

Перевод бизнеса в онл@йн

Portal.b14.ru
8-800-100-58-80

Якутск - 2020

- 1. Понятие интернет-бизнес;
- 2. Создание сайта;
- 3. Продвижение товаров и услуг в интернете;
- 4. Размещение на маркетплейсах.



Интернет-бизнес или электронный бизнес (на англ. **electronic business, eBusiness, e-business**) — это обмен товарами и услугами между предприятиями, группами и отдельными лицами посредством применения информационных и коммуникационных технологий.

В электронном бизнесе есть три ключевых области, которые имеют особое значение:

→ **Электронные-закупки:** электронные закупки товаров и услуг компании, направлены на снижение потери энергии и денег.

→ **Интернет-магазин:** электронные продажи с помощью соответствующих платформ, продуктов и услуг, например, через интернет - магазин.

→ **Emarketplace:** электронная коммерция через цифровые сети, как место встречи между клиентами и поставщиками товаров и услуг.



Шаг 1. Выбор ниши

Подбирая нишу и затем ассортимент товаров и услуг, учитывайте свои сильные стороны. **Начало бизнеса — это уже вызов;** не добавляйте дополнительный стресс, вступая в отрасль, о которой вы ничего не знаете. Подумав о том, чем вы увлечены и в чем немного разбираетесь, вы можете сузить выбор ниши.

Шаг 2. Определиться с целевой аудиторией и выбрать название

Перед тем, как окончательно определиться с целевой аудиторией, изучите рынок в той нише, которую выбрали. Рекомендуем выбрать 5-8 конкурентов и описать их особенности. Поможет таблица:

Название	Уникальное торговое предложение	Рекламные акции	Аудитория	Плюсы и минусы интернет-магазина одежды
Компания №1				
Компания №2 (и т.д.)				

Описав конкурентов, вы начнете понимать, на какую целевую аудиторию они рассчитаны. Теперь опишите своих потенциальных клиентов.

Используйте демографические характеристики:

- пол;
- возраст;
- город;
- уровень дохода;
- семейный статус.

И психологические:

- увлечения;
- интересы помимо одежды;
- стиль жизни;
- поведение в интернете;
- жизненные ценности.



Анализ аудитории поможет определиться с названием интернет-магазина/сайта. При подборе названия обязательно проверьте, свободен ли такой домен в Интернете. Если ваш сайт будет рассчитан на аудиторию из определенного города, отразите это в названии.

Шаг 3. Определиться с концепцией сайта

Конкурентный анализ и полный образ покупателя поможет найти верную концепцию сайта. На что будет рассчитан: интернет-магазин, сайт предоставление услуг и т.д.?

Сайт с собственной концепцией, со своим уникальным торговым предложением, привлечет аудиторию и постоянных клиентов.

Шаг 4. Найти поставщика

При поиске поставщика товара главное — стать максимально близким к производителю. Это позволит уменьшить стоимость закупки товаров/услуг и сделать бизнес более маржинальным. Региональные представители — хороший вариант.

Определиться с поставщиком поможет:

- поиск в интернете и социальных сетях;
- личные связи;
- посещение выставок.

У поставщика стоит заказать пробную партию товара, чтобы определиться с соотношением «цена-качество».

При выборе поставщика из-за рубежа оптимально — найти официального представителя компании в России, чтобы избавиться от разборок с таможенными органами. Если продажи пойдут успешно, то можно обратиться к поставщику напрямую. Например, съездить на фабрику в Китае.

Шаг 5. Определиться со способом доставки

Для этого можно самому поработать курьером, который будет доставлять товар из интернет-магазина в рамках одного города, самый простой способ организации доставки, либо воспользоваться дополнительными функциями такси-агрегаторов Яндекс.Такси, inDriver и т.п. Чаще всего интернет-магазины одежды предпочитают отдавать доставку на аутсорсинг: заключают договор с отдельной курьерской службой.

Шаг 6. Запустить сайт

Перед непосредственным созданием сайта для начала стоит изучить рынок: он предлагает множество вариантов с разными возможностями, условиями использования и ограничениями.

