**Отличительные особенности маркетплейсов Ozon и Wildberries**

1)Регистрация и оплата на маркетплейсах Ozon и Wildberries.

При регистрации и на Озоне, и на Вайлдберриз нужно предоставить данные о компании, загрузить сканы учредительных документов. Понадобятся сертификаты качества на товары, документы, разрешающие продавать продукцию с зарегистрированной торговой маркой. Оба маркетплейса работают только с ООО, ИП или ПАО. Вайлдберриз ещё работает с самозанятыми, то есть там можно продавать свои хэнд-мейд товары. Физическое лицо не сможет продавать на этих маркетплейсах.

На Озоне процедура регистрации проще. Необходимо заводить личный кабинет, модераторы его проверяют в течение максимум 1 дня. Также нужно подключить ЭДО. Чаще всего используют «Диадок». Для новичка взаимодействие с ЭДО может быть сложным. Если у продавца поставка несколько сотен артикулов, для каждого нужно заполнить количество, цену, страну, номер таможенной декларации, заполнить таблицы УПД. Если всё в порядке с регистрацией и ЭДО, селлер размещает товары, ожидает первых заказов. В среднем до момента первых продаж после регистрации проходит 3 недели.

На Вайлдберриз регистрация строже, чем на Озоне. WB очень тщательно проверяет каждого партнёра на предмет, принесёт ли партнёр выгоду маркетплейсу и есть ли смысл в сотрудничестве. Кроме учредительных документов, селлеры обязаны предоставить прайс-лист.  Wildberries решает, подходят ли товары для того, чтобы быть на площадке, и может отказать. Чтобы принимать заказы на WB, селлеру нужно сделать первую поставку на склад маркетплейса. Зато здесь нет необходимости подключать ЭДО. До момента первых заказов проходит около 1 месяца.

На Озоне выплаты мерчанту проходят 2 раза в месяц: 15 и 25 числа. В начале месяца приходится инвестировать большую часть выручки, а следующий платёж будет только через 2 недели. Это не всегда удобно и может замедлять развитие бизнеса на маркетплейсе. Зато на Вайлдберриз кассовый разрыв минимален: выплаты продавцу каждый понедельник.

2)Логистика Ozon и Wildberries.

Схемы работы касательно складов и поставок у двух маркетплейсов схожи. Они зависят от того, какой склад селлер хочет использовать: собственный, склад маркетплейса или оба сразу.

В Wildberries оценивают процент оборачиваемости поставщика. Если лимиты на поставку ниже определённого порога, некоторые склады будут для селлера недоступны. Но при этом поставщик может воспользоваться транзитным складом, и сам маркетплейс транспортирует груз куда нужно. Также Вайлдберриз разрешает отгружать маленькие поставки на пункты самовывоза, например, если объём поставки менее 1 м3. Продавец в том числе может отправить товар на склад только после того, как покупатель оформил заказ.

3)Стоимость за доставку и хранение Ozon и Wildberries.

Wildberries дополнительно собирает плату за логистику. Эта плата зависит от категории и подкатегории товара. Стоимость может варьироваться от 20,0 до 90,0 руб. за доставку; стоимость за возврат - 33 руб.

Ещё Вайлдберриз собирает плату за хранение. Эта плата включается для товаров с плохой оборачиваемостью. WB оценивает скорость продаж за последние 2 месяца, и если товар плохо продаётся, платное хранение будет стоить 50 коп. за артикул в сутки. Плата снимается еженедельно. В отчёте можно увидеть, на какие артикулы начисляется эта оплата. Оборачиваемость считают целиком. То есть если у селлера есть ходовые и залежавшиеся товары, он не будет платить за залежавшиеся, если общая оборачиваемость не превышает 60 дней.

Ozon работает по схожему принципу, в том числе есть плата за хранение мало оборачиваемого товара. Если селлер выбрал схему FBO (торгует со склада Озона), стоимость логистики начинается от 35 руб. для небольшого товара и 75 руб. для крупного. Небольшим товаром считается объём до 1 литра, большим - всё что больше 1 литра. Литры Озон высчитывает, перемножая сумму сторон посылки. Работая по схеме FBS (отправляя товар со склада продавца), селлер платит 75 руб. за любую доставку вне зависимости от литража посылки. При этом, если продавец отправляет товар весом от 25 кг, стоимость доставки уже 400 руб.

4)Комиссии маркетплейсов Ozon и Wildberries.

На Ozon минимальная сумма комиссии не включает стоимость доставки и в некоторых случаях может превышать цену товара, например, когда составляет 125-200 руб. (за одежду, обувь, электронику). В среднем комиссии Озона от 5% до 25% от стоимости заказа. На Wildberries плата за размещение товара зависит от стоимости товара, количества продаж. Вайлдберриз забирает до 15,0-19,0%, но есть сопутствующие расходы (например, доставка), которые могут значительно увеличить комиссию.

5)Рейтинги и блокировки.

На Wildberries у вас как у поставщика-продавца рейтинга нет. Продавец поставляет на склад те товары, которые разрешает сам WB. Таким образом, продавец физически не может ничего нарушить. Однако, на товары рейтинг есть. Этот рейтинг зависит от количества заказов и положительных отзывов.

