на расстоянии 15-20 минут пути на велосипеде. Это позволяет обеспечить быструю доставку.

Второй подход предполагает наличие большого количества свободных курьеров, которые равномерно распределены по населенным районам города — так, что, когда приходит заказ на срочную доставку, рядом всегда оказывается кто-то, кто может сразу начать его выполнять.

Эту модель работы сложно реализовать с нуля. Во-первых, необходимо обеспечить достаточное число курьеров для срочной доставки произвольного заказа. При этом у курьеров должна быть постоянная равномерная занятость. Во-вторых, магазины должны нанимать курьеров в штат, то есть делать выплаты в пенсионный фонд и фонд социального страхования, оплачивать отпуска и больничные. Это не дает возможности нанять необходимое количество курьеров и снижает уровень зарплат. В-третьих, компании сталкиваются с дефицитом курьеров.

Схема работы службы срочной доставки, основанная на большом количестве исполнителей, хорошо подходит для агрегаторов такси. Водители получают заказы на доставку вместе с обычными заказами на перевозку пассажиров. При этом начать работать в доставке проще, чем в такси: не нужна лицензия, отсутствуют требования к машине.

Агрегаторы доставки, как правило, сотрудничают с курьерами как с самозанятыми — это позволяет избежать выплаты налогов и поддерживать более высокий уровень зарплат курьерам.



Каждый курьер привязан к конкретному даркстору. Работа организована так:

- Сборка. Один пикер собирает весь заказ с начала и до конца, пакует его. На это уходит до 10 минут.
- Выдача курьеру — до 5 минут.
- Дорога до клиента занимает до 20 минут.
- Парковка, дойти до двери, отдать заказ клиенту — еще 5 минут.

Курьер, выезжая с даркстора, берет четыре заказа, из них только один — с доставкой в течение часа. Три остальных будут заказаны на конкретный временной слот.

Елена Шульгина
директор Ozon Express

⁷ Приведено определение, соответствующее ситуации на российском рынке. В некоторых зарубежных странах значение термина «dark store» отличается.

Dostavista

Как устроена работа курьера-партнера Достависты

Платформа Достависта работает по принципу краудсорсинга, то есть места встречи исполнителя и заказчика.

Сначала будущий курьер регистрируется на платформе: скачивает приложение, знакомится с платформой, проходит онлайн-обучение, тест на знание русского языка, дает согласие на передачу его контактных данных (имени, фамилии, телефона, фото) заказчикам во время выполнения заказа.

Служба одобрения проверяет заполненную анкету курьера и отмечает нюансы и ограничения. Например, молодым людям от 14 до 16 лет необходимо приложить разрешение от родителей или опекунов, а курьеры до 16 лет не могут выполнять доставки от юридических лиц.

Уже в течение часа после подтвержденной регистрации на платформе курьер-партнер Достависты может выполнять первые заказы – это будут заказы за наличный расчет. Если курьер хочет получить доступ к большому количеству заказов, в том числе за безналичный расчет, ему нужно выложить на платформу больше информации: номер ИНН, СНИЛС, банковские реквизиты. Курьеры, оформившие самозанятость, предоставляют подтверждения о своем статусе в качестве самозанятого лица. Самозанятые курьеры получают доступ к гораздо большому количеству заказов.

В первую очередь курьер видит заказы, которые находятся рядом с ним. Для начала можно выбрать так называемый обучающий слот: несколько несложных заказов с подсказками. Опытный курьер-партнер может выбрать один или сразу несколько заказов, забрать их на первой точке и самостоятельно планировать маршрут и рабочий день. Платформа не прикрепляет курьеров к определенным клиентам, поэтому курьер может сам решать, какие заказы ему выбирать.

Некоторые клиентские решения Достависты предусматривают доставку в определенном радиусе (гексагоне) или выполнение заказов для выделенного заказчика. Курьер может выбрать такой вариант и целый день доставлять заказы именно этого клиента, например ресторана быстрого питания. Но это не постоянное прикрепление – на следующий день курьер может выбрать другой сценарий. Курьер может быть пешим, доставлять заказы на машине или на грузовике. Заказы выполняются на собственном транспорте курьера: ему нужно указать тип транспорта на платформе, чтобы автоматически получать соответствующие заказы.

Татьяна Борзых,
генеральный директор Достависта Россия

dalli

доставляет

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



Доставка по Москве,
Санкт-Петербургу и областям



365 дней в году с 9 до 24



Без выходных, без наценок, без задержек



Ежедневный возврат денежных средств*



Доставка по всей МО — 290 рублей за 1 кг



Ежедневная поддержка по телефону с 9 до 22



Доставка по России через партнёров



dalli-service.com

+7 (495) 646-86-62



SHIP FROM STORE ИЛИ ГИПЕРЛОКАЛЬНАЯ ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКА

Dalli – локальная курьерская служба для интернет-магазинов и омниритейла в Москве, Санкт-Петербурге и областях. Начиная работать в 2013 году, компания сразу поставила себе главную цель – безукоризненное качество и сервис оказываемых услуг для своих клиентов и их получателей. К 2020-му году Dalli сумела привлечь внимание крупных брендов из различных сегментов (детская одежда и обувь, электроника, услуги сотовой связи и другие), представив рынку новый продукт Ship from Store (доставка из оффлайн-магазинов, находящихся в радиусе 5-7 километров от получателя).

О зарождении продукта Ship from Store

Рынок E-commerce не прощает ошибок, во многом общее впечатление об интернет-магазине складывается по качеству и своевременности доставки. Еще в августе 2019 года мы обратили внимание, что всё больше оффлайн-ритейлеров смотрят в сторону онлайн-торговли. 2020 год стал поворотным моментом для рынка, когда традиционные оффлайн торговые сети стали активно трансформироваться и развиваться в онлайн-формате. E-commerce получил мощнейший виток развития, количество активных покупателей в интернет-магазине стремительно росло и продолжает расти, привычки потребителей стали меняться, как и их требования к доставке.

В компании Dalli началась разработка продукта непосредственно под нужды ритейлеров, потому что их складские процессы не ориентированы на формирование онлайн-заказов, отгрузочные позиции формируются оптовыми партиями, развозятся паллетами по торговым точкам, и они не подразумевают формирование интернет-заказов, которые отличаются по размеру и составу. Необходим штучный подбор, другой тип упаковки, маркировки, отправки, и главное, получатели – физические лица. Это в целом другая производственная линия, хотя по логике достаточно схожа. Погрузившись в специфику глубже, стало понятно, что сами точки реализации продукции уже заточены под розничную продажу, у каждого магазина есть свой небольшой склад, контроль остатков, они как раз могут формировать индивидуальные заказы.

Такой продукт подойдет большинству ритейлеров в данной ситуации – использовать оффлайн точки продажи в роли складов и локализовать доставку.

Запуск

В данном случае нельзя просто выйти на рынок и предложить несуществующий продукт. Пока мы искали возможность реализации этого проекта, к нам обратились коллеги из крупнейшего ритейлера детских товаров с запросом как раз-таки на подобную услугу.

Запуск с нашей стороны был достаточно быстрым, мы добавили новый тип доставки, очертили внутренние бизнес-процессы, провели интеграцию и начали доставлять первые заказы.

Все накладки, которые возникали в период теста, решали оперативно. Например, потребовался набор новых сотрудников и их обучение, т.к. процессы отличаются. Если раньше курьеру нужно было приехать на склад, забрать товар и развозить заказы, то теперь необходимо приехать в конкретный магазин, найти ответственного человека, пройти процесс получения заказов и только потом выходить на маршрут. Иногда в магазине могут не сразу передать заказы из-за наплыва клиентов, соответственно сдвигаются сроки доставки и ситуация переходит из штатного процесса доставки в режим доставки с особым уровнем контроля. Но глобально пилот прошёл достаточно гладко и уже на второй месяц мы

масштабировали схему по всему городу. Через месяц-два подключили Санкт-Петербург и области.

Результаты

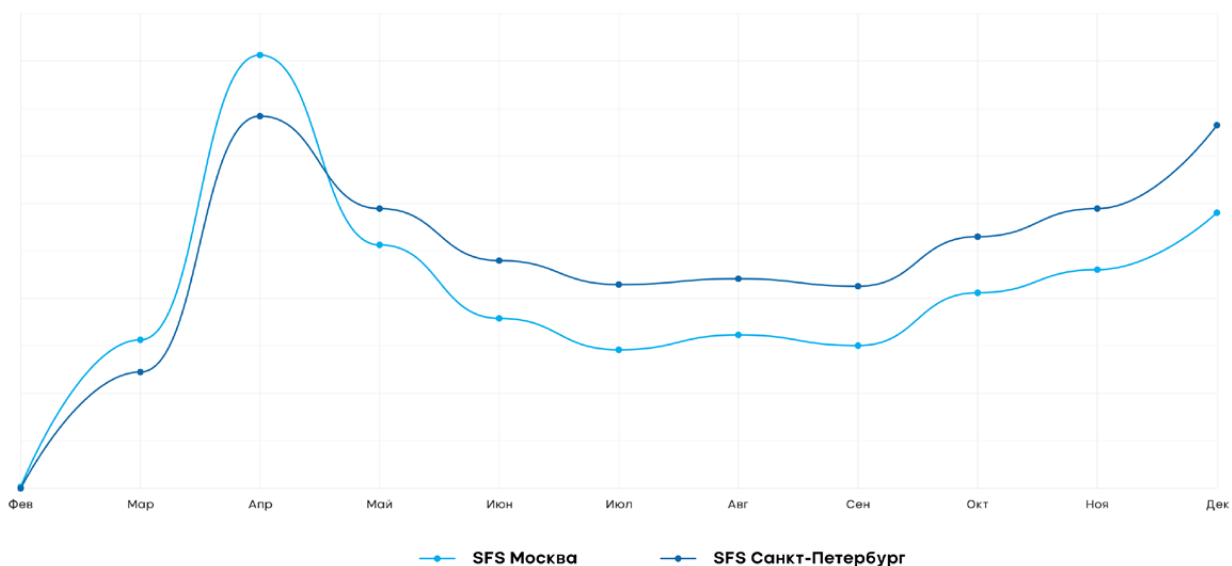
«Я считаю, что это очень хороший продукт. Не только концептуально, но и на практике» — комментирует проект Ольга Древаль, коммерческий директор Dalli, — «Если сравнивать классическую доставку и SFS, то доставка из магазинов — это уже порядка 20% заказов. Очевидно, что данный продукт в ближайшем будущем будет крайне востребован.

