



# ЛОГИСТИКА НА СЛУЖБЕ У ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

Интервью с Изабель Бадок, маркетинговым менеджером отдела решений для цепочки поставок компании Generix Group



ИЗАБЕЛЬ БАДОК,  
Generix Group

**— Изабель, в чем особенность рынка электронной торговли? Чем эта сфера отличается от традиционных видов коммерческой деятельности?**

— Требования участников рынка электронной торговли, разумеется, связаны с требованиями покупателей в интернете, которые прежде всего зависят от объемов, структурного роста и пиков покупательской циклической активности. Рынок электронной торговли активно развивается, к тому же повышение активности связано с пиками во время скидок, предновогодних распродаж и т.д. Управление этими пиками в плане логистики отличается от тех же действий в магазине. В магазинах при приближении даты начала скидок у логиста есть время, чтобы заранее наполнить магазин товаром. Иными словами, логист может предсказать свою деятельность. В случае с электронной торговлей ситуация иная: логист должен доставить товар в то время, когда клиент делает заказ через интернет. Другое требование относится к типологии заказов: независимо от схемы доставки, выбранной клиентом (доставка на дом, через посредника и т.д.), подготовка товара индивидуальна.

Это непростая задача для логистов: им необходимо отслеживать не только коробки, но и отдельные товары. К тому же при покупке товаров часто требуются дополнительные услуги: добавление сувениров, подарочной упаковки и т.д. Иначе говоря, речь идет о многочисленных небольших отправлениях в отличие от лимитированного количества доставок для наполнения одного магазина. В данной ситуации чрезвычайно важно взаимодействие между складскими и транспортными логистами. Вместо того чтобы традиционно использовать электронную почту и организовывать цепочку поставок из наполненных грузовиков, логисты обращаются к экспресс-операторам, к транспорту, способному организовать доставку на дом.

Итак, разница между электронной и традиционной торговлей заключается в скорости. Логис-

тика должна удовлетворять все более высоким требованиям в отношении реагирования и реактивности.

**— Как развитие электронной торговли влияет на логистических провайдеров?**

— В электронной торговле тремя основными компонентами являются цена, выбор и сроки доставки. Что касается цены, все зависит от операционных показателей и рентабельности логистических затрат. Что касается выбора, все зависит от сроков доставки.

Внутри одного и того же сектора, некоторые ритейлеры приняли решение держать на складах максимально возможное число позиций товара, чтобы суметь их быстро доставить, в то время как другие предлагают еще большее количество позиций, но с более длительными сроками по доставке. То есть разница заключается во времени, необходимом для доставки товара.

Некоторые ритейлеры, например, Амазон, не складировать весь товар в одном месте. Но они могут предложить галереи (помещения, предназначенные для независимых предпринимателей). Наконец продавец может предложить свой товар через интернет-сайт и осуществить доставку через логистическую платформу. Логистический процесс в электронной торговле заключается в том, чтобы суметь разделить части, отвечающие за доставку и продажи.

Что касается географического периметра, через интернет-барьер продажи на международный рынок гораздо ниже, чем в случае с продажами через сеть магазинов. Однако многие логистические провайдеры работают на территории всей Европы. Некоторые из них могут предложить интернет-магазинам решения по обслуживанию клиентов по всей Европе или даже по всему миру.

**— Каким образом Вы смогли адаптировать свое предложение к различным бизнес-моделям, представленным в интернете (сайты частных продаж, традиционные ритейлеры,**

### открывшие интернет-магазины, чистые игроки и т.д.), чтобы решить задачи, связанные с электронной торговлей?

— Тенденция, которую мы сегодня наблюдаем, не относится к чистым игрокам. Они не остаются в интернете. Они скорее откроют физические магазины. Многие логистические платформы сотрудничают с несколькими электронными продавцами и ритейлерами. С точки зрения логистики, речь идет об объединении нескольких процессов. Сегодня логистический процесс должен представлять собой кросс-канальную модель.

Поскольку логистические процессы очень специфичны, необходимо внутри глобального предложения суметь:

- управлять единым складом, но быть способными отвечать на различные запросы;
- управлять приоритетами по отношению к товарам, которые должны отправиться в магазин или к индивидуальным клиентам, которые сделали заказ в интернете.

Все это представляет собой свод коммерческих правил для ритейлера, которые необходимо брать в расчет при подготовке и исполнении заказов.

В некоторых случаях разные типы логистической деятельности будут смешиваться, например, когда продажа через интернет может быть заменена доставкой товара клиенту через магазин. Так, в плане транспорта мы часто сталкиваемся с объединением заказов в магазине и в интернете, которые будут доставлены одному и тому же заказ-

чику. С практической точки зрения, это довольно сложно реализовать: на складе необходимо эффективно объединить эти заказы, с достаточной продуктивностью и уровнем сервиса. Мы учитываем эти две задачи во всех видах своей деятельности, чтобы удовлетворять наших клиентов.

### — Немного о кросс-канальной модели, о которой Вы только что говорили: с какими препятствиями приходится сталкиваться Generix Group? Какие предложения у Вас есть, чтобы ответить на возникающие проблемы?

— Наши функциональные возможности достаточно широки для традиционных ритейлеров. Задача на сегодняшний день состоит в том, чтобы интегрировать электронную торговлю в один инструментарий, объединяющий особенности индивидуальной подготовки и доставки клиенту, а также доставки в обычные магазины.

Решение нашей компании способно работать со всеми типами каналов, включая электронную торговлю. Суть не меняется — те же склады, те же стеллажи... Мы только управляем товарами по-разному. Это не отдельное решение, направленное исключительно на электронную торговлю — основной инструментарий остался тем же, мы внесли лишь изменения, сумев объединить разные аспекты, связанные с электронной торговлей, благодаря чему обрели возможность легко управлять двумя направлениями одновременно: традиционной и электронной торговлей.

Более наглядно увидеть, как работает решение E-logistics от Generix Group на складе компании электронной коммерции можно, посмотрев видеоролик на сайте <http://www.generixgroup.com/ru/actualites/webtv/12873,video-elogistics-russian.htm>

## Коллаборативная Цепочка Поставок от generix group

Независимый поставщик ИТ-решений для промышленных, логистических и коммерческих экосистем



TMS

Коллаборативные веб-порталы

KPIS

YARD MANAGEMENT SYSTEM

E-LOGISTICS

WMS