



Константин Маслов

goods.ru

РИФ 2019

Онлайн-маркетплейсы - новый этап эволюции электронной комерции

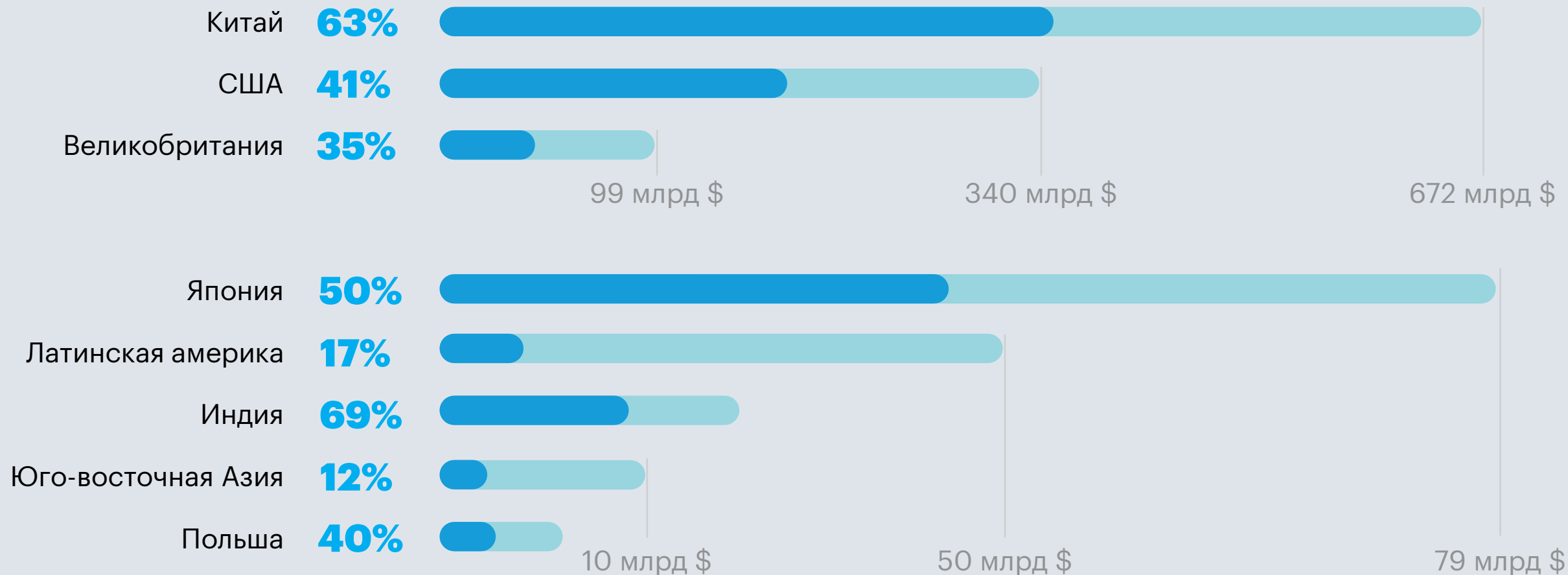
Популярность маркетплейсов растет по всему миру. Но как развитие маркетплейсов влияет на других участников рынка? Есть ли разница между разными бизнес-моделями маркетплейсов?

**маркетплейсы -
новый этап эволюции
электронной коммерции**



доля маркетплейсов на крупнейших онлайн рынках

Доля маркетплейсов на онлайн-рынке, 2017 Оборот онлайн-рынка, 2017



Источники: Credit Suisse, Euromotion, отчетность публичных компаний

популярность среди клиентов

97%

активных интернет-шoppers
совершили покупки в онлайн
маркетплейсах в 2017 году.

63%

покупателей, выбирают
маркетплейсы как стартовую
точку для поиска товара

Источники: «Future Shopper study 2018» Salmon, a Wunderman Commerce company
“The UPS Pulse of the Online Shopper” by UPS and comScore 2017

