

МАРКЕТИНГ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА

Тенденции рынка eCommerce,

Разработка интернет-магазина,

Как быть успешным в электронной торговле



Мировые тенденции рынка электронной коммерции

1

Обладая информацией о рынке Вам легче принять правильное решение о создании или дальнейшем развитии Вашего проекта.

Рассмотрим основные тенденции рынка eCommerce



Основные факторы конкурентоспособности интернет-магазина

2

Какие факторы необходимо учесть при разработке конкурентоспособного интернет-магазина?

Какие этапы работ выделяют при его создании?



Стратегии в электронной коммерции

3

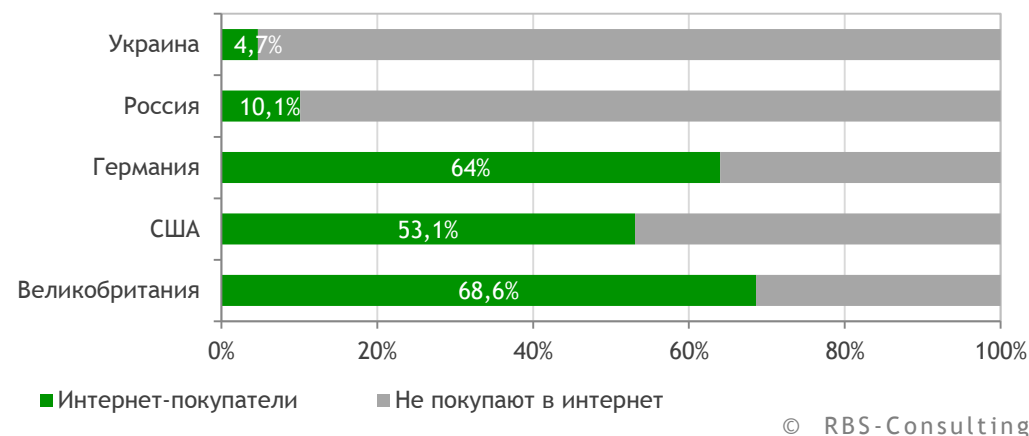
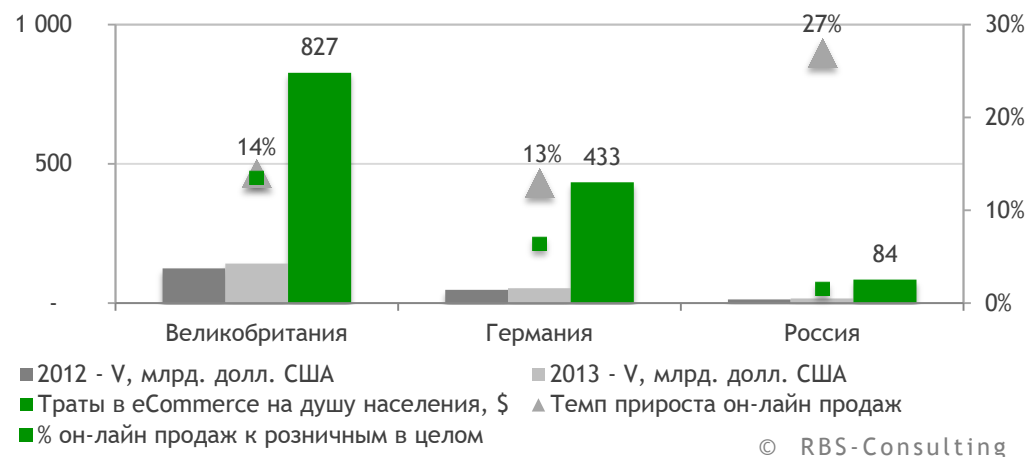
Как обеспечить рост продаж и развитие своего интернет-магазина?

Что необходимо учесть в управлении торговым предприятием на рынке eCommerce?

