

ячейки
утилизация реклама система коробки
упаковка логистика тарификации фулфилмент 54-ФЗ
доставка хранение интеграция склад комплектация оптимизация
3PL eCommerce **Aristos** фотопродакшн кросс-докинг маркетинг **Itella** перевозка
заказ посылка **Data Insight** поставщик колл-центр
маркировка
товар товара
паллеты

Фулфилмент для интернет-торговли

омниканальность
телемагазин обработка сортировка приемка первая миля
eSolutions интернет-магазин
последняя миля личный кабинет резервирование почтамат **Shiptor** крупногабарит
DS Servise возврат товара
аутсорсинг
контакт-центр автоматизация страхование
СМС-информирование курьерская служба
трекинг оператор партнеры
отправка факторинг стеллаж пункт выдачи груз **DATA insight** сток допродажа дистанционная торговля
ИЮНЬ 2017

*Результаты исследований, последние инвестиции,
отчеты интернет-магазинов, любопытные кейсы
по рынку электронной торговли в России и в мире*

мы публикуем в нашей группе в Facebook



facebook.com/DataInsight

Презентации, отчеты, инфографика по результатам

публичных исследований Data Insight на Slideshare



slideshare.net/Data_Insight

Последние новости онлайн-рекламы и электронной торговли



t.me/DataInsight

Бесплатная рассылка новостей электронной торговли



datainsight.ru/ecommm_weekly

Выходит еженедельно, для подписки заполните форму.



Присоединяйтесь к нам!

Партнеры исследования


aristos


esolutions
A member of the otto group

DS  Service
для тех кто ценит время


itella 

SHIPTOR 
НАДЕЖНАЯ ДОСТАВКА ПОСЫЛОК

Содержание

НАБЛЮДАТЕЛЬНЫЙ СОВЕТ DI ЛОГИСТИКА	6
ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО	9
РЫНОК РОССИЙСКОГО ФУЛФИЛМЕНТА СЕГОДНЯ	11
РЕКЛАМА. КЕЙС ESOLUTIONS: СЕТЬ ОБУВИ И АКССУАРОВ «ЭКНИКА»	17
КАК ЭТО РАБОТАЕТ	23
РЕКЛАМА. КЕЙС ITELLA	31
ХАРАКТЕРИСТИКИ ФУЛФИЛМЕНТ-ОПЕРАТОРОВ, ИЛИ КАК МАГАЗИНУ ЧИТАТЬ КАРТОЧКИ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОДРЯДЧИКОВ.....	36
РЕКЛАМА. КЕЙС SHIPTOR: КАК ПЕРЕДАЧА ПРОЦЕССОВ ПО КРОСС-БОРДЕРУ НА АУТСОРС ПОМОГЛА МАГАЗИНУ ARTAVAN.RU СНИЗИТЬ РАСХОДЫ НА ЛОГИСТИКУ НА 30%.....	51
РЕКЛАМА. КЕЙС ЗАО «СДТ»	64
РЕКЛАМА. КЕЙС ARISTOS: МОНОБРЕНД СО ВКУСОМ: КАК ПРОИЗВОДИТЕЛЮ ТОВАРОВ СДЕЛАТЬ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН	74
ПРОФИЛИ КОМПАНИЙ	82
АРАН	83
ARVATO	85
ARISTOS.....	87
BETA PRO	89
B2CPL.....	91
EASY WAY	93
EXPRESS RMS	95
ESOLUTIONS	97
IML.....	99
ITELLA	101

KUPIVIP E-COMMERCE SERVICES	103
LAMODA B2B.....	105
ЛОГОСКОР.....	107
МАРШРУТ.....	109
ON TIME	111
PONY EXPRESS	113
PROSTORE	115
ПРОСТЫЕ РЕШЕНИЯ	117
ПЭК.....	119
REWORKER.....	121
RITM-Z	123
СДЭК.....	125
ЗАО «СЕРВИС ДИСТАНЦИОННОЙ ТОРГОВЛИ».....	127
SPSR EXPRESS.....	129
SHIPTOR.....	131
SHOP-LOGISTICS	133
FASTERY	135
FRESH LOGIC	137
ПАРТНЕРЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	139
АНАЛИТИЧЕСКОЕ АГЕНТСТВО DATA INSIGHT	142

Наблюдательный Совет DI Логистика

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

Сегодня у нас выходит уже 4 исследования в год по этому рынку (их перечень вы найдете в конце), поэтому мы попросили нескольких безусловных экспертов быть нашими оппонентами и помощниками в создании исследования. Это и есть Наблюдательный Совет «Логистика». Семь человек, которые уже сегодня с нами спорят и соглашаются, никогда не стесняются нас критиковать (и всегда по делу) и часто подсказывают нам новые и интересные направления. Семь человек, 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. Теперь официально.

Федор Вирин. Партнер Data Insight



CheckOut — это агрегатор служб доставки, позволяющий получить доступ к услугам ведущих логистических операторов, более чем к 4500 пунктов выдачи заказов и постаматов, 41 900 отделений «Почты России», а также десяткам тысяч курьеров по всей территории нашей страны. Ключевым преимуществом является принцип работы одного окна — одна интеграция, один договор, единая бухгалтерия, одна операционная точка контакта.

CheckOut, модуль для онлайн-магазина, совместимый со всеми популярными CMS, позволяет получить автоматический расчет сроков и стоимости доставки и всего в два клика совершить отправку товара.

С октября 2015 года CheckOut входит в группу компаний Avito.



*Герман Ивкин,
основатель CheckOut.ru*



Объединенная компания DPD в России и SPSR Express. Ведущие компании на рынке курьерской и экспресс-доставки DPD в России и SPSR Express объявили о слиянии в начале 2017 года. Объединенная компания стала крупнейшим в России негосударственным федеральным экспресс-оператором и единственным перевозчиком, одинаково компетентным в перевозке отправок любого веса и габаритов — от конвертов до тяжелых грузов. DPD в России и SPSR Express — это 125 терминалов, более 1200 пунктов выдачи Pickup и собственные подразделения во всех странах Таможенного союза. Оператор осуществляет доставку в 20 000 населенных пунктов России, Казахстана, Беларуси, Кыргызстана, Армении, а также по всему миру. По объему трансграничных перевозок компания занимает первое место среди частных экспресс-операторов России. Российским интернет-магазинам DPD в России и SPSR Express предлагают комплексное решение по складской обработке и доставке заказов с широким выбором опций, включая наложенный платеж. С помощью бесплатного онлайн-сервиса Predict покупатель может по своему усмотрению изменить дату или адрес приезда курьера, уточнить местонахождение посылки, а также выбрать самостоятельное получение в ближайшем пункте выдачи сети Pickup.



*Леонид Зондберг,
коммерческий директор
DPD в России и SPSR Express*



*Владимир Солодкин,
председатель Совета директоров
объединенной компании
DPD в России и SPSR Express*



PickPoint — первый логистический сервис нового поколения, который создан для удобного и доступного получения и оплаты интернет-заказов. PickPoint развивает самую широкую в России сеть точек пунктов выдачи. Сеть PickPoint включает в себя 2600 постаматов (автоматических посылочных терминалов) и пунктов выдачи покупок в более чем 500 городах России. К сети PickPoint подключено порядка 5,5 тысяч онлайн-ритейлеров. Пользовательская база PickPoint насчитывает 4,1 млн человек.



*Надежда Романова,
CEO, PickPoint*



Почта России — федеральный почтовый оператор, входит в перечень стратегических предприятий РФ, предоставляет финансовые, почтовые и курьерские услуги на всей территории страны. Инфраструктура Почты включает более 42 000 отделений, почти 500 центров выдачи-приема посылок, 17 тысяч единиц транспорта, крупнейшую сеть логистических хабов и сортировочных центров. В компании работает около 350 тысяч человек, в т. ч. 100 тысяч почтальонов. В 2015 году Почта обработала почти 2,5 млрд писем и счетов, более 194 млн посылок и мелких пакетов, сумма финансовых транзакций составила около 3,5 трлн рублей (пенсии, платежи и переводы). Консолидированная выручка почтового оператора достигла 149 млрд рублей.

Яндекс Маркет

Яндекс.Маркет — это сервис, который помогает делать покупки. Каждый месяц более 20 миллионов человек выбирают товары на Маркете. К сервису подключены около 20 тыс. российских и зарубежных интернет-магазинов и представлено более 150 млн товарных предложений в разных категориях — от мебели и электроники до косметики и одежды. «Яндекс.Маркет» представлен как раздел на главной странице поисковика, а также в приложениях для Android, iOS и Windows 10 Mobile.

Андрей Чечин, директор по новым проектам компании Leroy Merlin, руководитель комитета по логистике АКИТ, сооснователь школы электронной коммерции iWENGO.ru.



*Сергей Малышев,
заместитель генерального
директора по посылочному
бизнесу и экспресс-
доставке*



*Евгений Щепелин,
эксперт, директор по разви-
тию бизнеса Яндекс.Маркет*



*Андрей Чечин,
руководитель комитета
по логистике АКИТ*

Вступительное слово

Объем рынка фулфилмента в 2016 году составил 7 млрд рублей и 23 миллиона посылок. Через мощности фулфилмента проходит до 10% рынка дистанционной торговли, включая электронную торговлю, продажу товаров по каталогам и через телемагазины, MLM-компании.

Фулфилмент сегодня — это не только складская обработка заказов, но и множество дополнительных услуг: call-центр, создание сайта, маркетинг магазина, услуги фотографирования и пр. Среди тех, кто уже пользуется услугами фулфилмента есть те, кто покупает только складскую обработку, и те, кому важен комплекс услуг, причем последних становится все больше.

Фулфилмент-операторы сейчас уже загружены на треть своей мощности, причем доля фактической загрузки растет с уменьшением среднего размера клиента. Рынок имеет огромный потенциал роста и в количестве игроков, и в количестве обрабатываемых отправок.

Если в прошлогоднем* исследовании мы делали упор на ознакомление читателя с услугой фулфилмента в общем, рассказывали про то, как устроен процесс, на какие этапы он разделяется, то цель настоящего отчета — показать характеристики ключевых игроков сегмента, их возможности и особенности. Дать интернет-магазинам простой инструмент для подбора подрядчика.

Чтобы понять, какие факторы важны магазинам при выборе партнера, мы провели ряд интервью с интернет-магазинами и фулфилмент-операторами. На основании бесед была разработана стандартизированная карточка оператора. Ее заполнили 27 компаний, и эти данные легли в основу настоящего исследования. Дополняют карточки главы про тренды на рынке и характеристики операторов, где объясняется значение каждого параметра с комментариями экспертов. Для определения размера рынка в деньгах и отправках с фулфилмент-операторов были собраны финансовые



*Варвара Нехина,
руководитель
направления «Логистика»
компании Data Insight*



* Исследование Data Insight «Фулфилмент для интернет-торговли»: logistics.datainsight.ru/fulfillment2016

показатели. Они прошли кросс-проверки на достоверность, и на их основании сделаны оценки объема рынка аутсорсингового фулфилмента.

Выражаем нашу благодарность участникам Наблюдательного совета DI логистики, экспертам рынка и компаниям-партнерам исследования: Aristos, Artaban.ru, ГК «Новард», DPD, eSolutions, Itella, MyToys, PickPoint, Почта России, ЗАО «Сервис Дистанционной Торговли», Cianiao, SPSR Express, CheckOut, Shiptor, Яндекс.Маркет, Алексею Жукову, Андрею Чечину. Мы также очень признательны компаниям, которые помогали при составлении исследования: АРАН, Arvato, Beta PRO, B2CPL, EASY WAY, Express RMS, IML, KupiVip E-commerce Services, Lamoda B2B, ЛОГОСКОР, Маршрут, On Time, Pony Express, ProStore, Простые Решения, ПЭК, reWorker, Ritm-Z, СДЭК, Shop-Logistics, Fastery, FRESH LOGIC.

*Барвара Нехина,
руководитель направления «Логистика» в Data Insight*

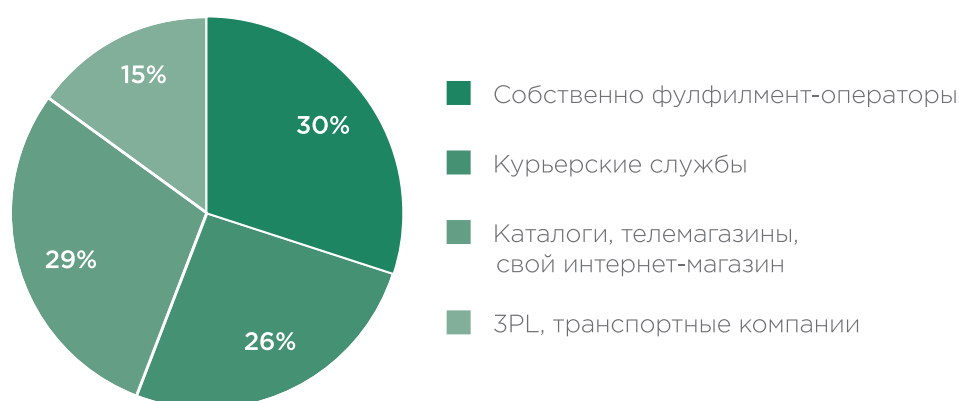
Рынок российского фулфилмента сегодня

- 1. На рынок фулфилмента приходят компании из смежных областей**, таких как: курьерский и транспортный бизнес, предпочтловая обработка, продажа товаров по каталогам и через телемагазины, складское хранение, онлайн-магазины.

Рынок фулфилмента выглядит интересным для большого числа игроков, и на нем становится «плотно». Скорее всего, не все попытки будут удачными, однако, большое число разноплановых компаний обеспечит широкий выбор услуг фулфилмента уже в ближайшем будущем.

Большую часть объема рынка в посылках и деньгах составляют компании, которые раньше продавали через каталоги, телемагазины или владели собственным интернет-проектом. По количеству их примерно столько же, сколько и собственно фулфилмент-операторов, открывшихся специально под комплексное обслуживание интернет-магазинов.

Рис. 1. Тип компаний, предоставляющих услуги фулфилмента





Для нас фулфилмент — это, прежде всего, возможность предложить клиенту важные для него дополнительные услуги и укрепить партнерские отношения. Помимо этого, компания может контролировать весь логистический процесс в единой информационной системе, благодаря чему сокращаются сроки обработки посылок и повышается эффективность доставки. Мы объединяем складские операции для B2B и B2C клиентов на одних площадках, что дает существенную экономию на масштабе и позволяет сгладить сезонные пики. Однако важно понимать, что этот бизнес всегда требует значительных инвестиций в инфраструктуру, оборудование и персонал — например, у DPD — SPSR Express несколько складских центров в России, Европе и Китае, что позволяет нам оказывать широкий спектр услуг и выступать в качестве универсального логистического оператора.»

Михаил Овчинников,
начальник управления специальных сервисов DPD
в России и SPSR Express

- 2. Классический операционный фулфилмент — это низкомаржинальный бизнес.** Единственный выход — дополнительные услуги, они существенно увеличивают экономику основного бизнеса. При этом не все операторы предоставляют полный сервис: склад, обработку заказов, рекламу/маркетинг и сайт/мобильное предложение. Операторы видят в этих услугах высокие риски, потому что не управляют их качеством, а клиенты, не имеющие опыта интернет-торговли, хотят получить комплексный сервис.

Больше половины фулфилмент-операторов имеют свою курьерскую службу, которую используют в дополнение к партнерской сети доставки. Полностью передают доставку на аутсорс крупнейшие игроки, тогда как более мелкие предпочитают использовать своих курьеров «на подхвате». Среди клиентов востребована работа с возвратными отправлениями, колл-центр, передача данных и документации по протоколам API или модулям, личный кабинет.



Рынок фулфилмента развивается динамично, появляются новые игроки, это подстегивает конкуренцию и снижает стоимость самих услуг. Но если раньше было достаточно предоставлять только операционные услуги (приемка, упаковка, хранение, отправка), то сейчас заказчикам требуется гораздо больше. Нужна гибкость в разработке новых продуктов, отвечающих запросам eCommerce рынка. Новые интернет-магазины не имеют достаточной собственной экспертизы, но конкурируют с сильными игроками у которых эта экспертиза есть. При падении стоимости услуг (маржинальности логистического бизнеса) хорошей стратегией будет расширение перечня услуг и трансформация в WEB ENABLING игрока.»

Евгений Щепелин, эксперт, директор по развитию бизнеса Яндекс.Маркет



Евгений Щепелин, эксперт, директор по развитию бизнеса Яндекс.Маркет

3. На рынке нет стандартов в определении услуг фулфилмента. Каждый оператор формирует свой собственный набор услуг, который зависит от типа потенциальных клиентов: их текущего бизнеса, размера, товарных категорий. В итоге у части компаний фулфилмент — это только основные операции хранения товаров и обработки заказов (6 базовых операций), тогда как у других — комплексное обслуживание (или полный цикл), включающее в себя работу колл-центра, платежи, маркетинг, создание сайта, фотографирование товаров и пр.

Фактически, список услуг зависит от позиционирования компании. Те клиенты, у которых уже есть интернет-магазин, предъявляют спрос только на саму услугу фулфилмента. Те же, кто не имеет никакого опыта и наработок в онлайн-ритейле (а часто и вообще в ритейле), спрашивают полный комплекс услуг (им не надо развивать компетенции — им надо решать бизнес-задачи).

Разница в определении не только и не столько влияет на размер рынка (объем дополнительных услуг не велик), сколько на развитие этого рынка. Иными словами, фулфилмент-операторы оказываются еще одним сервисом для интернет-торговли или же двигателем нового рынка за счет привлечения на него новых компаний — тех, что не имеют опыта в интернет-торговле.



Действительно, единые стандарты для фулфилмента у нас пока не выработаны. В целом фулфилмент — это работа с физическим товаром на протяжении всей цепочки движения от поставщика до покупателя. Поэтому базовый набор услуг фулфилмент-оператора должен включать в себя, помимо очевидных хранения и доставки заказов через интегрированных логистических партнеров, аналитику остатков на складе, закупку, сортировку и фотографирование товара. Что касается создания и наполнения сайта, маркетинга и рекламы — это дополнительные опции, которые не входят в базовый пакет услуг фулфилмент оператора.»

Надежда Романова, CEO PickPoint



Надежда Романова,
CEO PickPoint

- 4. Курьерские компании, которые открывали в 2014–2015 гг. направление фулфилмента не ожидали, что он окажется более сложным продуктом, чем кажется на первый взгляд.** Существующие проекты пока что не вышли на проектную мощность (и на окупаемость), не привлекли сколько-нибудь крупных клиентов.



Скорее всего, курьерские компании и дальше будут двигаться в этом направлении, несмотря на первые неудачи. Основная цель — удержание клиента и получение дополнительных объемов на доставку. С помощью фулфилмента курьерские компании пытаются плотнее «посадить» клиентов на работу именно с их службой доставки и, зачастую, отдают данные услуги с нулевой наценкой. Качество и широта услуг фулфилмента, предоставляемое курьерскими компаниями, обычно, уступает компаниям, специализирующимся изначально на фулфилменте, но не редко выигрывает в цене. Путь развития и продвижения услуг фулфилмента курьерскими компаниями видится более сложным, чем обратная комбинация (фулфилмент, который начал предлагать услуги доставки). Я не думаю, что в ближайшее время мы увидим успешные истории (финансово) продаж услуг фулфилмента курьерскими компаниями.»

Герман Ивкин, основатель CheckOut.ru



Интернет-магазины будут отказываться от собственной логистики и последовательно искать новых (федеральных и локальных) партнеров среди профессиональных логистов по организации фулфилмента и доставки. Складские операторы будут предлагать комплексные решения, со встроенным сервисом сбора заказов и передачи его в основные службы доставки по требуемому графику доставки.

В то же самое время проекты собственного доставочного сервиса внутри интернет-магазина будут трансформироваться, постепенно передаваться на аутсорс и локализовываться. Предложение качественных служб доставки будет расти за счет адаптации мировых игроков в России к текущей структуре рынка и обретения опыта рентабельной курьерской доставки для получателей-физических лиц.»

Андрей Чечин, руководитель комитета по логистике АКИТ

5. Дополнительным стимулом для рынка стали зарубежные ритейлеры. После кризиса 2014–2015 годов они опасались выходить в онлайн в России (страновые риски, падение курса национальной валюты и прочее). Сейчас они стали открывать проекты с передачей всех процессов российским фулфилмент-операторам. Этот вид клиентов может стать одним из важнейших двигателей фулфилмента в будущем.



Российский рынок электронной торговли с каждым годом становится все более привлекательным для зарубежных ритейлеров: количество отправок с товарным вложением за последние года выросло в 1,5–2 раза. Интенсивный рост безусловно оказывает положительное влияние как на соотношение цена/качество доставки, так и на рынок логистики в целом. Следующим этапом в развитии станет открытие распределительных фулфилмент-складов для зарубежных интернет-магазинов. В ближайшие годы качественный фулфилмент и складская логистика могут позволить существенно сократить сроки доставки товаров до покупателей одновременно со снижением тарифов на уже сложившемся рынке.»

Сергей Малышев, заместитель Генерального директора по посылочному бизнесу и экспресс-доставке, Почта России



Сергей Малышев,
заместитель
Генерального директора
по посылочному бизнесу
и экспресс-доставке,
Почта России



Российский рынок для многих зарубежных интернет-ритейлеров был топовым рынком до 2014 г. Девальвация рубля и снижение активности российских покупателей в 2014–2015 гг затормозили развитие крупных игроков, и многие заморозили планы по локализации. Сейчас ситуация меняется, и многие интернет-ритейлеры активно возвращаются к планам по экспансии на российский рынок. При этом большинство из них склоняется к тому, чтобы использовать уже имеющуюся логистическую инфраструктуру в стране, а не строить свою. Это касается как фулфилмент-центров, так и доставки заказов курьерскими службами или с использованием постаматов, ПВЗ и т.д.»

Алекс Васильев, директор Cianiao в России



*Алекс Васильев,
директор Cianiao
в России*

Сеть обуви и аксессуаров «Эконика»

«Эконика» — модная сеть, создающая коллекции обуви и аксессуаров исключительно для женщин. Коллекция бренда включает в себя: базовую линию eконika, премиальную линию Alla Pugachova, а также новую трендовую линейку с яркими моделями — eконika². Коллекции бренда разрабатываются российскими дизайнерами и технологами совместно с мировыми экспертами модной индустрии — итальянскими, американскими и британскими стилистами и консультантами. В каждой коллекции всегда есть как эффектные трендовые решения, так и универсальные классические варианты на каждый день. Сверхудобная колодка, натуральные материалы и актуальный дизайн — неотъемлемые составляющие обуви и аксессуаров от сети «Эконика».

«Эконика» работает на рынке более 25 лет и на данный момент насчитывает порядка 140 фирменных салонов по всей России, в Белоруссии и в Республике Казахстан.

До eSolutions

Интернет-магазин eконika.ru начал работу в 2012 году. Перед запуском команда бренда внимательно проанализировала всю ситуацию на рынке интернет-торговли России, просчитала варианты развертывания своей инфраструктуры, провела встречи со многими известными фулфилмент-операторами, взвесила все за и против. В итоге было принято решение отдать операционную составляющую на аутсорсинг, протестировать и посмотреть, как работает этот процесс, а дальше все-таки взять все в свои руки. Желание контролировать все процессы было связано с установкой предоставлять высокий уровень сервиса, соответствующий высоким стандартам розничной сети «Эконика». Выбор пал на молодой и амбициозный проект — лучший стартап 2012 года, специализирующийся как раз на оказании полного спектра услуг для интернет-магазинов. Это было взаимовыгодное сотрудничество: команда стартапа получала в свой



*Алина Кисина, руководитель
департамента развития
бизнеса eSolutions*



*Станислав Коробочка,
руководитель интернет-
магазина «Эконика»*

портфель не просто клиента, а известный российский бренд, команда «Эконики» в свою очередь получала компетенции, знания и полное погружение в процесс интернет-торговли. Сегодня это решение оценивается специалистами «Эконики» как правильное, ведь на тот момент интернет-магазину ekonika.ru в короткие сроки удалось завоевать симпатии покупателей. Но 2014 год стал поворотным в дальнейшем развитии проекта. Не секрет, что именно в этот год многие компании стали испытывать проблемы на рынке, к сожалению, такая участь затронула и нашего партнера. Пришлось начинать все с начала...

C eSolutions

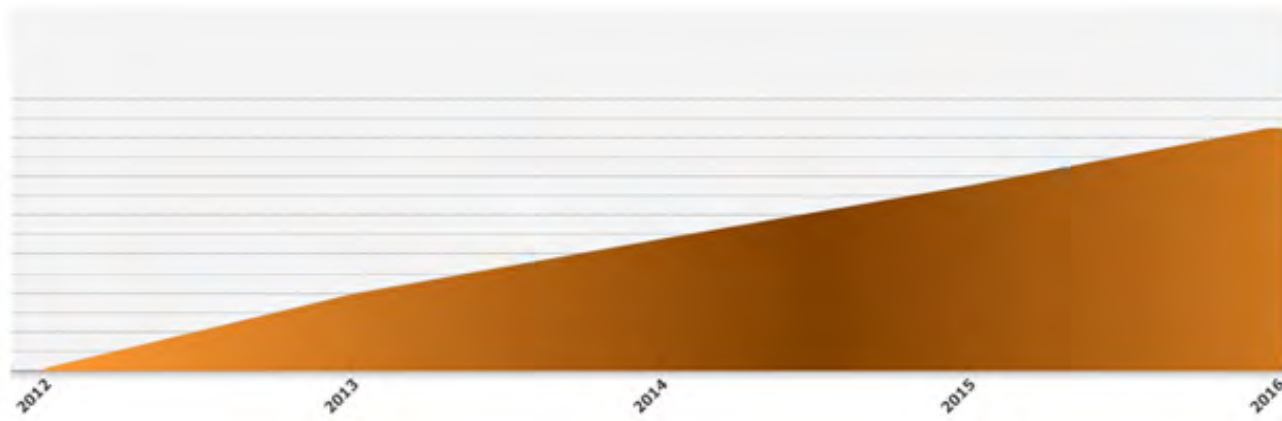
На этот раз ошибок допускать команда «Эконики» просто не могла. Магазин работал успешно, и клиент не должен был ощутить никакого дискомфорта от внутренних проблем компании. Бренд не имел права закрыть магазин ни на день. Так в конце 2014 года «Эконика» начала сотрудничество с eSolutions. Причем интеграция интернет-магазина произошла в рекордно быстрые сроки — всего за 1,5 месяца. Это был самый важный критерий в выборе партнера. Стоит также отметить, что никаких неудобств от перезапуска не ощутил ни интернет-магазин, ни покупатели — пауз в работе не было.

С самого старта eSolutions предоставлял «Эконике» классический для фулфилмента набор услуг: складское обслуживание, обработка, хранение и сортировка товаров, упаковка и отправка заказов, полный цикл работ с возвратами, интеграция услуг контакт-центра и компаний-доставщиков.

Благодаря тому, что eSolutions использует для «Эконики» производственные мощности материнской компании (Otto Group Russia), фулфилмент-провайдер имеет возможность предлагать самые выгодные тарифы на широкий спектр услуг, включая доставку. На данный момент доставка из интернет-магазина ekonika.ru осуществляется курьерскими компаниями DHL и DPD, Почтой России, а также в постаматы PickPoint.

Сравнение первого (2015) и второго (2016) года сотрудничества

	Данные на конец 2016 г.
Средний чек	Вырос на 14% (относительно 2015г)
Кол-во заказов	Выросло на 49% (относительно 2015г)
Отправленные заказы	80%
Отмененные заказы	20%
Возвраты	25% (на том же уровне)
Старт ИМ	09.2012 г.
Старт с eSolutions	10.2014 г.
Кол-во SKU на 01.01.2017	7000



«Результаты второго жизненного цикла интернет-магазина стали видны буквально с первого дня работы. Сразу бросился в глаза такой показатель, как процент подтвержденных заказов, если ранее отказов было около 40%, то сейчас этот показатель на уровне 20% и мы надеемся, что совместны-

ми усилиями именно этот показатель будем улучшать. Вторым важным моментом — нам удалось успешно перезапустить не просто интернет-магазин бренда «Эконика» как отдельный сервис для клиента, но сделать из сайта компании витрину сети с кнопкой купить онлайн. Самое главное — проект перерос в новое видение клиентского опыта в сети через призму омниканальности. И это один из главных векторов развития сотрудничества на 2017 год» — говорит руководитель интернет-магазина ekonika.ru Станислав Коробочка.

eSolutions отвечает и за важную составляющую обратной связи — call-центр не только обрабатывает звонки интернет-магазина, но и осуществляет поддержку горячей линии всей сети. Для поддержания высокого уровня сервиса тренинг менеджеры «Эконики» регулярно проводят обучение сотрудников call-центра, обновляют скрипты.

Уже сейчас при поддержке eSolutions в интернет-магазине «Эконика» реализовано:

- Возможность в розничном магазине оформить заказ онлайн с доставкой по удобному адресу.
- Карта клиента действует как при покупке в оффлайн магазине, так и в онлайн.
- Товар, заказанный в интернет-магазине, можно вернуть в любой магазин розничной сети.

К середине 2017 года планируется запуск:

- Доставка в день заказа.
- Возможность доставки заказа в один из магазинов розничной сети (на данный момент опция работает только для предоплаченных заказов, в ближайшее время услуга станет доступна для всех заказов).
- Доставка заказов в другие страны.



