

# Электронная коммерция изнутри. Хинты и трюки

Валерий Иванов, Егор Ногтев



Валерий Иванов

Исполнительный директор [www.voltovik.ru](http://www.voltovik.ru) Исполнительный директор [www.voltovik.ru](http://www.voltovik.ru), ex-руководитель [www.320-8080.ru](http://www.320-8080.ru) Исполнительный директор [www.voltovik.ru](http://www.voltovik.ru), ex-руководитель [www.320-8080.ru](http://www.320-8080.ru), [www.sld.ru](http://www.sld.ru)

stetoscop@gmail.com  
facebook.com/stetoscop



Егор Ногтев

Руководитель [www.shop.fc-zenit.ru](http://www.shop.fc-zenit.ru) Руководитель  
[www.shop.fc-zenit.ru](http://www.shop.fc-zenit.ru) , основатель [www.telegorod.ru](http://www.telegorod.ru)

[egor@nogtev.com](mailto:egor@nogtev.com)

# Часть 1. Как открыть интернет магазин

# Открытие бизнеса - страхи

- Боязнь выходить за рамки зоны комфорта
- Нежелание нести дополнительную ответственность
- Нет денег
- Не знаю что и как делать

# Какие вопросы будут затронуты

- Пошаговая инструкция открытия интернет магазина
- Как правильно выбрать нишу
- Как попасть выбрать целевую аудиторию магазина
- На что обратить внимание при выборе движка и создании сайта

# История магазина Voltovik.ru

- Начало активных продаж март 2012
- Затрачено на старт около 20 000 рублей
- Выход на окупаемость июль 2012
- Активный рост каждый месяц на 20-30%

# Что нужно, чтобы открыть интернет магазин

- Выбрать нишу, провести анализ конкурентов
- Выбрать целевую аудиторию и способ позиционирования
- Найти поставщиков
- Сделать сайт (на первых порах можно и без него)
- Выставить товар на сайте, сделать офферы
- Открыть юридическое лицо
- Наладить бизнес процессы
- Привлекать трафик
- Конвертировать трафик в продажи



# Выбор ниши – что будем продавать?

При выборе ниши я исходил из 6 факторов:

- Большой объем рынка оффлайн
- Мало конкурентов продает в онлайн
- Высокая наценка на товар – не менее 30%
- Высокий средний чек
- Минимально разбираться в товаре
- Товар не подверженный сезонным спадам
- Легкий к доставке товар

Хинты:

- Аналитика рынка на Западе
- Аналитика [wordstat.yandex.ru](http://wordstat.yandex.ru)
- Аналитика [Enter.ru](http://Enter.ru)

# Анализ конкурентов – к кому может уйти ваш потенциальный клиент

- Собираем всех конкурентов, которых можем найти в Яндексe, Гугле, Директе, Маркете, AdWords и тд
- Сводим конкурентов в таблицу
  - Посещаемость
  - Количество товаров на сайте
  - Локальность
  - Размер компании, год основания
  - Уровень дизайна
  - На какую аудиторию работает магазин
- А может это не конкурент, а будущий партнер-поставщик?
- Выбираем самых крутых конкурентов и мониторим их

# Целевая аудитория – кому и как будем продавать?

Ответьте себе на вопросы

- Кто ваш покупатель?
- Сколько лет вашему покупателю?
- Какую проблему хочет решить ваш покупатель?
- Что чувствует клиент, покупая ваш товар?
- Сам клиент принимает решение или нет?
- В какой обстановке принимается решение о покупке?

