

ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

«МЕНЕДЖЕР ПО РАБОТЕ С МАРКЕТПЛЕЙСАМИ»

	№ V74
RU	КОРПОРАТИВНАЯ
КОРПОРАТИВНЫЙ ЧЕМПИОНАТ	
СФЕРА УСЛУГ	

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К КОМПЕТЕНЦИИ ВОРЛДСКИЛЛС	3
1.1.	Наименование компетенции	3
1.2.	Описание компетенции	3
1.3.	Стандарт спецификации навыков Ворлдскиллс	4
1.4.	Специальные правила компетенции	8
1.5.	Ассоциированные документы и применение технического описания компетенции	8
2.	КОРПОРАТИВНАЯ ЧЕМПИОНАТНАЯ ЛИНЕЙКА	10
2.1.	Особые правила	10
2.2.	Коды профессий и специальностей	10
2.3.	Особенности проведения чемпионатов	10
2.4.	Особые требования к конкурсантам	11
2.5.	Особые требования к экспертам	11
2.6.	Перечень профессиональных задач специалиста по компетенции	11
2.7.	WSSS	11
2.8.	Требования к конкурсному заданию	11
2.8.1.	Тип конкурсного задания	13
2.9.	Требования к схеме оценки	13
2.9.1.	Матрицы пересчета WSSS в Критерии оценки	13
2.9.2.	Методика оценки компетенции	13
2.10.	Специальные материалы, оборудование, инструменты	14
2.10.1.	Материалы, оборудование и инструменты в Тулбоксе	14
2.10.2.	Материалы, оборудование и инструменты, запрещенные на площадке	14

1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К КОМПЕТЕНЦИИ ВОРЛДСКИЛЛС

1.1. *Наименование компетенции*

Менеджер по работе с маркетплейсами / Marketplace manager

1.2. *Описание компетенции*

Одним из главных трендов развития бизнеса в РФ с начала пандемии 2020 года стал выход магазинов товаров и услуг на маркетплейсы. В 2021 году всего на две платформы — Wildberries и Ozon — пришлось 66% рынка онлайн-торговли в России. Среди лидеров по росту выручки в прошлом году также находится Яндекс Маркет.

Аудитория маркетплейсов в России уже составляет более 60 млн человек, которые за последний год сделали не менее одного заказа в интернете. Из 8,6 трлн рублей всей экономики Рунета 7,8 трлн приходится на электронную коммерцию (рост 30% по сравнению с прошлым годом). Объем онлайн-торговли в РФ в 2021 г. может преодолеть планку в 4 трлн руб.

Таким образом, одной из наиболее перспективных сфер бизнеса в настоящее время является деятельность в сфере маркетплейсов, а также услуг для них. Одним из важных преимуществ маркетплейсов является их доступность, широкий ассортимент товаров и услуг, удобство для потребителей, снижение операционных затрат для продавцов, обширная география продаж, включающая в себя все регионы РФ, страны ЕвразЭС, Ближнее и Дальнее Зарубежье.

В связи с ростом аудитории маркетплейсов актуальна потребность предпринимателей в подготовленных кадрах для ведения их магазинов на онлайн-площадках. Наиболее востребованной в этой сфере является вакансия менеджера по работе с маркетплейсами. В обязанности данного специалиста входит весь спектр бизнес-процессов, которые ведутся для работы магазина: регистрация компании, заведение каталога товаров, планирование и оформление отгрузок, анализ отчетности, реклама и продвижение товаров, сертификация товара и регистрация брендов. От квалификации менеджера напрямую зависит успешность бизнеса на маркетплейсе. Менеджер может работать как на территории работодателя, так и удалённо, может вести одновременно несколько компаний (в зависимости от количества товаров), может работать как в штате компании, так и в качестве

самозанятого или ИП, оказывающего услуги ведения маркетплейсов. Помимо этого менеджер, хорошо знающий работу маркетплейсов, может выбрать для себя узкую специализацию и оказывать отдельные услуги для компаний, торгующих на маркетплейсах: складское хранение, упаковка, маркировка, логистика, фото и видео съемка, копирайтинг, выведение товаров в ТОП и другое.

