



**5 דברים שאתה חייב
לדעת לפני שאתה
מתחיל עסק
בדרופשיפינג**



TESTAMIND

כל הזכויות שמורות לTESTAMIND

היי, שלום לך.

שמי ליאור טסטא הבעלים והמייסד של TESTAMIND המלווה מעל ל 500 תלמידים במסחר ב-EBAY ו ובדרופשיפינג באינטרנט.

אני בטוח כי מקריאת תוכן זה תפיק את מלוא הפוטנציאל הגלום בו כך שישרת אותך בשעת הצורך ולאורך דרכך במסחר באיקומרס.

בברכה, ליאור מ TESTAMIND



רגע לפני שנתחיל כמה מילים על איביי ועל שיטת המסחר "דרופשיפינג".

איביי eBay פלטפורמת המסחר השנייה בגודלה בעולם, עם למעלה מ 8000 מיליון משתמשים, מהווה במה מרכזית למסחר אונליין בשיטת הדרופשיפינג.

מה זה דרופשיפינג ?

דרופשיפינג Dropshipping הוא מודל ריווחי למדי הצומח במהירות משנה לשנה בתחום מכירות האונליין באינטרנט. ע"פ מודל זה, תחילה מוכרים את הפריט ולאחר קבלת הזמנה רוכשים את הפריט מהספק. כך שלמעשה, אין מלאים והמוכר למעשה "גוזר" רווח בתיווך בין הספק ללקוח איביי.

במילים פשוטות, רק לאחר שלקוח מבצע ממך הזמנה, אתה פונה לספק שלך ורוכש ממנו את המוצר שקנו ממך.



בעת רכישת המוצר מהספק שלך, אתה מוסר לו את פרטי הלקוח שקנה ממך באיביי וספק כבר דואג לארוז ולשלוח את המוצר ישירות ללקוח שלך באיביי.

פשוט לא ?

עכשיו בואו נדבר על 5 דברים שאתם חייבים לדעת לפני שאתם נכנסים לתחום הדרופשיפינג

5 דברים קריטיים שאתה חייב לדעת לפני שאתה מתחיל עסק בשיטת דרופשיפינג!

-1 חישוב רווח סופי

-2 שירות לקוחות

-3 מציאת ספקים אמינים

-4 מבצעים והנחות

-5 תחרות זה דבר בריא

1 – חישוב רווח סופי

אחת הטעויות הנפוצות ביותר של סוחר דרוושיפינג מתחילים, זה למכור מוצר "על עיוור" ולקוות שיהיה לך "מזל" וישר לך רווח. כלומר למכור קודם, ולנחש כמה רווח יוותר מהעסקה או גרוע מזה:

לא לדעת כלל איזה עמלות נגבות ממכירת המוצר ולגלות בסוף החודש שהפסדת בענק וחסר לך כסף בחשבון הבנק.

אין תחושה יותר מתסכלת מלהגיע לסוף חודש ולגלות שבמקום רווח אנחנו בהפסד ונאלצים לממן מכיסינו את הרכישות של הלקוחות מאיביי.

אז מה צריך לעשות כדי לא להגיע למצב כזה ????

אנחנו צריכים לחשב במדויק מה סך העמלות הקבועות X ובנוסף מה Y עמלות משתנות מעסקה לעסקה.



עמלות קבועות

-דמי מנוי חודשי-

במידה והחלטת להפוך את החשבון שלכם מחשבון מוכר רגיל בEBAY לחנות עיסקית. (נאלץ לעשות את זה במוקדם או מאוחר כדי להתקדם ולהתפתח)

נצטרך נשלם לEBAY כל חודש או כל שנה, בהתאם לתוכנית שתבחרו, תשלום קבוע בגין החזקת חנות פעילה. חנות איביי מקנה לנו הנחות בעמלות, הגדלת מכירות, אפשרויות פרסום ממומן, קופונים, חקר שוק ועוד...



EBAY מציעה 5 סוגים של חנויות שהקטנה ביותר נקראת STARTER ועלותה \$4.95 דולר לחודש או תשלום חד פעמי לשנה.

