

Как внедрить логистику в интернет-магазине в 2022 году

Тематика: Потребительский рынок
Корпоративные новости

Дата публикации: 28.09.2022

г. Москва

Дата мероприятия / события: 28.09.2022

Как обычно создаются интернет-магазины?

Как правило будущий основатель чувствует свою сильную экспертизу в том или ином товаре и решает начать его продажу. Или он понимает, что может хорошо продвинуть свои товары. Или просто просчитал бизнес-идею: закупать оптовые партии товара и продавать его в розницу. При этом почти никто не открывает интернет-магазин, потому что знает, как можно быстро и недорого хранить и доставлять заказы покупателям. В этой статье мы расскажем, как избежать самых распространенных ошибок и выстроить эффективную [логистику с доставкой по Москве, России](#) и при необходимости в другие страны.

[Логистика на сайте интернет-магазина](#)

С проблемой организации [логистики сайта](#) интернет-магазинам как правило приходится разбираться уже по ходу работы. И далеко не все из них успешно справляются с этой проблемой. Нередко перебои с логистике приводят к большим убыткам, а то и к закрытию онлайн-продавцов.

Какие ошибки они совершают? Перечислим самые распространенные:

Интернет-магазины пытаются доставлять сами и не справляются

Продавцы нанимают самую дешевую транспортную компанию и не могут отследить ее работу, зачастую заказы теряются

Отдают прием платежей на аутсорс службе доставки, которая задерживает перевод денег, что приводит к кассовым разрывам

Доставка выходит слишком дорогой, из-за чего итоговая цена заказа получается неконкурентоспособной

Арендуют склад в труднодоступном месте, что усложняет доставку

Это лишь малая часть ошибок, которые по неопытности совершают владельцы интернет-магазинов. Поэтому к организации этого бизнес-процесса нужно подходить со всей ответственностью.

[Как организовать логистику в E-commerce](#)

[Логистика для интернет-магазинов](#) делится на три большие разновидности:

логистика закупок,

логистика хранения,

логистика доставки.

Также можно отдельно выделить [логистику продаж](#). Каждый из этих видов логистики можно как развивать самостоятельно, так и отдать на аутсорсинг. Собственная логистика выгодна очень маленьким либо очень большим интернет-магазинам. А если продавец представляет собой нечто среднее, то ему так или иначе приходится нанимать компании, для которых логистика является основным видом деятельности.

Подробнее расскажем о том, [как организовать логистику интернет-магазина](#), а частности находить подрядчиков и выстраивать взаимодействие с ними.

[Складская логистика для интернет-магазинов](#)

Складская логистика в электронной коммерции может быть реализована тремя способами: приобрести собственный склад, арендовать склад, хранить свои товары в фулфилмент-центре. Рассмотрим эти варианты:

Собственный склад

Строительство или покупка собственных складских помещений – это хороший вариант для крупных интернет-магазинов. Для более мелких продавцов этот вариант не совсем удобен. Во-первых, это неоправданно дорого, эти деньги лучше направить на развитие бизнеса. Во-вторых, если интернет-магазин собирается расти, существующих площадей станет не хватать для работы, и придется что-то делать со своим складом.

Роль собственного склада может выполнять квартира или гараж, но этот вариант можно назвать рабочим только на первое время. Собственный склад может быть нужным для тех интернет-магазинов, которым важно полностью контролировать хранение своего товара. Объявления о продаже складских помещений можно легко найти на Авито, Циан и подобных сайтах.

Аренда

Аренда складских помещений – самый рабочий вариант для интернет-магазинов. На рынке много вариантов для любых потребностей и любого кошелька. В 2020-2021 гг. складской рынок был сильно перегрет, площадей явно не хватало, из-за чего цена аренды была явно завышенной. Сейчас ситуация постепенно выравнивается, свободных площадей появляется все больше и цены как минимум не растут.

