

Время перемен для молдавского e-commerce

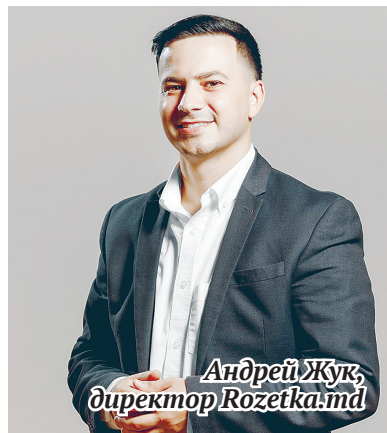
По данным министерства экономики и инфраструктуры, за время пандемии был отмечен резкий рост безналичных платежей, особенно — на платформах интернет-торговли. Так, в 2020 году молдавские потребители рассчитывались банковскими картами 70 млн раз - на 22 млрд леев. Из общего объема 11 млн онлайн-покупок были осуществлены без физического присутствия самой карты. Стоимость этих операций достигла 5 млрд леев, увеличившись за год на 50%.

Количество самих интернет-магазинов в Молдове выросло на треть и достигло 515 единиц. Немаловажную роль в этом сыграл банковский сектор, активно продвигающий в ритейле онлайн-платежи. В частности, БС «Moldova Agroindbank» S.A. (MAIB) внедрил инновационную платформу электронной торговли для коммерсантов, желающих расширить свой бизнес в интернет-среде. Среди преимуществ этого предложения — новейшая версия технологии 3D Secure (EMV 3DS) для безопасности продавцов и владельцев карт; современная и высокотехнологичная система защиты от мошенничества; круглосуточное обслуживание и возможность персонализировать страницу оплаты коммерсанта.

О том, как это реально работает, «ЛП» рассказали сами коммерсанты.

ROZETKA.MD ИЛИ МЕСТНЫЙ АНАЛОГ «AMAZON»

Директор сети электронной торговли «Rozetka» Андрей Жук отметил, что его амбициозный проект появился на рынке электронной коммерции, имея мощный тыл: он опирался на ноу-хау украинской материнской компании «Rozetka.ua».



Андрей Жук,
директор Rozetka.md

Запуск проекта готовился больше двух лет. Все это время разрабатывалась IT-инфраструктура, создавались логистические процессы по доставке продуктов, по их возврату и обеспечении гарантий. Очень скоро сайт стал позиционироваться, как молдавский «Amazon», поскольку предлагал внушительный ассортимент продуктов. Меньше, чем за год, «Rozetka» доставляла товары в более чем 400 населенных пунктов страны.

Эта компания вышла на рынок с ценами, которые позволяют сэкономить до 20% семейного бюджета. Ассортиментная матрица превышает 600 тыс. товаров, и их количество постоянно растет. Продажи осуществляются через любые мобильные приложения на базе Android и iOS. Данная интернет-модель устроена так, что клиент может отслеживать непосредственно в приложении или на сайте на каком этапе находится его заказ, создавать свои списки покупок или избранных продуктов.

«Все наши онлайн-транзакции проходят через платформу e-commerce «Moldova Agroindbank», - сообщил Андрей Жук. - Помимо того, что этот банк является сильнейшим финансовым учреждением страны, у него исключительное управление. Мы постоянно обсуждаем возможность улучшения потребительского опыта, при этом MAIB всегда демонстрирует гибкость и ориентированность как на партнеров, так и на конечных потребителей. Эти качества проявляются по всей вертикали управления, - начиная от Президента банка Георгия Шагидзе до экономистов филиалов, с которыми мы работаем практически каждый день. Но самым большим преимуществом для нас был тот факт, что MAIB согласился на все нестандартные требования компании».

Андрей Жук отметил, что онлайн-торговля в Молдове - на гребне волны. «У людей растет «аппетит» к онлайн-покупкам: «Rozetka» выполняет заказы уже по всем населенным пунктам Молдовы, включая самые отдаленные. В пандемию многие бизнесмены осознали, насколько важно инвестировать в онлайн-формат. Его рост не остановился после снятия ряда ограничений в классической торговле. Именно поэтому мы считаем, что у e-commerce есть потенциал для роста более чем в 100 раз. Речь идет о количестве транзакций в интернет-торговле по всей стране, которые составят 270 млн операций в год. А это выведет ритейл из «серой зоны», поскольку резко возрастет прозрачность платежей».

«ITICKET» ЭЛЕКТРОННОГО ФОРМАТА

Эта компания появилась в 2013 году, сделав ставку на онлайн-продажу концертных и театральных билетов. Владелец «iTicket» Радун Келтуялэ к тому моменту успел закончить Академию экономических знаний, поработать в минфине, а также в солидной торговой структуре «European Drinks».

«Я пробовал разный бизнес, как с партнерами, так и семейный, - рассказал г-н Келтуялэ. - В какой-то момент обратил внимание, что театры в Кишиневе практически пустовали. Появилась мысль продвигать их среди молодежи, но эта категория клиентов принимает решение

БАНК И КЛИЕНТ: РАЗВИВАЕМСЯ ВМЕСТЕ!



о покупке быстро — в один «клик» на девайсе. Так возникла идея продавать билеты онлайн, и вскоре «iTicket» встал неким электронным хабом, где продвигаются все культурные мероприятия столицы».