причины популярности маркетплейсов

покупатели

one-stop shopping

- выгодная цена
- широкий ассортимент
- сервис

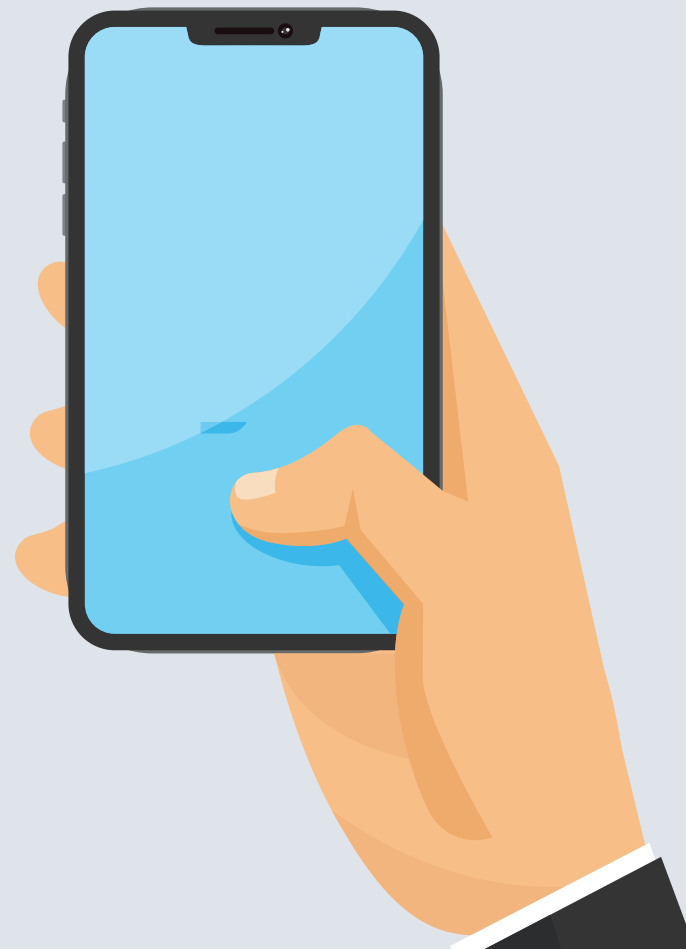


причины популярности маркетплейсов



мобайл

**один из драйверов роста
маркетплейсов**

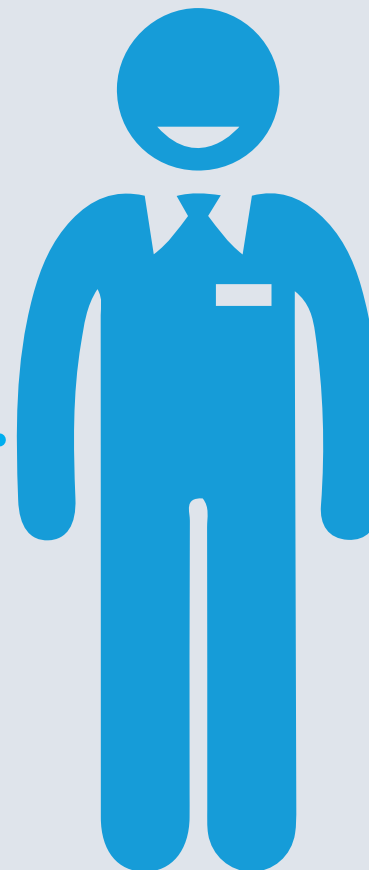


причины популярности маркетплейсов

продавцы

эффективность

- доступ к аудитории
- сокращение затрат на привлечение заказов
- сокращение затрат на операции



разнообразие маркетплейсов

B2C

Amazon, Lazada,
Aliexpress, Flipkart

Товары

Amazon, Lazada,
Aliexpress, Flipkart

B2B

Alibaba group

услуги

Booking.com, Uber,
Aviasales.ru

C2C

Avito, Ebay

фокус этой презентации

принцип работы маркетплейса



варианты монетизации

с мерчанта

- комиссия за транзакцию
- плата за листинг
- за логистические операции
- премиальные сервисы (freemium)
- реклама и продвижение

с вендора

- реклама брендов
- аналитика

другие источники

- продажа собственного товара (каптивный маркетплейс)
- оборотный капитал

с клиента

- подписки
- премиальные сервисы
- плата за транзакцию

бизнес-модели маркетплейсов

каптивный маркетплейс



Amazon
Flipkart
JD.com

- заинтересован в собственных продажах
- конфликт интересов

Маркетплейс - конкурент

маркетплейс платформа






Aliexpress
Allegro
Shopee


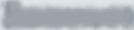
- заинтересован в продажах мерчантов

Маркетплейс - партнер



прямая речь



 **Денис Тришин** ▶ **ИМ диспуты** ⋮
1 апреля в 20:26 · 🌐

Коллеги ктонибудь работает с  может поделиться мнением о них? Я смотрю, из крупняка только название скрыто чз них продает, а некоторые позиции, где продавец сам  у производителей сняты с производства. Странно всё это.


 Александр  и ещё 1 Комментарии: 17


 Нравится  Комментировать  Поделиться

 **Наталья Буркальцева** Мы работали, но у нас специфический товар - сварочное оборудование. Подали несколько популярных позиций, что-то стало продаваться, но еле-еле. Те 3 позиции, которые более-менее пошли -  красиво начал продавать сам от производителя. А потом в принципе по нашему сегменту ограничил товары. Так что Истрия окончилась ничем)


  3

Нравится · Ответить · 2 нед.

