

ONLINE MARKETPLACE



2020

DA
TA
insight

Селлеры
на российских
маркетплейсах

datainsight.ru

Основные результаты

2

Маркетплейсы стали **самым быстрорастущим онлайн-каналом** продаж в 2020 году. 9 из 10 продавцов увеличили за год свой объем продаж на маркетплейсах, а 58% продавцов увеличили его значительно

Лидеры по **индексу годового роста**: Зоотовары (1,62), Косметика (1,60) и Спорттовары (1,59). Наименьший рост отмечают селлеры категорий Книги и диски (1,24) и Одежда и обувь (1,22). Однако и в этих категориях индекс роста не только положительный, но и больше 1

1

2

Более чем для половины (55%) селлеров, использующих маркетплейсы для продажи товаров, это **основной или единственный канал продаж**

3

Социальные сети занимают в стратегии продаж селлеров такое же место, как оффлайн-магазины. Тот и другой каналы использует треть продавцов маркетплейсов

4

Почти половина продавцов маркетплейсов (45%) вообще не используют для продаж свой интернет-магазин или сайт

6

Около 80% селлеров вышли на маркетплейсы, чтобы увеличить аудиторию и продажи, и только половина из них ставит целью продажи в других регионах. Таким образом, около 40% селлеров рассчитывают на рост продаж в своем регионе: интернет-магазины не могут самостоятельно закрыть домашний спрос

8

5

Согласно отчетам, оборот платформ в 2020 году показывает динамику +100-200% год к году, что говорит о росте платформ за счет количества продавцов, и в меньшей степени – за счет роста оборота селлеров

7

Аудитории продавцов всех платформ значительно пересекаются: в среднем селлер ведет торговлю на 2-3 площадках из 5, которые мы включили в настоящее исследование

9

Самая высокая доля уникальных продавцов у Wildberries: в среднем у них 2,6 площадки на селлера. В большей степени используют другие платформы продавцы Яндекс.Маркет и российские продавцы AliExpress – 4 площадки на селлера. Рынок идет в сторону диверсификации площадок, основными донорами будут Wildberries и Ozon, бенефициарами станут AliExpress, Яндекс.Маркет, goods.ru

Маркетплейсы в целом, по мнению продавцов, больше всего **подходят для продажи** электроники, а также товаров для дома. AliExpress, Ozon и Wildberries воспринимаются как наиболее универсальные маркетплейсы

Для каждого пятого продавца маркетплейс стал первым каналом продаж, для 29% – **первым онлайн каналом**

Несмотря на то, что практика арбитража споров между продавцом и покупателем есть только на AliExpress, 70% всех продавцов заявили, что **арбитраж важен**, а 38% от общего числа ответивших — что наличие арбитража очень важно для них

10

12

14

11

13

15

Почти на всех площадках **наиболее продаваемая категория** – Товары для дома: от 28% до 38% продавцов. Исключение – Wildberries, где больше продавцов одежды и обуви (31%). Следующая по количеству продавцов товарная категория – Детские товары, на разных площадках ими торгует от 23% до 25% продавцов

Комиссии AliExpress воспринимаются продавцами как самые низкие. Комиссии Яндекс.Маркет продавцы считают высокими, а комиссии Ozon – очень высокими. В целом, стоимость продаж через маркетплейсы продавцы считают сопоставимой с другими каналами

Лучшие **возможности для брендинга**, по мнению продавцов, предлагает AliExpress. 64% продавцов сообщили, что им хватает возможностей брендинга на платформе. Лучшие **рекламные возможности** - у Ozon

Оглавление

[Основные результаты](#)

[Методика](#)

[Динамика продаж на маркетплейсах](#)

[Маркетплейсы как канал продаж](#)

[5 ключевых платформ](#)

[Инструментарий и условия платформ для продавцов](#)

[Комиссии](#)

[Документы для работы](#)

[Логистика](#)

[Реклама и продвижение](#)

[Коммуникация](#)

[Расчеты](#)

[Условия платформ для покупателей](#)

[О Data Insight](#)

Методика

1. Онлайн-опрос российских продавцов и брендов, занимающихся продажами и продвижением товаров на торговых интернет-платформах. Самозаполнение по стандартизированной анкете. Период опроса: сентябрь 2020. N = 2 360.

1.09 – 30.09.2020

Мы благодарим компании AliExpress, Goods, Wildberries, а также следующие группы и сообщества за помощь в проведении анкетирования:

<https://www.facebook.com/groups/447612952460680>

<https://www.facebook.com/groups/marketplaceandco>

https://t.me/chat_marketplaceandco

<https://t.me/ecommarket>

N = 2 360

2. Кабинетное исследование: сбор данных об условиях торговых платформ для продавцов в открытых источниках, запрос данных у торговых платформ, анализ медиа-китов.
3. Данные о трафике – Оценка Data Insight на основе данных аналитических сервисов по первым 8 месяцам 2020 года.



Динамика продаж на маркетплейсах

Динамика объема продаж у селлеров

8

Финансовые отчеты крупнейших торговых площадок говорят о росте объема продаж вдвое в 2020 году. Что это значит для селлеров: происходит ли рост за счет собственных продаж платформ, роста числа селлеров или роста их объема продаж?

Опрос показал, что 9 из 10 продавцов увеличили за год свой объем продаж на маркетплейсах, а 58% продавцов увеличили его значительно, и маркетплейсы стали самым быстрорастущим онлайн-каналом продаж в 2020 году.

Как за прошедший год изменился ваш объем продаж?

	через маркетплейсы	свой интернет-магазин	социальные сети
ЗНАЧИТЕЛЬНО ВЫРОС	58%	18%	15%
НЕМНОГО ВЫРОС	31%	37%	38%
НЕ ИЗМЕНИЛСЯ	4%	24%	34%
НЕМНОГО СОКРАТИЛСЯ	3%	10%	7%
ЗНАЧИТЕЛЬНО СОКРАТИЛСЯ	4%	10%	5%

% продавцов, использующих канал

ДИНАМИКА ПРОДАЖ В ОНЛАЙН КАНАЛАХ

9

Продавцы электроники и бытовой техники

	через маркетплейсы	свой интернет-магазин	социальные сети
ЗНАЧИТЕЛЬНО ВЫРОС	67%	26%	4%
НЕМНОГО ВЫРОС	27%	43%	52%
НЕ ИЗМЕНИЛСЯ	2%	18%	36%
НЕМНОГО СОКРАТИЛСЯ	4%	5%	0%
ЗНАЧИТЕЛЬНО СОКРАТИЛСЯ	1%	8%	8%

% продавцов, использующих канал

Продавцы электроники и бытовой техники чаще, чем в среднем продавцы всех товарных категорий, отмечали значительный рост объема продаж через маркетплейсы. Об этом сообщили 67% продавцов в категории, в среднем по рынку – 58% продавцов.

ДИНАМИКА ПРОДАЖ В ОНЛАЙН КАНАЛАХ

10

Продавцы одежды и обуви для взрослых

	через маркетплейсы	свой интернет-магазин	социальные сети
ЗНАЧИТЕЛЬНО ВЫРОС	53%	17%	18%
НЕМНОГО ВЫРОС	31%	33%	39%
НЕ ИЗМЕНИЛСЯ	5%	29%	33%
НЕМНОГО СОКРАТИЛСЯ	5%	13%	6%
ЗНАЧИТЕЛЬНО СОКРАТИЛСЯ	6%	8%	5%

% продавцов, использующих канал

Среди продавцов одежды и обуви 84% опрошенных сообщили о росте продаж через маркетплейсы за прошедший год. Более чем у половины продавцов в категории рост продаж через маркетплейсы был, по их оценке, значительным.

ДИНАМИКА ПРОДАЖ В ОНЛАЙН КАНАЛАХ

11

Продавцы товаров для дома и дачи

	через маркетплейсы	свой интернет-магазин	социальные сети
ЗНАЧИТЕЛЬНО ВЫРОС	64%	20%	14%
НЕМНОГО ВЫРОС	29%	36%	42%
НЕ ИЗМЕНИЛСЯ	3%	25%	34%
НЕМНОГО СОКРАТИЛСЯ	2%	10%	7%
ЗНАЧИТЕЛЬНО СОКРАТИЛСЯ	2%	10%	4%

% продавцов, использующих канал

Среди продавцов товаров для дома и дачи 93% опрошенных сообщили о росте продаж через маркетплейсы за прошедший год. У 64% продавцов в категории рост продаж через маркетплейсы был, по их оценке, значительным.

