



Сборник рекомендаций по электронной коммерции

Достигайте новых целей
в сфере электронной
коммерции



Введение

На любом этапе пути в мир электронной коммерции, от заполнения товарами первых виртуальных витрин до расширения на новые международные рынки, — впереди у вас море возможностей.

1,4 трлн долл. США прогнозируемый рост рынка электронной коммерции к 2025 году¹

4,6 млрд людей будут совершать покупки онлайн в 2024 году, что на 34 % больше, чем в 2020 году²

77 % пользователей сети Интернет по всему миру ежемесячно покупают товары онлайн³

Наш сборник рекомендаций создан для того, чтобы помочь вам проявить себя в этой интересной и конкурентной отрасли. Он разделен на пять легко читаемых глав. Вы можете изучить его от корки до корки или ознакомиться с нужными частями благодаря нашим удобным обозначениям с разделением по цветам.

**За электронной коммерцией будущее.
Осуществляйте дальнейшие шаги с пользой!**

Информация, представленная в настоящем документе, не может быть использована в качестве рекомендации по юридическим, налоговым, финансовым, бухгалтерским или торговым вопросам, а приводится исключительно для отражения общей ситуации в бизнесе и коммерции. Содержание сайта, а также упоминаемые на нем сведения и услуги не отменяют необходимость консультирования с компетентными специалистами, например с дипломированными юристами, юридическими фирмами, консультантами по бухгалтерским и финансовым вопросам.

Примечание. Если внешней ссылки на страницу для вашей страны не существует, вы будете перенаправлены на англоязычную версию сайта или на страницу на языке оригинала.

1. [Euromonitor International](#) 2. [Statista, Перспективы цифрового рынка](#), сентябрь 2020 года 3. [We Are Social/Hootsuite](#)

Оглавление

1. Начало работы в электронной коммерции 03

2. Порядок в делах магазина 07

3. Финансовая сторона вопроса 12

4. Формирование лояльности клиентов 18

5. Выход на новые рынки 23

Обозначения разделов

ВОЗМОЖНОСТИ

Новые возможности, открытые путем анализа и исследований

ДЕЙСТВИЯ

Практические шаги к развитию собственного бизнеса

НОВЫЙ УРОВЕНЬ

Идеи для тонкой настройки предложений и быстрого достижения целей

МНЕНИЕ

Опыт экспертов для информированного принятия решений

Глава 1.

Начало работы в электронной коммерции

Четкая стратегия, понимание рынка и правильно выстроенная логистика могут стать существенными преимуществами для вашей онлайн-компании на начальном этапе.

ВОЗМОЖНОСТИ

Почему именно электронная коммерция? Эффект омниканальности

Электронная коммерция — это удобно. Оптимизируя сайты для разных устройств и продвигая целостную омниканальную среду для пользователей, вы сможете опередить конкурентов на рынке электронной коммерции.

90 %

Коэффициент удержания клиентов при омниканальном подходе выше на **90 %**.⁴

13 %

Средняя стоимость заказов при омниканальном подходе на **13%** выше по сравнению с одноканальными продажами.⁴

2,5 раза

Частота покупок при омниканальном подходе в **2,5** раза выше, чем при одноканальном.⁴

4. [Omnisend](#)

ДЕЙСТВИЯ

Сила планирования

Ваш бизнес-план не должен быть высечен на камне или состоять из 50 страниц. В современном быстроразвивающемся мире электронной коммерции лучше уметь быстро адаптироваться. Вы можете включить в свой план всего несколько основных моментов.

- **Целевой рынок:** к каким группам относятся ваши клиенты и в каких странах они живут? Легко ли организовывать для них международную доставку?
(Подробнее о международной доставке см. в [главе 3](#).)
- **Маркетинг и обмен сообщениями:** каким образом вы собираетесь осуществлять доставки клиентам и формировать свой бренд?
- **Финансовые перспективы:** начертите график прогнозируемых расходов, продаж и прибыли
- **Цели и этапы достижения:** что из намеченного нужно выполнить за месяц, полгода, год?
- **Команда и ресурсы:** продумайте состав команды, партнеров и поставщиков

Множество шаблонов можно найти в Интернете, в том числе и бесплатно. Проведите небольшое исследование и найдите подходящий шаблон для себя.

Например, [этот шаблон из Shopify](#) предоставляется бесплатно. Он достаточно подробный, и его легко заполнять.

МНЕНИЕ

Рекомендации ShippyPro по применению омниканального подхода

Омниканальный подход позволит вам усовершенствовать работу с клиентами и получить максимум преимуществ от всех ваших точек взаимодействия. Прочитайте рекомендации ShippyPro по созданию успешной стратегии омниканальности.

- 1 Унифицируйте технологические решения:** объединяйте разные платформы и инвестируйте в единую надежную систему управления заказами. Так вы будете знать, что происходит в каждой точке взаимодействия, сможете обозревать склад и отслеживать посылки.
- 2 Знайте потребности потребителей:** просите покупателей оставлять отзывы, чтобы лучше понимать их потребности и ожидания. Анализируйте их поведение на вашем сайте и создайте стратегию, в которой будет все учтено.
- 3 Ориентируйтесь на рынке:** оцените международную конкуренцию. Исследуйте деятельность компаний, предлагающих те же товары, что и вы, а также товары на более широком рынке. Это позволит вам понять, как изменить свою стратегию и сравняться с конкурентами или обойти их.

Франческо Борги, генеральный директор, ShippyPro

ДЕЙСТВИЯ

Подготовьтесь к расширению цепочки поставок

Хорошо организованная цепочка поставок — сердце успешного онлайн-бизнеса. При ее создании необходимо учитывать несколько важных моментов.



Плюсы и минусы местного и международного производства

Местное производство позволит сэкономить на транспортных издержках, а международное предлагает более обширный выбор. Изучите свою бизнес-модель и выберите самый подходящий вариант.



Используйте аналитику для инноваций и совершенствования

Аналитические данные в сфере электронной коммерции охватывают все показатели — от взаимодействия покупателей с вашим сайтом до определения ценности содержания.

