

# Нишевый маркетплейс для *развития* *независимого* *fashion-ритейла*

Лидия Новоселова  
директор по привлечению  
и развитию партнерских  
отношений с брендами

la

Наша амбиция – *быть платформой #1*  
*в России* для покупки модных подлинных  
fashion и lifestyle товаров

la

# Ключевые показатели

брендов в 2025 году

5 130

российских брендов  
на платформе

2 352

рост эксклюзивного  
ассортимента

> 20%

собственных  
брендов

8

SKU

676 ТЫС.

MAU

20 МЛН +

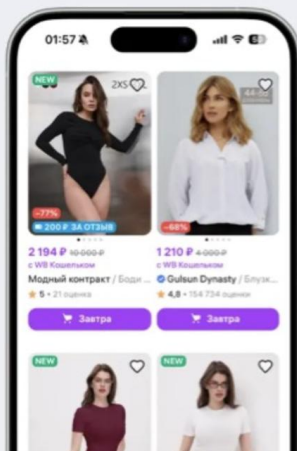
# Про стратегии роста бизнеса

Структура онлайн fashion рынка

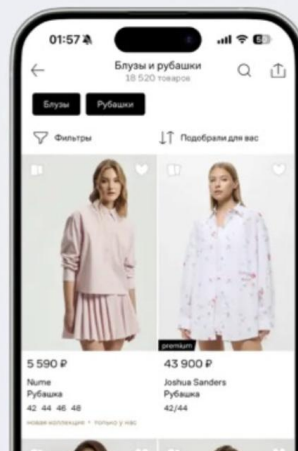
**Универсальные маркетплейсы** — крупнейшие площадки с широким ассортиментом и покрытием

**Независимый есом** — рынок онлайн-продаж через собственные каналы: DTC-платформы, интернет-магазины брендов, нишевые маркетплейсы с узкой специализацией, где продаются бренды одной или пары смежных ниш

**Универсальные маркетплейсы**  
(мультикатегорийные площадки)



**Независимый есом**  
(нишевые маркетплейсы и собственные каналы)



# Платформа #1 в России и СНГ для покупки модных и оригинальных fashion и lifestyle товаров

<p>Подобранный ассортимент оригинальных товаров</p> <p>01</p>	<p>Клиенто-ориентированность и персонализация</p> <p>02</p>	<p>Lamoda – лидер в fashion и lifestyle</p> <p>03</p>	<p>Отличный сервис и удобство</p> <p>04</p>
<p>Предоставление выбора товаров, закрывающих широкий спектр потребностей целевых сегментов</p>	<p>Развитие глубоких знаний о клиенте и его предпочтениях</p>	<p>Актуализация бренд-позиционирования</p>	<p>Обеспечение лучшего сервиса в fashion: от простоты поиска до дифференцированных опций по доставке</p>
<p>Сотрудничество с эксклюзивными брендами и доступ к лимитированным коллекциям</p>	<p>Применение омниканальных подходов для создания персонализированного клиентского опыта</p>	<p>Создание контента, вдохновляющего клиентов на уникальные образы</p>	<p>Внедрение удобных способов покупок, соответствующих современным требованиям клиентов</p>
<p>Постоянное обновление ассортимента для удовлетворения как базовых, так и трендовых потребностей</p>	<p>Внедрение WOW-эффектов в каждый аспект клиентского пути</p>	<p>Партнерство с влиятельными фигурами и трендсеттерами в индустрии</p>	<p>Развитие программы лояльности для удержания клиентов и повышения их удовлетворенности</p>

# Потребитель фэшн-товара на Lamoda – кто он?



## Гендер

56% — женщины  
44% — мужчины



## Возраст

39% — 25-35 лет  
32% — 36-45 лет  
13% — 18-24 года  
и 46-55 лет



## Распределение

65% — доля аудитории  
в регионах  
35% — Москва  
и Санкт-Петербург

37% — приходят за вдохновением

37% — не всегда сразу знают, что хотят купить

39% — смотрят контент раздела «Идеи»

