Поскольку дистрибьюторы продолжают перестраиваться в условиях постоянно меняющегося рынка, каковы тенденции оптовой дистрибуции в 2024 году?

Судя по всему, сильное давление на оптовых дистрибьюторов, требующее преобразований во время пандемии, не ослабевает. Экономическая нестабильность, приток новых конкурентов и нехватка квалифицированных кадров заставят их искать новые способы оставаться конкурентоспособными и стимулировать экономический рост.

Решая стоящие перед ними задачи, они будут использовать уроки, извлеченные за последние три года.

Например, согласно отчету Modern Distribution Management (MDM), дистрибьюторы, которые инвестировали в электронную коммерцию до COVID, увидели, что их активность в электронной коммерции значительно возросла по мере продвижения продаж в Интернете. Тем, кто не спешил внедрять электронную коммерцию, пришлось быстро наверстывать упущенное.

В настоящее время почти 21% дистрибьюторов заявляют, что продажи через электронную коммерцию составляют от 20% до 30% от общей выручки, и эта тенденция, вероятно, сохранится и даже расширится, говорится в отчете. Многие оптовые дистрибьюторы также отказались от традиционных методов и ускорили инвестиции в такие технологии, как анализ данных и искусственный интеллект, для развития своего бизнеса.

Тенденции оптовой дистрибуции в 2023 году: 7 факторов, способствующих переменам

Заглядывая в будущее, можно сказать, что в следующем году оптовые дистрибьюторы столкнутся с масштабными перебоями в работе. Цифровая трансформация по-прежнему будет главной задачей.

Основные тенденции оптовой дистрибуции в 2024 году включают в себя:

1. Новую конкуренцию
2. Персонализацию B2B
3. Глобальные сбои влияют на цепочки поставок
4. Стремление к дифференциации
5. Быстрое развитие технологий
6. Решение проблемы нехватки кадров
7. Устойчивое распределение

1. Рынки D2C и B2B повышают конкуренцию

Оптовые дистрибьюторы в настоящее время сталкиваются с жесткой конкуренцией, которая меняет правила игры на нескольких новых и неожиданных фронтах. Одной из главных тенденций для оптовых дистрибьюторов в 2024 году станет растущая конкуренция.

Развитие торговли напрямую с потребителями поставило их в условия конкуренции со многими их собственными поставщиками. По данным eMarketer, в 2020 году D2C вырос на 45,5%, составив 14% от общего объема розничных продаж электронной коммерции, и компания ожидает, что эта тенденция сохранится как минимум до 2024 года.

Рост B2B-рынков, поддерживаемый такими онлайн-гигантами, как Amazon и Alibaba, также подорвал развитие оптовой торговли. В 2020 году темпы роста B2B-рынков в семь раз превысили темпы роста общей электронной коммерции B2B.

Такая конкуренция означает, что в следующем году дистрибьюторам придется удвоить усилия по развитию электронной коммерции и цифровой трансформации. Согласно исследованию Gartner, 83% покупателей в сфере B2B предпочитают использовать электронную коммерцию для оформления заказов и оплаты.

Исследование MDM показало, что для расширения своих возможностей в области электронной коммерции многие дистрибьюторы сосредоточены на улучшении возможностей онлайн-поиска, включая SEO, ценообразование на продукцию и персонализацию, управляемую искусственным интеллектом.

2. В 2024 году персонализация в сфере B2B станет трендом оптовой дистрибуции

Благодаря электронной коммерции, мобильным устройствам и быстрому доступу к информации современный покупатель в сфере B2B сильно отличается от прошлых лет. Они ожидают такого же удобного, быстрого и персонализированного обслуживания, как и в потребительском мире.

Современный B2B-клиент ожидает, что компания, у которой он совершает покупку, поймет его индивидуальные предпочтения и потребности. По словам Форрестера, персонализация превратилась из приятной вещи в необходимость в сфере продаж B2B.

Исследование, проведенное компанией Forrester, показало, что 52% лидеров рынка планируют инвестировать в персонализацию.

