



ВСЕ МАРКЕТПЛЕЙСЫ через одно окно

Мультифункциональный сервис для производителей и поставщиков. Выбирайте один из трех вариантов сотрудничества:

- 1. АГРЕГАТОР МАРКЕТПЛЕЙСОВ.** Выход на 12 маркетплейсов России через **один личный кабинет.** Мы - ваш дистрибьютор в e-commerce.
- 2. АУТСОРСИНГ** работы в маркетплейсах. Кабинеты регистрируем на вас. Всё управление ведут наши сотрудники.
- 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ КУРС** “Бизнес на маркетплейсах”.
Доведем до продаж и будем сопровождать.
- 4. Экспорт и продажи на AMAZON.**
Вывод товаров на рынки США и Европы.

Далее подробно про каждый вариант >>

1. Агрегатор маркетплейсов.

Что дает сервис и для чего он нужен?

Сервис ЭЛЕКТРООПТ дает возможность производителям за рекордно-короткий срок показать свой товар безграничному, многомиллионному количеству покупателей по всей стране, от Петербурга до Владивостока, а следом и всему миру. И не только показать, а дать возможность купить в два клика.

Каким образом мы это сделаем?

Сервис ЭЛЕКТРООПТ позволяет производителям через один личный кабинет ELECTRO-OPT.COM разместить свой товар на 12-ти самых крупных маркетплейсах, работающих в России (Ozon, Wildberries, Яндекс.Маркет, Aliexpress и др.), с возможностью выхода на зарубежные маркетплейсы. Список маркетплейсов указан на сайте.

Что конкретно делает ЭЛЕКТРООПТ за производителя? Иными словами - что нужно сделать производителю для самостоятельной работы на каждом маркетплейсе.

1 шаг. Аналитика маркетплейсов по товарным категориям. Необходимо найти маркетплейсы с той аудиторией, для которой товар будет интересен. Желательно подключиться сразу к нескольким.

Выбрать и общие, и тематические площадки.

2 шаг. Подписание договоров о сотрудничестве. Но прежде - подготовка заявок, сбор документов, подключение к ЭДО (возможно к нескольким), предоставление подтверждений по складу (возможен запрос фото), обороту, отсутствию задолженностей у компании перед государством, информация об собственниках, и многое другое по запросу. Дорожат репутацией, поэтому такой.

1. Агрегатор маркетплейсов.

3 шаг. Склад и выбор способа отгрузок товара. У разных МП различные модели работы. Наиболее распространены две: продажи со своего склада и продажи со склада маркетплейса. Первый вариант требует особого внимания к упаковке и к точности ежедневных отправок. Второй - отгрузка на маркетплейс и продажи с их складов. Тут важно не допустить отсутствия продаж, иначе начинается платное хранение или дорогостоящий возврат товара.

4 шаг. Загрузка карточек товара на платформу и прохождение модерации. Необходимо сделать и загрузить качественные фото, описание, технические характеристики, выбрать самые подходящие категории, указать наименования согласно требованиям. Загрузить логотипы, артикулы, штрих-коды, сертификаты, подтвердить регистрацию товарного знака (по запросу).

5 шаг. Отгрузка товара. Необходимо правильно упаковать каждую единицу товара, затем загрузить в моно или микс короба, затем запалеттировать. Распечатать штрих-коды на специальном термо-принтере. Штрих код на товар, на короб, на паллет везде свой. Согласовать поставку с ХАБом маркетплейса, заказать машину у тр.компании, заказать пропуска. Отгрузить.

6 шаг. Маркетинг и продвижение. Описание должно быть продающим. Фотографии должны притягивать покупателя. Участвовать во всех рекламных компаниях, которые проводят маркетплейсы. Создавать витрины внутри маркетплейса. Оформлять яркими баннерами, распределять выкладку товаров по категориям. Создавать товарные рекомендации, заказывать отзывы у покупателей, запускать платные показы товара.