С такой услугой ритейлерам относительно просто войти в электронную торговлю без крупных изменений, единственное, о чём действительно стоит позаботиться — это о хорошем контроле и учёте товарных остатков. Взамен ритейл получает:

1. Локализацию и небывалую скорость доставки.
2. Ускорение денежного и товарооборота.
3. Снижение затрат на логистику в среднем на 30%.
4. Рост выкупа на 5%, NPS на 11,6 % в сравнении с обычной доставкой.
5. Лояльность клиента, увеличение LTV и Retention Rate».

На данный момент продукт востребован и популярен среди клиентов Dalli:

Количество доставок Ship From Store (SFS) за 2020 год



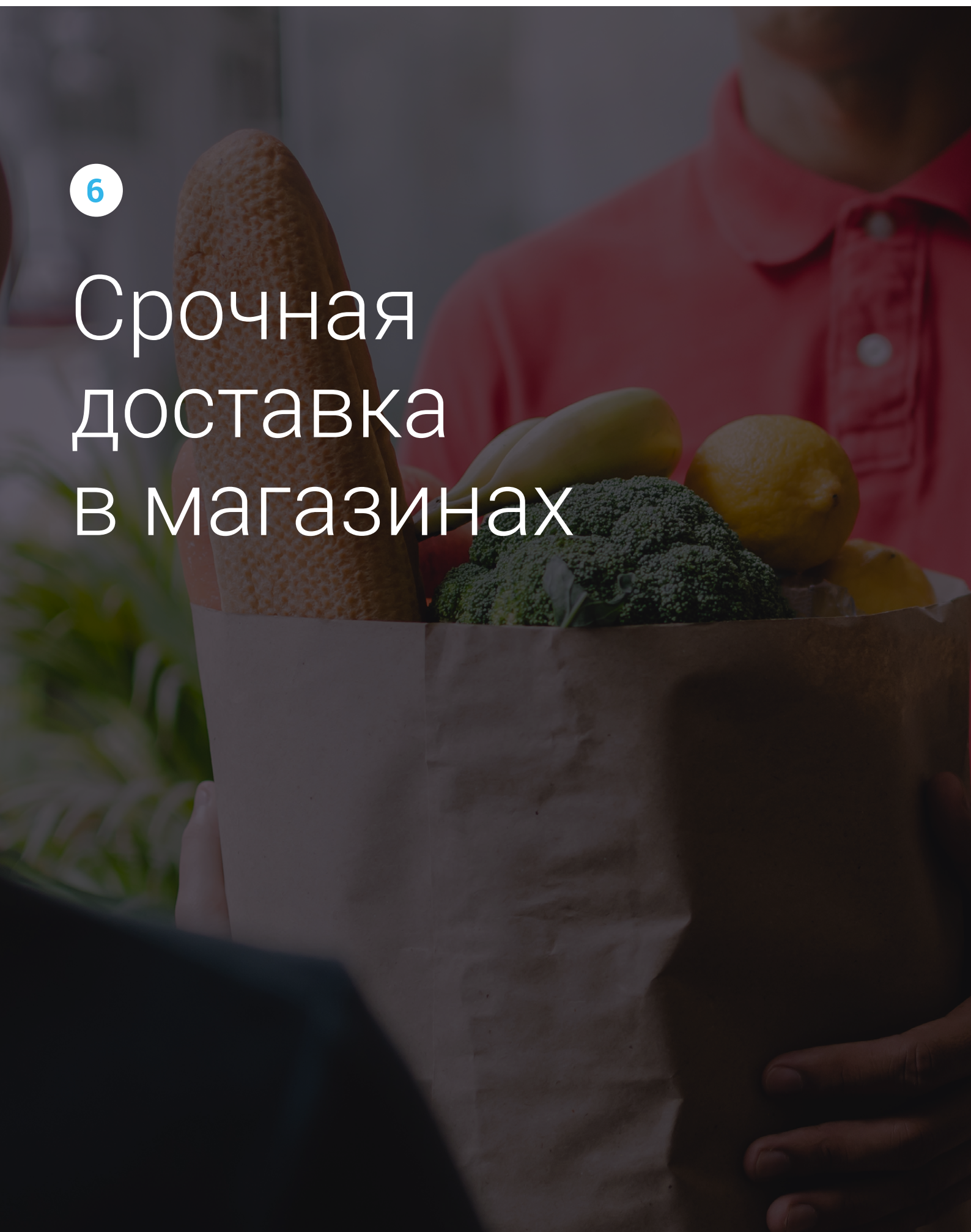
Ключевой фактор успеха

Для того чтобы запустить этот продукт ритейлеру — ему необходимо быть готовым к изменениям. Практика показывает — ряд магазинов не достаточно хорошо работает с учетом и товарными остатками, передаваемые данные не всегда

актуальны в режиме реального времени, чтобы знать, какую позицию откуда грузить. А в данном случае мы имеем своеобразный мультисклад. Если эти задачи решить — то путь в электронную торговлю для любого ритейлера открыт.

6

Срочная доставка в магазинах

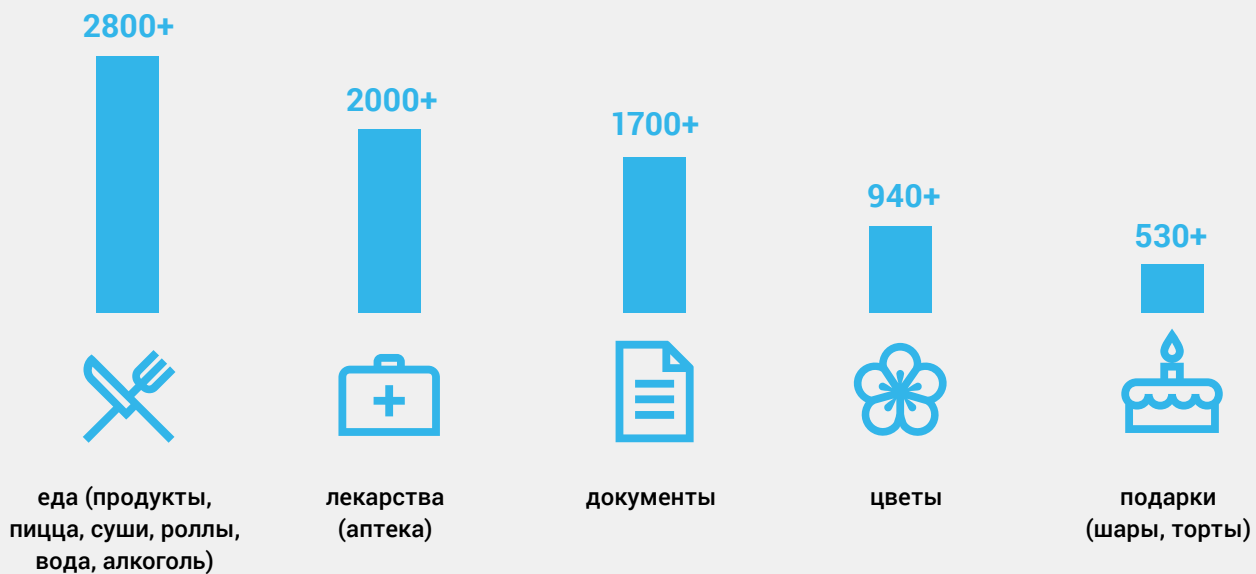




СКОРОСТЬ ДОСТАВКИ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ТОВАРНОЙ КАТЕГОРИИ И РАЗМЕРА МАГАЗИНА

Согласно статистике поисковых запросов к Яндексу, чаще всего со словами «срочная доставка» и «быстрая доставка» ищут разные виды готовой еды, лекарства, цветы и документы.

Товары и товарные категории, которые пользователи Яндекса чаще всего искали вместе со словами «срочная доставка» и «быстрая доставка». Показано количество запросов с названиями товаров и товарных категорий за февраль 2021:



Также встречаются запросы о срочной доставке одежды, товаров из секс-шопов, игрушек, сигарет и стиков iqos, контактных линз.

По данным Яндекса, февраль 2021

Это соответствует результатам опроса потребителей. 67% респондентов ответили, что заказывают срочной доставкой готовую еду, 44% заказывают продукты.

Помимо готовой еды и продуктов опрошенные хотели бы иметь возможность получить со срочной доставкой лекарства (30% респондентов), одежду (10%), технику (8%), алкоголь (7%), строительные материалы и автозапчасти (6%).

Распространение и востребованность срочной доставки сильно различаются в зависимости от товарной категории, с которой работает магазин. **Быстрее всего покупатели могут получить цветы и продукты — доставка за несколько часов есть у 81% цветочных и 62% продовольственных магазинов**, а доставка в тот же день — у 95% магазинов этих двух сегментов.

Доставка во всех остальных сегментах в среднем существенно медленнее. Возможность получить заказ в тот же день есть в 50% магазинов электроники, в 40% магазинов, продаю-

щих детские товары и товары для строительства. У аптек этот показатель ниже — 34%, однако в данном случае на него влияет также и то, что у 38% аптек вообще нет доставки, только самовывоз. Среди аптек с доставкой возможность получить заказ в тот же день своим клиентам предлагают 55%.

