



Технопарк

Оптимизация доставки для ритейлера премиум-техники

[📦 Доставка последней мили](#)

Введение

Для бизнеса, работающего в премиальном сегменте, уровень сервиса имеет особую важность. Аудитория с высоким доходом предъявляет строгие требования не только к свойствам товара, но и к характеру коммуникации между покупателем и продавцом: такие клиенты ценят индивидуальный подход, эксклюзивность, качество предпродажного и послепродажного обслуживания.

Наш сегодняшний клиент — сеть магазинов техники премиум-класса. В этом кейсе речь пойдёт о том, как транспортная оптимизация влияет на уровень сервиса и снижает избыточную операционную нагрузку на персонал. Приятного чтения!

О клиенте

«Технопарк» — сеть магазинов премиальной бытовой техники и электроники для дома.

29 лет
на российском
рынке

80+
мультибрендовых
бутиков

890+
брендов
в ассортименте

С чего всё началось?

С началом пандемии в розничной торговле многое изменилось. Весной 2020 года, когда за пару месяцев число онлайн-заказов по всей России увеличилось в несколько раз, многим крупным ритейлерам пришлось пережить логистический коллапс — отделы доставки физически не справлялись с новым объёмом работы.

Для команды «Технопарка» эта ситуация оказалась серьёзным вызовом.

Причина 1. Покупатели премиальной техники — аудитория сравнительно небольшая и при этом чувствительная к уровню сервиса.

Продукция таких брендов, как Smeg и Kuppersbusch, ориентирована на покупателей с доходом выше среднего. В 2020 году доходы населения России обрушились на рекордные 8%, в том числе колоссальные потери понесли предприниматели и средний класс. Следовательно, рассчитывать на значительный рост числа новых клиентов было бы опрометчиво — даже с учётом увеличившегося объёма онлайн-заказов.



В таких обстоятельствах логично и правильно сделать ставку на поддержание лояльности клиентов. Но при этом нужно брать в расчёт, что покупатели, которые могут себе позволить холодильник за 214 990 рублей, с большим вниманием относятся к качеству обслуживания, а значит, ошибок допускать нельзя.

Причина 2. Планирование маршрутов велось полностью в ручном режиме.

Потребность в автоматизации процессов присутствовала в компании достаточно давно. Период локдауна высветил проблему и показал, что без автоматизации в новой реальности будет крайне трудно поддерживать привычный уровень сервиса — и ещё труднее повышать его и развиваться.

Когда основная часть продаж переместилась в онлайн-пространство, объём операционной работы, связанной с доставкой заказов, вырос в несколько раз. Составлением маршрутов при этом занимался всего один логист. Маршрутизация в ручном режиме занимала минимум 2-3 часа, и сотруднику приходилось регулярно подолгу задерживаться на работе.

Эта ситуация оказалась вредна вдвойне:

1. Логист стал узким местом — эксклюзивным сотрудником, без которого все бизнес-процессы попросту останавливаются.
2. Большое количество однообразной монотонной работы и ненормированный день негативно сказывались на продуктивности и самочувствии работника.

Оба фактора ставили под угрозу скорость доставки и выполнение SLA в целом.

Задачи проекта

В процессе поиска технологического партнёра заказчик решил остановить свой выбор на Veeroute. По сравнению с другими игроками рынка, команда Veeroute проявила больший интерес к проекту.

Перед интеграцией были сформулированы две ключевые задачи:

1. Автоматизировать и оптимизировать построение маршрутов с учётом роста количества заказов
2. Сохранить качество обслуживания на высоком уровне без снижения SLA

Решение

Совместная работа над проектом началась в апреле 2021 года. Оптимизатор Veeroute был интегрирован в систему 1С, установленную на стороне заказчика.

Географию было предложено в тестовом порядке ограничить двумя городами: Санкт-Петербургом и Москвой. Ежедневный объём доставки на этой территории составляет в среднем 1000 точек.

Результаты

Первые итоги интеграции были подведены осенью 2021 года. К этому времени «Технопарку» и Veeroute удалось достичь следующих результатов:

1. Ручная маршрутизация была заменена на автоматическую. За счёт этого время построения маршрутов сократилось с 2-3 часов до 40 минут.
2. С помощью автоматизации и оптимизации заказчику удалось справиться с ростом числа заказов и сохранить высокий уровень сервиса.