

MR MARKET
ROCKET

ЗАРАБОТАЙ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ

РУСТАМ ГАТАУЛЛИ, РЕНАТ САФАРОВ



2023

Ренат Сафаров
Рустам Гатауллин
Заработай на маркетплейсах

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=70259788

ISBN 9785006079151

Аннотация

Основной вопрос сегодняшнего времени заключается в четырёх словах «Как и где заработать?». Пожалуй, с учётом постоянного роста цен и «катаклизмов» в стране, этот вопрос является поистине самым актуальным. Эта книга не сделает вас миллионером, но покажет путь как выбраться из угнетающего состояния неопределённости в финансовом плане. Так в чем же «соль» данной книги? Это пошаговая инструкция о том, как не совершать ошибки, которые в своё время совершал я.

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	6
О СЕБЕ	8
ЭТАПЫ РАБОТЫ НА WILDBERRIES	12
ОФОРМИТЬ СТАТУС	14
ВЫБРАТЬ «МОДЕЛЬ ТОРГОВЛИ»	15
1. «СОЗДАНИЕ СОБСТВЕННОГО БРЕНДА»	16
НАЙДИТЕ ТОВАР	21
РАСЧЕТ СТОИМОСТИ ТОВАРА	29
Конец ознакомительного фрагмента.	32

Заработай на маркетплейсах

**Рустам Гатауллин
Ренат Сафаров**

© Рустам Гатауллин, 2024

© Ренат Сафаров, 2024

ISBN 978-5-0060-7915-1

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Гатауллин Р. Р.

Сафаров Р. Р.

Заработай на Маркетплейсах

Книга представляет собой детальное пособие по открытию магазина на маркетплейсе Wildberries.

Эта книга не сделает вас миллионером, но покажет путь, как выбраться из угнетающего состояния неопределенности в финансовом плане.

Все права защищены.

Никакая часть данной книги, не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме, без письменного разрешения владельца авторских прав.

ВВЕДЕНИЕ

Основной вопрос, сегодняшнего времени заключается в четырёх словах «КАК И ГДЕ ЗАРАБОТАТЬ?»

Пожалуй, с учётом постоянного роста цен и «катаклизмов» в стране, этот вопрос является по истине самым актуальным.

Эта книга не сделает вас миллионером, но покажет путь как выбраться из угнетающего состояния неопределённости в финансовом плане.

Почему маркетплейсы (далее МП)?

Процесс покупки физического товара стар как мир. И фактически никаких существенных изменений в этой области не произошло. Основа остаётся та же: мы обмениваем товар с наценкой на деньги. Могут поменяться способы этой транзакции (например, on line оплата). Но суть всё та же.

Поэтому, можно с уверенностью сказать, что товарный бизнес никуда не денется. Человек всегда будет покупать материальные товары.

И маркетплейсы в этом плане дают огромные возможности для заработка предприимчивым людям.

Ведь в чем основная «соль» перепродажи?

Именно перепродажи, поскольку Вы не являетесь производителем.

Вы лишь находите товар, имеющий определенную популярность у потребителей и на который можно добавить наценку и заработать.

Также важно, чтобы товар был качественный и пришёл в срок.

В целом, алгоритм достаточно прост. Но в каждом отдельном разделе этого алгоритма существует свой алгоритм. Фактически это система состоящее из множества подсистем.

Именно об изучении этой системы пойдёт речь в этой книге.

О СЕБЕ

Давайте немного познакомимся. Меня зовут Рустам и мне 32 года. Мой путь в освоении данного поприща был тернист и стоил мне на тот момент баснословных для меня денег. Так сказать, одна ошибка ценой в 3 млн руб.

По образованию я специалист в области финансового права и банковского дела. Ещё пять лет тому назад я никак не связан был с маркетплейсами. Я работал инвестиционным брокером (сводил одних с другими и получал свои комиссионные). На одной из встреч ко мне обратился молодой человек. В тот момент он торговал на площадке Amazon китайскими товарами. Для меня, да в принципе любого, это было удивительно. Молодой парень живет в Казани, торгует на американском глобальной платформе китайскими товарами. Товарами, которыми он торгует, он в руках то ни разу не держал.

В общем, ему необходимы были дополнительные инвестиции для увеличения товарного оборота.

