



МАРКЕТПЛЕЙСЫ: ЮНИТ-ЭКОНОМИКА

Кравченко Галина
Директор департамента "Ассортимент" Fashion Consulting Group
Руководитель направления тренд-аналитики FCG/FashionSnoops




RUSSIAN FASHION RETAIL FORUM

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ
ИННОВАЦИЙ И ТЕХНОЛОГИЙ FASHION РИТЕЙЛА

30 августа – 2 сентября 2022. Москва, ЦВК «Экспоцентр»

БЛОГ ОБ УПРАВЛЕНИИ
АССОРТИМЕНТОМ
@GALINA_KRAVCHENKO79

Назад



@galina_kravchenko79
426 подписчиков

звук поиск покинуть ещё

ссылка
https://t.me/galina_krav

описание
МОДА / FASHION / КОНСАЛТИНГ
Галина Кравченко Директор департамента
"Ассортимент" Fashion Consulting Group
[@fcgmedia](#)
Специалист по управлению
fashionассортиментом: антикризисные
решения, маркетинговые расчеты,
формирование коллекции, закупки,
тренды



@GALINA_KRAV

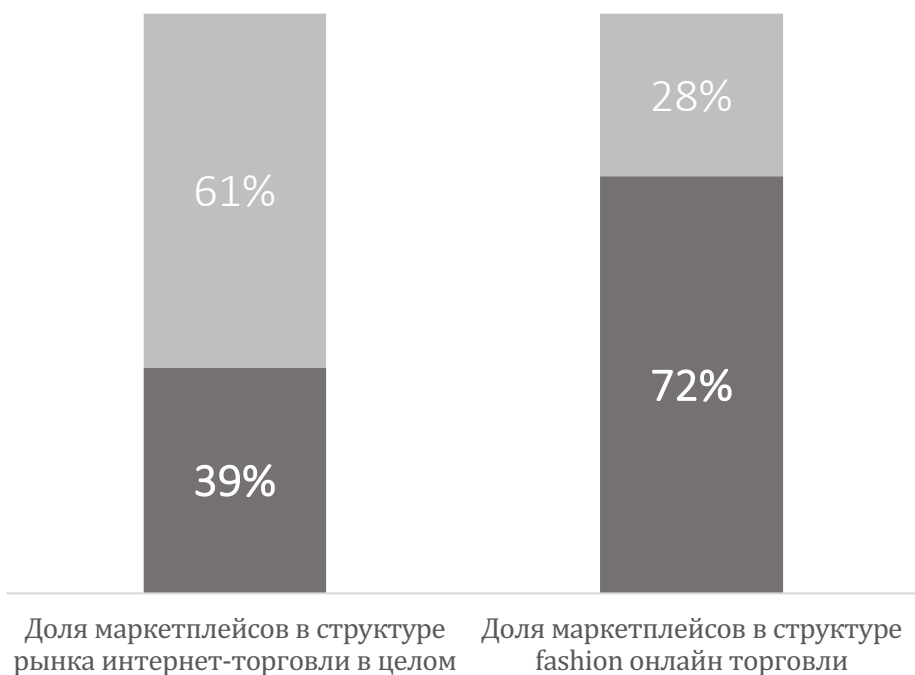


РАЗВИТИЕ МАРКЕТПЛЕЙСОВ И ДОЛЯ ПРОДАЖ FASHION

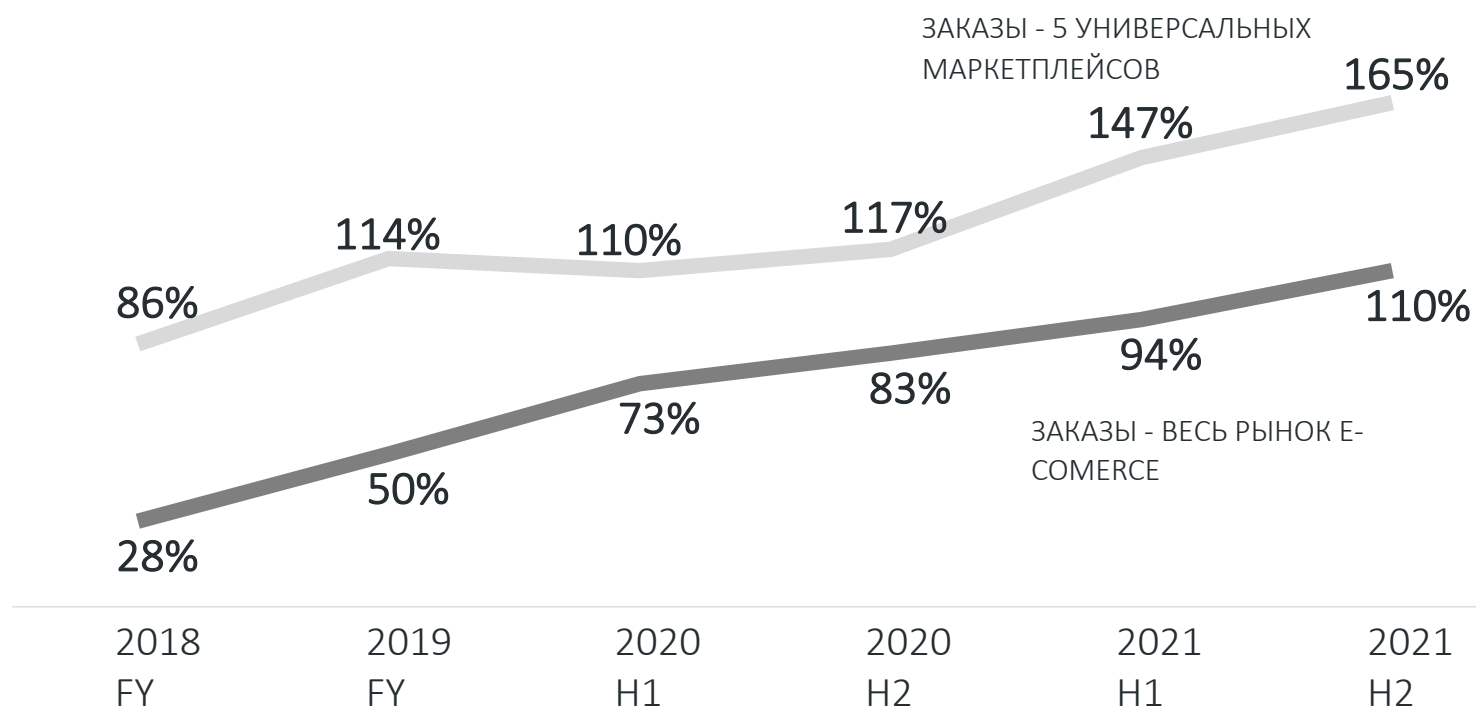
