

Логистиката, без която не може успешния онлайн бизнес

Лектор: Деляна Коларова



Всеки онлайн бизнес има 2 страни:

МАРКЕТИНГ

ПРОДУКТИ

Онлайн платформа

Дигитален маркетинг

SEO оптимизация

Промоционален план

ИЗПЪЛНЕНИЕ

КЛИЕНТСКО ОБСЛУЖВАНЕ

СКЛАД

ИТ система за изпълнение на поръчки

Вътрешна организация

Персонал

Куриери



Клиентско обслужване?

1. Обслужване на телефонна линия за клиенти :

- ➔ Приемане на поръчки, мнения, предложения, запитвания.
- ➔ Отговаряне на въпроси свързани с продуктите, доставката, цени и др.

2. Потвърждение на поръчки

- ➔ Потвърждение на данните за доставка, количества, продукт
- ➔ Обслужване на бързи поръчки с приоритет

3. Обслужване на чат, имейл и социални мрежи

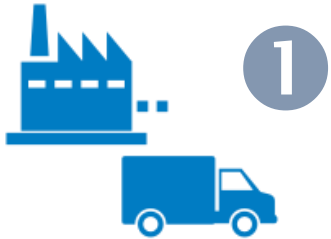


Какво е фулфилмънт?

- ➔ Последователност от стъпки, свързани с обработката на поръчката до удовлетворяване на клиента и водене на съответната отчетност. Може също да включва и обработка на върнатите пратки.



Какво прави фулфилмънт центъра?



- Интегрира се с платформата на онлайн магазина
- Получава продуктите от доставчиците
- Съхранява продуктите спрямо определените стандарти



- Получава поръчките на онлайн магазина в реално време
- Потготвя заявките спрямо изискванията
- Предава пратките към куриер



- На този етап куриерът доставя пратките на клиента

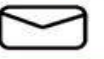


- Получава върнатите пратки от куриера
- Обработва ги
- Заприхождава отново годните за продажба продукти





ONLINE STORE



Provide full customer support

We receive your online order

Pack items as You would like

Send orders by courier

Sort and store the goods until they are ordered

Receive stock directly from suppliers

Sell more through 3rd party online stores and marketplaces

Fulfill orders to your wholesale clients

Courier will transfer the money directly to your bank account



4 ключови въпроса

- ⇒ Имам ли необходимите опит и ресурси?
- ⇒ Имам ли време за тези дейности?
- ⇒ Трябва ли да ги правя?
- ⇒ Има ли риск?



Аутсорсване на фулфилмънт и клиентско обслужване



Как да определите кой вариант е подходящ?

1. Изчислете колко ви струва да обработвате поръчките сами:

- Времето за отговаряне на клиентите по телефон, уточнения по поръчки и адреси за доставка също е част от вашето време
- Разходите за съхранение, вкл. електричество, отопление и т.н.
- Разходите за труд, вкл. времето, което сами отделяте, осигуровки и др.
- Разходи за материали за опаковане, печат и т.н.

2. Сравнете вашите разходи с офертата от фулфилмънт център и кол център

3. Направете оценка:

- Дали фулфилмънт центърът е подходящ за вашия бизнес
- Колко ще спестите или какви допълнителни ползи ще получите



Предимства при работа с професионален кол център:

- ➔ Спестявате време
- ➔ Гарантирате обслужването на всяко обаждане по най-добрия начин.
- ➔ Регистриране на информацията от обаждания в единна система и възможност за проследяване и анализ.
- ➔ Имате богата база за анализи на клиентите Ви
- ➔ Повишавате процента на доставени и приети пратки
- ➔ Спестявате разход от недоставени, поради непълен или неточен адрес, пратки.



Предимства при работа с фулфилмънт център

- ⇒ Оптимизиране на разходите
- ⇒ Минимизиране на риска
- ⇒ Управление на сезонните пикове
- ⇒ Повече време за селекция и маркетингане на продуктите



Накратко за Метрика:

- ❖ Клиентско обслужване чрез **кол център** от 2001 година
- ❖ **Логистично и фулфилмънт** обслужване от 2008 година
- ❖ **Дигитален и персонализиран печат, автоматично влагане на писма** от 2011 година
- ❖ **Фулфилмънт** обслужване на **онлайн магазини** от 2016 година
- ❖ **12'2015 г.** придобиване от групата на Медияпост Хит Мейл, част от френския пощенски оператор **La Poste**



metrica
Mediapost Hit Mail Group

Примери от практиката

Пример 1



→ За клиента:

Глобал Еоод с търговска марка Учител STEM и Киндерплюс предлагат на българския пазар образователни материали по природни науки, STEM, развиващи и дидактични материали.



Пример 1



➔ Затруднения:

Започват преди около 15 години като издателство. Желанието им е да правят творчески образователни продукти. С течение на времето се оказва, че основното, което правят е да складираят продукти, приемат пратки, опаковат кашони, обработват документи, фактури, протоколи и т.н. Затрудненията със складирането, логистиката ставали все по-големи и се стигнало до множество забавени пратки към клиенти и денонощна работа в пиковия търговски сезон. Съответно издателската дейност замряла поради липса на лично време и енергия за нея.



Пример 1



➔ Решението:

«Това беше естествено развитие на нещата, повечето ни доставчици в Западна Европа използваха услугите на фулфилмънт компании и аз се питах кога ще се появят такива и в България. Реших, направих проучване и се спрях на Метрика. Ползвам складиране, приемане на стока, пакетиране, изпращане, както и колцентър за входящи обаждания. «



Пример 1



➔ Резултатите:

«В цифри ми е трудно да споделя предимствата. Само ще кажа, че имаме време за маркетинг, разработка на нови продукти, нямаме закъснения с обслужването на клиенти.»



Пример 2



→ За клиента:

Официален дилър на италианската марка TUSCANY LEATHER (чанти и аксесоари от естествена кожа) чрез онлайн магазин <https://www.rivastyle.bg/>



Пример 2



⇒ Затруднения:

Невъзможност да се справя сама с изпращането на поръчките поради увеличен обем, липса на време, по-дълги отсъствия



Пример 2



⇒ Решението:

«Предстоеше ми двумесечно отсъствие от страната. Потърсих възможност за разрешаване на тази ситуация и Метрика ми беше препоръчана. Не се поколебах да тествам услугите им. След теста реших, че това е решение, от което имах нужда за да продължа с онлайн бизнеса си. Без Метрика трябваше да спра сайта.»



Пример 2



⇒ Резултатите:

«Освободихте ми време едно от най-ценните неща. Имам възможност да се фокусирам върху стратегиите на фирмата.»



„Черен петък“ в логистиката



Логистични съвети за „Черен петък“

- ➔ Подгответе се “на време” (започнете от лятото)
- ➔ Подгответе клиентите си за „големия ден“
- ➔ Подгответе предварително промоционален план



Не забравяйте:

- ⇒ Перфектна логистика = Добро обслужване
- ⇒ Добро обслужване = Доволни клиенти
- ⇒ Доволни клиенти = Лоялни клиенти
- ⇒ Лоялни клиенти = Повече продажби и по-малко върнати поръчки





metrica

Mediapost Hit Mail Group

Благодаря!

Деляна Коларова

Метрика ООД

гр. София, ул. Обелско шосе 7

Моб.: 0895 444 645

d.kolarova@metrica.bg

Metrica.bg

Facebook: **Metrica**

