предметный уровень и количество ссылок, ведущих на него. Вместе с новыми изменениями добавлен еще один критерий - является ли сайт мобильно-адаптированным. Как Google может узнать об этом? В течение некоторого времени поисковая система могла отображать страницы виртуально, проверяя, как они отображаются для каждого типа размера экрана. Страницы, которые будут отображаться правильно независимо от их размера, получают более высокие рейтинги, автоматически занимая более высокие позиции в поисковых системах и опережая конкурирующие страницы с одинаково хорошим содержанием и материалами. Мобильность веб-сайтов напрямую влияет на их позиционирование.

Возможно, вы хотите узнать, кто первым должен инвестировать во внедрение адаптивных технологий для своих сайтов. Мы не сомневаемся, что это должны быть компании и интернет-магазины, для которых сайт является одним из основных инструментов заработка. Постепенное привыкание пользователей к тому, что мобильные сайты - это удобный стандарт, может, как следствие, привести к тому, что даже постоянные клиенты начнут постепенно уходить. И причиной тому будет ваш старый, неадаптированный, неудобный сайт. Чтобы этого не случилось, стоит сейчас задуматься, нужен ли мобильный сайт вашей компании. Вложения не столь велики, но это может оказаться одним из лучших решений, которые вы когда-либо принимали. Явный рост заказов в сочетании с большей удовлетворенностью онлайн-клиентов и удобством взаимодействия - это самый простой и кратчайший способ построить постоянные и лояльные отношения с вашими клиентами. Доверить создание мобильного сайта опытной компании - одно из важнейших условий достижения описанного выше ожидаемого результата.

1. Адаптация сайта под мобильные устройства <https://artrix.ru/articles/adaptatsiya-sayta-pod-mobilnye-ustroystva/> (дата обращения: 11.11.2020)
2. Адаптация сайта под мобильные устройства: адаптивная верстка VS мобильная версия 5 минут <https://www.demis.ru/articles/adaptivnaya-verstka-ili-mobilnaya-versia/> (дата обращения: 11.11.2020).

Шабает М.Б., Матыгов М.М.
Запуск магазина на платформе AMAZON

*Чеченский государственный университет
(Россия, Грозный)*

doi: 10.18411/lj-12-2020-39

idsp: ljjournal-12-2020-39

Аннотация

В этой статье рассматривается актуальная тема онлайн торговли товарами, в частности на платформе Amazon. В данной статье мы обсудим разные виды торговли на этом сайте, затронем плюсы и минусы, препятствия, с которыми придется столкнуться. Также приведем некоторые рекомендации и план действий для начала работы через Amazon.

Ключевые слова: amazon, онлайн торговля, интернет, бизнес.

Abstract

This article discusses the current topic of online merchandise trading, in particular on the Amazon platform. In this article, we will discuss the different types of trading on this site, touch on the pros and cons, the obstacles that will have to be faced. We'll also provide some guidelines and a roadmap for getting started with Amazon.

Keywords: mazon, online trade, internet, business

Всемирная паутина – сфера, в которой скрываются поистине значительные возможности для абсолютно любого человека. Кто-то листает забавные картинки и видео, что является разгрузкой после тяжелого трудового дня, а другой может сидя дома получать огромную денежную прибыль.

Интернет предоставляет замечательную возможность заниматься бизнесом из любой точки мира, занимаясь куплей-продажей продукции с любого материка. Бессмысленно довольствоваться исключительно рынками местного значения, когда буквально на блюдечке поднесены возможности помасштабнее. Одна из подобных интернет-платформ – Amazon. Он входит в список крупнейших мировых онлайн-ритейлеров, которые представляют из себя совершенное место по продаже всего, чего угодно.