ДОЛЯ МАРКЕТПЛЕЙСОВ РАСТЕТ, КАК В СТРУКТУРЕ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В ЦЕЛОМ, ТАК И В СТРУКТУРЕ ОНЛАЙН FASHION РЫНКА. ОДНАКО, ИХ ЗНАЧИМОСТЬ ОТЛИЧАЕТСЯ, ТАК НА РЫНКЕ E-COMMERCE В ЦЕЛОМ МАРКЕТПЛЕЙСЫ ПО ИТОГАМ 2021Г. ЗАНИМАЮТ 39%, КОГДА НА РЫНКЕ FASHION ОНЛАЙН ИХ ДОЛЯ ДОСТИГЛА УЖЕ 72%.

МАРКЕТПЛЕЙСЫ АКТИВНО НАСТРОЕНЫ НА СОТРУДНИЧЕСТВО С FASHION-ПРЕДПРИЯТИЯМИ И В 2022 ГОДУ СОБИРАЮТСЯ РАСШИРЯТЬ СЕГМЕНТ ОДЕЖДЫ, ОБУВИ И АКСЕССУАРОВ НА СВОИХ ПЛАТФОРМАХ.

ДОЛЯ МАРКЕТПЛЕЙСОВ, 2021Г.,%



ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА ЗАКАЗОВ ON-LINE И НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ



САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ МАРКЕТПЛЕЙСЫ РОССИИ ДЛЯ ПРОДАЖИ FASHION



Lamoda

Рост в 2021 на 35%.
 Специалист в fashion. Не стремится стать универсалом. **Отказ от выходов в другие категории.** Фокус на укрепление своего ЧЕТКОГО положения на рынке fashion с основным продуктом в среднем сегменте и доп. продуктом – в премиальном.

