**Анализ площадки для продажи handmade-товаров**

| Для того чтобы найти дополнительные каналы продаж для handmade-товаров, важно научиться анализировать товары и площадки. |
| --- |

| **АНАЛИЗ ТОВАРА И ПЛОЩАДКИ**  **Шаг 1. Выберите handmade-товары для анализа:**   * Используйте свой товар или проанализируйте пример — панно из мха.   **Шаг 2. Найдите примеры существующих магазинов с данным товаром:**   * Откройте [список handmade-площадок](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1PWtcCdNYeLf65d7MSiVotPUS5IAcz6GW/edit?usp=sharing&ouid=116653293735248276735&rtpof=true&sd=true) (обратите внимание, что handmade-товары продаются также на крупных мультитоварных маркетплейсах, таких как Wildberries и Ozon). * Выберите две-три площадки. * На каждой площадке найдите два примера магазинов, которые продают аналогичный товар.   **Шаг 3. Оцените состояние каждого магазина** (от 1 до 10, где 1 — всё очень плохо, 10 — очень хороший магазин). Для удобства можно использовать вкладку «Анализ площадки» [в таблице](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1PWtcCdNYeLf65d7MSiVotPUS5IAcz6GW/edit#gid=88866234). Параметры для анализа:   * количество товаров в сравнении с конкурентами; * оформление магазина; * фотоконтент.   **Шаг 4. Выберите товар/магазин, который имеет наибольшие перспективы**, опираясь на свой взгляд как покупателя:   * насколько вам нравится ассортимент; * понятны ли детали покупки; * будете ли вы искать товары в другом месте, или данный магазин вас устраивает; * достаточно ли отзывов других клиентов; * есть ли привлекательная акция для клиентов. |
| --- |

| **ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ**  **Шаг 1. Подберите три дополнительных канала продаж** для данного товара, опираясь на его характеристики и особенности каналов:   * сайт; * «Инстаграм»\* с личным брендом владельца (Россия); * VK с личным брендом владельца (Россия); * Pinterest; * YouTube-канал с мастер-классами; * «Фейсбук»\* (для иностранных магазинов); * тематические выставки; * форматы партнёрства.   **Шаг 2. Подберите два дополнительных товара, которые можно ввести в линейку данного магазина,** чтобы расширить ассортимент. Помните о сочетании в одном магазине товаров разных типов:   * физический и цифровой; * высокая и низкая стоимость; * готовый и на заказ (учитывает отдельные предпочтения клиентов). |
| --- |

| **ВЫБОР ПЛОЩАДКИ ДЛЯ ПРОДАЖИ**  **Шаг 1. Выберите наиболее перспективную площадку**, опираясь на анализ существующих магазинов.  **Шаг 2. Используйте информацию по анализу конкурентов для продвижения своего товара:**   * работайте над визуальным оформлением; * добавляйте акции и отзывы клиентов; * внедряйте новые каналы продаж; * расширяйте ассортимент. |
| --- |