



## ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ С МАРКЕТПЛЕЙСАМИ



Fashion  
Consulting  
Group

**КОНСАЛТИНГ**

---

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

---

**ОБРАЗОВАНИЕ**

---

Более **1000** реализованных проектов

Более **450** клиентов:

- производители одежды и обуви
- розничные сети
- российские дома моды и дизайнеры
- швейные предприятия

Более **4500** публикаций и выступлений  
в СМИ и на отраслевых конференциях



Fashion  
Consulting  
Group

## FASHION CONSULTING GROUP И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ **ЦЕНТР СТРИМ** В АКАДЕМИИ ИМЕНИ СТРОГАНОВА

ИННОВАЦИОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ ДЛЯ КАРЬЕРЫ В НОВЫХ ЦИФРОВЫХ РЕАЛИЯХ

DIGITAL&PHYSICAL ТЕХНОЛОГИИ ДОПОЛНЯЮТ ДРУГ ДРУГА - ЭТО ВЗАИМОСВЯЗАННЫЕ ЧАСТИ СОВРЕМЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ.

PHYGITAL IN FASHION – НОВЫЙ ПОДХОД К ОБРАЗОВАНИЮ В МОДНОЙ ИНДУСТРИИ

НАБОР НА НОВЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ С 15 СЕНТЯБРЯ

Старт программ Октябрь 2021

КОНТАКТЫ:

[INFO@FASHIONCONSULTING.RU](mailto:INFO@FASHIONCONSULTING.RU)

+7 906 056-18-18



АКАДЕМИЯ  
ИМЕНИ С.Г. СТРОГАНОВА  
1 8 2 5

## ИНФОРМАЦИЯ О ЛЕКТОРЕ



### НАТАЛЬЯ ЧИНЕНОВА

#### Fashion Consulting Group

Главный консультант по бизнес-технологиям в ритейле.

Ведущий эксперт направлений франчайзинг и дистрибуция (опт и розница).

#### ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ОПЫТ

- С 1999 г. работала в Корпорации SELA.
- В 2003 г. открыла и возглавила офис Корпорации SELA в Киеве (свыше 70 магазинов), также открыла офис SELA в Польше, магазины в Молдавии, Приднестровье и Белоруссии.
- В 2007 г. была назначена Генеральным директором Корпорации SELA.
- Разработала и внедрила пакет документов развития и управления розничной и франчайзинговой сетью.
- За время работы в Корпорации SELA создала самую крупную франчайзинговую сеть в России (свыше 560 магазинов).
- 2011 - 2016 гг. - советник Президента сети универмагов одежды Lady&Gentleman CITY.
- С 2010 г. – ведущий эксперт по ритейлу в Fashion Consulting Group.
- С 2011 г. – преподаватель Высшей Школы Экономики.
- С 2017 г. – соавтор и соруководитель магистерской программы «Менеджмент и маркетинг в индустрии моды» НИУ ВШЭ.

#### ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

- Разработка стратегии компании.
- Эффективности управленческий решений.
- Управление розничной сетью.
- Создание бизнеса с нуля.
- Построение департамента франчайзинга. Создание и развитие франчайзинговой сети.
- Построение системы опта и управление оптовыми продажами.
- Разработка стандартов работы розничного магазина.
- Формализация бизнес-процессов.
- Формирование системы грейдинга и KPI.
- Организация логистических складов класса А.
- Создание товарно-кредитной политики компании.
- Разработка и внедрение программ лояльности.
- Экономика розничного магазина
- Мотивация персонала розничных магазинов.
- Создание календарного плана продаж.

#### ОБРАЗОВАНИЕ

МИНХ им Г. В. Плеханова.  
Специальность «Товароведение и организация торговли».

#### ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Московская академия экономики и права. Специальность «Менеджмент».

#### НАГРАДЫ

Награждена медалью к 850-летию Москвы за развитие розничной торговли в городе Москве.

В 2010 году на 8-м Всероссийском Конмодулье «Золотые сети 2010» получила награду «Лучший Ритейл-менеджер года» за эффективность продаж в период экономического кризиса.

# ДАННЫЕ DATA INSIGHT «СЕЛЛЕРЫ НА РОССИЙСКИХ МАРКЕТПЛЕЙСАХ»

## 1. СТАТИСТИКА ПРОДАЖ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ В 2020 ГОДУ:

- 41% ПРОДАВЦОВ, КОТОРЫЕ РАБОТАЮТ С МАРКЕТПЛЕЙСАМИ, СЧИТАЮТ, ЧТО ЭТО ОСНОВНОЙ КАНАЛ ПРОДАЖ
- ПОЧТИ ПОЛОВИНА ПРОДАВЦОВ МАРКЕТПЛЕЙСОВ (45%) ВООБЩЕ НЕ ИСПОЛЬЗУЮТ ДЛЯ ПРОДАЖ СВОЙ ИНТЕРНЕТ - МАГАЗИН ИЛИ САЙТ
- ДЛЯ КАЖДОГО ПЯТОГО СЕЛЛЕРА МАРКЕТПЛЕЙС СТАЛ ПЕРВЫМ КАНАЛОМ ПРОДАЖ
- ДЛЯ 29% - ПЕРВЫМ ОНЛАЙН-КАНАЛОМ

## 2. ЧЕМ ЦЕННЫ МАРКЕТПЛЕЙСЫ ДЛЯ ПРОДАВЦОВ:

- ОКОЛО 80% ПРОДАВЦОВ ВЫШЛИ НА МАРКЕТПЛЕЙСЫ, ЧТОБЫ УВЕЛИЧИТЬ АУДИТОРИЮ И ПРОДАЖИ
- 42% - РАДИ МАСШТАБИРОВАНИЯ ПРОДАЖ И РАДИ ЭКСПАНСИИ В ДРУГИЕ РЕГИОНЫ
- 37% - ЧТОБЫ ПОВЫСИТЬ УЗНАВАЕМОСТЬ ТОВАРОВ
- КАЖДЫЙ ТРЕТИЙ ПРОДАВЕЦ (29%) ИСПОЛЬЗОВАЛ МАРКЕТПЛЕЙСЫ, ЧТОБЫ ВПЕРВЫЕ НАЧАТЬ ПРОДАВАТЬ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ
- КАЖДЫЙ ПЯТЫЙ (20%) - ЧТОБЫ СНИЗИТЬ ИЗДЕРЖКИ НА ПРОДАЖИ

