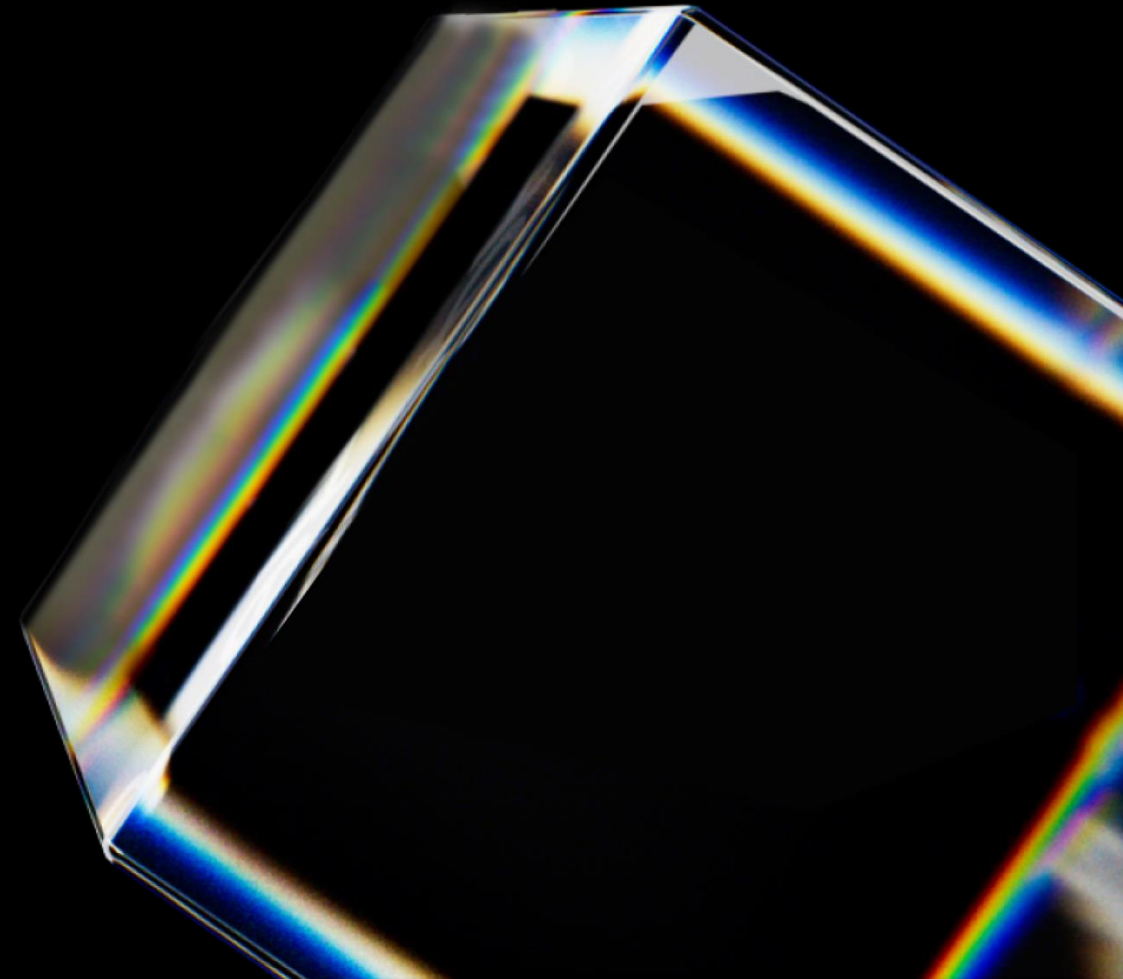


# Commerce Analytics Tool: как найти точки роста в e-commerce?

easy(commerce)  COMMERCE  
ANALYTICS  
TOOL

Александра Копылова  
CPO, Easy Commerce

