

2016

Электронные торговые площадки[©]

МЕТОДИЧЕСКОЕ
ПОСОБИЕ



РОССИЙСКИЙ
ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

ЭКСАР

РОСЭКСИМБАНК



ВСЕ СЕКРЕТЫ
E-COMMERCE
В ОДНОЙ БРОШЮРЕ

5 О ЧЕМ
ЭТО
ПОСОБИЕ?

42

Рекомендации по выходу на
международные
электронные площадки

Полезные
и сопутствующие
сервисы

36

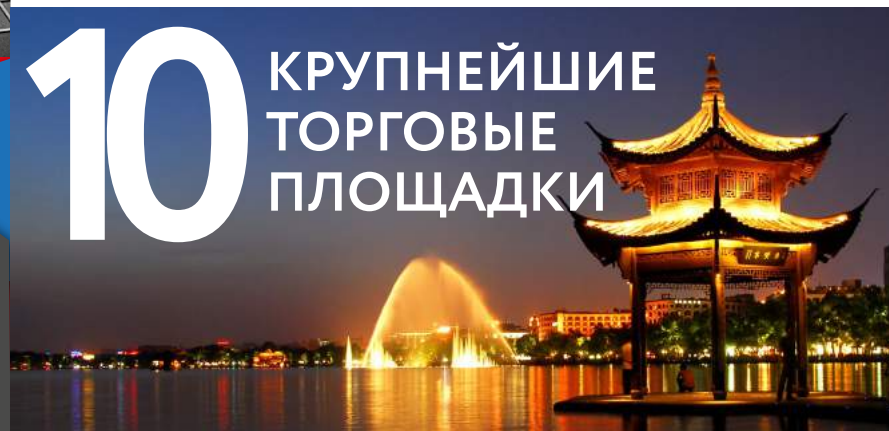
ОФЛАЙН
VS
ОНЛАЙН **8**

ВОСТОК
VS
ЗАПАД



6

10 КРУПНЕЙШИЕ
ТОРГОВЫЕ
ПЛОЩАДКИ



КОНТАКТЫ

54

E-COMMERCE

| | |
|-----------|----------|
| LSM/VK | EJ+EO |
| ▲ 24.7050 | ▲ 86.560 |
| 47.0540 | ▲ 57.030 |
| ▲ 6760.70 | ▲ 5.7540 |

| | |
|-------|--------|
| IDGH | EJ+EO |
| 0.650 | 86.560 |
| 807.5 | 57.030 |
| 0.607 | 5.7540 |

О ЧЕМ ЭТО ПОСОБИЕ?

Электронные торговые площадки – это удобный и доступный для всех видов бизнеса сервис. Он позволяет как продавать товары конечным покупателям по моделям **B2C** или **C2C**, так и заключать крупные и мелкие оптовые сделки по моделям **B2B** и **B2B2C**.

Российский экспортный центр подготовил первый выпуск методического пособия по выходу на международ-

ные электронные торговые площадки. Здесь вы узнаете, как **e-commerce** помогает развивать бизнес в экспортном направлении, какие площадки стали лидерами в своей сфере и чем отличаются одни маркетплейсы от других, получите пошаговую инструкцию для вывода товара на зарубежные электронные площадки, познакомьтесь с сервисами и приемами, благодаря которым можно увеличить прибыль на онлайн-площадках.

НЕСОМНЕННЫЙ ПЛЮС ЭЛЕКТРОННЫХ КАНАЛОВ ПРОДАЖИ – ЭТО ВОЗМОЖНОСТЬ ПРЕДСТАВИТЬ СВОЙ ТОВАР ВАШЕЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ВО ВСЕМ МИРЕ. ПРИЧЕМ ТОВАР МОЖЕТ БЫТЬ АБСОЛЮТНО ЛЮБЫМ – ОТ НЕБОЛЬШИХ УКРАШЕНИЙ РУЧНОЙ РАБОТЫ ДО УНИКАЛЬНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ИНТЕРЬЕРА И АВТОМОБИЛЕЙ. НАПРИМЕР, В ПЕРВЫЙ ДЕНЬ ОТКРЫТИЯ ПРОДАЖ В ИТАЛЬЯНСКОМ ПАВИЛЬОНЕ НА ПЛОЩАДКЕ **TMALL.HK** БЫЛО ПРОДАНО НЕСКОЛЬКО ДЕСЯТКОВ FERRARI.



Восток vs Запад

Несмотря на то что последние 15 лет рынок **e-commerce** разрастается и его участники перенимают успешный опыт и новые технологии друг у друга, некоторые региональные различия все же остаются.

Одна из самых популярных площадок, **Alibaba.com**, появилась в Китае в ответ на рост количества оптовых и мелкооптовых сделок: создатели площадки вовремя поняли, что мелким и средним оптовикам требуется единое пространство для прямого общения и торговли друг с другом. Уникальная в своем роде B2B-площадка **Alibaba.com** не только дала возможность заключать сделки в режиме онлайн, но и облегчила поиск партнеров.

А вот на Западе электронные маркетплейсы начали развиваться в ответ на желание потребителей найти уникальные, аутентичные товары. Именно так появилась одна из самых популярных аукционных площадок — **eBay.com**. В целом на Западе популярностью пользуются узкопрофилированные площадки, занимающие определенную товарную или географическую нишу. Многие крупные международные маркетплейсы создают региональные ответвления. Например, **eBay.com** открывает региональные площадки с доменной принадлежностью (.ca, .fr и .uk и другие), где учитываются особенности менталитета пользователей и другие особенности региона.

Новая модель спроса и предложения

С проникновением интернет-сервисов в разные области нашей жизни изменяется и модель спроса — предложения: чем больше продавцы рассказывают о своем товаре, чем шире товар представлен на различных площадках (реклама в социальных

сетях, на полках маркетплейсов), тем больше потенциальный потребитель привыкает к бренду и визуальному образу товара, что повышает спрос. Таким образом, чем больше электронных торговых площадок предприниматель задействует, продвигая свой товар в Сети, тем больше потенциальных покупателей узнают о товаре и приобретут его.

Одна из самых популярных площадок **Alibaba.com** появилась в Китае в ответ на рост количества оптовых и мелкооптовых сделок

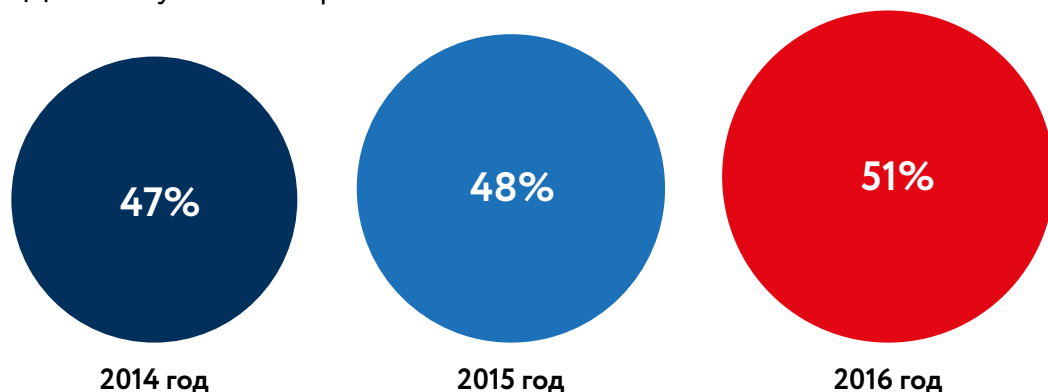
Маркетплейс VS собственный интернет-магазин

Сегодня большинство крупных онлайн-площадок предлагают свои услуги для всех видов деятельности бизнеса: B2C, C2C, B2B и B2B2C.

Для предпринимателя использовать существующую электронную площадку зачастую выгоднее, чем создавать и продвигать собственный онлайн-магазин. Предприниматели, которые планируют заниматься экс-

портом товаров, должны учитывать региональные особенности покупателей: какой платежной системе доверяют в этой стране, какой способ доставки предпочитают и т. д. Настройка подходящей системы в собственном интернет-магазине займет годы — за это время товар может потерять актуальность. А существующие площадки e-commerce предоставляют уже готовую и отлаженную систему, часто созданную с учетом региональных особенностей покупателей.

Доля покупок в интернете



Офлайн vs онлайн

Компании, активно использующие интернет-каналы для развития своего бизнеса, смогут значительно увеличить доходы, привлекая новых покупателей и снижая уровень оттока клиентов. Все сводится к вашему бюджету, времени и имеющимся ресурсам.

Сегодня в интернете покупают больше, чем в офлайн-магазинах.

Темп жизни и удобство сервисов заставляют людей все более активно покупать в интернете товары для всех сфер жизнедеятельности. В связи с этим ежегодно создаются десятки новых, все более прогрессивных площадок для электронной торговли, которые отвечают запросам обеих сторон — и покупателей, и продавцов. На данный момент в мире около

Тенденция последних пяти лет — активные покупки через смартфоны. Люди стали больше доверять электронным каналам коммерции и свободно совершать покупки в Сети

50 тысяч интернет-магазинов — это мелкие, средние и специализированные на определенных видах товара онлайн-площадки.

В этом сегменте впереди всех так называемые кроссбордеры, то есть магазины трансграничной торговли. Еще одна категория успешных игроков этого рынка — те, кто сделали ставку на

дискаунт (скидку), оригинальную подачу, поиск целевой аудитории или прочие маркетинговые ходы.

