МАРКЕТИНГ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

РАБОТУ ВЫПОЛНИЛИ
ХУДЯКОВА ВИКТОРИЯ И
БОГОМОЛОВА ОКСАНА

Интернет-магазин (англ. online shop или e-shop) — сайт, торгующий товарами посредством сети Интернет. Позволяет пользователям онлайн, в своём браузере или через мобильное приложение, сформировать заказ на покупку, выбрать способ оплаты и доставки заказа, оплатить заказ

Примеры:
алиэкспресс, ozon,
lamoda, asos, ebay, quelle

ОПРОС

1) Вы когда-нибудь совершали покупки онлайн?
- Да
- Нет

2) Как часто вы совершаете покупки онлайн?
- Очень часто
- Иногда
- Редко

3) Удобна ли для вас система интернет-магазинов? (оплата, доставка и т.д.)
- Да
- Нет

4) Как часто у вас случались проблемы с интернет магазинами?
- Не случались
- Бывало
- Часто

5) Согласны ли вы с тем, что интернет-магазины крайне необходимы в нашей жизни?
- Согласен

10 МАРКЕТИНГОВЫХ ПРИЁМОВ ОТ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА

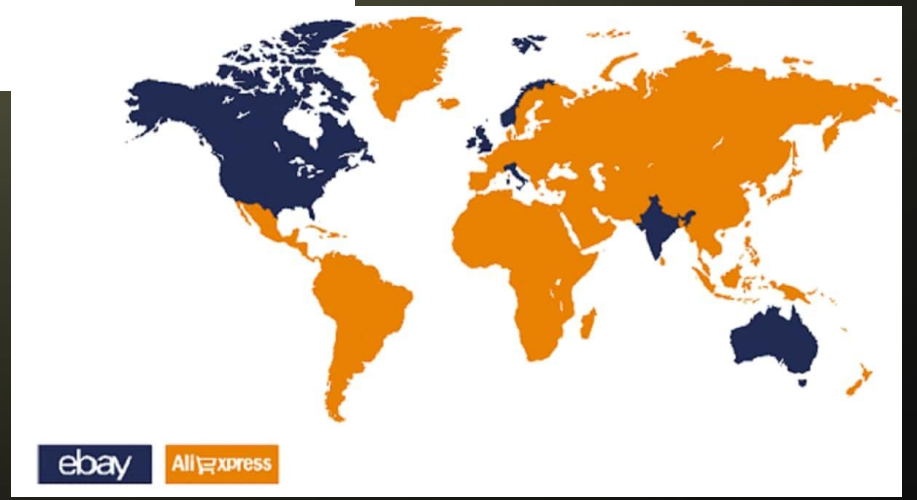
1. Великолепное качество фотографий продаваемого товара
2. Стимулирование покупки без излишнего давления
3. Фокус на историю товара
4. Ощущение исключительности
5. Вознаграждение за привлеченных клиентов
6. Email-маркетинг
7. Знак качества товара
8. Листы ожидания товара
9. Старт массовых распродаж в определенное время

ALIEXPRESS

- На сегодняшний день среди зарубежных интернет-магазинов, принимающих и обрабатывающих заказы у российских онлайн-пользователей, явно выделяется интернет-гигант AliExpress
  Сайт Alibaba.com составлен на китайском языке и имеет функцию перевода на английский язык, что доказывает международный статус компании. Aliexpress.com – это русифицированная версия интернет-магазина Alibaba.com. Alibaba.com представляет широкий ассортимент товаров разных категорий.

ТОЧКА РОСТА

- На карте ниже показаны, как за три года Ali удалось отвоевать приличную долю рынка: Африку, Азию, Скандинавские страны, Южную и Латинскую Америку



SWOT-АНАЛИЗ

Сильные стороны (СИС) • *Занимает лидирующую позицию среди интернет-магазинов* • *Большая потребительская база* • *Широкий ассортимент товаров* • *Удобная платежная система* • *Удобный и простой в использовании сайт* • *Общение с продавцом*	***Слабые стороны (СЛС)*** • *Долгая доставка* • *Товар не всегда соответствует описанию* • *Цены зависят от курса доллара (нестабильность)*
Возможности (ВО) • *Улучшение доставки* • *Контроль за* • *Инновационные разработки для сайта* • *Сделать перевод цен из китайских в рубли*	***Угрозы (УГ)*** • *Экономический кризис* • *Конкуренты* • *Борьба с подделками* • *Хакерские атаки*

МАТРИЦА АНСОФФА (ТОВАР-РЫНОК)

- **Стратегия проникновения на рынок (существующий товар — существующий рынок)**
- Увеличение доли существующих товаров на соответствующем рынке. Стремление увеличить продажи.

ЦЕНОВЫЕ СТРАТЕГИИ

Продавцы представляющие свой товар на Aliexpress как правило используют стратегию низких цен. Рассматривая стратегию низких цен, отметим, что здесь речь идет об относительно низких ценах на товары, которые гораздо ниже цен аналогичных товаров-конкурентов.

AliExpress