

О.В. Кашпурова¹, В.О. Камкина¹

¹Иркутский государственный университет путей сообщения, г. Иркутск, Российская Федерация

ПРОДВИЖЕНИЕ МАРКЕТПЛЕЙСА «WILDBERRIES» В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ НА ПРОСТОРАХ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Аннотация. Статья посвящена актуальной теме продвижения маркетплейса «Wildberries» в быстро меняющейся конкурентной электронной коммерции. В статье определено и рассмотрено понятие маркетплейса «Wildberries», что он из себя представляет и какие методы используются для продвижения в современных условиях. Даны характеристики данной Интернет-площадки, определена её роль для покупателей и представлены примеры продвижения. В данной статье рассматриваются ключевые аспекты стратегии маркетинга, направленные на увеличение привлекательности платформы для покупателей и продавцов. В статье анализируются: изменения в поведении потребителей и новые тренды в онлайн-торговле; конкурентная среда и основные претенденты на рынке электронной коммерции; стратегические направления продвижения «Wildberries», включая маркетинг контента, программы лояльности, работу с отзывами; анализ сильных и слабых сторон платформы и перспективы её дальнейшего развития. Статья представляет собой ценный ресурс для: руководителей и маркетологов «Wildberries»; продавцов, желающих успешно продвигать свои товары на платформе; специалистов в сфере онлайн-торговли и интересующихся практическими аспектами маркетинга маркетплейсов. Статья позволяет получить глубокое понимание современных вызовов и возможностей в продвижении «Wildberries», а также предлагает конкретные рекомендации по повышению эффективности маркетинговых акций и успешному развитию платформы в будущем. Также произведён сравнительный анализ между «Wildberries» и «Ozon» как самыми популярными Интернет-площадками для продвижения товаров.

Ключевые слова: «Wildberries», маркетплейс, продвижение, Интернет-площадка, методы, инструменты.

О. V. Kashpurova¹, V. O. Kamkina¹

¹Irkutsk State Transport University, Irkutsk, the Russian Federation

PROMOTION OF THE «WILDBERRIES» MARKETPLACE IN MODERN CONDITIONS ON THE INTERNET

Abstract. The article is devoted to the topical topic of promoting the Wildberries marketplace in a rapidly changing competitive e-commerce. The article defines and examines the concept of the Wildberries marketplace, what it is and what methods are used for promotion in modern conditions. The characteristics of this online platform are given, its role for buyers is defined and examples of promotion are presented. This article discusses the key aspects of the marketing strategy aimed at increasing the attractiveness of the platform for buyers and sellers. The article analyzes: changes in consumer behavior and new trends in online commerce; the competitive environment and the main contenders in the e-commerce market; strategic directions for promoting Wildberries, including content marketing, loyalty programs, work with reviews; analysis of the strengths and weaknesses of the platform and prospects for its further development. The article is a valuable resource for: managers and marketers of Wildberries; sellers who want to successfully promote their products on the platform; specialists in the field of online commerce and those interested in the practical aspects of marketing marketplaces. The article provides a deep understanding of the current challenges and opportunities in the promotion of Wildberries, and also offers specific recommendations for improving the effectiveness of marketing campaigns and the successful development of the platform in the future. A comparative analysis was also made between Wildberries and Ozon as the most popular online platforms for product promotion.

Keywords: "Wildberries", marketplace, promotion, Internet platform, methods, tools.

Введение

В эпоху цифровых технологий происходит внедрение различного вида новшеств в области, касающихся экономики, социологии, географии и другого. Вышеизложенное затрагивает и торговлю, которая с недавних пор всё больше и больше располагается на маркетплейсах – так называемых торговых площадках, на которых происходит продвижение и продажа товаров. В связи с этим и возникает цифровой маркетинг, который должен своим действием удовлетворять возникшие потребности и нужды людей вовремя в современных реалиях.

