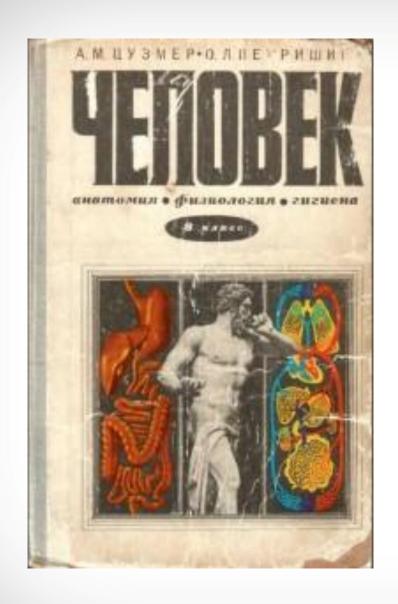
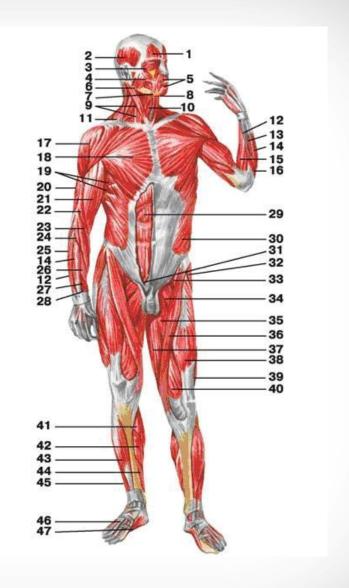


#### Анатомия интернет-магазина Краткий курс для бизнесмена

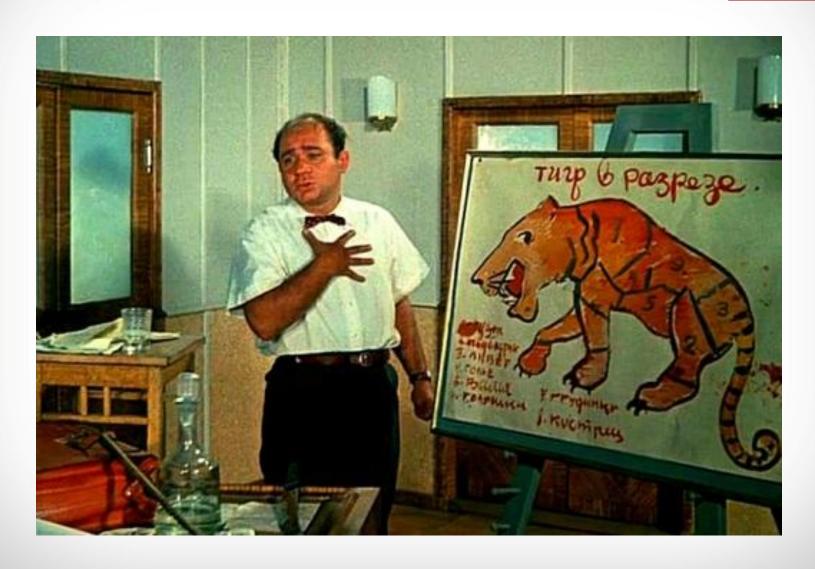
Григорий Коган, компания «Пиком»





#### Интернет-магазин в разрезе





#### Компания «Пиком»



«Пиком» в фактах и цифрах

Дата основания: 1 февраля 2000 года. Разработка веб-проектов.

Сданных проектов: более 600. Поддержка веб-проектов.

Клиентов: более 400. Интернет-реклама и SEO.

Сотрудников: 27. Разработка мобильных приложений.

Направления деятельности

Контакты

География клиентов: 15 регионов РФ, 6 стран. Создание программного обеспечения.

#### Наши мероприятия

Первый семинар: 2007 г. Ижевск, ул. Коммунаров, 216-б

Всего мероприятий: 15. +7 (3412) 636-737

Всего посетило: более 1500 человек. 8 800 775-25-70

Всего выступало: более 50 докладчиков. info@picom.ru

В круглых столах приняло участие более 25 экспертов. www.picom.ru

## Цель запуска



- Интернет-магазин должен стать еще одним источником заказов, обеспечивающим ежемесячный оборот в 5 млн. рублей.
- Что надо, чтобы интернет-магазин приносил прибыль?
  - Больше продаж
  - Меньше затрат

## Цели запуска



- Интернет-магазин снижение издержек
  - Помещение
  - Продавцы
  - Склад
  - Автоматизация
- Интернет-магазин рост продаж
  - Новая аудитория
  - Новые каналы продвижения

## Насколько снижать издержки?



- —Можно не держать персонал?
- —Можно не общаться с покупателями?
- Можно заниматься интернет-торговлей без сайта?