ДИНАМИКА ПРОДАЖ В ОНЛАЙН КАНАЛАХ

12

Продавцы детских товаров

	через маркетплейсы	свой интернет-магазин	социальные сети
ЗНАЧИТЕЛЬНО ВЫРОС	62%	16%	17%
НЕМНОГО ВЫРОС	26%	34%	35%
НЕ ИЗМЕНИЛСЯ	4%	27%	27%
НЕМНОГО СОКРАТИЛСЯ	4%	14%	11%
ЗНАЧИТЕЛЬНО СОКРАТИЛСЯ	4%	9%	10%

% продавцов, использующих канал

Среди продавцов детских товаров 88% опрошенных сообщили о росте продаж через маркетплейсы за прошедший год. У 62% продавцов в категории рост продаж через маркетплейсы был, по их оценке, значительным.

ДИНАМИКА ПРОДАЖ В ОНЛАЙН КАНАЛАХ

13

Продавцы косметики и парфюмерии

	через маркетплейсы	свой интернет-магазин	социальные сети
ЗНАЧИТЕЛЬНО ВЫРОС	66%	13%	18%
НЕМНОГО ВЫРОС	30%	40%	32%
НЕ ИЗМЕНИЛСЯ	2%	22%	35%
НЕМНОГО СОКРАТИЛСЯ	1%	12%	15%
ЗНАЧИТЕЛЬНО СОКРАТИЛСЯ	1%	12%	0%

% продавцов, использующих канал

Среди продавцов косметики и парфюмерии 96% опрошенных сообщили о росте продаж через маркетплейсы за прошедший год. У 66% продавцов в категории рост продаж через маркетплейсы был, по их оценке, значительным.

ДИНАМИКА ПРОДАЖ В ОНЛАЙН КАНАЛАХ

14

Продавцы зоотоваров

	через маркетплейсы	свой интернет-магазин	социальные сети
ЗНАЧИТЕЛЬНО ВЫРОС	71%	29%	14%
НЕМНОГО ВЫРОС	25%	26%	48%
НЕ ИЗМЕНИЛСЯ	1%	16%	29%
НЕМНОГО СОКРАТИЛСЯ	2%	26%	10%
ЗНАЧИТЕЛЬНО СОКРАТИЛСЯ	1%	3%	0%

% продавцов, использующих канал

Среди продавцов зоотоваров 96% опрошенных сообщили о росте продаж через маркетплейсы за прошедший год. У 71% продавцов в категории рост продаж через маркетплейсы был, по их оценке, значительным.

ДИНАМИКА ПРОДАЖ В ОНЛАЙН КАНАЛАХ

15

Продавцы товаров для занятий спортом

	через маркетплейсы	свой интернет-магазин	социальные сети
ЗНАЧИТЕЛЬНО ВЫРОС	69%	18%	9%
НЕМНОГО ВЫРОС	25%	35%	48%
НЕ ИЗМЕНИЛСЯ	3%	27%	30%
НЕМНОГО СОКРАТИЛСЯ	3%	8%	9%
ЗНАЧИТЕЛЬНО СОКРАТИЛСЯ	0%	12%	3%

% продавцов, использующих канал

Среди продавцов товаров для занятий спортом 94% опрошенных сообщили о росте продаж через маркетплейсы за прошедший год. У 69% продавцов в категории рост продаж через маркетплейсы был, по их оценке, значительным.

ДИНАМИКА ПРОДАЖ В ОНЛАЙН КАНАЛАХ

Продавцы продуктов питания*

16

	через маркетплейсы	свой интернет-магазин	социальные сети
ЗНАЧИТЕЛЬНО ВЫРОС	61%	15%	19%
НЕМНОГО ВЫРОС	30%	43%	37%
НЕ ИЗМЕНИЛСЯ	3%	25%	30%
НЕМНОГО СОКРАТИЛСЯ	3%	13%	11%
ЗНАЧИТЕЛЬНО СОКРАТИЛСЯ	3%	5%	4%

% продавцов, использующих канал

Среди продавцов товаров для занятий спортом 91% опрошенных сообщили о росте продаж через маркетплейсы за прошедший год. У 61% продавцов в категории рост продаж через маркетплейсы был, по их оценке, значительным.

Индекс годового роста объема продаж

17



Индекс годового роста объема продаж у продавцов составил 1,37 по шкале, где 2 – «значительно вырос», 1 – «немного вырос». Рост оборота отмечают продавцы всех товарных категорий. Лидеры роста: Зоотовары (1,62), Косметика (1,60) и Спортовары (1,59). Наименьший рост отмечают продавцы категорий Книги и диски (1,24) и Одежда и обувь (1,22). Однако и в этих категориях индекс роста не только положительный, но и больше 1.



Маркетплейсы как канал продаж

Место маркетплейсов в стратегии продаж селлеров

Более чем для половины (55%) селлеров, использующих маркетплейсы для продажи товаров, это основной или единственный канал продаж.



% продавцов маркетплейсов

Каналы продаж у продавцов маркетплейсов

20

Самый популярный канал продаж – свой интернет-магазин: 41% селлеров. Однако почти половина продавцов маркетплейсов (45%) не использует для продаж интернет-магазин или сайт.

Соцсети занимают в стратегии продаж такое же место, как оффлайновые магазины. Тот и другой каналы использует треть селлеров.

Каналы прямых продаж помимо маркетплейсов



% продавцов маркетплейсов

Количество маркетплейсов у продавца

21

AliExpress

goods

OZON

WILDBERRIES

Яндекс Маркет*

4,0

4,6

3,4

2,6

4,0

Аудитории продавцов всех платформ близки. Они имеют значительное пересечение: в среднем продавец ведет торговлю на 2-3 площадках из 5, считая только те, что учитывались в настоящем исследовании.

Продавцы Wildberries реже используют другие площадки: в среднем у них 2,6 площадки на продавца. В большей степени используют другие платформы продавцы AliExpress и Яндекс.Маркет – 4 площадки на продавца. Прогноз на ближайший год — диверсификация площадок и выход продавцов Wildberries и Ozon на AliExpress, Яндекс.Маркет и

Goods

Онлайн-опрос продавцов маркетплейсов, сентябрь 2020, n = 2 360
* В формулировках опроса использовалось старое название – «Беру»

Пересечение площадок у селлеров

22

	AliExpress	Goods	Ozon	Wildberries	Яндекс.Маркет*
Дополнительные каналы:					
ALIEXPRESS	-	50%	26%	17%	33%
GOODS	36%	-	22%	13%	34%
OZON	78%	92%	-	61%	94%
WILDBERRIES	79%	86%	95%	-	96%
ЯНДЕКС.МАРКЕТ*	56%	81%	55%	36%	-
Среднее* количество каналов на продавца	4	5	3	2	4

* - среднее медианное, % от использующих платформу

Почти все продавцы на Ozon, Яндекс.Маркет и Goods, продают также и на Wildberries. В чуть меньшей степени это касается AliExpress. У продавцов Wildberries вторая по использованию платформа, как правило, Ozon.

Ожидаемый прирост использования других площадок

23

	AliExpress	goods.ru	Ozon	Wildberries	Яндекс.Маркет*
Дополнительные каналы:					
ALIEXPRESS	-	43%	33%	24%	38%
GOODS	22%	-	21%	14%	25%
OZON	36%	28%	-	42%	53%
WILDBERRIES	40%	39%	51%	-	57%
ЯНДЕКС.МАРКЕТ*	33%	39%	33%	23%	-

На всех платформах существенная часть продавцов, из тех, что ещё не продают на Wildberries, планирует выйти на эту площадку в ближайшее время. Продавцы же Wildberries в первую очередь думают об Ozon как дополнительном канале продаж.

Причины старта продаж через маркетплейсы

Для каждого пятого селлера маркетплейс стал первым каналом продаж, для 29% – первым онлайн каналом.

Около 80% вышли на маркетплейсы, чтобы увеличить аудиторию и продажи, и только половина из них ставит целью продажи в других регионах. Мы можем сделать вывод, что около 40% селлеров рассчитывают на рост продаж в своем домашнем регионе: интернет-магазины не могут самостоятельно закрыть домашний спрос.

Почему вы начали продавать ваши товары на маркетплейсах?



