

# Продаж товарів на маркетплейсах

**Спікер:**

Дмитро Машталір



Let's Get  
Ready To Rumble!



# Про що говоритимемо?

Висновки дослідження  
ООН про ринок e-com  
України

---

Де продавати в світі?

---

Успішні історії  
підприємців

---

Де продавати в Україні?  
Відмінності основних  
площадок

---

Як аналізувати нішу  
перед стартом продаж  
на платформі

---

Q&A

Ніші, що зростають

---

Як підготувати  
магазин до  
просування?

---

Етапи просування

---



Співвласник  
маркетингової  
агенції "Ціль", 4 роки  
на ринку

Ментор по Etsy  
в ком'юніті UA  
Business Global



Інвестовано в  
навчання  
більше \$20  
000+

Команда >60  
людей, понад 120  
клієнтів  
щомісячно  
працюють з нами

Норм чувак!

4000 підписників  
на Youtube каналі  
про  
маркетплейси  
(Дмитро  
Машталір)

20+ проведено  
виступів на тему  
Ecom (Prom  
заходи, Brave  
Summit)

Дмитро Машталір



ЦІЛЬ

goal-team.com.ua

мрій та  
досягай





# Дослідження інтернет продаж України для ООН



- Через війну багато міжнародних брендів припинили роботу в Україні
- частина бізнесу було зруйновано
- складність з покупкою матеріалів
- Велика кількість складів було розбомблено під час війни (за словами співрозмовників, близько 25%)
- 83% споживачів належать до вікової групи 18-44 роки, 61% з яких – чоловіки

## Проблеми з якими стикнулись

- дефіцит менеджерів маркетплейсів
- труднощі зі збутом на міжнародні площадки (Amazon скасував комісії для українських магазинів за замовлення з ЄС та Британії)
- *Координація в галузі (об'єднання інтернет підприємців)*
- прості платіжні рішення (наприклад, Liqpay чи WayForPay) не придатні для міжнародних платежів

# Сила українських компаній



**ROZETKA**

**30 млн**  
користувачів

**17 млн**  
zareєстровані



**prom**

**27 млн**  
користувачів

**65 000**  
продавців



**НОВА  
ПОШТА**

**450 млн**  
доставок

**75%**  
інтернет  
продажі



**мрій та  
досягай**

# Сила міжнародного бізнесу

amazon

1,9 млн  
активних  
продавців

200 млн  
користувачів



Etsy

4,36 млн  
активних  
продавців

89 млн  
активних покупців

# Корпоративний сайт - різниця - Маркетплейсу

## Переваги маркетплейсу

- ✓ Можливість продавати товар на маркетплейсі (їхня реклама, внутрішня реклама)
- ✓ Чіткий функціонал, доступ до блоків, які “не можливо” зламати
- ✓ Простота в просуванні: Google Shopping, внутрішня реклама маркетпейсу
- ✓ Захист від шахраїв - є внутрішня база клієнтів і продавці виставляють коментарі акаунтам, які використовували для шахрайства
- ✓ Всі основні можливості для відправок, синхронізації наявності, завантаження товару легко доступні.
- ✓ Можливість участі у акціях маркетплейсу (безкоштовної доставки)
- ✓ Залежність від політики маркетплейсу, зміна вартості пакетів
- ✓ Оплата комісії від ціни товару — основний акцент маретплейсів
- ✓ Велика к-сть конкурентів в однотипних товарах
- ✓ Залежність від якості обслуговування - негативні відгуки можуть призвести до блокування
- ✓ Вартість входу щоб отримувати результати низька