7 шаг. Следить за остатками. Не допускать дефицита, иначе все труды и затраты, связанные с продвижением, будут обнуляться. А цель - чтобы рейтинг каждого товара постоянно поднимался.

1. Агрегатор маркетплейсов.

Как начать работу с агрегатором, 10 шагов

- 1** На сайте ELECTRO-OPT.COM выбираете маркетплейсы, на которых хотели бы разместить товар в продажу. Этот пункт не обязателен.
- 2** По одной из вкладок (“быстрое размещение”, “стать поставщиком”, “разместиться на маркетплейсах”) переходите к созданию личного кабинета.
- 3** Ознакомливаетесь с договором-офертой и подписываете его, нажатием на согласие.
- 4** Проходите регистрацию, заполнив поля. Указываете контактные данные и реквизиты компании (ООО или ИП).
- 5** Загружаете данные по товару: заполнить поля с указанием характеристик, загрузить фотографии, указать стоимости (опт и рекомендуемую розничную).
- 6** Отправляете товар на модерацию.
- 7** В течение 2-х дней вы получите запрос на дополнительные данные (сертификаты, характеристики, и др.) если такие потребуются.
- 8** Получаете заявку на поставку и отправляете товар по указанному адресу на склад ЭЛЕКТРООПТ
- 9** В течение 14 дней товар проходит модерацию и появляется в продаже.
- 10** После продажи тестовой партии, пополняете остатки, согласно поступающим заявкам-заказам.

1. Агрегатор маркетплейсов.

Условия сотрудничества

- ▲ Подробные условия работы с ЭЛЕКТРООПТ описаны в договоре-оферте, который доступен при регистрации в личном кабинете.
- ▲ ЭЛЕКТРООПТ - это прежде всего агрегатор, который транслирует условия маркетплейсов, связанные с требованиями к товарам или к документам.
- ▲ Товар должен быть с длительным сроком хранения (от 3-х месяцев).
- ▲ Товар должен храниться без специального терморежима. Температура на складах 10-25°C
- ▲ Товар должен быть сертифицирован.
- ▲ По запросу ЭЛЕКТРООПТ производитель обязан в течение трех дней предоставить разрешение ЭЛЕКТРООПТУ на использование бренда на маркетплейсе.
- ▲ Сложные инженерные приборы или детали, требующие особого навыка при установке, будут рассматриваться особо внимательно, прежде чем взять их в продажу.
- ▲ Выплаты производителю осуществляются после реализации товара, одновременно с получением выплат от маркетплейсов. Выплаты производятся два раза в месяц - в середине и в конце.
- ▲ Взаиморасчеты происходят с привязкой к оптовой цене. ЭЛЕКТРООПТ получает от производителя оптовый прайс-лист, где также указана рекомендуемая розничная цена. Ценообразование для ЭЛЕКТРООПТ строится по той же схеме, как если бы он был оптовым покупателем (дилер, сеть магазинов, интернет-магазин и т.д.).

1. Агрегатор маркетплейсов.

- ▲ Товар должен быть высокомаржинальным. То есть наценка к оптовой цене будет составлять не ниже 80-100%.
Например, при оптовой стоимости 1.000 руб., стоимость в продаже должна составлять 1800-2000 руб. и выше. Такая розничная стоимость должна быть у всех продавцов конкретно этого товара. Иначе системы маркетплейсов обнаружат завышенную стоимость и заблокируют продажи.
- ▲ Оптовая стоимость должна соответствовать рыночным ценам от производителей. ЭЛЕКТРООПТ заинтересован в низкой стоимости для возможности участия в акциях, предоставления скидок на маркетплейсах и т.д.
- ▲ Наценка 80-100% - это не заработок ЭЛЕКТРООПТ. В среднем половина этой наценки остается у маркетплейсов в качестве комиссии и стоимости доставок до покупателей. На примере 2.000 руб. - вознаграждение ЭЛЕКТРООПТ составит ~ 500 руб., в которых заложены все расходы, связанные с инфраструктурой, логистикой и штатом сотрудников.
- ▲ В скидках, акциях и платных показах ЭЛЕКТРООПТ участвует за свой счет, но в рамках собственных регламентов. Рекламный бюджет может быть увеличен за счет производителя, по предварительному согласованию.
- ▲ После подтверждения товара сотрудником ЭЛЕКТРООПТ, производитель получает заявку на отправку первой партии товара на склад ЭЛЕКТРООПТ. Первая партия - тестовая. Она может составлять 5-50 единиц товара каждой SKU (артикула).
- ▲ При наличии у производителя большого количества артикулов (100-1000), необходимо начинать работу с 10-15% от общего ассортимента, с последующим постоянным расширением ассортимента.
- ▲ Начинать работу нужно с самых популярных и продаваемых позиций.
- ▲ Компания Электроопт вправе отказать поставщику в сотрудничестве без объяснения причин

