

Интернет-магазин в Иркутске: как выйти на оборот в 11 миллионов

Ответственный по внешней социальной политике ТГ «Восток Косметик» и стратегический управляющий Irmag Игорь Хаметов о настоящем и будущем интернет-магазина.

В 2002 году в иркутской компании «Восток Косметик» впервые задумались о создании интернет-магазина. «Эту идею мы привезли из Москвы, — рассказывает Игорь Хаметов, — но, проанализировав местный рынок, поняли: рано. Да мы и сами еще не были готовы». Компания открывала офлайн-магазины, отгружала товары заказчикам и параллельно разрабатывала новые складские технологии. Год от года рос уровень автоматизации, позволяя быстрее и качественнее обрабатывать заказы.



К идее интернет-магазина вернулись в 2008 году. «Компании интересно работать в сети. Мы экономим деньги на продавцах, торговых площадях. Имея интернет-магазин, мы можем дополнительно зарабатывать».

Сегодня посылки от Irmag получают не только в столице Приангарья. Жители Москвы, Екатеринбурга, Сочи и других городов России покупают товары в иркутском интернет-магазине. «Иногда приходят очень странные заказы, — рассказывает Игорь Хаметов, — например, москвич просит привезти ему стельки для обуви. Мы объясняем, что находимся в Иркутске, что доставка дорогая. А он в ответ: может оно и так, но в Москве этих стелек не найти». Не найти, потому что город очень большой, а если живешь в центре, то поблизости только бутики, кафе и рестораны.

«У нас город маленький, и ты знаешь почти все магазины. Ты выпитал с молоком матери, что если надо найти какую-нибудь фигню, которая странно называется, поезжай на Свердловский рынок, ты по любому ее там найдешь. В больших городах нет Свердловского рынка».

Чтобы региональному интернет-магазину получить столичного клиента, надо оказаться в топе поисковой выдачи по его запросу. А это не так-то просто. И тем не менее число заказов из других регионов можно нарастить, снизив минимальную сумму покупки (сейчас она равна трем тысячам рублей), но Irmag не идет на это сознательно. «Можем просто не справиться с теми объемами, которые на нас упадут. Мы нацелены на постепенное развитие», говорит стратегический управляющий магазина.

Ангарск не сдастся, он — не готов

Сейчас все силы компании брошены на увеличение онлайн-продаж в Иркутске, Шелехове и Ангарске. «Во-первых, рекламировать товары и продвигать интернет-магазин здесь проще, чем в других регионах. Во-вторых, мы видим огромный потенциал роста и почти не чувствуем конкуренцию». Наиболее ощутимо

соперничество в онлайн-торговле детскими товарами, говорит Игорь Хаметов. Главные конкуренты в сегменте бытовой химии и средств личной гигиены — web-представительства торговых сетей. Декоративную косметику вообще мало кто продает через интернет.

С самого начала работы Irmag растет за счет привлечения клиентов из офлайна. Но рекламирует свои услуги следуя золотому правилу: интернет-магазин должен рекламироваться только в интернете. Благо инструментов для продвижения в сети достаточно. Правда, работают они не везде.

«Ни «Класс Маркет», ни мы не можем найти ключ к жителям Ангарска, — делится насущной проблемой Игорь Хаметов. — Мы уже, кажется, все перепробовали, но такого роста, как в Иркутске там нет. Скорее всего, город до сих пор не готов. Похожая ситуация была в Иркутске три-четыре года назад».

Город не готов до тех пор, пока у большей части его жителей сохраняется привычка покупать в определенном месте: в магазинчике на первом этаже своего дома, например. Еще одно препятствие для развития онлайн-торговли уверенность покупателей, что в интернете их обязательно обманут. «В Иркутске это практически отмерло, — говорит Игорь Хаметов. — Я уже не знаю людей, которые принципиально не заказывают товары в интернет-магазине. Старшее поколение — да. А вот иркутяне в возрасте от 22 до 37 лет активно покупают и в местных, и в столичных, и в зарубежных интернет-магазинах».

Край ссыльных

Впрочем, Иркутск тоже не так-то прост. Горожане хоть и привыкли к онлайн-магазинам, но культурой покупок в сети еще не прониклись. Самая большая проблема — доставка. «Люди думают, что они единственные у нас заказывают товар и мы можем их ждать целый день, или подъехать именно в тот промежуток из 10 минут, когда им удобно». Процентов на 50 готова система, которая поможет операторам и курьерам быстро подстраиваться под клиентов. Пока она не готова, скучать работникам Irmag не приходится.

Есть у Иркутска и другие особенности, которые просто так не объяснишь. По опыту в Irmag поняли, что здесь не работают проверенные московские инструменты. Например, ретаргетинг.