WILDBERRIES

Рост в 2021 на 93%.
 Отказ от специализации в fashion. **Переход на новый бизнес-формат универсал: расширение категорий** и увеличение количества селлеров.

OZON

Рост в 2021 на 125% был ускорен утроенными инвестициями 19,3 млрд руб.
 Занял второе место на рынке. Уверенно идет к позиции лидерства по оборотам, сокращая разрыв по оборотам с WB во всех категориях (кроме fashion).

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ	FASHION	УНИВЕРСАЛЬНЫЙ	УНИВЕРСАЛЬНЫЙ
ОДЕЖДА И ОБУВЬ ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ			
ПОКУПКИ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 6 МЕСЯЦЕВ 2021 г.*	100%	41%	16%
ОСНОВНОЙ СОСТАВ ПОКУПАТЕЛЕЙ	НИЖНИЙ, СРЕДНИЙ, СРЕДНИЙ+	НИЖНИЙ	НИЖНИЙ
СРЕДНИЙ ЧЕК	5 050 РУБ.	1 040 РУБ.	2 020 РУБ.
КОЛИЧЕСТВО ЗАКАЗОВ 2021 г.	14 100	771 900	221 200

* одежда и обувь, кроме Lamoda

Источник: Data Insight «РЕЙТИНГ ТОП-100 КРУПНЕЙШИХ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ РОССИИ 2021г», Data Insight «Покупки россиян на маркетплейсах ноябрь21»; оценка FCG

РОСТ ТАРИФОВ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ И СОКРАЩЕНИЕ МАРЖИНАЛЬНОСТИ НА 1 АРТИКУЛ



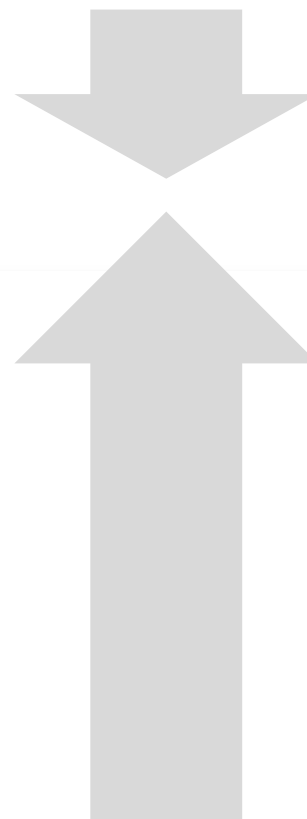
WILDBERRIES: ИЗМЕНЕНИЕ УСЛОВИЙ РАБОТЫ С МАРКЕТПЛЕЙСОМ ПО СИСТЕМЕ FBO АВГУСТ 22 vs НОЯБРЬ 21

Тарифы с 25 августа 2022г, Расчеты приведены для складов Коледино и Электросталь

	ФУТБОЛКА	ПЛАТЬЯ
ВЫПЛАТЫ СЕЛЛЕРУ (РУБ) НА ЕДИНИЦУ	-18%** -22%*	-9%** -11%*
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ (РУБ) НА ЕДИНИЦУ С УЧЕТОМ	-55%** -66%*	-25%** -32%*
ВЫПЛАТЫ МАРКЕТПЛЕЙСУ НА ЕДИНИЦУ		
КОМИССИЯ (%)	+20%	
ЛОГИСТИКА (РУБ) СО СКЛАДА КОЛЕДИНО	+45%	
ХРАНЕНИЕ (РУБ/ДЕНЬ/ШТ)	+57%	
СТОИМОСТЬ ПЛАТНОЙ ПРИЕМКИ (РУБ/ШТ)	78Р НА ЕДИНИЦУ	
ПОЛНАЯ ЛОГИСТИКА (РУБ) БЕЗ УЧЕТА СТОИМОСТИ ХРАНЕНИЯ В ДЕНЬ	+110%* - +138%**	+51%* - +74%**
ВЫПЛАТЫ МАРКЕТПЛЕЙСУ НА ЕДИНИЦУ, РУБ	+56%** - +67%*	+30%** - + 38%*