Стоит отметить, что тенденция последних пяти лет — активные покупки через смартфоны. Люди стали больше доверять электронным каналам коммерции и свободно совершать покупки в Сети.



WEST

Среди западных e-commerce площадок признанным лидером в области B2C и C2C является **eBay**. На этой площадке представлены различные категории товаров – от электроники, автомобилей и одежды до предметов ручной работы и даже товаров, бывших в употреблении.

Другие популярные площадки:

| Площадка | Отличительные черты |
|--------------------|---|
| Ebid.net | Бесплатный сервис листинга товаров и низкая стоимость сборов. |
| Etsy.com | Хорошо подходит для продажи товаров ручной работы – украшений, предметов интерьера, одежды, сувениров и подарков. |
| Bonanza.com | Впечатляющие темпы прироста ее аудитории. Возможность рекламировать свою продукцию через Google Shopping. |



Лучшие из лучших площадок Востока и Запада по версии РЭЦ

КРУПНЕЙШИЕ ТОРГОВЫЕ ПЛОЩАДКИ

Основываясь на популярных рейтингах электронных торговых площадок, эксперты РЭЦ сделали собственный шорт-лист и описали особенности выбранных маркетплейсов.

В первом выпуске нашли отражение самые известные и популярные в мире e-commerce площадки, готовые принять российские товары.



EAST

Рынок восточных площадок развивается взрывообразными темпами. Особенно это относится к электронным сервисам родом из Китая. Одним из лидеров является **Alibaba Group**, которой принадлежит несколько крупнейших мировых торговых площадок.

Ведущим маркетплейсом на индийском рынке является **Flipkart**. Если вы рассматриваете Индию в качестве стратегически важного направления для вашего бизнеса, обязательно познакомьтесь с этой площадкой.

Rakuten Ichiba основана в 1997 году в Японии и является крупнейшей компанией в регионе по электронной коммерции. Группа Rakuten постоянно расширяет территорию своей деятельности. Это крупнейшая площадка онлайн-торговли в Японии и Азии в целом, Европе, Америке и Океании.

ALIBABA GROUP

Один из мировых лидеров в области электронной коммерции для малого бизнеса. Основана в 1999 году в Китае.

Все площадки Группы включают в себя около 69 млн зарегистрированных пользователей в более чем 240 странах и регионах.

ALIBABA.COM



ОСНОВНЫЕ ЯЗЫКИ

Английский, китайский



ОПИСАНИЕ СПЕЦИФИКИ ПЛОЩАДКИ

Alibaba.com позволяет импортерам и экспортерам по всему миру обмениваться бизнес-информацией и продавать товары оптом, используя профили компаний и листинги продукции, а также предлагает интегрированное программное обеспечение для управления бизнесом.

На площадке представлены товары и услуги поставщиков из разных стран. Здесь можно найти практически все виды товаров и услуг, существующих в мире: продукция сельского хозяйства, одежда, обувь, аксессуары, средства для красоты и гигиены, автомобили и комплектующие, электроника и оборудование, химические вещества, строительные материалы, товары для дома и сада, продукты и напитки, медицинские товары и многое другое.



ПРЕИМУЩЕСТВА И КОНКУРЕНТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ

Большая часть пользователей ресурса — это производства, торговые компании или посредники, совершающие крупные закупки.

Главная особенность Alibaba.com — автоматический подбор продавцов и предложений по заданному товару, что позволяет выбрать оптимальную цену.



ФОРМЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Создание аккаунта компании с возможностью листинга товаров.

Количество товаров, которые можно разместить за месяц, зависит от вашего аккаунта — платный он или бесплатный.

[Виды аккаунтов, их цены и различия](#)



РЕГИСТРАЦИЯ

Любая компания может быть зарегистрирована на платформе в качестве продавца. Для этого необходимо пройти простые шаги.

[Ссылка для регистрации](#)

[Подробная пошаговая инструкция](#)



СТОИМОСТЬ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, ДОСТУПНЫЕ ФОРМЫ ОПЛАТЫ

Базовый аккаунт с ограниченными функциями можно открыть бесплатно.

Площадка не взимает комиссию с совершенных сделок и работает со следующими платежными системами: MasterCard, Maestro, Visa, Western Union, Bank Transfer, WebMoney, Qiwi Wallet, Alipay.



ОСОБЕННОСТИ

На сайте есть специальный обучающий [раздел, который содержит полезную информацию о том, как правильно работать на площадке.](#)

ALIEXPRESS.COM



ОСНОВНОЙ ЯЗЫК

Китайский



ОПИСАНИЕ СПЕЦИФИКИ ПЛОЩАДКИ

Крупнейшая китайская торговая площадка, созданная для розничной продажи товаров по всему миру. Популярность китайского интернет-гипермаркета привлекает все больше внимания продавцов из разных стран.



ФОРМЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Создание собственного магазина, создание брендового магазина. В AliExpress разработали рейтинг продавцов. От него зависит не только уровень доверия покупателей к продавцу, но и увеличение количества представленных в онлайн-магазине товаров. Со временем, если статус продавца растет, увеличивается и лимит продаваемых товаров. Непроверенный продавец, то есть новичок, может разместить на этой площадке до 50 товаров, проверенный продавец — до 300, а продавцы со статусом Gold — до 5000 товаров.



РЕГИСТРАЦИЯ

При регистрации продавца ([доступна на китайском языке](#)) площадка проводит идентификацию. Для того чтобы ее пройти, потребуются:

- фото китайского удостоверения личности или вашего паспорта с отметкой о въезде в КНР;
- действующий китайский номер сотового телефона;
- адрес проживания;
- несколько фотографий регистрируемого с развернутым паспортом в руках.

Все эти данные отправляются через внутреннюю заявку, ответ на которую обычно приходит в течение 3–5 дней. Также будет отправлено проверочное сообщение на телефон.



СТОИМОСТЬ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, ДОСТУПНЫЕ ФОРМЫ ОПЛАТЫ

Базовый аккаунт с ограниченными функциями можно открыть бесплатно. Для создания собственного брендового магазина необходимо подать заявку на регистрацию бренда.

Список зарегистрированных брендов

Эта процедура создана для защиты продавцов от кражи и подделки продуктов. Владелец зарегистрированного бренда получает право торговать эксклюзивными товарами, но такая возможность облагается ежегодным взносом. Размер взноса зависит от конкретного бренда/товара.

Площадка не взимает комиссию с совершенных сделок и работает со следующими платежными системами: MasterCard, Maestro, Visa, Western Union, Bank Transfer, WebMoney, QIWI Wallet, Alipay.



ПОЛЕЗНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Площадка разработала специализированный ресурс, на котором размещена полная информация о способах продвижения, информация о правильном размещении вашего товара и другие полезные сведения. Информация представлена на китайском языке [в качестве текста и видеоуроков](#).

В 2016 году площадка запустила русскоязычную версию, ориентированную на покупателя в России. На этой площадке можно зарегистрировать российскую компанию, но осуществлять экспортную деятельность в таком случае невозможно.

Также появился [специализированный ресурс на русском языке](#), объясняющий некоторые хитрости продаж на AliExpress. Он ориентирован на покупателя, но мы рекомендуем изучить его для лучшего понимания внутренней работы торговой площадки.



ТИПОЛОГИЧЕСКИ СХОЖИЕ ПЛОЩАДКИ

Taobao.com — крупнейший онлайн-магазин и аукцион в китайском сегменте интернета. Это гигантская торговая площадка, на которой практически любой продавец может бесплатно выставлять свои товары. Taobao.com и Aliexpress.com работают по типологически схожей схеме: для регистрации на обеих площадках необходимо наличие китайских персональных данных компании или индивидуального предпринимателя, обе площадки рассчитаны на международную аудиторию и имеют опцию для бесплатного старта продаж.

Более подробно о площадке можно узнать здесь:

[Информация о площадке](#)

[О процессе регистрации](#)

1688.com — B2B/B2C-платформа мелкооптовой торговли. Единственное отличие от Taobao.com — площадка полностью ориентирована на внутренний китайский рынок.

TMALL.COM 天猫 TMALL.COM



ОСНОВНОЙ ЯЗЫК

Китайский



ОПИСАНИЕ СПЕЦИФИКИ ПЛОЩАДКИ

Крупнейшая в Китае B2B/B2C-платформа для брендовых и ритейл-магазинов, имеющих юридическую регистрацию на территории Китая для внутренней торговли на локальном рынке.



ПРЕИМУЩЕСТВА И КОНКУРЕНТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЛОЩАДКИ

На Taobao.com продаются как оригинальные товары, так и их копии. Чтобы обезопасить покупателя от приобретения подделки, на сайте был создан раздел «Taobao Mall» (TMall.com), в котором представлены только официально зарегистрированные китайские магазины и магазины иностранных брендов, проверенные специальной службой. Товары здесь стоят дороже, но площадка гарантирует их подлинность.



ФОРМЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Создание брендового магазина.



РЕГИСТРАЦИЯ

Первое условие для создания магазина на площадке — компания должна быть юридически зарегистрирована в КНР не менее двух лет.



