

Как за 2–3 месяца на Wildberries сделать 1 млн RUB чистыми?

Сезонный товар — это «быстрый миллион» без лотереи, и с предсказуемым результатом! Согласны? Я раньше тоже сомневался, а потом попробовал, и понял что зря! Меня зовут Владислав Буздалин. Я эксперт по Wildberries. Мне всего 24 года, но я уже помог более 50 брендам хорошо заработать на маркетплейсах.

Если вы

начинающий селлер

или предприниматель с опытом продаж на Wildberries,

но хотите зарабатывать больше, то вам **стоит потратить 10 минут, чтобы узнать очень важную и полезную информацию.** Вдруг именно она изменит вашу жизнь, по крайней мере, вашу маржу.



Ниже пойдет речь о том:

- **Какие проблемы мешают зарабатывать новичкам и «продавцам-неудачникам»?**
- **Почему решение проблем не избавляет от проблем?**
- **В чем заключаются плюсы и минусы сезонных товаров?**
- **Что такое «6-шаговая модель Владислава Буздалина»?**
- **Как заработать миллион на елках, женских рюкзаках и видеорегистраторах?**

Но начну с честной истории о том, как из обычного человека я стал классным продавцом. А также расскажу о неудачах, которые сделали меня сильнее!

Честная история: как я прошел путь от «нормального человека» до селлера с миллионными оборотами?

Как любой нормальный человек, прежде чем начать свое дело, я решил пройти недорогое обучение по основам работы на Wildberries. Я считал, что таким образом пойму, куда двигаться и смогу обойти грабли, которые, как капканы, ждут молодого коммерсанта на каждом бизнес-процессе.

Так я нашел выгодный курс (в смысле, один из самых бюджетных) всего за 29.900 RUB. Довольный своим предпринимательским чутьем, которое помогло мне выбрать «самый выгодный курс», я начал учиться. По началу все было прикольно: новизну я принимал за экспертность и точно верил, что еще несколько уроков — и про меня снимут фильм «Волк с Уолт-Wildberries».



Но, чем дальше продвигалось обучение, тем больше я переживал дежавю. Будто что-то подобное уже происходило со мной. И потом я понял, что это обучение напоминает школу, где обучение было самоцелью. Неважно, зачем, главное — учиться, учиться и еще раз учиться.

«По началу все было прикольно: новизну я принимал за экспертность и точно верил, что еще несколько уроков — и про меня снимут фильм “Волк с Уолт-Wildberries”».

Владислав Буздалин

Этот негативный опыт не стал моим тормозом, наоборот, как говорил один итальянец:

«Неудача — это первая ступень к успеху».

После пройденного курса я сделал **2 судьбоносных заключения:**

1. **Дешевые курсы** — это не выгодное вложение, а деньги на ветер!

2. Учеба без практики — просто приятное времяпрепровождение и больше ничего.

Конечно, одних выводов мало для успеха. Нужно было действовать.

**Но как поступить,
если денег нет,
а учиться нужно?!**

Я думал и решение пришло:

Надо идти работать «на дядю»!

Брать меня особо никуда не хотели, но я не сдавался и все-таки устроился менеджером в молодую компанию, которая занималась сопровождением и развитием магазинов на Wildberries.

8 фактов об эксперте Владиславе Буздалине

- 1.** Руководитель отдела внешнего развития в компании Market profi, которая занимается прокачкой селлеров на маркетплейсах.
- 2.** «С нуля» построил отдел продаж в 100 человек.
- 3.** В качестве руководителя отдела аналитики участвовал в ведении около 50 брендов. Обороты на разных этапах достигали более 10 млн RUB/месяц.
- 4.** Лично вел 3 бренда. Оборот по самому большому из них — 2.5 млн RUB/месяц.
- 5.** В 2022 году потратил на обучение больше 200 тыс. RUB.
- 6.** Организовал подключение компании к технологическому партнерству OZON (*Техпартнеры — сертифицированные Ozon компании, которые помогают продавцам с выходом на маркетплейс и дальнейшим развитием магазина на площадке*).

7. Самый быстрый миллион на бренде — 2 месяца (елки).

8. Один из лекторов курса WB с компанией «СКБ Контур».

*Там я работал, как ломовая лошадь по 12 и более часов в день, а взамен получал **месячное вознаграждение в размере...***

около 30 тыс. RUB.