בנוסף יש עוד ארבעה סוגים של חנויות: BASIC, PREMIUM, ANCHOR, ENTERPRISE ש ENTERPRISE היקרה ביותר.

ככל שעלות החנות יקרה יותר כך היא תציע עמלות זולות יותר. אני באופן אישי מציע להתחיל עם חנות STARTER או BASIC ורק לאחר שחנות תכניס מספיק כסף נעבור לחבילה יקרה יותר.

המשך

-עמלות העלאת מוצר -

על כל מוצר שנעלה לEBAY נשלם כ 0.30 סנט וכל חודש
שהמוצר באוויר נשלם שוב 0.30 סנט.ראו לינק לטבלת העמלות
של איביי

-עמלת מכירה-

ברגע שנבצע מכירה של מוצר נצטרך לשלם לEBAY עמלת
מכירה המשתנה בהתאם לקטגוריית המוצר.
לדוגמה על מוצר מצויד לרכב נשלם 2% עמלה
על מוצר בקטגוריית הספרים והסרטים יתכן ונשלם עמלה בסך
12.2%
אם החלטנו למכור רק נעליים אזי לא נשלם בכלל עמלה
(אייבי לא גובה עמלות על נעליים מעל \$100 דולר)

לכן בתור סוחרים אנחנו חייבים לבדוק את % העמלה שאיביי
גובה על המוצר שלנו עוד בטרם נעלה את המוצר למכירה
ובוודאי הרבה לפני ביצוע הרכישה.





עמלות משתנות

-עמלות קידום ממומן למוצר-

EBAY מאפשרת לנו לשלם עבור פרסום ממומן בתוך הפלטפורמה עצמה כך שהתשלום יהיה רק בעת רכישה של המוצר. כלומר, רק אם איביי תצליח למכור את המוצר – נשלם את עמלת הקידום הנוספת. חשוב לציין כי נוכל לבחור את אחוז העמלה עבור הקידום הממומן.

ככל שנשלם יותר עבור הקידום כך עולה הסיכוי למכירת המוצר היות ולאיביי אינטרס מובהק למכור את המוצר תמורת תשלום עמלות נוספות (ובכך להגדיל את רווחיה)

חשוב מאוד לכלול את עמלת הקידום הממומן כחלק בלתי נפרד מעלויות המוצר בבואנו לחשב את הרווחיות הרצויה.

-עמלות ערך סופי נוספות FVF-

במידה ותפר את מדיניות הקניין או המכירה בEBAY תאלץ לשלם עמלות נוספות משתנות בהתאם לגודל ההפצה. הפגיעה העיקרית היא במדדי שירות (SERVICE MATRIX) ה SERVICE MATRIX זאת מערכת שמודדת את הביצועים שלנו ובהתאם לכך לביצועי חנויות אחרות באיביי בהיבט: כמות הקייסים/ההחזרות/אספקות באיחור.

המשך

אני מכיר לא מעט סוחרים שפנו אלי לאחר שלא הבינו מדוע EBAY גובה עמלות גבוהות הרבה יותר ממה שפורט מעלה.

לאחר בדיקה קצרה של העמלות שניגבו בחנות עלה כי באחת הקטגוריות ניגבו 5% אחוזים נוספים בגין קנס על כל מכירה באותה קטגוריה בשל אי עמידה במדיניות של EBAY באותה קטגוריה. לרוב הגורם לעמלה חריגה נוספת זו הוא שיעור החזרות גבוה ו/או שיעור קייסים גבוה ו/או שיעור אספקות באיחור הרבה מעבר לזמן האספקה שהתחייבנו למוצר.



