



СЕЛЛЕРЫ НА РОССИЙСКИХ МАРКЕТПЛЕЙСАХ 2022

август 2022

 DataInsight

Партнёры исследования



AliExpress

OZON

СБЕР МЕГАМАРКЕТ

Яндекс Маркет

О чём этот отчёт



Во II квартале 2022 г. объем продаж пятерки крупнейших универсальных маркетплейсов превысил 400 миллионов заказов и 500 млрд рублей, по сравнению с тем же периодом 2021 года рост составил +80% по количеству заказов и +73% по денежному объему. Пятерка маркетплейсов обеспечила 4/5 годового прироста рынка по количеству заказов и 4/7 прироста по объему продаж в рублях.

Доля пятерки маркетплейсов в общем объеме российского рынка электронной торговли во II квартале 2022 года составила 69% по количеству заказов и 44% в денежном выражении. Это соответственно на 6 и 7 процентных пункта выше, чем год назад.

Количество продавцов на маркетплейсах также растет — выход производителей в онлайн продолжается. Вопросы «На какие площадки выходить» и «Как с ними работать» для продавцов очень важны. В отчете собраны и систематизированы условия работы на пяти ключевых маркетплейсах — тарифы, логистические схемы, инструментарий для продвижения. К этому мы добавили мнения селлеров о восприятии маркетплейсов и оценки их удобства по разным параметрам. Данные отчета помогут производителям при выходе в онлайн. Всем остальным отчет показывает портрет поставщиков ключевых маркетплейсов и рассказывает, как выглядит рост глазами инсайдеров.



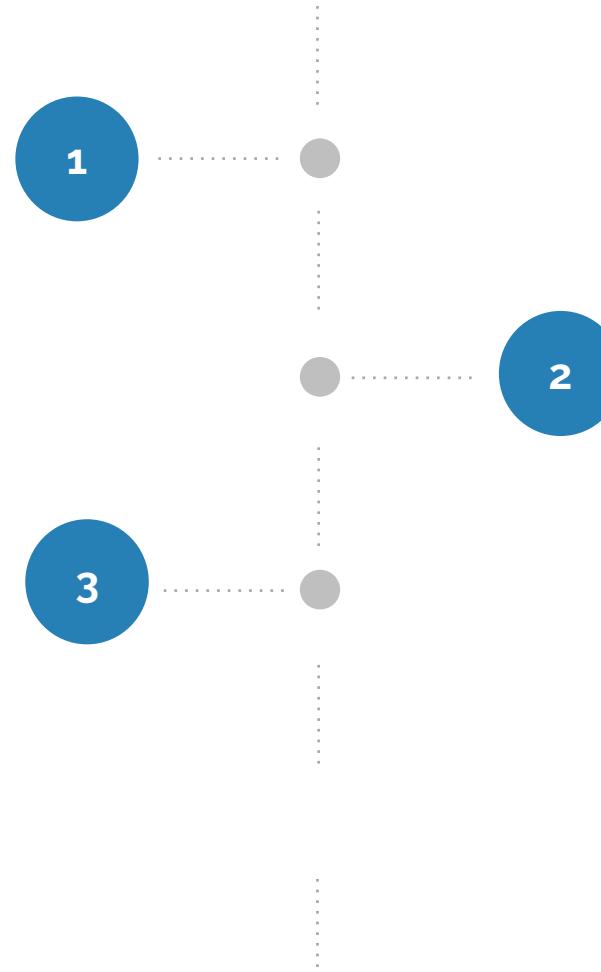
Оглавление

Основные результаты	5
Портрет селлера	14
Динамика продаж на маркетплейсах	22
Маркетплейсы как канал продаж	35
5 ключевых платформ. Мнения продавцов	43
Инструментарий и условия платформ для продавцов	51
Партнеры исследования	76
Data Insight	78

Основные результаты. Портрет селлера

Среди продавцов на маркетплейсах большинство — дистрибуторы брендов: 40-50% на разных площадках. Меньше всего дистрибутеров на Wildberries, где самая высокая доля брендов, подключившихся к продажам напрямую.

Половина всех опрошенных селлеров размещаются на маркетплейсах менее одного года, и только 3% продавцов продают на площадках более 5 лет.

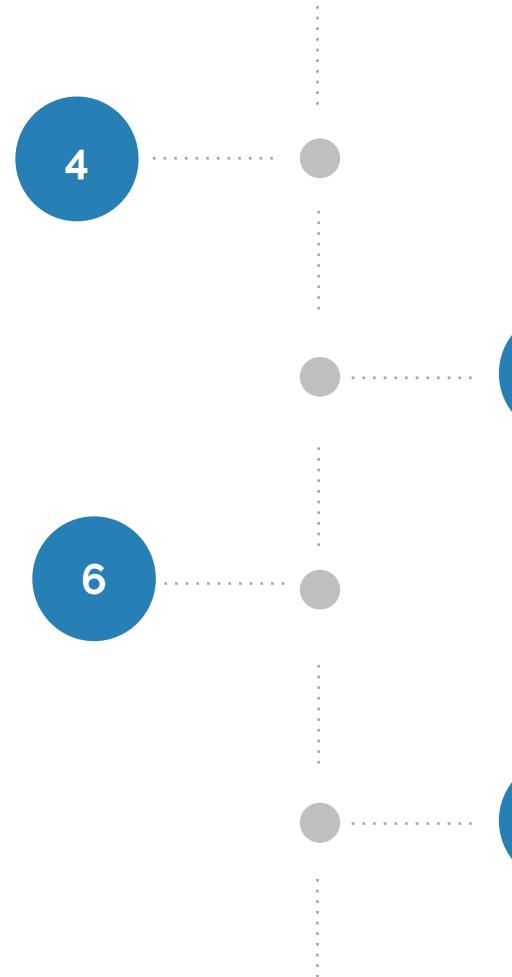


Самая представленная категория на маркетплейсах — товары для дома и дачи: от 32% до 37% селлеров в зависимости от платформы. Среди продавцов Wildberries почти столько же продают одежду и обувь (28%). В среднем на каждого продавца приходится 1,4 категории.

Основные результаты. Динамика

Маркетплейсы по-прежнему оцениваются продавцами как очень эффективный канал с большим приростом — 64% селлеров сообщили о росте объема своих продаж на маркетплейсах за минувший год.

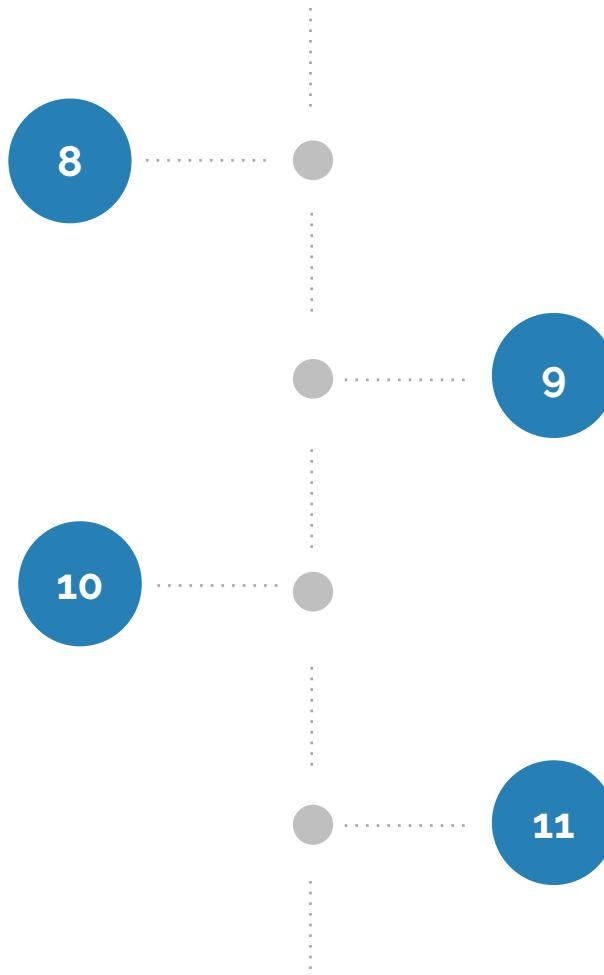
О росте продаж в собственных интернет-магазинах сообщили в ходе опроса 46% селлеров маркетплейсов. Еще четверть считают, что продажи в их собственном интернет-магазине не изменились за год.

- 
- 4 Оценки, которые селлеры дали динамике своих продаж, стали более сдержанными по сравнению с периодом пандемии
 - 5 Категории-лидеры по индексу годового роста объема продаж через маркетплейсы: товары для ремонта (**0,99 по шкале от -2 до 2**), товары для дома и дачи (**0,93**), книги и диски (**0,91**)
 - 6
 - 7

Основные результаты. Каналы продаж

В среднем каждый продавец использует 2 маркетплейса. Селлеры СберМегаМаркета — почти все возможные площадки (4,3 на продавца). Селлеры Wildberries — 1,8; на этом маркетплейсе выше всего доля использующих только одну площадку.

Около 40% селлеров помимо маркетплейсов используют свой собственный интернет-магазин как канал продаж. Среди продавцов Яндекс Маркета и СберМегаМаркета собственные интернет-магазины есть у большинства.



У продавцов всех платформ второй по популярности площадкой является Ozon. По данным опроса, на Ozon присутствуют более 40% селлеров Wildberries и 70-80% селлеров Яндекс Маркета, СберМегаМаркета и AliExpress Россия.

Снизилась доля продавцов, использующих соцсети для продажи товаров – с 34% в 2020 году до 24% в 2022 году. Выросла доля ВКонтакте и Telegram – до 71% и 30% соответственно. Продавцы осваивают новые платформы – доля Яндекс.Дзен и TikTok составила 10% и 9% соответственно.

Основные результаты. Намерения и оценки

Опрошенные нами селлеры планируют в течение ближайшего года расширять ассортимент в своих товарных категориях (74%), выходить на новые для себя маркетплейсы (51%) и начинать продажи в других товарных категориях (50%).

12

37% продавцов Wildberries планирует выйти на Ozon в ближайшие полгода. У селлеров других платформ самый желаемый маркетплейс для подключения к нему в следующем периоде — СберМегаМаркет.

13

Сравнивая удобство сервисов и условия маркетплейсов, продавцы выше всего оценили логистику Ozon (8,3 из 10), рекламный инструментарий — также на Ozon (7,6), возможности брендинга Wildberries (7,2). Наибольшая доля считающих комиссии площадки низкими или умеренными на AliExpress - 80%.

14

Дополнительные отчеты по данным исследования

**«Селлеры. Малый бизнес», «Селлеры. Средний бизнес»,
«Селлеры. Крупный бизнес»**

Структура отчета:

- Портрет продавца – тип компании, основной регион деятельности, используемые каналы продаж, категории продаваемых товаров, используемый тип логистики, кто производит реализуемый товар;
- Динамика продаж – распределение продавцов по маркетплейсам, динамика продаж по каналам продаж;
- Маркетплейсы как канал продаж – основные, основные соцсети для продажи, длительность использования МП, восприятие МП для каждой категории товаров, стоимость продаж через МП и восприятие комиссий;
- Отличия сегмента от селлеров в целом.

Отчёты о селлерах разного размера:

- Малый бизнес – оборот менее 500 тысяч рублей в месяц;
- Средний бизнес – оборот от 500 тысяч до 3 миллионов рублей в месяц;
- Крупный бизнес – оборот свыше 3 миллионов рублей в месяц.

Формат отчёта:

pdf-файл

Стоимость отчёта:

30 000 рублей + НДС.

Оформите заявку на покупку отчёта [по ссылке](#).



Дополнительные отчеты по данным исследования

Отчеты о селлерах товарных категорий

Структура отчета:

- Портрет продавца – тип компании, среднемесячный объём продаж, основной регион деятельности, используемые каналы продаж, категории продаваемых товаров, используемый тип логистики, кто производит реализуемый товар;
- Динамика продаж – распределение продавцов по маркетплейсам, динамика продаж внутри категории;
- Маркетплейсы как канал продаж – основные маркетплейсы для продажи автотоваров, основные соцсети для продажи, длительность использования маркетплейсов, восприятие маркетплейсов для каждой категории товаров;
- Отличия сегмента от селлеров в целом.

Отчеты о селлерах товарных категорий:

- Автотовары;
- Товары для дома и дачи;
- Детские товары;
- Одежда и обувь для взрослых;
- Электроника и техника;
- Товары для ремонта;
- Косметика.

Формат отчёта: pdf-файл

Стоимость отчёта: 30 000 рублей + НДС.

Оформите заявку на покупку отчёта [по ссылке](#).



Методология

1. Использованы данные онлайн-опроса российских продавцов и брендов, занимающихся продажами и продвижением товаров на торговых интернет-платформах. Самозаполнение по стандартизированной анкете. Период опроса: апрель 2022. N = 4 955.
2. Опрос проводился на 5 основных маркетплейсах: AliExpress Россия, Ozon, Wildberries, СберМегаМаркет и Яндекс Маркет. При оценке площадок учитывались ответы всех респондентов, которые её используют, вне зависимости от площадки проведения опроса.
3. Данные, приведенные в отчете как "средние" получены по ответам непропорциональной стратифицированной выборки (равные доли ответов, собранные по базе партнеров каждого из участвующих маркетплейсов).

Методология

4. Дополнительное приведение собранной базы к структуре генеральной совокупности (всех российских онлайн-продавцов) по товарным категориям, регионам, использованию маркетплейсов или другим параметрам не проводилось. Таким образом, использованная в исследовании выборка может не отражать структуру всех онлайн-продавцов России, хотя приближена к ней.
5. Проведено кабинетное исследование: сбор данных об условиях торговых платформ для продавцов в открытых источниках, запрос данных у торговых платформ, анализ медиа-китов.

Мы благодарим компании AliExpress Россия, Ozon, Wildberries, СберМегаМаркет и Яндекс Маркет за помощь в проведении анкетирования.

Портрет респондента

Среднемесячный объём продаж



Основной регион деятельности



Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопросы: «Укажите ваш среднемесячный объём продаж на всех площадках», «Укажите основной регион вашей деятельности» N=4055





Портрет селлера



Категории селлеров на маркетплейсах

Почти половина всех продавцов на маркетплейсах – дистрибуторы, занимающиеся продажей разных брендов, больше всего их на Яндекс Маркете и AliExpress. Особенность продавцов Wildberries – отличное от среднего соотношение дистрибуторов и брендов с прямыми продажами: на Wildberries дистрибуторов меньше, а брендов с прямыми продажами больше, чем в среднем. Селлеры Яндекс Маркета отличаются более низкой долей производителей товаров.



Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопрос: «Ваша компания занимается продажами на маркетплейсах?» N=4994



Распределение продавцов по каналам продаж

Доля продавцов без собственного интернет-магазина выше всего среди продавцов Wildberries и Ozon, среди которых собственный интернет-магазин есть у 13% и 32% соответственно.

Среди продавцов СберМегаМаркета и Яндекс Маркета интернет-магазины есть более чем у половины. Также эти продавцы чаще имеют офлайновые магазины.

Продавцы AliExpress Россия заметно чаще, чем остальные, используют для продажи социальные сети и классифайды.

