

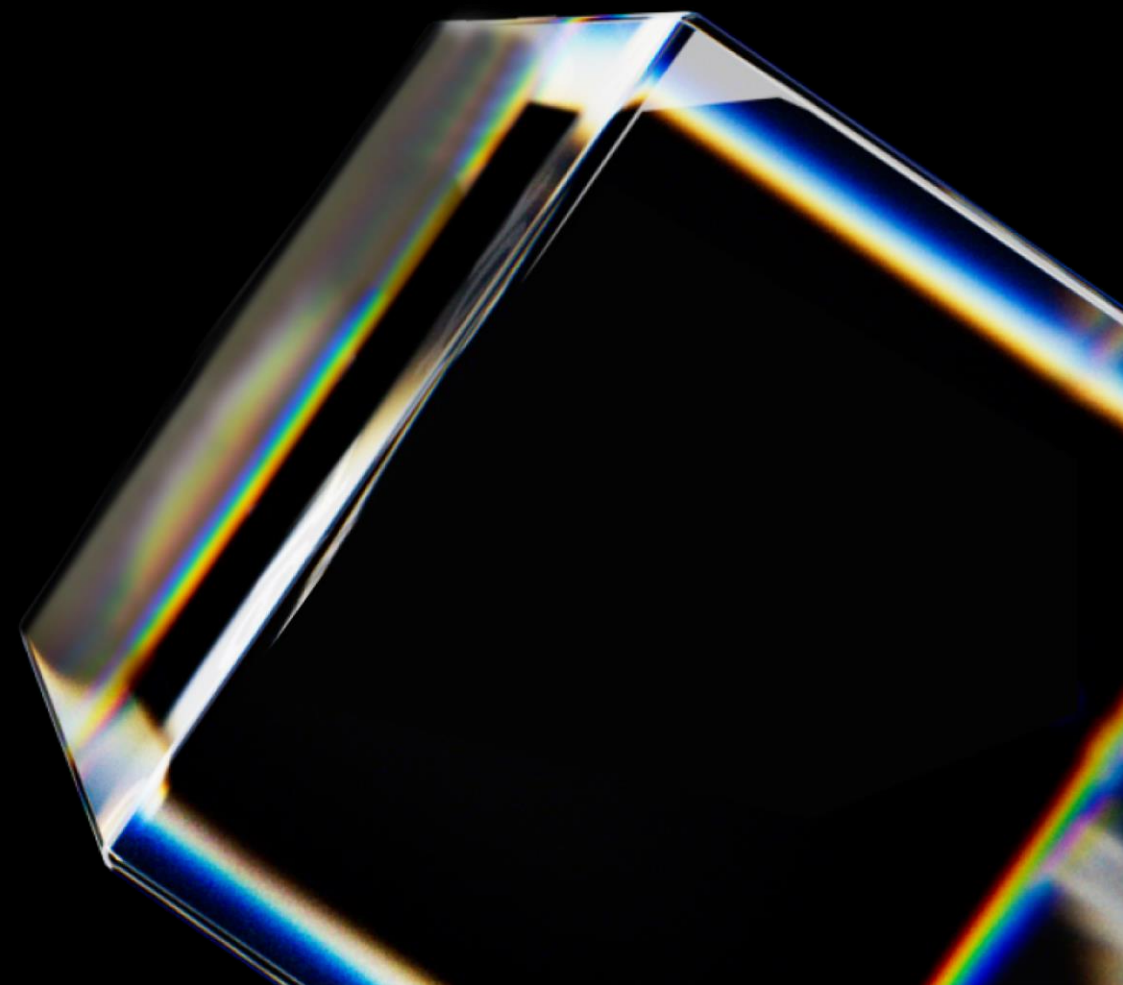
Анализ баннерной активности в e-com:

какие категории и бренды
лидируют по видимости на
маркетплейсах

Александра Копылова
CPO, Easy Commerce

ОККАМ

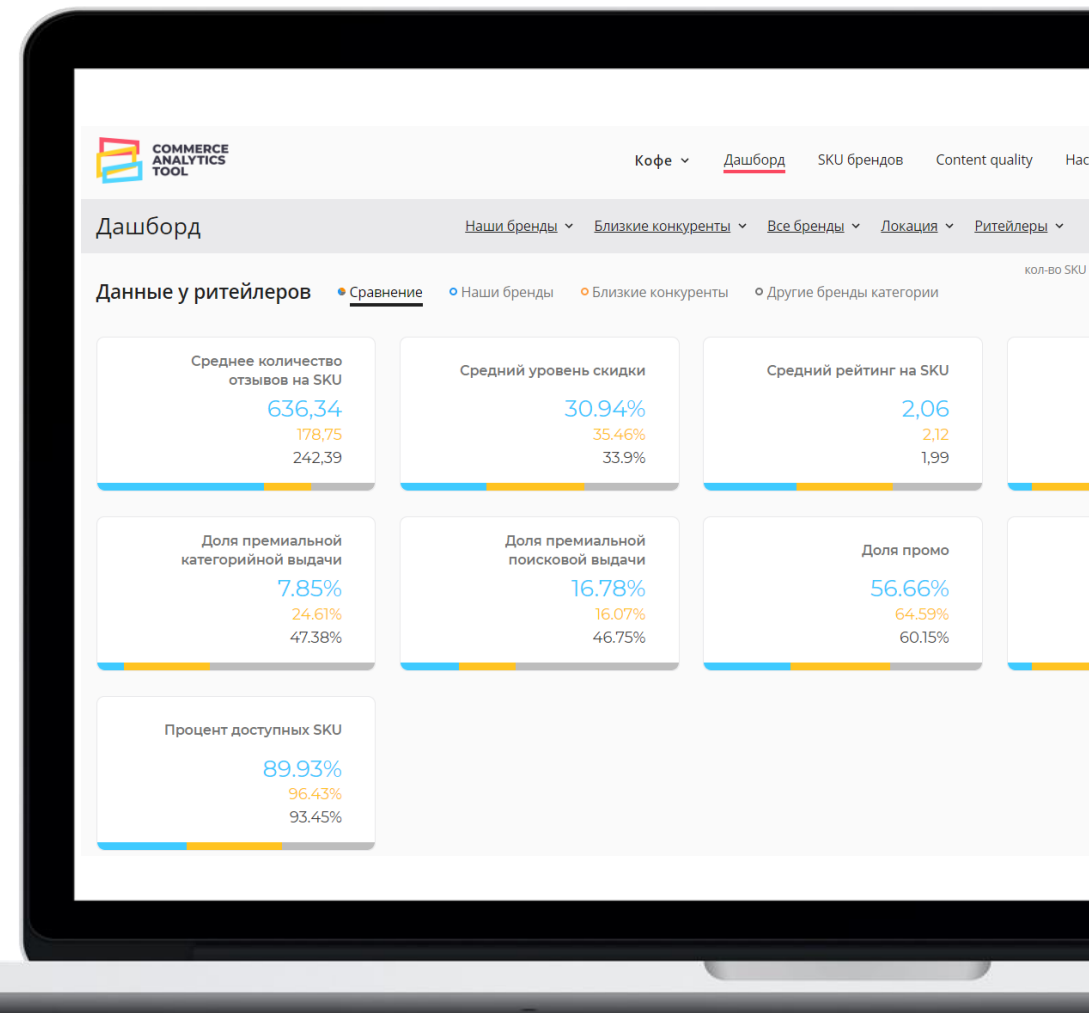
easy(commerce)



Commerce Analytics Tool — это анализ рынка онлайн-коммерции 360°

Полный набор метрик по **120** онлайн-платформам, **15** городам России и **8000** адресам на ежедневной основе

- Состав полки: ассортимент, доля
- Видимость бренда: позиции в выдаче, анализ SoV Ads Detector
- Стоки, уходимость : OOS, остатки в штуках, продажи
- Цены: регулярная и промо, глубина скидки
- Качество контента: сравнение с эталоном, заполненность атрибутов
- Отзывы и рейтинг: кол-во звезд и отзывов, анализ семантики Reviews Insights