## 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%

## Почему вы начали продавать ваши товары на маркетплейсах?





# РОЛЬ МАРКЕТПЛЕЙСОВ В ПРОДАЖАХ МОДНЫХ ТОВАРОВ

1. В ПОСТПАНДЕМИЧЕСКИЙ ПЕРИОД РОСТ ПРОДАЖ ТЕСНО СВЯЗАН С БУРНЫМ РОСТОМ МАРКЕТПЛЕЙСОВ:
  - НЕДОСТАТОЧНО ИМЕТЬ ОФЛАЙН РОЗНИЧНЫЙ МАГАЗИН ИЛИ СЕТЬ, НУЖНО ИМЕТЬ ЕЩЕ И ОНЛАЙН КАНАЛЫ ПРОДАЖ
  - ОНЛАЙН ПРОДАЖИ – ЭТО ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА ИЛИ СТРАНИЦЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ, СОЗДАНИЕ ТРАФИКА, ПОВЫШЕНИЕ КОНВЕРСИИ И ПР.
  - ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ БЫТЬ КАК МОЖНО БЛИЖЕ К ПОКУПАТЕЛЯМ, НЕОБХОДИМО ПРИСУТСТВИЕ В КРУПНЫХ ОФЛАЙН УНИВЕРМАГАХ И ОНЛАЙН МАРКЕТПЛЕЙСАХ
2. ПРИСУТСТВИЕ ВАШЕЙ ТОРГОВОЙ МАРКИ НА МАРКЕТПЛЕЙСЕ ДЕЛАЕТ БРЕНД БОЛЕЕ ЗАМЕТНЫМ И РАСШИРЯЕТ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ТОВАРООБОРОТА
3. МАРКЕТПЛЕЙСЫ ПОНИМАЮТ НЕОБХОДИМОСТЬ ЕДИНЕНИЯ С БРЕНДАМИ:
  - ВХОД НА ПЛОЩАДКИ УПРОЩЕН И ЕСТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ СТАТЬ ПОСТАВЩИКОМ ЗА НЕСКОЛЬКО ЧАСОВ
  - ПОСТАВЩИКАМ ПРЕДОСТАВЛЯЮТСЯ ВОЗМОЖНОСТИ ФУЛФИЛМЕНТА ИЛИ ДРОПШИППИНГА
  - МАРКЕТПЛЕЙСЫ МАСТЕРА СОЗДАНИЯ 365-ДНЕВНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВСЕ НОВЫХ И НОВЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ И ПОСТАВЩИКОВ
  - КАЖДЫЙ ИЗ МАРКЕТПЛЕЙСОВ ИМЕЕТ СОБСТВЕННЫЕ ИННОВАЦИОННЫЕ РЕШЕНИЯ В ОБЛАСТИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ
  - ДЛЯ ПОСТАВЩИКОВ ПРЕДЛАГАЮТСЯ ВСЕВОЗМОЖНЫЕ БЕСПЛАТНЫЕ ОПЦИИ
  - МНОГИЕ МАРКЕТПЛЕЙСЫ ПРЕДЛАГАЮТ ПОСТАВЩИКАМ И ВЛАДЕЛЬЦАМ БРЕНДОВ ЛИЧНЫЕ СТРАНИЦЫ И ПРОЧИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ
  - ВСЕ ПОСТАВЩИКИ ИМЕЮТ ЛИЧНЫЕ КАБИНЕТЫ И ВОЗМОЖНОСТЬ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ АНАЛИТИЧЕСКИМИ ИНСТРУМЕНТАМИ
  - МАРКЕТПЛЕЙСЫ ИМЕЮТ ХОРОШИЙ ОПЫТ ПОСЛЕПРОДАЖНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

# КЕЙС №1. ЛИЧНАЯ СТРАНИЦА БРЕНДА НА МАРКЕТПЛЕЙСЕ LAMODA



г. Москва ▾

Бесконтактная доставка с примеркой

Платите когда хотите

нам 10 лет!

