

СОДЕРЖАНИЕ

Задание	3
1.История возникновения и развития маркетплейса «СДЭК.Маркет»	3
2. Ассортимент (товарные группы) и регионы работы маркетплейса «СДЭК.Маркет»	5
3.Результаты работы маркетплейса «СДЭК.Маркет»	8
4. Отзывы экспертов и рядовых потребителей о популярности и качестве работы маркетплейса «СДЭК.Маркет».....	8
Список литературы	14

Задание

Кратко охарактеризуйте выбранный маркетплейс по следующему плану:

1. История возникновения и развития (год создания, организационно-правовая форма, владельцы).
2. Ассортимент (товарные группы) и регионы работы
3. Результаты работы (по материалам прессы или отчетов маркетплейса)
4. Отзывы экспертов и рядовых потребителей о популярности и качестве работы.

Решение:

1.История возникновения и развития маркетплейса «СДЭК.Маркет»

Маркетплейс «СДЭК.Маркет» начал свою работу в 2019 г. , она была зарегистрирована 22.07.2019г. в городе Ростов-На-Дону. Краткое наименование: СДЭК.МАРКЕТ. При регистрации организации присвоен ОГРН 1196196029776, ИНН 6194002171 и КПП 619401001. Юридический адрес: Ростовская область, город Ростов-На-Дону, проспект стачки, дом 175/2 офис 22.[2]

Компания выросла из логистического оператора, а потом занялась созданием собственной торговой площадки. Именно за счет доставки маркетплейс СДЭК.Маркет получает большую часть прибыль, что позволяет ему минимизировать комиссии для продавцов.

Новая торговая площадка с множеством магазинов «СДЭК.Маркет» работает по принципу Aliexpress. С 21января 2022 года генеральным директором компании является Пивоваров Дмитрий Александрович. «СДЭК.Маркет» организован в форме общества с ограниченной ответственностью ООО «СДЭК.Маркет».

Учредителями компании являются:

Физическое лицо-Палий Владимир Иванович (Доля в уставном капитале: 40,0%);

Физическое лицо- Гольдорт Леонид Яковлевич(Доля в уставном капитале: 19,6%);

Физическое лицо- Пиксаев Вячеслав Викторович (Доля в уставном капитале: 15,4%).

Юридическое лицо-ООО «СДЭК-Глобал» (Доля в уставном капитале: 25,0%).[4]

ООО «СДЭК-Глобал»- это международная логистическая компания, находящаяся в числе лидеров российского рынка быстрой доставки, основанная 2000-м году. Под брендом «СДЭК» объединены более двух тысяч пунктов выдачи заказов в России и за рубежом.

Компания ООО «СДЭК.Маркет» осуществляет свою деятельность на основании Закона РФ «О защите прав потребителей» № 2300-1 от 07.02.1992; Федеральным законом «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006; Федерального закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» № 381-ФЗ от 28.12.2009; Постановления Правительства РФ «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» № 612 от 27.09.2007; Гражданского кодекса Российской Федерации; Письма Роспотребнадзора «О контроле за соблюдением Правил продажи товаров дистанционным способом» № 0100/10281-07-32 от 12.10.2007; Письма Роспотребнадзора «О пресечении правонарушений при дистанционном способе продажи товара» № 0100/2569-05-32 от 08.04.2005 и иных нормативно-правовых актов России.[5]

2. Ассортимент (товарные группы) и регионы работы маркетплейса «СДЭК.Маркет»

Компания реализует множество товаров, основными группами товаров являются следующие:

- Электроника-37000 единиц товаров;
- Бытовая техника-9000 единиц товаров;
- Спорт и отдых -28000 единиц товаров;
- Товары для дачи-7000 единиц товаров;
- Одежда и обувь-135000 единиц товаров;
- Строительство и ремонт-35000 единиц товаров;
- Товары для животных-2000 единиц товаров;
- Красота и здоровье- 14000 единиц товаров;
- Автотовары- 52000 единиц товаров.[5]

Маркетплейс «СДЭК.Маркет» посещают более 1,5 миллионов людей в месяц. У «СДЭК.Маркет» более 5000 точек доставки товаров по России, а также есть возможность оформления доставки в любую страну мира.