Стратегическим фокусом бренда «Эконика» является улучшение клиентского опыта за счет гибкого сервиса, дружелюбного взаимодействия и использования передовых технологий. Для этих задач мы выбираем партнеров с похожими приоритетами, экспертов в своем деле, готовых в сотрудничестве с нами создавать уникальную атмосферу покупки, менять свои процессы и укреплять техническую базу. Отто для нас стал таким партнером. Проект по омниканальности — один из ключевых для бренда и мы реализуем его вместе с Отто. Менее чем за год «Эконика» прошла важные этапы трансформации от объединения оффлайн и онлайн каналов в идеологию Omni-channel. Благодаря этому мы видим устойчивый и качественный рост не только продаж, но и NPS, как в оффлайн, так и онлайн, что подтверждает реализацию наших стратегических целей. Планов много, важно, когда ты их реализуешь с надежными партнерами. Команда для нас — это не только единомышленники внутри компании, это и наши партнеры и клиенты.»

Алина Степанова, директор бренда «Эконика»



«Эконика» является одним из крупных клиентов eSolutions, и, хочу сказать, очень требовательным клиентом. За все время сотрудничества мы прошли достаточно длинный путь и реализовали совместно много сервисов. Сейчас eSolutions для бренда «Эконика» не только фулфилмент оператор, но и компания, которая оказывает разный спектр услуг для поддержания онлайн проекта: это и маркетинговые услуги, и услуги контактного центра, причем мы консультируем не только онлайн магазин, но и розницу тоже. На российском рынке «Эконика» является очень ярким и динамичным игроком: интересные коллекции, яркие коллаборации и постоянное желание двигаться вперед навстречу покупателям и улучшать сервис. Работа с таким клиентом интересна, потому что сервисная компания все время вынуждена меняться и внедрять новые сервисы. Думаю, что мы реализуем еще много интересных сервисов с брендом «Эконика».»

Алина Кисина, руководитель департамента развития бизнеса.



Мы удовлетворены сотрудничеством с eSolutions именно в плане клиентоориентированности компании и готовности подстраиваться под особенности наших бизнес-процессов. В портфеле фешн брендов ГК «Новард» есть молодой проект Portal, которому мы, с учетом опыта «Эконики», порекомендовали организовать запуск собственного интернет-магазина с участием eSolutions. Уже в начале июня проект должен стартовать.»

**Сергей Саркисов, вице-президент ГК «Новард»
(включает сеть «Эконика»)**



esolutions
A member of the otto group

Мы помогаем fashion брендам успешно запустить бизнес в онлайн

Наши логистические центры отправляют
десятки миллионов посылок в год.

Один провайдер – весь комплекс услуг

- Складское обслуживание/Логистика
- Интеграция интернет-магазина
- Контакт-центр
- Онлайн-маркетинг
- Производство контента
- Омниканальность
- Техническое решение по 54-ФЗ
- Все виды финансовых операций

VANS
"OFF THE WALL"

reima

Эконика

LOVE REPUBLIC

befree

LASSiE
by reima

MOLESKINE®

ZARINA

Ralf
RINGER

INCANTO
ITALY

Oldos!

S E L A

crocs

Portal

СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ, ЧТОБЫ ОБСУДИТЬ ВАШ ПРОЕКТ

WWW.ETRACTION.RU INFO@ETRACTION.RU

Как это работает

Определение

ФУЛФИЛМЕНТ — комплекс мер по обработке заказов для интернет-магазинов, включающий приемку, хранение, обработку, комплектацию и упаковку заказов. В зависимости от запросов интернет-проекта фулфилмент-оператор также может предоставлять и иные услуги.

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ЗАКАЗА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА И РОЛЬ В НЕМ ФУЛФИЛМЕНТ-ОПЕРАТОРА

На страницах 22-23 представлена схема со всеми операциями, происходящими с товаром в интернет-магазине. Они разделены на те, что могут быть переданы сторонней компании (в данном случае — фулфилмент-оператору), и те, которые должны оставаться внутри интернет-магазина.

ОПЕРАЦИИ, КОТОРЫЕ МОГУТ БЫТЬ ПЕРЕДАНЫ НА АУТСОРСИНГ ИЛИ ВЫПОЛНЯЮТСЯ ТОЛЬКО ФУЛФИЛМЕНТ-ОПЕРАТОРОМ

1. Резервирование и заказ товаров у поставщиков.

Несмотря на то что подавляющее большинство интернет-магазинов взаимодействуют с поставщиками самостоятельно*, опцией передачи этой работы на аутсорсинг пользуются 14% магазинов. Она распространена у тех фулфилмент-операторов, которые предлагают каждому магазину своего менеджера, он осведомлен о характеристиках товаров, о поставщиках и может оперативно решить возникающие вопросы.



* По результатам исследования *Data Insight* «Логистические услуги для интернет-магазинов. Мнения и ожидания клиентов», 86 % магазинов предпочитают делать заказ и резервирование товаров у поставщиков самостоятельно.

- 2. Доставка от поставщиков на склад.** Практически все операторы предлагают своим клиентам доставку от поставщиков. Это наиболее удобно, если поставщики находятся за рубежом — тогда фулфилмент-оператор берет на себя работу с таможенным брокером. В любом случае интернет-магазин полностью снимает с себя взаимодействие с товарами.
- 3. Приемка товара на склад и внесение его в складскую систему хранения.** Когда товар интернет-магазина поступает на склад, каждая единица ставится на учет. Если данных о товаре недостаточно, например, по штрих-коду нельзя считать вес или габариты товара, он замеряется работниками фулфилмент-оператора. Изначально данные о товаре в систему попадают вручную или автоматически из интегрированной CMS интернет-магазина.
- 4. Хранение товара на складе** производится на палетах или в ячейках. Закупка и установка ячеек требует значительных вложений, поэтому те компании, которые вышли из смежных областей, например провайдеры 3PL-услуг, совершают подбор товаров в заказы с палет. Это неудобно и невыгодно, если у интернет-магазина широкий ассортимент товаров и они привозятся на склад в небольших количествах.

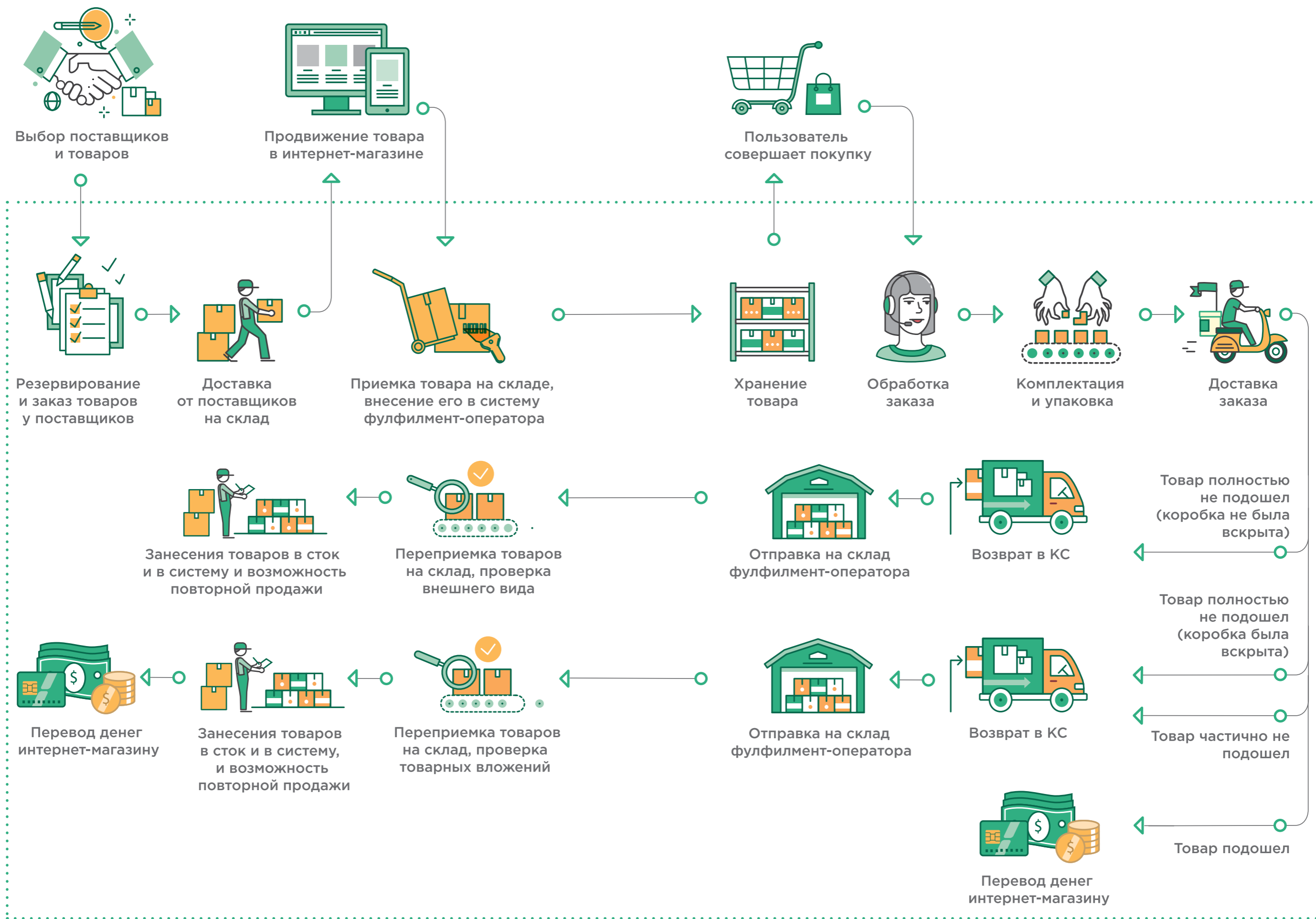
Фармацевтическая продукция и косметика, которым необходим терморезим, хранятся в специально оборудованных для этого комнатах. По запросу клиента одежда может храниться на вешалках, а любой товар — в закрытых комнатах, куда допускается лишь узкий круг работников.

Нельзя отдать на аутсорсинг

• делает интернет-магазин

Можно отдать на аутсорсинг

• делает фулфилмент-оператор самостоятельно или через партнеров



5. Получение информации о заказе, допродажи, обработка заказов.

Учет каждого поступившего заказа в системе может осуществляться различными способами. Как правило, это колл-центр или заявки с сайта. По запросу интернет-магазина сотрудники колл-центра по специально разработанным скриптам могут совершать магазину допродажи. Для этого они заранее проходят дополнительное обучение, знакомятся с товаром, с его характеристиками. Успех дополнительных продаж во многом зависит от того, насколько четкими будут указания интернет-магазина, насколько подробно и качественно он передал все особенности товаров.

6. Передача заказа в систему фулфилмент-оператора.

Есть 4 способа, как информация о заказе попадает в систему фулфилмент-оператора:

- по протоколам API;
- через личный кабинет;
- звонок покупателя в колл-центр;
- excel-файл, заполненный или выгруженный из CMS интернет-магазина.

Наиболее автоматизированный инфообмен происходит по протоколам API и через личный кабинет магазина, который разработан и предоставлен фулфилмент-оператором. Кроме того, многие операторы имеют готовые модули интеграции их личного кабинета с некоторыми распространенными CMS магазина. Модуль позволяет транслировать условия доставки курьером или в пункт самовывоза на сайте магазина. Заказ может попасть в систему фулфилмент-оператора напрямую от покупателя. Если фулфилмент предоставляет свой колл-центр, сотрудники оформляют заказ прямо в систему. И самый распространенный способ, который используют большинство мелких интернет-магазинов, — это передача заказов в excel-файле, когда он заносится вручную сотрудниками фулфилмент-оператора или автоматически считывается, если заполнен в стандартизированном виде.

7. Комплектация заказа.

Существует 4 основных типа комплектации заказа:

- волновая (сборка заказов запускается при достижении определенного объема заказов или в определенное время);
- партионная (заказы группируются по схожим признакам);
- дискретная (один работник склада собирает один заказ);
- зонная (работнику выделена зона, в пределах которой он перемещается. Ему поступает задание на сбор заказов, из которых он собирает только те части заказов, что находятся в его зоне. Собрав их, он передает задание дальше).

8. Упаковка и передача на доставку.

Сформированные заказы помещаются в коробки или пакеты для дальнейшей транспортировки конечному покупателю. Включает в себя формирование транспортных документов: информация о получателе (адрес, контактные данные) и бланки возврата (если требуются).

Если заказ должен быть доставлен Почтой России, то документы оформляются по правилам Почты. Из обязательных:

- адресный ярлык ф. 7-п (Рисунок 1);

Ш П И	<input checked="" type="checkbox"/> ПОСЫЛКА	<input type="checkbox"/> С объявленной ценностью	ф. 7-п <input type="checkbox"/> С наложенным платежом <input type="checkbox"/> С описью <input type="checkbox"/> С простым уведомлением <input type="checkbox"/> С заказным уведомлением	Почтовый № _____ Габариты: Ш _____ С _____ М _____ L _____	Отказ (С)____ ОПС _____
	<input type="checkbox"/> БАНДЕРОЛЬ	<input type="checkbox"/> С объявленной ценностью			
Отправитель	<input type="checkbox"/> С наложенным платежом	<input type="checkbox"/> С описью			
<input type="checkbox"/> С простым уведомлением	<input type="checkbox"/> С заказным уведомлением	<input type="checkbox"/> С простым уведомлением			
От кого ФИО _____	Кому ФИО _____	Куда улица, дом, квартира, населенный пункт, район, название республики, края, области, автономного округа (области)	Куда улица, дом, квартира, населенный пункт, район, название республики, края, области, автономного округа (области)	Куда улица, дом, квартира, населенный пункт, район, название республики, края, области, автономного округа (области)	Куда улица, дом, квартира, населенный пункт, район, название республики, края, области, автономного округа (области)
Откуда улица, дом, квартира, населенный пункт, район, название республики, края, области, автономного округа (области)	Индикатор отправителя	Индикатор получателя	Индикатор отправителя	Индикатор получателя	Индикатор отправителя
Телефон для SMS-уведомления о вручении отправления +7 _____	<input type="checkbox"/> С SMS-уведомлением о вручении отправления	Телефон для SMS-уведомления о поступлении отправления в отделение +7 _____	<input type="checkbox"/> С SMS-уведомлением о поступлении отправления в отделение	Телефон для SMS-уведомления о поступлении отправления в отделение +7 _____	<input type="checkbox"/> С SMS-уведомлением о поступлении отправления в отделение
Запрещенных к пересылке вложений нет. В случае объективной невозможности пересылки воздушным транспортом:	<input type="checkbox"/> Вернуть по обратному адресу	<input type="checkbox"/> Направить наземным транспортом	(подпись отправителя)		
Заполняется оператором, особые отметки <input type="checkbox"/> Тяжеловесная <input type="checkbox"/> Простая <input type="checkbox"/> Стандартная <input type="checkbox"/> Обыкновенная <input type="checkbox"/> Крупногабаритная <input type="checkbox"/> Заказная <input type="checkbox"/> Нестандартная	Вес _____ Плата _____		(подпись оператора)		

- сопроводительный адрес ф. 116 (Рисунок 2);

Ф. 116
Почта России
№ _____ Отписка КЭП/СМС места право
Вес _____
Плата _____
(по шкале тарифов)
Адрес _____
От кого _____
Адрес _____
Исключительные и адресные вложения нет.
С требованием к упаковке товаров нет.
Презентация (подложка) Сервис № _____ выслуга _____ руб. _____ г.
Специальные учреждения, выданные документы

Платежи передано в доставку _____ ф. 116
Вторичное извещение выписано _____ ф. 116
Платеж: _____
За доставку _____ руб. _____ коп. За хранение _____ руб. _____ коп.
Отметки о доставке и возвращении _____
Платеж: _____
За возвращение, _____
доставку _____ руб. _____ коп. = _____ руб. _____ г.
Отметка о предоставлении документе и валидности адреса
Презентация Сервис № _____
Выслуга _____ руб. _____ коп. _____ г. _____ г.
При получении посылки, адресованной «до востребования», по месту работы, учебы, во а.к. при проживании по другому адресу указать сведения о месте регистрации. Посылку с вложением, адресованную уполномоченной, получателю и персоналу получить. Дать свое согласие на обработку моих персональных данных.
Выслуга _____ по договору № _____ от _____ г. _____ г. _____ г.
Выдача производится по адресу: _____ от _____ до _____
Для письменного сообщения _____
Бланк сформирован на официальном сайте Почты России postb.ru. Если у вас не приняты этот бланк, отправьте SMS с индексом почтового отделения, в которое вы обращаетесь, на номер +7 999 526-74-02.

- описание вложения ф. 107 (не обязательно);
- наложенный платеж ф. 112Эп.

ОПИСЬ
Исправлений не допускается
№ почтового адреса/индекса
Таблица с колонками: Дата от, Кол-во предметов, Кол-во коробов, Объявленная ценность, руб.
Общий итог предметов и объявленной ценности
Отправитель _____
Проверил _____
Должность почтового работника _____

ПОЧТОВЫЙ ПЕРЕВОД
НАЛОЖЕННЫЙ ПЛАТЕЖ
Сумма перевода: _____ руб. _____ коп.
Итого: _____ руб. _____ коп.
Адрес получателя: _____
Адрес отправителя: _____
ФИО: _____
Полное наименование организации: _____
ИНН: _____ Архив: _____
Расчетный счет: _____ БИК: _____
Оно или: _____
Адрес регистрации: _____

Наиболее распространенные проблемы отправлений, передаваемых в Почту России:

- неправильное указание веса посылки;
- вложение не зафиксировано в коробке, а свободно перемещается внутри;
- неправильное указание адреса.

9. Доставка заказа покупателю или в пункт выдачи и прием денег.

Операция совершается курьерской компанией-партнером. По договоренности с интернет-магазином курьерская компания может самостоятельно забирать его со склада фулфилмент-оператора и перевозить на собственный, чтобы распределить по направлениям отправки, — так называемая «первая миля». Некоторые фулфилмент-операторы предлагают своим клиентам-магазинам цены на доставку заказов ниже, чем могут предложить сами курьерские службы. Чем больше посылок они отправляют в курьерскую службу, тем дешевле для них стоимость одной отправки. Эти скидки с объемов они передают магазинам.

10. Обработка возвратов (на схеме операции 13–17).

Эксперты делят возвраты на 3 типа:

- товар возвращается запакованным;
- товар полностью не подошел после просмотра содержимого;
- товар частично не подошел.

Если товар не доехал до покупателя, тот отказался от покупки до или во время получения заказа, то это недоставка. Его пере приемка не требует проверки товарных вложений на качество, правильность размещения товара и соответствие вложений указанным в заказе артикулам. В остальных вариантах эти действия требуются и, соответственно, повышают стоимость услуги обработки возврата.

Запуск

В ноябре 2015 года Itella начала сотрудничество по фулфилмент-операциям с российской компанией MyToys, которая входит в ТОП-10 интернет-магазинов детских товаров и предлагает потребителю широкий ассортимент, около 55000 SKU.

У клиента возникла потребность отдать фулфилмент операции на аутсорсинг новому провайдеру с гибкой реакцией на сезонные изменения в количестве заказов. В высокий сезон, объем заказов многократно возрастает, до 5-ти раз. Склад провайдера также должен находиться близко к Москве, чтобы снизить сроки доставки до получателей. Склад предыдущего провайдера находился вне Московской области, и доставка до поставщиков занимала много времени. Сейчас, если заказ поступил в систему до 15 часов, то доставка осуществляется на следующий день. Доставка в тот же день также возможна.

Бизнес-процессы Itella подходили под основные требования, и клиент успешно занял половину одного из двух этажей мезонина терминала в г. Химки, площадью 10 тыс. м², удаленностью 7 км от МКАД и который был специально адаптирован под мелкочаечистое хранение.

На начальном этапе проекта Itella вложила в оснащение склада более 20 млн рублей:

- Было закуплено стеллажное оборудование для системы мелкочаечистого хранения, так как ежемоментное нахождение на складе более 50 тысяч SKU возможно только в мелкой ячейке.
- Внедрена IT-система, обеспечивающая интеграцию клиента с 4-мя курьерскими компаниями (Максипост, PickPoint, Voxberry и Почта России).
- Закуплены паллетирующая и упаковывающая машины: одна из особенностей данного клиента — негабаритные товары, которые не помещаются в стандартные размеры упаковки (например, у этого клиента 6 стандартных типов коробов и 2 стандартных размера курьер-пакетов). С на-



*Дмитрий Лобанов,
руководитель направления
«Электронная коммерция»*

www.itella.ru

чалом использования упаковочных машин, среднее время упаковки негабаритных заказов стало составлять 1-2 минуты, вместо 5-25 минут.

Основная сложность, с которой столкнулись MyToys при смене оператора, это скорость переезда с одного склада на другой. Для поддержания нормальной работы магазина необходимо было организовать переезд не более чем за 6 месяцев. Благодаря специальной команде сотрудников Itella, которые были выделены для перевозки и приемки товара с прошлого склада, была оперативно установлена стелажная система емкостью более 20 000 стандартных ячеек, и переезд был выполнен в срок.

SpeedUp

Через 2 месяца, в августе 2016 года стартовал второй крупный проект по MyToys, который мы назвали SpeedUp. Основной задачей было обрабатывать многократно-увеличивающийся рост числа заказов в пиковый сезон, с сохранением высокого качества и соблюдением сроков доставки.

У компании Itella есть собственный «Проектный офис», который занимается интеграцией и сопровождением клиента, а также всеми изменениями, происходящими во время сотрудничества. Если у клиента изменится бизнес-процесс в логистике или понадобится новый функционал — все детали будут учтены, а процесс полностью прозрачен и завершится вовремя.

Также, важно упомянуть, что все наши клиенты застрахованы в крупнейшей страховой компании России. Сумма страхового покрытия - более 30 миллиардов рублей. К примеру, у других операторов сумма страховки не превышает 600 млн рублей, а это в 30 раз меньше (по данным независимого исследования компании Knight Frank).

Итак, старт проекта начался 23 августа. Было обновлено оборудование склада, изменены бизнес-процессы, составлен список ключевых задач:

- Автоматизировать проверку готовых посылок на паллете, путем дополнительного сканирования штрихкода на посылке.

- Автоматически разделять товары в заказе на обычный и негабаритный в IT-системе.
- Упростить процесс приемки возвратов.
- Поставить небольшую конвейерную линию, которая сократит трудозатраты на перемещение готовых посылок от станций упаковки на станции взвешивания.



В ноябре, работая на наших фулфилмент мощностях, магазину удалось пройти высокий сезон и обработать 4 тысячи заказов в день, сократив сроки доставки до покупателя. Фактические продажи превышали запланированные на 64%.

Комментарий клиента

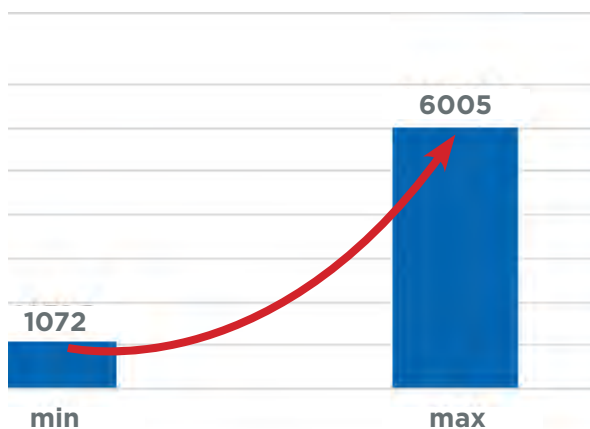


Хорошо настроенная организация партнера позволила нам запустить проект в короткие сроки. Даже не смотря на небольшой опыт партнера в сегменте продаж через интернет, посадка и оперативная работа были подстроены эффективно и с учетом особенностей клиента. Трудности в высоком сезоне оперативно решены, что помогло дальше оптимизировать процессы и достичь оптимальных результатов уже с января 2017 года.»

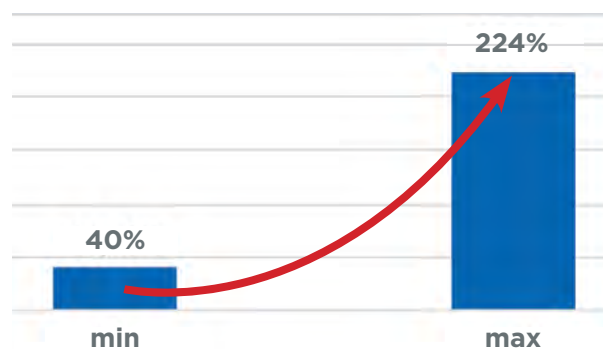
Балинт Ачаи, директор по операциям, MyToys



Колебания отгрузки, заказов в день



Колебания от среднего, отгрузка заказов в день



1. Фулфилмент: ответственное хранение, подбор и упаковка, переупаковка, кросс-док операции.

2. Доставка по России – 100% покрытие: курьерская доставка, почтоматы, ПВЗ, Почта России. Оплата наличными курьеру, отслеживание заказа.

3. Возвраты: обработка возвратов, проверка качества, переупаковка.

4. Маркетинг: CRM и анализ данных, управление кампаниями и программами лояльности, локализация и хранение данных.

5. Страхование: клиенты Itella застрахованы в крупнейшей страховой компании России. Сумма страхового покрытия - более 20 млрд рублей.

6. Собственный проектный офис: полное сопровождение интеграции и любых изменений проекта (паспорт проекта, выделенные ресурсы, отдельный менеджер проекта, диаграмма Ганта).

✓
• Европейский опыт с 1638 года, присутствие в 10 странах

✓
• В России с 2006 года, 3500 сотрудников от Москвы до Владивостока

✓
• 6 фулфилмент-центров класса "А" ~400тыс. м2

Характеристики фулфилмент-операторов, или как магазину читать карточки потенциальных подрядчиков

Эта глава написана для того, чтобы помочь читателям разобраться, что значат поля карточки фулфилмент-оператора. Пока что цена была и остается для большинства магазинов решающим фактором при выборе подрядчика. Другой вопрос, насколько в долгосрочной перспективе можно поступиться другими параметрами. Эксперты отмечают, что всё больше магазинов, попробовав самого, на первый взгляд, дешевого подрядчика, довольно скоро меняют его, т. к. их не устраивает процент доставок, процент ошибок при комплектации, работа колл-центра или менеджеров, медленное решение вопросов, требующих оперативного ответа, и т. д.

Мы собрали основные параметры важные **интернет-магазину** при выборе подрядчика ниже.

- 1. Основные услуги.** Если дробить услугу фулфилмента на базовые операции, основу составляют **хранение товаров** на складе и **сборка, упаковка** товаров в готовые заказы. Все игроки предоставляют в дополнение к этому еще ряд услуг, которые в сумме закрывают полный цикл жизни заказа с момента поступления товара на склад и до передачи его конечному покупателю. (См. схему 1). Для сравнения стоимости обслуживания у разных операторов необходимо учитывать цену на все услуги в совокупности, а не только на несколько ключевых. Например, упаковка работниками фулфилмент-центра заказов в уникальные коробки интернет-магазина, стоимость хранения невыкупленных заказов, которые вернулись на склад, проверка их на качество для повторной приемки и размещения в стоке могут повлиять на общий счет за услуги.



У крупных игроков подход к вопросу «реализовать фулфилмент самостоятельно или отдать на аутсорсинг?» более серьезный и системный, чем у маленьких. Играть роль накопленные компетенции, которые позволяют самостоятельно рассчитать ту или иную модель, исследовать рынок, — и решение принимается на основе детального анализа всех тонкостей процесса. Небольшие интернет-проекты, стартапы, напротив, в большинстве случаев готовы передать фулфилмент стороннему подрядчику, практически не раздумывая. Частично это обусловлено маржой, которая позволяет «не считать деньги», но чаще всего подобные явления связаны с отсутствием достаточных знаний в этой области. Вне зависимости от размера и опыта компании, мы готовы поделиться всесторонней консультацией со всеми. Плюс, наша пооперационная модель расчета стоимости услуг позволяет даже новичку с легкостью разобраться в схеме ценообразования.

Константин Калинин, коммерческий директор BetaPRO



Очень часто бывает, когда все делается «инхаус», что издержки выделенного сегмента бизнеса как бы «размазываются» на другие бизнес-юниты и при попытке посчитать реальную стоимость определенных операций становится проблематично. И хорошо бы если бы эти издержки ложились на бизнес-юниты, генерирующие прибыль. Но зачастую они лежат на вспомогательных подразделениях, от которых прибыли нет и быть не может — охрана, уборка, инженерно-эксплуатационные службы, кадры и многие другие.»

Алексей Жуков, эксперт

2. Параметры и местоположение склада.

- а. Режим работы склада.** Позволяет планировать график отгрузок товара на склад, влияет на оперативность решения внештатных ситуаций и на время сборки срочных заказов. При объеме обрабатываемых заказов менее 100 000 в месяц круглосуточная работа склада неоправданна. По такому графику работает 37% фулфилмент-операторов.



Круглосуточная работа дает два полезных аспекта: удлинение дня (то есть больше времени линейно) и возможность сэкономить сутки. Потребители активны днем, и поэтому ночь можно использовать для подготовки к их обслуживанию. Потребитель ожидает, что между 21:00 и 9:00 ничего не происходит. И если в это время что-то происходило, то это выигрыш в его глазах. Но и плата высока: требуется значительное увеличение штата сотрудников и охраны. Иногда круглосуточную работу организуют для того, чтобы сотрудники могли работать вахтовым методом — такие сотрудники дешевле, однако нет уверенности в нужной эффективности при таком графике.»

