

29 июля 2019

See now, buy now: как изменится рынок интернет-торговли

На рынке интернет-торговли грядут изменения. В июне AliExpress разрешила российским поставщикам подключаться к своей онлайн-платформе. Это позволит предпринимателям использовать для доставки товаров инфраструктуру и сервисы китайского интернет-гиганта, а в перспективе – расширить географию реализации продукции.

Что это значит для российского рынка и как это отразится на потребителе, рассказывает Константин Смирнов, директор по развитию бизнеса ГК «КОРУС Консалтинг».

«Цифровизация изменила принципы поведения покупателей и основы их взаимоотношений с брендами. Обилие разнообразных продуктов и марок привело к тому, что определяющим фактором при принятии решения о покупке становятся качество товара, клиентоориентированность бренда и скорость обработки заказа. И если раньше покупатель был готов ждать условный чехол для телефона, заказанный в интернет-магазине, месяц, то сегодня он хочет получать все "здесь и сейчас". Время, затрачиваемое на покупку, критически важно для повышения лояльности потребителя и повторной покупки.



Рынок оперативно отвечает на вызов see now buy now: отечественный e-commerce растёт ускоренными темпами, офлайн-розница расширяет сети магазинов. И AliExpress не исключение. В гонке за российским покупателем торговая компания опирается на опыт развития рынка интернет-продаж в Китае: так, легкость онлайн-шопинга в этой стране и высокая скорость доставки товаров, в совокупности с общим ростом благосостояния покупателей, в разы увеличили уровень потребления. К примеру, ещё 5 лет назад среднестатистический китаец приобретал 2-3 пары обуви в год, а сейчас – около десятка.

В свою очередь, скорость доставки продукции зависит от эффективной организации логистической цепи. Поэтому, если инициатива "взлетит", в ближайшее время нам стоит ожидать внушительный скачок интереса к ИТ-решениям в сфере оптимизации логистических процессов», – отмечает

Константин Смирнов.

Источник: Shopolog