Главными преимуществами «СДЭК.Маркет» являются: нет абонентской платы и комиссий с продаж; продавец самостоятельно устанавливает оптовые и розничные цены; продавцы получают полную информацию о покупателях, оформивших заказ; площадка не конкурирует с магазинами.

К «СДЭК.Маркет» легко подключиться и продавать так как существует простота работы с товаром; платформа «СДЭК.Маркет» обеспечивает полное кассовое обслуживание; перевод платежей за проданный товаров осуществляется быстро; полная автоматизация документооборота; реализована возможность размещения рекламы и продвижения; доступны партнёрские и маркетинговые программы; продавцам нет необходимости иметь свой сайт; компания помогает быстро запустить и увеличить продажи.

Кроме этого, «СДЭК.Маркет» удобен для покупателей, так как доступен «наложенный платёж» и другие способы оплаты; выдача заказов в собственном магазине (самовывоз).

Первые 3 месяца плата за заказы переданные в доставку не берётся. После первых 3-х бесплатных месяцев, берётся плата в размере 25 руб. за каждый отправленный заказ.

Всего компания «СДЭК.Маркет» предлагает 3 варианта тарифов:

1)Тариф «Старт». Устанавливается всем новым российским клиентам на первые три месяца, после чего переходит в тарифный план «Базовый». Продавец оплачивает только 4% комиссии от каждой сделки и больше ничего.

2)Тариф «Базовый». Отличается от «Старта» лишь дополнительной фиксированной комиссией в 25 рублей за каждую отправленный заказ. Фактически для российских предпринимателей предусмотрено всего два тарифных плана.

3)Тариф «Cross border». Этот вариант маркетплейс СДЭК маркет предлагает для продавцов из других стран. Они могут размещать свои товары на площадке и отправлять в Россию через фирменную доставку компании.[3]

Таким образом, особого выбора тарифа для продавцов не предусмотрено. Но следует учитывать, что комиссия в 4% является самой низкой среди всех маркетплейсов.

Миссия компании «СДЭК.Маркет» в лозунговой форме:

-Мы гордимся тем, что первыми в мире создали торговую площадку на базе крупнейшего логистического оператора, с доставкой по России.

-Мы ставим своей целью предоставить покупателям возможность совершать безопасные дистанционные покупки максимально простым способом с удобной и выгодной доставкой.

-Мы стремимся предлагать продавцам передовые технологии в области онлайн-продаж и внедряем современные инструменты для совершения сделок купли-продажи с наименьшими издержками как для крупного так и для стартующего бизнеса.

-Мы обеспечиваем круглосуточный сервис для покупателей, помогая им оформлять покупки, одновременно открывая широкие каналы для взаимодействия с продавцами по любым вопросам, относящимся к качеству и характеристикам выбираемых товаров.

-В наших планах «расширить границы» и помочь продавцам и покупателям оформлять покупки во всех странах присутствия компании СДЭК.[3]

Компания СДЭК с 2008 года доставляет заказы клиентам интернет-магазинов и предлагает востребованные услуги, которые повышают лояльность покупателей и существенно увеличивают торговую выручку продавцов. Наиболее популярными опциями являются: «осмотр вложения», «наложенный платёж», «примерка», «частичное вручение».

Компания лидер в сфере доставки посылок, и теперь переходит на новый уровень: наша новая задача – помогать магазинам больше продавать, путём снижения сопутствующих затрат и делать цены для покупателей.

За счёт своей торговой площадки, СДЭК стремится увеличить количество сделок между продавцом и покупателем, поэтому «СДЭК.Маркет» предоставит магазинам максимум функций, взимая плату только за заказы, которые были переданы в доставку.

Политика компании «СДЭК.Маркет» предполагает предоставлять преференции радушным продавцам и добросовестных покупателям. Компания отслеживает каждую сделку и следит за ней с момента оформления заказа до момента вручения посылки.

Опыт компании и новые исследования, которые она планирует проводить в сегменте «розничных продаж» помогут создать новые инструменты для повышения качества обслуживания продавцов и покупателей по следующим направлениям:

- 1) Упростить самообслуживания покупателей, предоставив обучающие материалы и инструкции.