# Корпоративний сайт - різниця - Маркетплейсу

## Переваги корпоративного сайту

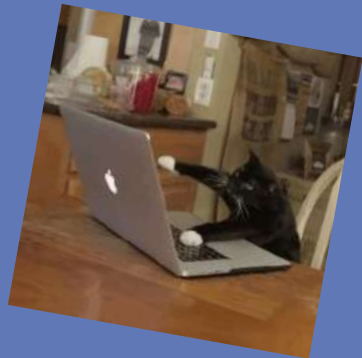
- ✓ Незалежність від змін алгоритмів видачі товарів/політики сайтів;
- ✓ Можливість робити з дизайном, кодом, просуванням все, що душа забажає;
- ✓ Простота в просуванні для таких джерел як SEO, Facebook реклама;
- ✓ Незалежність від якості обслуговування. “Негативні відгуки не страшні.”
- ✓ Довга розробка сайту та повільний запуск, коли щось ламається - чекаємо “Айтішників”
- ✓ Важко отримувати результати в перший місяць, відповідно затримка в окупності
- ✓ Потрібна достатній рівень експертності щоб зрозуміти, що потрібно добавляти на сайт, щоб він краще продавав;
- ✓ Регулярні витрати на домен, хостинг, обслуговування спеціалістами.
- ✓ Вартість входу щоб отримувати результати - висока



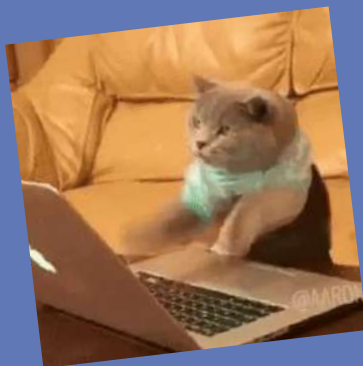


# Де який покупець?





# Як аналізувати ніші для маркетингплейсів?



# Аналітика

## Статистика категорій

товари / одяжка і обувь / дитячі одяжки і обувь / дитяча і підліткова обувь

i category id: 32212

### Просмотры товаров



### Заказы, шт. (корзина)



### Товарооборот через корзину



### Средний чек



- Для розуміння ринку
- Для вибору нових товарних груп
- Для вибору маркетингової стратегії
- Можна запросити в менеджера Prom.UA



## Враховуйте сезонність та хайповість товару.

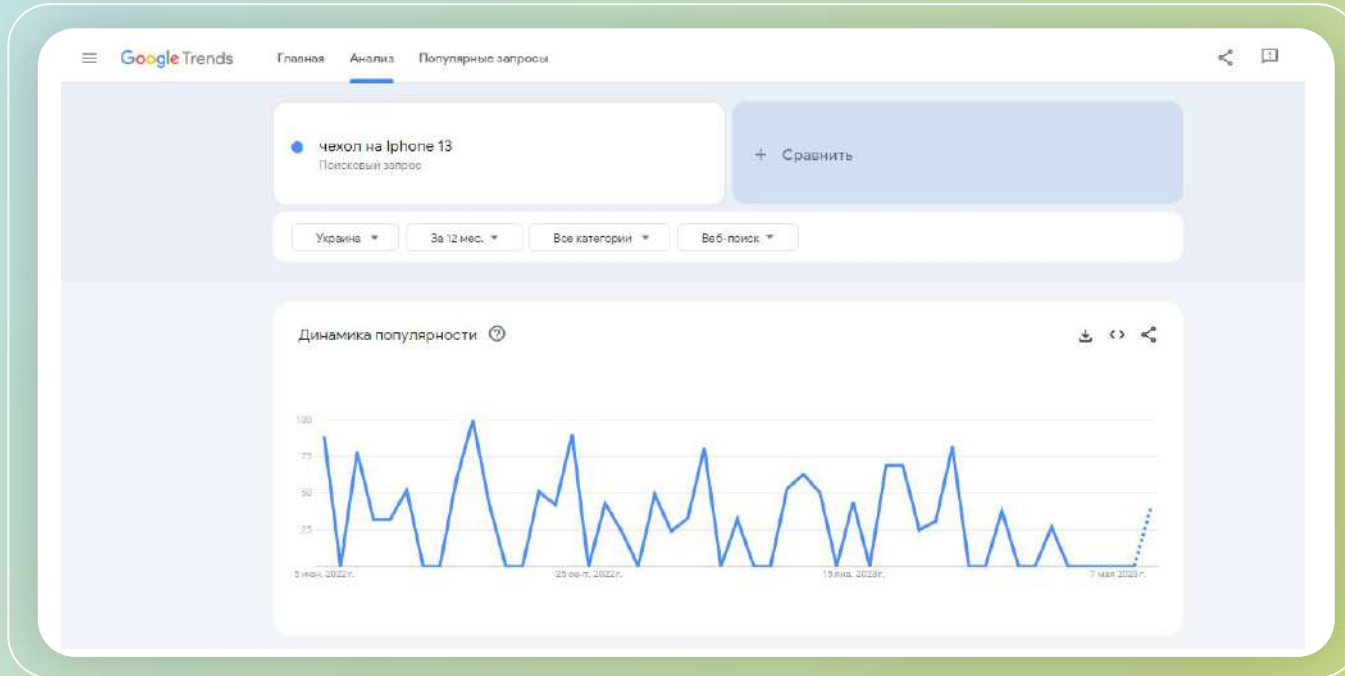
Є категорії товарів які мають продажі тільки в певний сезон. Прикладом можуть бути іграшки для ялинок. А є товари які швидко набирають популярності наприклад, спінери. Але потреби в таких товарів не має, тому продажі швидко падають.

