

ВВЕДЕНИЕ

По данным Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), объем российского рынка торговли в интернете в 2018 году вырос на рекордные 59 % и достиг 1,66 трлн руб. С 2010 года, когда АКИТ начала вести такую статистику, 2018 год оказался лучшим, несмотря на кризис, инфляцию и падение покупательской способности россиян. В 2020 году рынок интернет-торговли перевалил за 2 триллиона. При этом российский рынок составляет лишь 2 % мирового! Перспективы развития интернет-торговли в России колоссальны: в 2020 году количество пользователей интернета в нашей стране превысило 95 млн, но только 65–70 % пользователей совершают покупки онлайн. При этом объемы продаж вне интернета падают. Почему так происходит? Давайте разбираться.

Разумеется, в 2020 году пандемия коронавируса нанесла существенный удар по экономике. Однако в условиях кризиса рынок интернет-торговли вырос! Пункты выдачи онлайн-магазинов практически не утратили популярности, возросло количество курьерских доставок, многие розничные компании обзавелись интернет-магазинами. Интернет-магазин имеет массу преимуществ перед обычной розницей. В данной сфере неважно, есть ли у вас миллионы на закупку товаров и аренду помещений.

Владельца интернет-магазина сложнее привлечь к ответственности за нарушение рекламного законодательства. Можно торговать прямо из дома, заниматься этим в обеденный перерыв на основной работе или учебе, развиваться из Москвы, Новосибирска либо с острова Бали в Индонезии. В этой книге мы рассмотрим разные модели интернет-магазинов, и вы определите, что вам ближе — работать в рознице, создавая уникальные предложения и сервис; закупать оптовые партии товара или работать по мере поступления заказов; совмещать интернет-магазин с работой или учебой либо целиком погрузиться в мир электронной коммерции.

Книга представляет собой пошаговый и наиболее полный план открытия и развития интернет-магазина, который можно разделить на две части — открытие магазина и увеличение продаж. А еще в книге содержатся интересные данные, цифры, забавные истории и афоризмы — чтобы вы не заснули и не выкинули книгу. ☺ Большое внимание уделено поисковой оптимизации сайта (SEO). Мы рекомендуем каждому владельцу интернет-магазина познакомиться с ее основами, а также азами интернет-маркетинга. Кроме уникальных авторских методик и советов издание содержит базовые знания о построении сайтов, что поможет вам продвигать их самостоятельно либо выйти на адекватного подрядчика — специалиста в области поискового продвижения. Так как продвижение сайта — достаточно сложная и выгодная деятельность, а ее результаты в значительной степени непредсказуемы, такие знания позволят вам правильно выбрать и корректировать действия подрядчиков либо вести рекламную кампанию самостоятельно. С нашими советами по самопродвижению вы в любом случае хорошо сэкономите.

2020-й — это год резкого старта маркетплейсов — торговых площадок, которые позволяют малому бизнесу торговать и активно осваивать просторы интернета, не вкладывая в логистику, высокие технологии и сложную механику продвижения. В рамках этой книги мы рассмотрим феномен маркетплейсов и наиболее популярного решения для создания собственного маркетплейса на CS-Cart для маркетплейсов. Наряду с плюсами такого взаимодействия с гигантами рынка существуют определенные трудности конкуренции с крупными компаниями. Нюансы работы небольшого интернет-магазина или регионального маркетплейса, особенности «плавания с крокодилами» также рассмотрены в данной книге.

Мы постарались дать ответы на самые сложные вопросы, которые возникают у начинающего предпринимателя в интернет-коммерции. На основе приобретенных знаний и опыта собрали множество авторских методик, позволяющих интернет-магазину перейти из разряда «сайт ради сайта» в ранг коммерчески успешного проекта, приносящего вам прибыль, а вашим клиентам — качественный сервис. Приложения содержат готовые решения, разработанные автором, с помощью которых реально открыть магазин с меньшими затратами времени, денег и быстрее начать зарабатывать.