«Везде им повально занимаются, и только в Иркутской области ретаргетинг не работает. Почему? Потому что «достали вы с этими объявлениями. Я ушел с сайта, не хочу я больше видеть этот товар, зачем вы мне его показываете!» Это наше отношение. Больше никто так не относится. Не знаю, может у нас какое-то прозрение вселенское. У нас не работает подарок за друга. Я всем всегда говорю, у нас край ссыльных, с нами тяжело».

Многие производители приезжают в Иркутск и не понимают, почему их продукция здесь не продается, — продолжает Игорь Хаметов. — Они говорят: мы проехали по вашему городу, посмотрели объем рынка нашего товара. Объем рынка в вашем городе мы оцениваем в три миллиона рублей, а продаём 300 тысяч, почему? Я всем отвечаю: потому что у нас край ссыльных и вы со своими американскими и московскими инструментами здесь продавать не сможете».

Проверено: самый эффективный способ увеличить продажи в Иркутске — сарафанное радио. 80% новых клиентов приходит в Irmag «по сарафанке».

Как «включить» сарафанное радио?

Очень просто. Заказы комплектовать качественно, доставлять быстро; покупателям не грубить, на вопросы отвечать оперативно. «Всем известно, каждый клиент важен. А мы поставили себе цель сделать суперсервис, — говорит Игорь Хаметов. — Как это у нас получается, пусть оценивают клиенты. Но мы стараемся быть лучшими».

Не всегда получается быть лучшими в ценах. Конкуренты отслеживают ценовую политику магазина, реагируют на акции и часто копируют их. Кстати, успехи Irmag оценили не только клиенты из других регионов,

но и коллеги: команды интернет-магазинов из Улан-Удэ и Владивостока приезжали в Иркутск обмениваться опытом. Но чаще идеи воруют без спроса.

«Нашу фишку «простотак» уже половина интернет-магазинов использует, — не без удовольствия рассказывает Игорь Хаметов. — Немногие понимают ее принцип: обещают клиентам за все заказы больше двух тысяч рублей «гарантированный простотак».

Но суть акции именно в том, что подарки дарятся каждому клиенту просто так, при этом ни мы, ни клиент не знаем, что он получит. Есть фонд, из которого система случайно выбирает подарок. Один человек может сделать крупный заказ и получить салфетки, а другой — купить минимум и получить крем за 500 рублей. Как вы думаете, он кому-нибудь о нашем магазине расскажет? Так и работает сарафанное радио».

Другое дело, некоторые товары в принципе тяжело продавать в сети, например, декоративную косметику. «Покупка новой помады или туши не одно и то же с покупкой стирального порошка, например, который хозяйки берут исходя из своего опыта. Чаще всего женщины идут в магазин за косметикой чтобы испробовать ее», — поясняет Игорь Хаметов.

Тенденция сегодняшнего дня: женщины пополняют косметичку на основе отзывов в соцсетях, на профильных сайтах типа sponzhik.ru и сайте самого магазина, конечно.

Про блог: нагреть до 600 градусов

В 2014 году Irmag открыл на субдомене блог. Это небольшой сайт, где покупательницы магазина могут писать статьи о том или ином товаре, по сути — площадка для развернутых отзывов. Создавая блог, Irmag рассчитывал решить проблему нехватки информации у покупательниц, и, решив ее, привлечь новых клиентов.

Дело в том, что у женской аудитории Irmag время от времени возникают специфические вопросы при выборе товара. Например, совпадает ли цвет лака на фото с реальным, и нет ли в составе губной помады опасных ингредиентов.

«Это же паранойя последнего времени, — с улыбкой рассказывает Игорь. — Недавно покупательница нашла в товаре, отмеченном на сайте как экологически чистый, ингредиент, который по некоторым исследованиям выделяет фенол и вызывает кожные поражения. Я был на производстве в компании-производителе, знаю, что ей можно доверять, поэтому решил разобраться сам. Нашел спорный ингредиент. Он действительно выделяет фенол, но при температуре 600 градусов с добавлением серебряного катализатора. В эти условия крем никогда в жизни не попадет!»

Разбираться в сложных составах будут сами пользователи на страницах блога, думали в Irmag. Но желающих писать оказалось немного. Хотя посты появляются регулярно. Еще в Irmag рассчитывали, что из блога читатели будут переходить на страницу покупки. Но и эти ожидания не оправдались, а со временем в компании поняли, неважно, покупают с блога или нет: большинство его посетителей уже клиенты магазина. Они читают статьи, заходят на сайт, оставляют товар в «избранном», а купить могут через полгода.

Поэтому сегодня блог интересен Irmag как ресурс с дополнительной информацией и инструмент для работы с производителями. Последние, кстати, очень удивились изобретательности иркутян: так свой бизнес продвигают пока только на западе России.