СТОИМОСТЬ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, ДОСТУПНЫЕ ФОРМЫ ОПЛАТЫ

Платформа взимает различные платы за содержание брендовых магазинов:

1. Первоначальный взнос за открытие магазина в зависимости от категории товаров составляет от 100 000 до 1 млн CNY¹.
2. Депозит для обеспечения безопасности платежей покупателей — от 100 000 до 150 000 CNY.
3. Годовое обслуживание магазина в зависимости от категории товаров составляет от 30 000 до 100 000 CNY. Этот взнос может быть частично или полностью возвращен. Например, если ваш магазин занимается продажей продуктов питания и годовой объем транзакций составил 180 000 CNY, то вы можете вернуть 50% от стоимости годового обслуживания.



ОСОБЕННОСТИ ПЛОЩАДКИ

Аудитория покупателей — средний класс +³.



ТИПОЛОГИЧЕСКИ СХОЖИЕ ПЛОЩАДКИ

Tmall.hk — отдельная платформа для брендовых зарубежных магазинов. Она была разработана как эксклюзивная кроссбордерная торговая площадка (торговля ведется с использованием бондовых складов), предлагающая китайским потребителям импортные товары, доставленные из-за границы. Содержание собственного магазина на этой площадке обойдется дороже, чем на Tmall.com.

[Цены на содержание магазина](#)

[Доступные к продаже категории товаров и цены на их размещение](#)

Главное преимущество Tmall.hk — отсутствие необходимости иметь зарегистрированное китайское юридическое лицо для осуществления торговли.

[Регистрация на Tmall.hk](#)

[Полезная информация о площадке](#)



[С сентября 2016 года Российский экспортный центр открыл на этой площадке национальный павильон, где российские производители могут разместить свои товары по льготной цене.](#)

¹ 1 китайский юань = 9,2 российских рубля

² Указанный порядок цен является приблизительным. Цены могут изменяться в течение года.

³ К среднему классу в Китае причисляют граждан, которые зарабатывают от \$28 000 в год (согласно отчету Global Wealth Report 2015, подготовленному швейцарским банком Credit Suisse)

JINGDONG

Еще один гигант электронной коммерции родом из Китая — JingDong (JD). Компания владеет несколькими маркетплейсами. Для российских экспортеров будут интересны площадки Jd.com и Jd.hk, так как они позволяют иностранным компаниям продавать свои товары на территории Китая.

JD.COM 



ОСНОВНОЙ ЯЗЫК
Китайский



ОПИСАНИЕ СПЕЦИФИКИ ПЛОЩАДКИ
B2B2C, B2C.

Широкий профиль товаров: электроника, товары для детей, одежда, косметика, аксессуары, бытовая техника, продукты питания и т. д.



ОСОБЕННОСТИ ПЛОЩАДКИ
JD делает акцент на следующих аспектах торговли:

1. Соблюдение прав собственников брендов. Тщательная проверка прав продавца на продажу бренда при его допуске на площадку.
2. Надежность сделок.
3. Быстрая доставка. Разветвленная сеть пунктов выдачи товаров по всей стране.



ФОРМЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА
Брендовый магазин, личный аккаунт с возможностью листинга товаров.



РЕГИСТРАЦИЯ
Необходимо иметь юридическое лицо на территории КНР.



СТОИМОСТЬ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, ДОСТУПНЫЕ ФОРМЫ ОПЛАТЫ

Самые популярные способы оплаты у пользователей площадки — оплата наличными курьеру, кредитной картой или наложенный платеж по почте.

JD.HK 



ОСНОВНОЙ ЯЗЫК
Китайский



ОПИСАНИЕ СПЕЦИФИКИ ПЛОЩАДКИ
B2B2C, B2C.

Широкий профиль товаров: продукты пищевой промышленности, электроника, товары для детей, одежда, косметика, аксессуары, бытовая техника и т. д.



ОСОБЕННОСТИ ПЛОЩАДКИ

- Те же, что и у JD.com:
1. Соблюдение прав собственников брендов.
 2. Надежность сделок.
 3. Быстрая доставка.



ФОРМЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА
Брендовый магазин.



РЕГИСТРАЦИЯ

Чтобы продавать на площадке www.jd.hk, продавец должен:

- быть иностранной компанией;
 - иметь опыт ритейла, продаж;
 - владеть брендом, иметь права на продажу бренда и возможность их подтвердить.
- Приоритетный допуск на площадку имеют продавцы следующих товарных категорий: товары для материнства и детства, одежда и аксессуары, косметика, биодобавки и т. д.
- Процедура регистрации¹:
1. Для регистрации необходимо связаться с менеджером Jd.hk. Контактные данные можно посмотреть по ссылке: <http://www.jd.hk/service/joinus.html>.
 2. Надо подготовить следующие документы:
 - лицензию на ведение деятельности;
 - счет компании;
 - документы, подтверждающие разрешение на продажу бренда;
 - идентификационный номер/свидетельство представителя компании;
 - справка о компании (описание деятельности).
 3. Менеджеры JD проверят документы в течение 5–7 дней.
 4. Онлайн-регистрация осуществляется по ссылке, которая поступит на электронную почту после того, как менеджер JD завершит проверку документов и одобрит заявку.



СТОИМОСТЬ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

1. Гарантийный депозит — от \$15 000.
 2. Комиссия за обслуживание платформы — от \$1000 в год.
 3. Комиссия за проданные товары — от 2 до 10% в зависимости от категории товаров.
- Посмотреть ставку комиссии можно по ссылке: <http://www.jd.hk/rule/flb.html>.
- Период оплаты сборов и комиссий — ежемесячно.

FLIPKART.COM



ОСНОВНОЙ ЯЗЫК

Английский



ОПИСАНИЕ СПЕЦИФИКИ ПЛОЩАДКИ

Индийская торговая онлайн-площадка. Владельцы Flipkart ранее работали на Amazon, но впоследствии решили создать собственную электронную торговую платформу.

Сначала платформа специализировалась на торговле бытовой техникой, но позднее расширила ассортимент и стала продавать одежду, книги и прочие категории товаров.



ОСОБЕННОСТИ ПЛОЩАДКИ

1. Необходимо получить Pan-code (регистрационный номер) в Индии.
2. Купить товар на площадке может житель любой страны мира, но доставка работает исключительно по Индии.
3. Доставка осуществляется через курьерскую службу, авторизованную площадкой FLIPKART. Площадка декларирует, что одним из ее преимуществ является доставка в день покупки или на следующий день.
4. Одна из новаторских идей площадки — предложить в качестве способа оплаты оплату при доставке (cash on delivery), так как многие покупатели в Индии не хотели проводить онлайн-платежи из-за отсутствия банковских карт или недоверия к качеству товара.



ФОРМЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

B2B/B2C. Создание магазина и электронной карточки компании.

РЕГИСТРАЦИЯ

Необходимые для регистрации документы:

- PAN Card (лицевой счет в налоговой)¹.
- ИНН (VAT or TIN). Не обязателен только при продаже книг.
- Банковский счет и корпоративные документы (подтверждение адреса, погашенный чек).
- Минимум 10 уникальных предметов на продажу.

[Регистрация на площадке](#)



СТОИМОСТЬ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, ДОСТУПНЫЕ ФОРМЫ ОПЛАТЫ

1. **Комиссия за размещение** (листинг) на площадке отсутствует.
2. **Комиссия за продажу** (Commission fee) зависит от категории товара и в среднем составляет 4–20%. В зависимости от уровня продаж площадка может предложить индивидуальную комиссию.
3. **Стоимость доставки** рассчитывается на основании веса и адреса поставки. Напомним, доставка осуществляется только через логистическую компанию площадки и только по адресу получателя в Индии.

[Информация по стоимости доставки](#)

4. **Страховой сбор** (Collection fee) — 2,5% от суммы, равной цене продажи, увеличенной на стоимость доставки, или 20 индийских рупий (в зависимости от суммы сделки).
5. **Фиксированный сбор** (Fixed fee) — фиксированная сумма, которая зависит от суммы заказа.
6. **Налог на услуги** (Service tax) исчисляется от суммы всех цен в пунктах 2–5.

[Актуальная информация](#)



ОСОБЕННОСТИ



ТИПОЛОГИЧЕСКИ СХОЖИЕ ПЛОЩАДКИ

Amazon, Etsy.

Конкуренты: онлайн-магазины **Jabong, Snapdeal.**

FLIPKART — ВЕДУЩИЙ МАРКЕТПЛЕЙС НА ИНДИЙСКОМ РЫНКЕ. ЕСЛИ ВЫ РАССМАТРИВАЕТЕ ИНДИЮ В КАЧЕСТВЕ СТРАТЕГИЧЕСКИ ВАЖНОГО НАПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТНОГО НАПРАВЛЕНИЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА, ОБЯЗАТЕЛЬНО ПОЗНАКОМЬТЕСЬ С ЭТОЙ ПЛОЩАДКОЙ.

RAKUTEN ICHIWA

Основана в 1997 году в Японии. Главное направление деятельности компании — предоставление интернет-услуг: электронная коммерция, электронные книги, путешествия, электронные деньги, онлайн-маркетинг и т. д. Группа Rakuten постоянно расширяет территорию своей деятельности. На сегодня это крупнейшая площадка онлайн-торговли в Японии и Азии в целом, Европе, Америке и Океании.