В следующем году дистрибьюторы сосредоточат свое внимание на обеспечении индивидуального обслуживания клиентов,:

- Общаясь с клиентами по их предпочтительным каналам и обеспечивая единый опыт работы.
- Предлагая индивидуальные цены, скидки и дисконты
- Повышение эффективности управления опытом как дисциплины в организации
- Активное управление сегментом одного из

3. Экономические проблемы, глобальные конфликты и цепочка поставок

Как и все предприятия, оптовые дистрибьюторы сталкиваются с растущими ценами и надвигающейся рецессией. Стоимость доставки растет быстрее, чем за последние десять лет, и в августе выросла более чем на 77% по сравнению с прошлым годом.

Запасы растут, так как переизбыток заказов во время пандемии вновь начинает

сказываться на производителях. Задержки с отгрузкой, нехватка поставок и транспортные простои в наши дни, похоже, стали скорее правилом, чем исключением. А затраты на рабочую силу и нехватка продуктов влияют на все.

Добавьте к этому войну в Украине, глобальную политическую напряженность и тарифы, и дистрибьюторы столкнутся с огромными проблемами в цепочке поставок.

Многие компании разумно стараются опередить эту тенденцию оптовой дистрибуции, внедряя интеллектуальные возможности управления бизнес-процессами, которые не только помогают им повысить эффективность своих цепочек поставок, но и позволяют им более устойчиво перемещать продукцию по всему миру.

Эта технология позволяет им осуществлять более стратегическое планирование и быть более устойчивыми, что означает, что они могут быстрее адаптироваться к непредвиденным изменениям спроса и предложения без ущерба для затрат или качества. Они сосредоточены на наблюдении за цепочкой поставок в режиме реального времени для более эффективного принятия решений и совершенствования логистики.

По словам Gartner, стремление к повышению устойчивости имеет большое значение для специалистов по цепочкам поставок: 87% из них планируют инвестировать в технологии, которые позволят им это сделать, в ближайшие два года.

В 2024 году ожидается изменение логистических моделей в связи с развитием транспорта как услуги и появлением новых моделей фулфилмента, таких как склад как услуга и микроцентры фулфилмента.

4. Выделяйтесь из толпы

На таком высококонкурентном рынке оптовые дистрибьюторы не могут позволить себе стоять на месте. Им необходимо найти способы повысить ценность компании так, как это не под силу их коллегам и онлайн-игрокам, что делает инновации главным трендом оптовой дистрибуции в 2023 году.

Существует четыре основных способа, с помощью которых дистрибьюторы трансформируют свой бизнес, чтобы удовлетворить меняющиеся потребности клиентов и получить конкурентные преимущества:

- **Предлагая высококачественные услуги**, стандартный каталог продукции больше не ограничивает их. Оптовые дистрибьюторы должны предлагать услуги, связанные с их продукцией, исходя из потребностей клиентов. В качестве примеров можно привести комплектацию, предварительную сборку, упаковку и ИТ-услуги, такие как веб-дизайн.
- **Совершенствование доставки** – добавляя цифровые каналы и оптимизируя складские и логистические операции, дистрибьюторы могут обеспечить скорость и удобство, которых ожидают клиенты сегодня.
- **Став надежными консультантами**, дистрибьюторы могут подняться выше, сотрудничая со своими клиентами на протяжении всего жизненного цикла крупного проекта. Услуги по управлению проектами и координации – это дополнительные услуги, которые укрепляют доверие.
- **Оптимизация бизнес-операций** – используя автоматизацию и интеллектуальные технологии, дистрибьюторы могут сократить количество ручных задач для повышения эффективности.

Отказ от старых методов ведения бизнеса за счет применения инновационного подхода помогает дистрибьюторам выделяться, завоевывать клиентов, находить новые источники дохода и повышать лояльность клиентов.

5. Идти в ногу со стремительным развитием технологий

Темпы технологических изменений только ускоряются. Поскольку инновации являются приоритетом, оптовым дистрибьюторам придется сделать следование технологическим тенденциям основной частью своей операционной модели.

