

ЭФФЕКТИВНАЯ РАБОТА С МАРКЕТПЛЕЙСОМ WILDBERRIES: ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ОПТИМИЗАЦИИ ИЗДЕРЖЕК

***Аннотация:** В условиях высокой конкуренции на рынке электронной коммерции в России компании вынуждены искать пути минимизации издержек для ведения успешного бизнеса. Данная статья ставит целью проанализировать и систематизировать эффективные пути снижения расходов для продавцов, работающих через одну из крупнейших российских торговых онлайн-платформ — маркетплейс Wildberries.*

***Ключевые слова:** маркетплейс, онлайн-магазин, торговая площадка, издержки, цена, продажи, покупатели.*

***Annotation:** In the highly competitive e-commerce market in Russia, companies are forced to look for ways to minimize costs in order to run a successful business. This article aims to analyze and systematize effective ways to reduce costs for sellers working through one of the largest Russian online shopping platforms - the Wildberries marketplace.*

***Keywords:** marketplace, online store, trading platform, costs, price, sales, buyers.*

В текущих реалиях динамично растущего и высоко конкурентного российского рынка электронной коммерции отечественные компании вынуждены постоянно искать и внедрять всё более эффективные каналы продаж и продвижения своей продукции в интернете. Одним из наиболее перспективных и быстрорастущих направлений в последние годы стало

размещение товаров на крупных онлайн-маркетплейсах – торговых интернет-площадках, объединяющих множество независимых продавцов.

Подобные цифровые торговые экосистемы значительно упрощают и ускоряют взаимодействие между поставщиками и конечными покупателями, предоставляя мощный и удобный инструментарий для поиска, сравнения, выбора и оплаты разнообразных товаров и услуг. Однако для того, чтобы действительно добиться коммерческого успеха и обеспечить устойчивую рентабельность своих продаж в рамках маркетплейсов в долгосрочной перспективе, продавцам требуется разработать и внедрить по-настоящему тщательно продуманную и комплексную стратегию работы на таких площадках с учётом всех нюансов, тонкостей и потенциальных подводных камней.

По прогнозам Data Insight, в 2023 году совокупный товарооборот российских онлайн-ритейлеров, работающих по модели маркетплейса, достигнет 790 млрд рублей, по оценкам это на 43% больше, чем в 2022 году [1].

Площадка Wildberries занимает лидирующие позиции на российском рынке онлайн-торговли и является пионером в развитии модели маркетплейса в нашей стране. В 2022 году её товарооборот достиг впечатляющей отметки в 1,6 триллиона рублей [2]. При этом в течение последних 4 лет эта площадка демонстрирует поистине взрывной рост, ежегодно практически удваивая свои финансовые показатели. Такая высокая динамика делает Wildberries крайне привлекательным для продавцов местом для ведения бизнеса и расширения онлайн-продаж. Одновременно такая популярность платформы ведёт к резкому усилению конкуренции между поставщиками и повышению требований к эффективности работы компаний на этом маркетплейсе.

Чтобы выработать по-настоящему эффективную стратегию снижения и оптимизации расходов, продавцам необходимо в первую очередь хорошо понимать структуру своих затрат и приблизительные доли отдельных

основных статей расходов. К таким ключевым составляющим издержек при работе с Wildberries относятся:

Комиссионные отчисления самой торговой интернет-площадке Wildberries, которые рассчитываются по довольно сложной формуле, где главным показателем, напрямую влияющим на итоговую сумму комиссии, является КВВ – коэффициент вознаграждения Wildberries. Размер КВВ определяется в соответствии с действующей на данный момент публичной офертой маркетплейса и зависит от ряда факторов:

- Товарной категории, к которой относится реализуемый продавцом товар.
- Наличия и размера скидки, предоставляемой покупателю со стороны Wildberries [3].

В среднем для наиболее востребованных и популярных категорий товаров, таких как одежда, обувь или бытовая электроника, значение КВВ колеблется в диапазоне от 10 до 20% от цены продажи [3].

Кроме КВВ, на конечную величину комиссионных отчислений оказывают влияние такие факторы как:

- Участие продавца в различных маркетинговых мероприятиях на площадке.
- Выбранный тип доставки при отгрузке товаров до распределительных центров Wildberries.
- Текущий рейтинг и статус продавца на маркетплейсе.

Расходы на логистику при работе с маркетплейсом Wildberries можно разделить на несколько основных категорий:

- Стоимость дополнительной транспортной упаковки товаров для отправки на склады Wildberries.
- Логистическая комиссия самого маркетплейса за доставку заказов от распределительных центров до конечных покупателей.

