**Раздел «Маркетплейсы»**

**Таблица на тему «Наиболее частые ошибки, которые совершают новички на маркетплейсах»**

|  |  |
| --- | --- |
| **Ошибки** | **Рекомендации** |
| **Старт продаж с крупногабаритного товара** | Не стоит стартовать с крупногабаритными товарами. Для них сложно подобрать подходящую упаковку, обеспечить надлежащую транспортировку и безопасное хранение. Разумнее выбирать для продажи продукцию весом 1-1,5 кг и до 50 см в длину по каждой стороне. |
| **Недостаточная маржинальность** | Рентабельность рассчитывается в виде разницы между выручкой от продажи и предстоящими затратами. По итогу маржинальность должна существенно покрывать расходы. |
| **Товар называется не так, как его ищут покупатели** | Чтобы не ошибиться с названием и не потерять аудиторию, лучше проверить формулировки через такие сервисы как Wordstat от «Яндекса» и Trends от Google, а также воспользоваться встроенной аналитикой маркетплейса. |
| **Бедный контент: сухое описание, непродающие фото** | Покупатель знакомится с продукцией через фото, видео и описание товара. Благодаря им он понимает, для чего ему нужен тот или иной товар. Стоит уделить особое внимание качеству фото и видео контента. |
| Игнорирование инструментов продвижения | Многие продавцы предлагают клиентам купоны за подписку на магазины – так они формируют своё сообщество. Потом на эту аудиторию можно использовать инструменты ретаргетинга — т.е. отправлять сообщения, письма по электронной почте или создавать интересный контент, который подписчики увидят в специальном разделе, который есть у многих площадок.Функция «подписаться на магазин/бренд» также есть у многих маркетплейсов, и не стоит упускать возможность поработать с лояльной аудиторией подписчиков бренда. |
| Нечестные манипуляции с ценой и ложные скидки | К сожалению, встречаются продавцы, которые во время официальной распродажи манипулируют ценами и предлагают скидку от заведомо завышенной цены. Это может привести к блокировке магазина продавца. |
| Молчание в комментариях и отзывах | Чтобы продавцу не испортить репутацию и не лишаться продаж, нужно реагировать на все отзывы максимально открыто и обстоятельно. Если товар хвалят – нужно благодарить, в идеале – подарить промокод на следующий заказ. Если ругают – реагировать на факты и устранять недочёты. |
| **Большие объемы поставок на склад** | Нужно проводить тщательный анализ динамики спроса на каждую категорию товаров. Эту работу должен делать сам продавец. Нужно ознакомиться со всеми тарифами, условиями и определить оптимальный объем поставок. |
| **Недостаток продукции на складе** | Важно постоянно отслеживать остатки и своевременно пополнять склад. |
| **Не правильный выбор товарной категории для размещения**  | Чтобы клиент всегда видел предложение продавца в поисковом отборе, нужно правильно выбрать категорию для размещения. Если соответствующей категории нет, необходимо проанализировать поисковые запросы, чтобы определить, какие из них являются наиболее популярными. |
| **Несвоевременная проверка отчетности** | Своевременные проверки и анализ отчетов позволит избежать неточностей и финансовых потерь. Доверять формулам маркеплейса можно, но ведение собственного учета сделает работу более эффективной. |
| **Невнимательное отношение к юридическим документам** | Не все считают нужным полностью читать договор перед началом работы на маркетплейсе. В результате возникает недопонимание, штрафы и другие неприятности. Причиной штрафных санкций в большинстве случаев становится незнание и нарушение пунктов договора. Успешное сотрудничество с маркетплейсом возможно только при выполнении всех условий, указанных в договоре. |