Мировые тенденции рынка электронной коммерции

Розничная интернет-торговля: оборот eCommerce, динамика, траты на душу населения, %, млрд. долл. США

Доля интернет-покупателей в общей структуре населения стран, %

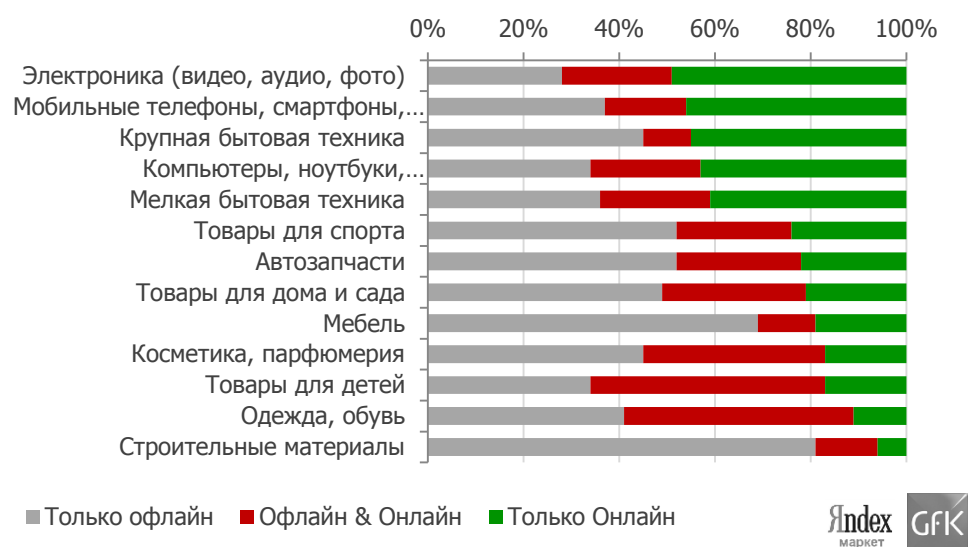


Россия занимает 7-е место в мире по прогнозам роста рынка онлайн-коммерции. Далее ежегодный рост составит - на 12,5% за 2013-2017 годы. Основная мировая тенденция - рост доли интернет-торговли в общем объеме розничной торговли в среднем на 10% в год.

С развитием экономики будет развиваться интернет-торговля. По данным ВЦИОМ, сегодня основными центрами электронной торговли в России являются Москва и Санкт-Петербург, однако в ближайшем будущем, активно будут развиваться региональные онлайн продажи.

Структура рынка eCommerce в России

Структура рынка eCommerce и соотношение онлайн и офлайн покупок в сегменте, % (2013 г.)



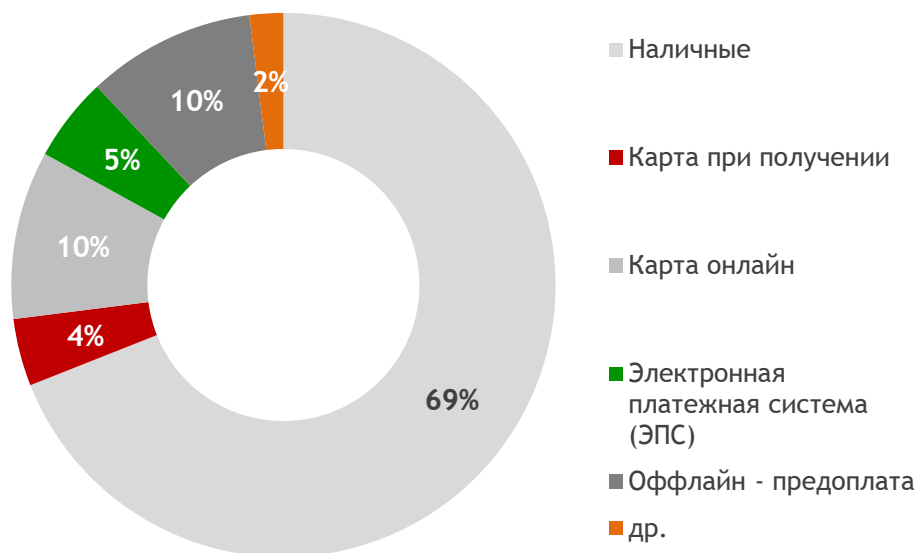
В 2013 году около 30 миллионов россиян приобретали продукцию через интернет. Основные центры электронной торговли в РФ - Москва и СПб.