RAKUTEN GLOBAL MARKET



ОСНОВНОЙ ЯЗЫК
Японский, английский



ОПИСАНИЕ СПЕЦИФИКИ ПЛОЩАДКИ
B2B2C. Представлены разнообразные категории товаров от одежды, аксессуаров и косметики до электроники, спортивного инвентаря, кухонной утвари и т. д.



ПРЕИМУЩЕСТВА И КОНКУРЕНТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЛОЩАДКИ
Площадка идентична Rakuten Ichiba, за исключением того, что совершать покупки могут жители любых стран.



ФОРМЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА
Магазин.



СТОИМОСТЬ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, ДОСТУПНЫЕ ФОРМЫ ОПЛАТЫ
Необходимо сначала зарегистрироваться в качестве продавца на Rakuten Ichiba. Для этого требуется:

- иметь место проживания/инкорпорации в Японии;
- иметь зарегистрированную в Японии компанию;
- понимать японский язык.



[ССЫЛКА НА СТРАНИЦУ РЕГИСТРАЦИИ](#)

RAKUTEN.CO.JP



ОСНОВНОЙ ЯЗЫК
Японский, английский



ОПИСАНИЕ СПЕЦИФИКИ ПЛОЩАДКИ
B2B2C. На площадке представлены разные категории товаров от одежды, аксессуаров и косметики до электроники, спортивного инвентаря, кухонной утвари, аксессуаров для автомобилей и т. д. Основной фокус продаж — электронные товары.



ПРЕИМУЩЕСТВА И КОНКУРЕНТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЛОЩАДКИ
Первая интернет-платформа, созданная Rakuten Inc. На данный момент это крупнейшая площадка онлайн-торговли в Японии и одна из наиболее известных площадок в мире.



ФОРМЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА
Создание магазина на площадке платформы.
[Стоимость услуг по открытию и поддержанию магазина](#)
[Страница регистрации](#)
Методы оплаты (могут отличаться в зависимости от магазина): кредитные карты, PayPal, Alipay, банковские переводы.



РЕГИСТРАЦИЯ
Продавцом на площадке может быть исключительно японская компания.



ОСОБЕННОСТИ
Площадка предлагает собственную систему под названием RMS (Rakuten Merchant Server), которая представляет собой платформу для разработки и запуска собственных онлайн-магазинов, связанных с аккаунтом на Rakuten.

ТИПОЛОГИЧЕСКИ СХОЖИЕ ПЛОЩАДКИ
[Amazon](#), [Etsy](#), [Flipkart.com](#).

RAKUTEN.COM



ОСНОВНОЙ ЯЗЫК

Японский, английский



ОПИСАНИЕ СПЕЦИФИКИ ПЛОЩАДКИ

B2B2C. Представлены те же категории товаров, что и на площадках Rakuten.co.jp и Rakuten Global market, но есть ограничения. На площадке запрещено продавать:

1. Батарейки, картриджи, беспроводные устройства (мобильные телефоны, планшеты и т. п.), если эти товары не под эксклюзивным брендом магазина и на них отсутствует действующий штрихкод.
2. Алкоголь. Дистрибьюторы вина должны получить разрешение. Продажа прочих спиртных напитков запрещена.
3. Рецептурные лекарства, препараты, подпадающие под закон о контролируемых веществах, табачные изделия, электронные сигареты.
4. Электронику, предназначенную для незаконных действий, например для пиратского взлома оборудования или программного обеспечения, незаконной разблокировки сотовых телефонов.
5. Взрывчатые вещества, включая запалы, фейерверки, бензин, сигнальные ракеты.
6. Бумаги, имеющие денежную ценность: денежные переводы, дорожные чеки, облигации, лотерейные билеты.
7. Предметы оскорбительного или непристойного характера, материалы, которые разжигают ненависть.
8. Любые товары, полученные незаконным путем.
9. Подписку на журналы и на программное обеспечение.
10. Огнестрельное оружие, аксессуары, запасные/составные части.



ПРЕИМУЩЕСТВА И КОНКУРЕНТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЛОЩАДКИ

У площадки есть партнерская сеть — список компаний, которые предоставляют бизнес-решения под различные цели: перевод денежных средств, доставка товара и т. п.

[Список партнеров](#)



ФОРМЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Магазин.



НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ РЕГИСТРАЦИИ ДОКУМЕНТЫ, ПРОЦЕДУРА РЕГИСТРАЦИИ

Если продавец инкорпорирован в США:

- действительная кредитная карта;
- ИНН;
- справка о состоянии счета.

Если бизнес продавца не зарегистрирован на территории США, то для регистрации магазина будет достаточно иметь:

- расчетный счет в банке США;
- кредитную карту США;
- номер телефона и почтовый адрес в США.

[Актуальные требования к продавцу](#)

[Регистрация](#)



СТОИМОСТЬ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, ДОСТУПНЫЕ ФОРМЫ ОПЛАТЫ

Поддержание магазина на площадке:

1. Стоимость магазина — \$33 в месяц.
Счет выставляется за квартал — \$99.
2. Комиссия с продажи состоит из двух частей:
 - фиксированная сумма с продажи единицы товара — \$0,99;
 - процент от цены товара в зависимости от его категории:
 - красота, здоровье, добавки — 15%;
 - кухня, домашняя и прочая мебель — 15%;
 - электроника, компьютерная техника — 8%;
 - одежда, украшения, аксессуары, сумки — 15%;
 - канцтовары — 12%;
 - автомобили и мотоциклы — 12%;
 - спортивные товары — 15%;
 - музыкальные инструменты — 12%;
 - видеоигры и софт — 10%;
 - фильмы, музыка, книги — 15%;
 - прочее — 15%.



[ССЫЛКА НА СТРАНИЦУ РЕГИСТРАЦИИ](#)

eBay.com



ОСНОВНОЙ ЯЗЫК

Английский (часть информации можно получить на локальной российской версии сайта).



ОПИСАНИЕ СПЕЦИФИКИ ПЛОЩАДКИ

eBay.com — один из самых крупных и популярных онлайн-маркетплейсов в мире. Имеет глобальную англоязычную платформу и региональные сайты (на локальных языках).

[Основные категории товаров на площадке](#)



ПРЕИМУЩЕСТВА И КОНКУРЕНТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЛОЩАДКИ

eBay имеет русскоязычную версию, что облегчает процесс регистрации и навигацию по сайту.

Поддержка пользователей на русском языке действует в режиме 24/7.



ФОРМЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

C2C/B2C, аукционы.

[Подробнее о системе аукционов на площадке](#)

Собственный магазин (shop) или единичное представление товаров.



РЕГИСТРАЦИЯ

Сегодня для осуществления продаж за границу российские предприниматели могут использовать только частную учетную запись, зарегистрированную на физическое лицо. Система международной площадки не позволяет зарегистрировать российское юридическое лицо для осуществления внешней экспортной торговли. Также существуют ограничения на использование в международной торговле аккаунта, созданного на российской площадке eBayMag.ru, — эта платформа предполагает только внутренние продажи на территории страны.

Процедура создания магазина:

Для начала продаж в зарубежные страны необходимо пройти стандартную регистрацию частного аккаунта для создания учетной записи eBay и [привязать к ней счет PayPal](#) для частных лиц.

В этом случае цены на ваши товары будут указаны в иностранной валюте. Согласно законодательству Российской Федерации, такие товары не могут быть приобретены российскими покупателями.



СТОИМОСТЬ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, ДОСТУПНЫЕ ФОРМЫ ОПЛАТЫ

Стандартные сборы за объявления в форматах «Аукцион» и «Фиксированная цена» начисляются так: первые 50 объявлений размещаются бесплатно (за некоторыми исключениями). На все последующие объявления накладывается сбор в размере \$0,30 (при продаже товара в формате «Аукцион» сбор возмещается). Сбор с окончательной стоимости товара (за единицу) составляет 10% от итоговой стоимости продажи (максимальная сумма сбора не превышает \$750).

[Стандартные сборы за продажу](#)

[Калькулятор для расчета стоимости обязательных сборов](#)

[Подробности о системе сборов](#)

[Формы оплаты сборов](#)



ОСОБЕННОСТИ

Площадка предусматривает использование инструментов для увеличения продаж:

- размещение стандартного объявления;
- дополнительные параметры объявления;
- рекламные объявления;
- сборы за дополнительные услуги.

С продавца могут взимать сборы за дополнительные услуги: почтовые этикетки, напечатанные на eBay; средства, выплаченные компанией eBay покупателю в качестве возмещения, или сборы, связанные с программами eBay, в которых вы участвуете. В зависимости от суммы платежа и по усмотрению eBay эти сборы могут включаться в ваш счет продавца и оплачиваться при помощи автоматического способа оплаты (если вы настроили его).

[Подробнее о сборах](#)



ТИПОЛОГИЧЕСКИ СХОЖИЕ ПЛОЩАДКИ

Amazon, Etsy, Zibbet, дочерний сайт компании **Magento**.

AMAZON

Компания Amazon была создана в 1994 году. Изначально сайт специализировался на книгах, но с 1998 года начал продавать музыкальные диски, видеопродукцию. Позднее в ассортименте появились mp3-записи, программное обеспечение, видеоигры, электроника, одежда, мебель, продукты питания и игрушки. Amazon первым сумел использовать потенциал интернета — возможность обращаться к намного большему количеству клиентов, чем у обычного «физического» магазина, большее количество наименований товаров, не ограниченное тем, что есть в наличии на складе.



