



КАКАЯ СИСТЕМА
АНАЛИТИКИ
НУЖНА СЕЛЛЕРУ
В 2024 ГОДУ

ВОПРОСЫ, ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА И КОНТРОЛЯ



- УЧЕТ ФИНАНСОВ
- КОНТРОЛЬ
ОСТАТКОВ
- СКЛАДЫ

- УЧЕТ РЕКЛАМЫ
- КОНТРОЛЬ
ПРОЕКТОВ
- УЧЕТ
ПЕРЕМЕЩЕНИЯ
ТОВАРОВ

- ПАРСИНГ ЦЕН
КОНКУРЕНТОВ
- БИЗНЕС-
ПРОЦЕССЫ

Как селлер хочет видеть торговлю на маркетплейсах



На "Бали" и работает все за нас

Продажи, финансы, реклама и все
бизнес-процессы автоматизированы

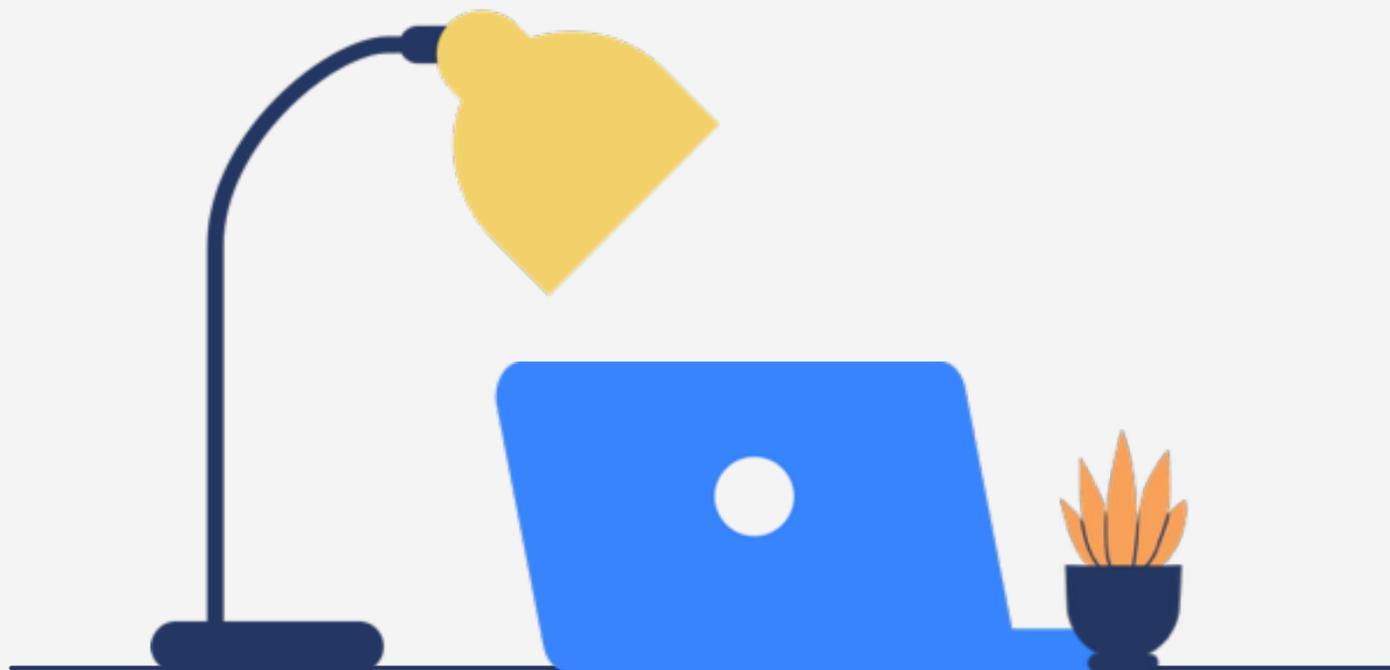


Каждый знает, что делать

Не надо никому ничего объяснять. Все
проработано и прописано

Проблемы

Эффективность работы на маркетплейсах зависит от комплексной работы и системного решения проблем



Нет понимания маркетинга

Сложность собрать воедино маркетинговые инструменты, провести аналитику и идти по плану продаж



