



ростовское
региональное
агентство
поддержки
предпринимательства



Международные площадки как инструмент выхода на новые рынки для малого бизнеса

Татьяна Михайлецкая

Обзор международных маркетплейсов

B2B (business to business, «бизнес бизнесу») маркетплейсы — это интернет-платформы, на которых продавцы и покупатели находят друг друга с целью заключения оптовых сделок.

Преимущества работы продавца с маркетплейсами:

- Низкие затраты при запуске продаж. В абсолютном большинстве случаев продавцу дешевле начать торговлю на маркетплейсе, чем открывать свой собственный интернет-магазин.
- Опыт маркетплейсов в работе с зарубежными клиентами позволяет успешно продавать не только известные бренды, но и товары от неизвестных производителей.
- Используя эти преимущества, 53 % американских кроссбордерных продавцов работают через маркетплейсы.
- Большая доля продаж на мировом рынке трансграничной интернет-торговли представлена именно маркетплейсами. Сетям розничной торговли и крупным брендам принадлежит меньшая доля рынка.

Китайское направление:

- ALIBABA GROUP
- ALIEXPRESS.COM
- TMALL.COM
- JINGDONG (JD.COM, JD.HK)

Азиатское направление:

- FLIPKART.COM
- RAKUTEN GLOBAL MARKET (RAKUTEN.COM)

Западное направление:

- eBay.com
- AMAZON.COM
- ETSY.COM
- EBID.NET
- BONANZA.COM

Международная электронная торговля

Основные отличия трансграничной онлайн-торговли от классического экспорта

В КЛАССИЧЕСКОМ ЭКСПОРТЕ:



Между покупателем и продавцом находится большое количество посредников (торговые дома, дистрибьюторы, ритейл-сети), взаимодействие с которыми увеличивает цену на товар для конечного покупателя.



Размер экспортной партии ограничен: в случае низкого спроса неизбежны дополнительные затраты на возврат или организацию распродаж, а в случае высокого спроса невозможно оперативно восполнить запас товара.



Бизнесу необходимы сотрудники с опытом экспортной деятельности в сфере маркетинга, продаж и логистических операций.

VS

В ТРАНСГРАНИЧНОЙ ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЕ:



Клиент покупает товар напрямую у продавца, сокращая затраты на посредников и получая оптимальную цену.



Не ограничен ни минимальный, ни максимальный размер партии, а отдельные заказы доставляются международными курьерскими службами в любую точку мира в срок от 2–3 дней.



Компании-продавцу не требуется большой опыт экспортных продаж. Для работы достаточно следовать инструкциям. Такая форма продаж подходит в том числе и для изучения спроса, тестирования качества поставок отдельных заказов и минимальных партий.

Виды онлайн площадок: B2B, B2B2C, B2C

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

Основной фокус при работе через маркетплейсы направлен на:

- выгодные ценовые предложения;
- востребованные в конкретных регионах товары;
- увеличение покупательского рейтинга

Как подготовить бизнес к выходу на B2B-площадки

1. Определите список стран, на которых будет сосредоточено ваше внимание
2. Убедитесь, что продукция, которую вы хотите продавать, не запрещена в выбранных вами странах, а также на маркетплейсах
3. Убедитесь в наличии управленческой инфраструктуры, которая позволит компании вести экспортную деятельность
4. Убедитесь в наличии валютного счета в банке или в электронных платежных системах для совершения финансовой сделки
5. Поручите организацию прямого контакта с покупателями сотруднику, владеющему английским языком не ниже уровня intermediate
6. Подготовьте маркетинговые материалы на английском языке, включая качественно переведенные тексты и фотографии продукции
7. Наличие англоязычной версии веб-сайта — важный фактор при выборе поставщика. Она дает возможность потенциальным клиентам перейти на сайт продавца и убедиться в его компетенциях
8. Убедитесь в наличии логистических партнеров, готовых осуществить поставки в срок

eBay.com



ОСНОВНОЙ ЯЗЫК

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



ОПИСАНИЕ СПЕЦИФИКИ ПЛОЩАДКИ

ЕВау.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

ЕВау 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 регистрировать 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 eВау 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.