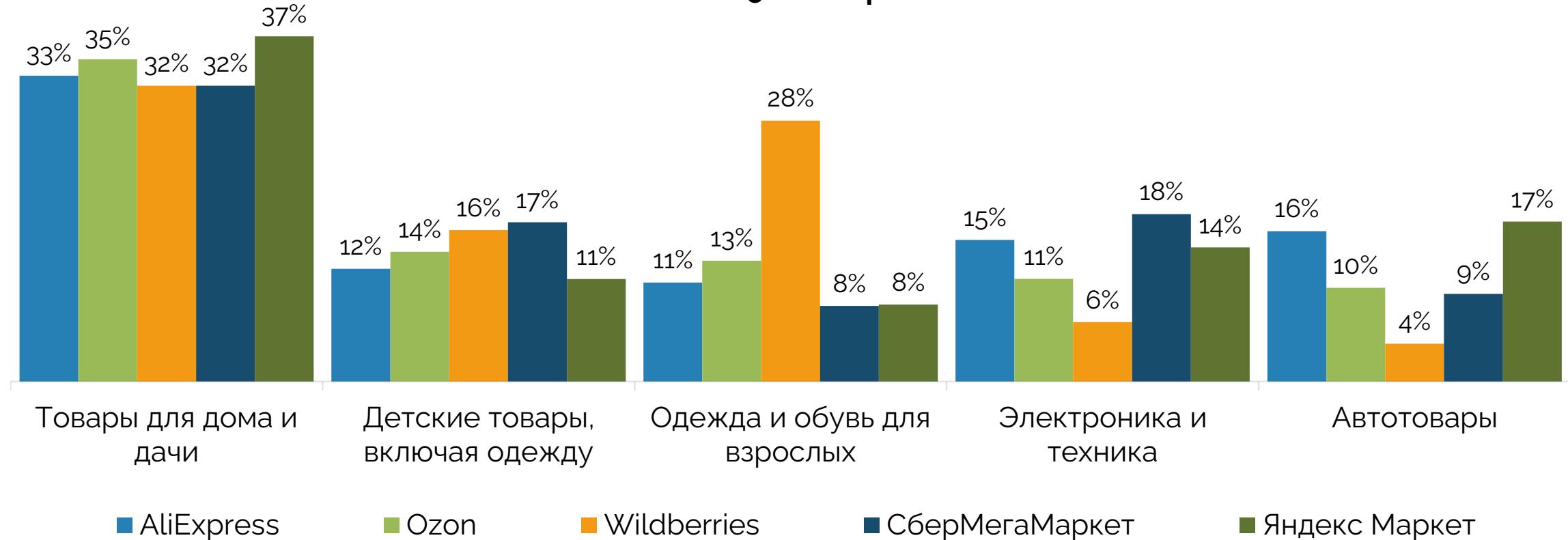


Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопрос: «Какие каналы для продажи товаров в России вы использовали за последние 12 месяцев?» N=4994

Распределение продавцов по товарным категориям

Самая представленная категория на маркетплейсах – товары для дома и дачи: от 32% до 37% селлеров в зависимости от платформы. Среди продавцов Wildberries почти столько же продают одежду и обувь (28%). В среднем на каждого продавца приходится 1,4 категории.

ТОП-5 категорий*



*Процент продавцов с каждой площадки

Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопрос: «Товары каких категорий продает ваша компания?» N=4994



Среднее количество категорий и каналов продаж на одного продавца

 AliExpress	 OZON	 WILDBERRIES	 СБЕР МЕГАМАРКЕТ	 Яндекс Маркет
Среднее количество категорий на одного продавца*				
1,39	1,41	1,28	1,54	1,48
Среднее количество каналов продаж на одного продавца				
2,47	2,09	1,57	2,70	2,33

Источник: собственные данные AliExpress Россия, Ozon, Wildberries, СберМегаМаркет, Яндекс Маркет

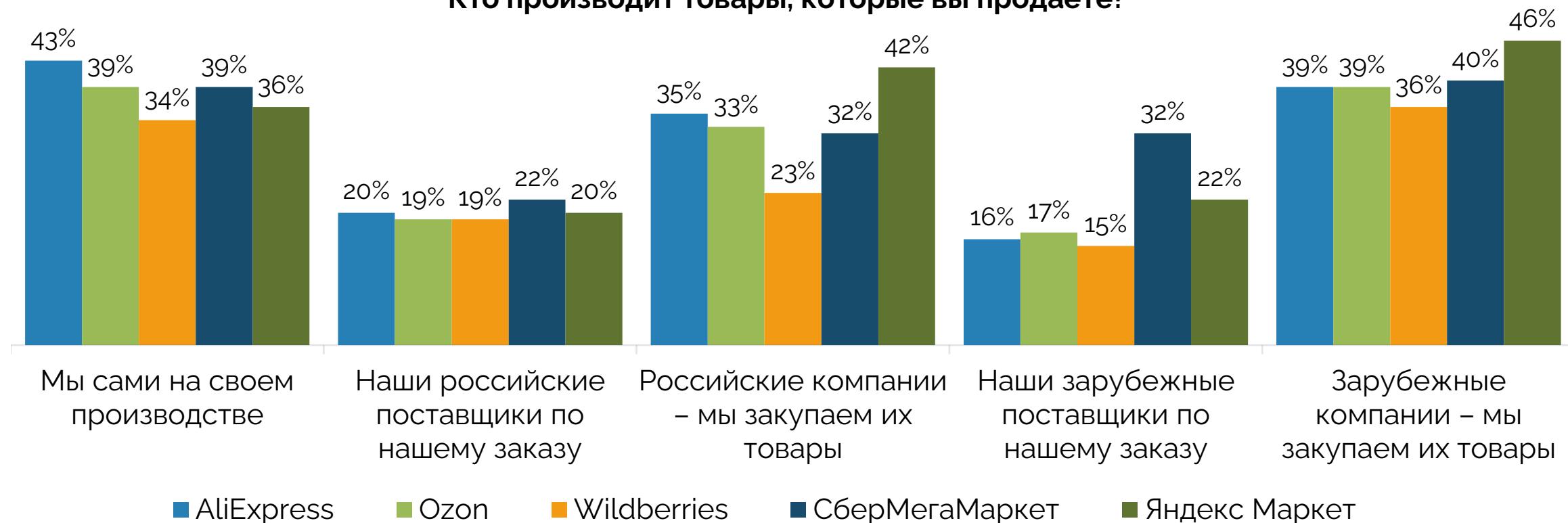
*В опросе продавцы выбирали из 12 предложенных категорий



Производство товаров

Продавцы AliExpress Россия чаще других сами производят товары, которые продают, продавцы Яндекс Маркета чаще закупают товары у российских и зарубежных производителей, а продавцы СберМегаМаркета – больше других сами заказывают товары у производителей.

Кто производит товары, которые вы продаете?



Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопрос: «Кто производит товары, которые вы продаете?» N=4994



Страна крупнейшего зарубежного производителя



Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопрос: «В какой стране находится производитель? Если производителей несколько, укажите страну основного/ самого крупного.» N=4994



5Post – федеральный сервис доставки
заказов из интернет-магазинов и маркетплейсов наших
партнеров в постаматы и пункты выдачи в универсамах
«Пятёрочка» и супермаркетах «Перекрёсток»

\$\$\$ Выгодные тарифы
для вашего бизнеса

🚚 31 распределительный
центр по всей стране

♻️ Меньше выбросов
CO2 за счет
интеграции
в логистическую
цепочку сетей X5 Group



5Post сегодня:

>3 100
населенных
пунктов

>5 500
постаматов

>17 700
удобных точек выдачи
рядом с домом

5 Узнайте как быстро
подключиться к 5Post
и доставлять товары
через нас

напишите на почту
5post_new@x5.ru

или оставьте заявку на сайте
fivepost.ru

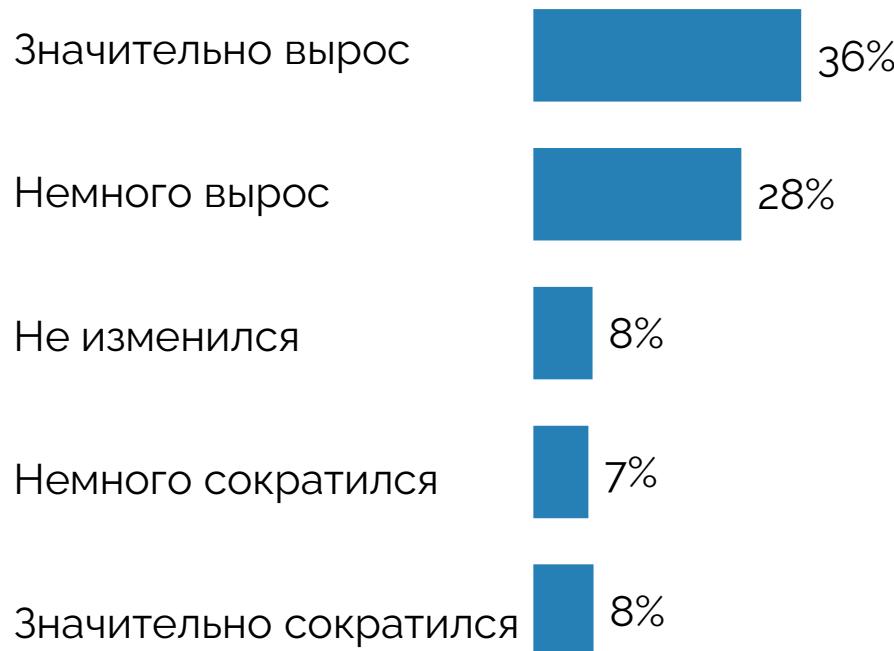


Динамика продаж на маркетплейсах

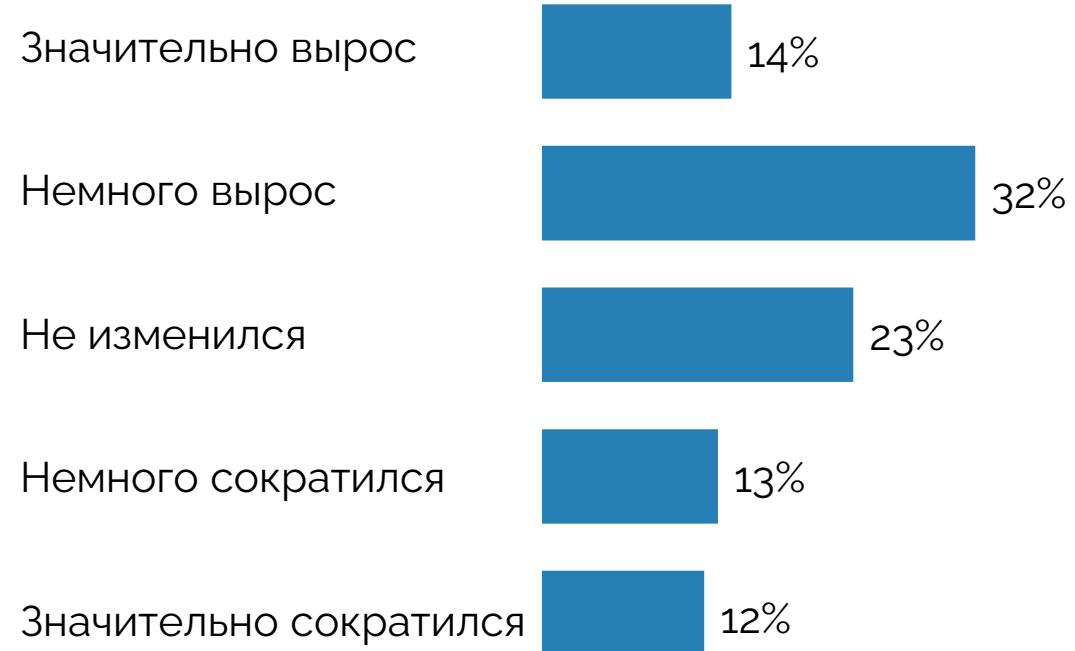
Динамика объема продаж у селлеров

Маркетплейсы оцениваются продавцами как очень эффективный канал с большим приростом – 64% селлеров сообщили о росте объема своих продаж на маркетплейсах, и только 46% отметили рост продаж через собственный интернет-магазин.

Как изменился объем продаж через маркетплейсы?



Как изменился объем продаж через собственный интернет-магазин?



Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопросы: «Как за прошедший год изменился ваш суммарный объем продаж через маркетплейсы?», «Как за прошедший год изменился ваш объем продаж через собственный интернет-магазин?» N=1655. Данные отражают мнения продавцов, опрошенных в ходе исследования. См. описание методики

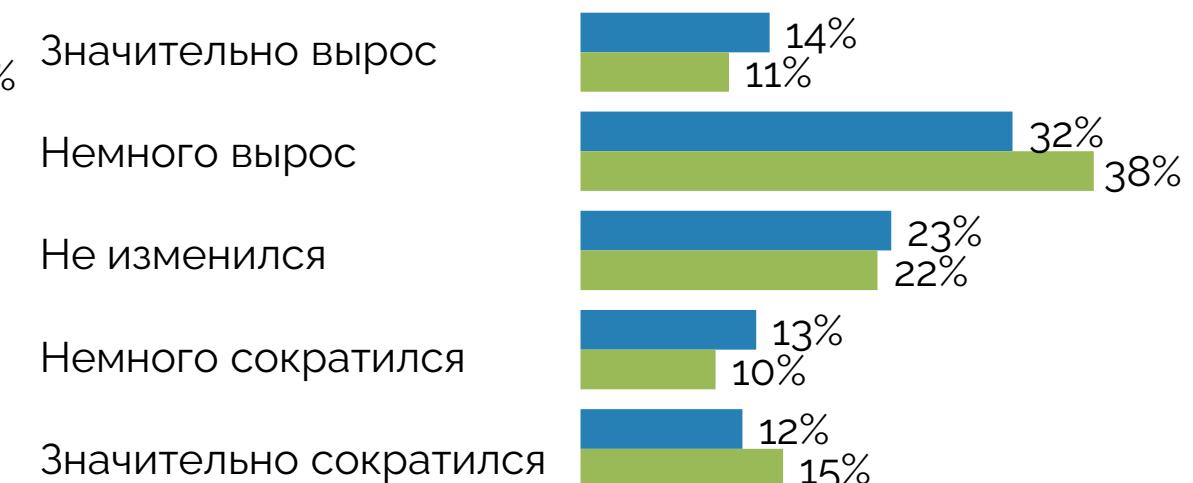
Динамика продаж среди продавцов электроники и бытовой техники

Два из трех продавцов электроники и техники отметили рост своих продаж на маркетплейсах за последние 12 месяцев. О снижении продаж сообщили 17%. Продавцы электроники дали более высокие оценки динамике продаж, чем селлеры в среднем: о значительном росте говорят 40% продавцов электроники, среди селлеров в целом – 36%. Селлеры электроники и техники отмечают также рост продаж через собственные магазины. Об увеличении продаж за 12 месяцев сообщила половина, преобладает оценка «небольшой рост».

Как изменился объём продаж через маркетплейсы?



Как изменился объём продаж через собственный интернет-магазин?



