**Фулфилмънт услугите все повече набират популярност сред българските онлайн търговци**

*Близо 30% от търговците смятат, че услугата би била полезна за бизнеса им*

Независимо проучване за нагласите на потребителите и бизнеса относно онлайн търговията, проведено от Pragmatica, съвместно с Metrica, даде представа какво е важно за потребителите в онлайн пазаруването и какви са предизвикателствата пред бизнеса.

Резултатите от проучванията бяха представени на бизнес закуска, организирана от Metrica, на която присъстваха представители на онлайн бизнеса и медии. В дискусията се включиха Милена Рамчева, изпълнителен директор на Metrica и Диньо Маджаров, управляващ директор на изследователска агенция Pragmatica.

Домакините на събитието, представиха услуга, която може да реши част от предизвикателствата пред бизнеса. Фулфилмънт услугите представляват целия процес по обслужване на поръчките в онлайн магазин, а именно процеси като складиране на стока, приемане и обработване на поръчки, експедиция на поръчки и работа с куриери, отчетност и допълнителни съпътстващи процеси.

*„Целта на фулфилмънта е да бъде в помощ и на бизнеса, като предложи по-добро обслужване на потребителите. От една страна, помагаме на онлайн търговците, които имат нужда от съдействие в оперативните и логистичните процеси, за да имат достатъчно ресурс да се фокусират върху самият продукт и неговото маркетиране. От друга страна, крайният потребител получава не само продукта, а и професионално обслужване от поръчката до доставката. Затова можем да кажем, че фулфилмънт е една комплексна услуга, от която всички имат полза.“* споделя Милена Рамчева, изпълнителен директор на Metrica.

Проучването показва, че потребителите избират да пазаруват онлайн, поради няколко основни причини: **59,3%** от анкетираните определят пестенето на време като най-важен фактор, следван от възможността за покупка в удобно за клиента време – **57,5%**. Освен това, според анкетираните онлайн пазаруването предлага повече разнообразие от продукти/услуги и освен това цените са по-ниски и е възможно да бъдат сравнени в различни онлайн магазини, което е по-трудно да се случи във физически магазин.

Друг интересен извод е, че най-купуваните стоки онлайн са дрехи, спортни стоки и обувки – **46%** от запитаните споделят, че са закупили такива стоки в последните 3 месеца, следвани от туристически услуги – пакети, резервации, пътувания (**39%**).

Цените, все още, са сред водещите критерии при избора на онлайн магазин. Потребителите са на мнение, че ниската цена е първият и най-важен елемент от тяхната представа за идеалния онлайн магазин. Други ключови неща са добрата организация и лесното ориентиране в уебсайта на онлайн търговеца, както и **професионалното отношение към клиента и бързата доставка**.

*„Проучвания като тези, доказват, че клиентите не се интересуват само от продукта, който получават, но и от много други неща като доставката – изпълнението ѝ в посочения срок, отношението – да бъде професионално, клиента да получава съдействие когато това е нужно и т.н. Затова нашата препоръка е, търговците да обръщат внимание и на детайлите защото те са важни точно колкото и самия продукт.“* каза Диньо Маджаров, управляващ директор на изследователска агенция Pragmatica.

Що се отнася до бизнеса, проучването показва, че предизвикателствата, които срещат търговците, са основно свързани с логистиката. Онлайн търговците споделят, че при разрастване на бизнеса срещат затруднения предимно с логистичните процеси (складови пространства, опаковане и експедиране на пратки, клиентско обслужване) и едновременно с това да се грижат за селекцията на продуктите, които предлагат – те да бъдат разнообразни и ефективно маркетирани. **64%** от запитаните онлайн търговци биха използвали фулфилмънт обслужване в следващата една година, ако бизнесът им има необходимост от допълнителни ресурси.

**За проучването с потребителите:**

Национално проучване, представително за интернет потребителите в страната на възраст 18 – 65 години, които използват интернет поне веднъж седмично и са извършвали онлайн покупка на продукт или услуга през последните 6 месеца, с обем на извадката 400 човека.

**За проучването с бизнеса:**

Национално проучване, представително за онлайн търговците, с обем на извадката 57 човека.

**За Metrica:**

Metrica има добри практики в цялостното изграждане и обслужване на кампании по директен маркетинг и каталожен бизнес, а от 4 години извършва и цялостно обслужване на поръчки от електронни магазини. Фирмата осигурява изнесени услуги за бизнеса, като кол център, складиране и фулфилмънт обслужване, маркетинг, бизнес консултации.