

Октябрь 2009 года

## Бернар Люке: Россия остается читающей страной

Несмотря на кризис, россияне продолжают не только читать, но и приобретать книги. Причем все чаще используют для этого компьютер. О сегодняшней ситуации в книжной онлайн-торговле, ее проблемах и перспективах журнал "Университетская книга" беседует с генеральным директором крупнейшего отечественного Интернет-магазина OZON.ru господином Бернаром Люке.



### Бернар ЛЮКЕ

Бернар Люке родился в 1969 году в городе Вевей (Швейцария), в 1991-м закончил Университет Лозанны. С декабря 1991 по август 1994-го работал в компании «Нестле Швейцария». С мая 1996 по январь 2000 года — сотрудник компании «Нестле Фуд Россия». С января 2000 года по март 2002 года — вице-президент по маркетингу компании «ru-NET Holdings», директор по маркетингу Фонда прямых инвестиций «Бэринг Восток Кэпитал Партнерс». С апреля 2002 по сентябрь 2005 года — директор по маркетингу и развитию бизнеса компании «Нестле Неспрессо Швейцария», наиболее динамично развивающегося подразделения Нестле Групп. В 2005 году назначен гендиректором компании «Интернет Решения», которая управляет Интернет-магазином OZON.ru

**В 2008 году Интернет-магазин OZON.ru отметил свое первое десятилетие. Очевидно, глобальный экономический кризис подпортил статистику, и все-таки обратимся к цифрам. Сколько у вас покупателей сегодня? Каковы объемы продаж и их тенденции? Какое количество заказов поступает ежедневно?**

Да, действительно, кризис не мог не подпортить статистику. Конечно, в электронной торговле выглядит это не так драматично, как в других областях. Если до этого оборот нашего Интернет-магазина каждый год увеличивался в среднем на 100%, то в 2008 г. рост составил «всего» 55%, с 66,1 до 102,4 млн долларов США. В минувшем году OZON.ru отправил своим клиентам 1 268 724 заказа, в которых содержалось 5 466 022 товара. Сегодня в единой базе покупателей магазина зарегистрировано более 3 млн Интернет-пользователей. Ежемесячно посетители проводят на сайте OZON.ru в среднем 7 млн сессий и совершают более 40 млн просмотров

страниц. В среднем Интернет-магазин получает ежедневно 4-5 тысяч заказов. В зависимости от дня недели, сезона, проводимых акций этот показатель колеблется от 2 до 11 тысяч.

**В Интернет-магазине можно купить и электронику, и спортивные товары, и ювелирные украшения. Но на сайте OZON.ru первую строку в перечне предлагаемых товаров занимают книги. Приоритетная позиция обусловлена их высокой доходностью, числом покупателей, традицией?**

Эта позиция обусловлена целым рядом факторов. Во-первых, 11 лет назад OZON.ru открывался именно как книжный Интернет-магазин. Уже потом появились новые разделы: фильмы, музыка, софт, косметика и другие. По количеству представленных наименований книги и по сей день намного опережают все остальные разделы. Из 490 000 наименований, представленных на витрине Интернет-магазина, 330 000 — книги. В денежном выражении они также на первом месте — 34,4% продаж Интернет-магазина. Конкуренцию книгам может составить только быстро растущий в последнее время раздел «Электроника» — 32,2% продаж. Ежегодно OZON.ru продает 3 млн экземпляров книг и уверенно входит в десятку крупнейших российских розничных магазинов. Конечно, мы уже давно не просто книжный магазин. Сегодня OZON.ru — это супермаркет, Интернет-молл. Но книги — наша особая страсть, и цифры только подтверждают это.

**Несмотря на кризис, но может быть и благодаря ему, аудитория Сети растет. А что происходит с покупательской активностью посетителей OZON.ru в столице и регионах, каковы сегодня их предпочтения? Аналитики отмечают снижение интереса к чтению, называют пугающие цифры. По разным оценкам, не читающих вообще у нас от 35 до 46 процентов населения. Подтверждает ли это ваша практика?**

Что касается роста аудитории Сети, то, наверное, если бы не кризис, рост был бы еще заметней. Многим потенциальным пользователям в регионах Интернет до сих пор недоступен — или его вообще нет, или стоит он намного дороже, чем в Москве и Петербурге. Важным отличием является и то, что среди региональных пользователей меньше доля онлайн-покупателей. Если в столицах почти каждый пользователь Интернета хотя бы раз покупал что-либо в электронном магазине, то в регионах этот показатель по современным меркам просто мизерный. Только четверть заказов OZON.ru уходит в регионы России. Но есть и положительная динамика. В ближайшие годы мы ожидаем бурного роста продаж в регионах, открываем новые пункты выдачи в городах — сейчас в 28 городах есть наши пункты выдачи заказов и курьерская доставка, запускаем локальные рекламные кампании. Что касается снижения интереса к чтению, то в данном случае OZON.ru вряд ли может быть индикатором. Количество продаваемых Интернет-магазином книг растет, но это скорее связано с ростом нашей аудитории, а не количества читающих в целом.