2)Предоставить продавцам больше инструментов для взаимодействия с покупателем.

3)Повысить маржинальность для продавцов за счёт предоставления передовых методов: «коллективные покупки», «безопасные сделки» и т.п.

Маркетплейс «СДЭК.Маркет» – создан, чтобы развивать интернет-бизнес передовыми методами!

3.Результаты работы маркетплейса «СДЭК.Маркет»

По имеющимся данным в сети Интернет, компания «СДЭК.Маркет» имеет плохие показатели. За 2020 год прибыль компании составляет минус 4 695 000 руб., выручка за 2020 год составила 6 276 000 руб. Размер уставного капитала ООО «СДЭК.МАРКЕТ» составляет 1 000 000 руб.. Выручка на начало 2020 года составила 114 000 руб., на конец 2020 года 6 276 000 руб. Себестоимость продаж за 2020 год - 9 388 000 руб. Валовая прибыль на конец 2020 года составила минус 3 112 000 руб.[4]

4. Отзывы экспертов и рядовых потребителей о популярности и качестве работы маркетплейса «СДЭК.Маркет»

По различным источникам в сети Интернет о работе маркетплейса «СДЭК.Маркет» можно увидеть следующие отзывы.

1)Торговля на СДЭК.Маркет: отзывы покупателей[7]

Мнение покупателей в магазинах на платформе является умеренно положительным: нужно ещё много времени для того, чтобы небольшие компании смогли выйти на высокий уровень и отказаться от альтернативных способов реализации товаров. СДЕК на данный момент не так известны, как Яндекс.Маркет, Озон и особенно Amazon с Ebay, где недовольственные товары покупают ежедневно миллионы людей.

Если целью является продажа нишевых товаров (те, которые нельзя найти на масс-маркете в больших количествах), то наличие учётной записи ещё на одной площадке никогда не мешает. При активном развитии со стороны владельцев и устранении недочетов с интерфейсом СДЭК.Маркет вполне способен стать площадкой, которую будет выбирать каждый начинающий продавец и крупные компании с многолетним опытом продвижения товаров и услуг.[7]

2)Отзывы о СДЭК.Маркет от реальных продавцов

О СДЭК.Маркет отзывы продавцов встречаются как максимально положительные, так и отрицательные. Общая картина сводится к нескольким позициям: профессиональные продавцы отмечают стабильно высокую скорость доставки благодаря хорошо налаженной логистике; возможность платить комиссию исключительно за успешные транзакции, отсутствие абонплаты и необоснованно строгой модерации; отсутствие потребности следить за собственным сайтом интернет-магазина и платить за хостинг; оперативный вход в личный кабинет с использованием любого браузера и устройства; сложности со стартом торговли для небольших компаний и частных лиц. Крупные продавцы имеют гораздо больше шансов достичь успеха за короткий период.

В итоге пользователи СДЕК дают совет, заключающийся в том, чтобы использовать платформу не в качестве основной, а как дополнение к конкурирующей площадке. На данном этапе нельзя ориентироваться исключительно на СДЭК. Маркет – товары бизнесменам-новичкам продать будет заметно сложнее.[7]

По другим интернет данным, маркетплейс СДЭК.Маркет рекомендуют только 31,0%. [6]

Однако, несмотря на то, что не все довольны маркетплейсом и качеством обслуживания, сам маркетплейс СДЭК.Маркет делает все необходимое для повышения качества обслуживания, в том числе и для отслеживания и пресечения любые противоправных действий. К примеру, в

СДЭК.МАРКЕТ разработан целый алгоритм, который позволяет выявлять недобросовестных покупателей и продавцов, блокировать их профили или полностью удалять с маркетплейса. Рассмотрим подробнее.

1) Как маркетплейс СДЭК.МАРКЕТ защищает интересы покупателей:

Во-первых, компания не подключает продавцов к маркетплейсу, пока не закончит комплексную проверку. Команда специалистов СДЭК.МАРКЕТ изучает юридические документы, историю магазина, отзывы о нем и многое другое. На втором этапе компания знакомит ритейлеров с правилами работы на маркетплейсе и настаиваем на подписании данного документа. После соглашения продавец несет полную ответственность за свои действия на площадке, в том числе и уголовную.[1]

Во-вторых, функционал маркетплейса позволяет удерживать средства покупателя на транзитном счете СДЭК.МАРКЕТА до тех пор, пока посылка с заказом не будет передана в логистическую службу СДЭК. Только после этого деньги поступят на счет продавца.