- Затраты доставку товаров от складов продавца до центральных распределительных складов Wildberries.
- Стоимость приёмки товаров на складах Wildberries.
- Расходы на хранение товарных запасов на складах маркетплейса.
- Затраты на обработку возвратов.
- Возмещение стоимости утерянных или повреждённых товаров.

Величина всех этих логистических издержек в значительной степени определяется выбранной схемой доставки товаров до распределительных центров Wildberries. Здесь возможны две основные модели:

Первый вариант — продажи со своего склада (модель FBS). Продавец самостоятельно хранит товар, обрабатывает заказы и организует доставку на склад Wildberries. Далее маркетплейс сортирует товар и отправляет клиенту. Преимущества - более низкая комиссия и контроль над остатками и логистикой. Недостаток - нужно оперативно обрабатывать заказы, часто необходимы дополнительные работники, при задержке заказов комиссия увеличивается пропорционально времени задержки. В среднем процент логистических издержек по чистому использованию этой модели колеблется от 7 до 20% [3].

Второй вариант — продажи со складов Wildberries (FBO). Хранение и доставка на себя берёт маркетплейс. Плюсы - минимум усилий для продавца, отлаженная логистика Wildberries. Минус - более высокая комиссия и риск повреждения товаров. В среднем процент логистических издержек колеблется от 10 до 23% [3].

Возможно комбинировать оба варианта. Например, для крупногабаритного товара использовать FBS, а для остального ассортимента FBO.

Важно всегда учитывать специфику товара. Не все категории можно продавать через FBO. Для ценных товаров (мебель, бытовая техника) часто

целесообразнее FBS. Но, к примеру, на один вид товаров, расчёт логистических расходов по FBS может быть в два раза больше, чем по FBO.

Подавляющая часть маркетингового бюджета на продвижение товаров в Wildberries тратится на внутренние инструменты самого маркетплейса, поскольку ключевым фактором успеха является высокая позиция в рейтинге и поисковой выдаче на самом сайте. Чем выше карточка товара, тем больше шансов, что она привлечёт внимание покупателя. Увеличение внимания приводит к увеличению конверсии и процента выкупа, который влияет на логистические издержки прямым способом.

Для продвижения в топ Wildberries предлагает множество платных инструментов, использование которых влечёт дополнительные маркетинговые издержки. В их числе:

- Качественное оформление карточек товаров с подробными описаниями, информативными названиями, хорошими фото и привлекательной инфографикой. Это повышает конверсию.
- Размещение баннеров на главной странице и в категориях Wildberries. Позволяет охватить широкую аудиторию.
- Участие в популярных сезонных и праздничных распродажах. Стимулирует спрос при грамотном выборе скидок.
- Использование дополнительных инструментов: бронированных страниц, email рассылок, продвижения в соцсетях Wildberries.
- Реклама в карточках конкурентов, каталоге, поисковой выдаче [4].

Следует учитывать, что дополнительные вложения в маркетинг на Wildberries, которые часто воспринимаются бизнесом как избыточные, зачастую необходимы для продвижения товаров на первые позиции ввиду внутренней политики маркетплейса. Кроме того, участие в маркетинговых мероприятиях влияет на размер комиссии.

Вместе с тем, высокий спрос на Wildberries усиливает конкуренцию между продавцами за внимание аудитории. Поэтому для построения

эффективного бизнеса на площадке требуется комплексный подход с учётом всех факторов рентабельности.

Это подразумевает выработку гибкой ценовой и тарифной политики, оптимальную логистическую схему и результативную маркетинговую стратегию для продвижения предложений. Такой подход позволит минимизировать расходы на Wildberries и обеспечить высокую рентабельность бизнеса.

Литература:

1. Б.А. Маркетинговое исследование eGrocery бюллетень, июнь 2023 // [Электронный ресурс]. URL: https://datainsight.ru/eGrocery_june_2023
2. Б.А. Рейтинг ТОП-100 крупнейших российских интернет-магазинов // [Электронный ресурс]. URL: <https://top100.datainsight.ru/#tab658970022>
3. Оферта о реализации товара на сайте Wildberries. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.wildberries.ru/services> (дата обращения 28.06.2023)
4. Ларин А. Продвижение на Wildberries: инструменты и стратегии // [Электронный ресурс]. URL: <https://rb.ru/opinion/wildberries-strategii>