

ИЗ ГРЯЗИ В КНЯЗИ В БИЗНЕСЕ ЭЛЕКТРОННОЙ
КОММЕРЦИИ И ДРОПШИППИНГЕ

ПРОДАВАЙ
ОНЛАЙН КАК
СУМАСШЕДШИЙ

ДАРЬЯ ТКАЧЕВА

Дарья Ткачева

ПРОДАВАЙ ОНЛАЙН КАК СУМАСШЕДШИЙ

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=63470343

ISBN 9785005187932

Аннотация

Если вы хотите узнать всё о дропшипинге и о том, как открыть прибыльный интернет-магазин с минимальными вложениями и без какого-либо опыта – то вы попали в нужное место. Вы научитесь построению бизнеса Э-коммерции в Интернете, как выбрать нишу, найти продаваемые товары для продажи, как найти поставщиков и построить с ними крепкие отношения, получить клиентов, методам безопасности, маркетингу и как стать профессиональным Дропшиппером менее чем за 7 дней.

Содержание

СОРУRIGHT© 2020	5
ВВЕДЕНИЕ	6
ЧТО ТАКОЕ ДРОПШИППИНГ?	9
КАК ЭТО РАБОТАЕТ?	11
ПЛЮСЫ И МИНУСЫ ДРОПШИППИНГА	15
ПЛЮСЫ	16
МИНУСЫ	21
КАК НАЧАТЬ ДРОПШИППИНГ БИЗНЕС?	26
SHOPIFY	28
WORDPRESS	30
КЛИЕНТ НЕ ДОЛЖЕН ЗНАТЬ, ЧТО ВЫ ДРОПШИППЕР	31
ПРАВИЛЬНЫЙ ВЫБОР НИШИ И ОТРАСЛИ	32
ОПРЕДЕЛЕНИЕ НИШИ	33
КАК ВЫБРАТЬ СВОЮ НИШУ	36
ПОИСК И АНАЛИЗ НИШИ	38
ВЫБОР НИШЕВОГО ПРОДУКТА	40
ПАРАМЕТРЫ ВЫБОРА НИШЕВОГО ПРОДУКТА	41
КАК ВЫБРАТЬ ПРАВИЛЬНЫЙ ПРОДУКТ	45
Конец ознакомительного фрагмента.	46

ПРОДАВАЙ ОНЛАЙН КАК СУМАСШЕДШИЙ

Дарья Ткачева

© Дарья Ткачева, 2020

ISBN 978-5-0051-8793-2

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

COPYRIGHT© 2020

Copyright© 2020 Все права защищены. Любую часть этой книги нельзя дублировать, передавать или воспроизводить в электронной или в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами без письменного разрешения владельца авторских прав.

Материал, изложенный в данной книге, только для личного пользования. Вы не можете изменять, распространять, продавать, использовать, цитировать или перефразировать любую часть или содержание этой книги без согласия автора или владельца авторских прав.

Мы сделали все возможное, чтобы предоставить точную, актуальную и достоверную полную информацию. Никаких явных или подразумеваемых гарантий не предоставляется. Читая этот документ, читатель соглашается с тем, что ни при каких обстоятельствах автор или издатель не несет юридической ответственности и не несет вины за возмещение ущерба, убытки или денежные убытки прямые или косвенные, которые понесены в результате использования информации, содержащейся в этой книге, включая, помимо прочего, – ошибки, упущения или неточности. ПРОДАВАЙ ОНЛАЙН КАК СУМАСШЕДШИЙ.

ВВЕДЕНИЕ

Зарабатывать деньги в Интернете сейчас проще, чем когда-либо! В прежние времена пришлось бы потратить круглую сумму для настройки веб-сайта, доменного имени, хостинга, на покупку большого количества товаров, хранение на складе, а также на устранения всех неурядиц, связанных с заполнением и отправкой заказов. Появление прямой доставки избавляет вас от лишней тяжёлой работы, вдобавок деньги приходят на ваш банковский счёт в считанные минуты. Риски значительно ниже, чем при открытии обычного магазина. Для дропшиппинга не нужен склад для хранения товаров и не нужно закупаться оптом; всё, что необходимо сделать, это найти поставщика, прорекламирровать продукт и отправить заказ поставщику. Затем он самостоятельно отправляет товар клиенту. Прямая доставка не является новой схемой – она разработана давно и ей пользуются миллионы людей.

Если вы хотите узнать всё о дропшиппинге и о том, как легко заработать деньги, то вы попали в нужное место. За последние годы я построила успешный бизнес в области электронной коммерции, цифрового маркетинга и веб-разработки. Я обладаю обширными знаниями в этих сферах и богатым практическим опытом. Но самое приятное это то, что я смогла вести образ жизни в Интернете, зарабатывая боль-

шие деньги, работая где угодно и имея возможность делать то, что хочу, и когда хочу.