■ В целом по всем категориям ■ Электроника и техника

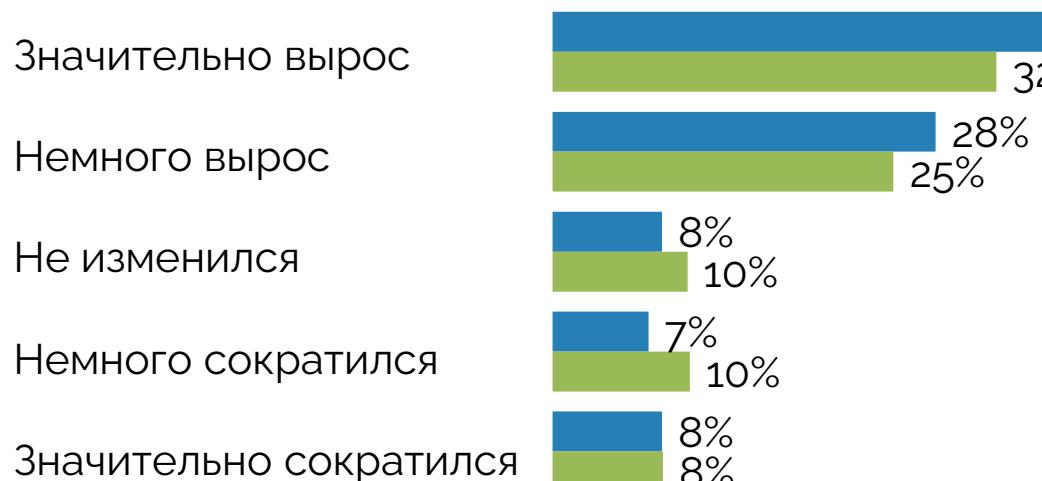
Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопросы: «Как за прошедший год изменился ваш суммарный объем продаж через маркетплейсы?», «Как за прошедший год изменился ваш объем продаж через собственный интернет-магазин?» N=555 Данные отражают мнения продавцов, опрошенных в ходе исследования. См. описание методики



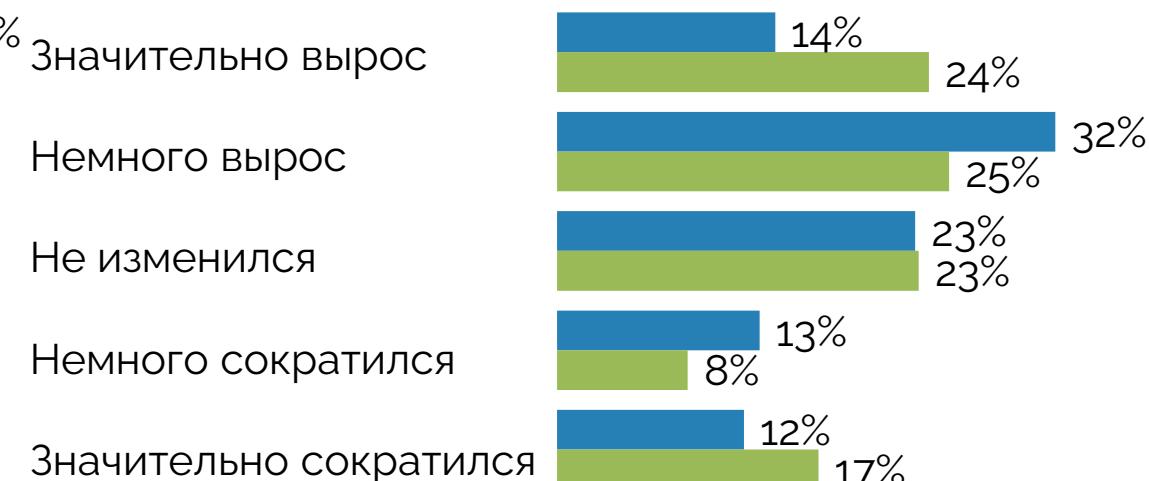
Динамика продаж среди продавцов одежды и обуви для взрослых

Больше половины продавцов одежды и обуви для взрослых отметили рост продаж на маркетплейсах за последние 12 месяцев. О снижении продаж сообщили 18%. Оценка динамики продаж продавцов обуви оказалась немного меньше, чем у селлеров в целом: о значительном росте говорят 32% продавцов одежды и обуви, среди селлеров в целом - 36%. Половина селлеров одежды отмечает рост продаж через собственные магазины: оценки "значительный рост" и "небольшой рост" одинаково популярны.

Как изменился объём продаж через маркетплейсы?



Как изменился объём продаж через собственный интернет-магазин?



■ В целом по всем категориям ■ Одежда и обувь для взрослых

Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. . Вопросы: «Как за прошедший год изменился ваш суммарный объем продаж через маркетплейсы?», «Как за прошедший год изменился ваш объем продаж через собственный интернет-магазин?» N=558 Данные отражают мнения продавцов, опрошенных в ходе исследования. См. описание методики



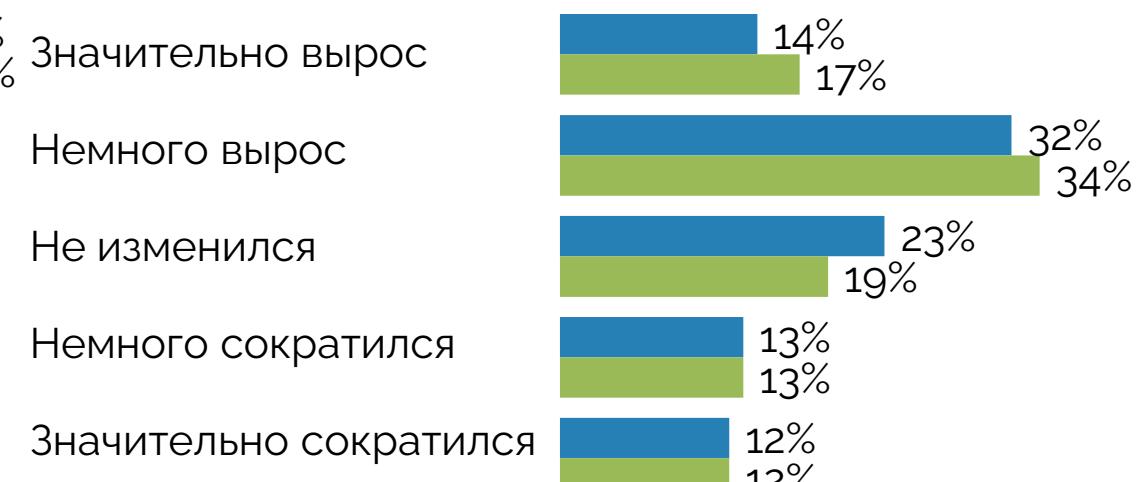
Динамика продаж среди продавцов товаров для дома и дачи

Два из трех продавцов товаров для дома и дачи отметили рост своих продаж на маркетплейсах за последние 12 месяцев. О снижении продаж сообщили 15%. Оценка динамики продаж у продавцов товаров для дома и дачи практически совпадает с оценкой селлеров в целом. Селлеры электроники и техники отмечают также рост продаж через собственные магазины. Об увеличении продаж за 12 месяцев сообщила половина, преобладает оценка «небольшой рост».

Как изменился объём продаж через маркетплейсы?



Как изменился объём продаж через собственный интернет-магазин?



■ В целом по всем категориям

■ Товары для дома и дачи

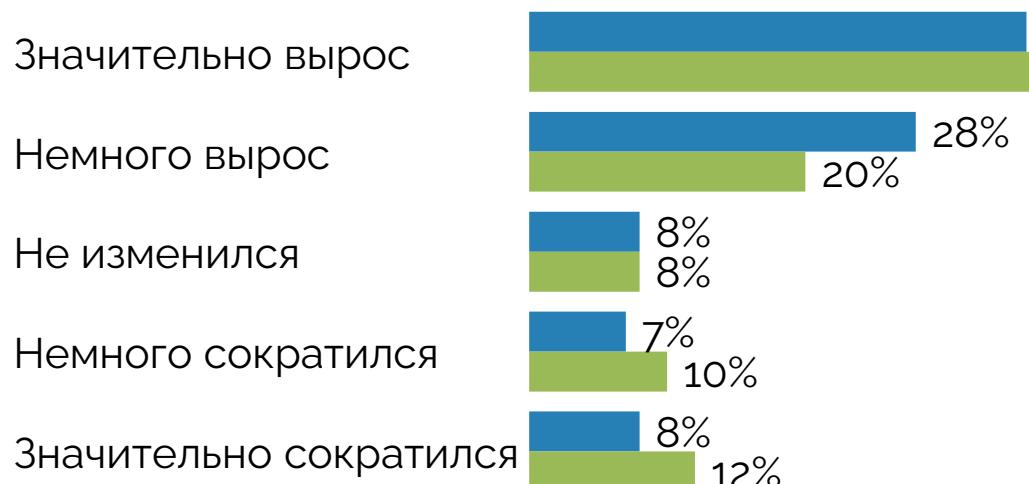
Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. . Вопросы: «Как за прошедший год изменился ваш суммарный объем продаж через маркетплейсы?», «Как за прошедший год изменился ваш объем продаж через собственный интернет-магазин?» N=1394 Данные отражают мнения продавцов, опрошенных в ходе исследования. См. описание методики



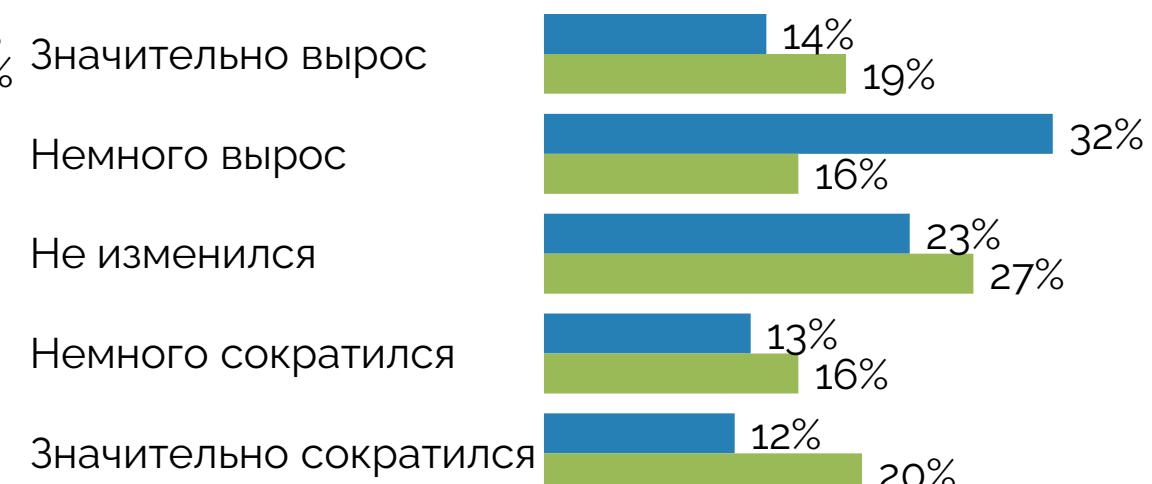
Динамика продаж среди продавцов детских товаров

Больше половины продавцов детских товаров отметили рост своих продаж на маркетплейсах за последние 12 месяцев. О снижении продаж сообщили 22%. Почти одинаковый процент продавцов детских товаров, и селлеров в целом отметили значительный рост продаж (оценка "небольшой рост" не так популярна у продавцов детских товаров, как у продавцом в целом). Примерно одинаковое количество селлеров детских товаров отметили рост и падение количества продаж, меньшее количество (27%) не заметили изменений.

Как изменился объём продаж через маркетплейсы?



Как изменился объём продаж через собственный интернет-магазин?



■ В целом по всем категориям

■ Детские товары

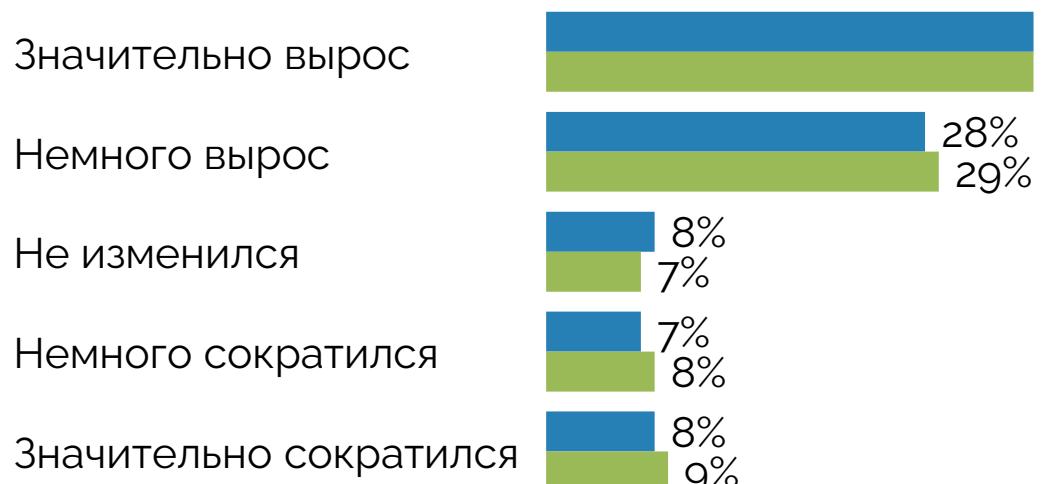
Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. . Вопросы: «Как за прошедший год изменился ваш суммарный объем продаж через маркетплейсы?», «Как за прошедший год изменился ваш объем продаж через собственный интернет-магазин?» N=602 Данные отражают мнения продавцов, опрошенных в ходе исследования. См. описание методики



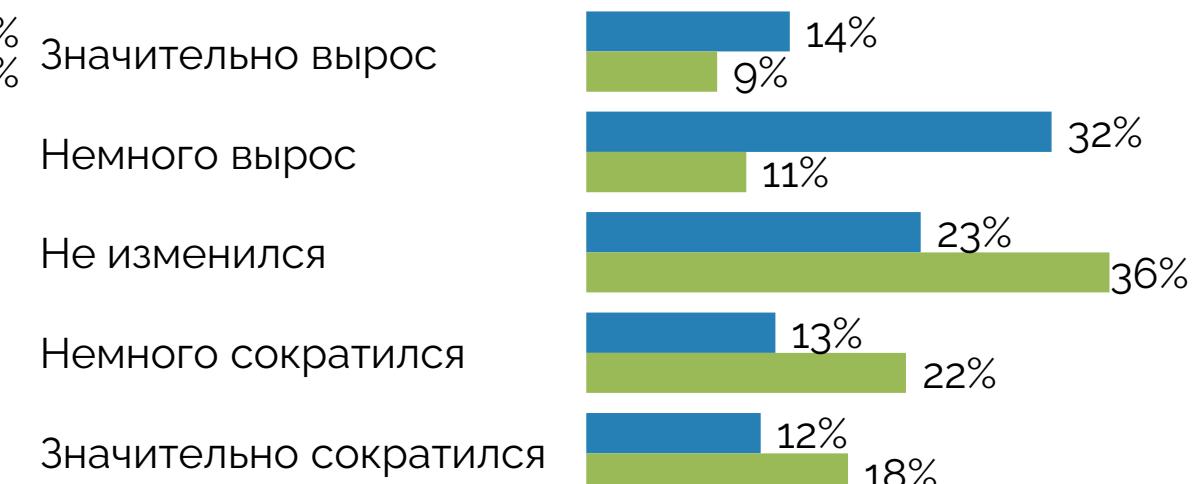
Динамика продаж среди продавцов косметики и парфюмерии

Два из трех продавцов косметики и парфюмерии отметили рост своих продаж на маркетплейсах за последние 12 месяцев. О снижении продаж сообщили 17%. Оценка динамики продаж у продавцов косметики и парфюмерии практически совпадает с оценкой селлеров в целом. Преимущественно селлеры косметики и парфюмерии говорят о том, что продажи через собственный магазин снизились. Об увеличении продаж за 12 месяцев сообщили всего 20%, 36% не заметили изменений.

Как изменился объём продаж через маркетплейсы?



Как изменился объём продаж через собственный интернет-магазин?