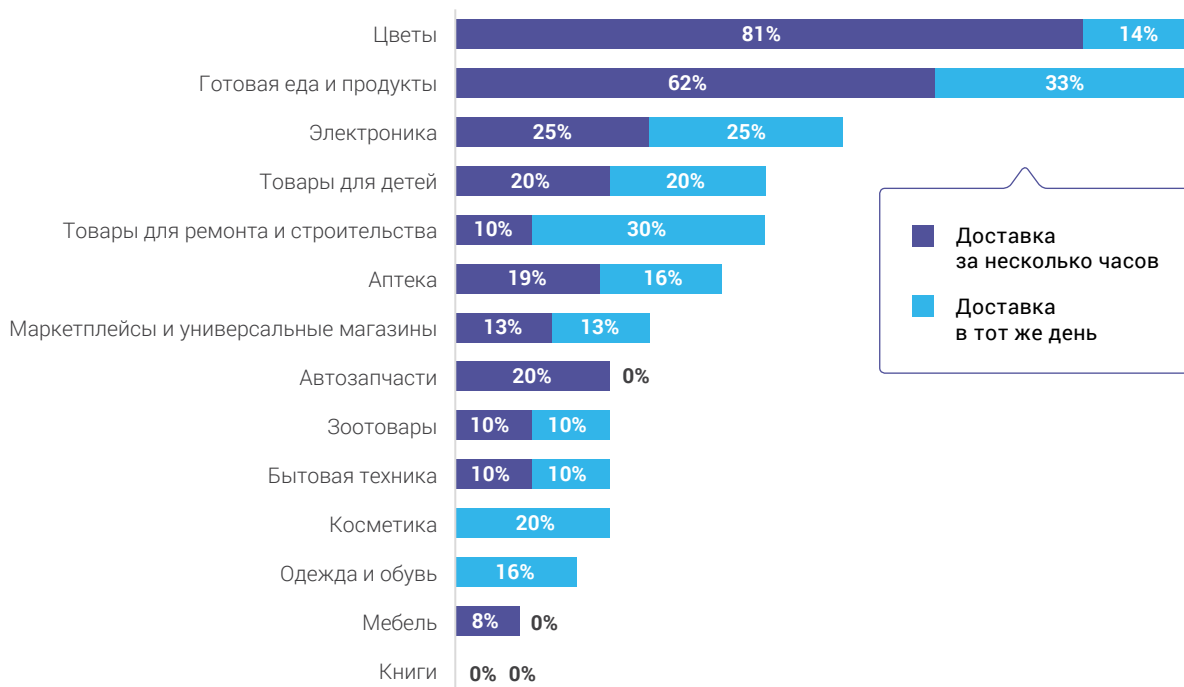
Меньше всего доля магазинов, предлагающих своим клиентам доставку в тот же день, в категориях «Книги», «Одежда и обувь» и «Косметика» — даже если у них и есть услуга срочной доставки, речь идет о следующем дне.



Товар во многом определяет покупателя. На самом деле спрос на услугу суперсрочной доставки конечен. Есть мало товаров, которые нужны действительно немедленно. Без чего угодно можно пережить любое количество часов, даже без телефона.

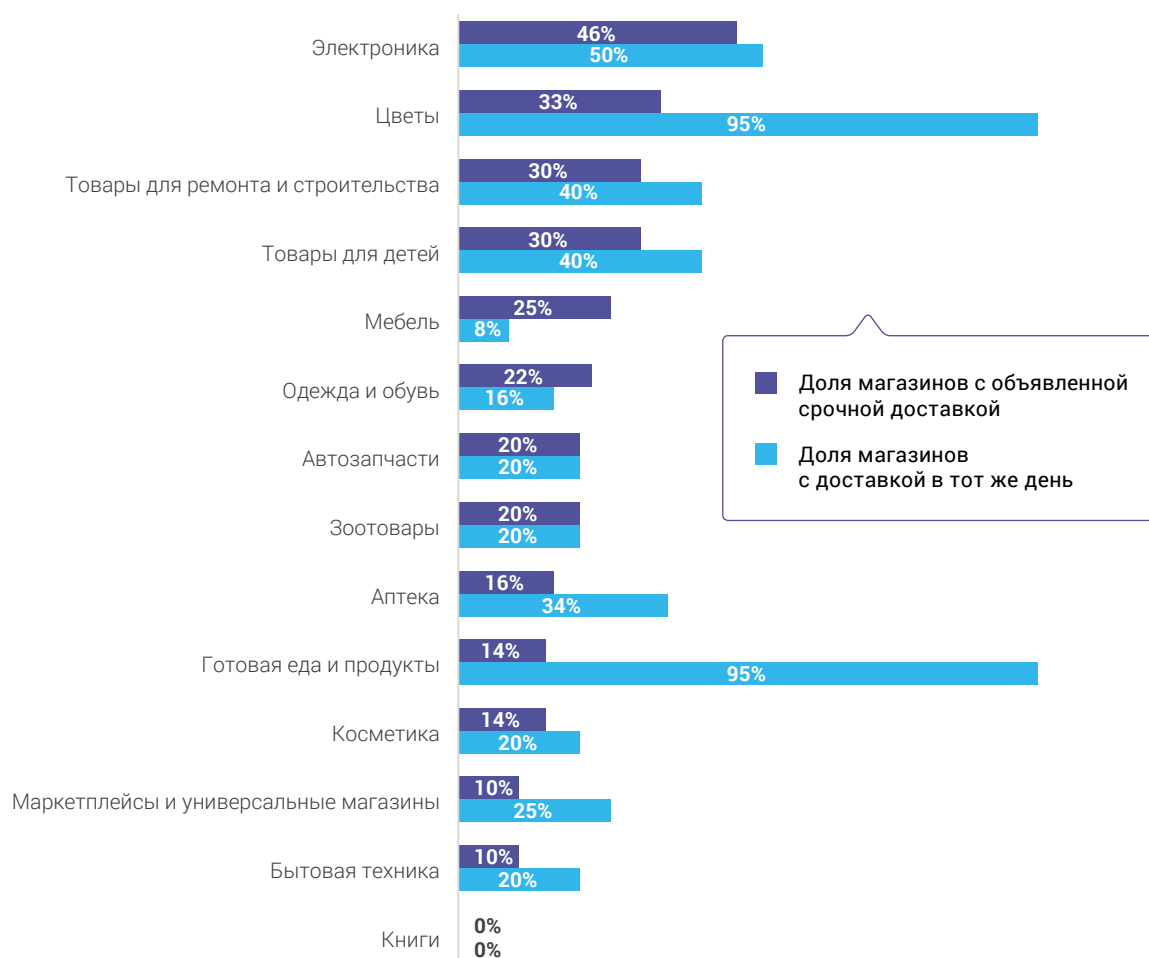
Алексей Вайсберг
директор по развитию Logsis

Рисунок 9. Доли магазинов, предлагающих доставку за несколько часов



Предложение доставки практически никак не связано с наличием такой специальной услуги. Срочная доставка или экспресс-доставка указаны у 14% магазинов с едой и продуктами и у 14% магазинов косметики, а в реальности это соответствует совершенно разным скоростям.

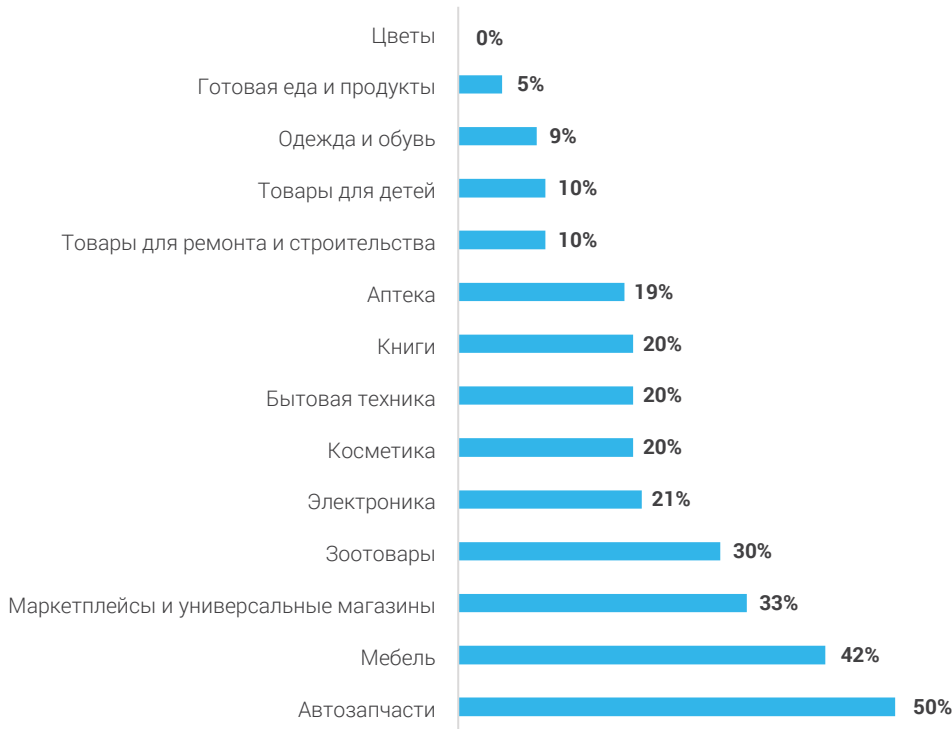
Рисунок 10. Доля магазинов с объявленной срочной доставкой и доставкой в тот же день по товарным категориям



По доле магазинов, условия доставки в которых не определены, лидируют магазины, работающие с крупногабаритом — автозапчастями, мебелью, сантехникой. Также условия доставки часто нельзя узнать заранее при заказе с маркетплейса: в некоторых случаях к товарам в заказе будут применяться разные условия.

