

АНАТОМИЯ ПРИБЫЛЬНОГО ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА

[ПРАКТИЧЕСКОЕ РУКОВОДСТВО]



Александр Сидоренко

Александр Сидоренко
Анатомия прибыльного
интернет-магазина

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=21160619
ISBN 9785448311666*

Аннотация

Интернет-магазин – это намного проще, чем вам кажется: быть успешным владельцем интернет-магазина может кто угодно. Но одни лишь желание и упорство не гарантируют вам успеха: чтобы твердо идти к стабильной прибыли, нужно знать этапы развития бизнеса и планомерно продвигаться от ступеньки к ступеньке. Эта книга должна помочь вам грамотно организовать свою деятельность, не совершая типичных ошибок новичков.

Содержание

Об авторе	5
Предисловие	8
Глава 1. Что такое интернет-магазин	9
Из чего состоит интернет-торговля	11
Виды интернет-магазинов	12
Мифы об интернет-бизнесе	16
Ошибки при ведении онлайн-бизнеса	18
Глава 2. Выбор ниши	19
Список 100	21
Конец ознакомительного фрагмента.	22

Анатомия прибыльного интернет-магазина

Александр Сидоренко

*Не важно, откуда Вы стартуете,
важно куда Вы держите курс.*
Брайан Трейси

© Александр Сидоренко, 2016

© Александр Сидоренко, дизайн обложки, 2016

Корректор Яна Сайдашева

Персональный помощник Роман Власенко

Персональный помощник Ксения Вилкова

ISBN 978-5-4483-1166-6

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Об авторе

Александр Сидоренко:



– Руководитель двух интернет-магазинов

– Автор и ведущий самого реактивного тренинга в России и СНГ по запуску собственного интернет-магазина с нуля с доходом от 1000\$ через 39 дней.

– Сертифицированный специалист Яндекс. Директ и Яндекс. Метрика.

– Сертифицированный специалист Google AdWords

– Интернет маркетолог.

– За год с абсолютного нуля построил 2 прибыльных интернет-магазина, пройдя все тернии Российского и Украинского бизнеса лично.

– За первые 3 месяца в этом бизнесе заработал себе на переезд в Европу, и это на продаже только трех правильно выбранных товаров.

– Еще 5 лет назад я работал по найму и жил в маленьком городе в Украине, сейчас я живу в Европе и управляю удаленно магазинами в России и Украине, которые мне приносят постоянный доход.

– Странник исключительно практического подхода к вопросу оптимизации и увеличения продаж в оптовых и розничных компаниях. Все методы и приемы неоднократно опробовал на своих собственных бизнесах.

Моя история

Продажами занимаюсь давно: начинал сначала делать сайты (на продажу), очень интересовался SEO-продвижением (продавал свои услуги), потом изучал контекстную рекламу. Шишек набил немало, на грабли наступал неоднократно. Пока наконец-то не приобрел самое драгоценное – опыт. Написав книгу «Анатомия интернет-магазинов от А до Я», считаю, что фактически создал для начинающих предпринимателей подробное руководство, адаптивную инструкцию

по запуску интернет-магазина. Им остается только еще раз тщательно все взвесить, определиться с конкретным товаром или услугой и приступить к действиям.

Почему так поступил, зачем решил помочь родиться, продвинуться на рынке своим будущим потенциальным конкурентам, да еще и предостеречь их от возможных ошибок? Не мучайте себя таким вопросом, я на него отвечу – потому что мне это интересно. Мне нравится делиться накопленным опытом, знаниями, некоторыми секретами и фишками, предостерегать будущих предпринимателей от самых распространенных ошибок.

В России рынок электронной коммерции еще не развит настолько, что кому-то не хватит места. Он находится в зачаточной стадии своего развития, и я хочу, чтобы этим смогли воспользоваться те, кто не подозревал даже, что можно все начать с «нуля» и выйти победителем.

Мне нравится посвящать в секреты и тонкости бизнеса, объяснять непонятные моменты, помогать на практике, разбираться в деталях. В книге все это расписано в мельчайших подробностях, надеюсь, что она станет для вас настольным изданием, откроет путь к успеху.

