

Kulcs az átadópontra

ONLINE KERESKEDELEM A vevőknek fontos a kiszállítás

Az év végére az online vásárlással első alkalommal találkozik aránya a jelenlegi 12-14 százalékról várhatóan egy számjegyre csökken. A vevők megnyerésének egyik legfontosabb kulcsa a logisztika.

VG-összeállítás

Az online kiskereskedelem piacának és a vásárlók körének utóbbi években tapasztalt bővülése a továbbiakban már sokkal inkább függ a jelenlegi vevők aktivitásának növekedésétől, mint az újabb rétegek bevonásától – derül ki a GKI Digital és az Árukereső.hu közös felméréséből. A vásárlási aktivitás pedig a minőségi kínálat mellett a kényelmi és értéknövelt szolgáltatások folyamatos bővítésével serkenthető leginkább. Az elemzés szerint a vásárlók megnyerésének egyik legfontosabb kulcsa a logisztika, amelynek piaca tavaly jelentős átalakuláson ment keresztül. Az elmúlt év elejéig többségében kétpólusú – bolti átvétel, házhozszállítás – paletta mára kibővült, és a köztes átadópontra is elterjedt váltak. A térnyerés pedig elsősorban a hálózatok, átvevőpontok bővülésével van összefüggésben.

Az átadópontra átvételből a 2013-as, lényegében egyszereplős állapotból tavalyra négysze-



FOTÓ: VG

Csomagosztályozás. Döntő a kényelmes átvételi lehetőség

replős, versenyző piac lett. Ennek eredményeként 2014-ben az előző évi 34 százalékról 64 százalékra bővült az átadópontra kínáló webáruházak aránya.

A legrégebben – immár hatodik éve – működő Pick Pack Pont-hálózat mellett elindította saját hálózatát a GLS is, a Magyar Posta hibrid hálózata (csomagautomaták és Postapontok) pedig egyre népszerűbb a vásárlók körében. Megjelentek a már kizárólag csak automatákat üzemeltető szolgáltatók is a webáruházak kínálatában. Bár elérés terén már 2014-ben is duplázott az átadópontpiac, csomagszám tekintetében még várat magára az áttörés.

Tavaly az átadóponthálózatok kiépítésével, bővítésével párhuzamosan a futárszolgálatok térnyerése lelassult, aminek hátterében az online kiskereskedelmi csomagszám alapján három legnagyobb szereplő (GLS, MPL, Sprinter) átadópontra érdeklődése áll. Ugyanis ezen a téren – látva a változó fogyasztói igényeket – mind a három szolgáltató komoly fejlesztéseket vitt végbe az előző évben. Ezek idén már csomagszám alapján is drasztikusan átalakíthatják az online kiskereskedelem logisztikai térképét. A három nagy szereplőhöz ráadásul két kisebb, csak csomagautomatákat üzemeltető logisztikai szolgáltató (Webbox, Foxpost) is csatlakozott.