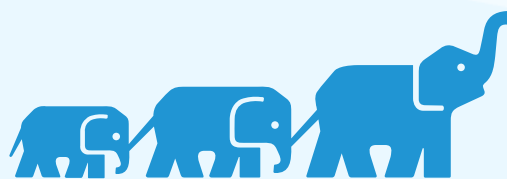


**ОЧАКОВСКАЯ
ЛОГИСТИЧЕСКАЯ
КОМПАНИЯ**



КАК ВЫГОДНО ПРОДАВАТЬ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ

Правила успешных продаж

Выход на маркетплейсы —

это отличная возможность для предпринимателя начать работу с покупателями со всей страны, решить проблемы хранения товара и приема оплат, а также быстро запустить продажи своего продукта.

Рынок маркетплейсов активно развивается: в 2022 году количество продавцов выросло в три раза по сравнению с 2020 годом. Согласно прогнозам АКИТ (Ассоциация компаний интернет-торговли), объем интернет-торговли в 2023 году может вырасти до 30% от текущего.

Маркетплейсы стали настолько популярными за последние 10 лет, что, наверное, только ленивый не думал о том, чтобы начать там продавать.

И это оправдано:

- ✓ здесь низкий порог входа
- ✓ вся инфраструктура уже готова
- ✓ вы экономите время и средства на организацию бизнеса.

ТО ЕСТЬ ОТКРЫТЬ СВОЙ БИЗНЕС МОЖНО БУКВАЛЬНО ИЗ ДОМА

Звучит как идеальное решение.

Но как всегда есть несколько «но»:

- 
- высокая конкуренция
 - вероятность ошибки при выборе ниши, из-за чего бизнес не «взлетит»
 - нужны вложения в продвижение товаров (да, маркетплейсы сами занимаются основной частью продвижения, но вам все равно придется вкладываться, чтобы позиции товара были как можно выше)

Чтобы избежать ненужных проблем, перед выходом на любой маркетплейс необходимо пройти ряд стандартных этапов, которые позволят легче влиться в процесс и не потерять время и деньги. Необязательно делать все по порядку — можно заниматься всеми этапами параллельно.

1

Выберите нишу и товар

Выбирать товар просто потому что он вам нравится — не лучшее решение. Чтобы не ошибиться и не потерять время и деньги, проанализируйте рынок и спрос. Так вы сможете найти свободную и подходящую именно вам нишу.

поиск по ключевым словам на маркетплейсах

Чтобы найти популярные товары, можно воспользоваться поиском по ключевым словам на маркетплейсах — просто введите название товара в поисковую строку и увидите категории, в которых он доступен. Чтобы упростить задачу, можно воспользоваться сервисами аналитики, например, [MPSTATS](#) или [Huntersales](#). Они покажут, как часто пользователи ищут те или иные товары на площадках и как много продавцов их предлагают.

2

Выбор поставщика

Выбор поставщика — очень важный этап в процессе работы с маркетплейсами.

Поставщиков можно разделить на три группы:



Производители

самостоятельно производят товары. Вы работаете с производителями напрямую и уверены, что приобретаете 100% оригинальную продукцию



Дистрибьюторы

закупают товары у производителей и перепродают по более высокой цене. У вас есть возможность закупки товара небольшими партиями, а также закупки товара разных производителей у одного дистрибьютора



Импортёры

работа осуществляется по тому же принципу, что и у дистрибьюторов, основное отличие заключается в том, что импортёры закупают товар у зарубежных производителей

ОСОБЕННОСТИ на которые необходимо обращать внимание при выборе поставщика:

- Удобные и быстрые способы возврата товара при наличии брака/дефекта
- Закупочная цена: она полностью влияет на рентабельность ваших продаж
- Объем минимальной партии заказа
- Наличие сертификатов качества, деклараций соответствия
- Возможность обеспечивать регулярные поставки
- Соответствие товара требованиям маркетплейса

ГДЕ ИСКАТЬ ПОСТАВЩИКОВ?

Поисковые системы (Google, Yandex)

Сайты с рейтингами поставщиков

Онлайн-каталоги или справочники
например, [Поставщики.ру](#) или [ОптЛист](#)

Профильные мероприятия
ярмарки, выставки и конференции

Вопрос выбора поставщика является особенно актуальным для селлеров, которые не занимаются производством товара самостоятельно. И к нему необходимо подходить очень тщательно: надежный поставщик обеспечит вам хороший ассортимент и бесперебойные поставки в нужные сроки.