% продавцов маркетплейсов



5 ключевых платформ

AliExpress

goods

OZON

WILDBERRIES

Яндекс Маркет

5 КЛЮЧЕВЫХ ПЛАТФОРМ

Количество селлеров

26

AliExpress

goods

OZON

WILDBERRIES

Яндекс Маркет

35000*

8000

18000

91000

7300

январь 2021

январь 2021

сентябрь 2020

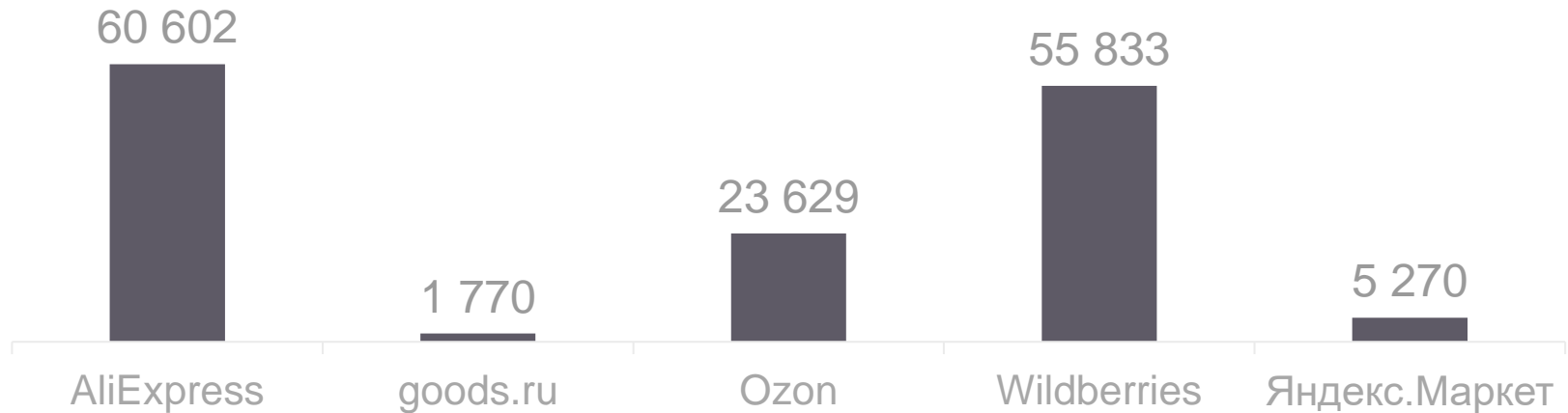
январь 2021

январь 2021

5 КЛЮЧЕВЫХ ПЛАТФОРМ

Объем прямого трафика на сайт (без учета приложений)

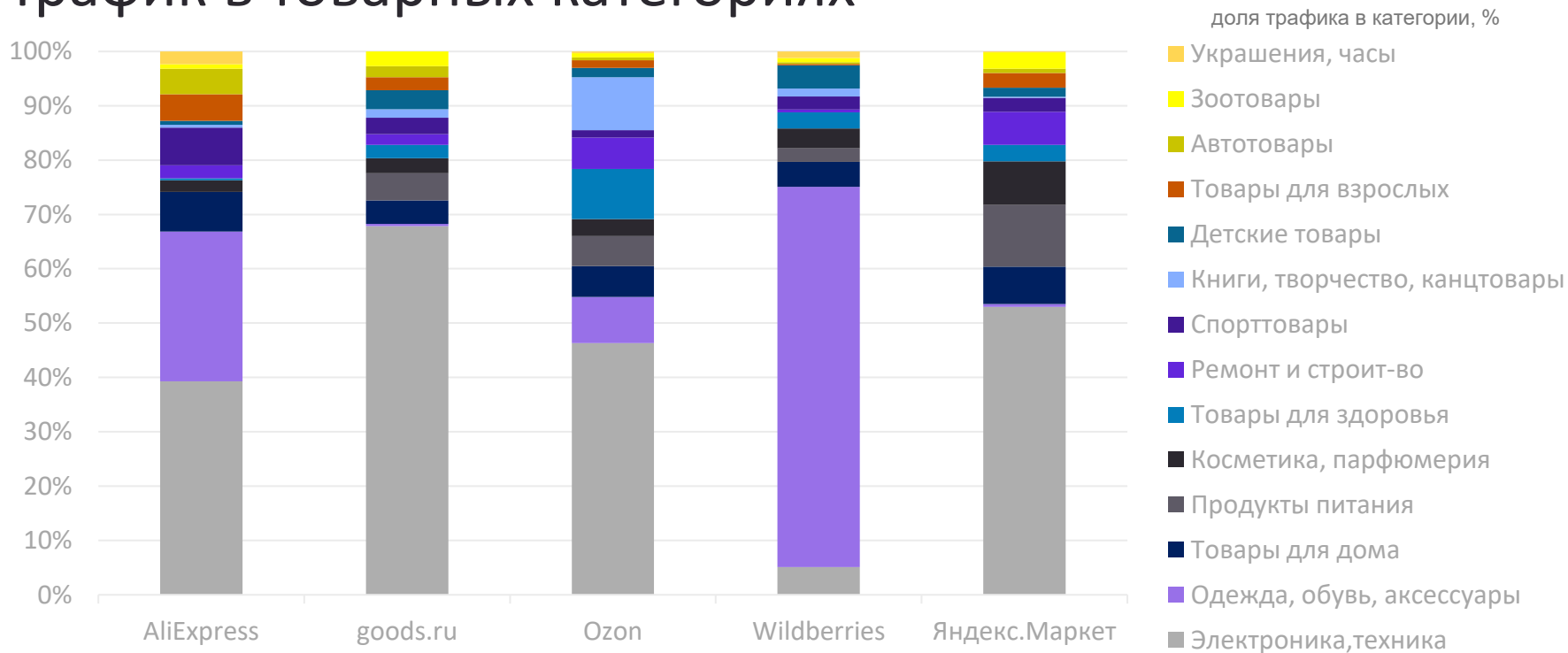
Среднемесячное количество прямых заходов на сайт, тыс.



5 КЛЮЧЕВЫХ ПЛАТФОРМ

Трафик в товарных категориях

28



5 КЛЮЧЕВЫХ ПЛАТФОРМ

29

Топ-5 товарных категорий по трафику

AliExpress	goods.ru	Ozon	Wildberries	Яндекс.Маркет
Электроника, техника 39%	Электроника, техника 68%	Электроника, техника 46%	Одежда, обувь, аксессуары 70%	Электроника, техника 53%
Одежда, обувь, аксессуары 28%	Продукты питания 5%	Книги, творчество, канцтовары 10%	Электроника, техника 5%	Продукты питания 11%
Товары для дома 7%	Товары для дома 4%	Товары для здоровья 9%	Товары для дома 5%	Косметика, парфюмерия 8%
Спорттовары 7%	Детские товары 4%	Одежда, обувь, аксессуары 9%	Детские товары 4%	Товары для дома 7%
Товары для взрослых 5%	Спорттовары 3%	Ремонт и строит-во 6%	Косметика, парфюмерия 4%	Ремонт и строит-во 6%

5 КЛЮЧЕВЫХ ПЛАТФОРМ

Распределение продавцов по товарным категориям

30

	AliExpress	goods.ru	Ozon	Wildberries	Яндекс.Маркет
АВТОТОВАРЫ	9%	12%	6%	5%	9%
ДЕТСКИЕ ТОВАРЫ	25%	23%	25%	23%	24%
ДОМ И ДАЧА	32%	37%	34%	28%	38%
ЗООТОВАРЫ	6%	11%	8%	6%	9%
КНИГИ, ДИСКИ	3%	3%	2%	2%	2%
КОСМЕТИКА, ПАРФЮМЕРИЯ	12%	17%	13%	10%	16%
ОДЕЖДА И ОБУВЬ	16%	12%	20%	31%	11%
ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ	7%	11%	9%	8%	13%
РЕМОНТ И СТРОИТЕЛЬСТВО	8%	9%	6%	4%	7%
ТОВАРЫ ДЛЯ СПОРТА	13%	11%	11%	8%	11%
ЭЛЕКТРОНИКА И ТЕХНИКА	15%	18%	12%	9%	15%

% от использующих платформу

Почти на всех площадках наиболее продаваемая категория – Товары для дома: от 28% до 38% селлеров.

Исключение – Wildberries, где больше продавцов одежды и обуви. Следующая по количеству продавцов товарная категория – Детские товары, на разных площадках ими торгует от 23% до 25% селлеров.

5 КЛЮЧЕВЫХ ПЛАТФОРМ

31

Восприятие: для каких товаров больше подходят?

