

Упаковка и Маркировка: Залог Успеха на Маркетплейсе

Правильная упаковка не просто защищает товар, но и значительно влияет на восприятие покупателем, минимизируя возвраты и повышая рейтинг вашего продукта на маркетплейсе. Это первый физический контакт клиента с вашим брендом, поэтому он должен быть безупречен.

Важно, упаковка товара сильно влияет на % выкупа товара, товар пришел целый - этой очень важно.

На фото стандартная упаковка товаров на МП: пупырка и коробка: цена - качество

НО как раз этот фактор позволяет выделиться среди конкурентов, если сделать упаковку более красивой или брендовой, да это будет удорожать товар, но может выиграть конкуренцию на ПВЗ.

Ваша задача: реальность превзошла ожидания



Детали, которые имеют значение

Прочность и Защита

Упаковка должна выдерживать все этапы логистики — от склада до рук покупателя. Выбирайте материалы, которые предотвратят повреждения, царапины и деформации. Защитная пленка, пузырчатая пленка или жесткие картонные коробки — инвестиция в целостность товара.

Состав и Экологичность

Четкое указание состава продукта на упаковке — требование законодательства и показатель вашей ответственности. Кроме того, все больше покупателей отдают предпочтение товарам с экологичной и перерабатываемой упаковкой. Это может стать вашим конкурентным преимуществом.

Штрихкод и Идентификация

Корректно нанесенный и легко считываемый штрихкод критически важен для быстрой обработки заказов и исключения ошибок на складе. Убедитесь, что штрихкод расположен на ровной поверхности и не будет поврежден при транспортировке.

Требования Маркетплейса

Каждый маркетплейс имеет свои строгие правила к упаковке и маркировке. Изучите их досконально: размеры, вес, типы материалов, наличие определенных этикеток. Нарушение этих правил может привести к отказам в приемке и дополнительным расходам.



Контент — Ваша Витрина на Маркетплейсе

В мире онлайн-продаж, где покупатель не может потрогать товар, именно контент становится главным продавцом. Качественные фотографии, информативные видео и убедительные тексты — это половина успеха, которая привлекает внимание и вызывает доверие.

Вот тут мы разберем контент карточки: Урбеч - набор <https://www.wildberries.ru/catalog/59670023/detail.aspx>

Создаем Привлекательный Контент и не жалеем денег – все это окупится



Качественные Фотографии

Изображения должны быть четкими, яркими и демонстрировать товар со всех сторон. Используйте белый фон для основной фотографии и несколько снимков, показывающих детали, текстуру, размер и примеры использования. **Даже сделанные на хороший смартфон фото могут выглядеть профессионально при правильном освещении.**



Информативные Видео и видеобложки

Видео позволяет показать товар в движении, продемонстрировать его функции, размер, как он используется или как он выглядит в реальной жизни. Это значительно повышает конверсию и снижает количество вопросов от покупателей. ВИДЕО - ЭТО ОЧЕНЬ ОЧЕНЬ ВАЖНО, НА ВИДЕО МЫ ПОКАЗЫВАЕМ ТО, ЧТО НЕ МОЖЕМ ПЕРЕДАТЬ ЧЕРЕЗ КОНТЕНТ И ИНФОГРАФИКУ

НГ на ВБ

ПОЛЕЗНЫЕ СВОЙСТВА

Снижает уровень сахара и холестерина

Природный антиоксидант

Очищает организм от шлаков и токсинов

Источник Са

Источник Zn

Omega 3 и Omega 6

НГ на ВБ

НАБОР СЕМЕННЫХ УРБЕЧЕЙ

5 шт.

по 70г

+

2 баночки В ПОДАРОК
урбеч из рапсоропши и жидкий сахарозаменитель

УПАКОВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ В КОМПЛЕКТЕ

НАМАЖЬ ОРЕХ

Уникальные торговые предложения в контексте карточки товара:

Текст должен быть не просто описанием характеристик, а рассказом о выгодах для покупателя. Что решит ваш продукт? Как он улучшит жизнь клиента? Используйте ключевые слова для поисковой оптимизации и структурируйте текст для легкого чтения.

Акцент на Выгодах

Подчеркните основные преимущества вашего товара. Почему покупатель должен выбрать именно его? Это может быть уникальная технология, натуральный состав, ручная работа или особая долговечность. Сфокусируйтесь на том, что делает ваш продукт лучшим выбором.

Made with GAMMA

Как Собрать Идеальную Карточку Товара: Ваша Цифровая Витрина

Карточка товара на маркетплейсе — это не просто объявление, это полноценная витрина вашего магазина. От ее качества зависит, остановится ли покупатель на вашем продукте или пройдет мимо. Помните, 70% провалов продаж на маркетплейсах связаны с плохо оформленными карточками.

Правило 3 секунд

Правило 3 слайдов - CTR



SEO карточки товара: в нынешних реалиях SEO должно быть максимально высушено:

Заголовок

Заголовок должен быть информативным, содержать ключевые слова и сразу давать понять, что за товар вы предлагаете. Он должен захватывать внимание и отражать суть продукта.