3

Изучите требования площадки

На большинстве маркетплейсах могут работать ООО, ИП и самозанятые. Однако требования могут отличаться. Так, например, самозанятым доступны к продаже далеко не все товары, а их перечень каждый маркетплейс определяет самостоятельно.

Для некоторых товаров в обязательном порядке нужно предоставлять документы: декларацию о соответствии, сертификат или свидетельство о государственной регистрации и т.п.

САМОЗАНЯТОСТЬ



Форма самозанятости подойдет вам, если вы самостоятельно производите товар и планируете его реализацию на маркетплейсе. Ответность при самозанятости автоматически формируется в приложении, что удобно. В 2023 году с данной организационно-правовой формой работают следующие площадки: Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет, AliExpress, KazanExpress.

ООО



Если вы планируете открывать бизнес с партнерами, расширяться и привлекать инвестиции, то лучше выбрать ООО. Данная организационно-правовая форма более серьезно воспринимается поставщиками и партнерами и обеспечивает преимущества при масштабировании.

ИП



Индивидуальное предпринимательство (ИП) является наиболее распространенной организационно-правовой формой для торговли на маркетплейсах. Преимущества ИП заключаются в простоте регистрации и ликвидации, а также в удобстве ведения бухгалтерского учета. Выбор формы регистрации — важный шаг для успешного бизнеса на маркетплейсе.

Подумайте о своих целях и планах, чтобы сделать его правильным.

5 критериев *которые помогут выбрать наиболее подходящую платформу для вашего старта*

Популярность маркетплейса

Чем популярнее маркетплейс, тем больше у вас шансов привлечь покупателей. Изучите рынок и выберите наиболее востребованную платформу.

Требования к продавцу

Некоторые маркетплейсы имеют жесткие требования к качеству товара, упаковке, срокам доставки и т.д. Поэтому, прежде чем выбрать платформу, убедитесь, что вы сможете соответствовать этим требованиям.

Стоимость регистрации

Учитывайте этот момент, чтобы не получить неприятных сюрпризов в виде непредвиденных расходов. На данный момент, платная регистрация на Wildberries, на остальные площадки можно выйти бесплатно.

Размер комиссии

Эта величина может значительно варьироваться в зависимости от площадки и товарной категории. Например, на Ozon комиссия по одежде и обуви в среднем 5%, на Wildberries — от 5 до 15%.

Логистика

Логистика на всех маркетплейсах работает по нескольким основным схемам: FBS (Фулфилмент на стороне продавца), FBO (Фулфилмент на стороне оператора) и DBS (Доставка продавцом). Позаботьтесь о том, чтобы логистика на маркетплейсе не стала для вас проблемой.

4

Определитесь с моделью работы

Какие схемы сотрудничества предлагают маркетплейсы продавцам?

Большая часть популярных электронных торговых площадок предлагает для работы следующие модели фулфилмента:

FBO

Fulfillment by Operator, или Фулфилмент от маркетплейса. В данном случае маркетплейс берет на себя ограниченный круг обязанностей по логистике, таких, как хранение продукции, комплектация заказов, доставка покупателю и др. Данная схема отлично подходит для реализации товаров массового спроса (косметика, бытовая химия и пр.).

FBS

Fulfillment by Seller, или Фулфилмент от продавца. Маркетплейс ответственен исключительно за доставку товара покупателю. Хранением продукции, комплектацией и оформлением заказов занимается сам продавец. Это идеальная схема на случай, если у вас уже сложилась своя система хранения, обработки и доставки товара до склада маркетплейса.

DBS

Delivery by Seller или Доставка продавцом. Схема, при которой хранение, упаковка и доставка осуществляется силами продавца, а маркетплейс выступает только в роли витрины, демонстрирующей продукцию поставщика. Данная модель дает возможность продавать через маркетплейс определенные категории изделий, например, особо крупные предметы мебели, бытовую технику и специализированную продукцию, требующую особых условий хранения и транспортировки.