На Ozon рейтинг продавца может как быть, так и не быть. Если селлер работает по модели FBO, то тоже физически не может ничего нарушить, поэтому рейтинга нет. Но если селлер торгует по модели FBS, у него появляется рейтинг качества поставщика, который зависит от 3 метрик:

А)Индекс цен. Озон принудительно заставляет выравнивать цены и ставить такие, как на других площадках - даже если на другой площадке идёт сезонная акция. Ещё Озон не разрешает повышать цену более чем в 1,1 раза. Озон требует понизить цены только один раз. Если селлер их понизил, а в следующий раз выставил обычные цены, ничего не подозревая, и на Вайлдберриз на эти товары прошла акция со скидками, то продавца заблокируют сразу же. Потому что цены окажутся выше, чем на WB.

Б)Процент отмен. Это соотношение отменённых заказов к общему количеству, среднее за неделю. Максимально возможный показатель 2,0%. Если селлер его превышает, у него есть ровно 7 дней, чтобы исправить ситуацию.

В)Просроченная доставка. Продавец обязан привозить товары на склад вовремя. Если он опоздает на 1 день, его заблокируют.

По этим 3 метрикам Ozon оценивает продавцов каждый день и может заблокировать в любой момент. После первого инцидента нарушения, даже если селлер ситуацию исправил, во второй раз блокируют уже без предупреждения.

6)Интерфейс Ozon и Wildberries.

В Wildberries интерфейс сложнее. Там можно ошибиться на первых порах, например, когда нужно сгенерировать штрих-код коробки, привязать к штрих-коду поставки, сопоставить эти данные в Excel, загрузить на портал. Могут помочь обучающие видео, инструкции, но всё равно в личном кабинете трудно разобраться.

В Ozon сориентироваться проще. Большинство операций проходят автоматически, не нужно вручную вносить данные в Excel. Но работая с Озоном, необходимо разбираться в тонкостях ЭДО.

7)Работа техподдержки Ozon и Wildberries.

У Wildberries есть поддержка по телефону. Работает по-разному. Иногда WB реагирует быстро, помогает решить проблему, иногда - не помогает и не реагирует. Но в соцсетях и  Telegram  есть группы, где можно проконсульти- роваться с опытными продавцами, спросить совета экспертов.

У Ozon нет поддержки по телефону. Можно писать в личном кабинете. Также как и с техподдержкой WB, может повезти или не повезти. Ответить могут сразу и сразу решить проблему, либо только через несколько месяцев и не факт, что помогут. Поэтому придётся искать ответы на вопросы в соцсетях, на форумах, Telegram чатах и каналах.

8)Уровень конкуренции на Ozon и Wildberries.

Успех на  Wildberries  во многом зависит от суммы продаж за определённый промежуток времени. Даже если карточка в топе ранжирования в своей категории, она может вообще не приносить продажи. При этом большинство заказов клиенты оформляют не когда ищут по категории, а когда получают персональные рекомендации. Важно найти способ, как попасть в рекомендации. Оценивается конверсия из показов в продажи и сумма продаж. Чем выше конверсия, тем больше вероятность, что вы будете в рекомендациях.

Также добиться высоких продаж на Вайлдберриз можно за счёт резкого снижения цены. WB заинтересована делать покупателям выгодные предложения. Если селлер сделает цену на 10,0-15,0% ниже, чем у конкурентов, WB сделает всё, чтобы купили именно у данного продавца.

Но в принудительных акциях Вайлдберриз есть риск, что селлер будет работать в минус. WB всё равно, какой курс доллара, сколько стоит доставка, какова инфляция. После участия в акции, если селлер поднимает цену, продажи резко падают, и приходится опускать цену ещё ниже, чем когда она была со скидкой в акции. Вайлдберриз может заставить сделать скидку, например, 77% или ещё больше.

Считается, что Ozon в части конкуренции более выигрышный вариант: у продавца здесь больше возможностей для повышения охвата своих товаров. Снижать намеренно цену и работать в убыток здесь не обязательно. Важно, чтобы карточка товара была хорошо прописана, имелись отзывы, продающее описание, фотографии, конкурентная цена. Успех на Ozon обеспечивает правильная настройка рекламных кампаний. Чем больше бюджет на рекламу, тем больший доход можно получить в перспективе. На алгоритмы  ранжирования продавец WB практически не может повлиять.

9)Рекламные инструменты Ozon и Wildberries.

Благодаря рекламе первые продажи уже можно получить через несколько дней после регистрации на площадке, в то время как органических продаж придётся ждать неделями и месяцами.

На Ozon участие в акциях обязательно, плюс продавец может запускать свои собственные акции в любое время. Такие рекламные мероприятия помогают увеличить продажи во много раз. Продавцы Ozon могут запускать стандартные кампании с оплатой за 1000 показов. Работа с рекламой проходит по модели аукциона. Озон предоставляет несколько разных типов рекламных инструментов, и любой продавец может выбрать подходящий вариант, доступный по бюджету.

У Wildberries рекламные возможности сильно ограничены. Продавец может запускать собственные акции, обязан участвовать в акциях площадки, также он может показывать рекламные объявления, купить место в email-рассылке. Из-за малого количества инструментов продвижения опытные селлеры представляют свои товары не только на WB, но и на других маркетплейсах.

У Wildberries и Ozon есть свои внутренние инструменты аналитики. Но они не всегда бывают удобными и не показывают глубокую статистику, которая бывает необходима когда масштабируется бизнес. Например, на WB можно получить точные данные только через неделю, а Озон не показывает выручку по конкретным моделям.