Книга предназначена для новичков, но если вы испытываете трудности в электронной коммерции, многие из советов и приёмов, которыми я поделюсь с вами, помогут на вашем пути. Я расскажу, что именно я выполняла для построения прибыльного бизнеса дропшипинга. А также я покажу, как найти свою нишу, как искать горячие продажи в этих нишах, определить идеального клиента и затем привлечь его в ваш магазин, чтобы совершить покупку. Вот несколько вопросов, ответы на которые будут мотивировать вас на построение онлайн-бизнеса.

– Почему вы хотите начать дропшипинг-бизнес?

– Что изменил бы постоянный поток пассивного дохода в вашей жизни?

– Вы довольны, чем занимаетесь сейчас?

– Если у вас появилось бы много свободного времени – что бы вы предпочли делать?

– Хотели бы вы работать из любой точки мира?

Ответы на эти вопросы, будут оставлять вас мотивированными во время взлётов и падений, в моменты, когда окру-

жающие будут говорить сдаваться. В таких ситуациях единственное, что будет поддерживать мотивацию, – это почему. Итак, почему? Стремитесь купить новую машину? Надое-ло работать полный рабочий день? Хотите стать предприни-мателем? Падения не должны вас пугать или расстраивать. Помните, почти всегда, когда вы совершаете ошибку, вы ста-новитесь более опытным в следующий раз. Действенные лю-ди не боятся оступиться или ошибиться. В этом и есть раз-личие между успешными и неуспешными людьми.

ЧТО ТАКОЕ ДРОПШИПИНГ?

Дропшипинг – это доставка товаров от поставщика прямо к покупателю. Продавец (посредник) не хранит товары у себя на складе или вовсе обходится без него. Товары отправляются клиенту со склада поставщика, оптовика, дистрибьютора или производителя.



Сегодня существуют тысячи интернет-магазинов, продающих всевозможные продукты, которые только можно представить: одежду, книги, ювелирные украшения, косметику или товары для дома. Несмотря на это, по-прежнему суще-

ствуует спрос на решения для онлайн-покупок. В этой процветающей среде стали популярны такие концепции, как дропшипинг, что позволило многим начать собственный бизнес. С помощью дропшипинга интернет-магазин продаёт товары, которые не хранит физически в своих магазинах, а покупает у третьей стороны, только когда клиент оплачивает покупку. Фактически вложения минимальны.

В дропшипинге географические и политические границы больше не являются препятствием для бизнеса. Вы можете продавать товары по всему миру почти так же легко, как и людям, находящимся поблизости от вас. Дропшипинг прост в настройке и в ведении бизнеса. Все необходимые инструменты доступны онлайн бесплатно или за небольшую плату, и вы можете использовать их из любой точки мира, если у вас есть подключение к Интернету!

КАК ЭТО РАБОТАЕТ?

Прямая доставка – это схема, которая позволяет вам приобретать товары у производителя, оптового продавца или другого поставщика и отправлять их напрямую вашему клиенту. Это означает, что вам не обязательно продавать товары своему клиенту традиционным способом (не нужно покупать товар и отправлять его со своего склада), вы можете ускорить процесс и отправить товар прямо вашему клиенту со склада поставщика. Вы никогда не видите продукт, и вы никогда не отправляете его. Поставщик от вашего имени (имени фирмы) отправляет товар заказчику.

Проще говоря, дропшипинг – это бизнес-модель, которая позволяет магазину продавать товары, которыми он не владеет. При прямой доставке магазин – это агент-исполнитель, который покупает продукт у третьей стороны только после того, как покупатель совершит оплату. Основная роль дропшиппера – обеспечить доставку продукта покупателю, что он делает удаленно.

Дропшипинг позволяет бизнесу пользоваться всеми преимуществами торговли, не страдая от всех хлопот, таких как инвентаризация, стоимость запасов и аренда склада. Конечно, поскольку для совершения покупки клиентам нико-

гда не придётся физически посещать точку продажи, вам не нужно физическое место, откуда можно вести свой бизнес. Наряду с этим вы также будете освобождены от огромных затрат на страхование, безопасность и техническое обслуживание, которые связаны с реальными запасами на ваших полках.