5

Изучите условия работы

Принцип работы на маркетплейсах примерно одинаковый, но вот условия могут отличаться, от этого будет зависеть то, какой размер расходов нужно будет закладывать при работе на площадке. Поэтому внимательно изучите:

- Тарифы и комиссию за размещение товаров
- Правила и сроки выплат за продажу товаров
- Условия поставки
- Требования к продавцам
- Ценовую политику
- Правила модерации карточек товара

Пройдите этапы регистрации

- ❖ Зарегистрируйте свой бизнес или проверьте его форму. Откройте нужные формы ОКВЭД, если это необходимо.
- ❖ Зарегистрируйтесь на выбранной площадке, указав все необходимые данные.
- ❖ Выберите модель работы, о которой мы говорили ранее.
- ❖ Создайте карточки товаров по всем требованиям площадки, иначе их может не пропустить модерация, которая есть на большинстве маркетплейсов.
- ❖ Пройдите модерацию. Обычно модерация магазина занимает от одного дня до недели.

Какие документы нужны для торговли на маркетплейсе?

Продавать товары на маркетплейсах можно имея статус самозанятого, ИП или ООО.

Для начала работы с площадкой необходимо предоставить следующие документы:

	ИП	копия паспорта предпринимателя, свидетельство о государственной регистрации ИП, ИНН
	ООО	свидетельство ОГРН (или лист записи ЕГРЮЛ), ИНН, копия паспорта генерального директора, устав сообщества
САМОЗАНЯТЫЕ		ИНН, для работы с Ozon нужно будет загрузить скан паспорта

+ Договор с маркетплейсом: до старта продаж необходимо принять оферту

! Также маркетплейсы могут запросить документы, которые **гарантируют качество товара**.

К таким документам относятся:

- ✓ Сертификат соответствия, который требуется для всех категорий товаров
- ✓ Декларация соответствия: подтверждает безопасность продаваемой продукции
- ✓ Отказное письмо: в случае, если товар не попадает под требования обязательной декларации или сертификации
- ✓ Маркировка: должна присутствовать на всей продукции, производимой или ввозимой в РФ
- ✓ Товарный знак, помогает в идентификации и защите реализуемого товара на маркетплейсе

Какие ошибки можно допустить в процессе работы

Неопытные продавцы могут считать, что регистрации и прохождения модерации вполне достаточно для того, чтобы начать продавать товары чуть ли не с первого дня. Чаще всего новички ошибаются в базовых элементах работы на маркетплейсах:



Не используют аналитику. Она нужна на ежедневной основе и все площадки предоставляют инструменты, которые позволяют отслеживать динамику работы. Некоторые площадки даже публикуют списки самых популярных категорий, что помогает лучше ориентироваться в трендах и совершенствовать стратегию бизнеса.



Не занимаются продвижением товаров. У каждого маркетплейса есть множество инструментов для продвижения товаров — платные и бесплатные. К бесплатным относятся SEO, общее оформление карточки, отзывы. К платным — различные виды рекламы внутри и за пределами площадки.



Не готовятся к сезонным и праздничным распродажам. В эти периоды спрос возрастает кратно, поэтому опытные селлеры рекомендуют готовиться заранее: прогнозировать спрос, заказывать нужное количество продукции у поставщиков, менять стратегию продвижения. Чаще всего подготовку нужно начинать за несколько месяцев до распродажи.



Не выполняют рекомендации по оформлению карточек товара. Чем лучше заполнена карточка, тем выше вероятность ее попадания в топ выдачи и покупки клиентом.

Отдельным важным пунктом является вопрос **логистики товаров**.

«Что выбрать: организовать собственную логистику и хранение или передать этот комплекс услуг на аутсорсинг опытному логистическому оператору (фулфилмент)?»

Этот вопрос предприниматели сами решают для себя. Сотрудничать с логистическими операторами предприниматели могут на любом этапе развития бизнеса: новички могут избежать массы трудностей в начале выхода на маркетплейс, а опытные предприниматели — масштабироваться, осваивать новые регионы доставки и, тем самым, увеличивать прибыль компании.

ФУЛФИЛМЕНТ

это инструмент, который может стать надежным помощником в развитии вашего бизнеса

ОЛК | 

Какие **ВЫГОДЫ** получает селлер при заказе услуги фулфилмента?