■ В целом по всем категориям ■ Косметика и парфюмерия

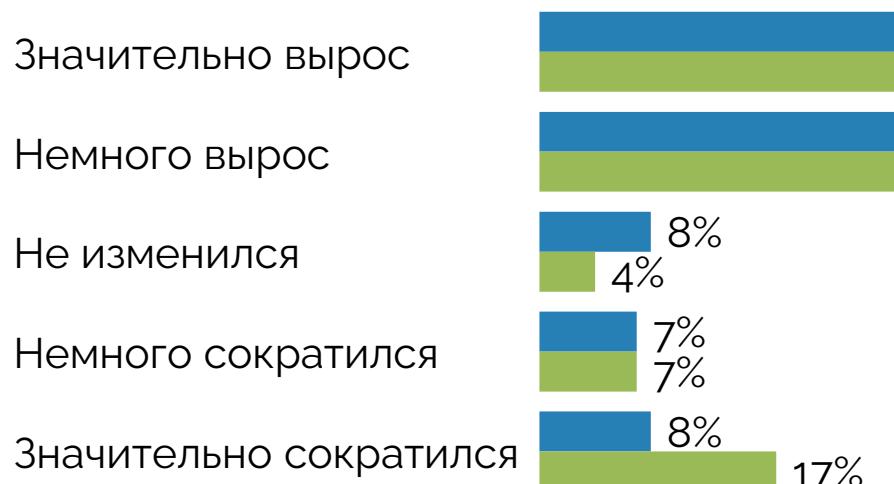
Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. . Вопросы: «Как за прошедший год изменился ваш суммарный объем продаж через маркетплейсы?», «Как за прошедший год изменился ваш объем продаж через собственный интернет-магазин?» N=467 Данные отражают мнения продавцов, опрошенных в ходе исследования. См. описание методики



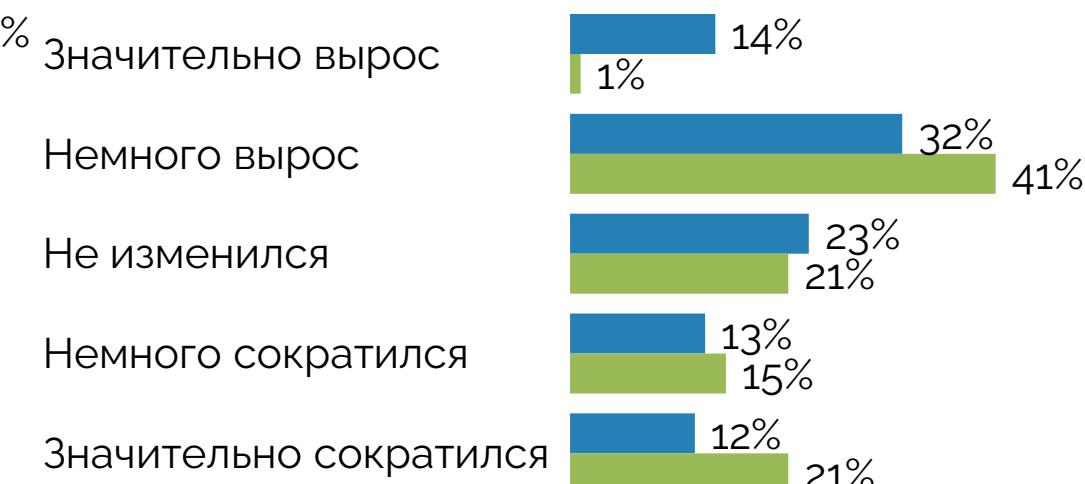
Динамика продаж среди продавцов зоотоваров

Два из трех продавцов зоотоваров отметили рост своих продаж на маркетплейсах за последние 12 месяцев. О снижении продаж сообщили 24% - самый большой процент среди всех категорий. Продавцы зоотоваров и селлеры в целом дали динамику продаж похожие оценки: о значительном росте говорят 32% продавцов электроники, среди селлеров в целом — 36%. Значительное количество продавцов зоотоваров отметили небольшой рост продаж через собственные магазины, но всего 1% процент отметил значительный рост.

Как изменился объём продаж через маркетплейсы?



Как изменился объём продаж через собственный интернет-магазин?



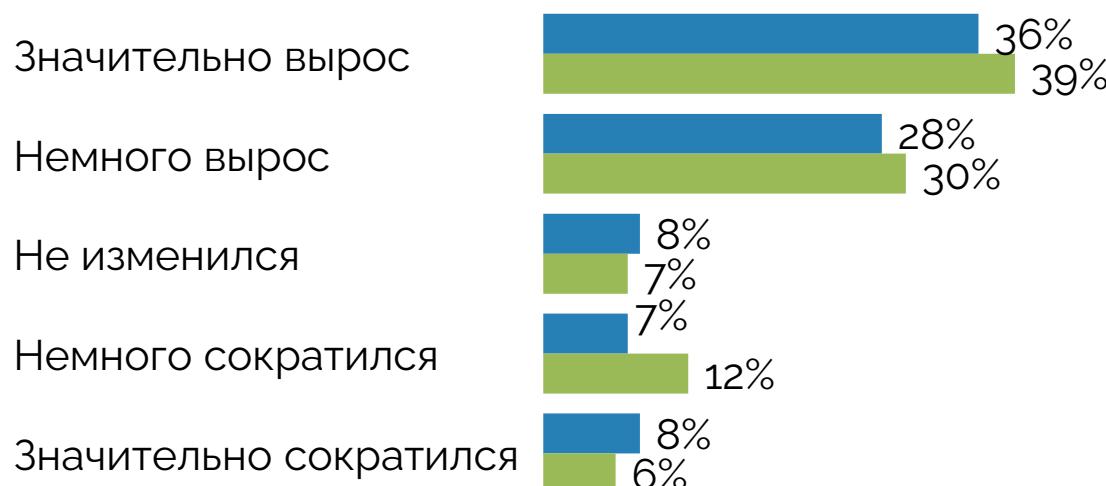
Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. . Вопросы: «Как за прошедший год изменился ваш суммарный объем продаж через маркетплейсы?», «Как за прошедший год изменился ваш объем продаж через собственный интернет-магазин?» N=257 Данные отражают мнения продавцов, опрошенных в ходе исследования. См. описание методики



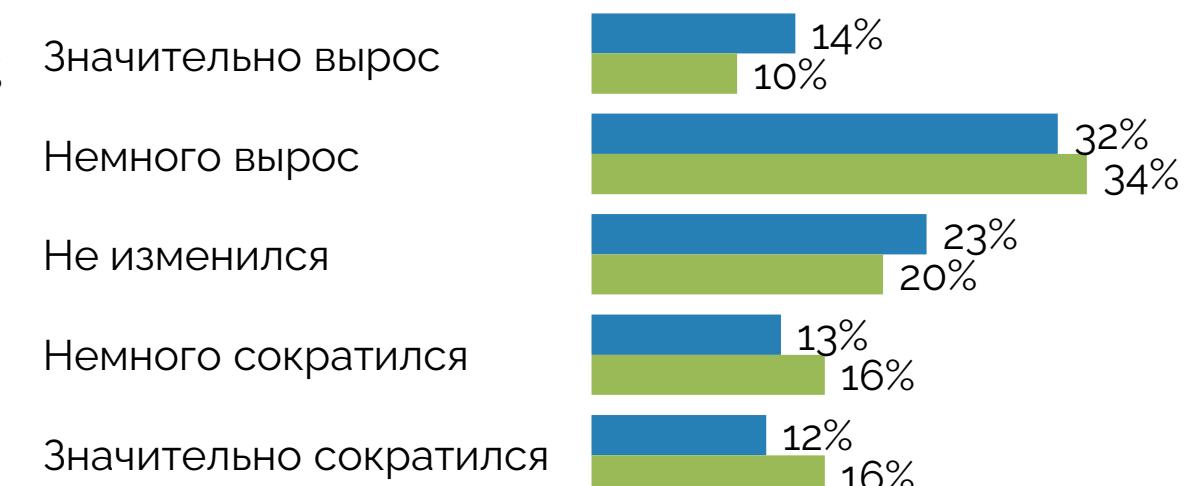
Динамика продаж среди продавцов товаров для спорта

Почти 70% продавцов товаров для спорта отметили рост своих продаж на маркетплейсах за последние 12 месяцев. О снижении продаж сообщили 18%. Продавцы спортивных товаров дали более высокие оценки динамике продаж, чем селлеры в среднем: о значительном росте говорят 39% продавцов электроники, среди селлеров в целом – 36%. Селлеры товаров для спорта отмечают также рост продаж через собственные магазины; преобладает оценка «небольшой рост».

Как изменился объём продаж через маркетплейсы?



Как изменился объём продаж через собственный интернет-магазин?



Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994 . Вопросы: «Как за прошедший год изменился ваш суммарный объем продаж через маркетплейсы?», «Как за прошедший год изменился ваш объем продаж через собственный интернет-магазин?» N=357 Данные отражают мнения продавцов, опрошенных в ходе исследования. См. описание методики



Динамика продаж среди продавцов продуктов питания*

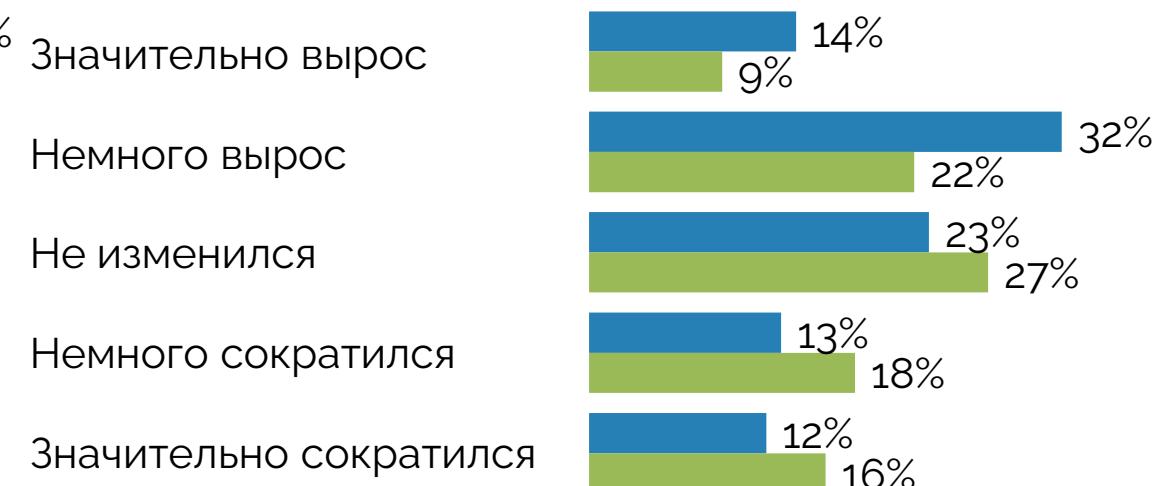
Два из трех продавцов продуктов питания* отметили рост своих продаж на маркетплейсах за последние 12 месяцев. О снижении продаж сообщили 19%. Оценка динамики продаж у продавцов продуктов питания* практически совпадает с оценкой селлеров в целом (62 и 64% соответственно). Селлеры продуктов питания* преимущественно отмечают также снижение количества продаж через собственные магазины (34%). 27% отмечают, что продажи не изменились.

Как изменился объём продаж через маркетплейсы?



■ В целом по всем категориям

Как изменился объём продаж через собственный интернет-магазин?



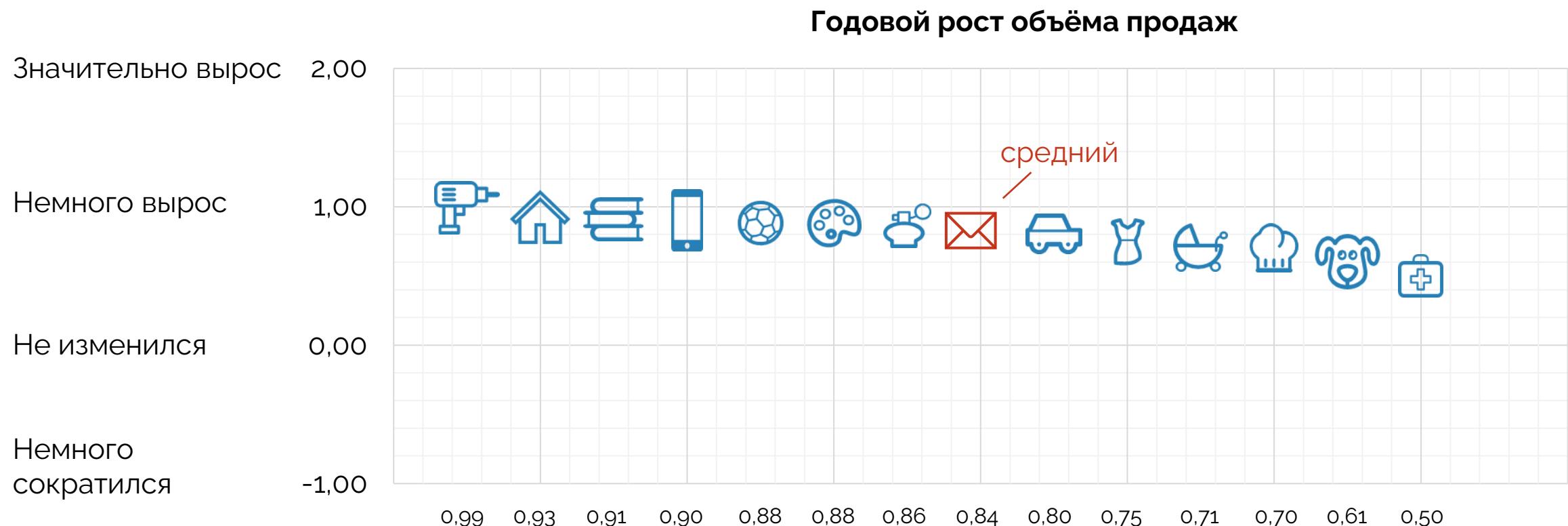
■ Продукты питания

Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994 . Вопросы: «Как за прошедший год изменился ваш суммарный объем продаж через маркетплейсы?», «Как за прошедший год изменился ваш объем продаж через собственный интернет-магазин?» N=267; *без учёта готовой еды Данные отражают мнения продавцов, опрошенных в ходе исследования. См. описание методики



Индекс годового роста объёма продаж

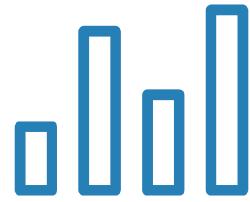
Индекс рассчитан как средняя оценка роста оборота у селлеров в категории.



Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопрос: «Как за прошедший год изменился ваш суммарный объем продаж через маркетплейсы?» N=4994

*без учёта готовой еды

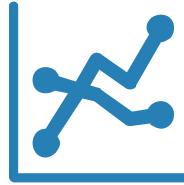
Индекс годового роста объёма продаж



Индекс годового роста объема продаж у селлеров составил **0,84** по шкале, где 2 – «значительно вырос», 1 – «немного вырос», 0 – «не изменился».



Рост оборота отмечают селлеры почти всех товарных категорий. Лидеры роста: Ремонт (**0,99**), Дом и дача (**0,93**) и Книги и диски (**0,91**).



Наименьший рост отмечают селлеры категорий Зоотовары (**0,61**) и Лекарства (**0,5**). Однако и в этих категориях индекс роста остаётся положительным.