ОСНОВНОЙ ЯЗЫК
Английский



ОПИСАНИЕ СПЕЦИФИКИ ПЛОЩАДКИ

Amazon — один из самых популярных и крупных онлайн-маркетплейсов в мире. Имеет глобальную англоязычную платформу и региональные сайты на локальных языках. Одна из особенностей интернет-магазина — покупатели могут оставлять отзывы о купленных товарах и оценивать их. Это помогает выбрать нужную вещь хорошего качества.

[Список товаров, имеющих ограничения на листинг](#)



ПРЕИМУЩЕСТВА И КОНКУРЕНТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЛОЩАДКИ

В настоящее время сервис Amazon охватывает 34 категории товаров, в том числе электронные книги, бытовую электронику, детские игрушки, продукты питания, хозяйственные товары, спортивные товары и многое другое.

Существует возможность [временной заморозки аккаунта](#)

С 2012 года Amazon предлагает услугу — предоставление продавцам собственных складских помещений. У компании есть филиалы за пределами США: в Бразилии, Канаде, Великобритании, Германии, Японии, Франции, Италии, Испании, Индии и Китае.



ФОРМЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

C2C/B2C.

Существует два варианта ведения бизнеса на Amazon:

1. продавать свои товары, используя программу Amazon FBA (Fulfillment By Amazon);
2. выполнять все самостоятельно (MF Seller).

[Подробности о формах ведения бизнеса на Amazon](#)



РЕГИСТРАЦИЯ

[Страница регистрации аккаунта](#)



СТОИМОСТЬ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, ДОСТУПНЫЕ ФОРМЫ ОПЛАТЫ

Регистрация аккаунта продавца и листинг товаров осуществляется бесплатно, но Amazon взимает комиссию с проданных SKU. Процент комиссии варьируется в зависимости от категории товаров.

[Подробности о системе комиссий](#)



ОСОБЕННОСТИ

[Подробнее о создании аккаунта и особенностях листинга](#)

Площадка имеет собственный сервис Fulfillment By Amazon (FBA). Он позволяет максимально автоматизировать ваш бизнес и берет большую часть работы на себя. Вот как выглядит модель бизнеса при использовании Amazon FBA:

1. Продавец создает страницу товара с его описанием (она начнет транслироваться на сайте, только когда товар окажется на складе Amazon).
2. Продавец обеспечивает ряд необходимых подготовительных действий для отправки товара на склад Amazon в соответствии со всеми требованиями.
3. Товар поступает на склад, его распаковывают и принимают на хранение.
4. Страница с товаром становится видна потенциальным покупателям на Amazon.
5. На странице товара появляется отметка «Prime», что повышает его привлекательность для покупателя.
6. Покупатель заказывает товар на Amazon.
7. Работники склада отправляют приобретенный товар покупателю.
8. Покупатель получает продукт через два дня.

Удобство сервиса заключается в том, что Amazon берет на себя все общение с клиентами, логистику, прием оплаты, работу с рекламациями и многое другое, а продавцу необходимо заботиться лишь о том, чтобы товар всегда в нужном количестве был на складе.

[Подробности о цене и услуге](#)

Рассчитать выгоду использования сервиса можно с помощью [Amazon FBA Calculator](#).

Площадка осуществляет [круглосуточную поддержку клиентов](#).



ТИПОЛОГИЧЕСКИ СХОЖИЕ ПЛОЩАДКИ

[Etsy](#), [Zibbet](#), [Rakuten](#).

ETSY.COM *Etsy*



ОСНОВНОЙ ЯЗЫК

Английский. Большая часть информации на сайте переведена на русский.



ОПИСАНИЕ СПЕЦИФИКИ ПЛОЩАДКИ

C2C/B2C/B2- торговая площадка исключительно для рукодельных, крафтовых, винтажных товаров.

Основные категории товаров на площадке: одежда, аксессуары, украшения, товары для рукоделия, товары для дома, развлечения (игрушки, книги, игры).

[Условия соответствия товаров указанным категориям](#)

B2B-платформа называется EtsyWholesale и объединяет художников и дизайнеров с розничным бизнесом. Покупатели EtsyWholesale должны представлять розничный бизнес, могут делать покупки только оптом в целях последующей перепродажи.



ПРЕИМУЩЕСТВА И КОНКУРЕНТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ

Особенности площадки:

1. Здесь продаются уникальные, единичные товары.
2. Через данную площадку можно создать свой сайт, привязанный к магазину на площадке. Первые 30 дней пользования — бесплатные.
3. В связи со спецификой выставляемых на площадке товаров рекомендуется описывать историю создания каждого из них, чтобы привлечь к нему больший интерес.



ФОРМЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Магазин (shop).



РЕГИСТРАЦИЯ

1. Зарегистрируйте аккаунт на Etsy.
2. Нажмите кнопку «Продать» в верхней части сайта, потом — «Открыть магазин на сайте Etsy».
3. Выберите язык и валюту для добавляемых товаров. Выбранный язык будет языком магазина по умолчанию. Изменить его впоследствии невозможно, но можно добавить другие языки. Настройки валюты можно изменить после открытия магазина. Если магазин находится за пределами США, в нем будет возможность произвести платеж с использованием системы PayPal или кредитной карты.
4. Укажите название магазина.

5. Заполните информацию о магазине:

- баннер — лого магазина;
- название магазина — краткое описание магазина или предлагаемых изделий;
- объявление в магазине — текст, который будет располагаться в верхней части магазина под баннером; чаще всего его используют для приветствия покупателей или для продвижения продаж.

6. Добавьте изделия.

[Подробнее о процедуре добавления изделий](#)

7. Выберите удобные способы оплаты. Возможные варианты:

- PayPal;
- чек или почтовый денежный перевод;
- банковские переводы.

8. Счета. Введите данные для выставления счетов и действительные сведения о кредитной карте.

9. Заполнив все разделы, нажмите «Открыть магазин». Нажмите «Опубликовать информацию об изделиях и открыть магазин» — и ваш магазин будет доступен для клиентов.

[Подробнее о регистрации магазина](#)



СТОИМОСТЬ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, ДОСТУПНЫЕ ФОРМЫ ОПЛАТЫ

Открытие и владение магазином бесплатно. Ежемесячный взнос за участие не взимается.

Добавление товаров (listing fee) — \$0,20 за каждое изделие. Срок действия составляет четыре месяца или до момента продажи товара. Комиссия за размещение взимается независимо от того, продан товар или нет. В случае листинга под заказ (private listing) комиссия за размещение взимается только после продажи товара.

Если разместить много единиц одного товара, то изначальная комиссия \$0,20 и комиссия будет заново списана после продажи каждой единицы товара.

Комиссия за размещение невозвратная. Можно использовать функцию автоматического возобновления листинга — в таком случае \$0,20 будут списываться автоматически каждые четыре месяца.

Комиссия с продажи (transaction fee) составляет 3,5% от цены продажи с учетом налогов и без учета расходов на доставку.

Российские пользователи столкнутся с отдельной комиссией при использовании кредитных и дебетовых карт, подарочных карт Etsy, системы PayPal (два варианта: integrated PayPal и standalone PayPal) и Apple Pay. Это предполагает дополнительные расходы в размере 3% + \$0,25. Такое комиссионное вознаграждение взимается со стран, не использующих платежную систему Direct Checkout.



« Etsy



ОСОБЕННОСТИ

Платная реклама. Можно приобрести два варианта рекламы через Etsy's Advertising Dashboard:

- **Реклама объявлений (Promoted Listings).** Размещает объявления о товарах продавца на сайте Etsy и в мобильном приложении.
- **Рекламные объявления Google (Google Shopping ads).** Отражают объявления продавца в поисковой выдаче Google и в сервисе покупок Google.

Плата за рекламу взимается за каждый клик на рекламное объявление (cost-per-click basis).

[Подробности о продвижении товара/магазина на площадке](#)

Бесплатные инструменты для продавца:

- доступ через Etsy app;
- получение статистики по продажам и трафику;
- подписка на информационный бюллетень Success Newsletter;
- [руководство для продавца.](#)



ТИПОЛОГИЧЕСКИ СХОЖИЕ ПЛОЩАДКИ

Big Cartel, Folksy, eBay, Zibbet.

ETSY.COM ВО МНОГОМ ПОХОЖ НА ХОРОШО ИЗВЕСТНЫЙ РОССИЙСКОЙ АУДИТОРИИ eBay.com. ЭТА ПЛАТФОРМА БУДЕТ ИНТЕРЕСНА ВАМ, ЕСЛИ ВЫ СПЕЦИАЛИЗИРУЕТЕСЬ НА УНИКАЛЬНЫХ ТОВАРАХ РУЧНОЙ РАБОТЫ – УКРАШЕНИЯ, ПРЕДМЕТЫ ИНТЕРЬЕРА, ОДЕЖДА, СУВЕНИРЫ И ПОДАРКИ.

EBID.NET



ОСНОВНОЙ ЯЗЫК

Английский



ОПИСАНИЕ СПЕЦИФИКИ ПЛОЩАДКИ

Международная торговая B2C/C2C-площадка представлена на рынках 23 стран.

[Список стран, в которых представлена площадка](#)

[Товарные категории, на которых специализируется площадка](#)



ПРЕИМУЩЕСТВА И КОНКУРЕНТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЛОЩАДКИ

Площадка может импортировать и осуществлять листинг на своей платформе товаров, которые уже размещены в ваших магазинах на eBay и Amazon.