В условиях роста прибыльности электронной коммерции все больше компаний осваивают новые ниши на этом рынке, интернет-магазинов тоже становится все больше, а конкуренция растет. Не упустите свое время!

ОТ АВТОРА

Пожалуйста, не покупайте эту книгу, если собираетесь откладывать открытие — интернет в наши дни очень динамичен: методики, актуальные и эффективные сегодня, завтра становятся бесполезными и даже вредными.

Если вы нашли опечатку, несоответствие или устаревшую информацию; у вас есть дополнения и улучшения для книги; вы хотите задать вопрос или побеседовать об интернет-коммерции, интернет-магазине и маркетинге во Всемирной сети, разработать интернет-магазин или маркетплейс на системе CS-Cart для маркетплейсов, пожалуйста, свяжитесь со мной по электронной почте help@kniganika.ru. Каждому читателю книги мы предоставляем бесплатный аудит интернет-магазина, если он уже создан, либо консультацию и помощь в разработке, если вы еще находитесь на этапе создания.

При работе с собственными проектами, а также в процессе обучения клиентов регулярно приходится сталкиваться с повторяющимися ошибками, неверными моделями и заблуждениями, которые возникают при создании и развитии интернет-магазина. Перефразируя классика, можно сказать: «Все счастливые владельцы интернет-магазинов похожи друг

на друга, каждый несчастливый владелец интернет-магазина несчастлив по-своему». Далее мы рассмотрим самые распространенные причины отказа от идеи создать свой магазин, а также мифы и заблуждения, касающиеся интернет-коммерции.

ПОЧЕМУ ВАМ И ВАШЕМУ БИЗНЕСУ НУЖЕН САЙТ

Если вашего бизнеса нет в интернете,
значит, вас нет в бизнесе.

Билл Гейтс

Сайт — это представительство вашего бизнеса в интернете. Даже простой одностраничный сайт-визитка при грамотной организации способен приносить огромную прибыль!

«Как зарабатывать в интернете?», «Зачем моему бизнесу сайт? Ваш интернет — это сложно и дорого». С каждым днем таких вопросов и восклицаний все меньше. И слава богу! Выгода и потенциальная прибыль сайта становится очевидна для всех. Если вашего бизнеса нет в интернете, значит, вас нет в бизнесе. В самом прибыльном сегменте — точно. Расходы на содержание сайта минимальны, а пользу он приносит все время, пока существует, особенно если владелец знает, как его развивать и продвигать. От статусной визитки до торговой площадки, интернет-магазина и представительства — сайт решает множество задач и почти всегда приносит прибыль, или, как говорят представители интернет-коммерции, монетизируется.

Все сказанное актуально, если сайт разработан и продвигается правильно. Наши советы и рекомендации по данной теме вы можете прочесть далее.

Итак, какие факторы говорят в пользу создания интернет-ресурса, будь то блог, интернет-магазин или сайт компании?

1. **Увеличение числа клиентов.** Грамотный сайт способен в разы увеличить продажи товаров и услуг.
2. **Узнаваемость торговой марки или личного бренда ее владельца.** Где посмотреть фотоальбом и статьи известного человека, как не на его интернет-ресурсе? А первое место сайта в списке ответов на запрос в поисковиках улучшит имидж в глазах потенциальных клиентов.
3. **Сайт требует минимальных материальных и временных затрат.** Основные расходы приходятся на первые шесть месяцев работы. В дальнейшем вам не придется тратить огромные бюджеты на рекламные акции: печать листовок, аренду красной линии, размещение баннеров, оплату публикаций в СМИ и т. п. Ведь интернет-реклама и эффективнее, и дешевле.
4. **Оптимизация и экономия времени.** Автоматизированный сайт сильно экономит временные ресурсы. Больше не придется тратить часы и дни на звонки и переписку с клиентами — они смогут произвести оплату и совершить покупку в автоматическом режиме.
5. **Невысокая конкуренция.** В настоящее время немногие компании открыли перспективы развития бизнеса в интернете. Продвигать сайты с каждым днем труднее, и значительную часть прибыли получают те, кто уже закрепился на первых местах поисковой выдачи.