Снова эта цифра появилась в моей жизни (помните, примерно столько я заплатил за курс по Wildberries), но за одной и той же цифрой уже стоял абсолютно другой смысл. Теперь я проходил самые дорогие и практичные курсы в своей жизни, ведь за них я платил своим временем, т.е. своей собственной жизнью.

С этой ступеньки началось мое восхождение по карьерной лестнице и в течение нескольких лет

от простого менеджера

я дошел

до руководителя отдела крупной компании,

которая занимается прокачкой селлеров на маркетплейсах.

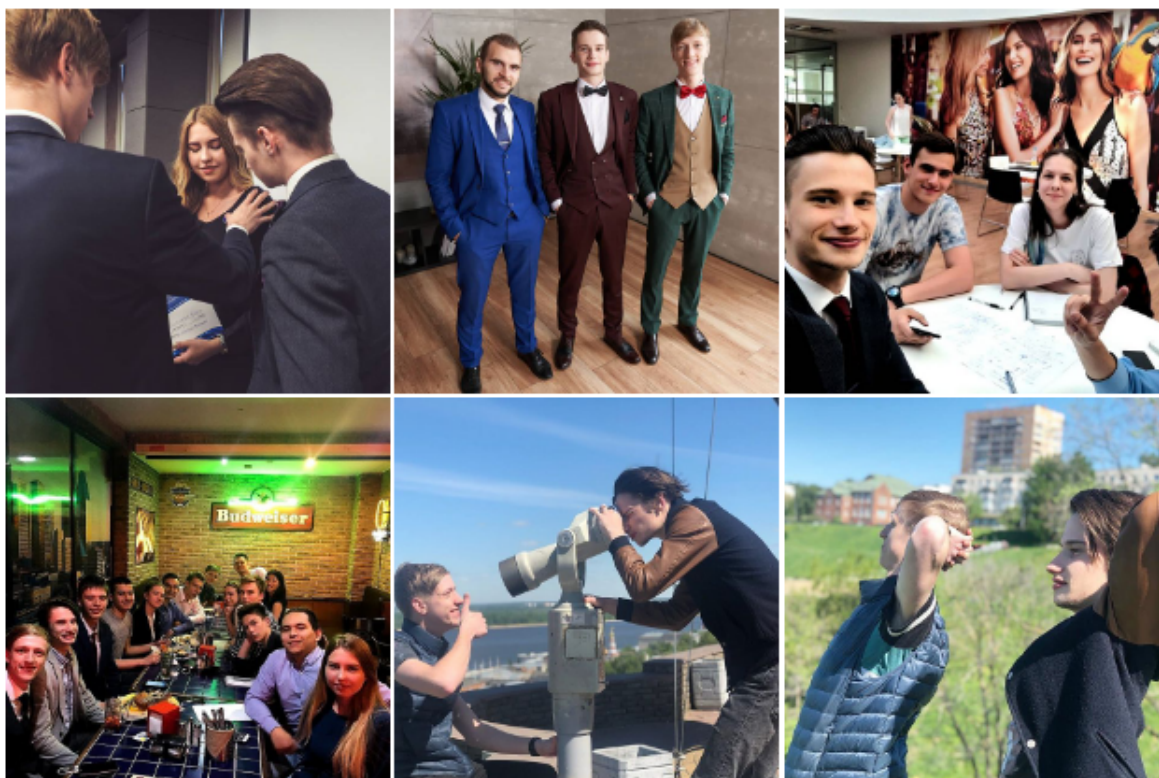
Также у меня есть свой магазин на Wildberries. Однако оглядываясь назад, я понимаю, что именно двухмесячная учеба «на дядю» сделала меня тем, кем я являюсь сегодня.

1 плохой + 2 хороших кейса

Сегодня я эксперт с большим послужным списком клиентских побед (не кичусь, а констатирую факт). По состоянию на 2023 год я помог уже более 50 брендам и селлерам завоевать свою нишу на Wildberries. По некоторым брендам проекты вел лично, с некоторыми брендами работал в команде в качестве руководителя отдела аналитики.

Более того, продолжаю развивать собственный магазин. Оборот по нему составляет около 100 тыс. RUB/месяц. Здесь отмечу, что он используется, по большей части, для тестирования гипотез. Таким образом, за «косячные идеи» я расплачиваюсь из собственного кармана, а не пытаюсь переложить эти расходы на клиента.

