

Анализ рекламной активности в e-сom: ключевые категории и бренды-лидеры

Александра Копылова
Директор по продуктам
Easy Commerce

Commerce Analytics Tool — анализ рынка e-commerce 360°



Полный набор метрик по 100+ онлайн-платформам, 15 городам РФ и 150к адресам на ежедневной основе

SOV
в рекламе

Видимость
в выдаче

Цены,
скидки

Качество
контента

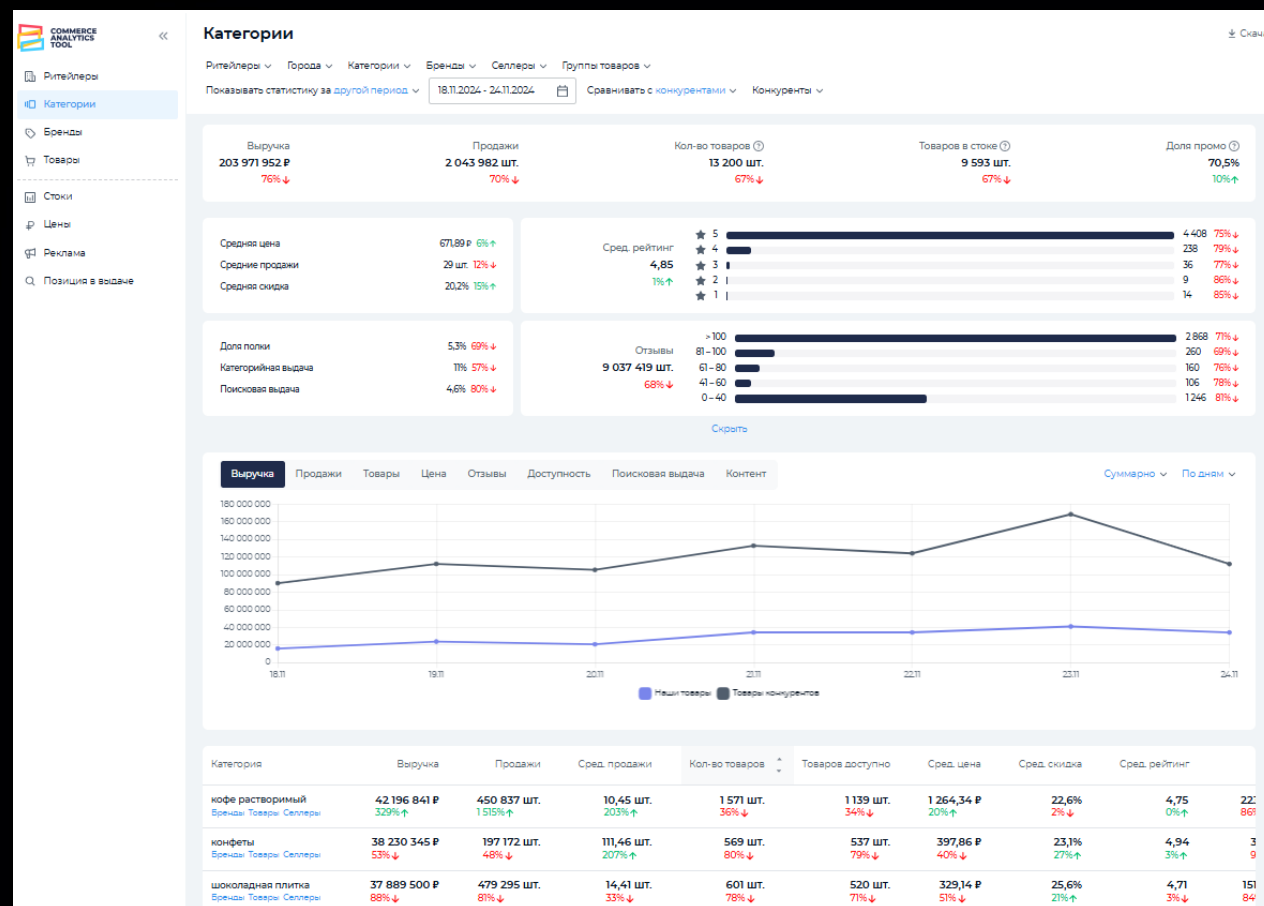
Сравнение
с эталоном

Рейтинги
и отзывы

Семантика
отзывов

Состояние
стоков, OOS

Продажи
в категории



Commerce Analytics Tool в цифрах

110
платформ

Ежедневный сбор 110+ платформ в web-версии или мобильного приложения

30 TB
входящих данных

Ежедневный сбор неочищенных данных

72
города

Сбор по России

150 000
адресов

Сбор данных в разрезе на склады/магазины

 easycommerce

OZON

WILDBERRIES

СБЕР MARKET

Каме