Можно сказать, что все CMS (Content Management System – система управления контентом) делятся на две большие группы: открытые системы, которые распространяются бесплатно и позволяют пользователям редактировать исходный код, и проприетарные закрытые решения, которые не открывают код и, как правило, предоставляются на платной основе. Выделяют также автономные и динамические движки: первые используются для создания статичных сайтов, вторые – для интерактивных. На рынке существует несколько популярных систем:

- 1) **Drupal** – бесплатная, но полнофункциональная и достаточно тяжелая CMS, имеющая в составе все необходимое для создания полноценного сайта (<https://www.drupal.org/>);
- 2) **1С Битрикс** – объемная, многопрофильная платная система, чересчур тяжеловесная для простых задач, но хорошо справляющаяся со сложными (<https://www.1c-bitrix.ru/>);

- 3) **Joomla** – крайне простой в использовании бесплатный движок, который применяют начинающие сайтостроители и компании, не требующие от ресурса мощных вычислений (<https://www.joomla.org/>);
- 4) **MODx** – удобная для разработчиков бесплатная CMS, обладающая высокой степенью защищенности и достаточной гибкостью для решения большинства задач (<https://modx.ru/>);
- 5) **WordPress** – известный по всему миру движок, который изначально предназначался для создания блогов, однако на данный момент имеет куда более широкую функциональность (<https://ru.wordpress.com/>);
- 6) **Tilda Publishing** – интуитивный конструктор сайтов. Подходит для создания небольших проектов — информационных и корпоративных ресурсов, Landing Page и интернет-магазинов с десятком-другим позиций (<https://tilda.cc/ru/>);
- 7) **Wix** — это не просто конструктор сайтов, а ведущая облачная платформа с миллионами пользователей по всему миру. С нами вы сможете легко создать красивый сайт самостоятельно (<https://ru.wix.com/>).
- 8) движки для создания форумов: phpBB, vBulletin и другие;
- 9) системы для организации интернет-магазинов: как бесплатные (**OpenCart** – <http://opencart-russia.ru/>, **PrestaShop** – <https://prestaweb.ru/>), так и платные (**Umi.CMS** – <https://www.umi-cms.ru/>, **Shop-Script** – <https://www.shop-script.ru/> и другие);
- 10) Также на основе отзывов можете воспользоваться услугами веб-студий, разрабатывающих интернет-магазины/сайты.



Шаг 7. Определиться со способом оплаты

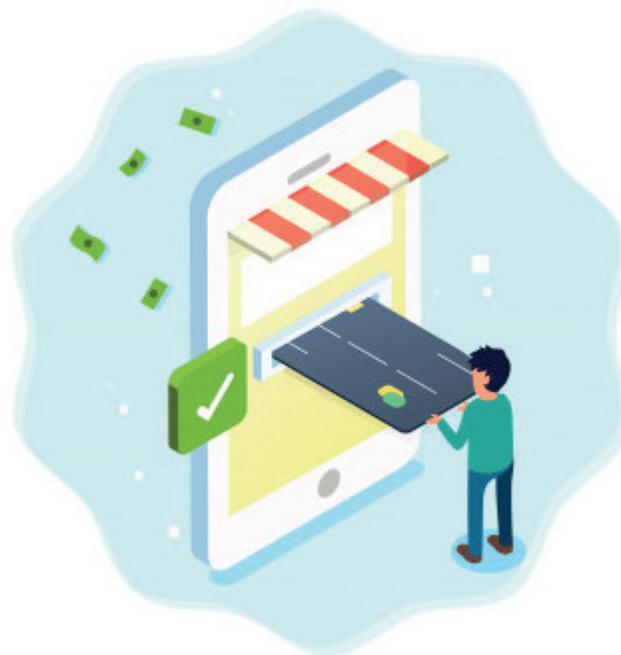
Интернет-магазин может принимать оплату за товар наличными при доставке курьером или в пункте выдачи заказов, а также онлайн-платежи.

К интернет-магазину, который будет принимать оплату онлайн, необходимо подключить систему приема платежей. Можно заключить договор с банком-эквайером или платежным агрегатором, таким как Яндекс.Касса, ЕКАМ.ОНЛАЙН-Чеки, Robokassa, Единая касса и т.д.



ВАЖНО!

При выборе партнера обратите внимание на его известность (клиенты будут охотнее платить, если магазин одежды сотрудничает с известным брендом) и на расценки (они у платежных агрегаторов отличаются в разы).