Отсутствие поставщика и "топ" товара

Отсутствие проанализированного товара является основной проблемой низких продаж



Нет знания финансовой системы

Не все компании могут позволить себе внедрить специализированные системы парсинга цены и финансовые платформы

Множество решений, разбросанных по рабочему столу



Нет интеграции друг с другом

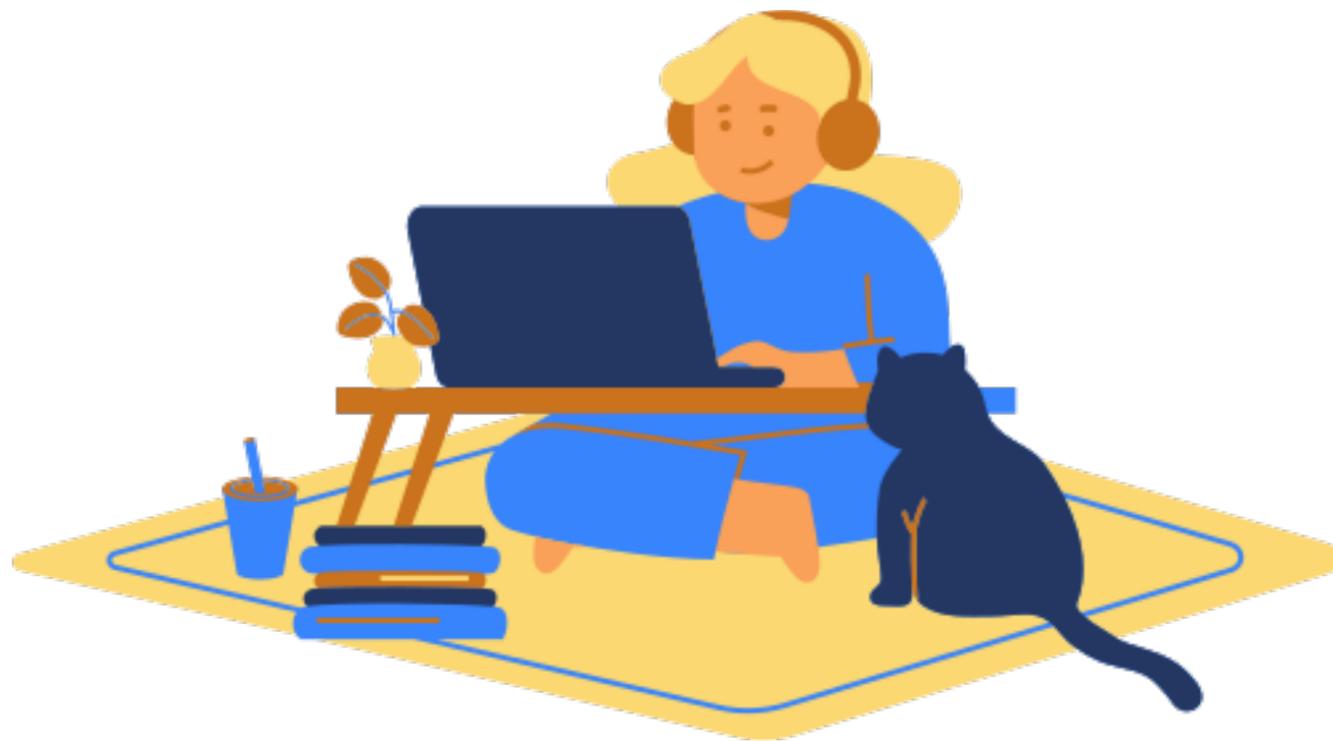
Большое кол-во данных

Решение одного окна поможет решить
связь данных

Сложность обрабатывать большое кол-во данных из разных источников

Разберем пример:

Как обычно ищется товар?



1.1 Поиск товара на Amazon

Тренды зарождаются на Западе. Если это становится там популярным - это будет успешно и в России. Для этого подключаются эксперты США, аналитические платформы. "Ручками" просматриваем Amazon Best Sellers

1.2 Аналитика товаров на российских МП

Поиск растущих ниш. Чтобы на основе этих данных выявить "узкие" направления, которые на данный момент не заняты

1.3 Составление гипотезы, что не занято в растущих нишах

Благодаря анализу, брейн-шторму и креативу предлагаются различные предложения.

