

Маркетплейс — онлайн-витрина с товарами разных продавцов (сейлеров, мерчантов), от англ. market — «рынок, базар»; place — «место». Ключевое преимущество маркетплейса — мультибрендовость и мультикатегорийность. Таким образом, в одном месте покупатель может приобрести разные типы товаров.

Выдача — страница с результатами, которые выдаёт поисковая система в ответ на конкретный пользовательский запрос.

Онлайн-ритейл — розничная торговля через интернет, обладающая рядом преимуществ: лёгкий доступ продавца к рынку, расширение рынков сбыта, в том числе возможность вести экспортную торговлю, снижение издержек (отсутствие аренды, части процессов и сотрудников) и быстрый рост.

Мультикатегорийность — особенность площадки, когда на ней продаются товары из разных категорий, от продуктов питания до электроники.

Трафик — поток посетителей на интернет-ресурс (сайт, маркетплейс, соцсеть). Этот поток конвертируется в прибыль.

Фулфилмент — комплекс операций по обработке, хранению и доставке заказов от продавца к покупателю.

Интернет-магазин — торговая онлайн-площадка с уникальным доменным именем и товаром из определённой ниши. Часто дублирует ассортимент офлайн-магазина. Позволяет пользователям онлайн, в браузере или через мобильное приложение, сформировать заказ на покупку, выбрать способ оплаты и доставки заказа и оплатить заказ.

Прайс-площадка (прайс-агрегатор) — онлайн-ресурс, на котором продавцы, в том числе интернет-магазины, размещают информацию о товарах. Для потребителя прайс-площадка удобна функциями сравнения цены на товары, условий и сроков доставки, способов оплаты в разных интернет-магазинах.

Продавец (партнёр, селлер, мерчант) — поставщик, который продаёт товары через маркетплейс.

B2C (business to consumer) — продажа товаров или услуг в розницу. Покупатель приобретает товар для личного (конечного) потребления. Примеры: Wildberries, Ozon.

B2B (business to business) — продажи, в которых со стороны покупателя участвуют компании (бизнесы). Продукция приобретается не для конечного потребления. Пример: Alibaba.com.

Перекуп — перепродажа товара без изменения характеристик, в исходном виде.

Дропшипинг — модель, при которой продавец размещает товар поставщика, не имея его на руках. После заказа поставщик самостоятельно отправляет товар покупателю.

Гаражный бренд — модель, при которой товар остаётся без изменений, но для него разрабатываются дополнительные материалы в виде упаковки, наклейки, полиграфии.

Фабричный бренд — модель, при которой продавец закупает товар у поставщиков с собственной фабрикой для производства продукции. Это позволяет модифицировать товар, добавить логотип.

Контрактное производство — модель, при которой продавец разрабатывает концепт, а товар изготавливается на чужом производстве.

Онбординг (англ. onboarding — «введение, вхождение») — процесс подключения нового партнёра к маркетплейсу.

Контент — содержимое веб-страниц, соцсетей, маркетплейсов, всевозможная информация, включая текст, графику, аудио, ролики, анимацию, изображения.

Симпл-контент (simple content) — минимальный набор необходимого контента для описания товара (фото).

Рич-контент (rich content) — набор яркого медиаконтента, который дополняет информацию о продукте в карточке товара: фото 360°, инфографика (применение товара), видео, интерьерные фото, пользовательский контент, обзоры блогеров и инфлюенсеров. Цель — передача эмоций, яркости, истории товара.

FBM (fulfillment by merchant/seller) — модель продажи товара со склада продавца. В этом случае маркетплейс выступает исключительно витриной, генерирующей трафик, а за доставку заказа клиенту отвечает продавец.

FBM (fulfillment by marketplace) — продажа со склада маркетплейса. В этом случае продавец предварительно отправляет партию товара на склад маркетплейса, который в свою очередь обеспечивает хранение, обработку и доставку товаров клиентам.

Демпинг — продажа товаров и услуг по искусственно заниженным ценам.

Сертификация товара — подтверждение соответствия продукции установленным требованиям. Его выдают органы сертификации, аккредитованные в национальной системе аккредитации. Подтверждение гарантирует, что продукция безопасна для потребителя.

Товарный знак — буквенное, графическое или комбинированное изображение фирменного логотипа или названия, зарегистрированное в Роспатенте. Для бизнеса товарный знак — средство идентификации. Зарегистрированный знак принадлежит только правообладателю.

ЭДО — электронный документооборот, который позволяет виртуально обмениваться документами с маркетплейсом при помощи электронной подписи.