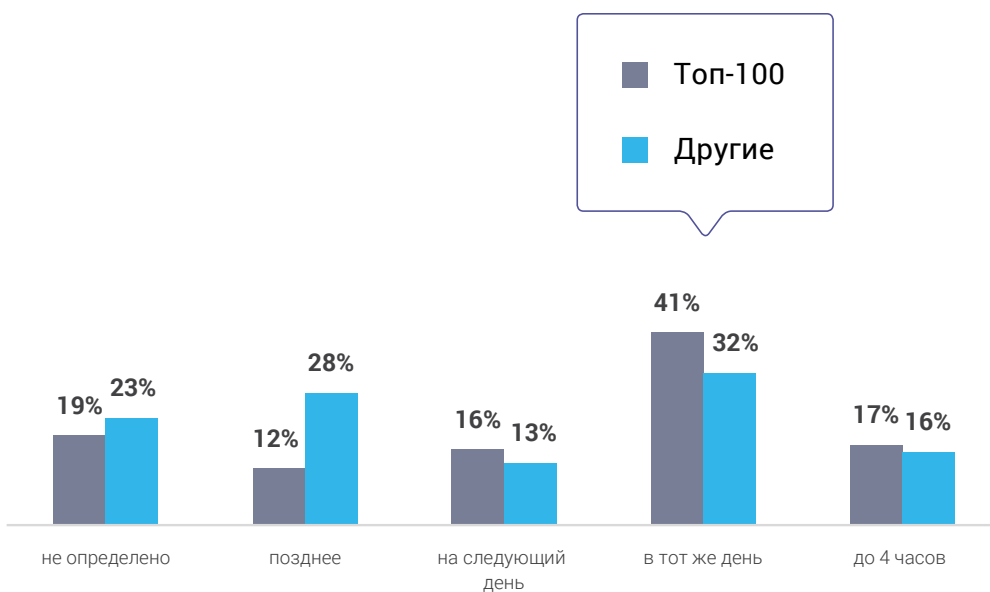
Это не очень хороший показатель — как правило, отсутствие явно сформулированных условий доставки неудобно пользователям и может отрицательно влиять на решение о покупке: 42% респондентов ответили, что могут отказаться от доставки при отсутствии четко определенных сроков. Сегменты, в которых срочная доставка более развита, — цветы и готовая еда — также предоставляют покупателям и более точную информацию о доставке.

Рисунок 11. Доля магазинов с неопределенными условиями доставки по товарным категориям



Доставка из более крупных магазинов (из топ-100) в среднем быстрее, чем из остальных. **Не позднее чем на следующий день покупатели могут получить свой заказ из 57% крупных магазинов и 48% более маленьких.**

Рисунок 12. Сроки доставки в магазинах разного размера





СТОИМОСТЬ СРОЧНОЙ ДОСТАВКИ

Медианная стоимость доставки, заявленной как срочная, во всех изученных магазинах составляет 299 рублей.

Разброс цен довольно большой: от 99 рублей (без учета бесплатной доставки) до 2000.

Дешевле всего заказывать еду — медианная стоимость доставки в этом сегменте составляет 149 рублей. Дороже всего обходится доставка крупногабарита — медианная стоимость доставки мебели составляет 590 рублей, а автозапчастей — 500 рублей.

Бесплатная доставка часто зависит от суммы заказа или от специальных акций. Без каких-либо условий чаще всего бесплатную доставку предлагают цветочные магазины (33% в этой товарной категории).

Срочная доставка в крупнейших магазинах немного дешевле, чем в остальных. Медианная стоимость в магазинах из топ-100 составляет 289 рублей.



Многие покупатели, скажем, 7 из 10, готовы ждать день, чтобы сэкономить. Хотя есть и те, кто готов заплатить. Магазинам срочная доставка приносит 20-30% продаж, и расходы они, как правило, перекалывают на покупателя, а не осуществляют за счет маржи. По Москве средняя стоимость доставки — 200-300 рублей. Рублей 500 покупатели готовы заплатить за срочность, а 1000-1500 — уже вряд ли. Для каких-то люксовых вещей стоимость может быть выше, но большинство магазинов готовы превышать базовые тарифы не больше чем в два раза.

Вячеслав Цой
исполнительный директор *Grastin*



Нельзя однозначно сказать, готовы ли клиенты платить больше за скорость доставки. Для многих важны не только себестоимость и срочность, но и гарантия соблюдения условий. То есть может оказаться лучше пообещать клиенту доставку за два дня и четко их выдержать, чем пообещать, что доставка будет за один день, а она будет за два. Кроме того, есть существенные различия по регионам, потому что сильно отличаются ритм жизни, возможности и потребности. Вообще, требования рынка по срочности доставки, конечно, растут, но больше она востребована в крупных городах. Там мы видим, что срочность порой важнее цены. А когда идем в регионы, то понимаем, что там зачастую преваляет цена.

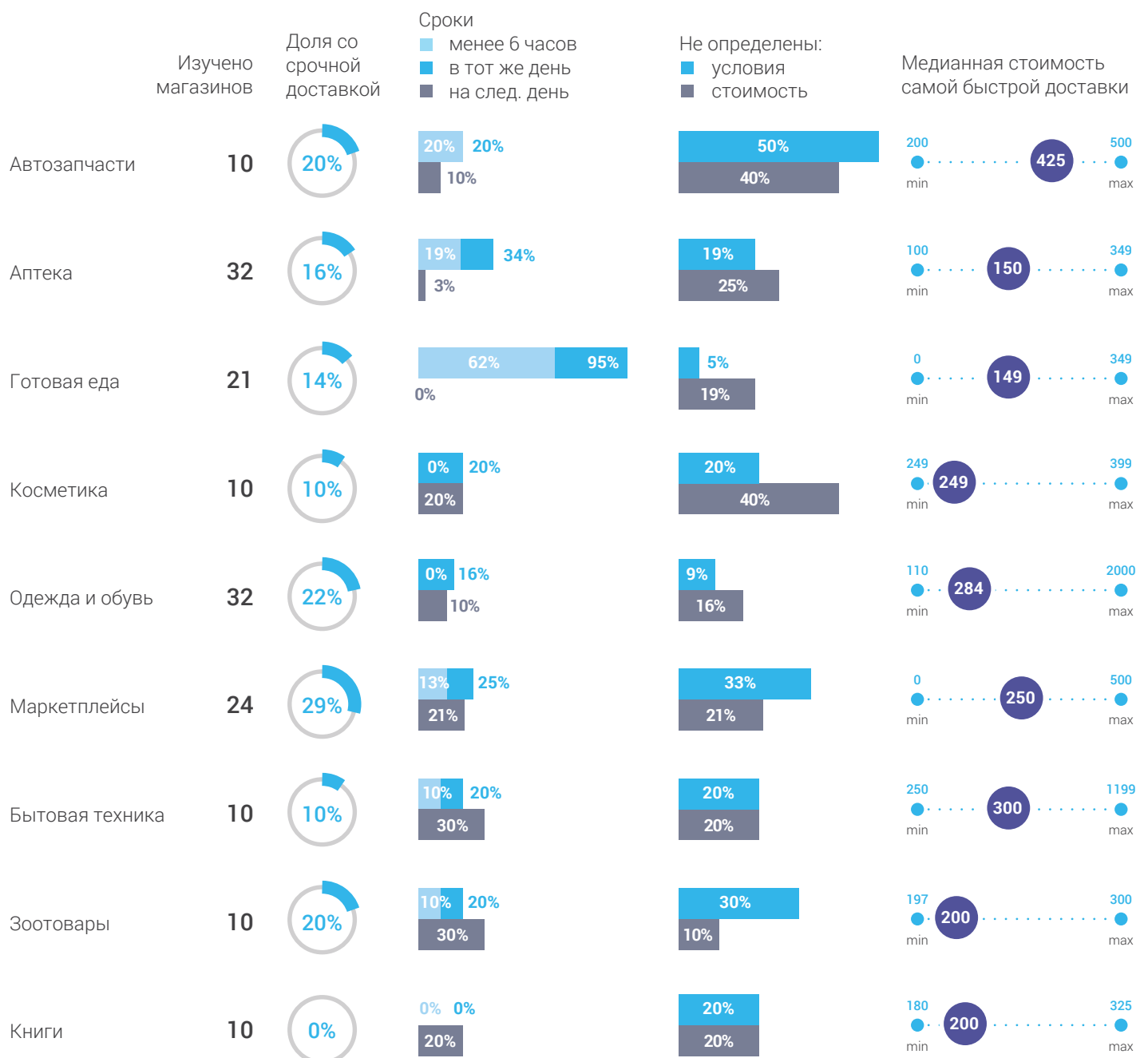
Александр Воронов
руководитель службы внутригородской логистики *CDEK*

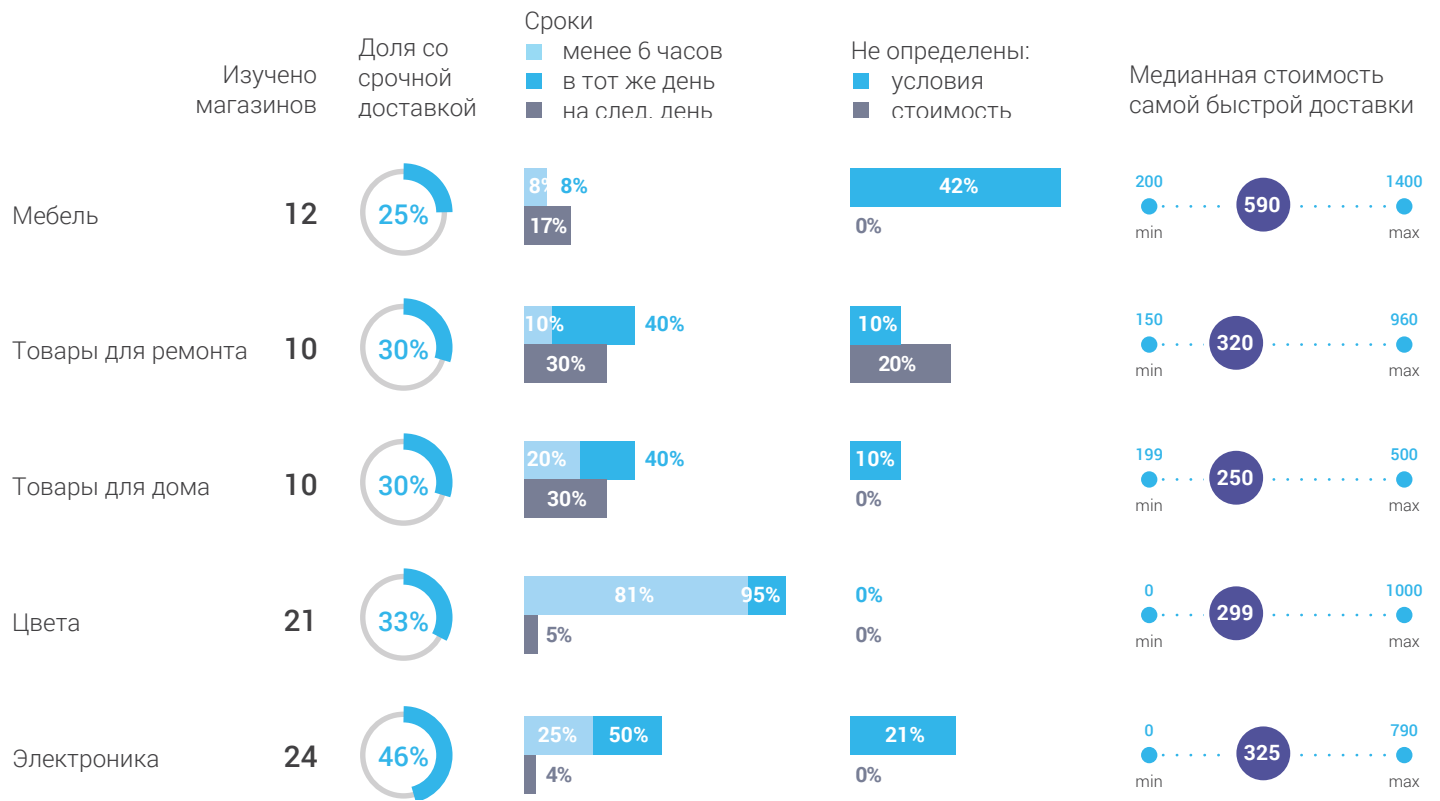
Большая часть опрошенных потребителей (72%) не находят срочную доставку чересчур дорогой, однако для ядра аудитории — потребителей, которые используют ее несколько раз в месяц — стоимость доставки является наиболее значимым фактором. 31% пользовались бы этой возможностью чаще при меньшей стоимости. 21% респондентов считают, что цена срочной доставки не должна быть выше цены обычной доставки.

