

КУШАТЬ ПРОДАНО

СЕРВИСЫ ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ ЕДЫ С НАЧАЛОМ ПАНДЕМИИ ПОЛУЧИЛИ ШАНС НА РАЗВИТИЕ УСКОРЕННЫМИ ТЕМПАМИ: САМОИЗОЛЯЦИЯ СТИМУЛИРОВАЛА ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЮ, А ЗНАЧИТ, ВЫРОСЛА И ПОТРЕБНОСТЬ В УСЛУГАХ ПО ДОСТАВКЕ КУПЛЕННЫХ ТОВАРОВ. В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ ОТКРЫВШИЕСЯ ВОЗМОЖНОСТИ ПРИВЛЕКЛИ В ЭТУ СФЕРУ НОВЫХ ИГРОКОВ, А ДЕЙСТВУЮЩИЕ СЕРВИСЫ АКТИВНО РАЗВИВАЛИ ПАРТНЕРСКУЮ СЕТЬ И ГЕОГРАФИЮ ДОСТАВКИ. АНДРЕЙ РЕПИН



В ПЕРИОД ВЕСЕННЕГО КАРАНТИНА СЕРВИСЫ ОНЛАЙН-ДОСТАВКИ ФИКСИРОВАЛИ МНОГОКРАТНЫЙ РОСТ ЗАКАЗОВ

в локальных ритейл-сетях, местных поставщиков, узнаем, какие товары или бренды популярны среди жителей. Модель «Яндекс.Лавки» подразумевает ограниченное количество позиций, поэтому мы постоянно отслеживаем показатели всех товаров и в случае необходимости быстро ротируем их в ассортименте. Для таких продуктов, как мясо, молочная продукция и хлеб, очень важна локализация — эти продукты от местных поставщиков самые востребованные среди жителей», — поясняют принцип работы в компании.

В сентябре восемь дарксторов в Нижнем открыл сервис «Самокат» (входит в «O2O холдинг» Сбербанка и Mail.ru Group). По словам директора по маркетингу «Самоката» Игоря Рожкова, основными сложностями при запуске проекта стали ограничения, связанные с самоизоляцией: «Нижний Новгород стал первым региональным центром после двух столиц, где запустилась услуга «мгновенной доставки» от «Самоката». В условиях пандемии и соответствующих ограничений стало сложнее нанимать персонал, проводить инструктаж и обучать новых сотрудников. Но с этими трудностями нам удалось успешно справиться». Заходя на рынок, компания планировала довести общее количество дарксторов в Нижнем Новгороде до 50. На начало 2021 года в Нижнем Новгороде открыто 35 таких складов, с ними работают более 1 тыс. курьеров. С момента запуска и до конца 2020 года количество заказов у «Самоката» увеличилось более чем в 16 раз. «Каждый месяц по этому показателю сервис растет минимум на четверть», — уточнил господин Рожков.

РОМАН ЯКОВЦЫН

По данным исследования «Яндекс.Маркета» и GfK Rus, в Нижнем Новгороде на начало 2021 года большинство онлайн-покупателей (80%) делают покупки минимум раз в месяц, каждый четвертый — минимум раз в неделю. Чаще всего в 2020 году нижегородцы покупали одежду и обувь (68,5% совершили хотя бы одну такую покупку за год). На втором месте оказались смартфоны и планшеты (61,7%). Заметный рост показал спрос на онлайн-покупки продуктов питания — эта категория товаров поднялась с 37,9% до 52,3%. В этом сегменте активно работали как компании, которые уже не первый год присутствуют на нижегородском рынке, так и новички, зашедшие в Нижний уже после начала пандемии коронавируса.

Сервис «Яндекс.Еда», один из первых операторов, несколько лет осваивающий местный рынок доставки готовых блюд из кафе и ресторанов, отмечает рост количества заказов в Нижнем по итогам года в 2,5 раза (в целом по стра-

не — на 98%). Больше всего заказов в компании фиксировали в декабре в связи с подготовкой к Новому году, онлайн-корпоративам и домашним вечеринкам. Партнерская база сервиса в Нижнем за год выросла примерно на 35%: в прошлом году к нему подключились новые кафе и рестораны, в том числе первые — из районов области, а также в список поставщиков продуктов были включены торговые сети. Первым таким партнером стала сеть «ВкусВилл».

В компании отмечают, что в период пандемии претерпела изменения модель потребления — появилось больше заказов на одну персону, а также пользователи стали чаще заказывать завтраки и ужины. Вкусовые предпочтения нижегородцев в этот период совпадали с общероссийскими. В топе уверенно держались бургеры, закуски из картофеля и курицы, супы, роллы из лепешки, салаты, десерты, роллы и суши, шаурма, пицца. При этом в Нижнем появились свои ло-

кальные особенности: здесь чаще других регионов заказывают спринг-роллы, поке и хинкале.

Среди прошлогодних новичков нижегородского рынка доставки продуктов — сервис «СберМаркет» из экосистемы Сбербанка. За 2020 год в Нижнем «СберМаркет» доставил более 110 тыс. заказов. Как отмечают в компании, пик заказов пришелся на последний квартал, и в целом во втором полугодии по сравнению с первым объемы доставки выросли на 60%. На запуске проекта была доступна только доставка продуктов из гипермаркетов Metro. В течение года пул партнеров расширился — сейчас доступна доставка из «Ашана», «Ленты», гипермаркетов «О'Кей» и сети «Дочки-Сыночки».

Одновременно с развитием сервисов доставки готовой еды из ресторанов и продуктов из супермаркетов в 2020 году в Нижнем начал развиваться сегмент так называемых «темных магазинов» (дарксторов), которые, по сути, являются небольшими продуктовыми складами, расположенными в разных районах города. Это позволяет в сжатые сроки сформировать заказ и доставить его покупателю.

В июле 2020 года в городе начала работу «Яндекс.Лавка». По данным компании, в декабре по сравнению с августом 2020 года заказов было больше на 269%. «Процесс работы с ассортиментом для Нижнего Новгорода не сильно отличается от Москвы и Санкт-Петербурга. Как и в других городах, мы изучаем ассортимент

В ТОПЕ ОНЛАЙН-ЗАКАЗОВ ГОТОВОЙ ЕДЫ НИЖЕГОРОДЦАМИ — БУРГЕРЫ, РОЛЛЫ, ПИЦЦА. А ЧАЩЕ, ЧЕМ В ДРУГИХ РЕГИОНАХ, ЗДЕСЬ ЗАКАЗЫВАЮТ СПРИНГ-РОЛЛЫ, ПОКЕ И ХИНКАЛИ