Предисловие

Интернет-магазин – это намного проще, чем вам кажется: быть успешным владельцем интернет-магазина может кто угодно. Но одни лишь желание и упорство не гарантируют вам успеха: чтобы твердо идти к стабильной прибыли, нужно знать этапы развития бизнеса и планомерно продвигаться от ступеньки к ступеньке. Эта книга должна помочь вам грамотно организовать свою деятельность, не совершая типичных ошибок новичков.

Я подробно и емко освещаю, что вам нужно сделать: весь алгоритм от предварительного этапа выбора ниши до редактирования сайта и сценариев общения с покупателями. Информация подается доходчивым, простым языком и содержит большое количество дополнительных полезных фишек. Вы узнаете множество интересных сервисов и авторских приемов, которые существенно упростят вашу работу и сэкономят время. Из этой книги вы узнаете, как выбрать наиболее подходящую нишу, как найти поставщиков, без серьезных затрат создать полноценный интернет-магазин, привлечь покупателей, получить прибыль и запустить аналитику, которая поможет повысить эффективность рекламы.

Эта книга может стать для вас настоящим руководством к действию. Примените полезные знания сразу, как только их получите!

Глава 1. Что такое интернет-магазин

Электронная торговля проще оффлайн-бизнеса, потому что не требует огромного стартового капитала. Сложность в том, что первое время придется работать очень много и упорно трудиться. Новый магазин не станет мгновенно той «волшебной таблеткой», благодаря которой деньги начнут падать в вашу копилку – их придется зарабатывать. Но обо всем по порядку.

Важно сразу понять, что интернет-магазин – это инструмент, с помощью которого будете строить свой бизнес. Едва поместив в него продукт или услугу, придется отслеживать трафик, наращивать инфраструктуру, искать способы повышения конверсии.

Главное из перечисленного выше, естественно, конверсия, то есть задача увеличить число тех посетителей сайта, которые будут осуществлять на нем какие-либо целевые операции. Это вполне реально.

Интернет прочно вошел в нашу жизнь и число пользователей постоянно увеличивается. Не менее стремительно происходит рост электронной коммерции. Даже несмотря на то, что Россия по этому виду бизнеса не находится в числе лидеров, все равно показатели достаточно хорошие – ежегод-

но в сети интернет на 30% увеличивается число предпринимателей. Широкий выбор товаров и услуг, минимальные затраты на поиск и приобретение способствует повышению доверия к интернет-магазинам. Только за последние пять лет в 11 раз увеличилось количество тех людей, которые предпочли интернет-магазин обычному магазину, то есть стали его покупателями.

Показатель неплохой, однако, если рассматривать все в мировых масштабах, то Россия в этой области отстает от многих стран. Например, в Великобритании и США рынок электронной коммерции по отношению к общему объему торговли составляет более 10%. У нас же цифра не превышает 2%. Это говорит о том, что электронный бизнес в России находится на стартовой позиции, и тот, кто сделает удачно первый рывок, войдет в число победителей. Промедление же, как и в спорте, может сказаться на результате, то есть не привести к желаемой победе.

Какой начальный капитал потребуется? Однозначно ответить сложно. Лично у меня было всего 300 долларов. Вложил, получил первые продажи, прибыль начала расти.

Главное не бояться начать – и все получится. А я расскажу, как это сделать.

Из чего состоит интернет-торговля

Работу с интернет-магазином можно разделить на несколько частей, которые мы последовательно разберем:

- Работа с поставщиками
- Интернет-часть, то есть создание витрины товаров, представляющей ваш каталог с возможностью быстро найти и удобно заказать нужную позицию
- Продвижение интернет-магазина
- Организация доставки товара клиенту
- Юридическая сторона бизнеса
- Бухгалтерские вопросы.

Виды интернет-магазинов

1. Классический. Магазин, работавший оффлайн и расширивший свою деятельность на интернет, чтобы привлечь дополнительный поток клиентов. Отличается характерными чертами классического бизнеса: наличие склада, заказ крупных партий товаров, сотрудники, бухгалтер и юрист в штате, логистика, курьеры и т. д. Бизнесмены прикладывают классическую (оффлайн) модель ведения бизнеса на интернет-магазин.

