

Название учебного заведения

Тема: «Маркетинговая стратегия в сфере электронной коммерции»

Выполнил: _____

Проверил: _____

2023 год



Понятие и виды электронной коммерции

Электронная коммерция

Это деятельность по электронной покупке или продаже товаров и услуг через интернет.

Это предпринимательская деятельность, которая, так или иначе, связана с распространением, рекламированием, продвижением, продажей услуг или товаров через Интернет.

01

B2B (Business-to-Business)

Ниша «Бизнес для бизнеса» подразумевает коммерческие отношения между юридическими лицами, экономическими субъектами рынка. Для налаживания контактов, поиска партнеров и переговоров в B2B используются специализированные интернет-площадки, интерактивные базы данных.

02

B2C (Business-to-Consumer)

Сфера «Бизнес для потребителя» предполагает торговлю товарами и услугами между юридическими и физическими лицами. Это своего рода розничные продажи, но только с помощью онлайн-площадок – магазины, сервисы, банки и прочее.

03

B2G (Business-to-Government)

Ниша «Бизнес для правительства» включает в себя следующих участников рынка: юридические лица – компании, корпорации, бренды с одной стороны и муниципальные органы, государственные инстанции – с другой.

04

C2C (Consumer-to-Consumer)

Электронная коммерция в нише «Потребитель для потребителя» подразумевает осуществление сделок между физическими лицами. Успех таких интернет-площадок как Авито, Юла, Ebay, Молоток и других основан на коммерческих отношениях пользователей через электронную систему объявлений.

05

G2C (Government-to-Citizens)

Довольно популярный вид электронной коммерции в последние годы «Правительство для граждан» – обеспечение доступа к государственной информации через онлайн-сервисы.

06

C2B (Consumer-to-Business)

Вид электронной коммерции «Потребитель для компании», где клиент сам устанавливает стоимость товаров и услуг.

07

G2G (Government-to-Government)

Сфера электронной коммерции «Правительство для правительства» подразумевает деловые отношения госорганов между собой: поставки продукции, оказания услуг и прочее. Реализуется такое взаимодействие через онлайн-технологии.

08

B2P (Business-to-Partners)

Ниша «Бизнес для партнеров» – это коммерческие отношения с поставщиками услуг и товаров, между филиалами, партнерскими организациями одной сети или сторонними компаниями.

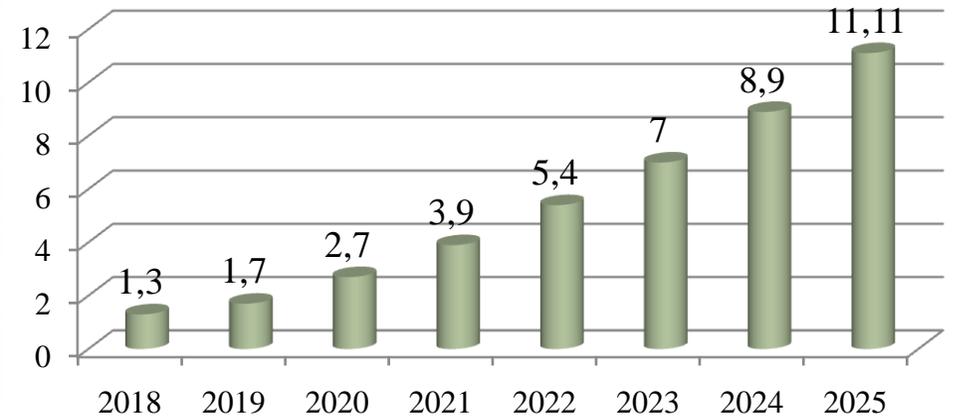
09

B2E (Business-to-Employee)