- 6. Возможность дальнейшей автоматизации, аналитики и интеграции с системами учета, а также CRM-системами.** Аналитика, внедренная на сайте, поможет и с розничными продажами: соответствующие инструменты «Яндекса» и Google позволят уточнить возраст и местоположение клиентов, узнать, какими устройствами они пользуются, и т. п.

Достоинства интернет-коммерции

Главное достоинство интернет-магазина — отсутствие необходимости в торговых помещениях и больших денежных вложениях, особенно на начальном этапе развития бизнеса. При этом ассортимент, который вы размещаете на сайте, практически не ограничен — размер вашей витрины зависит только от объема памяти сервера или хостинга. Ненужность помещения избавляет от арендной платы, оплаты коммунальных услуг и многочисленных проверок государственных органов, которые неизбежны на красной линии Садового кольца. Любой человек может зайти в нишу интернет-торговли — для этого не требуется ни специальное образование, ни огромный капитал, ни привязка к региону или стране. Интернет-коммерция (далее мы будем говорить об интернет-магазинах как об интернет-коммерции, хотя последняя в некотором смысле является более широким понятием) дает своему хозяину невиданную мобильность: интернет позволяет собственнику находиться где угодно и выступать в роли «великого комбинатора» ключевых бизнес-процессов. Незначительные расходы на содержание сайта позволяют тратить больше средств на маркетинг и рекламу. Хранить товары на первом этапе можно на дому и небольших пригородных скла-

дах, в подсобных и иных недорогих помещениях. Кроме того, интернет-магазин позволяет совмещать основную работу с его администрированием и ведением, конечно, в ущерб скорости развития. Не стоит думать, что совмещение дает возможность заниматься электронной коммерцией в полной мере: в данном случае интернет-магазин способен приносить лишь дополнительный доход.

Один из важных плюсов интернет-коммерции заключается в том, что в данной сфере в целом относительно невысокая конкуренция. Свободные ниши существуют, даже развитые интернет-гиганты порой не справляются с высоким спросом, ежегодно растущим в арифметической, а зачастую и в геометрической прогрессии. Об этом свидетельствуют постоянный недостаток товаров, частые лаги (подвисания и торможение) интернет-магазинов — лидеров отрасли в праздничные и предпраздничные дни. Почему бы этим не воспользоваться? Однако есть ряд условно запретных ниш, работать в которых без уникального предложения — экономическое самоубийство. К ним относятся электроника и бытовая электроника, прежде всего мобильные телефоны, телевизоры, ноутбуки.

Интернет-магазин позволяет свободно собирать предзаказы, заниматься дропшипингом и иными современными способами торговли. Работа по предоплате или заказам позволяет приобретать товар у поставщика после их поступления от клиента. Прямая поставка, или дропшип (от англ. drop shipping) — это продажа, в которой магазин выступает посредником и не хранит товары на собственном складе. Товары отгружаются покупателю со склада производителя, дилера или оптового торговца, нередко оптовый продавец исполняет заказ

самостоятельно. Например, так ведут деятельность крупнейшие магазины Рунета, обеспечивая экономию и оптимизацию средств на содержание складов и, как следствие, более выгодные условия покупки для потребителей. Интернет-магазин может свободно принимать товары на комиссию и экономить на арендной плате, за исключением невысокого содержания нескольких пунктов выдачи, небольшого склада на окраине, незначительных трат на оплату услуг подрядчиков, которым вы доверите выдачу товаров, скажем, сервис СДЭК. Редкая компания согласится предоставить выставочные модели едва открывшемуся розничному магазину, а интернет-магазину материальные товары на витрине не нужны. Возможности роста интернет-магазина практически не ограничены: начинать можно и с бесплатных платформ, дойдя в будущем до многофункциональных решений 1С Bitrix или возможностей CS-Cart для создания собственной площадки, которая объединит целую нишу продавцов.