37% респондентов предпочтут бесплатную несрочную доставку платной срочной — если нет острой необходимости получить заказ быстрее. **15% опрошенных указали, что всё равно заплатят за срочную доставку, даже при наличии бесплатной обычной.**



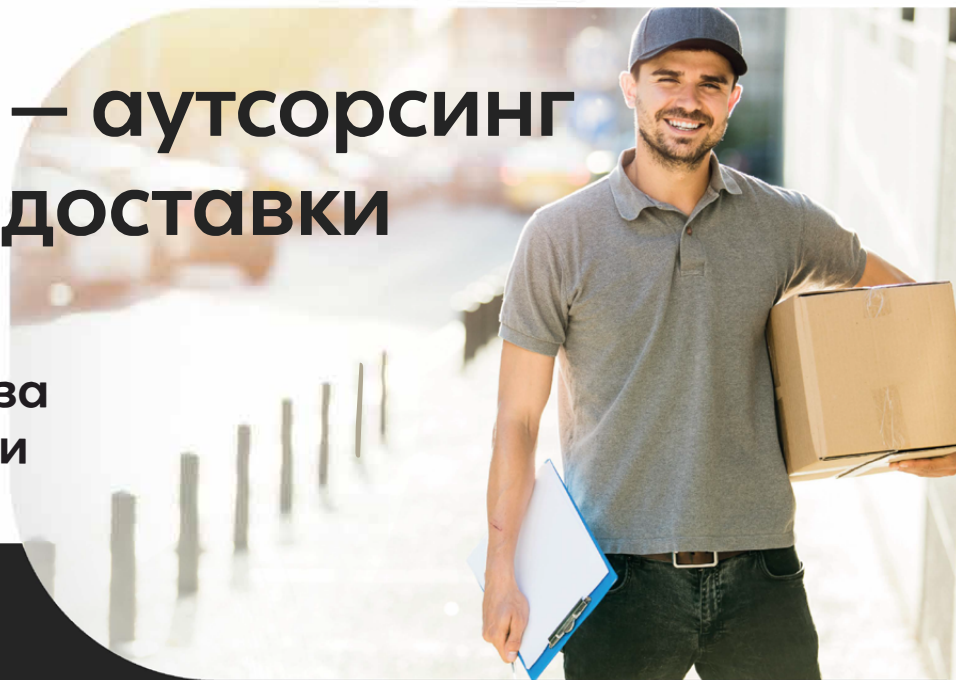
СРАВНЕНИЕ СРОКОВ И СТОИМОСТИ ДОСТАВКИ В МАГАЗИНАХ РАЗНЫХ ТОВАРНЫХ КАТЕГОРИЙ





Достависта – аутсорсинг курьерской доставки

Мы доставляем:
доставка в день заказа
увеличивает продажи



Срочная доставка по городу

День в день или
к назначенному
времени






Оптимальная доставка –
пешими курьерами,
на авто или грузовиках

Доставка
выделенными
курьерами

Интеграция доставки
с вашей системой
учета за 1 день



Удобно для бизнеса

-  Наложный платеж
-  Выкуп
-  Возврат выручки
-  Услуга объявленной ценности
-  СМС-информирование об отправителе

Крупный игрок на рынке срочной доставки

Разрабатываем и внедряем свои технологии маршрутизации

10 стран

24 города
в России

9 лет
присутствия

Рассчитаем индивидуальный тариф для вас

hello@dostavista.ru

www.dostavista.ru



Dostavista

СРОЧНАЯ ДОСТАВКА УВЕЛИЧИВАЕТ ЧИСЛО КЛИЕНТОВ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА

Интервью с Татьяной Борzych, генеральным директором Достависта Россия



— Давайте начнем с того, что соберем основные цифры, связанные с Доставистой.

Прошлый год был особенным из-за пандемии: рост потребности в доставке почувствовали все – и бизнес, и потребители. Мы приросли новыми клиентами – их в прошлом году стало больше 350 тысяч. Рынок растет, и запросов на срочную доставку приходит всё больше.

В прошлом году мы выполнили 8 миллионов доставок – это рост 50% по сравнению с 2019 годом.

Достависта в России работает 9 лет, с 2012 года, количество доставок растет каждый год – это говорит о том, что потребность в срочных доставках остается очень высокой.

В 2020 году на платформе Достависты зарегистрировались 111 тысяч новых активных курьеров – то есть тех, кто выполняет заказы хотя бы раз в неделю.

Вырос средний доход курьеров: доход пешего при доставках 5 дней в неделю мог составить 50-70 тысяч рублей в месяц, курьера-партнера на автомобиле – 90 тысяч, водителя грузовика – 90-150 тысяч рублей. В пиковые периоды, например перед новогодними праздниками, сотрудничающий с Доставистой курьер мог получить 30 тысяч, а самый активный курьер на автомобиле получил 120 тысяч рублей за неделю.

— Расскажите, пожалуйста, про актуальные модели организации доставки. Какие вы используете, какие кажутся перспективными?

Когда клиенту нужна доставка, он регистрируется на платформе или заходит в свой аккаунт и размещает заказ: отмечает точку А (откуда забрать) и точку Б (куда отвезти). Кроме собственно доставки, клиент может заказать и дополнительные услуги. Например, курьер может выкупить товар за свои средства и получить оплату за него на точке Б.

Часто встречаются так называемые многоточечные заказы: клиенту нужно, чтобы в точке А было получено сразу несколько посылок – заказов клиентов интернет-магазина или документов, и потом они были развезены по адресам.

Такие заказы нравятся курьерам – они с утра получают и маршрут на весь день, и хороший доход в конце дня. Если содержимое заказа – документы, иногда нужно вернуть их подписанными обратно на первый адрес. В этом случае в маршруте ставится последняя точка, которая совпадает с первой. Так курьеры-партнеры Достависты выполняют работу собственных курьеров клиентов, не будучи в их штате.

У интернет-магазинов каждый день есть какой-то объем срочных заказов, например 10-15 в день. Мы научились доставлять такие заказы в четырехчасовой интервал (интервал выбирает клиент) по фиксированной цене от 350 рублей за адрес*. Клиенты, использующие это решение, считают его удобным и разумным по стоимости.

Чтобы реализовать это решение, мы создаем временные слоты, которые упрощают организацию доставки: исполнители не думают, какой именно заказ выбрать. Курьер-партнер соглашается именно на такой сценарий, в течение дня появляются точки, и заказы доставляются именно туда.

Есть доставка в выделенной зоне — заказы внутри определенного небольшого радиуса, например из магазина или даркстора. Такие заказы тоже очень популярны и быстро разбираются: если курьер сам живет в этом же районе и хорошо в нем ориентируется, он развезет заказы очень быстро. Мы определяем, какому количеству клиентов нужен курьер в течение дня, и создаем слоты в системе: мы умеем прогнозировать, сколько курьеров понадобится для требуемого объема заказов, чтобы достигнуть оптимального качества и экономической эффективности.

— А что является обязательным условием для вашей работы? Что необходимо, чтобы запустить срочную доставку?

Опыт показывает, что наш сервис хорошо развивается в городах-миллионниках, чтобы работать эффективно и с прибылью. Поэтому лучше всего Достависта обеспечена и клиентами, и курьерами в Москве и Санкт-Петербурге. Другие города нашего присутствия — их всего 22, исключая две столицы, — развиваются менее активно, и это связано в первую очередь с экономической ситуацией.

И тем не менее мы научились быстро доставлять заказы и в городах с населением от 500 тысяч жителей, и быстро выходить в новые города. Технически — без учета оценки города и договоренностей с федеральными клиентами, инвестиций в рекламу — мы можем развернуть службу доставки Достависты в новом городе за один день.

В других странах — всего мы присутствуем в 10 странах мира, от Турции и Южной Кореи до Мексики и Бразилии, — мы тоже активно развиваемся. На Филиппинах наша местная компания MrSpeedy выросла в объеме доставок в 30 раз. В этой стране есть удачное для нас сочетание бурно растущего рынка доставки и огромного числа исполнителей — курьеров. Другие азиатские страны в 2020 году тоже показали замечательный рост.

— Насколько востребована суперсрочная доставка — условно меньше, чем за час?

