Логистика для интернет-магазинов

Тематика: **Экономика и финансы**
Статьи и исследования

Дата публикации: 1.08.2022

Дата мероприятия / события: 1.08.2022

г. Москва

Организация логистики — один из самых важных и сложных процессов, которые необходимо отстроить владельцам интернет-магазинов.

Организация логистики — один из самых важных и сложных процессов, которые необходимо отстроить владельцам интернет-магазинов. Часто о нем начинают задумываться, когда уже запустили все остальные процессы или когда число заказов вырастает настолько, что уже не хватает своих курьеров и помещений для хранения товара.

Мало кто из продавцов товаров в интернете может похвастаться тем, что досконально разбирается в сложных логистических процессах, особенно если он доставляет заказы в разные регионы. Оно и понятно. Одно дело разбираться в каких-то товарах, создавать сайт, принимать платежи, и совсем другое — организовывать хранение и доставку товаров. Поэтому абсолютное большинство продавцов свою логистику отдают на аутсорсинг для интернет-магазинов. Москва, Санкт-Петербург, остальная Россия — неважно, какой регион, эта услуга нужна везде.

Интернет-логистика состоит из трех основных этапов:

«Первая миля» (доставка от поставщика на склад продавца)

Хранение товаров на складе

«Последняя миля» (доставка со склада покупателю)

Можно передать всю логистику на аутсорсинг фулфилмент-оператору, который предоставляет такие услуги под ключ. Но это довольно дорого и подходит далеко не всем. Поэтому интернет-магазины предпочитают работать по каждому из этих этапов отдельно, что-то реализовывая самостоятельно, а что-то передавая на аутсорсинг.

Расскажем об этих этапах подробнее.

Первая миля

На «первой миле» существует два основных варианта организации логистики для интернет-магазинов: прямая доставка на склад и дропшиппинг. Оба варианта имеют свои достоинства и недостатки. Рассмотрим их подробнее.

Доставка на склад

В первом случае интернет-магазин закупает оптовую партию у поставщика и доставляет ее на свой склад. При такой схеме работы интернет-магазин может контролировать как всю цепочку логистики, так и качество продаваемого товара. При этом магазину нужно иметь большой запас оборотных средств, чтобы была возможность закупать оптовые партии товара и арендовать либо содержать собственный склад.

Дропшиппинг

При дропшиппинге товар поступает клиенту напрямую со склада поставщика, а интернет-магазин выступает продавцом-посредником, получая свою комиссию с каждого заказа. Таким образом интернет-магазины

освобождают себя от хлопот, связанных с хранением и доставкой товаров, и при этом получают все преимущества аутсорсинга. Но в то же время они ставят свой бизнес и свою репутацию в полную зависимость от поставщиков, которые часто подводят продавцов. К тому же рентабельность при дропшиппинге обычно небольшая, и по такой схеме в интернете работают многие магазины, уровень конкуренции очень высок.

Какой вариант вы бы ни выбрали, в любом случае вам нужно будет настроить эквайринг, чтобы принимать платежи в интернете. Отличный помощник в этом – платежный сервис Pikassa от PIM Solutions. Подключив его, вы предоставите покупателям доступ к 15 способам оплаты, а сами сможете контролировать каждый рубль в личном кабинете

Хранение товаров на складе

Наверное, все начинающие продавцы товаров в интернете первоначально хранят товары у себя дома или в подсобных помещениях. Но если дела начинают идти в гору, то неизбежно встает вопрос со складскими помещениями. Обычно интернет-магазины действуют по трем вариантам:

Приобретение собственного склада

Аренда складского помещения

Хранение товара у фулфилмент-оператора

Конечно, удобнее всего иметь собственный склад, но далеко не каждый магазин может себе его позволить. Недвижимость, особенно в Москве очень дорогая. Плюс магазинам тяжело рассчитать площадь помещения, которая им будет нужна. Если сразу купить большой склад, то придется сильно переплатить и не факт, что вся его площадь будет востребована. Если купить слишком маленькое помещение, то вскоре его может не хватить для работы. Тогда придется срочно искать новые помещения или передавать хранение на аутсорсинг.

Вариант с арендой более гибкий. Можно подобрать оптимальный для себя вариант с помещением, а при необходимости в относительно короткие сроки переместиться в более подходящее место. Стоит учитывать, что за аренду нужно платить каждый месяц, но это прогнозируемые расходы. Поэтому большинство продавцов предпочитают именно такой вариант организации складской логистики для интернет-магазинов. Москва располагает тысячами вариантов для аренды, в других регионах тоже есть достаточно предложений.

Можно передать товар на хранение фулфилмент-оператору, но тогда ему же придется передать на аутсорсинг и всю остальную интернет-логистику. Как уже отмечалось, такая схема аутсорсинга хоть и удобна, но достаточно дорога и подходит не всем интернет-магазинам.

Последняя миля

Вручение товара покупателю — самый ответственный этап с точки зрения клиентского сервиса. Это единственный момент, когда магазин и покупатель контактируют непосредственно. От его успеха во многом зависит, будет ли клиент заказывать в этом магазине что-то еще. Есть два основных варианта доставки заказов до клиентов:

Собственные курьеры

Внешние курьерские службы

Если интернет-магазин работает только в одном городе и не доставляет заказы в другие регионы, можно отказаться от аутсорсинга и сделать ставку на собственных курьеров. Если же продавец хочет работать в нескольких регионах или по всей России, на помощь приходит аутсорсинг доставки для интернет-магазинов. На рынке есть большой выбор различных курьерских и почтовых служб, которые доставляют заказы как до двери, так и до пунктов выдачи заказов или постаматов.

Рекомендуется не складывать все яйца в одну корзину и работать с несколькими компаниями, предоставляющими логистические услуги для интернет-магазинов, особенно если продавец собирается работать в регионах. Логистика для интернет-магазинов в Москве, на Урале и на Дальнем Востоке имеет свои особенности, которые обязательно нужно иметь в виду.

Разные курьерские службы предлагают разные тарифы и предлагают разное качество услуг в разных регионах. Сравнивать их работу и выбирать наиболее подходящую для конкретных регионов позволяет сервис PIM.Аналитика. А организовать эффективный контроль работы служб доставки поможет сервис PIM.Контроль

Интернет-логистика в Москве, как и во всей России развивается стремительными темпами. Сейчас есть все возможности подобрать для себя оптимальную систему хранения и логистики доставки интернет-магазина.

Продавцу остается лишь сопоставить свои потребности и финансовые возможности с рыночными предложениями, решить, какой логистический оператор больше всего ему подходит, и сосредоточиться на продажах, доверив остальное профессионалам.

Постоянная ссылка на материал: http://www.smi2go.ru/publications/145668/