Финансирование бизнеса на маркетплейсах

Для селлеров Wildberries,
Ozon, Яндекс.Маркет и других

sellplus.ru →

The screenshot shows a web browser window for sellplus.ru. The page title is "sellplus". In the top right corner, there are icons for a calendar, a bell, and the text "ООО «Селлер» >". The main content area has a light blue background with a white rounded rectangle containing the form. The form title is "Заявка на финансирование". Below it, the text "Выберите маркетплейс" is followed by four radio button options: "WB WILDBERRIES" (selected), "OZON OZON", "Яндекс.Маркет Яндекс.Маркет", and "Другой Другой" (with a question mark icon). Below the radio buttons, the text "Тип хранения товаров" is followed by a switch labeled "На складе маркетплейса (FBM)" which is turned on. At the bottom right of the white box is a purple "Next" button.

↗ Клиенты Sellplus растут
в 3 раза быстрее



Маркетплейсы как канал продаж

Количество активных селлеров

 AliExpress	 OZON	 WILDBERRIES	 СБЕР МЕГАМАРКЕТ	 Яндекс Маркет
февраль 2022	1 кв. 2022	июль 2022	май 2022	июль 2022
102 500	120 000	840 000	8 000	48 000

Приведенные данные отражают следующие показатели платформ:

AliExpress Россия — только российские продавцы AliExpress Россия (собственные данные AliExpress Россия).

Ozon — количество активных селлеров (имели продажи за последние 12 месяцев) на 31 марта 2022.

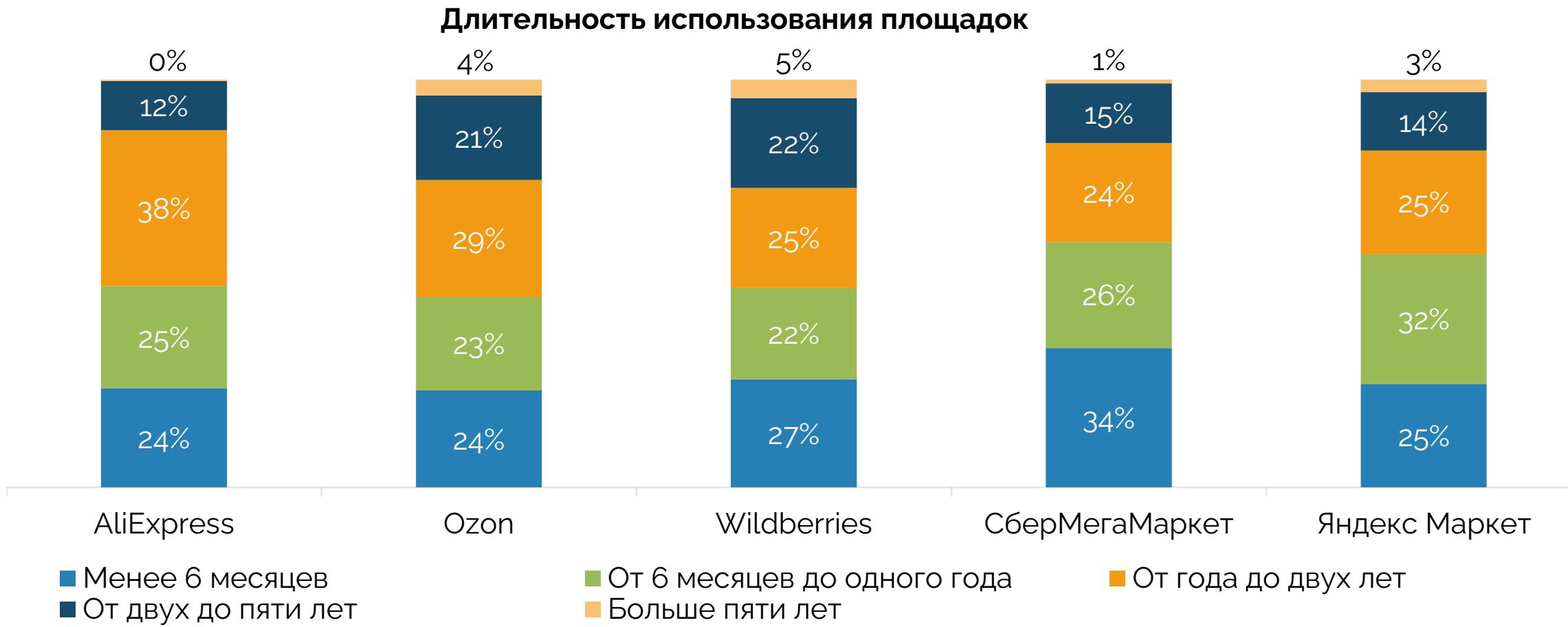
Wildberries — количество зарегистрированных аккаунтов. Количество активных продавцов на Wildberries (с продажами за 30-дневный период) Data Insight оценивает в 200 тыс. по состоянию на начало августа.

Яндекс Маркет — количество активных селлеров (имели продажи за последние 12 месяцев) на конец второго квартала 2022.

Источник: собственные данные AliExpress Россия, неаудированные финансовые результаты за первый квартал 2022 года Ozon, Wildberries, СберМегаМаркет, финансовые результаты за II квартал 2022 года Яндекс.

Использование маркетплейсов

Больше всего новых продавцов на СберМегаМаркете – треть селлеров пользуется площадкой менее полугода. Больше всего продавцов с опытом от года и более на Ozon – 54%.



Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопрос: «Как долго вы продаёте товары на этих площадках?», N=4994

Пересечение площадок у селлеров

У продавцов всех платформ второй по популярности площадкой является Ozon. По данным опроса, на Ozon присутствуют более 40% селлеров Wildberries и 70-80% продавцов Яндекс Маркета, СберМегаМаркета и AliExpress Россия. Продавцы Wildberries меньше других используют дополнительные площадки – в среднем один продавец использует не больше двух маркетплейсов. Продавцы СберМегаМаркета — почти все возможные площадки (4,3 на продавца).

Площадка продавца	AliExpress Россия	Ozon	Wildberries	СберМегаМаркет	Яндекс Маркет
Дополнительные площадки					
AliExpress Россия	-	20%	6%	43%	27%
Ozon	72%	-	41%	87%	78%
Wildberries	44%	60%	-	71%	51%
СберМегаМаркет	17%	11%	5%	-	19%
Яндекс Маркет	47%	41%	15%	84%	-
Среднее количество платформ на продавца	3,1	2,4	1,8	4,3	2,9

Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопрос: «Какие маркетплейсы вы использовали для продажи товаров за последние 12 месяцев?» N=4994



Намерения по выходу на другие площадки

37% продавцов Wildberries планирует выйти на Ozon в ближайшие полгода. У селлеров других платформ самый желаемый маркетплейс для подключения к нему в следующем периоде — СберМегаМаркет. Каждый четвёртый продавец на каждом маркетплейсе пока не планируют выходить на новые площадки.

Площадка продавца	AliExpress Россия	Ozon	Wildberries	СберМегаМаркет	Яндекс Маркет
Дополнительные площадки					
AliExpress Россия	-	15%	9%	16%	15%
Ozon	13%	-	37%	7%	13%
Wildberries	24%	20%	-	12%	21%
СберМегаМаркет	25%	29%	16%	-	34%
Яндекс Маркет	21%	26%	24%	6%	-
Не рассматриваю новые площадки	23%	25%	26%	29%	24%

Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопрос: «А какие ещё площадки вы рассматриваете для размещения товаров в ближайшие 6 месяцев?» N=3976



Распределение продавцов по каналам продаж

К началу 2022 года снизилась доля продавцов, которые помимо маркетплейсов используют собственные онлайн-магазины и соцсети как канал продаж. В то же время, растёт доля продавцов, использующих классифайды и омниканальные магазины.

Каналы продаж помимо маркетплейсов



Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994, Сентябрь 2020, N=3260. Вопрос: «Какие каналы для продажи товаров в России вы использовали за последние 12 месяцев?» N=4994. Данные отражают мнения продавцов, опрошенных в ходе исследования. См. описание методики



Использование социальных сетей для продаж

Снизилась доля продавцов, использующих соцсети для продажи товаров – с 34% в 2020 году до 24% в 2022 году. Выросла доля ВКонтакте и Telegram – на 21 п.п. и 18 п.п. соответственно. Продавцы осваивают новые платформы – доля Яндекс.Дзен и TikTok составила 10% и 9% соответственно.



Онлайн-опросы покупателей (18+) в рамках опросов «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель 2022, N=4994; Сентябрь 2020, N=3260.
Вопрос: «Какие социальные сети и мессенджеры для продажи товаров в России вы использовали за последние 12 месяцев» N=963. *Принадлежит компании Meta, запрещённой на территории РФ. Данные отражают мнения продавцов, опрошенных в ходе исследования. См. описание методики





100

заказов
без комиссии

35 млн

активных
пользователей в месяц



Вывод денег в любой момент



подробнее



5 ключевых платформ. Мнения продавцов

AliExpress

OZON

WILDBERRIES

Яндекс Маркет

СБЕР МЕГАМАРКЕТ

Восприятие: для каких товаров больше подходят площадки?

По мнению продавцов, Wildberries хорошо подходит для продажи 8 товарных категорий из 13, включая одежду и обувь, детские товары и товары для дома и дачи. У Яндекс Маркета лидерство в восприятии по товарам для строительства и ремонта, электронике и автотоварам. AliExpress Россия больше всего подходит для продажи электроники, товаров для дома и спорта. Ozon считают универсальной площадкой. По продуктам питания и аптечному ассортименту опрос показал паритет в восприятии СберМегаМаркета, Яндекс Маркета и Ozon.

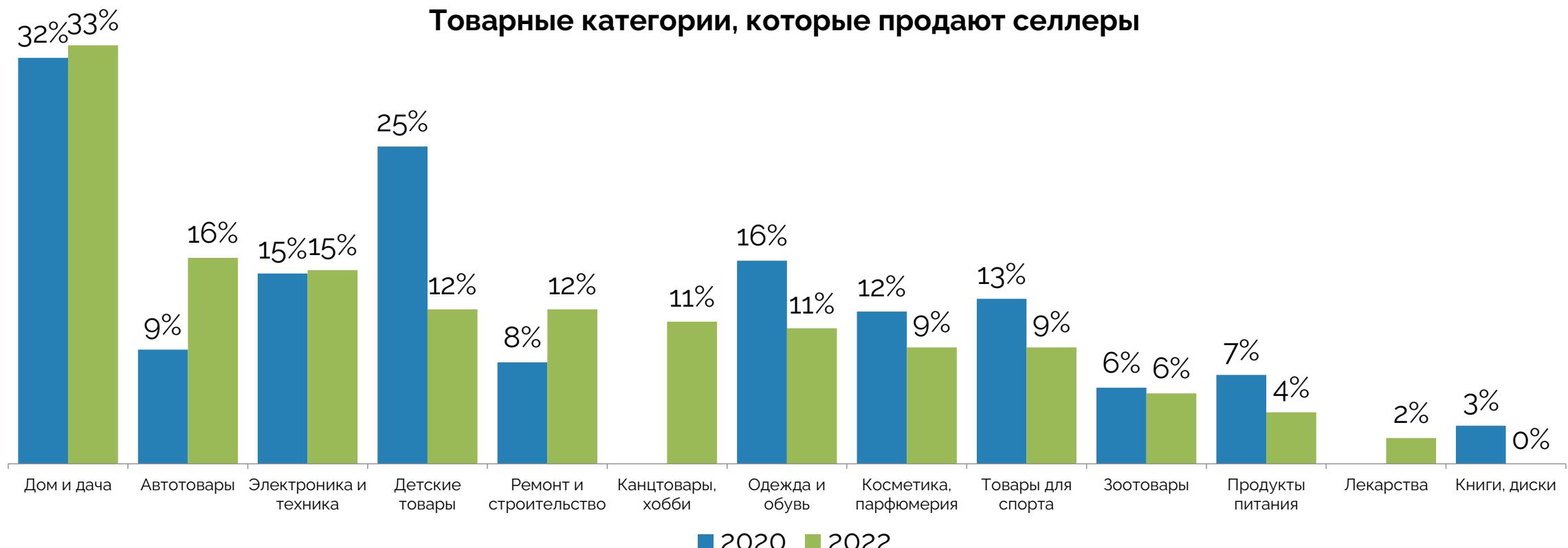
	AliExpress Россия	Wildberries	Ozon	Яндекс Маркет	СберМегаМаркет
Электроника и техника	46%	25%	38%	51%	39%
Одежда и обувь для взрослых	29%	65%	24%	22%	17%
Автотовары	34%	25%	30%	37%	26%
Товары для дома и дачи	46%	53%	40%	45%	35%
Товары для ремонта и строительства	22%	24%	26%	36%	25%
Книги, диски	19%	32%	31%	29%	24%
Детские товары, включая одежду	31%	54%	29%	28%	25%
Косметика, парфюмерия	23%	45%	30%	27%	26%
Зоотовары	22%	39%	30%	34%	27%
Товары для занятий спортом	36%	42%	31%	33%	25%
Продукты питания (без учета готовой еды)	6%	20%	21%	22%	21%
Канцтовары, товары для хобби и творчества	34%	43%	32%	35%	29%
Лекарства и другой аптечный ассортимент	6%	13%	14%	15%	16%
Затрудняюсь ответить	34%	24%	24%	38%	44%

Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопрос: «Как вы считаете, для продажи и продвижения каких товаров хорошо подходит площадка?» N=4994



Распределение продавцов по товарным категориям. AliExpress Россия

Доля основной категории — товары для **дома и дачи** — практически не изменилась, в то время как доля **детских товаров и одежды** снизилась по сравнению с прошлым годом. В то же время выросла доля **автотоваров** и товаров для **ремонта и строительства**.



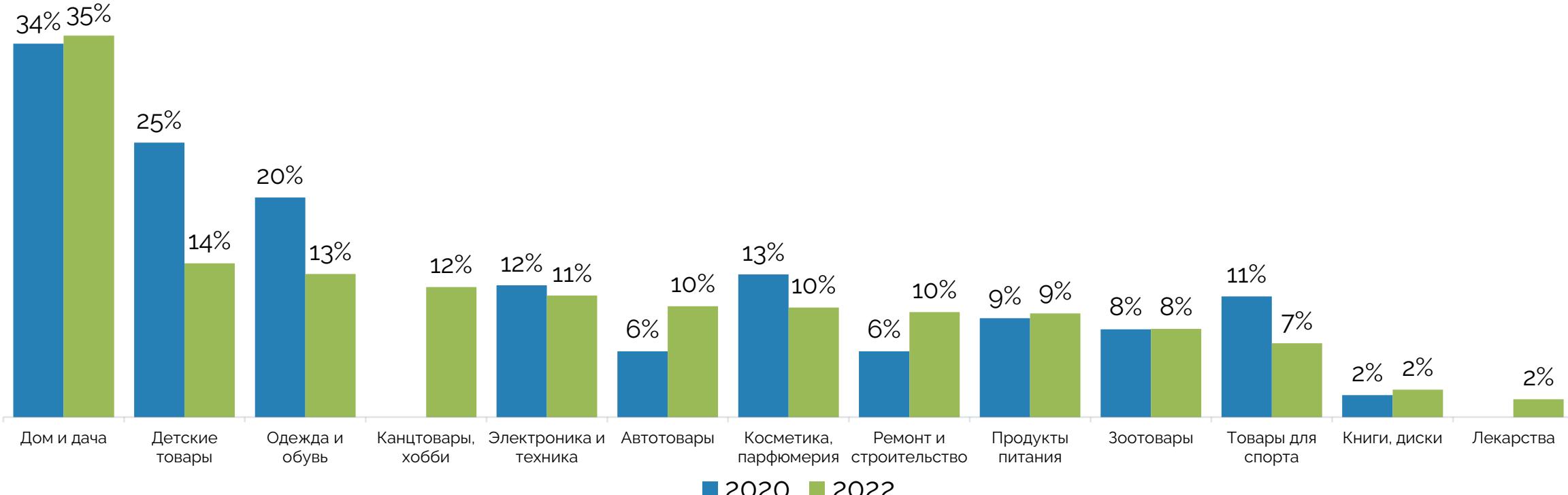
Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопрос: «Товары каких категорий продает ваша компания?» N=4994

↗ Распределение продавцов по товарным категориям.