	AliExpress	goods.ru	Ozon	Wildberries	Яндекс.Маркет
АВТОТОВАРЫ	47%	42%	43%	32%	37%
ДЕТСКИЕ ТОВАРЫ	52%	38%	39%	74%	32%
ДОМ И ДАЧА	65%	54%	65%	61%	53%
ЗООТОВАРЫ	29%	41%	45%	43%	37%
КНИГИ, ДИСКИ	24%	42%	68%	41%	32%
КОСМЕТИКА, ПАРФЮМЕРИЯ	34%	40%	45%	63%	36%
ОДЕЖДА И ОБУВЬ	50%	28%	31%	81%	22%
ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ	7%*	21%	30%	28%	20%
РЕМОНТ И СТРОИТЕЛЬСТВО	25%	36%	37%	25%	31%
ТОВАРЫ ДЛЯ СПОРТА	55%	46%	50%	58%	40%
ЭЛЕКТРОНИКА И ТЕХНИКА	69%	66%	66%	42%	70%

% от использующих платформу

Маркетплейсы в целом, по мнению продавцов, больше всего подходят для продажи электроники, а также товаров для дома. AliExpress, Ozon и Wildberries воспринимаются как наиболее универсальные маркетплейсы.

* Продажа продуктов питания была запущена на площадке в 2020



Инструментарий и условия платформ для продавцов

Комиссия площадок

33

AliExpress

goods

OZON

WILDBERRIES

Яндекс Маркет

Зависит от категории товара

Зависит от категории товара

Зависит от категории товара

Зависит от категории товара

Не зависит от категории товара

5% или 8%

От 3% до 22%
+ РКО (1.5%)

От 4% до 15%
с 1 февраля 2021

От 1% до 15%

2%
+ эквайринг (1%)

Платится только за исполненный заказ. Для продавцов, зарегистрированных после 01.04.2020, комиссия 0% первые 6 месяцев на первые 100 товаров.

Платится только за исполненный заказ.

Платится только за исполненный заказ.

Платится за каждую проданную единицу.

Платится только за исполненный заказ. Минимальная комиссия 75 р. (только по модели FBS за отмену по вине партнера).
+ Комиссия за эквайринг 1%.

Комиссии площадок по категориям, %

	AliExpress	goods.ru*	Ozon	Wildberries	Яндекс.Маркет
Автотовары	5-8	8-16	8	5	2+1
Детские товары	8	6-20	5	5-15	
Зоотовары	8	12	5	5-12	
Книги и канцелярские товары	5-8	17-19	15	5-10	
Красота и здоровье	8	5-12	8-10	Красота: 5-10 Здоровье: 5-12	
Одежда, обувь и аксессуары	5-8	20-22	5	5-15	
Спорт и туризм	8	8-15	8	5-15	
Товары для дома и дачи	5-8	12-20	10	5-15	
Товары для ремонта и строительства	5	8.5-14	8	5-15	
Электроника и бытовая техника	5-8	3.5-8	5-15	1-15	
Ювелирные изделия и бижутерия	5-8	22	5	5-15	

* без учёта РКО

ОЦЕНКИ ПРОДАВЦОВ

Размер комиссии площадки

35

	Комиссии низкие	Комиссии умеренные	Комиссии высокие
ALIEXPRESS	40%	44%	17%
GOODS.RU	14%	60%	25%
OZON	4%	29%	67%
WILDBERRIES	21%	60%	20%
ЯНДЕКС.МАРКЕТ*	7%	56%	37%

% продавцов, использующих платформу

Комиссии AliExpress в наибольшей степени воспринимаются продавцами как низкие.

Очень высокими продавцы считают комиссии Ozon и, в меньшей степени, Яндекс.Маркет.

ОЦЕНКИ ПРОДАВЦОВ

36

Стоимость продаж на маркетплейсах vs другие каналы

Очень низкая

Скорее низкая

Сопоставимая

Скорее
высокая

Очень
высокая

3%

17%

48%

23%

9%

Документы для старта

AliExpress

Для Юридических лиц:

- Свидетельство ОГРН (или лист записи ЕГРЮЛ)
- Свидетельство ИНН
- Устав компании с отметками налогового органа о регистрации
- Решение или приказ о назначении генерального директора

Для ИП:

- Свидетельство ОГРНИП (или лист записи ЕГРИП)
- Свидетельство ИНН
- Паспорт ИП (два разворота в одном файле — с фотографией и регистрацией)

goods

Для Юридических лиц:

- Свидетельство ОГРН
- Свидетельство ИНН
- Устав компании с отметками налогового органа о регистрации
- Решение или приказ о назначении генерального директора

• Подтверждение УСН/иной системы налогообложения, отличной от ОСН

Для ИП:

- Свидетельство ОГРНИП
- Свидетельство ИНН
- Паспорт
- Подтверждение УСН/иной системы налогообложения, отличной от ОСН

OZON

Для Юридических лиц:

- Свидетельство ОГРН (или лист записи ЕГРЮЛ)
- Свидетельство ИНН
- Устав компании с отметками налогового органа о регистрации
- Решение или приказ о назначении генерального директора

Для ИП:

- Свидетельство ОГРНИП (или лист записи ЕГРИП)
- Свидетельство ИНН
- Паспорт ИП (два разворота в одном файле — с фотографией и регистрацией)

WILDBERRIES

Для Юридических лиц:

- Свидетельство ИНН
- Паспорт

Для ИП:

- Свидетельство ИНН
- Паспорт ИП (два разворота в одном файле — с фотографией и регистрацией)

Яндекс Маркет

Отсканированная копия заявки и доверенность на подписанта, если он действует по доверенности. Далее площадка самостоятельно проверяет данные, при необходимости просит прислать отсканированную копию ОГРН

Сертификация и разрешения

AliExpress

Возможна загрузка товара без бренда. На каждый бренд необходим документ, подтверждающий законную реализацию (авторизационное письмо, контракт с производителем/дистрибьютором или документы о приобретении продукции у дистрибьютора).

goods

Если товар не подлежит обязательной сертификации, для него необходимо отказное письмо или добровольный сертификат соответствия.

OZON

Если товар не подлежит обязательной сертификации, то продавец может, при желании, оформить на такой товар отказное письмо или добровольный сертификат соответствия

WILDBERRIES

Сертификат не требуется

Яндекс Маркет

Если товар не подлежит обязательной сертификации, для него необходимо отказное письмо или добровольный сертификат соответствия.

Документы, подтверждающие качество товаров, если это нужно по закону. Тип документа зависит от категории товара (сертификат соответствия, декларация о соответствии, регистрационное удостоверение или свидетельство о государственной регистрации)

Согласно законодательству, обязательную проверку соответствия должны проходить:

- одежда, обувь, галантерея;
- постельные принадлежности;
- игрушки;
- мебель;
- продукты питания;
- пищевые добавки (БАД);
- косметические средства и парфюмерия;
- компьютеры, телефоны, ноутбуки;
- бытовая техника и электроника;
- средства индивидуальной защиты;
- средства пожаротушения;
- оборудование для детских игровых площадок.

Логистические схемы площадок

	Fulfillment by Seller	Delivery by Seller	Fulfillment by Operator
	Работа со склада продавца: продавец хранит товары, собирает заказ и передает его платформе (у AliExpress — логистическому партнеру) для доставки.	Продавец использует свой склад, самостоятельно упаковывает и отправляет заказы.	Работа со склада маркетплейса (у AliExpress со склада логистических партнеров): маркетплейс хранит товары, собирает заказ и доставляет покупателю
Aliexpress	«Доставка от партнеров»	«Логистика продавца»	«Фулфилмент от партнеров» (только для Москвы и МО)
goods.ru	да	да	да (со склада партнёра)
Ozon	«FBS»	да (тестируется с декабря 2020)	«FBO»
Wildberries	да	нет	да
Яндекс.Маркет	«FBS»	да (тестируется)	«FBU» и «FBU+»*

* - FBU+ позволяет комбинировать использование собственного склада и склада Яндекса.

Стоимость хранения товаров

41

AliExpress

Услуга от партнеров. 60 дней — бесплатно, затем — 20 рублей в день за кубический метр

goods

Нет услуги

OZON

Рассчитывается для каждой категории и зависит от среднесуточного объема товаров на складе и оборачиваемости.

WILDBERRIES

За хранение товара на складе оплата взимается только если оборачиваемость превышает 60 календарных дней для формата моно- и микс-поставки. Хранение поставок с типом моно-паллета на всех складах платное. Стоимость: 7р в сутки за 1 паллету. Хранение товаров в Распределительном центре ТОСЭР Зеленодольск бесплатное.

Яндекс Маркет

Стоимость складской обработки зависит от веса и габаритов товаров и составляет от 30 до 150 рублей за единицу товара. Хранение в течение 61 дня включается в эту стоимость. Стоимость хранения на складе с 62 дня зависит от веса, габаритов, типа товара и длительности хранения и составляет от 0.8 рублей в сутки до 30 рублей в сутки.