Search Trend (USA) 📊



# Аналізуйте Google trends.

Це безкоштовний інструмент від Google для аналітики популярності пошукових запитів. За допомогою нього, ви можете переглянути яка частотність запитів по вашому продукту або ніші в певній країні або в певній області. А також, переглянути популярні запити.



# Тренд на екологічність та уживані товари



SECOND  
HAND



SECOND  
HAND





# З чого **почати**?

На прикладі налаштувань  
магазину на Prom



# Максимум **інфо** на технічних сторінках



Про нас



Доставка та оплата



Гарантія



Повернення товару



Обмін



Сервісні центри



Умови використання сайту



Контакти












мрій та  
досягай



# Оформлення карточок товару



*Задача втримати покупця на цій сторінці та щоб не було бажання шукати інфо на інших сайтах*

-  Більше фото з різних ракурсів
-  Відео з товаром по можливості
-  Інформативна назва товару
-  Текстовий опис від 1000 символів
-  Характеристики
-  Продублювати умови доставки, оплати, кредити
-  Комплекти
-  Відгуки
-  Розміри та кольори

# Завантажте яскравий банер на всі пріоритетні сторінки - головна/групи/товари та ПК версію

Варто зробити унікальну пропозицію і передати цінність вашого магазину для клієнта

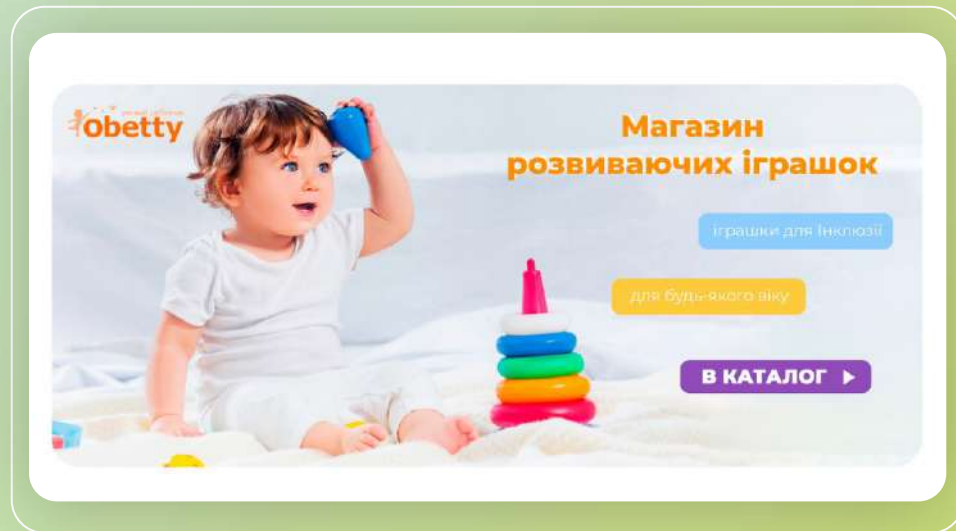
Рекомендуємо на різних сторінках використовувати різні заклики до дій.