Ozon

Растёт доля продавцов, занимающихся продажей **автотоваров** и товаров для **ремонта и строительства**, а товары для **дома и дачи** продаёт каждый третий селлер на площадке.

Товарные категории, которые продают селлеры



Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопрос: «Товары каких категорий продаёт ваша компания?» N=4994



Распределение продавцов по товарным категориям.

Wildberries

Доля товаров для **дома и дачи** выросла на 4 п.п. к прошлому году, доля **детских товаров** снизилась на 7 п.п. В то же время выросла доля **косметики и парфюмерии**.



Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопрос: «Товары каких категорий продает ваша компания?» N=4994

Распределение продавцов по товарным категориям.

СберМегаМаркет

Доля товаров для **дома и дачи** снизилась на 5 п.п. к прошлому году, доля **детских товаров** снизилась на 6 п.п.



Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопрос: «Товары каких категорий продаёт ваша компания?» N=4994

Распределение продавцов по товарным категориям.

Яндекс Маркет

Значительно выросла доля **автотоваров и товаров для ремонта** – на 8 и 9 п.п. соответственно. Снизилась доля **детских товаров** на 13 п.п.



Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопрос: «Товары каких категорий продает ваша компания?» N=4994



Ozon — один из лидирующих e-commerce в России



>46,7 млн

уникальных посетителей
в месяц



>70 %

доля заказов
из приложений



>28,7 млн

активных покупателей



46 %

лидеры знания в России



+139% vs 2021

>177,5 млрд ₽ в Q1 2022



+173% vs 2021

>93 млн заказов в Q1 2022



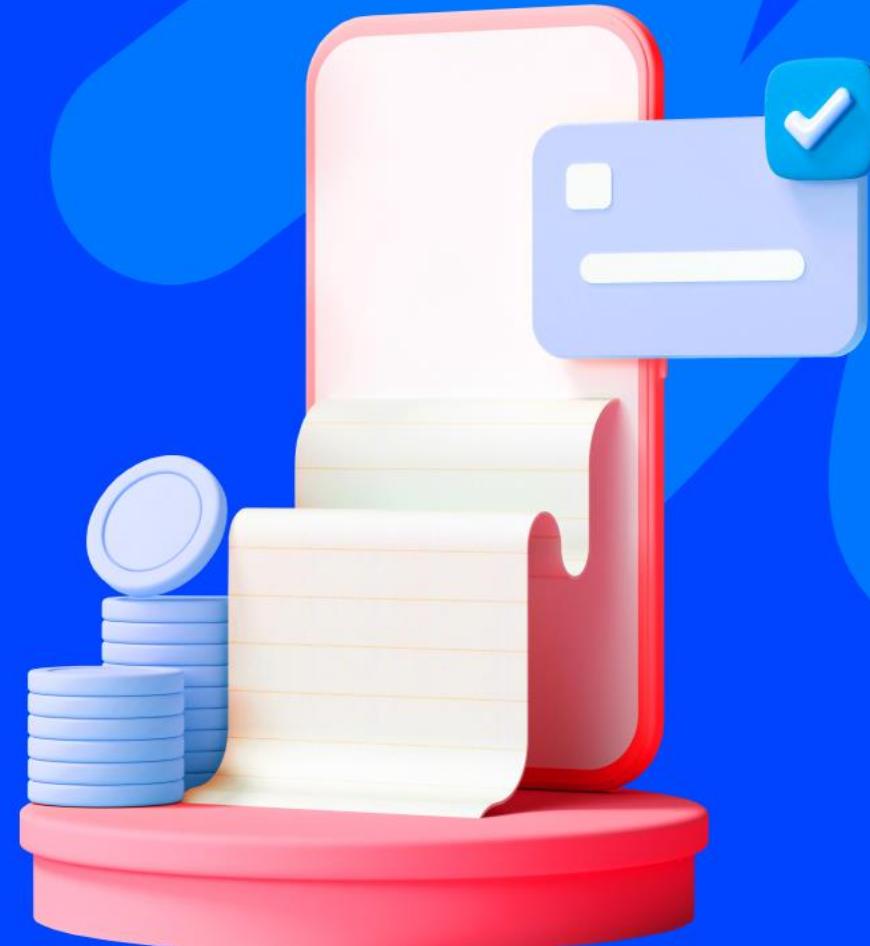
100 млн

товарных
наименований



1 млн м²

общих логистических
площадей





Инструментарий и условия платформ для продавцов

Комиссии и логистические схемы площадок

					
Комиссии площадок	5-8%	2-15%	3-15%	2-22%	1-15%

Логистические схемы площадок

Фуллфилмент селлера	FBS	FBS	Маркетплейс	Витрина + доставка	FBS
Доставка селлера	Доставка силами селлера	realFBS*	Доставка силами селлера	Доставка силами селлера	DBS
Фуллфилмент площадки	FBA	FBO	Отгрузка на склад площадки	Витрина + фуллфилмент	FBY

Источник: собственные данные AliExpress Россия, Ozon, Wildberries, СберМегаМаркет, Яндекс Маркет.

*Работая по схеме realFBS, хранятся и обрабатываются заказы на складе продавца, а доставляются с помощью сторонних транспортных компаний или самостоятельно



Комиссия площадок по категориям

	AliExpress	OZON	WILDBERRIES	СБЕР МЕГАМАРКЕТ	Яндекс Маркет
Автотовары	5-8%	4-8%	3 - 12%	от 5%	7-9%
Детские товары	8%	5-7%	3 - 15%	от 5%	4%
Зоотовары	-	5-7%	3 - 15%	от 7%	6%
Книги и канцелярские товары	8%	7%	3 - 15%	от 8%	14%
Красота и здоровье	8%	8-10%	3 - 15%	от 8%/от 3,5%	2-15%
Одежда, обувь и аксессуары	5-8%	8%	3 - 15%	от 15%	4%
Спорт и туризм	8%	8%	3 - 15%	от 5%	7%
Товары для дома и дачи	5-8%	10%	3 - 15%	от 5%	4-9%
Товары для ремонта и строительства	5-8%	8%	3 - 15%	от 2%	1-9%
Электроника и бытовая техника	5%	4-5%	3 - 15%	от 4/от 5%	3-14%
Ювелирные изделия и бижутерия	5-8%	5%	3 - 15%	От 15%	4%

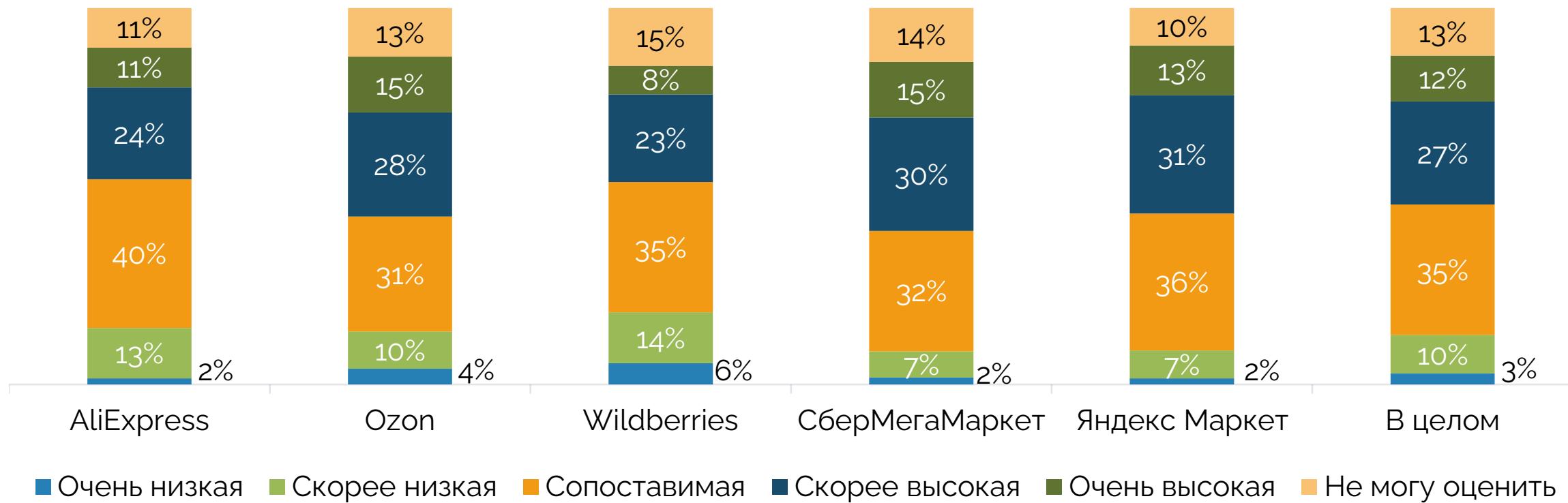
Источник: собственные данные AliExpress Россия, Ozon, Wildberries, СберМегаМаркет, Яндекс Маркет.



Стоимость продаж через маркетплейсы vs другие каналы

В целом, 39% продавцов считают стоимость продаж на маркетплейсах выше, чем в других каналах. Однако 55% продавцов AliExpress Россия и Wildberries считают стоимость продаж на маркетплейсах сопоставимой или ниже, чем в других каналах.

Оценка стоимости продаж через маркетплейсы по сравнению с другими онлайн-каналами



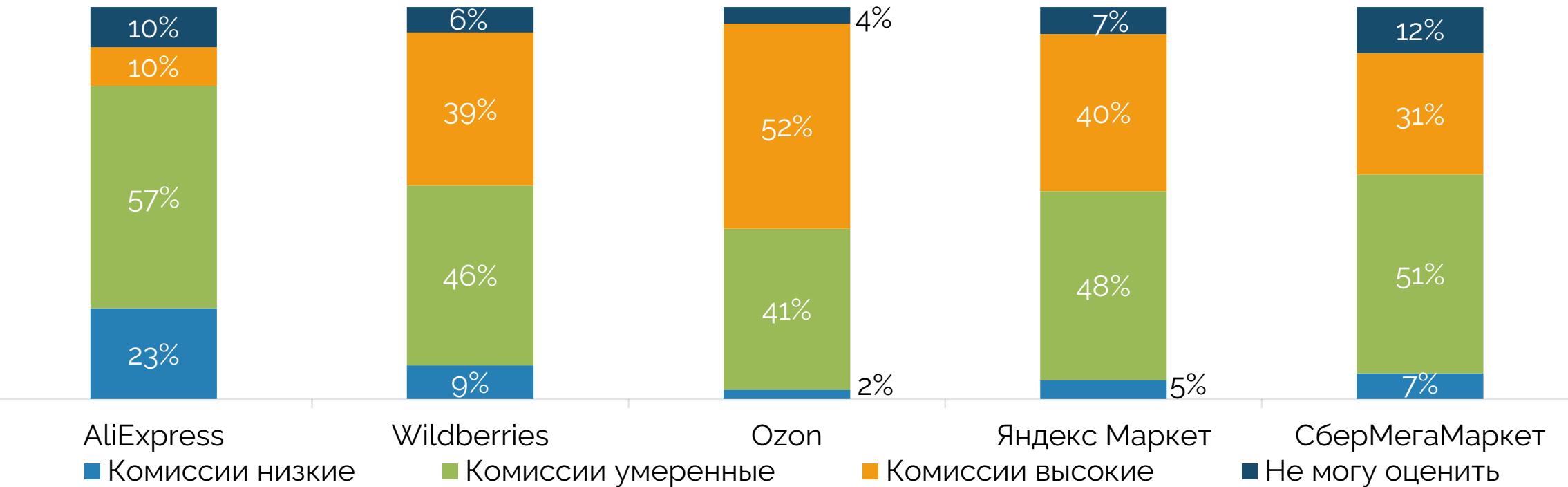
Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопрос: «Как вы оцениваете стоимость продаж через маркетплейсы по сравнению с другими онлайн-каналами?» N=4994



Размер комиссии площадки

При оценке уровня комиссии на платформе*, где они ведут продажи, продавцы AliExpress дали самые высокие оценки уровня удовлетворенности. Среди них 80% считают комиссии AliExpress низкими или умеренными. Самыми требовательным оказались продавцы Ozon, среди них 43% считают комиссии маркетплейса низкими или умеренными. Среди продавцов остальных платформ довольных уровнем комиссий больше половины — 53-58%.

Оценка размера комиссии на площадке



Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопрос: «Как вы оцениваете размер комиссий на перечисленных площадках по сравнению с другими в этом списке?» N=4994

*Метрика отражает не уровень комиссий, а отношение к ним продавцов.



Документы для старта

	AliExpress	OZON	WILDBERRIES	СБЕР МЕГАМАРКЕТ	Яндекс Маркет
Юридические лица	<ul style="list-style-type: none"> ИНН; Устав (с регистрацией); приказ о назначении ген.директора; 	<ul style="list-style-type: none"> ИНН; КПП; ОГРН; 	ИНН	<ul style="list-style-type: none"> реквизиты контрагента; ИНН; ОГРН; Устав; приказ о назначении ген.директора; документ о применении системы налогообложения; 	ИНН
Физические лица	<ul style="list-style-type: none"> ИНН; паспорт ИП; 	<ul style="list-style-type: none"> ИНН; ОГРНИП; выписка из ЕГРИП; 	ИНН	<ul style="list-style-type: none"> реквизиты контрагента; скан паспорта; ИНН; ОГРНИП; документ о применении системы налогообложения; 	ИНН
Самозанятые	<ul style="list-style-type: none"> регистрация СМ3; паспорт; 	<ul style="list-style-type: none"> ИНН; паспорт; 	ИНН	-	-
Продавцы услуг	-	<ul style="list-style-type: none"> ИНН; ОГРН; Устав; решение о назначении ген. директора; паспорт ген. директора компании; 	-	-	-

Источник: собственные данные AliExpress Россия, Ozon, Wildberries, СберМегаМаркет, Яндекс Маркет.



Сертификации и разрешения

AliExpress	OZON	WILDBERRIES	СБЕР МЕГАМАРКЕТ	Яндекс Маркет
<ul style="list-style-type: none"> подтверждение права на реализацию товаров продаваемого бренда; сертификация на специальные категории. 	<ul style="list-style-type: none"> сертификаты качества на ассортимент продукции с ограничениями; в остальных случаях – запрашивается при необходимости; 	<ul style="list-style-type: none"> вся необходимая документация для продажи товара, которую необходимо предоставлять не только самой площадке, но и покупателям по их первому запросу; 	<ul style="list-style-type: none"> сертификаты соответствия; декларации; иные документы, подтверждающие подлинность и качество товаров; 	<ul style="list-style-type: none"> сертификаты соответствия; декларации; иные документы, подтверждающие подлинность и качество товаров;

Источник: собственные данные AliExpress Россия, Ozon, Wildberries, СберМегаМаркет, Яндекс Маркет.