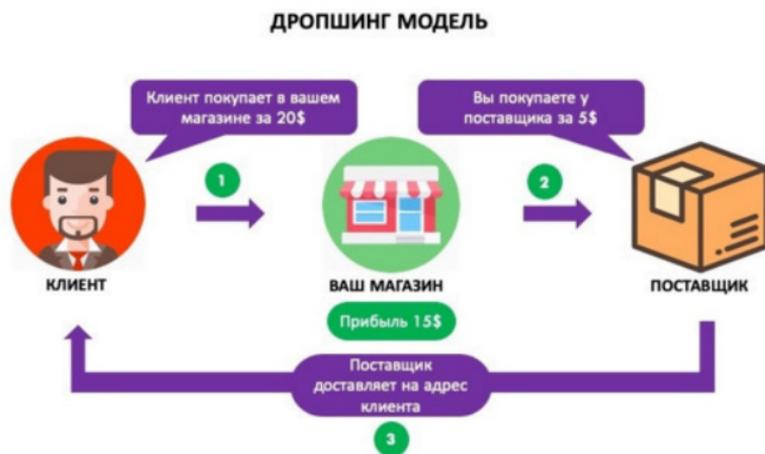
Есть много различий между обычным бизнесом электронной коммерции и бизнесом, использующим модель прямой доставки. Некоторые из этих различий включают операционную логистику, операционные расходы, операционную маржу, барьеры для входа и скорость прибыли.

Операционная логистика – если вы ведете бизнес с использованием прямой доставки, вам не нужно иметь какие-либо запасы или отправлять какие-либо продукты, что дает вам свободу управлять своим магазином практически из любой точки мира. Когда вы управляете типичным интернет-магазином, вам необходимо продумать логистику, связанную с управлением складом, пополнением запасов и координацией доставки.

Операционные расходы – если вы ведете традиционный бизнес электронной коммерции, вы должны учитывать затраты на оплату вашего склада, оплату персонала, необходимого для управления вашим складом, оплату запасов, до-

ставку и обслуживание клиентов.

Операционная маржа – это коэффициент, который измеряет ценовую стратегию и операционную эффективность компании. Это часть выручки компании, которая остается после оплаты переменных производственных затрат. Операционная маржа для компании, использующей прямую доставку, всегда будет ниже, чем у типичной компании электронной коммерции, потому что вы не несете брмени по хранению запасов или доставке продукта.



При работе в качестве торгового посредника обычный метод ценообразования называется ключевым. *Сумма, за которую вы продаете продукт, в два раза превышает сумму, которую вы платите*

производителям. Это одна из самых известных ценовых стратегий для этого типа бизнеса. Например: поставщик продает товар по цене 5 долларов. Вы выставляете в своем интернет-магазине этот же товар, но только по своей цене, которую вы посчитаете нужной, например 20 долларов. Клиент платит вам 20 долларов, а вы платите поставщику 5 доллара. По итогу ваша прибыль составляет 15 долларов.

ПЛЮСЫ И МИНУСЫ ДРОПШИПИНГА

ПЛЮСЫ

МЕНЬШЕ РИСКОВ

Бизнес, использующий прямую доставку, также в меньшей степени связан со стрессом и требует меньше затрат времени, чем управление складом и перевозка запасов. По крайней мере, до тех пор, пока он не вырастет и не превратится в вашу постоянную работу (и не станет вашим единственным источником дохода). Если по какой-либо причине вы не осуществляете никаких продаж или делаете значительно больше продаж, чем вы ожидали, вы не столкнетесь с проблемами, связанными с хранением запасов, которые вы не можете продать, или с исчерпанием запасов популярного продукта. За эти проблемы отвечает ваш поставщик. Если у вашего поставщика заканчивается продукт, у вас всегда есть возможность положиться на резервного поставщика.

НИЗКАЯ СТОИМОСТЬ ДЛЯ СТАРТА

Огромный плюс и наиболее очевидное преимущество прямой доставки – это то, что для ее запуска требуется очень мало денег. Все, что связано с дропшиппингом, предназначено для использования в Интернете. Благодаря этому прямая доставка фактически позволяет вам не только начать

свой бизнес, не тратя много средств на товарные запасы, но и открыть свой «магазин» без какого-либо инвентаря.

Это, без сомнения, самое большое преимущество прямой доставки. Любой может открыть свой собственный магазин электронной коммерции, без необходимости вложения огромной суммы капитала. Мало того, что в этом случае бизнес несет меньше рисков, но и начальные расходы также значительно ниже. А это означает, что вы начнете зарабатывать деньги на своем бизнесе быстрее, чем на традиционном магазине электронной коммерции. Традиционная розничная торговля требует от предпринимателя определенных вложений в товарные запасы. Прямая доставка устраняет это препятствие. При прямой доставке нет необходимости совершать какие-либо покупки до тех пор, пока продажа не будет сделана и деньги не будут оплачены покупателем. Это позволяет вам начать свой собственный бизнес в сфере электронной коммерции уже сегодня с небольшими деньгами.

НИЗКИЕ РАСХОДЫ

Поскольку вам не нужно арендовать или покупать складские помещения или же покупать товарные запасы, ваши расходы сведены к минимуму. Многие люди управляют своим бизнесом по доставке прямо из дома, используя для этого не более чем ноутбук или настольный компьютер, с наклад-

ными расходами менее 100 долларов в месяц. По мере роста вашего бизнеса эти накладные расходы будут расти, но они все равно будут ниже, чем при владении обычным бизнесом электронной коммерции, для которого вам нужны физические запасы.