Затем долгий процесс подбора и тестирования

1.4 Поиск товаров за рубежом и запрос цены: Китай, Турция, Корея

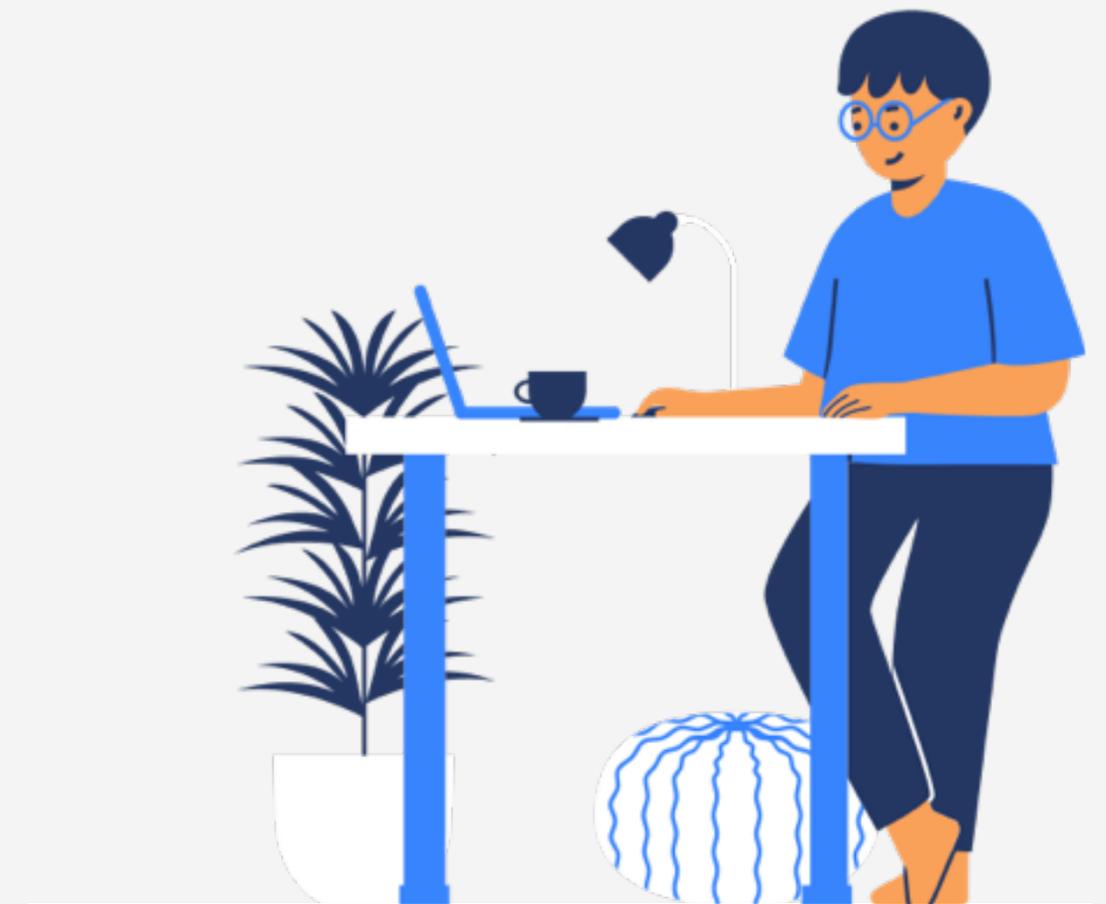
Выбираем товар на 1688.com и других китайских сайтах. Проводятся встречи в Zoom с корейскими брендами и фабриками

1.5 Просчет предварительных затрат на логистику и доставку

Расчет выгоды вида доставки (авиа, ЖД или...), упаковка, страховка и тд.