Вести бизнес в интернете первое время (до совершения первых продаж) можно без образования юридического лица и не имея статуса индивидуального предпринимателя. Согласно Гражданскому кодексу РФ, предпринимательской деятельностью является систематическое извлечение прибыли от оказания услуг или продажи товаров. Таким образом, до того как ваши действия примут систематический характер, регистрация в качестве ИП, в виде ООО или иной организационно-правовой формы необязательна. Интернет-магазин позволяет работать на всей территории России и за ее пределами. Кроме того, создать бизнес не в Сети (офлайн) на базе интернет-магазина гораздо проще, чем поднимать розницу с нуля.

Интернет-магазин позволяет **активно автоматизировать** самые разнообразные бизнес-процессы. Наличие площадки для заказов в Сети позволяет даже офлайновому бизнесу оптимизировать расходы и экономить значительные средства и время. Приведите клиентов из реальной жизни в интернет — и вы сможете автоматизировать прием и регистрацию заказов, согласование и расчет доставки, выставление счетов и оплату заказов — большинство будет только радо возможности сделать заказ в один-два клика без утомительных звонков и монотонных разговоров.

Минимальный риск и эффективный возврат инвестиций. Мы разработали методики тестирования товаров и их категорий (ниш), при использовании которых ваши вложения будут минимальны. Интернет-магазин не даст вам разориться! Данный факт — ощутимый плюс, ведь, по статистике, более 90 % предприятий малого и среднего бизнеса закрываются в течение трех лет с момента открытия.

Пустые ниши. Каждый день по всему миру появляются сотни новых наименований товара. И почти всегда ниша торговли свободна. В конце 2019 года в России легализовали торговлю лекарственными препаратами через интернет.

О недостатках интернет-коммерции

Интернет-магазин не только весьма выгодная разновидность бизнеса, но и довольно сложная. По ходу создания и развития магазина нужно учиться и быть в курсе новых тенденций поисковых алгоритмов, новостей и обновлений. Мы ставим перед

собой задачу мотивировать читателя на открытие интернет-магазина, но скажем и о недостатках этого бизнеса — добавим ложку дегтя в бочку меда под названием «интернет-магазин». Недостатков несколько, но они не настолько критичны, чтобы отказываться от этой идеи.

Знания и умения, касающиеся электронной торговли, довольно быстро устаревают и плохо систематизированы, а практические задачи порой требуют навыков программиста или веб-мастера. Здесь вам помогут курсы ведущих поисковых систем и онлайн-институтов, обилие деловой литературы, разные мастер-классы и открытые уроки. Все к вашим услугам! Также полезно обратиться к профессионалам в веб-студии, на сайты вакансий и проектов Fl.ru, HH.ru, superjob.ru. Стоит учитывать, что поисковые системы бывают непредсказуемы. Проблемы могут создать вирусы и трояны.

Интернет-реклама дорожает. Это связано и с обилием бизнесов, которые хотят разместить рекламу в Сети, и с ростом налоговой нагрузки в России. Так, с начала 2019 года таргетированная реклама подорожала на 20 % в связи с введением для нее налога на добавленную стоимость («налог на Google»). Ранее этот вид рекламы НДС не облагался. Однако если сравнить возможности аналитики и рекламы в интернете с рекламой на телевидении и радио, а также с заказом баннеров, становится очевидно: для малого бизнеса интернет-реклама в подавляющем большинстве случаев несоизмеримо дешевле. И если в 2000-х годах онлайн-вариант почти ничего не стоил, сейчас он имеет свою цену. При этом количество пользователей и продаж в Сети тоже увеличивается. Вместе с ростом цен на рекламу растет количество площадок, появляются новые и более эффективные каналы.