Стоимость доставки до покупателя

42

AliExpress

Заказы до 2 кг доставляются за 69 рублей при дропшипинге и 89 рублей при фулфилменте (включая забор и обработку заказов). Заказы от 2 до 5 кг — 169 и 189 рублей. От 5 до 30 кг — 359 и 399 рублей (без НДС). Стоимость доставки одина на всю Россию и действует для продавцов, которые работают с Цайняо.

goods

За доставку заказа до покупателя 50 рублей за заказ весом до 25 кг 150 рублей за заказ весом от 25 кг. Плата взимается только за выкупленный или частично выкупленный заказ. Бесплатно, если стоимость заказа до 500 рублей

OZON

Сборка заказа. Для FBO —30 р., а также по 5 р/кг (с точностью до 0,1 кг), но не больше 150 рублей за товар. **Для FBS** отправка курьером Ozon — оплата по тарифам Pick-up; в пункт приемки — 45 р. **Магистраль** — 27 или 55 р./кг в зависимости от маршрута, но не меньше 5 р. и не больше 500 р. **Последняя миля. Для FBO** — 4,4% от цены товара, но не меньше 20 р. и не больше 120 р.. **Для FBS** — 4,4% от цены товара, но не меньше 50 р. и не больше 200 р.. Не начисляется в случае невыкупа или отмены.

WILDBERRIES

Стоимость доставки составляет от 20 до 90 рублей в зависимости от тары. В случае возврата товара покупателем, стоимость доставки - 33 рубля. С 21,01 увеличивается стоимость логистики для КГТ, стоимость привязана к литражу

Яндекс Маркет

Стоимость доставки составляет от 30 до 150 рублей в зависимости от габаритов товара для модели FBY и от 50 до 250 рублей для модели FBS. Стоимость возврата равна стоимости доставки.

РЕКЛАМА И ПРОДВИЖЕНИЕ

Рекламные кампании

AliExpress

1. Промокоды от платформы
2. Super Brand Day (акция с одним брендом, в период которой все посетители AliExpress видят бренд на главной странице и продажи вырастают в 10-15 раз)
3. Акции платформы и магазина
4. Купоны и промокоды магазина
5. Встроенные инструменты ретаргетинга
6. Прямые трансляции в приложении AliExpress
7. Аффилиатная (партнерская) программа

goods

1. Медийная реклама: размещение динамического или статического баннера на главной странице, в товарном блоке, разделе "Акции", листинге.
2. Можно интегрироваться в рекламные кампании goods.ru: медийная, контекстная, видео и ТВ реклама.

OZON

1. Самостоятельная закупка как товарной, так и медийной рекламы.
2. Реклама товаров: продвижение товаров в карточках конкурентов, товарных категориях и поиске. Для показа в поиске нужно настроить поисковые фразы для показа. Вероятность и частота показа зависят от ставки, которую готов платить продавец.
3. Медийная реклама: баннеры с рекламой товаров, магазина, бренда или акции на главной странице Ozon, страницах категорий и карточке товара.

WILDBERRIES

1. Медийная реклама. Баннеры на главной странице и в разделах, ведут на страницу бренда. Самостоятельный запуск кампаний с помощью инструмента "WB.Реклама": создание и загрузка баннеров, выбор места и сроков.
2. Размещение товаров в выдаче каталога
3. Размещение товаров в карточке товара
4. Размещение товаров в спецпроектах.

Яндекс Маркет

1. Маркетплейс интегрирован в сервис сравнения цен Яндекс.Маркет.
2. Возможность принимать участие в акциях платформы Яндекс.Маркет.
3. Участие в программе лояльности Яндекс.Плюс (за 1% от продаж).
4. Ставка — максимальная цена за клик, которую продавец готов платить для продвижения в результатах поиска на маркетплейсе.

РЕКЛАМА И ПРОДВИЖЕНИЕ

Бренд зона / витрина магазина

AliExpress

goods

OZON

WILDBERRIES

Яндекс Маркет

44

Есть возможность кастомизированного брендинга магазина. В личном кабинете продавца есть конструктор для создания и настройки магазина. Конструктор поддерживает различные шаблоны главной страницы, смену типа магазина, сборку страницы из модулей.

Брендзона (shop-in-shop) – отдельная площадка для позиционирования бренда на внутренней странице сайта. shop-in-shop – отдельная площадка для позиционирования магазина на внутренней странице сайта.

Витрина — персональная страница магазина для приложения и сайта Ozon. С помощью неё можно бесплатно продвигать свой магазин, рассказывать про интересные предложения, акции или промо-товары. По умолчанию витрины нет. Ее можно создать и донастроить, загрузив на нее контент.

1. Брендированная страница (Shop in Shop), где представлены товарные категории, возможно размещение баннеров и промо-страниц, самостоятельная рекламная активность через личный кабинет.
2. Промо-страницы для рассказа о своем ассортименте - нужно заказывать у дизайнеров Wildberries.

У бренда может быть собственный раздел на Яндекс.Маркете, где представлены все товары бренда, акции, хиты продаж. Раздел может быть как в стандартном оформлении, так и в брендированном варианте.

РЕКЛАМА И ПРОДВИЖЕНИЕ

Скидки и акции платформы

AliExpress

Несколько крупных акций платформы в течение года, таких как 11.11, 328, 628, 828, а также множество более мелких и регулярных, таких как «Стильный вторник». Продавец может участвовать в акции, если проходит по входным требованиям. Решение об участии в акциях «Почти даром» и «Горящие товары» принимает платформа.

goods

Акции. Продавец может принять участие в акциях площадки: "Товар дня", "Суперцены", "Повышенный cashback". Участвовать в акциях можно из Личного кабинета селлера через специальную вкладку «Календарь акций» Ознакомиться с акциями можно в нем же.

OZON

Акции. Есть два типа акций: скидка (товары по сниженным ценам) и 1+1=3 (при покупке трех товаров покупатель получает самый дешевый бесплатно).
Акции платформы:
1. Ozon может выбрать товар для участия в своей акции. Скидка предоставляется за счёт площадки.
2. Специальные акции для покупателей с подпиской Ozon Premium
3. Акция с целевой аудиторией предназначена для определенной категории покупателей. Рядом с названиями таких акций есть тег Аудитория.

WILDBERRIES

Скидки и акции. Wildberries регулярно устраивает акции для покупателей и сам отбирает товары, которые будут в них участвовать. (В зависимости от Скидки товар попадает на баннер)

Яндекс Маркет

1. Акции. Маркет проводит национальные промо на основные ритейл поводы, кросс-категорийные и категорийные промо, а так же распродажи.
2. Промокоды. Маркет предоставляет покупателям скидки по промокодам. Если товар купили по промокоду, Маркет компенсирует селлеру сумму скидки.
3. Кешбэк для подписчиков Плюса, размер кешбэка Маркет компенсирует партнерам. Есть инструмент совместного финансирования кешбека (частично партнер + частично Маркет).

РЕКЛАМА И ПРОДВИЖЕНИЕ

Скидки и акции продавца

46

AliExpress

1. Промоакции и акции магазина. Продавец самостоятельно настраивает скидки для товара/ групп товаров.

2. Промокоды. Распространяются через карточки своих товаров или внешние каналы, например в трансляциях через приложение.

3. Специальные предложения - дополнительная скидка или бесплатная доставка, если выполняются определенные условия.

4. Купоны. Дают скидку на определенную сумму, если покупатель сделал заказ на сумму не менее установленной.

goods

1. Для индивидуально запускаемых акций возможна опция подсветки товаров акционными шильдами.

2. Есть возможность трансляции старой цены товара, на основе, которой будет отображаться скидка.

3. Повышенный кэшбек - инструмент продвижения, который позволяет продавцу предоставлять дополнительный кэшбек покупателям за покупку товаров сверх базового кэшбека goods.ru.

OZON

Продавец может создавать собственные акции:
1. С обычной скидкой. В такую акцию можно добавить любые товары и установить на них любую скидку.

2. С дополнительной скидкой. Если товар участвует в акции Ozon типа «Скидка» его можно добавить в акцию с дополнительной скидкой. Дополнительная скидка будет применена к цене по акции типа «Скидка».

3. Со скидкой от суммы заказа. Покупатель получит скидку, только если добавит в корзину товары на определенную сумму.

4. Типа «Купон» - промокод, с помощью которого покупатель может получить скидку на покупку.

5. «Товар в подарок». Покупатель получит товар в подарок, только если добавит в корзину определенное количество товаров.

РЕКЛАМА И ПРОДВИЖЕНИЕ

Скидки и акции продавца

WILDBERRIES

Акции. Предоставляется блок в общем разделе, где собраны только акции партнеров. Переход на подборку товаров со скидками.