**Рядом с моим домом есть большой книжный магазин. Чем меня мог бы привлечь OZON?**

Каким бы большим ни был книжный магазин рядом с домом, он все равно вряд ли предложит такой ассортимент книг, как у нас, и вы не всегда найдете в нем все, что хотели бы купить. Обычному магазину просто невыгодно держать такое количество книг, особенно книг редкого спроса. Мы же на собственном операционно-логистическом комплексе в Твери можем себе позволить хранить на полках более 4 млн товаров. Что касается цен, то в большинстве случаев покупка в OZON.ru окажется для вас более выгодной. Ну и добавьте к этому удобство навигации, поиска, выбора и множество других плюсов электронной коммерции.

**Можно ли ожидать, что в OZON.ru найдется «всё-всё-всё»? Скажем, узкоспециальная, учебная литература, научно-популярные брошюры в мягкой обложке, вузовские издания? Наверное, попасть в ассортимент Интернет-магазина им куда сложнее, чем бестселлерам? По какому принципу осуществляется отбор учебных книг? Есть ли какая-то специфика в торговле этой литературой?**

Мы не продаем учебники в узком смысле слова. У нас этот раздел называется «Бизнес-книги», и с точки зрения формирования ассортимента он в принципе не отличается от всех остальных. Разделения по принципу «бестселлер - не бестселлер» не существует. Для нас важно и то, и другое. Более того, одной из отличительных особенностей OZON.ru является наличие редких книг. С точки зрения бизнеса мы не придумываем ничего нового — если книга есть у поставщика и если эту книгу покупают, то мы ее продаем. Редкие, узкоспециальные издания порой годами дожидаются покупателя на наших полках. Ценность книги от этого только растет, а цена — нет.

**Богатый ассортимент предполагает большое количество партнеров-издателей. Сколько их у вас? Отношения строятся напрямую или через дистрибьюторов? Какие требования вы ставите в первую очередь перед поставщиком?**

Мы работаем практически со всеми крупными поставщиками и почти совсем не работаем с мелкими. Причина кроется в тесном информационном обмене данными и возможностях по соблюдению обязательств. Например, если у выбранной вами в нашем магазине книги обозначен статус: «ожидаемая дата передачи в службу доставки — 5 дней», это значит, что книга хранится не у нас на складе, а у поставщика. Мы это видим, потому что поставщик подключен к нашей компьютерной системе. И мы уверены, что поставщик менее чем за 5 дней отгрузит эту книгу нам на склад и мы, в свою очередь, не подведем клиента. Согласитесь, не все поставщики могут отвечать таким требованиям. Кроме того, мы работаем только с «белыми» компаниями. Нам выгоднее не работать с сомнительным поставщиком, нежели ставить под сомнение нашу репутацию.

**Допустим, заглянув в онлайн-магазин, я решаю сделать покупку и узнаю, что товар есть на складе и «ожидаемая дата передачи в службу доставки» — послезавтра. Однако, судя по «книге жалоб» вашего магазина, обозначенные сроки не всегда соблюдаются. Сколько же на самом деле придется ждать книгу москвичу, жителю сибирского поселка, книгочею с острова Сахалин? От чего зависит точность выполнения заказа? Какова структура работы агентских сетей?**

К сожалению, услуги доставки до сих пор плохо развиты в РФ. На самом деле, несмотря на статус «послезавтра», большая часть товаров передается в службу доставки в течение 24 часов после подтверждения заказа. Почему все-таки порой появляются записи в книге жалоб? Если речь идет о нашей доставке в крупных городах, то возможен человеческий фактор: автомобильная пробка там, где ее никогда не было, или курьера задержал предыдущий клиент, прокол колеса... Однако из 4-5 тысяч ежедневных заказов статистически вероятность такого случая минимальна. Так что в этом плане клиентам из городов, где есть агентские пункты OZON.ru, делать покупки удобнее. Хуже поселковому книгочею с острова Сахалин — почтовую доставку ему, скорее всего, придется ждать несколько недель. Это специфика работы Почты России. Но надо отдать должное этому недорогому, по сравнению с другими, способу доставки. Он позволяет получить заказ, а значит, выбрать необходимое из полумиллионного ассортимента практически в любом отдаленном населенном пункте России. Мы постоянно работаем над улучшением нашей доставки и требуем этого от партнеров. Коэффициент количества жалоб к общему количеству заказов в OZON.ru постоянно снижается.