Как я уже говорил, это тема была новой для рынка и множеству инвесторов было непонятно это. Короче денег я ему не нашёл. Но мы начали совместно двигаться в области обучения людей в данной тематике.

Моей задачей было найти людей, его обучить.

В процессе нашей совместной работы, я начал углубляться в сам алгоритм работы Amazon. В тот момент уже существовали OZON и Яндекс Маркет.

Wildberries тоже выходил на рынок, но не обладал такой популярностью как сейчас. Многие аналитики в сфере бизнеса

предрекали провал всем этим площадкам, утверждая, что в России есть огромный фактор недоверия онлайн покупкам.

И в целом они были правы.

Но в какой-то момент популярность e-commerce начала расти. К этому моменту у меня уже был собственный магазин на Amazon. Как и мой учитель, я торговал кухонной утварью.

В этот момент я уже знал алгоритм Amazon и был уверен, что сейчас я стану лидером в российских аналогах.

Есть такое слово «ДЕЛЕГИРОВАНИЕ». Когда я начинал работать с Яндекс Маркетом (далее ЯМ) я решил, что такого слова в моем лексиконе не будет. Я в буквальном смысле делал все сам. Зарегистрироваться на данной площадке несложно, а вот поставить правильно упакованный товар точно в срок это оказалось проблемой.

В общем, моя первая партия пластиковой посуды пришла

с опозданием на месяц. Пришла она в Казань. Упаковка товара не подходила под стандарты ЯМ. Пришлось переупаковывать, а это затраты, которые изначально не были включены в финрасчёты. Штрих кода я распечатал на обычной самоклеящейся бумаге. Каждый штрих код пришлось вырезать ножницами. Товарная единица составляла 5000 штук. Ночью когда дети спали мы с супругой клеили штрих кода.

Товар не удалось выгрузить вовремя на склад ЯМ. А это штрафы. Фотографии я сделал на телефон (не используя профессионального освещения) и отправил что было дизайнеру. Дизайн на тот момент мне показался достойным. Но так думал только я, покупатели так не считали.

В общем спустя три месяца вся моя посуда стала абсолютно не ликвидной. Продаж нет, а за склад надо платить. Платить нечем. В тот момент хотелось плакать. Но плакала моя жена, которая к тому моменту ждала уже третьего. Сами понимаете, я не мог оплошать ещё раз.

Иначе, детдом (шучу).

В общем, во второй раз я решил разместить уже другой товар на площадке OZON. Я учёл весь полученный опыт с ЯМ и благо у меня получилось. Товар был распродан в течение 2 месяцев. Это была моя точка роста.

Все вырученные деньги я снова и снова реинвестировал в товар. На данный момент у меня более 50 товаров.

Так в чем же «соль» данной книги? Это пошаговая инструкция о том, как не совершить ошибки, которые в своё

время совершил я.

Знания, описанные в моей книге, как минимум позволят вам правильно открыть магазин на WB, купить товар в Китае и отправить его на российский склад. Ну и безусловно, совершить свои первые продажи, Которые станут вашей точкой роста, как было у меня!

С уважением, Рустам Гатауллин.

ЭТАПЫ РАБОТЫ НА WILDBERRIES



market rocket

Итак, давайте начнём.

Собственно ниже представлен основной алгоритм работы с маркетплейсом Wildberries (далее WB). Данные этапы можно применять для всех имеющихся маркетплейсов, включая и Amazon (хотя с учётом нынешнего положения дел, это сделать весьма проблематично. Поскольку на Amazon вам необходимо идентифицировать себя как налоговый плательщик не резидент США. А для этого необходимо иметь карту Payoneer. Которая уже не выдается российским резидентам).

- *Оформите статус;*
- *Выберите модель торговли;*
- *Найдите товар;*
- *Считаем деньги и бюджет;*
- *Закупка товара в Китае;*
- *Подготовьте товар к отправке;*
- *Оформите карточки товара;*
- *Продвигайте товар.*

Каждый из ниже описанных этапов как отдельный мир. Скажу сразу, что, для того чтобы освоить все нужен такой не маленький опыт и компетенции. Даже я когда писал эту книгу, по каждому из разделов обращался к специалистам в нашей компании.

ОФОРМИТЬ СТАТУС

Что это значит?

Если коротко: хотите начать зарабатывать, будьте готовы платить налоги. В каком статусе вы будете это делать, решать Вам.