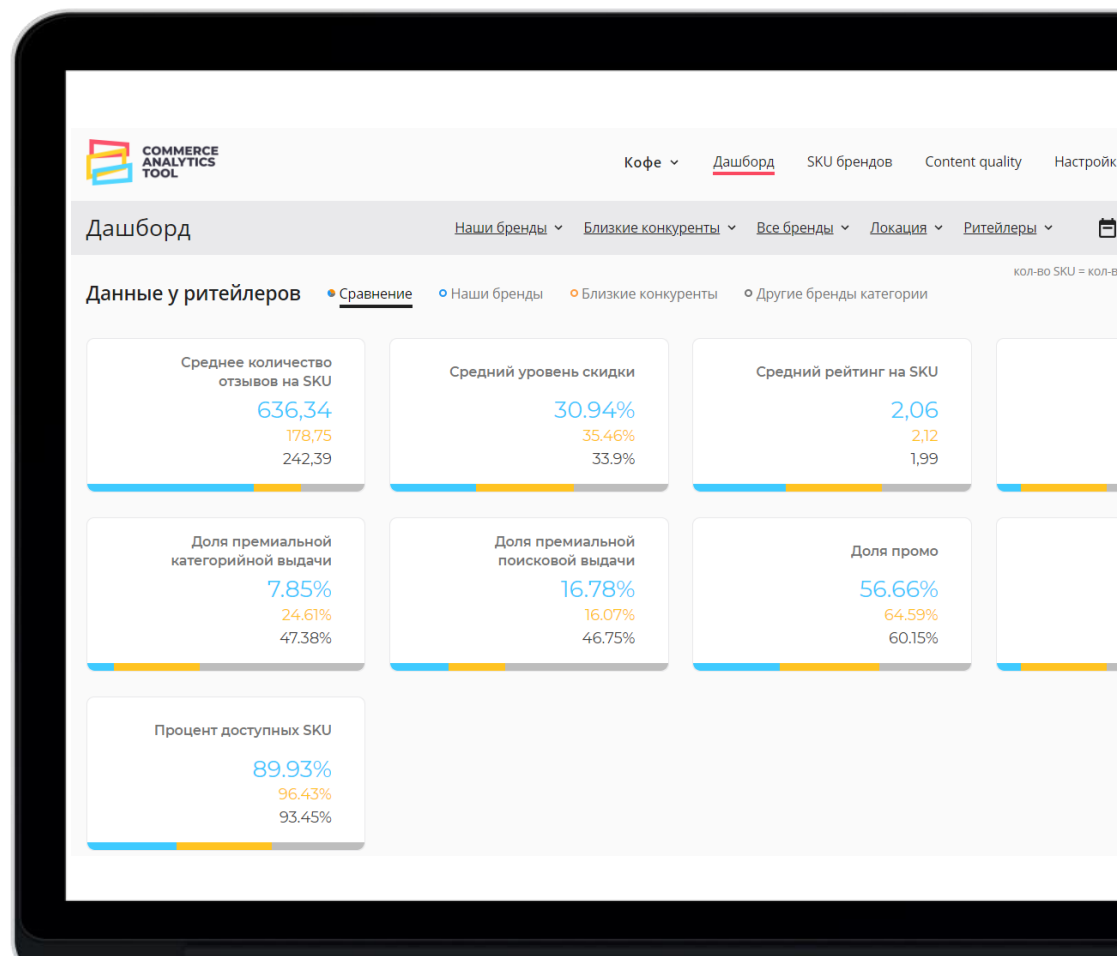
OKKAM



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

Полный набор метрик по 120 онлайн платформам, 15 городам России и 8 000 адресам на ежедневной основе.