Такой честный подход — залог финансового успеха не только клиентов, но и моего. В свои 24 года я зарабатываю порядка 200 тыс. RUB/месяц. Половину — на собственных продажах, половину — за счет наставничества и помощи другим бизнесам. Также у меня остается время на друзей и отдых.



Кроме качественного результата, я умею работать на скорость. Не зря **мой конек — сезонные товары**. Самый быстрый миллион я сделал за 2 месяца — на елках, и за 3 месяца — на видеорегистраторах. Однако победы были не всегда...

«Плохой кейс» по женским костюмам

Мы классно стартовали. У нас был хороший товар. Мы упаковали кабинет и начали продвижение. Пошли первые продажи. Причём, очень хорошо пошли, а потом

БАЦ!

И посыпались негативные отзывы один за другим. Оказалось костюмы были сшиты по кривым лекалам, но это был не наш косяк, а собственника. Ему не хватило опыта определить качество товара. С виду он был хороший, а по пошиву оказался не очень. Что интересно, потом с этим клиентом мы продолжили работать, но уже с другим товаром и все получилось хорошо.

«Самый быстрый миллион я сделал за 2 месяца — на елках,
и за 3 месяца — на видеорегистраторах.
Однако победы были не всегда...»

Владислав Буздалин

Рюкзаки на 3 млн RUB

Этот бренд долгое время вел другой аналитик. Оборот был хороший около 900 тыс. RUB/месяц. Потом бренд достался мне. Я немного докрутил настройки, оптимизировал SEO и в следующий месяц продажи были уже 3 млн RUB. Так небольшая донастройка может увеличить оборотку в 3 раза.



Елки-палки, или полмиллиона за 2 месяца

«Стандартный кейс» с прогнозируемым результатом. Подготовили кабинет, раскрутили за счет самовыкупов. Продажи увеличивались каждую неделю в 3-4 раза. Получилось распродать все. Клиент остался доволен и дальше стал развиваться самостоятельно.

ЕЛКА ПУШИСТАЯ С ИНЕЕМ И ШИШКАМИ **ХИТ ПРОДАЖ**

НЕ ОСЫПАЕТСЯ
ЛЕГКАЯ СБОРКА
БЕЗ ЗАПАХА
ПОДСТАВКА В КОМПЛЕКТЕ

210см
215 ВЕТВЕЙ

Цент: зеленый, темно-зеленый

Дополнительная информация

Вес с упаковкой (кг)	4.8 кг
Количество ветвей	215 шт.
Ширина упаковки	19 см
Высота упаковки	75 см
Длина упаковки	19 см

Все характеристики

Все товары Green vibe >
Все елки Green vibe >
Все елки в категории >

589 товаров продано
0.6% товаров с браком
1 год и 6 мес на Wildberries

Нет в наличии
В избранное

История цены от 803
31.10.2021

Что мешает продавать?

Ответ на этот вопрос ищут все: от новичков-селлеров до «акул продаж на маркетплейсах». Об этом написаны гигабайты постов и лонгридов, созданы сотни чатов, где ведутся круглосуточные баталии о монстрах, пожирающих продажи. Если кратко описать все эти дискуссии, то они сводятся к

8 проблемам, которые крадут продажи!

Умный продавец, еще не купив товар, уже прокручивает у себя в голове сюжеты, которые могут произойти с ним в ближайшее время. Прокручивая ситуацию, он пытается предугадать риски. А они ждут его, как **«крадущийся тигр, затаившийся дракон»** чуть ли не за каждым поворотом логистической цепочки.



В мыслях селлер уже летит в Китай, чтобы за 3 дня найти надежного поставщика, купить у него классный товар и организовать быструю доставку в свой город. Кто поопытнее, понимает, что это лишь небольшое прокручивание вперед... всего лишь легкий скрип «адского колеса», которое скоро закрутит жизнь бизнесмена в «бараний рог».

Пока товар в пути, нужно найти склад, договориться с подрядчиком по доставке, **собрать «маркетинговую команду»**:

- **фотографа (видеографа)** для съемки товара,
- **дизайнера**, который обработает фотки,
- **копирайтера**, чтобы написать цепляющий текст,
- **таргетолога** для настройки рекламы,

- **контент-менеджера**, который будет администрировать магазин.

