

# Чеклист организации работы службы доставки еды

## 10 полезных советов

Доставка – перспективный сегмент ресторанного бизнеса в России. Он показывает стабильный рост до +50% в год.

Компания Delivery Club провела исследование, по итогам которого оказалось, что средний чек на доставку превышает сумму заказа "на месте": в Москве – 1604 рубля, в крупных городах России – около 1240 рублей.

В 2019 году все больше кафе, ресторанов, пиццерий и других заведений общепита сталкиваются с запросами на доставку блюд и должны быть готовы предоставить такую услугу.

Конечно, если при организации сервиса доставки заведение работает напрямую с клиентами, а не через агрегатор, то то [система взаимодействия, обработки заказов и самой доставки должна быть выстроена идеально](#).

Мы расскажем, как понять, что-то идет не так и исправить ситуацию.

Кроме того, мы всегда готовы помочь вам в [проектах по продвижению вашего бизнеса в интернете](#)

## Типичные проблемы организации службы доставки и способы их решения:



### 1. Проблемы с контентом на сайте.

Например — некачественные или не соответствующие действительности стоковые фото.

Контент представлен в малом объеме.

Кроме того, описания блюд неинформативные или отсутствуют.

**Как решать:**

Уделите максимум внимания контенту.

Наймите профессионального фотографа еды, и профессионального контентщика.

Кстати, у нас такие есть - читайте нашу статью [“Профессиональный контент: как писать просто о сложном”](#)

Мы умеем писать продающие тексты, и готовы помочь.

**2. Отсутствие понятного описания системы доставки на сайте и ответов на ключевые вопросы.****Как решать:**

На сайте в разделе “о доставке” пользователь должен иметь возможность найти всю необходимую ему информацию:

- a. Какие условия для бесплатной доставки?
- b. Сколько стоит доставка в мой район?
- c. Как быстро привезут?
- d. Как оплатить?
- e. Сколько ждать?
- f. Когда можно заказать?
- g. Насколько заранее?
- h. Как долго принимают заказы?

**3. Отсутствие возможности сделать заказ без помощи оператора вообще или с минимальным участием оператора.**

Представители интернет-поколения часто вообще не хотят общаться со службами доставки даже по телефону.

**Как решать:**

Постараться свести оформление заказа к заполнению онлайн-формы. Звонок от оператора - как подтверждение заказа.

В этом вам поможет грамотная оцифровка сервиса доставки еды.

Напишите нам, мы поможем вам [разобраться в работе вашей системы и настроить ее](#).

**4. Нет ведения учета заказов.**

Не настроена воронка продаж и обработки этапов реализации заказа.

**Как решать:**

Интегрировать систему доставки с CRM для управления этапами производства, статусами заказов, логистикой, а также ведением клиентской базы, истории заказов.

Пишите, мы [поможем вам внедрить и настроить CRM систему Битрикс24](#) для управления вашим бизнесом.



#### **5. Неумение планировать пиковые нагрузки.**

Стабильно на 8 марта и 14 февраля ваш сайт “лежит”, а курьеры сбиваются с ног. Рынок доставки еды развивается быстрыми темпами, а это значит, что число клиентов, сложность логики сайта и как следствие — нагрузка на сервер — все время растут.

#### **Как решать:**

[Практически все крупные проекты, магазины, соц сети работают более чем на одном сервере](#) что объясняется большой посещаемостью. Высокая посещаемость — высокая нагрузка.

Мониторить нагрузку и делать правильные выводы. Например, замечено, что в течение дня всплески происходят в обед — заказы идут из офисов. Вечером активность наблюдается с 6 до 9 вечера.

Нужно ускорять сайт, тщательно планировать свою работу.

Мы провели большую работу по [переводу нагруженного сайта MYBOX на кластер](#). Пишите, поможем и вам.

#### **6. Плохо настроенные и распределенные зоны доставки.**

Отсутствие понимания, геолокации аудитории и зависимости зон доставки от доставляемой продукции.

#### **Как решать:**

Соотнести зоны доставки и продукцию друг с другом.

Например, вы решили ввести доставку горячих напитков: для этого радиус доставки не должен превышать 800–1000 м или 10–12 минут пешей доступности.

Корректно распределить зоны по карте в соответствии с данными аналитики.

Настроить гибкие цены. В зависимости от суммы и района, указанного пользователем система должна считать платную или бесплатную доставку, рассчитывать наценку или скидку при оформлении заказа.

## **7. Плохая подготовка курьеров.**

Отсутствие понятного курьерского специализированного приложения. Курьеры путают адреса, долго везут заказ.

### **Как решать:**

Разработать отдельное [приложение для службы доставки](#) с маршрутами и списком заказов.

Это поможет курьерам быть подготовленными, а вам - осуществлять должный контроль.

## **8. Отсутствие мобильного приложения, или оно приносит мало заказов.**

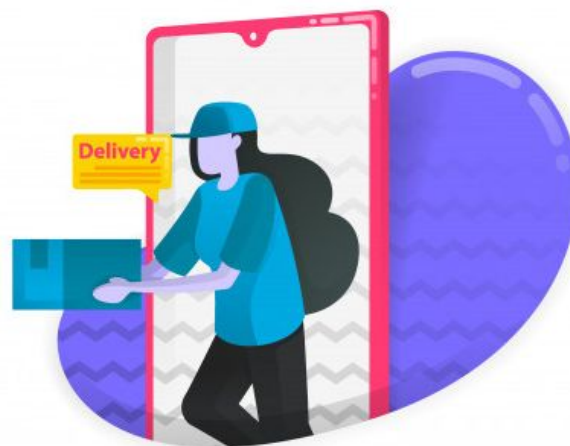
Неадаптивное, неудобное приложение.

### **Как решать:**

Вложиться в разработку мобильного приложения.

Львиная доля заказов идет через мобильные приложения. Мобильное приложение дает пользователям дополнительную, гибкую платформу для заказов и повышает конкурентоспособность компании на рынке.

Если такой возможности нет - поможет интеграция с агрегатором или сторонней службой доставки, такой как “ЯндексЕда” или DeliveryClub.



## **9. Нет бонусной системы программы лояльности и поощрения клиентов.**

Не продуманы варианты компенсации за задержанный заказ или “некондицию”

### **Как решать:**

Внедряйте программы лояльности, например “11-я пицца в подарок”, накопительные бонусные баллы (транспецца), промокоды на скидку.

Это повышает внимание аудитории.

Работа в CRM помогает быстро реагировать на жалобы клиентов и начислять компенсации.



## **10. Отсутствие пост обработки - никакой аналитики, не на чем делать отстройку для маркетинга.**

### **Как решать:**

Сегментируйте и изучайте своих потребителей.

Воспользуйтесь бизнес-процессами CRM системы для анализа данных клиентов. их визитов, времени отсутствия заказов, среднему чеку и другим критериям.

Эти данные помогут настроить рассылку по базе, а операторам - видеть историю клиента.

***ИНТЕРВОЛГА специализируется на вертикальной оцифровке бизнеса.***

Страница для связи с нами: <https://www.intervolga.ru/foodtech/>

Email: [dav@intervolga.ru](mailto:dav@intervolga.ru)