Андрей Хромов, генеральный директор Аристок

в. Время приема последнего заказа с доставкой по Москве и Санкт-Петербургу на следующий день.

Процент заказов день-в-день не превышает 1-2%, а вот доставку на следующий ожидают большинство столичных жителей. Так как в среднем по рынку чуть меньше половины всех заказов совершаются в Москве, Санкт-Петербурге и их областях, то важным фактором является время, до которого покупатель может сделать заказ на сайте и получить его на следующий день.

с. Видеофиксация зоны приемки и отгрузки. Если товар поступает напрямую от поставщика на склад фулфилмент-оператора и он ненадлежащего качества, магазину необходимо однозначно понимать, на каком этапе произошла поломка: заводской брак, в процессе перевозки или уже на складе. Видеофиксация зоны приемки и отгрузки позволяет определить, вина ли это фулфилмент-оператора или товар был поврежден до приемки. Она заявлена у всех фулфилмент-операторов, присутствующих в анализе.

- d. Страхование склада.** Многие фулфилмент-операторы страхуют содержимое склада, чтобы гарантировать владельцу товара полное и быстрое возмещение потерь при страховом случае.



То, что фулфилмент-оператор страхует товары на складе, еще не означает, что их стоимость будет в полной мере возмещена, если что-то случится. Магазины надо запросить у фулфилмент-оператора договор на страхование и внимательно его прочитать: возможны ограничения по типу товаров, по сумме, наличие франшизы и другие условия. Посмотрите обязательства страховщика, попробуйте оценить возможные задержки возмещения (например, если в договоре прописана очень сложная или неконкретная процедура сбора и предоставления документов), сможете ли вы собрать необходимые страховые документы, и так далее.»

Матвей Козловский, генеральный директор B2CPL

- e. Местоположение склада.** Логистика в России централизованная и сосредоточена в Москве, и большинство складов расположено внутри или недалеко от нее. Тренд децентрализации бизнеса и логистики уже начался с крупнейших игроков, но пока еще не обрел массовость. Поэтому место для складов выбирается в Москве и близлежащих областях. Для крупного онлайн-бизнеса с количеством заказов от 3000 в день привязка к Москве не столь важна, как для более мелких игроков. Наличие больших объемов позволяет предлагать условия доставки, не уступающие рыночным. Например, Озон — седьмой интернет-магазин в Рунете по объему онлайн-продаж* — доставляет заказ в Москву в тот же день, если он сделан до 12 часов дня, при том что склад расположен в Твери. Напротив, для небольших магазинов работать с фулфилмент-оператором и доставлять свои заказы на склад удобнее, если он расположен в пределах Москвы.



* Среди российских интернет-магазинов материальными товарами по версии Data Insight за 2016 год: datainsight.ru/top100/



Если провайдер обеспечивает требуемый уровень сервиса, то местоположение, равно как и некоторые другие факторы, перестает играть значительную роль.

Сейчас стандарт уровня сервиса — доставка по Москве на следующий день. И это мы спокойно реализовали с нашего склада в Ярославле, поскольку под наши объемы у нас согласованы со службами доставки условия сотрудничества, предполагающие позднее время отгрузки и отдельные потоки обработки отправок по городам. Следующий наш шаг — Питер next day. Единственный случай, когда наличие склада в Москве — это принципиальный фактор: при работе с большим количеством поставщиков при сравнительно малых объемах заказов. Здесь, конечно, выстроить требовательные взаимоотношения с поставщиками и обеспечить экономику проекта будет несколько затруднительно.»

Наталья Пшистав, коммерческий директор Арвато



Доставлять из Подмосковья можно без проблем даже внутри дня. Когда большие объемы, любая служба доставки приедет и заберет заказы и за МКАД. В общем, удобно это прежде всего для небольших клиентов. Везти 15 штук

товара на склад в Подольск может оказаться просто невыгодно, тем более если нужно делать это постоянно. Плюсы расположения внутри МКАД следующие:

- 1. Свой ПВЗ, который, бывает, выручает, особенно в пик сезона, когда не справляются большинство курьерских служб.*
- 2. Возможность использовать пеших курьеров.*
- 3. В пределах МКАД гораздо легче и дешевле подвозить товары (и для транспортных компаний, и для самих клиентов).*
- 4. Проще клиенту приехать лично (у нас есть ряд клиентов, которые сами привозят товар или проверяют/доупаковывают перед нашей приемкой, мы даже отдельное место в офисе для этого предусмотрели).*
- 5. В Москве проще найти сотрудников (хотя ФЗП будет существенно выше).»*

Дмитрий Новиков, генеральный директор Reworker

3. Стоимость услуг. Есть три схемы формирования цены за услуги фулфилмента. Они могут применяться по отдельности или комбинированно.

- **За каждую операцию.** Процесс фулфилмента разбит на операции, каждая из которых оплачивается по фиксированному тарифу. Магазин вместе с фулфилмент-оператором выбирает, какие именно услуги будут включены в обслуживание, и платит за каждую операцию, совершенную над каждым заказом. Счет выставляется только за собранные заказы. Итоговую цену на услуги фулфилмента за расчетный период интернет-проект узнает по факту выставления счета.
- **Процент от объемов.** Процесс не делится на операции, а воспринимается как единое. При этом чем больше объем продаж магазина, тем меньше процент, который он платит за услуги фулфилмента. Упрощает процесс взаиморасчетов, но итоговая цена на услуги фулфилмента за расчетный период известна по факту выставления счета.
- **«Пакетные» тарифы.** Фиксированная стоимость обслуживания на месяц. Пакет предполагает обработку любого количества заказов, не превышающего заданную верхнюю границу. Каждый последующий тарифицируется дополнительно.



У нас нет опубликованных тарифов, так как все тарифы индивидуальны и зависят от специфики бизнеса и операционных процессов клиента, а также от объемов. В eSolutions мы, как правило, практикуем два вида тарификации: за каждую операцию и процент от объемов. Многие клиенты предпочитают первую модель, особенно, если со стороны клиента интернет-магазин управляется логистами: такая схема для них понятна, прозрачна и предсказуема. Таким образом клиенты могут оптимизировать стоки, например.

А вот вторая схема очень интересна для клиентов, которые только выходят в онлайн и не могут спрогнозировать объемы продаж, которых, кстати, может не быть вообще. Так как в такой схеме клиенты платят процент с подтвержденных заказов, тем самым они не платят, если с товаром ничего не происходит, при этом логистический оператор в любом случае несет расходы. Поэтому эта схема имеет место быть для брендов, которые уже имеют опыт продаж, стабильные объемы и хорошую оборачиваемость стока. В любом случае выбор схемы тарификации мы оставляем за собой.»

**Алина Кисина, руководитель департамента
развития бизнеса eSolutions**

- 4. Дополнительные услуги.** Набор дополнительных услуг для конкретного магазина варьируется в зависимости от схемы его работы и типа продаваемых товаров.



Вряд ли стоит ожидать полной стандартизации, поскольку даже на более развитых рынках ее как таковой нет. Бизнес-партнерство, взаимоотношение аутсорсера и клиента всегда строится на доверии, коммуникации, готовности к компромиссам и определенной гибкости. И это оценить невозможно. Но реперные процессы, по которым можно получить первоначальную оценку ценового сегмента фулфилмент-оператора безусловно должны появиться.»

Алексей Жуков, эксперт



Рынок фулфилмента находится в процессе становления. Такой же момент переживали CMS лет 15 назад и курьерские службы лет 5–6 назад. Сама услуга уже сформировалась, более или менее сформировалось ценообразование и понимание зачем, кому и как, но основные потребители услуги еще морально не готовы и/или не знают о ней. Этот период нужно просто пережить, желательно как можно активнее приближая то светлое будущее, когда о данной услуге будет знать каждый владелец интернет-магазина. Приблизить момент можно просто рассказывая об услуге и объясняя ее плюсы и минусы, где только можно.»

Дмитрий Новиков, генеральный директор Reworker

- а. Контактный центр / CRM.** Многоканальный телефон и сотрудники для обработки заказов (могут быть закреплены за магазином или нет). Работники колл-центра имеют скрипты, по которым они общаются с покупателями. Контактный центр может быть подразделением фулфилмент-оператора или сторонней компанией, работающей по договору с оператором.



У нас колл-центр и склад расположены в одном здании, что дает максимально «плотную» связь операторов со складом, каждый менеджер в колл-центре хорошо знает все процессы изнутри, имеет максимально оперативный доступ ко всей информации и изменениям в схеме работы, а также имеет возможность при необходимости быстро «спасти» тот или иной заказ. Дружеские взаимоотношения между сотрудниками склада и менеджерами весьма благоприятно сказываются на работе, так как коллектив чувствует, что они все «плывут в одной лодке.»

Ирина Пятовская, руководитель отдела продаж Fastery

- б. Маркетинг.** Некоторые фулфилмент-операторы работают с аудиторией клиентов интернет-магазинов еще до совершения покупки на сайте. Они помогают в digital-маркетинге товаров, занимаются продвижением сайта.



Преимущество передачи фулфилмента и маркетинга одному подрядчику заключается в отсутствии дублирования процессов. Единое решение оптимизирует процессы, убирает повторяющиеся итерации, уменьшает время на урегулирование и взаимодействие, оптимизирует администрирование. Кроме того, единое решение объединяет IT-системы, формируя единую прозрачную отчетность, которую можно использовать при разработке, запуске и мониторинге акций.»

Мария Зайцева, директор департамента по работе с федеральными клиентами SPSR Express

- с. Производство контента.** Профессиональная съемка фотографий товаров и видео с ними для корзины на сайте, помощь в описании карточек товара. Если интернет-магазин работает с поставщиком, который не предоставляет достаточную информацию о товарах, встает необходимость производства контента для сайта. И тогда магазин должен либо фотографировать и описывать товары самостоятельно, либо найти стороннего подрядчика, либо поручить эту работу фулфилмент-оператору.



Большая часть маркетинговых компаний на рынке рассматривает срок жизни своего клиента от 1 до 8 месяцев, в зависимости от предоставляемых услуг. Срок жизни клиента, который пользуется фулфилментом на порядок длиннее и составляет, из нашей практики, несколько лет. А так как размер клиента напрямую отражается на прибыли фулфилмент-оператора, то существует огромная обоюдная заинтересованность в именно качественном выполнении маркетинговых услуг. Поэтому производство контента и прочие маркетинговые услуги разумно передавать будущему фулфилмент-оператору — как более заинтересованному в качестве маркетинговых услуг лицу.»

Евгений Ивакин, коммерческий директор Ritm-Z

- d. Создание и поддержка сайта.** Мы отмечаем общий тренд расширения портфеля услуг сервисных компаний. Ввиду этого всё больше фулфилмент-операторов предлагают клиентам без собственного интернет-магазина создать его и взять на аутсорсинг обработку заказов. Такой комплекс может быть интересен оффлайн-сетям и зарубежным ритейлерам, рассматривающим возможность выхода на российский рынок электронной коммерции.



Во-первых, это пропорционально уменьшает количество договоров и взаимодействий по ним. Во-вторых, меньше возможностей по переложению ответственности на других подрядчиков — всегда понятно, с кого спрос. Другой вопрос, что не всегда можно ожидать достаточной компетенции по всем вопросам у одного подрядчика. Оценка такого баланса сил, приоритетов и правильный выбор того, чем можно пожертвовать (а пожертвовать всегда чем-нибудь придется), — это и есть компетентность заказчика.»

Андрей Хромов, генеральный директор Аристос

- e. Кросс-докинг.** Технология приемки товара от поставщика, когда привезенный товар не размещается на хранение на складе, а сразу едет дальше. Причем сборка товаров в заказы может происходить как на стороне поставщика, так и на стороне фулфилмент-оператора. В первом случае заказы на складе только перегруппировываются по разным машинам в зависимости от направлений, во втором они сначала формируются в заказы и уже после этого едут по направлениям. Такая модель подходит для тех магазинов, которым важна быстрая оборачиваемость, у которых товар поступает небольшими партиями от разных поставщиков, у которых часто проходят акции и распродажи.



Одними из ключевых факторов качества предоставления данной услуги является хорошо отлаженная внутрискладская логистика и подготовка персонала. Дело в том, что в случае с длительным хранением грузов на складе есть возможность путем инвентаризаций найти и исправить ошибку. Цена и вероятность ошибки при оперативной обработке груза существенно вырастает. Среди наших клиентов двухэтапным кросс-докингом (*pick-by-line*) активно пользуются компании, занимающиеся полиграфией. Напомню, что такая услуга предусматривает не только оперативную отправку готовых грузовых мест, но и комплектацию заказов для конечного потребителя. Одноэтапный кросс-докинг востребован у компаний сегментов бытовой техники, FMCG, и др.»

Алексей Оськин, генеральный директор Easy Way



Очевидно, что данная услуга необходима для доставки дорогих или габаритных товаров. Сегодня популярность кросс-докинга растет, так как немногие клиенты могут себе позволить иметь весь ассортимент на складе, при этом еще и с запасом. От фулфилмент-оператора требуется, в первую очередь, ИТ-решение, позволяющее оказывать такую услугу, и соответствующий процесс, подкрепленный человеческими ресурсами и местом на складе.»

Михаил Гриценко, директор по электронной коммерции компании «ПЭК»

- 5. Обработка частичных и полных возвратов.** Задача фулфилмент-оператора в данном процессе заключается в том, чтобы принять возвратный товар на склад и передать статус об этом в систему магазина по API или через личный кабинет. В случае, когда заказ не доехал до покупателя и вернулся (недоставка заказа), оператор разбирает заказ на товары и снова добавляет их в сток. Если же от заказа отказались уже после вскрытия (полный или частичный возврат при доставке), нужна дополнительная проверка товаров перед приемкой. Условия приемки оговариваются заранее, — в каком случае товар подлежит перепродаже, а в каком его надо переупаковать или вернуть магазину как негодный. Оперативность получения информации о том, что товар поступил как возврат, зависит от курьерской службы. Системы одних позволяют разделить заказ на товары и отметить тот, что вернулся, другие передают магазину, следовательно, и фулфилмент-оператору, только номер заказа, где был частичный или полный возврат.



Обработка возвратов требует очень четкого понимания причин и условий их возникновения, так как фулфилмент-процессы для разных типов возвратов (возвращенных без вскрытия, отказных после примерки или частичного выкупа, претензионные/рекламационные) будут различными и требуют разных операций. Например, мы в рамках услуги «Центр обработки возвратов» для интернет-магазинов предлагаем возможность перенаправления на наш адрес (или на а/я для ИМ) претензий от покупателей с отправлениями, в которых идут отказные товары. Такие отправления принимаются нами, с видеоконтролем и фотофиксацией вскрываются и обрабатываются, сканируются сопроводительные документы (претензии покупателей, бланки возврата), и все эти материалы вместе с описанием передаются по электронным каналам в ИМ для принятия решения. Мы считаем, что полный комплекс фулфилмент-услуг немислим без предоставления услуг по обработке возвратов.»

Константин Якунин, генеральный директор ExpressRMS

- 6. Базовый перечень товарных категорий.** На рынке фулфилмента есть три игрока, специализирующихся на обслуживании интернет-магазинов одежды и обуви. Остальные имеют в своем портфеле клиентов множества товарных категорий. Фулфилмент-операторы в большинстве своем не принимают на обработку те сегменты товаров, которые их партнеры по доставке не умеют возить, то есть крупногабаритную технику, мебель, и т.д. Ключевая проблема работы с этими категориями заключается не столько в их хранении, сколько в перевозке.



Складская обработка крупногабаритных заказов подразумевает учет большого количества деталей одного товара в заказе. Отсутствие корректной маркировки приведет к потере одной из деталей и, как следствие, к отказу от заказа и негативному отзыву. Такой простой предмет, как кровать, может состоять из нескольких коробок, т.к. упаковки таких размеров не существует. Склеивание коробок скотчем между собой чаще всего приводит к увеличению габаритов заказа, так что экипаж не сможет его поднять и осуществить доставку до двери. Поэтому оператор, работающий с такими заказами, должен уметь не только правильно маркировать товар при приемке на склад, но и паковать его так, чтобы все детали доехали до покупателя.»

Алёна Смагина, руководитель проекта e-commerce АРАН

7. Характеристики склада и типы хранения. Для магазинов, нацеленных на долгосрочное сотрудничество и двузначный ежегодный рост числа заказов, важны возможности масштабируемости фулфилмент-партнера. Она оценивается по размеру склада и проценту его загруженности. Если для крупных операторов обработать на несколько тысяч заказов в день больше в высокий сезон не представляет трудностей, то для более мелких это может оказаться проблемой. Она повлечет за собой ошибки в сборке заказов или задержки при доставке, что отразится на репутации магазина и лояльности покупателей.

Раскладка товаров определяется совместно фулфилмент-оператором и клиентом. Во внимание принимаются особенности магазина (товарная категория, количество заказов) и способ учета товаров в системе фулфилмент-оператора.

- *Монохранение (по артикулам).* Подходит для магазинов с низкой глубиной товарной матрицы.
- *Смешанное хранение.* Подходит для магазина с большим количеством SKU, когда отдельно хранить коробки с каждым товаром дорого.

Типы хранения

- напольное,
- стеллажное,
- мелкочаечистое,
- сейфовое хранение (в т. ч. под опасные грузы),
- хранение с терморежимом.



Фулфилмент-операторы, предлагающие различные нестандартные условия хранения находятся в более выигрышной позиции, так как в современных условиях интернет-магазины идут по пути расширения товарной матрицы. Такие сегменты как косметика, продукты питания, автомобильные аксессуары растут. Напомню, что для парфюмерии зачастую требуется соответствие условиям хранения опасных грузов, для товаров питания – различные температурные режимы, а для хранения автомобильных шин – отдельная огороженная зона. В дополнение к этому, рынок замер в ожидании изменения законодательства в области дистанционной торговли алкоголем и фармацевтической продукции. При снятии запрета на торговлю данными видами товаров, вероятно, понадобятся площади под лицензии, оборудованные по всем требованиям законодательства.»

**Дмитрий Лобанов, руководитель направления
«Электронная коммерция» Itella**

- 8. Доставка, последняя миля.** Доставка заказов до конечного покупателя или до пункта самовывоза не входит в услугу фулфилмента, однако 70% операторов доставляют все или часть заказов собственным штатом курьеров. Варианты, по которым может быть организована доставка заказов:
- a. Фулфилмент-операторы могут доставлять заказы самостоятельно;
 - b. Частично самостоятельно, частично через партнеров;
 - c. Целиком через партнеров:
 - I. По прямому договору службы доставки и магазина;
 - II. Через агрегатор доставок, который предоставляет арбитраж по цене или скорости;
 - III. Фулфилмент-оператор выбирает самостоятельно или вместе с клиентом, исходя из требований клиента.

Клиент не ограничен теми службами доставки, с которыми сотрудничает фулфилмент-оператор, однако если магазин работает с курьерской службой по прямому договору, он не имеет возможности получить скидку от объема, какую имеет оператор.



Фулфилмент расширяет возможности заказчика и его сервиса при доставке товара покупателю. У нас работают проекты, в которых мы совместно с курьерскими службами доставляем заказы и делаем замены по определенному сложному алгоритму. Есть два условия. Во-первых, четкая формулировка задачи со стороны заказчика и совместное обучение сотрудников курьерской службы. В нашем случае в разных городах были сформированы группы курьеров. Мы провели обучение по процессу регулярной замены технических деталей. Во-вторых, четкое понимание экономической целесообразности такой услуги. В описанном кейсе заказчик предоставляет покупателю необходимый сервис, не отвлекаясь на организацию внутренних бизнес-процессов и содержание штата. Процесс регулируем мы, получая от заказчика обратную связь и цели. Это частный кейс. Если говорить о наших стандартах, то для нас ключевым параметром является качество доставки: мы следим за отзывами клиентов о самих курьерах, за сроками доставки, за информированием, за реагированием КС на изменения в заказах (адресах, контактах, пожеланиях покупателей).»

Оксана Любивая, генеральный директор ProStore

Как передача процессов по кросс-бордеру на аутсорс помогла магазину Artaban.ru снизить расходы на логистику на 30%

Клиент

- интернет-магазин Artaban.ru

Список работ

- покупка товаров у поставщиков в США
- доставка по США (первая миля)
- фулфилмент в США
- авиа доставка США-Россия (средняя миля)
- таможенная очистка
- доставка до склада в Москве
- кросс-докинг в Москве
- доставка по РФ (последняя миля)
- возвратная логистика

Проблема

Чтобы покупатели могли заказать товар из-за границы и бесплатно примерить его (и вернуть определенные или все позиции без штрафов), магазину приходится несколько раз проходить процедуры логистики (по России и США), таможен, возвраты зарубежному поставщику, и так далее. Artaban.ru нужен был подрядчик в США, который взял бы на себя все процессы по кросс-бордеру.

Решение

Компания решила передать с 2014 года все процессы по направлению кросс-бордера из США на аутсорс в компанию Shiptor.

За время совместной работы сотрудниками Shiptor было успешно обработано 11 тысяч посылок из США, каждая посылка содержала в среднем 2.2 товарные позиции.



Андрей Лямин, директор по развитию Shiptor.ru в России

www.shiptor.ru

Как это работает: Artaban.ru работает с Shiptor по полному циклу работ, включая выкуп товара у поставщика, контроль его доставки, прием и обработку, таможенную очистку, логистику, а также полный комплекс услуг по возврату товара (в случае необходимости).

После того, как клиент оформил заказ на сайте Artaban.ru, данные проверяются сотрудником магазина (в части возможных опечаток). После этого по API заказ автоматически попадает уже в CRM Shiptor и берется в работу. Сотрудники Shiptor видят новые заявки на выкуп товаров у иностранных поставщиков, оплачивают их, доставляют до своего склада в США. При поступлении товаров на склад Shiptor в США, товары проверяются на соответствие заказанным — цвет, размер, модель. При нахождении ошибки товар в системе маркируется как проблемный с указанием проблемы, сотрудники Artaban оповещаются об этой проблеме и могут оперативно принять решение о дальнейшей судьбе заказа.

Это важно: вместо поиска ошибок в России, все возможные проблемы решаются еще в США. Благодаря интеграции по API, и конечный покупатель, и Artaban.ru в любой момент в курсе актуального статуса заказа.

После доставки и проверки товара на складе в США, при необходимости, товарам присваивают ячейку для хранения и дальнейшего объединения с другими товарами в один заказ. Сотрудники Shiptor распаковывают, перераспределяют и снова упаковывают товары так, чтобы они вместе занимали меньше места и не повредились по доставке. После груз доставляется в аэропорт США, откуда он прилетает в Москву и проходит таможенную очистку. Экспресс-партии из США у Shiptor отправляются 2 раза в неделю, а общее время от вылета самолета из штатов до получения посылки в Москве составляет 2-3 дня. Затем товары поступают в сортировочный центр Shiptor в Москве, откуда заказы, уже ранее сформированные в посылки, уезжают по всей России покупателям.

Важное преимущество Shiptor перед конкурентами — единое окно по всем процессам логистики и ускоренная процедура таможенной очистки. Компания проводит декларирование в экспериментальном электронном формате, что дает возможность выпустить товары с таможни день в день. Независимо от количества позиций и веса посылок.



Дата основания: 2011 год

Количество SKU:

250 000 позиций

Страны импорта:

США и Европа

Важные особенности

для клиентов: заказ без предоплаты, бесплатная примерка и возврат

Итого, от поступления товара на склад в США до его получения на складе в Москве проходит 6-8 дней. Как результат, конечный покупатель в РФ получает товар в среднем всего за 10-12 дней.

Возвратная логистика

Для удобства своих покупателей Artaban.ru позволяет отменить заказ без штрафов на любом этапе, и в случае необходимости Shiptor реализует весь процесс работ по ре-экспорту.

Программа лояльности

При работе с Shiptor, у клиента есть не только текущий баланс на счету, но и внутренний кредитный лимит, который помогает в случае срочных заказов или задержек с проведением платежей.

В чем еще преимущества

Поскольку Artaban.ru отдает на аутсорс весь блок работ по кросс-бордеру из США, все операции проходят быстрее и дешевле. Если бы команда Artaban.ru реализовывала каждый из этих процессов in-house, то стоимость поддержания склада, “стандартные” тарифы на доставку, решение вопросов с логистикой и таможенной очисткой обходились бы компании примерно на 30% дороже. Не говоря о повышении сроков доставки и числа отмененных заказов (многие из которых обнаружались бы уже только после доставки в Россию) и сложностей с оформлением возвратов.

Другой важный плюс Shiptor — статус VIP-клиента у ключевых зарубежных поставщиков. Такой статус дает компании специальные тарифы на доставку, право на приоритетную обработку заказов, быстрое решение вопросов по возвратам, и оперативную помощь по любым возникающим вопросам.



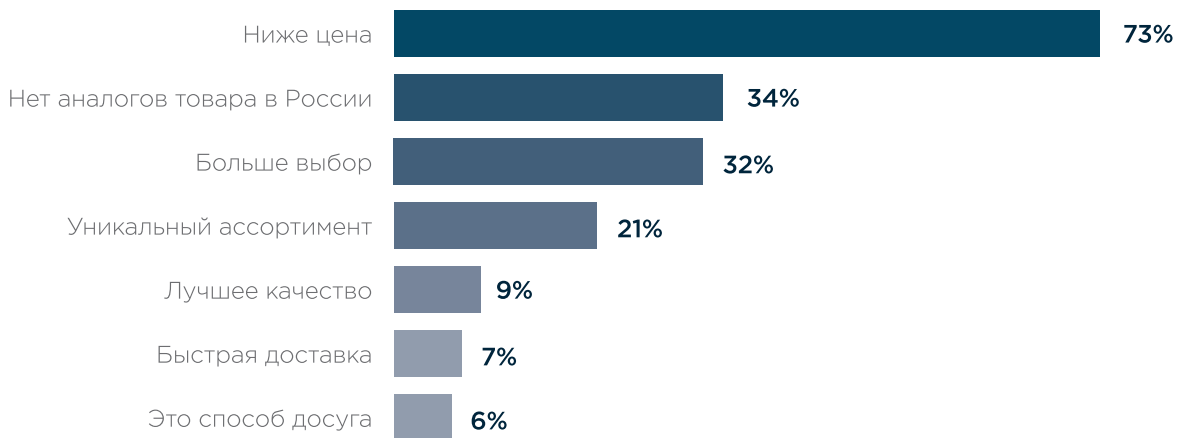
Нам нравится работать с Shiptor. Для каждого процесса (выкуп товара, доставка, решение проблем, растаможка, оформление возвратов и так далее) для нас в Shiptor есть свой человек. Схема отлажена, поставлена на рельсы, каждый знает, как, что и когда ему надо делать. Объемы достаточно большие, так что, разумеется, случаются и ошибки, но их крайне мало. За три года совместной работы у меня сложились отличные отношения минимум с десятком сотрудников Shiptor. Это успешный и правильный симбиоз: мы принимаем заказы, а команда Shiptor — доставляет. Каждый занимается своим делом.»

**Сергей Пузанов,
генеральный директор Artaban.ru**

О рынке кросс-бордера

Покупка товаров напрямую из-за рубежа — или кросс-бордер — заманчивая ниша для крупных и небольших интернет-магазинов. Этот рынок растет взрывными темпами: только с 2015 по 2016 год количество товаров, которые россияне совершают напрямую из-за рубежа выросло на 33%, с \$6 млрд. до \$8 млрд (по данным РБК). Этому способствует то, что в России — один из самых высоких таможенных лимитов на ввозимые товары в мире: до €1000 на покупателя в месяц. По оценкам Shiptor, даже если этот лимит снизится в пять раз, до условных 200 евро в месяц, то и это не поставит крест на нише кросс-бордера. По оценке сервиса, до 200 евро — средний чек покупателя в американских и европейских интернет-магазинах. Если говорить про товары с площадок вроде Aliexpress, то средний чек на покупателя падает еще ниже, и составляет около 20 евро.

Причины покупки из-за рубежа (по данным Gfk, октябрь 2016 г.)



Интересно, что российские покупатели не ограничивают себя только заказами в Китае, хоть на его долю приходится свыше половины рынка: 55% всех заказов. Доля товаров из США (30%) и Европы и Великобритании (10%) в сегменте кросс-бордера также высока.

В Shiptor за рубежом мы делаем все складские процессы, включая фулфилмент, с 2006 года — это основное направление деятельности компании. Мы помогаем интернет-магазинам начать работу или отладить все процессы для кросс-бордера. Мы готовы делать интеграцию, локализацию, кросс-бордер логистику, возвратную логистику, фулфилмент в США, Европе, Китае и РФ, прием платежей для интернет-магазина нерезидента, услуги колл-центра и продвижения.

С Shiptor клиент может закрыть все вопросы для продажи зарубежных товаров “под ключ”. Компания имеет собственное складское пространство суммарной площадью 5400 м² — в США, Европе, Китае и Москве. 10 лет опыта и глубинное понимание каждого процесса в кросс-бордер гарантируют самый высокий уровень сервиса. По сути, с Shiptor.ru кросс-бордер покупка для конечного покупателя становится таким же надежным, удобным и прозрачным процессом как и покупка товара, который уже находится на складе в РФ.