Женщинам Мужчинам Детям

lamoda

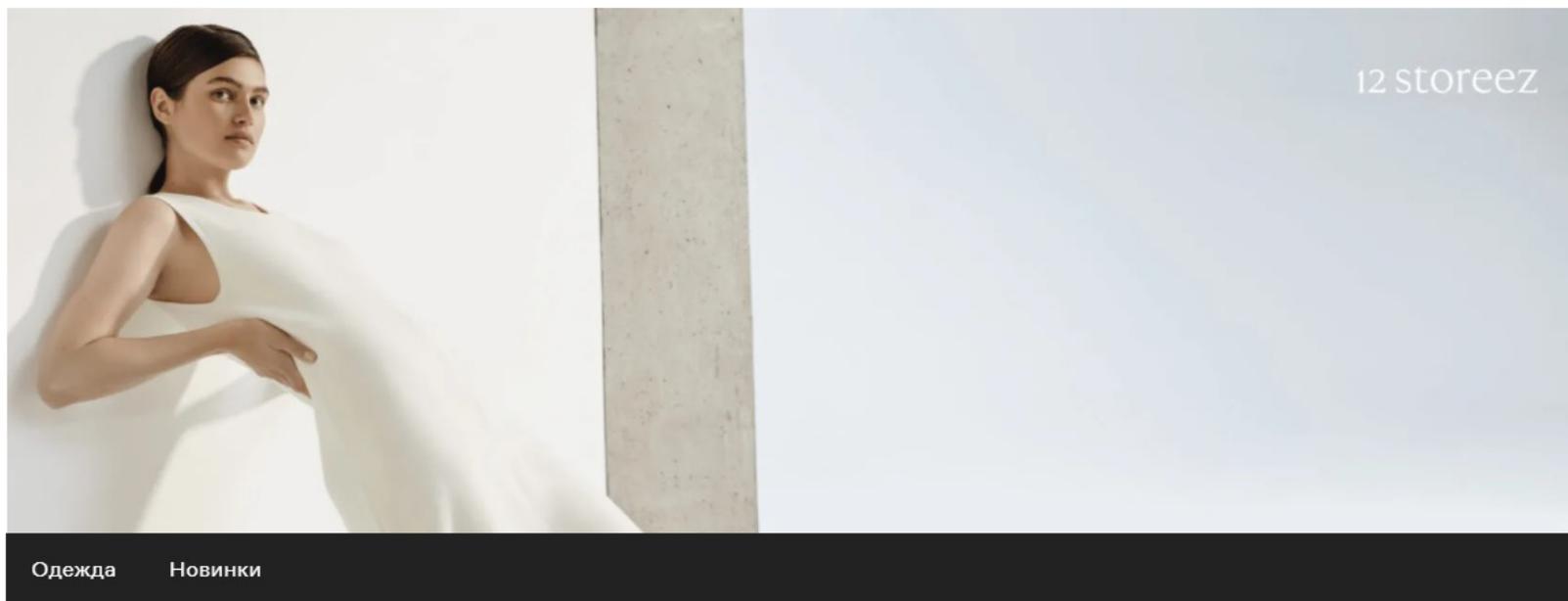
Профиль

-15% -30%

Избранное  Корзина

Идеи Новинки Одежда Обувь Аксессуары Бренды Premium Спорт Красота Дом Sale%

Поиск



12 storeez

12 STOREEZ — это российская марка женской одежды, созданная сестрами-близнецами Ириной и Мариной Голомаздиными и Иваном Хохловым. Наша идея — помочь девушкам создать лаконичный и продуманный базовый гардероб, который можно быстро обновить 1-2 свежими вещами. Мы выпускаем новые модели каждую неделю, и тщательно следим за качеством и ценами.

# КЕЙС №2. РАСШИРЕНИЕ АУДИТОРИИ ЗА СЧЕТ МАРКЕТПЛЕЙСА LAMODA



Идеи Новинки Одежда Обувь Аксессуары Бренды Premium Спорт Красота Дом Sale%

Главная / Massimo Dutti

## Продавец Massimo Dutti 913 товаров

ЖЕНЩИНАМ 506  
МУЖЧИНАМ 407

О продавце Доставка Возврат

### Massimo Dutti

Коллекции Massimo Dutti - манифест безупречного вкуса и элегантности для независимых и космополитичных мужчин и женщин.

Благодаря сочетанию традиций портного искусства, изысканному крою, высокому качеству тканей, лаконичному дизайну Massimo Dutti воплощает в себе естественную элегантность, которая привлекает стильных, независимых и космополитичных мужчин и женщин.

Бренд Massimo Dutti был основан в 1985 году как марка мужской одежды, а спустя 6 лет присоединился к группе компаний Inditex. Сохраняя основные ценности и уделяя еще больше внимания качеству материалов, в 1995 бренд впервые представил коллекцию женской одежды, предлагая разнообразные модели: от повседневных до гардероба в деловом стиле.

Сегодня Massimo Dutti развивает следующие направления: женская одежда, мужская одежда, индивидуальный пошив, аксессуары, парфюмерия.

Продавцом бренда Massimo Dutti является ООО "Массимо Дутти СНГ"

Юридический адрес: 123112, г. Москва, Пресненская набережная, д. 10  
ОГРН: 1067746461144  
Интернет-магазин работает круглосуточно.

По популярности | Материалы | Цвет | Размер | Цена | Только со скидкой



9 990 Р  
Massimo Dutti / Платье



8 490 Р  
Massimo Dutti / Босоножки



12 990 Р  
Massimo Dutti / Пиджак



9 990 Р  
Massimo Dutti / Сандалии

г. Москва | Бесконтактная доставка с примеркой | Платите когда хотите | нам 10 лет!

## lamoda

Женщинам Мужчинам Детям

Идеи Новинки Одежда Обувь Аксессуары Бренды Premium Спорт Красота Дом Sale%

РАСПРОДАЖА: Скидки до 70% | Женщинам | Мужчинам | Детям

Главная / Женщинам / Одежда / Футболки и поло / Футболки



### Massimo Dutti

Футболка  
2 590 Р

Товар нельзя примерить

Белый

Выберите размер

Таблица размеров

Добавить в корзину

Доставим завтра или позже

В пункты выдачи заказов — всегда бесплатно

По адресу, курьером — всегда бесплатно

Товар размещен в магазине Lamoda нашим партнером — Massimo Dutti. Товары этого партнера будут доставлены отдельно.

### О товаре

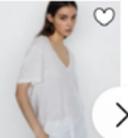
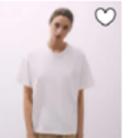
Товары Massimo Dutti нельзя примерить и они доставляются отдельным заказом.

