

КАК ДОБИТЬСЯ УСПЕХА В РЕАЛИЗАЦИИ E-COMMERCE ПРОЕКТОВ?

ОСНОВЫ УСПЕШНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С
ПРАЙС-АГРЕГАТОРАМИ (ЧАСТЬ 2).

Дмитрий Наздрин, операционный директор Tabletki.ua
26 сентября 2019 г.

Основные направления развития проекта

- Сервис
- Ценообразование
- Ассортимент



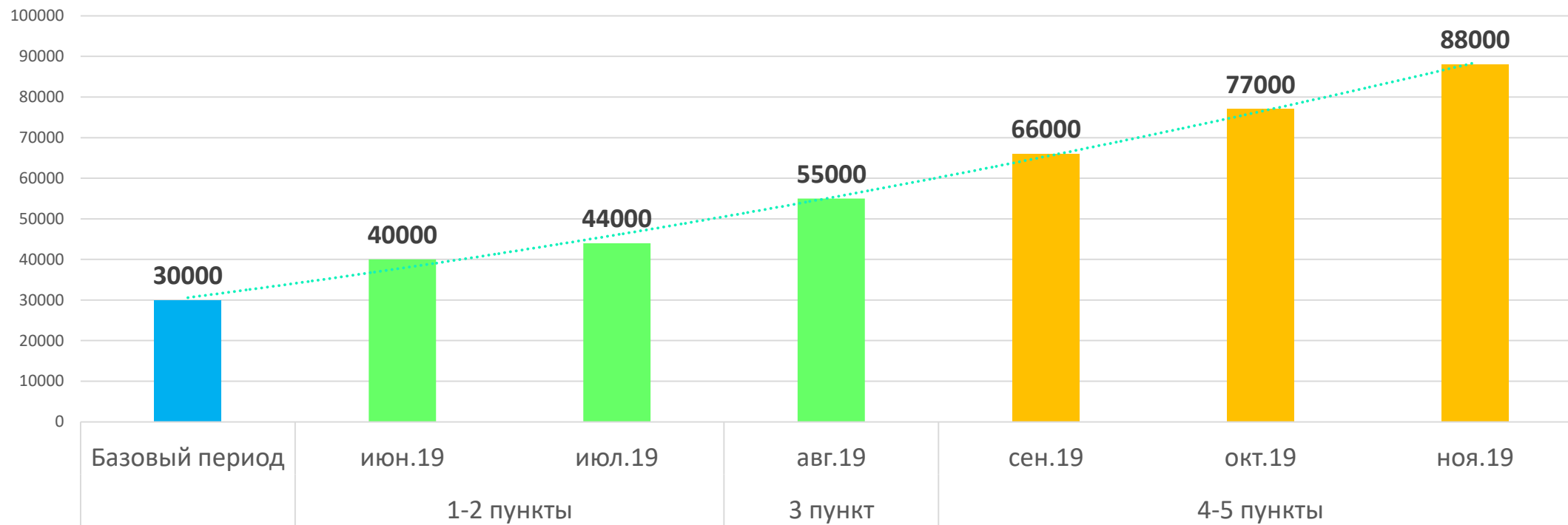
Сервис. Ключевой элемент.

5 шагов к построению качественного процесса обслуживания:

1. Руководитель чётко знает, зачем это ему нужно, и видит в этом перспективу.
2. Присутствует куратор проекта, у которого есть чёткое понимание построения процесса, цели и ответственность.
3. Настроена коммуникация между подразделениями (E-commerce - розница). Общие цели, мотивация, обучение.
4. Реализованы функции контроля, анализа и последующая корректировка процесса.
5. Максимально исключены ошибки персонала (автоматизация процесса).

Влияние сервиса на показатели аптеки

Средние продажи на аптеку в месяц, грн. online



Базовый период: % отказов 40%, среднее время обработки заказов 74 мин. Выгрузка данных 1 раз в день.

Июль 2019: % отказов 30%, среднее время обработки заказов 62 мин. Выгрузка данных 1 раз в 30 мин.

Август 2019: % отказов 24%, среднее время обработки заказов 30 мин. Выгрузка данных 1 раз в 30 мин.

Сервис и сети.

Пройденные шаги	Кол-во сетей
Пройдено 5 шагов	1
Пройдено 4 шага	5
Пройдено 3 шага	20
Пройдено 2 шага	50
Пройдено 1 шаг	30
Пройдено 0 шагов	180

На текущий момент большое количество сетей не прошли всех шагов к качественному сервису.

Потенциал улучшения уровня сервиса очень велик – это даёт возможность существенно улучшить свои показатели эффективности.

Для новых сетей открывается перспектива быстрого развития проекта.



Ценообразование.

5 шагов к формированию оптимальной ценовой политики проекта e-commerce:

1. Постановка цели. Цель - получить максимальную сумму валовой прибыли от реализации товаров.
2. Составить план проведения экспериментов на еженедельной основе.
3. Проведение экспериментов (срок: 1,5 - 3 месяца).
4. Анализ проведения экспериментов, составление матрицы ценообразования.
5. Формирование ценовой политики e-commerce проекта.