В среднем каждый день на субдомен Irmag заходит чуть меньше тысячи человек.

«Блогу всего год. Когда интернет-магазину был год, он тоже был не очень. Что будет через пять лет с блогом мы и представить боимся, если не забросим, не устанем, не психанем».

Невыполнимый план

С недавнего времени сайт irmag.ru расположен на собственном сервере. Дорого, зато удобно: выдерживает критические нагрузки, которые неизбежны при сверке баз данных интернет-магазина и дистрибьютера; можно настраивать как угодно и когда угодно. Веб-сайт поддерживает два программиста, сервер — сисадмины «Восток Косметик».

После перевода на свой сервер сайт стал работать быстрее, реже «падать». Суточная посещаемость irmag.ru — 5-6 тысяч хостов в сутки, конверсия — 7-8%. Но эти цифры ни о чем не скажут, если не знать реальные объемы продаж. А они, говорит Игорь Хаметов, ни от кого не скрываются.

«Часто интернет-магазины включают в объем продаж заказы, принятые по телефону, но это не интернет-продажи, это продажи интернет-магазина. Мы же говорим именно об интернет-продажах — объеме покупок, сделанных через интернет-магазин. И мы категорически против заказов по телефону. Это отнимает очень много времени у наших операторов, снижает их производительность».

План на сентябрь — продать товаров на 11 800 тысяч рублей — был выполнен. В отличие от предыдущих нескольких месяцев. Предпоследний раз Irmag выполнял план в январе 2015-го.

«Ситуация на рынке нестабильная. Выставляя планы, мы ориентируемся на продажи прошлых месяцев и лет. Чаще всего на их выполнение нам не хватает одного-двух дней. Как правило, это связано с внешними факторами: например, выпал внеочередной нерабочий день, праздник, выходные оказались неожиданно теплыми. Ситуация меняется, проследить это сложно. И, конечно, мы вместе со всей страной ощущаем кризис».

Тем не менее относительно прошлого года объем продаж Irmag вырос вдвое. Только никак не удастся побить рекорд декабря 2014-го, когда люди в панике избавлялись от дешевающих денег. Тогда Irmag продал товаров примерно на 16 млн рублей. «В декабре мы эту цифру побьем, но до декабря до нее не доберемся», говорит Игорь Хаметов.

Болеем к счастью

На вопрос, что будет с торговлей в интернете через 5-10 лет, Игорь отвечать отказывается. Говорит, срок для прогнозирования — нереальный.

«Вы бы у меня пять лет назад спросили, сколько у Irmag будет объем продаж сегодня. Я бы вам сказал миллиона три, не больше. Последние три года ситуация была стабильная, можно было проанализировать и примерно понять, что будет через 10 лет, а сейчас рынок то падает, то растет и прогнозировать крайне сложно даже на месяц вперед».

И тем не менее управляющий интернет-магазина Irmag смотрит в будущее с оптимизмом. Он уверен, в регионе строить современный прибыльный бизнес в интернете можно. Как и в любом деле, главное — ответственное отношение к работе. Фирменные секреты Irmag: стремление к уникальности, сплоченная команда и руководитель, который «болеет» за свое дело.

«Не сотвори себе кумира. Я, вроде, руководитель, но всегда и везде отвечаю на вопросы клиентов (даже в 12 часов ночи, даже во ВКонтакте), всегда помогаю сотрудникам, нахожу и сам исправляю ошибки на сайте. Хотя продажи онлайн — не мой профиль, лет пять назад мне стало это интересно. И вот результат!»

Впрочем, одного «большого» недостаточно. Чтобы работа шла, важно отношение всей команды. Как только появляется человек, который где-то недорабатывает, система ломается, уверен Игорь Хаметов. «Все хорошо отработали: оператор вежливо поговорил, склад отлично собрал, упаковал и курьер, какой-нибудь гадец попался, нахамил. Все насмарку! Поэтому каждый член команды должен понимать свою ответственность. Мотивацию сотрудников можно повысить искусственно, но без болезни работой ничего не получится. Мы, к счастью, болеем интернет-магазином Irmag, все».

Автор: Виктория Федосеенко © SmartBabr НАУКА И ТЕХНОЛОГИИ, ИНТЕРНЕТ И ИТ, МИР 👁 5314
12.10.2015, 13:35 📄 15

URL: <https://babr24.com/?ADE=270332> Bytes: 13424 / 13002 Версия для печати Скачать PDF

👍 Порекомендовать текст

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com



Автор текста: **Виктория Федосеенко**, журналист.

На сайте опубликовано **1274** текстов этого автора.

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](#)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24_link_bot](#)

эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)