На сайте опубликованы подробные ответы на [часто задаваемые вопросы](#).

В службе поддержки работают операторы, четко отвечающие на вопросы пользователей.



ФОРМЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

B2C, C2C. Есть возможность проводить аукционы.

Площадка позволяет как размещать отдельные товарные единицы, так и регистрировать собственный магазин.



РЕГИСТРАЦИЯ

Любая компания может зарегистрироваться на платформе в качестве продавца.

Процесс регистрации состоит из нескольких простых шагов.

[Ссылка для регистрации](#)

ПЛОЩАДКА EBID.NET РАБОТАЕТ В 23 СТРАНАХ МИРА. БЕСПЛАТНЫЙ СЕРВИС ЛИСТИНГА ТОВАРОВ И НИЗКАЯ СТОИМОСТЬ СБОРОВ, ОСНОВАННАЯ НА КОНЕЧНОЙ ЦЕНЕ ПРОДУКТА, ДЕЛАЕТ ПЛОЩАДКУ УДАЧНЫМ ИНСТРУМЕНТОМ ТОРГОВЛИ НА ЗАРУБЕЖНЫХ ОНЛАЙН-РЫНКАХ.

BONANZA.COM

bonanza
everything but the ordinary



ОСНОВНОЙ ЯЗЫК

Английский



ОПИСАНИЕ СПЕЦИФИКИ ПЛОЩАДКИ

Онлайн-маркетплейс с простой системой регистрации и управления аккаунтом. Основные категории товаров на площадке: одежда, аксессуары, обувь, товары для дома и сада, косметика, коллекционные предметы, украшения.

[Описание работы площадки](#)



ПРЕИМУЩЕСТВА И КОНКУРЕНТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЛОЩАДКИ

Возможности площадки:

1. Можно создавать свою базу покупателей. В отличие от других площадок (Amazon, eBay), информация о покупателе не является конфиденциальной, и продавец может использовать ее, чтобы наладить с ним контакт.
2. На площадке есть специальные инструменты для анализа информации по клиентам и организации отдельных акций для клиентов.
3. Площадка позволяет в один клик публиковать информацию на всех каналах покупателей (Google Shopping, Nextag, аффилированная сеть блогов и магазинов площадки Bonanza).
4. Можно создать сайт. Первые 14 дней его использование бесплатно.

[Подробнее о сайте](#)

К преимуществам площадки также относятся:

- бесплатный листинг товаров;
- маленькая комиссия за продажи — 3%;
- каждый товар, размещенный на торговой площадке, автоматически хостится на платформах Google и Bing;
- быстрая и качественная работа контакт-центра;
- каждый магазин, размещенный на площадке, оборудован чатом для упрощения коммуникации покупатель — продавец.



ФОРМЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

C2C/B2C. Магазин (booth)



РЕГИСТРАЦИЯ

Процедура создания магазина:

1. Добавить товары (до 75 000 единиц). Можно создавать товары вручную или импортировать их из магазинов других площадок: eBay, Etsy, Amazon, Shopify или из своей картотеки. По завершении нажать кнопку Activate Booth.
2. Создать аккаунт продавца: указать название магазина и имя пользователя, адрес электронной почты и пароль. Можно зарегистрироваться через аккаунты Google или Facebook.
3. Выбрать систему оплаты: карта, аккаунт PayPal, аккаунт Amazon, прямое оформление товара и оплата (Bonanza Direct Checkout) — оплата через кредитные или дебетовые карты покупателей. Последний вариант на данный момент возможен только для продавцов из США.

[Подробнее об условиях платежных систем](#)

4. Выбрать условия возврата товара (от невозвратных товаров до полного или частичного возврата до 90 дней, замены товаров и т. д.).



СТОИМОСТЬ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, ДОСТУПНЫЕ ФОРМЫ ОПЛАТЫ

Комиссия за размещение товара (listing fee) отсутствует. Ежемесячная комиссия за содержание магазина (monthly store fee) отсутствует. Базовая комиссия взимается с окончательной цены (final offer value), оплаченной покупателем за товар, плюс цена доставки свыше \$10. Комиссия оплачивается через PayPal или кредитную карту.

Ставки базовой комиссии:

- 3,5% при окончательной цене ниже \$500 за стандартные магазины (или в зависимости от выбранных процентов на рекламу — 6%, 9% и т. д.);

[Подробнее о комиссиях на площадке](#)

- \$17,5 + 1,5% от цены свыше \$500.



ОСОБЕННОСТИ

При участии в рекламной программе площадки можно выбрать ставку комиссии за рекламу. В этом случае продавец платит в пределах выбранного максимального лимита на рекламу — 9%, 13%, 19% или 30%. Чем выше комиссия, тем больше покупателей придет из Google Shopping и других источников.

[Подробнее о пакетах участия](#)

Площадка использует следующие службы доставки: USPS, UPS, FedEx и другие.



ТИПОЛОГИЧЕСКИ СХОЖИЕ ПЛОЩАДКИ

Amazon, eBay, Etsy, Selz.

ПОЛЕЗНЫЕ И СОПУТСТВУЮЩИЕ СЕРВИСЫ

Существует множество сервисов, которые упрощают ведение торговли в Сети. Они позволят вам в несколько кликов создать собственный интернет-магазин, интегрировать его в социальные сети или экспортировать фотографии и описание ваших товаров на различные электронные маркетплейсы.



BIGCOMMERCE.COM



ОСНОВНОЙ ЯЗЫК

Английский



ОПИСАНИЕ СПЕЦИФИКИ ПЛОЩАДКИ

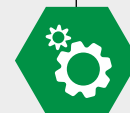
Сервис SaaS, который позволяет создать свой собственный интернет-магазин без технических знаний и навыков дизайна. Имеет много встроенных шаблонов дизайна, дает возможность изменить внешний вид интернет-магазина. Позволяет продавать через Point of sale (Square) и социальные сети (интегрирован с Facebook, Instagram, Pinterest). Позволяет импортировать товары на многие маркетплейсы, например eBay, Amazon, Etsy, Rakuten, Google Shopping и т. д.



ПРЕИМУЩЕСТВА И КОНКУРЕНТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЛОЩАДКИ

Площадка может импортировать и осуществлять листинг на своей платформе товаров, которые уже размещены в ваших магазинах на eBay и Amazon. Доступные функции:

- 1. Настройка дизайна интернет-магазина.** Новички могут пользоваться встроенными шаблонами, перетаскивая мышкой элементы страницы. Для продвинутых пользователей есть доступ к настройкам HTML и CSS с помощью встроенного веб-редактора файлов или FTP.
- 2. Ведение продаж на Facebook.** Bigcommerce SocialShop 2 позволяет продавать в социальной сети Facebook.
- 3. Продажи на eBay.** Можно автоматически экспортировать товары для их продажи на аукционе eBay. Сервис позволяет составить список продуктов для продажи с аукциона и указать дату их выставления. Если продукт был куплен на аукционе, то заказ в интернет-магазине создается автоматически. Ограничений на количество выставляемых продуктов нет.
- 4. Автоматический экспорт продуктов** на торговые площадки Beso, BizRate, MySimon, NexTag, PriceGrabber, Shopping.com и Shopzilla.
- 5. Интеграция с сайтами по сравнению товаров** Nextag, PriceGrabber, Shopping.com и др.
- 6. Неограниченная загрузка фотографий к продуктам** и функция SuperZoom™, которая позволяет посмотреть изображение любого продукта детально.
- 7. Мобильная коммерция и поддержка мобильных устройств** Apple, Android, Blackberry и Palm Pre.



ФОРМЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Интернет-магазин.



СТОИМОСТЬ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, ДОСТУПНЫЕ ФОРМЫ ОПЛАТЫ

Тарифы различаются по лимиту годовых объемов продаж.

Стандартный: \$29,95 в месяц. Продажи не более \$50 000 в год.

Продвинутый: \$79,95 в месяц. Продажи не более \$125 000 в год.

Профессионал: \$199,95 в месяц. Продажи не более \$1 млн в год.

Предприятие: количество продаж не ограничено, стоимость нужно уточнять в контакт-центре.

[Актуальная информация по тарифам](#)

Оплата ежемесячная, при оплате на год вперед — скидка 10%.

Доступные платежные методы: PayPal, Skrill, пластиковые карты.

[Подробнее о доступных системах платежей](#)

Площадка интегрирована с несколькими сервисами по доставке товара:

- ShipperHQ;
- Ordoro;
- Endicia;
- ShipStation;
- ShippingEasy.



ОСОБЕННОСТИ

- Интеграция с Google Shopping.
- Напоминания покупателю о незавершенных заказах.
- Автоматизированный маркетинг по e-mail. Адреса в рассылку могут добавляться автоматически из системы IContact. Можно самостоятельно сформировать рассылку новостей и бонусов, исходя из типов одежды, брендов и т. д.



ССЫЛКИ НА СТРАНИЦЫ РЕГИСТРАЦИИ

Кнопка «Get Started» на главной странице сайта.



ТИПОЛОГИЧЕСКИ СХОЖИЕ ПЛОЩАДКИ

[Shopify.com](#), [Volusion.com](#), [Highwire.com](#), [Bigcartel.com](#), [Gollos.com](#), [Shoptus.ru](#), [Storeland.ru](#).