Причины актуальности использования маркетплейсов [1]:

1. удобство – людям больше не требуется выходить из дома, тратить время на примерку вещей;
2. товары различных групп собраны в одну категорию – не приходится тратить время на поиски товара в разных местах
3. скорость появления новинок – если на классическом, традиционном рынке товаров приходится ждать приличное количество времени для того, чтобы получить новинку, то на маркетплейсах достаточно часто происходит скоростное обновление товара;
4. доставка и примерка товара дома – маркетплейсы удобны тем, что не заставят покупателя тратить время на то, чтобы дойти до пункта выдачи заказа, например, в холодное время года, это сделает курьер, причём в удобное для покупателя время.

Говоря об Интернет-площадке «Wildberries» [2], можно сказать следующее: это крупнейшая в России онлайн-платформа, предоставляющая услуги маркетплейса. На этом сайте собраны тысячи брендов и продавцов, предлагающих широкий ассортимент товаров - от одежды и обуви до электроники и товаров для дома [3]. Пользователи могут выбирать товары, оформлять покупку и оплачивать ее прямо на сайте. «Wildberries» также предлагает удобные условия доставки и возврата товаров, обеспечивая удовлетворение потребностей всех покупателей. Площадкой пользуются на территории России, Польши, используют страны СНГ более 20 млн человек.

Цели маркетплейса «Wildberries» включают в себя следующее [4]:

1. увеличение количества покупателей и продавцов на платформе;
2. расширение ассортимента товаров для удовлетворения потребностей клиентов;
3. увеличение оборота и прибыли компании;
4. повышение узнаваемости и доверия к бренду Wildberries;
5. улучшение пользовательского опыта и удобства покупок на сайте;
6. развитие новых технологий и инноваций в сфере электронной коммерции;
7. укрепление позиции на рынке и конкурентоспособность относительно других онлайн-платформ.

Существует и множество функций Интернет-площадки «Wildberries» [5]. Рассмотрим их:

1. предоставление возможности покупки различных товаров от разных продавцов на одной платформе;
2. система безопасных онлайн-платежей для покупателей и продавцов (на данный момент доступна такая функция для покупателей как оплата Wildberries кошельком, для его пополнения необходимо осуществить перевод с активной банковской карты на кошелек, размещённый на Интернет-площадке);
3. удобный поиск и фильтрация товаров для удовлетворения потребностей покупателей (фильтры устанавливаются на категорию, цены, цвет, размер, ткань, пол, состав, сезон, назначение, бренд, а также продавца);
4. организация доставки товаров по всему миру (курьеры или пункты выдачи заказов);
5. обратная связь и оценки от покупателей для продавцов, чтобы создать доверие и лояльность к маркетплейсу;
6. программы лояльности и скидки для постоянных клиентов (например, при положительном проценте выкупа товаров начисляется скидка на товары в размере 20% от полной стоимости);
7. предоставление различных способов обратной связи с представителями маркетплейса для решения вопросов и проблем (размещение жалобы направляется в определённый отдел, например, создание вопроса о задержании доставки или качестве товара);
8. поддержка продавцов в создании и управлении своими магазинами на платформе.

Маркетплейс позволяет фирме быть конкурентоспособной по отношению к другим организациям и предприятиям, востребованной и даёт возможность ей долго находиться на рынке как на национальном, так и на внешнем. При производстве операции между покупателем и продавцом взимается определённая небольшая комиссия за использование сервиса данной Интернет-площадки «Wildberries», следовательно, возрастает количество посещений маркетплейса, расширяется география покупок, упрощается логистика.

Интернет-площадка имеет одну очень тонкую особенность – сюда нужно привлечь как покупателя для приобретения определённого товара, который сможет удовлетворить потребности и нужды, так и продавцов, которые хотят получить максимальное получение прибыли при минимальных затратах на закупку товара или его производство. Стоит отметить, что продавцами на данной Интернет-площадке может быть юридическое лицо, либо самозанятый, продажа товаров физическими лицами запрещена.

Какие же существуют инструменты продвижения маркетплейса «Wildberries» в современных условиях? [6]

1. Реклама в социальных сетях: размещение рекламных объявлений на популярных платформах, таких как Facebook, Instagram [7], Вконтакте [8] в виде рилсов и клипов [9].

