**План развития**

**Текущий статус маркетплейса**

На данный момент маркетплейс успешно прошел стадию MVP и завершает доработку важных функциональных модулей:

1. **Сервис доставки**: Мы выстраиваем эффективный сервис доставки, который обеспечит своевременное и безопасное получение товаров покупателями. Этот сервис нацелен на оптимизацию маршрутов, упрощение логистики и улучшение пользовательского опыта.
2. **Система наценок на товары**: практически завершена разработка гибкой системы наценок, которая позволит маркетплейсу устанавливать оптимальные цены на товары с учетом рыночных условий, категории товара и уникальных особенностей предложений.

Эти две доработки позволят маркетплейсу выйти на новый уровень и создадут основу для следующих этапов развития.

Дальнейшие планы:

**1. Интеграция программы лояльности**

**Цель**: Увеличение вовлеченности пользователей, повышение их лояльности и частоты покупок.

* **Кэшбек**: Внедрить программу кэшбека, при которой пользователи получают 3% от суммы каждой покупки обратно на счет.
	+ *Этапы реализации*:
		1. Разработка и интеграция системы начисления кэшбека.
		2. Обновление личного кабинета с добавлением раздела для отображения накопленных бонусов.
		3. Создание условий использования кэшбека (например, возможность использовать кэшбек при последующих покупках).
	+ **Ожидаемые результаты**: Увеличение повторных покупок и средних расходов пользователя.
* **Реферальная программа**: 3% от покупок своих приглашённых в программу инвестирования Фонда NEO ETF. Информация о лично приглашённых берём из личного кабинета Инвестора вкладка «Мои активности»
	+ *Этапы реализации*:
		1. Разработка функционала реферальной программы, генерация реферальных ссылок.
		2. Интеграция в личный кабинет и создание панели управления для пользователей с отслеживанием реферальных доходов.
		3. Разработка системы выплат для реферальных пользователей.
	+ **Ожидаемые результаты**: Увеличение органического притока пользователей.

**Сроки: 25 ноября 24 года**

**2. Интеграция с 1С**

**Цель**: Автоматизация бизнес-процессов, корректный учет и своевременная синхронизация данных.

* **Синхронизация бухгалтерии, складских остатков и автоматизация учета**:
	+ Разработка системы интеграции с 1С для автоматического учета поступлений и продаж.
	+ Внедрение системы синхронизации складских остатков в режиме реального времени.
	+ Настройка учета налогов и других финансовых операций.
	+ *Этапы реализации*:
		1. Выбор подходящего решения для интеграции (через API или готовые модули).
		2. Разработка и тестирование обмена данными, проверка корректности всех транзакций.
		3. Настройка рабочих процессов и обучение сотрудников работе с новой системой.
* **Реальный обмен данными с 1С**:
	+ Настройка автоматической загрузки изменений в режиме реального времени (остатки, обновление цен, статус заказов и пр.).
	+ Обеспечение безопасности данных, чтобы исключить утечку информации и потери данных.
	+ *Этапы реализации*:
		1. Тестирование и контроль корректности данных.
		2. Подготовка системы уведомлений при возможных сбоях.
		3. Постоянный мониторинг работы и улучшение системы обмена.
* **Ожидаемые результаты**: Снижение ручных процессов, улучшение контроля остатков и оперативного учета, снижение ошибок и задержек в обработке данных.

**Сроки: 16 декабря 24 года**

**3. Обновление и оптимизация сайта**

**Цель**: Обеспечение лучшего пользовательского опыта (UX), повышение скорости загрузки и удобства работы с маркетплейсом.

* **Обновление дизайна**:
	+ *Этапы реализации*:
		1. Верстка сайта, проработка UX/UI прототипов.
		2. Тестирование прототипов с пользователями для выявления проблемных областей.
		3. Запуск обновленного дизайна и сбор обратной связи от пользователей.
* **Оптимизация работы сайта**:
	+ Повышение скорости загрузки страниц и оптимизация взаимодействий (минимизация задержек при добавлении товаров в корзину, переходе по страницам и пр.).
	+ Улучшение адаптивности сайта для корректного отображения на всех устройствах.
	+ Перенос сервера
* **Ожидаемые результаты**: Повышение конверсии, удержание пользователей и увеличение времени, проводимого на сайте.