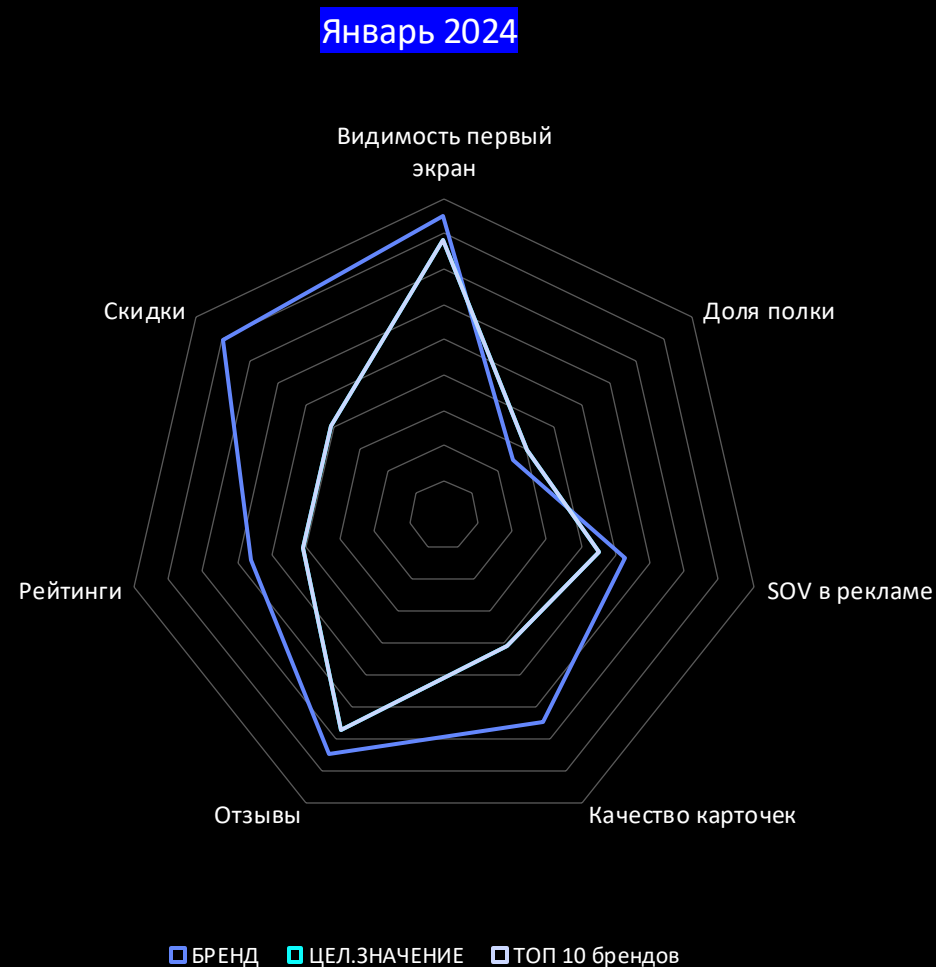
- Состав полки: ассортимент, доля
- Видимость бренда: позиции в выдаче, анализ SOV Ads Detector
- Стоки, уходямость : OOS, остатки в штуках, продажи
- Цены: регулярная и промо, глубина скидки
- Качество контента: сравнение с эталоном, заполненность атрибутов
- Отзывы и рейтинг: кол-во звезд и отзывов,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



# Данных много, но как клиентам с ними работать?

## 1 Задать таргетное значение и проводить сравнение с ним

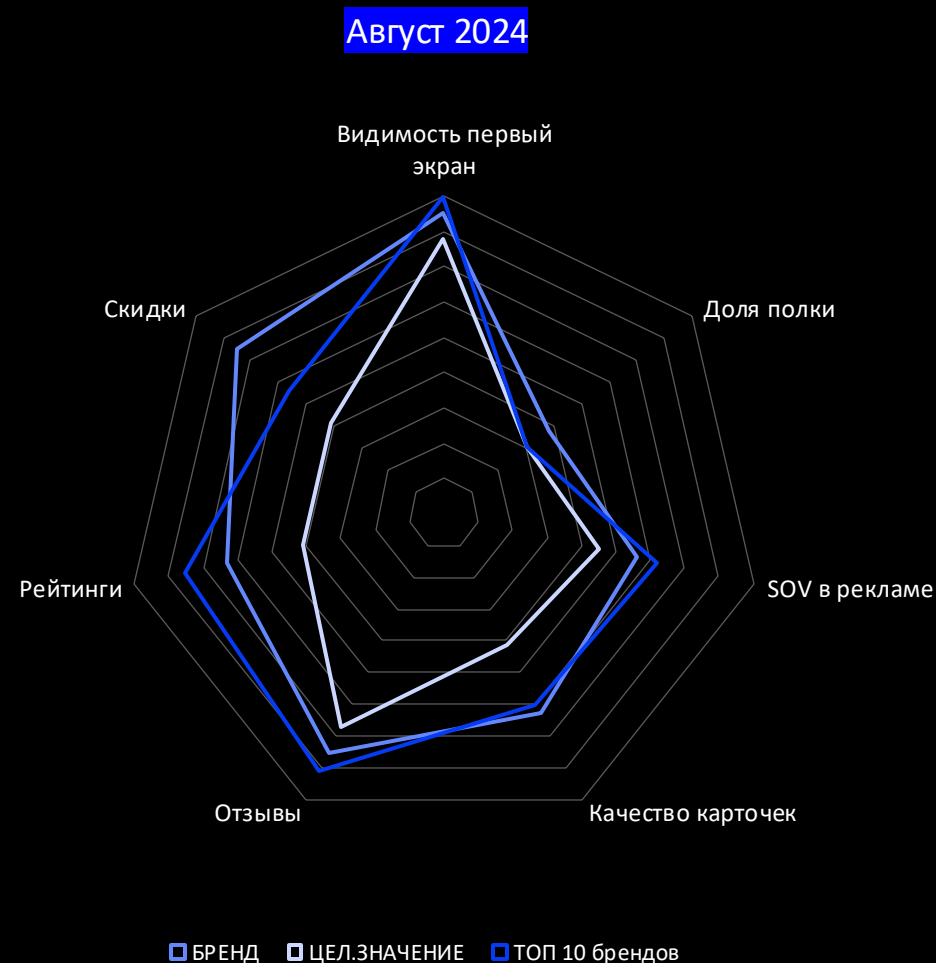
- Категория меняется, а мы все также считаем, что 5 отзывов это целевое значение
- Видим падение/рост метрики, но почему оно случилось? Нужны данные по категории
- Задается целевое значение на все категории и все онлайн платформы



