

1. Экспорт через прямые эфиры на маркет-плейсах и приложениях social e-commerce

В настоящее время прослеживается рост заинтересованности китайскими потребителями российскими продовольственными товарами. В 2023 году более 20 % объема дистрибуции в Китае придется на канал сбыта через прямые эфиры, данная цифра будет только расти в ближайшие годы. Данные прямые эфиры проводятся как на маркет-плейсах, так и на площадках Social E-commerce.

Маркет-плейсы: Taobao, T-mall, JD.com

Приложения social e-commerce : Douyin, Wechat

Социальные сети: Wechat, Weibo, Douyin, Xiaohongshu

1. Экспорт через дистрибуторские сети внутри Китая

1. [E You Pin](#)

Трансграничная платформа электронной коммерции Eyoupin, созданная Группой пекинских выставочных центров, является дистрибутором национальных товаров России и других стран ШОС. Компания Eyoupin является государственной.

Компания имеет онлайн – магазин, а также оффлайн выставочный зал в Пекинском выставочном центре. В планах на 2023-2024 гг. Компания планирует расширение: 20 новых оффлайн магазинов и развитие оффлайн торговли – продажи через прямые эфиры.

Ассортимент товаров включает в себя более 1000 позиций.

Типы товаров:

1. Хлебобулочные изделия
2. Водка
3. Вино
4. Колбасные изделия
5. Соки
6. Продукты ЗОЖ (сухое молоко, хлопья, гранатовый сок и тд.)
7. Конфеты, шоколад
8. Изделия из слоновой кости
9. Мед
10. Картины (живопись)
11. Консервы (рыба, мясо)

В настоящее время ассортимент компании охватывает небольшую часть российских товаров. Компания готова увеличить ассортимент товаров. Наиболее популярными товарами являются: сухое молоко, мед, шоколад.

2. Образовательный проект китайской электронной коммерции

Компания-экспортер в результате обучения получает

- **менеджера китайской электронной коммерции**
- **ведущих прямых эфиров**
- **собственные страницы компании на маркетплейсах и в приложениях social e-commerce внутри Китая**

В образовательном проекте будет происходить подготовка специалистов по следующим направлениям:

1. Менеджер китайской электронной коммерции
2. Ведущий прямых эфиров с лицензией
3. Специалист по созданию коротких видео на Douyin и Wechat video

Результат обучения:

1. Обучающийся по соответствующему направлению имеет профессиональные навыки работы:

Менеджер китайской электронной коммерции осуществляет:

- ведение социальных сетей (составление контент-плана, проведение коммуникационной работы с потребителями)
- управленческую функцию в работе с маркет-плейсами (Taobao, T-mall, JD.com), приложениями social e-commerce (Douyin, Wechat)

- управление сервисом поддержки на вышеупомянутых площадках
- управление загрузкой товаров, составлением описания продукции на вышеупомянутые площадки (работа с фотографами, дизайнерами, переводчиками – для компании необходимо либо нанять специалистов, либо на аутсорс)
- составление описания товаров для продажи через прямые эфиры (работа с ведущим прямых эфиров)
- работу по закупке рекламы от KOLs и KOCs в Douyin

Ведущий прямых эфиров осуществляет:

- продажу товаров через прямые эфиры по обученным техникам продаж
- коммуникацию с покупателями через прямые эфиры
- сбор обратной связи покупателей через прямые эфиры, составление отчетов об обратной связи

Специалист по созданию коротких видео на Douyin и Wechat video осуществляет:

- составление контент-плана
- создание коротких видео
- контроль прямых эфиров

По итогу прохождения обучения специалисты получают сертификат о получении данных профильных навыков от China Mobile Communications Association (CMCA). У данной ассоциации 20 «Школ прямых эфиров» внутри Китая.

Обучение происходит в 2 этапа:

1. Онлайн – курсы; Онлайн – обучение у преподавателей из Китая (1,5 - 2 месяца) через Tencent Meeting

2. Оффлайн – практика в Москве (2 недели)

По итогу обучения обучающиеся должны сдать экзамены и осуществить независимый групповой проект совместно – вывести один из товаров на китайский рынок.

В течение месяца после обучения компании будет приставлен куратор, который будет осуществлять помощь при возникающих вопросах специалистов.

Дорожная карта для компании экспортера:

1. Создание страницы бренда на Taobao, Douyin, Wechat
2. Размещение товаров на ранее определенных сервисах
3. Определение ведущих прямых эфиров (1 китаец, 1 русский), смена 4 часа, время работы прямых эфиров с 8:00 – 22:00. Прямые эфиры можно вести сразу на 3 площадках одновременно.
4. Отправка товара на склад в Китай. После продажи товар доставляется покупателю внутри Китая в течение 3-7 дней.
5. Активность на Taobao, Douyin и Wechat ведется на постоянной основе
6. Реклама продукции от KOLs и KOCs в Douyin с возможностью прямых покупок в Douyin

+ долговременный бренд, который принадлежит самому производителю

+ аудитория монетизируется в долгосрочную, наработка своей ЦА

+ контроль брендинга, маркетинга, коммуникации с покупателем

+ низкая зависимость от KOLs и KOCs