## Основные категории

### *Fashion*

- Лидер в категории
- Развиваем сегменты Middle+ и Premium

### *Sport*

- Лидер на рынке в оригинальном брендовом предложении для занятий спортом и спортивном стиле
- Фокус на Middle и Middle+ сегменты

## Сопутствующие категории

### *Kids*

- Развиваем предложение для всей семьи

### *Beauty*

- Дополняем покупки аудитории Fashion

### *Home*

Закрываем потребности целевой аудитории в широком ассортименте «fashion for home»

# Устойчивый рост платформы Lamoda в 2024 году

**37%**

Рост GMV

**+50%**

Спорт

**+47%**

Аксессуары

**+44%**

Одежда

**+42%**

Обувь

**+87%**

Красота



В 2024 году была перезапущена категория «Дизайнеры»: она выросла в количестве SKU на 37%. На 2025 запланирован рост не менее чем на 40%.

# Лучшая в своем классе инхаус цепочка ценностей, созданная специально для фэшн-сегмента



## ФФ-центр

- **2 собственных** ФФ-центра: Быково и Софьино
- Работают **24/7**
- Объем хранения: **12-14М** единиц
- Пропускная способность – **300к+** заказов в сутки
- **4 часа** – среднее время сбора заказа
- **99.99%** точность отгрузки



## Фотостудия

- работает **24/7**
- Возможность съемки более **3к SKU** ежедневно
- **48 часов** – от прибытия товара на фотостудию до появления на сайте
- Контроль качества контента
- Снимает весь редакторский контент и креативные кампании



## Контакт-центр

- **700+** операторов
- **300к+** звонков в месяц
- **99%** подтверждений заказов в первые 5 мин
- **80%** ответов на входящие звонки в первые 20 секунд



## Доставка

- **5к+** торговых представителей
- **775** собственных автомобилей
- **1000** собственных ПВЗ - **70 000** включая партнерские
- **136** транзитных складов
- Доступность в **1,4к+** городах: доставка на следующий день — в **300+** городах, день-в-день — в Москве
- Примерка, частичный отказ и выкуп после примерки

# Сбалансированное портфолио из категории fashion & lifestyle – более 4500 международных и локальных брендов



# Соотношение спроса на международные и российские бренды практически сравнялось

**~800**

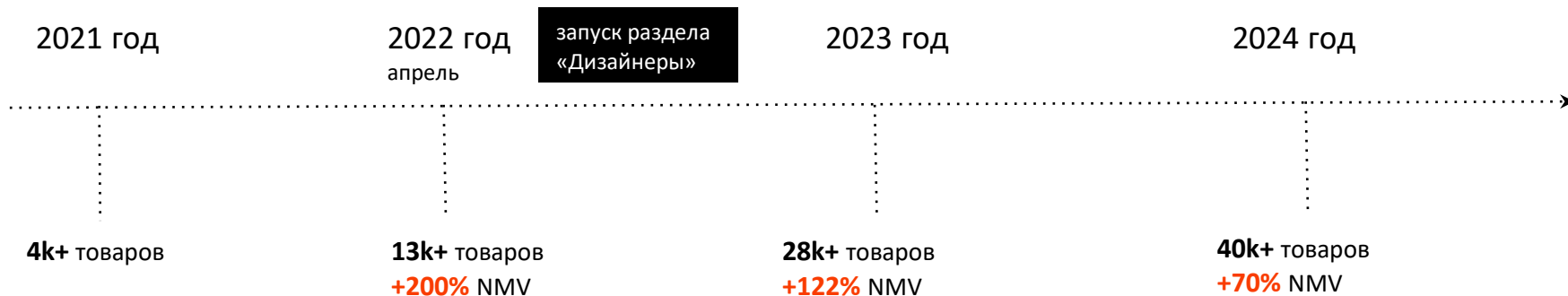
новых брендов вышли на  
платформу в 2024 году  
**более половины**  
из них – российские  
бренды

