Стартапы решают одну из ключевых проблем электронной торговли

// 29.07.2016
https://www.uzkimyosanoat.uz/ru/press/news-economy/ctartapy-reshayut-odnu-iz-klyuchevyh-problem-elektronnoy-torgovli

С проблемой доставки постоянно сталкиваются интернет-магазины и логистические компании Индии и стран Ближнего Востока и Африки. Офисы там часто не имеют точного адреса, а их местоположение определяется, например, так: «200 м к югу от ресторана Pizza Hut». Домашний адрес обозначается названием улицы, а то и просто части города.

Заказывая товары в онлайн-магазинах крупнейших азиатских продавцов – китайского Alibaba или индийского Flipkart, – покупатели, не имеющие адреса, просто указывают имя, город проживания и номер телефона. Посылки доставляют на центральный пункт выдачи, или же курьер связывается с клиентом по телефону. Курьерам приходится блуждать в лабиринтах азиатских пригородов, многократно перезванивая клиенту, чтобы уточнить направление. Поэтому многие покупатели не хотят связываться с интернетом.

Сейчас несколько стартапов разрабатывают технологии для решения адресной проблемы – от мобильных приложений до новых карт, на которых каждому клочку земли на планете присвоен собственный уникальный идентификатор. Некоторым уже удалось привлечь венчурное финансирование – инвесторы верят, что за возможность доступа к более широкой аудитории будут платить и ритейлеры, и правительства. Счет людей в мире, не имеющих точного домашнего адреса, ведется на миллиарды.

Компания MENA360 DWC из Дубая предложила крупным ритейлерам картографическое приложение Fetchr, которое использует в качестве адреса доставки GPS-данные о местонахождении смартфона получателя. Компания работает в Дубае, Бахрейне, Саудовской Аравии и Египте. Недавно она привлекла $12,5 млн от инвесторов, в том числе фонда New Enterprise Associates. Курьеры Fetchr носят яркую оранжевую обувь и рюкзаки, рассказывает сооснователь компании Джой Аджлауни, их легко узнать в уличной толпе.

Доставят везде

По данным what3words, у 75% людей в мире нет почтового адреса. А с помощью новых технологий житель африканской деревни может получить покупку от Amazon, как если бы он жил в городе с адресами.

В конце июня логистическая компания Aramex International объявила, что вложила $3 млн в стартап what3words, разработавший технологию присвоения уникальной комбинации из трех случайных слов каждому квадрату со стороной примерно 3 м (10 футов) на поверхности Земли. Она была опробована на музыкальных фестивалях для сообщения менеджерам рок-групп точных координат мест для установки оборудования. А сейчас компания предлагает глобальные географические данные логистам, правительствам, картографическим агентствам и благотворительным организациям. What3words уже сотрудничает с почтовыми и логистическими компаниями в Бразилии и Монголии. Aramex планирует использовать технологию what3words для доставки заказов из интернет-магазинов на Ближнем Востоке, в Африке и Азии.

Экспедиторы или правительственные службы с помощью what3words найдут любого, кто укажет в качестве своего адреса эти три слова, говорит директор компании по маркетингу Джайлз Рис

Джонс. «Нет ничего сложного и для пользователя: открываете карту, находите ваш адрес из трех слов, сообщаете их нам», – говорит Рис Джонс.

Компания OkHi из Найроби (Кения) привлекла $1,1 млн инвестиций на доработку мобильного приложения, которое создает «адреса» на основе данных о местоположении смартфона и фотографии входной двери дома. Основатели компании утверждают, что их технология позволила сократить время доставки заказов из интернет-магазинов в Найроби на 50%.

Источник: The Wall Street Journal