Фулфилмент позволяет оптимизировать бюджет, сокращая затраты на склад, персонал и ИТ. Это позволит направить высвободившиеся ресурсы на развитие вашего бизнеса



Благодаря фулфилменту вы повысите качество обработки заявок и заказов, что приведет к увеличению удовлетворенности клиентов и укреплению вашей репутации



Фулфилмент позволит вам расширить географию доставки: вы увеличите клиентскую базу и, соответственно, объем продаж



Вы сможете сэкономить время, так как минимально будете участвовать в рабочих процессах



Фулфилмент минимизирует риски, связанные с сохранностью товаров, что всегда является приоритетом для любого бизнеса

С началом развития маркетплейсов в нашей стране, «Очаковская Логистическая Компания» стала оказывать услуги фулфилмента и делает это успешно, что могут подтвердить сотни наших постоянных клиентов. За период существования торговли на электронных площадках у нас был сформирован широкий комплекс услуг фулфилмента, востребованный торговыми компаниями и предпринимателями, продающими товары через маркетплейсы, и мы готовы предлагать его нашим клиентам.

5 ПРЕИМУЩЕСТВ

сотрудничества с «Очаковской Логистической Компанией»

ОЧАКОВСКАЯ
ЛОГИСТИЧЕСКАЯ
КОМПАНИЯ



Мы учитываем в работе все особенности бизнеса наших Клиентов



Профессионально оборудованные склады обеспечивают надлежащие условия хранения



Минимизация брака при сборке и обработке заказов



Автоматизированная система управления складскими процессами



Прозрачная система контроля, строгое ведение документации и предоставление необходимой отчетности

НАШИ КОНТАКТЫ:

8 (800) 770-07-20

<https://olk.su>



[ВКонтакте](#)



[Телеграм](#)



[YouTube](#)



[Яндекс Дзен](#)

5 ПРАВИЛ ОФОРМЛЕНИЯ КАРТОЧКИ

Правильно оформленная карточка на маркетплейсе — это лицо вашего товара и эффективный инструмент, который поможет привлечь покупателя, выделиться среди конкурентов и увеличить продажи



Придумайте информативное название

Название карточки товара должно полностью отражать суть: чем больше характеристик товара вы пропишите в заголовке, тем лучше. Также важно, чтобы название было SEO-оптимизированным, то есть включало в себя популярные запросы покупателей.



Укажите в названии карточки товара бренд

Это позволит повысить шансы найти в поисковой системе именно ваш товар.

Загрузите качественные фото и видео

Четкое качество фотографий и видео, акцент на товаре, который продается, много ракурсов — все эти пункты помогут вам продемонстрировать товар максимально выигрышно.

Отслеживайте раздел отзывов и оценок

Как правило, положительные отзывы и оценки двигают карточку товара в «топ». Также обязательно обрабатывайте негативные отзывы: таким образом покупатели могут сделать выводы о вашем отношении к клиентам.



Предлагайте бонус за покупку

Вашим клиентам будет очень приятно понимать, что совершая покупку у вас, они получают чуть больше, чем в других магазинах.



Маркировка Честный ЗНАК

ОЛК |

Обязательная маркировка Честный ЗНАК в логистике

Весь путь товара от завода до потребителя фиксируется в национальной системе маркировки Честный ЗНАК. На каждую единицу товара нанесен специальный стикер с цифровым кодом, который гарантирует его подлинность и качество. Каждый раз, когда товар проходит этап цепочки поставок, он сканируется и регистрируется в центральной государственной базе данных.

Складские процессы приема и отгрузки в «Очаковской Логистической Компании» адаптированы под работу с нашими Клиентами, зарегистрированными в системе Честный ЗНАК.



5 СЕРВИСОВ АНАЛИТИКИ, которые помогут вам управлять продажами с большей эффективностью

MPStats

Инструмент для аналитики и управления продажами на Wildberries и Ozon. С помощью MPStats вы можете изучить конкурентов, товарные категории, отследить тренды и спрос на товары. Есть пять тарифов, среди которых и бесплатный с базовой функциональностью.

Market Guru

Платформа аналитики Wildberries и Ozon. На сервисе зарегистрировано уже более 30 000 пользователей. Четыре платных тарифа, а также бесплатное расширение для браузера, которое анализирует выручку количество продаж и остатки любого товара за 30 дней и в 1 клик находит себестоимость товара у китайских производителей.