Вы можете зарегистрироваться в налоговых органах как самозанятый, ИП (индивидуальный предприниматель) или ООО (общество с ограниченной ответственностью).

У меня есть ИП и несколько ООО. ООО у меня совместные с различными группами инвесторов (имеет смысл если, Вы планируете торговать по крупному).

На первоначальной стадии советовал бы Вам начать с ИП (упрощенная система налогообложения «ДОХОД 6%»). Можно конечно и с самозанятого начать. Но формально самозанятый не имеет право заниматься перепродажей + ограничения по приходу денежных средств.

Зарегистрировать ИП сейчас проще простого. Это можно сделать в личном кабинете сервиса «Мои документы» или на «Госуслугах».

Сделать это нужно обязательно.

ВЫБРАТЬ «МОДЕЛЬ ТОРГОВЛИ»

Пожалуй, это краеугольный камень начинающего селлера. Существует 4 модели торговли на МП. И каждая имеет свои тонкости. Начнём с самой сложной, которую так любят позиционировать блогеры.

1. «СОЗДАНИЕ СОБСТВЕННОГО БРЕНДА»

Вариант №1: Давайте представим, что вы дизайнер свитшотов с эксклюзивными принтами и зовут вас Алёша. Логично, что все ваши свитшоты имеют единое название, например «Быть» (русские дизайнеры очень любят использовать минималистичные названия и лозунги). Основная миссия Алёши это одеть всех в свои высококачественные бесшовные толстовки из ткани качества пенье, которые обошлись ему в 4000 руб. за штуку. Оно и понятно, дизайнерская вещь. Алёша считает свой бренд «Быть» самым крутым, ведь у него есть сайт и он решает «быть» рыночной цене в 15 000 руб. Алёша влюблён в свой товар и он уверен, что он – будущее современного дизайна в России, лаконичный принт на его толстовке с надписью *«Я ДИЗАЙНЕР, Я ТАК ВИЖУ»* яркое тому подтверждение.

А теперь давайте разберём возможные варианты событий для бренда «БЫТЬ»:

– Неизвестный бренд: формально, это всего лишь свитшот. И если бренд только начинает своё существование, то есть о нем мало кто знает, то и продажи будут сведены к минимуму.

Итог: Алёша разочаруется и пойдёт работать в МВидео

консультантом.

– Известный бренд: О бренде уже многие знают и даже есть фотосессии и положительные отзывы от знаменитостей. Товар автоматически перейдёт в разряд «хайп товара» (об этом позже). Пока Джиган в нем фоткался есть время распродать весь товар, через неделю Джига будет в другой толстовке.

Итог: Алёша маркетинговый гений. Он сделал 1000 толстовок с одним изображением. Проплатил рекламу Джигану, а тот в свою очередь прорекламовал ссылку на WB. Алёша не открывал магазин сам на WB, а нашёл через кого это можно сделать и распродал весь свой товар.

Если же Алёша не является маркетинговым гением, то скорее всего он разочаруется и пойдёт работать в МВидео консультантом.

Возможных вариантов может быть множество, но, важно понимать несколько простых вещей.

- *Это всего лишь свитшот, которых на WB миллион;*
- *Платить высокую цену за комочек ткани большинство не могут себе позволить;*
- *Бренд не строится на товаре, он строится на имени, деньгах и тактике.*

Вариант №2 (Мой): Брендом моей компании является

агентство MARKET ROCKET.

Мы, совместно с командой (на данный момент у меня работает 22 сотрудника), выстраивали и продолжаем выстраивать экосистему нашей компании.

В чем особенность «Создание нашего бренда»? Мы не привязаны к товару. Товар для нас это возможность заработать. Если математика показывает, что мы заработаем на перепродаже +30%, мы берём этот товар и вкладываем в него, пока он не начнёт продаваться самостоятельно (органические продажи).

Тот же принцип мы используем при работе с инвесторами и партнёрами.

«Мы РАКЕТА, которая делает деньги на WB».

Но мы не покупаем дорогой и супер качественный товар, для нас достаточно, чтобы он был нормальный.

Такими планомерными действиями я и создал свой бренд. И это работает.

Таким образом, выстраивание собственного бренда на маркетплейсах должно быть систематичным и ни в коем случае не должно быть привязано к товару.