(Подробнее см. в [главе 4.](#))



Крепкие отношения с поставщиками

От выгодных сделок и доступных цен до минимизации задержек — хорошие отношения с поставщиками предоставляют множество преимуществ. Для их создания важны прозрачность, открытая коммуникация и знание культурных различий.



Аутсорсинг стороннему поставщику логистических услуг

Сторонние поставщики логистических услуг предоставляют расширенные, зачастую комплексные решения по упаковке, хранению на складе, транспортировке и реализации заказов. Кроме того, с их помощью можно сэкономить время и деньги, расширить свою сеть, повысить удовлетворенность клиентов и обеспечить легкий возврат товаров.



Максимум выгоды от новых технологий цепочки поставок

Программное обеспечение для цепочки поставок создано для слаженной работы отделов вашей компании — от склада до отдела продаж. Оно предоставляет оптимизированные процессы, уверенность в бизнесе и свободное время для развития вашего бренда.



Выбор известного поставщика логистических услуг

Логистика может как укрепить ваш бизнес, так и разрушить его. Прибегнув к услугам надежных поставщиков, вы организуете доставку, которая принесет вам неизменные положительные отзывы, удержит клиентов и позволит с легкостью транспортировать товары по всему миру. [FedEx предоставляет широкий выбор решений для электронной коммерции](#) согласно вашим нуждам — от доставки на следующий день или в заданный срок — до гибких условий и интегрированных решений доставки.

**НОВЫЙ УРОВЕНЬ**

Совершенствование вашей маркетинговой стратегии

Безусловно, в вашем бизнес-плане уже хорошо проработаны маркетинговые ходы, вы готовы заявить о себе и наращивать продажи. А как продвинуться дальше?

- **Задумайтесь о социальных сетях: 53,6 % населения Земли** пользуется соцсетями.⁵ Извлеките максимум выгоды из платной рекламы через такие каналы, как Google Ads, Microsoft Advertising и Facebook Ads, а также каналы органического маркетинга в Facebook, Instagram и Twitter.

Исследуйте лучшие платформы для своего бизнеса. Например, LinkedIn⁶ — в настоящее время самая популярная платформа в сегменте «бизнес для бизнеса». **96 % контент-маркетологов сегмента «бизнес для бизнеса»** занимаются органическим маркетингом в социальной сети LinkedIn, а **97 % компаний в сфере «бизнес для бизнеса»** используют Facebook.⁷

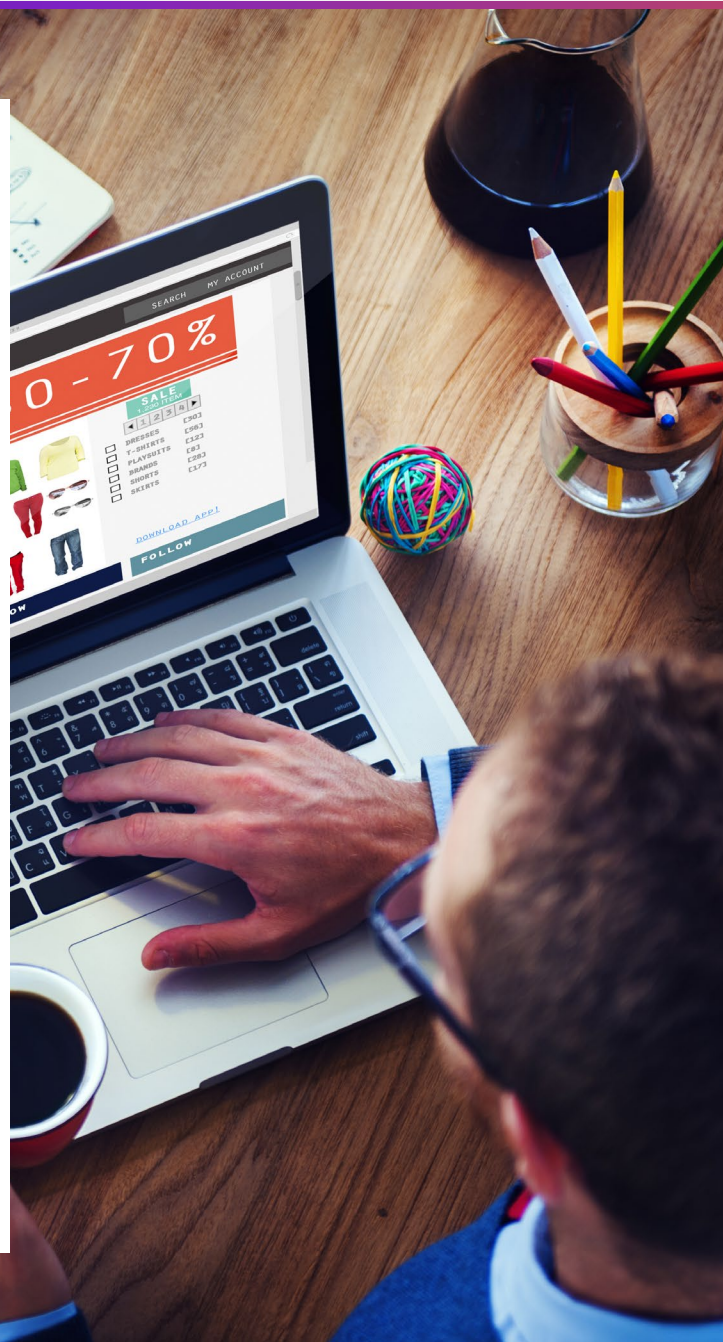
- **Не пренебрегайте методом сарафанного радио: 90 % людей** больше доверяют бренду, если его порекомендовали другие, даже если это был незнакомец.⁸ Обычно сарафанное радио начинается с высокого качества ваших товаров и положительного покупательского опыта, а маркетинговая кампания может усилить этот эффект. В этом могут помочь инфлюэнсеры и послы бренда.
- **Усовершенствуйте внешнюю поисковую оптимизацию сайта (SEO):** учитывайте платформы соцсетей, публикации гостей, мнения блогеров и инфлюэнсеров. С помощью ссылок на ваши страницы или сторонние известные платформы также можно продвинуться выше в рейтингах поисковых систем.

