

Российское ПО на основе мирового опыта

Коробочное решение для запуска интернет-магазинов и нишевых маркетплейсов

с встроенным CRM-модулем, платежами и логистикой



РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ



СВИДЕТЕЛЬСТВО

о государственной регистрации программы для ЭВМ

№ 2021619539

Платформа маркетплейса товаров и сервисов
iWENGO.Market

Правообладатель: *Общество с ограниченной
ответственностью "Айвенго" (RU)*

Автор(ы): *Гордон Юлиана Сергеевна (RU)*



Заявка № 2021618861

Дата поступления 10 июня 2021 г.

Дата государственной регистрации

в Реестре программ для ЭВМ 10 июня 2021 г.

Руководитель Федеральной службы
по интеллектуальной собственности

документ подписан электронной подписью
Сертификат 0x02A5CFB5C0B7ACF59A4A8A2F0B092E9A118
Владелец **Ивлиев Григорий Петрович**
Действителен с 15.01.2021 по 15.01.2035

Г.П. Ивлиев

АЙВЕНГО | ИТ-платформа
электронной
коммерции



РЕЕСТР
ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Российский

Евразийский

Введите запрос

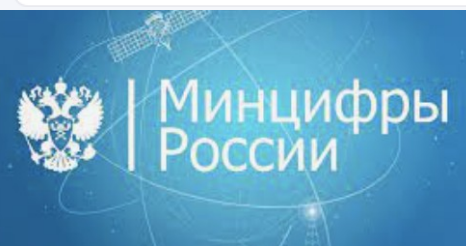
Меню

Главная > Поиск

Поиск программного обеспечения

АЙВЕНГО

Поиск



1

Исключенные из реестра 0

АЙВЕНГО: мультимодульное многофункциональное программное обеспечение для создания интернет-магазинов, нишевых маркетплейсов и бизнесов в сфере электронной коммерции с встроенной CRM-системой и инструментами реферального маркетинга

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ
ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
"АЙВЕНГО"

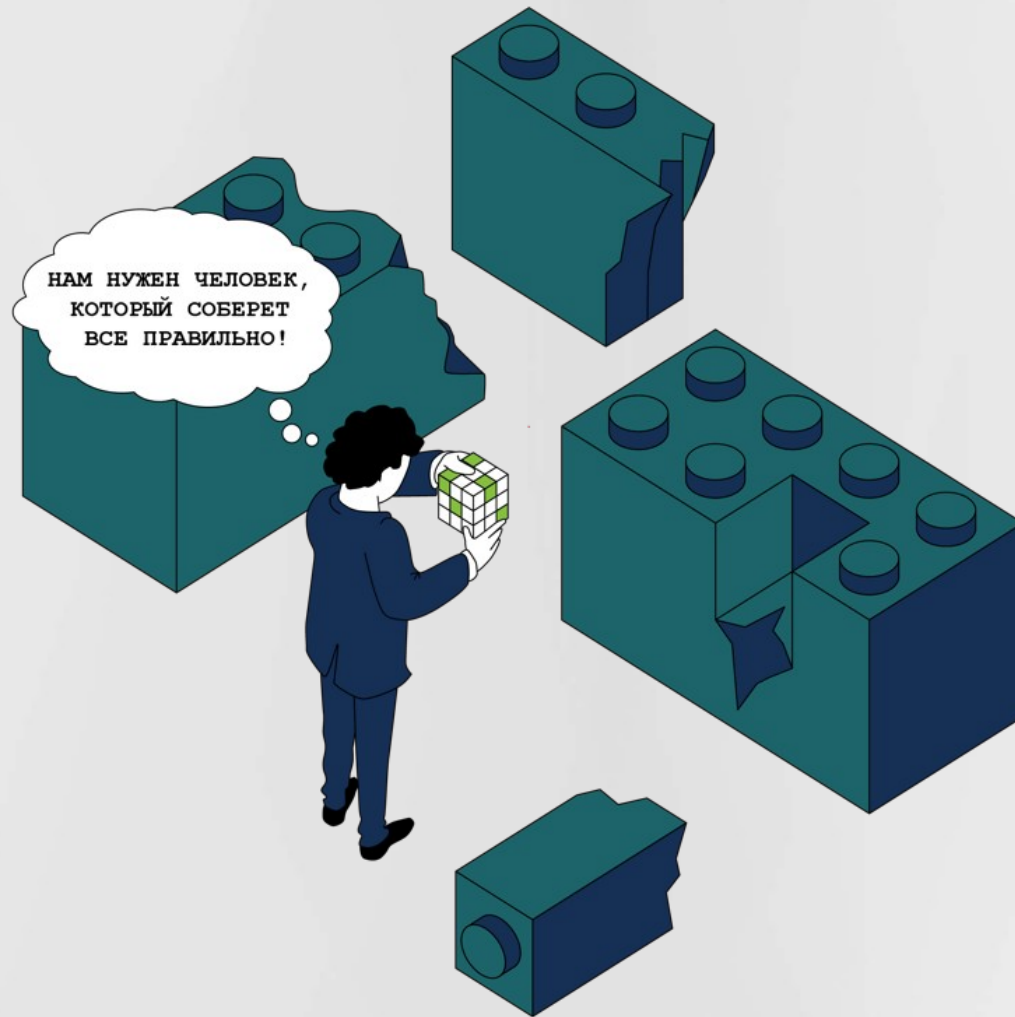
09.12
Средства электронной коммерции (ecommerce platform)
09.09
Средства управления отношениями с клиентами (CRM)

05.10.2026

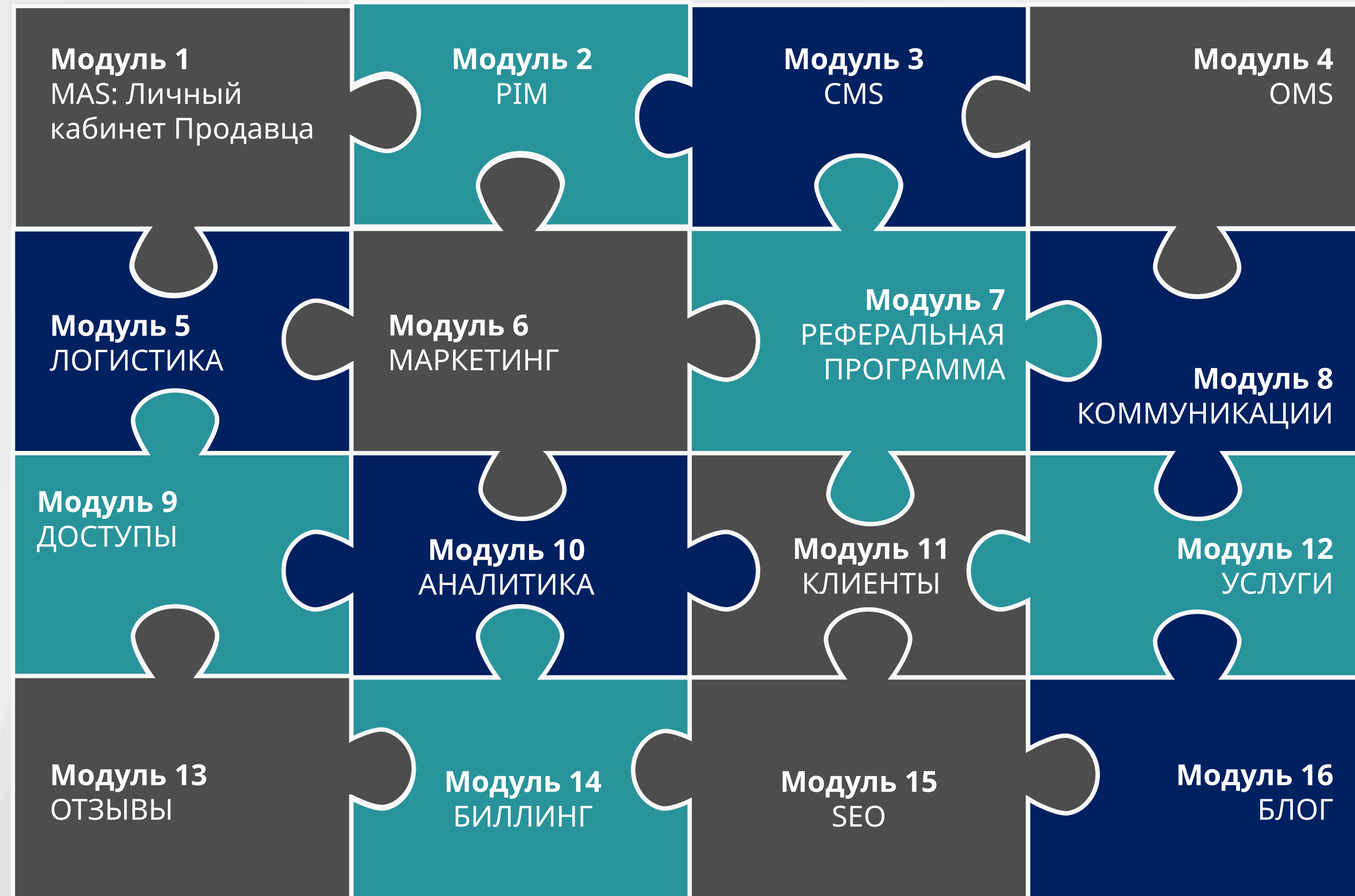
35548

- 01 Коробочная ИТ-система для запуска интернет-магазинов и маркетплейсов под ключ в **срок 2- 4 недели** состоит из **16 модулей**, которые закрывают все ключевые **бизнес-процессы E-commerce**.
- 02 Личный кабинет продавца позволяет быстро подключать поставщиков товаров, **Модуль биллинга** позволяет гибко управлять комиссией по товарным категориям / брендам / товарам / селлерам.
- 03 Платформа имеет мощные инструменты **CRM-маркетинга** — Бонусная программа, Скидки, Промокоды, Подарочные сертификаты
- 04 Платформа содержит инновационный модуль Реферального Маркетинга для подключения к маркетплейсу блогеров, инфлюенсеров, бренд-амбассадоров и заработка через продвижение товаров.
- 05 Встроены платежи, логистики, есть интеграции с 1С и мой склад. Есть API для интеграций с внешними сервисами. База знаний содержит техническую и пользовательскую документацию.
- 06 iWENGO.Market –универсальный конструктор: на коробочном функционале можно запустить интернет-магазин или нишевый маркетплейс, **сегменты B2B и B2C, для товаров и для услуг**.
- 07 Доступны **3 вида лицензий**, как с закрытым, так и открытым кодом –под будущую доработку кастомизацию. Есть команда ИТ-разработки и партнеры –ведущие ИТ-интеграторы России;

МОДУЛИ НА ОСНОВЕ МИКРОСЕРВИСНОЙ АРХИТЕКТУРЫ



ПО собирается как пазл со всеми бизнес-процессами. ПО разработано практиками E-commerce. В решении продумано то, что сэкономит бизнесу тысячи человеко-часов работ и бюджеты





ИНТЕГРАЦИИ: платежи, логистика, склады, API-сервисы



APISHIP

+ еще 20 служб доставки



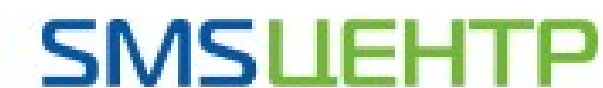
Юкасса

Сервис для приема
платежей



DaData

Сервис автоматической
проверки и исправления
контактных данных



SMSЦентр

Сервис смс нотификаций
пользователям для входа
на маркетплейс и
покупок



Sentry

Сервис по чтению
логов системы



Retailrocket

Сервис персональных
рекомендаций



Frisbuy

Платформа по работе
с UGC контентом



Yandex Cloud

YandexCloud

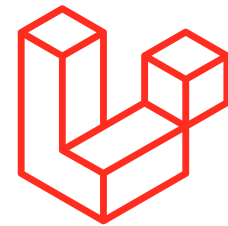
Облачное s3
хранилище

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ СТЕК



PHP

Самый популярный язык программирования для быстрой разработки проектов



Laravel

Мощный фреймворк для разработки веб-приложений



VUE

Современный и популярный фреймворк для быстрой разработки мобильных приложений



PostgreSQL

БД Enterprise уровня с большими возможностями масштабирования



Redis

InMemory хранилище сессий и других данных



Elastic Search

Поисковая машина и хранилище для быстрого доступа к данным



Docker

Платформа контейнеризации приложений



Kubernetes

Платформа оркестрации и управления кластером

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

1

Функционал платформы готов, чтобы запустить не просто MVP, а **работающий бизнес** с платежами и логистикой и маркетингом

2

Встроенная платформа **CRM-маркетинга** и реферальная программа

3

Продает не только товары, но и услуги и **цифровые продукты**

4

Подходит для **B2C и B2B сегментов**

5

Срок запуска:
2-4 недели

6

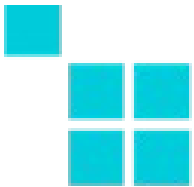
Актуальный **технологический стек** и вся документация в наличии

7

Гибкое ценообразование:
Лицензии для разных типов бизнеса

ОБЗОР КОНКУРЕНТОВ

На рынке 3 основных ИТ-решения, которое можно назвать **готовым к эксплуатации ПО маркетплейса**

CS CART	AGORA	АЙВЕНГО ИТ-платформа электронной коммерции
 cs.cart Россия Готовое решение, 6-10 недель на внедрение, считается устаревшим решением, не содержит и 50% функционала LENNUF (биллинговая система комиссионных ставок, CMS- конструктор и т.п.)	 Может стать основой, но нужна доработка И 6-9 месяцев на внедрение Нет готовой к запуску «завтра» платформы	• 100% готовность: гарантия запуска маркетплейса из коробки за 2 недели. • 80% функционала универсально и подходит любому рыночному сегменту. • Доступная цена. • По части маркетингового функционала нет аналогов на рынке. • Технологический стек более современный, чем у конкурентов • Внедрена вся инфраструктура E-commerce, всё готово для роста и масштабирования. • Вместе с ПО делаем консалтинг и сопровождение по запуску бизнеса.

