

08 апреля 2020

## Доставить любой ценой: какие сервисы приходят на помощь бизнесу

С начала пандемии оборот ресторанов и баров упал от 30 до 90%. Люди боятся заразиться коронавирусом и все чаще остаются дома, избегая общественных мест и массовых мероприятий. Количество заказов растет, а некоторые из сервисов пытаются быстро масштабироваться и справиться с недостатком курьеров – заинтересованность в этих сотрудниках выросла на 40%. Коронавирус меняет рынок продажи товаров и услуг. Какие инновации в доставке товаров приходят на помощь бизнесу уже сейчас – в новом материале Вячеслава Когана, директора по развитию направления e-commerce ГК «КОРУС Консалтинг».

### **Бесконтактная доставка**

Клиенты боятся контактировать с курьером – нет уверенности, что он не болеет или не переносит коронавирус. В комментариях к заказам стали появляться просьбы надеть маску перед звонком в дверь. Сервисы быстро отреагировали на запрос рынка, запустив бесконтактную доставку: теперь курьер оставляет заказ под дверью и отходит на безопасное расстояние, а клиент самостоятельно забирает свои суши и вок. Человеческого контакта не происходит – шанс заболеть минимален.



В конце января китайский сервис доставки еды Meituan Dianping запустил бесконтактную доставку в столице одной из провинций и в течение недели масштабировал проект на всю страну. Только за первые 10 дней работы бесконтактной доставкой услугой воспользовались более 80% пользователей, пишет Business Insider.

После этого другие крупнейшие игроки на рынке, например, KFC и Pizza Hut, также начали предоставлять аналогичные услуги. В России услугу бесконтактной доставки уже внедрили такие крупные сервисы, как Ozon, Delivery Club, «Яндекс.Еда» и «Яндекс.Лавка». Механизм действий у всех приблизительно одинаков. Курьер приносит заказ получателю, размещает его на рюкзаке у двери, отходит на расстояние не менее трех метров и сообщает о доставке по телефону или в личном кабинете клиента. После того как заказ забрали, курьер забирает рюкзак и продолжает работу. Как сообщает Ozon, сервис бесконтактной доставки в некоторых регионах России работает с сентября, и по сравнению с четвертым кварталом 2019 года популярность этой услуги выросла на 60%. При этом если год назад типичная посылка состояла из 3-4 предметов, то теперь – из 7-8.

## **Безопасные пункты самовывоза**

Еще один вариант бесконтактной доставки – доставка в пункты самовывоза. В России уже давно популярна доставка товаров в постаматы. Это удобно: не нужно ждать курьера и объяснять ему дорогу к квартире или офису. А в условиях распространения коронавируса – еще и безопасно.



McDonald's уже внедрил такой способ доставки бургеров по всему Китаю. Клиенты заказывают еду онлайн, сотрудники запечатывают еду в пакеты и помещают их в специальные локации для самовывоза, говорится на сайте сети. Также персонал регулярно дезинфицирует свои сумки для доставки, чаще моют руки и при себе имеют удостоверение личности, свидетельствующие о том, что у них – а также людей, которые готовят и упаковывают еду, – измеряют температуру тела.

## Доставка дронами

В условиях «социального дистанцирования» новый виток получило развитие доставок при помощи дронов. Так, китайский онлайн-магазин JD сообщил о запуске беспилотных технологий для быстрой доставки заказов на небольшие расстояния в карантинные и изолированные районы. Дроны доставляют посылки в определенную геоточку, а клиенты самостоятельно забирают из нее заказ. Это ускорило логистику и сделало ее удобной. К примеру, из-за карантина и закрытия речных маршрутов заказы приходится доставлять в обход, и курьерам приходится объезжать более 100 км. Дрон с легкостью решает эту проблему.

Доставка дронами – не новая технология. Ранее об этом быстром и недорогом способе доставки уже говорил Amazon и другие крупные ритейлеры, но коронавирус стал еще одним триггером для развития технологии и ее быстрого запуска по всему миру. Еще бы: доставка дронами – отличный способ снизить риск как для курьера, так и для клиента.

## Доставка на аутсорсе

Не все представители малого и среднего бизнеса готовы нанять курьерскую службу. На помощь приходят известные сервисы, у которых уже есть курьеры.

Доставка может осуществляться силами такси: такая опция уже давно есть у многих агрегаторов. Сервис «Яндекс.Такси» пошел чуть дальше, сообщив о готовности доставлять безрецептурные аптечные товары. Заказ можно будет оформить онлайн на сайтах фармкомпаний или аптек, сборка и доставка будет осуществляться в аптеках из числа партнёров «Яндекса».

Сервис Delivery Club тоже займётся доставкой лекарств из российских аптек. Безрецептурные препараты можно будет заказать через приложение Delivery Club, в которое интегрируется каталог сервиса «Все аптеки». Повышение спроса – отличное время для коллаборации разных бизнесов и сотрудничества.

## Роботы-доставщики

Фантастическая идея Хидео Кодзимы в игре Death Stranding, где посылки в постапокалиптическом мире будущего доставляют не только курьеры, но и роботы-доставщики, может быть ближе, чем кажется. Пекинская компания Neolix отчиталась о скачке количества доставок беспилотными автомобилями. Коронавирус не только повысил популярность способов доставки без участия человека, но и очистил дороги от пробок. Сервис сообщил о 200 заказах за последние два месяца, что уже превышает количество заказов за предыдущие полгода. В марте компания получила инвестиции в размере \$29 млн на масштабирование сервиса.



Кризисное время – это не только сложности, с которыми сталкиваются компании. Это еще и новые возможности для развития, которыми стоит воспользоваться, чтобы оптимизировать процессы и поднять их на новый качественный уровень.

*Источник: VC.ru*