-עמלות נוספות מעבר ל-EBAY-

- תשלום חודשי בגין מערכות אוטומטיות כמו: מוניטור \ ליסטר \ תוכנת מחקר.
- עמלה על IMPORT TAX (משתנה ממוצר למוצר וממדינה למדינה) – החל מיולי 2021 איבוי גובה מכם עמלה על שווי IMPORT TAX בהזמנות מתחת ל150 יורו לאיחוד האירופאי.
- עמלות אמצעי תשלום (כרטיס אשראי, פיוניר, PAYPAL)
- עמלת המרת מטח – החל מאמצע יוני 2021 במעבר לשיטת התשלומים של איבוי, איבוי ממירה אוטומטית כל מכירה במטבע זר לדולר וגובה עמלת המרה בסך 3%. (כשהכספים נוהלו בפייפל לא הייתה המרה היות וכל מטבע זר נכנס ליתרה הנפרדת של אותו מטבע)

המשך

לאחר שפירטנו את נושא העמלות עכשיו נחבר אותם ביחד ונגלה כמה עמלות אנחנו משלמים לאחר רכישה.



לדוגמה מכרנו מוצר ב100 דולר

נשלם 0.35 לאיביי על המוצר שבאוויר

נשלם עוד 2% - 10% עמלת קטגוריה (תלוי בקטגוריה)

ונוסיף עוד 5% - 7% עבור תוכנת המחקר שוק/מוניטור/ליסטר

ונוסיף 2% עבור עמלת פיוניר + \$7.5 עמלת בנק שלישי עבור כל משיכה לבנק

ועוד 5% שכולל עמלה על הTAX IMPORT במכירות לשק האירופאי, שיטת תשלום לספק, ועמלות נוספות כמו המרת מטח

ואמליץ על עוד 5% ספייר עבור עלות החזרות או קנסות בגין חריגות בביצועים SERVICE METRIX

התוצאה : לאחר הרכישה יקוזזו לנו עמלות בשיעור 22%-30% עוד לפני ששילמנו בגין עלות המוצר.

המשך

בנוסף כדי להגדיל את הרווח נשתמש תמיד בתוסף קאשבק CASHBACK שיכול להחזיר לנו בין 5% - 10% אחוז מסכום הרכישה אצל הספק.

לחץ כאן לתוסף קאשבק כולל קוד קופון וניטור מוצרים

שימוש בקאשבק יוריד את אחוז ה-BREAK EVEN בצורה משמעותית לכן מומלץ להשתמש בו.

חשוב לציין כי אחוז BREAK EVEN משתנה בהתאם לכל מוצר ולכל חנות
עם תרצו להעמיק בנושא העמלות אנא לחצו כאן.

קישור לסוגי החנויות ב-EBAY ועלותן.





2- שירות לקוחות

אני זוכר כשהתחלתי בתחילת דרכי בEBAY הייתי מקבל הודעות רבות לתיבת הדואר באיביי ולא כל-כך עניין אותי באם לענות או לא.

הייתי פותח את הודעות באיחור רב ואני מודה שלא הייתי מתייחס יותר מדיי ברצינות לתוכנן.

הייתי מרוכז רק בכמה מכירות קיבלתי ואומר לעצמי כי אענה למיילים מהלקוחות יותר מאוחר ולא פעם גם שוכח מזה.

בנוסף לאחר רכישה לא הייתי מקפיד לעדכן מספרי מעקב ולא הייתי טורח להשיב ללקוח בכלל.

חשבתי שמה שצריך לעשות זה למכור ולשלוח את המוצר ללקוח. וזהו. לשכוח מזה.

אז לא ! זה לא עובד כך ! וודאי לא היום.

כדי לקבל עדיפות בקידום המוצרים והחנות בEBAY אנחנו חייבים לתת מענה מהיר ויעיל ואדיב ללקוחות שלנו . הקסיני, האלגוריתם של איביי, עוקב כל הזמן אחר החנות שלנו ושולח התראות לצוות הניהול של איביי על כל סטייה חריגה או שירות לא תקין שנתננו ללקוחות הפלטפורמה.

המשך

במידה ומתגלית סטייה, הצוות באיביי בודק את החנות, איזה הודעות אנו שולחים, האם אנחנו מנומסים, האם יש חשד לדרופשיפינג, הפרות וורו וכד...אם הם מוצאים בסיס לכך שאנו לא מנהלים את החנות בצורה שקופה, אמינה ומקצועית – הם חוסמים את החנות (MCo11) או סוגרים אותה לחלוטין.