 **Email-маркетинг** - представляет собой эффективный инструмент интернет-маркетинга, который предназначен для реализации товаров и услуг посредством рассылки электронных писем. Форму и содержание электронного письма подбирают в зависимости от индивидуальных особенностей рекламируемых товаров и услуг. За счет использования прямой коммуникации можно значительно увеличить лояльность потенциальных клиентов, получить качественную обратную связь, увеличить вероятность повторных продаж.

 **Контекстная реклама** – разновидность онлайн инструментов интернет-маркетинга, который представляет собой рекламные сообщения в поисковых системах Яндекс, Google, Rambler, Bing и других. Контекстная реклама позволяет сегментировать широкую аудиторию целевых пользователей по различным критериям: год рождения, геолокация, пол, увлечения, покупательская способность и др. Оплата за контекстную рекламу производится в расчете за один клик, что позволяет расходовать бюджет только на целевые переходы. Продвижение интернет площадок этим способом дает возможность получить положительные результаты в сфере продаж и сбора контактных данных пользователей.





SEO (Search Engine Optimization) – эффективная технология онлайн маркетинга, направленная на достижение высоких позиций сайта в результатах выдачи популярных поисковых систем: Яндекс, Google, Rambler, Mail.ru и других. Для достижения положительных результатов используют оптимизацию внешних и внутренних факторов ранжирования, которые заложены в алгоритмы индексации сайтов поисковыми системами. Целевой трафик с поисковой выдачи переходит по определенным пользовательским запросам, под которые целенаправленно оптимизируется сайт.



Партнерский маркетинг – технология интернет-маркетинга, которая заключается в рекламе сайтов, товаров и услуг за счет партнеров. При этом все партнеры за конкретное целевое действие (подписка, оформление покупки, переход на сайт и др.) получают определенное вознаграждение. В зависимости от модели оплаты, различают следующие формы партнерского маркетинга: с вознаграждением за оплаченный заказ (CPS), за заполнение формы с контактами (CPL), за целевое действие посетителя (CPA).





Медийная реклама – технология интернет-маркетинга, которая выражается в форме рекламного сообщения в текстовом, графическом или видеоформате, размещаемое на тематических интернет-площадках. Раскрутка при помощи медийной рекламы является эффективным способом увеличения трафика, конверсии посетителей в клиентов, повышения лояльности пользователей к бренду, проведения различных PR акций. Для размещения медийной рекламы используют сайты из РСЯ (рекламной сети Яндекс), контекстно-медийной сети Google и других специализированных рекламных сетей.



Контент-маркетинг - является совокупностью инструментов маркетинга, которые направлены на привлечение и удержание целевой аудитории путем распространения релевантного контента. Продвижение с помощью этого способа представляет собой долгосрочную стратегию по созданию и распространению актуальной тематической информации, которая косвенно убедит потенциальных клиентов выполнить целевое действие. На протяжении длительного промежутка времени аудитория будет формировать свое представление о рекламируемом продукте на основании распространяемой рекламодателем информации. В этом случае появляется возможность наглядно продемонстрировать все преимущества продукта и создать спрос на него.

Не смотря на обилие методов рекламы в интернете, наиболее эффективным методом продвижения в интернете является **SMM (Social Media Marketing)** – одна из технологий интернет-маркетинга, которая основана на рекламе товаров, услуг, брендов и компаний в известных социальных сетях: Facebook, Instagram, ВК, Одноклассники и др. SMM-продвижение обеспечивает узнаваемость бренда, постоянную коммуникацию с клиентами, создание интереса к рекламируемым продуктам. Основными формами SMM является активное ведение профиля в социальных сетях, постинг тематического контента, общение с аудиторией, вирусный маркетинг, создание положительного имиджа.