Оценка удобства логистических процессов от 1 до 10 ТОП-3

Удобство логистических процессов		Удобство расположения склада/распределительного центра	
OZON	8,3	OZON	7,7
AliExpress	7,0	Яндекс Маркет	6,9
Яндекс Маркет	6,8	AliExpress	6,7

Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопросы: «Оцените удобство логистических процессов», «Оцените удобство расположения распределительного центра», N=4994



Логистические схемы продавцов

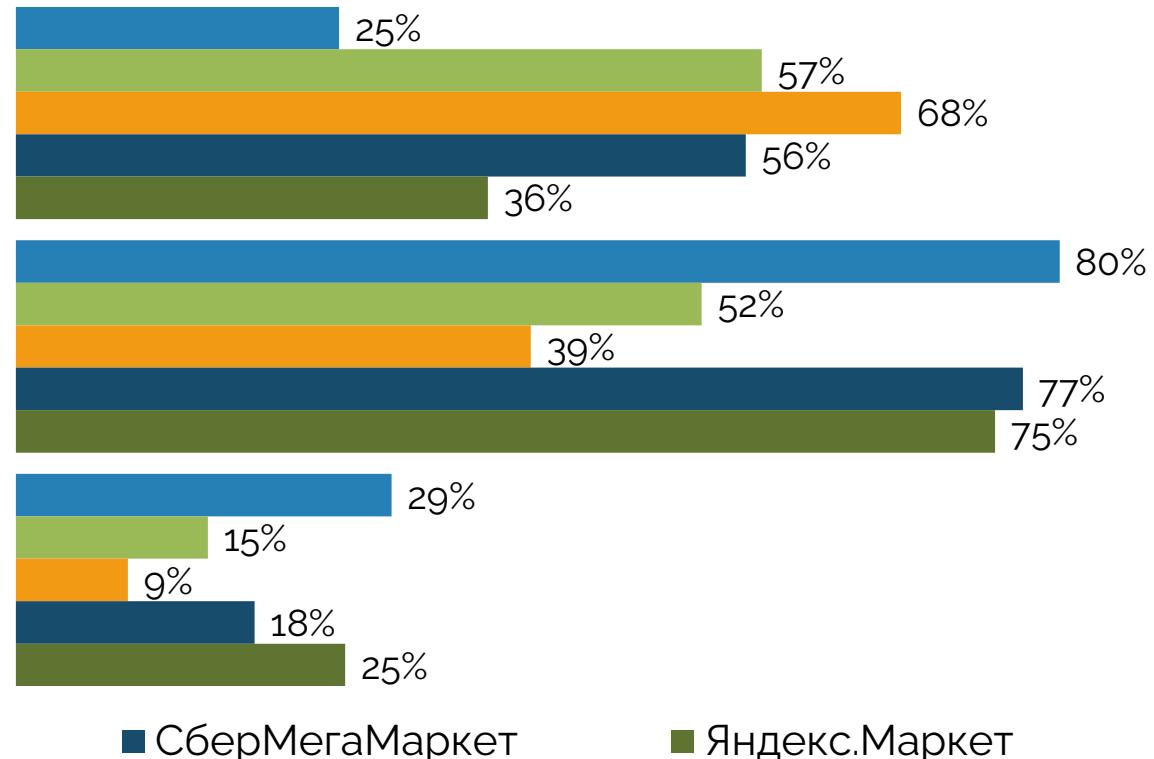
Самая распространённая схема – фулфилмент продавца, чаще всего им пользуются продавцы AliExpress Россия, меньше всего – продавцы Wildberries, однако они чаще пользуются фулфилментов маркетплейса.

Каким вариантом логистики вы пользуетесь?

Фулфилмент маркетплейса – вы поставляете товары в распределительный центр или склад, хранением и доставкой занимается маркетплейс

Фулфилмент продавца – вы сами храните и упаковываете товары, маркетплейс занимается только доставкой

Доставка продавца – вы сами храните, упаковываете и доставляете товары потребителю



AliExpress

Ozon

Wildberries

СберМегаМаркет

Яндекс.Маркет

Стоимость хранения товара

AliExpress	OZON	WILDBERRIES	СБЕР МЕГАМАРКЕТ	Яндекс Маркет
<ul style="list-style-type: none"> • первые 60(90) дней – бесплатно; • далее до 5 кг - 1 руб. в день; • 5–25 кг + КГТ (25 - 80 кг) – 5 руб. в день. 	<ul style="list-style-type: none"> • первые 30 дней – бесплатно; • далее – рассчитывается по формуле. 	<ul style="list-style-type: none"> • зависит от конкретного логистического комплекса компании. 	<ul style="list-style-type: none"> • первые 60 дней бесплатно; • далее – 0,8 рублей/сутки. 	<p>зависит от оборачиваемости:</p> <ul style="list-style-type: none"> • до 120 дней – бесплатно; • от 120 до 150 дней – 0,2 рубля за литр; • от 150 дней – 0,45 рубля за литр.

Источник: собственные данные AliExpress Россия, Ozon, Wildberries, СберМегаМаркет, Яндекс Маркет.



Стоимость доставки до покупателя

AliExpress	OZON	WILDBERRIES	СБЕР МЕГАМАРКЕТ	Яндекс Маркет
<ul style="list-style-type: none"> FBA: (1-80 кг) 100-2450 руб.; FBS: (меньше 2 -31,5 кг) 159-659 руб.; сдача груза курьеру: Мск и Спб - 399 руб. с НДС; другие регионы - 349 руб. с НДС. В пункт приёма: бесплатно; 	<ul style="list-style-type: none"> FBO: логистика: 4-6% от цены товара в зависимости от его объемного веса, последняя миля: за 1 товар от 13 до 250 руб.; FBS: состоит из 3-х частей: обработка отправления: оплата за выезд, логистика: 4-6% от цены товара в зависимости от его объемного веса, последняя миля: за 1 товар от 60 до 350 руб. 	<ul style="list-style-type: none"> 30-90р за единицу; 	<ul style="list-style-type: none"> до 25 кг: 3% от стоимости заказа (не менее 50 руб. и не более 500 руб.); от 25 кг: 3% от стоимости заказа (не менее 500 руб. и не более 1000 руб.); стоимость заказа до 500 руб: бесплатно; 	<ul style="list-style-type: none"> экспресс: 5% от цены товара (60-350 р.). КГТ: 400 р./заказ; FBS: 5% от цены товара (60-350 р.). КГТ: 400 р./заказ; FBY: 5% от цены товара (13 - 250 р.). КГТ: 250 р./заказ. доставка в другой ФО: +1% от цены товара;

Источник: собственные данные AliExpress Россия, Ozon, Wildberries, СберМегаМаркет, Яндекс.Маркет.



Рекламные кампании

AliExpress	OZON	WILDBERRIES	СБЕР МЕГАМАРКЕТ	Яндекс Маркет
<ul style="list-style-type: none"> акции платформы и магазина; купоны и промокоды магазина; встроенные инструменты ретаргетинга; стримы в приложении AliExpress Россия; аффилиатная программа; 	<ul style="list-style-type: none"> реклама товаров — размещение товаров на страницах категорий, карточках товаров и в результатах поиска (оплата — за показы); медийная реклама — размещение баннеров, брендовых полок, а также видеорекламы (оплата — за показы). 	<ul style="list-style-type: none"> медицинская реклама: баннеры на главной странице и в разделах; самостоятельный запуск кампаний с помощью инструмента "ВБ.Реклама": создание и загрузка баннеров, выбор места и сроков; размещение товаров в выдаче каталога; продвижение через соцсети Wildberries, E-mail-рассылку; 	<ul style="list-style-type: none"> медицинская реклама: размещение динамического или статического баннера на главной странице, в товарном блоке, разделе "Акции", листинге; интеграция в рекламные кампании площадки: медицинская, контекстная, видео и ТВ реклама; 	<ul style="list-style-type: none"> продвижение на Маркете с помощью рекламных кампаний и за пределами маркетплейса с помощью Яндекс Директа; программа лояльности для подписчиков Яндекс.Плюс; участие в акциях, создание промокодов для покупателей;

Источник: собственные данные AliExpress Россия, Ozon, Wildberries, СберМегаМаркет, Яндекс.Маркет.



СБЕР МЕГАМАРКЕТ – платформа, объединяющая продавцов и покупателей



Мы разместим товары на площадке, где их увидят миллионы покупателей;



Привлечем целевой трафик и превратим его в заказы;



Доставим товар покупателю;



Произведем расчетно-кассовое обслуживание с покупателем в соответствии с 54 ФЗ;



Обеспечим поддержку клиента собственным call-центром.



Преимущества сотрудничества для продавцов:

- Быстрые выплаты
- Гибкие схемы работы
- Схема «Закажи и Забери» для розницы
- Доступ к аудитории экосистемы Сбера
- Привилегии СберПрайм и СберПрайм +, бонусы от СберСпасибо

Присоединяйтесь!

sbermegamarket.ru/partners

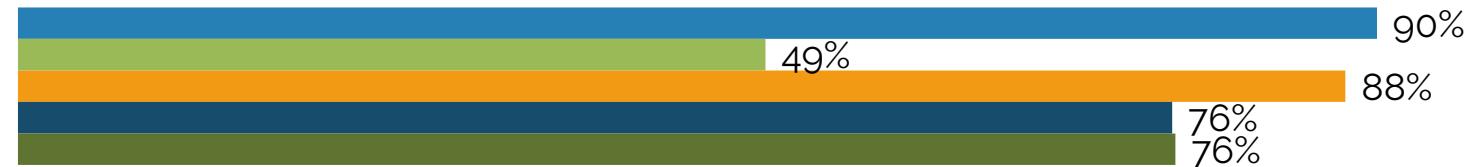


Использование рекламных инструментов

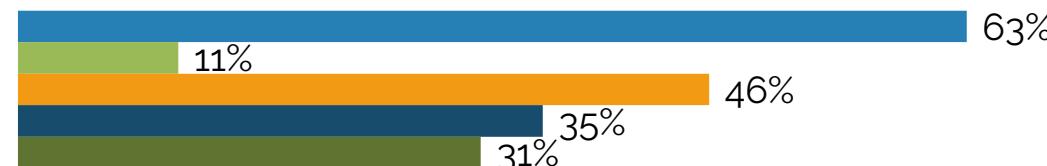
Почти все продавцы участвуют в акциях и распродажах своих маркетплейсов, на Ozon селлеры чаще пользуются продвижением внутри выдачи маркетплейса, а продавцы AliExpress Россия в 5 раз чаще других селлеров пользуются рассылками и push-уведомлениями.

Рекламные инструменты ч.1

Участие в акциях и распродажах маркетплейса



Организация собственных акций и распродаж на маркетплейсе



Продвижение товаров внутри выдачи маркетплейса



E-mail рассылка или Push-сообщения

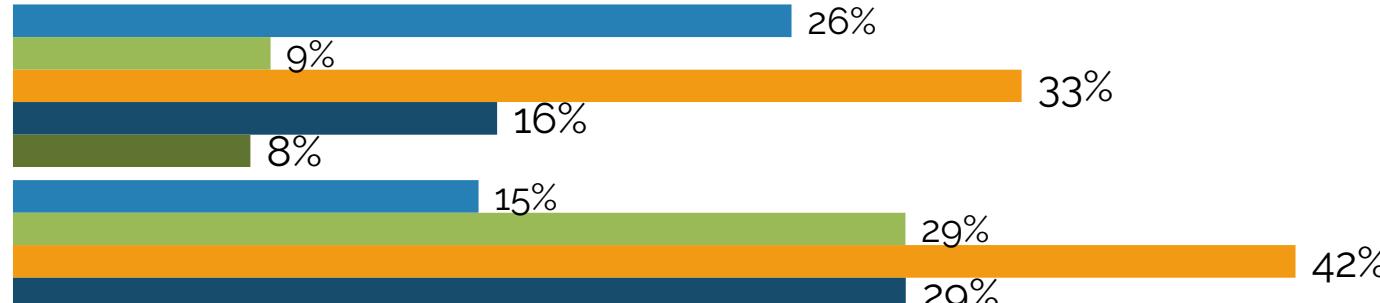


Использование рекламных инструментов

Больше всего брендовой рекламой в интернете пользуются продавцы Яндекс Маркета, рекламой на самом маркетплейсе – селлеры Ozon.

Рекламные инструменты ч.2

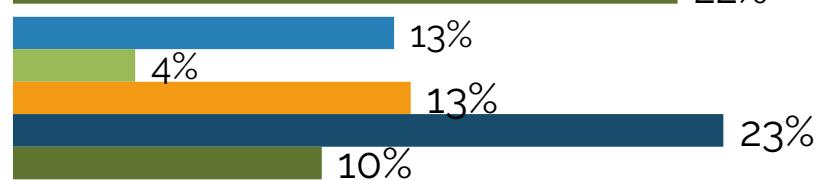
Создание и оформление своей брендовой полки, раздела на маркетплейсе



Товарная или брендовая реклама на самом маркетплейсе



Товарная или брендовая реклама в интернете



Другое



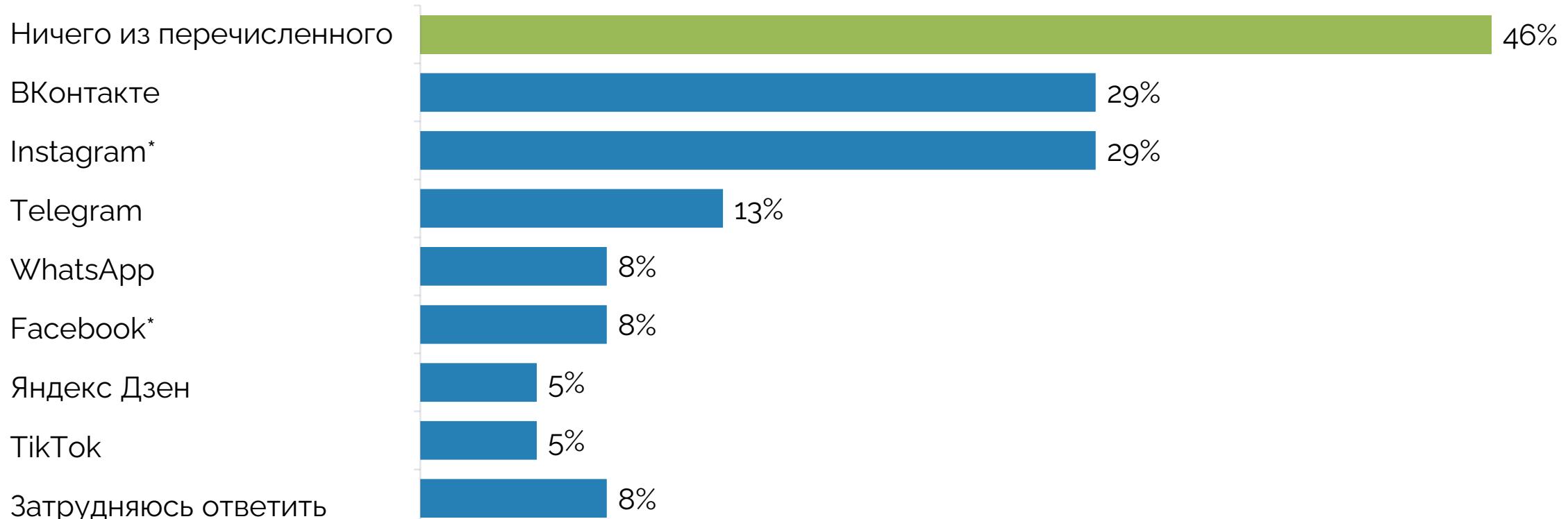
Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопрос: «Какие именно инструменты вы использовали?» N=4050



Использование соцсетей для продвижения

46% опрошенных не используют соцсети для продвижения своих товаров, треть продавцов использовали ВКонтакте и Instagram.