#### P*i*com



## Хочу всё знать



- Знать свой товар
- Знать свой рынок
- Знать своих покупателей
- Иметь операционные планы
- Иметь план развития

Нужен «бизнес-план»!

#### P*i*com

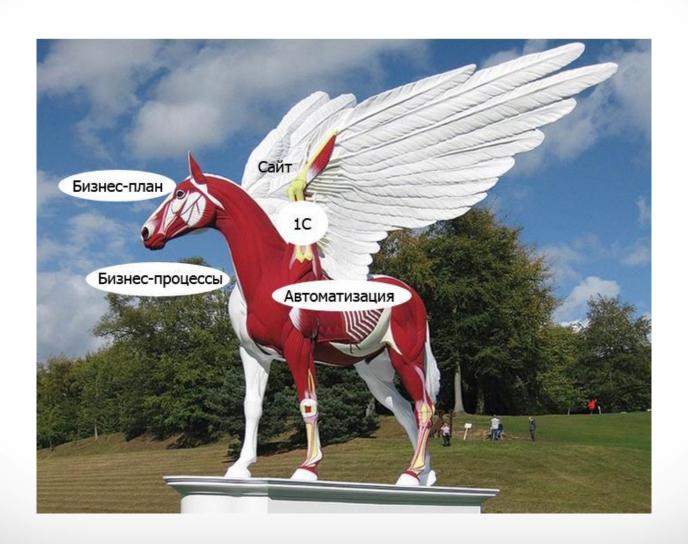


#### Процессы



- Маркетинг
- Продажи
- Гарантия
- Логистика
- Учет
- Поддержка
- ...

#### P*i*com

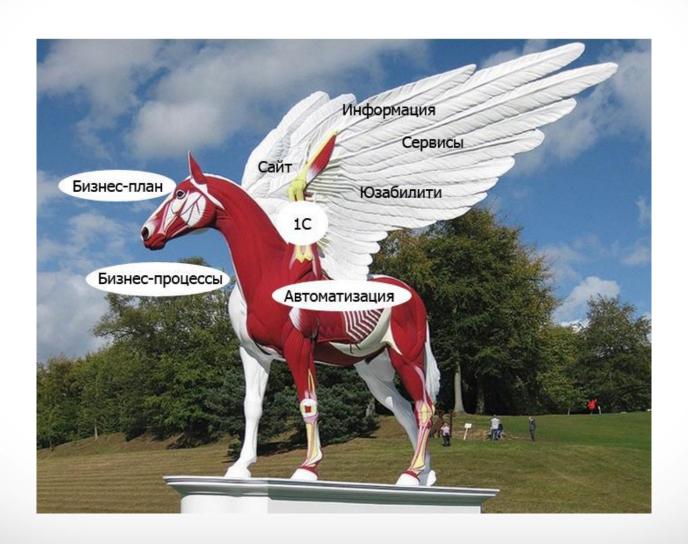


# Сайт интернет-магазина



- Сайт автоматизированная торговая площадка:
  - Выбор товара покупателем (полезны сервисы сравнения, подбора и т.п.)
  - Оформление заказа
  - Приём оплаты
  - Отслеживание статуса заказа

#### P*i*com

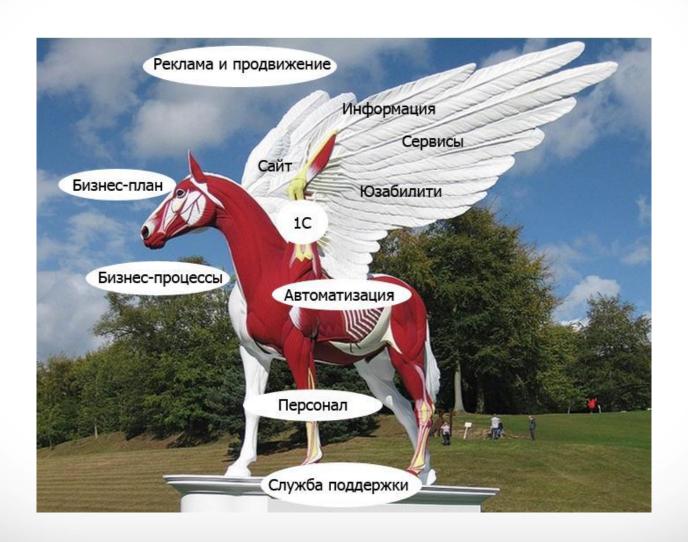


## Поддержка



- Так для чего нужна служба поддержки?
  - Консультации сомневающихся
  - Приём обратной связи
  - Обеспечение лояльности, развитие бренда
  - Обеспечение повторных покупок