אז איך צריך לעבוד נכון ולהימנע מחסימה.

ברגע שנכנסת רכישה תמיד נשלח הודעת תודה ללקוח מנוסחת מראש. זה מאוד בונה בטחון אצל הקונה שיש מישהו בצד השני שקיבל את ההזמנה שלו ומטפל בה.

נדאג גם לעדכן את הלקוח בעת הוספת מספר מעקב וגם לאחר שמוצר יגיע נשלח לו הודעה ונשאל אותו האם הוא מרוצה ונבקש באותה הזדמנות פידבק חיובי.

אני מאוד ממליץ לעשות פעולות נוספת לשימור לקוחות כמו לשלוח הודעות ללקוחות מדי פעם ולהציע מבצעים והנחות.

שירות לקוחות לדעתי מתחיל לפני רכישת המוצר עוד בשלב ההתעניינות וממשיך וגם לאחר קבלת המוצר.

תזכרו כי בEBAY אתם מוכרים לכל העולם בכל מדינה יש מנטליות שונה לכן נשתדל תמיד להתאים את עצמנו לסוג הלקוח שעומד מולנו אך תמיד נהיה אדיבים מנומסים. הלקוח תמיד צודק במסחר וגם באיביי.

לסיכום שירות לקוחות טוב יקדם את החנות שלך ויביא לך יותר תנועה ומכירות לחנות.

תנועה = לקוחות = רכישות = כסף=לקוח מרוצה שיחזור שוב.

3 – מציאת ספקים אמינים

אז לאחר שהסברתי על חישוב עמלות ו BREAK EVEN ועל חשיבות שירות לקוחות אסביר על חשיבות בחירת הספק.

חשוב שתזכרו שהספק הנמצא הליבה של כל העסק. לא משנה כמה נהיה טובים בניהול העסק ובתקשורת למול הלקוח, אם הספק שלנו מזייף בעבודה שלו זה בסוף ידפוק לנו את העסק.

לכן לאחר שערכתם מחקר שוק מעמיק ומצאתם מוצר מנצח, עכשיו אתם צריכים לבחור ספק אמין שיקבל את הזמנותיכם ויבצע אותן באיכות ובמהירות מרבית.

אמזון הוא ספק מצוין אם אתם עושים דרופשיפינג. תוודאו שהמוצר שבחרתם הוא פריים PRIME, אינו מוגדר כ-VERO באיביי, תקראו ביקורות שהשאירו קונים באמזון על המוצר, תחפשו נקודות חוזקה/חולשה, ומומלץ שתמצאו גם ספק חליפי שתוכלו להפעיל במקרה והמלאי באמזון יסתיים לפתע.

גבם עבור ספק סיני התהליך מאוד דומה
נבדוק פידבקים, סוגי משלוח מדיניות החזרה (מאוד חשוב אם אתה פועלים בשוק ארה"ב) תמונות של לקוחות, כמה כוכבים יש לו, וכמובן וותק.

מומלץ ליצור קשר עם הספק הסיני עוד לפני שהעלנו את המוצר ולשאול אותו את השאלות הבאות:



תוך כמה זמן מקבלים מספר מעקב?
האם יש לו מחסן בארצות הברית?
האם הוא יכול לעשות לנו הנחה מיוחדת?
מה מדיניות ההחזרות?

הדרך הטובה ביותר למצוא ספק סיני אמין זה לחפש ספקים פרטים אפשר לחפש בגוגל או באתרים כמו עליבאבא או CJDROP SHIPPING

SALE

4 – מבצעים והנחות

כמורה דרך למאות תלמידים בEBAY שמתי לב כי 90% מהדרופרים לא משתמשים בכוח והעוצמה שיש לEBAY להיצע בכל מה שקשור לקידום מכירות ממומן או אורגני.