2. Поисковая оптимизация (SEO) [10]: оптимизация сайта для поисковых систем, чтобы улучшить его позиции в выдаче поисковых запросов.

3. Контент-маркетинг: создание уникального и полезного контента (статьи, блоги, видео), который будет привлекать целевую аудиторию и повышать узнаваемость маркетплейса.

4. Email-маркетинг: рассылка персонализированных писем пользователям с информацией о новых товарах, акциях, скидках и других предложениях.

5. Партнерский маркетинг: установление партнерских отношений с другими компаниями или блоггерами для продвижения маркетплейса через их платформы или каналы.

6. Участие в отраслевых мероприятиях и выставках: поможет привлечь внимание потенциальных партнеров и клиентов к маркетплейсу.

7. Акции, скидки и специальные предложения: проведение временных акций и устройство распродаж поможет привлечь пользователей и увеличить объем продаж на маркетплейсе.

Сравнительный анализ Интернет-площадок «Wildberries» и «Ozon»

Конкурентом «Wildberries» на данный момент является несколько торговых площадок, но самая яркая из них – это «Ozon» [11]. У него осуществляется достаточно яркая реклама по телевидению и радиовещанию, привлекаются звёзды шоу-бизнеса, которые как раз и создают эту престижную рекламу маркетплейсу «Ozon».

Я произвела анализ по некоторым основным критериям, которые я считаю наиболее важными для представленных площадок:

- ассортимент товаров;
- цены и скидки;
- качество и доставка;
- сроки доставки и условия гарантий на платформах;
- удобство использования.

Говоря об ассортименте товаров [12], а именно о широте и разнообразии, нужно отметить, что в большинстве своём можно обнаружить одинаковые товары на этих двух Интернет-площадках, есть также уникальные товары, которые совсем недавно захватили как мировой, так и национальный рынок, но разница заключается только в цене и сроке доставки этих товаров (рис.1 и рис.2).

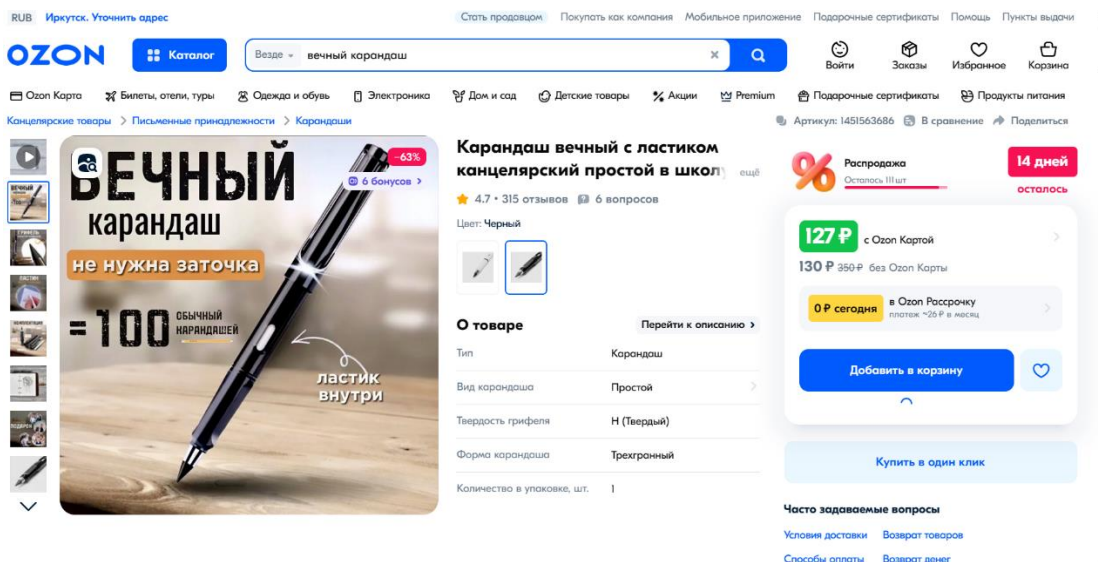


Рис.1. Вечный карандаш, представленный на маркетплейсе «Ozon»

