

Муниципальное казенное учреждение

**ЦЕНТР ЗАКУПОК
И РАЗВИТИЯ
СОЦИАЛЬНЫХ
ИНИЦИАТИВ
ГОРОДА КУРСКА**

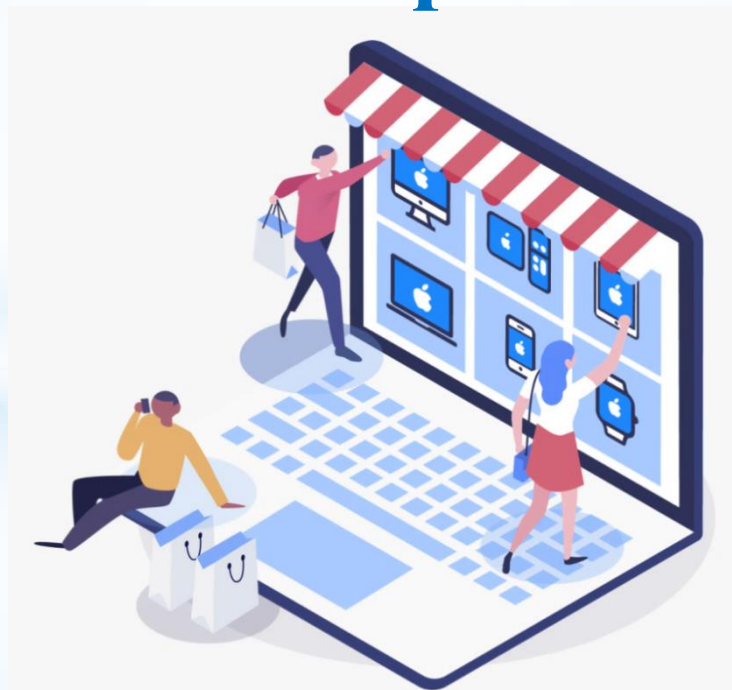


Курск
2023 год

Маркетплейс

Бизнес-модель на рынке электронной коммерции

Торговля на маркетплейсах



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

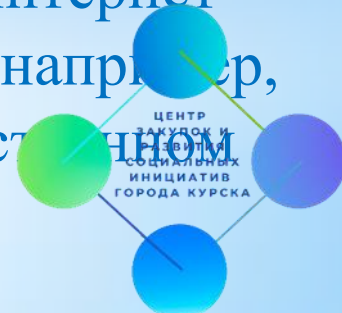
Вертикальные — продают товары и услуги одного типа. Например, PartsClub — маркетплейс автомобильных деталей.

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.