Такая потребность востребована в первую очередь в доставке горячей еды из ресторанов, а еще в доставке продуктов. Но иногда подобные срочные заказы могут быть у любого интернет-магазина: доставить что-то очень быстро нужно его клиенту. Допустим, клиента неожиданно пригласили на торжество и нужен подарок. В такой момент срочным заказом с доставкой за час может стать книга, набор инструментов или букет цветов. Потребитель готов заплатить за доставку больше, и доставка нужна не просто срочно, а суперсрочно.

В остальных сегментах, кроме еды, постоянной потребности в суперсрочной доставке нет. Мы выходили с предложением суперсрочной доставки в аптеки и выяснили, что большинство пациентов ожидают доставку в течение 3-4 часов и не просят сократить сроки. Дело еще и в том, что рецептурные лекарственные средства пока законодательно запрещено продавать дистанционно, а значит и доставлять. Мы доставляем лекарственные средства из аптек потребителям — но это не инсулин, который спасает жизнь, а безрецептурный препарат, и чаще всего нет потребности в его доставке в течение часа.

Что будет дальше? Я думаю, что интервалы доставок будут сокращаться, будет проходить оптимизация всех процессов и цен. В какой-то момент массово появятся роботы, микросклады, микродарксторы, где будут сортироваться самые популярные товары. Интернет-магазины, возможно, начнут объединяться, чтобы быстрее доставлять заказы своим клиентам.

— А через какое время сейчас реально получить суперсрочный заказ?

Приведу статистику марта 2021 года: в Санкт-Петербурге курьер-партнер Достависты прибывал на первую точку через 18 минут после подтверждения заказа, среднее время доставки — 50 минут.

— Насколько сильно отличается скорость доставки в Москве и Санкт-Петербурге и в других городах? Есть ли где-то еще потребность в срочной доставке?

Потребность доставить срочно есть везде.

Отличие только в том, что в регионах средний заработок и располагаемые доходы не такие, как в двух столицах. Поэтому, если потребитель видит, что доставка сегодня стоит 300 рублей, а доставка на следующий день — 100, он предпочтет подождать до следующего дня.

* На июль 2021 года.

На сегодня соотношение роста Москвы и Санкт-Петербурга и регионов пока в пользу двух столиц. Развитие интернет-торговли в регионах отстает от московского примерно на 7 лет. Но регионы развиваются: в 2020 году региональные доставки составили 15% нашего объема, и мы видим рост. Региональный рынок зреет, меняется, появляются новые местные игроки – наши клиенты, отлаживается экономика процессов.

– В чем основное преимущество именно срочной доставки для интернет-магазинов?

Во-первых, чем позже интернет-магазин доставляет заказ, тем больше вероятность получить отказ от покупки. Некоторые заказы делаются импульсивно – утром потребитель на работе зашел на сайт, разместил заказ и увидел, что доставка будет на следующий день; по дороге домой потребитель покупает этот же товар где-то и аннулирует утренний заказ. Или на следующий день передумывает и отказывается от покупки. Это частые ситуации, и они – боль интернет-магазина: продажа не состоялась.

Если доставлять быстрее, потребитель тоже может передумать – но вероятность этого решения уже меньше.

Иными словами, доставка сегодня уменьшает неприятный для интернет-магазина факт (вероятность 10%), что потребитель откажется от покупки, если ему доставить заказ на следующий день.

Во-вторых, срочная доставка увеличивает не только выкупаемость, но и число клиентов интернет-магазина. Если покупателю нужна срочная доставка – например, того же подарка, то он не будет рассматривать вариант «купить в этом интернет-магазине», если магазин не может предложить срочную доставку. Интернет-магазин может даже не узнать, что он потерял возможного покупателя.

Около 25% клиентов, которым нужна доставка срочно, не будут ждать заказ на следующий день – они поедут в магазин и купят нужный товар.

В мае 2021 года мы спросили клиентов Достависты, помогает ли срочная доставка в развитии их продаж. 70% опрошенных согласились с утверждением, что с помощью доставки день в день они стали отправлять больше заказов клиентам. 50% подтвердили, что срочная доставка помогла им увеличить продажи. У кого-то рост продаж составил 5%, у других 50% – цифры зависели от начального показателя и количества товарных категорий. В любом случае, после подключения доставки день в день количество клиентов возрастает.

– Расскажите, пожалуйста, из чего складывается стоимость доставки?

Стоимость доставки складывается из нескольких частей: большая часть – оплата доставки курьером, фиксированная часть – комиссия Достависты. Комиссия – это работа контактного центра, смс-информирование, телефония и оплата услуг специалистов разработки, а также реклама нашей платформы. Разработчики тестируют и совершенствуют алгоритмы, например маршрутизацию, а еще прогнозируют безопасность отправок. Это уникальный в России модуль, благодаря которому мы за последний год в 3 раза снизили количество проблемных доставок. Третья часть – страховая: услуга объявленной ценности, когда Достависта компенсирует стоимость отправления в случае его порчи или пропажи при доставке (хотя статистика подобные инцидентов – 0,01% от общего числа отправок).

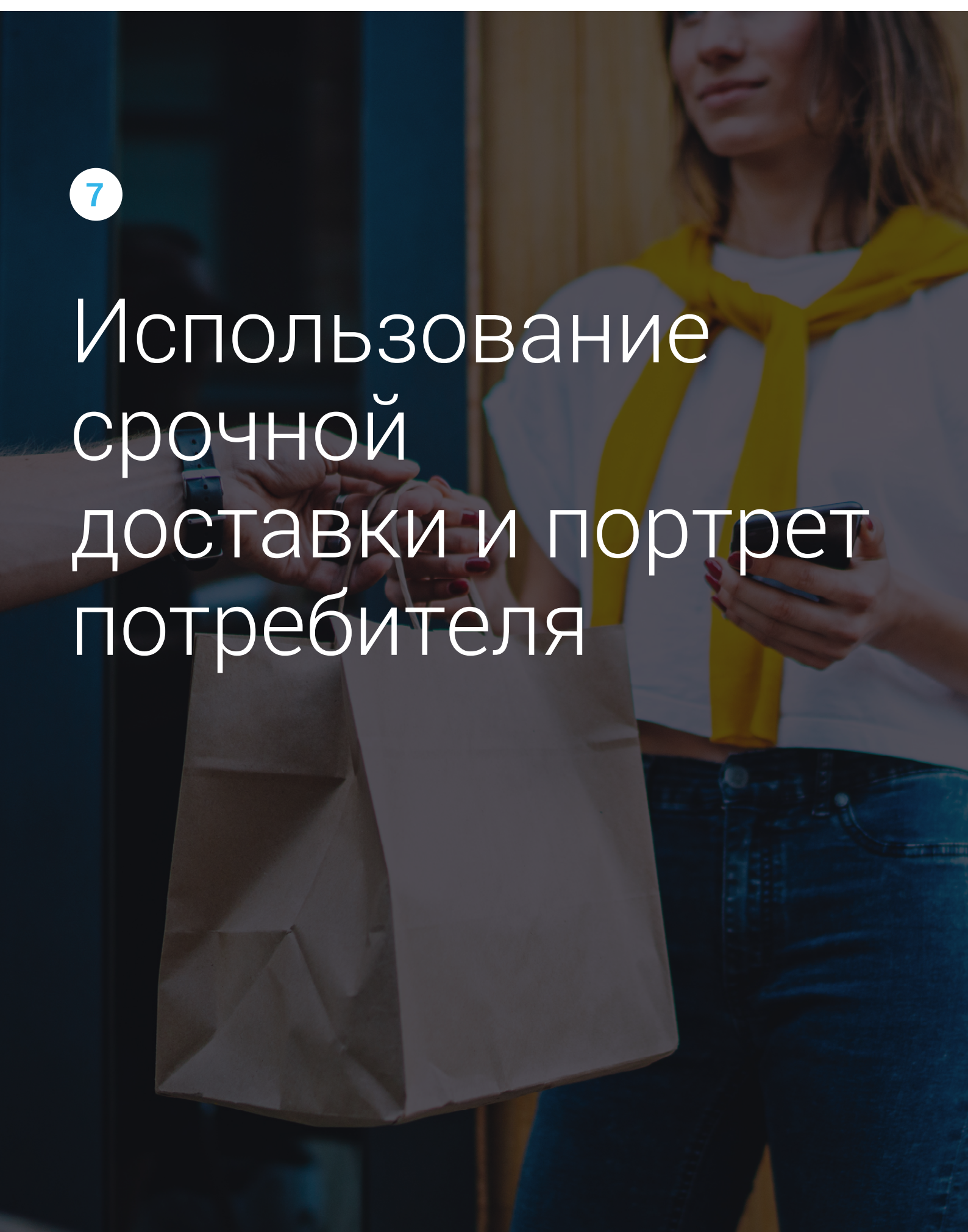
За последние годы мы смогли снизить средний тариф на доставку на 20% по сравнению с тарифом, с которым мы когда-то выходили на рынок.

Хотим ли мы уменьшить размер комиссии Достависты? Да, и для этого постоянно оптимизируем работу – сократили количество касаний, уменьшили время оператора на линии. Вознаграждение курьеру тоже может снижаться, но только если не снизится его совокупный дневной доход за все заказы.

Если мы удачно спланируем дневной маршрут курьера, когда он получает один заказ за другим, а по дороге на точку доставки может подхватить еще один заказ, при этом экономит силы и время и получает адекватный доход, – получается та гармония, которую мы постоянно ищем.

7

Использование срочной доставки и портрет потребителя

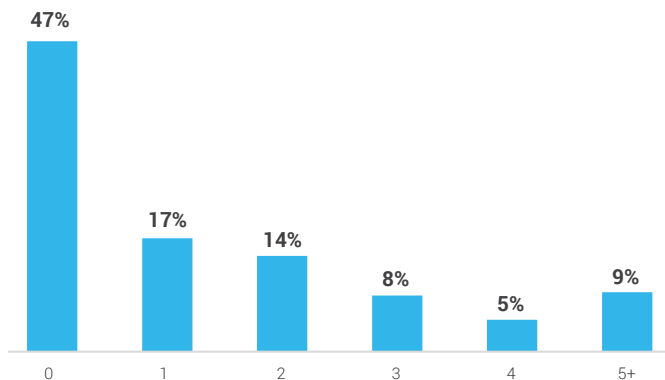
A woman with long brown hair, wearing a white t-shirt and a bright yellow scarf, is looking down at a smartphone in her left hand. A hand from the left is handing her a brown paper shopping bag. The background is a blurred indoor setting with wooden panels.