**Некоторых посетителей Интернет-магазина он разочаровывает: купить здесь книги по дешевке не удастся. Цены, во всяком случае по сравнению с московской розницей, отнюдь не бросовые. Не планируете ли скорректировать ценовую политику и таким образом вернуть разочарованных, увеличить продажи? Стоимость книги связана с географией заказов на нее?**

Цена одинакова для всех и не увеличивается по мере удаленности от Москвы. А продавать намного дешевле московской розницы действительно не получается. Расходы Интернет-магазина не сильно отличаются от офлайна. Дело в том, что, экономя на торговых площадях, мы больше тратим на логистику и информационные технологии. Цены в «белых» Интернет-магазинах не могут быть намного ниже обычной розницы. Тем не менее у нас довольно гибкая система ценообразования. Бестселлеры, например, продаем с минимальной наценкой.

**В обычном магазине платим только за саму книгу. В онлайн, кроме того, и за доставку — курьерскую, почтовую. Правда, есть еще самовывоз. Какой способ доставки и оплаты предпочитают сегодня ваши клиенты, и какой считает наиболее перспективным сам магазин? Какова статистика возвратов книг? Как организована работа пунктов самовывоза?**

В городах, где нет пунктов OZON.ru, лидирует, безусловно, почта. В целом же клиенты предпочитают курьерскую доставку, однако самовывоз отстает незначительно. Это многих удивляет, но самовывоз действительно популярен. Он дешевле и позволяет забрать заказ в любое время работы пункта в отличие от курьерской доставки, где время нужно оговаривать заранее. Пункты выдачи заказов реализованы нами как дополнительный и альтернативный курьерской доставке способ получения заказов. Обычно они расположены в центральной части города, недалеко от метро, работают без выходных и праздничных дней. OZON.ru обеспечивает надежную упаковку, защищающую заказ от повреждений, его доставку со склада до пункта

выдачи и хранение там в течение 10 дней. Плата за данную услугу рассчитывается исходя из расходов по аренде помещений и содержанию пунктов. Что касается возвратов, то они случаются крайне редко — внешний вид книг проходит дополнительную проверку в момент комплектации заказа.

**Книжный дефицит, к счастью, стал «преданием старины глубокой». Сегодня мы можем выбирать и книгу, и магазин, в том числе и электронный. Вероятно, в пору кризиса наличие соседей-конкурентов особенно ощутимо? В чем вы видите главное преимущество OZON.ru? Какие новые сервисы предлагаете клиентам?**

Конкуренты, конечно, всегда были и будут. Это полезно и для покупателей, и для нас. Впрочем, справедливости ради стоит отметить — OZON.ru уверенно лидирует и по популярности, и по узнаваемости. Что касается кризиса, он, наоборот, нам в чем-то и помогает. Ведь кризис — это проверка на прочность. Некоторые не выдерживают, закрываются, новые проекты запускать побаиваются. Так что для нас это дополнительный приток покупателей. Сервисов у нас очень много, все не перечислить. Из того, что появилось относительно недавно, хотелось бы отметить доставку в Москве и Петербурге в течение 24 часов, новую услугу по бронированию гостиниц, железнодорожных и авиабилетов OZON.Travel. Растет популярность сервиса «Объявления», где пользователи могут продавать товар друг другу без участия Интернет-магазина. Больше всего объявлений размещено в разделе «Книги».

**Название вашего магазина, безусловно, ассоциируется со знаменитым amazon.com. В чем же главное отличие российской онлайн-коммерции от мировых аналогов?**

Не секрет, что основателей OZON.ru на запуск проекта вдохновил именно amazon.com, и название было выбрано созвучное. Что касается различий, они, разумеется, есть. Во-первых, это то, о чем мы уже говорили: отстающая от западных стандартов доставка, помноженная на размеры страны. Во-вторых, способ оплаты — на Западе большинство покупателей платят карточкой в момент заказа, у нас же более распространена оплата курьеру при получении. Это важное в финансовом плане отличие, так как магазин получает деньги не в начале цепочки, а только после того, как собрал, упаковал и доставил заказ.

**В ассортименте OZON.ru есть и бумажные книги, и электронные. На ваш взгляд, будущее за многовековой традицией или предложением XXI века?**

В будущем будут востребованы оба варианта. Электронные книги прочно займут свой сегмент рынка, но никак не вытеснят бумажные. Популярность электронных книг предрекают в двух категориях: книга в дорогу и учебная, справочная литература. В обоих случаях основное удобство — это возможность иметь сотни книг «в кармане», где бы вы ни находились. Что касается рекомендаций, то это дело вкуса каждого. Кто бы что ни говорил, Россия остается читающей страной. «Кризисные» исследования показывают, что от покупки книг мы готовы отказаться только в предпоследнюю очередь.

**Благодарим Вас за беседу и желаем удачи в развитии бизнеса.**