**60%**

локальные марки

\*Данные приведены за полный 2024 год

# Локальные бренды на Lamoda сохраняют тенденцию роста уже несколько лет подряд



\*NMV – оборот

# Дизайнеры — пространство на Lamoda с молодыми перспективными брендами из России

Мы всегда верили в локальные бренды и, видя растущий интерес клиентов, в апреле 2022 года объединили их в отдельный раздел «Дизайнеры» на Lamoda

*Lamoda*

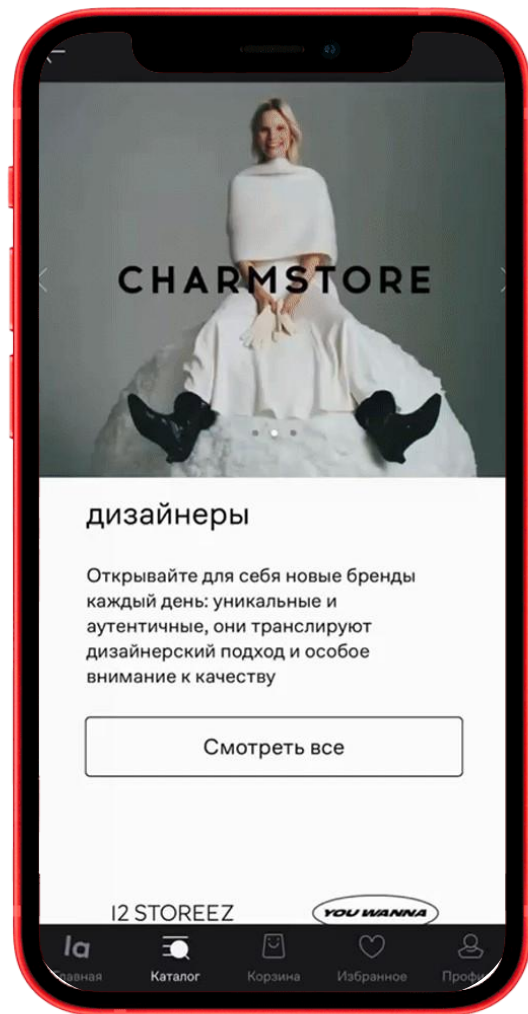
кураторский подход  
среда для развития  
лояльная база клиентов



*Бренд*

дизайн  
качество  
единая цена

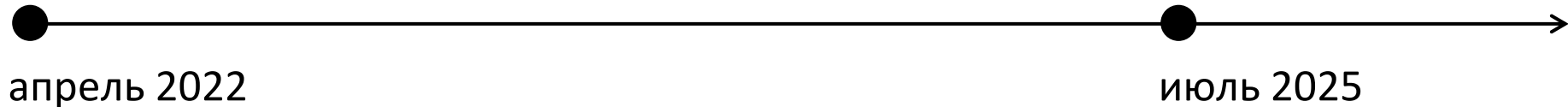
**lamoda** business



# Дизайнеры: тогда и сейчас



*рост в 3 раза*



апрель 2022

июль 2025

## ТОП бренды:

12storeez  
2MOOD  
TOP TOP  
Ushatava  
Present & Simple  
You Wanna  
Red September и др.



380 брендов

58+k SKU

+ 59% NMV YoY,

2024 - 2025 YTD

## Дизайнерский бренд

- Яркая выраженная дизайнерская ДНК и креативное видение, экспериментирует с кроем
- Узнаваемый стиль и уникальная философия. Команда дизайнеров
- Более требователен к производству
- С эффектным визуальным контентом
- Ориентирован на более узкую аудиторию с потребностью в трендовой одежде



## Массовый бренд

- Ориентирован на спрос и тренды, более универсален в предложении
- Проверенные лекала, упор на комфорт и удобство



# Поведение покупателей — бренд имеет значение

В «Дизайнеры» средний чек выше  
на **47%** и продажи растут **x2** быстрее

Даже при таком уровне продаж  
в разделе растут быстрее, чем  
в основном ассортименте Lamoda

\*

Топ категорий, где покупатели ценят бренд по данным Lamoda:

**+82%**

платья

**+46%**

брюки

**на 135%**

В категории  
домашняя одежда  
выросли продажи  
в 2024 году

**+100%**

трикотажные/  
вязаные вещи

**+124%**

джинсы

**на 85%**

выше чек  
на верхнюю одежду



\* - без учета Premium-категории

Наша миссия — помогать  
брендам расти и усиливать  
знание о себе среди  
широкой аудитории,  
сохраняя при этом свою  
уникальность  
и идентичность



## Подзадачи построения бренда

**01** Работа над **узнаваемостью**  
бренда

**02** Возможность наращивать  
аудиторию

**03** Увеличение **вовлеченности**  
и построение **комьюнити**  
**лояльных клиентов** вокруг бренда

**04** Дополнительные инструменты  
**продвижения коллекции** и  
увеличение продаж

# Экосистема рекламных инструментов Lamoda



Продажи



Продажи + brandformance



Продажи + external brandformance

ИНСТРУМЕНТЫ

- Товарная реклама
- In-app баннеры
- Баннеры в каталоге
- Баннеры в избранном
- Баннер на success page
- Баннеры на главной и внутри страниц
- Direct marketing: email, push
- Внешние Performance кампании

Ad Platform

- Товарная реклама
- In-app баннеры
- Баннеры в каталоге
- Баннеры в избранном
- Баннер на success page
- Баннеры на главной и внутри страниц
- Direct marketing: email, push
- Внешние Performance кампании

Ad Platform

- Mobile stories
- «Идеи»: Образы, подборки, статьи
- Стримы «Lamoda на диване»
- Коллаборации
- Тематические кампании со сторител Landing Page
- Shop-in-Shop
- Блогеры

- Товарная реклама
- In-app баннеры
- Баннеры в каталоге
- Баннеры в избранном
- Баннер на success page
- Баннеры на главной и внутри страниц
- Direct marketing: email, push
- Внешние Performance кампании

Ad Platform

- Mobile stories
- «Идеи»: Образы, подборки, статьи
- Стримы «Lamoda на диване»
- Коллаборации
- Тематические кампании со сторител Landing Page
- Shop-in-Shop
- Блогеры

- TV интеграция
- PR продвижение
- Спецпроекты
- Офлайн-ивенты

# Главное – вы сами управляете товаром



## Ценами и скидками

Устанавливаете и корректируете розничные цены на каждый товар в личном кабинете и там же управляете скидками



## Ассортиментом

Выбираете товар, который будете продавать на Lamoda и управляете стоком: моделями и количеством единиц, подсортировкой (бестселлеры, высокий оборот) (при условии, что бренд в целом и отдельные категории по бренду согласованы с Lamoda)