ГИБКОСТЬ В ВЫБОРЕ МЕСТОПОЛОЖЕНИЯ

Прямая доставка может быть осуществлена откуда угодно, при условии, что у вас есть подключение к Интернету. Вам просто нужно иметь возможность общаться со своими клиентами и поставщиками, а это значит, что вы можете вести свой бизнес из любого места.

БОЛЬШОЙ ВЫБОР ПРОДУКТОВ

Поскольку нет необходимости покупать товар заранее, вы можете предоставить своим потенциальным клиентам очень хороший выбор товаров. Если выбранные вами поставщики хранят товар, вы можете разместить его на своем веб-сайте без дополнительных затрат. Это означает, что, если вы заметили, что конкретный продукт редко покупается, вы можете продолжать выставлять его на продажу, не занимая ценного складского пространства. Это также дает вам возможность продавать новый продукт на рынке без риска того, что он не станет популярным. Это особенно полезно, ес-

ли вы решили продавать сезонные товары или товары, основанные на популярных тенденциях, например таких как телешоу или фильмы.

МЕНЬШЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Когда вы ведете традиционный бизнес, уровень вашего дохода напрямую зависит от объема выполняемой вами работы. Используя поставщиков прямых поставок, они берут на себя большую часть дополнительной работы, связанной с обработкой заказов, и это позволяет вам развивать свой бизнес с меньшими усилиями и хлопотами, связанными с дополнительной работой. Больше продаж всегда приносит больше работы, особенно с точки зрения обслуживания клиентов, но использование прямой доставки позволяет масштабировать работу лучше, чем традиционный.

ВАШ БИЗНЕС ВЫГЛЯДИТ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ

Другое большое преимущество прямой доставки по сравнению с партнерским маркетингом состоит в том, что вам не нужно упоминать о существовании дропшипинг-бизнеса. Другими словами, покупатель никогда не поймёт, что вы не являетесь собственником товара. Вы продаете товары так, как если бы они были вашими. Это невероятный плюс, поз-

воляющий вашему бизнесу выглядеть намного профессиональнее!

МИНУСЫ

ПРОБЛЕМЫ С ДОСТАВКОЙ

Большинство дропшипперов работают одновременно с несколькими разными поставщиками. Это означает, что товары, которые вы продаете, поступают от нескольких субъектов. Эта модель может вызвать проблемы с расходами на доставку. Например, предположим, что клиент заказал у вас три разных продукта. Все они поступают от разных поставщиков, а это означает, что вы оплачиваете транспортные расходы для трех отдельных продуктов, что увеличивает затраты на доставку заказа покупателю. На самом деле неразумно перекладывать эти расходы на своих клиентов, так как они будут считать, что вы завышаете цену за доставку, и даже если вы решите это сделать, автоматизировать расчет затрат будет непросто. Это также может вызывать раздражение клиентов, когда они заказывают три продукта в одном магазине и все три продукта отправляются им по отдельности. Вдобавок получение трех разных номеров для отслеживания лишает клиентов ощущения контроля над своими заказами.

ПРОБЛЕМЫ С ЗАПАСАМИ

Когда вы ведете бизнес, в котором у вас есть собствен-

ные запасы, довольно легко отследить, какие товары есть в наличии, каких мало, а какие и вовсе отсутствуют. Но когда вы решаете осуществлять дропшиппинг, вы полагаетесь на других поставщиков, и эти поставщики не только снабжают ваших клиентов – они также работают на других продавцов. Таким образом, их уровень запасов меняется ежедневно. Вы можете использовать системы, которые позволяют синхронизировать инвентарь вашего магазина с инвентарем ваших поставщиков, но это не всегда работает очень хорошо, и некоторые поставщики не поддерживают необходимые технологии. Это может привести к тому, что ваши клиенты будут очень разочарованы, когда, заказывая товар, единственное, что они получают – это информацию об отсутствии уже оплаченного товара, а также необходимости подождать его появления на складе.

ПРОБЛЕМЫ С ПОСТАВЩИКАМИ

Еще один риск при ведении онлайн-бизнеса, использующего поставщиков для доставки заказа вашим клиентам, заключается в том, что что-то может пойти не так. От технических проблем до недопонимания, при этом будут моменты, когда вам придётся взять вину на себя. Как часто вам приходилось брать на себя ответственность за то, что случилось явно не по вашей вине? Даже лучшие поставщики услуг прямой доставки будут время от времени совершать ошибки,

и отвечать за них придется вам. Если вы пользуетесь услугами некачественных поставщиков, у вас будет больше проблем, чем вы можете себе позволить. К примеру, пропаша или порча товаров из-за некачественной упаковки – они могут быть не вашей ошибкой, но в конечном результате пострадает именно ваша репутация и ваш бизнес.