CMS-МОДУЛЬ

- Продвинутый конструктор лендингов / без верстки и разработки
- Набор виджетов для управления баннерами / промо-предложениями на веб-витрине, с гибкими сценариями настройки визуальных блоков
- Интерфейс управления разделами веб—витрины без навыков разработки
- SEO-модуль
- Блог
- Видео-модуль
- Reels

МАРКЕТИНГ-ПЛАТФОРМА

- Бонусная программа
- Модуль скидок по более чем 20-ти сценариям
- Промокоды
- Бандлы
- Подарочные сертификаты

МОДУЛЬ ПРОДАЖИ УСЛУГ

- 2 Корзины и 2 чек-аута: Товары и Услуги
- Продажа онлайн-консультаций
- Продажа билетов на мероприятия
- Гибкая настройка и сборка услуг
- Возможность кастомизировать

РЕФЕРАЛЬНЫЙ МОДУЛЬ

- Заработок для тысяч реферальных партнеров, блогеров, бренд-амбассадоров и инфлюенсеров
- 5 видов биллинга вознаграждения / 3 вида сегментации партнеров
- Продвинутая система начисления вознаграждения по гибким алгоритмам
- Мгновенный вывод средств на карту или расчетный счет
- Сделан по международным MLM-стандартам (мы не нашли подобных аналогов на рынке)

ВЫВОД

Вы приобретаете не просто ИТ-
решение, а готовую
технологически выстроенную
бизнес-модель E-commerce



Клиенты и кейсы внедрения

НАШ ОПЫТ В РАБОТЕ С МАРКЕТПЛЕЙСАМИ

Опыт топ-менеджмента



Опыт создания маркетплейсов с нуля



Опыт обучения



Опыт запуска на нашем ПО



Медицинский маркетплейс



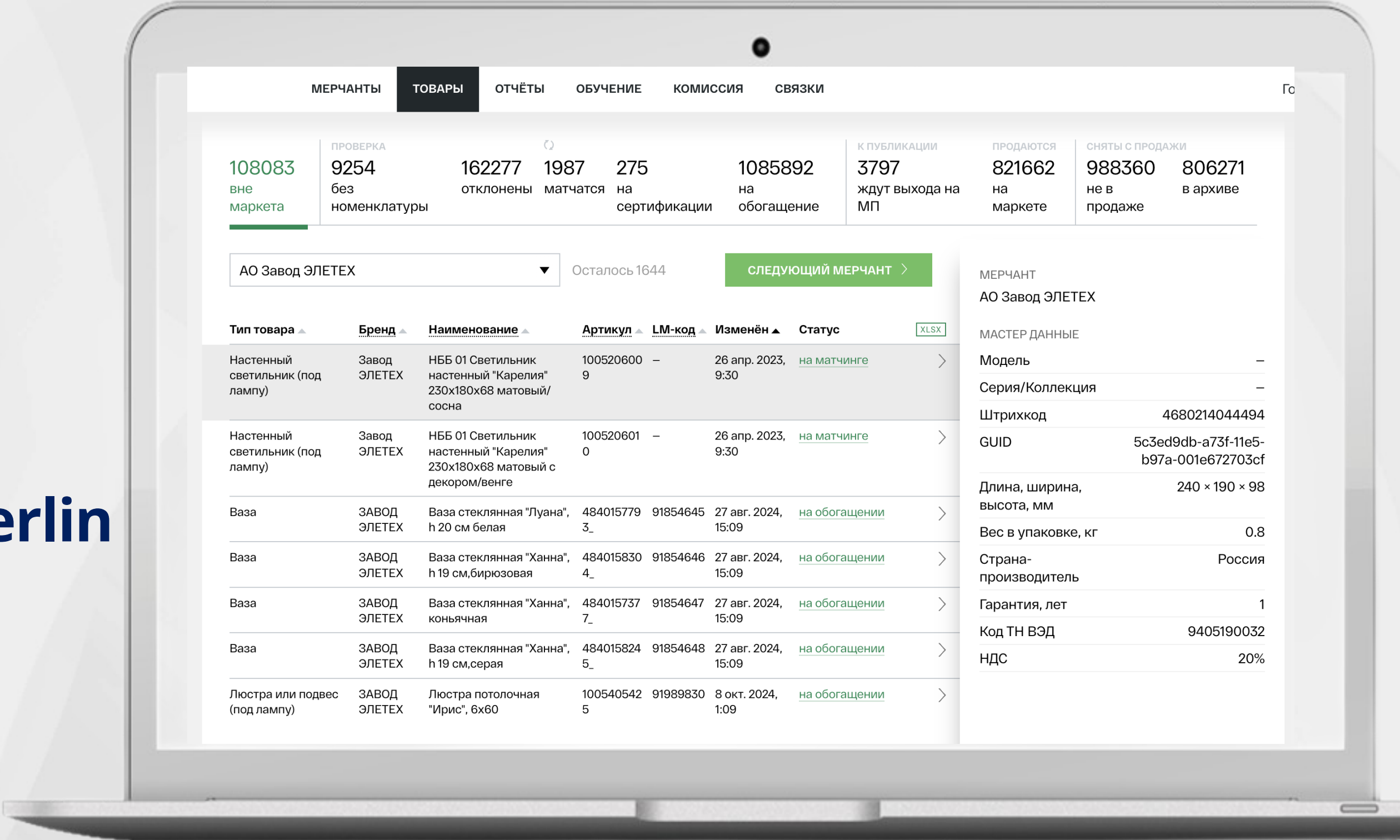
ПЛАТФОРМА ПО ПОДБОРУ МЕБЕЛИ И ДИЗАЙНЕРА



МАРКЕТПЛЕЙС ДЛЯ МАСТЕРОВ БЬЮТИ-ИНДУСТРИИ



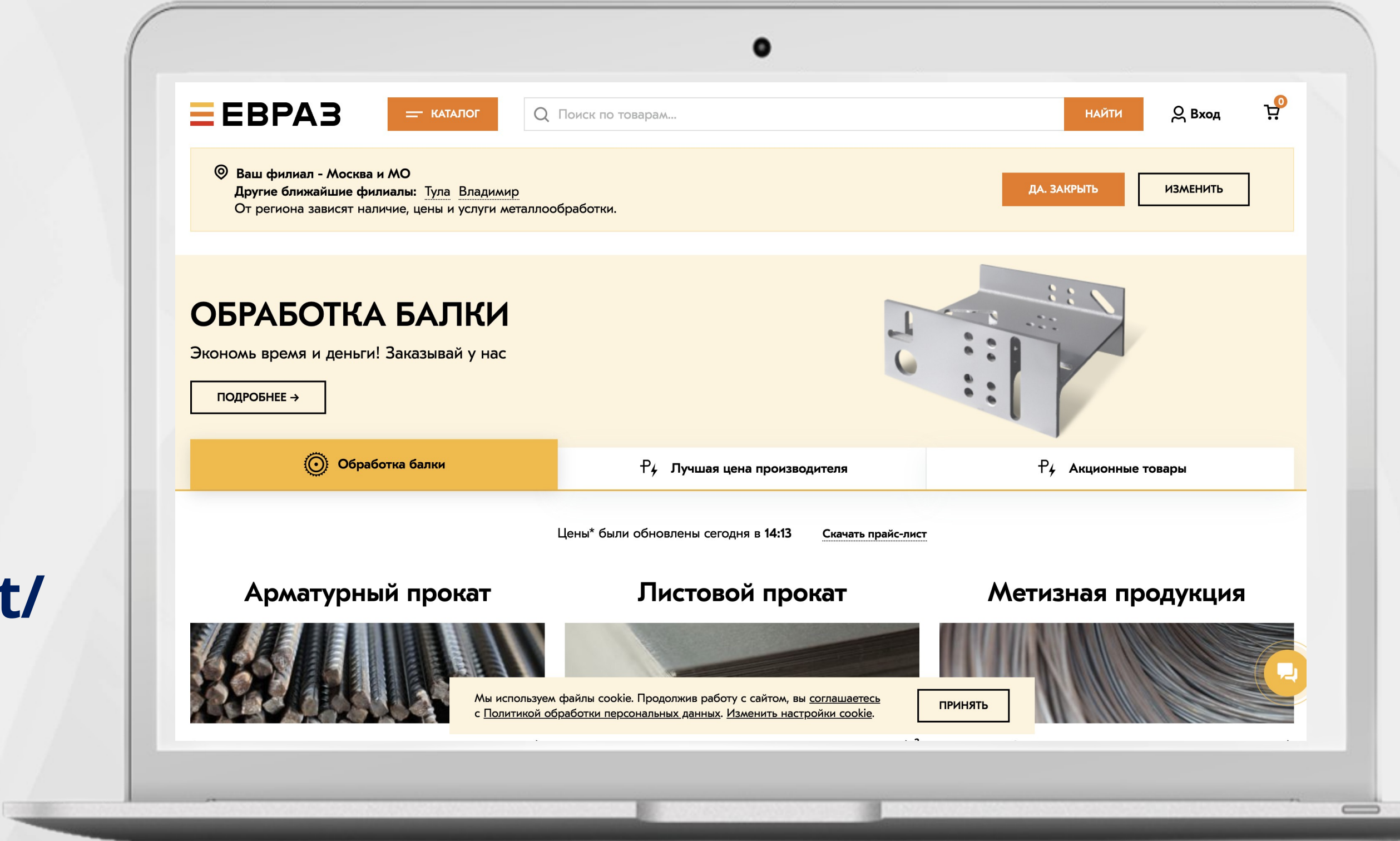
Личный кабинет продавца для компании Leroy Merlin