Категория	Маркетинг, задачи по развитию продаж категории
Бытовая техника, электроника	Задачи: привлечение новых покупателей, формирование лояльности существующих клиентов, повышение сервисного обслуживания, развитие ассортиментного предложения.
Мобильная электроника	Потенциал: рост продаж в средних городах, расширение географии доставки. Задача: развитие ассортиментного предложения, привлечение клиентов, организация логистики.
Одежда, обувь	Потенциал: рост количества покупателей в небольших городах и даже в сельской местности. Задача: формирование ассортиментного предложения на основе потребительских предпочтений.
Товары для детей	Потенциал: расширение аудитории за счет появления сильных онлайн-ритейл брэндов.
Книги	Потенциал: умеренный рост за счет новых покупателей в небольших городах + рост частоты покупок.
Строительные материалы	Потенциал: рост продаж за счет введения в эксплуатацию новостроек и активности профессиональной аудитории.
Автозапчасти	Потенциал: равномерный рост спроса по всем сегментам аудитории в столицах и крупных городах.
Продукты питания	Потенциал: в следствии изменения поведения покупателей запуск и развитие масштабных проектов в крупнейших городах.

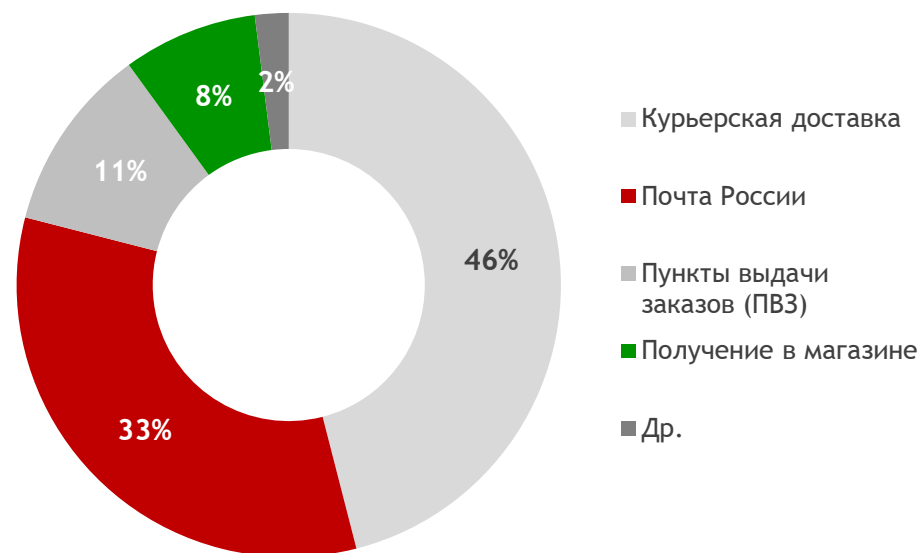
Какой сервис по оплате и доставке предложить?

Основные платежные системы, используемые для оплаты товаров в интернет-магазинах, %

Популярные типы каналов доставки товаров в онлайн шоппинге, %



~90% оплат производят: наличными, картой онлайн, и предоплатой.



~90% онлайн покупок доставляются с помощью: курьерской доставки, почты России и ПВЗ.

Что думают посетители интернет-магазинов

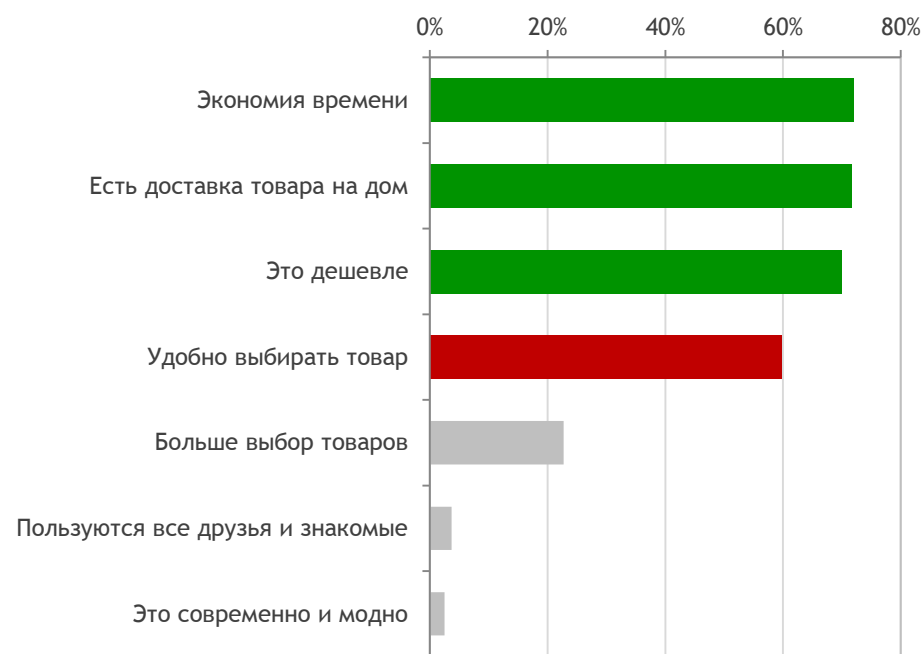
На что обращают внимание посетители при выборе интернет-магазина