5. [We Are Social/Hootsuite](#) 6. [Content Marketing Institute](#) 7. [Content Marketing Institute](#) 8. [Invesp](#)

Глава 2.

Порядок в делах магазина

Создание многообещающей клиентской базы (и, соответственно, прибыльного бизнеса) начинается с понимания нужд современных потребителей. Зная это, вы сможете распланировать и запустить свою площадку электронной коммерции, а также управлять ей.

**ВОЗМОЖНОСТИ**

Чего клиенты ждут от онлайн-шопинга

87 %

клиентов хотели бы индивидуального и бесперебойного обслуживания по всем шопинг-каналам.⁹

83 %

пользователей сети Интернет во всем мире превыше всего ценят быстрое и простое оформление покупки.¹⁰

64 %

64 % клиентов во всем мире высказываются за бесплатную доставку товаров.¹¹

9. [Cision/BRP](#) 10. [iVend Retail](#) 11. [Shopify](#)

ДЕЙСТВИЯ

Привлечение трафика с помощью SEO

Привлечение посетителей на сайт — это ключ к успеху. Посетители превращаются в лиды, а лиды — в продажи. Ознакомьтесь с парой способов поиска новых клиентов для онлайн-бизнеса посредством SEO.

- **Поиск ключевых слов.** В этом вам помогут онлайн-инструменты. Ключевые слова и словосочетания — это то, что чаще всего вводят интернет-пользователи при поиске определенного товара в разных поисковых системах (Google, Bing и Yahoo), и они играют особо важную роль в привлечении трафика.
- **Настройка поисковой оптимизации страницы.** Определенные на предыдущем этапе ключевые слова можно использовать в заголовках, URL-адресах, постах в блоге и в метаданных (сведения о странице в HTML, от которых зависят трафик вашего сайта и коэффициент вовлеченности, а также которые непосредственно влияют на SEO и место в рейтинге). Согласно рекомендациям эксперта по программному маркетингу HubSpot, ключевые слова должны составлять 0,5 % от ваших материалов.¹²
- **Оптимизация для мобильных устройств.** С развитием мобильных продаж стало особенно важно наличие мобильной версии сайта или версии, совместимой с мобильными устройствами.
- **Анализ данных.** Отчеты о поведении пользователей и Google Search Console (GSC) позволят вам определить, какие ваши страницы привлекают максимум трафика, а какие лучше адаптировать. **(Подробнее об анализе данных см. в главе 4.)**
- **Прицельная работа с Google Ads.** Благодаря обширному покрытию Google целесообразно перенаправлять трафик на сайт с помощью рекламной модели оплаты за клик. Так вы сможете не только привлечь больше потенциальных покупателей и увеличить конверсии, но и задавать бюджет на месяц, чтобы контролировать затраты.



12. [HubSpot](#)

**МНЕНИЕ**

Время отправки: что принять во внимание

Ваши доставки по всему миру — это тоже часть вашего бизнеса, поэтому они должны отражать уровень обеспечиваемого вами сервиса. В стратегии доставки необходимо учитывать моменты, описанные ниже.

- 1 Сотрудничество с надежным поставщиком логистических услуг.** Выберите поставщика, в котором вы уверены и который сможет вам обеспечить бесперебойную работу. Убедитесь, что с этим поставщиком легко работать и что он понимает на глобальном и локальном уровнях, как развиваться вместе с вами и соответствовать вашим амбициям. Например, FedEx обладает десятилетиями опыта, отличными **таможенными инструментами** и широким ассортиментом услуг по международной доставке и глобальному развитию.
- 2 Стоимость доставки.** Особое внимание следует уделить транспортировке от двери до двери, а также стоимости комплексных услуг, таких как забор, доставка и таможенное оформление. Рассмотрите свою доставку с точки зрения удобства для клиентов и продумайте, что может повлиять на их лояльность.
- 3 Регулировка тарифов.** Большинство людей ожидают бесплатную доставку при заказе свыше определенной стоимости, но вы всегда можете оплачивать ее за счет доставки мелких покупок ниже заданного предела.¹³ Это также может привести к увеличению среднего чека.¹⁴
- 4 Нужды ваших покупателей.** Они могут зависеть от рынка, однако подумайте, чего ищут ваши покупатели, например бесплатную доставку или более экологичные способы транспортировки.

**Крис Ходж, менеджер по рекламе в сфере электронной коммерции,
FedEx Express**

ДЕЙСТВИЯ

5 шагов к успешной реализации

Пять способов отладить процесс доставки, оптимизировать затраты, повысить эффективность и проявить заботу об окружающей среде

- 1** Рассмотрите лучшие места организации складских запасов.
- 2** Выберите подходящую модель реализации.
Самостоятельная работа: вы сами управляете всеми своими процессами в сфере электронной коммерции.
Сторонний поставщик логистических услуг: аутсорсинг логистики третьей стороне.
Прямая поставка: вы не храните товары на складе, а приобретаете их у третьей стороны при поступлении вам заказа.
- 3** Узнайте требования по маркировке и упаковке для отправок по стране и в другие страны.
- 4** Создайте более персонализированный подход с помощью разных способов оплаты, разных валют и вариантов доставки.
- 5** Управляйте заказами по разным каналам продаж с помощью интегрированных технологий, например [калькулятора доставки FedEx](#) для недоговорных услуг. [Свяжитесь с нашим торговым представителем](#) и узнайте больше о тарифах на договорной основе.