2. «ПЕРЕПРОДАЖА СЕЗОННОГО ТОВАРА» это одна из самых популярных тактик выхода на МП. Принцип достаточно простой: поздним летом вы начинаете подбирать товар

на раннюю зиму, который в итоге с началом первых холодов уже будет на МП. Ну и наоборот соответственно.

Данная стратегия строится на опыте. Вы должны выстроить четкий план чтобы, например, не остаться с пуховиками летом.

Данную тактику любят позиционировать те, у кого она получилась.

Но мой совет: прежде чем идти по этому пути, посоветуйтесь с теми, у кого уже есть опыт в продажах сезонного товара.

3. «*ТОВАРНЫЙ АРБИТРАЖ*» или классическая тактика большинства продавцов на МП, «*КУПИЛ ДЕШЕВО, ПРОДАЛ ДОРОГО*». Это работает на Amazon и это работает на WB, OZON, ЯМ. Так работаю я и так работают все. Вы не придумываете ни брендов, ни зациклены на сезонном товаре. Вы работаете строго по алгоритму:

- нашли товар;
- проанализировали нишу на МП США;
- проанализировали нишу на МП России;
- проанализировали конкурентов и суммарный объем дохода товара, который планируете продавать;
- нашли поставщика;

И дальше уже дело техники (о ней позже).

Вывод по модели торговли: многие советуют создавать

собственный бренд. И, в целом, я с этим согласен. Но в России понятие бренда достаточно поверхностное. Мы привыкли к американским брендам, которые у всех на слуху. Там бренд тесно связан с товаром. У нас выстроить такую модель с привязкой к товару достаточно тяжело.

А вот выстроить систему это уже другой разговор.

Решать конечно Вам. Но, я бы советовал начать свой путь как большинство. Какую бы модель торговли Вы не выбрали, обязательно посоветуйтесь с людьми, которые уже прошли этот путь.

НАЙДИТЕ ТОВАР

«Что может быть проще?» такие ответы я часто слышу. Знаете на чем основываются эти утверждения? Как правило, на собственном мнении. Людям присущ здоровый эгоизм в своей компетенции. Большинство из нас считают себя незаменимыми, чего уж говорить о нашей уверенности в своих убеждениях.

Например, был у меня случай, когда один из клиентов принципиально хотел продавать статуэтки с Буддой (те самые, которым пузо гладишь и вот у тебя уже и денег в кошельке прибавилось). Удивительно в этой истории то, что аналитика говорила, что рынок уже перенасыщен этой безделушкой. Но он был уверен, что это пойдет. Я не стал его убеждать в обратном и дал время успокоиться. Благо спустя всего неделю он пришел в себя и мы не стали покупать Будду в Китае.

Пожалуй, выбор товара является основной задачей, которой необходимо уделить 70% вашего внимания.

Итак, с чего нужно начать при выборе товара? Начнем с нашего любимого алгоритма. Какой товар не стоит закупать для дальнейшей перепродажи:

– *«НЕ ЗАКУПАЙТЕ НЕНУЖНОСТИ»* это из серии про Будду. Помните, ваше субъективное мнение *«ЭТО ТОЧНО ПОПРЕТ»* на МП не работает.

Только анализ, только цифры, только маржинальность.

– *«НЕ ЗАКУПАЙТЕ ТЯЖЕЛЫЕ, ХРУПКИЕ, КРУПНОГАБАРИТНЫЕ, ЭЛЕКТРОННЫЕ, МЕДИЦИНСКИЕ ТОВАРЫ».*

– тяжелый логистика из Китая уничтожит Вашу маржу;

– хрупкий пока будет плыть/лететь/ехать из Китая треснет, лопнет, разобьется. То же самое будет и на складе МП в России. Любой бьющийся товар;

– крупногабаритный та же логистика и транспортировка;

– электроника ежеквартальное ужесточение мер на электронную продукцию со стороны Российского законодательства (сертификаты).

В США целый список критериев, под которые вы должны попадать, чтобы торговать электроникой. В России пока еще не так, но в скором времени и у нас так будет.

Например, тонометры, все, что с батарейками и проводами;

– медицинские товары также к теме о сертификации.

– *«НЕ ЗАКУПАЙТЕ ТО, ЧТО УЖЕ ВСЕ ПРОДАЮТ»* скорее всего рынок делят несколько крупных игроков, а остальные собирают крохи. Так что, соваться туда, чтобы делить крохи, не стоит.