Размещать объявления и управлять ими можно через раздел «Мой eВау». Необходимо учитывать, что eВау разработал систему рейтингов продавцов и покупателей. Система накладывает ограничения на продажи с новых аккаунтов, у которых нет рейтинга. Такое ограничение зависит от типа товаров и может составлять от \$500 в месяц. Чтобы быстрее преодолеть этот барьер, вы можете устраивать распродажи, просить покупателей оставить отзыв и оценку. Также можно добавить опцию Seller к существующему аккаунту Buyer, который уже имеет высокий рейтинг, — из-за этого ваш рейтинг будет выше нулевого, а значит, и условия для сделок будут лучше. Со временем система PayPal отследит устойчиво высокий уровень сделок, проводимых через аккаунт физического лица, и предложит вам завести аккаунт юридического лица, что облегчит получение финансовой отчетности для компании.

[Инструкция: начало продаж на eВау](#)

[Список товаров, не подлежащих продаже на сайте](#)



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](#)

[Подробнее 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 eВау; средства, выплаченные компанией eВау покупателю в качестве возмещения, или сборы, связанные с программами eВау, в которых вы участвуете. В зависимости от суммы платежа и по усмотрению eВау 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.COM



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).

[Подробнее 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.

[Подробнее 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.

[Подробнее о цене и услуге](#)

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

Площадка осуществляет [круглосуточную поддержку клиентов](#).



ТИПОЛОГИЧЕСКИ СХОЖИЕ ПЛОЩАДКИ

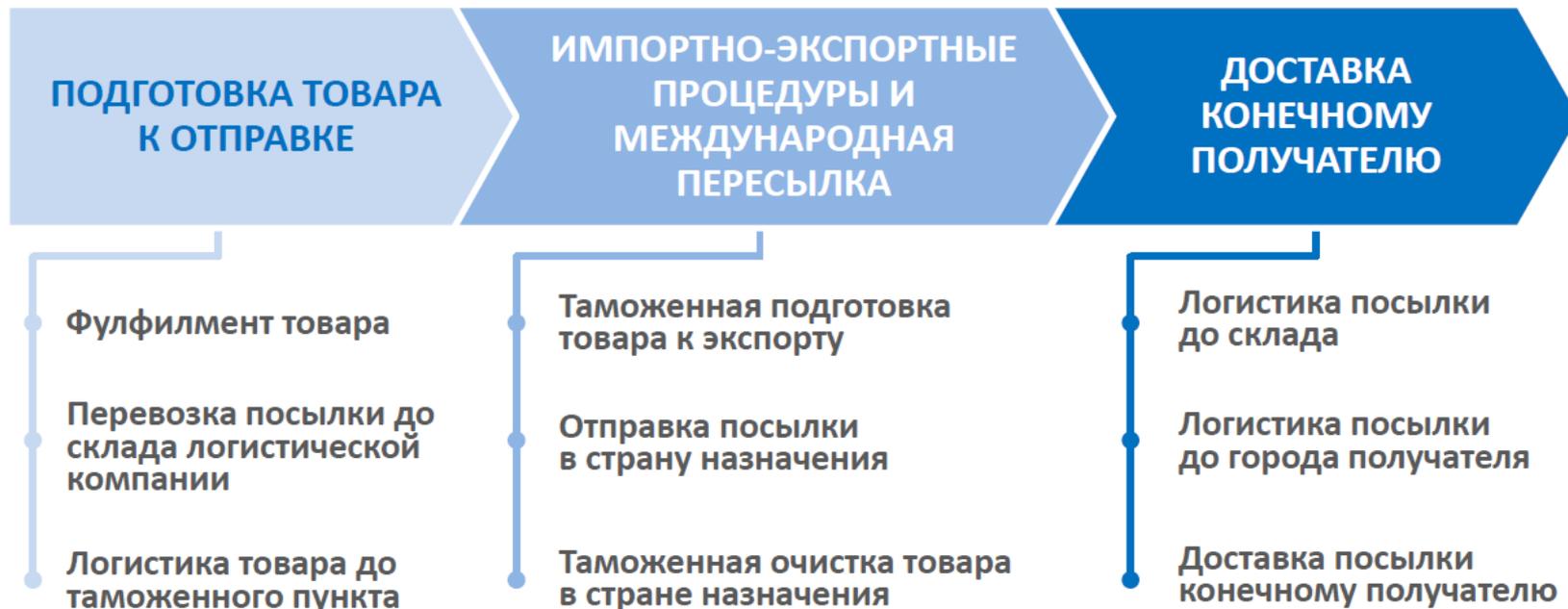
[Etsy](#), [Zibbet](#), [Rakuten](#).