На территории Якутии функционируют множество интернет-магазинов, но также несколько крупных маркетплейсов, для размещения своих товаров/услуг необходимо обращаться администрации маркетплейса для заключения соглашения:

Etp14.ru – Единая торговая площадка «Сделано в Якутии» – это маркетплейс или большой интернет-магазин, где представлены товары, произведенные в Республике Саха (Якутия). Местным товаропроизводителям сложно конкурировать с федеральными торговыми сетями. Многие предприниматели далеко не всегда имеют сайты, где покупатели могли бы иметь полноценную возможность ознакомиться с продуктом и сделать заказ. Онлайн-магазин – это современный инструмент для торговли, который позволяет сэкономить время и продавцу, и покупателям. (Ссылка для сотрудничества <https://etp14.ru/about-us/>)



Eda.ykt.ru – бесплатное мобильное приложение для быстрого и удобного заказа еды из лучших ресторанов и служб доставки Якутск: сотни блюд на выбор и специальные акции только для пользователей приложения (Для сотрудничества обращаться по номеру +7(964)429-94-26 (Тимур Игоревич) либо писать на e-mail: eda@yaknet.com).



Boontar.live – стриминговая видео-платформа, позволяющая продавать товары или услуги на экране видео без прерывания просмотра. Здесь каждый может стать как продавцом, так и покупателем. Вас ждет интуитивно понятный интерфейс, схожий с социальными сетями, а все транзакции проходят через наш сервис, и вам не понадобится подключать платежную систему. (Ссылка для сотрудничества <https://boontar.com/#rec167010006>)



Sakha.market – площадка станет незаменимым инструментом для вашего бизнеса, поскольку основная цель – помочь покупателю и продавцу найти друг друга без лишних затрат. С помощью данного сервиса каждый продавец найдет для себя надежный канал сбыта, а покупатель – широкий ассортимент товаров разной ценовой категории. (Ссылка для сотрудничества https://sakha.market/index.php?dispatch=companies.apply_for_vendor)



Openbig.ru – это виртуальный торговый центр всех товаров и услуг г. Якутска. Наша цель – создать для Вас удобную и эффективную интернет - витрину товаров и услуг, где продавец встречается со своими покупателями, где бы они ни находились. (Ссылка для сотрудничества <https://yakutsk.openbig.ru/pricing/>)

Pricebox.mobi – это единый сервис доставки товаров из магазинов города на основе мобильного приложения. Скачав приложение для своего устройства бесплатно, Вы получаете доступ ко всем функциям сервиса. (Ссылка для сотрудничества <https://pricebox.mobi/franch>)



Крупнейшие маркетплейсы России:

Wildberries.ru – привлекателен для поставщиков всех товарных категорий. Наиболее широко представлены одежда, обувь, детские игрушки.

Удобство для покупателей:

- пункты выдачи заказов в максимально проходимых местах;
- мобильное приложение;
- программа скидок.

Условия сотрудничества: <https://partners.wb.ru/>



Ozon.ru – старейший игрок рынка электронной коммерции в России. Широкий спектр товарных категорий. Склады в разных точках страны.

Удобство для покупателей:

- пункты выдачи заказов в максимально проходимых местах;
- мобильное приложение;
- премиум-аккаунты с дополнительными скидками.

Условия сотрудничества: <https://seller.ozon.ru/>



Lamoda.ru – преимущественный ассортимент – одежда, обувь, аксессуары. Среди прочего реализует товары брендов люкс и премиум-класса. Площадка работает и как маркетплейс, и в качестве ритейлера. Отличительная особенность – средний чек покупки выше, чем на большинстве маркетплейсов.

Удобство для покупателей:

- пункты выдачи заказов, курьерская доставка с примеркой;
- мобильное приложение;
- собственная программа скидок.

Условия сотрудничества: <https://www.lamoda.ru/landing/marketplaceforpartners/?from=footer>

lamoda

Beru.ru – совместный проект Яндекса и Сбербанка России. Стремительно развивающаяся площадка, ведущая активную рекламную кампанию. Товарные категории: преимущественно непродовольственные товары — одежда, обувь, электроника, зоотовары.

Удобство для покупателя: бонусы, скидки, различные варианты доставки.

Условия сотрудничества: <https://beru.ru/lp/start>

Совместно с Беру.ру реализуется проект **Яндекс.маркет** – торговая и одновременно рекламная площадка.

Покупатели посещают Яндекс.маркет через инструменты продвижения, а также в поисках отзывов на товары.

Продавцы могут видеть статистику просмотра товаров, использовать данные в планировании продаж. Условия сотрудничества: <https://marketaff.ru/>



беру!