Облачные технологии, электронная коммерция, автоматизация, искусственный интеллект и Интернет вещей трансформируют все отрасли. Дистрибьюторы имеют репутацию традиционных компаний, но все те моменты, когда они думали, что им нужно что-то менять, мгновенно испарились во время пандемии.

В 2023 году дистрибьюторам необходимо будет определить приоритеты:

- Наращивание экспертных знаний и навыков в новых областях, таких как Интернет вещей, искусственный интеллект и машинное обучение
- Внедрение практики управления изменениями
- Стандартизация бизнес-процессов и интерфейсов

6. Адаптация к меняющимся тенденциям на рабочем месте

Как и многие другие отрасли, оптовая торговля сталкивается с постоянной нехваткой рабочей силы. В прошлом году 47 миллионов работников в США уволились с работы в рамках так называемой “Большой отставки”, причем оптовая торговля оказалась в числе наиболее пострадавших отраслей.

В то время как работников на переднем крае, таких как водители грузовиков и складские работники, найти сложнее, конкуренция за специалистов по продажам и поддержке, ориентированных на клиента, высока. Дистрибьюторы могут столкнуться с трудностями в привлечении специалистов, которые им необходимы, поскольку работники все чаще ищут известные бренды, ориентированные на конкретные цели.

Подбор и удержание сотрудников должны стать приоритетом в 2023 году. Один из способов добиться этого – улучшить качество работы сотрудников, начав с того, что выслушайте их, чтобы получить представление и определить области для улучшения.

Учитывайте их ожидания в отношении баланса между работой и личной жизнью и ищите способы оптимизировать их рабочий день:

- Предлагайте инструменты совместной работы для повышения вовлеченности
- Используйте встроенную аналитику, машинное обучение и автоматизацию, чтобы сократить количество повторяющихся задач, выполняемых вручную, таких как ввод заказов в ERP-систему
- Внедряйте такие инструменты, как чат-боты, для упрощения звонков в службу поддержки клиентов

Когда сотрудники не увязают в рутинных задачах, они могут сосредоточиться на более важных мероприятиях, которые приносят им больше удовлетворения от работы. Когда сотрудники чувствуют себя счастливее на работе, они с большей вероятностью останутся.

Чтобы привлечь новые таланты, дистрибьюторам необходимо сосредоточиться на повышении ценности своего бренда и демонстрации своих социальных и экологических усилий.

7. В 2023 году оптовая дистрибуция будет стремиться к устойчивому развитию.

В отрасли, привыкшей работать в условиях высокой рентабельности, устойчивое развитие не было приоритетом. Но ситуация меняется, поскольку все большее число дистрибьюторов находят способы помочь планете.

В качестве примеров можно привести:

- Экологические инициативы BayWay Group включают разработку солнечных панелей и технологий спутниковой съемки, которые помогают фермерам увеличивать свою прибыль при одновременном снижении воздействия на окружающую среду. Дистрибьютор признан мировым лидером в области устойчивого развития.
- United Natural Foods Inc. — UNFI оснастила более 50 своих дизельных прицепов-рефрижераторов электрическими двигателями, что позволило ежегодно экономить около 135 000 галлонов дизельного топлива и сократить выбросы парниковых газов.
- Дистрибьютор высокотехнологичных продуктов Bechtle успешно разработал набор многоразовых материалов для транспортировки и упаковки.

Поскольку экологичность влияет на работу их клиентов, дистрибьюторы, которые уделяют ей особое внимание, могут выделиться на переполненном рынке и стимулировать рост.

Прокладываем путь: будущее оптовой дистрибуции

Успешные оптовые дистрибьюторы инвестируют в различные технологии, чтобы обеспечить плавный процесс закупок от начала до конца. Они также используют инструменты, которые помогают им отслеживать, понимать и анализировать каждую точку контакта с клиентами в своих компаниях, чтобы максимально повысить качество обслуживания клиентов.

Оптовые дистрибьюторы находятся на перепутье, с которым они еще никогда не сталкивались. Но они уже добились больших успехов во внедрении технологий, которые помогут им преодолеть любые трудности, встречающиеся на их пути. Поддерживая этот темп, они смогут не только выжить, но и процветать в наступающем году и в последующий период.