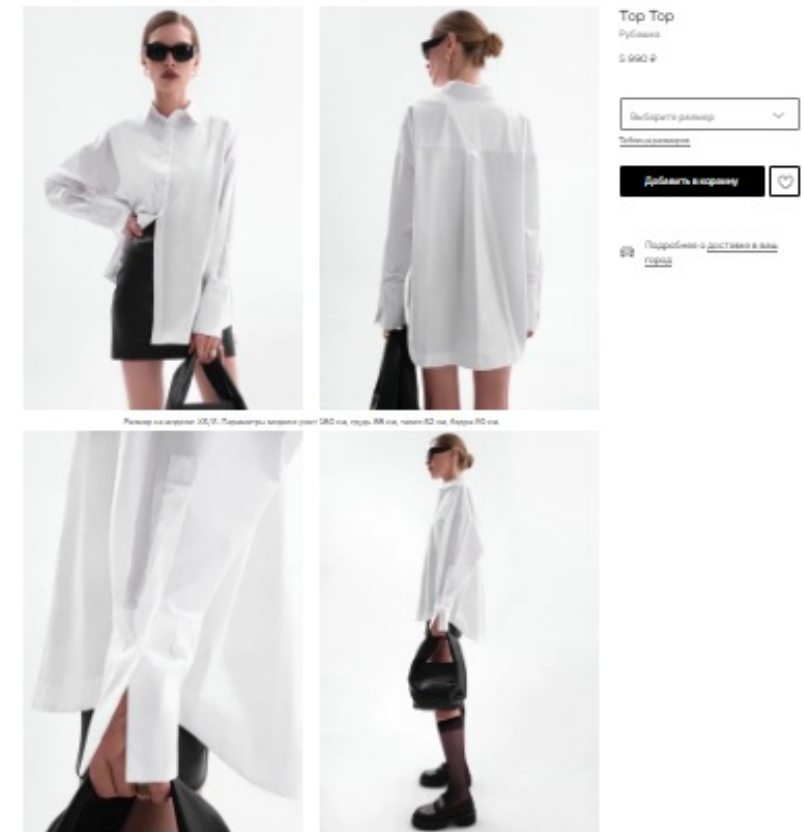
ПАРАМЕТРЫ РАСЧЕТА

ТОВАР (классификатор маркетплейса)	Футболки	Платья
ЦЕНА ПРОДАЖИ (со всеми скидками), руб	812	2520
СЕБЕСТОИМОСТЬ, руб	406	1260
КОМИССИЯ (%) ноябрь 21	15%	15%
КОМИССИЯ (%) 25 августа 22	18%	18%
ВЫКУПАЕМОСТЬ (%)	78%	39%



ЧТО ТАКОЕ UNIT-ЭКОНОМИКА

- UNIT-ЭКОНОМИКА - ЭТО ПОНИМАНИЕ ЭКОНОМИКИ КАЖДОГО АРТИКУЛА, КЛЮЧЕВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ОПТИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛЬНОСТИ ПРОДАЖ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ. FASHION МАРКИ ЧАСТО ОКАЗЫВАЮТСЯ В СИТУАЦИИ ИЗБЫТОЧНЫХ ОСТАТКОВ, МАЛОЙ ОБОРАЧИВАЕМОСТИ И НЕОБХОДИМОСТИ ПРЕДОСТАВЛЯТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СКИДКИ. НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ КЛЮЧ К ОПТИМИЗАЦИИ АССОРТИМЕНТА И ПРИБЫЛЬНОСТИ РАБОТ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ - ЭТО УПРАВЛЕНИЕ КАЖДЫМ АРТИКУЛОМ ПРИ ПОМОЩИ UNIT-ЭКОНОМИКИ.
- UNIT-ЭКОНОМИКА (ЮНИТ-ЭКОНОМИКА) — ЭТО ИНСТРУМЕНТ, КОТОРЫЙ ПОЗВОЛЯЕТ ОЦЕНИТЬ ПРИБЫЛЬНОСТЬ ПРОЕКТА, НАЙТИ «УЗКИЕ МЕСТА» И ТОЧКИ КРАТНОГО РОСТА.
- ЗА ОСНОВУ БЕРЁТСЯ ОТДЕЛЬНАЯ ЕДИНИЦА — UNIT (ЮНИТ), КОТОРАЯ ДОЛЖНА ПРИНОСИТЬ ПРИБЫЛЬ. ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ АССОРТИМЕНТОМ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ ПОД ОДНИМ ЮНИТОМ ПОДРАЗУМЕВАЮТ АРТИКУЛ - КАРТОЧКУ ТОВАРА.
- ДЛЯ КАЖДОГО АРТИКУЛА РАССЧИТЫВАЮТ ЗАТРАТЫ И ПРИБЫЛЬНОСТЬ, ЧТО ДАЕТ ВОЗМОЖНОСТЬ:
 - ПОСТАВЛЯТЬ НА МАРКЕТПЛЕЙС ПРИБЫЛЬНЫЕ ПОЗИЦИИ,
 - ВЫБИРАТЬ НОВЫЕ ПОЗИЦИИ С ЦЕЛЕВЫМИ ПОКАЗАТЕЛЯМИ ПРОДАЖ И ПРИБЫЛЬНОСТИ,
 - ТОЧНО ОПРЕДЕЛЯТЬ ПЛАНЫ ПРОДАЖ И ДРУГИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ И ОТСЛЕЖИВАТЬ ИХ ВЫПОЛНЕНИЕ,
 - СОБЛЮДАТЬ ПОКАЗАТЕЛИ НОРМЫ ОБОРАЧИВАЕМОСТИ МАРКЕТПЛЕЙСОВ.