#### P*i*com



#### Продвижение



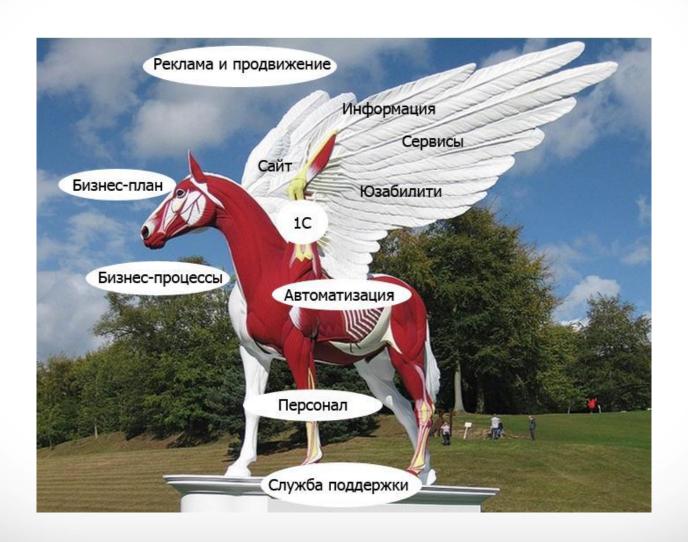
- Источники трафика:
  - Offline
  - Поисковики
    - SEO
    - Контекстная реклама
  - Товарные агрегаторы (Яндекс.Маркет)
  - Медийная реклама
  - Социальные сети
  - Сарафанное радио

#### Продвижение



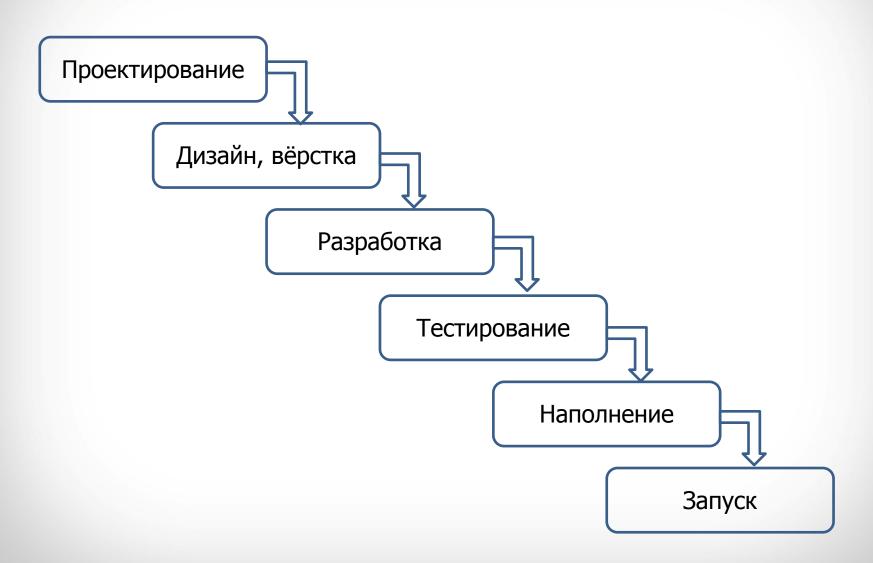
- Методы продвижения имеют разную эффективность для различных задач, аудиторий, товаров.
- Лучший эффект достигается при комплексном их применении.
- Отслеживать результат каждого метода.
- Иногда продвижение бывает бесплатным!

#### P*i*com



#### Теория разработки





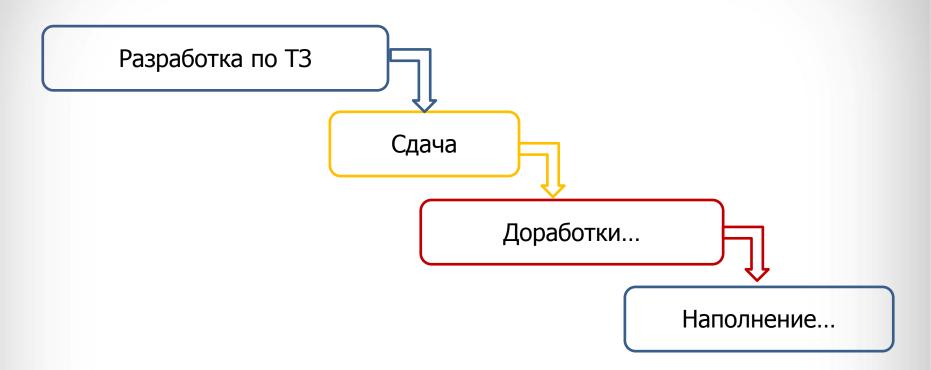
## Благие намерения



- Дать максимум сервиса
- Сделать «раз и навсегда»
- Уделать всех!