СБЕР МЕГА МАРКЕТ

ЭЛЬДОРАДО

М.Видео

ОНЛАЙНТРЕЙД.ру

Ашан

УТКОНОС:
онлайн-гипермаркет

METRO

Впрок

SPAR

ОКЕЙ

globus

АЗБУКА
ВКУСА

Яндекс Маркет

Яндекс Лавка

ДИКСИ



здравсити

apteka.ru

36.6

АПТЕКА
РИГЛА

Количество уникальных брендов, размещенных на главных страницах

423

Ozon
+49 с прошлого года

536

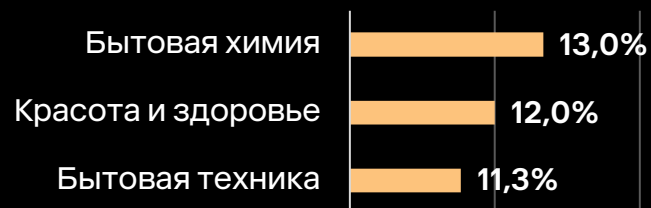
Wildberries
-149 с прошлого года

290

Яндекс Маркет
+40 с прошлого года

Топ-3 категории по уровню активности (Sov) на каждой платформе

Ozon



Самой большой прирост в категории «Бытовая химия» (+6%)

Wildberries



Самой большой прирост в категории «Дом и Сад» (+5%)

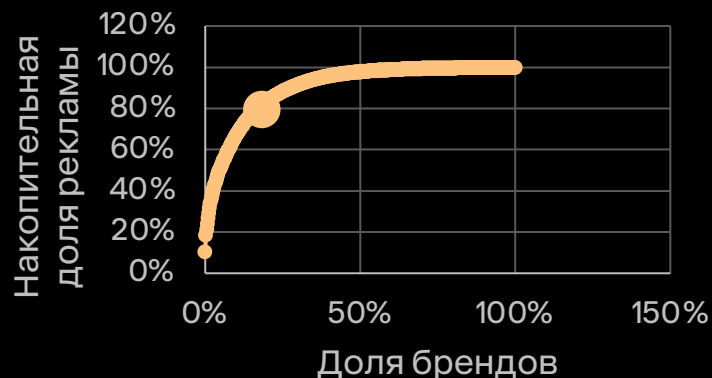
Яндекс Маркет



Самой большой прирост в категории «Автотовары» (+4%)

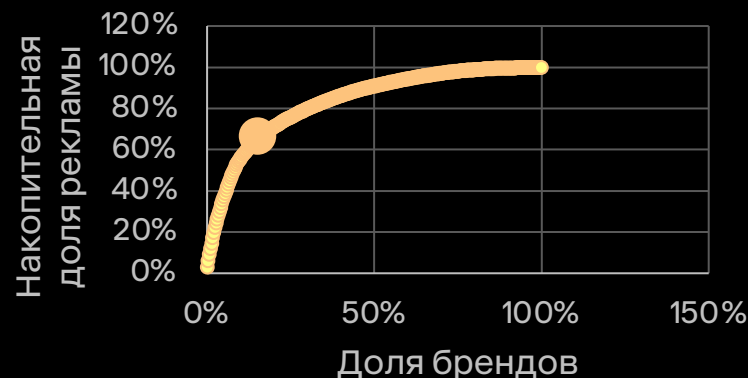
Распределение рекламной активности по брендам