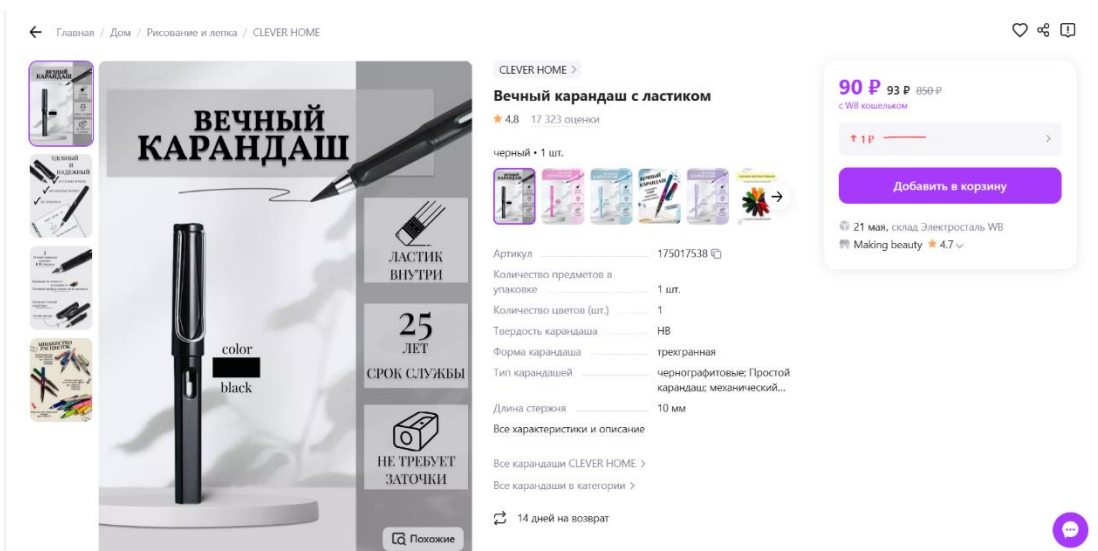


Рис.2. Вечный карандаш, представленный на торговой площадке «Wildberries»

Рассматривая существенные различия, можно выделить определённые дополнительные возможности маркетплейса «Ozon», например, можно приобрести сертификат на покупку товаров различных категорий, взять авиабилеты и товары в рассрочку или кредит, а также есть Озон-карта, которая даёт дополнительную скидку на товары в размере 2-5% от стоимости. Есть и бонусная программа, она позволяет списывать бонусы на следующие покупки в том магазине, в котором ранее была совершена покупка. На этом можно хорошо сэкономить, если Вы являетесь постоянным гостем «Ozon».

К сожалению, «Wildberries» не располагает данными функциями и возможностями, поэтому нередко теряет часть своих клиентов.

Поговорим о втором критерии, не менее важном, чем предыдущий – цены и скидки. На мой взгляд, для большинства людей это лидирующий показатель, так как у населения разный доход, социальный статус и возможности в плане приобретения конкретных товаров.

«Wildberries» не так давно ввёл систему платного отказа от товаров, вне зависимости от самого состояния товара, например, наличие дефектов, которые были совершены производителем, а затем проданы ИП или юридическим лицом конкретному потребителю или допущение ошибок со стороны логистических центров, складов, которые занимались транспортировкой или хранением товаров.

Всё вышеизложенное сводится к негативной оценке со стороны покупателей, рейтинг в соответствии с этим резко упал, так как информация о вводе данной системе разнеслась на просторах сети Интернет и СМИ мгновенно.

«Ozon» удерживает лидерскую позицию, так как на данный момент отказ от товара ещё является бесплатным.