# Данных много, но как клиентам с ними работать?

## 1 Задать таргетное значение и проводить сравнение с ним

- Категория меняется, а мы все также считаем, что 5 отзывов это целевое значение
- Видим падение/рост метрики, но почему оно случилось? Нужны данные по категории
- Задается целевое значение на все категории и все онлайн платформы



# Данных много, но как клиентам с ними работать?

| Категория              | Кол-во карточек | Кол-во селлеров | Кол-во брендов |
|------------------------|-----------------|-----------------|----------------|
| Строительство и ремонт | 902 349         | 40 675          | 23 058         |
| Дом и сад              | 808 867         | 50 904          | 28 097         |
| Одежда                 | 802 118         | 30 528          | 19 168         |
| Автотовары             | 782 327         | 38 052          | 20 499         |
| Электроника            | 743 550         | 39 836          | 21 012         |
| Спорт и отдых          | 675 729         | 37 828          | 21 843         |
| Обувь                  | 476 643         | 16 313          | 9 257          |
| Хобби и творчество     | 475 568         | 32 394          | 17 649         |
| Красота и здоровье     | 472 873         | 25 592          | 16 428         |
| Детские товары         | 436 697         | 44 299          | 26 751         |
| Бытовая техника        | 392 363         | 28 686          | 14 799         |
| Товары для животных    | 327 968         | 16 139          | 8 564          |
| Аптека                 | 322 209         | 34 722          | 22 398         |
| Продукты питания       | 296 482         | 14 750          | 14 036         |