Важное преимущество Shiptor — интеграция с ведущими маркетплейс в России. Так, интеграция Shiptor с Яндекс.Маркет позволит зарубежному магазину продавать товары даже не имея собственной витрины в РФ. Все процессы по интеграции, локализации, кросс-бордер логистике, возвратной логистике, фулфилменту (в США, Китае, Германии и РФ), приему платежей, услугам колл-центра и продвижению возьмет на себя Shiptor.



С сентября 2016 года Shiptor запустил также направление российского фулфилмента. Менее чем за год клиентами компании стали свыше 200 российских интернет-магазинов. Shiptor занимается всеми этапами фулфилмента: приемкой товаров, хранением на складе, обработкой заказов, комплектацией и упаковкой, обработкой недоставок и возвратов.

Плюсы передачи фулфилмента на аутсорс в Shiptor:

Автоматизация вместо ручной работы

Интеграция с CRM вместо ведения всей базы в XLS. С Shiptor вся информация о каждом заказе доступна в одном месте — персональном личном кабинете клиента.

Цена

Отдать фулфилмент на аутсорс — почти всегда дешевле. И не просто дешевле, а очень и очень сильно дешевле: если сравнить с ценой поддержания собственного склада и персонала. Не говоря о времени, которое придется потратить на выстраивание всех процессов.



Несмотря на высокую конкуренцию в нише, мы видим взрывной спрос на аутсорс фулфилмента российскими магазинами. Причин к этому несколько, главная из которых — высокие темпы роста российского e-commerce. Также мы имеем конкурентное преимущество, предлагая полный цикл услуг по логистике в одном окне (One-Stop-Shop). С нами удобно работать, передав все процессы в одни руки. Выбрать надежного партнера для интернет-магазина — значит закрыть все вопросы по складу и логистике и сфокусироваться на развитии бизнеса.»

Андрей Лямин, директор по развитию Shiptor

SHIPTOR

SHIP TO RUSSIA



Фулфилмент в России,
США, ЕС и Китае



Доставка заказов
по всему миру



Маркетинг
и локализация



Интеграция с ведущими
маркетплейс



+7 (499) 702-49-20

www.shiptor.ru

sales@shiptor.ru

9. Работа с Почтой России. Предпочтовая подготовка.

Почта России имеет более 42 000 отделений по всей стране, что обеспечивает покрытие всего населения. Ни один оператор пунктов выдачи не обладает таким их количеством, а если сложить все аутсорсинговые* пункты вместе, то это будет в 4 раза меньше, чем у Почты. Отделения различны по размерам, функциям, предоставляемым услугам. От того, в какое отделение интернет-магазин сдает посылки и делает ли он это через подрядчика или самостоятельно, зависит скорость доставки, процент не допущенных к отправке посылок, а также перечень возможных проблем. Ниже приведено описание каждого пункта.

- a. *Объект почтовой связи (ОПС)*. Обычное отделение почты, оказывает финансовые и почтовые услуги для физических и юридических лиц.
- b. *Центры выдачи и приема посылок (ЦВПП)*. Они были созданы, чтобы разгрузить ОПС. В них принимают только посылки от физических и юридических лиц.

Если в ОПС документацию на отправление заполняет работник Почты России, то в ЦВПП это делают самостоятельно отправители. Это может привести к ошибкам и к тому, что посылка не будет передана в АСЦ для отправки.

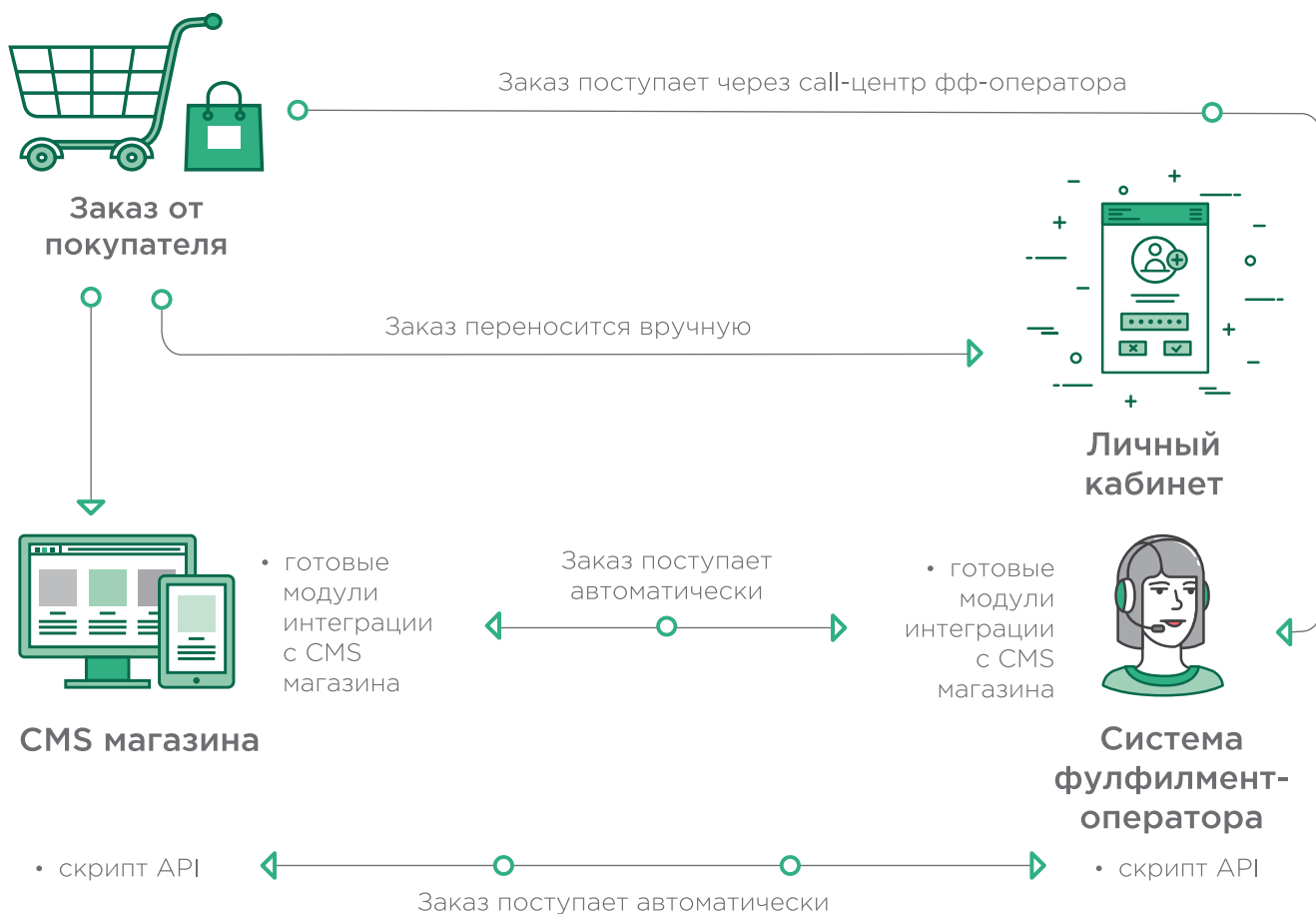
- c. *Межрайонный почтамт (МРП)*. На один межрайонный почтамт приходится 50-70 отделений почтовой связи.
- d. *Автоматизированный сортировочный центр (АСЦ)*. Один на область, в которой расположен, и все прилегающие к ней. Все посылки из ОПС, ЦВПП и МП поступают в АСЦ. Вес и размеры посылки замеряются и сверяются с указанными на бланке. Если проверка пройдена, то они отправляются в пункты назначения.

* Не учитывались собственные пункты интернет-магазинов

е. Главный центр магистральных перевозок почты (ГЦМПП) занимается доставкой почты между крупнейшими городами РФ.

Так как посылки из ОПС, ЦВПП и МРП поступают в АСЦ и только после этого едут до получателей, срок доставки может удлиниться на 1-2 дня.

10. Способы взаимодействия магазина и фулфилмент-оператора. Так как последние работают с огромным количеством клиентов-магазинов, у них есть опыт работы с разными информационными системами. Степень автоматизации с конкретным клиентом во многом зависит именно от возможностей магазина. Так, например, крупные магазины передают все заказы, получают статусы по ним, обмениваются документацией с фулфилмент-оператором по API. Магазины поменьше используют личный кабинет, который разработан и предоставлен фулфилмент-оператором. Многие операторы имеют готовые модули интеграции их личного кабинета с некоторыми распространенными CMS магазина. Модуль позволяет транслировать условия доставки курьером или в пункт самовывоза на сайте магазина. Также заказ может попасть в систему фулфилмент-оператора напрямую от покупателя. Если фулфилмент предоставляет свой колл-центр, сотрудники оформляют заказ прямо в систему. И способ, который используют большинство мелких интернет-магазинов, — это передача заказов в excel-файле.



API — самый, пожалуй, технологичный «инструмент общения» между оператором фулфилмента и интернет-магазином. Получить информацию по API можно в режиме реального времени с исключением человеческого фактора. Информацию можно трансформировать как угодно: оперативное информирование получателей, взаимодействие со службой, аналитика любой глубины. Передавать информацию по API — технологично, очень удобно, особенно при больших объёмах. Модули — функциональные блоки, которые выполняют конкретную задачу информирования получателей, расчёта стоимости в корзине, связи между CRM или CMS и оператором фулфилмента. Модули хороши для быстрого старта. Например, партнерский модуль Shop-Logistics помог интернет-магазину Музея изобразительных искусств им. Пушкина быстро подключить доставку заказчикам.»

Сергей Семко, коммерческий директор Shop-Logistics

11. Забор от поставщиков. Большинство (25 из 27 рассматриваемых) фулфилмент-операторов предоставляют эту услугу своим клиентам. Причем схемы взаимодействия могут быть различными, индивидуальными для каждого интернет-магазина. При высокой оборачиваемости товара фулфилмент-оператор может поддерживать его количество на складе не ниже установленной магазином границы, может заказывать самостоятельно или обращаться к магазину за уточнением, заказывать или нет, сколько.



Не все вопросы по взаимодействию с поставщиком можно передать фулфилмент-оператору. Взаиморасчетами и всеми финансовыми вопросами придется заниматься самостоятельно, но можно освободиться от большей части текущих задач, таких как уточнение наличия, оформление заказа, отправка курьера на отгрузку или иные подобные задачи. На примере нашей компании: менеджеры уже подкованы по многим вопросам взаимодействия с поставщиками. Когда к нам приходит новый магазин, то его поставщики знакомы нашим сотрудникам, а где-то уже даже за нами закреплен персональный менеджер. Задача наших сотрудников — наладить максимально удобную схему в работе, что в первую очередь им самим облегчает работу. Соответственно, если наш менеджер увидит, что, к примеру, у данного поставщика можно наладить более качественную и простую схему по отгрузке товара — обязательно магазину будет предложен такой вариант.»

Ирина Пятовская, руководитель отдела продаж Fastery

- 12. Таможенное оформление.** Интернет-магазину могут потребоваться услуги таможенного брокера, если:
- a. Склад поставщиков находится за пределами России;
 - b. Покупатель заказывает товар с доставкой за рубеж.

Чтобы магазину не заниматься поиском и работой с таможенным брокером самостоятельно, в этих случаях помогают фулфилмент-операторы, которые имеют налаженные связи и компетенции. Более трети (37%) операторов предлагают услуги по таможенному сопровождению отправок.



Для ускоренного таможенного оформления посылок требуется подать в электронном виде декларации, которые должны включать паспортные данные получателя и информацию о покупках. Сбор данных покупателей обычно делается после успешно оформленного заказа. Техническое обеспечение этого процесса включает интерфейс, проверку информации сотрудниками и лицензию на обработку персональных данных. На практике это выглядит так: мы отправляем письмо со ссылкой на подтверждение/заполнение данных (в зависимости от взаимодействия с магазином). Часто клиенты подтверждают данные не с первого раза, приходится догонять их напоминаниями, звонками. Паспортные данные — это всегда тонкий вопрос для клиента, и это нетривиальная техническая инфраструктура, которая требует затрат и опыта работы. Если фулфилмент-оператор умеет с этим работать, это позволит интернет-магазину прилично сэкономить время и ресурсы.»

Андрей Лямин, директор по развитию сервиса в России Shiptor

13. Оптовые отгрузки (B2B) со склада. Если клиент фулфилмент-оператора продает не только онлайн, но и имеет оффлайновые розничные точки, то ему может потребоваться доставка со склада партнера до своих точек. Этот процесс предполагает более обширную документацию и иные бизнес-процессы. Склад должен позволять хранить попалетно, иметь подъезд для грузовых автомобилей, а курьеры должны быть обучены сдавать груз в соответствии с требованиями о сдаче-приемке. Это включает работу с сопроводительными документами (оформление и сверка), оформление актов приемки с указанием порчи или недостачи груза, если они имеются.



Ключевым отличием B2C от B2B является то, что конечный покупатель, являясь физическим лицом, может не принять заказ, а розничная точка продаж при прочих равных условиях (верный адрес получателя, неповрежденный груз с корректными документами и т.д.) должна принять груз в обязательном порядке. Кроме того, есть ряд и других отличительных факторов. Во-первых, это время доставки, которое влияет на маршруты: более половины розничных точек готовы принимать грузы только в нерабочее время. Во-вторых, это время на точке: возможны очереди на разгрузку и длительное ожидание документов после контроля груза. В-третьих, розничные магазины, в отличие от покупателей, не платят в момент доставки, т.е. нет проблем со сдачей курьеру. В-четвертых, это кадровый вопрос: при должной простоте и четкости алгоритмов особых требований к персоналу не возникает, но все-таки при доставке в розницу от специалиста может потребоваться выполнение функций грузчика.»

**Михаил Гриценко, директор по электронной коммерции
компании «ПЭК»**



*Грязнев Алексей,
генеральный директор
ЗАО «СДТ»*

www.dsserv.ru

Клиент — интернет-магазин семян и товаров для сада, дачи и дома. Осуществляет дистанционную продажу товаров более 10 лет.

Основные каналы продаж — интернет-магазин (дополнительный — каталог Почты России).

CMS — Битрикс.

Среднее количество заказов в месяц — 20 000 шт. (по году), 40 000 шт (сезон).

Общ. количество SKU — 18 000.

Общ. количество тов.ед. — 1 630 000.

Средний чек — 2000 р.

Среднее количество ед. в заказе — 56 ед. (40 SKU).

Каналы доставки — Почта России, СДЭК.

Сезон — с ноября по февраль.

1. ОЖИДАНИЕ

Клиент обратился в ЗАО «СДТ» с достаточно сложной для любого фулфилмент-оператора задачей — в течение 5 дней запустить физические отгрузки заказов с нового склада и начать приемку новых поставок от поставщиков. При этом необходимо максимально сократить затраты на переезд и осуществить полную API-интеграцию. И это все должно произойти в высокий сезон для клиента.

Любой эксперт рынка сочтет данную задачу практически не выполнимой, учитывая масштабы бизнеса клиента!

2. РЕШЕНИЕ

API-интеграция с CMS клиента (всего за 5 дней).

Прямая IT — интеграция с поставщиками и подрядчиками клиента (Интеграция с подрядчиками клиента по доставке: Почта России, СДЭК у нас уже была реализована, потребовались небольшие донастройки обмена данными по Поставкам)/API интеграцию с CMS системой Клиента сделали за 3 рабочих дня.



Прием поставок по коробам (1 короб — 1 товар).

Прием товаров со склада клиента без пересчета (коробами).

Физический прием товаров на склад — 24 часа (приняли весь товар на склад и внесли в WMS-систему. Собственная WMS-система, специально разработанная под операции для интернет-магазинов, позволяет параллельно (а не последовательно, как у некоторых складских операторов) принимать многоартикульные (смешанные) партии товаров. Т.е. увеличивая количество приемщиков (операторов склада), мы имеем возможность в минимальные сроки принимать любой объем товара.

Прием новых поставок товара от поставщиков — на 5 день. Начало приема и физической сборки заказов — на 5 день. Покупка специальной дополнительной хранимой тары — подходящие под весогабаритные характеристики основного товара, уменьшение размера ячеек в стеллажах.

Поточный 100% контроль правильности подбора/комплектации — контроль на этапе комплектации, сортировки и упаковки (3 этапа контроля).

Закрепление персонального менеджера (старшего участка склада), отвечающего за проект

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОВЕДЕННОЙ РАБОТЫ

Оптимизация хранения — сокращение затрат клиента на хранение — 30 % (в объеме хранения, как следствие — снижение финансовых затрат клиента).

Оптимизация процесса комплектации — сокращение времени на подбор заказов клиента, а значит стоимости формирования одного заказа — в 1,5 раза.

Предпродажная подготовка (доупаковка сыпучих товаров в индивидуальные пакеты, подготовка кратных партий товаров для розничных продаж (по 10, 25, 50, 100 шт)).

ЗАО «СДТ» — один из крупнейших операторов на российском рынке фул-филмент-услуг для компаний рынка дистанционной торговли:

- Входит в ГК «Аккорд Пост»
- Основание: 2010 год
- Сотрудники: 700 чел.
- Площадь: 25 000 м² ответ. хранение: 19 000 м² комплектация: 6 000 м²
- Мощности: конвейерная линия — 11 транспортеров; суточный объем — 15 тыс. отправок; потенциал — 30 000 отправок
- Статус: Федеральный клиент «Почты России»
- Член Национальной Ассоциации Дистанционной Торговли (НАДТ)

Сокращение ошибок (пересорт, недокомплект) — до 0,01%.

Формирование заказов. Формирование и отгрузка в службы доставки — 1000 заказов в день. Наполнение 1-го заказа в среднем = 56 единиц товара (40 SKU). Есть заказы с наполнением в 90-100 единиц товара. В пиковые нагрузки — мы отгружаем объем от 50 000 до 100 000 единиц товара в день.

Максимальный подбор в пиковые нагрузки (до 300 SKU — до 1000 ед.).

Выполнение любых сезонных объемов продаж и пиковых нагрузок по акциям.

Расширение каналов доставки и списка курьерских компаний (Почта России, СДЭК, Voxberry, А1 экспресс) в рамках единой интеграции «СДТ» — покрытие всей территории России (в том числе труднодоступных нас. пунктов), сокращение затрат на доставку и повышение лояльности покупателей за счет использования наиболее эффективного канала доставки.

Обработка возвратов — в течение 24 часов с внесением товаров в систему для нового подбора в заказ (с момента поступления возврата на склад ЗАО «СДТ»).

Отслеживание поступлений и обработка наложенных платежей от Почты России и курьерских служб. Перечисление денежных средств осуществляется на ежедневной основе.

4. ДОКАЗАННЫЙ ОПЫТ ЗАО «СДТ»

Компания ЗАО «Сервис дистанционной торговли» занимается проектной работой по построению оптимальной логистики для клиента. Успешно справляется с задачами под ключ, предоставляя рынку e-commerce коробочные решения по фулфилменту с постоянной поддержкой и улучшением (оптимизацией) каждого этапа, а также создает новые эргономичные решения в области фулфилмента и внутри-российской доставки.

Индивидуальный подход и решение задач клиента в комплексе с сокращением затрат, вот главная цель, которую мы реализуем совместно с клиентом, выстраивая долгосрочные партнерские отношения.

Для тех, кто ценит время! И умеет правильно считать затраты!



Мы состоим в деловых отношениях с ЗАО «СДТ» с декабря 2016 г. Учитывая наш сложный товарный ассортимент, очень оперативно организовали работу с нашим интернет-магазином. На всех участках, начиная от программного обеспечения и заканчивая всеми складскими операциями с товаром, быстро и четко выполняют все функции фулфилмента, гибко подстраиваются под сезонные изменения ассортимента и покупательского спроса. Приятно работать с такой профессиональной командой.»

Собственник интернет-магазина

Полный комплекс услуг для e-commerce

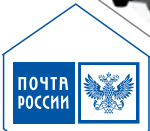


ЗАО «СДТ»
Т: +7(495)739-21-15
www.dsserv.ru

Сервис дистанционной торговли – это единая складская платформа логистических услуг для e-commerce, 3PL и Lettershop



Прием товаров от поставщиков



Предпочтовая подготовка



Обработка возвратов



Размещение на хранение



Передача в Почту России и службам доставки



Контакт-центр



Комплектация и упаковка заказов



Обработка наложенных платежей и факторинг



IT-интеграция

14. Количество обрабатываемых заказов в год. Максимальная емкость (запас масштабируемости). Для клиента, выбирающего подрядчика, не столько важна цифра числа заказов фулфилмент-оператора сегодня. Гораздо важнее, сколько он сможет принять одновременных заказов, и насколько магазин может вырасти без ухудшения качества обслуживания. Как правило, для крупных фулфилмент-операторов, которые на рынке более 7 лет, любые пики магазинов не являются существенными. А вот операторы, работающие в основном с клиентами до 1000 заказов в месяц, в сезон могут испытывать трудности с оперативной обработкой всех заказов.



Грамотная b2b-компания всегда имеет пул клиентов разного масштаба, балансируя между риском ухода крупного клиента, маржинальностью бизнеса и организационными издержками необходимыми для работы с множеством мелких клиентов. Таким образом, даже для крупного фулфилмент-центра интересны не только крупные клиенты, но и небольшие игроки. Однако важно понимать, что любой фулфилмент-оператор с настороженностью относится к небольшим интернет-магазинам. Инсталляция клиента требует времени и сил, которые зачастую, чтобы не отпугивать клиента, фулфилмент-центр фактически инвестирует в дальнейшее сотрудничество, надеясь «отбить» их долгими отношениями. Но практика такова, что лишь немногие небольшие интернет-магазины выживают в длительной перспективе. В силу этого, фулфилмент-операторы проводят тщательный «отбор», с кем из небольших интернет-магазинов перспективно завязать отношения.»

Алексей Жуков, эксперт

15. Фулфилмент — основной бизнес или нет. Для большинства операторов предоставление услуги фулфилмента — основная деятельность. Однако есть и те, кто занимается доставкой, а фулфилмент предлагает потому, что появился спрос со стороны его клиентов на передачу хранения и обработки заказов наряду с отправкой. Число таких компаний на рынке растет. Специализированный оператор предлагает арбитраж доставки (для каждого заказа выбирает наиболее подходящий по цене или качеству от разных служб доставки, исходя из запросов клиента), а фулфилмент, вышедший из курьерской службы, этого не делает. В последнем случае теряется одно из важных преимуществ и ценностей, которые несет фулфилмент онлайн-бизнесу: увеличение качества и снижение стоимости последней мили.



Работать по фулфилменту мы начали исключительно ради действующих клиентов, откликаясь на их запросы. Получение комплексной логистической услуги (хранение + комплектация + доставка) у единого поставщика сокращает документооборот, упрощает ведение бухгалтерии. Кроме того, получение услуг в комплексе не предполагает деления ответственности за товар между исполнителями. Конечно, есть риск, что поставщик услуги не справится с нагрузкой, а оперативно перенести трафик на альтернативного подрядчика не получится. Особенно это критично для продавцов товаров сезонного спроса. Невозможность вовремя доставить заказ обернется падением продаж. Но также мы знаем, что чем меньше товар переходит из рук в руки, тем меньше риск его утраты, тем спокойнее продавцу.»

Олег Фёдоров, директор по логистике IML



Попытки организации фулфилмент-подразделений курьерскими службами и 3PL-операторами в 2014–2015 годах не удались в силу глобальных отличий в логике операций, требований к IT-системам в общем и к WMS в частности, к просто абсолютно разному числу SKU, с которыми приходится работать, например, оператору типа «паллета IN — паллета OUT» и самому небольшому оператору фулфилмента, не говоря уже о разнообразии этих артикулов по формам, типам, способам хранения и т.п. Даже такие огромные компании, как DHL Supply Chain, мгновенно потерпели поражение, попытавшись работать с интернет-магазинами из первой двадцатки. Ну а операторы доставки даже не смогли набрать мало-мальски большой объем клиентов, упершись еще ранее вышеозначенных факторов в банальную нехватку складских площадей.»

Вячеслав Помещиков, генеральный директор Маршрут

- 16. Интеграция с маркетплейсами и каталогами.** Некоторые фулфилмент-операторы заключают партнерство с площадками по продаже товаров и могут предложить своим клиентам упрощенную интеграцию с ними. Это экономит время клиента и дает ему дополнительный источник информации по сотрудничеству и по решению связанных с ним вопросов.
- 17. Сертификаты качества.** Сертификаты не являются обязательными для деятельности компании. Они могут быть международными (ISO) или российскими (ГОСТ). Их наличие подтверждает надежность компании, что процессы в ней отлажены и соответствуют стандартам. Ввиду неразвитости рынка фулфилмента сертификаты есть всего у 4 компаний.
- 18. Лицензии на хранение и доставку.** Не все товары сегодня можно купить дистанционно и получить на дом курьером. Среди них — фармакологическая продукция и алкоголь. Эксперты ожидают, что в скором времени будет разрешена дистанционная продажа этих товаров, а значит, откроется ниша хранения и доставки их онлайн-покупателям.

В случае с алкоголем проблема заключается в верификации возраста покупателя и его доставки в разрешенное время. С лекарствами, во-первых, при покупке рецептурных препаратов необходима проверка наличия рецепта, во-вторых, работать с ними может только фармацевт или провизор, а значит, и доставлять должен тоже он. Когда Минэкономразвития, Минпромторг, Минфин и Минздрав разработают комплекс мер по урегулированию названных проблем, дистанционная продажа будет разрешена.

Продажа алкоголя и фармакологической продукции относится к лицензируемой деятельности, а значит, и хранение с доставкой тоже должны осуществляться при наличии соответствующих лицензий. Сейчас лицензия на хранение и перевозку фармацевтической и алкоголесодержащей продукции есть у единичных компаний на логистическом рынке.

Монобренд со вкусом: как производителю товаров сделать интернет-магазин

Чем монобрендовый интернет-магазин отличается от обычного?

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

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

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



*Андрей Хромов,
генеральный директор Аристос*

aristos.online

Какие возможности по организации собственного монобрендового магазина есть у производителя?

Мы отмечаем три модели организации официального интернет-магазина:

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

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

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

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

Эта экспертиза будет «выращиваться и храниться» в отделе, который будет для этого создан. И она уязвима, особенно пока этот отдел будет небольшой. Он будет небольшой потому, что в большинстве случаев производитель не будет готов арендовать склады, нанимать курьеров, покупать автомобили, коллцентр и т.д. Многое или все будет передаваться на аутсорс подрядчикам.

Чем это плохо? Ведь аутсорс дешевле

Тут две проблемы:

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

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

2) перекося в ответственности.

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

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

К чему приводит распределение и перекос ответственности?

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

Чем хороша модель организации на базе существующего партнера?

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

Но?

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Здесь все просто: платит тот, кто обеспечивает меньше ценности чем партнер. В случае если ценности признаны равными обоими сторонами — то никто никому не платит. А интернет-магазин существует на самообеспечении. Так происходит в большинстве проектов монобрендовых магазинов, которые мы ведем. Интернет-магазин отличается от

обычного физического в первую очередь тем, что он ОБЯЗАН постоянно развиваться, меняться. Навык архитектурного проектирования и успешного пристраивания новых функций к существующим — это показатель экспертности интернет-продавца.

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

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

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

Что и как делаете вы?

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

Стоимость?

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

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

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

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

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

Учитывая развитие блокчейн технологий, можно предположить, что при заключении «умного контракта» на покупку конкретной вещи покупатель будет автоматически заключать несколько подконтрактов с подрядчиками, исполняющими задачу. Кроме стоимости самого товара, оговоренный процент или сумма будет автоматически

списываться курьерской службе, страховой компании, менеджеру-консультанту, аффилиату за лид и т.д. Зависит от числа участников процесса и их вклада. Чем выше ценность — тем больше оплата. В таких умных контрактах вполне возможно будут заложены и штрафные санкции и, к примеру, опоздание с доставкой может лишить перевозчика части выплат. И тут ничего личного: роботы договорились и поделили. Уже сейчас на airbnb и подобных сайтах стоимость услуг платформы демонстрируется отдельно и потребитель осведомлен о том, кому и сколько достается из его оплаты.