Обов'язково розробляти мобільну і ПК версію

## Налаштування

Створюємо слайдер на сторінки, вказуючи його розміщення. Важливо мати двомовну версію

**Приклад:**  
Дивитись

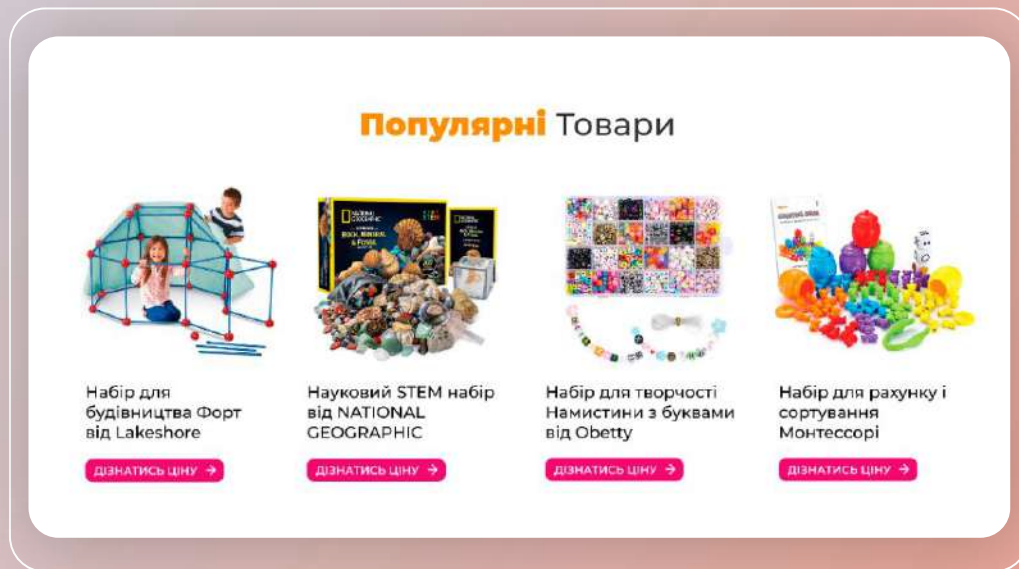


# Оформіть головну сторінку магазину

Детально описана головна сторінка, згадано про схему роботи, спеціальні пропозиції:

швидкість доставки, акції (1+1=3), безкоштовна доставка, знижка - xx% на першу покупку - все це зможе покращити конверсію продажів

**Приклад:**  
Дивитись



Налаштування

# Важливо детально описати сторінку «Про нас»

Детально описана сторінка «Про нас» - від 750 символів про компанію (історія, ніша, чому працюють і тд) це інструмент для seo-просування магазину та збільшення лояльності покупців

**Приклад:**  
Дивитись

Енергосберегающие технологии и возобновляемые источники энергии сегодня пользуются большой популярностью. Зеленая энергетика – несомненный тренд, к которому люди шли достаточно долго. Теперь во многих городах Украины используются солнечные панели, которые наша компания готова предоставить по самым выгодным ценам от надежного производителя.