Более того, когда товар придет, его нужно «встретить», промаркировать, а также упаковать по правилам «вишневых»...

«Кто поопытнее, понимает, что это лишь небольшое прокручивание вперед... всего лишь легкий скрип “адского колеса”, которое скоро закрутит жизнь бизнесмена в “бараний рог”».

Владислав Буздалин

На этот «фильм ужасов» сложно настроиться, но как много людей, читающих этот текст, зайдут дальше своих мыслей? Как много хотя бы начнут анализировать товарные категории или продавцов с целью определения «бомбического» товара? Я даже не говорю о тех, кто все-таки рискнет и пройдет весь этот путь.

А раз так, то напрашивается один вопрос:

в чем же заключается главная проблема?

Правильно!

Она — в голове!

Как говорил, Антон Павлович Чехов: *«Нужно по капле раба выдавливать из себя раба»*. В случае работы с маркетплейсами «ментальное рабство» имеет следующие проблемы:

Проблема	Решение
Плохой товар	Проанализировать категорию и понять чего хотят клиенты. Только после этого искать

	хороший товар.
Трудоемкая доставка	Найти логистическую компанию, которая доставит товар.
Неправильный анализ конкурентов	Использовать сервисы аналитики. Например, Mpstats, Marketguru, moneyplace и т.д. Также нужно иметь понимание метрик, сезонности и ценовой сегментации. В этом вопросе можно прокачаться с помощью наставника или за счет обучения.
Плохой дизайн карточки	Обучиться инфографике или нанять дизайнера.
Нехватка бюджета	Составить и обосновать детальную стратегию развития бренда на квартал.
Нет бюджета	Не выходить на маркетплейс или найти инвестора.
Штрафы	Работать по ofercie маркетплейса и быть внимательным. Самые частые штрафы дают за самовыкупы, нарушение правил поставки и за использование чужого товарного знака.
Нет маркетингового плана	Провести тесты рекламы, проверить различные связки товаров. Обязательно добавить план в общую стратегию и выделить на него бюджет.
Тест работает, а товар не продается!	«Классическая стратегия» теста товара (купил 50 шт, продал и сделал выводы) сейчас не работает, потому что не показывает объективный спрос на товар и его потенциал. В практике эксперта бывали случаи, когда тест казался успешным, а в реальных продажах были потери около 100 тыс. RUB. Сейчас подбирать товар нужно с помощью аналитики и сразу же запускаться. При этом, должен быть хороший бюджет.

Решение проблемы — это еще одна проблема!

В то же время я считаю, что лучше не решать проблемы, а изначально работать по правильному алгоритму.

**Т.е. иногда лучше перезапустить кабинет,
чем тушить пожары проблем!**

Моя авторская схема представляет собой дорожную карту, которая ведет бизнес из точки А в точку В по наиболее безопасному маршруту.

«Правильная стратегия —
это наиболее безопасный путь движения бизнеса
из точки А в точку Б».

