

宁波游戏巨头进社区卖菜 生鲜电商,好戏才刚刚开始

记者 史旻

在这个“全民蛰居”的春节里,宁波百搭网络科技有限公司创始人沈乐很忙碌。他忙碌的不是主业游戏,而是卖菜。

找到生鲜电商突破口

作为宁波本土规模最大的手游开发商,百搭网络后台数据显示,春节期间,百搭网络旗下的主打游戏,平均每款日活跃用户增加了60%以上。

作为创始人,沈乐却没有外人想象中的那么逍遥。在整个长假期间,他的状态可以用连轴转来形容。不过,他忙碌的不是自己成熟的游戏业务,而是生鲜电商——“小虫优选”。

新零售电商生鲜配送早在去年就成了百搭网络的孵化项目,主要服务对象是企业。

他们的目标很明确,那就是打通生鲜交易的线上线下渠道,真正面向市民消费者。

2019年上半年,他们就内部测试了“小虫优选”小程序。

彼时,各路生鲜电商、社区团购的厮杀已经暗潮汹涌。有以阿里、美团为代表的各路新玩家高调入局,也有不少像呆萝卜、顺丰优选、易果生鲜黯然离场。

沈乐是个很有耐心的人。在他看来,在趋向同质化竞争的生鲜电商领域里,如何找到用户痛点,介入这个市场的时机至关重要,而不是纯粹的玩烧钱游戏。

疫情爆发后,“家里蹲”成了市民的主流生活,下到习惯“外卖续命”的年轻人,上到五六十岁的大爷大妈,都开始主动地搜索购买口粮的线上渠道。

沈乐意识到,小虫“破壳”的机会来了!

大年初二,沈乐紧急联系了公司里40位研发、运营人员在家开启线上办公,并临时组建了80多人的供应链管理团队,准备复工。

“从小程序的UI设计、平台搭建,到供应链体系的完善,我们就不停地对‘小虫’进行打磨。对于这一刻,我们做了足够的准备。”沈乐说。

在互联网行业沉浸多年,他深知一个功能性网络平台“一击即中”的重要性。

2月5日,“小虫优选”小程序正式上线,采取“今日下单、次日送达”的模式。通过与亚太物业等社区物业合作,“小虫”找到了被各色生鲜电商层层围堵的突破口,直冲市民家门口。

据了解,自“小虫优选”上线至今半个月,已经开放了100多个配送点,完成订单共计五万多份。



一出好戏才刚刚开始

小米创始人雷军有一句名言:站在风口上,猪都能飞起来。

对沈乐来说,他“养猪”的过程并不轻松。

百搭网络内部,每年都会新设立三至四个全新的项目组,像“小虫优选”这种戴着百搭游戏光环的“planB”还有很多,内容涵盖网红电商、在线教育等。

在沈乐看来,互联网领域的创业,更像是一场考验耐力的竞争。

所有玩家都往风口上挤,谁的服务更细致,谁的应变能力更强,谁就飞得更高。

“互联网行业,只有专业到极致,才能笑到最后。互联网没有边界,与其说竞争激烈,不如说是和自己竞争。”这是沈乐经手数十个项目之后的总结。

为了迅速地熟悉生鲜电商这个领域的实操,沈乐等核心成员,每晚都要开长时间的电话会议,几个人逐条逐条地探讨用户反馈给客服的一些问题:菜品容易配送错,他们就给仓库里的每种菜都贴上二维码;到小区门口统一自提太麻烦,他们就与物业人员深度合作,让物业配送到家……会议结束,往往已是凌晨。

“小虫”订单量暴增的那几天,由于是在特殊时期,配送人员紧缺。沈乐与其他几个管理人员全员出动在仓库帮忙配货,当起了配送小哥。因为需要配送的小区过多,这几个不专业的“配送小哥”还常常绕弯路。

“当有数百种商品摆在你面前,几千个订单急等配送时,怎样保证效率最高?不配错货?不送错货?这是个很专业的问题,配送看上去简单,但当到了一定体量时,这就是真正考验。”在苦恼于复杂的行程图时,沈乐也在逐步摸索“通关密码”。

“接下来,我们想尝试为用户提供30分钟送达的高效便捷服务。因此,两个月内,我们要在宁波市区建立20个以上配送仓库,招募400余名相关员工。”沈乐介绍道。

随着各地疫情防控工作进入最后歼灭阶段,沈乐的一出好戏才刚刚开始……