

ЗАГЛАВИЕ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО:

COVID-19 и нуждата от пазаруване на хранителни продукти онлайн

Наименование на организацията:

„E-BAG“

Държава и сектор на организацията:

БЪЛГАРИЯ, онлайн супермаркет

Тип организация:

- Бизнес компания
- Публична организация
- **Частна фирма**
- НПО
- Друго:

Размер на организацията:

- малка
- средна
- **голяма**

Кратко описание на организацията:

„E-BAG“ е най-големият онлайн супермаркет в България, създаден през 2005 г. Компанията държи най-големия дял от пазара на онлайн хранителни магазини в България. „По наши изчисления ние държим над 70%“, казва Иван Александров, собственик на „E-BAG“, която предлага над 12 000 бързооборотни потребителски стоки, фармацевтични продукти и други. Компанията работи с над 150 доставчици. Преди коронавируса е -супермаркета изпълняваше средно около 300 поръчки на ден.

Кратко описание на изследването:

Поради пандемията от COVID-19 хиляди потребители бяха принудени от правителствените ограничения да купуват своите плодове, зеленчуци и други потребителски стоки онлайн, а не от физически магазини. Това развитие може да има дълготраен ефект върху индустрията на супермаркетите, като го промени завинаги. Затворени вкъщи заради вируса, все повече хора решават да пазаруват онлайн и да поръчват храна чрез своя смартфон.

Ключови думи:

Онлайн, магазин, стоки, супермаркет, динамика, Интернет, пазаруване, храна, доставка, приложения, пандемия, локдаун, вкъщи, адаптиране, екипна работа

ПРОФИЛ НА НАЙ-ДОБРА ПРАКТИКА

ДЕТАЙЛНО ОПИСАНИЕ

Главният изпълнителен директор на компанията г-н Иван Александров реши да приложи нова стратегия на работа. Той видя, че навиците на потребителите са се променили, тъй като броят на поръчките се е увеличил многократно, в сравнение с периода преди пандемията. Хората купуват предимно опаковани храни като брашно, тестени изделия, захар, бисквити и консерви, тъй като са искали да попълнят запасите си и да имат много количества у дома, защото се страхуват от нови затваряния на държавата. Мениджърският екип на "E-BAG" разбра, че трябва да внедри поетапен метод за получаване на поръчките, за да са сигурни, че няма да има голямо натоварване на сайта/приложението и никой няма да поръча нещо, което вече е изчерпано. Утвърждаване на поетапния начин на валидиране на поръчките, улеснява целия персонал, тъй като обемът на работа е много по-голям и предишният начин на обработка и изпълнение на поръчките не бе възможен в новите условия.

Друга мярка, която фирмата приложи поради ограниченията на COVID-19, беше безконтактната доставка: потребителите, които са платили онлайн, получават стоките си доставени пред дома/вратата си, без да взаимодействат физически с никого. Тази мярка беше успокояваща за доставящия персонал, тъй като се страхуваха, че голяма част от доставките са за хора под карантина и вероятно заразени с COVID-19. Разбира се, целият персонал носи маски за лице и ръкавици и преди и след всяка доставка служителите трябва да дезинфекцират ръцете и също така да сменят облеклото си поне два пъти на ден.

В началото на пандемията беше направен график за дистанционна работа и всички, които могат, работят от вкъщи. При спешни случаи офисът е готов да посрещне служители, но те не трябва да са повече от 3 души в една и съща стая, трябва да носят маски и да дезинфекцират редовно работното си място.

ОБОСНОВКА

Бизнесът на “E-BAG” като цяло бе силно засегнат от кризата с коронавируса. За щастие ръководството действаше много адекватно и своевременно взимаше необходимите мерки. Бяха наети нови хора - повече от 150 души за 2 месеца. Този успех се дължи на много работа и адекватна стратегия за оцеляване на пандемията. Г-н Иван Александров, изпълнителен директор на фирмата, винаги е бил много близък със своите служители. Чрез прилагането на мерки, щадящи здравето на персонала, той успя не само да задържи екипа си, но и да израсне по грандиозен начин! Новата визия в организацията вече е налице и изглежда работи много добре. Основните му мотиви бяха да спазва перфектни хигиенни мерки и да даде на служителите си автономност, тъй като работят дистанционно. Компанията е лидер в България и има много проекти в бъдещ план.

ЦЕЛИ

- Бързина

Всеки има право на достъп до прясна и чиста храна - това е философията на компанията, чиято иновативна услуга спомага за популяризирането на местното производство. Бизнес моделът е по-специфичен от другите електронни магазини, както и поведението на потребителите на бързооборотни стоки. Все повече българи търсят качествени продукти и са готови да платят още повече за био или местно производство.

- Разширяване/развитие

Работят с най-добрите български ферми и производители. За да станат доставчик на “E-BAG”, фермерите трябва да докажат, че следват високи стандарти в технологиите за отглеждане на плодове, зеленчуци или за производство на месо и млечни продукти. Фермери от цялата страна се свързват с тях и имат нужда от надежден доставчик, който да организира бързо продуктите, за да могат да бъдат транспортирани до крайните клиенти.

- Съвместна дейност

“E-BAG” работи в един и същи екип, споделяйки едни и същи цели с производителите, фермерите, малките семейни магазини и био магазините.

РЕЗУЛТАТИ

Отрицателното въздействие на пандемията от COVID-19 беше фактът, че компанията не успя да подобри качеството на услугите си поради бързия ръст на поръчките. Обемите се увеличиха, но бързината за доставка на стоките се намали поради огромния брой поръчки, за които не бяхме подготвени предварително. „В момента нашата услуга е на много по-ниско ниво от обикновено. При нормална ситуация доставяме поръчките в срок до 3 часа. В момента няма свободни слотове за всички клиенти. Ще ни трябва време, за да възстановим познатото ни ниво на обслужване,“, казва Иван Александров. Поради нарастващия обем на поръчките, доставките понякога отнемат до 2 дни.

Положителното въздействие е, че наеха 50 нови служители за 2 седмици и компанията продължава да расте. Компанията помогна на много местни производители да разширят пазара си и на много фермери без дигитални и маркетингови умения да оцелеят в кризата.

ПОУКА

Служителите и лидерите подобриха своите дигитални умения. Те са се научили да слушат и разбират още по-добре нуждите на потребителите и са все по-мотивирани да им отговорят, каквото и да им коства това. Лидерите подобриха своите умения за водене на преговори, тъй като трябваше да развият своята верига от доставчици. Служителите станаха по-отговорни и вложиха всичките си усилия в една и съща цел: да развият бизнеса.

МАТЕРИАЛИ

ЕВАГ ИДВА
В PLOVEDIV 05.10.20



БИБЛИОГРАФИЯ

https://www.capital.bg/biznes/kompanii/2020/03/18/4042655_ivan_aleksandrov_ot_ebag_poruchkite_sa_golemi_zh/

<https://www.economic.bg/bg/la/view/onlajn-supermarketite-edva-smogvat-na-porachkite-115852>