О товаре Отзывы Вопросы

Данный товар является частью проекта [Шопкоп рейтинг](#) - специального раздела нашего каталога, где мы собираем экологичные, этичные, экологичные и безопасные товары.

Товар просмотрен в... Подробнее

Состав: Хлопок - 100%
Материал подкладки: Без подкладки
Размер товара на модели: XS/S
Параметры модели: 89-62-90
Рост модели на фото: 180 см
Длина: 79 см
Длина рукава: 51 см
Артикул: MPOCXXXVCKAPC

[Подробнее](#)

[Только оригинальные бренды](#)



Все рубашки с длинными рукавами Top
Категория: Рубашки

Все товары Top Top
Категория: Рубашки

Все рубашки с длинными рукавами
Категория: Рубашки





РЕЗУЛЬТАТЫ РАСЧЕТОВ: КАТЕГОРИЯ ПЛАТЬЯ

ВЫРУЧКА (РУБ) ЗА 100 ШТ	252 000
ВЫПЛАТА СЕЛЛЕРУ (РУБ) ЗА 100 ШТ	164 440
ВЛОЖЕНИЕ В ТОВАРНЫЙ ЗАПАС ЗА МЕСЯЦ, РУБ	420 000
ОКУПАЕМОСТЬ ТОВАРНОГО ЗАПАСА, РУБ	-255 560
КОЭФФИЦИЕНТ ОКУПАЕМОСТИ	-0,61

ВХОДЯЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ : КАТЕГОРИЯ ПЛАТЬЯ

ЦЕНА ПРОДАЖИ (СО ВСЕМИ СКИДКАМИ)	2520
СЕБЕСТОИМОСТЬ ТОВАРА (СЕЛЛЕРА)	1260
MARK ON	2

ФОРМИРОВАНИЕ ТОВАРНОГО ЗАПАСА

ВЫКУПАЕМОСТЬ (%)	30%
ПЛАН ПРОДАЖ В МЕСЯЦ НА 1 АРТИКУЛ	100
ПЛАН ПО ЗАКАЗАМ МЕС, ШТ	333

УСЛОВИЯ РАБОТЫ МАРКЕТПЛЕЙСА

КОМИССИЯ (%)	18%
ЛОГИСТИКА (РУБ) СО СКЛАДА КОЛЕДИНО	80
ВОЗВРАТНАЯ ЛОГИСТИКА (РУБ)	33
ХРАНЕНИЕ (РУБ/ДЕНЬ/ШТ)	0,11
СТОИМОСТЬ ПЛАТНОЙ ПРИЕМКИ (РУБЛ/ШТ)	78
ПОЛНАЯ ЛОГИСТИКА (РУБ) БЕЗ УЧЕТА СТОИМОСТИ ХРАНЕНИЯ В ДЕНЬ	422
ВЫПЛАТЫ МАРКЕТПЛЕЙСУ НА ЕДИНИЦУ, РУБ	875,6