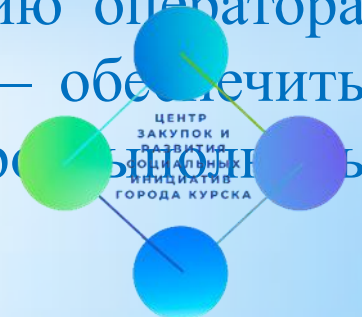
Принцип работы маркетплейсов

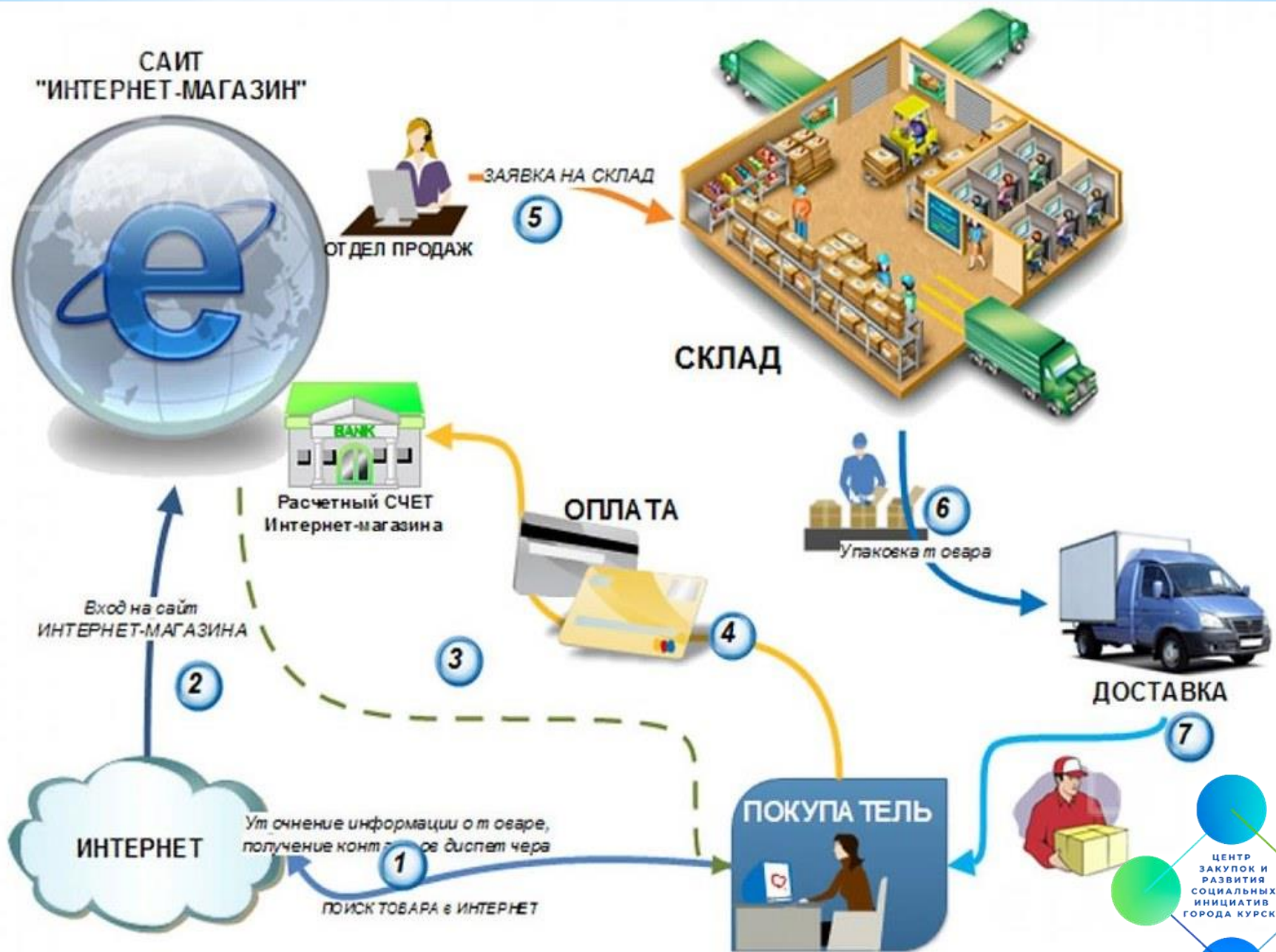
Алгоритм работы с торговыми площадками выглядит примерно так:

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 исполнить заказ.





Как зарабатывают маркетплейсы

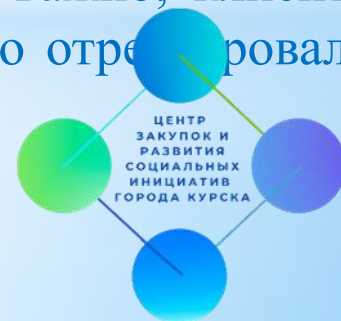
Финансовое сотрудничество с торговыми площадками строится по одной из этих схем:

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

- Нет необходимости создавать собственный сайт, тратить деньги на рекламу: через маркетплейс у вас сразу будет огромная база потенциальных клиентов.
- Стабильный приток «тёплых» покупателей, о котором также заботится торговая площадка.
- Экономия на логистике, онлайн-кассах, аренде складских помещений и прочем. У вас сразу будет готовая инфраструктура.
- Пользователи доверяют маркетплейсам.
- Гигантские масштабы: вашу продукцию могут заказать из любого уголка России.
- Повышение среднего чека через апселл.
- Большая часть ответственности лежит на маркетплейсе.



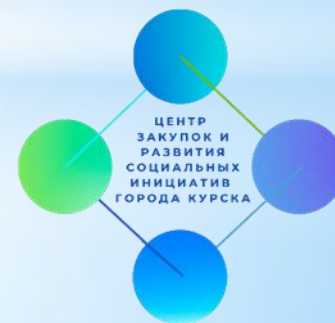
Минусы маркетплейсов

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 некрупный.*
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 заработаете, 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.



* **Главное**

- * Рынок маркетплейсов растет год к году на 20—30% — выходить на площадку перспективно и в 2024 году.
- * При выборе площадки предпринимателю стоит учитывать спрос на товар, конкуренцию среди продавцов, размер комиссии маркетплейса, особенности логистики, схему работы и требования к документам.
- * Определять популярность ниш и изучать исторические данные помогаю сервисы аналитики: Маркет, Метрика от Модульбанка, MrStats, Moneyplace.
- * В список перспективных для работы товаров входят одежда, детская одежда, обувь, аксессуары, украшения, автотовары, товары для дома, товары для здоровья.
- * И не забывайте обрабатывать отзывы покупателей — маркетплейсы ими не занимаются.

* **УДАЧИ!!!!**

БЛАГОДАРИМ ЗА ВНИМАНИЕ

МЫ НАХОДИМСЯ по адресу:

ул. Дзержинского, 25, 4 этаж, офис 4.37,

ТЦ «Олимпийский»

телефон: 740-724