Amazon является не просто одной из крупнейших IT-корпораций, но и неисчерпаемым глобальным рынком, где едва ли не каждый может получать прибыль на популярной онлайн-торговле. Но, как и во многих остальных местах для этого придется достаточно попотеть. Нужно быть готовым к изучению рынка известных небрендированных изделий (это могут быть часы, брелоки, кружки и т.д.) и выбрать товары, которыми вы могли бы спокойно и успешно торговать под своим именем. Кроме того, чтобы в карман перепала хоть какая-то монета, требуется до мелочей обмозговать стратегию продаж.

Оптовая торговля на платформе Amazon — как это?

Оптовая продажа на Amazon — это образец торговли, по которой вами покупается товар напрямую у производителя, а после продаете этот же товар в роли реселлера на Amazon.

Это не значит, что вы запускаете новый бренд. Товар всего-навсего распространяется продавцом, выступающим в свою очередь в качестве «ре-селлера», то есть это перепродажа.

Начнём с плюсов:

- возможность увеличения масштабов данного бизнеса;
- возможность набора команды и освобождение своего времени;
- сотрудничество с большинством крупных брендов;
- установленные производителем цены на товар не сильно колеблются.

Несколько препятствий, с которыми есть возможность встретиться:

- поиск производителей, не занимающихся торговлей через Amazon;
- расходы на получение и содержание своего склада (исключительно для FBM продавцов);
- большое количество товаров с низким доходом;
- большое количество заказов, с которыми трудно поначалу справиться (исключительно для FBM продавцов).

План работы

FBA программа (Fulfillment By Amazon) – один из выигрышных вариантов для новичков в данной области. Первостепенное преимущество этого способа – система по сути все делает вместо продавца.

- Продавец-участник подбирает приглянувшийся товар и финансирует его вместе с доставкой на предприятия Amazon.
- Фирма получает товар и содержит его.
- Покупатель выбирает и платит за изделие.
- Amazon принимает оплату и отправляет товар потребителю.
- Осуществляется расчёт с продавцом и в случае возникновения потребности происходит послепродажное обслуживание.

Подробная инструкция по запуску магазина

1. Основа всех основ – создание личного кабинета. Для этого потребуется:

Найти и кликнуть по строке «Your Account» (личный аккаунт).

Найти и кликнуть на строку «Your Seller Account» (личный аккаунт продавца).

Начать продажу, нажав на кнопку «Start Selling» (старт продажи). Затем следует, скажем так, остановиться на выборе с видом продавца. Система предлагает два варианта – индивидуальный и профессиональный. Если у вас еще нет доходного интернет-магазина, для начала стоит остановиться на выборе индивидуального типа продавца, поскольку такие не должны платить сборы специального назначения.

Затем вводится все требующиеся данные, включая банковские реквизиты, личную информацию о продавце и пр.

После указывается номер телефона, и подтверждается посредством кнопки «Call now» (звонок) и присланного многозначного кода.

2. Далее идет процесс выбора изделий и их выставление на продажу.

На платформе Amazon существует чудовищное количество товаров, остановиться на выборе чего-то своего, чтобы это к тому же было достаточно креативно – поистине сложно, а аспектов, которые определяют целесообразность выбора также много. Коммерсанты с большим опытом рекомендуют начинать с исследования категорий, которые перечислены в «Departments», к примеру, дом, сад и инструменты; спорт и отдых на природе; красота и здоровье; автомобили и промтовары; игрушки и детские товары. Также следует сфокусироваться на том, в чем лучше всего продавец разбирается: вести бизнес будет куда проще в той сфере, в которой у вас есть хотя бы минимальные компетенции и понимание.

После выбора товара:

- Когда товар уже найден, кликните на кнопку «Sell yours here»;
- Нужно вписать «состояние» товара. Если продукт «новый», нужно будет дополнительно дать ответы на некоторые вопросы;
- Дополните обзор на товар важными на свой взгляд деталями.
- Определитесь с ценой, и, в лучшем случае, она должна быть ниже цен конкурентов;
- Обозначьте количество данного продукта, способ его доставления клиенту, а также регион.

Данный этап считается завершенным по выставлению товара по кнопке «Submit listing».