ПРИМЕР МОДЕЛИ РАСЧЕТА МОДЕЛИ
UNIT-ЭКОНОМИКА

UNIT-ЭКОНОМИКА: ПЛАТЬЯ

ПРИМЕР МОДЕЛИ РАСЧЕТА ПРИ ПРОДАЖАХ 100 ШТ И ИЗМЕНЕНИИ % ВЫКУПАЕМОСТИ



РЕЗУЛЬТАТЫ
РАСЧЕТОВ

ВЫКУПАЕМОСТЬ (%)	30%	70%	78%
ВЫРУЧКА (РУБ) ЗА 100 ШТ	252 000	252 000	252 000
ВЫПЛАТА СЕЛЛЕРУ (РУБ) ЗА 100 ШТ	164 440	186 040	187 640
ВЛОЖЕНИЕ В ТОВАРНЫЙ ЗАПАС ЗА МЕСЯЦ, РУБ	420 000	190 909	161 538
ОКУПАЕМОСТЬ ТОВАРНОГО ЗАПАСА , РУБ	-255 560	-4 869	26 102
КОЭФФИЦИЕНТ ОКУПАЕМОСТИ	-0,61	-0,03	0,16

ПЛАНОВЫЕ
ПОКАЗАТЕЛИ

ЦЕНА ПРОДАЖИ (СО ВСЕМИ СКИДКАМИ)	2520	2520	2520
СЕБЕСТОИМОСТЬ ТОВАРА (СЕЛЛЕРА)	1260	1260	1260
ПЛАН ПРОДАЖ В МЕСЯЦ НА 1 АРТИКУЛ	100	100	100
ПЛАН ПО ЗАКАЗАМ МЕС, ШТ	333	152	128

РАСЧЕТ
ВЫПЛАТЫ
МАРКЕТПЛЕЙСУ

КОМИССИЯ (%)	18%	18%	18%
ЛОГИСТИКА (РУБ) СО СКЛАДА КОЛЕДИНО	80	80	80
ВОЗВРАТНАЯ ЛОГИСТИКА (РУБ)	33	33	33
ХРАНЕНИЕ (РУБ/ДЕНЬ/ШТ)	0,11	0,11	0,11
СТОИМОСТЬ ПЛАТНОЙ ПРИЕМКИ (РУБ/ШТ)	78	78	78
ПОЛНАЯ ЛОГИСТИКА (РУБ) БЕЗ УЧЕТА СТОИМОСТИ ХРАНЕНИЯ В ДЕНЬ	422	206	190
ВЫПЛАТЫ МАРКЕТПЛЕЙСУ НА ЕДИНИЦУ, РУБ	875,6	659,6	643,6
ВЫПЛАТЫ МАРКЕТПЛЕЙСУ, % РОЗНИЧНОЙ ЦЕНЫ	35%	26%	26%

ИЗМЕНЕНИЕ В АЛГОРИТМАХ РАСЧЕТА ТОВАРНОГО ЗАПАСА И ПОКАЗАТЕЛЯХ КРІ

ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ FASHION-АССОРТИМЕНТА ДЛЯ ОМНИКАНАЛЬНЫХ ПРОДАЖ




АЛГОРИТМЫ РАСЧЕТА И ЗНАЧИМОСТЬ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КРІ АССОРТИМЕНТА ДЛЯ РАСЧЕТА ТОВАРНОГО ЗАПАСА ДЛЯ КАНАЛОВ ПРОДАЖ ONLINE И OFFLINE ОТЛИЧАЮТСЯ. СПЕЦИФИКА РАСЧЕТА ТОВАРНОГО ЗАПАСА И МАТРИЦЫ АССОРТИМЕНТА ONLINE ВЛИЯЕТ НА ИЗМЕНЕНИЕ ПОДХОДОВ К ПЛАНИРОВАНИЮ АССОРТИМЕНТА ОМНИКАНАЛЬНЫХ РИТЕЙЛЕРОВ.