2

## Анализировать позицию бренда внутри категории

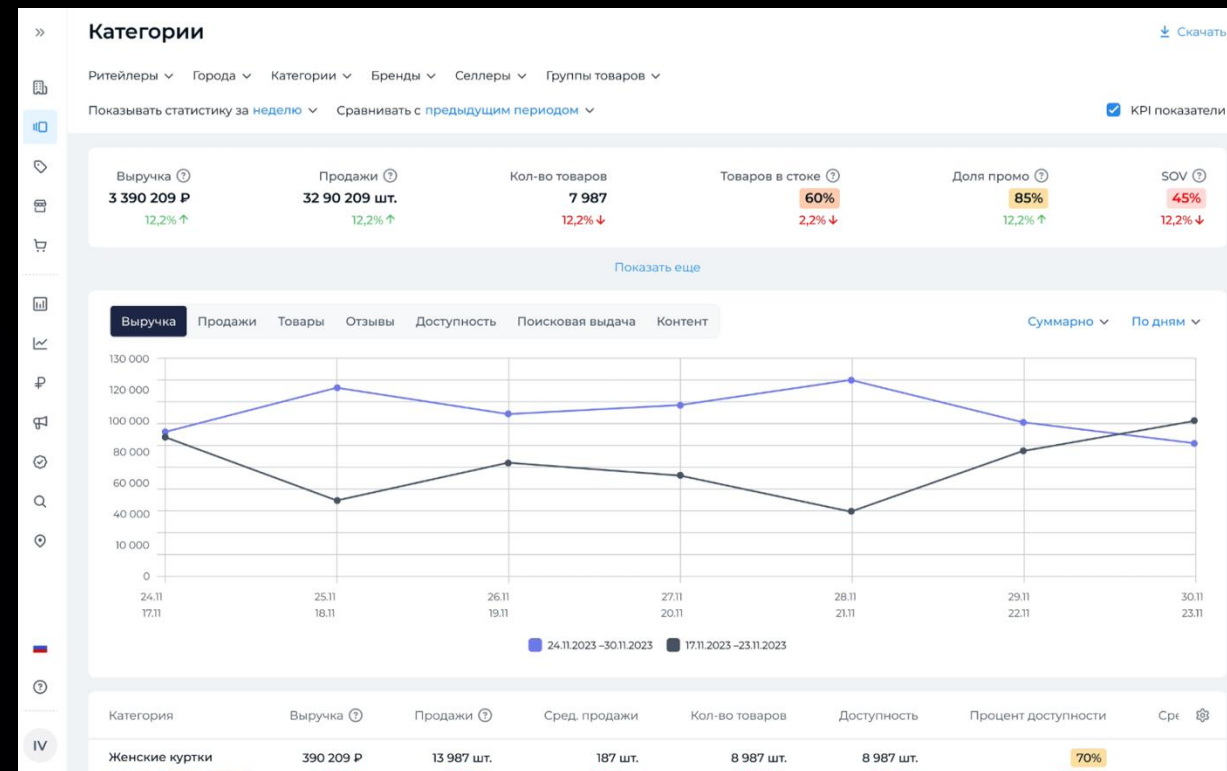
- Каждый день нужно просматривать много информации и метрик, чтобы увидеть тренд и понять причину изменения
- Динамика в каждой метрики есть ежедневно, но из-за объем информации теряется важное
- Сложно проводить сравнение периода к периоду сразу по всему объему конкурентов, категорий и метрик



И это только Ozon.

# Unified Dashboard объединяет оба подхода

- 1 Проанализируй категорию и позицию конкурентов — задай своей целевое значение каждой метрики, каждой категории и каждой платформы
- 2 Смотри за выполнением метрики и в случае динамики сразу проанализируй, что происходило с конкурентами для выявления причины
- 3 Следи за категорией и скорректируй целевое значение, если тренд в категории устойчивый
- 4 Повторяй регулярно :)

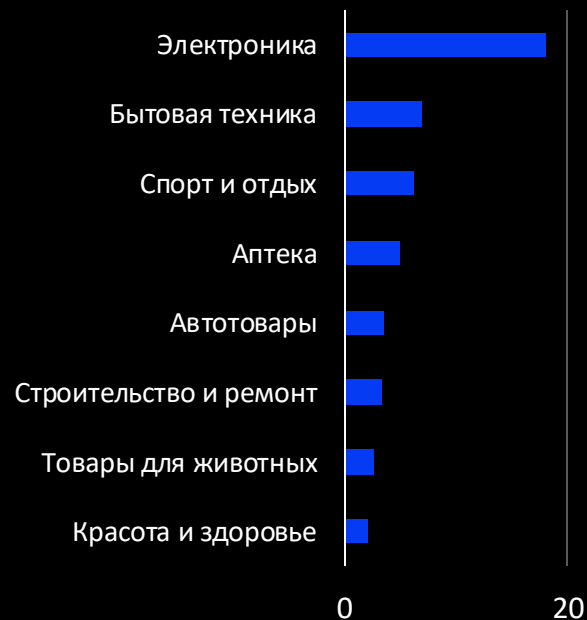


Мы переходим на сплошной сбор данных, чтобы исследовать рынок онлайн целиком, а не отдельные категории

