

יש לזה הצדקה? המספרים שמאחורי מרכזי מסירת דואר

אם עד לפני עשור היינו רגילים לקבל חבילות בסניף המקומי, ריבוי המשלוחים מחו"ל אילץ את דואר ישראל להשתמש במרכזי מסירה, מפיצוציות ועד רשתות. האם זה באמת משתלם לבעלי העסקים? זה מה שאומרים המספרים

[דוד רוזנטל](#) וואללה 4.3.21

בעבר קבלת חבילות הייתה עניין פשוט ופשוט. היינו מקבלים פתק מסירה בתיבה, הולכים לסניף הדואר הסמוך למקום מגורנו, אוספים את החבילה - ושם נגמר הסיפור. בעשור האחרון, עם העלייה המאסיבית ברכישות אונליין ובמשלוחים מחו"ל, הבינו בדואר שהפיתרון הזה כבר לא מספק. בשל כך, נפתחו עוד תחנות חלוקה שלא הכרנו לפני כן - בפיצוציות, במיני מרקטים, בחנויות אלקטרוניקה ואיפה לא, בעצם?

נוי קדם מדמון, סמנכ"ל תקשורת והסברה בדואר ישראל, שופכת אור על הנושא. "יש לזכור שעד לפני חמש שנים עיקר החבילות נמסרו בסניפי הדואר, מה שגרם לעומסים כבדים ביחידות הדואר", היא מסבירה, "ההחלטה לשתף פעולה עם עסקים קטנים ובינוניים ועם רשתות כמו סופר פארם, שופרסל ועזריאלי, ולהוציא את מסירת החבילות מחלק גדול מסניפי הדואר, אפשרה להוריד משמעותית את זמני ההמתנה בסניפים ולהגביר את שביעות רצון הלקוחות. לקוח יכול לגשת למרכז מסירה, שהוא עסק שכונתי סמוך לביתו ולאסוף חבילות בשעות שנוחות לו, וכך גם לתרום לכלכלת העסק. ראינו שהפדיון של אותם עסקים קטנים גדל משמעותית בתקופת הקורונה, ושיתוף הפעולה עם הדואר אפשר לחלק מאותם עסקים להישאר פתוחים גם בתקופות הסגר, כעסקים חיוניים."

איך המנגנון הזה עובד?

אריק דביר, בעל חנות מכולת מיד אליהו, שבר השנה שיא בחלוקת חבילות של דואר ישראל, כאשר רק בחודש דצמבר מסר כ-15,000 חבילות, לאחר שהמוצע החודשי שלו עמד על כ-11,000 חבילות בחודש. כמות מסירות זו דירגה את אריק במקום ה-11 במסירת חבילות ברחבי הארץ עבור דואר ישראל בשנת 2020.

מכיוון שאתם ישראלים שאוהבים מספרים, אתם בוודאי רוצים לדעת "כמה זה יוצא בשקלים". ובכן, הסכום אינו מדויק ותלוי במספר משתנים, אבל לפי ההערכות עבור מסירה של חבילה מקבל מרכז מסירה כ-60 אגורות לפריט, כך שמרכז שמוסר 500 חבילות ביום, או כ-10 אלפים בחודש, יקבל 6,000 שקל בכל חודש. ואם מדובר בתחנה צנועה יותר, נניח כזאת שמוסרת 200 חבילות ביום או כ-4,000 בחודש, היא תקבל 2,500 שקל.

"השנה האחרונה הייתה בסימן קורונה ואופיינה בעצירה מוחלטת של צריכה לפחות בחודשים הראשונים", מוסיפה קדם מדמון, "בה עיקר הקניות היה מוצרי מזון כתוצאה מהשהיה הממושכת בבית עם כל המשפחה, והמעבר לעבודה מרחוק. אי הוודאות העסקית במשק והעובדה שרבים מהציבור עבדו מהבית או יצאו לחל"ת בחודשים הראשונים של הקורונה, גרמה לירידה משמעותית בהזמנות הסחר המקוון. רק בחודש יוני עם היציאה

מהסגר הראשון ראינו התאוששות בהזמנות באתרים הבינלאומיים שעיקרה בא לידי ביטוי בסוף השנה בגידול בהזמנות בחגי הקניות בחודשים נובמבר ודצמבר. בזכות שיתוף הפעולה עם העסקים הקטנים הצלחנו למסור השנה עשרות מיליוני חבילות, זאת למרות הסגר והקורונה."

"הייתי צריך לשים חבילות על הרצפה, ופשוט ויתרתי"

אז סבבה, הבנו, זה משתלם לדואר ישראל, אבל מה לגבי העסק? האם הבלגן שווה כמה אלפי שקלים בודדים בחודש? "הסיבה המרכזית לשיתופי הפעולה עם אותם עסקים קטנים, היא יצירת הטראפיק העצום לאותם עסקים ולא רק ההכנסות שאותן העסק מקבל מהדואר", אומרת קדם מדמון, "אלא מהלקוחות החדשים שמתוודעים לבית העסק, בו הם אוספים את החבילה. עסקים רבים מדווחים על גידול של עשרות אחוזים ויותר בהכנסות ועל טראפיק מלקוחות חדשים שלא נחשפו עד אז לאותו עסק ובזכות הדואר הגיעו לבית העסק וגם ביצעו בו רכישה."