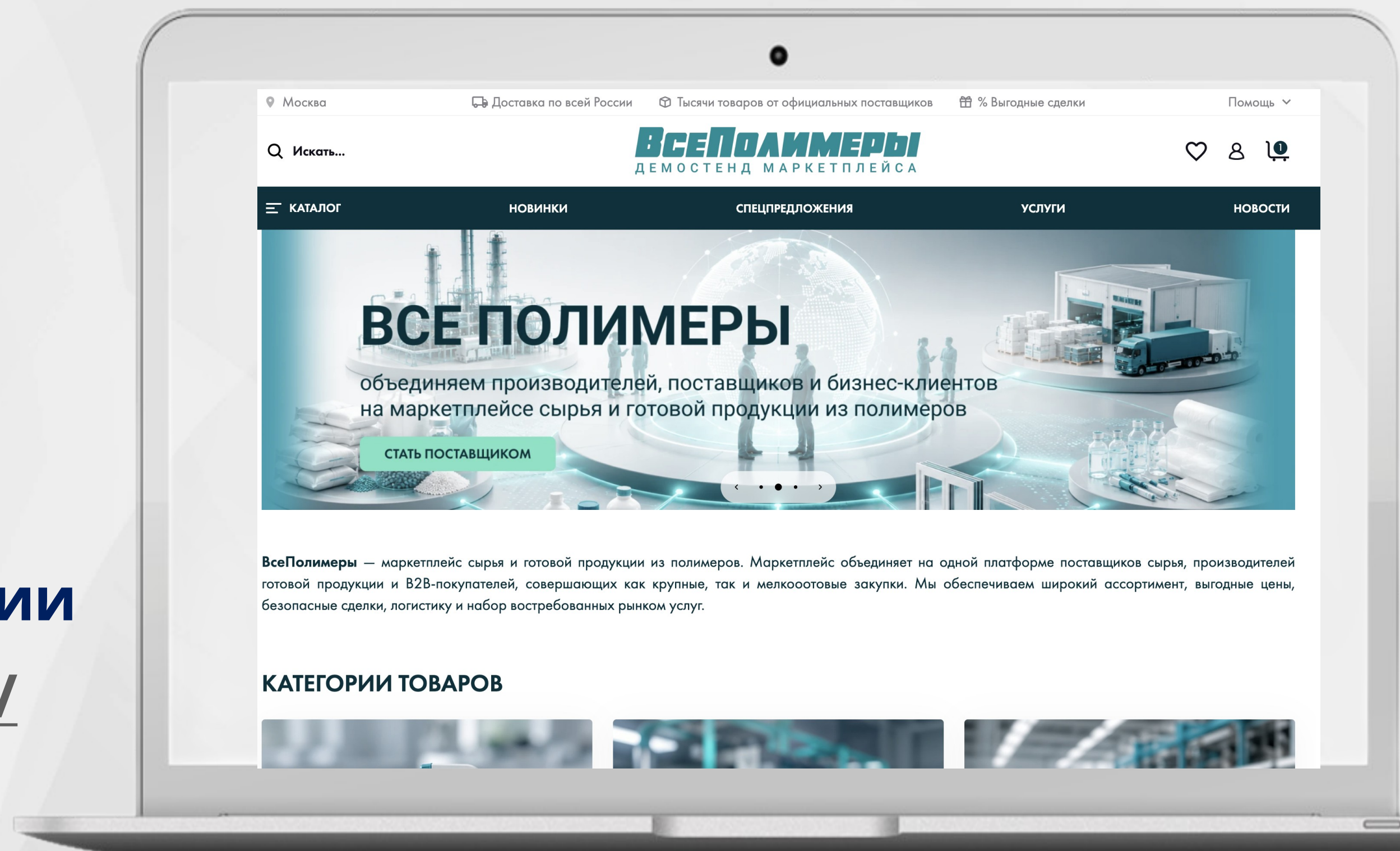
Разработка CJM и ЛК для Евраз Маркет

 <https://evraz.market/>



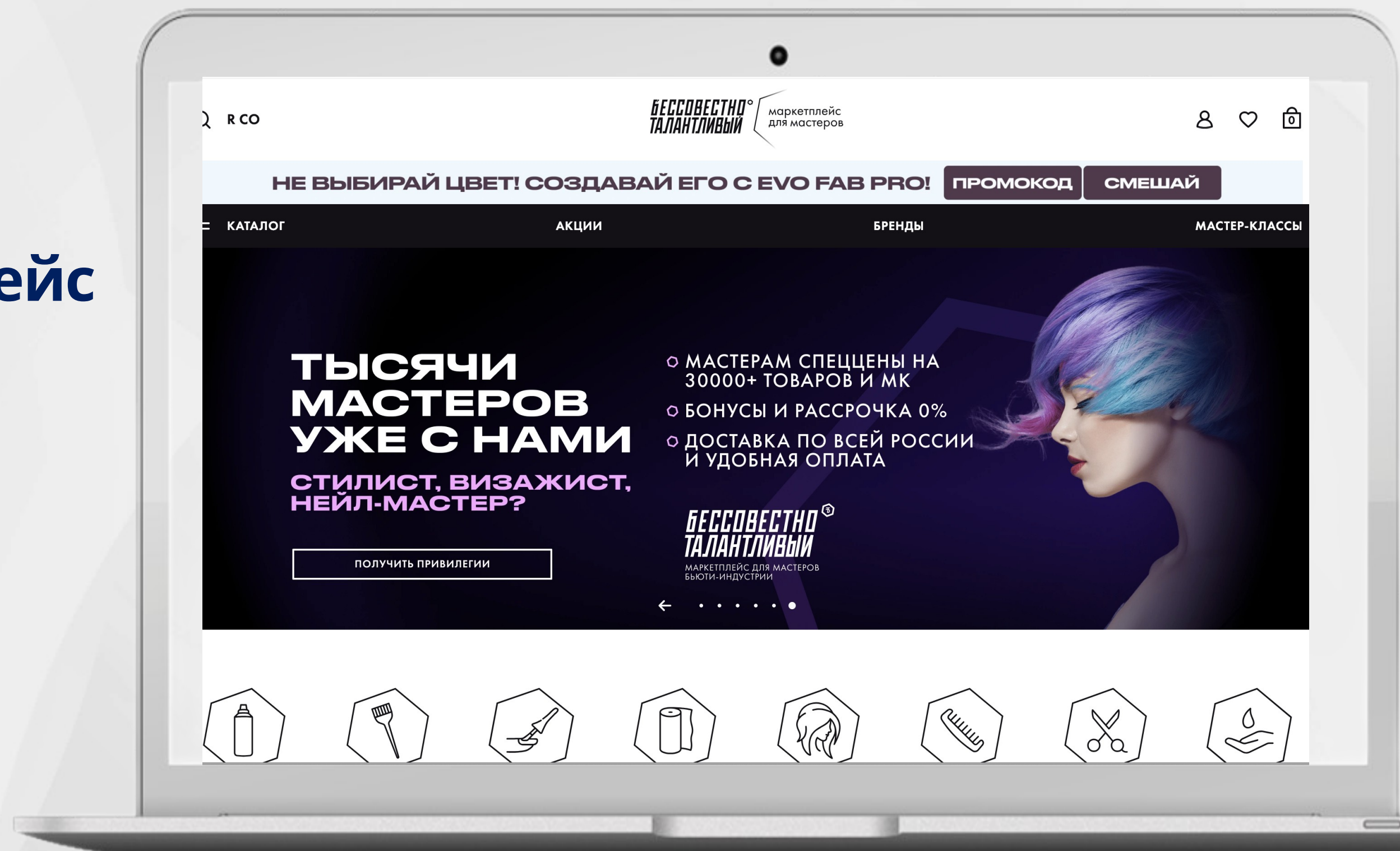
Маркетплейс сырья и полимерной продукции

<https://vsepolymery.ru/>



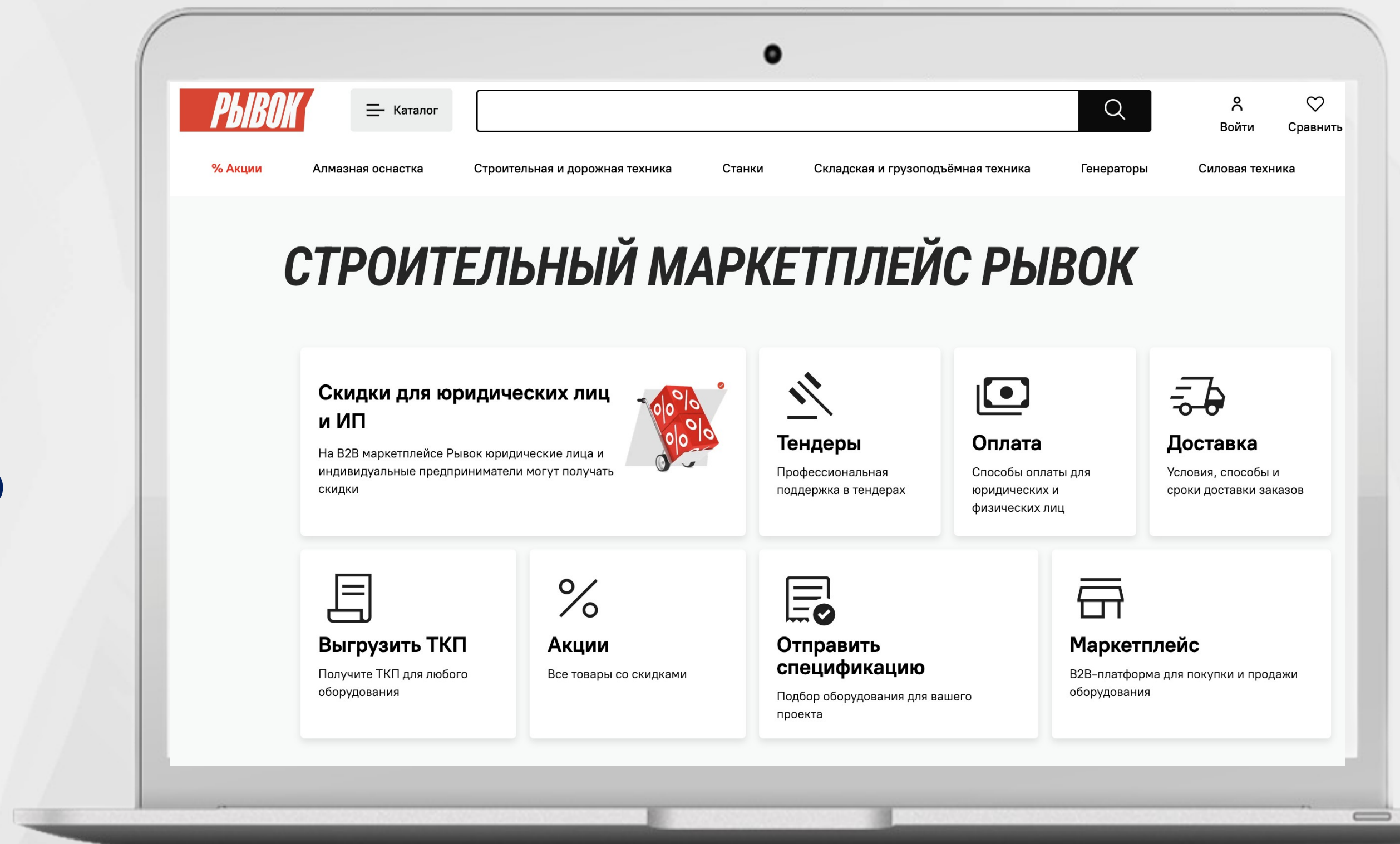
Нишевый маркетплейс товаров и услуг для профессионалов индустрии красоты

 <https://ibt.ru/>



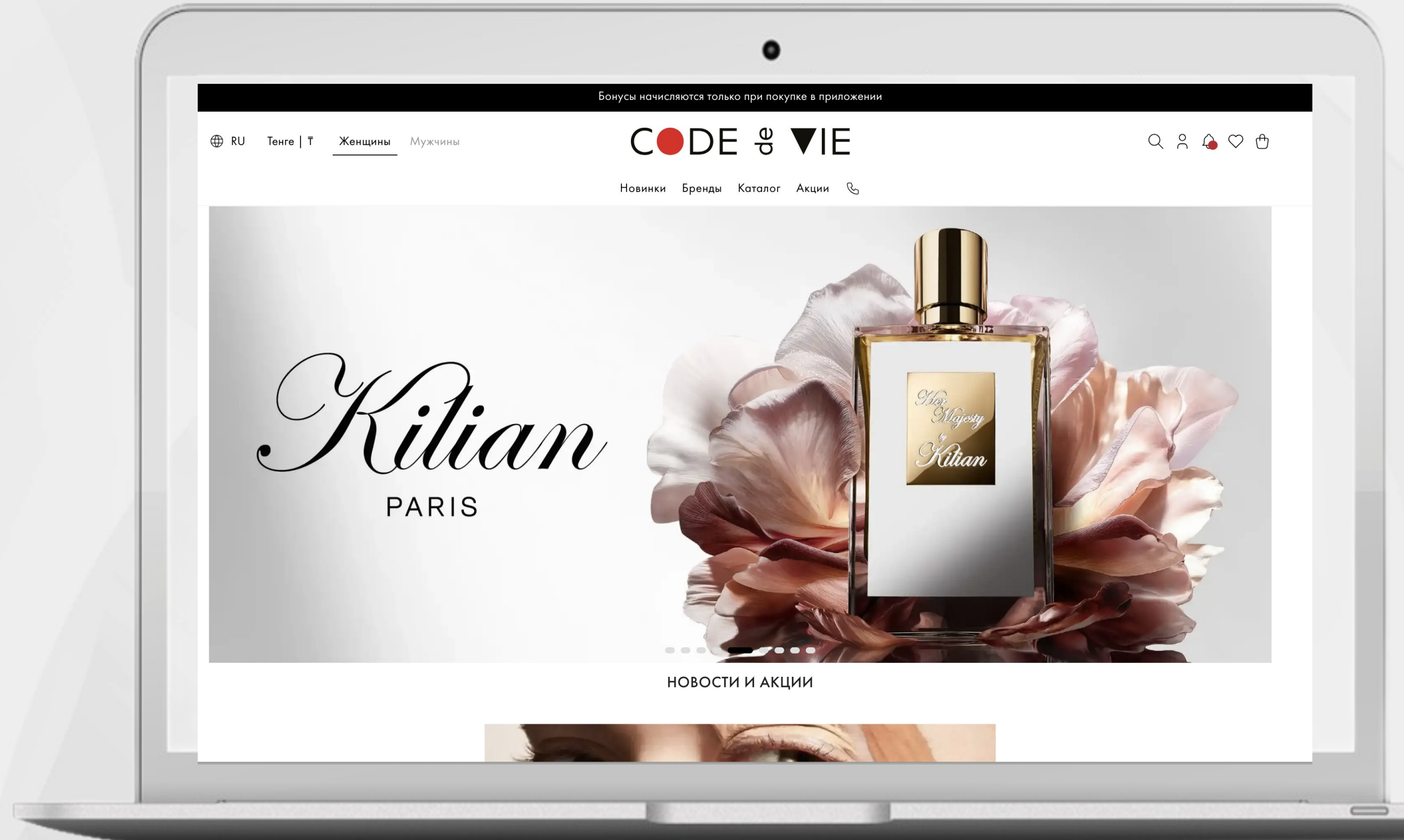
В2В маркетплейс строительной техники и промышленного