Sellerfox

Сервис позволяет анализировать 6 основных маркетплейсов: Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет, KazanExpress, СберМегаМаркет и Алиэкспресс. Одно из преимуществ платформы: пресеты — наборы фильтров, которые в несколько кликов формируют нужную аналитическую таблицу.

Stat4Market

Работает с Wildberries и Ozon. На платформе есть инструменты для анализа ниши и конкурентов, управления продажами, поиска трендов и SEO карточек.

Moneyplace

Сервис работает с 6 основными маркетплейсами; главной фишкой является наличие собственной нейронной сети, которая анализирует нужную нишу по сотне параметров и дает оценку ее привлекательности.

5 ПРИНЦИПОВ РАБОТЫ С ОТЗЫВАМИ

«Более 95% посетителей маркетплейсов при покупке ориентируются на отзывы других покупателей» — об этом говорит исследование Baymard Institute. Отзывы — важный инструмент для любого бизнеса, помогающий увеличить продажи и лояльность клиентов.



- 1** Отвечайте на все отзывы. При работе с негативом важно извиниться перед покупателем и предложить решение проблемы. И не забывайте благодарить клиентов за позитивные отзывы.
- 2** Оперативность. Это подчеркнет ваше отношение к клиенту и желание как можно быстрее решить проблемный вопрос, если отзыв был негативным
- 3** Мотивируйте оставлять отзывы. Вместе с заказом вы можете отправить флаер с просьбой опубликовать отзыв на маркетплейсе и предложить скидку на следующий заказ.
- 4** Сохраняйте позитивный тон. Даже если вы считаете отзыв некорректным или необоснованным, общайтесь с покупателями вежливо и без лишней агрессии.
- 5** Используйте отзывы как точки роста. Не всегда плохие отзывы приносят негативный эффект: анализируйте обратную связь клиентов и выявляйте области для улучшения своего продукта.

ПЛАТНЫЕ И БЕСПЛАТНЫЕ СПОСОБЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ТРАФИКА НА МАРКЕТПЛЕЙС

Как продавцу выжить в условиях сильной конкуренции на маркетплейсе? Чтобы ваш товар был замечен покупателем с большей вероятностью, необходимо обеспечить высокую привлекательность карточки товара. Эту задачу решают инструменты продвижения на маркетплейсе.

БЕСПЛАТНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ:

ОПТИМИЗАЦИЯ КАРТОЧЕК ТОВАРА	Название карточки, описание и текст должны быть SEO-оптимизированными и содержать популярные запросы пользователей.
ОТЗЫВЫ И РЕЙТИНГ	Чем больше положительных отзывов на маркетплейсе, тем выше рейтинг вашего магазина и позиция товара в выдаче.
АКЦИИ МАРКЕТПЛЕЙСА	Актuонные товары выделяются в отдельных блоках или показываются выше в поисковой выдаче, что повышает их привлекательность для покупателей.
КОНТРОЛЬ ОСТАТКОВ И ДИНАМИКА ЦЕН	Помните, что ценообразование является важным элементом продажи и требует баланса между завышенностью и заниженностью цен. Кроме того, необходимо следить за наличием товара на складе, так как отсутствие товара может снизить ваш рейтинг на маркетплейсе.

ПЛАТНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ:

РЕКЛАМА В ПОИСКЕ	С помощью этого инструмента ваша карточка товара будет показана в топе поисковой выдачи, что повысит вероятность покупки.
РЕКЛАМА В КАРТОЧКЕ ТОВАРА КОНКУРЕНТА	Ваше предложение будет видно покупателям при просмотре карточек других магазинов.
ВНЕШНИЙ ТРАФИК	Для увеличения внешнего трафика, вы можете использовать контекстную рекламу и таргетированную рекламу в социальных сетях.
ПРИВЛЕЧЕНИЕ ЛИДЕРОВ МНЕНИЙ / ИНФЛЮЕНСЕРОВ	Инфлюенсер — это человек, чье мнение является авторитетным в какой-либо области. Аудитория, как правило, доверяет этому человеку, что повысит вероятность покупки вашего товара.