2. Аутсорсинг

АУТСОРСИНГ работы в маркетплейсах. Кабинеты регистрируем на заказчика (поставщика). Регистрацию и всё управление продажами ведут сотрудники Электроопт.

В чем плюс такой схемы работы:

- владельцем кабинетов является компания поставщика
- так как рейтинг кабинетов на маркетплейсах со временем растет, значит поставщик инвестирует в себя
- карточки товаров набирают популярность, накапливают рейтинг, накапливают отзывы, выходят в ТОП. В данной схеме работы все эти достижения растут у компании поставщика
- в случае желая поставщиком продолжать самостоятельно работать на маркетплейсах, все наработки и рейтинг остаются у него.

Кому это подходит:

- тем компаниям и предпринимателям, которые планируют самостоятельно развивать данное направление, но на данный момент не имеют в штате опытных сотрудников в направлении маркетплейсов
- компаниям и предпринимателям, которым комфортно отдавать на аутсорсинг некоторые направления в бизнесе, не наращивать штат, но при этом иметь возможность безболезненно сменить партнера в случае необходимости.
- компаниям и предпринимателям, у которых бизнес только начинает развиваться, нет возможности развивать самостоятельно данное направление, но в планах развивать его самостоятельно, в будущем.

Что конкретно делает ЭлектроОпт

1 шаг. Создаем личные кабинеты на согласованных с заказчиком маркетплейсах:

- создаем новые рабочие почтовые адреса для регистрации
- заносим все данные компании-заказчика, загружаем уставные документы, выбираем налоговые схемы работы
- подписываем договоры о сотрудничестве с маркетплейсами
- привязываем все ключевые функции к контактам заказчика, при этом регистрируем своих сотрудников с ограничениями по функционалу.

2. Аутсорсинг

2 шаг. Подключаем личные кабинеты к складу заказчика, либо обеспечиваем фулфилмент ЭлектроОпт:

При фулфилменте:

- упаковываем и отгружаем товары со своего склада. Делаем это как при продаже по системе FBS (продажи с нашего склада), так и по системе FBO (продажи со склада маркетплейса). Используем оба способа. Первый необходим для теста товаров, второй для протестированных товаров с хорошей оборачиваемостью.
- Упаковываем каждую единицу товара под требования маркетплейсов. Каждый товар, моно или микс-короб или палетт маркируем необходимыми бар-кодами. Согласовываем поставку с маркетплейсом, вызываем транспортную компанию, отгружаем заказы или поставки на маркетплейсы
- все затраты на упаковку и логистику оплачивает ЭлектроОпт

При отгрузке со склада поставщика:

- Мы согласовываем отгрузки и полностью руководим всеми процессами, обеспечиваем разные способы работы (FBO или FBS), сопровождаем все процессы, от упаковки до проклейки бар-кодов и вывоза груза транспортной компанией, но физически с товаром работает заказчик на своем складе.
- все затраты на упаковку и логистику оплачивает Заказчик

Возможен и смешанный принцип работы: какие то товары отгружаются со склада поставщика, какие - то со склада ЭлектроОпт. Такой вариант интересен, например, когда рядом с поставщиком нет склада для работы по FBS. Тогда товары тестируем по фулфилменту. А большие отгрузки, по системе FBO, оптимально отгружать со склада поставщика.