оборудования
<https://ryvok.ru/>



Маркетплейс косметики в Казахстане

 <https://cdv.kz/>



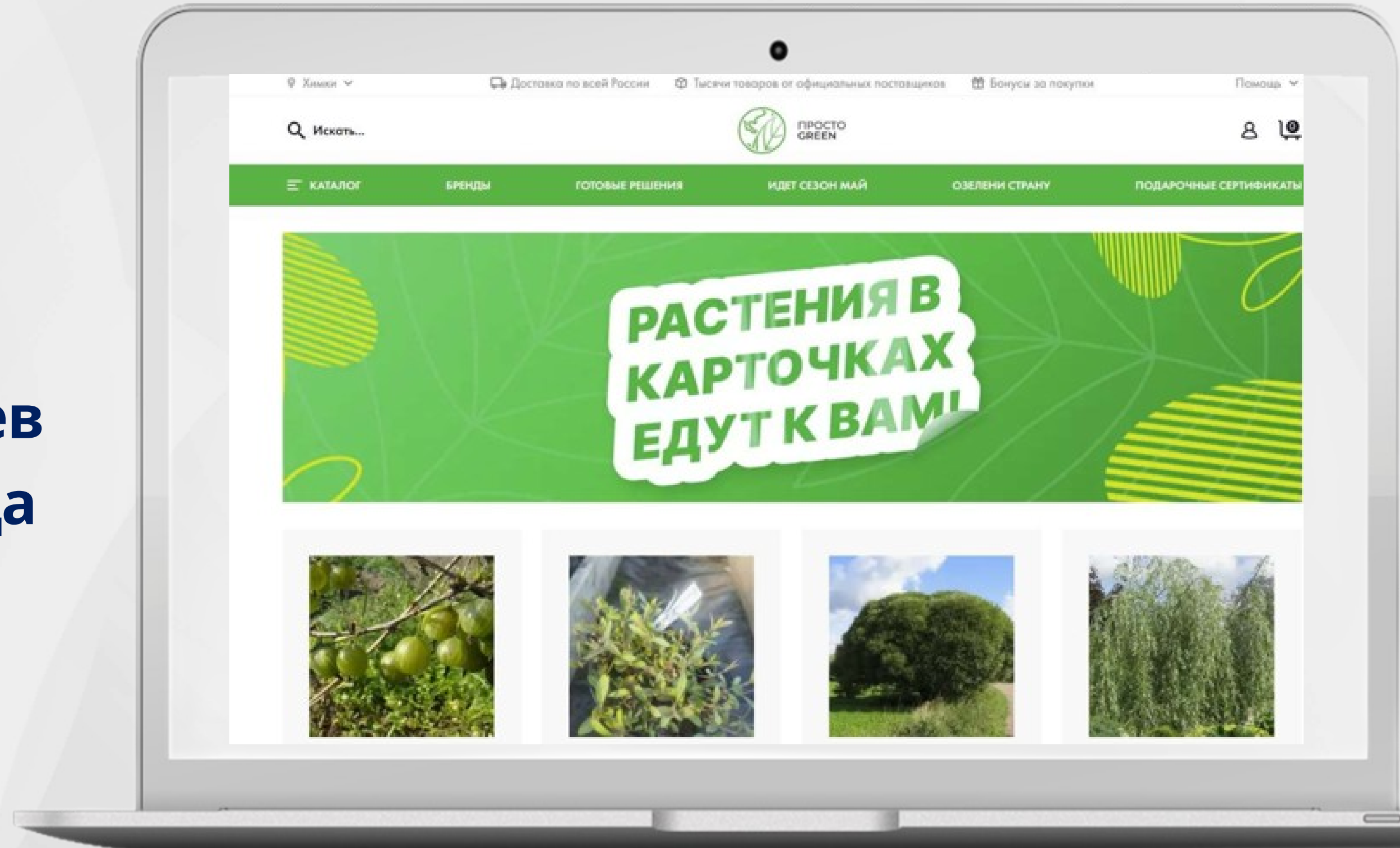
Медицинский B2B маркетплейс



<https://emed.market/>



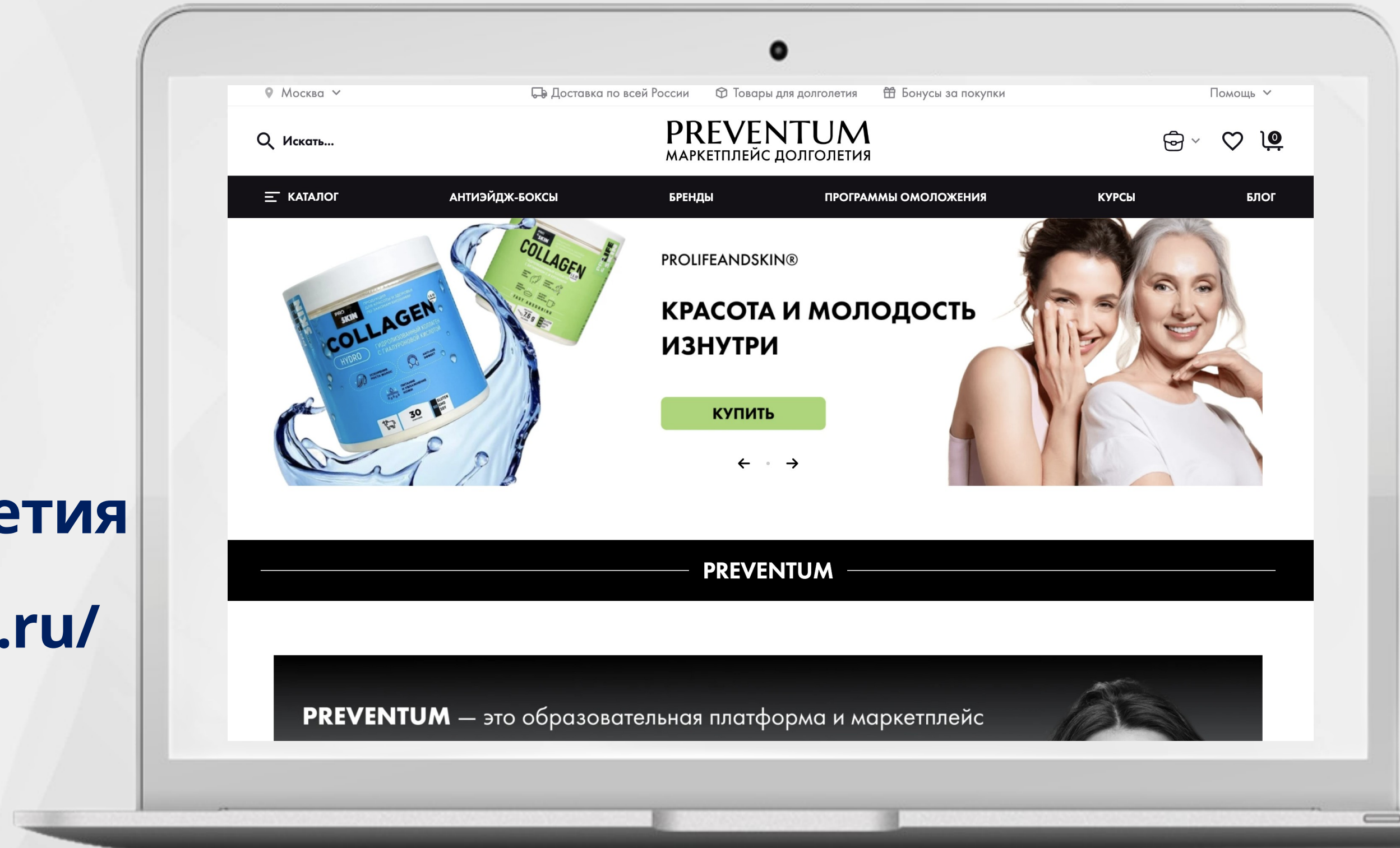
Интернет-магазин по продаже саженцев и инвентаря для сада



