

Фулфилмент для интернет-торговли



Варвара Нехина

Data Insight
Аналитика и консалтинг

Логистический аутсорсинг: опыт и возможности 2016

28 марта



ФУЛФИЛМЕНТ для интернет-торговли



Исследование компании Data Insight
2016

СОСТАВ И МЕТОДИКА



Методика исследования:

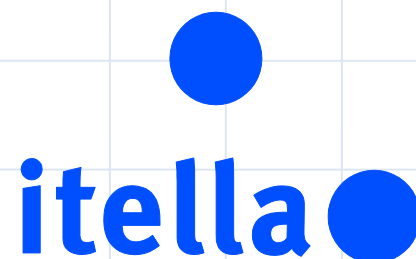
- Экспертный опрос крупнейших участников рынка
- Сбор информации по игрокам

Состав исследования:

- Описание основных и дополнительных услуг
- Плюсы и минусы
- Описание потребителей услуг
- Динамика рынка, факторы роста, ключевые тренды
- Структура рынка, классификация игроков
- Профайлы фулфилмент-операторов
- Кейсы участников рынка

Полная версия: <http://www.datainsight.ru/fulfillment>

ПАРТНЕРЫ ИССЛЕДОВАНИЯ



КАК РАБОТАЕТ ФУЛФИЛМЕНТ

Как работает фулфилмент



ПОЧЕМУ ФУЛФИЛМЕНТ?

- **Сокращение логистических издержек:**
Фулфилмент-оператор может предложить цены ниже за счет своего объема.
- **Отсутствие огромных затрат на старте:** у продавца нет затрат на создание / аренду склада, создание / обучение своей складской программы, интеграцию складского ПО
- **Высокий уровень сервиса на старте:** магазин сразу получает отлаженные процессы и обученный персонал
- **Компетенции в логистике:** у продавца они обычно отсутствуют на старте, а фулфилмент-оператор может выступить внутренним консультантом.

КТО КЛИЕНТ ФУЛФИЛМЕНТА?

Фулфилмент нужен компаниям, которые уже работают или только собираются выйти на рынок e-commerce. Ключевые группы клиентов:

Клиент	Потребность
Интернет-магазин	<ul style="list-style-type: none">▪ Расширяемый склад▪ Режим «одного окна»
<i>Компании не имеющие онлайн-продаж</i>	
Ритейл	<ul style="list-style-type: none">▪ Создание процессов онлайн-покупки
Поставщики	<ul style="list-style-type: none">▪ Поштучная обработка заказов▪ Экспертиза на рынке розничных продаж
Иностранные компании	<ul style="list-style-type: none">▪ Экспертиза на российском рынке▪ Сразу высокое качество сервиса

ПЛЮСЫ И МИНУСЫ СТОРОННЕГО ФУЛФИЛМЕНТА

ПЛЮСЫ

1. Легкая масштабируемость бизнеса
2. Легкий выход в регионы
3. Стоимость последней мили ниже (масштаб)
4. Более высокое качество сервиса на старте
5. Автоматический расчет стоимости доставки
6. Хорошая аналитика по заказам
7. Первая миля осуществляется одним партнером

МИНУСЫ

1. Потеря гибкости
2. Потеря индивидуальности
3. Ограниченный выбор способов и регионов доставки
4. Ограниченность при внедрении нового IT-функционала
5. Ограничения в расширении ассортимента

ФАКТОРЫ РОСТА РЫНКА

1. **Рост рынка интернет-торговли**
2. Рост конкуренции среди интернет-магазинов
3. Аутсорсинг второстепенных бизнес-процессов
4. Продажа товаров российскими интернет-магазинами за рубеж, в первую очередь в страны ТС и СНГ.
5. **Фулфилмент становится агрегатором последней мили**
6. Тенденция работать в режиме «одного окна»

СДЕРЖИВАЮЩИЕ ФАКТОРЫ

1. Нет доверия к фулфилмент-операторам.
На рынке нет партнерских отношений
2. Нет широкой осведомленности об услугах фулфилмента среди потенциальных клиентов
3. Интернет-магазин не может заранее просчитать экономику аутсорса фулфилмента
4. Нет прозрачной системы тарификации
5. Нет стандартных IT-решений
6. Процент использования стороннего фулфилмента зависит от ниш. В некоторых нишах нет предложения со стороны фулфилмент-операторов.

