

РАБОТА С МАРКЕТПЛЕЙСАМИ: НЮАНСЫ И ОСОБЕННОСТИ

Маркетплейсы продолжают расширять свое влияние и становятся наиболее популярными онлайн-площадками у российских покупателей.



Каждый пятый бизнесмен планирует **расширение бизнеса** через маркетплейсы.

Рассматриваете электронную коммерцию как **способ заработка**?

Эта пошаговая инструкция поможет вам сделать первые шаги на маркетплейсе

Информационный материал подготовлен MPSTATS

*«Маркетплейсы 2024» маркетинговое исследование от агентства Data Insight



Зарабатывать на маркетплейсах можно не только при продаже товаров, но и организовать выдачу товаров в пунктах выдачи заказов (ПВЗ). Ведь чем больше ПВЗ, тем лучше для маркетплейса.

Заработок с ПВЗ в большинстве случаев подразумевает процент с проданных товаров, но некоторые маркетплейсы предоставляют **возможность дополнительного заработка**, например, при подключении к сервису Fresh или при загрузке полученных заказов в ближайший почтомат и т.д.

Маркетплейсы постоянно обновляют **условия партнерских выплат** для новых и действующих ПВЗ. Поэтому перед тем, как открыть ПВЗ обязательно ознакомьтесь с актуальными условиями компании на ее сайте.

ОТКРЫТИЕ ПВЗ

- + достойная прибыль (при наличии нескольких точек выдачи заказов в успешных локациях).
- необходимость стартового капитала (аренда помещения, стол для выдачи заказов, техническое оборудование, стеллажи и т.д.).

Что необходимо для открытия ПВЗ?

- провести анализ региона, где планируете открыть точку выдачи заказов
- рассчитать приблизительный объем общих заказов
- открыть ИП или ООО для дальнейшего заключения договора о партнерстве с маркетплейсом
- изучить требования конкретного маркетплейса к будущему пункту выдачи.

На разных площадках список необходимых документов и сам процесс может отличаться, но основные этапы выглядят следующим образом:

- авторизация в личном кабинете по номеру телефона;
- заполнение личных данных и банковских реквизитов для выплат;
- ознакомление с оффертой маркетплейса;
- подписание договора.

! Как правило, проверка данных не происходит мгновенно, поэтому на этом этапе придется подождать, когда модераторы одобряют вашу анкету.

ШАГ 8

Выходите на маркетплейс со своими товарами.

Прежде чем приступить к торговле, вам следует загрузить товары и оформить к ним карточки — это ключевой инструмент, который дает просмотры, заказы и продажи.

Важно наполнить их максимально информативным контентом:

- название, которое отражает суть товара;
- фото, которые ответят на основной пул вопросов;
- характеристики и описание для тех, кто еще сомневается в покупке;
- вопросы и отзывы, которые помогут принять решение о покупке.

Что дальше?

Необходимо правильно оценить результаты и провести анализ. И не забывайте про анализ обратной связи.

! Каждый отзыв очень важен на начальном этапе, и дает понять: сильные и слабые стороны продукта; уровень качества товара; закрывает ли он потребности покупателей.

ОСНОВНЫЕ ШАГИ ДЛЯ ВЫХОДА НА МАРКЕТПЛЕЙС

ШАГ 1

Проанализируйте маркетплейсы и определитесь, на каком из них вы будете строить свой бизнес (Озон, Вайлдберриз, Яндекс Маркет или МегаМаркет), исходя из:

- рейтинга маркетплейса;
- целевой аудитории;
- уровня конкуренции;
- размера комиссии за размещение товаров;
- лидирующих категорий на площадках.

ШАГ 2

Выберите нишу, обратив внимание на следующие метрики:

- монополизация в нише;
- количество продавцов и брендов;
- выручка продавцов в нише;
- количество товаров в категории;
- география заказов и т. д.

Что может повлиять на выбор ниши:

Конкуренция

Габариты товаров

Востребованность товаров

Сезонность

ШАГ 3

Определитесь с товарами, которые интересны вам, востребованы сейчас или находятся в стадии роста.

На этом этапе очень важно уделить внимание аналитике, чтобы выбранный вами товар мог принести прибыль.

Риск того, что новый товар окажется нерентабельным, довольно высок. Поэтому даже после тщательного анализа по выбору ниши проводят тестирование первой партии.

ШАГ 4

Рассчитайте необходимый бюджет для успешного старта на маркетплейсах.



Если вы ставите цель – выйти на стабильно высокую прибыль, сохранить результат на длинной дистанции и постоянно его повышать, то **это потребует от вас определенных вложений**.



Со стратегией финансирования, которая лучше всего подходит бизнесу, каждый определяется самостоятельно.



Собственный капитал хорош, когда вы только начинаете дело, пока масштабы еще не велики.



Привлечение инвестиций стоит рассмотреть, когда вы почувствуете, что вышли на **стабильно высокий результат** и готовы двигаться выше.

ШАГ 5

Сделайте расчет юнит-экономики, чтобы прибыль перекрывала все расходы. Но в то же время чтобы товар оставался доступным и привлекательным для покупателей.



В расчетах важно учесть абсолютно все затраты на товар:

- закупку партии товара;
- логистику и хранение продукции;
- упаковку и маркировку;
- комиссию маркетплейса;
- продвижение и рекламу;
- оформление сертификационной документации на товар.



Если эта задача кажется сложной, можно воспользоваться сервисами, готовыми помочь провести качественный анализ.

ШАГ 6

Оформите правовой статус. Вам доступны следующие варианты:

Статус самозанятого

Важно учесть ограничения по доходу — он не должен превышать 2,4 млн рублей в год.

Статус индивидуального предпринимателя

Максимально допустимый объем выручки в год — 188,55 млн руб.

Статус ООО

Эта форма менее популярна на начальном этапе, чем ИП, потому что открыть и закрыть ее сложнее. А штрафы, как и ответственность, выше.

ШАГ 7

Зарегистрируйтесь как продавец на маркетплейсе.

НА ЦИФРОВОЙ ПЛАТФОРМЕ МСП.РФ ЗАПУЩЕН СЕРВИС «ПРОДАЖИ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ И В СОЦСЕТЯХ» – ЭТО:

возможность сопоставления условий работы на различных электронных торговых площадках

получение специальных предложений от администраторов маркетплейсов на продвижение своих товаров и услуг