## О компании



Наша организация работает на энергосберегающем рынке с 2013 года. Возможно, для других сфер это не очень большой срок, но для солнечной энергетики – это колоссальный опыт, квалификация сотрудников, ведь этот рынок молодой и очень изменчивый. За время работы мы заслужили хорошую репутацию, благодаря высокому качеству реализуемой продукции кропотливому труду, честности со своим покупателем и его положительными рекомендациями. На сегодняшний день мы одна из лидирующих компаний в своем секторе, что предлагает только лучшую сертифицированную продукцию.

Ассортимент нашего интернет-магазина постоянно пополняется своими новинками, что заслуживают внимания клиентов. Мы даем возможность детально ознакомиться с каждой позицией, выбрать то, что подходит больше всего. Тщательно проверяет каждый товар на систему качества ISO9001, ISO14001 и ISO18001, ведь наша цель – экологичность современных технологий и презентация лучшего предложения альтернативы привычному электричеству.

## Преимущества сотрудничества с нами

Наиболее востребованная продукция нашего каталога – **солнечные панели**, которые наш магазин может предложить их на любой вкус, бюджет и требования.

Налаштування блоку «О нас»

# Підключіть Пром.Оплату

Підключивши цей додаток, ви автоматично збільшуєте кількість трафіку на ваш сайт, довіру покупця і додатковий рейтинг при видачі товарів в каталозі

**пром**Оплата

Пром-оплата

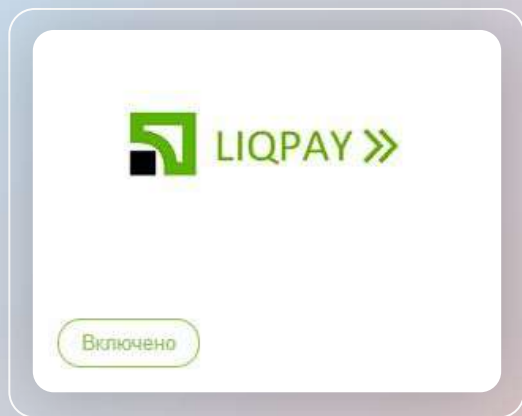
Безопасный способ оплаты заказов на Prom

Для Розетки це RozetkaPay — сервіс безпечних онлайн-оплат, який спрощує роботу з платежами на маркетплейсах та надає додаткові можливості для роботи на платформі.

Налаштування

# Підключайте електронну оплату - це підвищить лояльність покупців та збільшить конверсію в замовлення

Необхідно підключити онлайн-оплату у вашому магазині через додатки liqpay, way for pay або ж прописати в умовах оплати номер картки для повноцінного функціонування магазину



## **Приклад:**

Картка

Електронна

торгівля

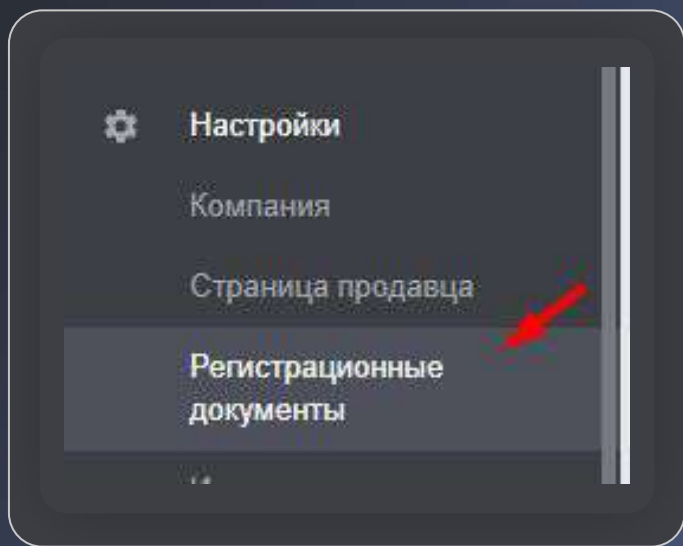
Прикріпити картку  
змінивши назву та опис  
оплати

Налаштувати оплату

# Завантажте документи про компанію

Налаштування

На Промі заповнюється задля отримання додаткового бонуса - підвищення рейтингу магазину і довіри до нього.