Например: беспроводные наушники;

– *«НЕ ЗАКУПАЙТЕ ХАЙП ТОВАР»* в качестве примера приведу детские игрушки. Первым таким товаром был спиннер, а вторым pop it. Если о товаре уже все знают, то вы на нем не заработаете;

– *«НЕ ЗАКУПАЙТЕ СЕЗОННЫЕ ТОВАРЫ»* мы уже обсуждали этот момент выше. Если вы только начинаете свой путь на данном поприще, то не стоит осваивать этот рынок с сезонным товаром. Большой риск остаться с пуховиками летом.

– *«НЕ ЗАКУПАЙТЕ ДЕШЕВЫЙ ТОВАР»* «Скупой платит дважды». Китайцы далеко не дураки. И если в Китае вы покупаете товар, который даже по китайским меркам кажется дешевым, то скорее всего у него большой процент брака и низкое качество;

– *«НЕ ЗАКУПАЙТЕ СЛИШКОМ ДОРОГОЙ ТОВАР»* одна из часто встречаемых ошибок начинающего селлера это уверенность в том, что дорого это качественно. С китайскими товарами не всегда так. Покупая дорогой товар, Вы должны четко понимать, что вы сможете его продать еще дороже;

– *«НЕ ЗАКУПАЙТЕ БАНДЛЫ»* (от англ. bundle – охапка, вязанка, пакет), в совокупности это товары внутри товара.

Например, коробка с различными игрушками. Такие «вязанки» популярны в Америке и пользуются большим спросом. А почему у нас не так? Все дело в менталитете. У нас возьмут то что нужно и вернут обратно МП, а вам придется забрать товар, но уже неполноценный. В Америке и в голову ни кому не придет этим заниматься. А у нас это рабочая практика.

Выше представленный список является вашей аксиомой при выборе товара. А вот какой товар вы будете продавать? Это уже другой вопрос.

Итак, после того, как вы выучили характеристики товаров, которые Вы продавать не будете, вам следует выбрать сам товар. Для этого Вам нужно выполнить несколько действий:

– Мониторим Amazon.com. «Почему для того чтобы продавать в России, мне нужно смотреть что продают американцы?» спросите Вы.

США является отправной точкой товара, который в ближайшее время появится во всем мире. Именно так. Несмотря на то, что производится он в Китае, США является законодателем потребительского поведения всего мира.

Как это работает? Например, мы решили для себя, что будем развиваться в сфере кухонной утвари. Мы выбрали нишу и анализируем Amazon.com на предмет данного сег-

мента. И выделяем для себя ложечки, тарелочки, мочалочки и т. д. Создаем список с ссылками и ценами.

– Монитором AliExpress по тем же выбранным товарам. Создаем список с ценами и сравниваем его с ценами в США. Видим баснословную разницу и представляем, как новенький Porsche Cayenne через месяц будет ждать нас под окнами нашей однушки на первом этаже.

Помечтали и продолжаем дальше работать.

– Со всем этим багажом ссылок и ценами мы переходим на WB и OZON и сравниваем с ценами на российских МП. Видим, что тут нам не Америка и на новеньком Porsche Cayenne уезжает наш сосед.

Все эти товары мы прогоняем через сервисы аналитики MPSTATS и Hunter Sales (скажу сразу, что эти программы платные). Смотрим на объем рынка, количество конкурентов и потенциал ниши. Выделяем для себя наиболее трендовые и высокомаржинальные товары. Вот уже с этим списком можно работать.

У нас в компании ежедневно проходит анализ более 1000 товаров. Из которых на выходе остается чуть более 100. А покупаем лишь десять. Вот такая скрупулезная математика.

На первый взгляд может показаться, что этот процесс занимает очень много времени. И на второй и на третий взгляд он также будет занимать много времени. Это одна из важнейших задач. Поскольку от правильного выбора товара будут зависеть продажи.

Life hack для поверхностного анализа товара:

На WB мы можем видеть приблизительное количество купленного товара. Эта сумма не точная, но всё таки.