После того как будут закончены данные задачи, планируется приступать к задаче для привлечения китайских поставщиков/ китайского маркетплейса. Привлечение поставщиков из Китая может существенно расширить ассортимент и повысить конкурентоспособность маркетплейса.

Сроки: перенос сервера до 11 ноября, новый дизайн 9 декабря

**4. Перевод сайта-визитки на китайский язык**

**Цель: Презентация возможностей маркетплейса для китайских поставщиков и улучшение коммуникации с потенциальными партнерами.**

* **Создание китайской версии сайта-визитки:**
	+ **Перевод всей контентной части сайта (описания компании, условий сотрудничества, контактная информация и т.д.) на китайский язык.**
	+ **Адаптация дизайна сайта для восприятия китайскими пользователями с учетом культурных и визуальных предпочтений.**
	+ **Проверка перевода на соответствие бизнес-терминологии и понятности для китайских партнеров.**
	+ ***Этапы реализации*:**
		1. **Перевод сайта переводчиком.**
		2. **Проверка и утверждение переведенной версии, адаптация контента под локальный стиль.**
	+ **Ожидаемые результаты: Облегчение привлечения китайских поставщиков, повышение доверия к маркетплейсу как к международному партнеру.**

**Сроки: до 28 ноября**

**5. Привлечение китайского маркетплейса**

После завершения перевода сайта на китайский язык мы планируем подписать договор с крупным китайским маркетплейсом, который уже предоставил нам доступ к своему API для интеграции товаров. Это позволит автоматически обновлять информацию об ассортименте, наличии и ценах, что обеспечит актуальность предложений на нашем маркетплейсе в режиме реального времени. Для повышения надежности и независимости мы также создадим собственное API, которое будет получать данные из API китайского партнера и интегрировать их в нашу платформу. Это решение позволит минимизировать риски, связанные с возможными перебоями или изменениями в работе их системы.

Уже достигнуты предварительные устные договоренности с логистической компанией, которая возьмет на себя транспортировку товаров с китайского маркетплейса до наших распределительных центров. Это обеспечит бесперебойную и быструю доставку, сократит сроки выполнения заказов и снизит логистические издержки.

Ожидаемый результат: Данные договоренности и создание собственного API позволят маркетплейсу расширить ассортимент товаров, предложить клиентам более широкий выбор по конкурентоспособным ценам, а также обеспечить надежность и независимость в получении информации о товарах. Совместно с оперативной логистикой это увеличит привлекательность платформы для покупателей и поставщиков.

Сроки: до 16 декабря сразу после запуска 1С

После реализации этих инициатив ожидается, что маркетплейс станет значительно более привлекательным для членов консорциума благодаря созданию выгодных условий для всех участников, высокому уровню сервиса и поддержке удобной логистики. Программы поощрения и прозрачное распределение доходов будут стимулировать активное вовлечение, а возможность получать прибыль от работы платформы и делиться её успехом создаст крепкое и заинтересованное сообщество.

С учетом этих преимуществ планируется, что количество участников консорциума возрастет до 1000. Это расширит возможности маркетплейса, привлечет новых покупателей и поставщиков и позволит укрепить позиции платформы на рынке, создавая стабильную базу для дальнейшего развития.

6. Выход на зарубежные рынки

**Планы по выходу на рынки Казахстана, Узбекистана и России**

После завершения всех ключевых этапов развития маркетплейс планирует расширение на рынки Казахстана, Узбекистана и России. Это требует комплексного подхода, включая адаптацию платформы под нужды разных стран, создание эффективной логистики и внедрение специфических настроек для обеспечения качественного обслуживания в каждом регионе.