## Необхідні документи:

- Для Прому: ФОП або паспорт
- Для Розетки: ФОП, ТОВ, АТ, ПрАТ тощо.
- Для Епіцентру: ФОП, ТОВ, АТ, ПрАТ тощо.



ROZETKA

# Необхідні документи для ФОП

**Для підписання договору ФОП** необхідно надати актуальну кольорову скан/фото копію **довідки з банку про відкриття розрахункового рахунку ФОП**, в якій вказані:

- номер рахунку в форматі IBAN;
- дата відкриття р/р;
- дата видачі довідки має бути не пізніше 1 року
- до поточної дати.

Довідка має бути кольорова та видана не пізніше 1 року до поточної дати.



мрій та  
досягай



# Для юридичних осіб (ТОВ, АТ, ПрАТ тощо)

## Необхідно надати:

### 1. Довідку із банку про відкриття рахунку

- рахунок має бути поточним + для ведення господарської діяльності;
- із зазначенням дати відкриття рахунку та дати видачі довідки;
- дата видачі довідки має бути не пізніше 1 року до поточної дати;
- довідка має бути кольорова.

### 2. Протокол загальних зборів / рішення учасника

Зміст: "директор/гендиректор має право укладати/підписувати договори з ТОВ "РОЗЕТКА. УА"

(ЄДРПОУ 37193071) без обмежень за ціною таких договорів". [Завантажити шаблони документів](#)

### 3. Протокол / наказ про призначення директора

- кольоровий скан/фотокопія оригіналу.

Якщо підписантом є довірена особа, необхідно надати фотокопії оригіналів документів, що підтверджують її право (повноваження) на підписання таких договорів.

# Використовуйте акції та таймер

Запускайте акції на товарних позиціях з таймером для створення обмеженості по часу

Це створює штучну необхідність до покупки саме в цей момент

## Просування

Давайте покупцям додаткову вигоду

Знижка: 171 грн. 12 днів ✕

Додати подарунок

Ярлик: Новинка ✕

Супутніх: 7 ✕

Налаштування

# Створіть відео для топ-позицій

Необхідність для магазинів. У відео важливо показати переваги товару серед інших, продемонструвати шляхи використання тощо.

## Налаштування:

1. Обов'язково залити на ютуб - саме відео зробити горизонтальне, відобразити переваги.

Рекомендуємо використовувати нейтральний фон

2. Загрузити відео в опис товарів

## Приклад



# Найчастіші блокери

По статистиці наших проєктів

1. Помилки в перекладах
2. Товари без описів та фото
3. Фото товарів з логотипами або текстами (оверлеї)
4. Невірно налаштований імпорт товарів й перетираються дані
5. Факти, які неможливо підтвердити в описах товарів.  
Наприклад в тексті написано, що товар сертифікований, відповідає ДСТУ, а документів немає.