Так что интернет-магазину нужно выбрать помещение подходящей площади, расположения, инфраструктурой и арендными ставками, после чего можно завозить продукцию и начинать торговлю. Объявления об аренде можно так же легко найти на Циан и Авито.

Фулфилмент

Услуга фулфилмента предполагает, что интернет-магазин отдает на аутсорс большую часть процессов, связанных с логистикой. Обычно продавцы делегируют приемку, хранение товара, маркировку, транспортировку, таможенные процедуры и другие процессы. Плюсом фулфилмента является возможность освободить себя от головной боли, а самим организовывать продажи и маркетинг. Также можно неплохо сэкономить на найме персонала, программном обеспечении, автотранспорте и пр.

Но здесь нужно считать, насколько это будет экономически выгодно. Как правило, чем больше продаж у интернет-магазина, тем ему выгоднее обращаться к фулфилменту. Также следует иметь в виду, что передача всех логистических процессов на аутсорс ставит продавца в зависимость от фулфилмент-оператора и не дает возможности контролировать сохранность товара, клиентский сервис и другие важные параметры работы интернет-магазина.

На рынке представлено большое количество фулфилмент-операторов. Самыми крупными являются Почта России, СДЭК, Бета ПРО, ПЭК, В2СPL.

[Закупочная логистика для интернет-магазинов](#)

Закупочную логистику в интернет-торговле можно развивать двумя способами: прямые закупки и дропшиппинг. Рассмотрим их подробнее.

Прямые закупки

Здесь все просто. Интернет-магазин закупает оптовые партии товара и хранит их у себя на складе. Когда поступают заказы, продавец просто отгружает товары со склада и передает их в доставку. По такой схеме работает большинство интернет-магазинов, для многих она кажется безальтернативной. Ее плюсом является возможность контролировать ассортимент и состояние товара и всегда знать, что есть на складе, а что уже закончилось. После того, как товар поступил на склад, продавец не зависит от поставщиков и может делать со своими запасами все, что захочет. Недостатком этой схемы является необходимость тратить средства на содержание склада и все сопутствующие процедуры (приемка, учет, маркировка, упаковка и пр.).

Дропшиппинг

При дропшипинге интернет-магазин выступает лишь в качестве онлайн-витрины. Сам товар хранится на складе производителя или посредника. Когда интернет-магазин получает заказ, он связывается с производителем и уточняет наличие товара на складе. После этого он забирает этот товар и отправляет его покупателю. Полученные деньги делятся между производителем и продавцом.

С одной стороны, это очень удобная схема для продавца. При организованном дропшипинге все хлопоты по содержанию склада и хранению товара ложатся на производителя. У продавца не будет болеть голова, если накопится большое количество неактуального товара, склад окажется забит или привезут брак. Если найти востребованный товар и хорошего производителя, то можно обеспечивать хорошие продажи без лишних хлопот.

Однако у дропшипинга есть и явные недостатки. Продавец не может контролировать количество и качество товара, после каждого заказа ему нужно уточнять наличие, что может раздражать покупателей. Да и конкуренция на этом рынке очень высока. Чтобы на нем процветать, нужно либо найти уникальную нишу (которая может быстро заполниться), либо быть гением маркетинга, способным выделить свой магазин на фоне сотен таких же.

[Транспортная логистика для интернет-магазинов](#)

То, как товары попадают на склад и как они там хранятся, это внутренняя кухня интернет-магазина. А вот то, что происходит после оформления заказа, то есть доставка до покупателя и вручение, уже отслеживается покупателями и прямо влияет на впечатление о работе продавца. Как показывает [статистика](#), большая часть отзывов покупателей о работе интернет-магазинов касается именно доставки заказов. Поэтому для онлайн-продавцов [доставка и логистика товара](#) – это не просто вопрос расходов, а важнейшая сервисная услуга.