Еще одна вещь, о которой следует помнить при ведении бизнеса с поставщиками, осуществляющими прямые поставки, заключается в том, что большинство интернет-магазинов работают с более чем одним поставщиком продукции. Это может привести к осложнениям, поскольку не существует общего стандарта для форматов данных. То есть такие процессы, как обработка заказов, настройка учетной записи и выставление счетов, могут отличаться от одного поставщика к другому. В результате взаимодействия с поставщиками могут стать более сложными и дорогостоящими, если вы будете смешивать детали разных контрагентов. Об этом следует помнить при выборе поставщиков.

УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОМ

Создание веб-сайта для рекламы продуктов, которые вы хотите продавать, потребует некоторых знаний. Хотя существуют платформы, которые вы, как нетехнический специалист, можете использовать для управления своим веб-сай-

том, некоторые базовые знания по-прежнему будут полезны для вас, когда вы пройдете через процесс настройки своего веб-сайта и научитесь его эффективно использовать. Базовое понимание того, как управлять веб-сайтом, а также как найти любую информацию, которая может понадобиться вам для решения проблем, с которыми вы можете столкнуться, значительно упростит процесс ведения вашего бизнеса.

ЦЕНЫ НА ДОМЕНЫ

Когда вы запустите свой веб-сайт, вам придется заплатить за свое доменное имя. При выборе платформы для регистрации своего доменного имени следует помнить о том, что цена, которую вы видите в рекламе, может не всегда совпадать с ценой, которую вы платите. Многие компании, которые сдают доменные имена в аренду, сначала взимают начальную цену, а по прошествии определенного времени переводят вас на свой обычный тариф. Убедитесь, что вы прочли мелкий шрифт и знаете о любом повышении цен. Если вы не можете найти подобную информацию на их веб-сайте, это еще не значит, что цена не является начальной. Свяжитесь с компанией, которой интересуетесь, и спросите, будет ли стоимость услуги меняться со временем. Использование начальной цены не является чем-то отрицательным, просто важно знать и быть готовому к тому, что она не является окончательной и по прошествии определенного времени

платить придется больше.

Таким образом, зная все минусы ведения дропшипинг-бизнеса, можно предугадать некоторые негативные ситуации, а также более ответственно отнестись к выбору поставщиков, используя мой опыт, которым я поделюсь с вами в этой книге.

КАК НАЧАТЬ ДРОПШИПИНГ БИЗНЕС?

Начать собственный бизнес по доставке проще, чем вы думаете, и это дает некоторые фантастические преимущества: вам не нужно отвечать ни перед кем, кроме себя, получение вознаграждения за приложенные усилия, а также гибкость в выборе места работы. К сожалению, большинство людей думают, что они не обладают достаточным количеством времени, денег или необходимых навыков для открытия и ведения собственного бизнеса в Интернете. Но это не более чем отговорки. Вам не нужно много времени – фактически, большую часть времени вы потратите на настройку своего интернет-магазина. Как только вы узнаете, как это сделать, вы сможете запустить полностью функционирующий магазин электронной коммерции практически за день.

Всё что вам нужно – это интернет-магазин. Вы не можете продавать товары онлайн, не имея интернет-магазина, ведь это функциональная часть всего процесса прямой доставки. Интернет-магазин – это то, что видят ваши покупатели и то, где они заказывают свою продукцию; они не видят, что происходит за кулисами. Интернет-магазин должен быть удобным для ваших клиентов, а также быть визуально дружелюб-

ным и гостеприимным.

Действительно, раньше единственным способом создать веб-сайт было умение кодировать. Несмотря на то, что для создания полностью своего веб-сайта вам все еще придется код, сейчас определенно доступны и другие варианты. В наши дни этот процесс почти полностью автоматизирован, ведь есть множество платформ для создания интернет-магазинов. Одни из моих самых любимых – это Shopify и WordPress.

Если вы хотите выбрать платформу специально подходящую для дропшиппинга, то рекомендую выбрать Shopify.

SHOPIFY

Shopify – это ведущая платформа в электронной коммерции для создания собственных интернет-магазинов, которая обладает всеми необходимыми функциями для продажи товаров. Как только вы создадите аккаунт на этой платформе, вам становятся доступны такие функции, как: создание веб-сайта, выбор шаблона дизайна, подходящего именно вашей сфере бизнеса, лёгкое подключение домена, а также подключение к платежным системам на выбор. Shopify прост в использовании, поэтому вы сможете создать собственный магазин, даже если у вас нет надлежащего опыта. Это платформа для покупок, которая обрабатывает все для вас. Вы можете добавлять свои продукты, выполнять заказы, отслеживать продажи и многое другое.

