



Маркетплейс

Бизнес-модель

на рынке электронной коммерции

Торговля на маркетплейсах

Докладчик:

консультант отдела координации цифровой трансформации
комитета предпринимательства и торговли Администрации
города Курска

Виктор Евгеньевич Горбатенко



Маркетплейс

— это торговая площадка, которая продаёт товары и услуги разных продавцов через интернет.

Как работают маркетплейсы

Маркетплейсы — посредники между продавцами и покупателями, собственной продукции у них нет. Среди них **Wildberries**, **Яндекс.Маркет**, **Lamoda**, **Ozon** и другие известные площадки.



Виды маркетплейсов

Вертикальные — продают товары и услуги одного типа. Например, PartsClub — маркетплейс автомобильных деталей.

Горизонтальные — торгуют товарами и услугами одной направленности. К примеру, Хобби-Экспресс продаёт всё, что относится к сфере развлечений.

Глобальные — продают самые разные товары, как например, Wildberries или Aliexpress.

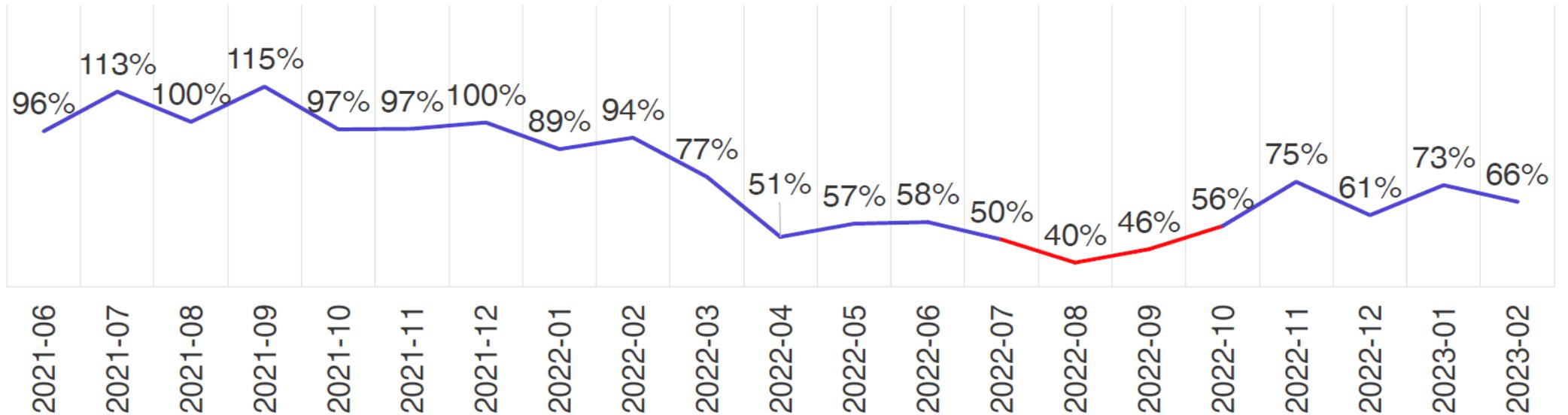
Не путайте маркетплейсы с сайтами-агрегаторами. Последние ничего не продают, только информируют о товаре или услуге. А чтобы что-то купить, нужно переходить по ссылке в интернет-магазин поставщика и оформлять покупку уже там, как например, на **Яндекс.Маркете**. Маркетплейсы же продают на собственном сайте или в приложении.



Динамика онлайн-рынка

Скорость роста количества заказов в период с июля по октябрь 2022 года опускалась ниже рубежа в +50% в год. С октября 2022 года рост на уровне 61-75%.

Рост количества онлайн-заказов в России год к году (без учета кроссбордера)





Принцип работы маркетплейсов

Алгоритм работы с торговыми площадками выглядит примерно так:

1. Вы привозите на склад маркетплейса или собственный оптовую партию товара.
2. Выкладываете фото и описания продукции на сайт партнёра.
3. Маркетплейс продаёт ваши товары.
4. Спустя определённое договором время партнёр перечисляет вам деньги.

Например, на общих условиях Озон выплачивает деньги дважды в месяц. При продаже услуг платформа берёт на себя функцию оператора и направляет клиента к исполнителю. Ваша задача — обеспечить доступность специалистов, чтобы максимально быстро выполнить заказ.



Схема торговли в интернете





Общий охват посещения eCommerce площадок

Посещение eCommerce площадок



37%

посещают eCommerce
площадки ежедневно

73%

посещают eCommerce
площадки хотя бы 1 раз в месяц



Как зарабатывают маркетплейсы

Финансовое сотрудничество с торговыми площадками строится по одной из этих схем:

Комиссия с продаж. Вы платите процент или фиксированную сумму с каждой проданной единицы товара.

