

Интернет-магазин / E-commerce вне маркетплейсов: экономика, система, рост

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 2 дня

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 14.04.2026

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации
или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Экономика и основа рентабельности

Реальность e-commerce после маркетплейсов. Как убрать иллюзии и
поставить рамки

- Почему модель «маркетплейс – свой магазин» ломается у 80% бизнесов
- Какие привычки с маркетплейсов убивают собственный e-commerce
- Где бизнес реально теряет деньги, даже при росте выручки

Практикум «Диагностика бизнеса участников: где они сейчас убыточны
(по структуре)»

Unit-экономика интернет-магазина (ключевой блок)

- Что такое unit-экономика без академического мусора
- Валовая маржа – прибыль
- Как считать:
 - Себестоимость заказа
 - Маркетинговую маржу

- Кклад логистики и возвратов
- LTV, SAC, ROMI — когда они имеют смысл, а когда врут
- Типовые ошибки после маркетплейсов:
 - «Мы зарабатывали там — значит заработаем и тут»
 - Игнор возвратов и поддержки

Практикумы:

- Задание «Расчет unit-экономики на примере реального магазина»
- Расчёт своего кейса или типового шаблона

Ценообразование и маржинальность

- Почему «чуть дороже, чем на маркетплейсе» — не стратегия
- Как формировать цену с учетом:
 - SAC
 - Повторных продаж
 - Сервиса и поддержки
- Где заканчивается демпинг и начинается самоубийство

Практикум «Разбор магазина с ростом выручки и падением прибыли»

Финансовая модель e-commerce

- Минимальная финансовая модель, которая реально работает
- Точка безубыточности интернет-магазина
- Когда масштабирование запрещено, даже если есть спрос

В конце дня участники смогут понять...

- зарабатывают ли они вообще
- что именно съедает маржу
- имеет ли смысл масштабироваться

День 2

Система, трафик, лояльность и закон

Привлечение трафика без платформ

- Без романтики. Только то, что работает сейчас
- SEO в 2025–2026: что реально дает заявки, а не отчеты
- Контекстная реклама при дорогом клике: когда запуск оправдан
- Таргет: почему «как на маркетплейсе» не работает
- Работа с базой клиентов как основной источник прибыли
- Партнерские каналы и повторные касания

Практикум «Сбор собственной модели трафика (без маркетплейса)»

Лояльность и повторные продажи

- Главное конкурентное преимущество своего магазина — прямой контакт
- Почему скидки убивают LTV
- Воронки повторных продаж
- Программы лояльности, которые не съедают маржу
- Поддержка как инструмент продаж, а не затрат

Кейс «Как повторные продажи дают больше, чем новый трафик»

Интеграции и автоматизация

- Если здесь хаос — бизнес не масштабируется
- CRM: зачем и какую роль она играет
- ERP и склад: где начинается бардак
- Email-маркетинг и чат-боты: не «рассылки», а сценарии
- Телефония и аналитика: контроль, а не отчеты ради отчетов

Практикум «Схема «идеальной» системы e-commerce без ручного труда»

Правовые и финансовые аспекты

- Блок, который все игнорируют — до первой проверки
- 54-ФЗ и онлайн-касса: типовые ошибки
- Работа с юрлицами и договора
- Возвраты, оферты, ответственность
- Где бизнес теряет деньги юридически, а не маркетингово

Финальный блок. Стратегия роста

- Что делать в первые 30 / 60 / 90 дней
- Когда не стоит делать собственный магазин
- Чек-лист зрелости e-commerce бизнеса

В конце дня участники получают...

- понимание реальной экономики своего магазина
- навыки считать прибыль, а не оборот
- систему привлечения и удержания клиентов
- понимание, как выстроить e-commerce как бизнес, а не эксперимент