Состав: Хлопок - 100%

Артикул IX001XW011Y1

Подробнее

### Похожие товары





# РОЛЬ МАРКЕТПЛЕЙСОВ В ОМНИКАНАЛЬНЫХ ПРОДАЖАХ

1. СЕГОДНЯ УСПЕШНОСТЬ ПРОДАЖ ОБЕСПЕЧИВАЕТСЯ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО ОМНИКАНАЛЬНОЙ СТРАТЕГИЕЙ:
  - МОЖНО ОБОЙТИСЬ БЕЗ ОФЛАЙН РОЗНИЧНОГО МАГАЗИНА, НО БЕЗ ПРИСУТСТВИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ ОБОЙТИСЬ НЕЛЬЗЯ
  - ПОМИМО СОБСТВЕННОГО E-COMMERCE, ДЛЯ ЛОЯЛЬНОСТИ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ НЕОБХОДИМО ПРИСУТСТВИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ И НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ
2. ПОТРЕБИТЕЛИ ЗНАЧИТЕЛЬНО ЧАЩЕ ОБРАЩАЮТСЯ ЗА ПОКУПКАМИ НА МАРКЕТПЛЕЙСЫ, ЧЕМ В МОНОБРЕНДОВЫЕ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ
3. КОЛИЧЕСТВО ПОКУПАТЕЛЕЙ В 2021 ГОДУ НЕ УМЕНЬШИЛОСЬ – ПОКУПАТЕЛИ РАСПРЕДЕЛИЛИСЬ ПО РАЗНЫМ КАНАЛАМ, ПРИ ЭТОМ:
  - ЕСЛИ РАНЬШЕ ПУТЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ БЫЛ ОТНОСИТЕЛЬНО ЛИНЕЙНЫМ, ТО СЕГОДНЯ ЭТО СОВСЕМ НЕ ТАК, ЛЮДИ ОТКРЫВАЮТ ДЛЯ СЕБЯ НОВЫЕ БРЕНДЫ И ТОВАРЫ САМЫМИ РАЗНЫМИ СПОСОБАМИ - РЕКЛАМА В FACEBOOK И INSTAGRAM, GOOGLE ПОКУПКИ, МАРКЕТПЛЕЙСЫ (AMAZON, ALIEXPRESS, ASOS, WILDBERRIES ПР.), ОБЗОРЫ ТОВАРОВ, НАХОДКИ В ОФЛАЙН МАГАЗИНАХ, МОЛВА И МНОГОЕ ДРУГОЕ
  - ПОКУПАТЕЛИ МОГУТ ВСТРЕТИТЬ ВАШ БРЕНД НА КОМПЬЮТЕРЕ, ЭКРАНЕ ТЕЛЕВИЗОРА ИЛИ МОБИЛЬНОМ УСТРОЙСТВЕ
  - ПОКУПАТЕЛИ ВСЕГДА БУДУТ ДЕЛАТЬ ПОКУПКИ ТАМ, ГДЕ ДЕШЕВЛЕ И УДОБНЕЕ
  - МАРКЕТПЛЕЙСЫ СПОСОБНЫ ОБЕСПЕЧИТЬ И ТО И ДРУГОЕ ТРЕБОВАНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ
4. ГРАМОТНОЕ ПРИСУТСТВИЕ ХОТЯ БЫ НА ОДНОМ МАРКЕТПЛЕЙСЕ ДАЕТ КОМПАНИИ:
  - ПОВЫШЕНИЕ УЗНАВАЕМОСТИ БРЕНДА
  - ВОЗМОЖНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ НЕ САМЫХ ХОДОВЫХ ДЛЯ ОФЛАЙН РОЗНИЧНОГО МАГАЗИНА ТОВАРОВ
  - ПРИРОСТ ТОВАРООБОРОТА В РАЗМЕРЕ НЕ МЕНЕЕ 30%
5. МАРКЕТПЛЕЙСЫ ДАЮТ КОМПАНИИ ВОЗМОЖНОСТЬ ВСТРЕЧАТЬСЯ С ПОКУПАТЕЛЯМИ ТАМ, ГДЕ ОНИ ЕСТЬ



# ЧТО НУЖНО ЗНАТЬ ПЕРЕД ВЫХОДОМ НА МАРКЕТПЛЕЙСЫ

ПРЕЖДЕ ЧЕМ ВЫХОДИТЬ НА МАРКЕТПЛЕЙС, КОМПАНИИ НЕОБХОДИМО ОПРЕДЕЛИТЬ, КАКОЙ РЕЗУЛЬТАТ ОНА ПОЛУЧИТ ОТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КОНКРЕТНОЙ ПЛОЩАДКОЙ

ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ ВЫБРАТЬ ПЛОЩАДКУ, НУЖНО ОТВЕТИТЬ НА НЕСКОЛЬКО ВАЖНЫХ ВОПРОСОВ:

1. ПОЧЕМУ МЫ ДОЛЖНЫ БЫТЬ НА ЭТОМ МАРКЕТПЛЕЙСЕ?
2. КТО ЯВЛЯЕТСЯ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИЕЙ ЭТОГО МАРКЕТПЛЕЙСА?
3. ПОДХОДИТ ЛИ ОН ДЛЯ ТОВАРОВ ИМЕННО ВАШЕГО БРЕНДА?
4. ПРЕДОСТАВЛЯЕТ ЛИ МАРКЕТПЛЕЙС ТАКИЕ ЖЕ ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ПЕРЕЖИВАНИЯ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ, КАК И СОБСТВЕННЫЕ МАГАЗИНЫ КОМПАНИИ?
5. СЛЕДУЕТ ЛИ РАССМАТРИВАТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ ПОСТАВКИ НА МАРКЕТПЛЕЙС ТОЛЬКО ОГРАНИЧЕННОГО КОЛИЧЕСТВА ТОВАРОВ И РАСШИРЕНИЯ АССОРТИМЕНТА ПО МЕРЕ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ?
6. ПРЕДЛАГАЕТ ЛИ ЭТОТ МАРКЕТПЛЕЙС ТВОРЧЕСКИЕ ПУТИ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА И УВЕЛИЧЕНИЯ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ПОКУПАТЕЛЯМИ?
7. НА КАКИХ УСЛОВИЯХ ВЫ ПЛАНИРУЕТЕ ПОСТАВЛЯТЬ ТОВАРЫ НА МАРКЕТПЛЕЙС?
8. ГОТОВЫ ЛИ ВЫ ПОЛНОЦЕННО ВЕСТИ СВОЮ СТРАНИЦУ НА МАРКЕТПЛЕЙСЕ?
9. ЕСТЬ ЛИ У ВАС ОПЕРАЦИОННЫЙ ПЕРСОНАЛ, ГОТОВЫЙ ОБУЧАТЬСЯ РАБОТЕ С МАРКЕТПЛЕЙСАМИ И УПРАВЛЯТЬ ПРОЦЕССОМ ПРОДАЖ У СТОРОННЕГО ОПЕРАТОРА?



# КАК ВЫБРАТЬ МАРКЕТПЛЕЙС С УЧЕТОМ СВОЕЙ ЦА?

## 1. СЕГМЕНТИРОВАТЬ СВОИХ ПОКУПАТЕЛЕЙ:

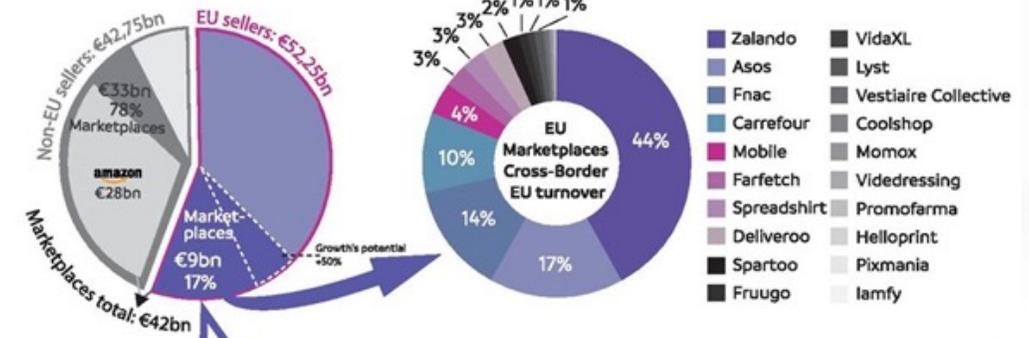
- ПОКОЛЕНИЕ
- ПОВЕДЕНИЕ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ
- ДИАПАЗОН ДОХОДОВ
- ГЕОГРАФИЯ ПРОДАЖ И ПР.