Какие недостатки интернет-магазина могут заставить посетителя отказаться от его услуг

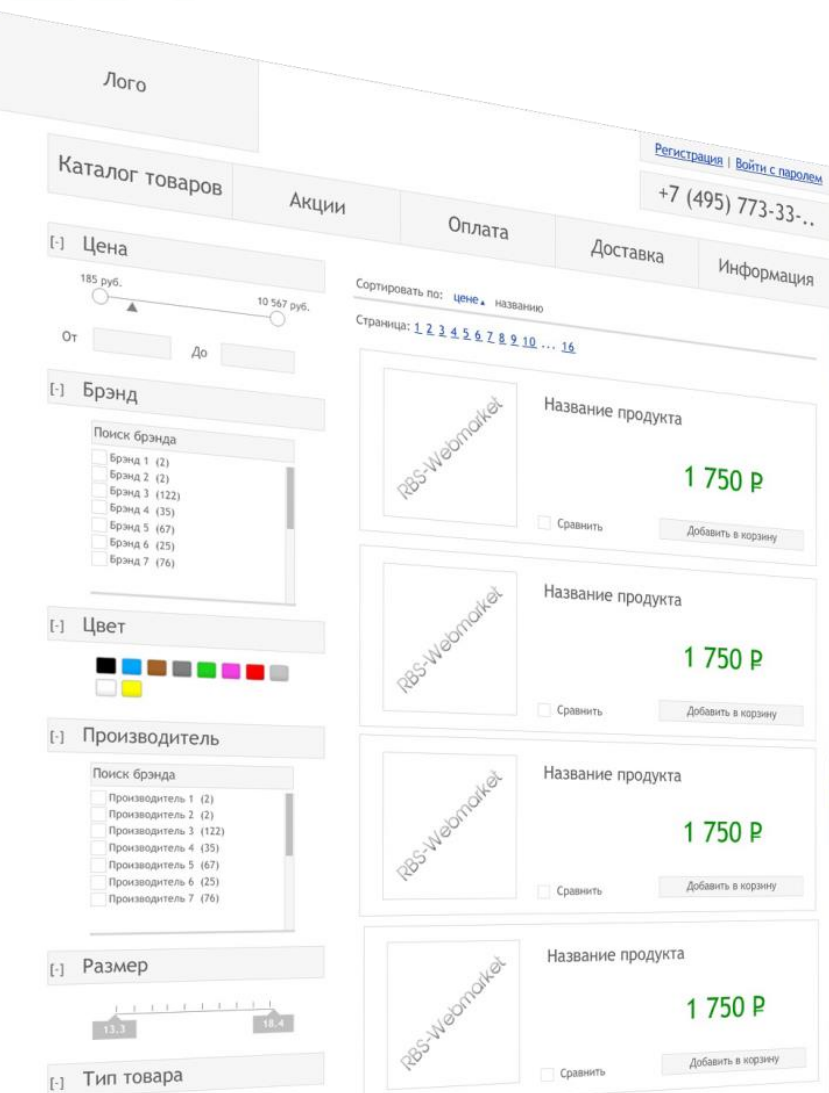


С какими проблемами в работе интернет-магазина Вы чаще всего сталкиваетесь?

Почему Вы предпочитаете покупать товары в интернет-магазине?