Актуальность вопроса доставки



- ✓ **86%** получателей видят процесс доставки составной частью своего опыта в онлайн-покупках
- ✓ **33%** покупателей имели отрицательный опыт при доставке посылки, купленной в онлайн-магазине
- ✓ **70%** респондентов не хотели бы или не будут осуществлять покупку в онлайн-магазине, если возможность возврата товара является неудобной или дорогостоящей
- ✓ **28%** - рост рынка трансграничной торговли в 2016 году

Ключевые составляющие доставки



Подготовка товара к отправке

	ЗОНА ОТВЕТСТВЕННОСТИ	НОТИФИКАЦИЯ ПОЛУЧАТЕЛЯ
1 Фулфилмент		
<ul style="list-style-type: none"> Получение заявки на сбор заказа в системе 	Отправитель/ логистическая компания	✗
<ul style="list-style-type: none"> Комплектация товара в посылку (Pick&Pack) 	Отправитель/ логистическая компания	✓
2 Перевозка посылки до склада логиста товара		
<ul style="list-style-type: none"> Сбор посылки со склада продавца и ее транспортировка на склад логистической компании 	Отправитель/ логистическая компания	✗
<ul style="list-style-type: none"> Обработка и складирование посылки 	Логистическая компания	✓
3 Логистика товара до таможенного пункта		
<ul style="list-style-type: none"> Направление посылки на соответствующий маршрут по типу перевозки (авиа/авто/жд) 	Логистическая компания	✗
<ul style="list-style-type: none"> Транспортировка посылки в пункт таможни для проведения экспортных процедур 	Логистическая компания	✓

	ЗОНА ОТВЕТСТВЕННОСТИ	НОТИФИКАЦИЯ ПОЛУЧАТЕЛЯ
4 Таможенная подготовка товара к экспорту		
<ul style="list-style-type: none"> • Принятие посылки в пункте таможни 	Логистическая компания	✗
<ul style="list-style-type: none"> • Подготовка и оформление декларационных и таможенных документов для экспорта 	Отправитель/ Логистическая компания /Получатель	✗
5 Отправка посылки в страну назначения		
<ul style="list-style-type: none"> • Транспортировка, обработка и принятие посылки логистической компанией, осуществляющей перевозку 	Логистическая компания	✗
<ul style="list-style-type: none"> • Транспортировка посылки в страну назначения 	Логистическая компания	✓
6 Таможенная очистка посылки в стране назначения		
<ul style="list-style-type: none"> • Прием прибывшей посылки в порту страны назначения 	Логистическая компания	✓
<ul style="list-style-type: none"> • Проверка необходимых документов и осуществление импортных процедур для выпуска 	Логистическая компания	✓

Доставка посылки конечному получателю

	ЗОНА ОТВЕТСТВЕННОСТИ	НОТИФИКАЦИЯ ПОЛУЧАТЕЛЯ
7 Логистика посылки до склада товара		
<ul style="list-style-type: none"> • Транспортировка посылки из пункта таможни до логистического склада 	Логистическая компания	✗
<ul style="list-style-type: none"> • Принятие и обработка посылки на складе логистической компании в стране назначения 	Логистическая компания	✓
8 Логистика посылки до города получателя		
<ul style="list-style-type: none"> • Сортировка посылки на маршрут внутри страны назначения 	Логистическая компания	✗
<ul style="list-style-type: none"> • Отправка посылки в населенный пункт проживания получателя 	Логистическая компания	✓
9 Доставка посылки конечному получателю		
<ul style="list-style-type: none"> • Прибытие посылки в населенный пункт проживания получателя 	Логистическая компания	✓
<ul style="list-style-type: none"> • Согласование даты доставки с получателем и доставка посылки 	Логистическая компания	✓