Качество и доставка у обоих маркетплейсов в прямом смысле слова страдает. Например, как «Ozon», так и «Wildberries» размещают товары далёкие от оригиналов, или, по-другому, подделки, которые ничем не подкреплены, отсутствуют даже сертификаты соответствия товаров. Нередко на это жалуются покупатели женской половины, которые, например, приобретая любимую тушь в трижды дешевле на маркетплейсах, позже обнаруживают, что это подделка, и, в связи с этим возникают дерматологические заболевания, не поддающиеся лечению.

Но в то же время на обеих площадках можно поставить галочку, подтверждающую оригинальность товара или прикрепить сертификат соответствия, который даёт гарантию, что товар соответствует техническим нормам и принятым требованиям к качеству и безопасности. Сертификат соответствия подтверждает, что продукция отвечает требованиям ГОСТа.

Анализируя аспект доставки, можно говорить о том, что «Wildberries» в этом критерии лидер, так как товары доставляются до 9-10 дней, в то время как «Ozon» может доставлять товар в течение 2,5-3 недель в обычные дни. Но в некоторых случаях это зависит и от приближающихся праздников, так как большая часть населения заказывают подарки, из-за которых как раз и образуется большая загруженность в логистических центрах и складах, соответственно, доставка задерживается на обеих Интернет-площадках. Собрала официальные данные [14] [15] о количестве пунктов выдачи «Wildberries» и «Ozon», я сформировала таблицу данных актуальных на 2022-2023 гг. (рис.3).

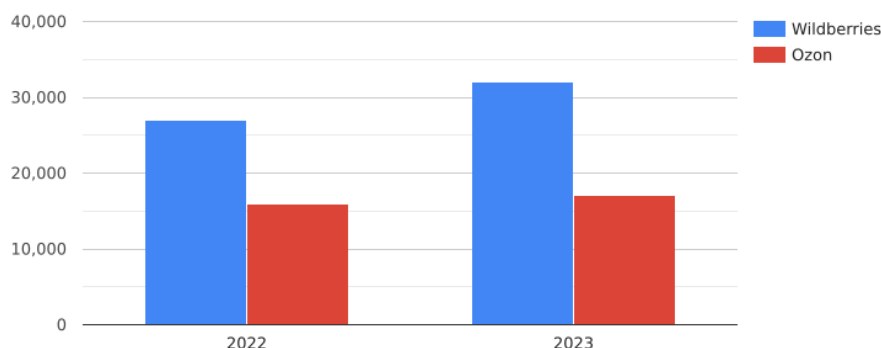


Рис. 3. Количество пунктов выдачи заказов (ПВЗ) крупнейших маркетплейсов в России

Удобство использования, конечно, нужно отдать «Ozon», потому что именно он имеет яркий интерфейс, дизайн, которые привлекают клиентов. Стоит отметить и наличие фильтра, располагающий всевозможными сортировками товара, благодаря ему можно найти тот самый товар, в котором Вы как клиент заинтересованы и готовы купить.

У «Wildberries» отсутствует как таковая навигация и есть банальный фильтр, который сортирует товары не по важным категориям.

Заключение

Завершив анализ всех предложенных критериев, сделаем вывод о том, что «Wildberries» есть куда стремиться. Необходимо искать новые методы и инструменты, с помощью которых можно будет сделать резкий толчок для площадки и вновь взобраться на вершину Интернет-торговли, завоевать внимание и уважение покупателей с помощью системы лояльности и гибких условий.

