



# БЕРЕЗА МАРКЕТ

ПЕРВЫЙ В РОССИИ МАРКЕТПЛЕЙС ДИЗАЙНЕРСКОЙ ОДЕЖДЫ ИЗ ИНСТАГРАМ

# КОМАНДА ПОДБЕРЕЗОВИКИ

**Анна Иванова**

Физфак, 3  
курс

Эксперт в моде

**Полина Кащеева**

Химфак, 3  
курс

Нашла и подключила 3  
магазина

**Ксения Андреева**

Химфак, 6  
курс

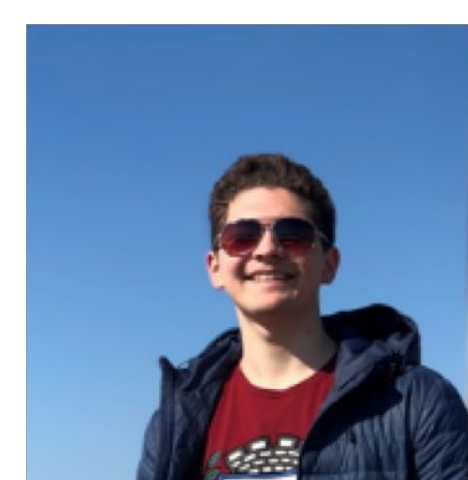
Драйвер команды и  
основной генератор  
идей



**Ирина Ларина**

ФФМ, 5  
курс

Исследователь  
целевой  
аудитории



**Камилла Ямилева**

ФФМ, 5  
курс

Слайдмейкер и спикер

**Михаил Муляр**

ВМК, 3  
курс

SEO и главный мотиватор  
команды

**Анвар**

**Валиев**  
Физфак, 3  
курс

Капитан команды, СТО

# МЫ ОПРЕДЕЛИЛИ ПРОБЛЕМАТИКУ

ПОКУПАТЕЛИ НЕ МОГУТ НАЙТИ КЛАССНЫЕ ВЕЩИ, А ПРОДАВЦЫ НЕ НАХОДЯТ СВОИХ КЛИЕНТОВ

## Клиент



- 1) Процесс поиска занимает слишком много времени и не дает эффективного результата
- 2) Клиент не доверяет условиям покупки: перевод карту / условия возврата и обмена

## Магазин

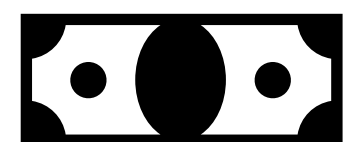


- 1) Магазины теряют до 30% прибыли из-за недоверия клиентов к бренду (если бренд принимает оплату через онлайн-переводы)
- 2) Затраты на продвижение и повышение узнаваемости бренда не соответствуют ожидаемому результату

# И ПОДТВЕРДИЛИ ГИПОТЕЗЫ

ИССЛЕДОВАНИЕ КОМАНДЫ ПОКАЗАЛО (N=30 ПОКУПАТЕЛЕЙ И N=28 ПРОДАВЦОВ):