Высокая конкуренция за внимание аудитории

easycommerce



Количество уникальных брендов, размещенных
на главных страницах в 2024 году

685

Wildberries

+ 64 бренда за год

374

Ozon

+ 178 брендов за год

250

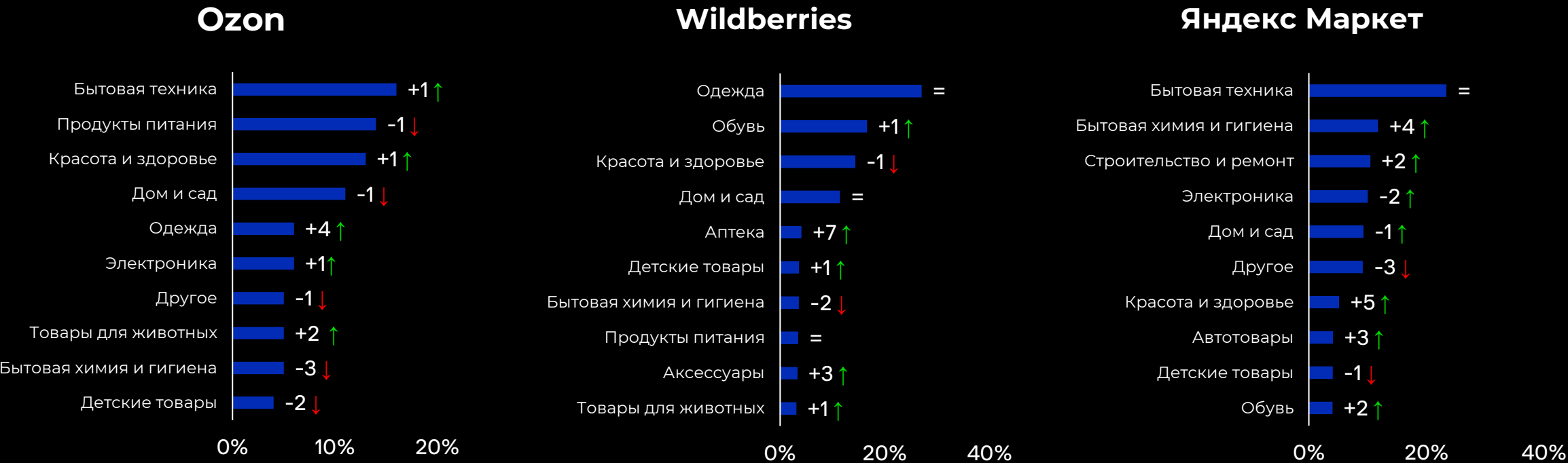
Yandex Market

+ 94 бренда за год

Топ лидирующих категорий по SoV в рекламе разный на каждом маркетплейсе

SoV = Share of Voice, показывает объем рекламных выходов в категории

Уровень активности категорий отличается и изменился за последний год



У брендов, использующих рекламу, медианная дневная выручка с одной карточки больше в 7,5 раза

easy(commerce)



105 брендов использующих и конверсию и охват делают 47% выручки всей категории Ozon

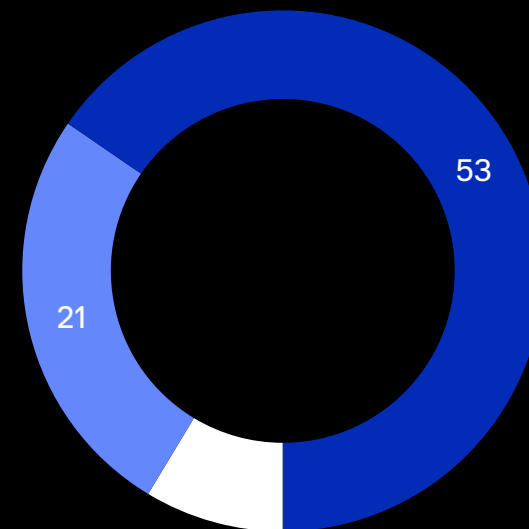
Медианные продажи шт/день

5 100+ Брендов в категории

1 330 Используют конверсионные форматы в рекламе

105 Используют охватные форматы в рекламе

- Без рекламы
- Только конверсия
- Конверсия + охват



Подключение рекламы влияет на продажи даже в условиях высокой конкуренции

1. Synergetic активно продвигались на главной Ozon
2. Использовали экоповестку, которая все больше интересует аудиторию и дает дополнительную ценность для бренда
3. Это привело к росту продаж бренда в Озон Фреш

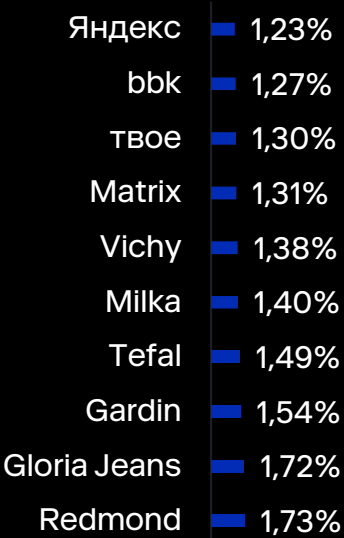
Выручка, руб.