Какие социальные сети и мессенджеры вы использовали за последние 12 месяцев для продвижения своих товаров?



Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопрос: «Какие социальные сети и мессенджеры вы использовали за последние 12 месяцев для продвижения своих товаров, например, для закупки рекламы, публикации анонсов, создания комьюнити бренда?» N=4056. *Принадлежит компании Meta, запрещённой на территории РФ

Объединяем бизнес и покупателя

> 11 млн

Активных
покупателей

> 40 млн

SKU товаров

Привлекаем
для вас
покупателей

С помощью
наружной, ТВ-
и интернет-рекламы
по всей России.

Знаем, кому
предложить
ваша товары

И создаём индивидуальные
подборки для пользователей
с предложениями
из разных категорий.

Создаём
инструменты для
развития продаж

Станьте заметней
для покупателей с помощью
экспресс-доставки, кешбэка
Плюса и скидок.



Бренд зона/витрина магазина

AliExpress	OZON	WILDBERRIES	СБЕР МЕГАМАРКЕТ	Яндекс Маркет
<ul style="list-style-type: none"> • кастомизированное брендирование магазина; • конструктор для создания и настройки магазина; • конструктор поддерживает различные шаблоны главной страницы, смену типа магазина, сборку страницы из модулей; 	<ul style="list-style-type: none"> • витрина — персональная страница магазина для приложения и сайта Ozon. С помощью неё можно бесплатно продвигать свой магазин, рассказывать про интересные предложения, акции или промо-товары. Ее можно создать и настроить, загрузив на нее контент; 	<ul style="list-style-type: none"> • брендированная страница (Shop in Shop), размещение баннеров и промо-страниц; • самостоятельная рекламная активность через личный кабинет; • промо-страницы для рассказа о своем ассортименте - нужно заказывать у дизайнеров Wildberries; 	<ul style="list-style-type: none"> • брендзона (shop-in-shop) – отдельная площадка для позиционирования бренда на внутренней странице сайта; • кастомизированное брендирование магазина; • можно выбрать стиль оформления магазина; 	<ul style="list-style-type: none"> • у бренда может быть собственный раздел на Яндекс Маркете, где представлены все товары бренда, акции, хиты продаж. Раздел может быть как в стандартном оформлении, так и в брендированном варианте;

Источник: собственные данные AliExpress Россия, Ozon, Wildberries, СберМегаМаркет, Яндекс.Маркет.



Скидки и акции платформы

 AliExpress	 OZON	 WILDBERRIES	 СБЕР МЕГАМАРКЕТ	 Яндекс Маркет
<ul style="list-style-type: none"> • крупные акции в течение года: прохождение по входным требованиям по каждой акции; 	<ul style="list-style-type: none"> • скидка: от начальной цены; • скидка на сток: от цены по акции; • скидка от суммы заказа на определенную сумму; • товар в подарок; • МЕГАраспродажи: выгодные цены в ограниченных количествах и в ограниченное время; помогает продавцу нарастить объемы продаж, увеличить просмотры и рейтинги товаров. 	<ul style="list-style-type: none"> • регулярные акции: участие в личном кабинете через "Календарь акций"; 	<ul style="list-style-type: none"> • регулярные крупные акции (Черная пятница, Киберпонедельник и пр.); • "Товар дня"; • "Суперцены"; • "Повышенный cashback"; • "Повышенный cashback за отзыв"; 	<ul style="list-style-type: none"> • календарные акции: товары получат значок с размером скидки или значок участия в акции "Самый дешёвый товар в подарок", "3=4", "5=6" и др. и смогут попасть на промостраницу;

Источник: собственные данные AliExpress Россия, Ozon, Wildberries, СберМегаМаркет, Яндекс.Маркет.



Скидки и акции продавца

 AliExpress	 OZON	 WILDBERRIES	 СБЕР МЕГАМАРКЕТ	 Яндекс Маркет
<ul style="list-style-type: none"> • код-купон (одновременно промокод и купон); • купон (небольшой баннер, который покупатель может найти на странице магазина или получить за какое-то действие); • промокоды (распространяются через карточки своих товаров или внешние каналы); • промоакции и акции магазина; • обычная скидка. 	<ul style="list-style-type: none"> • обычная скидка; • дополнительная скидка; • скидка от суммы заказа (для определенной суммы покупки); • купон; • товар в подарок (за определенное количество товаров в корзине); • бонусы от продавца; • дополнительный кэшбэк для Premium-клиентов; 	-	<ul style="list-style-type: none"> • опция подсветки товаров акционными шильдами; • трансляции старой цены товара, на основе, которой будет отображаться скидка; • повышенный кэшбек; 	<ul style="list-style-type: none"> • установка продавцом скидки на товар;

Источник: собственные данные AliExpress Россия, Ozon, Wildberries, СберМегаМаркет, Яндекс.Маркет.

Социальные инструменты

AliExpress	OZON	WILDBERRIES	СБЕР МЕГАМАРКЕТ	Яндекс Маркет
<ul style="list-style-type: none"> • аффилиатная программа; • возможность выставить товары в социальных сетях; • лента новостей; • лайв-стримы в приложении AliExpress Россия; • рассылки через инструменты ретаргетинга; 	<ul style="list-style-type: none"> • отзывы за баллы; • чат с покупателем; 	<ul style="list-style-type: none"> • платное размещение товарных предложений на страницах Wildberries в социальных сетях, в e-mail рассылках; 	-	<ul style="list-style-type: none"> • участие в подборках и спецпроектах для знакомства с локальными брендами;

Источник: собственные данные AliExpress Россия, Ozon, Wildberries, СберМегаМаркет, Яндекс.Маркет.



Брендинг. Оформление бренд-зоны

				
<p>настройки:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выбор места размещения логотипа; • создание и размещение баннера; • изменение структуры страницы; • создание меню; • размещение имиджевых фото, слайдера и отзывов; 	<ul style="list-style-type: none"> • размещение на витрине логотипа, описания магазина, баннера, выбор и размещение промо-товаров; • внешний вид витрины меняется в конструкторе; 	<ul style="list-style-type: none"> • размещение логотипа на странице бренда; • платное размещение баннеров, создание промо-страниц; 	<ul style="list-style-type: none"> • размещение логотипа на странице бренда; • размещение баннеров, оформление каталога товаров; • выделение в отдельный блок популярных товаров; 	<ul style="list-style-type: none"> • создание баннеров и разделов на странице бренда; • возможность использовать фирменный стиль;

Источник: собственные данные AliExpress Россия, Ozon, Wildberries, СберМегаМаркет, Яндекс.Маркет.

↗ Порядок получения денег продавцом

AliExpress	OZON	WILDBERRIES	СБЕР МЕГАМАРКЕТ	Яндекс Маркет
<ul style="list-style-type: none"> выплаты приходят отдельно по каждому заказу, с учётом комиссий; деньги начисляются на баланс в личном кабинете, оттуда их можно вывести на банковский счёт. 	<ul style="list-style-type: none"> заказ переходит в статус «Доставлен» — на счёт поступает начисление, списывается комиссия; при возврате: со счёта списывается начисление, возвращается комиссия, доставка за счет селлера; перевод: два раза в месяц — на общих условиях, каждый рабочий день — «Гибкий график выплат». 	<ul style="list-style-type: none"> перечисление средств продавцам еженедельно 	<ul style="list-style-type: none"> маркетплейс получил денежные средства от покупателя, он переводит их на расчетный счет продавца за вычетом комиссии; есть возможность изменить график выплат; в зависимости от выбора будет меняться ставка комиссии. 	<ul style="list-style-type: none"> ежедневно, тариф 2,2%; еженедельно, тариф 1,8%; раз в две недели, тариф 1,3%; ежемесячно, тариф 1%;

Источник: собственные данные AliExpress Россия, Ozon, Wildberries, СберМегаМаркет, Яндекс.Маркет.



Оценка удобства работы с площадкой от 1 до 10 ТОП-3

Удовлетворенность рекламными инструментами и возможностью продвижения		Удовлетворенность возможностями брендинга		Удовлетворенность удобством работы с документами и взаиморасчётом	
Платформа	Оценка	Платформа	Оценка	Платформа	Оценка
OZON	7,6	WILDBERRIES	7,2	OZON	7,4
AliExpress		AliExpress	6,5	AliExpress	6,7
Яндекс Маркет	5,6	OZON	5,8	Яндекс Маркет	5,6

Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопросы: «Оцените рекламные инструменты и возможности для внутреннего продвижения товаров», «Хватает ли вам возможностей для брендинга: оформления страницы бренда, размещения информации о бренде, предложений», «Как вы оцениваете удобство и прозрачность работы с документами, получения выплат и взаиморасчетов на этих площадках», N=4994

↗ Планы на будущее

Планы по развитию продаж на текущий год



Ассортимент в своих категориях

Маркетплейсы

Товарные категории

Рекламные расходы

Планы

Планы по сокращению продаж на текущий год



Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках опроса «Селлеры на российских маркетплейсах 2022», Россия, Апрель, N=4994. Вопрос: «Какие у вас планы по развитию (сокращению) продаж через маркетплейсы на текущий год?» N=4055



О партнёре исследования 5post

76

5Post — федеральная логистическая компания в составе X5 Group. Мы осуществляем доставку заказов из интернет-магазинов и маркетплейсов наших партнеров, в постаматы и пункты выдачи в магазинах «Пятёрочка» и «Перекрёсток». Обеспечиваем вашим покупателям разнообразие точек выдачи заказов с обширной географией.



Наша миссия — мы работаем, чтобы процесс покупки товаров в интернет-магазине максимально экономил время за счет удобной, доступной и надежной доставки в пункты выдачи рядом с домом.

Наши партнеры — это более 150-ти интернет-магазинов и маркетплейсов, таких как AliExpress Россия, СберМегаМаркет, Lamoda и многие другие.

Нас выбирают покупатели:

- Возможность для получателя сэкономить время и совместить получение посылки и покупку ежедневных товаров в сети магазинов X5
- SMS и Email информирование, личный кабинет и функциональное мобильное приложение для удобного отслеживания доставки
- > 150 интернет-магазинов и маркетплейсов, разнообразие партнерского ассортимента: товары для красоты и здоровья, техника, одежда, обувь и многое другое

Нас выбирает бизнес:

- Доступные тарифные предложения
- Попутная логистика для последней мили – используются те же машины, что и для доставки товаров в магазин
- Расширение географии доставки бизнеса, за счет большого количества точек по всей стране (65 регионов присутствия)
- Выдача заказов на кассе, ПВЗ или постамате
- Прием заказов в распределительных центрах Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга

О партнёре исследования **sellplus**

77

Sellplus (sellplus.ru) — быстрое финансирование бизнеса поставщика на Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет, Lamoda и других маркетплейсах.

Проект Sellplus на рынке финансирования селлеров существует с 2019 года, входит в группу финансовых продуктов ROWI (rowi.com) и предлагает решения для поставщиков, торгующих на маркетплейсах по договорам комиссии, агентскому договору или договору реализации.

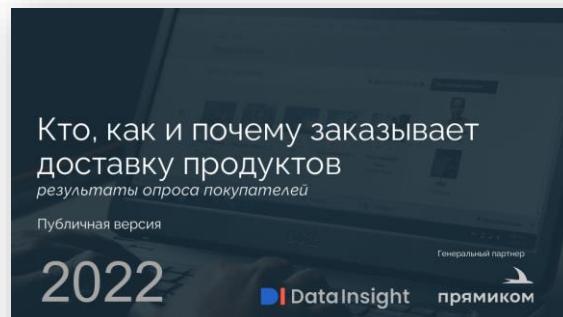
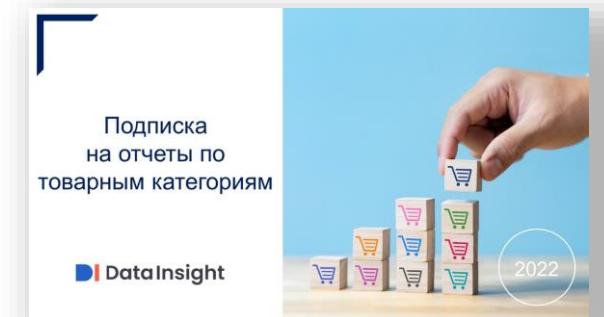
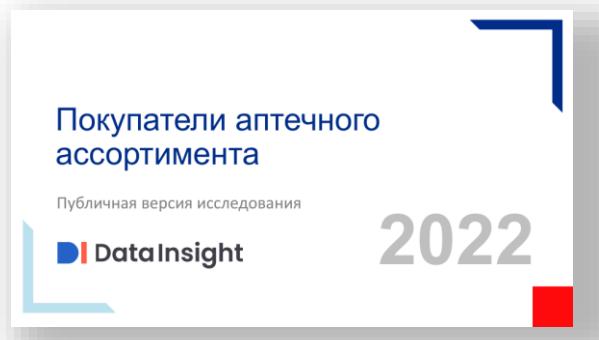
Любая компания, регулярно торгующая на маркетплейсе более 3 месяцев, может воспользоваться **возобновляемым финансированием**, лимит автоматически восстанавливается на сумму каждого погашения, что решает задачи быстрого масштабирования бизнеса за счет **пополнения оборотных средств и увеличения продаж**.

Продавайте больше! **Размер финансирования бизнеса** на маркетплейсе **растет** вместе со статистикой продаж клиента. Также ему **доступны другие финансовые продукты ROWI**, например, факторинг при отсрочке платежа торговых сетей и финансирование при исполнении госконтракта.

*Проект ROWI



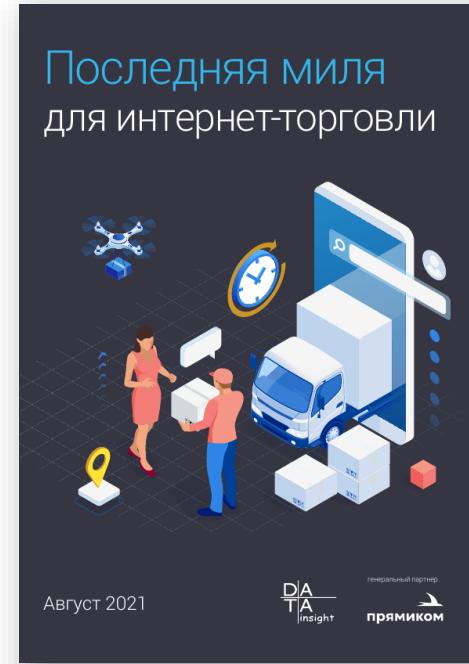
Исследования Data Insight



Публичные исследования Data Insight



Логистика для интернета-
магазинов: мнения и
ожидания 2021



Последняя миля для
интернет-торговли
2021



Логистика для интернет-
торговли 2021



Топ-100 интернет-
магазинов рейтинг 2021



Самовывоз из ПВЗ и
постаматов



Интернет-торговля
в России 2021

Партнеры Data Insight

80



Data Insight – первое в России агентство, специализирующееся на **исследованиях и консалтинге** в области eCommerce и digital рынков.

Наши исследования – <https://datainsight.ru/research>

Новости Data Insight

Рассылка исследований
Data Insight на почту в
день публикации

[Подписаться](#)

Мониторинг e-commerce

Новостной еженедельный
мониторинг рынка
eCommerce от Data Insight

[Подписаться](#)

Связаться с нами

-  datainsight.ru
-  +7 (495) 540 59 06
-  a@datainsight.ru

[Другие контакты](#)