Wildberries – удобная платформа для онлайн-шопинга, предлагающая широкий выбор товаров по привлекательным ценам. Однако, компания сталкивается с критикой в связи с вопросами качества товаров [13], работы службы поддержки, политики возврата и отношений с поставщиками. Wildberries необходимо продолжить работу над улучшением качества сервиса и повышением доверия со стороны покупателей и партнеров.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Челябинина В., Лизакова Р.А. Особенности продажи товаров на маркетплейсах // Умная цифровая экономика. 2022. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-prodazhi-tovarov-na-marketpleysah> (дата обращения: 14.05.2024).
2. Интернет-магазин Wildberries: официальный сайт. – [Электронный ресурс]. URL.: <https://www.wildberries.ru/> (дата обращения:16.05.2024).
3. Маркетплейс. Самоучитель менеджера маркетплейсов. / А. Чунаков /Москва. Издательство Ridero. 2023 – 261с. изд.1.
4. Шевченко, Д. А. Продвижение товаров и услуг : практическое руководство / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2022. - 372 с. - ISBN 978-5-394-04945-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1926422> (дата обращения: 16.06.2024). – Режим доступа: по подписке.
5. Шендрик П.В. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАРКЕТПЛЕЙСОВ // МНИЖ. 2022. №10 (124). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-osobennosti-funktsionirovaniya-marketpleysov> (дата обращения: 15.05.2024).
6. Шамина, И. С. Маркетплейсы: как заработать свой первый миллион. Инструкция для начинающих : научно-популярное издание / И. С. Шамина. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2023. - 272 с. - ISBN 978-5-9729-1451-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2094438> (дата обращения: 16.06.2024). – Режим доступа: по подписке.
7. Как зарабатывать в Instagram [Текст] : [16+] / Дарья Манелова. - Москва : Альпина Паблицер, 2019. - 215, [1] с. : цв. ил.; 24 см. - (#инстаграмна100).; ISBN 978-5-9614-1043-3 : 3000 экз.
8. Продвижение ВКонтакте. / Анастасия Югова / Москва. Издательство АСТ. 2021 – 320 с. изд.2 (Новая редакция).
9. Халилов, Д. Метод скользкой горки: Сторителлинг для Reels, Stories, TikTok-роликов и других форматов социальных сетей : практическое руководство / Д. Халилов. - Москва : Альпина Паблицер, 2022. - 583 с. - ISBN 978-5-9614-4271-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1904813> (дата обращения: 17.05.2024). – Режим доступа: по подписке.
10. Григорьева Наталия Евгеньевна, Григорьева Ираида Валериановна, Данилова Наталья Вячеславовна, Ишина Александра Николаевна SEO КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ // Вестник РУК. 2023. №2 (52). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/seo-kak-effektivnyy-marketingovyuy-instrument-dlya-prodvizheniya-na-marketpleysah> (дата обращения: 14.05.2024).
11. OZON — интернет-магазин: официальный сайт. – [Электронный ресурс]. URL.: <https://www.ozon.ru/> (дата обращения:16.05.2024).
12. Петрова А.В. УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНЫМ АССОРТИМЕНТОМ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ // Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. №7 (101). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-tovarnym-assortimentom-na-marketpleysah> (дата обращения: 15.05.2024).
13. Гришков, С. И. Финансовая стратегия российских E-commerce корпораций: определение и ключевые компоненты / С. И. Гришков // Вестник евразийской науки. — 2023 — Т. 15 — № s4. — URL: <https://esj.today/PDF/07FAVN423.pdf> (дата обращения:16.05.2024).

14. Новости в России и мире – ТАСС. [Электронный ресурс]. URL.: <https://tass.ru/?ysclid=1w9am8bzlp195893995>(дата обращения:16.05.2024).
15. Коммерсантъ — последние новости России и мира. [Электронный ресурс]. URL.: <https://www.kommersant.ru/?ysclid=1w9aps4ppq929015239>(дата обращения:16.05.2024).