Как и остальные бизнес-процессы, доставку товаров можно осуществлять самостоятельно либо доверить партнерам. Своими силами можно доставлять небольшое количество заказов, иначе придется содержать собственный автопарк, штат водителей, курьеров, закупать ПО для управления всей этой инфраструктурой и т.д. Поэтому большинство интернет-магазинов предпочитает отдавать доставку на аутсорс курьерским службам.

[Доставка заказов курьерскими службами](#)

Без курьерской доставки не может обойтись ни один более-менее крупный интернет-магазин. Обычно после получения заказа продавец передает товар в логистическую компанию, которая доставляет его до покупателя. При выборе службы доставки нужно обратить внимание на ряд особенностей.

Во-первых, это география деятельности. Нужно убедиться, что курьерская служба доставляет заказы во все места, куда вы планируете отправлять заказы. Во-вторых, следует уточнить, какие способы вручения поддерживает доставщик. Это может быть курьерская доставка «до двери», [доставка в пункт выдачи заказов](#) и постаматы. В-третьих, стоит узнать, умеет ли логистическая компания работать с конкретным видом товара. Особое внимание нужно обращать на хрупкие товары, крупногабаритный груз, ювелирные изделия и прочие категории. У многих служб доставки есть лимиты по весу и размеру.

Также стоит учитывать, что при отправке заказов наложенным платежом деньги получает именно служба доставки. А перечисляет их интернет-магазину она далеко не сразу. Задержка может составлять несколько недель, что стоит учитывать при финансовом планировании. Ну и цену доставки у разных компаний, конечно, тоже имеет значение.

Если интернет-магазин отправляет большое количество заказов в разные регионы, то ему целесообразно сформировать свой микс заказчиков и распределять между заказчиками в зависимости от эффективности работы в каждом конкретном регионе.

Самыми популярными компаниями, предоставляющими [логистические услуги для интернет-магазинов](#), являются Почта России, СДЭК, Vohberry, PickPoint и другие. Подробный обзор курьерских служб можно посмотреть [здесь](#).

Транспортные компании для интернет-магазинов

Если курьерские службы доставляют заказы, то транспортные компании доставляют грузы. Эта разница весьма существенна для интернет-магазинов. Транспортная компания возит грузы больших объемов из точки А в точку Б. Как правило, «точки» – это склады. Водитель не будет связываться с покупателем и ждать пока он проверит заказ. Для всего этого есть курьерские службы.

Обычно интернет-магазины нанимают транспортные компании для доставки больших партий товаров со склада поставщика на свой склад. Впрочем, сейчас некоторые транспортные компании предлагают [услуги доставки для интернет-магазинов](#). В некоторых случаях это может оказаться самым выгодным и подходящим вариантом.

Поэтому транспортные компании тоже стоит рассматривать как вариант доставки.

Среди транспортных компаний интернет-магазинам стоит обратить внимание на Деловые линии, ПЭК, Байкал Сервис и другие.

Международные [логистические службы для интернет-магазинов](#)

Интернет-магазины работают и с международными логистическими службами. Причем их используют как для международных перевозок, так и [логистики для интернет-магазинов по Москве и России](#). Однако здесь есть свои нюансы. В 2022 году работу в РФ приостановил целый ряд иностранных служб доставки: DHL Express, Maersk, TNT, FedEx и ряд других. DPD пошла другим путем, и теперь ее бывшее российское подразделение стало самостоятельной компанией.

Уход в России остальных международных курьерских служб не исключен, поэтому интернет-магазинам стоит с осторожностью относиться к началу сотрудничества с ними. А доставку за рубеж и из-за рубежа можно осуществить и с помощью отечественных логистических компаний.

[Автоматизация логистики для интернет-магазинов](#)

Все логистические процессы очень сложны и многосоставны, выполнять их вручную просто невозможно. Поэтому интернет-магазинам никак нельзя обойтись без решений по автоматизации [ecommerce logistics](#). Их можно условно разделить на несколько разновидностей.