3 шаг. Загрузка карточек товара на платформу и прохождение модерации.

Необходимо сделать и загрузить фото, описание, технические характеристики, выбрать самые подходящие категории, указать наименования согласно требованиям. Загрузить логотипы, артикулы, штрих-коды, сертификаты, подтвердить регистрацию товарного знака.

2. Аутсорсинг

4 шаг. Маркетинг и продвижение:

- участие в акциях
- создание витрин
- создание комплектов товаров
- отзывы за баллы
- рекомендации товаров
- согласование заявок на скидку
- медийная реклама
- продвижение в поиске

5 шаг. Поддержание остатков. Отслеживание оборачиваемости. Предотвращение дефицита товара, тем самым поддержание высокого рейтинга карточек товара. Предотвращение профицита товара, что позволяет избежать высоких затрат на хранение на складах маркетплейсов.

2. Аутсорсинг

Стоимости услуг

Наименование	Срок оказания	Стоимость
Регистрация ОДНОГО личного кабинета на маркетплейсе, при его отсутствии, и (или) полное ведение всех процессов.	На протяжении одного календарного месяца, с момента подписания договора	35.000 руб.
Регистрация ДВУХ личных кабинета на двух маркетплейсах, при их отсутствии, и (или) полное ведение всех процессов.	На протяжении одного календарного месяца, с момента подписания договора	60.000 руб.
Регистрация ТРЕХ личных кабинета на трех маркетплейсах, при их отсутствии, и (или) полное ведение всех процессов.	На протяжении одного календарного месяца, с момента подписания договора	75.000 руб.
Полное ведение всех процессов на маркетплейсах. Товар хранится и отгружается со склада заказчика	Начиная со второго месяца после подписания договора	10% от поступлений с маркетплейсов
Полное ведение всех процессов на маркетплейсах. Товар хранится и отгружается со склада ЭЛЕКТРООПТ (+ фулфилмент)	Начиная со второго месяца после подписания договора	20% от поступлений с маркетплейсов

3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ КУРС “Бизнес на маркетплейсах”

Если с самого начала вы решили обучаться самостоятельной работе с маркетплейсами, или обучать своего штатного сотрудника, то мы “переложим в Вашу голову” все накопленные знания и опыт.

Курс подходит не только действующим производителям или поставщикам, но и тем, кто только планирует заняться бизнесом, не имея пока опыта и ресурсов.

Блоки обучения:

1 Блок

Конкурентный анализ ниш:

- Сезонность, этапы проработки
- аналитика маркетплейсов, как провести аналитику, где увидеть цифры,
- какой ценовой сегмент лучше продается на маркетплейсах
- российские поставщики, поставщики из Китая (с контактами)
- Технологические приемы (совокупность приложений) для поиска товаров
- Популярные запросы и поисковые фразы на маркетплейсах
- ABC анализ, ассортиментный совет и товарная матрица.

Участники обучения

- научатся выбирать ценовой диапазон на товары для успешных продаж.
- будут разбираться в сезонности своего товара.
- смогут сделать ABC - анализ для выявления самых продаваемых товарных позиций

Результатом блока для каждого предпринимателя будет:

- матрица товаров для продаж на маркетплейсах с указанием поставщиков

3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ КУРС “Бизнес на маркетплейсах”

2 Блок

Регистрация личных кабинетов

- Сбор документов для регистрации на маркетплейсах
- Регистрация в личных кабинетах маркетплейсов..
- Подписание договоров о сотрудничестве. Подготовка заявок, подключение к ЭДО
- Выбор оптимального по логистике склада для отгрузки товаров. Выбор способа отгрузок товара : “Продажи со своего склада и продажи со склада маркетплейса”

Результатом блока для каждого предпринимателя будет - зарегистрированный личный кабинет на маркетплейсе с настроенным и подключенным складом.