1.3. Стандарт спецификации навыков Ворлдскиллс¹

Перечень профессиональных навыков, умений и знаний специалиста.

№ п/п	Раздел
1	Организация работы и техника безопасности
	Специалист должен знать и понимать: - Стандарты охраны здоровья при работе с компьютером - Общие правила безопасной работы на электрооборудовании, установленном на рабочем месте - Назначение и особенности технической эксплуатации оборудования, предоставленного для работы - Назначение и принципы действия противоаварийной и противопожарной защиты - Порядок действий при возникновении аварийной ситуации - Принципы поддержания рабочего места в надлежащем состоянии - Принципы планирования всего рабочего процесса, выстраивания эффективной работы и распределения рабочего времени - Основы безопасной работы в сети Интернет, обеспечения защиты от внутренних и внешних угроз безопасности, цифровой гигиены - Общие правила защиты персональных данных и конфиденциальности информации Специалист должен уметь: - Устранять первичные проблемы, связанные с электронным оборудованием - Поддерживать рабочее место в надлежащем состоянии: безопасном и аккуратном - Соблюдать требования по охране труда - Организовывать рабочее место для максимально эффективной работы (5S) - Уверенно пользоваться персональным компьютером - Эффективно работать со стандартным пакетом основных офисных программ пакета, интернет-браузерами - Искать информацию и необходимые для работы сервисы в поисковых системах
2	Документооборот и коммуникация
	Специалист должен знать и понимать: - Этические нормы при работе с заказчиками и коллегами - Значение выстраивания продуктивных рабочих отношений - Важность оперативного разрешения недопониманий и конфликтных ситуаций - Стандарты делового общения в письменной и устной форме - Принципы деловой переписки - Принципы коммуникации с клиентами - Принципы и методы организации труда в коллективе - Требования законодательства в области предпринимательства - Технологию подготовки логистической документации - Требования подготовки отчетности различных маркетплейсов

¹ Стандарт спецификации навыков Ворлдскиллс (далее по тексту – WSSS).

	- Принципы формирования финансовой и бухгалтерской отчетности - Осознавать границы своих полномочий - Основы командной работы и делегирования - Методы контроля и управления командой на рабочем месте - Основные правила вежливой коммуникации при взаимодействии в сети Интернет - Основные термины и понятия e-commerce Специалист должен уметь: - Работать с программами для отправки-получения электронных писем - Пользоваться мессенджерами и электронной почтой для постановки задач и обсуждения текущей работы в команде - Соблюдать деловые и этические нормы при работе с заказчиками и коллегами - Выстраивать продуктивные рабочие отношения с коллегами и заказчиками - Вести коммуникацию с клиентами - Вести коммуникацию с контрагентами, включая в т.ч. официальную деловую переписку - Решать конфликтные ситуации, заключать компромиссные соглашения - Выполнять действия необходимые для официальной регистрации субъекта предпринимательства: самозанятый, индивидуальный предприниматель, общество с ограниченной ответственностью, крестьянское (фермерское) хозяйство и др. - Организовывать работу в соответствии с законодательством - Выполнять работы по сертификации товара, получению разрешительных документов, регистрации бренда и др. - Организовывать документооборот в рамках своей компетенции - Вести деловой документооборот с коллегами и контрагентами - Использовать в работе электронный документооборот, современные офисные технологии и программное обеспечение - Подготавливать отчетную документацию - Формировать бухгалтерскую документацию - Объективно оценивать как собственные профессиональные навыки и умения, так и других участников команды
3	Маркетинговая аналитика и бизнес-планирование
	Специалист должен знать и понимать: - Клиентские сайты маркетплейсов - Категории товаров на маркетплейсах - Принципы ранжирования товара на маркетплейсах - Методы подбор ключевых поисковых слов для продвижения товаров в поиске - Рыночную цену продаваемого товара - Особенности размещения медиаконтента в карточках товара - Какое количество товара находится в продаже у конкурентов и какова оборачиваемость этих товаров - Какое количество отзывов есть по определенным товарам и как их отрабатывает конкурент. - Какой товар у конкурентов является самым продаваемым в его магазине, сезонность продаж - Как провести качественный мониторинг товаров для продажи на маркетплейсах - Основные аналитические сервисы по работе с маркетплейсами и их ключевые особенности и отличия - Как правильно составлять описания и заполнять характеристики товаров, в зависимости от их категории, предмета и целевой аудитории - Все доступные инструменты продвижения товаров и услуг на маркетплейсах, как бесплатные, так и платные