Яндекс Маркет

Продавцы могут сами давать скидку, но не могут создавать собственные акции. Возможность создавать собственные акции с промо-кодами появится весной 2021г.

47

РЕКЛАМА И ПРОДВИЖЕНИЕ

Социальные инструменты

48

AliExpress

1. Аффилиатная программа. Продавец платит комиссию за продажи через специальную ссылку (CPS).
2. Возможность выставить товары в специальный раздел миниприложения AliExpress во ВКонтакте.
3. Возможность выставить товары в раздел Товары в Одноклассниках.
4. Система постановки промо задач для блогеров.
5. Лента новостей — промо-канал в приложении AliExpress. Пользователи могут узнать о новинках магазина, предстоящих акциях продавца.
5. Лайв-стримы в приложении AliExpress
6. Рассылки покупателем от магазина через инструменты ретаргетинга

goods

1. Интеграции с блогерами. Формат - анбоксинг.
2. Размещение контента в аккаунтах goods.ru.

OZON

Отзывы за баллы. Покупатель, который купил товар, видит предложение оставить отзыв. Если он оставляет отзыв, то получает баллы, которые может потратить на покупки на Ozon. Баллы оплачивает селлер (1 балл = 1 рубль), как и комиссию Ozon – 10% от суммы баллов.

РЕКЛАМА И ПРОДВИЖЕНИЕ

Социальные инструменты

49

WILDBERRIES

Платное размещение товарных предложений на страницах Wildberries в социальных сетях.

Яндекс Маркет

Нет данных

РЕКЛАМА И ПРОДВИЖЕНИЕ

Другие инструменты

AliExpress

goods

OZON

WILDBERRIES

Яндекс Маркет

50

1. Бустеры. Поднимают товары в поиске и системе рекомендаций. Один бустер можно применить к одному товару. AliExpress начисляет по 2 бустера всем продавцам, кто настроил магазин и опубликовал min 30 товаров.

2. Виджеты для создания баннеров и блоков рекомендованных и похожих товаров. Добавляются в карточку товара. Бесплатный инструмент.

3. Наборы

Автоматические способы продвижения:

Лучшее предложение – аналитический инструмент, подбирающий оптимальную скидку на основании мониторинга рынка и предложений других продавцов.

1. Товарные рекомендации - бесплатный инструмент, с помощью которого можно продвигать товары, показывая их в блоке "Продавец также рекомендует" в карточке товара.

2. Комплекты — бесплатный инструмент. Предлагает покупателю приобрести сопутствующие товары со скидкой, показывая их в блоке "Вместе дешевле!" на карточке товара.

Нет данных

Возможность управлять ценами на товары, ориентируясь на цены конкурента (рекомендованные цены и минимальные цены на маркетплейсе); участие в программе лояльности для покупателей.

ОЦЕНКИ ПРОДАВЦОВ

Рекламные инструменты и возможности продвижения

51

AliExpress

goods

OZON

WILDBERRIES

Яндекс Маркет*

5,7

4,9

6,2

5,8

4,4

Брендинг. Оформление бренд-зоны

52

AliExpress

Настройки: выбор места размещения логотипа, создание и размещение баннера на странице магазина, изменение структуры страницы, создание меню, размещение имиджевых фото, слайдера и отзывов. Услуга бесплатная.

goods

В оформлении страницы может использоваться логотип бренда, его краткая история, фирменный стиль, фото- и видеоматериалы, выделение в отдельный блок популярных товаров. Услуга платная.

OZON

На витрине можно разместить логотип, описание магазина, баннер, выбрать и разместить промо-товары. Внешний вид витрины меняется в конструкторе.

WILDBERRIES

Возможность размещения логотипа на странице своего бренда. Платное размещение баннеров, создание промо-страниц.

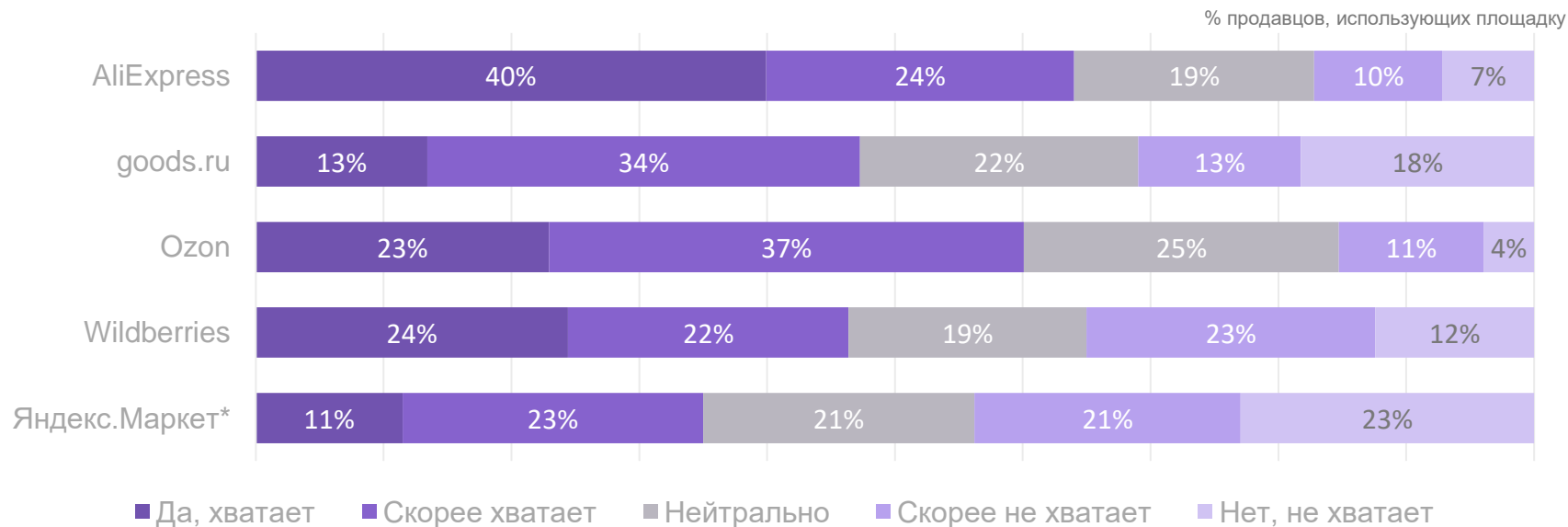
Яндекс Маркет

Создание баннеров и разделов на странице бренда. Возможность использовать фирменный стиль.

ОЦЕНКИ ПРОДАВЦОВ

Хватает ли возможностей для брендинга?

53



Больше всего возможностями брендинга довольны продавцы на AliExpress и Ozon.

Общение селлера с покупателями

54

AliExpress

Публичное — в отзывах, по телефону, во время проведения прямых трансляций в приложении.

Приватное — покупатель может задать вопрос продавцу и до и после покупки. Таким же образом продавец может связаться с покупателем. Услуга доступна по молчанию.

goods

Приватное –
Есть возможность общаться напрямую с покупателями внутри обращений.

OZON

Публичные –
возможность задавать вопросы под карточкой товара.

Чат с покупателем -
селлер может подключить в личном кабинете, тогда у покупателя появится возможность писать личные сообщения селлеру.

WILDBERRIES

Публичные –
возможность писать вопросы под товаром.

Яндекс Маркет

Публичное – в отзывах.

ОЦЕНКИ ПРОДАВЦОВ

Коммуникация с платформой
(работа службы поддержки и ясность инструкций)

55

AliExpress

goods

OZON

WILDBERRIES

Яндекс Маркет*

6,8

6,5

5,0

6,3

6,9

Порядок получения денег селлером

AliExpress

После того как клиент подтвердил получение товара или после истечения срока защиты покупателя, денежные средства поступают в личный кабинет селлера и доступны к выводу на расчетный счет. В среднем продавцы выводят деньги через 8 дней после оплаты.

goods

После получения денежных средств от покупателя goods.ru переводит на расчетный счет продавца сумму за вычетом комиссионного вознаграждения: еженедельно во вторник и пятницу приходят начисления за товар; в среду компенсация бонусных рублей (если покупатель использовал инструмент программы лояльности).

OZON

1. Оплаты приходят 2 раза в месяц, 15 числа за продажи с 16 по 31 число, и 25 числа за продажи с 1 по 15 число каждого месяца
2. Каждый день (в тестовом режиме) - деньги поступают на банковский счет селлера на следующий день после выполнения операций за минусом возвратов и дополнительных услуг, оказанных за день.