**1. Запуск сайтов для разных стран**

* **Создание адаптированных версий сайта**: Маркетплейс будет одновременно функционировать в нескольких странах, поддерживая единую платформу с учетом особенностей каждого региона. Дизайн и структура сайта будут сохранять общий стиль и функционал, чтобы клиенты из разных стран могли пользоваться знакомым интерфейсом, но при этом каждая версия будет иметь небольшие визуальные отличия для быстрой идентификации (например, цветовые акценты, уникальные баннеры и локализованный контент).
* **Локализация контента**: Для каждой страны будет выполнен перевод всех элементов интерфейса и ключевых информационных блоков на соответствующий язык. Это включает описание товаров, политики возврата, условия доставки и интерфейс клиентской поддержки.
* **Валюта и платежные системы**: Поддержка местных валют и подключение популярных платежных систем в каждом регионе. Это обеспечит комфортные и привычные условия оплаты для покупателей, что улучшит конверсию и повысит доверие к платформе.

**2. Организация межстрановой логистики**

* **Оптимизированная доставка между странами**: Для эффективной работы в Казахстане, Узбекистане и России будет настроена межстрановая логистическая система. Она позволит минимизировать затраты на транспортировку и сократить сроки доставки.
	+ *Этапы реализации*:
		1. Выбор международных логистических партнеров, обладающих опытом в регионе и способных обеспечить регулярную и безопасную доставку.
		2. Разработка стандартов упаковки для различных категорий товаров с учетом международной транспортировки.
		3. Налаживание работы складов на стратегических точках, где товары будут сортироваться и распределяться по регионам.
* **Набор локальных логистических команд**: Для отслеживания движения товаров и эффективного решения проблем в каждом регионе планируется создание локальных логистических команд. В каждой стране будут свои специалисты по логистике, ответственные за:
	+ Обработку заказов и координацию доставки в пределах страны.
	+ Поддержание связи с центральной логистической командой и обеспечение соблюдения стандартов доставки.
	+ Оперативное решение любых возникающих вопросов и контроль качества логистического обслуживания.

**3. Единый подход к ассортименту и работе с китайскими поставщиками**

* **Подключение китайских поставщиков для всех стран**: Подключение китайских поставщиков будет выполнено с учетом работы маркетплейса в каждой стране. Это обеспечит единый подход к ассортименту и позволит клиентам в Казахстане, Узбекистане и России иметь доступ к тем же предложениям, что и в Кыргызстане.
* **Собственное API для обмена данными с китайским маркетплейсом**: Создание собственного API для взаимодействия с китайским маркетплейсом позволит маркетплейсу независимость от их системы. Это обеспечит надежный и постоянный доступ к актуальной информации о товарах, их наличии и ценах, создавая единые условия для всех регионов.

**4. Настройка поддержки клиентов и маркетинговая адаптация**

* **Локализованная поддержка клиентов**: В каждой стране будет организована команда поддержки на местном языке, чтобы улучшить обслуживание покупателей. Это обеспечит более быстрое решение вопросов, связанных с заказами, и укрепит доверие к маркетплейсу.
* **Маркетинговая стратегия для каждого региона**: Маркетинг будет адаптирован к особенностям аудитории в каждой стране. Планируются региональные рекламные кампании, направленные на популяризацию маркетплейса, сотрудничество с местными инфлюенсерами и учет сезонных и культурных особенностей.

**5. Документация для продавцов и покупателей**

Для успешного запуска маркетплейса в разных странах потребуется создание локализованной документации, которая упростит процесс регистрации новых продавцов и сделает правила работы на платформе понятными для покупателей:

1. **Документ для продавцов**:
	* **Инструкция для продавцов**: Разработаем подробное руководство для продавцов с объяснением всех этапов регистрации и работы на платформе. Документ будет включать требования к товару, порядок загрузки ассортимента, условия ценообразования, правила упаковки и доставки, а также информацию о сервисных сборах. Это поможет продавцам из каждой страны быстро и легко подключиться к платформе, следуя единым стандартам.
	* **Локализованный договор для продавцов**: Будет подготовлен юридически корректный договор для каждого региона, учитывающий местные законодательные требования и условия ведения бизнеса. Договор для продавцов будет регламентировать права и обязанности сторон, гарантии качества и порядок решения спорных ситуаций.
2. **Договор для покупателей**:
	* **Локализованный договор с покупателем**: В каждой стране будет разработан договор для покупателей, который станет публичной офертой, описывающей условия покупки, правила возврата и обмена, политику обработки персональных данных и порядок разрешения споров. Этот документ обеспечит соблюдение требований законодательства каждого региона и повысит прозрачность взаимодействия с клиентами.