2. Магазин на аутсорсе. Магазин, в котором вы не занимаетесь непосредственно приемом, доставкой, хранением и комплектацией заказов, а передаете эти функции на аутсорс сторонней компании. Вы участвуете только в решении организационных вопросов и процессов – общение с поставщиками и продвижение. Такая модель освобождает массу времени и позволяет получать большую прибыль (около 60—70% от фактической выручки интернет-магазина). Модель освобождает вас от расходов на хранение товара и зарплаты сотрудникам.

3. Дропшипинг. Продажи проходят по системе дропшипинга. В этом случае вы можете вообще не быть непосредственно знакомым с товаром, ни разу не видеть и не держать его в руках. В этом нет необходимости – вы выступаете в роли продавца-посредника и можете сами устанавливать

цены. Вам не нужен склад, поскольку за отправку и доставку товара отвечает сам поставщик. Когда покупатель совершает заказ, вы оставляете себе комиссию, а оптовую цену платите поставщику. Этот рынок постоянно развивается, появляются новые, интересные предложения, но у дропшипинга есть свои недостатки. В частности, минусами подобной модели является полная предоплата клиента (очень немногие поставщики работают по наложенному платежу). 100%-ная предоплата может вызвать недоверие со стороны покупателей, если вы новый игрок на рынке. По такой схеме работает ряд крупных компаний на рынке, и их доход исчисляется миллионами долларов в год. Если бы вы имели собственный склад и ассортимент товара, вы бы, конечно, зарабатывали в 3—4 раза больше, чем работая по дропшипингу, но и сил прикладывали бы больше. Если вы готовы рискнуть и работать не по дропшипингу – на начальных стадиях складом может служить ваша квартира.

4. Магазины, работающие по партнерской программе. Модель, при которой вы лишь выставляете товар на витрину – например, в личный блог или в интернет-магазин и ставите ссылку на соответствующий интернет-магазин. Большой минус такого бизнеса – он заставляет покупателя делать много телодвижений. Очень привлекательно выглядят сайты, на которых есть кнопка «купить», то есть продажу товара вы осуществляете сами, оставляя себе данные клиента для собственной базы. Этот вид магазина хорош тем, что

вам не нужно заботиться о создании своего магазина – вы получаете комиссионные с продаж благодаря тому, что ваш ресурс посещаем, и высок шанс, что посетитель купит товар партнера. Вы получаете, в зависимости от условий, 20, 30 или 40% стоимости товара, вплоть до 75%.

5. Смешанный тип. Модель, при которой вы учитываете преимущества и недостатки остальных видов интернет-магазинов и создаете собственную бизнес-модель интернет-магазина. Эта модель – самая интересная, потому что предполагает создание чего-то уникального.

Очевидно, что все эти типы достаточно просты, для их реализации нет необходимости в большом количестве помощников, разработке логистических схем и тем более в аренде офиса. То есть основные статьи затрат отпадают и все расходы сводятся к минимуму.

Но это только часть преимуществ бизнеса, проходящего по такой схеме. Есть еще и другие, не менее важные.

Интернет-магазин попадает в поле зрения большой аудитории, причем в различных регионах.

Работает круглосуточно, без выходных и праздничных дней.

Есть возможность автоматизации процесса работы, организации дистанционного обслуживания.

В итоге без крупных вложений в продаваемую продукцию, без затрат на аренду помещения и на первых порах без

помощников – то есть без необходимости в выплате им заработной платы, – можно смело ступить на путь улучшения собственного благосостояния.

Думаю доводы достаточно весомые в пользу того, чтобы начать работать над запуском интернет-магазина.

Мифы об интернет-бизнесе

Онлайн-бизнес – это быстро

Многие, идя в онлайн-бизнес, думают, что создание интернет-магазина не потребует никаких усилий и времени. На самом деле это не так уж быстро, хотя научиться основам можно в короткие сроки. Если сразу включать платную рекламу, можно получить результат едва ли не сразу. Чтобы очень быстро настроить свой бизнес, нужно погрузиться в него полностью.