B2C



63% совершали покупку в Инстаграм хотя бы 1 раз

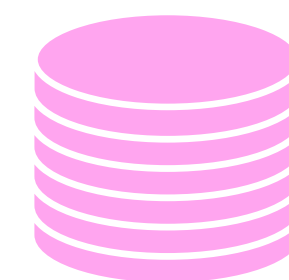


84% респондентов уставали искать нужный товар в Инстаграме



76% респондентов предпочитают онлайн-шоппинг, особенно в период пандемии

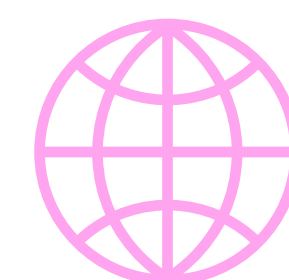
B2B



52% магазинов просили внести предоплату на карту посредством онлайн-перевода



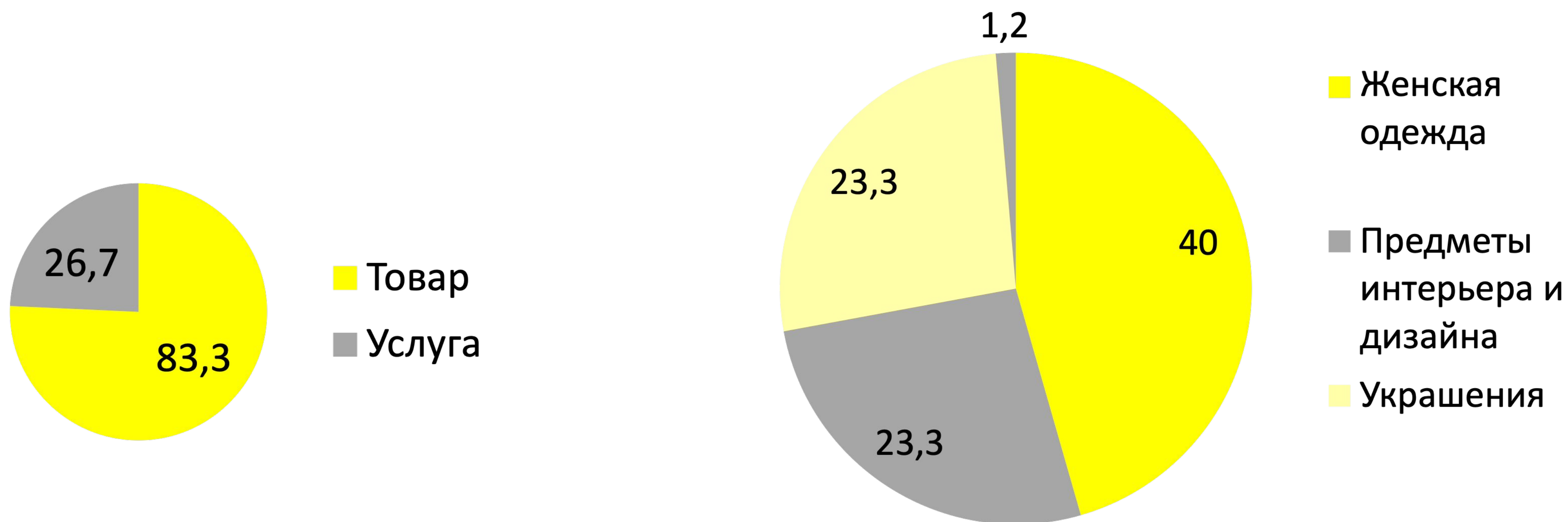
71% магазинов ответили, что таргетированная реклама принесла менее 20% Лидов



50% аккаунтов не имеют свой сайт

# ВЫБРАЛИ СЕГМЕНТ

ОПРОС СРЕДИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИНСТАГРАМ (N=60) :



35% опрошенных купили вещи из категории "Женская одежда", 25% — "Украшения"

# ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

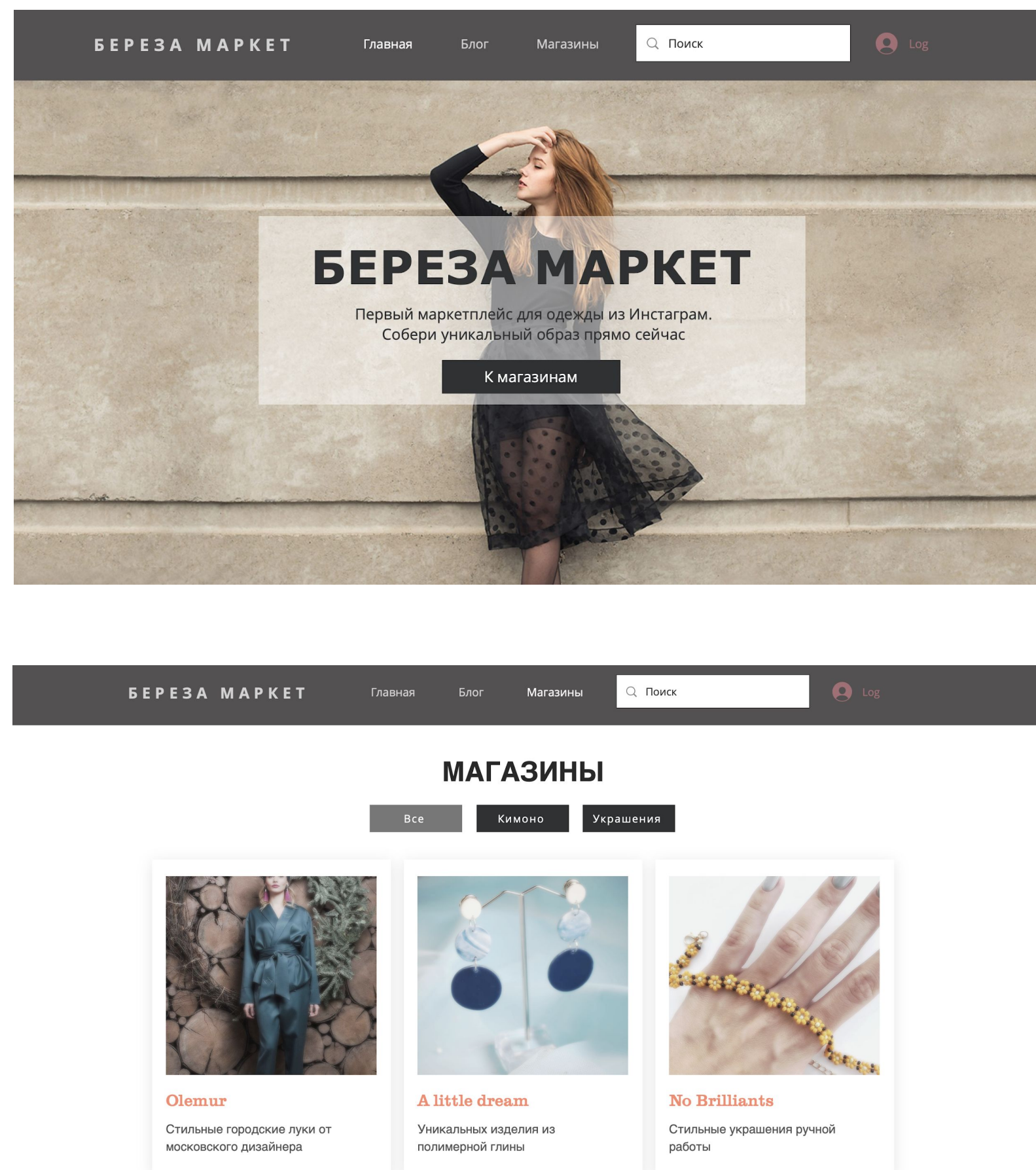


- **Девушка, не замужем, 28 лет**
- **Зарабатывает в среднем 60000-120000 руб**
- **Совершает покупки в Instagram 1-2 раза в месяц**
- **Предпочитает совершать покупки онлайн**
- **Основывается на мнении друзей**
- **Не любит писать в Direct, чтобы узнать подробности о товаре**



- **Меньше 100k подписчиков**
- **Нет своего сайта**
- **Оплата переводом на карту**
- **От 5000 до 100000 рублей за вещь**
- **Нет подробного описания товара**
- **Нет отзывов**

# ПРЕДЛОЖИЛИ РЕШЕНИЕ



<https://www.berezamarket.ru>

# ОПРЕДЕЛИЛИ КОНКУРЕНТОВ

- Только для продавцов, зарегистрированных как ИП или юр. лицо
- Минимальное число товаров – 50
- Высокие требования к качеству фотографий



- Широкий ассортимент товаров
- Защита качества



- Нет подтверждения безопасного продавца
- Нет системы обратной связи, ОТЗЫВОВ
- Широкий ассортимент одежды российских дизайнеров
- Регулярные статьи о трендах

- Наличие зарегистрированной торговой марки, ИП
- Обязательное подключение к системе ЭДО
- Жесткая система штрафов



- Лидер среди российских маркетплейсов
- Развитая сеть доставки



# ПОСТРОИЛИ БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

Название проекта: Береза маркет

## Проблемы и альтернативы

1. Неудобный поиск
2. Отсутствие гарантий от магазина и недоверие пользователей
3. Малая информативность Instagram страниц

## Решение

1. Удобный поиск и каталог товаров по Instagram
2. Подробное описание товаров и услуг, предлагаемых Instagram аккаунтами

## Ключевые метрики

- Количество:
1. Проданных товаров
  2. Подключенных магазинов
  3. Активных пользователей
  4. Переходов на Instagram-аккаунты

## Уникальная ценность

Первый настоящий маркетплейс для Instagram с удобным поиском.