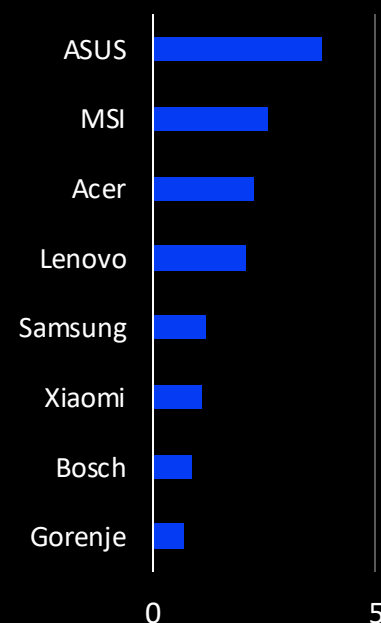
Запустили сплошной сбор всех категорий Ozon, WB и Yandex Market + выдача 35 000 поисковых запросов

- Состав категорий
- Продажи шт/р брендов и селлеров
- Контент карточек
- Отзывы и рейтинг
- Позиции в выдаче

Топ категорий по % GMV



Топ брендов по % GMV



Топ селлеров по % GMV



Озон август 2024 - GMV 205 млрд руб

На продажи влияет качество заполненности карточки, рейтинг и отзывы, но важность атрибутов отличается для разных категория

Сравниваем две категории на Ozon:

- В электроники покупатели смотрят на атрибуты и заполняемость карточки (фильтруют по ним).
- А в товары для животных у селлеров категории А больше отзывов, пользователи читают отзывы и это драйвер продаж.

| Группа | Кол-во селлеров |        | Атрибутов в среднем |    | Ср. отзывов на карточку |       | Средний рейтинг |      |
|--------|-----------------|--------|---------------------|----|-------------------------|-------|-----------------|------|
| А      | 473             | 455    | 26                  | 15 | 165                     | 1 029 | 4,82            | 4,78 |
| В      | 1 884           | 896    | 19                  | 15 | 494                     | 683   | 4,74            | 4,80 |
| С      | 36 392          | 13 462 | 14                  | 14 | 247                     | 214   | 4,65            | 4,75 |

Разбили всех продавцов на 3 группы ABC (80, 15, 5 % продаж) и для каждой группы посчитали кол-во атрибутов в карточке.

Электроника

Товары для животных



# Относительное влияние факторов для разных категорий

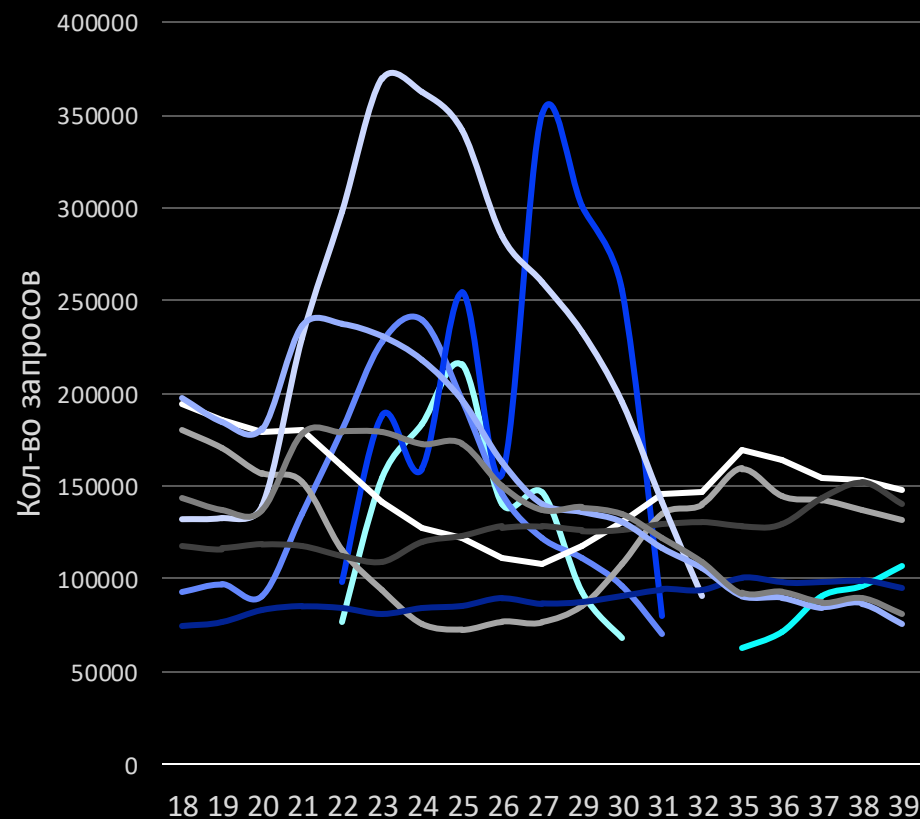
- Продажи в категории красота и здоровье зависят от отзывов и рейтингов
- Заполненность карточки сильнее всего влияет в категориях «Строительство и ремонт», «Бытовая техника» и «Электроника»

