

Чек-лист готовности к e-commerce

Проверьте, готов ли бизнес к запуску онлайн-продаж: по экономике, команде, процессам, данным, маркетингу и управляемости изменений.

20–30 минут на первичную самооценку	7 зон готовности к запуску	70 баллов максимальная оценка
---	--------------------------------------	---

Как пользоваться чек-листом

Этот документ помогает быстро понять, где e-commerce-проект уже имеет опору, а где запуск может застрять еще до первого пилота. Отвечайте не «как хотелось бы», а по фактам: документам, цифрам, ответственным людям и текущим процессам.

0 баллов нет / не определено / держится на догадках	1 балл частично есть, но не закреплено в системе	2 балла есть, подтверждено фактами и ответственной ролью
---	--	--

Правило оценки

- Ставьте 2 балла только там, где есть конкретный артефакт: расчет, таблица, назначенная роль, регламент, отчет или согласованное решение.
- Если критерий обсуждался, но не закреплен — это 1 балл, а не 2.
- Если ответ «кажется, да» — ставьте 0 или 1. E-commerce плохо запускается на ощущениях.

Паспорт самооценки

Компания	
Заполняет / роль	
Дата	
Приоритетный канал	сайт / маркетплейс / B2B-портал / гибрид
Количество SKU для пилота	
Главная цель запуска	

Экономика и unit-модель

Цель зоны: понять, может ли e-commerce быть каналом прибыли, а не красивой витриной с отрицательной маржей.

№	Критерий готовности	Оценка	Комментарий / факт
1	Посчитана валовая маржа по SKU-кандидатам с учетом скидок, логистики, комиссии площадок и рекламных затрат.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
2	Определены 10-15 SKU для первого пилота: есть спрос, маржа, наличие и понятная упаковка.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
3	Зафиксирован допустимый бюджет теста и горизонт оценки результата.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
4	Рассчитана точка, при которой пилот считается экономически осмысленным.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
5	Есть сценарии: базовый, осторожный и оптимистичный; решение не зависит от одной красивой гипотезы.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	

ИТОГОВЫЙ БАЛЛ:

Стратегия и роль e-commerce в бизнесе

Цель зоны: понять, зачем компании онлайн-канал: продажи, тест гипотез, бренд, данные о клиенте или снижение зависимости от текущих каналов.

№	Критерий готовности	Оценка	Комментарий / факт
1	Сформулирована управленческая цель e-commerce: рост выручки, тест спроса, D2C, B2B-портал, поддержка дилеров или другой сценарий.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
2	Определена роль e-commerce относительно существующих каналов продаж.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
3	Понятно, какой формат запуска нужен первым: сайт, маркетплейс, B2B-кабинет, лендинг/мини-магазин или гибрид.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
4	Есть критерии Go / No-Go после пилота и понятные условия масштабирования.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
5	Собственник и топ-команда одинаково понимают, что именно считается успехом первого этапа.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	

ИТОГОВЫЙ БАЛЛ:

Команда и владелец проекта

Цель зоны: убрать главный организационный риск — проект без владельца, полномочий и ритма управления.

№	Критерий готовности	Оценка	Комментарий / факт
1	Назначен внутренний владелец e-commerce-проекта с правом собирать решения между функциями.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	

№	Критерий готовности	Оценка	Комментарий / факт
2	Определены роли: маркетинг, продажи, финансы, логистика, IT, контент, производство/продукт.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
3	Согласован RACI: кто отвечает, кто участвует, кто согласует, кто информируется.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
4	У команды есть регулярный проектный ритм: статусы, дедлайны, артефакты и место фиксации задач.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
5	Собственник или CEO готов выделять время на ключевые решения и снятие blockers.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	

ИТОГОВЫЙ БАЛЛ:

Данные, контент и продуктовая матрица

Цель зоны: проверить, может ли продукт продавать себя онлайн без ручного объяснения менеджера.

№	Критерий готовности	Оценка	Комментарий / факт
1	Есть единая таблица SKU с названиями, артикулами, характеристиками, ценами и остатками.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
2	Для пилотных товаров подготовлены описания, фотографии, упаковочные параметры и базовые документы.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
3	Понятны ключевые преимущества товаров для конечного покупателя или B2B-клиента.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
4	Выявлены пробелы в контенте: фото, видео, инструкции, FAQ, сертификаты, rich-контент.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
5	Есть ответственный за актуальность продуктовых данных и контента.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	

ИТОГОВЫЙ БАЛЛ:

Процессы: от заказа до отгрузки

Цель зоны: убедиться, что компания сможет выполнить онлайн-заказ без ручного хаоса и героизма.

№	Критерий готовности	Оценка	Комментарий / факт
1	Описан путь заказа: заявка/покупка, оплата, подтверждение, сборка, отгрузка, доставка, возврат.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
2	Понятно, кто и как обрабатывает заявки из онлайн-канала.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
3	Есть рабочая схема складских остатков и резервирования товара под онлайн-заказы.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
4	Проработаны условия доставки, возвратов, претензий и клиентской поддержки.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
5	Определены точки интеграции: CRM, 1C/ERP, сайт/маркетплейс, аналитика, телефония/почта.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	

ИТОГОВЫЙ БАЛЛ:

Маркетинг, продажи и аналитика

Цель зоны: проверить, есть ли у проекта измеримая воронка, а не просто надежда на трафик.