Маркетплейс долголетия



<https://preventum.ru/>

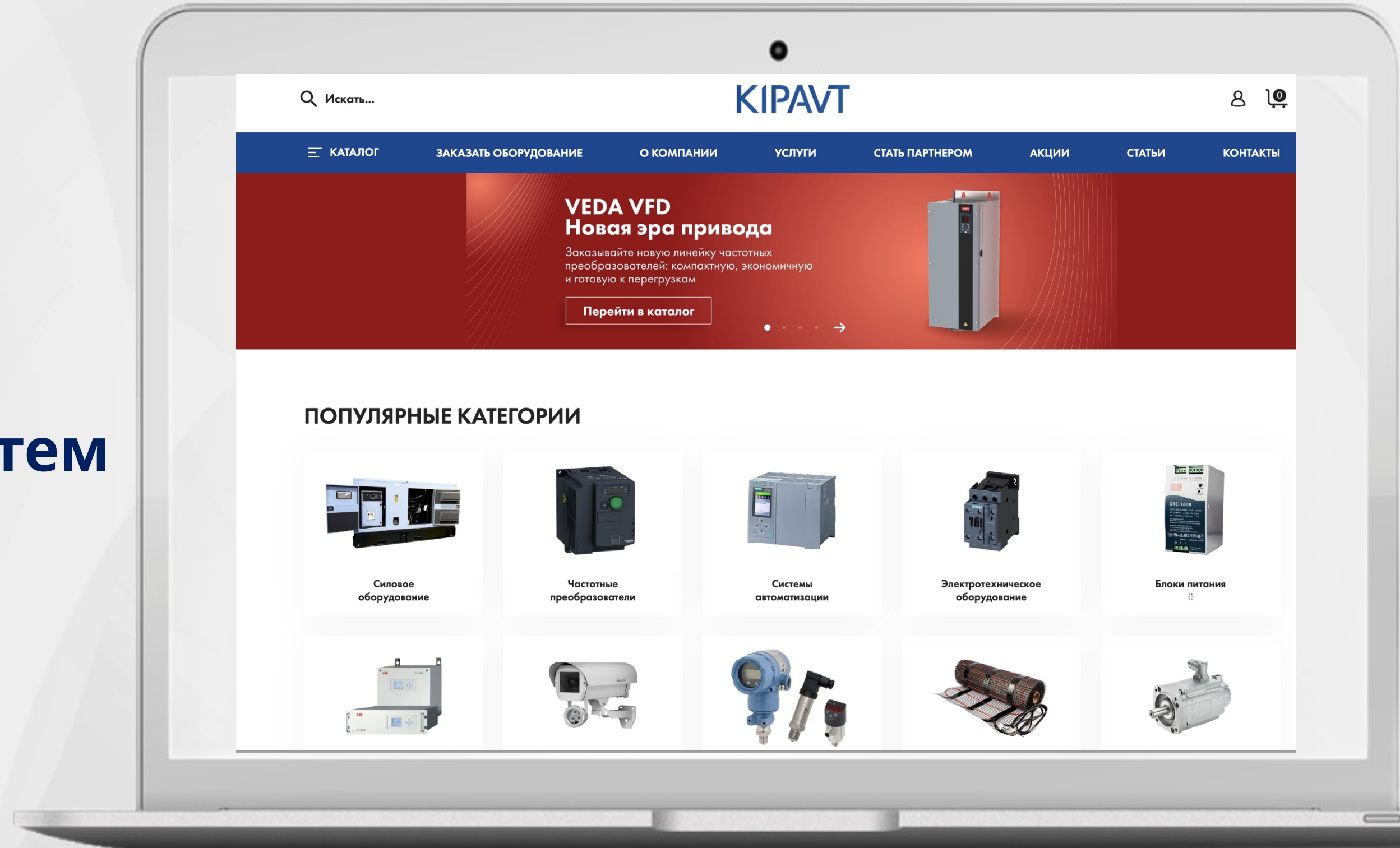


Маркетплейс товаров и услуг для мотоспорта BEED



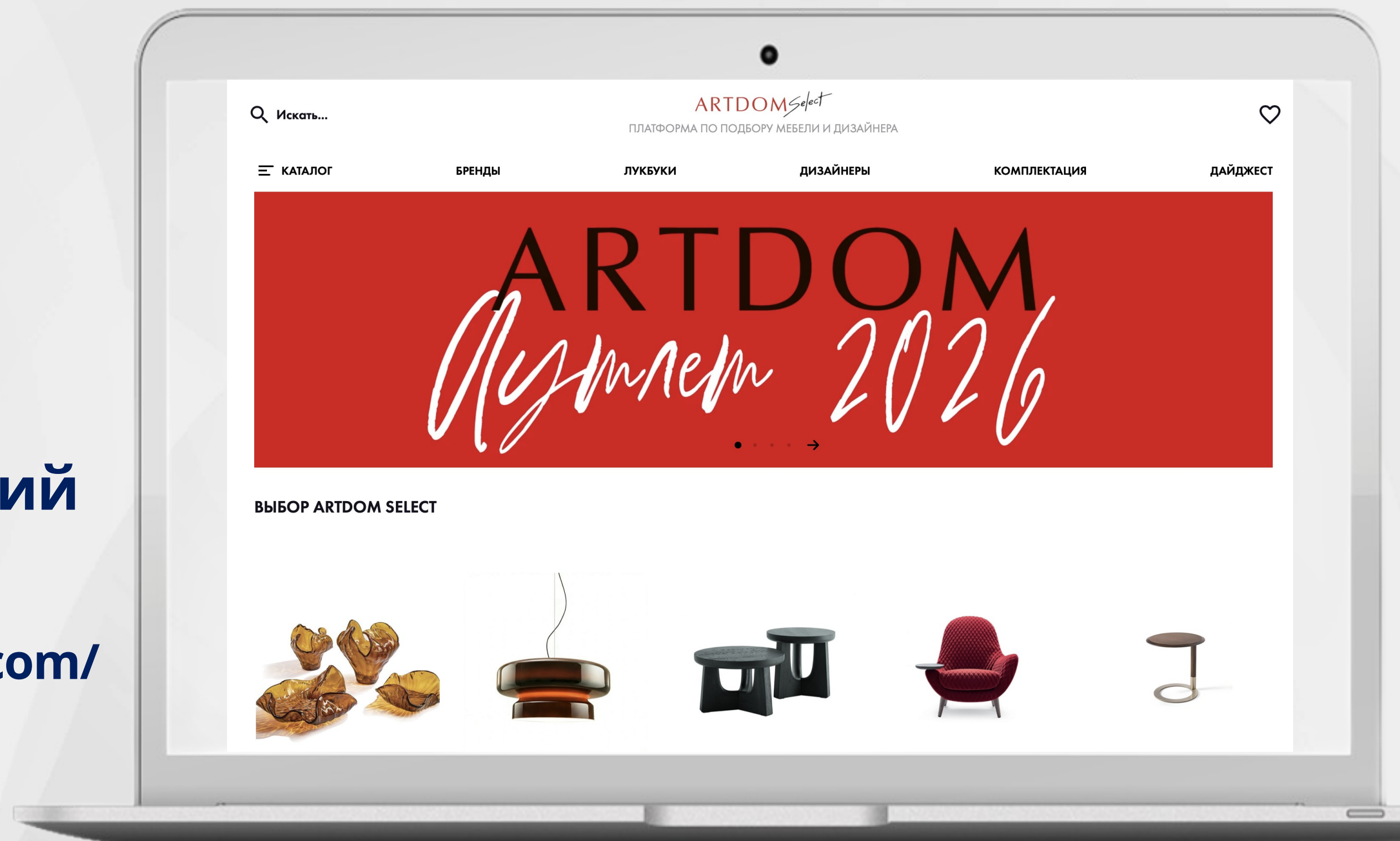
В2В Маркетплейс промышленного оборудования и систем автоматизации

 <https://kipavt.ru/>

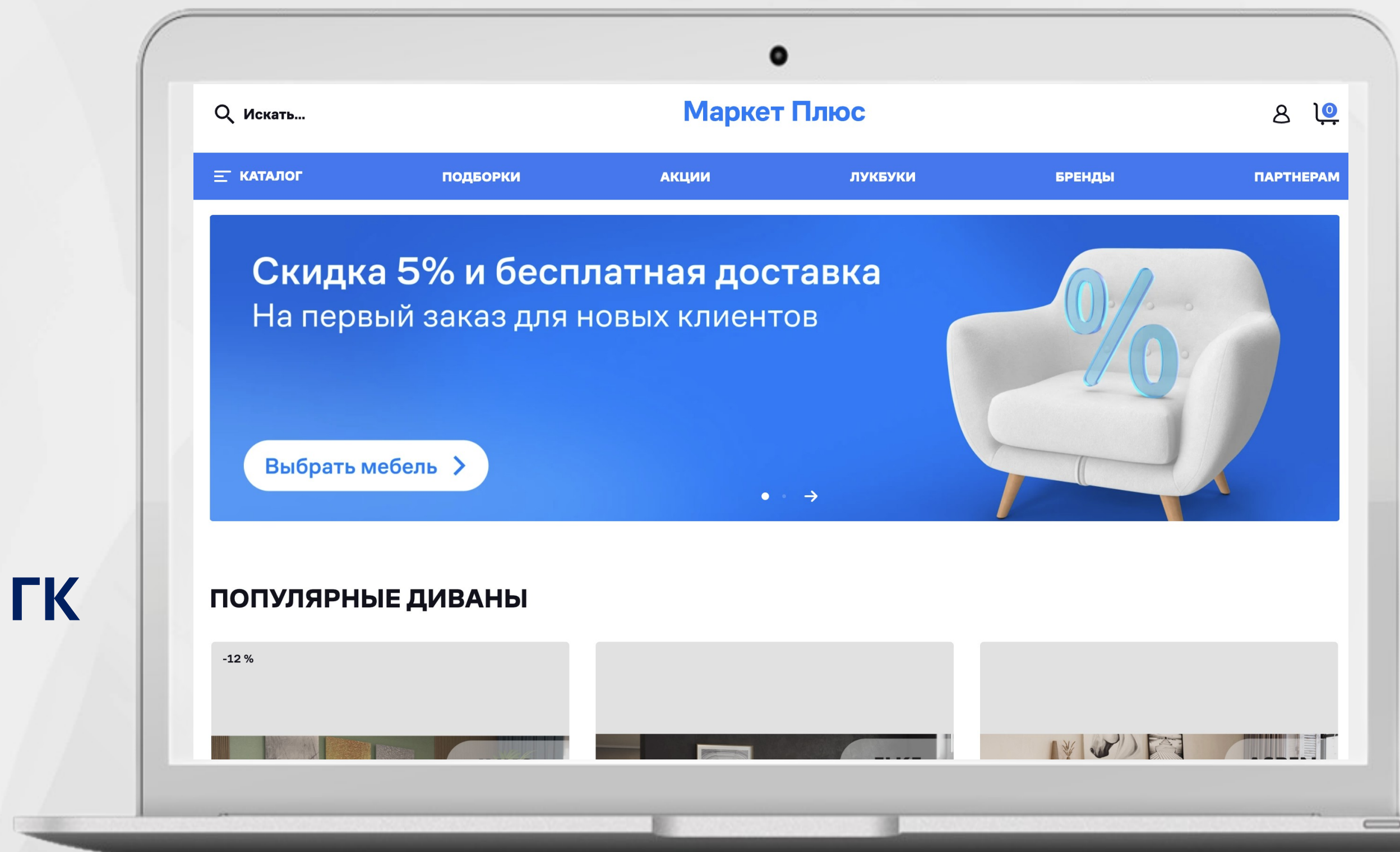


Маркетплейс интерьерных решений

 <https://select.artdom.com/>



Маркетплейс для покупателей квартир ГК САМОЛЕТ



Прайс-лист:

виды и стоимости лицензий на ПО

	Виды лицензий	SaaS	SMART	ENTERPRISE
1	Территория	Россия	Россия и СНГ	Весь мир
2	Функциональность (модули)	Все	Все	Все
3	Тип кода	Закрытый	Частично обфусцирован	Полностью открыт
4	Возможность самостоятельной кастомизации исходного кода Лицензиатом	Нет	Нет	Да
5	Стоимость лицензии	390 000 руб.	1 800 000 руб.	3 900 000 руб.
6	Повышение класса лицензии с доплатой разницы стоимости	Да	Да	До исключительной лицензии с полным выкупом исходного года
7	Стоимость услуги разворачивания ПО, настройки Функционала, тестирования и	Бесплатно	460 000 руб.	780 000 руб.
8	Срок разворачивания ПО в рамках данной лицензии на серверах	До 10 дней	До 15 дней	До 20 дней
9	Срок действия лицензии	3 месяца	1 год	1 год
10	Годовая плата за продление действия лицензии	Отсутствует	15 % от стоимости лицензии	15 % от стоимости лицензии
11	Ежемесячная абонентская плата за использование ПО по истечении срока действия лицензии	95 000 руб.	Отсутствует	Отсутствует
12	Ежемесячная Плата за использование сервера	36 000 руб.	По требованию	По требованию
13	Доступ к Базе знаний платформы iWENGO.market	Бесплатно, бессрочно	Бесплатно, бессрочно	Бесплатно, бессрочно
13	Срок бесплатного Багфиксинга	Бессрочно	Бессрочно	50 дней
14	Размещение ПО в ИТ-инфраструктуре заказчика и интеграции с внутренними ИТ-системами	Нет	Да	Да
15	Техническая поддержка и функциональные обновления ПО	Бесплатно	1 месяц бесплатно, затем 210 000 руб. / месяц	1 месяц бесплатно, затем 490 000 руб. / месяц
16	Отраслевой эксклюзив на использование лицензии (ограничение на продажу ПО 5 (пяти) wybranым компаниям отрасли или сегмента рынка сроком на 2 года	Не предусмотрено	Не предусмотрено	+300% к стоимости лицензии
17	Полный отраслевой эксклюзив -выкуп кода с сохранением бессрочной отраслевой эксклюзивности и регистрацией кода как самостоятельного ПО в Роспатент / Минцифра РФ по 2 м wybranым классам	Не предусмотрено	Не предусмотрено	+1000% к стоимости лицензии
18	Лицензия на ненативное мобильное приложение для iOS	Не предусмотрено	700 000 руб.	Включена в стоимость

СТОИМОСТЬ КАСТОМИЗАЦИИ

Кастомизация выполняется по рыночным ставкам Time & Material за 1 человеко-час:

Project Manager	4900₽
Senior Business Analyst	5500₽
Middle Business Analyst	4500₽
Team Lead	6500₽
Secure SDLC analyst	4500₽
Senior Back-end Developer	5500₽
Middle Back-end Developer	5000₽
Senior Front-end Developer	5000₽
Middle Front-end Developer	4100₽
Senior DevOps	6500₽
Middle DevOps	5500₽
Senior QA	3800₽
Middle QA	2800₽
Web-Designer UX/UI	4500₽
Solution-Архитектор	6500₽
Тестировщик	3000₽
Специалист по настройке 1С	5000₽

Расценки приведены для ориентира по среднерыночным ставкам на 2026 год с учётом всех применимых налогов.