WILDBERRIES

Еженедельно, раз в 7 дней

Яндекс Маркет

Покупатель оплатил товар сразу при заказе - деньги будут перечислены на следующий день. Покупатель выбрал оплату при получении - деньги будут перечислены после того, как статус станет «Доставлено». Покупатель использовал промокоды - оплата будет перечислена на счет селлера разными транзакциями: отдельно сумма, оплаченная покупателем, и отдельно вознаграждение за предоставленную скидку.

МНЕНИЯ ПРОДАВЦОВ

Чего не хватает платформам?

57

Продажи	Продавцы просят расширения возможностей для редактирования карточек товаров (20% от всех запросов), интеграцию через API (15%), интеграцию через 1С (13%), изменения условий продажи (10%), круглосуточной и быстрой техподдержки (9%) и интеграции с другими маркетплейсами (7%).
Логистика	Продавцы не довольны сроками приемки товара (14% всех запросов), узкой географией логистики (13%), а также отсутствием ясного контроля за качеством доставки (10%). Из отдельных функций чаще всего говорят о возможности отгрузки на ПВЗ (9%) и транзитных поставках (8%).
Продвижение	Больше всего продавцы недовольны ценовой политикой (29% от всех запросов), но также и ограниченными возможностями по самостоятельному контролю за рекламной компанией (18%). Продавцам также не хватает возможностей таргетированной рекламы (11%), статистики по проведенным компаниям (8%) и функционала по работе с отзывами (7%).
Аналитика	Продавцам прежде всего не хватает детальной аналитики по продажам (36% всех запросов), анализа поисковых запросов и посещаемости (19%), подробной аналитики по складским остаткам и стоимости складских услуг (11%).



Условия платформ для покупателей

Способы оплаты для покупателя

59

AliExpress

Банковские карты, Google Pay, электронные деньги (Яндекс.Деньги, QIWI, WebMoney), со счета мобильного (МТС, MegaFon, Beeline, TELE2), Wire transfer (безналичный перевод), онлайн-банкинг (Тинькофф, ВТБ, Почта Банк, МТС Банк и другие), оплата наличными в терминалах, оплата в рассрочку

goods

Рассрочка по карте Халва, карте Совесть, карте Тинькофф, карте Хоум Кредит Банк, карте Банк Русский Стандарт. Наличными курьеру. Банковской картой онлайн или курьеру

OZON

Банковские карты, Халва, Совесть, Хоум Кредит, [Ozon.Card](#)). Apple Pay, Google Pay. Яндекс.Деньги, кредит и рассрочка от банков-партнеров, рассрочка Ozon, система быстрых платежей, подарочный сертификат. Счет Ozon

WILDBERRIES

Банковские карты, Оплата по QR-коду (СБП)

Яндекс Маркет

Банковской Картой. Бонусами Спасибо от Сбербанка. В кредит. На почте или у курьера — наличными. В пунктах выдачи и постаматах — наличными или картой. Баллами Яндекс.Плюса.

Программа лояльности для покупателей

60

AliExpress

1. Клуб AliExpress.

Баллы начисляются за покупки. В зависимости от количества баллов бывают уровни:

- Серебряный - 1-100 баллов
- Золотой - 101-500 баллов
- Платиновый - 501-1500 баллов
- Бриллиантовый >1500 баллов

В зависимости от уровня покупателям доступны различные купоны, специальные предложения на дни рождения и скидки на избранные товары (от 5 до 15%). При переходе на следующий уровень пользователь получает дополнительный купон на сумму от 300 до 1000 рублей. Такой купон можно потратить в любом магазине на AliExpress.

2. Пользователь может играть в игры, получая виртуальные монеты. Монеты работают только в мобильном приложении и их также можно обменять на купоны.

3. Купоны:

- Купоны AliExpress - можно применять при покупке любого товара по обычной цене на сайте и в мобильном приложении.
- Купоны продавца - купоны выдаются продавцами. Купон продавца можно использовать только для товаров в его магазине.
- Спецкупоны - каждый пользователь может получить определённое количество спецкупонов, которое определяется правилами каждой конкретной акции или распродажи. Номинал купонов также может отличаться.

Программа лояльности для покупателей **goods**

61

Бонусные рубли - начисление бонусов при покупке. Бонусные рубли, которые получит покупатель, отображаются рядом с ценой товара. Бонусы можно использовать при оплате до 50% стоимости товаров. Бонусные рубли доступны для использования в течение 30 дней. Также для участников программы проводятся специальные акции. Программа лояльности осуществляется за счёт goods.ru. У продавца также есть возможность участвовать со своей стороны в данной программе.

Программа лояльности для покупателей

OZON

- Ozon.Card - бесплатная дебетовая карта. При оплате покупок Ozon.Card покупатель получает кэшбэк баллами:
 - Покупки на Ozon
 - до 25% за покупки товаров по акциям.
 - 5% при оплате картой онлайн.
 - 1% при оплате курьеру или в пунктах выдачи Ozon.
 - Покупки в других магазинах
 - до 30% за покупки у партнеров программы лояльности Ozon.Card;
 - 1% за покупки во всех остальных магазинах.
- Ozon Premium — подписка, которая открывает доступ к эксклюзивным ценам, бесплатной доставке для всех заказов и скидке на быструю доставку OZON Express. (ежемесячное списание - 319р/мес, списание раз в три месяца - 200р/мес, списание раз в полгода - 167р/мес, списание раз в год - 133р/мес),
- Баллы Ozon - при покупке определённых товаров начисляются баллы, 1балл=1рубли. Могут быть использованы для получения скидки на один Заказ в размере, не более 25% стоимости заказа, без учета стоимости доставки. При выборе способа оплаты Ozon.Card при оформлении заказа на Сайте, Баллы, полученные в рамках Программы лояльности, могут быть использованы для получения скидки до 99,99% стоимости заказа. Срок действия начисленных Баллов — 1 год с даты начисления.
- Сертификаты - можно дарить и получать сертификаты на определенную сумму и оплачивать ими покупки. Активировать сертификат можно в течение года с момента его получения по почте.

Программа лояльности для покупателей

WILDBERRIES

63

- Скидка зависит только от общей суммы выкупа за всю историю покупателя:
 - от 0 руб. – 3%
 - от 100 000 руб. – 5%
 - от 250 000 руб. – 7%
 - от 500 000 руб. – 10%

Скидка автоматически применяется в корзине.

Не распространяется на некоторые категории товаров и бренды.

- Промокоды - можно найти в рассылке.

Программа лояльности для покупателей

Яндекс Маркет

64

- Кэшбек баллами Яндекс.Плюс, которыми потом можно расплатиться на некоторых сервисах Яндекса.
- Скидки - есть возможность подписаться на рассылку и получать информацию о скидках.

Условия возврата товаров

AliExpress

65

Возврат через открытие спора:

Покупатель может вернуть товар в течение 15 дней с момента получения товара. Для этого нужно открыть спор в личном кабинете, выбрать причину возврата и согласовать ее с продавцом. После этого — отправить товар на согласованный с продавцом адрес и на странице «Информация о споре» ввести номер отслеживания посылки.

Возврат через функцию «Удобный возврат»:

Эта функция распространяется на некоторые товары. Чтобы воспользоваться «Удобным возвратом», необходимо открыть спор, выбрать причину – удобный возврат, получить код в личном кабинете и отправить возврат через ближайшее отделение Почты России. Это бесплатно.

В обоих случаях деньги вернутся покупателю после того, как продавец подтвердит получение заказа — как правило это происходит в течение 15 дней. В спорных случаях команда AliExpress подключится к спору и поможет восстановить справедливость.

Условия возврата товаров

goods

2 типа возвратов:

1. Если товар не был выкуплен покупателем, то он возвращается продавцу (бесплатно)
2. Если товар был выкуплен покупателем, то покупатель связывается с продавцом напрямую по предоставленным контактным данным или с помощью сервиса «Обращения покупателей». Окончательное решение по возврату товаров принимает продавец в соответствии с нормами законодательства Российской Федерации.

Условия возврата товаров

OZON

В день получения заказа (Premium — в течение трех дней) — можно вернуть почти любые товары, кроме перечисленных ниже. В это можно вернуть как товары с повреждениями или браком, так и товары, которые не подошли или не понравились.

Товары, которые можно вернуть, только если у них есть повреждения или брак:

- Продукты питания;
- Ювелирные и другие изделия из драгоценных металлов и (или) драгоценных камней, ограненные драгоценные камни;
- Лекарственные средства;
- Цифровые товары в электронном виде.

В течение 7 дней — можно вернуть некоторые товары, которые не подошли или не понравились (надлежащего качества).

В течение 30 дней (Premium — 60 дней) — можно вернуть все остальные товары, которые не подошли или не понравились (надлежащего качества).