Market Rocket / Бандаж для беременных до и послеродовой

★★★★★ 112 отзыва Артикул: 49411386 Куплено более 1 000 раз

Состав: хлопок 76%, вискоза 12%, Стандарт: 12%

Цвет: белый

799 Р ~~1 999 Р~~

Добавить в корзину

21-23 апреля доставка со склада Коллегии WB

История цены от 643 Р до 803 Р

23.10.2022 20.04.2023

Дополнительная информация

Высота упаковки	25 см
Длина упаковки	2 см
Ширина упаковки	20 см
Особенности белья	бесшовное
Вид бандажа	Бандаж до родов и после кесарева сечения корректирующ...

Все характеристики

Таблица размеров

M	L	XL	XXL
60-65	66	68	70-75

Все товары Market Rocket >

Все бандажи до- и послеродовые Market Rocket >

Все бандажи до- и послеродовые в категории >

14 дней на возврат

Market Rocket

Как мы видим из данной картинки: у нас есть 1000 продаж. Смотрим, когда был первый и последний отзыв. Последний отзыв 18 апреля 2023 года.

Таким образом, за 16 месяцев было продано 1000 единиц товара. Получается, что в среднем в месяц продается по 62 единицы.

Теперь смотрим отзывы. У нас 112 отзывов.

В среднем с начала продаж ежемесячное количество отзывов от 7 до 11. Получается, что при 10 отзывах у нас уже будут продажи.

Этот анализ достаточно поверхностный, но все же даёт хоть какое-то понимание об объеме продаж в месяц.

Вывод по разделу: Мы выбрали товар и прогнали его через аналитику. Мы посчитали сколько он стоит в Китае и за сколько мы сможем продавать его на российских МП. Но это лишь поверхностная стоимость товара, без учета логистики, налогов и продвижения, а также самовыкупов, рекламы и издержек на брак.

Давайте продолжим.

РАСЧЕТ СТОИМОСТИ ТОВАРА

Еще одна из важнейших задач на пути к успешному бизнесу на МП – умение правильно все посчитать. Это позволит вам намазать масло на хлеб и, может быть, две/три икринки закинуть.

Начинающие селлеры не уделяют этому должного внимания, так как видят цены закупки и цену продажи и думают, что этого достаточно. Отвечу сразу, этого недостаточно!

В экономике то, что мы сейчас перечислим называется «добавочная стоимость». Другими словами мы, к себестоимости обязательно должны добавить:

- логистика;
- оплата байера;
- переупаковка;
- налоги;
- фулфилмент или аренда склада;
- контент (СЕО, фото, дизайн карточек);
- самовыкупы и реклама;
- акции МП;
- бракераж;
- операционные расходы (оплата труда и т.д.)

Вообще, существует уже выверенный алгоритм подсчета

основной стоимости товара. В него входят три основных параметра, которые влияют на ценообразование:

- Комиссия WB для поставщиков;
- Затраты на транспортировку заказа до конечного потребителя;
- Стоимость складского хранения.

Помимо этих трех основных пунктов, в будущую цену также следует включить:

– 33 руб. – на текущий момент это фиксированная стоимость доставки от покупателя: оплачивается, если потребитель заказал несколько товарных позиций, а выкупил лишь часть из них. За каждую отправленную обратно единицу товара WB возьмет с продавца 33 рубля;

– расходы на утилизацию бракованного или испорченного товара к примеру, если покупатель сломает застежку во время примерки, то WB отправит товар на утилизацию, которую оплатит опять же продавец;

– возможные издержки в случае потери на складе или пересорта;

– скидки и акции маркетплейса: если продавец принимает в них участие, то WB снижает комиссию, а если не участвует, то, наоборот, поднимает. К тому же нужно учитывать, что на время действия скидок, цена на товар может упасть на 10—30%, а по отдельным категориям – на 50%.

Давайте разберем нашу юнит-экономику на примере

детских шорт. ЮНИТ-ЭКОНОМИКА (unit-экономика, unit economics) – метод экономического анализа, который помогает определить прибыльность одного юнита. Проще говоря, юнит-экономика показывает, сколько компания зарабатывает, заработает или потеряет в будущем с одного продукта или клиента. В свою очередь юнит – единица товара или услуги.

К примеру, продавец решил продавать детские шорты.

В качестве формата доставки выбрал FBO с отгрузкой со склада торговой площадки.

У производителя продавец выкупил партию шорт по 300 руб. за одно изделие. При этом продавать шорты он планирует за 1100 руб.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.