Платные объявления. Размещение на сайте стоит денег независимо от того, есть у вас продажи или нет.

Комиссия + платные объявления. Вы можете разместить объявление за процент с продаж и доплачивать за то, чтобы оно попало в топ, и покупатели видели его в числе первых.

Плата за лид (заявку клиента). По такой модели клиент оставляет запрос, а вы платите комиссию, если откликаетесь на него. Причём не важно, клиент выберет вас или другого исполнителя — плату берут со всех, кто отреагировал на заявку.



Плюсы маркетплейсов

1. E-commerce удобен конечному потребителю, и на крупные сайты люди заходят всё чаще.

*Согласно [исследованиям Forrester](#), уже в 2016 году маркетплейсы контролировали половину рынка электронной торговли. По [данным Data Insight](#), в 2022 году доля пяти крупнейших российских маркетплейсов в общем объёме российского рынка электронной торговли составила **69%** по количеству заказов и **44%** в денежном выражении.*

2. Продавая на своей площадке, вы должны завести склад и разработать систему логистики, чтобы вовремя доставлять товары клиентам. Маркетплейсы решают эту проблему, так как вы можете привезти товар на их склад и переложить на партнёра и продажи, и доставку.

3. Попасть в топ маркетплейса дешевле и быстрее, чем раскручивать бренд через свои каналы.

4. Можно выйти на зарубежный рынок, не доставляя товар за границу самостоятельно.



Минусы маркетплейсов

1. Размер комиссии варьируется от **3%** до **70%**.
2. Большая конкуренция, легко затеряться среди крупных производителей, а за попадание в топ нужно платить дополнительно.
*Покупая одежду на **Wildberries**, клиенты могут не смотреть на бренд и запомнить только, что оформили заказ на **Wildberries**. Производитель или продавец может остаться незамеченным, особенно если бренд не крупный.*
3. Вы обязаны работать по правилам маркетплейса. За нарушение условий договора могут оштрафовать или заблокировать.
4. Большие площадки делают низкую наценку на товары и услуги для привлечения клиентов. Чтобы при этом получать прибыль, маркетплейсы устанавливают высокую комиссию для продавцов.
5. Вы должны отгрузить на склад маркетплейса сразу большую партию товара или постоянно хранить весь ассортимент на своём складе, чтобы продукция всё время была в наличии. Платформы продают только то, что можно купить прямо сейчас, а не то, что можно привезти под заказ.



Как подключить компанию к маркетплейсу

Для работы с маркетплейсами обязательно иметь статус юрлица или ИП, практически никакие площадки не сотрудничают с обычными физлицами или самозанятыми



Определитесь, стоит ли подключаться к маркетплейсу

1. Проанализируйте конкурентов в нише и их предложения на конкретных площадках, объективно оцените свой товар и спрос на него.
2. Выберите, какие именно товары хотите продавать через маркетплейс и по какой цене. Рекомендуем начать с одной-двух позиций и постепенно расширяться.
3. Просчитайте выгоду: сколько вы зарабатываете, если будете продавать через один маркетплейс, через несколько и, например, если запустите свой интернет-магазин. Сравните прогнозы.



Выберите конкретную площадку

Учитывайте следующие критерии:

1. Условия размещения товаров или объявлений: какие сможете выполнять, а какие — нет;
2. Размер комиссии и схему расчётов: как и в какие сроки сайт перечисляет вам деньги;
3. Удобство отгрузки и хранения товара на складах или оказания услуг по правилам сайта;
4. Качество сервиса: доставки, возвратов и т. д.; репутация маркетплейса повлияет на вашу.



Зарегистрируйтесь на маркетплейсе или сайте-посреднике

Есть компании, которые помогают с размещением товаров на торговых площадках. Они могут подобрать платформы по вашим критериям и заключить договор сразу с несколькими маркетплейсами, чтобы вы не регистрировались на каждом сайте отдельно.

Предоставьте все необходимые документы

В обязательном порядке у вас спросят:

учредительные документы организации, сертификаты соответствия на продукцию, документы, подтверждающие ваше право продавать эти товары или оказывать услуги.



Заполните карточки товаров и дождитесь модерации

Фото с описаниями и артикулами вы загружаете сами
(если только не пользуетесь услугами посредников).

После проверки маркетплейс либо одобрит всё, что вы загрузили,
либо укажет, что нужно переделать.

Начинайте работать

И не забывайте обрабатывать **отзывы покупателей** —
маркетплейсы ими не занимаются.



КУРСК 2023