



**ВИТАЛИЙ ПАНАРИН**  
InSales  
директор  
по маркетингу

### «КУРЬЕР — ЭТО ЛИЦО МАГАЗИНА»

Интернет-магазин может организовать доставку несколькими способами. В их числе следующие: организация собственной курьерской службы, работа с курьерской компанией или же совместная работа своих курьеров и компании на аутсорсинге.

Делая выбор в пользу одного из вариантов нужно помнить о том, что курьер — это в буквальном смысле лицо магазина для покупателей. Если курьер невежлив, неряшливо одет и т.п., то у покупателя останутся неприятные воспоминания о самом интернет-магазине. Если вы работаете с собственными курьерами, эти моменты можно отслеживать и контролировать. В случае со сторонней курьерской службой влиять на процесс уже гораздо сложнее. И такие «классические» проблемы, как воровство или текучка кад-

ров, также проще решить в собственном курьерском отделе, например, внедрив продуманную систему мотивации сотрудников.

Один из наших клиентов внедрил подобную систему. Она заключалась в том, что курьеры, которые хорошо работали, получали особый статус. На первом уровне появлялась возможность выбора наиболее интересного района доставки. На втором появлялись материальные стимулы. На третьем человек получал повышение. Благодаря этой простой, но эффективной системе воровство удалось победить полностью.

Большая часть наших клиентов создает собственную службу доставки заказов в том городе, в котором она работает. Для доставки в другие регионы используются уже услуги компаний на аутсорсинге.

Убежден, что с появлением все более крупных игроков на отечественном рынке интернет-торговли аутсорсинг логистики будет становиться все более востребованным. Уже сегодня ряду крупных компаний неинтересно заниматься формированием собственных служб доставки. Они сфокусированы на других аспектах бизнеса и ищут партнеров, готовых оказать им услуги обработки и доставки заказов. К тому же, для доставки большого количества заказов в день необходимо создавать инфраструктуру, а инвестировать в строительство собственных распределительных центров готовы немногие.



4-6 апреля. Москва

XI Бизнес-Форум TOP-MM. Весенняя сессия: b2c

## Главная тема: **МАРКЕТИНГ ИЗМЕНЕНИЙ** 10 трендов и бизнес-практик, которые поменяют наш мир



Подробная информация и скидки за раннюю регистрацию:  
www.MarketingOne.ru, тел. [495] 649-0908,  
e-mail: sokolova@MarketingOne.ru

- 50+ докладчиков, 400+ участников!
- Ключевые сессии:
  - изменение поведения b2c потребителей: что происходит сегодня и что ждет нас завтра
  - X, Y, Z - какой маркетинг нужен каждому поколению
  - тренды, определяющие маркетинг 2012
  - продукты будущего: как предугадать спрос?
  - лучшие кейсы инновационного маркетинга
- Фирменная сессия знакомств делегатов TOP-MM Networking®
- 6 апреля – в фокусе digital маркетинг!

Ключевые докладчики представляют лидирующие компании b2c рынка. Приглашены:

