

Анализ конкурентов

Wildberries

Что продают?

Одежда, обувь, галантерея.

Из чего складывается цена?

Удалось найти вот такой список:

Из максимальной стоимости, по которой вы продаете на Вайлдберриз БЕЗ скидки, необходимо вычесть:

Закупочную стоимость товара у поставщика

Процент скидки и промокода (устанавливаете вы)

Процент скидки и промокода (который может установить Вайлдберриз в любой момент для какой-то акции)

Затраты на упаковку товара и логистику (доставку до покупателя)

Налоги (6% для ИП по упрощенке)

Комиссию маркетплейса Вайлдберриз (12-15% – в зависимости от категории вашего товара, для расчета нужно воспользоваться нашим онлайн-калькулятором Wildberries)

Как рекламируют?

По рекламе все скудно - видимо из за популярности вайлдберрис упор на рекламу они делали только на старте продукта а это было достаточно давно из чего качество роликов плохое. Нашел несколько: Первый ничем не примечателен, некоторый набор товаров и их цена (что то похожее на рекламу какого нибудь эльдарадо) где банально делается упор на скидку. Второй более оригинален, показана девушка в слайд шоу на которую одевают одежду и обувь как на бумажную куклу какие были популярны в 2015 с попутным перечислением преимуществ, а именно: бесплатная доставка, много пунктов самовывоза, новинки и постоянные акции и все подписанно как создай себя на “вайлдберрис”. Снова есть явный упор на скидки и на саму фичу как интернет магазин(ролик был выпущен в 2016 году когда интернет магазины у нас были в самом разгаре, видимо делался упор еще и на саму фичу как “интернет магазин”) Ну а последний просто рекламный ролик ко дню защиты детей, простой призыв к помощи нуждающимся детям (в 2013 году когда это было популярным рекламным ходом) и название маркетплейса в конце, базовый рекламный мув даже без каких либо акций по типу “1% от ваших покупок на вайлдберрис уходит нуждающимся детям”, Ну и я на своей памяти помню пару рекламных баннеров на сайтах.

Как работают?

Компания состоит из 400 человек персонала и 2500 человек работающих в службе доставки по всей России(Она бесплатная почти по всей стране). Но к сожалению данные совершенно неактуальны(эта инфа приблизительно на 2016 год).

Специалистами определяется ассортимент магазина, чтобы он был максимально

востребован, а менеджеры общаются непосредственно с клиентами, чаще всего по поводу уточнения деталей заказов, и также наличие кол - центра.

Сам график работы сложный -не менее 8 часов в офисе с тяжелой нагрузкой, отчего новички у них не задерживаются, те кто привык в принципе довольны. Плюсом у них является то, что как такого совета директоров нет и каждый сотрудник может ощущать некую важность Покупатель заказывает товар, ему его доставляют, либо он заходит за товаром сам.

Партнером становятся через заполнение специальной анкеты, далее с ним связывается менеджер обговаривая качество, состав, размерный ряд и комплектацию, а также цену. После того как согласованы все нюансы, менеджер выдает разрешение на отгрузку товара.

При наличии брака у товара? Если клиента не устроил товар в заказе или у него обнаружился брак, то продукция доставляется обратно на склад. Затем заполняется специальный акт о наличии дефектов и товар возвращается обратно поставщику.

На что упор?

Основной упор конечно банально на скидки и бесконечные акции. По инфе 2016 - года интерфейс сайта делался максимально простым и в то же время быстрым(что на тот момент было в новинку, обычно после ввода в строку поиска все грузилось долго)

Какие лозунги?

Живи одним днем, здесь и сейчас и тд; Создай себя сам.

В целом мое мнение таково, что мы мало что можем почерпнуть у вайлдберрис ибо сервис был одним из первых в сфере интернет магазинов и ситуация в корне отличается от нашей,

Как работает система подбора товара?

Все очень просто - на товар есть скидка - товар продвигается. Нет - гуляй

Что мы можем для себя вынести?

В целом мое мнение таково, что мы мало что можем почерпнуть у вайлдберрис ибо сервис был одним из первых в сфере интернет магазинов и ситуация в корне отличается от нашей,

OZON

Что продают?

Огромное количество пунктов. Вот самые основные

товары для дома, дачи и сада;

бытовая техника и электроника;

детские товары;

одежду и обувь;

косметику и парфюмерию;
продукты питания;
спортивные товары;
строительные материалы;
товары для животных;
ювелирные украшения
авиабилеты и номера в отелях
и многое другое.

Как формируется цена?

Точных цифр нет, поскольку некоторые пункты варьируются от типа товара, типа доставки и тому подобное. На озоне есть калькулятор который это высчитывает и я привел внизу позиции которые там представлены (и некоторые расходы которые стоит учитывать поставщикам):

Вес и габариты товара — эти данные влияют на стоимость доставки, пропишите их в калькулятор;

Процент выкупа — его можно “прикинуть” самостоятельно, исходя из специфики своего товара. По умолчанию можно поставить 90%.

География доставки . При работе по FBS это не имеет значения (тариф 19 рублей за единицу объемного веса), а при FBO может увеличить ваши затраты еще на 10-50 рублей (тариф зависит от расстояния).

Комиссия Ozon — зависит от категории вашего товара. В калькуляторе проставится автоматически. Если вы считаете самостоятельно, важно учитывать ее именно от цены продажи до вычета других расходов.

Обработка, доставка, возвраты — это затраты при приемке, обработке, заказа. Вы можете забыть учесть их, но 50-70 рублей с каждого отправления могут вылиться в сотни тысяч недополученной прибыли.

Доставка товара от поставщика . Затраты, связанные с логистикой и закупкой партии товара нужно пересчитать на единицу товара и учесть в ценообразовании.

Закупочная цена товара .

Рекламные расходы . В калькуляторе Ozon они не значатся, но их все равно стоит учитывать, по крайней мере для товаров с высокой конкуренцией.

Детские товары

Калькулятор за продажу 5%

Я ЗНАЮ ОПЫСМ

Я ЗНАЮ ГАБАРИТЫ

Объем, л: 6.3

Вес, кг: 0.688

Объемный вес товара: 1.3 кг

Цена товара, Р: 790

Процент выкупа, %: 93.6

Классификация: Москва и Московская

Классификация: Москва и Московская

Обязательные поля для расчета по модели FBS

ПЕРЕДАЧА В ПУНКТ ПРИЕМКИ

ПЕРЕДАЧА КУРЬЕРУ OZON

FBO

FBS

Общие затраты на Ozon, за шт.

129 Р (16%)

65 Р (7%)

Прибыль, за шт.

341 Р (33%)

206 Р (26%)

Прибыль в месяц от продажи 1575 шт.

379 701 Р

348 462 Р

FBO

FBS

Цена товара

790 Р

790 Р

Комиссия

+ 38 Р

+ 38 Р

Обработка и доставка

- 70 Р

- 32 Р

Возвраты и оплаты

- 2 Р

- 2 Р

Качество товара

68 Р

68 Р

Самостоятельность товара

+ 400 Р

+ 400 Р

Прибыль с товара

341 Р

206 Р

ПЕРЕСЧИТАТЬ

Как рекалмируют?

Поскольку OZON - старейший интернет магазин в принципе - самые первые ролики ориентированны на саму фишу как интернет магазин, мол ходить куда не надо - покупай онлайн. Последующие высоко бюджетные ролики с качественными эффектами либо с приглашенными звездами (основной посыл, звучит как “ой, у меня что то сломалось/испортилось, закажу на ОЗОН” либо просто показывают что на ОЗОНе продается буквально все, однако я не думаю что такие ролики без так называемых медийных личностей будут иметь эффект, так что нам это не подходит), ну и конечно иногда пролетают моменты с преусловутыми скидками когда показывают что тот или иной товар сейчас со скидкой(база). Также нашел рекламу функции ОЗОН ЭКСПРЕСС, но она видимо ориентирована на богатые города такие как питер и москву.

Как работают?

8 Fullfillment складов по всей России (читай “хорошо оптимизированные огромные склады”) откуда товар отправляют сразу как только клиент его заказал. Всего, до сокращений в озоне работало 45 тыс. человек(гигант хуле).

На что упор?

Что сразу бросается в глаза - ОЗОН делает упор на огромный ассортимент и постоянно пытается его увеличивать. Плюс, как мне показалось, у ОЗОНа немного проще реализована доставка чем у вайлдберрис, соответственно купить товар клиентов проще (нажал купить - забыл -забрал товар)

Как работает система подбора?

При запросе формируется список из тысячи товаров с наибольшей текстовой релевантностью если покупатель захочет посмотреть еще - для него сформируется еще одна тысяча. Далее нейронка определяет, купит ли покупатель товар или нет и на основе этого будет определяться позиция каждого товара.

Как это работает;

Вычисляются все свойства, которые влияют на продажу: например, рейтинг товара, цена или то, как часто пользователи добавляют позиции в избранное. Эти свойства называются «фичи»/

Каждая фича – число. Машинно обученная модель оценивает эти числа и вычисляет вероятность покупки. Числовые значения каждой фич ниже:

1. Популярность – фичи, которые отражают контакт покупателей с товаром: показы, число добавлений в избранное и т.д. Вес категории – 49%. В текущей модели поиска популярность имеет решающее значение.
2. Продажи – конверсия и количество покупок товара в прошлом – 19%.
3. Цена – динамика стоимости, размер скидки – 9%.
4. Рейтинг – количество отзывов и оценка в них – 8%.
5. Доставка – ее наличие, скорость, способы – 6%.
6. Релевантность – соответствие запросу – 6%.

Далее в бой вступают различные коэффициенты

После 3 этапов сортировки у товара «сумка мужская черная» оценка 0,5. К нему применяется коэффициент 1,3 – итоговая оценка товара составит 0,65. Если у товара сразу несколько повышающих бонусов, то все они суммируются.

Если же применяется дебустинг или понижение, то балл уменьшается. Например, цена часто менялась – тогда оценка товара умножится на 0,8 и снизится до 0,4 балла.

Этот коэффициент повышается или понижается в зависимости от разных моментов:

Повышение

1. Реклама – продвижение в поиске за деньги.
2. Логистика – скорость доставки. Может применяться только один из коэффициентов. Товары real FBS Express и Ozon Express получает + 32,5%. Товары с ближайшего склада получают +30%.
3. Премиум-продавцы – бесплатный бустинг + 5%.
4. Скидка на товар – до +10% к релевантности. Действует 30 дней.

Понижение

1. Нарушение правил площадки.
2. Низкий рейтинг товара.
3. Низкий рейтинг продавца.
4. Резкое повышение цены.

Какие лозунги?

- Озон - все выгодно и так удобно.

Далее есть пара лозунгов приуроченных к различным событиям в течении года но какого - то главного лозунга я не нашел.

- Что общего у школы и ОЗОН? Все!
- Все для нового года на ОЗОН!

Что мы можем для себя вынести?

Что сразу бросилось в глаза - премиум подписка(наше любимое), я конечно пока плохо понимаю как ее прикручивать к нашему продукту, но в потенциале сделать можно (а еще можно сделать в стюле нашего приложения “для людей” - устроить голосование среди пользователей хотели бы они видеть премиум подписку на площадке или нет). У озона премиум подписка дает кешбек, небольшую скидку на товар (там рублей на 20 буквально) и насколько я понял, бесплатное пользование российским аналогом нетфликса.

Очень много позиций которые бы нам подошли. Самая крутая - пункт LIVE где у озона представленны стримы разных брендов(это нам можно делать в жанре историй ии это обсуждали), где у них проходят розыгрыши и акции (по факту это рекламные ролики и смотрят их мало, но конкретно мы можем разогнать эту функцию гораздо лучше)

-Билеты и отели (в перспективе нам подойдет очень даже, правда очень нескоро)

-Подарочные сертификаты (как идея кайф, а мы еще можем устраивать розыгрыши этих самых сертификатов, скажем, за просмотр рекламных историй)

-Есть также пункт “Зона лучших цен” что само по себе просто мини вайлдберрис, я не думаю что нам это подходит.

-Функция OZON СЧЕТ, видимо как киви кошелек, но только для OZON. Интересен тем, что покупки с него будут иметь скидку(без понятия как это стакается, но потенциально нам может пригодиться)

-Раздел “уцененный товар” - интересный раздел можно добавить и у нас

Казань EXPRESS

(для удобства дальше просто Казань)

Что продают?

Очень много позиций, вполне может по этому параметру конкурировать с озоном , единственное новое что я не видел на озоне - в Казани продается еда и не просто снеки, а большое количество долгопортящихся продуктов питания. **НО!** В связи с оптимизацией доставки Казань установила ограничение на размер упаковки товаров:

Размер упаковки по сумме трех сторон не превышает 190 см.
(ширина+глубина+высота).

Максимальная длина одной из сторон не превышает 120 см.

Максимально допустимый вес товара — 15 кг.

При этом общая розничная стоимость товаров, которые помещаются в 1 м³, должна составлять не менее 50 000 Р.

Из за этих ограничений из ассортимента были исключены следующие товары:

объемные дешевые мягкие игрушки;

вода, антифриз и иные недорогие жидкости объемом 0,5-5 литров в пластиковых бутылках и других тарах;

объемные подушки;

дрова и уголь;

шарики для сухих бассейнов и пр.

Я не нашел информации, что другие маркетплейсы имеют такие ограничения. Я предполагаю что они есть, но скорее всего он ниже чем у Казани.

Из чего складывается цена?

Маркетплейс берет только комиссию и эта комиссия - только с проданных товаров и включает в себя:

- хранение товаров;
 - сборку заказа и подготовку к отправке;
 - расходы по эквайрингу и кассовому обслуживанию;
 - создание фото- и видео-контента для карточек товаров;
 - доставку до города покупателя;
 - выдачу заказа в ПВЗ или курьерскую доставку;
- обслуживание заказа в случае возврата товара покупателем (отправка обратно на склад и возвращение в продажу).

Размер комиссии зависит от цены товара и рассчитывается автоматически:

до 48 рублей	— 35%
от 49 до 98 рублей	— 30%
от 99 до 198 рублей	— 25%
от 199 до 498 рублей	— 20%
от 499 до 998 рублей	— 18%
от 999 до 1 498	— 15%
от 1 499 до 1 998	— 12%
от 1 999 до 2 998	— 10%
от 2 999 до 3 998	— 8%
от 3 999 до 6 989	— 7%
от 6 990 до 9989	— 6%
от 9 990 до 29 989	— 5%
от 29 990 и выше	— 3%

Как работают?

Казань выстроила уникальную систему логистики, хранения и выдачи заказов. У них свой склад и свой автопарк, есть кросс-доки — перегрузочные станции в крупных городах. Параллельно у них идет непрерывная приемка товаров от продавцов — через склад в Казани и во всех городах, где они есть. Все это — слаженная система, и благодаря ей KazanExpress может доставлять покупки бесплатно за один день для 90% жителей России.

Отсюда можно сделать простой вывод, что их лозунг с доставкой за сутки работает не всегда.

На что упор?

Для покупателя они делают упор на бесплатную и быструю доставку. Для продавцов - лояльные условия, по сравнению с конкурентами. Вот их несколько принципов указанных с сайта: Принцип 1. Максимальная эффективность Мы ценим ресурсы наших поставщиков и покупателей и постоянно снижаем затраты на исполнение заказов, сохраняя при этом качество и скорость. Пока другие площадки работают с последствиями, команда KazanExpress находит нестандартные решения, чтобы защитить интересы партнеров и клиентов.

Принцип 2. Честная конкуренция Мы создали максимально прозрачную и честную систему ранжирования товаров и магазинов. Любой продавец может стать №1 в своем направлении, используя единые инструменты и постоянно улучшая свой магазин. У нас никогда не будет поставщиков с особыми условиями — все конкурируют на равных. Любые виды недобросовестной конкуренции у нас пресекаются. Мы — за честный бизнес!

Принцип 3. Непрерывное развитие Каждому партнеру мы открываем доступ к внутренней базе знаний. Для тех, кто хочет масштабироваться, увеличивать прибыль, эффективно управлять интернет-магазином и развивать бренд, у нас есть Академия KazanExpress — интенсивное обучение с практическими занятиями и выступлениями экспертов в сфере интернет-коммерции. Также мы постоянно запускаем обновления: улучшаем «Личный кабинет», дорабатываем приложение, оптимизируем процессы логистики, внедряем разработки — например, подключили оплату долями без процентов и переплат.

Принцип 4. Дружелюбие и клиентоориентированность Нам важно создавать окружающую среду без агрессии, враждебности и недоверия. Все члены команды KazanExpress уважают и ценят каждого партнера и покупателя. Мы смотрим в одном направлении и нацелены находить совместные решения любых проблем. Компания оставляет за собой право отказать в сотрудничестве партнерам, которые не соблюдают этот принцип.

В целом, наши идеи схожи, но ничто не мешает нам сделать ее более выгодно смотрящейся.

Как работает система подбора?

Чем грамотнее (подробнее) описание и чем больше количество фотографий товара чем выше рейтинг

Негативный отзыв существенно снижает рейтинг карточки товара.

Как рекламят?

В основном рекламные ролики извещают о начавшейся распродаже. Также в рекламе обязательно говорят об однодневной бесплатной доставке.

С недавних пор они использовали в рекламных роликах, человека в костюме шестипалого динозавра, возможно они решили сделать его лицом бренда.

Какие лозунги?

Выгодные покупки с доставкой за сутки!(быстрее чем за сутки)

Что мы можем вынести для себя?

Казань экспресс показывает всем свое лояльное отношение как к покупателю так и продавцу, но поскольку мы будем использовать эту схему , больше способов что то вынести для себя я не вижу.