## 2. ОПРЕДЕЛИТЬ, КАКИЕ КАНАЛЫ ПРОДАЖ ИСПОЛЬЗУЕТ КАЖДЫЙ СЕГМЕНТ, НАПРИМЕР:

- ЕСЛИ ПОКУПАТЕЛИ ЗАИНТЕРЕСОВАНЫ В ЛЮКСОВЫХ ИЛИ ПРЕМИАЛЬНЫХ ТОВАРАХ – ВОЗМОЖНО, ЭТО FARFETCH ИЛИ LAMODA
- ЕСЛИ ЭТО СОВРЕМЕННОЕ ПОКОЛЕНИЕ, С УДОВОЛЬСТВИЕМ ПРИОБРЕТАЮЩЕЕ ОДЕЖДУ ИЗ ВТОРЫХ РУК – СКОРЕЕ ЭТО AVITO
- ЕСЛИ ЭТО ПОКЛОННИКИ ДИЗАЙНЕРСКОЙ ОДЕЖДЫ – ВЕРОЯТНЕЕ ВСЕГО ЭТО CARNET DE MODE
- НУ А ЕСЛИ ВАС ИНТЕРЕСУЕТ БЮДЖЕТНЫЙ СЕГМЕНТ, ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ НА ALIEXPRESS ИЛИ WILDBERRIES

## 3. НА РИСУНКЕ 20 ЛУЧШИХ МАРКЕТПЛЕЙСОВ ЕВРОПЫ ПО ДАННЫМ CROSS-BORDER EU ПО ИТОГАМ 2020 ГОДА

European Marketplaces Cross-Border EU turnover: €9bn



TOP20 European Marketplaces Cross-Border EU eRank

Company	Country	Category	Sector	TOP500 eRank
1 Zalando	Germany	Pure Player	Fashion - Jewelry - Baby	1
2 Fruugo	United Kingdom	Pure Player	Mass Merchant	34
3 Asos	United Kingdom	Pure Player	Fashion - Jewelry - Baby	35
4 Farfetch	United Kingdom	Pure Player	Fashion - Jewelry - Baby	39
5 Carrefour	France	Multichannel Retailer	Mass Merchant	60
6 Spreadshirt	Germany	Pure Player	Fashion - Jewelry - Baby	67
7 Helloprint	The Netherlands	Pure Player	Home - Garden - DIY	83
8 VidaXL	The Netherlands	Pure Player	Home - Garden - DIY	111
9 iamfy	Germany	Pure Player	Home - Garden - DIY	122
10 Vestiaire Collective	France	Pure Player	Fashion - Jewelry - Baby	148
11 Deliveroo	United Kingdom	Pure Player	Food - Drinks	151
12 Fnac	France	Multichannel Retailer	Consumer Electronics	152
13 Lyst	United Kingdom	Pure Player	Fashion - Jewelry - Baby	178
14 Spartoo	France	Pure Player	Fashion - Jewelry - Baby	202
15 Mobile	Germany	Pure Player	Car & Accessories	265
16 Coolshop	Denmark	Pure Player	Mass Merchant	370
17 Momox	Germany	Pure Player	Books - Magazines	391
18 Pixmania	France	Pure Player	Consumer Electronics	408
19 Videdressing	France	Pure Player	Fashion - Jewelry - Baby	441
20 Promofarma	Spain	Pure Player	Personal Care	467

Source: Cross-Border Commerce Europe

# КАК ВЫБРАТЬ МАРКЕТПЛЕЙС С УЧЕТОМ ЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

1. ПРОВЕРЯЕМ ЦЕНОВОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ МАРКЕТПЛЕЙСА
2. ВЫБИРАЕМ СХОЖИЕ МОДЕЛИ
3. СРАВНИВАЕМ ЦЕНЫ

PROFITĂ DE REDUCERE DE -10% LA COMANDA URMĂTOARE

Cauta produse

Produse Noi Colectii Pret-a-Porter Occasional wear Topuri și Bluze Rochii Fleur Georgette blog

Acces > Colectii > Pre-Spring 21 > Rochie midi cu imprimeu florat

Marca: Georgette  
**Rochie midi cu imprimeu florat**  
Cod produs: AQ 532-01  
☆☆☆☆☆  
Perfect pentru orice ocazie. Simte-te romantică cu rochia dotă.  
Caracteristici  
Culoare Albastro cu imprimeu  
Material Viscosa  
Mărime R4B/E40  
Densitatea țesăturii permite trecerea aerului prin țesătură; uscare rapidă

In stoc  
**555<sup>00</sup>Lei**  
Pret cu TVA inclus  
Marime:  
32 34 36 38 40 42

Culoare:  
Imprimeu florat

Vezi tabelul cu marimi

Adauga in cos

Contact:

Descriere

ROZNIČNÁ CENA 2 500 RUBLEJ  
KURS 1 LEI = 4,4 P

Ru Москва Бесплатная доставка Продавайте на Wildberries

WILDBERRIES Я ищу...

НАЗАД

**Kotis Couture / Платье** FINAL SALE

Артикул: 5774459 ☆☆☆☆☆ 11 отзывов Купили более 80 раз

1 821 P 7-670 P

Цвет: голубой

Таблица размеров  
40 42 44 46 48

ДОБАВИТЬ В КОРЗИНУ

Доставка: 17-19 июля  
Склад отгрузки: склад Wildberries  
Продавец: ИП Чубчик Денис Владимирович

Бесплатная доставка Примерка

lamoda Профиль -15% -30% Избранное Корзина

Мужские Спорт Красота Дом Sale%

Женские Мужские Детские

Платье

☆☆☆☆☆ 9

**Lusio**  
Платье  
7 999 4 760 P -40%

Скидка Lamoda -2 399 P  
Lamoda Club 15% -840 P  
Вы сэкономили 3 239 P

Или от 794 P в месяц

46/48 RUS (L INT)

Таблица размеров

Добавить в корзину

Доставка автов или позже  
В пункты выдачи заказов — с примеркой, всегда бесплатно  
По адресу, курьером — с примеркой, всегда бесплатно

О товаре  
-29%  
Состав: Полиэстер - 100%  
Материал подкладки: Полиэстер - 100%  
Размер товара на модели: S INT  
Артикул: MPO02XW05185  
Подробнее