1.6 Просчет финансовой модели

В расчет входят все затраты: комиссии МП, логистика МП, логистика из заграницы и тд



Далее работа с поставщиками:

1.7 Выбор одного завода для снижения стоимости товара

Один поставщик и один товар дает лучшую цену и делает более конкурентным

1.8 Согласование линейки товаров

Важно, чтобы партнер согласовал товар. "Влюбился" в него. Индивидуальный подход - основа работы VazarMarket

1.9 Внесение корректировок

При индивидуальном подходе внесение изменений не избежать. Поэтому это также учтено и комфортно встроено в работу



Это только один из множества шагов



Каждый из шагов отнимает силы
и время

Чем больше не автоматизированных бизнес-
задач - тем больше теряется денег



Расфокусирует

Куда фокус - туда и результат, но если
много целей, то результата нет

Разберем еще один из шагов:

организация команды



2.1 Менеджер

Заводит карточки товара, организует поставку, помогает с дизайном, рекламой, работает с фулфиментом

2.2 Операционный директор

Работа по общей организации работы, контроль финансовых показателей, подключение финансовых сервисов и аналитики

2.3 Финансовый директор

Расчет финансовых показателей

Коммуникации проходят в разных источниках и бывает, что информация противоречит друг другу



Одни задачи прописываются в таскерах

Но оперативные решения принимаются в мессенджерах



Данные хранятся в разных местах

Их нужно собирать по разным местам и коллериловать

1

ОДНА ИЗ ЗАДАЧ

КОММУНИКАЦИЯ С ПОСТАВЩИКАМИ И
НАЛАЖИВАНИЕ ПАРТНЕРСКИХ
ВЗАИМООТНОШЕНИЙ



Разберем еще один из шагов:

Работа с поставщиками



3 Переговоры

Работа с поставками занимает больше времени. Приходится нанимать высококвалифицированных в переговорах людей . Иногда носителей языка.

3.2 Согласование маркетинговой поддержки

Иногда партнеры и заводы готовы оказать селлерам поддержку, но у селлеров нет понимания, как ее попросить и как описать

3.3 Деловая переписка

Языковой и культурный барьер

Юридическая составляющая работы с поставщиками



4.1 Работа с договором

Помощь в получении исключительного права торговли и контроль подписания договора и привлечение юриста

4.2 Помощь в получении лучших условий и маркетинговой поддержки

В процессе выстраивания партнерства проводится серия встреч. На них мы получаем лучшие условия.

4.3 Деловая переписка

Помогаем составлять грамотные письма, которые приводят к улучшению коммуникации

Еще одна из болей: Поставки



5.1 Подготовка документов на поставку

Запрашиваем у производителя перечень официальных документов, сертификатов итд.

5.2 Упаковка

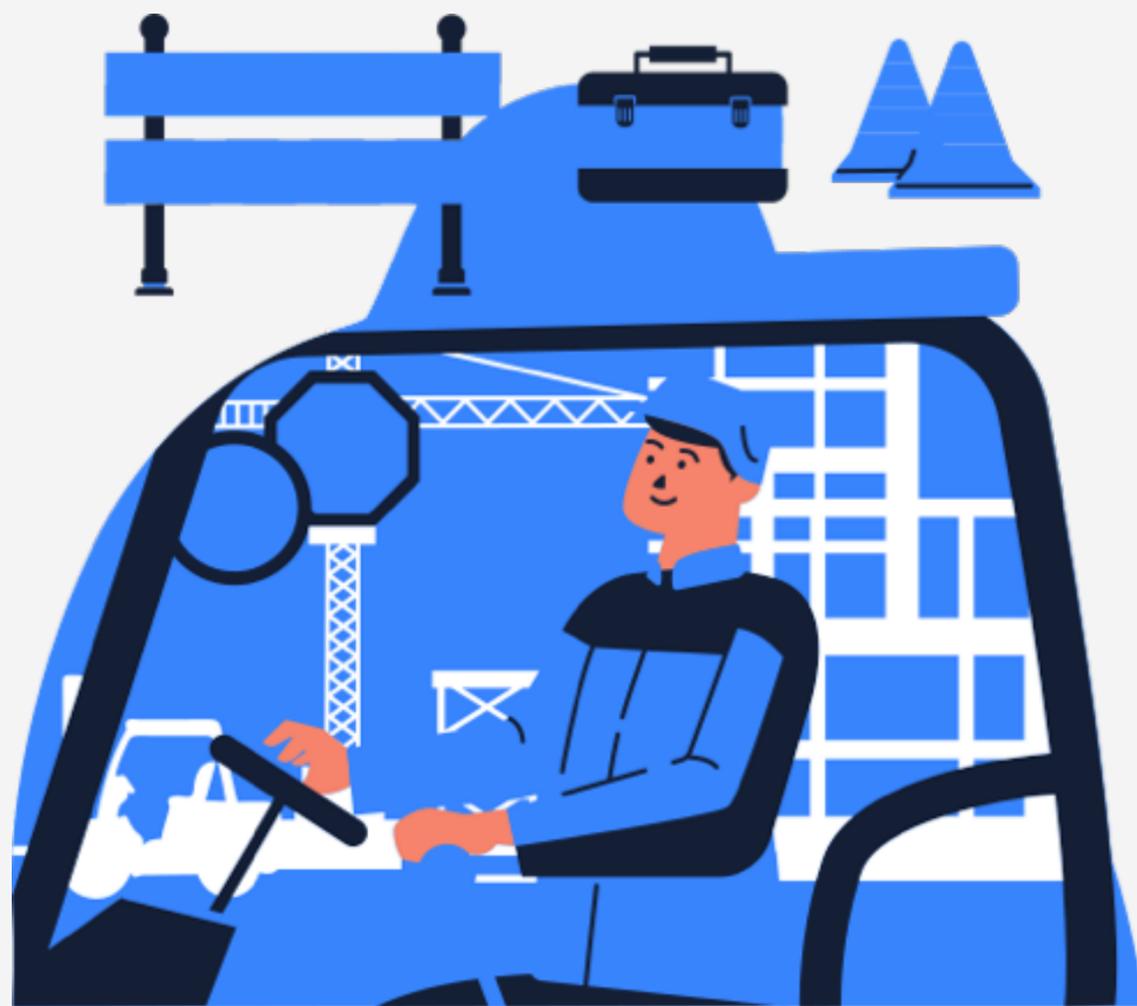
Как снизить логистику за счет уменьшения/увеличения кол-ва товара. Чтобы снизить объем и уменьшить стоимость логистики **на единицу товара**