Хорошие канал продаж для магазинов и продвижение бренда.

## Скрытое преимущество

Работа как с физическими лицами, так и с юридическими

## Каналы продвижения

- Реклама в сети Instagram:
1. Магазины-партнеры
  2. Таргетированная реклама

## Сегменты потребителей и ранние последователи

1. Покупатели из типичного портрета ЦА
2. Магазины с недооцененными брендами

**Структура издержек:** затраты на продвижение

**Потоки прибыли:** размещение магазина на сайте, продвижение (тарификация), дополнительные услуги

# СОЗДАЛИ МЕДИА-ПЛА

Бюджет: 350 000 руб

Таргетированная реклама: 7 000  
руб/мес

Ежемесячная реклама у  
микроинфлюенсеров: 30 000  
руб/мес



# РАЗРАБОТАЛИ МОДЕЛЬ МОНЕТИЗАЦИИ

## Базовый тариф

### Бесплатно

- Размещение Вашего магазина в нашем каталоге
- 7 позиций для Ваших товаров с полным описанием

## Премиум тариф

### 1000 руб/мес

- Размещение Вашего магазина в нашем каталоге
- 50 позиций для Ваших товаров с полным описанием
- Описание и история Вашего бренда, подготовленная нашим редактором совместно с Вами
- Появление в рекомендациях для пользователей 1 раз в месяц

## Бизнес тариф

### 5000 руб/мес

- То же, что и в Премиум, но с неограниченным количеством товаров
- Ежемесячный пост в нашем блоге, с товарами только Вашего бренда
- Развернутый отзыв эксперта на Ваш магазин по согласованию с Вами

## Внешние источники

Размещение **баннерной рекламы** на сайте

## Дополнительные услуги продавцам

Наш **фотограф** для Ваших товаров — 5000 руб/ 50 позиций, размещение **поста в блоге** — 1000 руб, **докупка позиций** — 1000 руб/ 50 позиций

# И ФИНАНСОВУЮ МОДЕЛЬ

## MVP НА ПЛАТФОРМЕ WIX ОКУПИТСЯ ЧЕРЕЗ 2 МЕСЯЦА

	в мес	
Доход	15000	руб
Себестоимость	0	руб
<b>Постоянные расходы</b>	<b>13500</b>	<b>руб</b>
Реклама	7000	руб
Налог на прибыль	3000	руб
Модерация работы	3000	
Резерв	500	руб
<b>Денежный поток</b>	<b>1500</b>	<b>руб</b>
<b>Вложения</b>	<b>1800</b>	<b>руб</b>
Домен	800	руб
Премиум тариф виск	1000	руб
Продвижение	5000	
<b>Окупаемость</b>	<b>2</b>	<b>мес</b>
Зарабатываем на всех	1500	руб

	В 1 месяц	В 3 месяц	В 6 месяц	В 9 месяц	В 12 месяц	На конец 1 года
<b>Количество посещений</b>	30	150	300	450	600	750
	1 посетителя в день	5 посетителей в день	10 посетителей в день	15 посетителей в день	20 посетителей в день	25 посетителей в день
<b>Затраты на продвижение</b>	5 000	10 000	10 000	7 000	7 000	7 000
<b>CAC</b>	167	67	33	16	12	9
<b>LT</b>	1-2 чека/мес с клиента (берем LT 1 год)					
<b>LTV</b>	3 750					
<b>Средний чек</b>	2 500					
<b>Денежный поток</b>	1 688	8 438	16 875	25 313	33 750	42 188
<b>Конверсия посетителя в клиента</b>	0,015					

# ВЫВОДЫ

- 1) Мы изучили особенности онлайн магазинов и маркетплейсов
- 2) Разобрались в основах цифровой экономики
- 3) Научились определять ЦА
- 4) Научились строить различные модели
- 5) Стали отличной командой