## Получаете аналитику по ассортименту

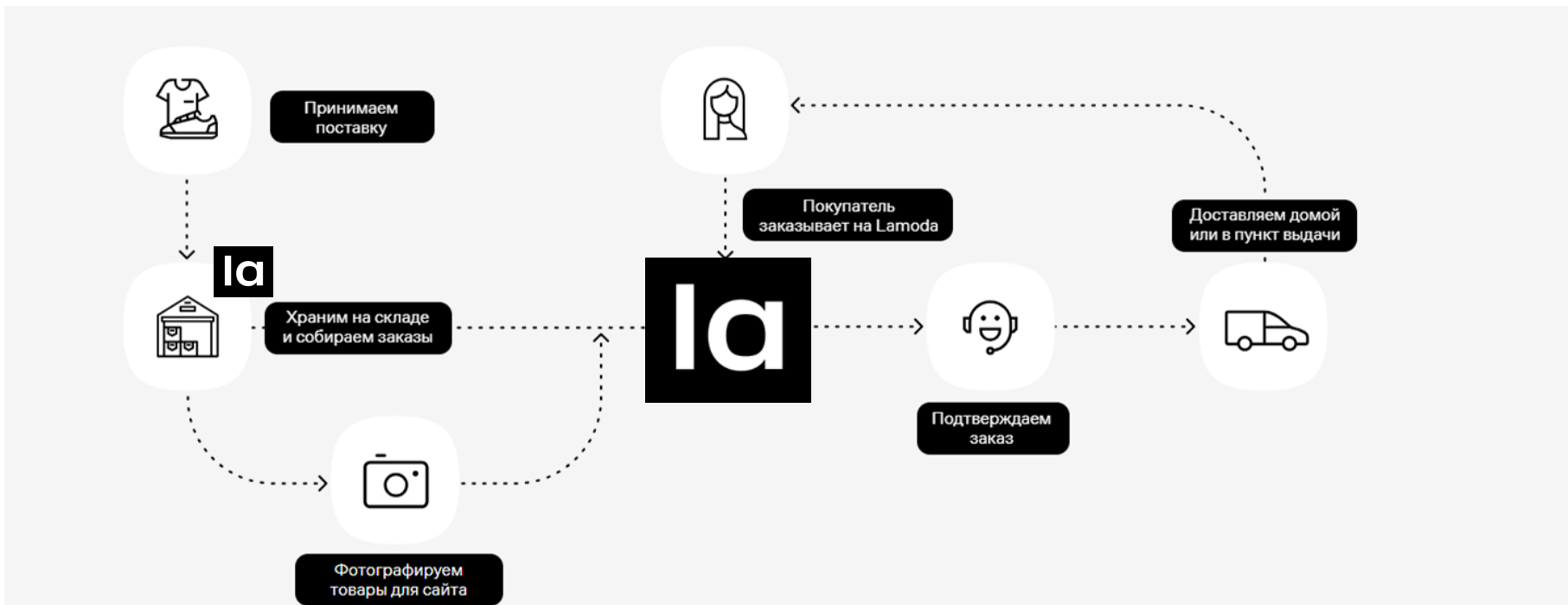
Партнер получает еженедельные отчеты по продажам своего бренда, ежемесячные отчеты комиссионера и возможность просматривать информацию в режиме реального времени (через личный кабинет продавца)



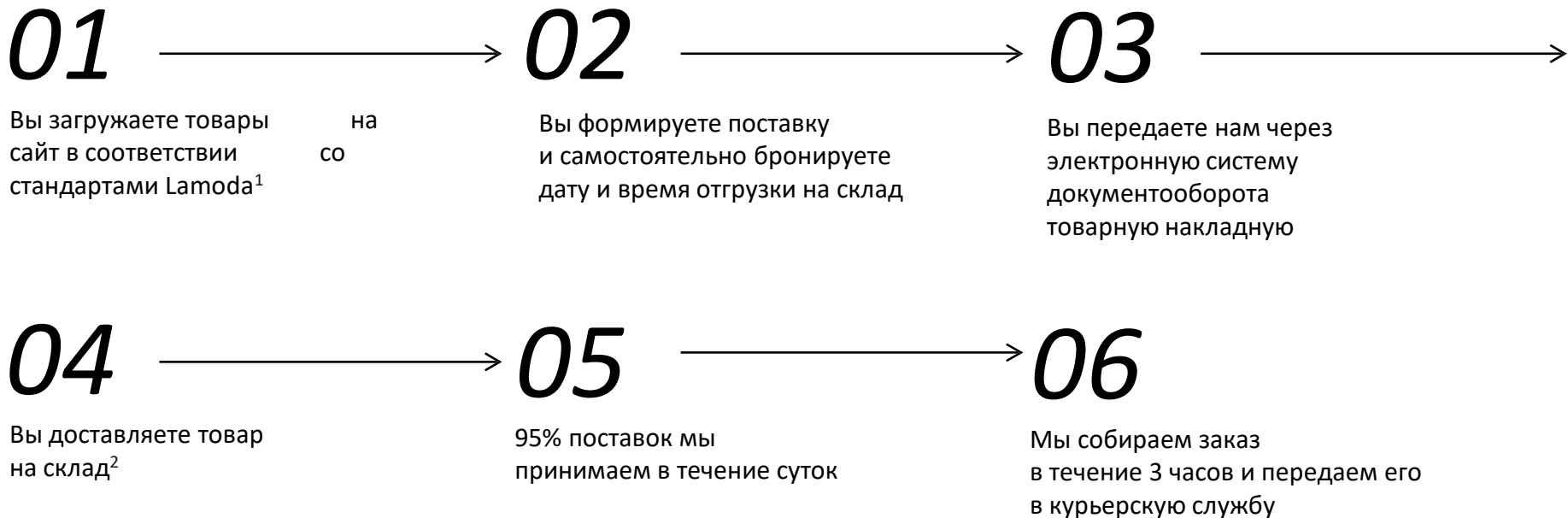
# Маркетплейс Lamoda: как стать партнером