	- Особенности и алгоритмы планирования и формирования поставок на маркетплейсы, знать, как можно оформить заявку на возврат товара. - Как оформлять отправления заказов по всем основным схемам продаж и методам доставки, существующих на маркетплейсах - Какое количество товара находится на остатках по складам и каким образом своевременно планировать новые поставки, с учетом оборачиваемости и спроса на товар - Требования к процедуре общения с клиентами, знать, как отвечать на вопросы клиентов, соблюдая принципы деловой этики - Как профессионально отрабатывать отзывы клиентов, как положительные, так и негативные - Особенности работы с медиаконтентом: фото, видео, обзор 360, rich-контентом - Какие программы для редактирования и обработки медиаконтента необходимы в работе - Где и каким образом ведется деловая переписка со службой поддержки маркетплейсов - Каким образом рассчитывается стоимость доставки товаров, размеры допустимых скидок для участия в акциях, размеры комиссий на разные категории товаров - Организация интернет-торговли в соответствии с требованиями маркетплейсов и законодательства Специалист должен уметь: - Проводить мониторинг товаров на маркетплейсах - Использовать аналитические сервисы для работы с маркетплейсами - Оценивать продаваемость того или иного товара, в зависимости от оборачиваемости товаров конкурентов - Оценивать рекламные стратегии конкурентов в продаже товаров - Проводить аналогии между схожими группами товаров конкурентов и своей кампании - Определять по фотографиям, использует ли конкурент оригинальный медиаконтент или пользуется контентом из интернета / с сайта производителя / оптового продавца - Переработать лучшие предложения у конкурентов и трансформировать их под свои нужды - Проводить мониторинг товаров на маркетплейсах - Использовать аналитические сервисы для работы с маркетплейсами - Составлять грамотные описания товаров, заполнять необходимые характеристики в карточках товара - Использовать инструменты продвижения на маркетплейсах: платные и бесплатные - Планировать и формировать поставки на маркетплейсы, оформлять заявки на возврат товара. - Оформлять отправление заказов по всем основным схемам продаж и методам доставки, существующих на маркетплейсах - Грамотно планировать свою работу, оценивать сроки и ресурсы, продумывать алгоритм действий, вести отчетность - Отслеживать количество товара на остатках складов и своевременно планировать новые поставки, с учетом оборачиваемости и спроса на товар и его сезонность - Компетентно отвечать на вопросы клиентов, соблюдая принципы деловой этики - Грамотно отрабатывать отзывы клиентов, как положительные, так и негативные - Работать с медиаконтентом: фото, видео, обзор 360, rich-контентом - Пользоваться программами для редактирования и обработки медиаконтента, хотя бы на минимальном уровне - Вести деловую переписку со службой поддержки маркетплейса на всех доступных ресурсах
--	---