Ozon



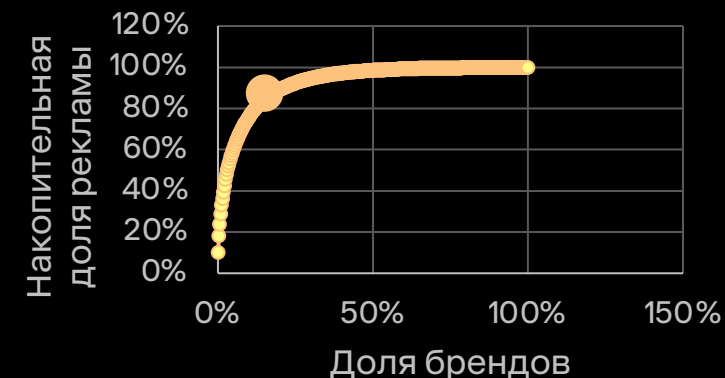
20% брендов контролируют
84% рекламы

Wildberries



20% брендов контролируют
71% рекламы

Яндекс Маркет



20% брендов контролируют
89% рекламы

Большая часть рынка охватных форматов контролируется небольшим количеством крупных брендов. Брендам поменьше немного легче на WB, так как рынок менее захвачен большими брендами

На Яндекс Маркете самая высокая конкуренция. Крупные бренды занимают большой % рекламы