la

# Как происходит отгрузка товаров на FBO?



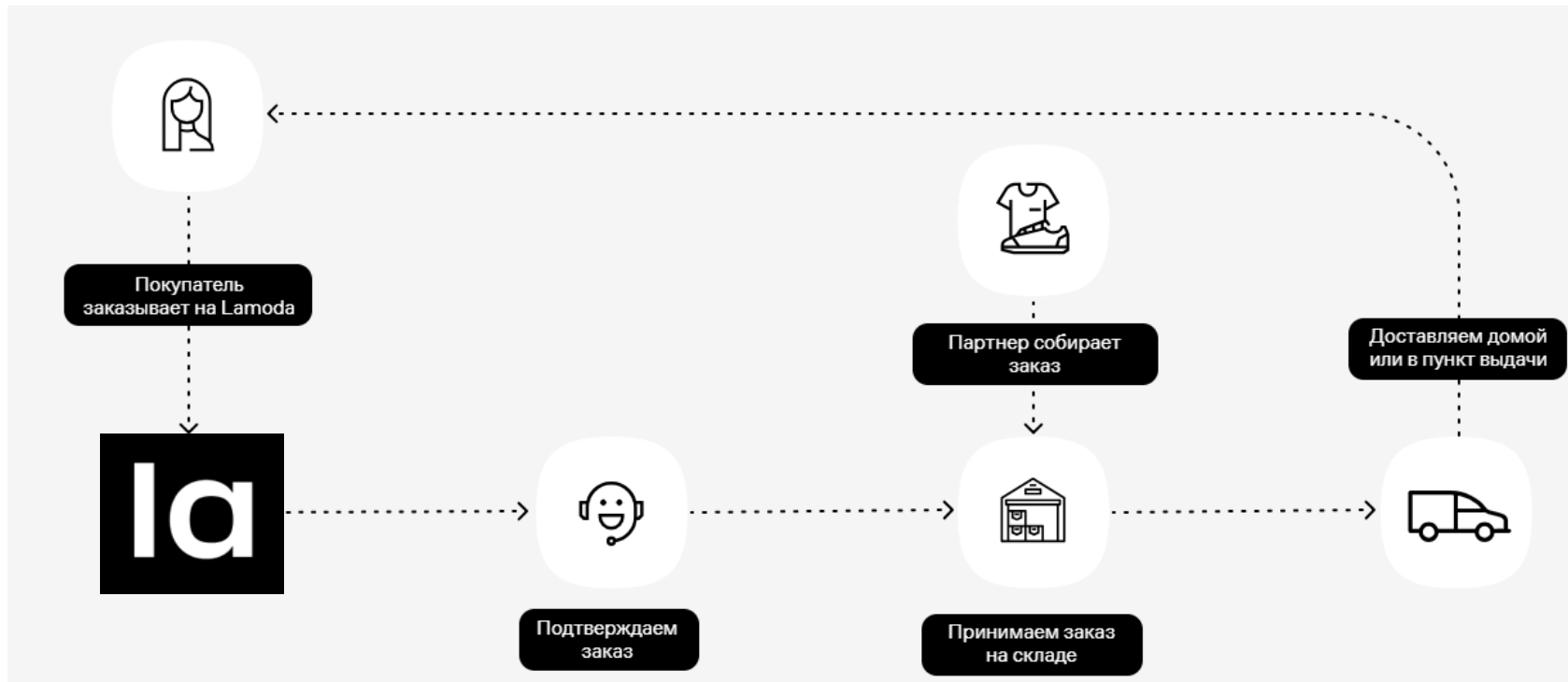
# Lamoda FBO: схема работы



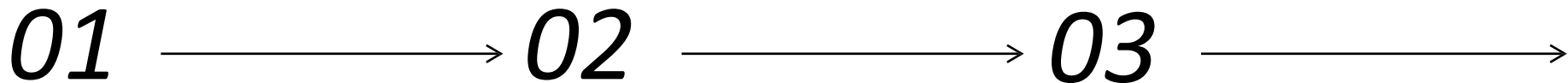
<sup>1</sup> — подробнее смотрите необходимые требования для подключения

<sup>2</sup> — мы также можем забрать товар с Вашего склада

# Как происходит отгрузка товаров на FBS?



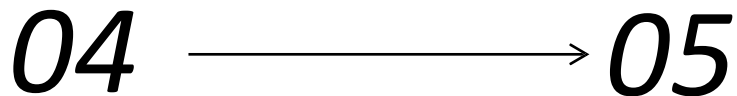
# Lamoda FBO: схема работы



01  
Загрузка карточек товаров  
в Seller Center или Lamoda Seller

02  
Настройка API-интеграции с  
системой Lamoda

03  
Предоставление инструкции  
для Call-центра Lamoda



04  
Настройка передачи заказов в  
системах Lamoda

05  
Тестирование и запуск Партнера

<sup>1</sup> — подробнее смотрите необходимые требования для подключения

<sup>2</sup> — мы также можем забрать товар с Вашего склада

# Выплаты происходят регулярно

Доход от проданных товаров (за вычетом комиссии Lamoda) мы перечисляем:



**Раз в неделю** — за товар,  
доставленный Lamoda Express<sup>1</sup>



**Раз в месяц** — за товар,  
доставленный партнерскими  
курьерскими службами

<sup>1</sup> — более 80% всех заказов в стоимостном выражении доставляются Lamoda Express

# Для подключения к Lamoda нужно

Юридическое лицо с регистрацией в России

Иметь документы на товарный знак

Сертификат и декларации соответствия на все товары

Доступ к ЭДО для обмена документами

**Минимальный объем SKU в первой отгрузке согласно требованиям в категории**

Средняя глубина 10 –15 единиц на артикул – зависит от категории товара и РРЦ

Упаковка соответствует требованиями Lamoda: индивидуальная, прозрачная