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРОЧНОЙ ДОСТАВКИ И ПОРТРЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Опрос покупателей показывает востребованность срочной доставки. Больше половины активных покупателей (тех, кто совершил хотя бы один онлайн-заказ за последний месяц) использовали в течение последнего месяца доставку в тот же день. 9% активных покупателей делали заказы в тот же день пять и более раз.

Рисунок 14. Распределение онлайн-покупателей по количеству заказов с доставкой в тот же день, сделанных за последний месяц



Среди причин, по которым люди пользуются срочной доставкой, выделяются две. Во-первых, какая-то сложная нетипичная ситуация, подразумевающая срочность, — неожиданно пришли гости, нужны лекарства, что-то сломалось. Эту причину назвали 31% ответивших на вопрос «Почему вам бывает нужна срочная доставка?». Во-вторых, хочется есть.

Так ответили 26%. 9% опрошенных очень заняты и планируют свое время, 8% просто не любят ждать. 5% ответивших назвали в качестве причины необходимость подарка или чего-то для праздника. 4% людей упомянули спонтанность и желание получить заказанный товар сразу.

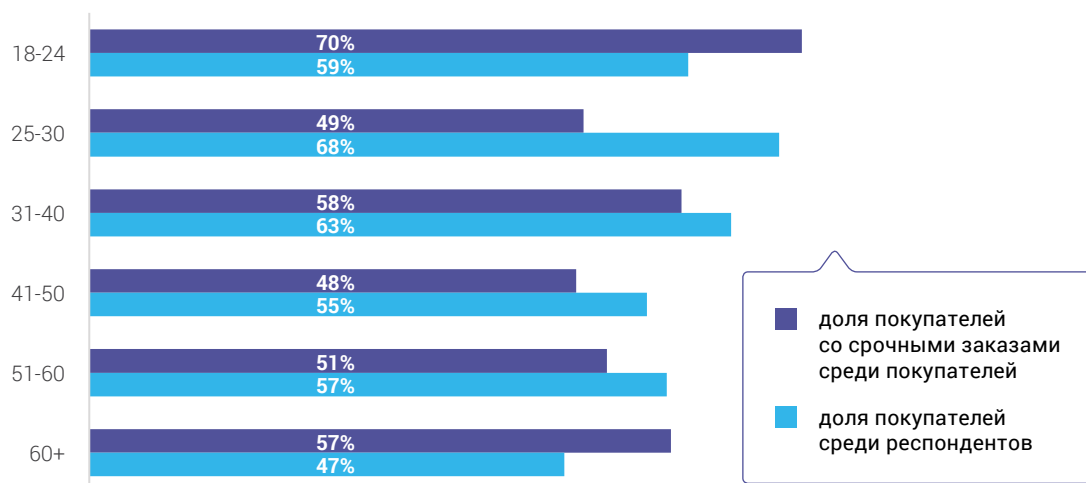
Таблица 1. Примеры ответов покупателей на вопрос «Почему вам бывает нужна срочная доставка?»

Причина	Примеры ответов респондентов
Необычная ситуация, форс-мажор, нужно срочно	<ul style="list-style-type: none"> – Неожиданный приход гостей. – Когда сломал мобильный телефон, срочно понадобилось приобретение нового. Сложно было найти магазин с доставкой в тот же день. – Из-за срочности, например, при ремонте автомобиля.
Еда	<ul style="list-style-type: none"> – Есть хочется. – Если заказываю еду, то хочется ее в течение нескольких часов получить и съесть. – Занятость. – Мало выходных и свободного времени, не хочется тратить даже час на банальный поход в магазин.
Не любят ждать	<ul style="list-style-type: none"> – Очень трудно ждать заказа по три дня. Например, жена заказала крючки и ждала с нетерпением, а пришел другой товар. Возврат, снова заказ и снова ожидание... Это выматывает. – Потому что я не люблю ждать (:
Подарок или праздник	<ul style="list-style-type: none"> – Пригласили на день рождения.
Спонтанность	<ul style="list-style-type: none"> – Вспышка шопоголизма. – Потому что заказанное необходимо получить сразу же.

Женщины и мужчины используют доставку в тот же день примерно поровну — за последний месяц заказы с доставкой в тот же день делали 53% активных покупательниц и 55% активных покупателей. **При этом среди тех, кто уже использует срочную доставку, женщины активнее** — больше одного срочного заказа за последний месяц сделали 74% женщин и 63% мужчин.

Больше всего доставка в тот же день востребована у самых молодых пользователей — 18-24 года. Кроме того, высоко проникновение срочной доставки в самой старшей возрастной группе (старше 60 лет) — доля покупателей среди опрошенных в этой группе заметно меньше, чем в остальных (47%), однако доля пользователей срочной доставки среди покупателей выше, чем во многих других возрастных группах (57%).

Рисунок 15. Доля активных покупателей и доля покупателей со срочными заказами по возрастным группам респондентов



Женщины активнее совершают онлайн-покупки, а мужчины немного чаще используют срочную доставку. Доля активных покупателей среди опрошенных женщин составила 68%, а мужчин — 53%. При этом доля покупателей, совершавших покупки со срочной доставкой, среди женщин составила 53%, а среди мужчин — 55%.

Однако те женщины, которые начали пользоваться срочной доставкой, делают это чаще, чем мужчины. За последний месяц 74% таких женщин сделали два или больше заказа со срочной доставкой, а 8% — больше десяти заказов. У мужчин эти показатели равны соответственно 63% и 2%.

Рисунок 16. Доля активных покупателей и доля покупателей со срочными заказами по возрастным группам респондентов



Чаще срочную доставку используют жители Москвы и Московской области (17,5%) и Санкт-Петербурга и Ленинградской области (9%).

Согласно результатам опроса, больше всего заказов связано с едой: в 37% от всех срочных заказов, сделанных за последний месяц, была готовая еда, а в 25% — продукты. Товары всех остальных категорий заказывают существенно реже. По 7% срочных заказов состоят из разных товаров (как правило, это заказы с маркетплейсов) и техники.

Еду и продукты мужчины и женщины заказывают примерно поровну. Мужчины в полтора раза чаще срочно заказывают технику, чем женщины, а женщины в три раза чаще мужчин срочно заказывают лекарства и в два раза — сразу много разных товаров.

Основные стопоры для еще более частого использования доставки с точки зрения постоянных потребителей:

- слишком высокая стоимость (28% опрошенных),
- нет гарантии, что заказ придет вовремя (24% опрошенных),
- всё равно слишком маленькая скорость (14%).

Более редкие пользователи также упоминают невозможность выбрать точное время доставки.

Рисунок 17. Распределение заказов со срочной доставкой по товарным категориям



9-10 сентября

Технопарк Сколково, Москва

NEW RETAIL FORUM

* на правах рекламы

Открытый диалог ритейлеров, производителей и сервис-провайдеров.

Главное место встречи российских ритейлеров.

• Новые сервисы и решения для роста продаж

• Живые встречи с коллегами по ритейл рынку

• Новые стратегии и бизнес-идеи

• Опыт уникальных российских и международных спикеров

9 сентября

- Цифровизация ритейла и новые бизнес-модели
- Логистика, склад, фулфилмент
- IT & Retail
- Маркетинг для ритейла, 1 день
- Retail 4.0: Диджитал технологии для коммуникации в офлайне
- Аналитика и автоматизация бизнес-процессов

10 сентября

- Стратегии развития продаж на маркетплейсах
- Маркетинг для ритейла, 2 день
- Fashion Tech Day
- eDIY
- Omni Pharma
- FinTech
- E-Grocery & Food Tech
- Retail 4.0: Диджитал технологии для коммуникации в офлайне

Зарегистрироваться на сайте <https://nrf.upgrade.st/>

8

Методика исследования





МЕТОДИКА

Анализ условий доставки

Чтобы показать, какие условия быстрой доставки предлагают покупателям интернет-магазины разного размера и товарных категорий, мы взяли 100 крупнейших магазинов и 100 случайных магазинов, входящих в топ-3000. Далее мы выбрали наиболее распространенные товарные категории и дополнили

выборку так, чтобы каждая из них была представлена не менее чем десятью магазинами. Всего в выборку вошло 267 магазинов, для 14 товарных категорий — не менее 10 магазинов. Суммарно заказы в этих магазинах составляют не менее 85% от всех российских онлайн-заказов.

Таблица 2. Название таблицы

Категория	Количество магазинов	Категория	Количество магазинов
Автозапчасти	10	Мебель и товары для дома	12
Аптека	32	Одежда	32
Бытовая техника	10	Ремонт, строительство, инструменты	10
Готовая еда и продукты	21	Товары для детей	10
Зоотовары	10	Маркетплейсы и универсальные магазины	24
Книги	10	Цветы	21
Косметика	10	Электроника	24

При сборе показателей срочной доставки руководствовались следующими критериями:

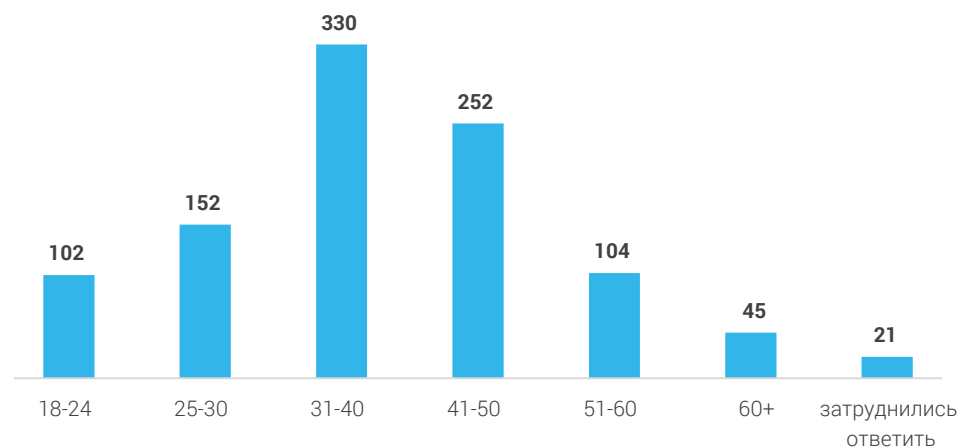
- Выбирали услугу, обозначенную как «срочная доставка» или «экспресс-доставка».
- Если срочная доставка как отдельная услуга в магазине отсутствует, смотрели условия самой быстрой из доступных доставок.
- Если условия доставки различались в зависимости от района города, выбирали стоимость доставки в центре. В большинстве магазинов стоимость доставки указана для Москвы в пределах МКАД.
- Условия бесплатной или более дешевой доставки при заказе на определенную сумму игнорировались, как и надбавки за вес заказа или дополнительная стоимость подъема на этаж. То есть для всех магазинов учтена стоимость доставки относительно дешевых и легких заказов.