5.3 Оборачиваемость

Еще нужно выбрать самый оптимальный вариант объем поставки. Построить Логистику **с учетом сроков доставки и требований к товару**

Фулфилмент

Получение товара.
Работа с фулфилментом и
отгрузкой



6.1 Согласование переупаковки

Рутинная работа выбора самой выгодной и удобной для конечного потребителя упаковки

6.2 Получение лучшей цены

Только благодаря объемам мы получаем лучшую цену

6.3 Координация упаковки и поставки на маркетплейс

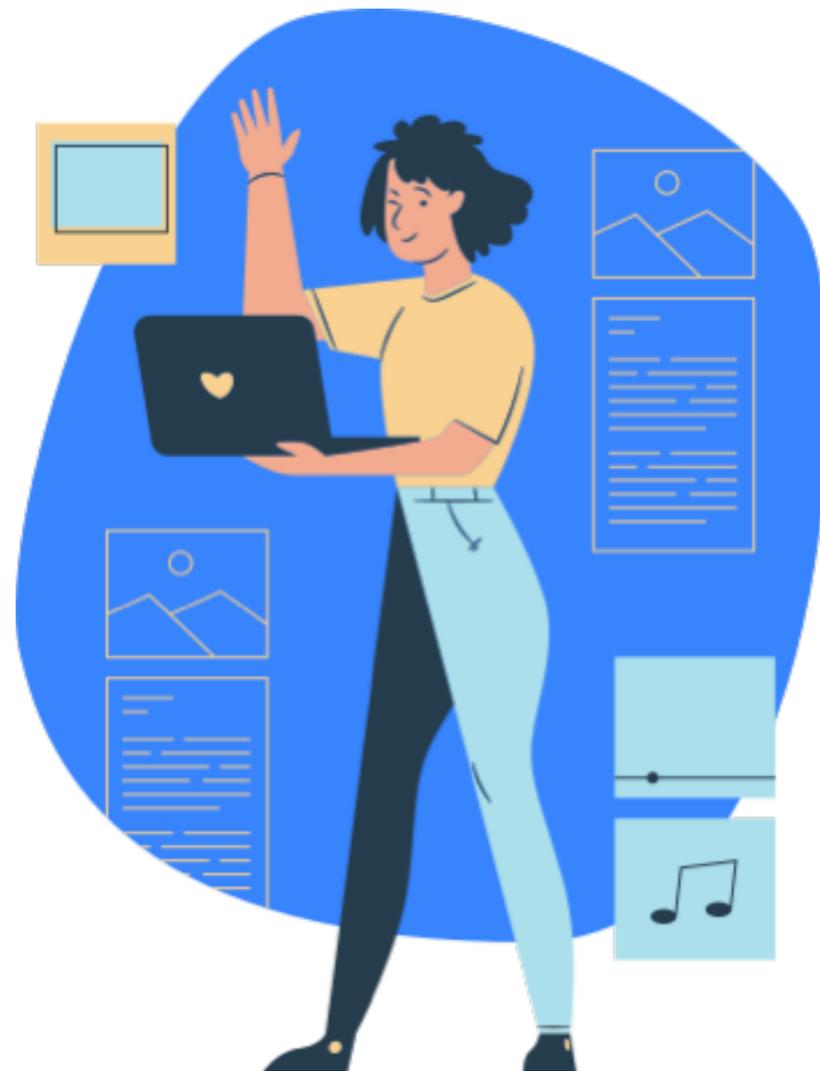
Отвлечение менеджера на подготовку поставки и проверки фулфилмента. Благодаря контролю процесса издержки (пересорт) минимальны