- «Коробочная» версия разворачивается на стандартизированной серверной архитектуре за 1 рабочую неделю.
- В наличии вся техническая документация, создана База знаний по коду и продукту.
- Есть пользовательские инструкции и учебный канал.
- Проводим погружение и обучение команды заказчика.
- Выделяем тим-лида и проджекта.
- Работает Helpdesk: Линия поддержки /баг-фиксинга / релизов функционала.
- Делаем консалтинг по маркетплейсам для разных сегментов.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

ПОЛЕЗНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ПО БИЗНЕС-МОДЕЛИ МАРКЕТПЛЕЙС

Minimum Valuable Product) – аббревиатура, означающая минимальный рабочий продукт, в данном случае –маркетплейс, обладающий минимальными, но достаточными для удовлетворения первых потребителей функциями. Основная задача — заработать первые X рублей, получить первых клиентов и обратную связь для проверки бизнес-гипотез дальнейшего развития проекта.

УТП (Уникальное торговое предложение) - предложение для поставщиков и покупателей маркетплейса.

UVP –Unique Value Proposition – расширенное предложение ценности –почему первые должны поставить вам свой товар, а вторые у вас его покупать? В чём уникальность вашего маркетплейса?

GMV (Gross Merchandise Value) – валовый оборот (продажи маркетплейса).

KPIs (Key Performance Indicators) – КПЭ - ключевые показатели эффективности маркетплейса.

CJM (Customer Journey Map) – карта пути клиента маркетплейса, спроектированный выстроенный бизнес-процесс от первого посещения витрины маркетплейса до получения готового заказа.

MJM (Merchant Journey Map) - карта пути поставщика маркетплейса, спроектированный выстроенный бизнес-процесс работы поставщика маркетплейса от регистрации в качестве поставщика до отгрузки готового заказа и получения денег.

CustDev (Customer Development) – комплексное исследование бизнес-заказчиков, партнёров и клиентов маркетплейса для проверки бизнес-гипотез и проработки ключевых бизнес-процессов.

ЗАЧЕМ БИЗНЕСУ СОЗДАВАТЬ СВОЙ НИШЕВЫЙ МАРКЕТПЛЕЙС

КТО СОЗДАЁТ НИШЕВЫЕ МАРКЕТПЛЕЙСЫ

	ПРИЧИНЫ	ПРИМЕРЫ
1	У вас ОЧЕНЬ известный бренд и накопленная клиентская база. Вы хотите увеличить LTV за счет частоты покупок и средний чек за счет кол-ва SKUs в заказах. Для этого нужен дополнительный Ассортимент , которого у вас либо нет вообще (это новые товарные группы) или вы не готовы инвестировать в них ваш оборотный капитал.	• Leroy Merlin: 35 000 SKUs основного ассортимента магазина Leroy Merlin покрывали только ~40% бюджета семьи на ремонт и обустройства дома. Расширение ассортимента по модели маркетплейс позволило получить с 1 покупателя дополнительные продажи –т.е. увеличить LTV по частоте покупок. • HOFF, Детский Мир, Л’Этуаль и LaModa тоже перешли на гибридную модель маркетплейса по этим же причинам: дополнительная монетизация существующей клиентской базы с помощью нового ассортимента товаров.
2	У вас есть сильная отраслевая экспертиза и вы хотите стать цифровым лидером в своей рыночной нише. У вас уже есть база поставщиков, у вас уже есть накопленный многолетний опыт работы в отрасли, и эта отрасль еще не оцифрована и в ней нет явного лидера –нет онлайн-платформы. И вы создаете такую платформу!	• Медицинский маркетплейс https://emed.market/ • Маркетплейс для салонов красоты https://ibt.ru/ • Маркетплейс торгового центра в Казахстане: https://cdv.market • Маркетплейс стали и металла https://evraz.market/
3	Вы –B2B сегмент, всё это время вы работали ОФЛАЙН, а теперь вы хотите выйти в ОНЛАЙН и привлечь не только свой ассортимент, но и своих партнеров / поставщиков / контрагентов	• Маркетплейс стоматологических клиник https://bh.market/ • Маркетплейс строительного оборудования и техники https://ryvok.ru/ • Маркетплейс товаров для мотоспорта https://beed.ru/ • Маркетплейс элитной мебели на базе офлайн-выставки https://select.artdom.com/
4	ВЫ –БАНК! И вы строите «экосистему». Все банки сейчас строят экосистему, каждый банк делает свой маркетплейс.	Сбер, Альфа, Т БАНК, Каспий, Халык, ПСБ, Почта-Банк и тд.и т.п.
5	У вас есть понимание свободных рыночных ниш, от 10 до 100+ млн рублей денег, и вы хотите попробовать создать то, чего еще нет на рынке	Здесь появится ВАШ пример! Выживет ли он? Время покажет!

ЧТО ТАКОЕ МАРКЕТПЛЕЙС как бизнес-модель

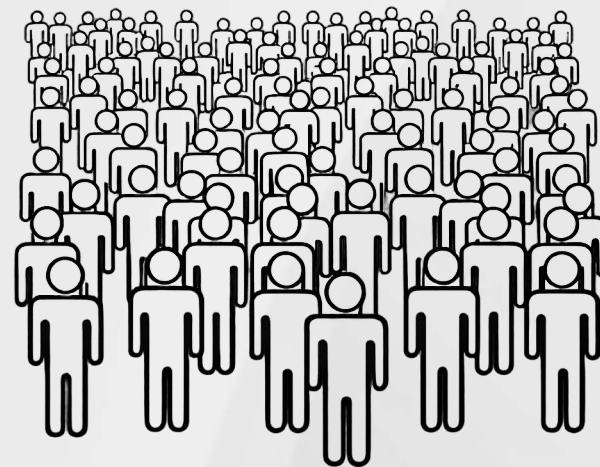


ФОРМУЛА УСПЕХА БИЗНЕС-МОДЕЛИ МАРКЕТПЛЕЙСА

~ 100% ТОВАРОВ
ВСЕЙ ТОВАРНОЙ
НИШИ доступно на
ВИТРИНЕ



~ БЛИЗКО к 100%
ТРАФИК
РЫНОЧНОГО
СЕКМЕНТА
ПРИХОДИТ НА
МАРКЕТПЛЕЙС



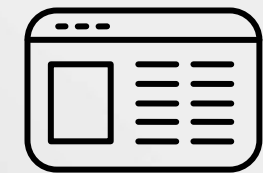
ВСЯ Е-COMMERCE
ИНФРАСТРУКТУРА
ДОСТУПНА И РАБОТАЕТ



- Логистика всей географии
- Фулфилмент заказов
- Клиентский сервис
- Гарантии сделок
- Финансовые сервисы

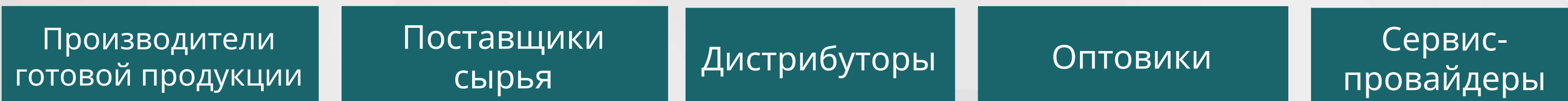


ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ
ПЛАТФОРМА
МАРКЕТПЛЕЙСА



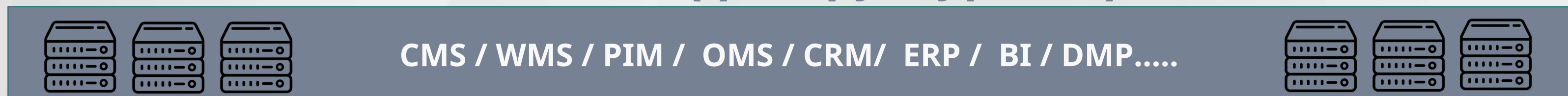
- Личный кабинет продавца
- Витрина маркетплейса
- ЛК Покупателя
- Системы маркетинга, аналитики и тд
- API-Интеграции
- ИИ-сервисы

Подключенные по API поставщики маркетплейса

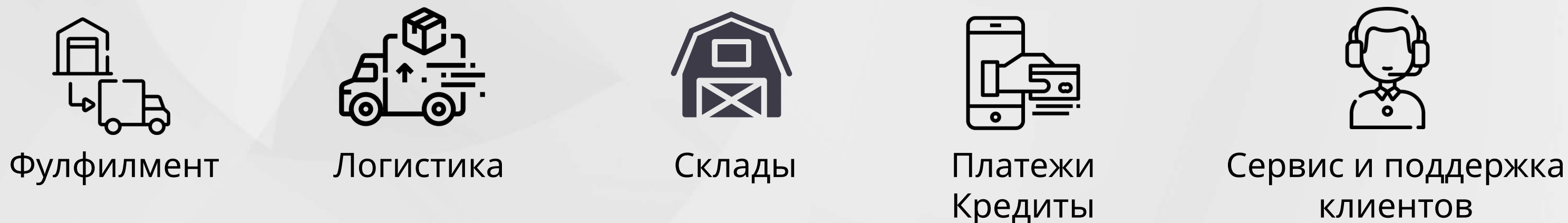


Личный кабинет поставщика маркетплейса

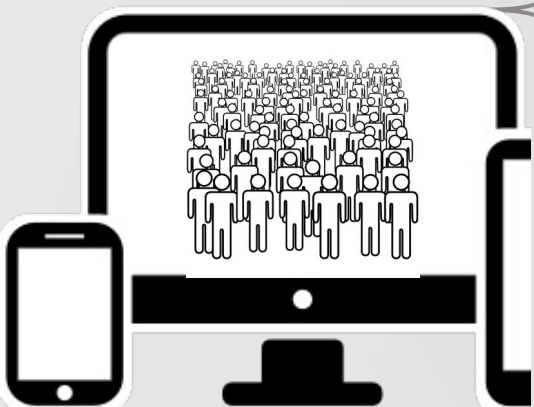
Технологическая инфраструктура маркетплейса



E-commerce инфраструктура маркетплейса



Клиенты
онлайн



Факторы УСПЕХА нишевого маркетплейса

1. Полный ассортимент продукции: «купить всё в одном окне» + что не купишь нигде
2. Цены лучшие на рынке / цены в рынке
3. Удобная, быстрая, недорогая логистика любых грузов с максимальным покрытием
4. Удобный интерфейс платформы, есть все технические опции, качественный цифровой товарный контент
5. Сильное УТП поставщикам

Факторы РИСКА нишевого маркетплейса

1. Недостаточный товарный ассортимент
2. непривлекательные цены / условия закупки
3. Плохая логистика (долго, дорого, сложно, неполное географическое покрытие)
4. Неудобно пользоваться платформой
5. Недостаточно укомплектованная и /или непрофессиональная команда маркетплейса

**Минимизировать риски
поможет MVP маркетплейса:
получите ответы на фундаментальные вопросы**



	Вопросы предпроектного исследования	Как получаем ответ
УТП	Кто поставщики маркетплейса в скоупе MVP 1-2-3?	Cust Dev потенциальных поставщиков и покупателей методом интервью. Разворачивание и наполнение демо-стенда маркетплейса, демо-показы. Пилот 4 поставщиков
	Кто покупатели маркетплейса в скоупе MVP 1-2-3?	
	В чем для них ценность маркетплейса (УТП)?	
БИЗНЕС-МОДЕЛЬ ДОХОДА	За счет чего будет зарабатывать маркетплейс? Какой будет модель монетизации маркетплейса? Какими будут потоки дохода в горизонте 1-2-3 года? ?	Построение бизнес-модели методом поискового спроса
	Кто конкуренты будущего маркетплейса? За счет чего МП может получить преимущество?	Исследование рынка
	Какие KPIs (КПЭ) ставим маркетплейсу в краткосрочной (до года) и долгосрочной (3 года) перспективе	Пилот маркетплейса. Cust Dev.
	Откуда брать трафик на маркетплейс?	Комплексное исследование поискового спроса и построение аналитической модели конверсий и продаж
АССОРТИМЕНТНАЯ И ЦЕНОВАЯ СТРАТЕГИЯ	Какова целевая ассортиментная матрица (каталог маркетплейса) в краткосрочной (год) и долгосрочной (3 года) перспективе?	На базе анализа поискового спроса, продуктовой матрицы готовой продукции и проведения Cust Dev
	Какая ценовая политика маркетплейса? Каковы коммерческие условия для продавцов и покупателей?	Аналитика рынка. Конкурентный анализ.