Курьерская и почтовая доставки из РФ в КНР

СРЕДНИЕ ТАРИФЫ ПО ВЕСУ	SPSR EXPRESS	Крупные логистические компании	ПОЧТОВЫЕ СЕРВИСЫ
0.5 кг	≈ 850 руб.	≈ 2 000 руб.	≈ 600 руб.
1 кг	≈ 1 000 руб.	≈ 2 200 руб.	≈ 1 000 руб.
2 кг	≈ 1 500 руб.	≈ 2 800 руб.	≈ 1 800 руб.
СРАВНИТЕЛЬНЫЕ КРИТЕРИИ			
Услуги по всей цепочке доставки	✓	✓	✓✗ Кроме перевозки посылки от интернет-магазина до склада логиста
Скорость доставки (дни)	4-11	2-4	7-30+
Трекинг	✓	✓	✓✗ Отсутствует в случае нерегистрируемой отправки
Популярные категории товаров	Товары FMCG средних и высоких стоимостных категорий	Корреспонденция, высоко-стоимостные товары, люксовые бренды	Товары FMCG низкой и средней ценовой категории, крупно-габаритные товары
Средний вес посылки	От 500 гр.	Любой	До 500 гр.

Перечень документов при таможенном оформлении в первый раз

- Учредительные документы.
- Доверенность на лицо, представляющее компанию в таможенных органах.
- Паспорт.
- Справка из банка об открытии валютных счетов.