Эти документы станут основой для юридически грамотного и надежного сотрудничества с продавцами и покупателями, обеспечивая комфортные условия работы и защиту интересов всех сторон в каждой стране.

Сроки к 1 янв 2025 года

В дальнейшем, после успешного запуска маркетплейса в России, Казахстане и Узбекистане, планируется выход на другие страны СНГ и ближнего зарубежья. Это позволит значительно расширить охват аудитории и укрепить присутствие маркетплейса на международном уровне. Для этого будут адаптированы существующие логистические решения и локализованы сайты с учетом особенностей каждого нового рынка, чтобы обеспечить единый уровень сервиса и удобные условия для покупателей и продавцов в каждом регионе.

**7. Доработки**

 **Мобильное приложение**

* **Запуск мобильного приложения**: Создание приложения для удобного доступа к маркетплейсу с мобильных устройств. Это обеспечит более удобный доступ к платформе, что особенно важно для рынков СНГ, где мобильный доступ к интернету преобладает над десктопным.
* **Уведомления и акции в приложении**: Реализация системы push-уведомлений для оповещения пользователей о новых акциях, скидках, поступлении интересующих товаров и обновлениях платформы. Это поможет повысить активность пользователей и улучшить удержание клиентов.

 **Аналитика и персонализация**

* **Внедрение системы аналитики данных**: Использование инструментов для отслеживания пользовательских данных и поведения на платформе, что позволит принимать более обоснованные решения о расширении ассортимента, оптимизации маркетинга и улучшении пользовательского опыта.
* **Персонализированные рекомендации**: Введение системы рекомендаций на основе данных о предпочтениях и истории покупок, что увеличит конверсию за счет предложения пользователям наиболее релевантных товаров.

8. **Работа с консорциумом**

**Для усиления позиции маркетплейса как платформы, способствующей экономическим возможностям для членов консорциума, можно добавить следующие пункты:**

1. **Программа стимулирования участия членов консорциума**
	* **Обратная связь и поддержка инициатив**: Регулярные опросы и сбор идей от членов консорциума для улучшения работы маркетплейса. Это поможет учитывать пожелания активных участников и адаптировать платформу к меняющимся условиям рынка.
	* **Рейтинговая система и бонусы для активных участников**: Введение системы рейтингов и вознаграждений для участников, привлекающих новых пользователей или участвующих в мероприятиях маркетплейса. Такие программы будут поощрять активное вовлечение и укреплять сообщество.
2. **Прозрачность распределения доходов и отчетность**
	* **Создание открытой системы отчетности**: Разработка и внедрение прозрачной системы распределения прибыли, с доступом к отчетам для всех участников консорциума. Это повысит доверие и обеспечит уверенность участников в честном распределении доходов.
	* **Регулярные встречи с участниками консорциума**: Проведение онлайн-встреч для обсуждения текущих результатов и целей платформы. Это позволит поддерживать открытое взаимодействие с сообществом и укрепит чувство причастности к успеху платформы.
3. **Программа поддержки и обучения участников**
	* **Обучающие материалы для роста и развития бизнеса**: Разработка курсов и вебинаров для участников по вопросам продаж, маркетинга, логистики и другим темам, которые помогут повысить эффективность их работы на платформе.
	* **Личный кабинет для консорциума**: Создание отдельного раздела в личном кабинете участников, где они смогут отслеживать свои доходы, участвовать в опросах, просматривать обучающие материалы и подавать идеи для развития маркетплейса.

Добавление этих пунктов подчеркнет ценность платформы как инструмента для экономического роста и построения партнерских отношений, что позволит создать более сплоченное сообщество, заинтересованное в успехе маркетплейса и активно участвующее в его развитии.