**НАША СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ:
ОФИЦИАЛЬНЫЙ
ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН
ПРОИЗВОДИТЕЛЯ**

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

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

<https://aristos.online>

+7(985) 768-95-35

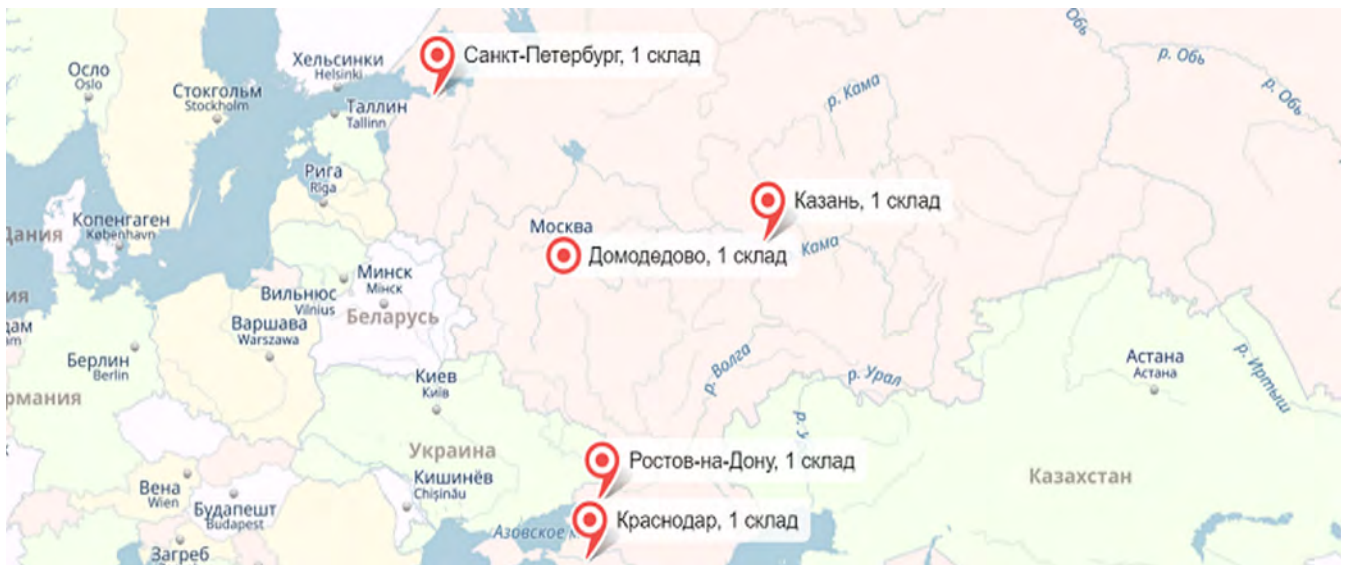
ПРОФИЛИ КОМПАНИЙ

АРАН	83
ARVATO	85
ARISTOS	87
BETA PRO	89
B2CPL	91
EASY WAY	93
EXPRESS RMS	95
ESOLUTIONS	97
IML	99
ITELLA	101
KUPIVIP E-COMMERCE SERVICES	103
LAMODA B2B	105
ЛОГОСКОР	107
МАРШРУТ	109
ON TIME	111
PONY EXPRESS	113
PROSTORE	115
ПРОСТЫЕ РЕШЕНИЯ	117
ПЭК	119
REWORKER	121
RITM-Z	123
СДЭК	125
ЗАО «СЕРВИС ДИСТАНЦИОННОЙ ТОРГОВЛИ»	127
SPSR EXPRESS	129
SHIPTOR	131
SHOP-LOGISTICS	133
FASTERY	135
FRESH LOGIC	137



Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Собственный call-центр • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию • Процент от объемов • «Пакетные» тарифы
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Есть своя курьерская служба • Не сотрудничают с Почтой России
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Таможенное оформление • Оптовые отгрузки со склада • Интеграция с маркетплейсами и каталогами: в разработке, The Goods • Сертификаты качества: ISO 9001 • Лицензия на обработку персональных данных • Утилизация
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Московской области, в Санкт-Петербурге и еще 3 по России • Режим работы: круглосуточно • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 01:00 дня доставки • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада
<i>Конкурентное преимущество</i>	<p>Многолетний опыт в складской обработке всех категорий КГТ с учетом много местности товара и доставка собственными автомобилями с экипажем и с сопутствующими сервисами, такими как: занос в квартиру, частичный выкуп, обмен не подошедшего товара, сборка мебели, установка бытовой техники в день доставки.</p>

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- автозапчасти и автоэлектроника
- крупная бытовая техника
- мелкая бытовая техника
- инструменты
- книги
- косметика, парфюмерия
- мебель
- продукты питания
- сувениры, подарки
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)
- товары для дачи
- товары для детей, игрушки
- товары для дома
- товары для животных

- товары для ремонта и строительства (кроме инструментов)
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- товары для хобби и рукоделия
- шины и диски

Готовы работать с:

- диски с играми, кино, музыкой
- интим-товары
- канцтовары, товары для офиса
- музыкальные инструменты
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- товары для курения
- украшения, часы



Контакты

arancom.ru

Оксана Богданова, заместитель Генерального директора

info@arancom.ru

+7 (495) 775-87-64

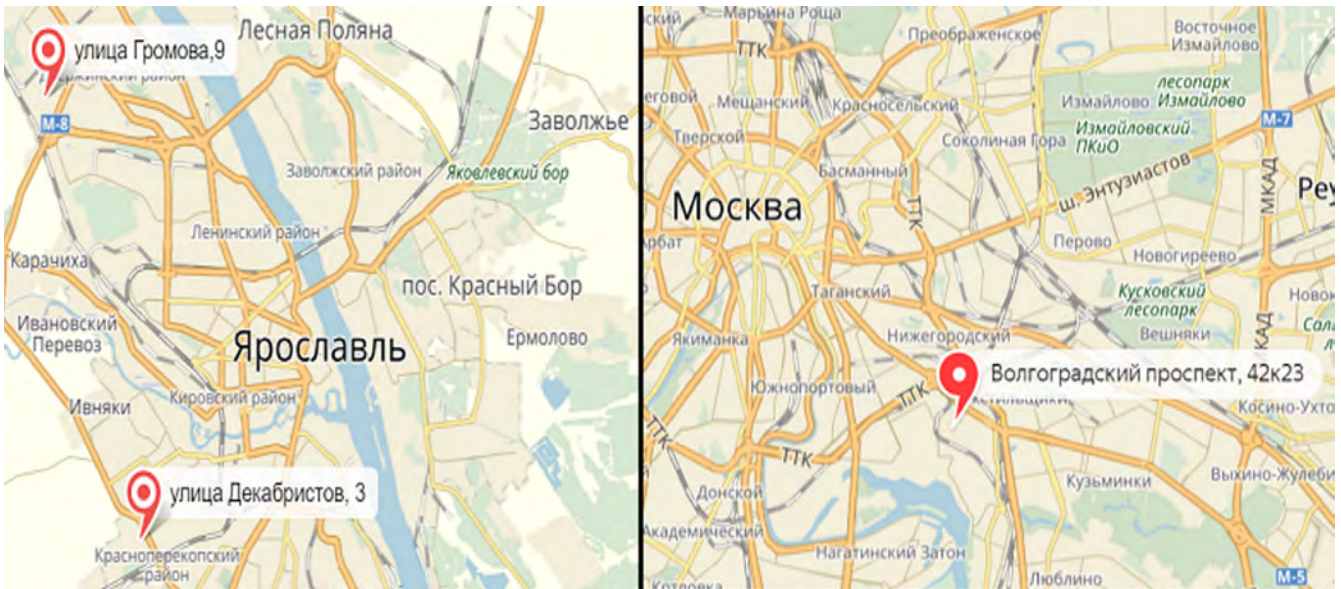
+7 (495) 258-87-13 (многоканальный)

arvato

BERTELSMANN

Параметры	Значение	
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Собственный call-центр • Маркетинг • Создание контента 	<ul style="list-style-type: none"> • Создание и поддержка сайта • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию • Процент от объемов • «Пакетные» тарифы 	
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн 	<ul style="list-style-type: none"> • Есть интеграция с: ERP (SAP, Oracle, MS), CMS (1С-Битрикс, Magento, Dermandware, Hybris), Payments (Yandex, Assist)
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Своя курьерская служба: нет • Посылки для Почты России обрабатываются на территории склада Арвато и оттуда развозятся по направлениям доставки • Партнеры по доставке: СПСР Экспресс, DPD, IML, PickPoint, B2CPL, Hermes, RedExpress, Voxberry, СДЭК, О-курьер, DHL, Pony Express, Максипост 	
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Таможенное оформление • Оптовые отгрузки со склада • Интеграция с маркетплейсами и каталогами 	<ul style="list-style-type: none"> • Сертификаты качества: ISO 9001:2015 • Лицензия на обработку персональных данных • Утилизация
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Ярославле и в Москве • Режим работы: ежедневно с 6.30 до 23.30 • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 20:00 • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки 	<ul style="list-style-type: none"> • Хранение с терморезимом • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада • Хранение опасных грузов
<i>Конкурентное преимущество</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Обеспечение высокого уровня качества (зафиксировано в SLA и KPI) • Комплексность решений • Рекомендации клиентов • Возможность применения самого передового опыта и наработок наших коллег из других стран • Наличие и соблюдение политики • Комплаенс кодекса поведения и кодекса поставщиков • Стратегическое партнерство с Почтой России 	

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- автозапчасти и автоэлектроника
- крупная бытовая техника
- мелкая бытовая техника
- диски с играми, кино, музыкой
- инструменты
- канцтовары, товары для офиса
- книги
- косметика, парфюмерия
- товары для здоровья
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- мебель
- сувениры, подарки
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)

- товары для детей, игрушки
- товары для дома
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- товары для хобби и рукоделия

Готовы работать с:

- музыкальные инструменты
- товары для дачи
- товары для животных
- товары для ремонта и строительства (кроме инструментов)
- украшения, часы
- шины и диски



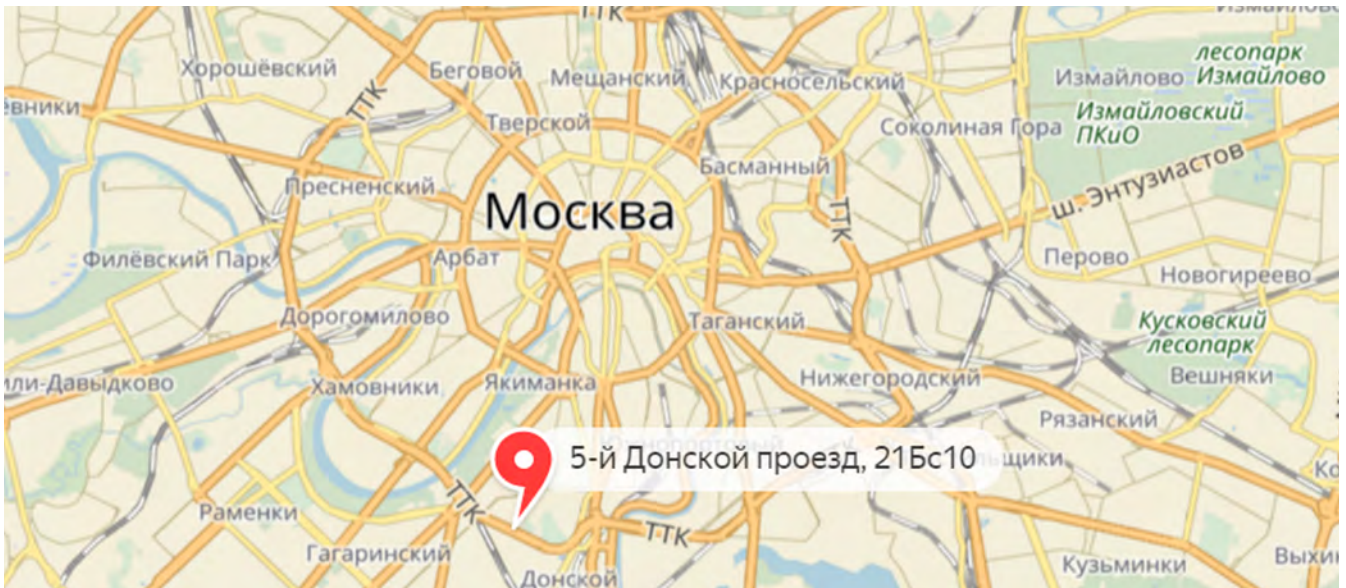
Контакты

arvato.com/ru-ru.html
 solution@arvato.ru
 + 7 (4852) 67 27 77



Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Собственный call-центр • Маркетинг • Создание контента • Создание и поддержка сайта • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию • Процент от объемов • «Пакетные» тарифы
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн • Есть интеграция с: Magento
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Есть своя курьерская служба • Посылки для Почты России сдаются в: ОПС • Партнеры по доставке: DPD, EMS, СПСР Экспресс, OZON Доставка
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Подходит для брендов • Таможенное оформление • Оптовые отгрузки со склада • Интеграция с маркетплейсами и каталогами: Aliexpress, Яндекс.Маркет, КП, почтамаркет • Лицензия на обработку персональных данных
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Москве в пределах МКАД • Режим работы: пн-пт: с 8.00 до 21.00, сб-вс: с 9.00 до 20.00 • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 20:00 • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Хранение с терморезимом • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- мелкая бытовая техника
- инструменты
- интим-товары
- косметика, парфюмерия
- музыкальные инструменты
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)
- товары для дачи
- товары для дома
- товары для животных
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- украшения, часы

Готовы работать с:

- автозапчасти и автоэлектроника
- крупная бытовая техника
- диски с играми, кино, музыкой
- канцтовары, товары для офиса
- книги
- лекарства, товары для здоровья
- мебель
- продукты питания
- сувениры, подарки
- товары для детей, игрушки
- товары для курения
- товары для ремонта и строительства (кроме инструментов)
- товары для хобби и рукоделия
- шины и диски



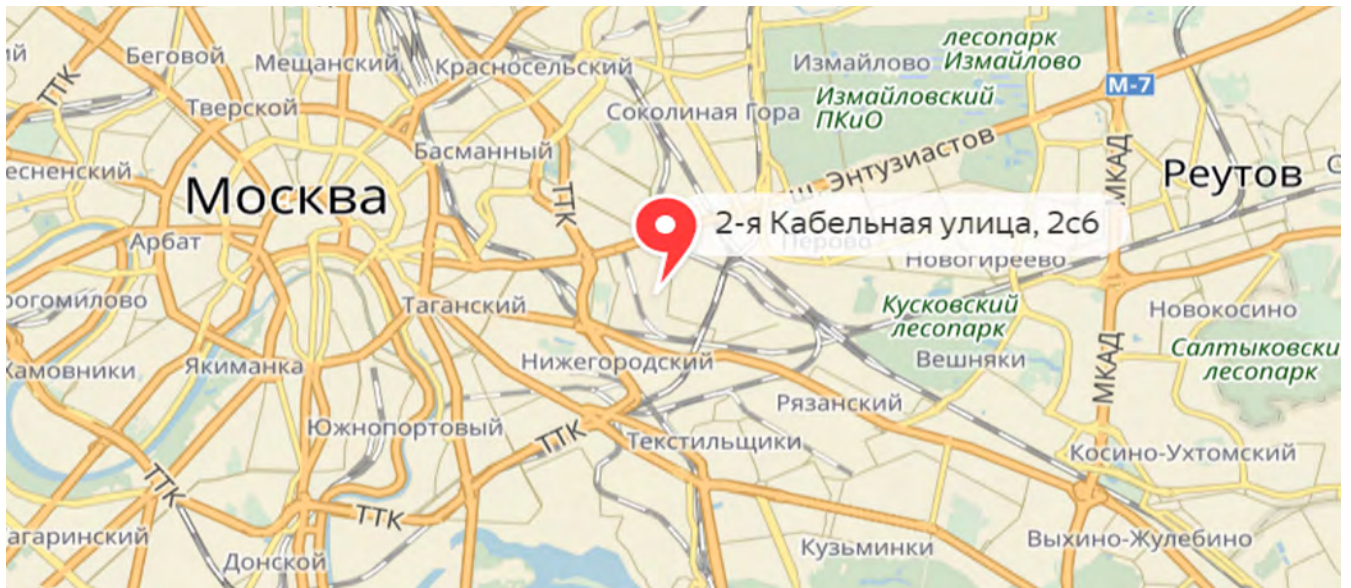
Контакты

aristos.online
 Андрей Хромов
 a.khromov@aristosgroup.ru
 +7 (985) 768-95-35



Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Партнерский call-центр • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию • «Пакетные» тарифы (единый тариф за исполненные заказы)
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн • Есть интеграция с: Лидвертекс, Retail CRM, 1С-Бикрикс
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Своя курьерская служба: нет • Посылки для Почты России сдаются в: АСЦ и ГЦМПП • Партнеры по доставке: DPD, SPSR, Voxsperry, Pick Point, СДЕК, В2СPL, Максипост, TOP Delivery
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Оптовые отгрузки со склада
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Москве в пределах МКАД • Режим работы: круглосуточно • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 18:00 • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада
<i>Конкурентное преимущество</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Выгодные тарифы на доставку. • Накопленный опыт работы – более 15 лет. • Оплата только за выполненные заказы, отсутствие абонентских платежей. • Прозрачная система тарификации.

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- автозапчасти и автоэлектроника
- мелкая бытовая техника
- диски с играми, кино, музыкой
- инструменты
- интим-товары
- канцтовары, товары для офиса
- книги
- косметика, парфюмерия
- лекарства, товары для здоровья
- мебель
- музыкальные инструменты
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- сувениры, подарки
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)
- товары для дачи
- товары для детей, игрушки
- товары для дома
- товары для животных
- товары для курения
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- товары для хобби и рукоделия
- украшения, часы



Контакты

betapro.ru
 sales@betapro.ru
 +7 (495) 649-88-99



Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Собственный call-центр • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию • «Пакетные» тарифы
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн • Есть интеграция
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Есть своя курьерская служба • Посылки для Почты России сдаются в: АСЦ • Партнеры по доставке: Voxberry, Pick-up
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Таможенное оформление • Оптовые отгрузки со склада • Лицензия на обработку персональных данных • Утилизация
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Тульской области • Режим работы: 8:00 - 21:00 ежедневно • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 18.00 • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Хранение с терморежимом • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада
<i>Конкурентное преимущество</i>	<p>Интеграция актуализации заказов, хранения, упаковки и доставки — возможность оптимально увязать и ускорить процессы от получения и подтверждения заказа до его вручения получателю. Эта интеграция устраняет задержки между этапами обработки заказа, делает весь процесс прозрачным, понятным и при необходимости его можно изменить через одного менеджера, ведущего конкретного заказчика.</p>

Товарные категории

Есть клиенты:

- автозапчасти и автоэлектроника
- мелкая бытовая техника
- диски с играми, кино, музыкой
- инструменты
- интим-товары
- канцтовары, товары для офиса
- книги
- косметика, парфюмерия
- лекарства, товары для здоровья
- музыкальные инструменты
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- сувениры, подарки
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)

- товары для детей, игрушки
- товары для дома
- товары для курения
- товары для ремонта и строительства (кроме инструментов)
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты

Готовы работать с:

- мебель
- товары для дачи
- товары для животных
- товары для хобби и рукоделия

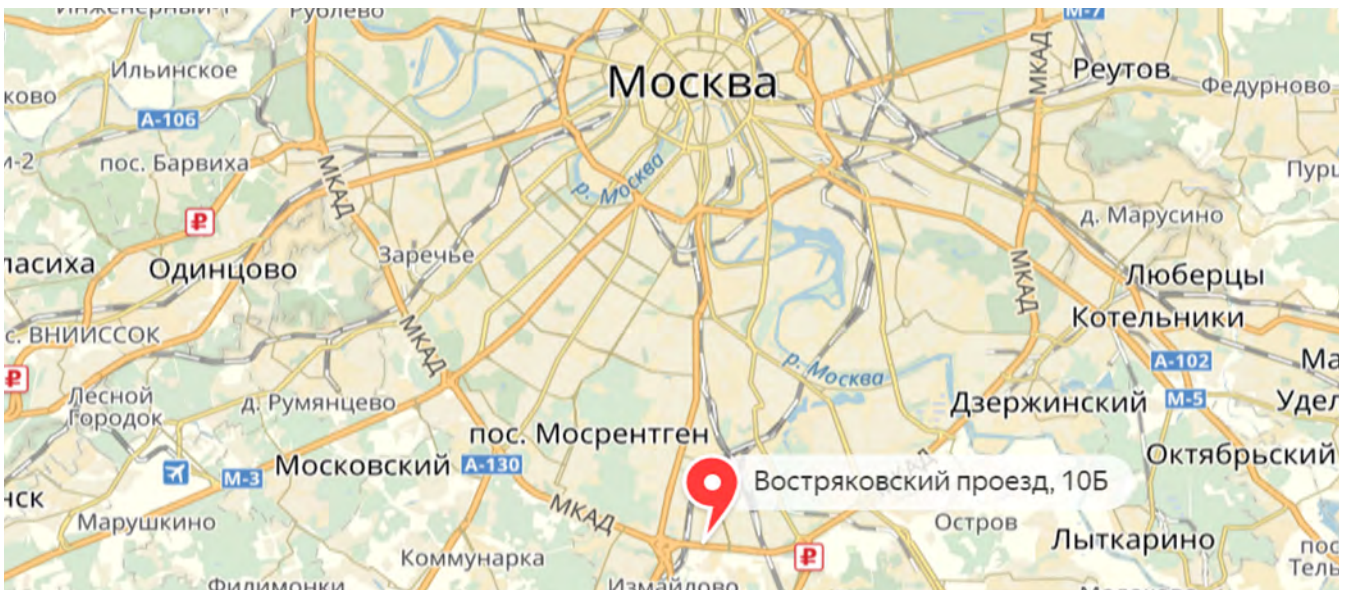


Контакты



Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных по Москве)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Есть своя курьерская служба • Не сотрудничают с Почтой России
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Таможенное оформление (через партнеров) • Оптовые отгрузки со склада
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Москве в пределах МКАД • Режим работы: круглосуточно • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 24.00 • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада
<i>Конкурентное преимущество</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Широкая собственная сеть терминалов • Собственная служба доставки • Отсутствие ограничений заказа по весо-габаритным характеристикам

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- автозапчасти и автоэлектроника
- крупная бытовая техника
- мелкая бытовая техника
- диски с играми, кино, музыкой
- инструменты
- интим-товары
- канцтовары, товары для офиса
- книги
- косметика, парфюмерия
- лекарства, товары для здоровья
- музыкальные инструменты
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- сувениры, подарки
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)
- товары для дачи
- товары для детей, игрушки
- товары для дома
- товары для животных
- товары для курения
- товары для ремонта и строительства (кроме инструментов)
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- товары для хобби и рукоделия
- часы
- шины и диски



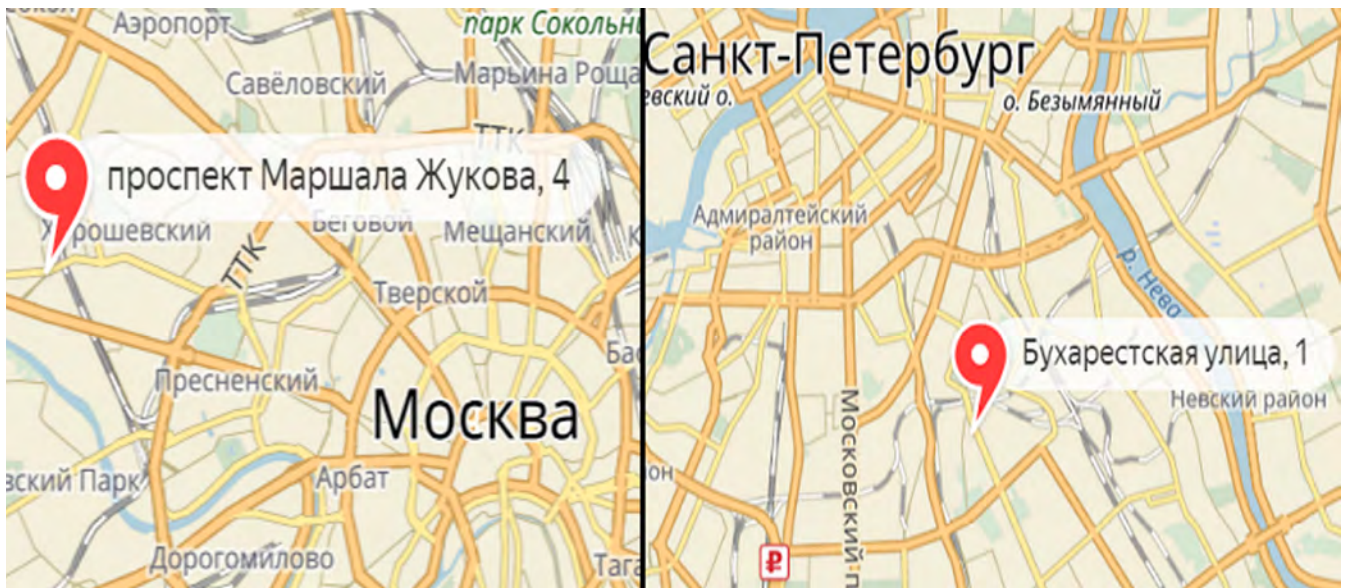
Контакты

Антонов Алексей
info@easyway.ru
 +7 (495) 640-01-02



Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Партнерский call-центр • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию • «Пакетные» тарифы
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн • Есть интеграция с: 1С-Битрикс, UMI.CMS, UMI.ru, Nethouse, InSales, AdvantShop.NET, Ecwid, Simpla, Webasyst Shop-Script, Amiro.CMS, HostCMS, PrestaShop, Magento, Fast-Sales, diafan.CMS через МойСклад (используемое ПО)
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Есть своя курьерская служба • Международные отправления посылки для Почты России сдаются в ОПС, внутренние в АСЦ и МРП • Партнеры по доставке: DPD, Voberry, СДЭК, EMS Почта России, PickPoint, Dalli Service, Новый Партнер, DDelivery, Вестовой и др.
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Таможенное оформление • Оптовые отгрузки со склада • Интеграция с маркетплейсами и каталогами: субпартнер AliExpress (PickPoint официальный партнер) • Система управления качеством соответствует стандартам ISO-9001, но сертификацию ExpressRMS не проходила. По мнению руководства, необходимости в сертификации нет. • Утилизация (через партнеров)
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Москве в пределах МКАД и в Санкт-Петербурге • Режим работы: пн-пт 9-22 • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 19:00 • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Хранение с терморежимом • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- автозапчасти и автоэлектроника
- мелкая бытовая техника
- диски с играми, кино, музыкой
- канцтовары, товары для офиса
- косметика, парфюмерия
- лекарства, товары для здоровья
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- сувениры, подарки
- товары для дачи
- товары для детей, игрушки
- товары для дома
- товары для животных
- товары для хобби и рукоделия

Готовы работать с:

- инструменты
- интим-товары
- книги
- мебель
- продукты питания
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)
- товары для курения
- товары для ремонта и строительства (кроме инструментов)
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- украшения, часы



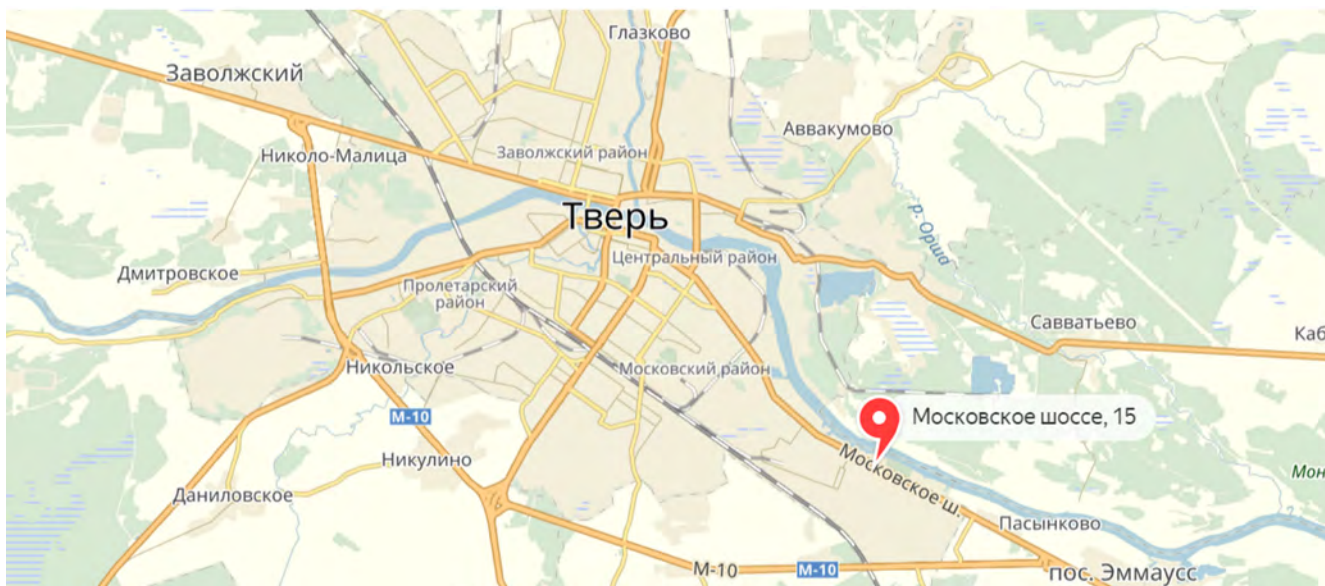
Контакты

expressrms.ru
 info@expressrms.ru
 + 7 (495) 241-05-24



Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Call-центр • Маркетинг • Создание контента • Создание и поддержка сайта • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию • Процент от объемов
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Просмотр остатков онлайн • Есть интеграция с: 1С-Битрикс
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Своя курьерская служба: нет • Посылки для Почты России обрабатываются в закрытом почтовом отделении на территории склада Otto Group Russia • Партнеры по доставке: DHL eCommerce , Pick Point, Pony Express, DPD
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Подходит для fashion-брендов • Оптовые отгрузки со склада • Лицензия на обработку персональных данных • Утилизация
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Твери • Режим работы: гибкий • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 16.00 • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада • Хранение опасных грузов

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- канцтовары, товары для офиса
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары



Готовы работать с:

- диски с играми, кино, музыкой
- инструменты
- книги
- косметика, парфюмерия
- сувениры, подарки
- товары для дачи
- товары для детей, игрушки
- товары для дома
- товары для животных
- товары для ремонта и строительства (кроме инструментов)
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- товары для хобби и рукоделия
- украшения, часы

Контакты

etraction.ru

Алина Кисина, руководитель
департамента развития бизнеса
alina.kisina@ottoruss.ru