Если сейчас практически каждый известный бренд имеет страничку в Instagram, пять лет назад данный источник трафика был российскому бизнесу в диковинку. Общая тенденция новых источников рекламы такова: когда о нем никто не знает, конкуренция небольшая и пользователей немного, а когда появляются пользователи и потенциальные клиенты — реклама дорожает, но ее эффективность повышается. Системы же аналитики позволяют четко контролировать интернет-рекламу. И ее цена не может расти вечно, о чем сообщает интернет-эксперт Мэри Микер. Рекомендуем ознакомиться с ее докладом за 2019 год и взять на заметку ежегодные отчеты.

Если говорить про SEO (поисковую оптимизацию), то сегодня таким методом сайт продвигается долго: средний срок продвижения — от двух-трех месяцев до полутора-двух лет в зависимости от числа конкурентов в нише. В стандартных случаях начинать следует с контекстной и таргетированной рекламы, «Яндекс. Маркет» и общих торговых площадок, например Avito, каталогов, социальных сетей, тематических форумов. При несбалансированных расчетах расходы на открытие/содержание магазина могут составлять значительную сумму, в которую включается покупка программного обеспечения (CMS — системы управления сайтом и другими программами, модулями и т. п.¹), улучшения сайта, оплата услуг дизайнеров, программистов, копирайтеров и специалистов по продвижению, приобретение ссылок и обзоров с других сайтов аналогичной тематики и оплата контекстной рекламы. Однако при оптимизации расходов можно уменьшить затраты до 20–30 раз. Хотя минимум за-

¹ Примеры CMS: CS-Cart, Wordpress с модулем для интернет-торговли, Bitrix, NetCat.

трат сохранится. Интернет-магазин — ресурс нематериальный, которым априори заниматься легче и одновременно сложнее: психологически тяжело вкладывать ресурсы и уделять время нематериальному объекту. С этим же связана низкая стоимость интернет-бизнеса в случае его продажи, которая в большинстве случаев несоизмерима с затратами: хорошо платить за нематериальное готовы немногие.

Вывод: интернет-магазин — не панацея и при неправильном подходе способен принести убытки. Подводных камней множество, они разнятся в зависимости от ниши. Вложения в интернет-магазин окупаются долго, этот проект требует больших временных затрат, а также привлечения разных специалистов: разработчиков сайтов, программистов, дизайнеров, верстальщиков, таргетологов и директологов, сеошников (занимаются продвижением сайтов), копирайтеров и рерайтеров (пишут тексты).

Кризис — это возможность

Почему такое сложное время мы считаем хорошим для начала собственного дела? В период экономических кризисов наемные рабочие испытывают значительные трудности с финансами. Предприятия офлайн-торговли ищут новые способы увеличить прибыль, рынки проходят своеобразное очищение и избавляются от слабейших участников. Кризис способствует появлению новых маркетинговых идей, стимулирует развитие, учит экономить, способствует получению опыта и выживанию в условиях свободного рынка. Интернет-торговля в подобные

периоды показывает значительный и стабильный рост. До сегодняшнего дня проекты, созданные в квартирах, «на коленке» с ноутбуком, выросли до многомиллионных предприятий. Не стоит бояться кризисных явлений, особенно если вы находитесь на фланге растущей волны продаж в Сети или собираетесь туда попасть.

Интернет-коммерция — одно из немногих направлений, показавших рост в эпоху COVID-19 и в целом хорошую устойчивость.

Как выбрать нишу?

Если вы — владелец работающего бизнеса, ведете торговлю или продаете услуги вне интернета, можете пропустить эту главу, однако она поможет в продвижении сайта на любом этапе развития предприятия. Главное отличие продвижения офлайн-бизнеса — возможность за небольшие деньги проводить эффективные кампании по продвижению нового сайта. Его реклама и упоминания должны быть везде: в вашем офисе и радиорекламе; на картах (Google Maps, 2GIS, «Яндекс. Карты», «Желтые страницы»), визитках, листовках и флаерах; фирменных бланках; в автопарке и на автоответчике, вывесках, баннерах. Сайт нужно продвигать из офлайна всеми доступными средствами — в этом огромное преимущество перед сугубо онлайн-компаниями.