4 вдохновляющие идеи для развития вашего бренда

1

Живые сессии вопросов и ответов в соцсетях

3

Видео «из закулисья»

2

Пошаговые инструкции на сайте

4

Случаи из практики

НОВЫЙ УРОВЕНЬ

Технологии, которые позволяют вывести ваш магазин на новый уровень

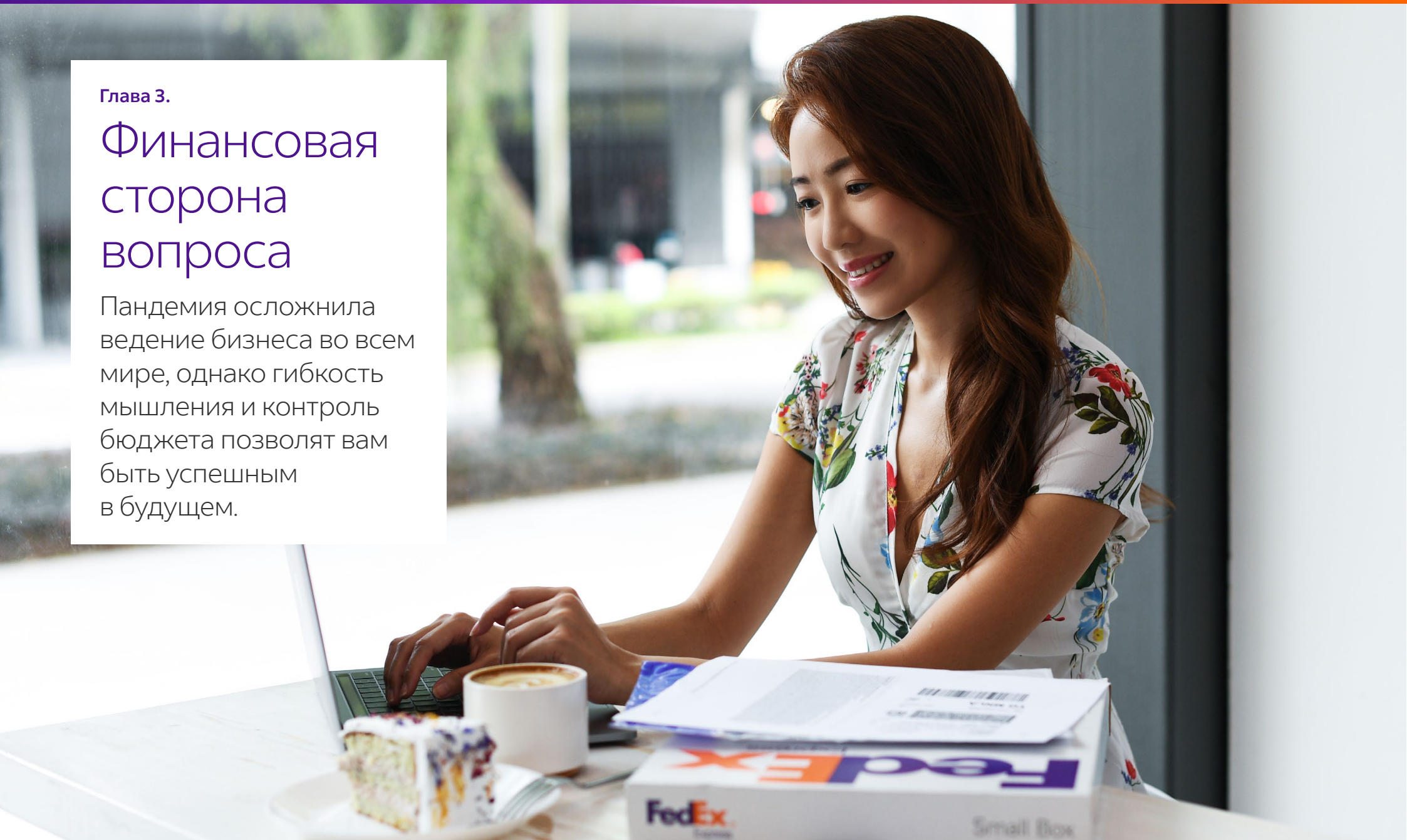
Когда речь заходит об интеграции ваших предложений с интеллектуальными технологиями, компаниям в сфере электронной коммерции есть из чего выбирать. Приведем четыре примера.

- **Данные для персонализированной работы:** искусственный интеллект позволяет лучше соответствовать требованиям клиентов по персонализации. Сюда относится рассылка предложений, рекомендаций и релевантных рекламных предложений.
- **Более полное погружение с дополненной реальностью:** инструменты дополненной реальности широко используются в магазинах электронной коммерции — от виртуальных примерочных в магазинах одежды до живых демонстраций товаров.
- **Чат-боты на основе искусственного интеллекта:** умные виртуальные помощники поддерживают интерес клиентов, быстро отвечают на вопросы и в целом повышают удобство взаимодействия клиентов с платформой.
- **Технологии по локализации:** программное обеспечение для локализации и многоязычные плагины позволяют клиентам пользоваться вашим сайтом на их родном языке.

Глава 3.

Финансовая сторона вопроса

Пандемия осложнила ведение бизнеса во всем мире, однако гибкость мышления и контроль бюджета позволят вам быть успешным в будущем.



ВОЗМОЖНОСТИ

Электронная коммерция: сколько это стоит?

Расходы на запуск онлайн-бизнеса зависят от его размера и категории ваших товаров, но вам следует учесть несколько общих статей расходов.



Веб-сайт

На начальном этапе для создания сайта также потребуются деньги, и в дальнейшем могут возникнуть расходы на его регулярное техническое обслуживание (например, на доменное имя, веб-хостинг, платежные программы, дизайн сайта, его сборку или поддержание работы). Кроме того, ваши расходы могут зависеть от того, работаете ли вы через собственный сайт или через онлайн-маркетплейс.



Маркетинг

После создания своего сайта вам необходимо начать привлекать клиентов по разным каналам. Стоимость привлечения зависит от вашего бюджета, но большинство предприятий малого бизнеса тратит от 7 до 12 % суммарной прибыли.

¹⁵ (Подробнее о маркетинговой стратегии можно узнать в [главе 1.](#))



Хранение

По мере роста вашей компании в сфере электронной коммерции может увеличиваться и объем ваших запасов. Для хранения ваших товаров может потребоваться больше пространства, поэтому учтите связанные с этим затраты на аренду, страхование и стоимость хранения нераспроданных запасов.