Разработка конкурентоспособного интернет-магазина



■ основные факторы конкурентоспособности

■ проектирование

Архитектура сайта
Формирование входных точек и путей перемещения по сайту
Интерфейс и дизайн интернет-магазина
Удобный и быстрый поиск и выбор продукта (система фильтров)
Удобная система оплаты
Доступность на мобильных устройствах

■ SEO оптимизация

Первичная SEO оптимизация
Создание информационного контента

■ маркетинг

Концепция, УТП интернет-магазина
Формирование сбалансированного ассортиментного предложения
Удобный сервис и оказание дополнительных услуг
Продвижение интернет-магазина
Продвижение продукции, акции по стимулированию сбыта

■ управление

Интеграция интернет-магазина с 1С
Аналитика для операционного управления

Создание и проектирование интернет-магазина

Маркетинг интернет-магазина

SEO оптимизация
Контент сайта

Управление интернет-магазином

© RBS-Webmarket

Самостоятельно разрабатывая интернет-магазин, можно допустить ошибки, которые фатально скажутся на Вашем бизнесе.

Таким образом, первым важным шагом, влияющим на успешность будущего веб-проекта - выбор подрядчика.

Мы рекомендуем формировать концепцию магазина, архитектуру и функциональные возможности, **вплотную работая с теми, кто в дальнейшем будет реализовывать Ваш проект.**

Маркетинговый подход к созданию интернет-магазина:

- исследование рынка, и потенциальных (реальных) потребителей,
- анализ, идентификация и формирование конкурентных преимуществ,
- создание концепта сайта,
- внешний и внутренний маркетинг интернет-магазина.

Любые действия, направленные на развитие бизнеса должны быть основаны на **желании потребителя!**

Для того, чтобы Ваш бизнес был успешен, о нем должны узнать Ваши клиенты или потребители, а точнее, его должны быстро найти в Интернет-сети.

Это достигается грамотной SEO оптимизацией, хорошим контентом и усилиями по продвижению сайта.

Сопровождение интернет-магазина может состоять из:

- разработки концепта и бизнес-плана,
- информационной и
- технической поддержки.

Внедрение **системы управления и контроля** работы интернет-магазина необходимое условие успеха всего проекта.

Управление интернет-магазином включает:

- разработка операционной аналитики для принятия решений,
- принятие решений на основе консолидации информации о рынке и собственных ресурсах,
- контроле и управлении работой персонала.

■ **этапы работы над созданием интернет-магазина**

Главное - чтобы **Вам были понятны** основные шаги работ по проекту!



Что важно учесть при создании интернет-магазина

▪ Интерфейс, поиск и коммуникации

Работа по созданию интерфейса интернет-магазина начинается с представления товаров на главной странице и разработке навигационной панели.

Создавая систему коммуникаций сайта необходимо помнить о правиле «трех кликов» - основная информация должна находиться от посетителя на расстоянии не дальше одного перехода, и для перехода в любую точку сайта, ему должно потребоваться не больше трех кликов. Удобный интерфейс интернет-магазина решает следующие задачи:

- разработка системы представления товаров на всех страницах и во всех категориях продаваемой продукции с учетом ее специфики и правил интернет мерчандазинга;
- создание системы коммуникаций сайта (навигации): архитектура сайта и система переходов (с учетом пользовательских сценариев поиска продукции),

создание фильтров - разработка концепции критериев, участвующих в поиске продукта;

- создание информационного блока товара (карточки товара) - разработка блока, основывается на знании поведения потребителя - какая информация нужна для принятия решения о покупке, и как ее правильно расположить на странице товара;
- коммуникации и алгоритмика процесса формирования корзины товаров, покупки, оплаты и оформления доставки товара, дополнительно может быть представлена информация о начисленных бонусах, разработан удобный личный кабинет пользователя;
- коммуникации посетителя с сотрудниками интернет-магазина, или с другими посетителями (создание форм online консультанта, удобное расположение контактной информации, форумы и пр.).

▪ Дизайн интернет-магазина

Коммуницировать сайт начинает с самого первого момента посещения его посетителем. Первые 3-10 секунд взаимодействия пользователя с сайтом решат, является ли он потенциальным Вашим клиентом, или купит у Вашего конкурента, именно поэтому визуальная составляющая должна быть оригинальной, соответствовать направленности компании, заинтересовать пользователя.