Владислав Буздалин

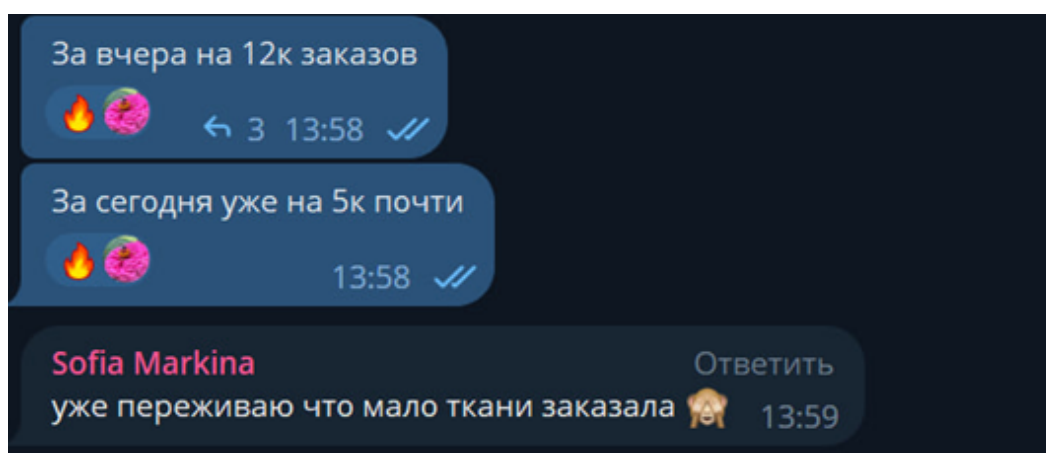
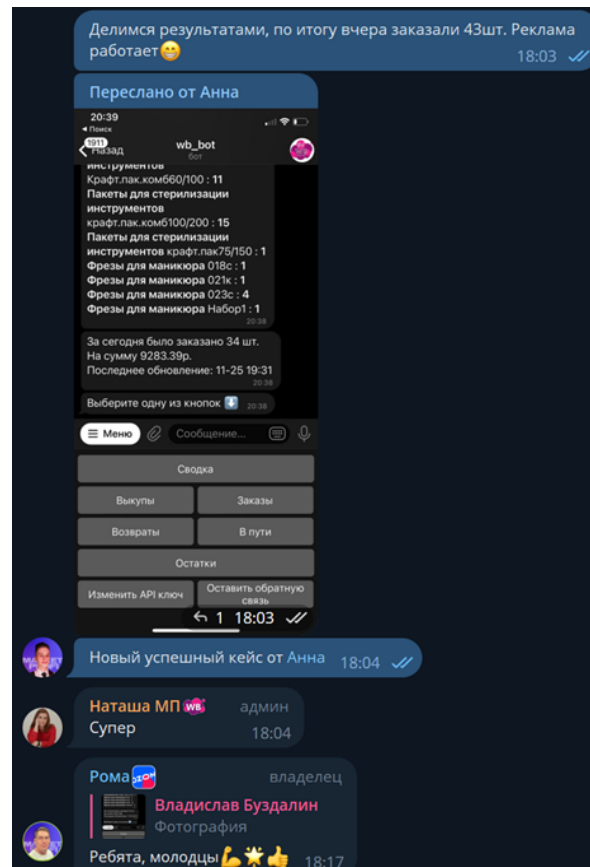
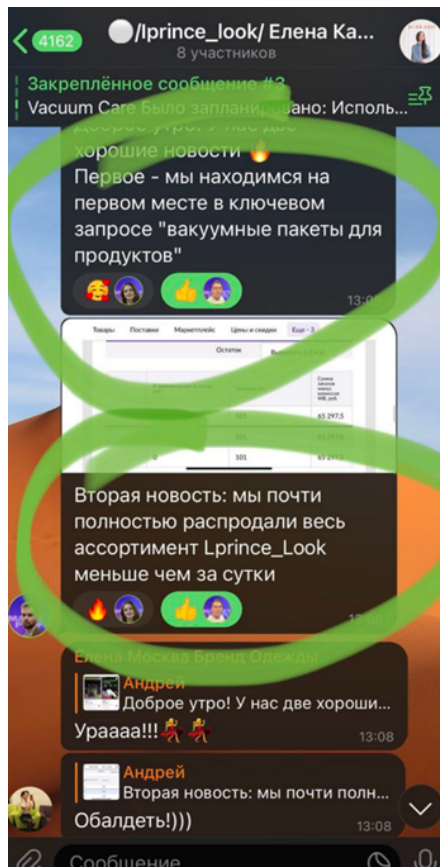
Своим клиентам я предлагаю простую **6-ступенчатую систему**, которая состоит из следующих шагов:

1. Целеполагание и анализ
|
2. Выбор товара, производителя и подрядчиков
|
3. Составление маркетингового плана
|
4. Проработка общей стратегии
|
5. Запуск проекта
|
6. Масштабирование продаж

Сила этой стратегии заключается в том, что она:

А. Практична — я не придумал ее в своем кабинете, а нашел, как мореплаватели находят новые материки;

Б. Эффективна — этот подход уже проверен на нескольких десятках бизнесов, чем и доказана его эффективность.



Как заработать миллион на примере видеорегистратора?

Наконец-то мы подошли к одному из самых интересных моментов, а именно возможности посмотреть, каким образом я создавал и реализовывал свою 6-шаговую стратегию.