9. Привлечение продавцов

Для стимулирования регистрации и активности продавцов на платформе можно внедрить несколько привлекательных мотивационных программ. Вот несколько идей, которые могут стать частью плана развития маркетплейса:

1. **Кэшбек для продавцов**
	* **Вознаграждение за активные продажи**: Предоставление кэшбека на комиссию маркетплейса для продавцов, которые достигают определенного объема продаж. Например, кэшбек в размере 5% от комиссии за месяц при достижении установленного порога. Это мотивирует продавцов увеличивать оборот на платформе.
	* **Кэшбек за новинки и эксклюзивы**: Дополнительный кэшбек для продавцов, которые регулярно добавляют новые товары или эксклюзивные предложения. Это поможет расширить ассортимент и сделать маркетплейс более привлекательным для покупателей.
2. **Снижение комиссии для новых продавцов**
* **Льготный период для новых продавцов**: Уменьшенная комиссия в первые три месяца работы на платформе, что даст возможность новым продавцам быстрее адаптироваться и освоиться. Это снизит финансовую нагрузку на старте и повысит привлекательность регистрации на платформе.
1. **Реферальная программа для продавцов**
* **Привлечение других продавцов**: Введение реферальной программы, по которой зарегистрированные продавцы могут получать бонусы или комиссионные за привлечение новых продавцов. За каждого привлеченного продавца, который пройдет регистрацию и начнет продажи, партнер получает вознаграждение.

10. Привлечение покупателей

**1. Программа лояльности**

На данный момент уже находится в работе кэшбек и реферальная программа.

**2. Эксклюзивные скидки и акции**

* **Персонализированные предложения**: Использование данных о предпочтениях покупателей для создания персонализированных акций и предложений. Например, скидки на товары, которые пользователь добавлял в избранное или корзину.
* **Сезонные и праздничные распродажи**: Регулярные скидки и распродажи, приуроченные к праздникам и популярным датам (например, Черная пятница, День святого Валентина, Новый год и т.д.).

**3. Быстрая и бесплатная доставка**

* **Субсидирование или бесплатная доставка**: Бесплатная доставка при достижении определенной суммы заказа или в рамках акций. Это особенно привлекательно для покупателей и может увеличить средний чек.
* **Экспресс-доставка**: Введение опции быстрой доставки для самых популярных товаров с доставкой в течение 1-2 дней. Это улучшит пользовательский опыт и повысит уровень доверия.

**Учитывая планы по созданию собственной логистической компании, описанные ниже, данный пункт становится реальной возможностью. Собственная логистическая структура даст нам контроль над затратами и маршрутами, позволит оптимизировать процессы и сделать быструю или бесплатную доставку не только доступной, но и выгодной для маркетплейса.**

11. **Создание собственной логистической компании для маркетплейса**

**Цель**: обеспечить доступную и быструю доставку, снизить затраты на логистику и предложить покупателям более выгодные условия, такие как бесплатная или субсидируемая доставка.

Создание логистической компании, ориентированной на выполнение заказов маркетплейса, позволит значительно улучшить условия доставки и укрепит конкурентные позиции платформы. Основные преимущества этого шага:

1. **Снижение стоимости доставки для клиентов**
	* **Снижение цен на доставку**: Собственная логистическая инфраструктура позволяет оптимизировать затраты, исключая наценки сторонних логистических операторов, и предоставляет платформе гибкость в тарифообразовании.
	* **Бесплатная или субсидируемая доставка**: Сокращение логистических расходов позволяет предлагать бесплатную доставку при достижении определенной суммы заказа или для участников программ лояльности. Это будет привлекать больше клиентов и повышать среднюю стоимость заказа.
2. **Повышение контроля над качеством и скоростью доставки**
	* **Оптимизация логистики**: Собственная компания позволяет контролировать все этапы доставки — от склада до покупателя, включая сортировку, упаковку и транспортировку товаров. Это обеспечивает своевременную доставку и повышает уровень сервиса.
	* **Экспресс-доставка**: Возможность организовать доставку в течение 1-2 дней для популярных товаров. Это привлечет покупателей, которым важно получить товары быстро, особенно в крупных городах.
3. **Развитие собственной логистической инфраструктуры**
	* **Склады и распределительные центры**: Организация складских и распределительных центров в ключевых регионах позволяет быстрее обрабатывать заказы и сокращать сроки доставки. Это улучшит доступность товаров и увеличит скорость обработки заказов.
	* **Пункты самовывоза и постаматы**: Создание сети пунктов самовывоза и установка постаматов в городах и населенных пунктах позволит пользователям удобно забирать заказы, что особенно востребовано на некоторых рынках.
4. **Интеграция логистики с маркетплейсом**
	* **Полная интеграция с платформой**: Внедрение системы трекинга и уведомлений в режиме реального времени для отслеживания статуса заказа. Пользователи смогут видеть, где находится их товар и когда он будет доставлен.