Shopify предоставляет собственный веб-хостинг с их сервисом корзины покупок. Он также очень быстрый, что очень важно, ведь если ваши посетители будут ждать загрузки ваших веб-страниц, то они, скорее всего, уйдут.

Shopify обрабатывает ваши платежи по кредитным картам. Как только вы откроете свой магазин, вы сможете начать получать заказы и принимать платежи по кредитным картам. Когда вы используете платежи Shopify, вы не платите комис-

сию за транзакцию, при этом не требуется стороннее программное обеспечение для кредитных карт. Цены на процессинг кредитных карт основаны на вашем плане в Shopify. Вы также можете подключать сторонние платежные системы, такие как PayPal, Stripe, 2checkout и т. д.



shopify

WORDPRESS

WordPress – это платформа для создания собственного веб-сайта, блога или интернет-магазина.

Alidropship – это плагин WordPress для прямой поставки с Aliexpress, который позволяет импортировать товары с данного сайта.

Основное отличие состоит в том, что в Shopify уже все сделано для вас и ваших продаж, тогда как использование Alidropship означает самостоятельное создание вашего сайта. Если вы уже знакомы с настройкой WordPress и установкой плагинов, тогда пользоваться Alidropship будет довольно просто. Если у вас нет опыта установки WordPress, то вам может быть намного проще пользоваться платформой Shopify.

КЛИЕНТ НЕ ДОЛЖЕН ЗНАТЬ, ЧТО ВЫ ДРОПШИПЕР

Отправитель товара жизненно важен для заказа и процесса выполнения. Тем не менее, он всегда остается невидимым для покупателя. Как только посылка будет получена, клиент найдет логотип и обратный адрес вашего интернет-магазина. Нигде не указывается имя оптовика, который в данном случае является грузоотправителем. В случае возникновения каких-либо проблем с заказом или посылкой, покупатель свяжется с интернет-продавцом, которому, в свою очередь, придется негласно скоординироваться с оптовиком для того, чтобы решить проблемы и предоставить покупателю правильный заказ. Ответственность поставщика за дропшипинг заключается в хранении и отправке товаров. Это не имеет отношения к клиенту. За все остальное, что связано с продажами, например маркетинг, обслуживание клиентов и т. д., ответственность будет нести продавец.

ПРАВИЛЬНЫЙ ВЫБОР НИШИ И ОТРАСЛИ

Теперь, когда у вас есть основное представление о том, как работает дропшипинг и что необходимо для запуска, вы можете начать думать о том, как вы собираетесь строить свой бизнес. Все начинается с выбора продукта, а также сектора/ниши. Продукт, конечно же, будет тем объектом, который вы будете продавать, и его выбор будет зависеть от сектора или ниши, в которую вы решите войти. Сектор или ниша – это, конечно, та сфера, в которой вы хотите работать. Важно: этот выбор повлияет на все – от цены ваших продуктов и категории людей, которым вы их продаете, до типа бизнеса, с которым вы будете работать.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ НИШИ

Нишевые продукты – это те продукты, которые привлекают небольшую часть населения. Они включают модные товары (с их многочисленными поднишами), экологически чистые продукты питания, товары для домашних животных, электронные товары, детскую одежду, товары для здоровья и красоты и т. д. Торгуя нишевым продуктом, вы сужаете определенный сегмент рынка и сосредотачиваетесь только на нем. Это помогает вам сконцентрировать все свои усилия на этой конкретной демографической группе, а не на всех людях в целом, как это происходит в массовом маркетинге. Производители на нишевых рынках обычно небольшие и узкоспециализированные, а некоторые из них фактически производят свою продукцию вручную. Ручная работа – это ниша в модной категории. Она говорит о роскоши и уникальности и привлекает более высокие цены.

Выявление и подтверждение жизнеспособности ниши – это один из самых важных процессов, через которые проходит дропшиппер перед запуском. Он также может быть невероятно стрессовым, потому что в дальнейшем часто бывает разница между успехом и неудачей. В поиске своей ниши никогда не следует полагаться исключительно на экспертов по электронной коммерции и онлайн-курсы, которые они

предлагают. Они просто дадут вам список продуктов и скажут, что они нишевые, при этом они сделают то же самое с тысячами других дропшипинг-предпринимателей, опровергая само определение ниши.

Нишевый рынок – это особый сектор покупающего населения, который не охвачен продуктом. Традиционные предприятия обычно игнорируют нишевые рынки, поэтому вы можете получить огромную выгоду, настроив свою компанию для удовлетворения их потребностей. Чтобы найти нишевые рынки, просто посмотрите на области и сегменты рынка, обслуживаемые крупнейшими предприятиями в вашем регионе, а затем попытайтесь найти места, где работают их маркетинговые и торговые сети.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НИШИ

При определении ниши вы укрепляете доверие. Когда вы определяете конкретный продукт или рынок и сосредотачиваете на нем все свои усилия, вы можете легко узнать все, что нужно о нем знать, и зарекомендовать себя в качестве авторитета. Затем вы укрепляете доверие среди клиентов.