3. Третий шаг – упаковка и отправление товара.

Для постоянного контроля своих заказов следует зайти в личный кабинет и использовать форму «Показать заказы». После нужно разыскать интересующий вас интернет-заказ, во вкладке «Детали» согласиться со способом доставки.

4. Последний и завершающий этап – хорошее ведение своей учетной записи. Покупатели тоже обращают на это внимание. Будьте всегда на связи, отвечайте на отзывы, старайтесь решать проблемы своих клиентов и лояльность людей не заставит себя ждать.

Изменить свои личные данные всегда можно во вкладке «Seller account information».

Amazon – не место для извлечения легкого заработка. Стартовать бизнес вполне возможно и с минимальными вложениями, но начальный капитал просто необходим.

На основании первых результатов продавец делает выводы об эффективности и результативности выбранного направления, обдумывает положительные и отрицательные стороны товара и планирует будущие закупки. Так, аккуратно тестируя разные товары можно выстроить свою стратегию продаж, выявить работающие и

неработающие методы привлечения покупателей и уже иметь приличный доход с продаж на Amazon.

1. Как создать онлайн магазина на Amazon в 2020 году <https://dinarys.com/ru/blog/how-to-create-a-successful-amazon-store-in-2018> (дата обращения: 09.11.2020).
2. Как продавать на Amazon из России: пошаговая инструкция и полезные советы для владельцев интернет-магазинов <https://www.insales.ru/blogs/university/kak-prodavay-na-amazon-iz-rossii> (дата обращения: 09.11.2020).

Шабает М.Б., Матыгов М.М.
Сравнение SEO и GOOGLE ADS

*Чеченский государственный университет
(Россия, Грозный)*

doi: 10.18411/lj-12-2020-40

idsp: ljournal-12-2020-40

Аннотация

В этой статье рассматривается актуальная тема продвижения сайта в сети Интернет. Обсудим, что такое SEO и Google Ads, на что нацелены эти инструменты, какие у них сходства и различия. Также резюмируем, стоит ли сочетать эти средства продвижения и в каких случаях достаточно применить один из этих инструментов.

Ключевые слова: seo, google ads, реклама, продвижение.

Abstract

This article deals with the current topic of website promotion on the Internet. Let's discuss what SEO and Google Ads are, what these tools are aimed at, what are their similarities and differences. We will also summarize whether it is worth combining these means of promotion and in what cases it is enough to use one of these tools.

Keywords: seo, google ads, advertising, promotion

Берясь за ведение бизнеса в Интернете думать, что конкретная оригинальная идея, уникальная услуга или необычный продукт привлечет толпы потенциальных клиентов в первый же день после запуска сайта — наивная глупость. В реальности убедительное предложение — это всего лишь капля в море, когда речь идет о том, чтобы выделиться в индустрии электронной коммерции. Успех компании будет определяться множеством факторов, в том числе платной рекламой и позиционированием — есть ли у этих видов деятельности что-то общее, влияют ли они друг на друга? Следует ли их сочетать? А может выбрать только одну из них? Ответ во многом зависит от индивидуальных стратегий и бизнес-целей. Одно можно сказать наверняка — без использования каких-либо средств увеличения видимости клиенты не найдут сайт.

SEO и Google Ads: что это такое?

SEO — это комбинация оптимизации веб-сайта (различные процедуры, направленные на соответствующую адаптацию веб-сайта к текущим руководящим принципам Google) и наращивание ссылок (получение естественных, разнообразных и ценных ссылок на веб-сайт с веб-сайтов и служб с соответствующими полномочиями). Вместе они влияют на видимость веб-сайта, его посещаемость и коэффициент конверсии. Хорошее позиционирование позволит сайту занять лидирующие позиции в результатах поиска по определенным ключевым фразам. Благодаря этому потенциальным клиентам будет проще найти сайт.

Google Ads — платные объявления Google, которые отображают рекламные ссылки в результатах поиска на основе выбранных, популярных и связанных с