	- Разбираться в отчетах и графиках, отражающих динамику продаж, оборачиваемость товаров, потребность в том или ином виде и категории товаров, в том числе по регионам. - Рассчитывать стоимость доставки товаров, размеры допустимых скидок для участия в акциях - Прогнозировать спрос на сезонный товар, в зависимости от времени года - Эффективно использовать время
4	Вывод продуктов на маркетплейсы
	Специалист должен знать и понимать: - какие товары можно и нельзя продавать на маркетплейсах - какие категории товаров предпочтительнее продавать с учётом специфики маркетплейсов - какие товаросопроводительные документы необходимы для торговли на маркетплейсах - как определить и подобрать оптимальную схему работы на маркетплейсе - как будет храниться и упаковываться товар для маркетплейса - как работать с инструментами продвижения и рекламным кабинетом на маркетплейсе - как загрузить ассортимент товара на маркетплейс - как оформить витрину магазина на маркетплейсе - что такое бренды и товарные знаки, как зарегистрировать торговую марку - как продавать брендированные товары на маркетплейсе - как составлять товарные рекомендации - как применять инструменты продвижения товара - как и для чего участвовать в акциях маркетплейсов - как анализировать эффективность продаж товара - какие факторы влияют на ранжирование товаров Специалист должен уметь: - анализировать каталог товаров, выбирать товары для продажи через маркетплейс - находить и анализировать основных конкурентов в нише - выбирать наиболее подходящие площадки для продажи товаров - рассчитывать юнит-экономику товара - проводить конкурентный анализ товаров на маркетплейсах - проводить SEO оптимизацию карточки товара - улучшать поисковую выдачу по товару - оценивать потенциал развития бизнеса на маркетплейсе - разрабатывать стратегию продвижения на маркетплейсах - управлять товарооборотом, работать с ежедневной динамикой продаж - управлять ценообразованием, скидками
5	Логистика товаров и услуг
	Специалист должен знать и понимать: - комиссии и тарифы на услуги маркетплейсов - географию складов маркетплейсов - модели работы на маркетплейсах - условия работы по схемам FBO и FBS - условия работы по дополнительным моделям работы - правила упаковки и маркировки товара - виды возвратов товара и правила работы с ними - идентификаторы товара на маркетплейсах (штрихкоды, баркоды, артикулы, номенклатуры) Специалист должен уметь: - работать с отчетностью маркетплейса - контролировать остатки товара

	- планировать отгрузку товара - оформлять пропуск на склад маркетплейса - обрабатывать заказ товара - оформлять товаросопроводительные документы на товар при отгрузке - собирать, упаковывать и маркировать товар - организовывать доставку товара до склада маркетплейса, контролировать прием-передачу товара - контролировать товары, снятые с продаж, оформлять возвраты собственного товара
6	Технологии работы на различных маркетплейсах
	Специалист должен знать и понимать: - основные термины и понятия маркетплейсов - перечень документов и информации для выхода на маркетплейсы - маркетинговые инструменты маркетплейсов - комиссии, стоимость доставки и хранения на маркетплейсах - модели работы на маркетплейсах - правила заведения карточек на маркетплейсах - правила упаковки и маркировки товара на маркетплейсах - основы работы с вопросами и отзывами покупателей на маркетплейсах Специалист должен уметь: - регистрировать компанию в качестве поставщика на маркетплейсах - заводить каталог товаров на маркетплейсах - устанавливать и изменять цены, скидки, промокоды на маркетплейсах - анализировать конкурентов на маркетплейсах - планировать и оформлять отгрузку на маркетплейсах - работать с заказами клиентов по схеме FBS на маркетплейсах - изготавливать штрихкоды для товаров на маркетплейсах - использовать рекламные инструменты на маркетплейсах - использовать маркетинговые инструменты на маркетплейсах - анализировать продажи, использовать в работе метрики маркетплейсов - отвечать на вопросы и отзывы покупателей на маркетплейсах - решать вопросы через службу поддержки на маркетплейсах

1.4. Специальные правила компетенции

Специальные правила компетенции отсутствуют.

1.5. Ассоциированные документы и применение технического описания компетенции

Техническое описание содержит лишь информацию, относящуюся к соответствующей компетенции Ворлдскиллс. Данный документ необходимо использовать совместно со следующими документами:

– Нормативные документы, регламентирующие деятельность Автономной некоммерческой организации «Агентство развития профессионального мастерства (Ворлдскиллс Россия)»;

- Регламенты чемпионатов по стандартам и методике Ворлдскиллс Том А, Том Б;
- Конкурсная документация: Конкурсное задание, Схема оценки, Инфраструктурный лист, План застройки, Инструкция по охране труда и технике безопасности, Методика оценивания (при наличии).