Чтобы укрепить доверие и установить свой авторитет лидера, вы должны привлечь свой целевой рынок во всех доступных социальных сетях. Вам нужно раскручивать Instagram, делать публикации в Facebook, создавать доски

в Pinterest и видео на YouTube о выбранном вами нишевом продукте/рынке. Наполняя все социальные сети сообщениями о себе и своем продукте, вы заставите всех считать вас настоящим авторитетом в этом секторе!

КАК ВЫБРАТЬ СВОЮ НИШУ

Мы называем ее нишей, потому что ниша – это особая категория. Это не только ваша тема, но и тот тип людей, которые будут читать ваш контент. Очень важно, чтобы вы выбрали нишу правильно, потому что она будет влиять на размер вашей потенциальной аудитории. Выбирая тему, вы хотите, чтобы она была особенной. Это означает, что она нацелена на людей определенного типа, которым интересны именно такие вещи. Примером ниши может быть спорт, а именно йога. Так, только люди, которые интересуются йогой, будут покупать у вас товары или читать ваш блог. Таким образом, вы создаёте для себя нишу, вместо того чтобы пытаться привлечь весь рынок, а это, в свою очередь, означает, что вы резко сокращаете количество конкурентов, с которыми сталкиваетесь. Теперь вам не нужно конкурировать с крупнейшими компаниями в сети, к тому же вы обнаружите, что платить за такие вещи, как реклама AdWords, значительно дешевле, чем за более общую тему. Точно так же попасть в топ Google по релевантным ключевым словам, таким как «покупка товаров для йоги через Интернет», будет намного проще, чем пытаться получить общее ключевое слово электронной коммерции, такое как «покупка онлайн». Но проблема с выбором конкретной темы заключается в том, что иногда она может быть слишком конкретизи-

рованной, до такой степени, что никто не будет заинтересован в её покупке. С другой стороны, такую нишу, как фитнес, можно считать слишком широкой. Покупка спортивной одежды в Интернете – чрезвычайно популярный поисковый запрос. Таким образом, ниша или идеальная отрасль имеет широкую привлекательность, но это все же придает ей уникальность. Таким образом можно привлечь много людей, но при этом избежать прямого соперничества с основными конкурентами. Это также предоставит вам лучший способ выхода на рынок – термин, описывающий любой прямой доступ, который у вас может быть к вашей целевой аудитории. Примером пути к рынку, например, может быть форум, посвященный теме, о которой вы пишете, или какой-то блог.

ПОИСК И АНАЛИЗ НИШИ

Кто лучшие покупатели? Женщины – это лучшие покупатели, поскольку они более охотно участвуют в обустройстве быта, контроле семейных расходов, а также, в целом, чаще совершают покупки (в том числе подарки).

Все сводится к основным человеческим желаниям. Любовь, удовольствие, материальное благополучие, уверенность в себе, социальный успех, самореализация. Эти желания в основном универсальны. Люди больше склонны пользоваться предложениями товаров для увлечений, таких как коврики для йоги, спортивная обувь, принадлежности для рыбалки или товары для здоровья, чем предложениями обычных товаров (мебель и т.д.). Люди покупают больше вещей, которые им нравятся, поэтому дайте им побольше выбора.

Вопросы, которые следует задать себе о потенциальной нише, которую вы рассматриваете:

– Является ли продукт временным трендом?

– Является ли продукт сезонным?

– Есть ли спрос на продукцию на выбранном рынке?

- Готовы ли люди платить за продукцию в выбранной нише?**
- Есть ли у вас интерес к этому нишевому продукту?**
- Легко ли получить продукцию от поставщика?**
- Можно ли получить продукты по достаточно низкой цене и продать с достаточно высокой маржей? (вы хотите получить маржу 50%).**
- Могли бы вы использовать бренд или создать информационный/цифровой продукт для нишевого продукта?**

ВЫБОР НИШЕВОГО ПРОДУКТА

Выбор правильных продуктов

Самое большое препятствие, которое вам придется преодолеть, – это выбор правильной ниши и правильных продуктов, на которых следует сосредоточить свое внимание. Этот выбор имеет решающее значение при определении того, будет ли ваш бизнес по прямой доставке успешным или нет. Самая большая ошибка, которую вы можете сделать, – это выбрать продукт, основанный на ваших личных увлечениях или интересах, особенно если вы хотите построить действительно успешный бизнес по прямой доставке. Вы должны поставлять то, что хотят другие люди, а не то, что хотите вы, особенно если вы не из тех людей, которые следят за тенденциями или часто считаются «нестандартными». Я не могу сказать вам, какой товар продавать, но могу дать вам несколько идей о том, как выбрать правильный.