ЗАДАЧИ MVP – ПОЛУЧИТЬ ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ

	Вопросы предпроектного исследования	Как получаем ответ
КОМАНДА и РЕСУРСЫ	Какая целевая команда маркетплейса MVP 1-2-3? Какие роли и функции команды нужны проекту?	Пилот MVP
	Какие еще ресурсы / бюджет потребуются на масштабирование?	
РИСКИ и ВОЗМОЖНОСТИ	Как позиционировать маркетплейс на старте?	
	Какие риски логистики и инфраструктуры на масштабировании?	
ТРЕБОВАНИЯ К ИТ- ПЛАТФОРМЕ МАРКЕПТЛЕЙСА	Какие требования к технологической части маркетплейса на MVP 1-2-3?	Построение карт CJM / MJM / AJM
	Как вписать маркетплейс в технологическую инфраструктуру максимально бесшовно?	Совместная работа с ИТ по исследованию софта и возможностей интеграции

КАКИЕ КОММЕРЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ УСПЕХА МАРКЕТПЛЕЙСА?



КОММЕРЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ УСПЕХА МАРКЕТПЛЕЙСА

	ФАКТОР	КАК РАБОТАЕТ НА УСПЕХ
1	Ассортимент	Любой маркетплейс должен привлечь 100% ассортимента своей рыночной ниши по самым лучшим ценам. Это решающий фактор успеха.
2	Контент	Качественно усилить контент-насыщение маркетплейса Rich-контент товаров, UGC-контент, Тематические посадочные лендинги и товарные подборки
3	Трафик	Любой маркетплейс знает как привлечь 100% покупательского трафика своей рыночной ниши. Это основная инвестиция.
4	Логистика	Быстрая и недорогая логистика, управляемая и подконтрольная. Часто на старте маркетплейса инвесторы покупают логистических провайдеров или делают стратегические соглашения.
5	ИТ-технология	Маркетплейс продает рынку свои технологические решения –продавцам – систему Mas, покупателям –витрину. Без технологии маркетплейса нет, маркетплейс –это ИТ-решение.
6	Команда проекта	Важна сильная опытная команда по ключевым стримам (смотрите ниже в презентации). Это позволит избежать очень дорогостоящих ошибок и потерь времени.
	Внезабываемый	

ФОРМУЛА УСПЕХА / ПРОВАЛА МАРКЕТПЛЕЙСА



Бесконечная полка
всех товаров
в своем сегменте –
все они на витрине
маркетплейса + те,
которых НЕТ у
конкурентов



Лучшая Цена
на рынке.
Любой маркетплейс
всегда лучше по
цене, чем
традиционный
ритейл



Клиентский сервис
Программа
лояльности
соответствующие
потребностям
клиента этого
рыночного сегмента



Логистика
заказов
настроенная
на
специфику
рыночного
сегмента. Быстрая
и недорогая
доставка
обязательны!



Специальные Услуги
этого вида
маркетплейса
(кредит, рассрочка,
лизинг, факторинг,
примерка, услуги
дизайнера,
лизинг и т.д.)

Продвинутая ИТ-платформа маркетплейса, на которой всё это держится

Маркетплейс провалится, если
у вас нет сильного
UVP
Unique Value Proposition

Ответьте на ключевые вопросы UVP вашего маркетплейса

1. Какие уникальные товары и уникальные услуги предлагаете клиентам?
2. Что уникального предложить селлерам (продавцам), чтобы они пришли продавать к вам?
3. Если вы планируете других партнеров, например, поставщиков услуг, то подумайте и о них тоже – почему они должны начать подключаться к вашему маркетплейсу?

Что уникального предлагаете клиентам?

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.

Что уникального предлагаете продавцам, чтобы они подключились к вам?

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.

Ваше UVP клиентам маркетплейса

1. Уникальный ассортимент: некоторые товары вы просто не найти на других маркетплейсах, у нас на них эксклюзивы.
2. Уникальный набор услуг: рассрочка, кредит, бесплатная консультация стилиста.
3. Гарантия лучших цен на рынке цены на ряд брендов.
4. Удобная платформа для онлайн-покупок в вашем смартфоне.
5. Клиентская поддержка для вашего комфорта и удобства 24/7.
6. 4000 точек выдачи заказов в 1500 городов + курьерская доставка: быстрая и недорогая доставка

Ваше UVP продавцам маркетплейса

1. Даем вам сфокусировано в одном месте хороший объём целевых клиентов. Мы знаем, где взять трафик.
2. Продвинутая ИТ-платформа: 3 способа подключения –ручной / YML / API.
3. Комиссия за продажи ниже рынка. Первые 3 месяца работы на маркетплейсе комиссия всего 1%.
4. Предоставляем маркетинговые технологии продвижения товаров. Привлекаем на маркетплейс блогеров и инфлюенсеров.
5. Даем склад для хранения ваших товаров.
6. Доступны все популярные логистические модели работы: FBM / FBS / RFBS

UVP МАРКЕТПЛЕЙСА: ПРИМЕР 2

UVP ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ ПОКУПАТЕЛЯМ МАРКЕТПЛЕЙСА

1. Самый большой выбор сырья и готовой продукции из полимеров в одном месте
2. Быстрая и оптимальная по стоимости логистика по всей России грузов любой сложности и габаритов
3. Гарантия лучших цен на рынке на ряд товарных позиций
4. Удобная платформа для онлайн-покупок в вашем смартфоне
5. Клиентская поддержка и сопровождение сделок
6. ?
7. ?
8. ?

UVP ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ ПОСТАВЩИКАМ МАРКЕТПЛЕЙСА

1. Даем сфокусировано в одном месте хороший объём целевых клиентов. Мы знаем, где взять трафик.
2. Личный кабинет поставщика и удобная ИТ-платформа управления заказами.
3. Комиссия за сделки ниже рынка. Первые 3 месяца работы на маркетплейсе комиссия всего 5%.
4. ?
5. ?
6. ?
7. ?

2 КЛЮЧЕВЫЕ МОДЕЛИ МАРКЕТПЛЕЙСА

Бизнес-модель «КРАСНАЯ МОСКВА»

Ростов-на-Дону, Доломитовский пе...

wildberries

красная москва духи

Красная москва духи 432 товара найдено

духи красная москва женские оригинал

духи красная москва женские

красная москва духи мужские

духи красная москва оригинал

духи быть может

РАСПРОДАЖА

По популярности

Все фильтры

Цена, ₽

Срок доставки

Оригинал

Категория

Объем товара, мл

Группа аромата

МУЖСКОЙ ОДЕКОЛОН Красная Москва 100 мл

175 ₽ 480-₽

новая зара / Одеколон "Красная Мос...

4,8 · 1 005 оценок

9 мая

ЖЕНСКИЕ ДУХИ Красная Москва 7 мл

631 ₽ 1485-₽

новая зара / Духи женские стойкие К...

4,8 · 800 оценок

10 мая

Красная Москва духи мужские

472 ₽ 735-₽

новая зара / Красная Москва духи 7 мл

4,8 · 1 122 оценок

9 мая

Красная Москва духи женские

188 ₽ 330-₽

новая зара / Духи "Красная Москва" ...

4,7 · 155 оценок

9 мая

Пробник Красная Москва

187 ₽ 310-₽

новая зара / Пробник Красная Москва ...

4,7 · 185 оценок

9 мая

Красная Москва духи женские

515 ₽ 1445-₽

новая зара / Духи Красная Москва, 7 ...

4,8 · 454 оценок

Завтра

ЖЕНСКИЕ ДУХИ Красная Москва 7 мл

606 ₽ 1470-₽

новая зара / Духи женские стойкие м...

4,8 · 2 635 оценок

10 мая

Красная Москва духи мужские

1 038 ₽ 1 600-₽

новая зара / Духи Красная Москва, 42 мл

4,8 · 2 327 оценок

Послезавтра

НАБОР Красная Москва ЛАЙТ Красная Москва ДУХИ женские

904 ₽ 1 461-₽

новая зара / Духи Красная Москва на...

4,9 · 173 оценок

Послезавтра

МУЖСКОЙ ОДЕКОЛОН Красная Москва 85 мл

213 ₽ 660-₽

новая зара / Одеколон лоссон после ...

4,8 · 1 097 оценок

10 мая

Красная Москва ЛАЙТ ДУХИ женские 7 мл

474 ₽ 1 060-₽

новая зара / Духи Красная Москва Л...

4,8 · 453 оценок

Послезавтра

МУЖСКОЙ ОДЕКОЛОН Красная Москва 85 мл

167 ₽ 438-₽

новая зара / Одеколон "Красная Мос...

4,8 · 817 оценок

9 мая

МУЖСКОЙ ОДЕКОЛОН Красная Москва 100 мл

224 ₽ 460-₽

новая зара / Одеколон Лоссон после ...

4,8 · 554 оценок

10 мая

Красная Москва ДУХИ женские 42 мл

966 ₽ 2 470-₽

новая зара / Духи Красная Москва

4,3 · 266 оценок

Завтра

МУЖСКОЙ ОДЕКОЛОН Красная Москва 2 лйт

392 ₽ 814-₽

новая зара / Одеколон лоссон советс...

4,8 · 379 оценок

10 мая

Красная Москва ЛАЙТ ДУХИ женские 42 мл

474 ₽ 1 060-₽

новая зара / Духи Красная Москва Л...

4,8 · 453 оценок

Послезавтра

ЖЕНСКИЕ ДУХИ Красная Москва 42 мл

167 ₽ 438-₽

новая зара / Одеколон "Красная Мос...

4,8 · 817 оценок

9 мая

Красная Москва духи мужские

1 038 ₽ 1 600-₽

новая зара / Духи Красная Москва, 42 мл

4,8 · 2 327 оценок

Послезавтра

НАБОР Красная Москва ЛАЙТ Красная Москва ДУХИ женские

904 ₽ 1 461-₽

новая зара / Духи Красная Москва на...

4,9 · 173 оценок

Послезавтра

МУЖСКОЙ ОДЕКОЛОН Красная Москва 85 мл

213 ₽ 660-₽

новая зара / Одеколон лоссон после ...

4,8 · 1 097 оценок

10 мая

Бизнес-модель «РОБОТ-ПЫЛЕСОС»

Я

Маркет

Каталог

Найти товары

20 Колесо призов

Заказы

Из

РАСПРОДАЖА

Ultima

Любимая категория

Из-за рубежа

Одежда

Дом

Ремонт

Детям

Красота

Покупайте как юрлицо

Продавайте на

Назад

Робот-пылесос Roborock Q8 Plus (Русская версия), с Алисой, с влажной уборкой,10000Па

от 20 778 ₽

★ 4.8 (2К) · 4.9К купили >

Цена, ₽

от 20 778

до 21 347

Срок доставки

Экспресс

Сегодня

Сегодня или завтра

До 3 дней

До 7 дней

Ещё 1

Доставка по клику

Оригинал

Сплит 004, 006 и 0012

Высокий рейтинг

Способ доставки

Курьером

В пункт выдачи

Самовывозом

3 предложения

Популярные

Q8 Plus

10 000 Па

LD5-навигация

Двойная защита от спутывания

Робот-пылесос Roborock Q8 Plus white

Робот-пылесос Roborock Q8 Plus white

Эльдорадо

Робот-пылесос Roborock Q8 Plus (Русская версия), с Алисой, с влажной уборкой,10000Па

Робот-пылесос Roborock Q8 Plus white

Робот-пылесос Roborock Q8 Plus white

20 778 ₽ = Пэй

4 × 5 195 ₽ в сплит

★ 4.8 (515) · 1.6К купили

Завтра, по клику · ПВЗ

Roborock авториз...

★ 4.8

21 144 ₽ = Пэй

4 × 5 286 ₽ в сплит

★ 4.9 (96) · 389 купили

Послезавтра, по клику ПВЗ

За 4 часа, курьер

М.Видео

★ 4.8

21 347 ₽ = Пэй

4 × 5 337 ₽ в сплит

★ 4.9 (14) · 49 купили

Послезавтра, по клику

50

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ КРАСНАЯ МОСКВА

Карточка товара –это главное место маркетплейса, где находится цифровой контент, маркетинговые инструменты и прочие факторы конверсии. В этой модели каждый мерчант конкурирует с другими – инвестируют в контент, в маркетинговые бустеры (сидка, промокод, бонусы), условия доставки, сертификаты, отзывы.

Каждая карточка –мини-магазин отдельного продавца, где он управляет конверсией.