| Категория              | Заполненность атрибутов | Отзывы | Рейтинг |
|------------------------|-------------------------|--------|---------|
| Красота и здоровье     | 13%                     | 100%   | 100%    |
| Товары для животных    | 24%                     | 17%    | 31%     |
| Строительство и ремонт | 100%                    | 21%    | 8%      |
| Автотовары             | 42%                     | 9%     | 70%     |
| Аптека                 | 13%                     | 2%     | 40%     |
| Спорт и отдых          | 26%                     | 12%    | 22%     |
| Бытовая техника        | 66%                     | 14%    | 41%     |
| Электроника            | 72%                     | 27%    | 38%     |

# Аналитика частотности поисковых запросов для понимания трендов

## Топ популярных запросы Ozon

- бассейн каркасный
- босоножки женские летние
- вентилятор напольный
- кроссовки женские
- кроссовки мужские
- куртка женская демисезон
- наушники беспроводные
- платье женское летнее
- сумка женская
- футболка женская
- футболка мужская



У поисковых запросов есть очевидная сезонность:

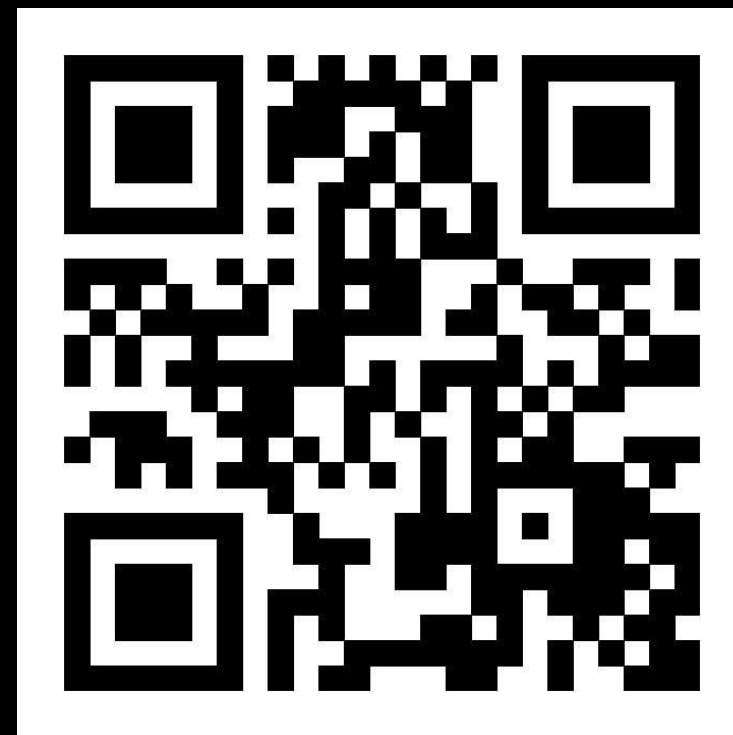
- В начале лета популярны платья.
- В середине когда жара все ищут вентиляторы и бассейны.
- Потом эти запросы уходят из топа и появляются сезонные запросы – «куртка демисезонная».

Но есть запросы которые всегда в топе, например, «Кроссовки МЖ, Наушники беспроводные, «Сумка женская».

Данные по всем категориям  
и 35 000 запросов — дашборд  
CAT Lite → январь 2025

Данные по продажам в категории  
на Ozon — TG бот → уже сейчас

Данные по частотным поисковым  
запросам для категории  
на Ozon — TG бот → уже сейчас



# Спасибо!

По любым вопросам пишите  
на [ecombrief@easycomm.ru](mailto:ecombrief@easycomm.ru)

Александра Копылова  
CPO, Easy Commerce



Скачать презентацию можно  
на нашем канале Okkam  
Insights