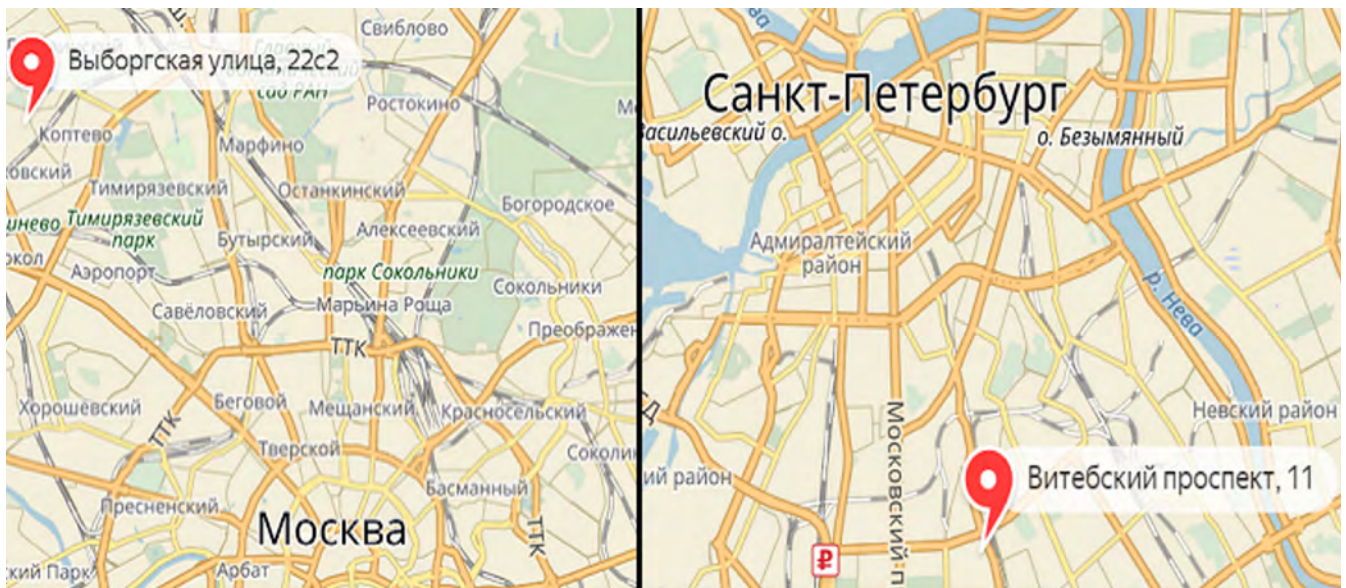
info@etraction.ru

+7 (495) 775-86-87



Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Собственный call-центр (ограниченный функционал) • Маркетинг • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию • Пакетный тариф (при определенных условиях магазину может быть предложена тарификация за аренду ячеек)
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн • Есть интеграция с: EME.WMS
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Есть своя курьерская служба • Посылки для Почты России сдаются в: ОПС
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Таможенное оформление • Оптовые отгрузки со склада
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Москве в пределах МКАД • Режим работы: 5/2 с 10:00 до 21:00 • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 18.30 • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Страхование склада
<i>Конкурентное преимущество</i>	Собственная логистика, доставка заказов по Москве день-в-день, доставка на ПВЗ и курьером до двери, экспресс-доставка

Карта складов



Товарные категории

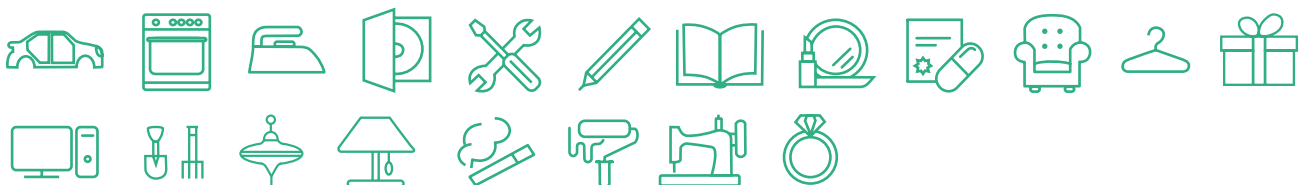
Есть клиенты:

- автозапчасти и автоэлектроника
- крупная бытовая техника
- мелкая бытовая техника
- диски с играми, кино, музыкой
- инструменты
- канцтовары, товары для офиса
- книги
- косметика, парфюмерия
- лекарства, товары для здоровья
- мебель
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- сувениры, подарки
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)
- товары для дачи

- товары для детей, игрушки
- товары для дома
- товары для курения
- товары для ремонта и строительства (кроме инструментов)
- товары для хобби и рукоделия
- украшения, часы

Готовы работать с:

- музыкальные инструменты
- товары для животных
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- шины и диски



Контакты

iml.ru

Руководитель отдела фулфилмента

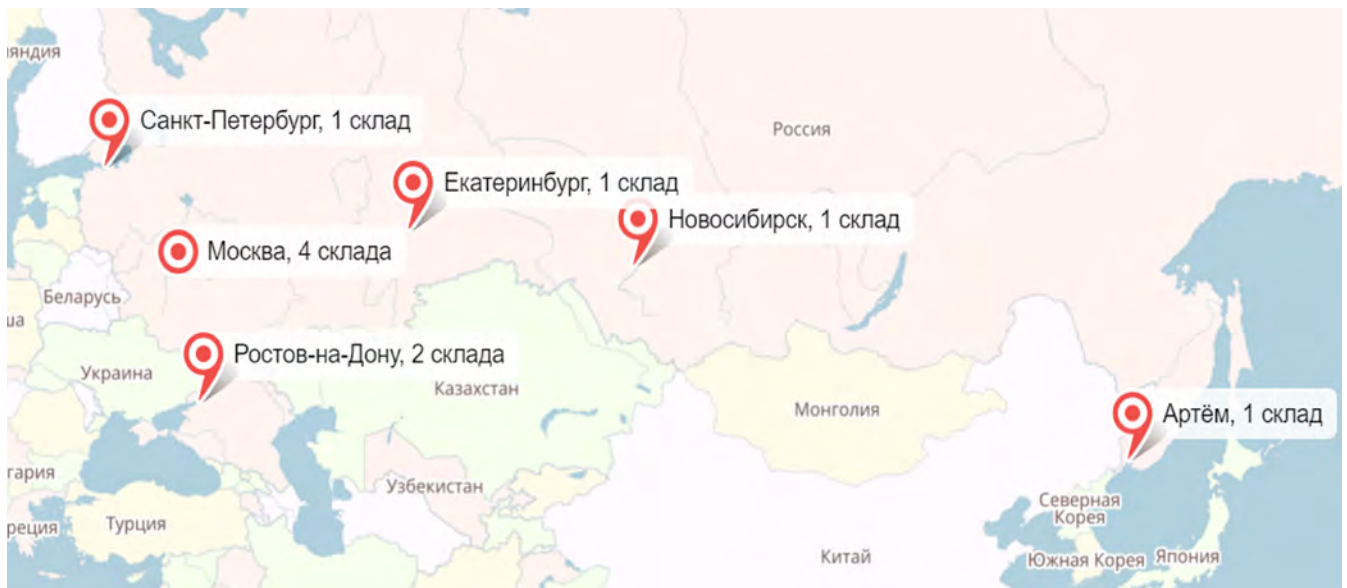
ff@iml.ru

+ 7 (496) 988-49-05



Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Партнерский call-центр • Маркетинг • Создание и поддержка сайта • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию • «Пакетные» тарифы
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн • Есть интеграция системы Максипост с 1С-Битрикс
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Есть своя курьерская служба • Есть закрытое почтовое отделение на территории склада • Партнеры по доставке: Максипост
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Таможенное оформление • Оптовые отгрузки со склада • Сертификаты качества: ISO 9001, ISO 14001 • Лицензированное хранение - фармацевтика, алкоголь, специальные технические условия (СТУ) на хранение опасных грузов • Лицензия на обработку персональных данных • Утилизация (через партнеров)
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 4 склада в Московской области, 1 в Санкт-Петербурге и еще 5 по России. • Режим работы: круглосуточно • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 15.00. Для отдельных клиентов до 19.00 • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Хранение с терморезимом • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада • Хранение опасных грузов
<i>Конкурентное преимущество</i>	<p>Надежность и профессиональный подход к организации фулфилмент-процессов. Клиент получает спокойствие за свои операции, гарантированное лучшими практиками от лидера логистического рынка. Сотрудничая с нами, клиент получает выгодные коммерческие условия, в том числе и на расходные материалы, возможность масштабироваться, так как мы готовы покрывать все сезонные пики и спады по обработке и хранению, 100% страховку и гарантии безопасности товара, а также высокие стандарты качества, закрепленные в SLA.</p>

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- автозапчасти и автоэлектроника
- крупная бытовая техника
- мелкая бытовая техника
- инструменты
- косметика, парфюмерия
- лекарства, товары для здоровья
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- продукты питания
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)
- товары для дачи
- товары для детей, игрушки
- товары для дома
- товары для животных

- товары для ремонта и строительства (кроме инструментов)
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- товары для хобби и рукоделия
- украшения, часы

Готовы работать с:

- диски с играми, кино, музыкой
- интим-товары
- канцтовары, товары для офиса
- книги
- музыкальные инструменты
- сувениры, подарки

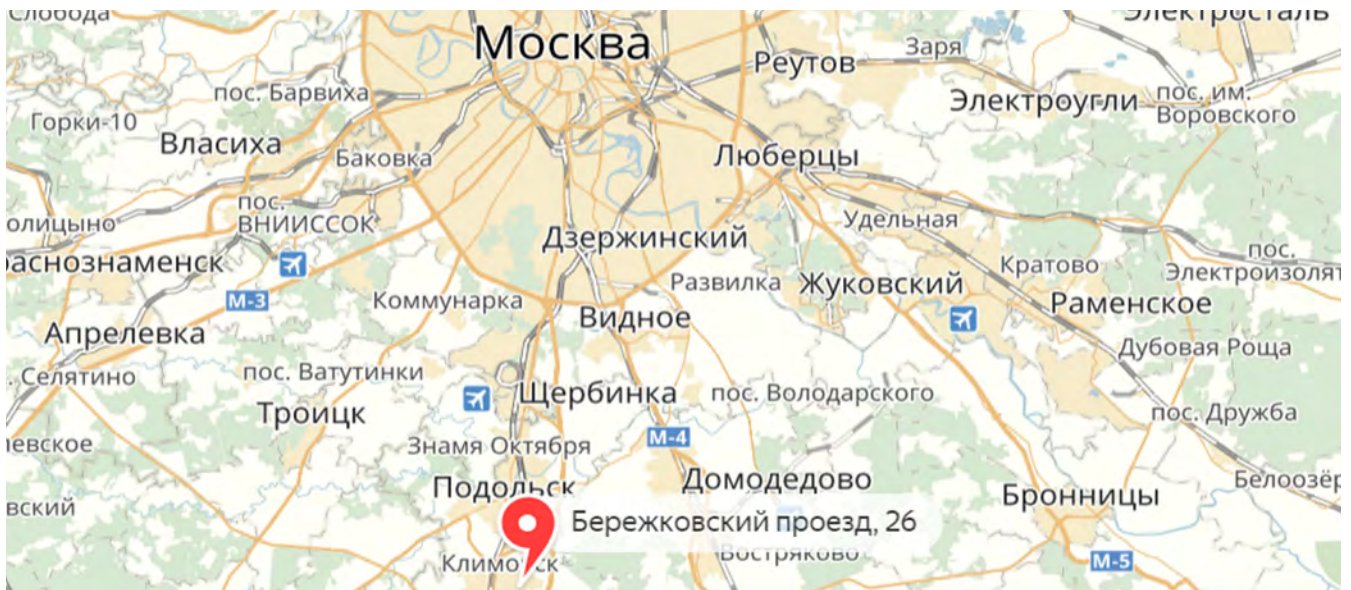


Контакты

itella.ru
 Дмитрий Лобанов
 Sales.Russia@itella.com; Dmitry.lobanov@itella.com
 +7 (499) 926-53-00

Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Собственный call-центр • Маркетинг • Создание контента • Создание и поддержка сайта • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию • Процент от объемов (от чистой выручки)
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн • Есть интеграция. Готовая инфраструктура с использованием 1С-Битрикс, возможна интеграция с любой front-end или back-end системой Бренда
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Есть своя курьерская служба (Москва, Санкт-Петербург и Ростов-на-Дону) • Посылки для Почты России сдаются в: АСЦ • Партнеры по доставке: сеть региональных агентов доставки, Pony Express, DPD, PickPoint, СДЭК
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Подходит для fashion-брендов • Собственная команда по разработке и поддержке сайтов, создание мобильных приложений • Таможенное оформление • Оптовые отгрузки со склада • Интеграция с маркетплейсами и каталогами: Яндекс.Маркет, Showrooms • Лицензия на обработку персональных данных • Утилизация
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Московской области • Режим работы: круглосуточно • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 19:00 • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- мелкая бытовая техника
- диски с играми, кино, музыкой
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- сувениры, подарки
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)
- товары для детей, игрушки

Готовы работать с:

- автозапчасти и автоэлектроника
- инструменты
- интим-товары
- канцтовары, товары для офиса
- книги
- косметика, парфюмерия
- мебель
- музыкальные инструменты
- товары для дома
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- товары для хобби и рукоделия
- украшения, часы



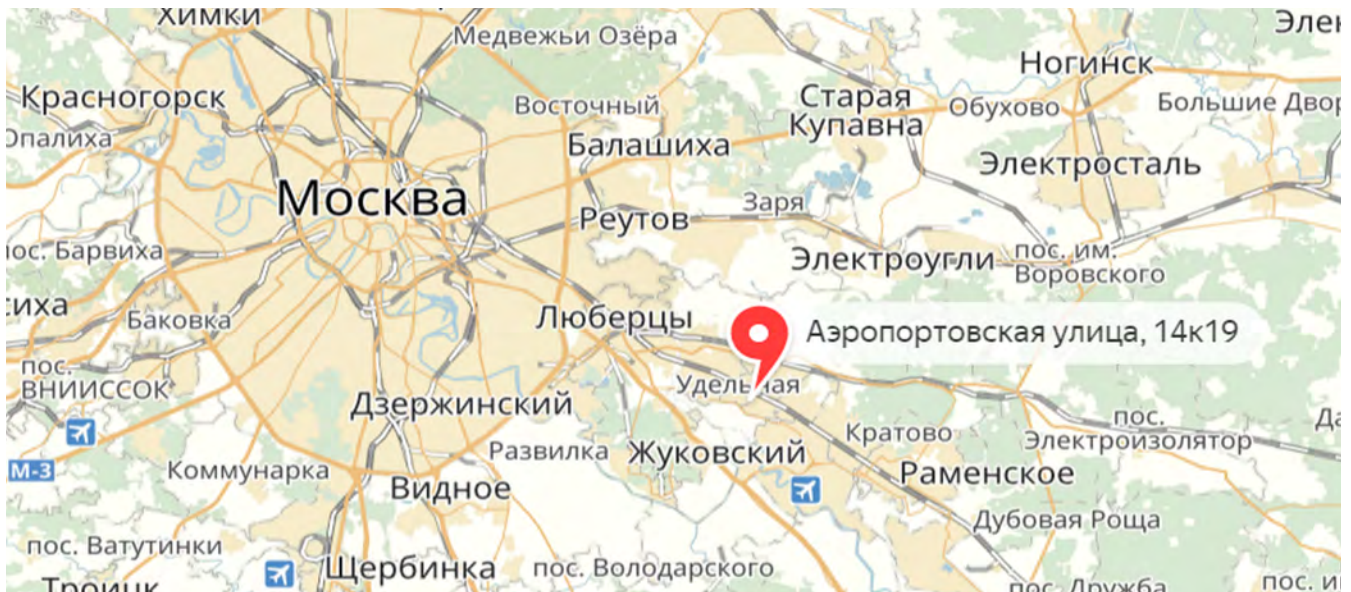
Контакты

b2b.kupivip.ru
 Холмцев Дмитрий
 dkh@kupivip.ru
 +7 (495) 781-63-63

lamoda

Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Собственный call-центр • Создание контента • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн • Есть интеграция: по запросу
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Есть своя курьерская служба • Посылки для Почты России обрабатываются в отделении закрытого типа на территории склада Ламоды и далее поступают в АСЦ • Партнеры по доставке: Pony Express, DPD
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Подходит для брендов • Подходит для fashion-брендов • Оптовые отгрузки со склада • Интеграция с маркетплейсами и каталогами: Lamoda Market
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Московской области • Режим работы: круглосуточно • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 23:59. доставка день-в-день при заказе до 13:00 • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Хранение с терморежимом • Смешанное хранение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада • Хранение опасных грузов (по запросу)

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- мелкая бытовая техника
- косметика, парфюмерия
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- сувениры, подарки
- товары для детей, игрушки
- товары для дома
- украшения, часы

Готовы работать с:

- автозапчасти и автоэлектроника
- инструменты
- книги
- лекарства, товары для здоровья
- продукты питания
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)
- товары для дачи
- товары для животных
- товары для ремонта и строительства (кроме инструментов)
- диски с играми, кино, музыкой
- канцтовары, товары для офиса
- музыкальные инструменты
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- товары для хобби и рукоделия



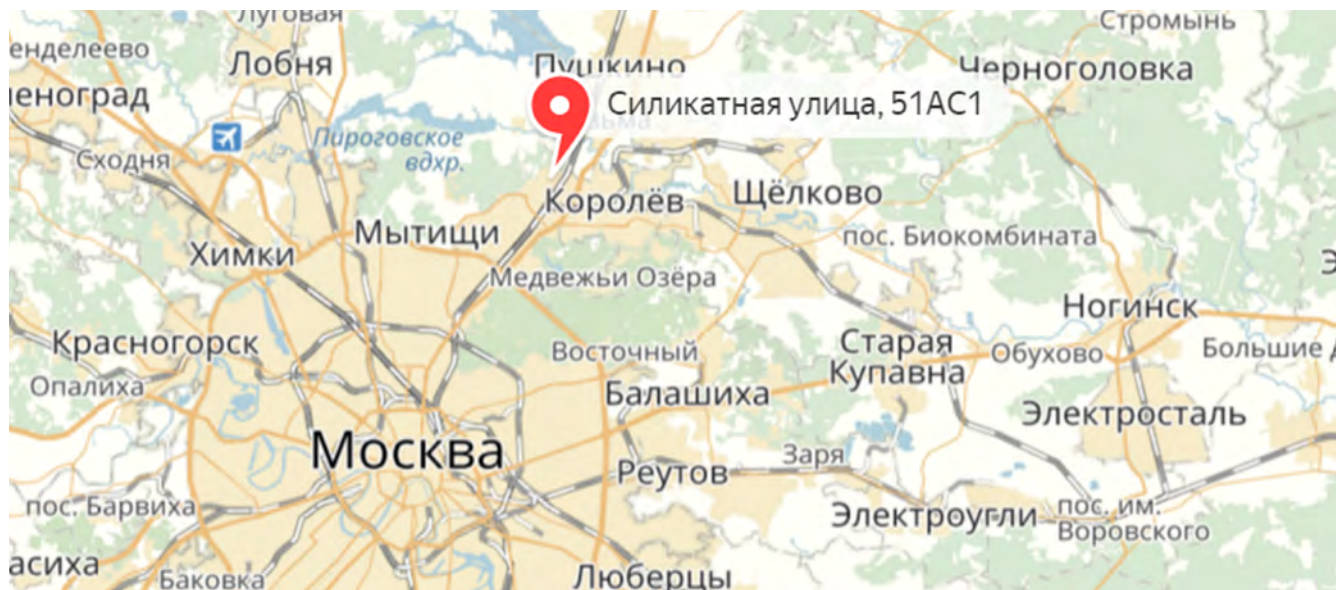
Контакты

b2b.lamoda.ru
 b2b@Lamoda.ru
 +7 (495) 785-18-10, доб. 314



Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Собственный call-центр • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию • «Пакетные» тарифы
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Своя курьерская служба: нет • Посылки для Почты России сдаются в: ОПС и МРП • Партнеры по доставке: Максипост, EMS Почта России
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Оптовые отгрузки со склада • Лицензия на обработку персональных данных
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Московской области • Режим работы: ежедневно с 8:00 до 20:00 • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 14:00. Для отдельных клиентов до 16:00 • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Хранение с терморежимом • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- мелкая бытовая техника
- диски с играми, кино, музыкой
- инструменты
- интим-товары
- книги
- косметика, парфюмерия
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- продукты питания
- сувениры, подарки
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)
- товары для дома
- товары для животных
- товары для курения

- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- товары для хобби и рукоделия
- украшения, часы

Готовы работать с:

- канцтовары, товары для офиса
- музыкальные инструменты
- товары для дачи
- товары для детей, игрушки
- товары для ремонта и строительства (кроме инструментов)



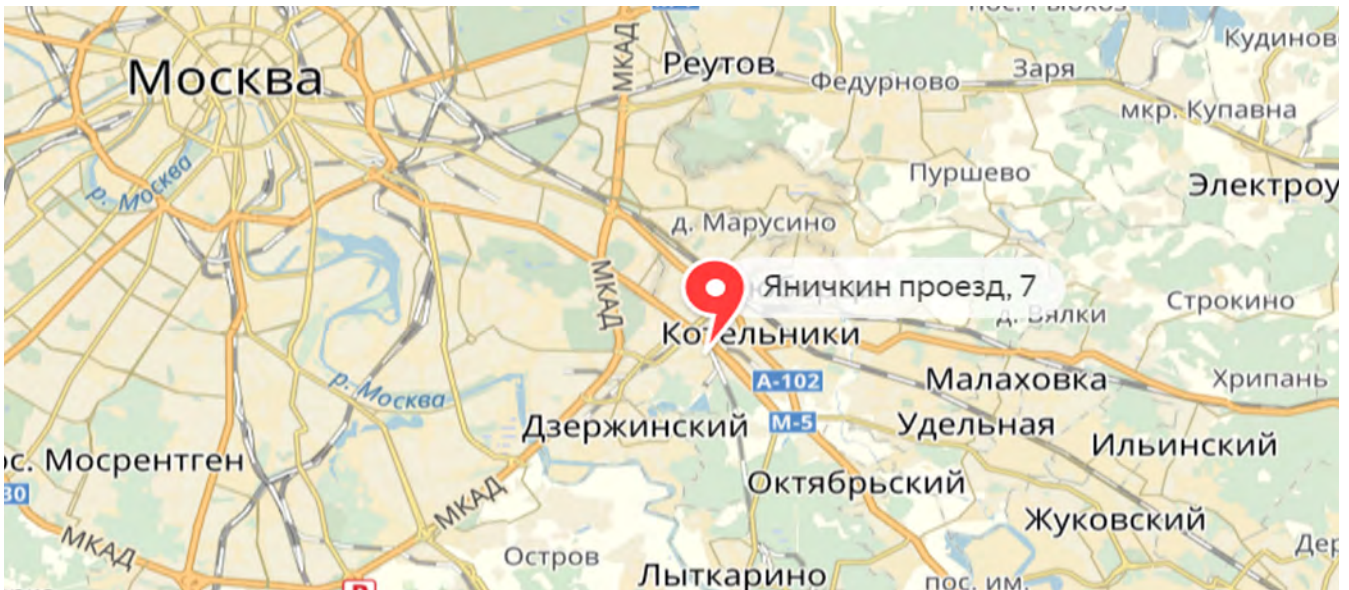
Контакты

logoskor.ru
marketing@logoskor.ru
+ 7 (495) 544-16-75



Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Собственный call-центр • Маркетинг • Создание контента • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн • Есть интеграция с: 1С-Битрикс
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Есть своя курьерская служба • Псылки для Почты России сдаются в: АСЦ и МРП • Партнеры по доставке: СДЭК, Voxberry, IML, Hermes, Pick-up, PickPoint, TopDelivery
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Оптовые отгрузки со склада • Интеграция с маркетплейсами и каталогами • Лицензированное хранение - есть • Лицензия на обработку персональных данных • Утилизация
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Москве за МКАДом • Режим работы: круглосуточно • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 19.00 • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Хранение с терморежимом • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада
<i>Конкурентное преимущество</i>	<ul style="list-style-type: none"> • система телефонии, позволяющая при работе с любым оператором доставки иметь журнал звонков клиенту и запись разговора курьера с клиентом онлайн • система чек-пойнтов при сборе заказа, позволяющая получать точность сбора 99,99%

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- автозапчасти и автоэлектроника
- крупная бытовая техника
- мелкая бытовая техника
- диски с играми, кино, музыкой
- инструменты
- интим-товары
- книги
- косметика, парфюмерия
- лекарства, товары для здоровья
- мебель
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- продукты питания
- сувениры, подарки
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)

- товары для дачи
- товары для детей, игрушки
- товары для дома
- товары для животных
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- товары для хобби и рукоделия

Готовы работать с:

- канцтовары, товары для офиса
- музыкальные инструменты
- товары для курения
- товары для ремонта и строительства (кроме инструментов)
- украшения, часы
- шины и диски



Контакты

marschroute.ru

Помещиков Вячеслав, генеральный директор

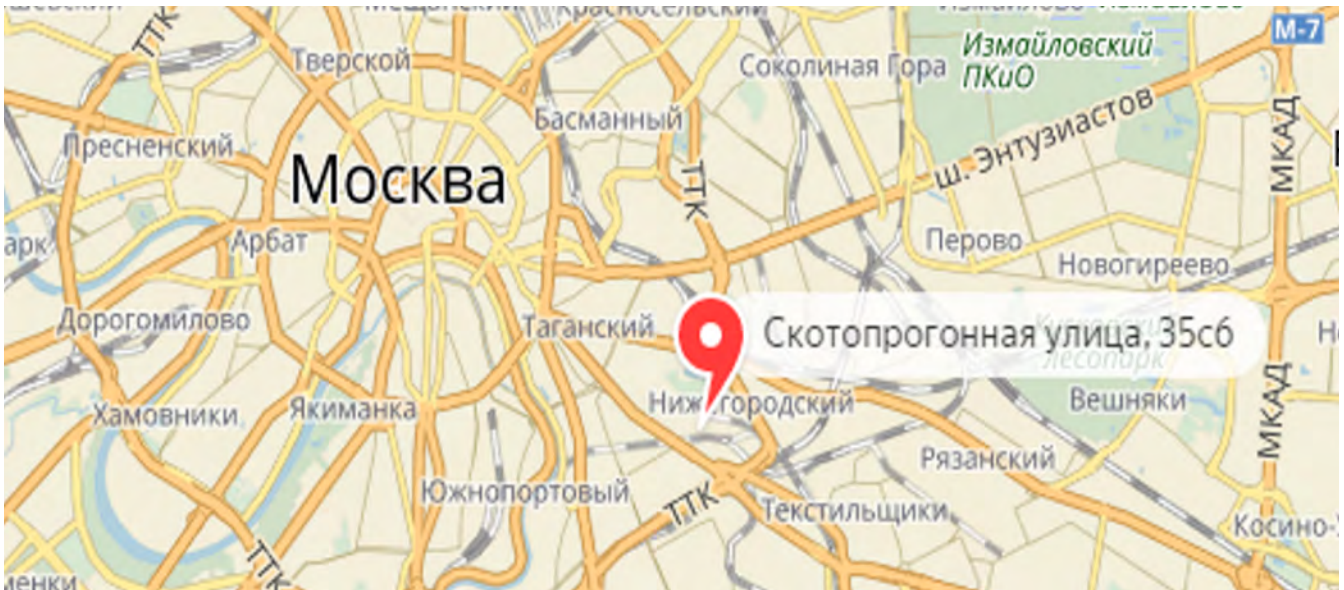
viacheslav.pomeschikov@marschroute.ru

+7 (903) 799-48-23



Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Собственный call-центр • Маркетинг • Создание и поддержка сайта • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию • «Пакетные» тарифы
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн • Есть интеграция wordpress
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Есть своя курьерская служба • Не сотрудничают с Почтой России
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Таможенное оформление • Оптовые отгрузки со склада • Лицензированное хранение - есть • Лицензия на обработку персональных данных
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Москве в пределах МКАД • Режим работы: пн-пт: 07-00 - 21-00, сб-вс: 07.00-18.00 • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 18.00, по запросу до 20.00 • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Хранение с терморежимом • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Страхование склада

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- автозапчасти и автоэлектроника
- инструменты
- интим-товары
- книги
- косметика, парфюмерия
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- сувениры, подарки
- товары для дачи
- товары для детей, игрушки
- товары для дома
- товары для животных
- товары для курения
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- товары для хобби и рукоделия

- украшения, часы

Готовы работать с:

- мелкая бытовая техника
- диски с играми, кино, музыкой
- канцтовары, товары для офиса
- музыкальные инструменты
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)
- шины и диски



Контакты

on-tm.ru
 Михаил
 m.belokamenskiy@on-tm.ru
 + 7 (965) 100-22-20

PONY EXPRESS

Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Собственный call-центр • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию • «Пакетные» тарифы
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Есть интеграция 1С-Битрикс (на стадии реализации) • Документация по API
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Есть своя курьерская служба
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Таможенное оформление • Оптовые отгрузки со склада • Интеграция с маркетплейсами и каталогами • Сертификаты качества: ISO 9001, ISO 27001, SMETA • Лицензия на обработку персональных данных • Утилизация
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Москве за МКАДОм, склад в Санкт-Петербурге за КАДОм • Режим работы: круглосуточно • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 22:00 • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада

Товарные категории

Есть клиенты:

- крупная бытовая техника
- мелкая бытовая техника
- диски с играми, кино, музыкой
- косметика, парфюмерия
- лекарства, товары для здоровья
- мебель
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- сувениры, подарки
- товары для животных
- товары для курения
- товары для ремонта и строительства (кроме инструментов)
- шины и диски

Готовы работать с:

- автозапчасти и автоэлектроника
- инструменты
- интим-товары
- канцтовары, товары для офиса
- книги
- музыкальные инструменты
- продукты питания
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)
- товары для дачи
- товары для детей, игрушки
- товары для дома
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- товары для хобби и рукоделия
- украшения, часы



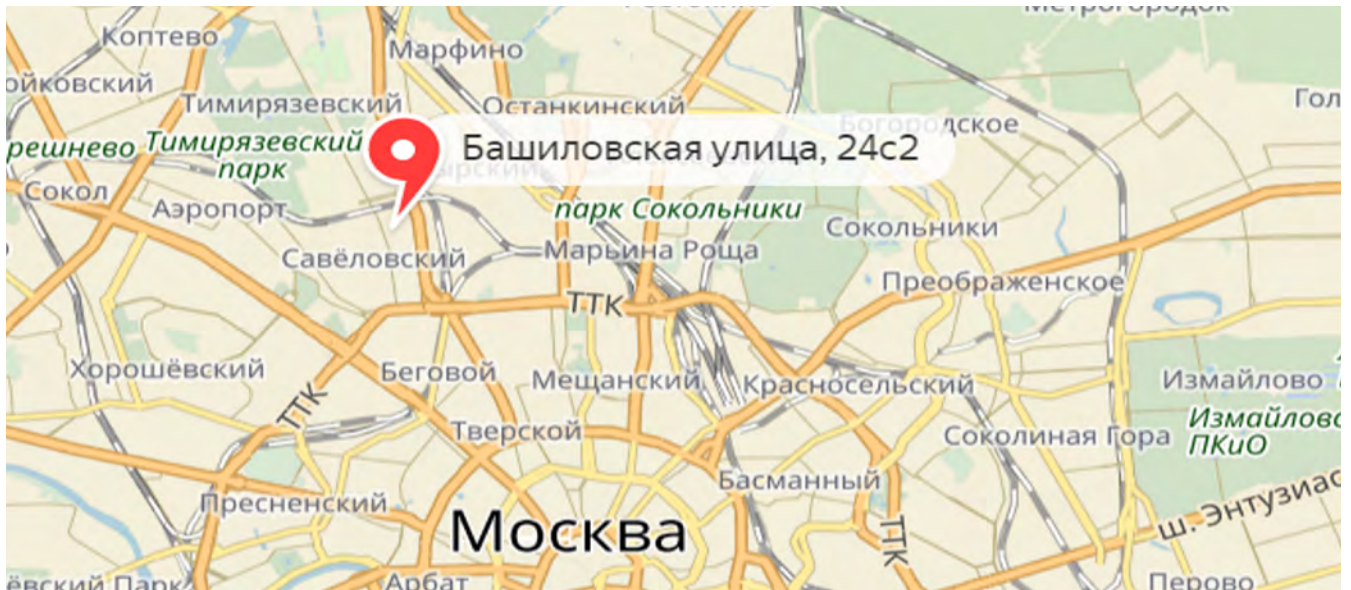
Контакты

ponyexpress.ru
 Елена Головач
 Elena.Golovach@ponyexpress.ru
 (495) 785-44-85 (доб. 70015)



Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Собственный call-центр • Маркетинг • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию • Процент от объемов • «Пакетные» тарифы
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн • Есть интеграция с: 1С-Битрикс, PrestaShop, Opencart, Ocstore, Webasyst-shopscript, Insales, Leadvertex
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Есть своя курьерская служба • Посылки для Почты России сдаются в: ОПС • Партнеры по доставке: Грастин, Аксиомус, Сдэк, DPD, Ddelivery, CheckOut, Достависта, ПЭК, SPSR, PickPoint, Voberry
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Подходит для брендов • Таможенное оформление • Оптовые отгрузки со склада • Утилизация (через партнеров)
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Москве в пределах МКАД • Режим работы: пн - пт: с 10.00 до 20.00 • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 12.00. Для отдельных клиентов до 16.00. По желанию клиентов отгрузка и доставка может быть день в день • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Хранение с терморегимом • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- мелкая бытовая техника
- инструменты
- интим-товары
- книги
- косметика, парфюмерия
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- продукты питания
- сувениры, подарки
- товары для детей, игрушки
- товары для дома
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- товары для хобби и рукоделия
- украшения, часы

Готовы работать с:

- автозапчасти и автоэлектроника
- диски с играми, кино, музыкой
- канцтовары, товары для офиса
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)
- товары для дачи
- товары для животных
- товары для курения
- товары для ремонта и строительства (кроме инструментов)



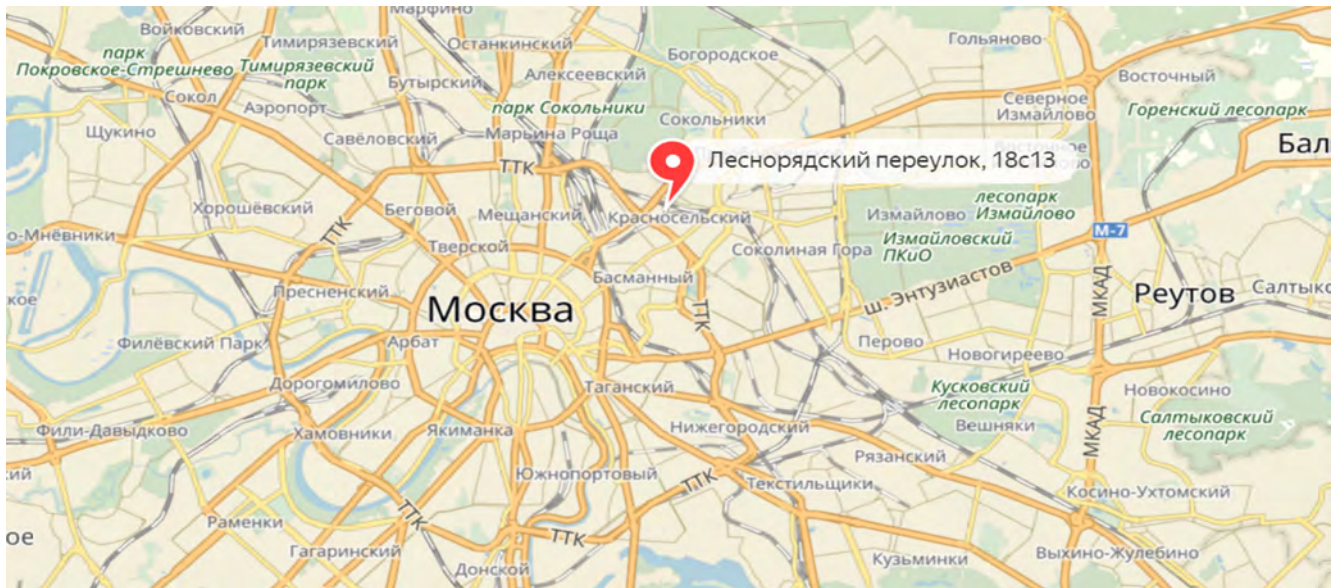
Контакты

prostore.pro
 Алексеева Наталья
 info@prostore.pro
 + 7 (499) 653-82-95
 + 7 (964) 766-45-20



Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Собственный call-центр • Маркетинг • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Процент от объемов
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн • Есть интеграция с: 1С-Битрикс, PRESTASHOP, OPENCART, ocStore, InSales
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Есть своя курьерская служба • Посылки для Почты России сдаются в: АСЦ и ОПС
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Оптовые отгрузки со склада • Утилизация
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Москве в пределах МКАД • Режим работы: 10.00 - 22.00 • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 22.00 • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- мелкая бытовая техника
- косметика, парфюмерия
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- сувениры, подарки
- книги
- товары для детей, игрушки
- товары для дома
- товары для дачи
- товары для животных
- товары для курения
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- товары для хобби и рукоделия
- украшения, часы

Готовы работать с:

- автозапчасти и автоэлектроника
- диски с играми, кино, музыкой
- инструменты
- интим-товары
- канцтовары, товары для офиса
- лекарства, товары для здоровья
- мебель
- музыкальные инструменты
- продукты питания
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)
- товары для ремонта и строительства (кроме инструментов)
- шины и диски



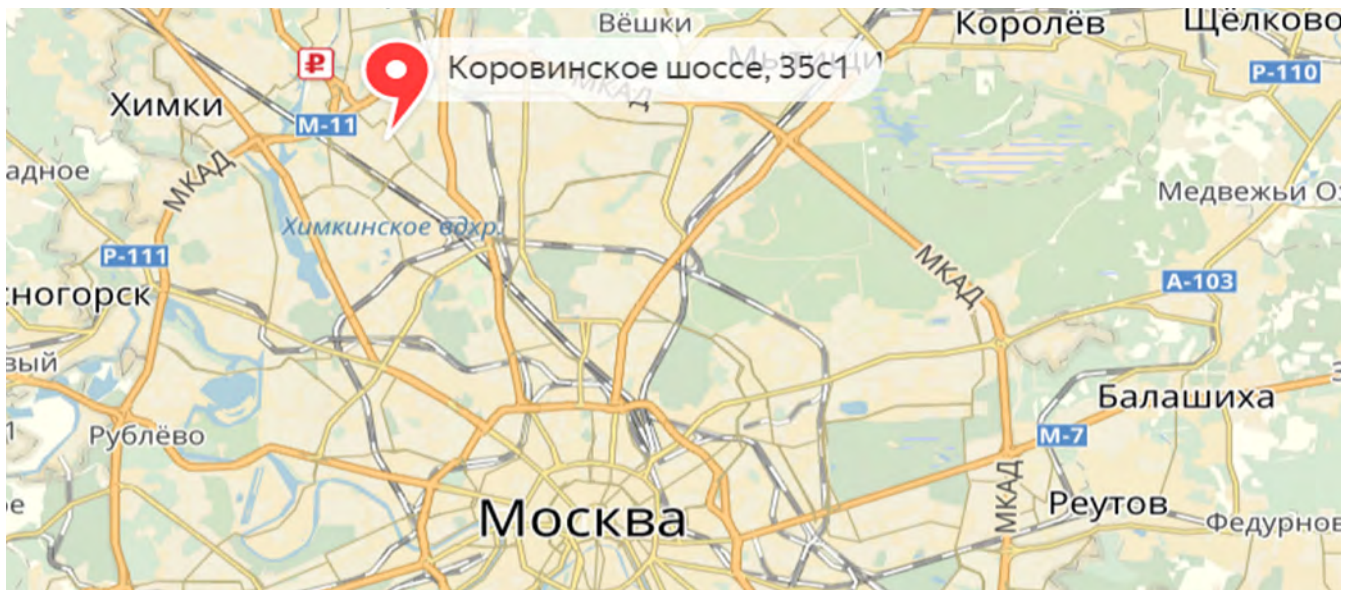
Контакты

simpsol.ru
 Алексей Осипов
 osipov@pk-express.ru
 + 7 (495) 989-96-65

ПЭК **ДОСТАВЛЯЕМ СБОРНЫЙ ГРУЗ**

Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию • «Пакетные» тарифы
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн • Есть интеграция (при использовании API ПЭКа)
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Есть своя курьерская служба • Не сотрудничают с Почтой России
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Таможенное оформление (через партнеров) • Оптовые отгрузки со склада • Лицензия на обработку персональных данных • Утилизация
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Москве в пределах МКАД • Режим работы: 9-18 • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 15.00 • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Страхование склада
<i>Конкурентное преимущество</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Надёжность - 16 лет на рынке • Широкая филиальная сеть • Собственная служба доставки • Собственный автопарк

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- канцтовары, товары для офиса
- мебель
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- товары для курения

Готовы работать с:

- автозапчасти и автоэлектроника
- крупная бытовая техника
- мелкая бытовая техника
- инструменты
- книги

- косметика, парфюмерия
- музыкальные инструменты
- сувениры, подарки
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)
- товары для дачи
- товары для детей, игрушки
- товары для дома
- товары для животных
- товары для ремонта и строительства
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты



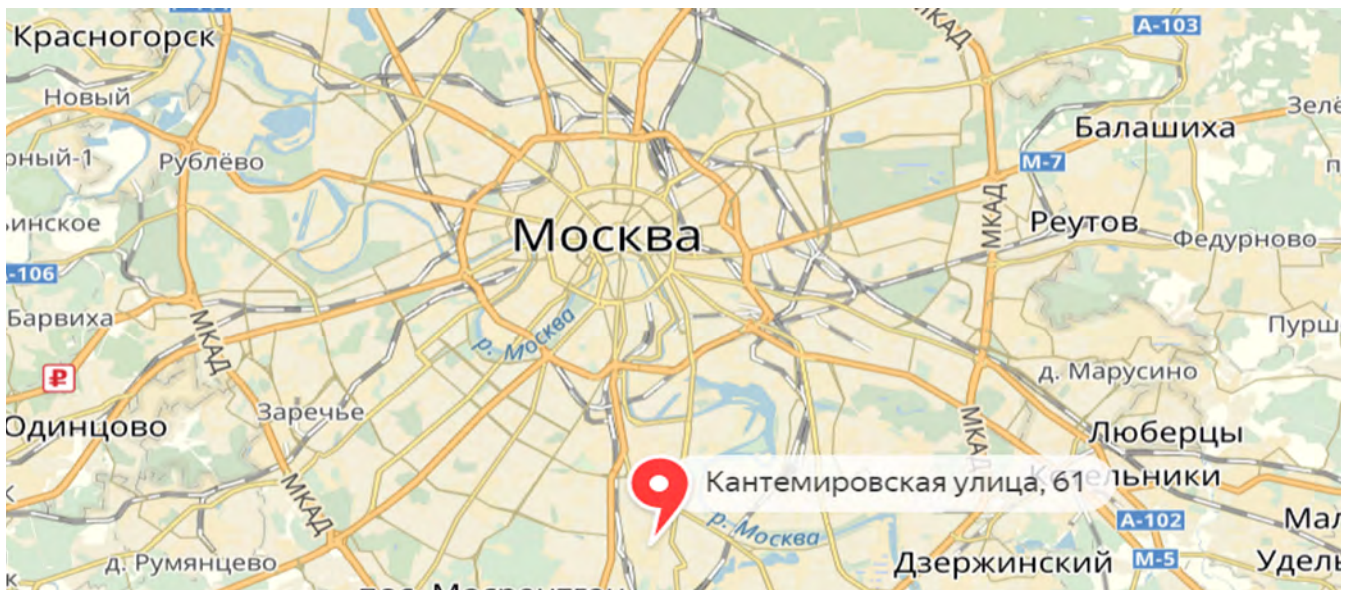
Контакты

ресом.ru
 Балашов Сергей
 ресом@ресом.ru
 +7 (495) 660-11-11



Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Партнерский call-центр • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию • Процент от объемов
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Есть своя курьерская служба • Посылки для Почты России сдаются в: АСЦ • Партнеры по доставке: Максипост, Logsis, СДЭК, Voxberry
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Оптовые отгрузки со склада
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Москве в пределах МКАД • Режим работы: ежедневно с 9.00 до 20.00 • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 17-18 часов • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада
<i>Конкурентное преимущество</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Мы умеем и работаем с небольшими клиентами • У нас многофункциональный личный кабинет • Мы находимся внутри МКАД, недалеко от метро и имеем свой ПВЗ прямо при складе

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- автозапчасти и автоэлектроника
- мелкая бытовая техника
- интим-товары
- канцтовары, товары для офиса
- книги
- косметика, парфюмерия
- лекарства, товары для здоровья
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- сувениры, подарки
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)
- товары для дачи

- товары для детей, игрушки
- товары для дома
- товары для животных
- товары для хобби и рукоделия
- украшения, часы

Готовы работать с:

- диски с играми, кино, музыкой
- инструменты
- музыкальные инструменты
- товары для курения
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты



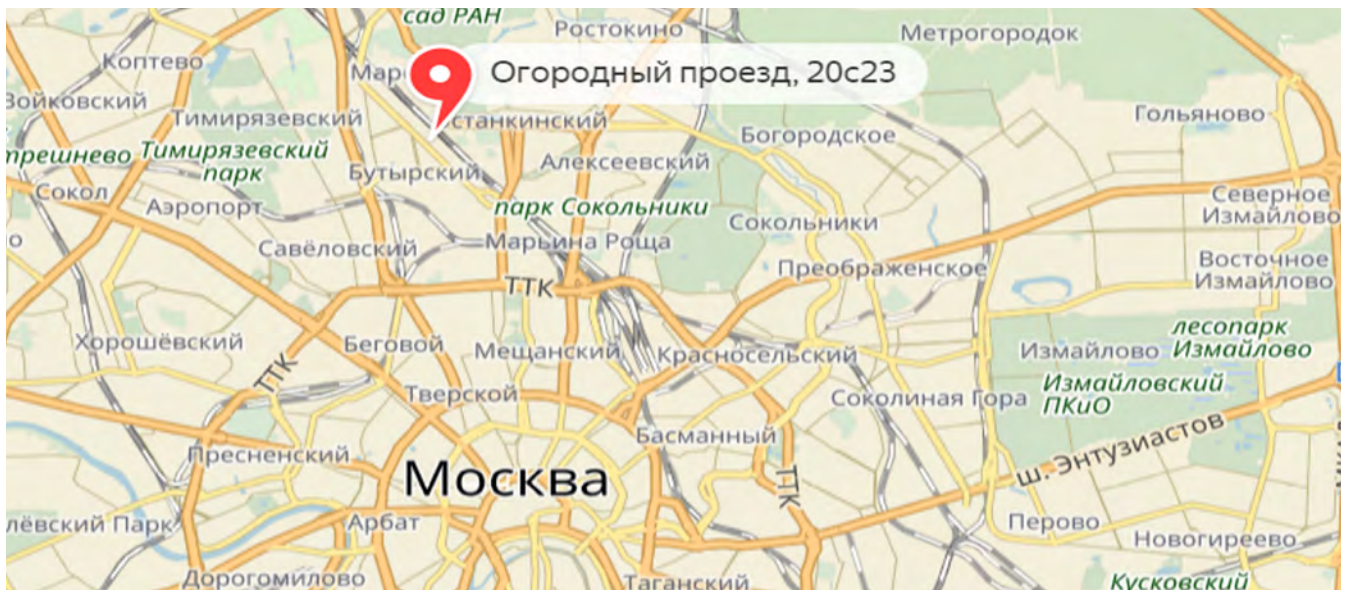
Контакты

reworker.ru
 Юлия Яровская
 info@reworker.ru
 +7 (800) 555-38-34



Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Собственный call-центр • Маркетинг • Создание контента • Создание и поддержка сайта • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию • «Пакетные» тарифы
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн • Есть интеграция с: Insales, Advantshop, Shop-Script 6, 1С-Битрикс, Amiro, PMSShop, RetailCRM
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Своя курьерская служба: нет • Посылки для Почты России сдаются в: ОПС и МРП • Партнеры по доставке: Бринго, PickPoint, Грастиан, Стриж, Боксбери, Топ Деливери, СДЕК, Яндекс-Доставка, Деловые линии, Экспресс Гарант, Шоплогистик, Пчелкой, DPD, Аксиомус
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Утилизация • Аутсорсинг бухгалтерии
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Москве в пределах МКАД • Режим работы: будни 7.00-23.00, сб. 7.00-19.00, вск. 11.00-23.00 • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: 21-00 • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Хранение с терморегимом • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада
<i>Конкурентное преимущество</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Cross-Sale (допродажа, продажа сопутствующих товаров)

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- диски с играми, кино, музыкой
- интим-товары
- книги
- косметика, парфюмерия
- лекарства, товары для здоровья
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- сувениры, подарки
- товары для дачи
- товары для дома
- украшения, часы

Готовы работать с:

- автозапчасти и автоэлектроника
- инструменты
- канцтовары, товары для офиса
- музыкальные инструменты
- товары для детей, игрушки
- товары для животных
- товары для курения
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- товары для хобби и рукоделия



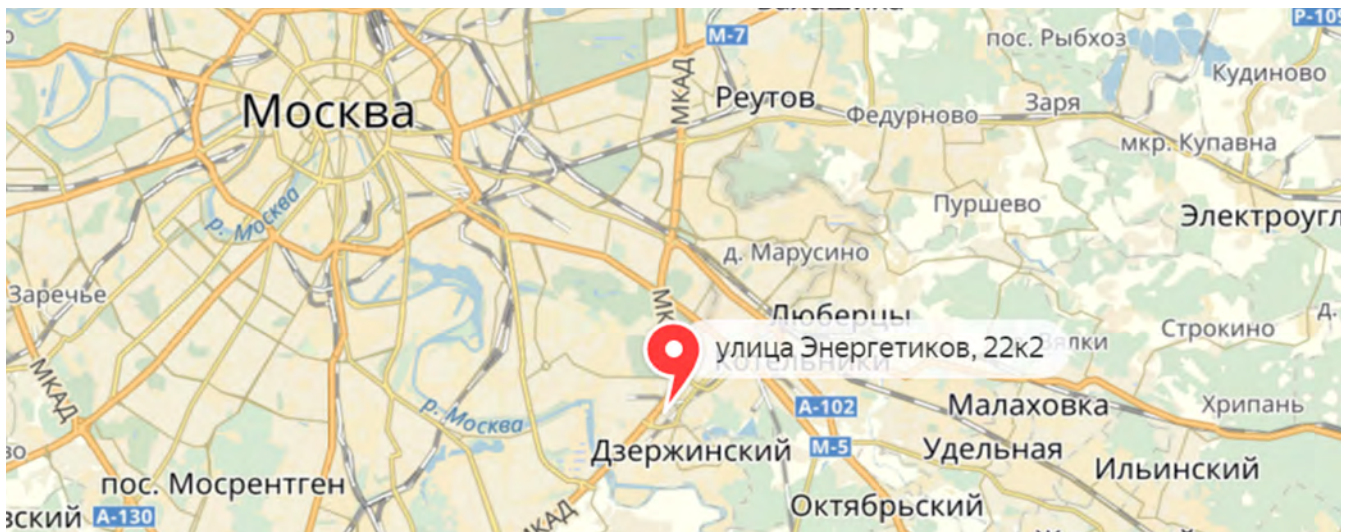
Контакты

ritm-z.ru
 Info@ritm-z.com
 + 7 (495) 504-36-39
 + 7 (812) 603-77-33



Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Собственный call-центр • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Есть своя курьерская служба
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Таможенное оформление • Оптовые отгрузки со склада • Интеграция с маркетплейсами и каталогами
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Московской области • Режим работы: круглосуточно • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 09:00 выдаются в этот же день. После 09:00 доставка на следующий день • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Артикульное хранение • Паллетохраниение • Страхование склада
<i>Конкурентное преимущество</i>	<p>Только СДЭК среди компаний экспресс-доставки предоставляет услугу фулфилмента в регионах. При этом мы работаем как с крупными, так и с мелкими интернет-магазинами, предлагая им адекватные цены для решения своих задач по складированию и отправке их товаров.</p>

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- крупная бытовая техника
- мелкая бытовая техника
- инструменты
- книги
- косметика, парфюмерия
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- сувениры, подарки
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)
- товары для дачи
- товары для детей, игрушки
- товары для дома
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты

- товары для хобби и рукоделия
- украшения, часы

Готовы работать с:

- автозапчасти и автоэлектроника
- диски с играми, кино, музыкой
- интим-товары
- канцтовары, товары для офиса
- мебель
- музыкальные инструменты
- товары для животных
- товары для курения
- товары для ремонта и строительства (кроме инструментов)
- шины и диски



Контакты

cdek.ru

Левцова Дарья, руководитель отдела продаж

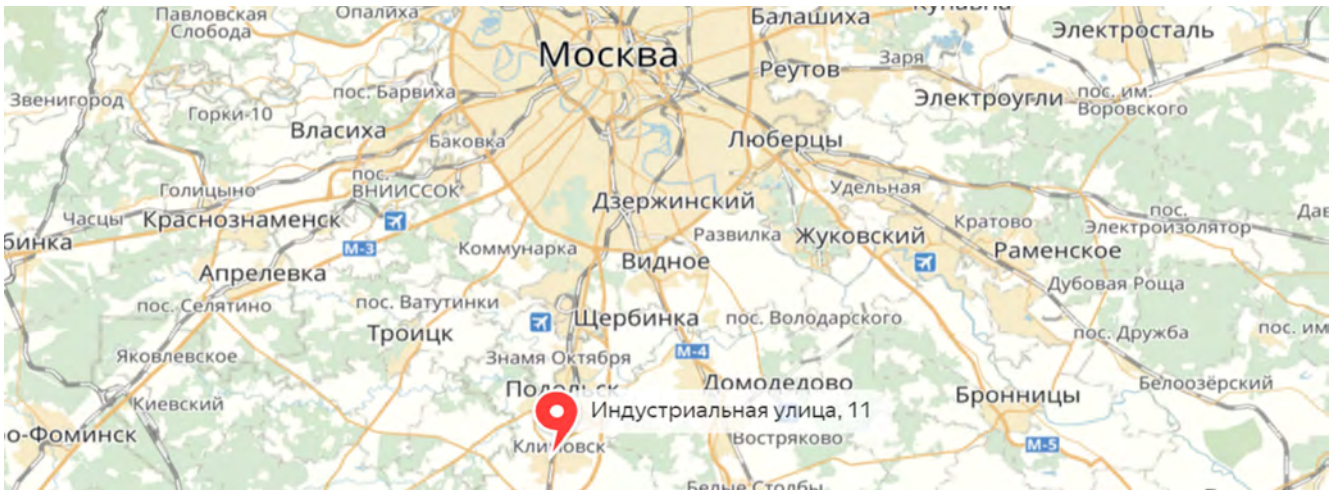
sale-msk@cdek.ru.