Полные Характеристики

Укажите все технические и физические характеристики: размеры, вес, материал, цвет, модель, производитель. Это поможет покупателям принять обоснованное решение и избежать недопонимания, а также попасть в раздел "ФИЛЬТРЫ".

Подробное Описание

Подробно опишите товар, его функции, особенности и преимущества. Но важно не захламлять карточку, чтобы ненужных запросов подцепилось как можно меньше.

Уникальные Преимущества

Выделите ключевые достоинства вашего продукта. Что делает его особенным? Почему он лучше конкурентов? Подчеркните ваши сильные стороны.

Ценообразование и Скидки: Баланс Между Прибылью и Привлекательностью

Успешное ценообразование на маркетплейсе — это искусство, требующее постоянного анализа. Ваша цена должна быть выгодна вам, обеспечивая достаточную маржинальность, и при этом оставаться привлекательной для покупателя, чтобы стимулировать продажи.

Мультипликатор:

х5 - это такая наценка, ниже которой продавать - РИСК

Маржа будет постоянно снижаться

Расходы будут расти

Акции

Все это отдельные темы для разборов

Намажь_орех

Набор семенных урбечей без сахара 6 по 70 г

★ 4,8 · 4 486 оценок · 222 вопроса

MG Скачать отзывы

Скачать вопросы

семена тыквы, кунжут, семена льна · 420 г

Артикул: 59670023

Состав: урбеч из кунжута-1шт; урбеч из золотистого льна-1шт; урбеч из...

Вид урбеча: семена тыквы; кунжут; семена льна

Срок годности: 12 месяцев

Минимальная температура хранения: -10

Максимальная температура хранения: +25

Особенности продукта: без сахара; вкусное лакомство; натуральный

Характеристики и описание

Возврат через заявку

792 ₽ 825 ₽ 1000 ₽

Узнать СПП

Добавить в корзину

Купить сейчас

Завтра, склад WB

Намажь_орех ★ 4,9

Показать СПП (beta)

mk mkeeper

Время доставки: 24 ч.

Остаток: 253 шт.

Остатки по складам

Остатки по размерам

Склад	Остаток	Доставка
Электросталь	69	24 ч.
Чехов 2	45	26 ч.
Самарская обл.	69	44 ч.
Краснодар	69	46 ч.
Свердловская обл.	1	50 ч.

Раскладка по складам

Стратегии Ценообразования и Использования Скидок

Минимальная Прибыль

Четко рассчитайте себестоимость товара, учитывая все расходы: производство, упаковку, логистику, комиссии маркетплейса. Определите минимальную цену, при которой вы остаетесь в плюсе. **Продажа в минус – путь к разорению.**

Участие в Акциях

Акции и распродажи – мощный инструмент для привлечения внимания и увеличения объема продаж. Однако используйте их стратегически, чтобы не демпинговать и не подорвать свою маржинальность. Планируйте акции заранее, исходя из своих финансовых возможностей.

Динамика Рынка

Постоянно мониторьте цены конкурентов и общие тенденции рынка. Будьте готовы корректировать свои цены в ответ на изменения спроса, предложения и сезонности. Гибкость — ключ к выживанию в конкурентной среде.

Заметка: Скидки — это инструмент продвижения, а не обязанность. Используйте их осознанно, чтобы максимизировать прибыль, а не просто снижать цену.



Логистика на Маркетплейсах: Выбор Оптимальной Модели

Выбор логистической модели (FBO, FBS, DBS) напрямую влияет на скорость доставки, стоимость хранения, ваши трудозатраты и, как следствие, на рейтинг продавца и общую прибыль. Правильный выбор логистики — стратегическое решение для каждого предпринимателя.

Сравнение Моделей Логистики

1

FBO (Fulfillment by Operator)

Ваши товары хранятся на складе маркетплейса, он же занимается упаковкой и доставкой. **Плюсы:** быстрая доставка, минимальные заботы о логистике. **Минусы:** комиссии за хранение, меньший контроль за упаковкой. Подходит для товаров с высоким спросом.

2

FBS (Fulfillment by Seller)

Вы храните товары у себя, сами упаковываете и отвозите на склад маркетплейса для доставки. **Плюсы:** контроль за хранением, ниже комиссии за хранение, удобно для небольших объемов. **Минусы:** необходимость собственного склада, время на сборку заказов.

3

DBS (Delivery by Seller)

Вы храните товары у себя, сами их упаковываете и доставляете напрямую покупателю. Маркетплейс выступает как витрина. **Плюсы:** полный контроль над процессом, минимальные комиссии маркетплейса. **Минусы:** вся логистика ложится на вас. Подходит для крупногабаритных товаров или региональных продаж.

Дорогу осилит идущий. Всем
спасибо и подписывайтесь на
канал, будет много полезной
информации