Работа с маркетингом

Разберем еще один из шагов:

Маркетинг



7.1 Разработка плана

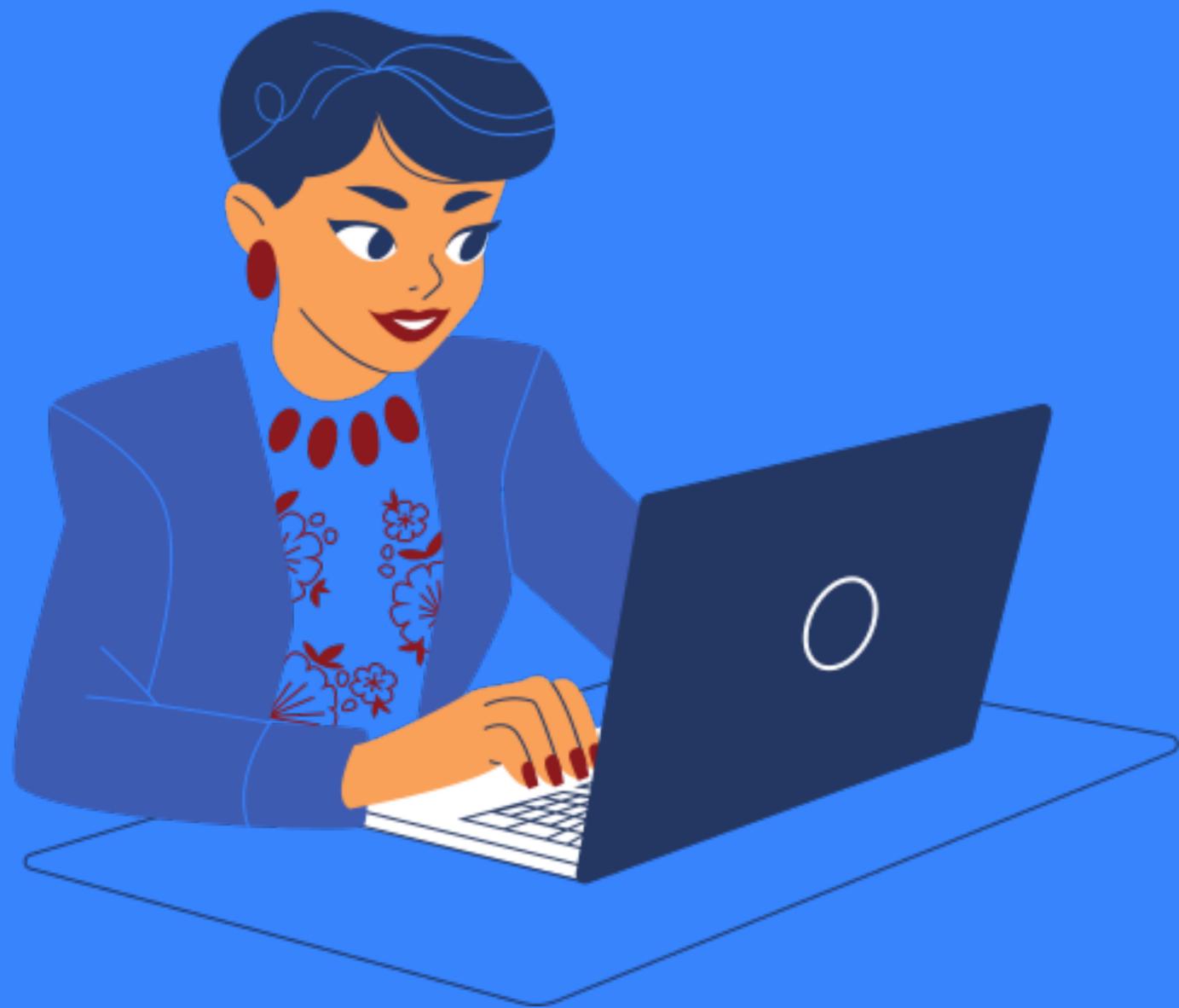
Планирование не строится на реальных данных