Отдельные разделы технического описания компетенции, посвященные различным направлениям подготовки специалистов могут быть использованы, как отдельно, так и в сочетании в рамках одного мероприятия в соответствии с регламентом этого мероприятия. |

2. КОРПОРАТИВНАЯ ЧЕМПИОНАТНАЯ ЛИНЕЙКА

2.1. Особые правила

Возрастной ценз: 16–49 лет.

Общая продолжительность Конкурсного задания: 20 ч.

Тип соревнования: индивидуальный.

Количество конкурсных дней: 3 дня.

2.2. Коды профессий и специальностей

Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования:

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

42.02.01 Реклама

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат:

38.03.06 Торговое дело

38.03.02 Менеджмент

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего - уровень магистратуры:

38.04.02 Менеджмент

38.04.06 Торговое дело

Профессиональные стандарты:

08.035 Маркетолог

06.043 Специалист по интернет-маркетингу

Общероссийский классификатор занятий:

3322 Агенты по коммерческим продажам

2431 Специалисты по рекламе и маркетингу

Общероссийский классификатор профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов ОК 016-94:

20004 Агент коммерческий

2.3. Особенности проведения чемпионатов

Отсутствуют.

2.4. Особые требования к конкурсантам

Отсутствуют.

2.5. Особые требования к экспертам

Отсутствуют.

2.6. Перечень профессиональных задач специалиста по компетенции

№ п/п	Наименование задачи и/или трудовой функции
1	Аналитика рынка, конкурентный анализ
2	Бизнес-планирование вывода продукта на маркетплейс
3	Вывод магазина на маркетплейс
4	Формирование каталога товаров
5	Отгрузка, планирование цепочки поставок, документооборот
6	Продвижение и продажи
7	Отчетность перед маркетплейсами
8	Финансы и бухгалтерский учет

2.7. WSSS

№ п/п	Раздел	Важность в %
1	Организация работы и техника безопасности	5
2	Документооборот и коммуникация	10
3	Маркетинговая аналитика и бизнес-планирование	20
4	Вывод продуктов на маркетплейсы	20
5	Логистика товаров и услуг	20
6	Технологии работы на различных маркетплейсах	25

2.8. Требования к конкурсному заданию

Все предконкурсные обсуждения конкурсного задания проходят на особом форуме (<http://forums.worldskills.ru>) на канале компетенции. Модератором канал компетенции может являться Международный эксперт, Менеджер компетенции/Корневой эксперт.

№ Модуля	Наименование Модуля	Время на выполнение Модуля, ч./в день	Предполагаемый день выполнения модуля (C1, C2, C3)
A	Аналитика рынка, конкурентный анализ	5	C1
B	Бизнес-планирование вывода продукта на маркетплейс	5	C1, C2
C	Вывод магазина на маркетплейс	1	C2
D	Формирование каталога товаров	2	C2
E	Отгрузка, планирование цепочки поставок, документооборот	2	C2
F	Продвижение и продажи	2	C3