ИГРОКИ РЫНКА

ИГРОКИ

1. **Arvato**
2. **B2CPL**
3. **Distance Selling Service (СДТ)**
4. **eTraction**
5. **Itella**
6. Алло?Бегу
7. BetaPro
8. Call-IM
9. CDEK
10. Express RMC
11. Fastery
12. Fresh Logic
13. Fulfillment.Moscow
14. IdeaLogic
15. IML
16. KupiVip ecommerce services
17. Курьер Сервис Экспресс
18. Lamoda B2B
19. Lenod
20. Логоскор
21. Маршрут
22. Молком
23. М-Сити
24. Next Solutions
25. Посылыч
26. Prostore
27. Reworker
28. Ritm-Z
29. РусПост
30. SPSP Express
31. TRDE Настоящая доставка
32. Yambox

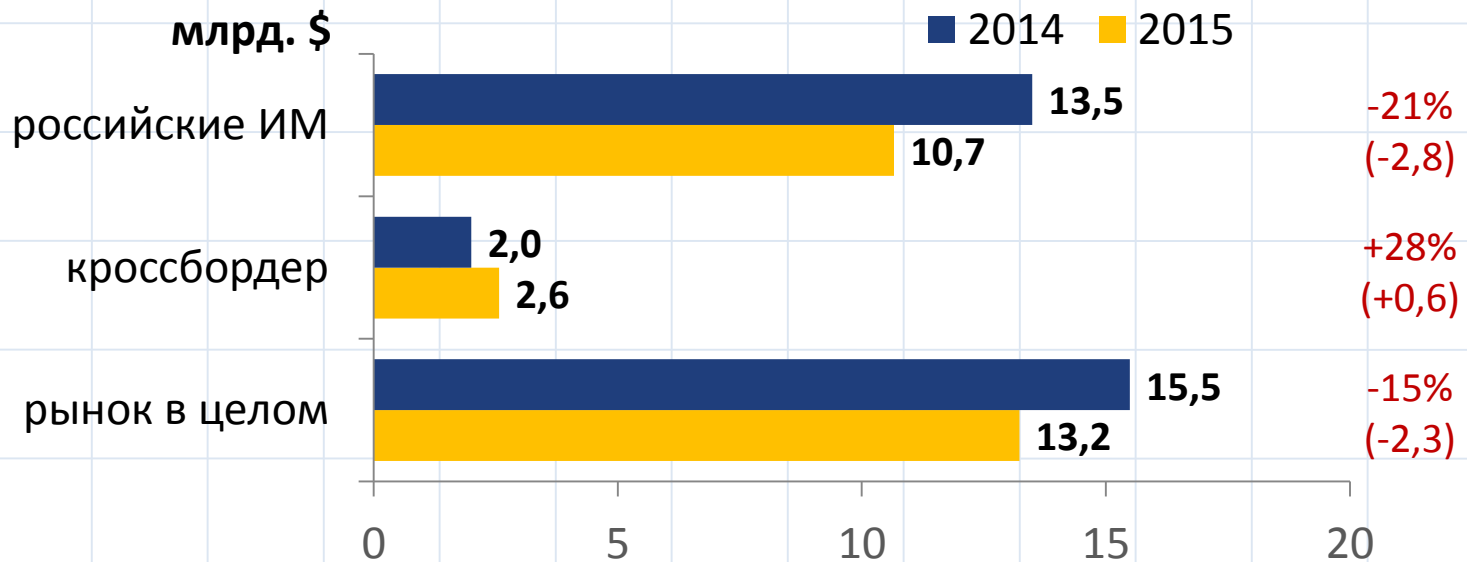
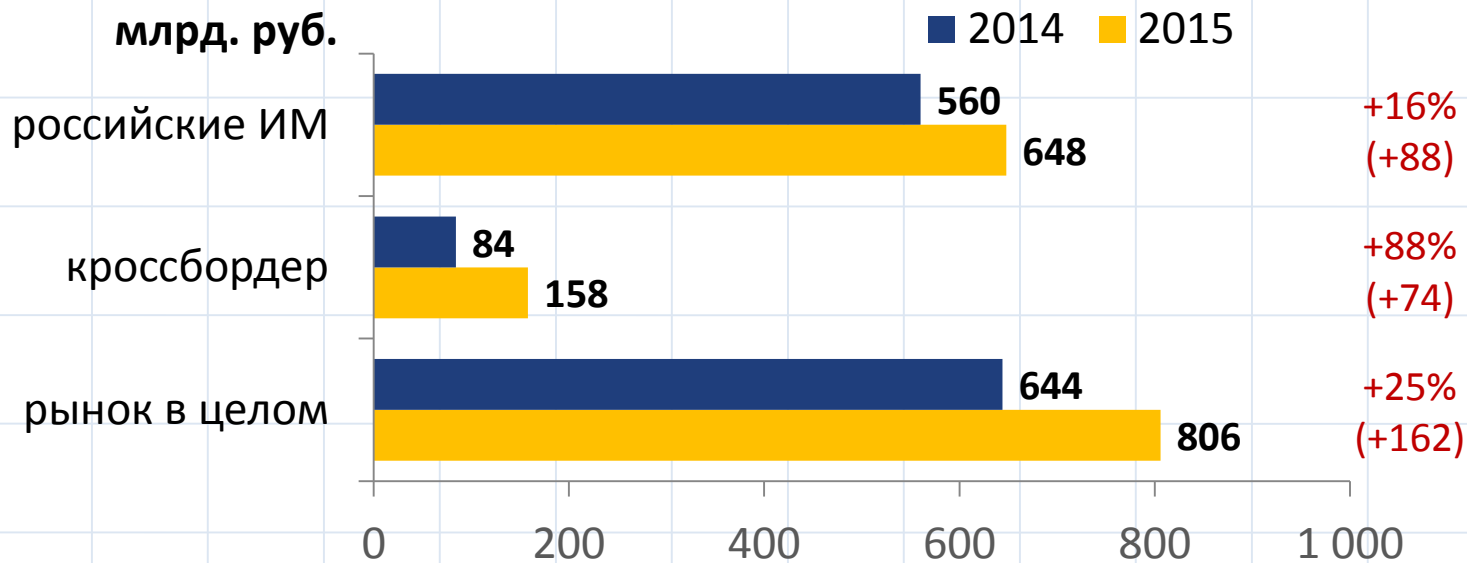
На рынке присутствует более 30 фулфилмент-операторов.
Пять компаний обрабатывают каждая больше 100 000 заказов в месяц (выделены жирным).

ТРЕНДЫ

1. Растет количество игроков и клиентов. Как следствие растет конкуренция на рынке
2. Новые игроки приходят из соседних ниш
 - Курьерские службы
 - Провайдеры 3PL-услуг
 - Интернет-магазины
3. В равной степени появляются игроки, работающие в одном сегменте (напр. fashion, DIY), и универсальные игроки, готовые обслуживать много товарных категорий.
4. Крупные ритейлеры приходят к фулфилмент-партнеру как клиенты, чтобы потом стать его конкурентом
5. Не все фулфилмент-операторы готовы работать с «непростыми» крупными клиентами

РЫНОК ECOMMERCE 2015-2016

РЫНОК ECOMMERCE 2015



РЫНОК ECOMMERCE 2016

- Прирост заказов в январе 2016 (в сравнении с январем 2015) составил **30%**
- Прирост заказов в феврале 2016 (в сравнении с январем 2015) составил **14%**

В 2015 году рост в отдельные месяцы ни разу не превысил 12%

Data Insight

- Первое в России агентство, специализирующееся на исследованиях, консалтинге и аналитике в области Интернета и электронной торговли.

- Где все это можно узнать:

a@datainsight.ru

+7 495 5405906

Варвара Нехина

vn@datainsight.ru

