



5 главных причин отказов в интернет-магазинах Украины

Торговля переходит в онлайн — быстрыми и уверенными шагами. Среди причин такого стремительного роста онлайн-торговли можно выделить (если сравнивать с офлайн-форматом, используя приставку «более...»):

- приятные цены;
- богатый ассортимент;
- удобные способы платежей;
- широкий сегмент потенциальных покупателей;
- отсутствие необходимости посещения офлайн-магазина;
- расширение географии покупок и т.д.

В интернете можно найти всё и купить всё. Особенно это касается дефицитного товара. Также позитивным является фактор «всего в одном месте». Сегодня в Интернете уже покупают даже те, кто раньше вообще боялся компьютера. Интернет-торговля — формат, который одновременно привлёк как продавцов, так и покупателей.

Что покупают в Интернете?

По данным исследований, только в 2012 г. на покупки в Интернете было потрачено более \$820.5 миллиардов. А на дворе уже 2014 г., и эта сумма постоянно растёт.

Исторически сложилось, что самым первым товаром, который был продан через Интернет, является книга. Сегодня вы можете купить онлайн недвижимость, раритетные автомобили и даже шедевры изобразительного искусства.

Давайте изучим свежую статистику о наиболее популярных товарах в онлайн (сведения из Украины на основании отчета “E-Commerce Market in Ukraine”, опубликованном на сайте «Кредитпромбанка»):

1. Книги — 27%.
2. Бытовая техника — 15%.
3. Одежда — 14%.
4. Спортивные товары — 13%.

Вы просто вспомните, что самостоятельно покупали в Интернете, как часто это делаете и почему — тогда сами поймете, почему поступаете, как наиболее продвинутая и активная часть покупателей.

При этом когда мы говорим о преимуществах, для объективности описания всей ситуации необходимо подумать и о недостатках. Один из наиболее неприятных моментов в онлайн-торговле (как для покупателей, так и для продавцов) является возврат товара.

Если с книгами и бытовой техникой здесь причины понятны, то особенно болезненной ситуация выглядит в нише одежды, где возврат товара составляет порядка 40% (средний показатель по украинскому рынку).

Почему покупатели возвращают приобретенный товар?

Причины, по большому счету, могут быть разными. Но давайте сосредоточимся на основных. Вот о каких барьерах на пути покупателей говорит основатель интернет-супермаркета одежды «ModnaKasta» _____:

«Есть три основных барьера для покупок одежды в интернете: недоверие, невозможность вернуть вещь и проблема с выбором размеров. Но отсутствие доверия — главное ограничение для e-commerce в Украине. Потребители ожидают, что их обманут. Если уровень ожиданий клиента соответствует реалиям, тогда «сарафанное радио» начинает двигать интернет-шопинг со скоростью, достаточной для роста бизнеса.»

А теперь, в свою очередь, давайте на мгновение представим себя покупателями, вспомним собственный опыт и перечислим личный рейтинг причин, когда мы возвращали приобретенный товар. В этом списке будут такие позиции:

1. Плохое качество вещи.
2. Несоответствие товара картинке на сайте.
3. Слишком долгая доставка, покупателю уже не нужна вещь.
4. Курьезы (например, перепутали цвет, прислали 2 ботинка на одну ногу и т.д.).
5. Не подошел размер, указанный на сайте.

Когда вещь не подходит по размеру...

Если первые четыре причины понятны — всё остаётся на совести продавца, то пятая причина имеет вполне оправданные объяснения. Вы знаете, что у каждого бренда свой подход к размерам и лекалу. У вас в гардеробе могут быть вещи разного размера, которые одинаково хорошо вам подходят.

Поэтому, покупая вещи в Интернете по размеру, мы фактически играем в «рулетку», где только три возможных варианта: подошёл, почти подошёл и не подошёл. Общемировая статистика говорит, что показатель возвратов из-за не подошедшего размера находится в диапазоне 15-50%.

Средний показатель в мире — 25%. И то, это с учетом крупнейших онлайн-ритейлеров с современным программным обеспечением, стоящим целое состояние.

В Украине ситуация выглядит печальней: средний показатель возвратов из-за не подошедшего размера — 40%. Да, онлайн-торговля в нашей стране пока еще в зачаточном состоянии, но ведь спрос только растёт. Значит, нужно искать выход, и делать это как можно быстрее.

Как сегодня магазины борются с возвратом товара, который не подошел по размеру?

Естественно, владельцы магазинов не сидят, сложа руки, и постоянно ищут возможности сокращения количества товара, который возвращается. Мы проанализировали, какими наиболее популярными инструментами сегодня «вооружаются» торговцы:

1. Внедрение возможности бесплатного возврата товара.
2. Увеличение срока на возврат товара.
3. Отправление клиентам вещи в нескольких размерах с возвратом «не своего» по факту.
4. Подготовка специальных размерных сеток под каждую акцию, с учетом особенностей бренда (ModnaKasta).

Это так называемый «стандартный набор». При этом следует отметить еще один интересный инструмент, появившийся в последнее время — подключение специальных сервисов, помогающих покупателям выбрать точный размер каждой отдельной вещи. Один из них — AstraFit — используется в магазинах MustHave, OhMyLook и Drezex.

В любом случае, радует факт, что магазины постоянно ищут (и находят) новые решения, которые позволяют снизить показатель возвратов. От этого выигрывают обе стороны. Очевиден и другой факт — в будущем преимущество получают магазины, где рассматриваемый показатель будет приближаться к нулю.

Ну а нам с вами остается наблюдать со стороны и ждать, когда украинская онлайн-торговля сделает очередной шаг вперед. Будем верить, что это произойдет в самое ближайшее время. Потому что именно так и должно быть...