Автоматизация собственной транспортной службы. Это решения, позволяющие автоматизировать планирование маршрутов, контролировать состояние автомобилей и водителей, а также курьеров

Автоматизация документооборота позволяет избавиться от нудной работы по выписыванию накладных, путевых листов, формированием заказов, проведению сверок и т.п.

Автоматизация работы с курьерскими службами. Решения, позволяющие выбирать подходящего доставщика для каждого заказа, контролировать его работу, видеть возвраты и их причины, вести претензионную работу.

Подробнее об автоматизации логистики можно почитать [здесь](#).

[Трекинг заказов](#)

Крайне необходимо, чтобы покупатель, оформив заказ, мог отслеживать его движение на протяжении всей доставки и логистики товара. Этот процесс отслеживания и называется трекингом. После получения товара служба доставки присваивает каждой посылке индивидуальный трек-номер. По нему можно отслеживать текущий статус на сайте или в приложении курьерской компании. Некоторые присылают клиентам оповещения в виде СМС или сообщений в мессенджерах.

Если полностью отдать трекинг заказов на откуп службам доставки, то покупатель из клиента интернет-магазина превращается в клиента курьерской компании. Чтобы этого не случилось, интернет-магазин может установить на своем сайте специальный виджет или создать отдельную страницу для отслеживания текущего статуса заказа. Тогда клиент, сделав один заказ, будет регулярно посещать сайт, и его можно будет простимулировать к новым покупкам.

Трекинг заказов важен и для самих интернет-магазинов. Они должны постоянно отслеживать отправленные заказы, чтобы знать их судьбу. Если заказ где-то потеряется, то лучше сообщить об этом покупателю первым, а не ждать его недовольных звонков и писем. Это важная часть [логистики интернет-магазинов товаров](#).

Подробнее о вариантах информирования покупателей можно почитать [здесь](#).

[Пункты выдачи интернет-заказов](#)

Как уже говорилось выше, есть два способа доставки заказа: курьером на дом или в пункт выдачи заказов. В Европе более 70% покупателей предпочитают получать заказы на дом, а в России все ровно наоборот. Если сложить получение заказов через фирменные пункты выдачи заказов (ПВЗ), отделения Почты России, а также постаматы, то в сумме получится более 80% от всех интернет-заказов россиян. Так что можно смело сказать, что Россия – это страна самовывоза.

Что это значит для интернет-магазинов? Что они обязаны предоставить для своих покупателей возможность забирать заказы и удобных для них ПВЗ. Если такой возможности не будет, то велика вероятность того, что покупатель предпочтет другой интернет-магазин, причем он бросит заказ уже на стадии его оформления, т.е. все

затраты на привлечение уйдут в никуда.

Свои или партнерские ПВЗ есть у многих служб доставки. Одна и та же точка может обслуживать сразу несколько компаний. У интернет-магазинов нет никаких сложностей с подключением к пунктам выдачи. Заказы можно выдавать в почтовых отделениях, «Пятерочках» и «Перекрестках», отделениях Сбера, постаматах в торговых центрах и многих других местах. Если продавцу необходим широкий выбор ПВЗ и постаматов, он может подключить агрегатор пунктов выдачи.

Резюме

Итак, чтобы внедрить [логистику в интернет-магазине](#), нужно:

решить, где хранить товары (собственный склад, арендованный склад, фулфилмент)

решить, как закупать товары (прямые закупки или дропшиптинг)

выбрать одну или несколько курьерских служб для доставки заказов покупателям

подключить подходящие решения для автоматизации логистики

настроить трекинг заказов на своем сайте

подключить как можно большее количество ПВЗ к выдаче заказов

Таким образом, внедрить [логистику интернет-магазину](#) достаточно просто, нужно лишь как следует разобраться в вопросе. Интересных и полезных решений на рынке более чем достаточно, главное выбрать среди них наиболее подходящий для конкретного бизнеса.

Постоянная ссылка на материал: <http://www.smi2go.ru/publications/146889/>