7.2 Тест рекламы

Есть ограниченное кол-во инструментов аналитики, позволяющих понять, что реально работает

7.3 Аналитика рекламы. Отсутствие связи с финансами

Понимаем ставку. Но приходится сравнивать данные и руками проверять данные с финансами. Не всегда бьются метрики



Разрозненность рекламных инструментов



8.1

Работа со стримами на OZON

Тест продаж через стримы (магазин на диване, но через приложение на OZON).
Помощь в организации и контроль работы с официальным подрядчиком

8.3

Внутренняя реклама МП

Участие в акциях. Работа с платными инструментами продвижения WB, OZON

8.2

Сторонняя реклама

Привлечение трафика через соц сети.
Подогрев и ведение на страницы магазина на маркетплейсе

8.4

Работа с рейтингом и отзывами

Увеличение рейтинга и написание отзывов

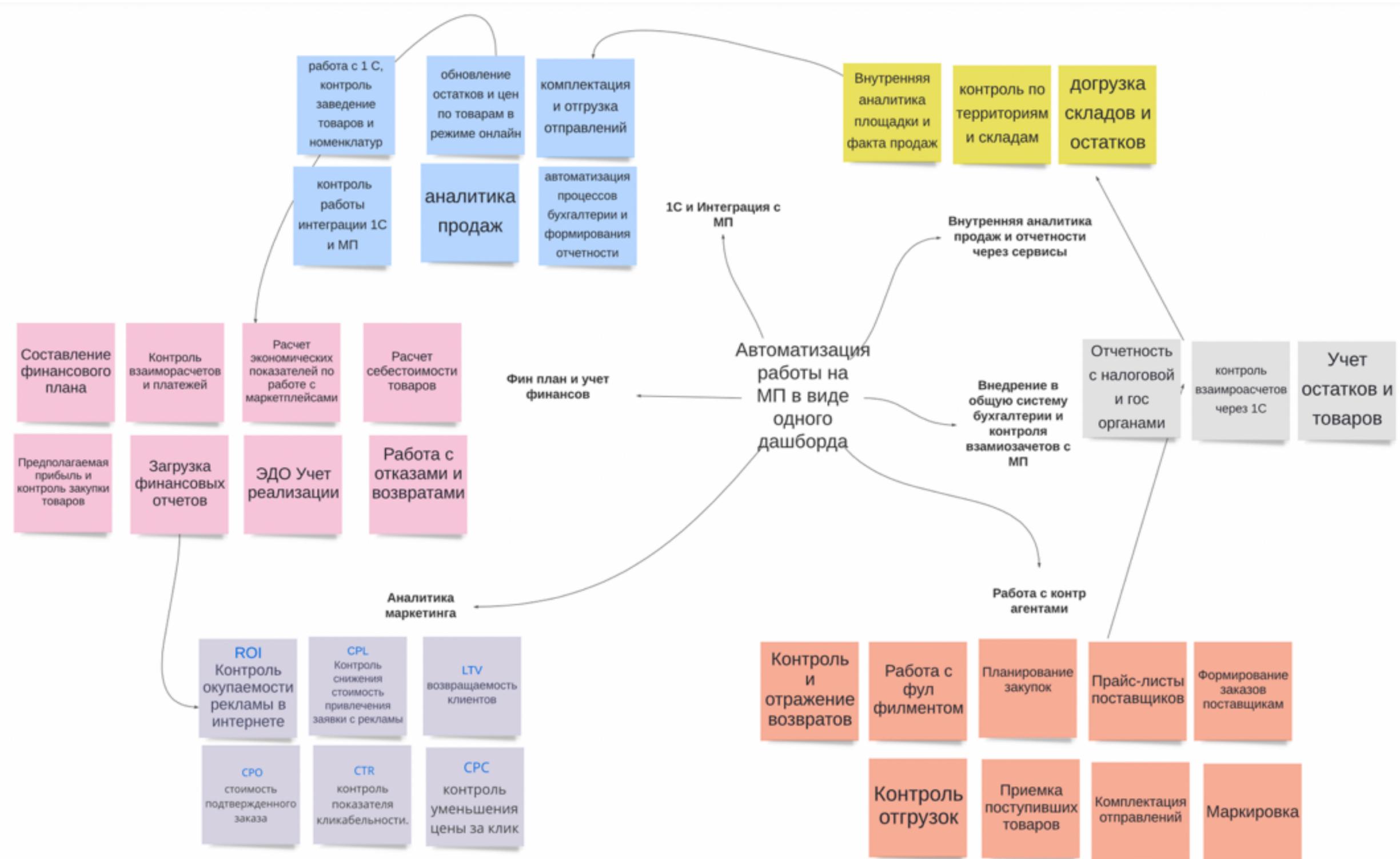




Назревшее решение

Объединение бизнес задач
и готовых решений в одном
месте

Все бизнес-задачи в одном месте



Необходимое решение



Систематизация

Все разрозненные бизнес-процессы собраны в единую систему для быстрого достижения результатов



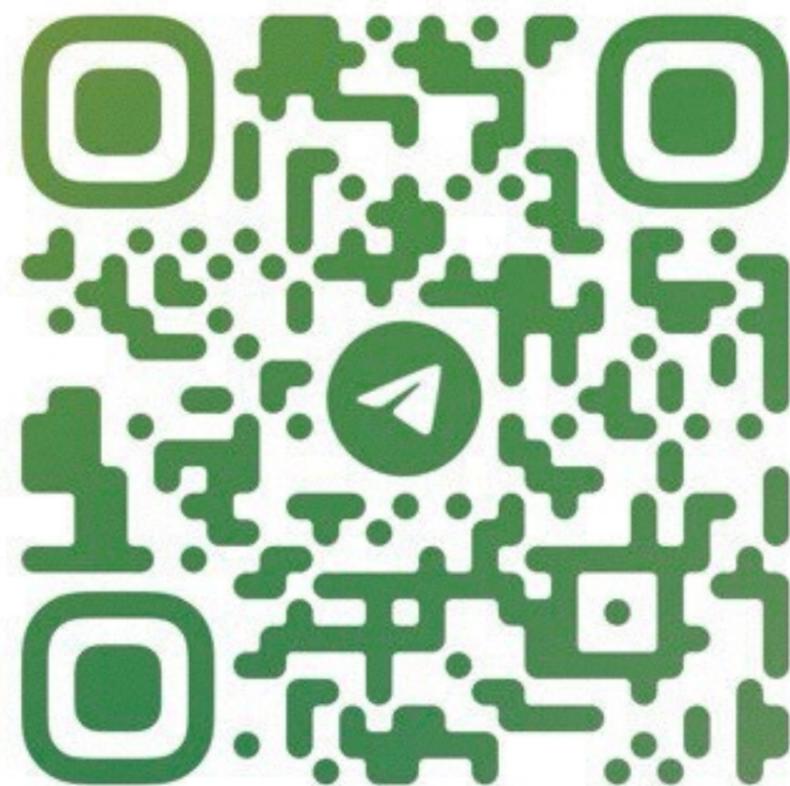
Автоматизация

Все рутинные процессы автоматизированны: работа с ценами, обмен информации с сотрудниками, поставщиками, финансовые отчеты и аналитика



Экономичность

Если все услуги покупать отдельно, будет в 3 раза больше потрачено средств и времени. Благодаря большим объемам мы получаем лучшую цену у подрядчиков



@NEIRO_MP

Контакты: Николай Фалилеев

- тел: +79118184524
- vk.com/nikol_fl
- nikol_falileev