



# АССОЦИАЦИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И ПОСТАВЩИКОВ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Светлогорск, 2022 г.

ДНИ РИТЕИЛА  
НА БАЛТИКЕ



RETAILDAYS.RU



ПРАВИТЕЛЬСТВО  
КАЛИНИНГРАДСКОЙ  
ОБЛАСТИ

МИНПРОМТОРГ  
РОССИИ



РОССИЙСКАЯ  
АССОЦИАЦИЯ  
ЭКСПЕРТОВ  
РЫНКА РИТЕЙЛА



# Крупнейшие ритейлеры России и рост МП

Группа компаний	Бренд	Место ТОП-100 2021	Изменение места 2021	Выручка, млрд руб., без НДС		Динамика, %	
				2020	2021	2020/2019	2021/2020
<b>X5 GROUP</b>	Карусель, Пятерочка, Перекресток, Чижик	1	0	1973,9	2202,9	14,3	11,6
<b>МАГНИТ, ПАО</b>	Магнит, Гипермаркет Магнит, Магнит Семейный, Магнит косметик, Моя цена	2	0	1510,1	1807,8	13,3	19,7
<b>MERCURY RETAIL GROUP LIMITED</b>	Красное&Белое, Бристоль, Виктория	3	0	906,8	933,5	18,1	2,9
<b>ВАЙЛДБЕРРИЗ, ООО</b>	Wildberries.ru	Без места (маркетплейс)	-	349,8	618,1	96,2	76,7
<b>ДНС, ГК</b>	DNS	4	-1	429,5	559,2	36,9	30,2
<b>М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО, ГК</b>	М.Видео, Эльдорадо, m-mobail	5	-1	422,1	476,4	15,6	12,9
<b>ЛЕНТА, ООО</b>	Лента	6	2	445,5	475,8	6,7	6,8
<b>ADEO GROUPE</b>	Leroy Merlin	7	0	351,6	462,4	12,5	31,5
<b>ХОЛДИНГ OZON</b>	Ozon.ru	Без места (маркетплейс)	-	168,6	393,0	154,1	133,2

Аналитическое агентство INFOline назвало **100** крупнейших ритейлеров России по итогам прошлого года.

Их совокупный объем продаж в 2021 году преодолел рубеж в **16,4** трлн рублей.

Рекордный рост показали продажи компаний, работающих по модели маркетплейса.

Они выросли более чем в **2,4** раза, а объем продаж превысил **1** трлн рублей.



# Стратегии запуска на маркетплейсах, какая подойдет именно вам?

1

## ДОГОВОР КОМИССИИ

наиболее распространенная модель, когда маркетплейс не выкупает самостоятельно товары, а выступает агентом и берет за продажу конкретную комиссию в зависимости от категории.

2

## ДОГОВОР ПОСТАВКИ

схема, когда маркетплейс фактически берет на себя обязанность продать товар производителя.



# Схемы работы на маркетплейсах



## **FBW — Fulfillment by Wildberries.**

Маркетплейс берет на себя все этапы сопровождения заказа: хранение, упаковку, курьерскую доставку, обработку возвратов.

## **FBS (Fulfillment by Seller).**

Товары хранятся на складе продавца или фулфилмент-оператора — заказы до покупателей доставляются логистикой маркетплейса.

## **DBS (Delivery by Seller).**

Wildberries используется как витрина — селлеры самостоятельно доставляют



**FBY (Fulfillment by Yandex)** — полный цикл работы с товаром от маркетплейса.

**FBS (Fulfillment by Seller)** — продавец сам обрабатывает, упаковывает заказ и привозит его в сортировочный центр или пункт выдачи заказов.

**DBS (Delivery by Seller)** — в этом случае продавец сам хранит, упаковывает и доставляет товар до покупателя.



Продажа со склада Ozon (**FBO — Fulfillment by Ozon**).

Продажа со своего склада с доставкой Ozon Rocket (**FBS — Fulfillment by Seller**).

Продажа со своего склада с доставкой сторонней службой (**realFBS**).

Express-доставка (**realFBS или по договору поставки**).





# Преимущества и недостатки работы на разных площадках

## Как выбрать маркетплейс

- 1 тщательно изучить условия работы
- 2 возможность запуска рекламы продукции
- 3 размер комиссии
- 4 способы доставки и др.



**ПРОИЗВОДИТЕЛИ РАЗНЫЕ – ЦЕЛИ ОДНИ!**



# Как определить, на каких площадках действительно стоит присутствовать?

1

Выбирая площадку для старта бизнеса, продавцу стоит обратить внимание на **встроенные инструменты**.

2

Именно **через личные кабинеты** маркетплейсов продавец **управляет ассортиментом, продвигает товары и взаимодействует с покупателями**, если решает торговать самостоятельно, без помощи операционного партнера.

3

При выборе подходящей платформы стоит **соотнести достоинства и недостатки встроенных инструментов**, понять, какие функции принципиально важны бизнесу и где выгоднее условия





# Маркетплейсы и саморегулирование

## СТАНДАРТЫ РАБОТЫ С МАРКЕТПЛЕЙСАМИ

В рамках Недели российского ритейла-2022 ассоциации поставщиков потребительских товаров и ведущие российские маркетплейсы подписали документ, определяющий стандарты взаимодействия онлайн-магазинов с продавцами товаров.





# Маркетплейсы и саморегулирование

## СТАНДАРТЫ РАБОТЫ С МАРКЕТПЛЕЙСАМИ

### ЗАДАЧИ КОМИССИИ:

1 **мониторинг реализации Стандартов по взаимодействию маркетплейсов с продавцами товаров, подписанных сторонами в г. Москве 7 июня 2022 г.;**

2 **выявление системных проблем во взаимоотношениях организаций электронной торговли и поставщиков товаров и услуг, требующих принятия мер хозяйствующими субъектами в рамках саморегулирования или, при наличии оснований, законодательного регулирования отрасли.**

### О Комиссии по созданию условий саморегулирования в электронной торговле

С целью проработки вопросов закрепления механизмов саморегулирования во взаимоотношениях организаций электронной торговли, поставщиков товаров и услуг и других участников рынка п р и к а з ы в а ю:

1. Образовать Комиссию по созданию условий саморегулирования в электронной торговле (далее – Комиссия).
2. Утвердить прилагаемые Положение о Комиссии и ее состав.
3. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на статс-секретаря – заместителя Министра промышленности и торговли Российской Федерации В.Л. Евтухова.

Заместитель Председателя  
Правительства Российской Федерации –  
Министр промышленности и торговли  
Российской Федерации

Д.В. Мантуров





# Решения для новых брендов: развивать собственный D2C или уходить на маркетплейс?



**Построение коммуникаций с клиентом**

**Лояльные клиенты и минимальные затраты на старте**



**Сбор данных о клиентах**

**Подробная аналитика**



**Персонализированные продукты**

**Удобная логистика**





# Как выжить интернет-магазину?

**УТП**

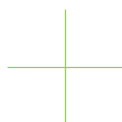
**Эксклюзивный контент**

**Полный  
ассортимент  
производителя**



**Стабильное качество и  
свежесть**

**Эксклюзивные  
коллаборации**



**Скорость доставки  
сравнимая с МП при  
контроле ТР**

[www.rusprodsoyuz.ru](http://www.rusprodsoyuz.ru)

+7 495-223-06-15



**МЫ ОТКРЫТЫ ДЛЯ НОВЫХ УЧАСТНИКОВ!**