#### Практика разработки





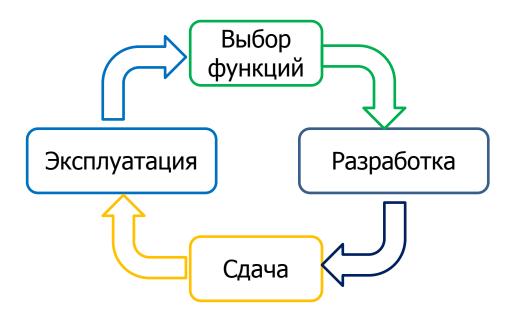
## Дорога в ад



- Бесконечные доработки.
- Готовый сайт с пустым каталогом.
- Сделан навороченный сайт, но денег на продвижение не осталось.

#### Эффективная практика





## Преимущества подхода



- Разделение бюджета проекта по итерациям.
- Быстрый и дешёвый результат после первого цикла сайт, способный продавать.
- Частичный возврат вложений ещё до полного завершения проекта.
- Постановка задач для разработки на основании реального опыта работы с сайтом.
- Уменьшение риска ошибок на первой стадии: получаем «то, что нужно», а не «то, что просили».

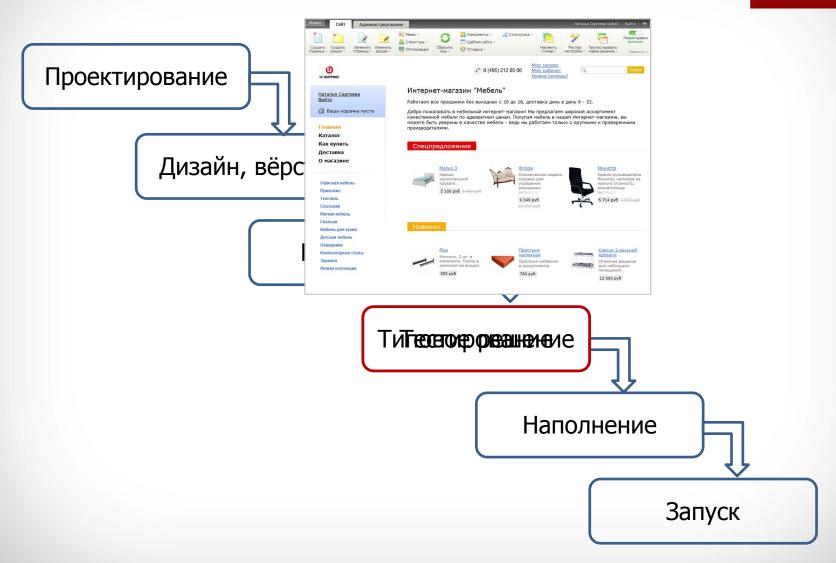
# Непрерывные улучшения



- Информация для анализа:
  - Статистика продаж
  - Обратная связь от покупателей
  - Веб-аналитика

#### Ещё быстрее и дешевле (Первая итерация)





# Минимум для запуска



- **—**Дизайн?
- →Продвинутый функционал?
- **О**тлаженные бизнес-процессы?
- **Наполнение?** 
  - Ещё лучше интеграция

# Хотите купить – звоните!



- «Слишком много позиций.»
- «Некому заниматься вашим сайтом!»
- «Где мы фотографии возьмём?»
- «Всё можно посмотреть на сайте поставщика!»
- «Цены слишком часто меняются.»

# Наполнение: требования



- Полный каталог (без отсылок к поставщику) с точными ценами.
- Информация, важная и понятная для покупателя.
- Описание товара, достаточное для принятия решения о покупке.
- Уникальность информации.

#### Наполнение: источники



- Ручное занесение информации.
- Программный импорт из каталогов/файлов.
- Импорт с сайта поставщика (с его разрешения!).
- Интеграция с учётной системой (1С).



Григорий Коган kogan@picom.ru