# Поставщики – где будем брать товар?

Схема работы простая:

- Курьер забирает от поставщика товар и везет покупателю
- Трехдневная отсрочка платежа
- Получаем деньги
- Платим поставщику
- Если покупатель отказался от товара – возвращаем поставщику

# Сайт – лицо вашего магазина

Электронная коммерция – это 10% электронности и 90% коммерции

- Нужна скорость
- Не нужно на старте делать супер продукт
- Работайте с фрилансерами

Хинт:

- Стартовать можно без сайта – группа Вконтакте + контекстная реклама + доски объявлений

# Выбор движка интернет магазина

Не нужно покупать дорогие коробочные решения, вполне хватит SAAS решения

- Низкая цена, платим ежемесячно
- Распространенный движок, больше разработчиков
- Поддержка и обновление движка бесплатно
- Наличие документации и мануалов

Список SAAS решений:

- Amiro CMS
- Nethouse
- Advantshop
- InSales
- Shop2you
- OSG

# Создание дизайна

Каким должен быть дизайн:

- Профессиональным
- Вызывать доверие
- С четкой и понятной структурой каталога товаров
- С максимально простым оформлением заказа
- С использованием фишек, убеждающих вашу ЦА совершить покупку

# Совет по работе с фрилансерами

- Выбирайте тех, кто умеет рисовать магазины
- Отзывы должны быть положительными
- Никогда не платить аванс – только по факту выполненной работы



# Добавление товара на сайт

- Контент – самая затратная часть при создании магазина
- Товар должен быть представлен красиво – нужны фотки и техническое описание
- Товар сложный? Нужны фильтры!
- Хотите высокую конверсию и посещаемость? Нужен продающий текст товара
- А еще хорошо влияют отзывы на товар

# Схема работы

- Главное – больше звонков и продаж на старте, а не затраты на ненужные веещи
- Офис на старте не нужен – лишние расходы, можно все вопросы дома решать
- На склад ничего не берем, работаем от поставщика
- Телефон – прямой городской сотовый номер
- Доставка – аутсорс
- Бухгалтер – аутсорс

# Открыли магазин. Что дальше?

Дальше нужно работать в трех направлениях

- Посещаемость
- Конверсия
- Предложение

## Часть 2. Трафик и лидогенерация

# Виды трафика

- Поисковый (SEO). Трафик или топ
- Контекстная реклама. Adwords, Директ, Бегун
- Ретаргетинг, ремаркетинг
- SMM
- Email Direct
- Лидогенераторы
- Блоги, форумы, доски объявлений

# Поисковый трафик

- SEO – не шаманство
- Делайте сайт, как хороший продукт и посещаемость будет расти
- В первую очередь НЧ и СЧ запросы
- В первую очередь НЧ-запросы, а потом уже СЧ и ВЧ
- НЧ-запросы – это самый высоко конверсионный трафик
- Поменьше внешних факторов, побольше внутренней оптимизации
- Работайте со сниппетами

# Внутренняя оптимизация сайта

- Самые важные страницы – карточки товаров
- Нужны продающие описания товара для людей
- Нужны красивые фотки
- Четкая структура каталога, желательно не больше 3 кликов до карточки товара
- Обязательно прописывать заголовки страниц, description и ключевые слова
- Красивые урлы (ЧПУ) – работают
- Наличие sitemap.xml и карты сайта
- Чем меньше процент отказов, больше глубина просмотра, больше проведенное время на сайте – тем выше будет сайт.
- SEO – не дорого, дорог хороший контент

НЕВА МТ 123 AS OP

Найти

в найденном  в Санкт-Петербурге

[расширенный поиск](#)

инструкция

цена

отзывы

## 1 **Н** [Электросчетчик однофазный многотарифный НЕВА МТ 123](#)

**НЕВА МТ 123.** Назначение. Электросчетчик **НЕВА 123 AS OP** предназначен для учета активной электрической энергии по четырем возможным тарифам в однофазных двухпроводных сетях переменного тока напряжением 220 В (квартира, небольшой загородный дом или гараж).