Пример проведения ценового эксперимента

<i>УТРОЖЕСТАН</i> капс. 200 мг, № 14	Эксперименты			
Показатели	1	2	3	4
Цена розничная, грн.	420	428	449	469
Наценка, %	3%	5%	10%	15%
Продажи, в шт.	200	150	50	20
Сумма валовой прибыли	2287	2858	1905	1143

Проведение экспериментов возможно проводить по отдельным товарам и товарным группам. По аптекам и сети в целом.

Ассортимент.

5 рекомендаций по формированию ассортиментного предложения, корректировке ассортиментной матрицы:

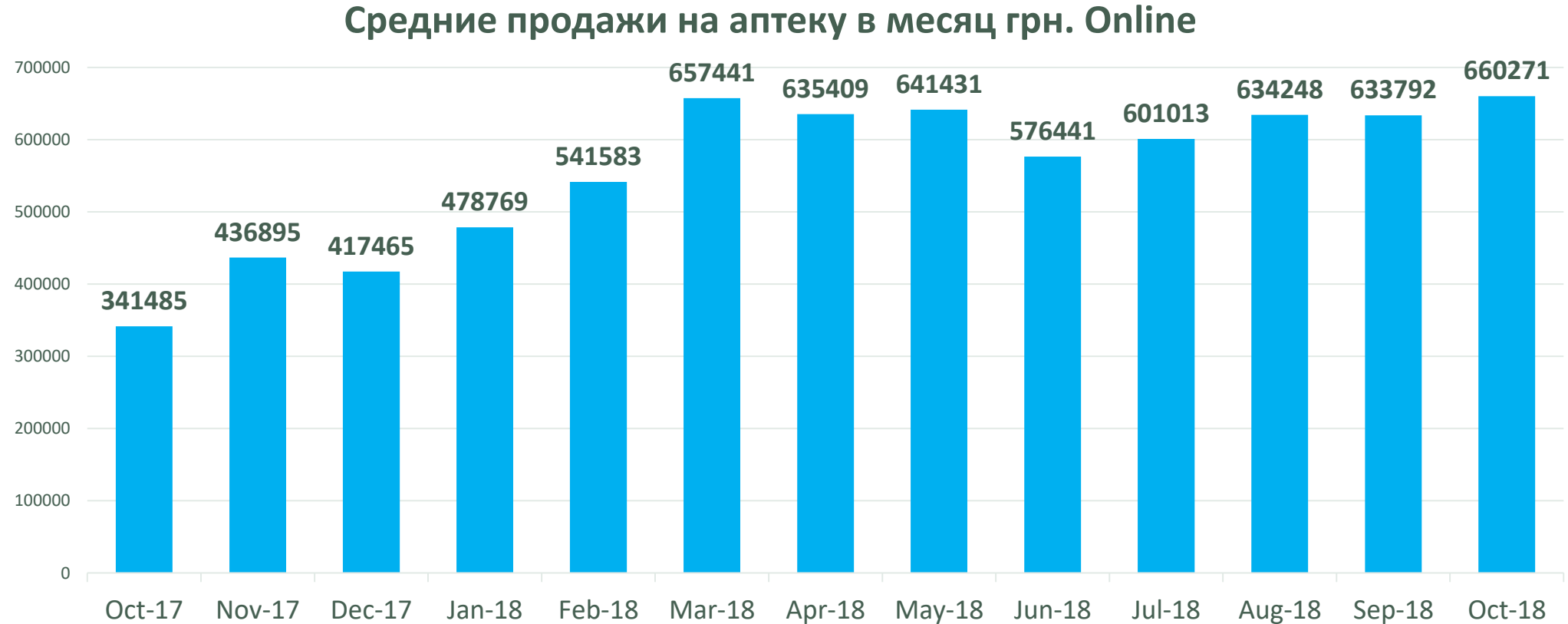
1. Ввести в ассортимент аптек ТОП продаж или ТОП запросов (ТОП 200, ТОП 500 продаж или запросов в интернете). Эту информацию предоставляют [Tabletki.ua](https://tabletki.ua).
2. Ежемесячно проводить анализ продажи товаров через интернет канал и редактировать ассортимент, исходя из спроса непосредственно в своих аптеках, вводить ТОП в ассортимент всех аптек.
3. Внедрить контроль наличия товаров из TOP 500. Дефектура не более 2 %.
4. Провести эксперименты с дорогостоящими товарами.
5. Построить систему управления ассортиментом по спросу покупателя, реализация модели под заказ.



Модель «Под заказ»



Результаты работы с ассортиментом по спросу покупателя.



Результат: корректировки ассортимента аптек по спросу покупателя привели к росту online продаж на 93%.

Влияние качества процессов на объём продаж.

Сумма продаж в месяц на аптеку, грн.



Сети с высоким уровнем качества процессов имеют показатель online продаж более 300 тыс. грн. в месяц на аптеку.

ТОП 10 аптек имеют показатели **1-1,5 млн.** грн. online продаж в месяц.

Успех в Ваших руках!