Перевозка

Все зависит от пунктов назначения вашей доставки и требуемой скорости транспортировки грузов. FedEx предлагает самые разные варианты обслуживания в соответствии с разными сроками и потребностями. Перейдите на нашу страницу [транспортных услуг](#), чтобы узнать больше и [получить персональное предложение](#).



Возвраты

Современные потребители требуют беспрепятственного (и бесплатного!) возврата товаров.¹⁶ Каждый возврат влечет за собой расходы по отправке товара на повторное хранение или удаление его из магазина.



Страховка

Надежная политика страхования стоит денег, зато она может защитить вас и вашу компанию от повреждения товаров или операционных проблем.



Налоги

Налог на доходы компании может стать очень обременительным, особенно при расширении бизнеса. Советуем нанять специалиста из бухгалтерской фирмы, который будет разбираться с налоговыми выписками и декларациями за вас.



Поддержка предприятий малого бизнеса — грант до 50 000 евро

Осенью 2021 года компания FedEx запустила конкурс Small Business Grant, который позволит предпринимателям вывести свою компанию на новый уровень.



ДЕЙСТВИЯ

Выбор финансовой модели

Финансовая модель позволяет отслеживать эффективность вашего бизнеса, добиваться поставленных целей и прогнозировать дальнейшие результаты. Вы можете попробовать два основных подхода.

От общего к частному

Прогнозирование дальнейших результатов путем оценки рынка, на который вы выходите. Оценка размера вашего рынка, анализ тенденций в сфере продаж и определение доли рынка, которую вы можете занять.

От частного к общему

Прогнозирование успеха через определение необходимых аспектов для выхода на рынок. Прогнозные показатели основаны на разных факторах, например на требуемом числе сотрудников, операционных расходах и нужном количестве прибыльных клиентов.

17. [Vend](#)

МНЕНИЕ

Налоги, сборы и информация об Инкотермс



Налоги и сборы — это платежи, которые взимаются за международные отправления. Кто будет их оплачивать — вы или покупатель, — вы решаете при составлении условий Инкотермс (Международные правила толкования торговых терминов).

Налоги и сборы влияют на ваш бизнес с трех сторон.

- **С финансовой:** если их оплачиваете вы, они могут уменьшить вашу маржу и повысить стоимость ваших товаров, что, в свою очередь, снизит ваш коэффициент продаж.¹⁷
- **С операционной:** несвоевременная оплата налогов и сборов может привести к задержкам на таможне и увеличить время доставки.
- **С точки зрения удобства для пользователей:** узнав о дополнительных затратах, покупатели могут отказаться покупать у вас.

Если вы хотите, чтобы покупатели сами оплачивали налоги и сборы, четко обозначьте это на раннем этапе покупки и при оформлении доставки.

Джуст Саролеа,
старший менеджер по продукции в сфере электронной коммерции, FedEx

**ДЕЙСТВИЯ**

4 способа выжать максимум из своего бюджета

По мере быстрого роста и расширения нужд потребителей оставаться в рамках бюджета может быть все сложнее. Ознакомьтесь с нашими рекомендациями, как максимизировать свой бюджет в соответствии с возрастающими требованиями.

1 Международная доставка

Международная доставка — это отправка товара со склада, расположенного в стране продавца, а не покупателя. С ее помощью можно снизить стоимость хранения товаров на других складах, быстрее обрабатывать заказы и облегчать управление запасами благодаря тому, что склад, персонал и инфраструктура локализованы в одном месте.

Делая выбор в пользу более быстрой доставки вместо распределения товаров по разным складам, также можно сократить время доставки. Откройте для себя быструю и надежную доставку от FedEx [здесь](#).

2 Совместная оплата услуг доставки

Расходы на доставку могут увеличиваться, особенно с учетом упаковки, работы персонала и налога на импорт и экспорт. Чтобы это не так сильно било по вашему бюджету, вы можете попросить онлайн-покупателей оплатить часть стоимости доставки.

3 Государственная финансовая поддержка

Узнайте подробнее о государственных программах финансирования для вашей сферы и в вашем регионе. [Your Europe](#) — это онлайн-ресурс, на котором можно просмотреть доступные в вашей стране гранты, контракты и возможности финансирования.

4 Снижение процента возвратов

Невозможно гарантировать, что товар будет принят сразу, но можно снизить процент возврата, который требует денег. Предоставьте более развернутую информацию о товаре на сайте, чтобы клиенты точно знали чего ожидать; проводите таргетированные маркетинговые кампании, чтобы покупатель получил то, что ему нужно; увеличьте период, в течение которого можно осуществить возврат.

НОВЫЙ УРОВЕНЬ

Идеи по увеличению стоимости чека

Приводим пару рекомендаций по поощрению покупки на разных этапах взаимодействия с клиентом.

- **Выделяйте специальные предложения на сайте.**

Пусть промоакции будут сразу бросаться в глаза, особенно на домашней странице — вашей главной площадке продаж.

- **Предлагайте бесплатную доставку при заказе на определенную сумму.**

Так покупатели могут начать тратить больше на вашем сайте. Тем временем, пока ваши продажи идут в гору, расходы на доставку клиентам уменьшаются, и все остается в выигрыше. С FedEx® International Connect Plus* вы сможете предлагать своим покупателям дешевую или бесплатную доставку.

- **Обновляйте страницы товаров.**

Описания и изображения товаров должны быть актуальными, чтобы для клиентов не было сюрпризов. Это уменьшит процент возвратов.

