

Менеджер маркетплейсов

Дипломный проект

Ваша задача – разработать стратегию по выходу на маркетплейсы для заказчика. Для этого вы:

- проведете маркетинговое исследование;
- выберете платформу и способ хранения товара;
- создадите пример карточки товара;
- опишете цифровую воронку продаж;
- рассчитаете экономические параметры.

Вы оформите результаты в презентацию, которую сможете включить в свое портфолио.

Прочитайте описания заказчиков и выберите одного из них для дипломного проекта.

Производитель виниловых стикеров «Наклей»

Ваша заказчица – Вероника, самозанятая, которая производит виниловые стикеры в Екатеринбурге. В ее ассортимент входят маленькие виниловые стикеры для машин, декоративные наклейки для окон среднего размера и крупные интерьерные наклейки. Сейчас Вероника продает товар поштучно через свой аккаунт в социальных сетях. Она печатает маленькие партии стикеров и сразу отправляет товар покупателям, чтобы не хранить коробки дома.

Принтер Вероники работает с разной скоростью и использует различное количество чернил и виниловой бумаги в зависимости от размера стикера:

Размер стикера	Скорость печати (шт/день)	Затраты (руб./шт)
Малый	60	30
Средний	10	100
Крупный	5	150

Вероника хочет выйти на маркетплейсы, но не знает, стоит ли. Ее цель – повысить доходность бизнеса. Она не любит сидеть над документами и цифрами. Ей важно, чтобы маркетплейс брал на себя большую часть административных задач.

Магазин электроники из Китая ООО «БытТех»

Ваш заказчик – Виктор, владелец двух онлайн-магазинов мелкой электроники во Владивостоке. Годовой оборот его компании – 25 миллионов рублей. В ассортимент магазина входят тостеры, миксеры и электробритвы. Виктор хочет продавать онлайн, чтобы увеличить прибыль и повысить узнаваемость магазинов «БытТех». Ему важно самостоятельно решать, когда давать скидки. Заказчик не готов развивать собственный интернет-магазин, а потому смотрит в сторону маркетплейсов.

Виктор закупает небрендовый товар из Китая раз в месяц. При заказах он ориентируется на вместимость склада. Его затраты включают стоимость закупки и хранения на собственном складе:

Наименование товара	Объем склада (шт)	Затраты (руб./шт)
Тостер	80	600
Миксер	120	400
Электробритва	240	300

Виктор хочет понять, выгодно ли продавать онлайн и с каких товаров лучше начинать.

Ваша задача

Проанализируйте запрос заказчика и разработайте стратегию выхода на маркетплейсы для него. Оформите результаты в презентацию. Ее структуру и алгоритм выполнения работы вы найдете на следующих страницах.

Структура презентации

1. Титульный слайд

Оформите титульный слайд по следующим правилам:

- укажите название диплома: «Стратегия выхода на маркетплейс для [вставьте деятельность заказчика]»;
- укажите цель презентации: «Дипломная работа для курса “Менеджер по работе с маркетплейсами” от Академии Eduson»;
- укажите ваше ФИО.

2. Презентация заказчика

Кратко опишите деятельность заказчика и подчеркните моменты, которые влияют на стратегию выхода на маркетплейсы:

1. Прочтите описание заказчика, которого вы выбрали.
2. Создайте слайд «Описание бизнеса». Добавьте на слайд детали о существующем бизнесе заказчика:
 - деятельность и название бизнеса;
 - размер бизнеса («микро-бизнес», «малый и средний бизнес», «крупный бизнес»);
 - юридический статус («самозанятый», «ИП», «ООО»);
 - существующие каналы сбыта;
 - категории товаров (например, «товары для сада»);
 - наименования товаров заказчика;
 - наличие собственного склада («да», «нет»);
 - стратегическая цель (например, «увеличить продажи»);
 - пожелания к маркетплейсам.

3. Анализ продаж аналогичных товаров

Проанализируйте 3 вида товаров, которые продает заказчик, и добавьте результаты на слайд. Для этого сделайте следующее:

1. Перейдите в wordstat.yandex.ru и введите название товара (например, «воздушные шарики»). Попробуйте набирать разные комбинации слов. Выпишите, у какого из товаров больше поисковых запросов, а у какого – меньше.

2. Посмотрите историю запросов на wordstat.yandex.ru. Отметьте динамику запросов за последние 6 месяцев.
3. Добавьте выводы по продуктам: популярны ли товары и какое из наименований выглядит перспективнее.
4. Оцените количество товаров в категории вашего заказчика на различных маркетплейсах. Где категория развита больше, а где – меньше?
5. Добавьте ваши общие выводы на слайд «Анализ продаж».

4. Выбор маркетплейса

Проанализируйте результаты исследований и выберите маркетплейс, который лучше всего подойдет заказчику. Опишите преимущества и риски для заказчика.

Шаг 1. Определите критерии для сравнения маркетплейсов.

1. Посмотрите на описание бизнеса и результаты ваших исследований. Что может повлиять на успешность выхода на маркетплейс? Что отличается на разных площадках? Что понравится заказчику, но не повлияет на успешность продаж?
2. Посмотрите, как зарегистрирован бизнес заказчика (самозанятый, ИП, ООО). На каких маркетплейсах он сможет работать?
3. Выпишите 4 маркетплейса, которые вы будете рассматривать для клиента. Объясните в 1-2 предложениях, почему вы сравниваете именно эти маркетплейсы.
4. Определите 3 ключевых критерия, по которым вы будете выбирать маркетплейс для заказчика. Кратко объясните, почему вы выбрали именно эти критерии.
5. Определите дополнительные критерии, которые повлияют на выбор маркетплейса. Кратко объясните свой выбор.
6. Добавьте ваши результаты на слайд «Критерии для выбора маркетплейса».

