

# FACTUM

PREMIER 2022

# Maro B

к открытию своего интернет-магазина







#### определитесь со своей нишей, ЦА и конкурентами

#### Ниша Ассортимент Целевая аудитория Название Конкуренты

\*Обратите внимание на товары, которые сейчас, пользуются особым спросом. Это продукты питания, электроника, товары для дома и дачи, детские товары, бытовая техника. Объем спроса поможет определить сервис **Google Trends** (посмотрите поисковые запросы своего региона)



#### Определите ценовую категорию и методы продвижения

В начале предпринимательской деятельности желательно сосредоточиться на наиболее узкой ценовой нише, которая обеспечит минимально приемлемый доход.

\*Ценовую категорию и методы продвижения учитывайте опираясь на целевую аудиторию, рекламные каналы которыми они пользуются, понимание доли импульсивных покупок, слоганы которые важны для ЦА. От выбора ценовой категории будет зависеть дизайн сайта и карточек продукции: чем дороже сегмент, тем больше информации о товаре и его свойствах должен получать клиент и тем элегантнее необходимо оформлять интернет-магазин.



#### Найти поставщиков

Как найти надежного поставщика, который ценит своих покупателей, предупреждает обо всех задержках, вовремя доставляет товар и предлагает конкурентные цены? (читайте отзывы о поставщиках и по возможности старайтесь еще до заключения договора встретиться лично)

Важны такие критерии как: местоположение, качество товаров (не доверяйте слишком дешевым ценам у поставщиков, скорее всего это брак), условия работы (многие поставщики работают только с оптом, если вы только раскручиваетесь, можете небрать большие партии), цена закупки (слишком дорого тоже не пойдет - помните, что вам еще нужно делать собственную наценку, чтобы получить прибыль)



### Mer 4

#### Выбор названия и доменного имени

Магазин в интернете все запоминают по его веб-адресу (доменному имени). Домен – адрес вашего сайта в сети. Например internetmagazin.kz Ваш магазин будет иметь своё уникальное имя.

При выборе домена нужно учитывать следующие рекомендации:

домен должен легко восприниматься на слух;

домен не должен быть очень длинным;

домен должен быть легок для восприятия людьми, не знающих английский язык:

не используйте сложную транслитерацию в домене; используйте слова, близкие к вашей сфере деятельности.



#### Создаем бизнес-стратегию

Чтобы открыть интернет-магазин с нуля, не нужно быть предпринимателем. Но в таком случае перед вами закроется возможность использовать интернет-эквайринг (оплата на сайте картами) учитывая современные тенденции в е-commerce, отсутствие официального оформления фактически означает невозможность ведения бизнеса. (При открытии интернет-магазина с нуля лучше всего оформляться индивидуальными предпринимателями. Минимальна отчетность ИП позволит не отвлекаться на бухгалтерскую работу, а также платить меньше налогов, чем обычные юридические лица.)

Одной из главных целей при планировании новой деятельности является понимание, сколько денег придется потратить на начальном этапе до выхода на точку безубыточности.

Также при составлении бизнес-плана нужно учесть следующие расходы:

закупка товара;

затраты на онлайн-кассы;

содержание домена и обслуживание сайта;

логистика (транспорт, доставка, хранение);

расходы на рекламу и продвижение;

брак и возвраты.

Успех любого торгового бизнеса зависит от объёма продаж, который практически никогда нельзя предугадать точно. Поэтому при составлении бизнес-плана нужно спрогнозировать торговлю по трем сценариям: пессимистическому, оптимальному и оптимистическому.





#### Создание сайта для интернет-магазина

Интернет-магазин сейчас — это любая площадка для онлайн-торговли.

Можно сделать обычный сайт — обратиться в digital-агентство FACTUM, что бы опытные разработчики помогли с разработкой, поддержкой, хостингом и доменом для вашего интернет-магазина или самому разобраться в готовых платформах. Например, сейчас популярны WordPress, OpenCart или Joomla.

Создать магазин в облачном сервисе — регистрируетесь в сервисе, выбираете готовый дизайн-шаблон, ждете несколько минут и магазин готов. Дальше нужно загрузить товары в панель администратора, выбрать условия оплаты и доставки, и запустить торговлю. Знания разработки не нужны, все интуитивно понятно и есть наглядные инструкции. Платить придется каждый месяц, обычно получается дороже, чем просто оплата хостинга и домена для простого сайта. Но запустить такой магазин проще.

Сделать магазин в социальных сетях, например, в Instagramm. Можно зарегистрировать страницу.

Начать торговать на маркетплейсах. Это тоже условный интернет-магазин, но придется конкурировать с аналогичным бизнесом на той же площадке, плюс платить комиссию за каждый заказ. И подчиняться правилам маркетплейса, например, устанавливать в нужный момент скидки и устраивать акции.

Выбирать собственную разработку стоит, если у вас есть технические навыки для самостоятельной реализации или уверенность, что вложения в создание магазина быстро окупятся. В других случаях проще протестировать идею с помощью готовых сервисов или социальных сетей. А на вырученные деньги уже разрабатывать свой сайт.



#### Решите как будете доставлять товар

Доставку обычно организуют или собственными силами, или обращаются к посредникам.





#### Решите как будете доставлять товар

Самостоятельная доставка удобна, когда объем заказов большой и магазин работает в конкретном городе. Тогда можно договориться с курьером о доставке на его автомобиле и платить за каждый заказ. Когда объемы торговли увеличатся, можно создать свой парк автомобилей и нанимать курьеров уже в штат.

Работа с посредниками хороша, если спрос на товары «плавающий», например, перед праздниками заказов много, а затем затишье. Обычно курьерские службы предлагают готовые модули, которые нужно встроить в сайт. Вы заключаете договор, устанавливаете модуль, а клиенты смогут рассчитывать стоимость доставки через службу во время оформления заказа. Когда сделка совершена, вы передаете товар в службу, которая отвозит его клиенту.



#### Решите как будете продвигать маагзин

Для продвижения интернет-магазина обычно используют сразу несколько источников, но все зависит от целевой аудитории и товара. Нужно выдвигать гипотезы, стараться тестировать их с небольшим бюджетом, а уже затем делать выводы и вкладывать маркетинговые средства в проверенные каналы привлечения. Вот что можно попробовать:

Контекстная реклама в поисковиках. Работает по аукционной системе — чем больше рекламодателей хочет показать объявление, тем дороже выйдет размещение.

Поисковое продвижение, SEO — оптимизация сайта для повышения его позиции в выдаче поисковиков. (Контекстную рекламу и SEO-продвижение можно заказать в digital-агентстве FACTUM, мы продвигаем сайты более 4ех лет и являемся премьер-партнерами Google и Яндекс)

Продвижение в социальных сетях с помощью таргетинга.

Размещение рекламы, обычной и нативной, в СМИ и у блогеров.

Реклама на форумах и других площадках с обсуждением товаров.

### FACTUM

### Нам доверяют









































## FACTUM

### Есть вопросы?

Контакты для связи

- @factum.agency
- info@factum.agency
- +7 705 444 13 31

factum.agency