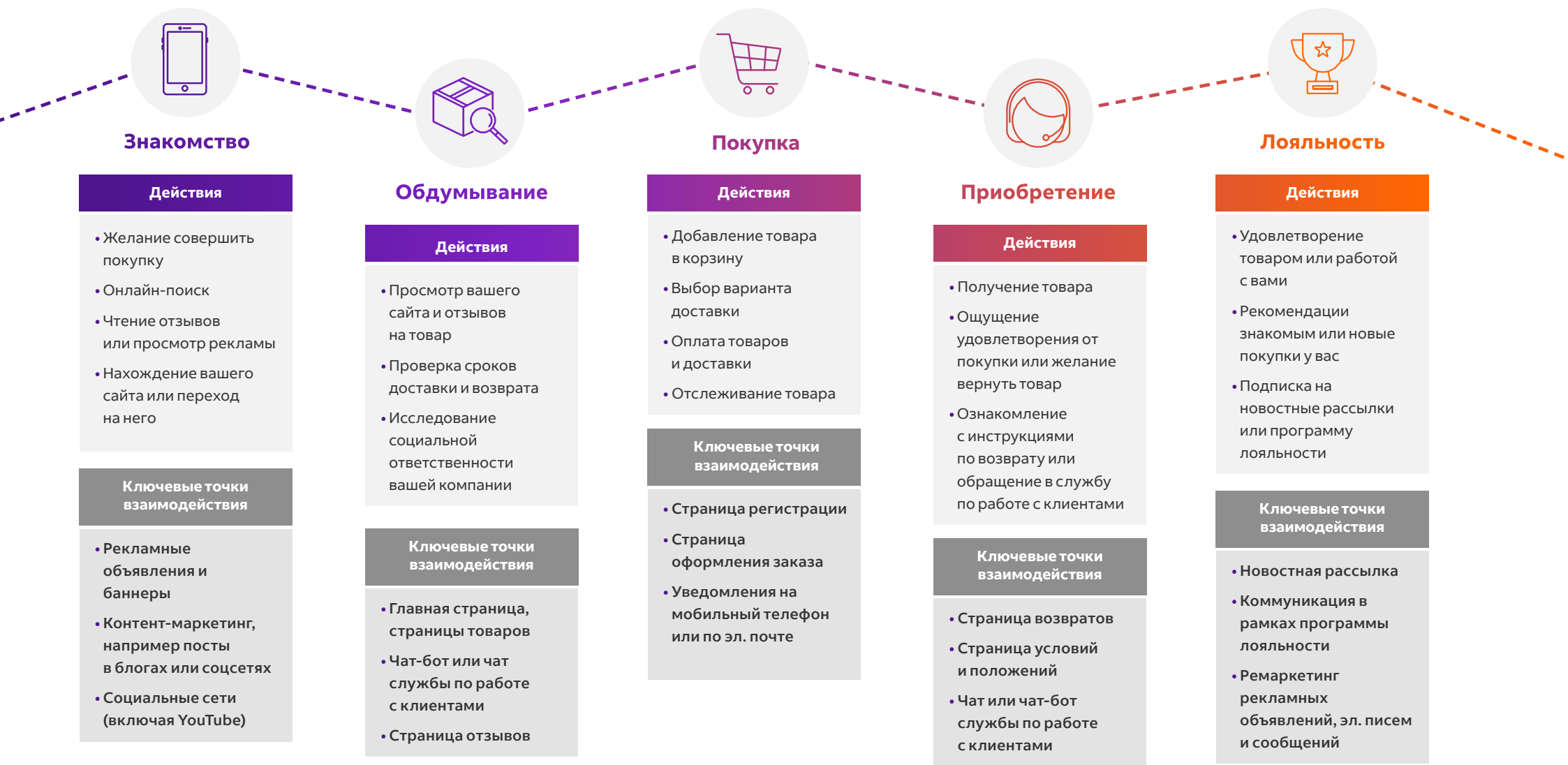
- **Пользуйтесь инструментами социальных сетей.**

Попробуйте такие инструменты, как [Shopify's Instafeed](#) и [приложение UGC](#); они помогут сократить процесс заказа, так как покупатели смогут оформлять покупки прямо в ленте своих социальных сетей.



* В настоящее время услуга FedEx® International Connect Plus доступна только в 10 странах: Австрии, Бельгии, Великобритании, Германии, Испании, Италии, Нидерландах, Польше, Франции и Швеции.

Путь клиента в электронной коммерции*



* Эти этапы работы с клиентами основаны на информации, собранной из внешних источников: Bright Vessel, BigCommerce и VoiceSage.

Глава 4.

Формирование лояльности клиентов

Согласно исследованию, быстрый рост онлайн-продаж из-за пандемии привел к изменению поведения клиентов. К их числу относится резкое снижение лояльности и повышенное стремление покупателей пробовать новые торговые марки и товары.¹⁸

А значит, на этом этапе формировать лояльность клиентов как никогда важно. К счастью, для этого существует большое количество методов.





ВОЗМОЖНОСТИ

Как веб-аналитика может увеличить лояльность клиентов?

Анализ сайта может быть очень полезен: он выделит имеющиеся шаблоны поведения клиентов и поможет вам повысить лояльность покупателей описанными ниже способами.

- **Глубокие аналитические данные**, которые усиливают ваше понимание нужд каждого отдельно взятого клиента, вследствие чего вы можете создавать индивидуальные предложения
- **Интеграция сведений о покупках в режиме реального времени** с данными за прошлые периоды, чтобы вы могли таргетированно рекомендовать товар в момент продажи
- **Отслеживание реакций клиентов** благодаря промоакциям и рекомендациям товаров

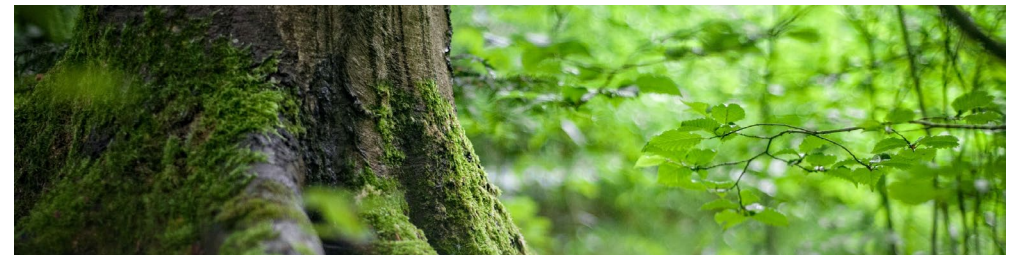
ВОЗМОЖНОСТИ

Забота об окружающей среде — зеленый свет на пути к успеху

Современные потребители все чаще думают о защите окружающей среды: каждый третий потребитель в мире готов отказаться от товаров определенных компаний, если эти бренды недостаточно заботятся об экологии.¹⁹

Узнайте, как внедрить принципы заботы об окружающей среде в свою бизнес-стратегию в соответствии с ожиданиями клиентов.