SHOPIFY.COM



ОСНОВНОЙ ЯЗЫК

Русский



ОПИСАНИЕ СПЕЦИФИКИ ПЛОЩАДКИ

Платформа для создания интернет-магазина, интегрированного с социальными сетями Facebook, Twitter, Pinterest.



ОСОБЕННОСТИ ПЛОЩАДКИ

1. Простота создания интернет-магазина с использованием шаблонов. Конструктор веб-сайтов и многофункциональный блог.
2. Использование соцсетей. Веб-сайты Shopify позволяют интеграцию с соцсетями, в том числе Pinterest, Instagram, Facebook, Twitter и Tumblr.
3. Неограниченные каналы и количество товаров.
4. Оптимизация под поисковые системы.
5. Интеграция с более чем 70 операторами платежей.
6. В зависимости от вашего местоположения Shopify автоматически рассчитывает основные налоги.
7. Наличие подарочных карт и промокодов.
8. Интернет-магазин на Shopify включает оптимизированную под мобильные устройства корзину. Пользователи смогут делать покупки на любом смартфоне или планшете.
9. Автоматический расчет стоимости доставки у логистических операторов UPS, USPS или FedEx.
10. Многоязычность. Оформить заказ в интернет-магазине можно более чем на 50 языках.
11. Восстановление прерванной продажи путем автоматического уведомления потенциального покупателя по e-mail о возможности завершить покупку.
12. Shopify интегрирован с такими приложениями, как Ordoro, Inventory Source и eCommHub. Это облегчает запуск бизнеса с поставками со склада производителя.
13. В один клик предоставляет подробные данные о ваших покупателях и их предпочтениях, контакты и историю заказов.
14. Позволяет подключиться к таким платформам выполнения заказов, как Amazon, Rakuten Super Logistics и Shipwire, или настроить свою платформу.



СТОИМОСТЬ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, ДОСТУПНЫЕ ФОРМЫ ОПЛАТЫ

Предусмотрено несколько вариантов тарифов: базовый, стандартный и продвинутый.

| | Базовый | Стандартный | Продвинутый |
|--|----------|-------------|-------------|
| Ежемесячный платеж | \$29 | \$79 | \$299 |
| Функции | | | |
| Счета сотрудников | 2 | 5 | 15 |
| Количество товаров | Безлимит | Безлимит | Безлимит |
| Хранилище файлов | Безлимит | Безлимит | Безлимит |
| Поддержка 24/7 | Да | Да | Да |
| Комиссия за транзакции | 2% | 1% | 0.5% |
| Защита от мошенничества | Нет | Да | Да |
| Ручное создание заказа | Да | Да | Да |
| Коды на скидку | Да | Да | Да |
| Веб-сайт и блог | Да | Да | Да |
| Бесплатный сертификат SSL | Да | Да | Да |
| Подарочные карты | Нет | Да | Да |
| Профессиональные отчеты | Нет | Да | Да |
| Восстановление брошенной корзины | Нет | Да | Да |
| Конструктор расширенных отчетов | Нет | Нет | Да |
| Расчет стоимости доставки в реальном времени | Нет | Нет | Да |

Четвертый вариант — Shopify Plus — магазин на уровне супермаркета без обычных проблем корпоративных приложений.

[Подробнее о тарифах](#)

Оплата ежемесячно. Можно внести аванс за год или за два года вперед — в этом случае вы получите скидку 10% или 20% соответственно. Все платежи взимаются в долларах США.



ТИПОЛОГИЧЕСКИ СХОЖИЕ ПЛОЩАДКИ

[Ecwid.com](#), [SymphonyCommerce.com](#), [Squarespace.com](#), [LemonStand.com](#).

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫХОДУ НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛОЩАДКИ

ЭТАП 1. Определить целевую аудиторию (ЦА)

Выстраивание бизнеса в интернете начинается с понимания целевой аудитории. Это помогает понять, как представить свой бренд и свои продукты и на каких качествах товара стоит акцентировать внимание.

Базовая информация



- ✓ возраст
- ✓ пол
- ✓ место жительства
- ✓ род занятий
- ✓ уровень доходов
- ✓ ценности
- ✓ мотивация
(чем руководствуется представитель ЦА, выбирая продукт или услугу)

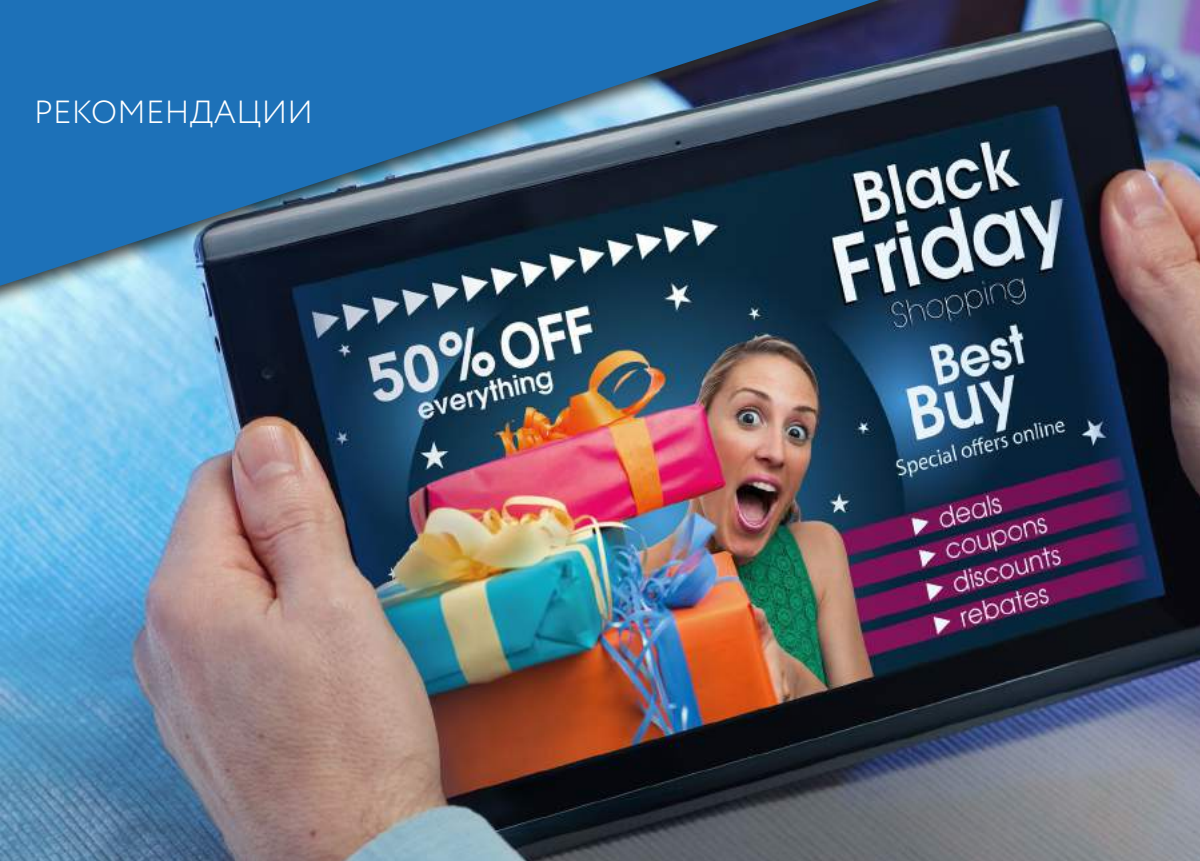


Современные интернет-технологии предоставляют большие возможности для изучения поведения покупателей в интернете. Создать образ целевой аудитории позволяют следующие сервисы:

- **Google Analytics** (кто ваши клиенты, откуда они приходят, какие продукты предпочитают);
- **Consumer Barometer** — совместный проект Google и аналитических компаний TNS и

IAB Europe. Собирает статистику по поведенческим факторам пользователей в разных странах мира: как они покупают офлайн и онлайн, какие тематики у них более, а какие менее популярны. Эти данные могут существенно повысить персонализацию предложений для клиентов в конкретной стране;

- **социальные сети;**
- данные из CMS



ЭТАП 2. Адаптировать описание продукта под вашу целевую аудиторию

Язык. Важно выстроить коммуникацию на языке потребителя. Почти все крупные международные маркетплейсы имеют англоязычный интерфейс, поэтому **знание английского языка** — первоочередное требование к компании-экспортеру. Однако тем компаниям, которые выбирают узкую региональную нишу, например одну или несколько стран, необходимо проследить, чтобы все

материалы об их товарах были качественно переведены на язык потенциального потребителя.

Календарь. Следует обратить внимание на особенности местного календаря маркетинговых активностей. Как правило, местные праздники оказывают влияние на покупательные и поведенческие модели людей, поэтому при построении маркетинговой стратегии стоит ориентироваться именно на них. И наоборот, международные праздники могут быть не столь популярны в одной конкретной стране.



ЭТАП 3. Выбрать наиболее популярные товарные позиции

Как правило, **местные** праздники влияют на покупательные и поведенческие модели людей, поэтому стоит ориентироваться именно на них

ЭТАП 4. Сравнить конкурентные предложения



ЭТАП 5. Описать уникальные свойства товара

Нестандартное описание продукции позволит привлечь внимание целевой аудитории и увеличит конверсию. Рассказ о товаре обязательно должен содержать описание всех его преимуществ.