При разработке дизайна, необходимо учитывать то, что пользователь не воспринимает дизайн отдельно от информационных блоков. Вся информация оценивается пользователем комплексно, именно по этому необходимо продумать не только визуальную составляющую сайта, но и его информационную и коммуникационную концепцию.

▪ Доступность на мобильных устройствах

Возможность совершать покупки с мобильного телефона - дополнительное конкурентное преимущество Вашего сайта. На западе мобильные продажи имеют стойкую тенденцию к увеличению, поэтому уже сегодня, развивая свой интернет-бизнес в России, необходимо учитывать те тенденции,

которые уже являются ключевыми, для подобных компаний на более развитом рынке.

▪ Удобная система оплаты

Существует множество способов оплаты товара в интернет магазине. Способ, которым Вы будете принимать оплату в магазине, должен быть удобным для ваших покупателей.

Чтобы не ошибиться с выбором, следите за основными трендами в электронной коммерции: как пользователи предпочитают оплачивать товары? Какие платежные системы популярны? ([более подробно см.>>>](#)).

▪ Внутренний и внешний маркетинг

Увеличение конкуренции на онлайн рынке требует существенных перемен в управлении бизнесом, ориентация его на рынок.

Формирование имиджа и лояльности, оптимизация работы и маркетинговое управление, разработка критериев работы с предложением и его стимулирование, оказание дополнительных услуг - это то, что позволит Вам конкурировать на рынке.

Рекомендуемые функции интернет-магазина

■ стандартные функции интернет-магазина

- Формирование структуры каталога продукции любого уровня сложности
- Модуль «недавно просмотренные товары»
- Различные возможности сортировки товаров
- Автоматическое скрывание товара при отсутствии на складе
- Дифференцированное представление товаров различным категориям покупателей (розница / опт)
- Маркетинговые акции для различных категорий продукции (специальные предложения, анонсирование и продвижение новой продукции)
- Использование SEF-компонента для создания дружественных URL-адресов
- Индивидуальные страницы ошибки 404
- Автоматическое подтверждение заказа по электронной почте
- Отслеживание выполнения заказа от заявки до доставки
- Первичная поисковая оптимизация (SEO) для категорий и продуктов

▪ дополнительные модули и функции интернет-магазина

- Кросс-продажи, например, «Мы также рекомендуем ...»
- Автоматическая подборка рекомендуемых продуктов
- Компонент импорта товаров из Excel в VirtueMart
- Проектирование и структурирование БД товаров для выгрузки на сайт
- Цены для конкретного заказчика и данные о наличии продукции в настоящее время
- Дифференцированный доступ к данным в административной панели и отчетности магазина
- Управление рекламными баннерами
- Автоматическое формирование первичных документов учета и доставки продукта
- Яндекс-маркет - импорт / экспорт данных
- Уведомление о состоянии выполнения заказа
- Интеграция с прошлым кодом поиска
- Перевозка и доставка расчет стоимости (создание калькуляторов любой сложности)

Интернет-магазины, сами по себе, не включают системы операционного управления продажами или системы складского учета, но они могут быть разработаны или интегрированы с Вашим пакетом складского учета, если это потребуется.

Наши рекомендации, создавая супер интернет-магазин...

- Не удешевляйте проект, отказываясь от **создания прототипов основных страниц интернет-магазина**. Создание прототипа страницы позволит Вам оценить удобство расположения и достаточность информации на каждой странице.
- Прежде чем разрабатывать сайт, **сформулируйте свои основные пожелания в виде брифа**. Это позволит Вам и Вашему подрядчику четче понимать поставленные задачи, и разработать веб-проект, отвечающий всем выставленным требованиям.
- **Внесение маркетинговой составляющей в проект, знание рынка, его изучение до начала работы над веб-проектом один из залогов будущего успеха!** Популярность Вашего проекта зависит как от того, на сколько он соответствует требованиям и желаниям Ваших посетителей, потребителей продукции, представленной в Вашем интернет-магазине, так и от **качества программирования самого сайта**.

Мы желаем удачи Вам и Вашему
интернет-бизнесу, и готовы участвовать
в его разработке, способствовать его
развитию и продвижению!

Сотрудники маркетинговой студии