- Перепродажа использованного или возвращенного товара
- Поиск экологических и этических поставщиков
- Введение дополнительного сбора при оформлении заказа
- Помощь местным сообществам и поддержка благотворительной деятельности
- Доставка товаров в упаковке многоразового использования: пакеты FedEx Reusable Paks полностью перерабатываемые и оснащены двумя клейкими полосками, чтобы клиенты могли возвращать товары более экологично



Узнайте, как FedEx старается создать экологически безопасное будущее в рамках нашей инициативы **«Приоритет: Земля»**.

ДЕЙСТВИЯ

Важная метрика

С помощью метрики можно измерить что угодно: коэффициент конверсии, процент уходов с сайта с полной корзиной или источники трафика. Приводим несколько примеров ключевых показателей сайта от BigCommerce для вашей воронки электронной коммерции — этапы, которые проходит ваш клиент при совершении покупки, и не только.²⁰

20. [BigCommerce](#)

ДЕЙСТВИЯ

Доставка без проблем

Подходящие инструменты, услуги и решения придадут дополнительную уверенность вам и вашим клиентам. Предлагаем также опробовать методы, приведенные ниже.

- **Широкий портфель условий доставки:** предоставляйте покупателям варианты недорогой или быстрой доставки, причем сообщайте об этом на начальных этапах взаимодействия с клиентом (лучше всего — сразу на главной странице).
- **Индивидуальные условия доставки:** инструмент **FedEx Delivery Manager®** подходит для этого лучше всего: она позволяет клиентам получать товары в удобное время и в удобном месте без дополнительной оплаты.
- **Простота возврата:** управление возвратами имеет особое значение. **FedEx® Global Returns** — идеальное решение, которое позволяет вам ограничивать расходы и повышать лояльность клиентов благодаря положительному опыту работы с вами.

Рекомендации по созданию стратегии доставки смотрите в [главе 2](#).





НОВЫЙ УРОВЕНЬ

4 способа удержать новых клиентов

Взаимодействие с клиентом не кончается при заключении сделки. Если вы поощряете покупателей после доставки, они с большей вероятностью снова обратятся в вашу компанию. Клиентов можно привлекать на сайт снова с помощью описанных ниже средств.

Новостные рассылки по электронной почте

Продумайте «цепляющие» заголовки и призывы к действию.

Внедрение контента в соцсетях

Создайте собственный стиль сообщений для быстрого узнавания.

Инвестирование в службу по работе с клиентами

Это быстрый и гибкий способ продвижения.

Программы лояльности

От вознаграждения за рекомендации до скидок на первую покупку.

МНЕНИЕ



Доведите до совершенства доставку на «последней миле»

Чтобы предоставить своим покупателям выгодные условия доставки, сначала проанализируйте свой продукт и лучшие способы его доставки. Например, требуются ли особые условия (такие как контроль температуры)? Узнайте, существуют ли какие-либо местные или региональные особенности в доставке.

Затем продумайте, как можно обеспечить беспрепятственный и удобный процесс доставки, который впишется в график вашего клиента. Так вы с большей вероятностью организуете первую доставку к новым покупателям с максимальным удобством для них и с заботой об окружающей среде.

Также вы можете дополнительно защитить свои товары, предоставив широкий выбор вариантов получения подписи. Это не только придаст гибкости вашей доставке, но и добавит больше уверенности покупателям.

FedEx Delivery Manager® — в центре нашего подхода по предоставлению клиентам большей автономии и более экологичных способов доставки. Это решение предлагает большой выбор вариантов доставки, включая возможность изменить дату доставки или доставить товар соседу.

Аканкша Пади, старший менеджер по продукции, отдел маркетинга FedEx

Глава 5.

Выход на новые рынки

За последние годы в сфере международной электронной коммерции наблюдался значительный рост, так как покупатели, привлеченные расширенным ассортиментом и более низкими ценами, начали искать товары за границей. В настоящее время доля международных онлайн-продаж составляет 25,5 % от всех онлайн-продаж в Европе.²¹



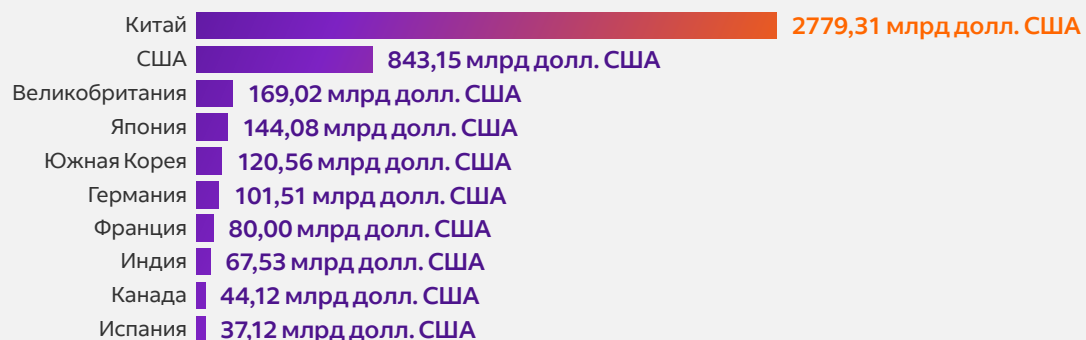
ВОЗМОЖНОСТИ

Исследование международных возможностей

Пожалуй, ни для кого не секрет, что Китай занимает лидирующую позицию в списке крупнейших рынков электронной коммерции в мире. Именно в Китае заказывают товары большинство онлайн-покупателей.²² К концу этого года экономисты прогнозируют оборот электронной коммерции в Китае в 2,8 триллиона долларов США.