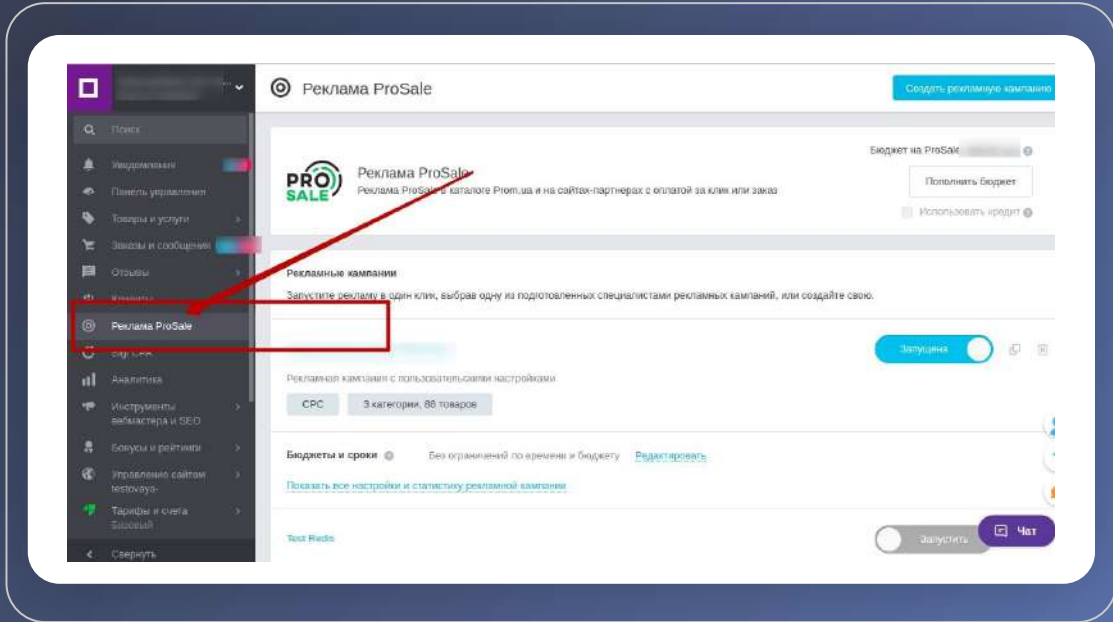
# Внутрішні рекламні кампанії



# Для Прому запусіть рекламу ProSale

Найважливіший пункт - запуск реклами для отримання нових клієнтів

**Рекомендація:** якщо є оптові продажі, то створити окремо оптові товарні позиції



# Рекомендації щодо просування магазину в видачі

 prom

Показники, які впливають  
на роботу магазину:

- Рейтинг CPA товарів
- Позитивні відгуки
- Рейтинг успішних замовлень

 prom



Далі ми покажемо детально, на що варто звернути увагу для успішної роботи магазину

**Рекламуючи товари на сайті ROZETKA, вони будуть показуватися покупцям як рекомендовані.**

Вибір місця для рекламних показів відбувається на основі внутрішніх алгоритмів, самостійно обрати місце для показу реклами неможливо

## Спонсорські товари Реклама 1



Самокат двоколісний  
TTrike (SR 2-051-1-V)

Залишити відгук

1 089 ₴



Самокат Micro Sprite  
Ocean Blue LED (SA)

Залишити відгук

3 630 ₴

3 150 ₴



Самокат Micro White  
(SA 0031)

Залишити відгук

5 490 ₴

4 500 ₴



Самокат Micro Trike XL  
Shocking Pink (TR 0013)

Залишити відгук

3 790 ₴

1 950 ₴





ROZETKA

## №2 Рекламні кампанії на Розетці



Списання коштів за рекламу товару здійснюється на підставі кліка на рекламне оголошення (перехід покупця на сторінку вашого товару, CPC — cost per click).



Визначення товарів і їх місця для показу в рекламному блоці відбувається шляхом проведення аукціону.



Так, товари, що найбільш відповідають (релевантні) поточному товару на сторінці, та з максимальною ставкою за клік, отримують перші місця в блоці.

# Скільки відсотків комісії розетка бере від продажу мого товару?

Все залежить від товару, який ви продаєте.

Наприклад, мінімальний відсоток 3% Розетка бере за автошини

А найвищий – за годинник, подарунки та товари для свят (по 25%)



**ROZETKA**

Вам слід звернутися до служби підтримки маркетплейс, щоб дізнатися деталі

# Рекомендації по бюджетах на рекламу

На нашому досвіді **200+ проєктів** склали мінімальні рекомендовані рекламні бюджети на місяць по напрямкам:



Google  
Ads

30 000 грн.

Просування  
на Промі

5 000 грн.

SEO -  
просування

15 000 грн.

Реклама в  
соц. мережах

25 000 грн.

Etsy

10 000 грн.