G	Отчетность перед маркетплейсами	2	C3
H	Финансы и бухгалтерский учет	1	C3

№ Модуля	Описание задания в Модулях
A	Участнику необходимо провести маркетинговый анализ, определить потенциальных конкурентов товара, собрать данные для анализа из карточек товара, дать маркетинговую характеристику товарам, получить данные с использованием сервисов аналитики, спрогнозировать продажи и выручку по товарам. Для оценки уровня подготовки специалиста и освоения полученных знаний ему необходимо предоставить собранные данные.
B	На основе анализа полученных данных участник составляет бизнес-план по выводу своего товара на маркетплейс, включающий следующие разделы: – Оформление карточки товара: – Логистика товара – Экономика товара – Продвижение – Планирование отгрузки
C	Участник составляет дорожную карту по созданию магазина на маркетплейсе: – Название магазина, короткое описание (слоган) – Категория товаров, ассортимент – Баннер и логотип для витрины магазина – Каталог товаров с ценами – Планируемые остатки товара и план продаж на 12 месяцев – Стратегия развития магазина и ценовая политика – Уникальное торговое предложение для клиента
D	Участник создаёт каталог товаров в личном кабинете поставщика маркетплейса в соответствии с требованиями маркетплейса, продумывает и загружает визуальный ряд по каждому товару, формирует уникальный контент, добавляет инфографику, SEO оптимизацию, продающее описание товара, устраняет ошибки при модерации.
E	Участник рассчитывает цену товара с учетом затрат: себестоимость товара, комиссии по тарифам маркетплейса, налог с продаж, экономику первой поставки, включая расходы на закупку, транспортировку, упаковку, маркировку, планирует поставку товара из загруженного каталога и оформляет в личном кабинете поставщика.
F	Участник формирует стратегический план продаж с использованием инструментов продвижения (настраивает рекламные кампании, использует сервисы аналитики и др.)
G	Участник создает формы отчетности для маркетплейса, готовит файлы для электронного документооборота
H	Участник создает отчеты по реализации, проводит приходование и списание товара, рассчитывает налоги с продаж

2.8.1. Тип конкурсного задания

Конкурсное задание публичное целиком.

2.9. Требования к схеме оценки

2.9.1. Матрицы пересчета WSSS в Критерии оценки

Критерий оценки										Итого баллов за раздел WSSS
Разделы WSSS		A	B	C	D	E	F	G	H	
	1	0	0	0	2	0	0	1	2	5
	2	0	2	0	0	0	2	2	4	10
	3	10	5	0	0	0	5	0	0	20
	4	5	5	10	0	0	0	0	0	20
	5	0	0	0	0	20	0	0	0	20
	6	4	4	4	5	4	2	1	1	25
Итого баллов по Критерию		19	16	14	7	24	9	4	7	100

2.9.2. Методика оценки компетенции

Специфические требования к методике проведения оценки отсутствуют.

Оценка Конкурсного задания будет основываться на следующих критериях:

Критерий		Методика проверки навыков в критерии
A	Аналитика рынка, конкурентный анализ	Оцениваются навыки конкурентного анализа на маркетплейсах с использованием различных инструментов, умение сегментировать рынок, выявлять прямых конкурентов, сравнивать товарные предложения, анализировать используемые конкурентами инструменты продвижения, выявлять перспективные товарные ниши
B	Бизнес-планирование вывода продукта на маркетплейс	Оцениваются навыки расчета и использования юнит-экономики товара, оформления карточки товара, планирования поставки, применения инструментов продвижения.
C	Вывод магазина на маркетплейс	Оценивается визуальный ряд, информативность, уникальность контента магазина, аналитические навыки слушателя, умение планировать и рассчитывать целевые значения объемов продаж.
D	Формирование каталога товаров	Оцениваются количественные и качественные показатели по загруженному каталогу товаров, уникальность контента, привлекательность визуального ряда карточек товара, их наполненность, SEO оптимизация, прохождение модерации маркетплейса.
E	Отгрузка, планирование цепочки поставок, документооборот	Оцениваются навыки анализа и планирования поставки товара, расчета операционных затрат, комиссий, себестоимости, знание технологического процесса отгрузки, упаковки, маркировки, оформления поставки в личном кабинете поставщика маркетплейса.
F	Продвижение и продажи	Оцениваются знания и навыки применения инструментов продвижения товара, умения эффективно настраивать и запускать

		рекламные кампании, умение обрабатывать и использовать данные сервисов аналитики.
G	Отчетность перед маркетплейсами	Оцениваются знания и умения работать с формами отчетности для маркетплейсов, корректность составления документов.
H	Финансы и бухгалтерский учет	Оцениваются навыки работы с документами первичного бухгалтерского учета, знания законодательства в части налогообложения, умение проводить операции по приходуванню, списанию товаров и составлению отчетов по реализации.

2.10. Специальные материалы, оборудование, инструменты

2.10.1. Материалы, оборудование и инструменты в Тулбоксе

Тулбокс нулевой.

2.10.2. Материалы, оборудование и инструменты, запрещенные на площадке

Отсутствуют.