При поиске продукта люди используют ключевые слова. Определить их поможет сервис [Google AdWords](#)

Не пытайтесь продать характеристики продукта — покупателей это не интересует. **Покупатель хочет узнать о том, как решить свою проблему.** Хорошие описания содержат в себе информацию о выгодах от пользования продуктом и позиционируют его как решение проблемы.



МАРКЕТОЛОГИ РЕКОМЕНДУЮТ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ИЗОБРАЖЕНИЯ ЛЮДЕЙ, КОТОРЫЕ ИСПОЛЬЗУЮТ ВАШ ПРОДУКТ (ЖЕЛАТЕЛЬНО С ЛИЦАМИ). ДОКАЗАНО, ЧТО ИЗОБРАЖЕНИЯ С ЛИЦАМИ КЛИЕНТОВ [ПРИВЛЕКАЮТ БОЛЬШЕ ВНИМАНИЯ](#). МОЖНО ПОЙТИ ЕЩЕ ДАЛЬШЕ И ДОБАВИТЬ ВИДЕО С ПРОДУКТОМ ИЛИ ССЫЛКУ НА ВИДЕОБЛОГ КОМПАНИИ. ИССЛЕДОВАНИЯ ПОКАЗЫВАЮТ, ЧТО ЕСЛИ ЧЕЛОВЕК ПРОСМАТРИВАЕТ ВИДЕО, ТО ВЕРОЯТНОСТЬ ПОКУПКИ [УВЕЛИЧИВАЕТСЯ ПОЧТИ В ДВА РАЗА](#)

ЭТАП 6. Создать красивый визуальный образ товара

В онлайн-магазине покупатели не могут физически потрогать и изучить продукцию. Чтобы принять решение, они полагаются на описание продукта и его изображения. Поэтому качественное визуальное сопровождение товара помогает покупателю быстрее принять решение о покупке.

Информация о вашей компании должна быть качественной и полной. Чем более гостеприимно и клиентоориентированно будет выглядеть



описание компании, товара и общий образ магазина или аккаунта, тем больше времени покупатель проведет на странице.

[НЕКОТОРЫЕ E-COMMERCE ПЛОЩАДКИ, НАПРИМЕР eBay, ПОЗВОЛЯЮТ ПРИ ПОМОЩИ НЕСЛОЖНЫХ КОДОВ БРЕНДИРОВАТЬ МАГАЗИН, ИСПОЛЬЗУЯ КОРПОРАТИВНУЮ СТИЛИСТИКУ](#)

Не пытайтесь продать характеристики продукта — покупателей это не интересует. Покупатель хочет узнать о том, как решить свою проблему



ЭТАП 7. Использовать различные методы маркетингового продвижения

Нельзя ограничиваться одним инструментом продвижения — необходимо задействовать все сервисы, предлагаемые электронной площад-

кой, и общепринятые электронные маркетинговые каналы, в том числе:

- аккаунты в социальных сетях,
- таргетированную рекламу,
- ремаркетинг,
- видеорекламу,
- конкурсы и акции
- публикации с интересным контентом.

ЭТАП 8. Наладить обратную связь

Налаживание обратной связи с покупателем позволит увеличить частоту повторных продаж и повысить рейтинг компании как продавца. Вот несколько способов, как это сделать на электронных торговых площадках:

- оставить отзыв о покупателе в его профиле/аккаунте;
- оценить покупателя при помощи принятой на площадке рейтинговой системы;
- оставить благодарность за совершение покупки;
- запросить у покупателя обратную связь.

Социальное доказательство — это любой элемент, который показывает, что другие покупатели доверяют вам, например:

- отзывы на страницах товаров;
- пользовательский контент (фото и видео) на страницах товаров и рекомендаций;
- уведомления о заказах других покупателей.

**БОЛЕЕ 90% ЛЮДЕЙ
ДОВЕРЯЮТ МНЕ-
НИЮ ДРУГИХ ПО-
КУПАТЕЛЕЙ. МОЖ-
НО ИСПОЛЬЗОВАТЬ
ЭТОТ ФАКТОР,
ЧТОБЫ ПРЕДОСТА-
ВИТЬ СОЦИАЛЬНЫЕ
ДОКАЗАТЕЛЬСТВА
КАЧЕСТВА ПРЕДЛА-
ГАЕМОГО ТОВАРА**





ЭТАП 9. Максимально быстро реагировать на совершенную покупку

В онлайн-покупках клиенты ценят скорость. Это означает, что нужно не только стремиться к увеличению скорости доставки, но в первую очередь постоянно контролировать каналы, по которым потенциальный покупатель может задать вопрос о свойствах товара, способах оплаты и др. Так, покупатели из стран Азии часто используют внутренние чаты онлайн-магазинов, и быстрые ответы на поступающие вопросы зачастую играют преобладающую роль при выборе места совершения покупки.

ЭТАП 10. Предоставить покупателям различные способы оплаты товара

При локализации магазина нужно обратить внимание на то, какие платежные системы распространены в данной стране, и адаптироваться под них. Это сделает покупки у вас удобными для местного населения. Помимо распространенных по всему миру систем Visa и MasterCard, в Китае популярна система China UnionPay, в Белоруссии — «Белкарт», в Нидерландах — iDeal, а в Бразилии население предпочитает платежную систему Boletto Bancário и т. д.



МОЖНО ОБЪЕДИНИТЬ РАССЫЛКУ С ПРОМО-КАЛЕНДАРЕМ, ЧТОБЫ СООБЩЕНИЯ О ПРОВОДИМЫХ АКЦИЯХ ОТПРАВЛЯЛИСЬ АВТОМАТИЧЕСКИ.

ЭТАП 11. Собрать базу e-mail адресов

Сбор базы адресов электронной почты — проверенный способ увеличить продажи. С ее помощью можно предупреждать существующих и потенциальных клиентов о новых продуктах, специальных акциях, новостях и т. д. При малой себестоимости e-mail-рассылки генерируют огромный приток заказов.

ГЛОССАРИЙ

Content management system — электронная система, используемая для управления контентом.

B2C (business to consumer) — бизнес-модель, рассчитанная на прямую продажу товара потребителю.

B2B (business to business) — бизнес-модель, при которой потребителем продукта или услуги является другая компания.

C2C (consumer to consumer) — продажа товаров или услуг между потребителями.

B2B2C (business to business to consumer) — модель, объединяющая в себе черты B2B и B2C.

E-commerce — электронная коммерция, то есть все финансовые и торговые операции, совершаемые в интернете.

Аукцион — одна из форм объявления о товаре, когда покупателем становится пользователь, предложивший наиболее высокую ставку. На разных ресурсах аукционы могут носить различный характер, в частности играть как на повышение цены, так и на понижение.

Аукционная площадка — торговая площадка, на которой часть товаров не имеет фиксированной цены, и товар получает тот покупатель, который предлагает наиболее высокую цену за него.

Интернет-гипермаркет — крупный интернет-магазин с широким ассортиментом товаров.

Кроссбордеры — магазины, специализирующиеся на трансграничной торговле, то есть на продаже товаров из-за рубежа.

Листинг — включение товаров в список «надежных и проверенных», то есть соответствующих требованиям торговой площадки.

Маркетплейс — площадка, на которой могут встречаться, договариваться, за-

ключать контракты и сотрудничать все заинтересованные участники рынка.

Промо-календарь — расписание промоакций на ближайшее время.

Software as a Service — модель использования бизнес-приложений в формате интернет-сервисов. SaaS-приложения работают на сервере SaaS-провайдера, а пользователи получают доступ к ним через интернет-браузер. Пользователь не покупает SaaS-приложение, а арендует его — платит за его использование определенную сумму в месяц.

Источники и партнерские материалы:

[Комплексное руководство по развитию интернет-магазина.](#)

[На выход: 20 советов стартапам-экспортерам.](#)

[Как стать продавцом на «Алиэкспресс».](#)

КОНТАКТЫ



РОССИЙСКИЙ
ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

▼ ЭКСАР
▼ РОСЭКСИМБАНК

РОССИЙСКИЙ ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

ЕДИНАЯ СПРАВОЧНАЯ СЛУЖБА

Для получения сведений
о нефинансовых или финансовых услугах
Российского экспортного центра вы можете
связаться с нами следующими способами:
Тел: +7 (495)9374747

Режим работы:

Пн. - Пт.: с 9:00 до 18:00

Сайт: www.exportcenter.ru

E-mail: info@exportcenter.ru

Почтовый адрес: 123610,
Москва, Краснопресненская наб.,12, подъезд 9

▼ ЭКСАР

119034, г. Москва,
1-й Зачатьевский пер., 3, стр.1
Тел.: +7 (495) 78311 88
Факс: +7(495)783 11 22
info@exiar.ru www.exiar.ru

▼ РОСЭКСИМБАНК

123610, г. Москва,
Краснопресненская наб.,12,
подъезд 9
Телефон: + 7 (495) 967 07 67
Факс: + 7 (495) 967 0710
mailbox@eximbank.ru
www.eximbank.ru

**По вопросам, связанным
с выходом на международные элек-
тронные торговые площадки, обра-
щайтесь к эксперту по международным
проектам Евгении Данильченко
АО «Российский экспортный центр»
тел.: +7 (495) 937-4747 (6533)
Danilchenko@ExportCenter.ru**