В-третьих, компания дает возможность покупателям разместить отзыв о товаре. Это помогает следующим клиентам определиться с выбором магазина. Стоит отметить, что команда СДЭК.МАРКЕТА модерировать отзывы и проверяет их достоверность. Если компания видит, что клиент покупку не совершал, но пытается оставить отзыв на сделку или товар, то такое будет заблокировано модератором.

На самом деле, это очень полезный инструмент, на которые многие покупатели не обращают внимания. Наличие 5 звезд под товаром клиента не просто говорит о качестве, но и свидетельствует о порядочности продавца. Если же клиент предпочитает покупать товары у ритейлера со статусом 1-2 звезды, то должен понимать, что заранее идет на риск. Выбор за клиентом.

В-четвертых, компания СДЭК.МАРКЕТА не скрывает от клиентов информацию о продавцах. Эти данные открыты и, если у клиента возникают проблемы с товаром, он может напрямую связаться и решить этот вопрос с

ритейлером. Если не получается договориться, в переговоры вступает служба поддержки клиентов СДЭК.МАРКЕТ.

В-пятых, понижение статуса продавца. Модераторы СДЭК.МАРКЕТ могут понизить рейтинг ритейлера в том случае, если он отменил заказ покупателя. Такое бывает, когда продавец не следит за остатками товара на своем складе. Также есть продавцы, которые умышленно заверяют, что товар есть в наличии, а на самом деле его нет, и предлагают покупателю подождать. Если заказ не подтвержден в течение 2-х дней, то он отменяется автоматически, и покупатель получает оповещение о том, что он не может оплатить этот товар, а рейтинг продавца снижается.

2) Как маркетплейс СДЭК.МАРКЕТ защищает интересы продавцов: [1]

Недобросовестность покупателей, оформляющих заказы с доставкой на пункт выдачи или «до двери», а затем отказывающихся выкупать доставленный товар, – явление не редкое. Кроме издержек, которые несет магазин, оплачивая стоимость доставки и обратной пересылки товара, можно также отметить попытки подмены или кражи товаров, предоставление недостоверных сведений и документов с целью завладения чужим грузом – и это далеко не весь перечень рисков, с которыми сталкиваются продавцы в интернете. Чтобы минимизировать убытки и защитить интересы ритейлера, СДЭК.МАРКЕТ внедряет свою систему мониторинга, которая повышает безопасность любых сделок, совершаемых на торговой площадке, для онлайн-продавцов.

Как это выглядит на практике.

А) Оплата товаров и услуг перед получением товара

СДЭК.МАРКЕТ предлагает три вида оплаты товара:

-онлайн-оплата при оформлении заказа: продавец получает деньги на следующий день после отправки заказа;

-оплата при получении товара в отделениях СДЭК или курьеру: продавец получает оплату после получения посылки клиентом;

-оплата через сервис-гарант «Наложка» производится после соблюдения всех договоренностей между продавцом и плательщиком.

Б) Контроль и оценка

СДЭК.МАРКЕТ не только помогает покупателям в выборе товара при оформлении покупки, но и отслеживает их последующее поведение. Основываясь на совершенных покупателями действиях, формируется их рейтинг, который учитывает следующие показатели:

- ответственность покупателя (правильно оформил заказ, указал все реквизиты и т.д.);

- добросовестность покупателя (вовремя забрал посылку и оплатил заказ);

- наличие возвратов товара, случаи мошенничества;

- другие факторы.

Благодаря покупательскому рейтингу, продавец может принять решение, на каких условиях стоит сотрудничать с таким клиентом - требовать предварительную оплату или дать возможность оплачивать при получении заказа.

В)Страхование ответственности покупателя.