Все повседневные платья Lu...  
Категория и бренд



# КЛАССИФИКАЦИЯ МАРКЕТПЛЕЙСОВ. САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ИГРОКИ

1. B2C (BUSINESS TO CONSUMER) – САМАЯ НАСЫЩЕННАЯ КАТЕГОРИЯ МАРКЕТПЛЕЙСОВ СО МНОЖЕСТВОМ ИГРОКОВ:
  - США - AMAZON
  - КИТАЙ – TMALL, JD.COM
  - ЕВРОПА - ZALANDO
  - ИНДИЯ - FLIP CART
  - БРАЗИЛИЯ – MERCADO LIVRE
  - РОССИЯ – WILDBERRIES, OZON, LAMODA
2. B2B (BUSINESS TO BUSINESS) – РАЗВИВАЮЩАЯСЯ КАТЕГОРИЯ, В КОТОРОЙ УЖЕ РАБОТАЮТ ГИГАНТЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ:
  - США – AMAZON BUSINESS
  - КИТАЙ - ALIBABA
3. C2C (CONSUMER TO CONSUMER), P2P (PEER TO PEER) – ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОРГОВЫЕ ПЛОЩАДКИ, НА КОТОРЫХ МОЖНО ВСТРЕТИТЬ ПРОДАЖИ ОТ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ:
  - США - EBAY
  - КИТАЙ - ТАОВАО
  - ЕВРОПА - ETSY
  - РОССИЯ - AVITO
4. C2B (CONSUMER TO BUSINESS) ИЛИ C2M (CONSUMER TO MANUFACTORY) – МОДЕЛЬ, ПОЗВОЛЯЮЩАЯ СНИЗИТЬ СТОИМОСТЬ ТОВАРОВ
  - КИТАЙ - PINDUODUO
5. SE2C (SERVIS TO CONSUMER) – HOMEADVISOR (США), URBANCLAP (ИНДИЯ), HIPAGES (АВСТРАЛИЯ), YOU DO (РОССИЯ)



# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТОВАРОВ ПО МАРКЕТПЛЕЙСАМ

1. АССОРТИМЕНТ И КОЛИЧЕСТВО ТОВАРОВ, ПРЕДНАЗНАЧЕННЫХ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ, ЗАВИСИТ ОТ:
  - ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ МАРКЕТПЛЕЙСА
  - УСЛОВИЙ РАБОТЫ С КАЖДЫМ КОНКРЕТНЫМ МАРКЕТПЛЕЙСОМ
  - ЦЕЛЕЙ КОМПАНИИ, КОТОРЫХ ОНА ПЛАНИРУЕТ ДОСТИЧЬ, РАБОТАЯ С МАРКЕТПЛЕЙСОМ
2. ГЛАВНОЕ ПРАВИЛО ПРИ ФОРМИРОВАНИИ АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ ДЛЯ МАРКЕТПЛЕЙСОВ:
  - ТОВАРЫ, РАЗМЕЩЕННЫЕ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ, НЕ ДОЛЖНЫ КОНКУРИРОВАТЬ ПО ЦЕНЕ С АНАЛОГИЧНЫМИ ТОВАРАМИ, ПРЕДСТАВЛЕННЫМИ В РОЗНИЧНЫХ ОФЛАЙН МАГАЗИНАХ И СОБСТВЕННОМ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЕ КОМПАНИИ
3. ТОВАРЫ, КОТОРЫЕ МОЖНО ПРОДАВАТЬ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ B2C:
  - БАЗОВЫЕ ТОВАРЫ С ВЫСОКОЙ ОБОРАЧИВАЕМОСТЬЮ
  - ПОЧЕРКОВЫЕ ИЗДЕЛИЯ С ВЫСОКОЙ ОБОРАЧИВАЕМОСТЬЮ
  - МОДЕЛИ ТЕКУЩЕЙ КОЛЛЕКЦИИ, КОТОРЫЕ «НЕ ПОШЛИ», ПРЕВЫСИЛИ СРОКИ ОБОРАЧИВАЕМОСТИ, В ОПТОВЫХ ИЛИ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖАХ
  - НЕПРОДАННЫЕ МОДЕЛИ ИСТЕКАЮЩЕГО ИЛИ ПРОШЛОГО СЕЗОНА
  - ОТДЕЛЬНЫЕ КОЛЛЕКЦИИ, ПРОИЗВЕДЕННЫЕ СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ МАРКЕТПЛЕЙСОВ
4. ФОТОСЪЕМКА В КАРТОЧКЕ ТОВАРОВ, ПРЕЗЕНТОВАННЫХ НА РАЗЛИЧНЫХ МАРКЕТПЛЕЙСАХ ДОЛЖНА БЫТЬ РАЗЛИЧНОЙ
5. ЦЕНЫ НА ОДИНАКОВЫЕ ТОВАРЫ, ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ НА РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ МАРКЕТПЛЕЙСАХ, МОГУТ БЫТЬ РАЗЛИЧНЫМИ

# КРУПНЕЙШИЕ МАРКЕТПЛЕЙСЫ ЕВРОПЫ И США

1. TRENDYOL - ЭТО КРУПНЕЙШАЯ ПЛАТФОРМА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В ТУРЦИИ:
  - ЕЖЕГОДНО ПРОДАЕТ БОЛЕЕ 70 МИЛЛИОНОВ ТОВАРОВ, ЭТУ ВЕДУЩУЮ ОНЛАЙН-ПЛОЩАДКУ В ЕВРОПЕ
  - ПОСЕЩАЮТ БОЛЕЕ 206 МИЛЛИОНОВ ЧЕЛОВЕК В МЕСЯЦ
2. ALLEGRO - БАЗИРУЕТСЯ В ПОЛЬШЕ И ЯВЛЯЕТСЯ ОДНОЙ ИЗ САМЫХ ПОПУЛЯРНЫХ ПЛАТФОРМ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В ЕВРОПЕ:
  - 190,2 МИЛЛИОНОВ ПОСЕЩЕНИЙ В МЕСЯЦ
3. ZALANDO - КЛЮЧЕВОЙ ИГРОК В МИРЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ МОДНОЙ ОДЕЖДЫ:
  - В 2019 ГОДУ НА ZALANDO БЫЛО РАЗМЕЩЕНО БОЛЕЕ 145 МИЛЛИОНОВ ЗАКАЗОВ
  - ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ПОСЕЩЕНИЕ - ОКОЛО 135 МИЛЛИОНОВ ЧЕЛОВЕК
4. WALMART.COM – САМЫЙ ИЗВЕСТНЫЙ В США БРЕНД
  - ПРОДАЖИ В 2021 ГОДУ СОСТАВИЛИ 555 МИЛЛИАРДОВ ДОЛЛАРОВ
  - КОЛИЧЕСТВО ПОСЕЩЕНИЙ - 410,3 МИЛЛИОНА В МЕСЯЦ
5. TARGET.COM –
  - КОЛИЧЕСТВО ПОСЕЩЕНИЙ В МЕСЯЦ - 182,2 МИЛЛИОНА КЛИЕНТОВ
6. POSHMARK – FASHION МАРКЕТПЛЕЙС:
  - БОЛЕЕ 75 МИЛЛИОНОВ НАИМЕНОВАНИЙ ТОВАРОВ
  - КОЛИЧЕСТВО ПОСЕЩЕНИЙ В МЕСЯЦ - 46,9 МИЛЛИОНОВ КЛИЕНТОВ



# САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ МАРКЕТПЛЕЙСЫ РОССИИ ДЛЯ ПРОДАЖИ FASHION

1. WILDBERRIES – САМАЯ ПОСЕЩАЕМАЯ ПЛОЩАДКА И САМЫЕ БОЛЬШИЕ ОБОРОТЫ ОДЕЖДЫ, ОБУВИ И АКСЕССУАРОВ
2. LAMODA – ПОДДЕРЖКА И КАЧЕСТВЕННЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОТ ПЕРСОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖЕРА
3. OZON – КОМИССИЯ ТОЛЬКО ЗА ВЫКУПЛЕННЫЕ ТОВАРЫ, ВОЗМОЖНОСТЬ ОТКРЫТЬ ПУНКТ ВЫДАЧИ ЗАКАЗОВ
4. ALIEXPRESS.RU – ПЕРВЫЕ 100 ЗАКАЗОВ БЕЗ КОМИССИИ И ПЕРВЫЕ 10 ЗАКАЗОВ БЕЗ ОПЛАТЫ ЗА ДОСТАВКУ

**WILDBERRIES**

**lamoda**

**OZON**

**AliExpress™**

специализация

универсальный

fashion

универсальный

универсальный

доля продаж  
fashion товаров





## ПОПУЛЯРНОСТЬ И ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

	WILDBERRIES	lamoda	OZON	AliExpress™
ежедневное посещение	 <b>7 МЛН.</b>	 <b>5,5 МЛН.</b>	 <b>2,5 МЛН.</b>	 <b>8,8 МЛН.</b>
основной состав покупателей	бюджетный	средний+ и premium	средний и средний+	средний и средний-
величина среднего чека	<b>1 350 р.</b>	<b>3 640 р.</b>	<b>2 670 р.</b>	<b>2 570 р.</b>
количество заказов 2020 год	<b>305 000</b>	<b>14 500</b>	<b>73 800</b>	<b>19 060</b>



# ТРЕБОВАНИЯ К АССОРТИМЕНТУ И ФОТО-КОНТЕНТУ

WILDBERRIES

l amoda

OZON

AliExpress™

количество цветомоделей  
для успешных продаж



глубина на один размер  
для высоких продаж



описание товаров

нет ограничений

короткое

нет требований

максимально подробное

требования к контенту



не жесткие



жесткие



минимальные



не жесткие

фотоконтент



минимальные



есть услуга



минимальные



максимальное кол-во

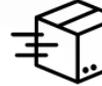


# ПОМОЩЬ И АНАЛИТИКА ПОСТАВЩИКАМ МАРКЕТПЛЕЙСОВ

	WILDBERRIES	lqmoda	OZON	AliExpress™
наличие персональной страницы бренда	 есть за оплату	 <b>да</b> входит в вознаграждение	 <b>да</b> входит в вознаграждение	 <b>да</b> входит в вознаграждение
личный кабинет	 <b>да</b>	 <b>да</b>	 <b>да</b>	 <b>да</b>
персональный менеджер	 <b>нет</b>	 <b>да</b>	 <b>нет</b>	 <b>нет</b>
ранжирование продаж в рейтинге покупателю	сумма продаж	реклама на сайте	реклама на сайте	реклама на сайте
генерация поиска для показа товаров	 по размеру скидки	 поисковой запрос	 поисковой запрос	 поисковой запрос
возможность открыть пункт выдачи	 <b>нет</b>	 <b>нет</b>	 <b>да</b>	 <b>нет</b>

# ЛОГИСТИКА НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ



	WILDBERRIES	lamoda	OZON	AliExpress™
наличие дропшипинга	 <b>нет</b>	 <b>да</b>	 <b>да</b>	 <b>да</b>
согласование времени отгрузки на склад маркетплейса	не нужно	конкретный день и час	не нужно	не нужно
время на подтверждение поставки от продавца	 <b>3 дня</b>	 <b>24ч</b>	не нужно	не нужно
скорость доставки от продавца к покупателю	 <b>2-14 дней</b>	 <b>следующий день</b>	 <b>следующий день</b>	 <b>от 3 дней</b>
скорость доставки покупателю в Москве	 <b>от 2 дней</b>	 <b>в тот же день</b>	 <b>в зависимости от склада</b>	 <b>от 1ч</b>
логистика	 <b>оплачивается отдельно</b>	 <b>входит в комиссионное вознаграждение</b>	 <b>входит в комиссионное вознаграждение</b>	 <b>в зависимости от выбора транспортной</b>
возврат товаров на склад маркетплейса	 <b>оплачивается отдельно</b>	 <b>входит в комиссионное вознаграждение</b>	 <b>оплачивается отдельно</b>	 <b>отсутствует</b>



# РЕКЛАМА И ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ

	WILDBERRIES	lamoda	OZON	AliExpress™
бесплатная реклама бренда в соц. сетях	 <b>нет</b>			
наличие виртуальной витрины	<b>нет</b>	<b>нет</b>	<b>да</b>	<b>да</b>
возможность настройки собственных РА	<b>нет</b>	<b>да</b>	<b>да</b>	<b>да</b>
обязательное участие в акциях стимулирования продаж	<b>да</b>	<b>нет</b>	<b>нет</b>	<b>нет</b>
оборачиваемость товаров до начала акции	 <b>80 дней</b>	 <b>180 дней</b>	 не ограничена	 <b>90 дней</b>
отказ от участия в акциях	<b>10%</b> к комиссионному вознаграждению	акции добровольные	акции добровольные, может применяться индексация	акции добровольные
наличие приложения	 <b>да</b>	 <b>да</b>	 <b>да</b>	 <b>да</b>