Поэтому Wildberries и OZON не присоединяют мерчантов к одной карточке, а позволяют карточкам конкурировать в поисковой выдаче.

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ РОБОТ-ПЫЛЕСОС

Маркетплейс сам показывает клиенту то предложение, которое считает наиболее релевантным. Для этого работают сложные бизнес-правила и алгоритмы больших данных, которые в режиме реального времени прогнозируют конверсию из карточки товара в корзину с наибольшей вероятностью покупки именно у этого продавца. Учитывается более 50 параметров, не только цена и регион и рейтинг.

Чтобы АЙВЕНГО работал по этой модели, Заказчик должен предоставить бизнес-логику и описание цифровых алгоритмов, по которым должна работать ротация карточек.

Исходно движок ПО АЙВЕНГО сделан по модели «Красная Москва» как наиболее жизнеспособной.

Можно ли сделать из него «Робот-Пылесос» – да, конечно, но это кастомизация ПО под вас.

**Маркетплейс не
заработает, если нет
команды на ключевые
бизнес-процессы.**

P.S. ИИ не заменит людей

ОСНОВНЫЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ СТРИМЫ МАРКЕТПЛЕЙСА

Управленческий стрим – это функциональное направление работы маркетплейса по основным направлениям построения бизнеса. Основные стримы в работе маркетплейса следующие:

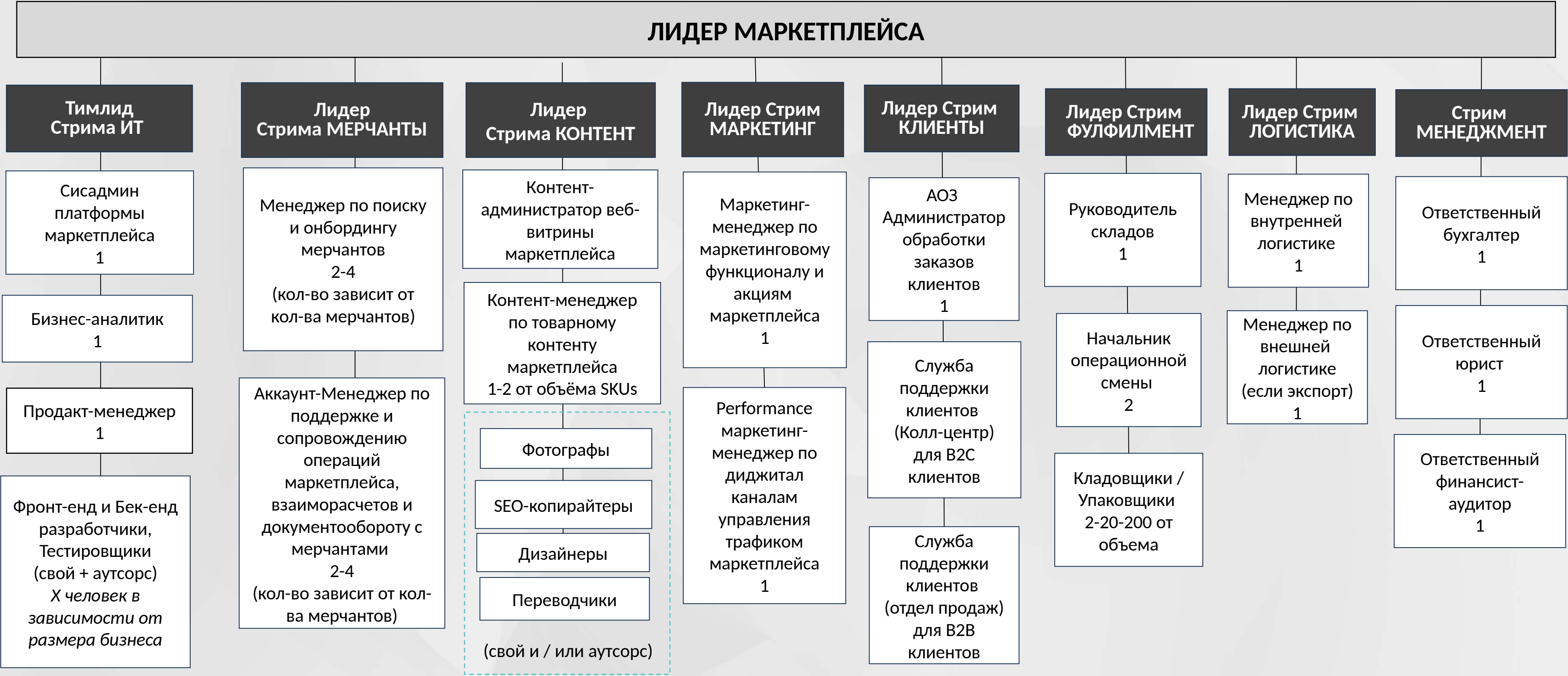
1. СТРИМ МЕНЕДЖМЕНТ (Генеральный директор, Менеджмент, Юристы, Бухгалтерия)
2. СТРИМ МЕРЧАНТЫ (Менеджеры по онбордингу мерчантов)
3. СТРИМ ИТ (ИТ-директор, Продакты, Бизнес-аналитики, UX-UI дизайнеры, Тимлиды)
4. СТРИМ ЛОГИСТИКА
5. СТРИМ ФУЛФИЛЛМЕНТ (Руководитель склада и сборки заказов)
6. СТРИМ КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС
7. СТРИМ МАРКЕТИНГ
8. СТРИМ КОНТЕНТ-ПРОДАКШН

КОМАНДА ПО УПРАВЛЕНЧЕСКИМ СТРИМАМ

МАРКЕТПЛЕЙСА

Стримы маркетплейса	Описание стрима	Что нужно на стадии MVP
Стрим «ПОСТАВЩИКИ»	Отвечает за максимально быстрое наполнение маркетплейса целевой ассортиментной матрицей	Нужен выделенный менеджер для взаимодействия с поставщиками маркетплейса
Стрим «ЛОГИСТИКА»	Отвечает за настройку всех логистических схем по всем товарным типам и географии	Нужны логист, знающий специфику товарной матрицы и особенности логистических схем, особенно в регионах
Стрим «КОНТЕНТ»	Отвечает за наполнение маркетплейса товарным и прочим контентом	Дизайнер для подготовки цифрового контента витрины маркетплейса и Контент-менеджер для наполнения
Стрим «ИТ»	Отвечает за работу ИТ-платформы маркетплейса – личный кабинет поставщика, витрину и т.д.	Как минимум сис.админ на лицензии Enterprise
Стрим «КЛИЕНТЫ»	Отвечает за сопровождение сделок и работу с клиентом	АОЗ (Администратор обработки заказов) – сотрудник, который будет курировать т сделки маркетплейса.
Стрим «МЕНЕДЖМЕНТ»	Руководитель проекта маркетплейс Проджект-менеджеры	Ответственный финансист Ответственный бухгалтер Ответственный юрист Ответственный СБ
Стрим «МАРКЕТИНГ»	Трафик –это проблема. SEO сарафанизм через б. в. маркетинг	Обеспечить минимум 1 заказ в день на маркетплейса – это задача MVP. Нужны базовые ресурсы!

КОМАНДА ДЛЯ СТАРТА МАРКЕТПЛЕЙСА ПО СТРИМАМ



КАКОВЫ ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ МОНЕТИЗАЦИИ МАРКЕТПЛЕЙСА

НА ЧЕМ ЗАРАБАТЫВАЮТ НИШЕВЫЕ МАРКЕТПЛЕЙСЫ

% Средний процент данного вида дохода в структуре выручки маркетплейса, согласно бенчмаркам маркетплейсов с долей рынка > 25%

60%

Комиссия с продаж товаров, дифференцированная по товарным категориям в зависимости от маржинальности

15%

Реклама и маркетинг: размещение баннеров, видимость в поисковой выдаче, баллы, скидки, акции, shop-in-shop для брендов и множество других маркетинговых инструментов

10%

По модели FBM на услугах хранения товара на складах и фулфилмента заказов

1%

Некоторые, например, Fashion -на услугах Продакшн товарного контента (фотосъёмка, видео, рич-контент)

10%

При наличии собственной логистики –на логистических услугах доставки товара до покупателя, в ПВЗ и обработке возвратов

4%

На иных услугах, например финансовые сервисы, кредитование, кассовые сборы и тп

ВОЗМОЖНЫЕ KPIs МАРКЕТПЛЕЙСА



ПРИМЕР 1: KPIs Ключевые показатели эффективности маркетплейса

	ПОКАЗАТЕЛИ	1год	2 года	3 года
1	Кол-во товарных категорий маркетплейса			
2	Кол-во SKUs (товарных наименований) номенклатуры маркетплейса			
3	Кол-во поставщиков			
4	Трафик маркетплейса			
5	Конверсия из трафика в сделку			
6	Кол-во покупателей			
7	Объём заказываемого сырья поставщиками маркетплейса			
8	Агрегированный Средний чек сделки			
9	Товарооборот (выручка) маркетплейса			
10	LTV клиентов (ср.кол-во сделок в год) на 1 клиента			
11	Комиссионный доход маркетплейса			
12	CPD (Cost per Deal) затраты в расчете на одну сделку			
13	CAPEX / OPEX / PNL маркетплейса			

Не финальные KPIs, просто пример

Пример 2. KPIs МАРКЕТПЛЕЙСА

	KPIs Dashboard
1	Кол-во привлеченных целевых мерчантов маркетплейса (по товарным категориям)
2	Кол-во SKUs на витрине по ЗП: покрытие поискового спроса, А-В-С по цене, УТП, 3 воронки конверсии / сценарии
3	Кол-во товарных категорий на витрине и брендов в каждой категории
4	Трафик маркетплейса / Доля SEO-трафика / Платного трафика
5	Конверсия трафика в заказ
6	Количество брошенных корзин (лиды)
7	Cancellation rate –уровень аннуляций заказов
8	Кол-во принятых заказов / Кол-во доставленных заказов по товарным категориям / Моно и микс заказов
9	Delivery rate / Fullfillment Rate / уровень доставляемости заказов службой логистики
10	AOV –средний чек по принятым и доставленным заказам
11	GMV: Общая выручка маркетплейса по принятым и по доставленным заказам и по мерчантам
12	Кол-во новых и повторных клиентов / Конверсия из 1-го заказа во 2-ой
13	NPS покупателей / Satisfactory Index / Complaint Rate
14	Net Sales –чистая выручка маркетплейса за вычетом комиссионных выплат
15	CPO Cost Per Order –все затраты в расчете на 1 заказ (Юнит-экономика заказа): LCPO, MCPO, ICPO и тд
16	LTV – кол-возаказов в расчете на 1 клиента в год

Дополнительные KPIs
кастомизируются под
конкретный маркетплейс

	Фактор влияния	Описание фактора	Задачи на MVP
1	ТРАФИК - количество посетителей онлайн-витрины маркетплейсе	Чем больше товаров и профильных услуг размещено на витрине, тем больше клиенты заинтересованы в том, чтобы покупать на маркетплейсе	Рассчитать поисковый спрос и сделать прогноз целевого трафика маркетплейса
2	Конверсия из трафика в заказы на поставку	Конверсия напрямую зависит от товарного ассортимента и ценового предложения, условий поставки и логистики	Определить ценовую стратегию
3	Логистика	При хорошей товарной номенклатуре и отличных ценах, всё остальное зависит от быстрой, удобной, недорогой логистики и полного географического покрытия «Местонахождение склада поставки» => «Местонахождение покупателя»	Ревизия и аудит существующих логистических схем и их приспособленности для будущего маркетплейса
3	LTV клиентов (Life time value) кол-во сделок в год в расчете на 1 клиента)	Чем больше товаров на витрине, тем больше покупатель, тем выше средняя сумма сделки (AOV Average Order Value). Чем выше средняя сумма сделки, тем выше продажи. Чем удобнее покупать, тем чаще клиенты покупают на одной площадке в режиме «одного окна»	Разработать целевую ассортиментную матрицу и УТП маркетплейса
4	Комиссионные ставки по товарным категориям	Зависит от маржинальности категории и правил игры на рынке, конкурентного окружения и объёма поставок	Рассчитать по товарным категориям
5	Дополнительные источники дохода маркетплейса	Финансовые, Страховые, Логистические, Про-во СТМ на заказ?	Рассчитать какие

ДО ВСТРЕЧИ НА ВАШЕМ МАРКЕТПЛЕЙСЕ!

Ждём ваши заявки на электронный адрес:

go@iwengo.ru