מקידום ממומן בתוך הפלטפורמה ועד מבצעים הנחות קופונים ועוד מגוון רחב של כלים חינוכיים שאיבוי מציעה (ברגע שהפכנו למינימום חנות STARTER)

אגב, מחקרים אקדמאיים מצאו כי המוח האנושי אוהב מבצעים שמהווים פנייה ישירה למוח הקדום. לכן אנשים מתים על מבצעים ולא נוטים לא לחשוב יותר מידי.

הם לא תמיד מנסים לנתח מה עומד מאחורי המבצע הם בדרך כלל רוכשים מיד. כפעולה אינסטינקטיבית. כמו מבצעים של "קנה אחד קבל את השני בחצי מחיר" או קוד קופון הנחה בפנייה באופן אישי (זוכרים שירות לקוחות).

בנוסף EBAY מקדמת חנויות של מוכרים שמשתמשים בכלים אלה. אתם יכולים לראות בחיפוש פשוט בBEAY שמוצרים בראש הרשימה מופיעים בדרך כלל עם 2 כותרות עיקרית ומשנית, מבצע מיוחד ועוד מגוון של פיצ'רים שמטרתם להדליק את הקונה ולגרום לו לרכוש את המוצר.

5 - תחרות זה דבר בריא

שמתי לב שהרבה מאוד סוחרים מפחדים מתחרות למרות שערכו מחקר שוק, מצאו מוצרים עם פוטנציאל מכירה מאוד גובה, ואז הם נוטשים את המוצר וממשיכים הלאה.



המשך

שאני שואל אותם למה עשיתם את זה ? למה לא שמרתם את המוצר לבדיקה מעמיקה יותר?

הם משיבים : ליאור תראה כמה תחרות יש על המוצר הזה . מה הסיכוי שירכשו ממני את המוצר הזה ולא מ2000 אנשים שמוכרים בדיוק כמוני?

התשובה פשוטה :תחרות מעידה על ביקוש וכשיש ביקוש יש מכירות, ורק נדרש למצוא את אסטרטגיית המכירה המתאימה למוצר.

אקח לדוגמה את הספינר שבתחילת דרכו מכר מיליוני יחידות ופרנס מאות מוכרים בEBAY . מה שהיה מדהים במוצר שכולם הרוויחו היות והביקוש היה עצום, והמוצר הזה נמכר בערמות עד היום.

לכן תחרות זה דבר בריא וטוב, וכשיש תחרות צריך לחשוב ביצירתיות , בשונה מהמתחרים, לנסות להיכנס לנעלי הלקוחות הפוטנציאליים ולהציע בידול למול המתחרים.

לדוגמה אם יש 100 מוכרים שמוכרים אותו מוצר, אוכל ליצר בידול ע"י העלאת המוצר בשילוב מוצר משלים נוסף (שילוב מוצרים דומים/משלימים BUNDLE) , אעצב את התמונה בשונה משאר המתחרים, אשלב מילות מפתח חזקות, ואדאג להבאת תנועה אורגנית מחוץ לאיביי.



המשך

בנוסף אפשר לשחק על מחיר למשל להראות מחיר מוצר זול יותר מהמתחרים אבל להוסיף עלות משלוח גבוהה, להציע זמן שילוח קצר היות ואמזון מספקת תוך יומיים שלושה, ליזום מבצעים והנחות, קידום ממומן, ומילוי פרטים רבים ככל שאפשר על המוצר מה שיגדיל את החשיפה של המוצר שלכם ליותר לקוחות פוטנציאליים וכמובן יביא למכירות

לכן תזכרו שאיפה שיש תחרות יש כסף



בהצלחה אלופים!
אני פה לכל שאלה.
ליאור טסטא.

מוזמנים להיכנס לאתר הקורסים והתוכן וללמוד עוד.
[HTTP://COURSES.TESTAMIND.CO.IL](http://COURSES.TESTAMIND.CO.IL)



קבוצה בפייסבוק

עוד ערוצים שלי ברשת



כל הזכויות שמורות לTESTAMIND