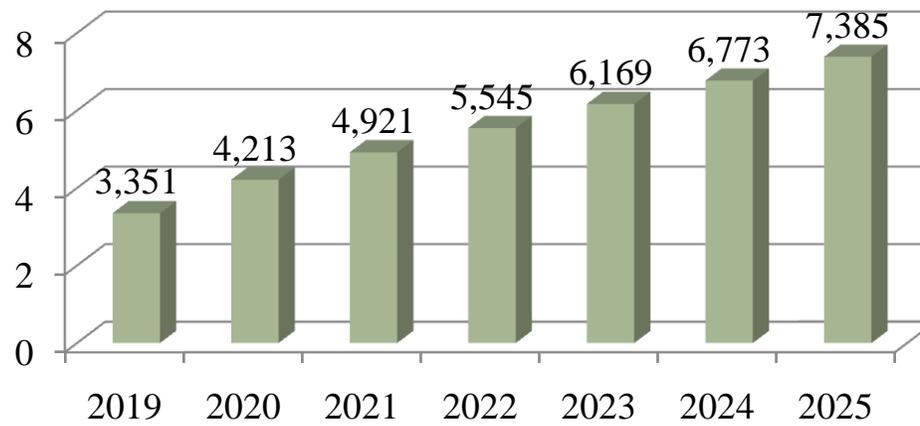
Сфера взаимоотношений с персоналом также может быть коммерциализована. «Бизнес для сотрудников» подразумевает использование различных систем автоматизации управления бизнес-процессами, корпоративными задачами.

10

Анализ и перспективы развития электронной коммерции в России и в мире до 2025 года



■ Объем российского рынка электронной коммерции, трлн. руб.



■ Объем мирового рынка электронной коммерции, трлн.долл. США



Маркетплейсы на рынке электронной коммерции

Маркетплейс - это онлайн-площадка, где продаются товары разных продавцов. Для продавца маркетплейс - это посредник между ним и покупателем, а для покупателя - гипермаркет, где можно в одном месте купить самые разные товары - от одежды до электроники.

01

Wildberries

02

СберМегаМаркет

03

Ozon

04

Яндекс.Маркет

05

Amazon

06

СДЭК. Маркет

07

Lamoda

08

Aliexpress

Маркетинговая стратегия и ее виды

Маркетинговая стратегия-это комплексный план развития бизнеса, включающий все вопросы, связанные с повышением прибыли и продаж.

Сущность marketing-стратегии заключается в создании инструментов, направленных на достижение бизнес-целей.

Основная задача - увеличить объем реализации и чистую прибыль.



Товарная стратегия- стратегия формирования ассортимента предприятия



Ценовая стратегия- стратегия установления цены



Стратегия стимулирования сбыта-акции, скидки и др.

Стратегия продвижения-реклама, каналы сбыта и т.д.

Глобальная стратегия

Цель глобальной маркетинговой стратегии - расширить географию сбыта компании.

01

Ее задачи: выход на международный рынок; производство продукции по международным стандартам с учетом потребностей клиентов из разных стран; партнерство с зарубежными брендами.

Базовая стратегия

02

Цель базовой маркетинговой стратегии - увеличить темпы и объемы роста бизнеса за счет масштабирования производства или снижения затрат.

Задачи стратегии: вывод компании в лидеры рынка; отстройка от конкурентов; снижение издержек.

Конкурентная стратегия

03

Этот вид маркетинговой стратегии опирается на конкурентные преимущества бизнеса. Он строится исходя из распределения сил на рынке и позиции компании по отношению к другим брендам отрасли.

Стратегии роста

04

Цель стратегии роста - увеличить прибыль путем масштабирования производства, расширения регионов продаж. Способы реализации: проникновение на рынок ; расширение рынка; расширение продукта; диверсификация - поставка новых продуктов на новые рынки; приобретение - увеличение объема продаж за счет приобретения другого бизнеса.

Сообщения в социальных сетях

Контент-маркетинг

Видеоконтент

Социальная
реклама



Маркетинговые
стратегии на
рынке
электронной
коммерции



Стать
Экспресс-доставка
Гарантия лучшей цены



Маркетинг в
поисковых
системах
Оптимизация поисковых систем

Выводы

Интернет-торговля - это в первую очередь удобный способ совершения сделок между покупателем и продавцом. Для совершения покупки, нужно зайти на виртуальную торговую площадку и оплатить заказ любым из предложенных способов.

Современный мир уже нельзя представить без ниши электронной коммерции, ведь пользователи привыкли к комфортному способу коммуникации с компанией. Клиентам больше не нужно тратить время, чтобы добраться до торговой точки и часами стоять в очереди. Сейчас требуется лишь зайти на сайт и оформить заказ.

Перспективы рынка электронной коммерции достаточно оптимистичные, а следовательно, является необходимым развиваться на данной нише и постоянно совершенствовать маркетинговые стратегии.



Спасибо за внимание!