Онлайн-бизнес занимает несколько часов в день

Да, это действительно так – когда у бизнеса уже есть обороты. В первое время бизнес будет занимать, возможно, даже больше времени, чем если бы вы работали на обычной работе. Но это компенсируется тем, что, если вы совмещаете бизнес с основной работой, через пару месяцев вы сможете уйти с нее и зарабатывать в три, в четыре раза больше, чем вы зарабатывали раньше. Конечно, это при условии, что вы все выполняете вовремя и с полной отдачей.

Онлайн-бизнес – это легко

Да, это легко – если знать, какие шаги нужно совершать. Если этого не знать, то вы постоянно натываетесь на подводные камни, сталкиваетесь с проблемами, решения которых не представляете, и опускаете руки.

Онлайн-бизнес требует больших вложений

Это неправда, больших вложений не нужно. Если мы говорим про быстрое тестирование и настройку потока клиентов для быстрого получения прибыли, достаточно вложить пару тысяч рублей в первую рекламную кампанию – чтобы получить первые заказы и понять, в нужном ли направлении мы движемся.

Онлайн-бизнес – для гениев

Существует много примеров того, как люди вообще без образования ведут успешный бизнес. Поэтому это тоже миф.

Ошибки при ведении онлайн-бизнеса

1. Вложение слишком большой суммы денег в товар. Многие, едва протестировав идею, бросаются покупать огромную партию товара. Но успех на первых порах может быть простой удачей.

2. Создание сайта интернет-магазина у студии, большие затраты на дизайн. Сайт можно сделать самостоятельно из шаблона. Когда деньги появятся, можно спросить у клиентов, что бы они хотели видеть на сайте, а потом, исходя из этого, внести изменения на сайт.

3. Большие вложения в SEO. SEO-продвижение – это вложение на длинное плечо. Первые результаты вы сможете получить, в лучшем случае, через три-четыре месяца. Целесообразно вкладывать не в SEO, а в контекстную рекламу, а еще лучше – распределить затраты между этими статьями. Тогда поисковый робот, видя приток посетителей из-за рекламы, будет эффективнее поднимать вас в выдаче.

Глава 2. Выбор ниши

Прежде чем начать какой-либо бизнес, в том числе продажу физических товаров через интернет-магазины, на одностраничных сайтах, нужно пройти важнейший этап – выбор ниши, выбор товара, который вы будете продавать. Это фундаментальный вопрос, потому что при хорошем исходе вам придется работать с этим не один год. Неудачный выбор ниши грозит отсутствием серьезного результата, сколько бы вы ни выбивались из сил.

Бывает, что вы с самого начала знаете, чем хотите заниматься, что вам по душе. Но такое очевидное решение приходит не ко всем. В любом случае выбор ниши необходимо тестировать. Нередко складывается такая ситуация: на первых порах люди показывают интерес к товару и выбор выглядит очень удачным, но уже через пару месяцев становится очевидным, что это были случайные разовые всплески, не имеющие дальнейших перспектив.

И даже если у вас уже готов сайт – когда бизнес не клеится, лучше сменить нишу, чем тратить еще полгода своей жизни на реанимацию такого бизнеса. Может быть, вы изначально неправильно подошли к вопросу выбора ниши и теперь тянете за собой этакий чемодан без ручки – и выкинуть жалко, и нести тяжело. Бизнес – не место для жалости. Смена ниши потребует всего пары недель на трансформацию бизнеса, за-

то дальше дела пойдут в гору.

Список 100

Первое, что нужно сделать для выбора ниши – это так называемый «список 100».

Выпишите все товары, которые вам было бы интересно продавать, что вам по душе – это может быть не только то, что пользуется популярностью на данный момент. В списке должно быть по меньшей мере сто наименований (вы перечисляете только товары, а не ниши, ниш может быть меньше). Имеет смысл попросить помощи у родных: когда вы делаете это вместе, генерируется очень много идей, основанных на опыте и хобби близких.

Кроме того, если у вас не хватает собственного воображения, существуют полезные сервисы для генерации идей. Например, есть зарубежные площадки, собирающие бестселлеры – E-Bay, Alibaba, Aliexpress, Amazon. Есть каталог shorotam.ru, на котором представлен большой список магазинов США, Европы и Китая. Все крупные западные порталы регулярно обновляют тренды, которые актуальны и для России. Хороший российский сервис, где тоже можно почерпнуть идеи – это Ozon.ru.

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.