В течение гарантийного срока — можно вернуть товары с недостатками или браком (ненадлежащего качества). Если у товаров нет гарантийного срока, их можно вернуть в течение двух лет со дня получения товара при условии предоставления экспертного заключения о том, что недостаток возник до передачи товара клиенту или по причинам, возникшим до этого момента. Заключение можно получить в сервисном центре. Гарантийный срок на одежду и обувь отсчитывается с начала сезона. По умолчанию гарантийный срок — 30 дней, если у производителя не указан более длинный. Также в течение гарантийного срока можно отремонтировать товар в сервисном центре.

Условия возврата товаров

WILDBERRIES

68

1. Товар надлежащего качества. Срок возврата товара составляет 21 день. Возврат товара надлежащего качества осуществляется двумя способами:

- Возврат в фирменные пункты выдачи/возврата Wildberries.
- Вызов курьера Wildberries (услуга предоставляется жителям городов, где есть курьерская доставка).

2. Товар ненадлежащего качества. Покупатель может обратиться с требованием о возврате такого товара в течение гарантийного срока, установленного производителем. Если гарантийный срок на товар производителем не установлен, срок для возврата такого товара составляет 2 года.

Процедура возврата:

- Возврат товара осуществляется посредством оформления заявки в Личном кабинете.
- Срок рассмотрения заявки не превышает 5 (пять) рабочих дней.
- В случае, если по результату рассмотрения заявки Продавцом принято положительное решение, покупатель может передать товар для возврата в Пункт выдачи заказов Wildberries.
- В случае отклонения заявки, покупатель вправе обратиться в независимую экспертизу. В случае, если независимой экспертизой будет подтверждено право покупателя на возврат товара, все расходы покупателя, связанные с проведением независимой экспертизы подлежат возмещению Продавцом.

Условия возврата товаров

Яндекс Маркет

69

Возврату не подлежат лекарства и БАД, алкоголь и ювелирные изделия, продукты питания надлежащего качества, товары надлежащего качества со следами использования, с нарушенной комплектацией, товарным видом или упаковкой.

1. Товары ненадлежащего качества можно вернуть в течение 15 дней Маркету, далее - продавцу напрямую (если продавец Маркет, то Маркету).
2. Товары надлежащего качества (не понравились или не подошли). Если с товаром все нормально, просто покупатель хочет его вернуть, то по закону это можно сделать в течение 7 дней.

Способы возврата:

- в пункте выдачи Яндекс.Маркет (пока только в Москве);
- через постаматы PickPoint (если упаковка не больше 36 × 36 × 60 см);
- в пунктах выдачи PickPoint;
- в отделениях Почты России.
- другими способами (курьером, транспортной компанией, лично продавцу)

Что бы оформить возврат необходимо заполнить заявку на сайте.

ОЦЕНКИ ПРОДАВЦОВ

Важность арбитража

70

Очень важно

Скорее важно

Отношусь
нейтрально

Скорее
не важно

Совсем
не важно

38%

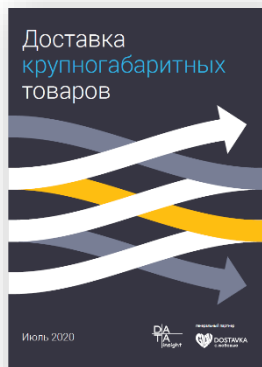
32%

24%

4%

3%

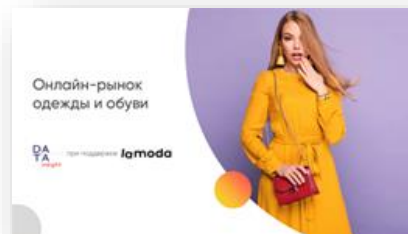
Публичные исследования



[Доставка
крупногабаритных
товаров 2020](#)



[Фулфилмент для
интернет-торговли 2020](#)



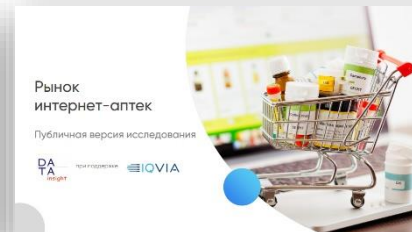
[Онлайн-рынок
одежды и обуви](#)



[Логистика для электронной
торговли](#)

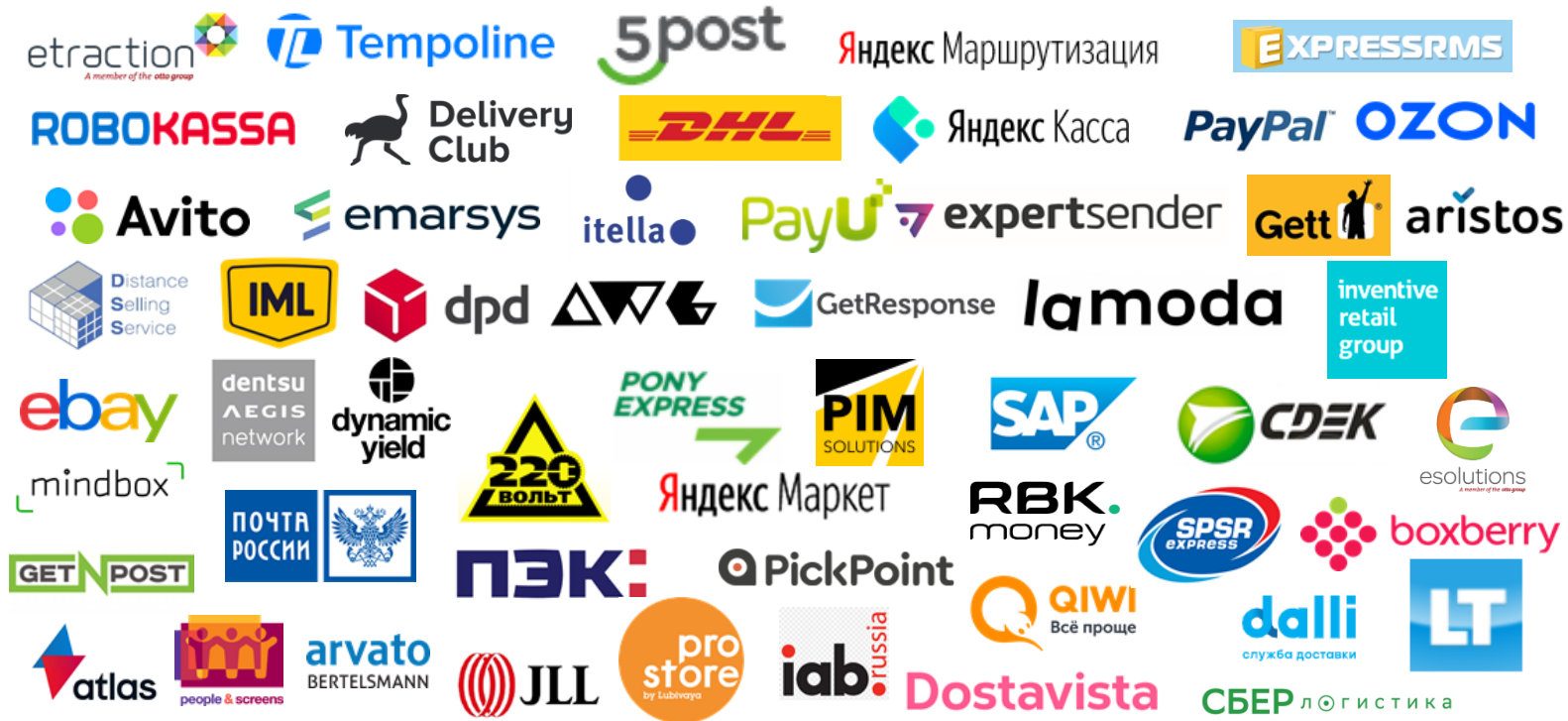


[Интернет-торговля
в России 2019](#)



[Рынок интернет-аптек 2019](#)

Партнеры



Data Insight - первое в России агентство, специализирующееся на **исследованиях и консалтинге** в области eCommerce и digital рынков.

Наши публичные **исследования** – datainsight.ru/public

СВЯЗАТЬСЯ С НАМИ:

a@datainsight.ru

+7 (495) 540 59 06

datainsight.ru



Facebook.com/DataInsight



[Data Insight](https://DataInsight)



Slideshare.net/Data_Insight



t.me/DataInsight



Zen.yandex.ru

на рынке
с 2010

авторы рейтинга
[ТОП-100 интернет-магазинов](#)

соавторы рейтинга
[Рейтинга омниканальности российских ритейлеров](#)