ובאמת, תחשבו על כך - אתם נכנסים לאסוף חבילה, לא תקנו שקית במבה או שתייה קלה? מצד שני, לא עבור כולם זה עובד. "לא התאים לי", אומר אמיר, בעל פיצוצייה מרמת גן, "הייתי צריך לשים חבילות על הרצפה, גם ככה המקום הזה קטן, אז פשוט ויתרתי על זה." מצד שני, בדואר ישראל מדווחים על גידול קבוע במספר תחנות החלוקה, שהיום עומד על כ- 700 במספר ברחבי הארץ.

חנות הירקות שהצמיחה חבילות

דודו יצחק, בעל חנות פירות וירקות, מאשדוד פתח את העסק לפני כשנה בתחילת הקורונה והגדיל את מחזור המכירות באופן משמעותי. לדברי יצחק הוא מוסר בין 8,000 ל-9,000 חבילות בחודש. דודו, שהרגיש על בשרו את השלכות הסגר הראשון כאשר השוק, בו ניצב הדוכן שלו עד לקורונה, נסגר למבקרים וקונים, מספר כיצד מסירת החבילות הפכה עבורו למנוף לקידום העסק בתקופת הקורונה. לאחר סגירת דוכן הירקות והפירות בסגר הראשון הוא החליט לפתוח חנות באזור שכונתי, וכך להישאר חיוני אם בסגר נוסף השוק ייסגר שוב. הוא פתח חנות פירות וירקות בשכונת י"ז באשדוד ובמקביל הפך למרכז מסירת חבילות בדואר ישראל.

לדבריו, מאז השיתוף עם דואר ישראל, באוגוסט האחרון, מחזור המכירות גדל ב-200%, כמות הלקוחות של החנות גדלה משמעותית, ובנוסף הגיעו לקוחות חדשים אשר לא הכירו אותו מהדוכן בשוק: "גם חודשיים לאחר שהחנות נפתחה, הגיעו לקוחות שגרים בקרבת מקום ולא היו מודעים לעובדה שיש להם אפשרות לקנות פירות וירקות ליד הבית. לשמחתי, זה היה קרש הצלה. הפעילות והחשיפה של החנות קיבלו חיזוק משמעותי מהלקוחות שהגיעו לאסוף חבילות, מה שאפשר המשך מכירות גם של מוצרי החנות. ברור שבתקופה כזו של הגבלות, בה אנשים התקשו לנסוע, החנות הפכה לבעלת ערך ונכס אסטרטגי בשכונה, גם מבחינת היכולת הפשוטה לרכוש מוצרי יסוד בסיסיים ולאסוף את החבילות."

קוטג', ביצים וחבילות

אריק דביר, הבעלים של "המכולת של אריק", הממוקמת מזה 10 שנים ברחוב נגבה בשכונת יד אליהו, מוכר לתושבי השכונה והאזור בזכות השירות הטוב, האדיבות וחווית הקניה המהנה והמיוחדת ללקוחות. "בשנת 2017 פנו אלי מהדואר בהצעה להרחיב את הפעילות ולשמש גם נקודת מסירה לחבילות. הייתי בין הראשונים שהרימו את הכפפה ובחרתי להתחיל לנסות לראות איך זה ילך, ומה המשמעויות של הרחבת פעילות המכולת לעיסוק נוסף בטיפול ארגון ומסירת חבילות."

היום, שנה לקורונה וממרומי ניסיונו כבעל חנות המשמשת מרכז מסירה, מתאר אריק את חיבור לדואר כעסקה המוצלחת ביותר שעשה וזו שהוכיחה את עצמה בשנה שהייתה קשה לכל כך הרבה עסקים. עם נתוני חלוקה של כ-130,000 חבילות בשנת 2020 ושיא חודשי של 15,000 חבילות שחולקו בחודש דצמבר, אריק זוכה להכנסה נוספת של קרוב ל-10 אלפים שקלים בחודש, אבל מספר כי הקניות שעושים הלקוחות שמגיעים לקבל את החבילות ומייצרת עלייה של 30% בפדיון החנות: "העובדה שהעסק שלי משמש כמרכז מסירה של הדואר היה משמעותי עוד יותר בתקופת הקורונה. אנשים הגיעו גם ממקומות רחוקים וראו ביציאה לאסוף חבילה סוג של בילוי ואוורור בתקופה קשה, ולכן גם הרשו לעצמם לרכוש יותר כשהם הגיעו למכולת, בין אם זה פחית קולה, גלידה או כל דבר אחר. החיבור הזה הוכיח את עצמו עסקית."

"מספר יפה למרכז מסירות חדש"

אמיר מסעוד לוי, בעל 'מינימרקט בעיר' ברחובות העובד 24/7, פתח את העסק שלו בשיא משבר הקורונה בחודש יוני השנה. אמיר, שהתכוון לפתוח בר ברחובות, מצא את עצמו מחשב מסלול מחדש לאור המצב והחליט לפתוח מינימרקט. את ההתקשרות לדואר ישראל עשה עוד לפני תחילת העבודה כמינימרקט. "הבנתי שעל מנת לשרוד כעסק אני חייב לייצר עוגן שייצר תנועה למקום. היה לי ברור שבחיבור עם הדואר, אנשים תמיד יגיעו וכמובן גם יקנו בעסק. זה אכן הוכיח את עצמו. לשמחתי, אני מחלק בין 7,000-8,000 חבילות בחודש, שזה מספר יפה למרכז מסירה חדש יחסית. במקביל התנועה של אנשים שמגיעים לאסוף חבילות וקנו מוצרים ומזון במינימרקט, העלתה את הפדיון החודשי בשיעור של 20%-30% בחודש."