Один из самых быстрых миллионов на сезонных товарах я сделал на видеорегистраторах. Сейчас расскажу, как это было:

ВИДЕОРЕГИСТРАТОР

ГАРАНТИЯ БЕЗОПАСНОСТИ НА ДОРОГЕ

1080
FULL HD

НОЧНАЯ
СЪЕМКА

ЗАПИСЬ
С 2 КАМЕР

ДАТЧИК
УДАРА

ЦИКЛИЧЕСКАЯ
ЗАПИСЬ

**СЕРВИС
ПОДДЕРЖКИ
В ПОДАРОК!**



1. Целеполагание и анализ

Нашей задачей было найти наиболее быструю и маржинальную товарную категорию, чтобы в максимально короткий срок сделать хорошую выручку. Вместе с командой остановились на

автомобилей. Сразу проанализировали саму категорию, а потом и конкурентов в Mrstats.

При анализе обращали внимание на такие метрики как соотношение товаров и продаж, а также ценовую сегментацию. Первая метрика дает представление о спросе. Вторая — понимание сколько продавцов продают по одной и той же цене, а значит, в какой ценовой сегмент нужно целиться.

2. Выбор товара, производства и подрядчиков

По итогу остановились на видеорегистраторах-зеркалах с камерой заднего вида. После этого обратились в логистическую компанию, вместе подобрали производство на китайском сайте поставщиком 1688, созвонились с байером (торговым агентом) и оформили заказ.

3. Составление маркетингового плана

При разработке плана просчитывали экономику, думали над УТП (уникальным торговым предложением), решали какими должны быть визуальные креативы, прорабатывали боли клиентов и мн. др. По итогу мы составили план и определили бюджет. Он составил 500 тыс. RUB.

4. Общий план

Определяемся с базовой стратегией: органика или самовыкуп? Нужна ли внешняя реклама? В случае с видеорегистраторами решили, что начинаем с самовыкупов и далее двигаемся через внутреннюю рекламу. Отмечу, что заблаговременное продвижение позволило к началу сезона выйти на первую страницу, поэтому мы были в более выгодном положении, чем конкуренты. Плюс у нас был классный визуал и выгодная цена.

Кроме маркетинговых вопросов, продумали организационно-логистические моменты: сколько товара нужно и какого числа он должен оказаться уже на маркетплейсе.

Также составили план продаж, основанный на аналитике. В будущем будем его корректировать с учетом статистики по реальным заказам/продажам, скорости продаж и распределения по складам. Изначально решили, что хотим продавать по 50 видеорегистраторов в месяц.

5. Запуск проекта

В положенный день мы встретили товар. Отмечу, что доставка с Китая работает хорошо, но стоит учитывать срок, в среднем это 25-35 дней. Сделали маркировку и упаковку, а потом завезли его на один из складов «вишневых». После чего стали двигаться согласно плану, корректируя его по ситуации. В первый месяц мы смогли заработать порядка 100 тыс. RUB.

6. Масштабирование

Масштабирование мы начали очень быстро, потому что продажи шли хорошо. Для этого мы решили закупить еще одну партию в 300 ед. и вложиться в рекламу.

К сожалению, даже «идеальные схемы» подходят не всем. Селлеры, которые любят играть в «простую арифметику» — вложил 100 тыс. получил 10 млн через 3 месяца — не смогут заработать по 6-шаговой модели. Как и те, кто не хочет учиться, меняться и много работать.

Бывают ситуации, когда с этим все в порядке, но нет бюджета. В таких случаях вариант один — надо заработать денег, а потом выходить на маркетплейс. Такова жестокая реальность «невыносимой легкости бытия»!

«Даже «идеальная схема» по запуску и продаже товара подойдет не всем. И проблема здесь не в схеме...»

Владислав Буздалин

Почему выгодно продавать сезонные товары?

Основная фишка сезонного товара — это возможность заработать «быстрый миллион», при этом не нужно играть в лотерею. Здесь реально спрогнозировать результат. Ведь, несмотря на растущее многообразие товаров, **сущность работы с сезонными товарами сохраняется уже долгие годы**. Здесь важно понимать тренды, не проспять сезон и знать о других нюансах сезонных товаров.



По поводу трендов есть свежий пример. После выхода фильма «Чебурашка» на маркетплейсах произошел большой бум — повышенный спрос на игрушки Чебурашки. Кто успел воспользоваться этим трендом, тот неплохо заработал!