Через два года этот интернет-ресурс перерос в инновационную систему продаж билетов на развлекательные мероприятия любого масштаба - спектакли, концерты, мюзиклы, фестивали, спортивные состязания, популярные коммерческие семинары, гастрономические события, включая винные дегустации. За счет привлечения сильных партнеров компания снижает издержки на рекламу, тем самым сохраняя стабильность цен. При этом она зашла и в нишу офлайн-продаж, наладив дистрибуцию билетов через книжную сеть «Librarius».

Несколько лет назад оператор сам стал организатором и соорганизатором мероприятий. Наиболее нашумевший его проект — юбилейный концерт к 80-летию Евгения Дога, который в 2017 году посетили шесть тысяч человек. Из последних мероприятий — концерт в Зеленом театре «O seara in parc», выступление Адрианы Окишану, а также серия вино-гастрономических дегустаций.

«Все, что связано с e-commerce, мы реализуем в партнерстве с «Moldova Agroindbank», любые транзакции проводим через этот банк, - отметил Радун Келтуялэ. - С MAIB работаем с первого дня и не раз убеждались, что его решения для интернет-торговли построены на инновациях, созданных для наших потребностей в каждом конкретном случае. Развивая данный проект, компания существенно сокращает затраты на логистику, получив быстрый и, главное, безопасный способ оплаты любыми картами категории VISA и Mastercard. Кстати, кроме e-commerce, мы сотрудничаем с MAIB в качестве соорганизаторов некоторых культурных событий. К примеру, банк был нашим главным

партнером концерта «O seara in parc», а также гастрономического фестиваля «Street Food».

КАК ПОПАЛА В ТРЕНД «CASA DELLA PIZZA»

Свой небольшой семейный бизнес предприниматель Мирча Дарий начал в Яловень, где открыл классическую пиццерию на дровах «Casa della Piza». За восемь лет заведение окрепло, обеспечивая крепкий доход. Вскоре предприниматель открыл вторую точку в центре Кишинева, но ставку сделал на доставку и формат «to go».

«Наш кишиневский филиал быстро нарастил оборот, пиццы на вынос продается довольно много, поэтому мы решили наладить торговлю онлайн, - сообщил г-н Дарий. - Основная идея была в оплате заказа банковской картой непосредственно через сайт. Этот проект мы разработали незадолго до пандемии, запустив его в октябре 2019 года. Когда объявили локдаун, у нас уже работал сайт. Получилось, что мы попали в тренд, когда HoReCa держалась лишь за счет доставки. Благодаря e-commerce мы не просто сохранили бизнес, а увеличили доход: в 2020 году продажи компании составили более 5 млн леев».

От посредников, специализирующихся на доставке еды, предприниматель отказался. Говорит, страдает качество из-за низкой ответственности курьерских служб. Не соблюдаются сроки доставки пиццы, редко сохраняется ее внешний вид. Это стало сказываться на репутации компании, поэтому доставку заказов она осуществляет самостоятельно.

«Moldova Agroindbank» предоставил нам платежную платформу, которая, прежде всего, отличается своей гибкостью, - подчеркнул бизнесмен. - К примеру, мы можем не только получить деньги, но и возвращать их клиенту через сайт, если какой-то продукт закончился. Это очень удобно. До MAIB никто такую услугу не оказывал: раньше, в случае переплаты надо было связываться с банком, чтобы получить разрешение на денежный возврат. За счет продуманных решений MAIB увеличилась динамика продаж. Так, если до пандемии лишь 25% клиентов расплачивались картой, то сейчас их более 50%».

ДВОЙНАЯ ЗАЩИТА «GARDIAN»

На молдавском рынке security компания «Gardian» - самая молодая и нестандартная. Она оказывает услуги по обеспечению безопасности семьи через приложение для

быстрого вызова охраны. Его разрабатывали четыре года с расчетом на то, чтобы защитить человека в любой ситуации или условиях. По сути «Gardian» - это «тревожная кнопка» на мобильном телефоне: за приложением стоят 250 оперативников, готовых помочь клиенту круглосуточно в течение 3-7 минут после вызова.

Как сообщил соучредитель и директор по развитию «Gardian APP» Владимир Редибой, данная бизнес-модель направлена исключительно на онлайн-услугу, с привязкой банковской карты к ежемесячному платежу.



соучредитель компании
«Gardian APP»
Владимир Редибой

«Мы сделали так, чтобы у приложения был один заказчик, а он уже мог бы «распределить» приложение на то количество людей, о которых он хочет позаботиться. Второе новшество — вариант оплаты. Компания предложила заказчикам не одноразовый платеж, а абонентскую плату, которая каждый месяц списывается с карты клиента. Технически это было крайне сложно сделать, к тому же дорого. Поэтому мы оказались единственными в Молдове, кто использует сегодня классический абонентский онлайн-платеж».

Г-н Редибой отметил, что основную роль здесь сыграл финансовый партнер. «Без «Moldova Agroindbank» проект бы не «выстрелил»: MAIB оказался единственным в республике банком, который предоставил нам такую возможность. Благодаря ему, мы экономим время клиента, т. к. подписчику не нужно каждый раз помнить об оплате — деньги списываются автоматически! Так что данный совместный проект — это тот самый случай, когда наши IT-решения и 10-летний опыт MAIB в сфере e-commerce дал ожидаемый результат для развития бизнеса».



владелец «iTicket» Радун Келтуялэ