Этикетки и вшивные ярлыки, оформленные по стандартам России

# Ширина ассортимента определяется категорией товаров

## *50 и более*

- одежда и обувь
- premium
- ювелирные украшения
- техника
- книги
- игрушки
- багаж

## *40 артикулов*

- аксессуары
- товары для дома

## *20 артикулов*

- товары для спорта
- косметика

## *12 артикулов*

- локальные дизайнерские бренды

# Проверка права на товарный знак помогает нам избежать неоригинального и некачественного товара в каталоге



## Если вы правообладатель:

- Свидетельство на товарный знак
- Заявка на регистрацию товарный знака с отметкой
- о ее принятии к рассмотрению и гарантийное письмо



## Если вы не правообладатель:

- Зарегистрированный лицензионный или сублицензионный договор
- Дистрибьюторское соглашение
- Разрешительное письмо от правообладателя

# Проверка качества и безопасности товара



## Сертификат качества

товар должен быть  
маркирован знаком ЕАС

## Декларация соответствия

товар должен быть маркирован  
знаком соответствия

## Отказное письмо

Если вашим товарам  
не требуется сертификат  
соответствия

# Заключаем договор на основании оферты

Общие условия комиссии —  
основной контракт.  
Это оферта, которая принимается  
партнером  
в личном кабинете продавца —  
Lamoda Seller

Дополнение к общим условиям комиссии — подписывается  
посредством электронной подписи через ЭДО.  
Состоит из «Заявки» с коммерческими условиями  
и «Приложения» с товарными знаками, которые партнер  
планирует подключить на платформу.

# ТГ-канал для продавцов и партнеров Lamoda



Q&A

1a

Спасибо!

la