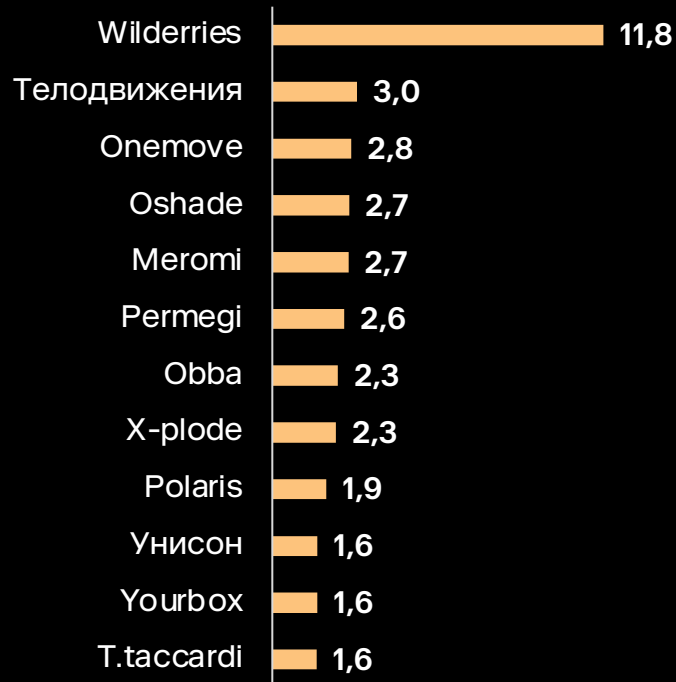
Топ наиболее заметных брендов

Ozon

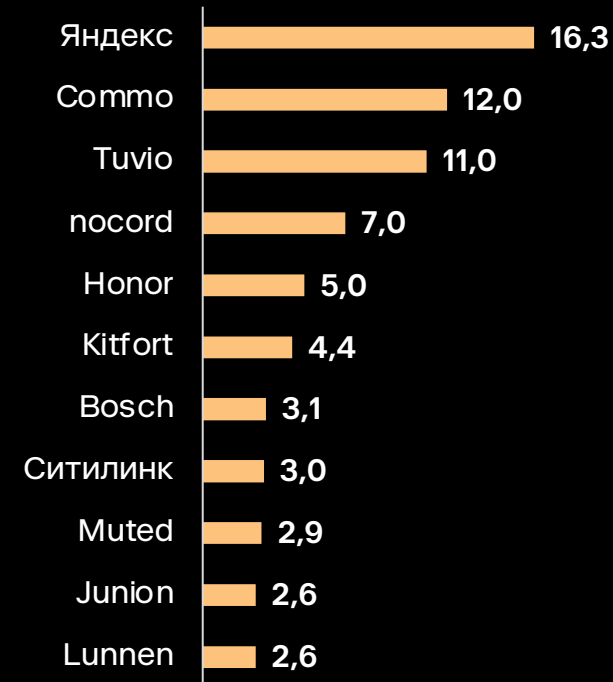


*Ozon Travel, Ozon банк, Ozon Seller

Wildberries

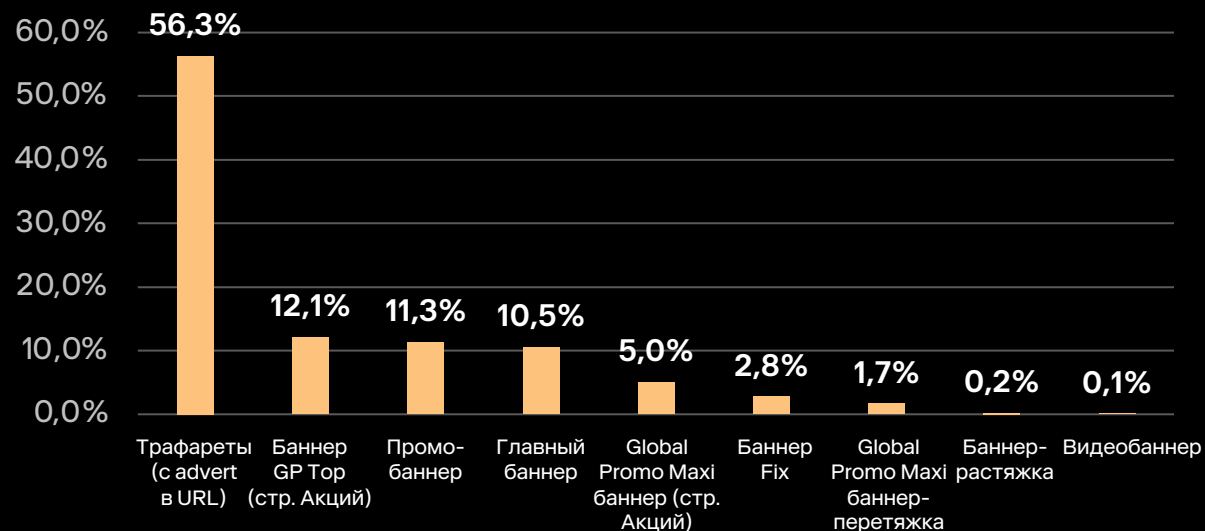


Яндекс Маркет

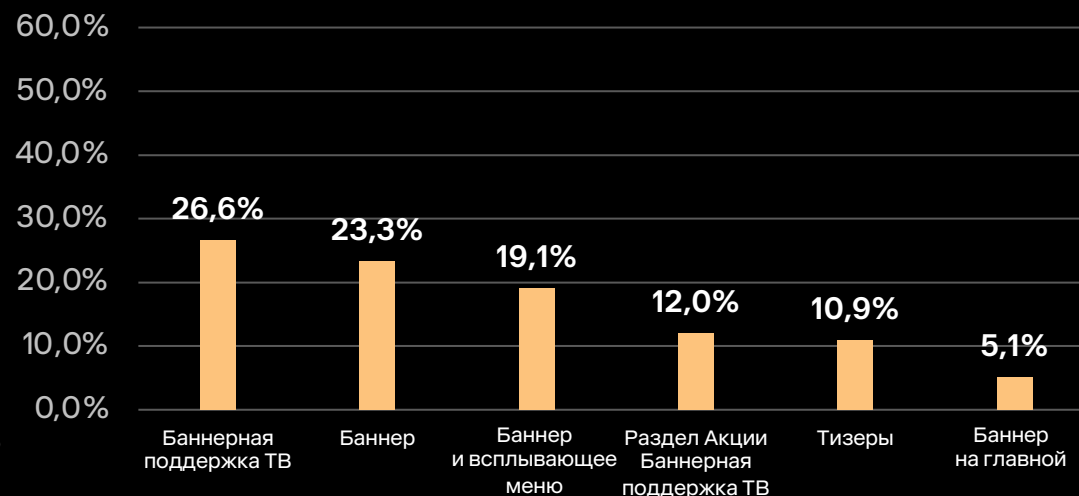


Популярность рекламных форматов

Ozon



Wildberries



Количество уникальных брендов, размещенных на главных страницах

590

Самокат
+220 с прошлого года