ПАРАМЕТРЫ ВЫБОРА НИШЕВОГО ПРОДУКТА

Теперь, когда у вас есть своя ниша, вам следует выбрать настоящий продукт. Что вам не нужно делать, так это просто найти первый продукт, который вы сможете продать в своей нише. Примером может быть создание сайта фитнес-товаров, привлечение аудитории, а затем попытка продать уже известный протеиновый коктейль. Но почему люди должны покупать у вас, когда есть много других мест, где они могут найти то же самое? Или, когда вы можете купить его в местном магазине? Аналогично, если вы продаете продукт, который явно не ваш и является настолько универсальным, что это может фактически повредить вашим продажам. С другой стороны, если вы можете найти продукт, который в чем-то новый, в чем-то другой, который отражает ваш личный подход к фитнесу, бизнесу или любой нише, тогда вы можете продать то, во что действительно верите, и вы будете в восторге. Точно так же вы можете зарабатывать деньги, продавая менее известный продукт, который вы находите особенно интересным и захватывающим. Лучшими брендами будут те, которые могут расти вместе с вами: найдите компанию, которая делает что-то новое и захватывающее, и заявите, что вы хотели бы с ними работать. После этого вы сможете сосредоточиться на росте и развитии своего бизнеса, и это по-

может вам сформировать реальные и взаимовыгодные отношения, которые оценят и ваши клиенты.

При продаже вашей продукции следует учитывать множество мелких моментов:

– Должны ли вы продавать то, что прослужит долго?

– Стоит ли продавать очень дорогой/дешёвый товар?

– Стоит ли продавать очень удобный товар?

– Стоит ли продавать сезонные товары (к примеру, купальники, шубы, санки)?

Наличие диапазона цен означает, что вы можете удовлетворить людей с любым бюджетом и привлечь лояльных клиентов, которые со временем могут увеличить ваши средние расходы. Например, дешевые расходные материалы имеют явное преимущество в том, что они привлекают посетителей. Так, если вы продаете чай для похудения, кофе, шампуни и маски для волос, то ваши покупатели, вероятно, захотят покупать их примерно раз в месяц/в два месяца. Если вы предлагаете надежное обслуживание и привлекательные цены, то это позволит вам совершать повторные прода-

жи и получать постоянный доход, который, в свою очередь, будет очень доступным и позволит вам составить более конкретные планы для вашего бюджета и т. д.

Другой вариант – построение бизнес-плана. Это компании, которые продают избранные продукты на регулярной основе. Например, они каждый месяц отправляют пакет, содержащий определенное количество продуктов. Это может быть целый ряд разных предметов или что-то одно. Так, это могут быть рассылки книг/журналов, корм для домашних питомцев или уходовые средства для мужчин (наборы бритв, пены для бритья и т. д.). Все это доставляется на регулярной основе – каждый месяц. Это другой способ создать свой дропшиппинг-бизнес, который позволит вам добавить дополнительную реальную ценность, а также увлекательно продвигать продукты ваших партнеров.

Выбирая продукт, проанализируйте детали, ведь ваш выбор может повлечь за собой другие проблемы, с которыми вам придется справляться. Например, если вы планируете продавать телевизоры, то могут возникнуть трудности с доставкой. Если вы хотите продавать алкогольные напитки, то могут быть юридические ограничения, зависящие от того, где живут ваши покупатели.

ПОМНИТЕ: большинство людей думают о необходимости поиска своих покупателей только

ПОСЛЕ того, как они находят товар. На самом деле это полная противоположность тому, как следует это делать! Вы должны найти своих покупателей ДО того, как найдете свой продукт.

КАК ВЫБРАТЬ ПРАВИЛЬНЫЙ ПРОДУКТ

Исследование рынка может показаться сложным, но важно убедиться, что ваш продукт понравится людям, которых вы собираетесь охватить своим продуктом. Если у вас уже есть представление о том, что вы хотите продать, вы можете ознакомиться с тенденциями рынка для того, чтобы узнать, на каком месте сейчас этот продукт находится на рынке. Если вы ещё не знаете, что хотите продавать, то рыночные тенденции могут быть вам полезны. Они могут дать вам представление о том, какие продукты люди покупают в настоящее время или в покупке каких продуктов они заинтересованы. Ищите те продукты, которые решают проблемы вашей целевой аудитории. Если ваша аудитория устала от текущих предложений продуктов, найдите новый и лучший продукт, который вы сможете им предложить. Также может быть отличной идеей выбрать продукт, который нелегко достать на месте, или местный продукт, который востребован за пределами страны, в которой он сейчас доступен. Еще одно предложение – найти товар, исходя из интересов вашей целевой аудитории. Это могут быть модные тенденции.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.