REFERENCES

1. Chelyapina V., Lizakova R.A. Features of the sale of goods on marketplaces // Smart digital economy. 2022. No.3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-prodazhi-tovarov-na-marketpleysah> (date of access: 05/14/2024).
2. Wildberries online store: official website. – [Electronic resource]. URL.: <https://www.wildberries.ru/> (date of request:05/16/2024).
3. Marketplace. Self-help guide for a marketplace manager. / A. Chunakov / Moscow. Ridero Publishing House. 2023 – 261с. ed.1.
4. Shevchenko, D. A. Promotion of goods and services : a practical guide / D. A. Shevchenko, E. V. Ponomareva. - 2nd ed. - Moscow : Dashkov and K, 2022. - 372 p. - ISBN 978-5-394-04945-3. - Text : electronic. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1926422> (date of application: 06/16/2024). – Access mode: by subscription.
5. Shendrik P.V. THEORETICAL FEATURES OF THE FUNCTIONING OF MARKETPLACES // MNIZH. 2022. №10 (124). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-osobennosti-funktsionirovaniya-marketpleysov> (date of application: 05/15/2024).
6. Shamina, I. S. Marketplaces: how to earn your first million. Instructions for beginners: popular science edition / I. S. Shamina. - Moscow ; Vologda : Infra-Engineering, 2023. - 272 p. - ISBN 978-5-9729-1451-7. - Text : electronic. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2094438> (date of application: 06/16/2024). – Access mode: by subscription.
7. How to make money on Instagram [Text] : [16+] / Daria Manelova. - Moscow : Alpina Publisher, 2019. - 215, [1] p. : color. ill.; 24 cm. - (#instagramna100).; ISBN 978-5-9614-1043-3 : 3000 copies.
8. VKontakte promotion. / Anastasia Yugova / Moscow. Publishing house AST. 2021 – 320 p. ed.2 (New edition).
9. Khalilov, D. The slippery slope method: Storytelling for Reels, Stories, TikTok videos and other formats of social networks: a practical guide / D. Khalilov. - Moscow : Alpina Publisher, 2022. - 583 p. - ISBN 978-5-9614-4271-7. - Text : electronic. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1904813> (date of application: 05/17/2024). – Access mode: by subscription.
10. Grigorieva Natalia Evgenievna, Grigorieva Iraida Valerianovna, Danilova Natalia Vyacheslavovna, Ishina Alexandra Nikolaevna SEO AS AN EFFECTIVE MARKETING TOOL FOR PROMOTION ON MARKETPLACES // Bulletin of RUK. 2023. No.2 (52). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/seo-kak-effektivnyy-marketingovyy-instrument-dlya-prodvizheniya-na-marketpleysah> (date of access: 05/14/2024).
11. OZON — online store: official website. – [Electronic resource]. URL.: <https://www.ozon.ru/> (date of request:16.05.2024).
12. Petrova A.V. PRODUCT ASSORTMENT MANAGEMENT ON MARKETPLACES // Economics and business: theory and practice. 2023. №7 (101). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-tovarnym-assortimentom-na-marketpleysah> (date of reference: 05/15/2024).
13. Grishkov, S. I. Financial strategy of Russian E-commerce corporations: definition and key components / S. I. Grishkov // Bulletin of Eurasian Science. — 2023 — vol. 15 — No. s4. — URL: <https://esj.today/PDF/07FAVN423.pdf> (date of application:16.05.2024).
14. News in Russia and the world – TASS. [Electronic resource]. URL.: <https://tass.ru/?ysclid=1w9am8bzlp195893995>(accessed date:05/16/2024).

15. Kommersant — the latest news from Russia and the world. [Electronic resource]. URL.: <https://www.kommersant.ru/?ysclid=lw9aps4ppq929015239>(accessed date:16.05.2024).

Информация об авторах

Кашпурова Оксана Владимировна – к. э. н., доцент кафедры «Финансовый и стратегический менеджмент», Иркутский государственный университет путей сообщения, г. Иркутск, e-mail: okashpurova@mail.ru

Камкина Вероника Олеговна – студент 2 курса, направление «Таможенное дело», Иркутский государственный университет путей сообщения, г. Иркутск, e-mail: lady.camkina@yandex.ru

Information about the authors

Kashpurova Oksana Vladimirovna - Ph.D. Sci., Associate Professor of the Department "Financial and Strategic Management", Irkutsk State Transport University, Irkutsk, e-mail: okashpurova@mail.ru

Kamkina Veronika Olegovna – 2nd year student, direction "Customs business", Irkutsk State Transport University, Irkutsk, e-mail: lady.camkina@yandex.ru