215

Пятёрочка
+59 с прошлого года

175

Детский мир
+90 с прошлого года

399

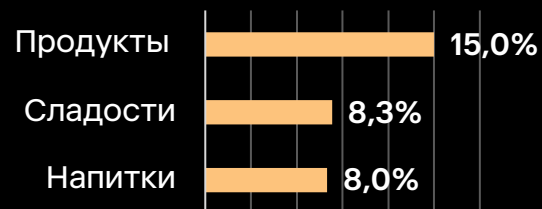
Золотое Яблоко
+134 с прошлого года

Топ-3 категории по уровню активности (SoV) на каждой платформе

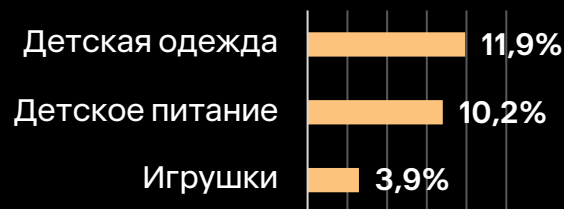
Самокат



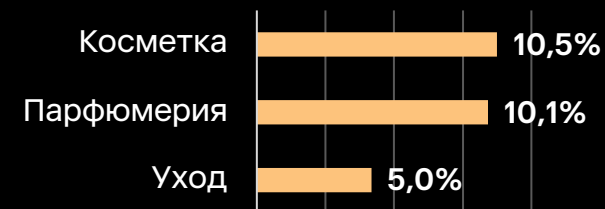
Пятёрочка



Детский мир



Золотое Яблоко



Топ наиболее заметных брендов

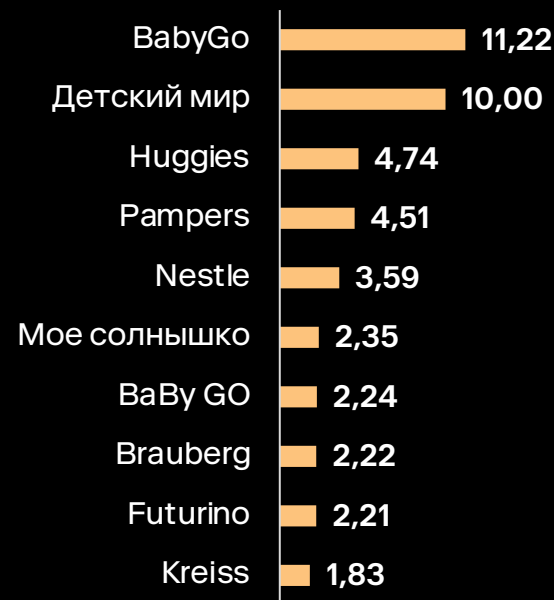