Шаг 2. Создайте таблицу со сравнением маркетплейсов.

1. Внесите названия 3 ключевых критериев и 4 маркетплейсов в таблицу для сравнения. Добавьте строку «Дополнительные преимущества».
2. Создайте слайд «Сравнение маркетплейсов» и добавьте туда вашу таблицу. Она будет выглядеть так:

Шаблон таблицы для сравнения маркетплейсов

	Маркетплейс 1	Маркетплейс 2	Маркетплейс 3	Маркетплейс 4
Критерий 1				
Критерий 2				
Критерий 3				
Дополнительные преимущества				

Шаг 3. Заполните таблицу для каждого маркетплейса.

1. Отметьте значения ключевых критериев. Например, если вы выбрали критерий «Рост спроса на товар», то можно отметить «высокий», «средний» или «низкий».
2. Отметьте дополнительные преимущества для заказчика.

Шаг 4. Выберите маркетплейс для начального запуска продаж.

1. Проанализируйте заполненную таблицу с критериями. Выберите маркетплейс, с которого стоит начать запуск.
2. Создайте новый слайд с названием «Преимущества и недостатки [название маркетплейса-победителя] для запуска».
3. Добавьте на слайд список преимуществ маркетплейса.
4. Добавьте возможные риски при работе с этим маркетплейсом.

5. Формат сотрудничества и налоговый режим

Объясните, какой договор с маркетплейсом заключить и какую систему налогообложения использовать:

1. Посмотрите, как зарегистрирован бизнес заказчика. Какие условия доступны ему для сотрудничества на маркетплейсе?
2. Определите, какие налоговые режимы доступны заказчику. Что будет наиболее выгодно для него?
3. Добавьте на слайд «Формат сотрудничества с маркетплейсом и налоговый режим» ваши выводы. Объясните рекомендацию.

6. Логистика, хранение товара и доставка

Опишите, как заказчику организовать хранение товара на складе:

1. Посмотрите, как организованы логистика и хранение товара у бизнеса сейчас.
2. Изучите, какие опции предлагает заказчику маркетплейс. Какие из них лучше удовлетворят пожелания заказчика?

Предположите, что товары в среднем хранятся 14 дней на складе, а клиенты возвращают 5% товаров.

3. Оцените затраты на хранение, логистику и доставку.
4. Добавьте выводы на слайд «Логистика, хранение и доставка товара»:

- укажите форму сотрудничества, которую вы выбрали для заказчика, и напишите краткое объяснение;
- добавьте вашу оценку затрат;
- укажите все предположения и упрощения, которые вы использовали в расчетах.

7. Выбор продукта для продажи

Рассчитайте unit-экономику для каждого наименования:

1. Оцените среднюю цену. Если на маркетплейсе нет этой информации, то возьмите цену одного из самых популярных товаров.
2. Рассчитайте сумму затрат на производство или покупку товара (они указаны в описании заказчика) и сопутствующих затрат на доставку, логистику и хранение (используйте данные маркетплейса).
3. Рассчитайте маржинальность.
4. Рассчитайте рентабельность.
5. Рассчитайте максимальную ежемесячную прибыль с учетом количества доступного товара.
6. Оформите результаты в таблицу на слайде «Экономическая модель». Ваша таблица будет выглядеть так:

	Товар 1	Товар 2	Товар 3
Средняя цена (руб.)			
Затраты на производство, хранение и доставку (руб.)			
Маржинальность (руб.)			
Прибыль за месяц (руб.)			
Рентабельность (%)			

7. Выберите товар, с которого стоит начать продажи. Добавьте вывод на слайд.

8. Ценовая и промо-стратегии

Разработайте ценовую и промо-стратегии для заказчика:

1. Посмотрите, какие регулярные акции есть на маркетплейсе. Объясните, в которых из них вы хотите участвовать.
2. Оцените дополнительные затраты на участие в акциях. Суммируйте их с данными о затратах из предыдущих расчетов. Определите, при какой цене с учетом скидки маржинальность останется положительной.
3. Рассчитайте цену без скидки. Насколько она отличается от цен конкурентов? Подумайте, как адаптировать стратегию, чтобы увеличить прибыльность, но не потерять продажи.
4. Оформите выводы на слайде «Ценовая и промо-стратегии».

9. Анализ конкурентов

Проанализируйте конкурентов на маркетплейсе:

1. Посмотрите на аналогичный товар с отметками «Бестселлер» и товары с большим количеством положительных отзывов. Выпишите 2-3 продавцов, которые продают эти товары.
2. Для каждого конкурента отметьте преимущества и недостатки и опишите, как вы можете выделиться на их фоне.
3. Добавьте ключевые выводы на слайд «Анализ конкурентов».

10. Карточка товара

Оформите карточку товара по правилам маркетплейса:

1. Подберите фото товара, которое оформлено по правилам маркетплейса.
2. Составьте продающий текст.
3. Добавьте результаты на слайды «Карточка товара» и «Описание продукта».

11. Продвижение товара

Составьте рекомендации по продвижению товара:

1. Опишите целевую аудиторию маркетплейса: их социальное положение, доход, паттерны поведения.
2. Определите, какие инструменты стоит использовать на разных этапах воронки продаж.

3. Оформите рекомендации на слайде «Продвижение товара на маркетплейсе».

12. Дополнительная информация

На слайдах в конце вашей презентации укажите:

1. Источники, которые вы использовали для презентации.
2. Правила для оформления карточек на маркетплейсе, который вы выбрали для заказчика.
3. Таблицы с вашими расчетами логистических затрат и unit-экономики.

Вы завершили курс «Менеджер маркетплейсов»! Пришлите вашу презентацию **в формате PDF** куратору для проверки.