3 Блок

Создание карточек товара

- Загрузка карточек товара на платформу и прохождение модерации. Фото, описание, технические характеристики, выбор подходящих категорий, наименования согласно требованиям.
- Загрузка логотипов, артикулов, штрих-кодов. Загрузка сертификатов, подтверждение регистрации товарного знака.

Участники обучения будут

- уметь создавать карточки товаров на маркетплейсы
- уметь загружать документы по товару на маркетплейсы
- размещать товары в продаже на маркетплейсах

Результатом блока для каждого предпринимателя будет - пройденная модерация товара на маркетплейсе, товары готовы к продаже

4 Блок. Технологии и доведение до первых отгрузок

- Выбор упаковки или коробов, критерии выбора упаковочных материалов, печать штрих кодов, заказ транспорта, отгрузка.
- Технические требования к наклейкам и штрих-кодам. Какое оборудование потребуется. Где приобрести, как пользоваться.
- Согласование поставок на маркетплейсы. Выбор транспортной компании. Заказ транспорта. Выбор подходящего пункта приема товара. Заказ пропусков на ввоз продукции на маркетплейс.

3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ КУРС “Бизнес на маркетплейсах”

- Продвижение. С чего начать, как продать первые товары, чтобы они поднимались в рейтинге. Внешний маркетинг. Лендинг - пейдж, Инстаграм, фейсбук.
- Внутренний маркетинг и продвижение. Участие в рекламных компаниях. Создание витрины внутри маркетплейса, рекомендации, заказы отзывов у покупателей, платные показы товара.
- Поддержание остатков. Отсутствие дефицита/профицита. Рост рейтинга товара.

Результатом блока для каждого предпринимателя будет - наличие товара в продаже на маркетплейсе

5. Блок. Альтернативные источники продаж

- стикеры, оптовые продажи, Дистрибуция
- товарный знак, дизайн, регистрация

6. Блок. Поддержка.

- Аналитика продаж, сбор сведений. Как использовать эти данные.
- Расширение ассортимента. Конкретные шаги.
- Оптимизация карточек товара. На что стоит обратить внимание.
- Работа с маркетинговыми инструментами.
- Техническая и информационная поддержка

Участники обучению смогут получать навыки по оптимизации карточек товара, работе с аналитикой собственных продаж, расширять свой ассортимент.

Длительность курса 1.5 - 2 месяца.

Стоимость пакета обучения:

Один маркетплейс - 60.000 руб.

Два маркетплейса - 85.000 руб.

Три маркетплейса - 100.000 руб.



ЭЛЕКТРООПТ построил мост в Европу и США

Теперь мы работаем с АМАЗОН! С самой дорогой и быстрорастущей компанией в мире.

Мы открыли собственный филиал в Европе для работы с маркетплейсом.

Как показывает практика, производители, которые разместились на Амазон, вырастают в десятки раз за первые два года. Это уже новый уровень бизнеса.

Через “ЭЛЕКТРООПТ - АМАЗОН” товары попадают на рынки:

- Испания
- Португалия
- Франция
- Италия
- Германия
- Польша
- Голландия
- Швеция
- США и Латинская Америка (после Европы)

Какие Ваши шаги:

1. отправляйте запрос на почту либо на WhatsApp. В запросе укажите информацию по товару. Либо регистрируйтесь на портале ЭЛЕКТРООПТ.
2. мы связываемся с Вами для уточнения деталей.

Если товар подходит под экспорт, то:

3. Выставляем вам счет на 499 Euro (в рублях) за:
 - аналитику спроса и конкурентоспособности
 - юридический анализ
 - листинг и карточки товара
 - перевод на 8 языков
 - визуальный дизайн
 - создание текста

* это не полный перечень работ. Пакет обязателен к оплате, даже если у вас часть информации имеется

4. вы оплачиваете счет,
5. мы забираем первую партию товара для продажи на Амазон.
6. продаем первую партию, тестируем позиции, увеличиваем заказы.
7. расширяем географию

[Экспорт и выход на МИРОВОЙ рынок - это самое важное Ваше преимущество в нынешней конкурентной среде.](#)