# РЕКЛАМА И ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ

	WILDBERRIES	lqmoda	OZON	AliExpress™
наличие виртуальной примерки	<b>нет</b>	<b>да</b>	<b>нет</b>	<b>нет</b>
наличие виртуального стилиста	<b>нет</b>	<b>да</b>	<b>нет</b>	<b>нет</b>
голосовой помощник поиска	 <b>нет</b>	 <b>нет</b>	 <b>нет</b>	 <b>да</b>
программа лояльности для покупателей	 <b>да</b>	 <b>да</b>	 <b>платная</b>	 <b>cashback Tinkoff</b>
отзывы от покупателей	<b>любой покупатель может написать отзыв</b>	<b>модерация в отделе маркетинга</b>	<b>любой покупатель может написать отзыв</b>	<b>любой покупатель может написать отзыв</b>
наличие частичной оплаты	 <b>нет</b>	 <b>да</b>	 <b>да</b>	 <b>нет</b>

# ПРОВЕРКА ПОСТАВЩИКОВ

	WILDBERRIES	l amoda	OZON	AliExpress™
проверка продавца	минимальная	высокая	да	да
срок проверки продавца	до 3 дней	от 14 дней	1 день	от 1 дня
наличие юридического лица	можно быть самозанятым	обязательно	обязательно	можно быть самозанятым
наличие сертификата происхождения товаров	по запросу	обязательно	по запросу	обязательно
наличие ЭДО	обязательно	обязательно	обязательно	регистрация в Alipay
наличие зарегистрированного товарного знака	не нужно	обязательно	не нужно	обязательно
этикетки оформлены в соответствии с законодательством РФ	не обязательно	обязательно	нет ограничений	обязательно
дублирование товаров на других маркетплейсах	нет ограничений	запрет	нет ограничений	нет ограничений
оказание услуг и сервисов для розничных покупателей	<b>нет</b>	<b>нет</b>	<b>нет</b>	<b>обязательно</b>



# УСЛОВИЯ ОПЛАТЫ МАРКЕТПЛЕЙСАМ И ПОСТАВЩИКАМ

WILDBERRIES

l amoda

OZON

AliExpress™

комиссионное  
вознаграждение



выплата  
поставщику



1 раз в неделю



1 раз в неделю



1 раз в 14 дней



1 раз в 14 дней  
не более 1 млн. руб.

условия выплат  
поставщику

оплата товара заказчиком

исполненный заказ

исполненный заказ

исполненный заказ

## ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

1. У КАЖДОГО МАРКЕТПЛЕЙСА ЕСТЬ СВОИ ПРЕИМУЩЕСТВА И СВОИ НЕДОСТАТКИ ДЛЯ ПОСТАВЩИКОВ
2. WILDBERRIES — УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ИГРОК:
  - ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ ТОВАРОВ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ, НЕ ТОЛЬКО ОДЕЖДЫ,
  - БОЛЬШИЙ РАЗБРОС ЦЕН И КАЧЕСТВА ТОВАРОВ
  - САМАЯ БОЛЬШАЯ АУДИТОРИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ С ДОСТАТКОМ «БЮДЖЕТНЫЙ»
  - ОСНОВНОЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ – АКЦИИ, СКИДКИ, САМАЯ НИЗКАЯ ЦЕНА НА ЕДИНИЦУ ТОВАРОВ
3. LAMODA— НИШЕВЫЙ МАРКЕТПЛЕЙС МОДНЫХ ТОВАРОВ:
  - ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ УРОВЕЬ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОСТАВЩИКОВ
  - ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ КАЧЕСТВА ТОВАРОВ И ВЫСОКИЕ ЦЕНЫ НА ТОВАРЫ
  - МНОЖЕСТВО УНИКАЛЬНЫХ «ФИШЕК» ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ
4. OZON – УНИВЕРСАЛЬНЫЙ МАГАЗИН, ТОЛЬКО ВЫШЕДШИЙ НА РЫНОК МОДНЫХ ТОВАРОВ:
  - ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ ЛЮБЫХ ТОВАРОВ, КРОМЕ ОДЕЖДЫ
  - АССОРТИМЕНТ ОДЕЖДЫ НЕ СБАЛАНСИРОВАН, ЦЕНЫ ДЛЯ ЛЮБОЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ
  - ПОЗВОЛЯЕТ РАБОТАТЬ НА УСЛОВИЯХ ДРОПШИППИНГА ДАЖЕ ИНОСТРАННЫМ БРЕНДАМ
5. ALIEXPRESS – ГЛОБАЛЬНЫЙ ИГРОК С ШИРОКИМ АССОРТИМЕНТОМ ТОВАРОВ:
  - ОДЕЖДА, В ОСНОВНОМ, НЕ САМОГО ВЫСОКОГО КАЧЕСТВА, ЗАТО ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ
  - ОГРОМНОЕ КОЛИЧЕСТВО ПОСТАВЩИКОВ
  - МНОЖЕСТВО СОВРЕМЕННЫХ «ПРИМОЧЕК», КАК ДЛЯ ПОСТАВЩИКОВ, ТАК И ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ
  - ПОЗВОЛЯЕТ РАБОТАТЬ НА УСЛОВИЯХ ДРОПШИППИНГА



## КОНТАКТЫ

---

Консалтинг, исследования рынка  
+7 965 315-18-18

---

Образование  
+7 906 056-18-18

---

[info@fashionconsulting.ru](mailto:info@fashionconsulting.ru)

---

### Адрес

125009 Москва, Малый Гнездниковский пер., 4

---

Консалтинг: бизнес-планы, маркетинг, ассортимент, визуальный мерчендайзинг  
(495) 629-74-25, 629-76-23

---

### Образовательные программы

(495) 629-69-85, 772-95-90 #22588

---

info@fashionconsulting.ru  
www.fashionconsulting.ru



ОСТАВАЙТЕСЬ  
НА СВЯЗИ  
ЗАПОЛНИТЕ АНКЕТУ,  
ЧТОБЫ БЫТЬ В КУРСЕ  
СОБЫТИЙ ИНДУСТРИИ  
МОДЫ