Созданная логистическая компания может стать не только основным оператором доставки для маркетплейса, но и предложить свои услуги внешним партнерам, в том числе другим маркетплейсам, интернет-магазинам и локальным сервисам доставки.

Предоставляя услуги для сторонних маркетплейсов и бизнесов, логистическая компания сможет оптимально использовать свои ресурсы, получая дополнительный доход и снижая операционные расходы. Это повысит эффективность компании, ускорит её развитие и позволит финансировать новые проекты, в том числе улучшение и расширение инфраструктуры для собственного маркетплейса.

**Итог**

Для перехода маркетплейса от стадии MVP к полноценной платформе и подготовки к выходу на международный рынок разработан следующий план:

1. **Интеграция программы лояльности**
Внедрение кэшбека (3% с каждой покупки) и реферальной программы (3% от покупок привлеченных пользователей). Эти программы увеличат вовлеченность и лояльность клиентов, а также привлекут новых покупателей через органические рекомендации.
2. **Интеграция с 1С**
Подключение системы учета и автоматизация процессов через интеграцию с 1С. Это обеспечит синхронизацию бухгалтерии, управление складскими остатками в реальном времени и улучшит точность учета.
3. **Обновление дизайна и оптимизация сайта**
Создание нового, современного дизайна и улучшение производительности сайта. Оптимизация интерфейса улучшит пользовательский опыт, адаптация сайта для мобильных устройств расширит аудиторию, а ускорение загрузки страниц повысит конверсию.
4. **Привлечение китайских поставщиков и перевод сайта-визитки на китайский язык**
Перевод сайта-визитки на китайский язык упростит коммуникацию с китайскими партнерами и улучшит восприятие платформы. Заключение договора с крупным китайским маркетплейсом и создание собственного API для интеграции с их системой позволят регулярно обновлять ассортимент и цены. Достигнуты устные договоренности с логистической компанией, которая обеспечит доставку товаров из Китая, минимизируя сроки и затраты на транспортировку.
5. **Подготовка к выходу на международные рынки**
Завершение всех вышеперечисленных этапов создаст прочную базу для выхода на рынки Казахстана, Узбекистана и России. Планируется разработка межстрановой логистической сети и расширение ассортимента товаров, что обеспечит высокий уровень сервиса для покупателей в разных странах.
6. Доработки

Создание мобильного приложения обеспечит удобный доступ к маркетплейсу с мобильных устройств, особенно на рынках СНГ, где мобильный трафик преобладает. Push-уведомления о скидках, новинках и акциях помогут повысить активность пользователей и их вовлеченность. Внедрение аналитических инструментов и системы персонализированных рекомендаций даст возможность маркетплейсу учитывать предпочтения пользователей, оптимизировать маркетинг и увеличивать конверсию за счет релевантных предложений.

1. Работа с консорциумом, привлечение покупателей и продавцов

Для повышения вовлеченности членов консорциума и укрепления платформы как сообщества, маркетплейс введет программу стимулирования с бонусами для активных участников и прозрачной системой отчетности о распределении доходов. Регулярные онлайн-встречи и доступ к данным о доходах в личных кабинетах консорциума повысят доверие и укрепят чувство причастности. Программа поддержки и обучения членов консорциума с курсами и вебинарами по различным темам позволит участникам развиваться, что создаст более сплоченное и заинтересованное сообщество, содействующее росту маркетплейса.

1. Логистическая компания

**Итог**: Данный план включает все ключевые направления для роста и развития маркетплейса — от улучшения пользовательского опыта до увеличения товарного ассортимента и выхода на международные рынки. Выполнение всех этапов позволит создать устойчивую и масштабируемую платформу, способную конкурировать на региональных рынках, привлекать поставщиков из Китая и обеспечивать высокий уровень сервиса для покупателей в Кыргызстане и за его пределами.