В остальном сезонные товары стабильны из года в год. У них все те же минусы и плюсы:

Особенности сезонных товаров

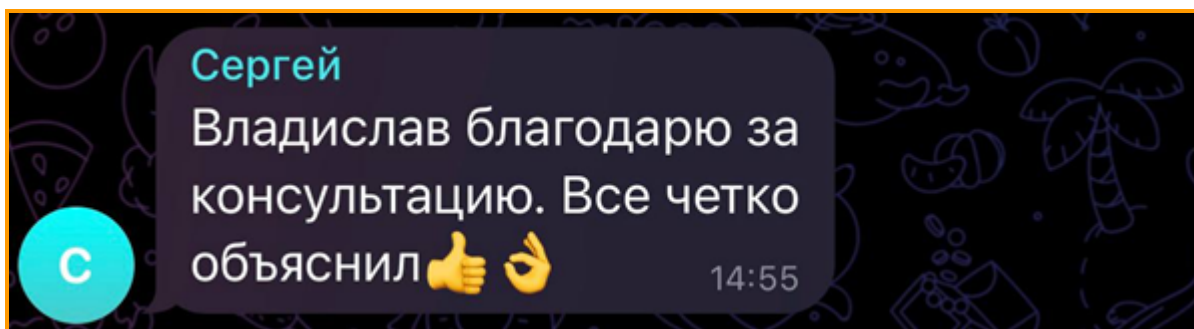
Преимущества	Недостатки
1. Высокий доход в короткие сроки. 2. Предсказуемые периоды сезона. 3. Чем выше сезонность товара, тем ниже конкуренция. 4. Хорошая маржинальность.	1. Высокий риск заморозки средств. 2. Товар продается преимущественно в определенный сезон. 3. Нужно иметь опыт сезонных продаж. 4. К сезону заранее нужно готовиться.

Итак, **время — подвести итоги** и рассказать еще об одном

ВАЖНОМ И ВЫГОДНОМ ПРЕДЛОЖЕНИИ!

1. **Дешевые курсы без практики** — это не выгодное предложение, а мнимая экономия, которая не позволяет двигаться вперед, чтобы хорошо зарабатывать.
2. **Продажам мешают 8 проблем:** от плохого товара до неправильного теста. Решение этих проблем не дает результата, а создает новые проблемы. Единственный выход — изначально работать по правильной схеме.
3. **Шестишаговая стратегия Владислава Буздалина** — не только красиво звучит, но и эффективно работает. Он обкатал ее на нескольких десятках бизнесов с месячными оборотами в 2 и более млн RUB.

**Отзывы о консультации и наставничестве
Владислава Буздалина**



Пузырёва Галина Александровна

16 февраля 2023

Преподаватели - люди с реальным опытом, профессионалы своего дела. Много ценной практической информации, дополнительных материалов. Подача материала доступная, интересно слушать лекторов. Темы поделены на небольшие части, что тоже очень удобно.

-
4. У каждого читателя этого текста уже есть пример на миллион, где показано, как создавалась и реализовывалась стратегия по выводу на маркетплейс видеорегистраторов.
 5. Сезонный товар — это «быстрый миллион» без рискованных лотерей. В то же время это не волшебство, поэтому без бюджета, желания учиться и много работать ничего не получится! Ну, или получится это случайно, но масштабировать результат будет невозможно.

А сейчас важное и выгодное предложение:

Раз вы еще здесь, значит, у вас есть не просто желание что-то менять, а вы уже готовы получить «волшебную таблетку» для своего бизнеса. И такое **БЕСПЛАТНОЕ лекарство** есть у меня. Да, оно не спасет ваш бизнес и даже не сделает его чем-то принципиально другим. Но вы станете лучше спать, болевые

симптомы спадут, а главное, вы поймете какой курс лечения вам нужен.

Что же я предлагаю?

**Бесплатную 60-минутную
консультацию-диагностику.**

После нее вы получите:

- индивидуальный план из точки А (сегодняшнее положение) в точку В (ваш желаемый оборот в будущем);
- а также ответы на все вопросы «как»: не прогореть, масштабироваться и т.д.

Подробности — здесь.

Торопитесь отправить заявку, **на бесплатную консультацию возьму всего 5 человек!**