В ближайшем будущем компания планирует интегрировать сервис безопасных покупок «Наложка». В этом случае потребители, которые необоснованно отказываются от заказанного товара, согласно п.4 статьи 497 ГК РФ и в соответствии с п. 4 ст. 26.1 «Закона о защите прав потребителей», будут вынуждены оплатить расходы продавца на доставку и стоимость обратной пересылки возвращенного от заказчика товара. [1]

Г)Скоринг.

Компания видит рост и популярность экспресс-кредитования, который повышает покупательскую способность потребителей. Основываясь на собственном рейтинге, который формируется у пользователя СДЭК.МАРКЕТ на основе предыдущих покупок, компания предлагает гибкую систему финансовых продуктов. Для добросовестных покупателей доступны не только скидки на товары, но также при оформлении заказа имеется возможность у компании предоставлять кредит или рассрочку.

Используя методики контроля за движением денег от покупателя к продавцу, СДЭК.МАРКЕТ снижает вероятность мошенничества, давая возможность продавцам получать прибыль за реализованные товары.

3) Как маркетплейс СДЭК.МАРКЕТ защищает собственные интересы:

Работа маркетплейса также сопряжена с несколькими видами рисков, с которыми сталкивается компания. К примеру, продавец предложил покупателю оплатить товар не через СДЭК.МАРКЕТ, а напрямую на карту, аргументируя это изменением цены. Естественно, что служба контроля мгновенно выявила такого ритейлера и удалила его профиль с маркетплейса, хотя его линейка товаров, представленных на маркетплейсе, превышала несколько тысяч наименований. Этот случай очень показательный. Если ритейлеры пытаются провести сделку «за спиной» маркетплейса, то клиент лишается всех гарантий, которые может предоставить СДЭК.МАРКЕТ. К тому же, компания СДЭК.МАРКЕТ несет репутационные потери. В случае мошенничества, клиент будет обвинять в первую очередь электронную площадку, которая разместила информацию о таком продавце. Также важно отметить, что СДЭК.МАРКЕТ работает исключительно с логистической компанией СДЭК. Поэтому, когда продавец просит покупателя указать форму доставки «Самовывоз», а сам отправляет заказ другой логистической службой, он также может быть деактивирован с площадки за нарушение правил.

Таким образом, современный функционал позволяет отследить любые попытки мошенничества. [1]

Итак, шопинг в интернете - это удобно, комфортно, выгодно и безопасно, если следовать всем правилам. Кроме того, маркетплейс может стать прибыльным бизнесом, если процессы защиты и контроля настроены и автоматизированы верно.

Список литературы

1. Как маркетплейс защищает интересы покупателей и продавцов [Электронная версия] [Ресурс: <https://spark.ru/startup/cdek-market/blog/48741/kak-marketplejs-zaschischaet-interesi-pokupatelej-i-prodavtsov>]
2. Логистическая компания «СДЭК» сегодня запустила свой маркетплейс cdek.market, сообщает e-repper. [Электронная версия] [Ресурс: <https://www.retail.ru/news/sdek-otkryl-svoy-marketpleys/>]
3. Маркетплейс СДЭК.МАРКЕТ: потенциальный лидер или очередная типовая торговая площадка? [Электронная версия] [Ресурс: <https://www.ekam.ru/blogs/pos/sdek-market>]
4. Результаты работы маркетплейса «СДЭК.Маркет» [Электронная версия] [Ресурс: <https://companies.rbc.ru/id/1196196029776-obschestvo-s-ogranichennoj-otvetstvennostyu-sdekmarket/>]
5. Официальный сайт маркетплейса СДЭК.МАРКЕТ [Электронная версия] [Ресурс: <https://cdek.market/>]
6. Cdek.market - электронная торговая площадка - отзывы. [Электронная версия] [Ресурс: https://otzovik.com/reviews/cdek_market_elektronnaya_torgovaya_ploschadka/]
7. Сотрудничество со СДЭК. Маркет: Есть ли смысл начинать, отзывы продавцов. [Электронная версия] [Ресурс: <https://vipiter.ru/blog/84-sotrudnichestvo-so-sdjek-market-est-li-smysl-nachinat-otzyvy-prodavcov.html>]



**Помощь студентам
онлайн! Без посредников!
Без предоплаты!
<http://diplomstudent.net/>**