Самокат



Пятёрочка



Детский мир



Золотое Яблоко



Популярность рекламных форматов

Пятёрочка

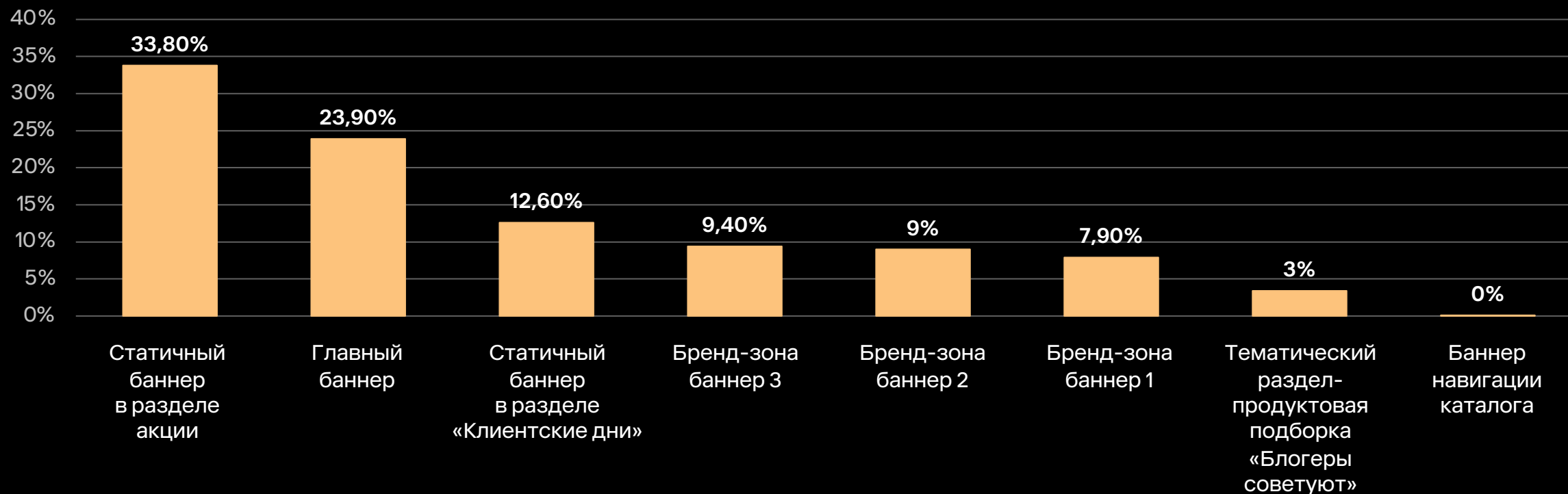


Детский мир

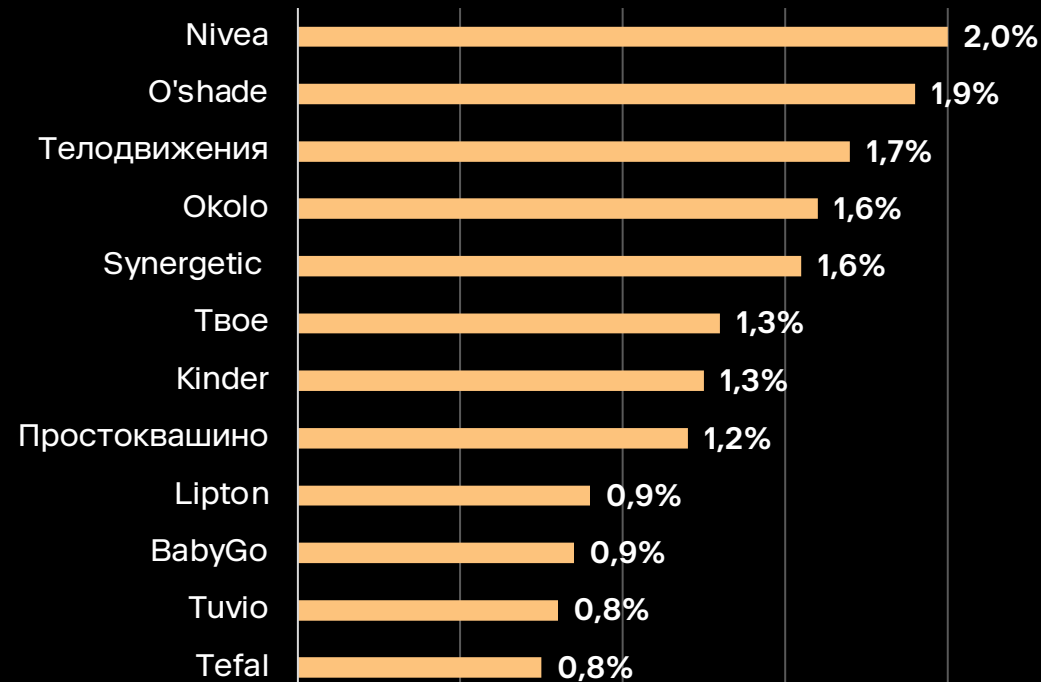


Популярность рекламных форматов

Золотое Яблоко



Топ категорий и брендов (SoV) по всем платформам



По всем исследуемым платформам топ-3 самые активные категории — это «Красота и здоровье», «Обувь» и «Бытовая техника».