+ 7 (800) 250-04-05



Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Собственный call-центр • Маркетинг • Создание контента • Создание и поддержка сайта • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию • Процент от объемов • «Пакетные» тарифы
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн • Есть интеграция с: 1С, TOPCRM, ФНС, Контур Диадок и др.
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Своя курьерская служба: нет • Посылки для Почты России сдаются в: ОПС, АСЦ, МРП, ГЦМПП • Партнеры по доставке: СПСР Экспресс, DPD, СДЭК, Vozberry, А1 Экспресс
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Таможенное оформление • Оптовые отгрузки со склада • Интеграция с маркетплейсами и каталогами • Лицензия на обработку персональных данных • Утилизация
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Московской области • Режим работы: круглосуточно • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Хранение с терморежимом • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- мелкая бытовая техника
- диски с играми, кино, музыкой
- инструменты
- канцтовары, товары для офиса
- книги
- косметика, парфюмерия
- лекарства, товары для здоровья
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- продукты питания
- сувениры, подарки
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)
- товары для дачи
- товары для детей, игрушки

- товары для дома
- товары для ремонта и строительства (кроме инструментов)
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- товары для хобби и рукоделия
- украшения, часы

Готовы работать с:

- автозапчасти и автоэлектроника
- музыкальные инструменты
- товары для животных
- товары для курения



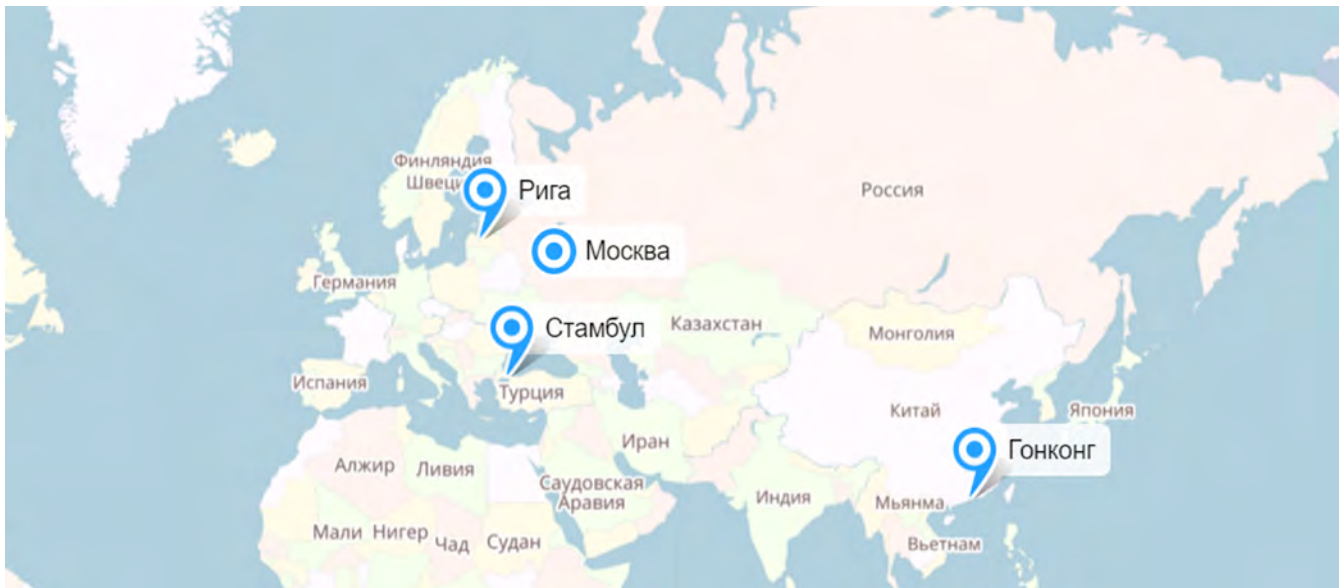
Контакты

sales@dsserv.ru
 info@dsserv.ru
 +7 (495) 739-21-15



Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Собственный call-центр • Маркетинг • Создание контента • Создание и поддержка сайта • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию • Процент от объемов • «Пакетные» тарифы
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн • Есть интеграция с: 1С-Битрикс, Друпал
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Есть своя курьерская служба • Псылки для Почты России сдаются в: АСЦ и ОПС • Партнеры по доставке: СПСР Экспресс, Другие курьерские службы
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Таможенное оформление • Оптовые отгрузки со склада • Сертификаты качества: ISO 9001 • Лицензия на обработку персональных данных • Утилизация
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Москве, Московской области, Риге, Стамбуле, Гонгконге • Режим работы: ежедневно с 08.00 до 20.00 • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 16:00. Для отдельных клиентов до 20:00 • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- мелкая бытовая техника
- диски с играми, кино, музыкой
- интим-товары
- канцтовары, товары для офиса
- книги
- косметика, парфюмерия
- лекарства, товары для здоровья
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- продукты питания
- сувениры, подарки
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)
- товары для дачи
- товары для детей, игрушки
- товары для дома

- товары для животных
- товары для курения
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- товары для хобби и рукоделия
- украшения, часы

Готовы работать с:

- инструменты
- мебель
- музыкальные инструменты
- товары для ремонта и строительства (кроме инструментов)
- шины и диски



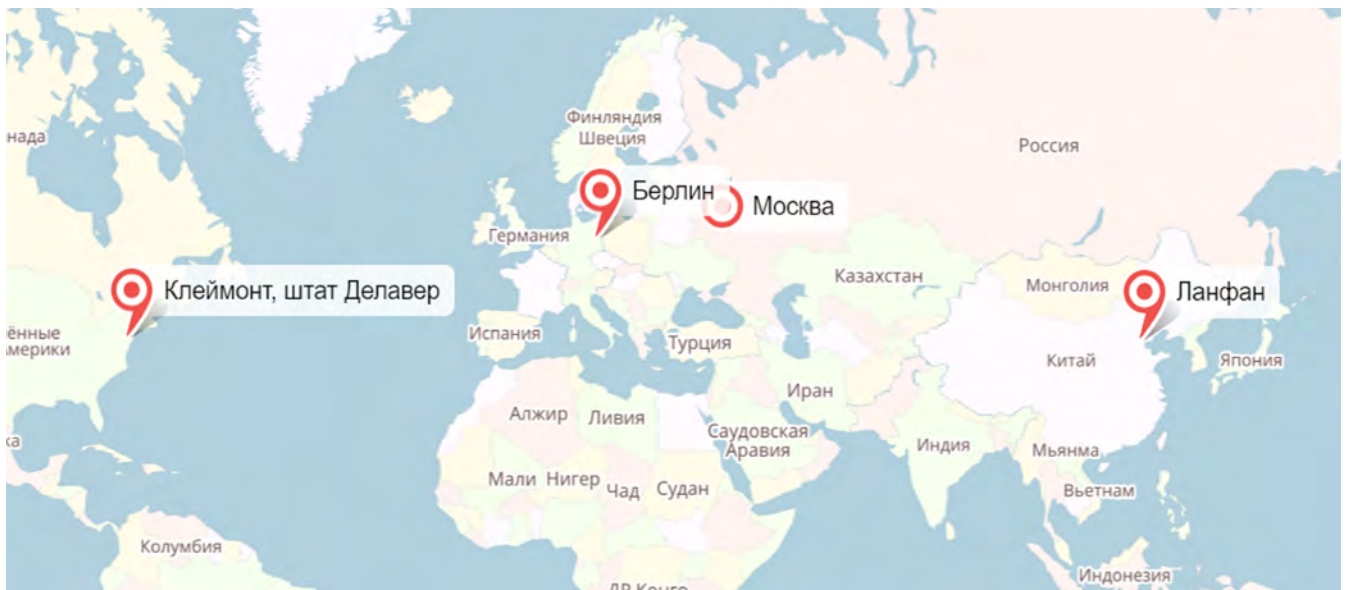
Контакты

spsr.ru/ru
 Коммерческая дирекция
 spsr@spsr.ru
 +7 (800) 555-54-45



Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Собственный call-центр • Маркетинг • Создание контента • Создание и поддержка сайта • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн • Есть интеграция с: 1С-Битрикс, OpenCart, Cs-cart, InSales, RetailCRM, MetaPack, ChannellAdvisor
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Есть своя курьерская служба • Посылки для Почты России сдаются в: ГЦМПП • Партнеры по доставке: DPD, Voxberry, СДЭК, IML, PickPoint
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Оптовые отгрузки со склада • Лицензия на обработку персональных данных • Утилизация • Таможенное оформление
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Москве в пределах МКАД, Клеймонте (штат Делавер), Берлине, г. Ланфан • Режим работы: круглосуточно • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 00.00 для заказов на следующий день и до 13.00 для доставки в текущий день • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Хранение с терморежимом • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада
<i>Конкурентное преимущество</i>	<p>Shiptor предлагает много процессов по логистике и маркетингу взять на аутсорс — выкуп товаров, фулфилмент, таможенное оформление, доставка, локализация и разработка, интеграции, создание контента. Для этого у компании есть инфраструктура со складами по миру, софт и многолетний опыт работы с большими магазинами. Наша позиция — все потребности клиента должны быть решены в одном окне.</p>

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- автозапчасти и автоэлектроника
- крупная бытовая техника
- мелкая бытовая техника
- диски с играми, кино, музыкой
- инструменты
- канцтовары, товары для офиса
- книги
- косметика, парфюмерия
- лекарства, товары для здоровья
- мебель
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- продукты питания
- сувениры, подарки
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)

- товары для дачи
- товары для детей, игрушки
- товары для дома
- товары для животных
- товары для курения
- товары для ремонта и строительства (кроме инструментов)
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- товары для хобби и рукоделия
- украшения, часы

Готовы работать с:

- интим-товары
- музыкальные инструменты
- шины и диски



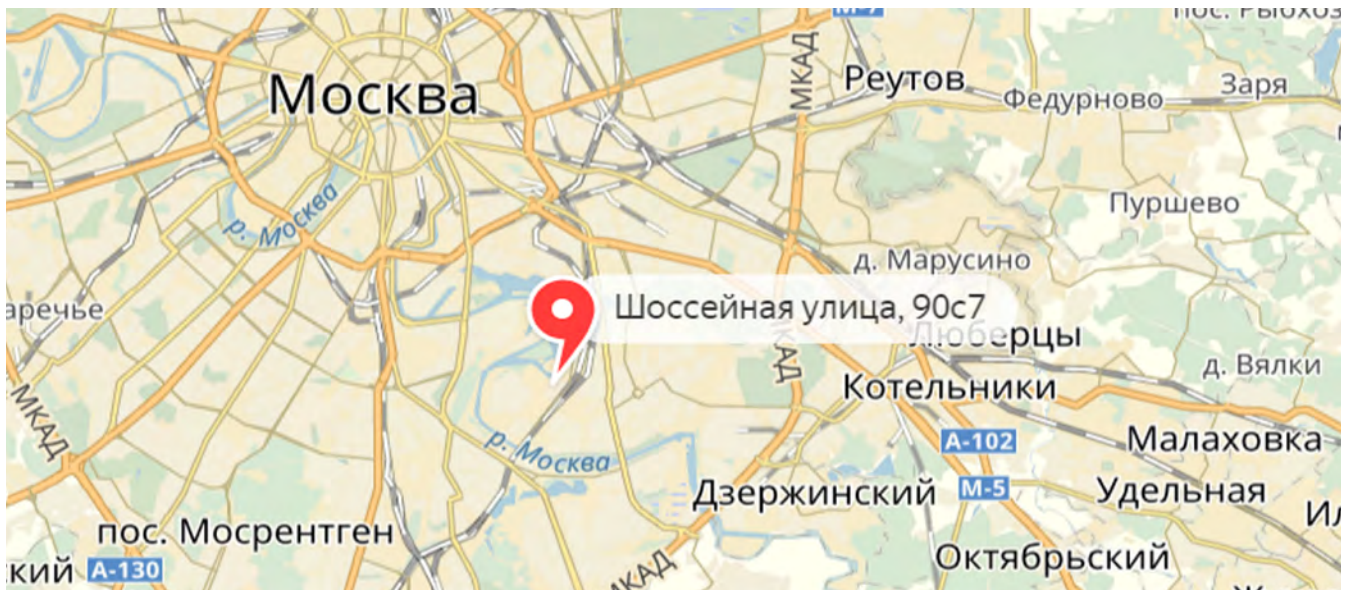
Контакты

shiptor.ru
 sales@shiptor.ru
 + 7 (499) 702-49-20



Параметры	Значение	
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Партнерский call-центр • Кросс-докинг 	<ul style="list-style-type: none"> • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию • «Пакетные» тарифы 	
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн • Есть интеграция с: Opencart, Opencart 2, Cs-Cart, Amiro.CMS 	<ul style="list-style-type: none"> • 6.0.6, Shop-Script 5, 1С-Битрикс, Insales, retailCRM • Есть собственные виджеты: калькулятор, корзинный виджет, трекер доставки
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Есть своя курьерская служба • Посылки для Почты России сдаются в: АСЦ • Партнеры по доставке: Shop-Logistics, Boxberry, СДЭК, TopDelivery, DPD, Ozon-доставка, PickPoint 	
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Возможна комплектация заказа для доставки день-в-день • Оптовые отгрузки со склада (по запросу) 	<ul style="list-style-type: none"> • Утилизация (возможна по запросу)
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Москве в пределах МКАД • Режим работы: пн-пт: круглосуточно, сб: с 00.00 до 08.00, с сб на вс: с 18:00 до 09:00, в вс: с 19.00 до 00.00 • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 04:30 дня доставки 	<ul style="list-style-type: none"> • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Хранение с терморежимом • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада
<i>Конкурентное преимущество</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Возможность комплектации и доставки Заказа день-в-день (same day) • Быстрая доступность средств наложенного платежа при доставке собственной службой (1-3 дня от даты доставки) • Оплата только по факту хранения без необходимости резервировать паллеты, ячейки и без оплаты обязательных сумм • Возможность доставки собственной службой на-следующий-день (next day) по всей (всей!) Московской области и Москве • Высокое качество сборки — не более 0,4 ошибок на 1000 заказов • Дополнительные услуги повышают удобство использования — делаем забор от поставщика, заполняем гарантийные талоны, храним небольшие вещи в zip-пакетах • 5 лет успешной работы на поприще фулфилмента 	

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- автозапчасти и автоэлектроника
- мелкая бытовая техника
- инструменты
- интим-товары
- канцтовары, товары для офиса
- книги
- косметика, парфюмерия
- лекарства, товары для здоровья
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- сувениры, подарки
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)
- товары для дачи
- товары для детей, игрушки

- товары для дома
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- товары для хобби и рукоделия
- украшения, часы

Готовы работать с:

- диски с играми, кино, музыкой
- продукты питания
- товары для животных
- товары для курения
- товары для ремонта и строительства (кроме инструментов)
- шины и диски



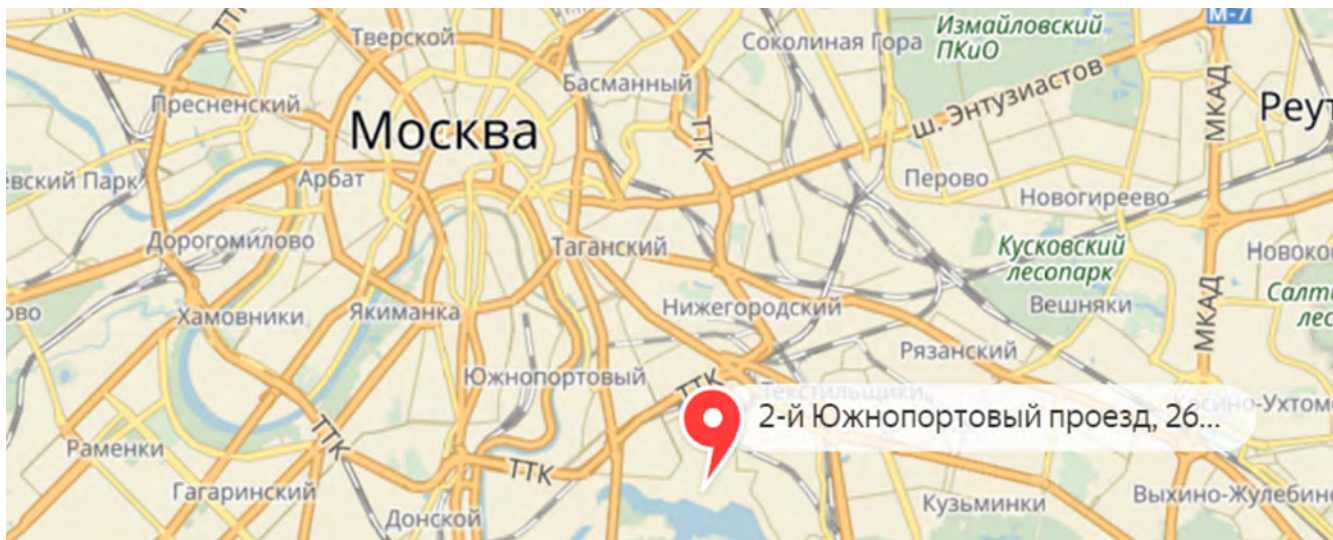
Контакты

shop-logistics.ru
 sales@shop-logistics.ru
 +7 (495) 668-10-71#2



Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Собственный call-центр • Кросс-докинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию • «Пакетные» тарифы
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн • Есть интеграция с: 1С-Битрикс, Друпал, Joomla
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Своя курьерская служба: нет • Посылки для Почты России сдаются в: АСЦ • Партнеры по доставке: Ddelivery, Checkout, по желанию клиента работаем со всеми СД
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Утилизация (через партнеров) • Собственный агрегатор служб доставки Fastery
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Москве в пределах МКАД • Режим работы: с 09.00 до 20.00, воскресенье - выходной • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 15.00. Для отдельных клиентов до 17.00 • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Хранение с терморежимом • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада
<i>Конкурентное преимущество</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Обработка заказа (хранение, подтверждение, комплектация, упаковка) — от 45 руб. • Собственные разработки программ автоматизации (WMS склада, агрегатор доставок, телефония, CRM)

Карта складов



Товарные категории

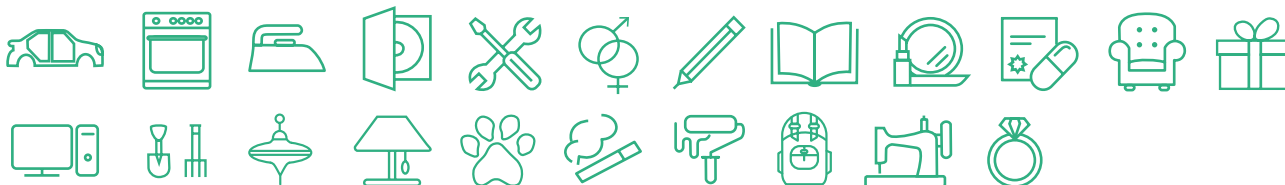
Есть клиенты:

- автозапчасти и автоэлектроника
- крупная бытовая техника
- мелкая бытовая техника
- диски с играми, кино, музыкой
- инструменты
- интим-товары
- канцтовары, товары для офиса
- книги
- косметика, парфюмерия
- мебель
- продукты питания
- сувениры, подарки
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)
- товары для дачи
- товары для детей, игрушки

- товары для дома
- товары для животных
- товары для курения
- товары для ремонта и строительства (кроме инструментов)
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- товары для хобби и рукоделия
- украшения, часы

Готовы работать с:

- музыкальные инструменты
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- шины и диски



Контакты

fastery.ru

Иван Аринчев, коммерческий директор

hello@fastery.ru

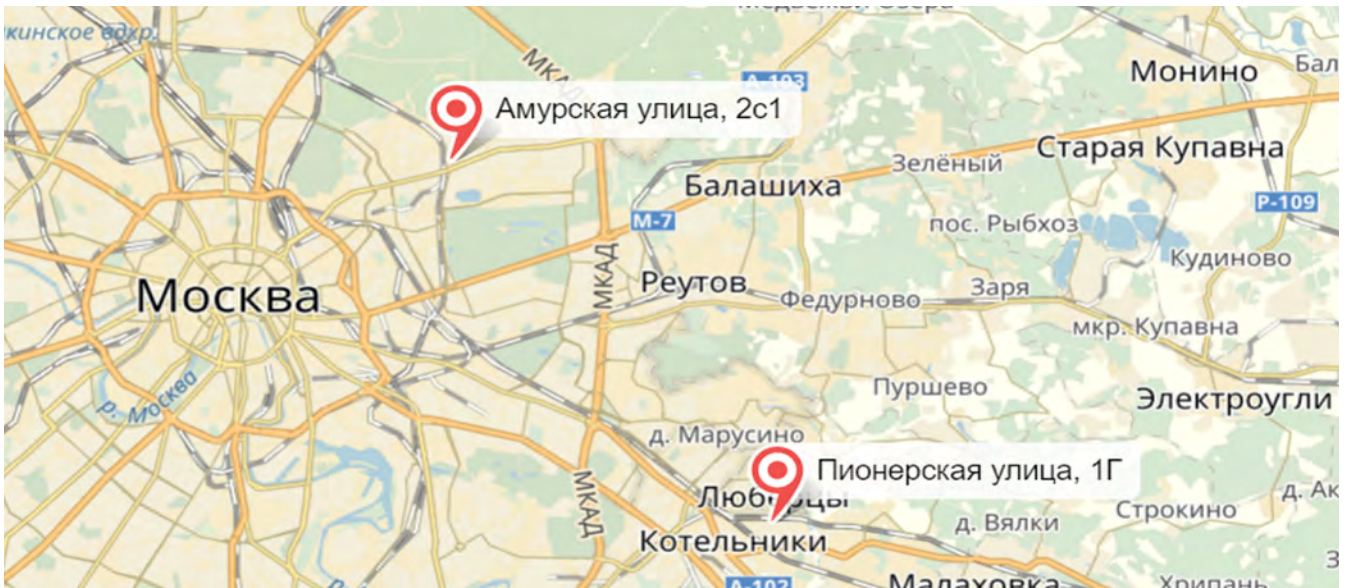
+7 (495) 308-30-40



RE
FRESH LOGIC

Параметры	Значение
<i>Доп. услуги</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Партнерский call-центр • Маркетинг • Обработка возвратов (в т.ч. частичных)
<i>Ценообразование</i>	<ul style="list-style-type: none"> • За каждую операцию • Процент от объемов • «Пакетные» тарифы
<i>IT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • API • Личный кабинет • Просмотр остатков онлайн • Есть интеграция с: Insales
<i>Доставка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Своя курьерская служба: нет • Псылки для Почты России сдаются в: ОПС • Партнеры по доставке: DPD, PickPoint, Грастин, Dalli Service, СДЭК
<i>Особенности</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Таможенное оформление • Оптовые отгрузки со склада • Интеграция с маркетплейсами и каталогами • Лицензированное хранение - есть • Утилизация (через партнеров)
<i>Склад</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Склад в Москве и в Московской области • Режим работы: ежедневно с 08.00 до 20.00 • Время приема последнего заказа с доставкой по Москве на следующий день: до 18.00. Со склада в Москве доставка день-в-день. • Видеофиксация зоны приемки и отгрузки • Артикульное хранение • Смешанное хранение • Паллетохраниение • Выделенные комнаты для хранения • Страхование склада
<i>Конкурентное преимущество</i>	<p>Поддержка омниканальности, логистическое обслуживание online и offline продаж. Агрегация курьерских служб, подбор оптимальных решений по потребностям клиента.</p>

Карта складов



Товарные категории

Есть клиенты:

- автозапчасти и автоэлектроника
- крупная бытовая техника
- мелкая бытовая техника
- диски с играми, кино, музыкой
- инструменты
- интим-товары
- канцтовары, товары для офиса
- книги
- косметика, парфюмерия
- одежда и обувь (в том числе детские), аксессуары
- продукты питания
- сувениры, подарки
- техника для дома и портативная электроника (ТВ, компьютеры, смартфоны, аудиовидео)
- товары для дачи

- товары для детей, игрушки
- товары для дома
- товары для животных
- украшения, часы
- шины и диски

Готовы работать с:

- мебель
- музыкальные инструменты
- товары для курения
- товары для ремонта и строительства (кроме инструментов)
- товары для спорта, туризма, рыбалки и охоты
- товары для хобби и рукоделия



Контакты

fresh-logic.ru

Анастасия Попова, руководитель проектов

info@fresh-logic.ru

+7 (495) 669-68-04

Партнеры исследования

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

Основное направление деятельности Aristos – разработка монобрендовых интернет-магазинов для ведущих мировых производителей и полномасштабная поддержка их работы, включающая в себя создание инфраструктуры магазина, организацию службы доставки, колл-центра, производство контента, маркетинг и продажи.

На сегодняшний день в портфолио компании около десятка сопровождаемых проектов, включая официальные интернет-магазины широко известных брендов, таких как:

Philips: shop.philips.ru

Olympus: shop.olympus.com.ru

Grohe: shop.grohe.ru

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

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

Проект **eSolutions** (a member of the Otto Group) вышел на рынок электронной коммерции в ноябре 2012 года. eSolutions предоставляет комплексные услуги по созданию, управлению и развитию интернет-магазинов модной одежды, обуви и аксессуаров в России для владельцев торговых марок, производителей и дистрибьюторов. Опираясь на колоссальный опыт и инфраструктуру Otto Group Russia, лидера на российском рынке электронной торговли, eSolutions обеспечивает безупречный сервис складского обслуживания, обработки, хранения и сортировки товаров, упаковки и отправки заказов, полный цикл работ с возвратами, интеграцию поставщиков услуг (call-центры, платежные системы, службы доставки), а также интернет-маркетинг для клиентов.

The logo for Aristos features the word "aristos" in a bold, lowercase, sans-serif font. A small blue checkmark is positioned above the letter 'i'.The logo for eSolutions consists of the word "esolutions" in a lowercase, sans-serif font. To the right of the text is a stylized circular icon composed of overlapping colored segments (orange, yellow, green, blue, purple). Below the main text, the tagline "A member of the otto group" is written in a smaller, red, lowercase font.

eSolutions (ООО «еСолюшнс») — направление бизнеса Otto Group в России, ориентированное на предоставление B2B услуг в сфере электронной коммерции. Клиенты eSolutions - известные российские и международные бренды, а также молодые отечественные дизайнеры. Ограничений по размеру компаний нет, предпочтение отдается монобрендовым проектам, производителям, официальным дистрибьюторам.

ЗАО «Сервис Дистанционной Торговли» (ЗАО СДТ, ГК Аккорд-Пост) — входит в тройку крупнейших сервисных компаний, имеющих статус Федерального клиента ФГУП «Почта России». Специализация компании — предоставление услуг в сфере фулфилмента, дистрибуции, перевозки и экспедирования товаров и грузов для интернет-магазинов, каталожных компаний, телемагазинов и др.

Производственные мощности: современная производственная инфраструктура, собственный складской комплекс более 25 000 кв. метров, квалифицированный персонал, автоматизированные бизнес-процессы, ИТ-инфраструктура полного цикла. Реализация проектов различного уровня сложности.

Компания **Itella** — один из лидеров российского рынка логистических услуг. Ежегодно компания Itella осуществляет обработку более 1,5 млн тонн груза на своих складских площадках!

Имеющиеся ресурсы позволяют Itella разрабатывать индивидуальное логистическое решение для каждого клиента, как для крупных компаний, так и для небольших игроков, только выходящих на рынок интернет-торговли.

Компания Itella имеет опыт предоставления услуг электронного фулфилмента, обслуживая крупные компании, представляющие международные бренды в России и их интернет-магазины:

- * Ответственное складское хранение и обработка
- * Сопутствующие услуги на складе
- * Доставка в интернет-магазины

Общая площадь складов — 535 000 м² (430 000 м² — терминалы в Московской области; 105 000 м² — в регионах России).



Itella в России имеет богатый опыт сотрудничества с компаниями таких сегментов, как фармацевтика, FMCG (товары народного спроса и потребления), электроника и бытовая техника, одежда и обувь (Fashion), DIY («Сделай сам»), автозапчасти и компоненты, промышленное и сельскохозяйственное оборудование и компоненты.

Itella — ваш приоритетный выбор в сфере складских и транспортных услуг, а также услуг для компаний интернет-торговли. Мы обеспечиваем бесперебойный процесс торговли и делаем повседневную жизнь простой и легкой для наших клиентов в 10 странах мира.

В 2014 году товарооборот нашей компании составил 1 858,7 миллионов евро.

Компания **Shiptor** основана в 2008 году и уже стала ведущим игроком рынков логистики, фулфилмента и кроссбордера. Собственная сеть складов в США, Европе, Китае и России общей площадью около 5300 м² позволяет компании успешно работать с b2b и b2c партнерами любого масштаба.

В сфере кроссбордера компания решает весь пул задач, включая выкуп товаров, доставку от первой до последней мили, ускоренную таможенную очистку, обработку паспортных данных, возвратную логистику и складское обслуживание. Для зарубежных клиентов Shiptor предлагает также быструю интеграцию с ведущими российскими маркетплейсами и полную локализацию продукта для России.

Российское направление Shiptor.ru “под ключ” покрывает задачи по фулфилменту и логистике. Московский склад компании обрабатывает десятки тонн отправок каждый месяц, а список услуг включает ответственное хранение, сборку и переупаковку заказов, кроссдокинг, маркировку или вложение листовок, работу с возвратной логистикой и прием платежей. Для доставки товаров Shiptor.ru предлагает и собственную курьерскую службу, и агрегирует в едином окне десятки ведущих служб доставки по России, включая постаматы, Почту России, CDEK, DPD, Vobox и другие.

Собственный R&D позволяет гибко интегрироваться в инфраструктуру клиента, а для быстрого старта у Shiptor.ru уже есть интеграции через API и модули для всех популярных CMS и CRM.



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.

+7 (495) 540-59-06

a@datainsight.ru

www.datainsight.ru

Ключевые направления исследований:



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

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



Стартапы и инвестиции в интернет-стартапы, инвестиционные фонды.

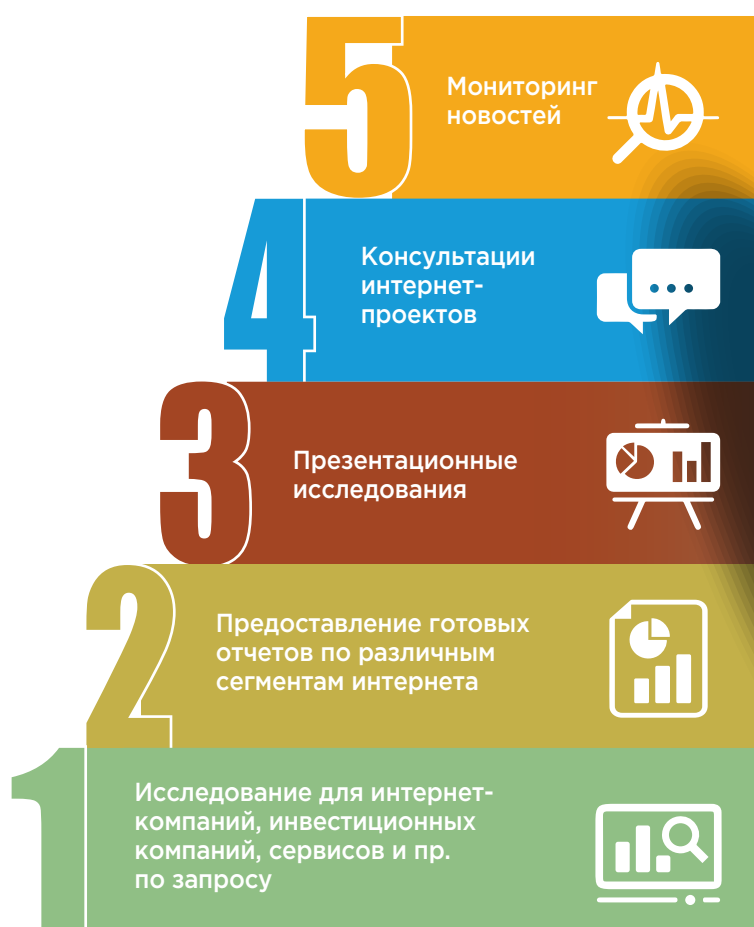
Интернет-реклама, сервисы для интернет-рекламы, технологии интерактивной рекламы, поведение аудитории интернета.



НАШИ КЛИЕНТЫ:

- PayPal
- PayU
- TIU
- Связной
- Банки.ру
- Адмедиа
- Prostor Capital
- Fastlane Ventures
- SoftKey
- Media3
- Adventum
- Dentsu
- CIAN
- CityAds
- IAB Russia

Услуги, которые мы оказываем:



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

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

Исследования/контент-продукты для информационной поддержки компании и запуска новых продуктов

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

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

Исследования интернета в России и СНГ