 **Денис Тришин** Т.е. они за ваши деньги протестировали спрос, а потом сами этим начали барыжить?

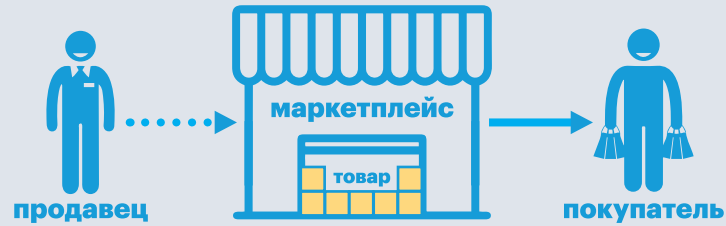
 7

Нравится · Ответить · 2 нед.

 **Наталья Буркальцева** Денис Тришин Ага)

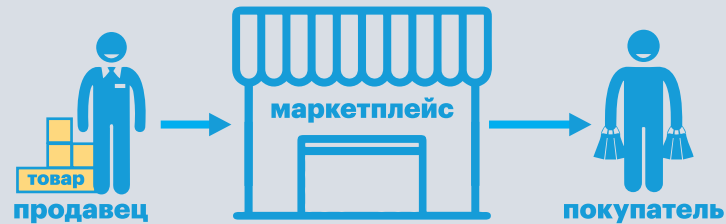
вариации логистических схем

хранение, фулфилмент, доставка



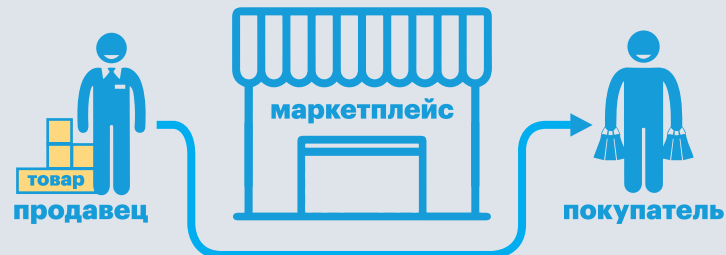
- + надежность
- + возможность объединения заказов
- + «отгрузил и забыл» для мерчанта
- ограничения ассортимента
- затраты

дропшиппинг, фулфилмент, доставка



- + возможность объединения товаров
- + отсутствие ограничений по ассортименту
- затраты
- менее надежно

прямая доставка продавец-покупатель

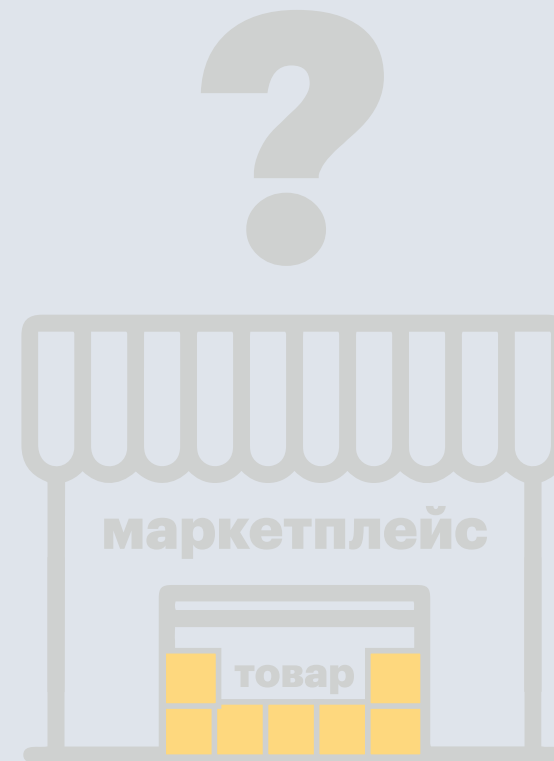


- + скорость
- + отсутствие ограничений по ассортименту
- + - мерчантский уровень сервиса по доставке
- невозможность объединения заказов
- менее надежно

фактор необходимости хранения товара

- Ограничение ширины ассортимента
- Ограничение количества продавцов одного товара
- Товар «в залоге» у маркетплейса – давление на цену
- Заточенность на «M2C»

**маркетплейс с обязательным
хранением похож на магазин
с товаром «на реализацию»**



Влияние на партнеров

	каптивный маркетплейс	маркетплейс с хранением	маркетплейс без хранения
--	--------------------------	----------------------------	-----------------------------

вендор

(производитель, дистрибьютор)



ритейлер

(магазин, интернет магазин)



- Не продаем и не покупаем свой собственный товар
- Не требуем хранить товар на складе
- Не ограничиваем кол-во продавцов на площадке
- Продавцы решают что продавать и по каким ценам
- Поддерживаем бренд продавцов



goods.ru

настоящий маркетплейс

промокод:

РИФ2019

1 000 от 5 000 ₽.