Опрос потребителей

Опрос проводился летом 2021 года с помощью сервиса Яндекс.Взгляд. Участие приняли 1006 респондентов, из них 56% мужчин и 44% женщин. Основную группу респондентов составили люди 31-55 лет (58% ответивших). Большая часть

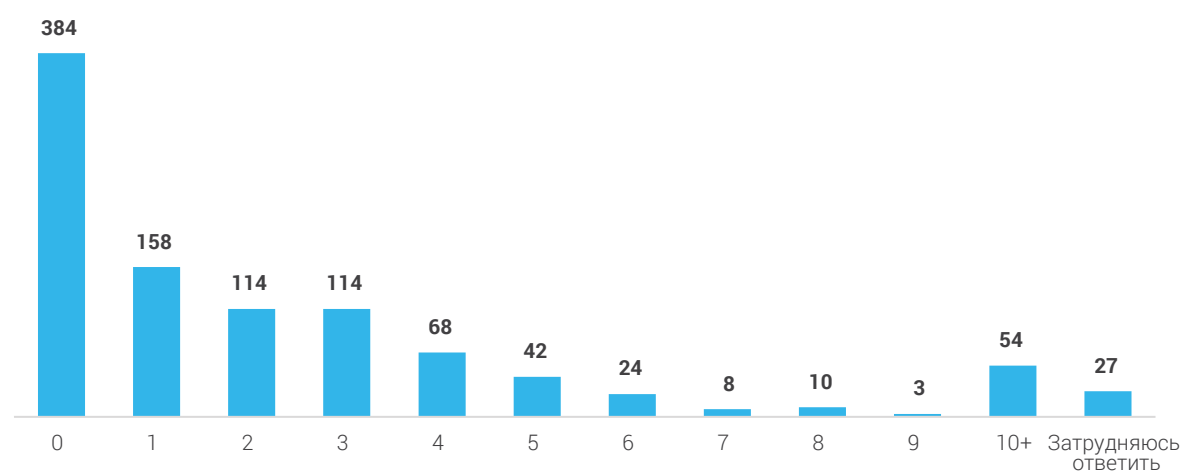
респондентов указали, что проживают в регионах России (68%), в Москве и Московской области — 17,5%, в Санкт-Петербурге и Ленинградской области — 9%.

Рисунок 18. Распределение возраста респондентов



59% опрошенных можно назвать активными онлайн-покупателями: за последний месяц они совершали заказы в интернет-магазинах. 5% опрошенных совершили более 10 заказов за последний месяц. 3% затруднились с ответом.

Рисунок 19. Распределение респондентов по количеству сделанных за последний месяц заказов





Скорость и удобство — главное для клиента

С экспресс-доставкой ваш бизнес может
расти быстрее, а клиенты — чаще делать заказы

63% покупателей называют экспресс-доставку
причиной, по которой выбирают магазин

87% покупателей сделают заказ снова, если
их устроит качество и скорость доставки

23% из ТОП-100 онлайн-магазинов предлагают
экспресс-доставку в России

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР ИССЛЕДОВАНИЯ

Яндекс.Доставка — сервис организации перевозок и логистики для массового рынка и корпоративных клиентов. Курьеры, водители и автопарки, подключенные к сервису, используют единую технологическую платформу Яндекса. Яндекс.Доставка помогает получить посылки клиентам крупных сетей, например, Decathlon, «Леруа Мерлен», «Детский мир», Globus, а также покупателям небольших онлайн-магазинов: локальных брендов одежды, изготовителей handmade-мыла, цветов, тортов и пирожных, фермерских продуктов.



ПАРТНЕРЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

С 2010 года работает на рынке доставки. Сейчас региональная сеть Voboxberry насчитывает более 4200 отделений в 680 городах. Услуга курьерской доставки предоставляется в 1600 населенных пунктах. В Москве и Санкт-Петербурге курьеры работают ежедневно, при этом минимальный интервал доставки составляет 3 часа.



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

В 2020 году Voboxberry запустила доставку в страны СНГ и сейчас возит грузы в Казахстан, Беларусь, Киргизию и Армению.

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

Dalli — служба доставки для интернет-магазинов и омниритейла по Москве, Московской области, Санкт-Петербургу и Ленинградской области. Компания существует на рынке с 2013 года. Безукоризненное качество и безупречный сервис — основа философии службы доставки Dalli.



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

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

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

Достависта развивает IT-платформу срочной доставки для бизнеса и частных лиц. Компания основана в России в 2012 году и на конец 2020 года располагает офисами в 10 странах под локальными брендами.

Dostavista

Курьеры-партнеры Достависты в 23 городах России в 2020 году доставили более 8 000 000 посылок. Оборот российской доли бизнеса в 2020 году превысил 3,6 млрд рублей.

Российский офис Достависты каждый день обрабатывает более 30 000 заказов от 3 500 000 клиентов — физических и юридических лиц, 80% заказов поступает от бизнеса. На платформе компании зарегистрировались более 350 000 активных курьеров из городов работы Достависты в России.

Кроме курьерской доставки, Достависта оказывает дополнительные услуги для бизнеса: выкуп товара, наложенный платеж, возврат выручки, обеспечение сохранности груза, маршрутизацию доставок, смс-информирование получателя об отправителе посылки.

Клиенты Достависты — бренды всех сегментов и размеров бизнеса, в их числе «Детский мир», «Кораблик», «Дочки-Сыночки», «Аскона», «Спортмастер», «Ситилинк», «Авито», «МТС», «Империя пиццы», «Эркафарм», «Горздрав/36.6», «Моремания», Сбермаркет, «Многоголосия», Торговый дом «Рублевский», toy.ru, Дымов, «Леонардо», Nespresso, Технопарк, другие федеральные и местные компании.

Прямиком — служба доставки онлайн-заказов для магазинов, ресторанов и частных лиц. Ультрабыстрая доставка за 10-15 минут за счет использования предиктивных алгоритмов, которые прогнозируют, где и сколько курьеров потребуется. Сервис использует собственную технологическую платформу, способную обеспечить обработку мультикатегорийных заказов любого объема. Заказы из разных категорий автоматически группируются на маршруте, за одну поездку курьер может доставить до 20 посылок — такой подход снижает стоимость каждой доставки в 2 раза.

Подключить доставку Прямиком можно в течение дня. Сервис легко интегрируется по API в любые e-commerce приложения. Тонкая настройка нормативов и гибкий SLA позволяют персонализировать доставку под стандарты бренда. Равные условия подключения для бизнеса любого размера во всех регионах.

Сервис Прямиком, проект компании Master Delivery, запущен в 2021 году. Работает по модели франчайзинга в 100+ городах России и Европы. К концу года планируется расширение до 150 городов. На текущий момент к платформе подключено более 10 тыс курьеров. За первое полугодие 2021 года через Прямиком доставлено более 500 тыс заказов, общий товарооборот составил 560 млн рублей.

«Чекбокс» — платформа внутригородской экспресс-доставки по фиксированной цене. Стоимость не зависит от расстояния и веса, но уменьшается от объемов. Доставляем от 90 минут или в удобные вам и клиенту часовые интервалы, ведь никто не любит ждать курьера весь день. Удобный заказ на сайте, в приложении, через API или CRM-интеграцию. Благодаря уникальному алгоритму, встраивающему заказы по пути в реальном времени, нам нужно в 36 раз меньше курьеров, чем в crowdsource на те же объемы. Поэтому мы тщательно отбираем только самых вежливых и грамотных, а также обучаем и оснащаем каждого курьера. Материальная ответственность до 50 000 рублей без договора и до 1 млн рублей по договору бесплатна для вас, потому что мы доверяем нашим курьерам. Все курьеры делают заказы на легковых автомобилях при полном соблюдении температурного режима. Вы можете смело доверить нам лицо вашего бренда — мы делаем доступными сервис и технологии уровня интернет-гигантов бизнесу даже из одного человека.



прямиком

✓ чекбокс



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 методиками таким образом, чтобы получить непротиворечивые результаты.

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:



Услуги, которые мы оказываем:



Исследование для интернет-компаний, инвестиционных компаний, сервисов и пр. по запросу

Примеры исследований уточните у нас напрямую или приходите с задачей, а мы подумаем, как ее решить



Предоставление готовых отчетов по различным сегментам

Список существующих отчетов Вы можете уточнить у нас на сайте или по телефону



Презентационные исследования

Исследования/контент-продукты для информационной поддержки компании и запускановых продуктов



Консультации интернет-проектов

Консультируем на разных стадиях по вопросам стратегии развития, маркетинга, технологиям



Мониторинг новостей

Следим за новостями электронной коммерции, интернет-рекламы, технологических стартапов



+7 (495) 540-59-06

a@datainsight.ru

www.datainsight.ru

дополнительные контакты - www.datainsight.ru/contacts

ИССЛЕДОВАНИЯ DATA INSIGHT ПО ЛОГИСТИКЕ



Фулфилмент
для электронной
торговли



Доставка
в пункты выдачи
заказов и постаматы



Доставка
крупногабаритных
товаров



В 2021 ГОДУ ТАКЖЕ ВЫЙДУТ
«Последняя миля»,
«Фулфилмент 2021», «Логистика 2021»,
«Логистические услуги для интернет-магазинов:
мнения и ожидания клиентов»