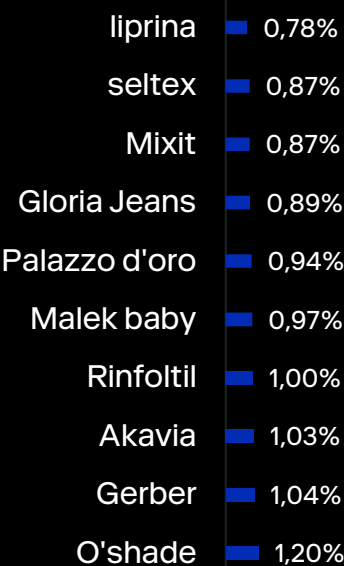
Топ брендов

Топ заметных брендов отличается на разных маркетплейсах

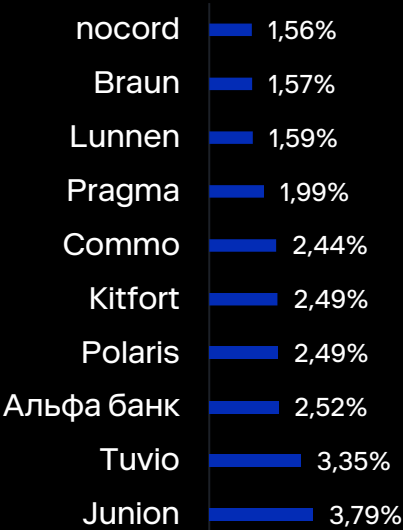
Ozon



Wildberries



Яндекс Маркет

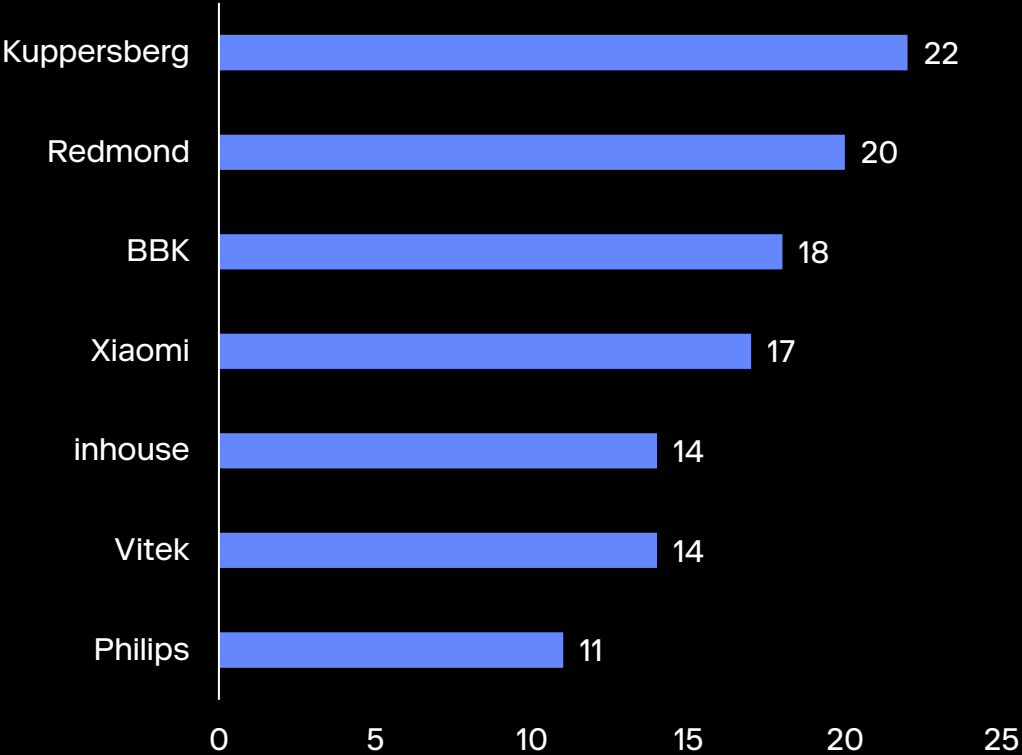


В разных категориях стратегии продвижения разные

Кол-во брендов в формате на Ozon
в разных категориях

Формат	Бытовая техника	Продукты питания	Красота и здоровье
Главная	34	63	77
Промо	54	60	38
Трафареты	52	83	77
Брендовая полка	22	40	38

Кол-во форматов, которые использует
бренд в категории бытовая техника



Что дает анализ рекламной активности

- Анализ уровня активности категории и сравнение между платформа
 - Анализ уровня активности брендов и позиция каждого по уровню заметности и SoV
 - Анализ популярности форматов в категории
 - Анализ сезональности
 - Анализ креативов
- Оценить необходимость рекламной поддержки на платформе с учетом позиции бренда на полке
 - Оценить текущую позицию бренда по заметности в рекламном клаттере
 - Сравнить свой медиамикс с категорией и оценить по SoV достаточность текущего медиамикса
 - Учитывать сезональные всплески для корректировки SoV в рекламном клаттере
 - Выявить интересные механики и коммуникационные сообщения

Спасибо!

easy(commerce)



По любым вопросам пишите
на esombrief@easycomm.ru

Александра Копылова
CPO, Easy Commerce



Скачать презентацию
можно на нашем канале
Okkam Insights

