

КОЛИЧЕСТВО ОТПРАВЛЕНИЙ СДЭК ВЫРОСЛО НА 184%

В сравнении с первым полугодием 2016 г. количество отправок СДЭК к июлю 2017 г. выросло на 184%. Об этом в ходе пресс-тура на сортировочном центре СДЭК в Дзержинском рассказал операционный директор СДЭК Максим Толстобров.

Подводя итоги 6 месяцев работы, Максим Толстобров отметил, что количество отправок СДЭК к июлю 2017 г. выросло на 184% (до 8,178 млн штук). «Мы в СДЭК связываем этот рост не только с тем, что растет количество заказов у интернет-магазинов, но и с тем, что расширяется количество наших пунктов выдачи заказов. У компании 23 филиала и порядка 700 франчайзи. Мы открываемся не только в России и СНГ, но и в Китае, где уже существуют 43 подразделения, и к концу года мы планируем удвоить свою сеть, а также выйти на рынок Турции, Гонконга и ряда стран Азиатско-Тихоокеанского региона», — уточнил он.

Рассказывая об инновациях, которые сегодня используют во всем мире, Максим Толстобров уточнил, что сортировочные линии являются требованием времени. Многие компании на Западе идут дальше и обращаются к помощи дронов и дирижаблей, создают полностью автоматизированные склады, где нет ни одного человека, а также используют возможности голосового управления или дополненной реальности на складе. Все эти подходы позволяют не только сократить время на выполнение операций, но и существенно сэкономить на ФОТ.

Примером подобного решения, которое недавно внедрила компания, стал «Робозвонок» — технология на облачной платформе Voximplant для разработчиков коммуникационных сервисов. Приложение создано для того, чтобы автоматизировать часть курьерской работы.

Василий Сажко, директор по продукту Voximplant, специально приглашенный гость пресс-тура, отметил: «Для логистических компаний платформа Voximplant способна автоматизировать коммуникации на любом этапе доставки. Вместе с коллегами из СДЭК мы автоматизировали превентивный звонок, который курьер делает за один час до доставки. Внутри мобильного приложения СДЭК курьер одним нажатием запускает автоматизированный обзвон клиентов, которым он планирует доставить посылку в ближайшее время. Робот делает до трех попыток дозвона, мгновенно принимает ответ и отправляет статус в мобильное приложение. Если клиент решил перенести время доставки, то ему автоматически придет инструкция, как это сделать. Все звонки поддаются аудиту, и можно легко проверить, был звонок или нет. Такой простой инструмент помогает увеличить количество доставленных посы-

лок, поскольку курьер будет меньше отвлекаться на звонки и больше заниматься самой доставкой. По прогнозам, каждый курьер сможет ежедневно доставлять на 2 посылки больше».

Директор по продажам компании СДЭК Светлана Афанасьева рассказала о том, что сегодня доставка перестает быть традиционной статьей затрат для e-commerce и становится гарантией получения прибыли, если все сделано правильно. «Согласно исследованию компании MetaPack, которое было проведено среди 3589 жителей европейских стран и США, 38% покупателей не совершат повторную покупку, если их не устроили условия доставки, и 47% опрошенных отказывались от покупки из-за неудовлетворительной возвратной политики продавца. Современные покупатели уже в момент покупки не планируют выкупать весь товар, именно поэтому выигрывает тот, кто предложит больше возможностей», — резюмировала она. В своем докладе она привела примеры кейсов клиентов, которые смогли значительно увеличить свои продажи после того, как существенно расширили возможности доставки и сервисов.