№	Критерий готовности	Оценка	Комментарий / Факт
1	Определена целевая аудитория пилота и сценарии покупки.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
2	Сформулирован оффер: почему клиент должен купить именно у производителя или официального канала.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
3	Выбраны первые каналы привлечения: поиск, контекст, маркетплейс, email, партнеры, контент или другое.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
4	Настроены базовые метрики: трафик, лиды/заказы, конверсия, САС/СРО, маржа, ROMI/ROAS.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
5	Есть план регулярной аналитики и корректировки гипотез после запуска.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	

ИТОГОВЫЙ БАЛЛ:

Управляемость изменений и риски

Цель зоны: понять, выдержит ли система новый канал без внутреннего сопротивления и распада ответственности.

№	Критерий готовности	Оценка	Комментарий / Факт
1	Выявлены потенциальные конфликты с дилерами, оптовыми клиентами или текущим отделом продаж.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
2	Есть позиция по ценовой политике, чтобы онлайн-канал не разрушал действующую коммерческую модель.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
3	Команда понимает, зачем нужен e-commerce, и не воспринимает его только как дополнительную нагрузку.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
4	Зафиксированы ключевые риски запуска и действия по каждому риску.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
5	Проект разделен на управляемые этапы: диагностика, пилот, оценка, масштабирование.	0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	

ИТОГОВЫЙ БАЛЛ:

Итоговая карта готовности

Перенесите баллы по каждой зоне в таблицу. Максимум — 70 баллов. Сумма не является «оценкой бизнеса»; это индикатор управляемости первого e-commerce-пилота.

№	Зона	Балл	Макс.
1	Экономика и unit-модель		10
2	Стратегия и роль e-commerce в бизнесе		10
3	Команда и владелец проекта		10
4	Данные, контент и продуктовая матрица		10
5	Процессы: от заказа до отгрузки		10
6	Маркетинг, продажи и аналитика		10
7	Управляемость изменений и риски		10
	ИТОГО		70

Интерпретация результата

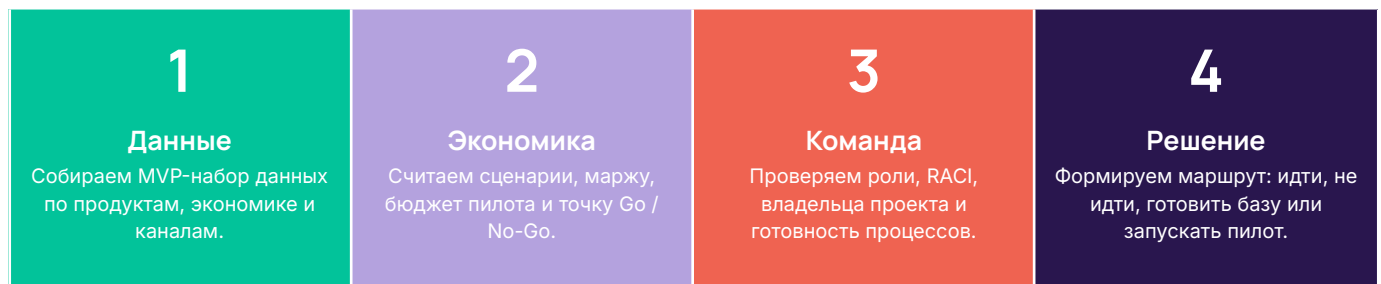
Баллы	Статус	Что делать
0–24	Красная зона	Не запускать e-commerce как проект продаж. Сначала собрать экономику, владельца проекта и минимальные данные.
25–44	Подготовка	Есть отдельные элементы, но система не собрана. Оптимальный следующий шаг — диагностика готовности.
45–58	Пилот возможен	Можно проектировать ограниченный пилот на 10–15 SKU, но с жесткими контрольными точками и RACI.
59–70	Готовность высокая	Есть база для запуска. Следующий шаг — финальная архитектура пилота, бюджет, дедлайны и метрики Go / No-Go.

Красные флаги: даже высокий общий балл не спасает запуск

- Нет внутреннего владельца проекта.
- Не сходится маржа по пилотным SKU.
- Нет готовых данных и контента хотя бы по 10–15 товарам.
- CEO не готов выделять время на ключевые решения.
- Онлайн-канал конфликтует с текущей моделью продаж, но правила не определены.

Следующий шаг: диагностика готовности к e-commerce

Если по чек-листу видно, что проект находится в зоне подготовки или пилота, следующий рациональный шаг — не выбирать подрядчика на сайт, а провести диагностику готовности бизнеса к e-commerce.



Что получает собственник на выходе диагностики

- инвест-решение: идем / не идем / как идем;
- карту готовности команды и процессов;
- первичную финансовую модель и сценарии запуска;
- список критических гэпов до пилота;
- дорожную карту первого управляемого e-commerce-шага.

Записаться на диагностику

signal@sintra1.ru • sintra1.ru

Синтра 1 — e-commerce-трансформация для производителей