[meters.taipit.ru](#) > [Электросчетчики однофазные](#) > [Электросчетчик однофазный](#) [Санкт-Петербург](#)

## 2 [Нева мт 123 as op](#)

**Нева мт 123 as op.** Назначение. Электросчетчик **НЕВА 123 AS OP** предназначен для учета активной электрической энергии по четырем возможным тарифам в однофазных двухпроводных сетях переменного тока напряжением 220 В (квартира, небольшой загородный дом или гараж).

[atvelectro.ru](#) > [neva-mt-123-as-op](#) [Санкт-Петербург](#)

## 3 **ЭМ** [Нева МТ 123 AS OP 5\(60\) А. Однофазный двухтарифный счетчик.](#)

Многотарифный однофазный счетчик электрической энергии **Нева МТ 123 AS OP** разработан на современной элементной базе и с учетом всех требований предъявляемых к многотарифным приборам учета электроэнергии.

[elmod.ru](#) > [schetchiki\\_neva\\_123.htm](#) [Санкт-Петербург](#)

## 4 [НЕВА МТ 123 AS OP - купить в магазине электрики Voltovik..](#) **— 1 200 руб.**

**Доставка: в Санкт-Петербурге 300 руб.**

Достоинства описываемой модели окажутся очевидными после знакомства с техническими, визуальными характеристиками, приведенными ниже. Конструктивные особенности счетчика **НЕВА МТ 123 AS OP.**

[voltovik.ru](#) > [katalog/schetchiki...neva-mt-123-as-op...](#) [Санкт-Петербург](#)



# Контекстная реклама

Какие системы бывают

— Директ

— Adwords

— Бегун

Хинты:

— Одноцентровый директ

— Не покупайте на старте дорогие клики без уверенности

— Следите за эффективностью каждого объявления

— Ваша цель – как можно выше конверсия, и как можно выше CTR

— Если работаете с агентством, то важна конверсия, а не CTR

# Повторные покупатели

— Amazon зарабатывает только на 7-8 продаже покупателю

Повторный покупатель:

- Не стоит вам ничего
- Настроен к вам более лояльно

Как увеличивать повторные продажи:

- Системы лояльности
- Директ мэйл и маркетинг баз данных

Сервисы для проведения рассылок:

- Mailchimp
- Emarsys

# Как считать трафик ?

- Индексация
- ЯМ, Li, GA
- CTR, CPC, CPA, CPO, CPM и прочие CP.....
- Цели
- Cost/revenue
- Конверсия
- Отказы
- Просмотры



# Часть 3. Операционные процессы

# Бухгалтерия и учет

- ИП или ООО
- Упрощенка, Вмененка, Общая, НДС
- ЗЗПП
- Правила дистанционной торговли.  
Алкоголь и Лекарства нельзя.
- Отчетность

# Прием заказов и логистика

- Чей склад ?
- Call центр
- Курьеры и Транспортные компании
- Регионы доставки
- Способы оплаты
- Контроль, отчетность, проверка качества
- Воронка продаж
- Мотивация персонала

# Часть 4. Интернет магазин как продукт



# Полезные замечания

- Вначале должен быть прототип!
- Продукт должен быть сделан наполовину, а не недоделан
- Делайте таблицу со списком фич, но внедряйте разумно
- Занимайтесь бизнесом, а не стартапом
- Пользователь видит фронтенд, но не забывайте про бэкенд
- Проектируйте магазин, делайте скетчи, мокапы или wireframe

# А теперь мясо!

- <http://web.archive.org/web/20100729165238/http://www.320-8080.ru><http://web.archive.org/web/20100729165238/http://www.320-8080.ru>

# Тем, кто хочет больше знать

## Сайты:

— Eshopsales.ru, Imsider.ru, e-pepper.ru, oborot.ru, shopolog.ru

## Группа в FB:

— <http://www.facebook.com/groups/imdisput/>

## SEO:

— «Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах» — Ашманов Игорь

— «Введение в информационный поиск» — Маннинг

## Директ мэйл:

— «Маркетинг на основе баз данных» — Хьюз