	МАРКЕТПЛЕЙСЫ	ТРАДИЦИОННАЯ РОЗНИЦА
ОБОРАЧИВАЕМОСТЬ (дни, коэффициент)	ОСНОВНОЙ ПОКАЗАТЕЛЬ ДЛЯ ПЛАНИРОВАНИЯ ПОСТАВОК И ТАРИФИКАЦИИ ЗАТРАТ	ИСПОЛЬЗУЕТСЯ РЕДКО ДЛЯ КОМПАНИЙ С КОРОТКИМ ЦИКЛОМ ЗАКАЗА/ПРОИЗВОДСТВА
SELL OUT ИЛИ НОРМА ОСТАТКА НА КОНЕЦ СЕЗОНА %%	НЕ ЗНАЧИМЫЙ ПОКАЗАТЕЛЬ, КАК ПРАВИЛО СЧИТАЮТ КОМПАНИИ, РАБОТАЮЩИЕ В КАНАЛЕ OFF-LINE	ПОКАЗАТЕЛЬ, НА ОСНОВАНИИ КОТОРОГО РАССЧИТЫВАЕТСЯ ТОВАРНЫЙ ЗАПАС
ЗАКАЗЫ (ШТ.)		
% ВЫКУПА (ПРОДАЖИ/ЗАКАЗЫ) ИЛИ % ВОЗВРАТОВ		
MARK UP КОЭФФИЦИЕНТ ПЕРВОНАЧАЛЬНОЙ ТОРГОВОЙ НАЦЕНКИ НА НАЧАЛО СЕЗОНА	НА КАЖДЫЙ АРТИКУЛ	<ul style="list-style-type: none">✓ ВЕСЬ АССОРТИМЕНТ✓ ТОВАРНЫЕ ГРУППЫ✓ ВИДЫ АССОРТИМЕНТА
MARK ON КОЭФФИЦИЕНТ ФАКТИЧЕСКОЙ ТОРГОВОЙ НАЦЕНКИ С УЧЕТОМ СНИЖЕНИЯ ЦЕН		
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ (РУБ.) (МАРЖИНАЛЬНАЯ ПРИБЫЛЬ)		
ПРОДАЖИ (РУБЛ, ШТ.)		

БЛОГ ОБ УПРАВЛЕНИИ
АССОРТИМЕНТОМ
@GALINA_KRAVCHENKO79

← Назад



@galina_kravchenko79
426 подписчиков

звук поиск покинуть ещё

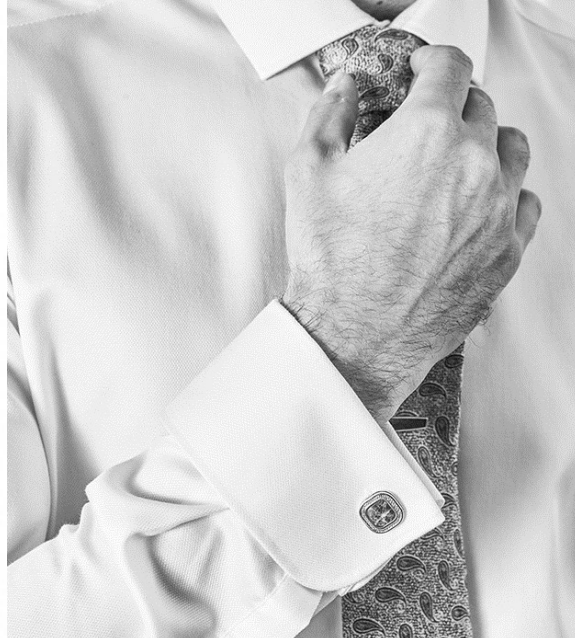
ссылка
https://t.me/galina_krav

описание
МОДА / FASHION / КОНСАЛТИНГ
Галина Кравченко Директор департамента
"Ассортимент" Fashion Consulting Group
[@fcgmedia](#)
Специалист по управлению
fashionассортиментом: антикризисные
решения, маркетинговые расчеты,
формирование коллекции, закупки,
тренды



@GALINA_KRAV



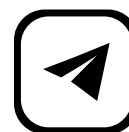


КОНТАКТЫ

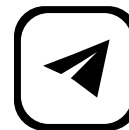
Консалтинг, исследования рынка
+7 965 315-18-18

Образование
+7 906 056-18-18

info@fashionconsulting.ru



t.me/fcgmedia



t.me/fcgchannel



vk.com/fcgmedia

www.fashionconsulting.ru