Воспользуйтесь возможностями китайского и других процветающих рынков по максимуму с помощью [нашего руководства по выходу на мировой рынок](#). На рисунке ниже можно увидеть, какие еще рынки обладают высокими объемами электронной коммерции.

Обороты электронной коммерции по странам (2021 год)²³



При определении возможностей для вашего бизнеса учитывайте следующие аспекты:

- Потенциал и развитие рынка
- Места спроса на ваши товары
- Конкуренты и то, в каких странах работает их доставка
- Расходы на выход на предпочитаемые рынки
- Потребности и ожидания клиентов во всем мире

22. [Shopify](#) 23. [Oberlo](#)

МНЕНИЕ

Советы по быстрому выходу на нужный рынок от ShippyPro



Совет # 1

При выходе на новый рынок попробуйте продавать товары через маркетплейсы. Даже если у вас уже есть свой сайт с корпоративным стилем, эти каналы позволяют сразу охватить широкую аудиторию на большинстве рынков.

Совет # 2

Нельзя недооценивать важность профессиональной доставки в процессе взаимодействия с клиентом. Она может улучшить репутацию вашего бренда как нового игрока на рынке и повысить коэффициент удержания клиентов.

Совет # 3

При выборе поставщиков логистических услуг учитывайте их покрытие, гибкость параметров и разнообразие условий доставки в сравнении с ожиданиями покупателей на новом рынке.

Лорьян Кутюрье, директор по маркетингу, ShippyPro

ДЕЙСТВИЯ

4 идеи для развития вашего бизнеса

- 1 Обдумайте варианты выхода на каждый рынок:** хотите ли вы создать бизнес с нуля, купить или основать партнерство с уже имеющимися компаниями или онлайн-маркетплейсами? Взвесьте все плюсы и минусы для разных вариантов.
- 2 Локализируйте свой сайт:** покупатели предпочитают изучать сайт на своем родном языке и оплачивать товары в местной валюте. Вы также можете изучить предпочтительные способы оплаты на каждом рынке и внедрить их.
- 3 Изучите свое ценообразование:** узнайте, сколько ваши конкуренты взимают за похожие товары на вашем целевом рынке, и убедитесь, что вы не зависили и не занизили цены.
- 4 Выберите поставщика логистических услуг, на которого можно положиться:** FedEx® International Connect Plus,* — наш специальный сервис доставки в сфере электронной коммерции — предлагает быструю доставку по привлекательной цене.

**НОВЫЙ УРОВЕНЬ**

Цифровизация и оптимизация

Используя самые свежие средства автоматизации логистики, вы сможете упростить и модернизировать свои операции в сфере международной электронной коммерции. Рассмотрите приведенные ниже способы.

- **Ускоренная международная доставка:** инструменты автоматизации таможенного оформления могут существенно ускорить прохождение товара через границы. Например, [FedEx® Electronic Trade Documents](#) — это простое и бесплатное решение, которое позволяет отправлять таможенную документацию в электронном виде и таким образом экономить время и минимизировать задержки на границе.
- **Повышение эффективности работы и удовлетворенности клиентов:** самые актуальные инструменты доставки объединяют разные части вашего бизнеса и существенно оптимизируют процессы. Например, [FedEx® Compatible Solutions](#) помогает находить сторонние решения по плавной интеграции услуг доставки FedEx в бизнес-инструменты, которыми вы пользуетесь каждый день — как для маркетплейсов (Magento, WooCommerce и Shopify), так и для ведения бизнеса (SAP, Sage и Salesforce).
- **Упрощенная подготовка международных доставок:** благодаря таким инструментам, как [FedEx International Shipping Assist](#), вы сможете легко и точно определять коды товаров согласно Гармонизированной системе (HS) для международных отправок, рассчитывать налоги и сборы, а также находить шаблоны нужных документов.

*В настоящее время услуга FedEx® International Connect Plus доступна только в 10 странах: Австрии, Бельгии, Великобритании, Германии, Испании, Италии, Нидерландах, Польше, Франции и Швеции.

НОВЫЙ УРОВЕНЬ

Полезные ресурсы

Хотите вывести свой онлайн-бизнес на новый уровень?

Просмотрите этот список дополнительных ресурсов и узнайте больше.

Стратегия

- [Центр электронной коммерции FedEx](#)
- [Shopify: бизнес-схема в сфере электронной коммерции](#)
- [BigCommerce: тенденции в сфере электронной коммерции, продвигающие розничные онлайн-продажи](#)

Деньги имеют значение

- [FedEx: налоги и сборы](#)
- [WooCommerce: хотите увеличить прибыль? Совершенствуйте процесс оформления товаров.](#)
- [PrestaShop: семь советов по веб-дизайну для предприятий онлайн-коммерции, которые помогут повысить конверсию](#)

Развитие

- [ShippyPro: как оптимизировать поток доставок](#)
- [Magento: как организовать отличное обслуживание клиентов с динамическим ценообразованием](#)
- [Shopify: пять способов увеличить средний чек в вашем онлайн-магазине](#)

Отладка работы магазина

- [ShippyPro: 10 рекомендаций по электронной коммерции для вас](#)
- [Google for Small Business: создайте свое онлайн-присутствие всего за пару шагов](#)

Лояльность клиентов

- [Полное руководство по работе с купонами WooCommerce](#)
- [PrestaShop: почему важна веб-производительность и как ее оптимизировать производительность](#)
- [ShippyPro: уход с сайта с полной корзиной — как это исправить \[рекомендации\]](#)

Выведите свой бизнес на новый уровень!

Достигните своей следующей цели в сфере электронной коммерции благодаря нашим быстрым надежным решениям и гибким условиям доставки. **Подробнее можно узнать на нашей специальной странице по электронной коммерции.**