Shopify

40 000 грн.



# Успішні історії підприємців

# Кейс магазину дитячих іграшок Obetty

Понад 560 000 грн обороту за місяць та збільшення конверсії в покупку на 100%

## Основна задача:

Розширити бізнес за рахунок маркетплейсу, оптимізувати магазин на Prom та вивести на оборот 1 500 000 €

## Напрямки роботи:

Google Shopping



Просування на Prom.ua



## Результати:

Грудень 2022 отримали 524 замовлення через сайт на суму 561 389 €

Покази: 836 940

Переходи: 23 371

Замовлення: 524

Сума замовлень: 561 389

Конверсія в замовлення: 2,24%

## Етапи роботи:

- Оптимізація карток товарів українською та наповнення магазину на Prom.ua
- Налаштування та оптимізація Google Shopping реклами
- SEO-просування
- Проаналізували конкурентів, виявили ексклюзивні позиції іграшок, зробили акцент на їх просуванні.
- Зростання середнього чеку за рахунок продажу супутніх товарів.



prom

# Кейс магазину товарів для дому і саду [losso.com.ua](https://losso.com.ua)

**1 200 000 грн.** в місяць з Google Shopping реклами

## Основна задача:

Проведення аудиту сайту, налаштування просування в Google Shopping та SEO-оптимізація

## Напрямки роботи:

Google Shopping



SEO-оптимізація



## Результати:

**Листопад 2022** отримали **2 046** замовлень з сайту на суму **1 103 716 €**

**Грудень 2022** отримали **2 337** замовлень з сайту на суму **2 510 760 €**

Покази: 611 454

Переходи: 80 529

Замовлення: 2 337

Сума замовлень: 2 510 760

## Особливості

### кейсу:

- Власник не обмежує рекламний бюджет, що дає більше можливостей для просування.
- Магазин має власний склад, що забезпечує стабільність та швидкість виконання замовлень.
- Над оформленням сайту працює штатний дизайнер, що додає унікальності та виділяє магазин серед конкурентів.
- Спостерігається зростання кількості замовлень до 30% в несеzon.

# Кейс інтернет-магазину посуду для дому та кухні «Посуд-Юг»

З нуля до 930 замовлень та 728 000 € обороту за місяць в ніші посуду для дому та кухні

## Основна задача:

Розширити бізнес за рахунок маркетплейсу, створити магазин на Prom з нуля та вивести на оборот 500 000 €

## Напрямки роботи:

Наповнення магазину



Просування на Prom.ua



SEO-оптимізація



Google Shopping



## Результати:

Кількість замовлень з Google Merchant — 576

Оборот — 440 000 €

Кількість замовлень з Прому — 278

Оборот - 147 000 €

Користувачі: 703 623

Нові користувачі: 84 253

Замовлення: 3 453

Сума замовлень: 2 629 360

## Особливості ніші:

Блокування Google Merchant Center. Це більш особливість роботи з Гугл рекламою. Що робили, щоб швидко розблокувати рекламний кабінет:

- Відредагували способи оплати
- Налаштували обмін, повернення та доставку
- Оптимізували вивантаження товарів без перетирання
- Проконсультували клієнта в редагуванні картки товару

# Домашнє завдання

- 1.** Проаналізуйте та оберіть 1-2 товарні ніші та маркетплейси
- 2.** Оберіть маркетплейс, з яким плануєте працювати
- 3.** Проаналізуйте топові магазини по цих маркетплейсах
  - Асортимент
  - Оформлення магазину
  - Оформлення та наповнення карточок товарів
  - Способи доставки та оплати
- 4.** Бонусне завдання (необов'язкове)  
Поспілкуйтесь з 3-5 підприємцями, хто вже працює в цих нішах.







Нормас..  
Сканую к'юарчик

SCAN ME

Відкритий до спілкування

Фейсбук @dmytromashtalir

Телеграм: @DimaMashtalir