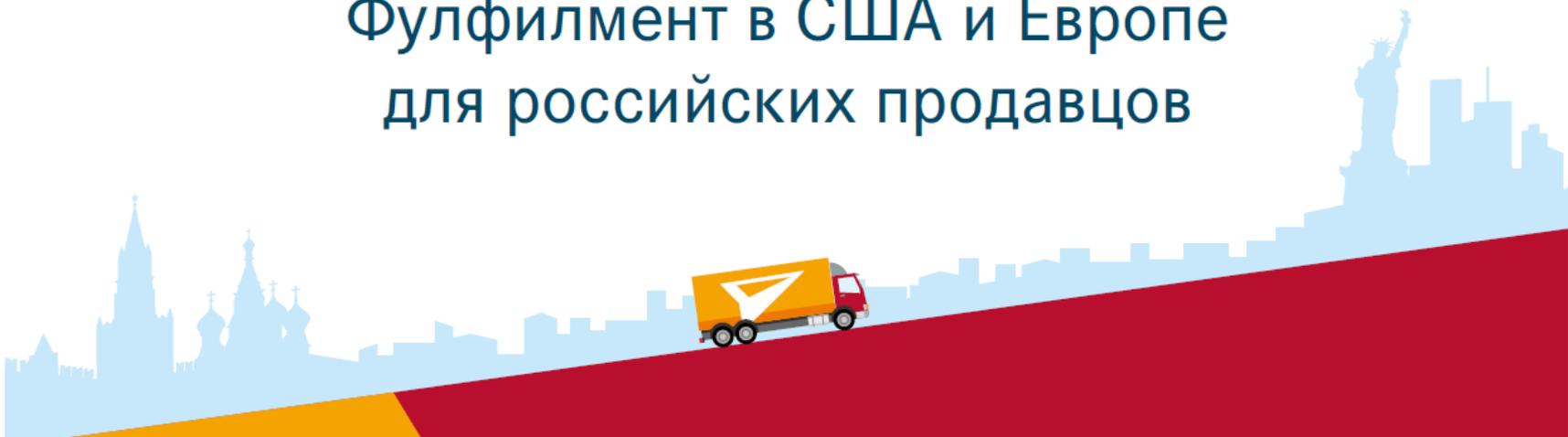




Экспорт B2C

Продвижение через маркетплейсы

Фулфилмент в США и Европе
для российских продавцов



Интеграция с ведущими маркетплейсами

amazon.com®

ebay

Walmart 

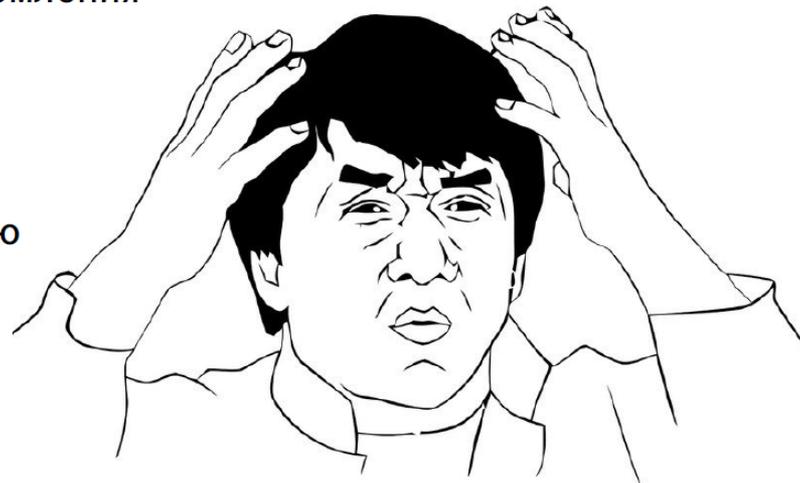
 Rakuten

Etsy

jet

Основные ограничения для развития В2С-экспорта

- Непрозрачность правил таможенного оформления
- Недостаточно высокое качество логистики
- Разница в менталитете и языковой барьер
- Сложный поиск партнеров по продвижению товаров, низкое знание рынков
- Сложность в приеме валютных платежей





pppp Как это работает?



Полезные инструменты для ведения экспорта

Global market finder

Инструмент, который может идентифицировать запросы услуг и товаров для определенных видов рынка. С его помощью удобно производить оценку глобального спроса на контекстную рекламу, анализ рекламных рынков.

ЧТО ПОКАЗЫВАЕТ ЭТОТ СЕРВИС?

- Перспективность. Определяется на основании сравнения количества тематических запросов и цены за клик в GOOGLE ADWORDS в разных регионах.
- Количество запросов в месяц. Среднее число пользователей за год. Как правило, чем больше количество запросов – тем выше конкуренция.

Полезные инструменты для ведения экспорта

Google Translate

Услуга, предоставляемая компанией Google, для перевода части текста или веб-страницы на другой язык.

Consumer Barometer with Google

Инструмент, дающий возможность исследовать клиентские предпочтения и поведения пользователей на международных рынках. С помощью этого сервиса можно узнать, что люди из разных стран покупают, как именно ищут товары и с помощью каких интерактивных устройств.

Think with Google

Сервис для исследования взаимодействия покупателя с различными каналами (изучение так называемого customer journey — дословно «путешествие потребителя»).

Полезные инструменты для ведения экспорта

YouTube Trends Dashboard

Показывает список самых просматриваемых видео за день в той или иной целевой аудитории. Можно использовать тренды для создания креативных видеороликов. Он позволит не только увидеть самые популярные ролики в разных странах, но и сделать выборку по возрасту или половому признаку.

Similarweb

Онлайн-сервис, позволяющий анализировать интернет-трафик в разрезе регионов и тематик, определять основных игроков в той или иной сфере деятельности, а также каналы их продвижения. Все данные предоставляются в виде доступных диаграмм и графиков с возможностью детализации и выгрузки данных. Сервис позволяет оценивать как веб-сайты, так и мобильные приложения.

- ЭТАП 1.** Определить целевую аудиторию (ЦА);
- ЭТАП 2.** Адаптировать описание продукта под вашу целевую аудиторию;
- ЭТАП 3.** Выбрать наиболее популярный товар;
- ЭТАП 4.** Сравнить конкурентные предложения;
- ЭТАП 5.** Описать уникальные свойства товара;
- ЭТАП 6.** Создать красивый визуальный образ Товара;
- ЭТАП 7.** Использовать различные методы маркетингового Продвижения
- ЭТАП 8.** Наладить обратную связь;
- ЭТАП 9.** Максимально быстро реагировать на совершенную покупку;
- ЭТАП 10.** Предоставить покупателям различные способы оплаты товара;
- ЭТАП 11.** Собирать базу e-mail адресов.



ростовское
региональное
агентство
поддержки
предпринимательства



Спасибо за внимание!

Татьяна Михайлецкая
t.mikhayletsкая@ifranch.ru
+7 967 021 93 00

г. Ростов-на-Дону, БЦ "Балканы"
ул. Седова 6/3, оф 310
+7 (863) 308 19 11
info@rrapp.ru