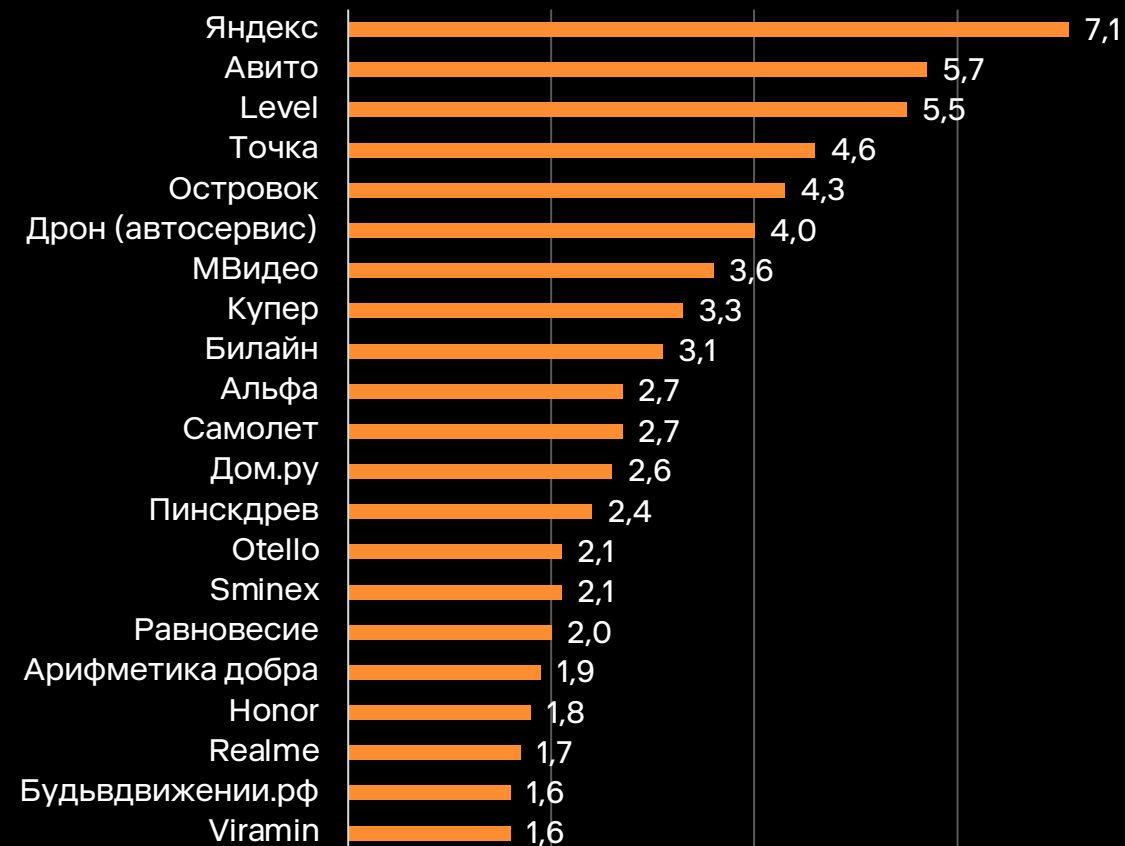
Доля Click out размещений

Платформа	Какой % всей рекламной видимости (SOV) пришелся на Click out размещений
Yandex Market	11,5%
Ozon	8,1%
Пятёрочка	7%
Детский Мир	1%
Wildberries	0,4%

Доля Click out размещений по форматам



Топ категорий (Sov) брендов с Click out размещениями



Как изменение рекламной доли (SOV) влияет на продажи (по компаниям в среднем)

Вывод:

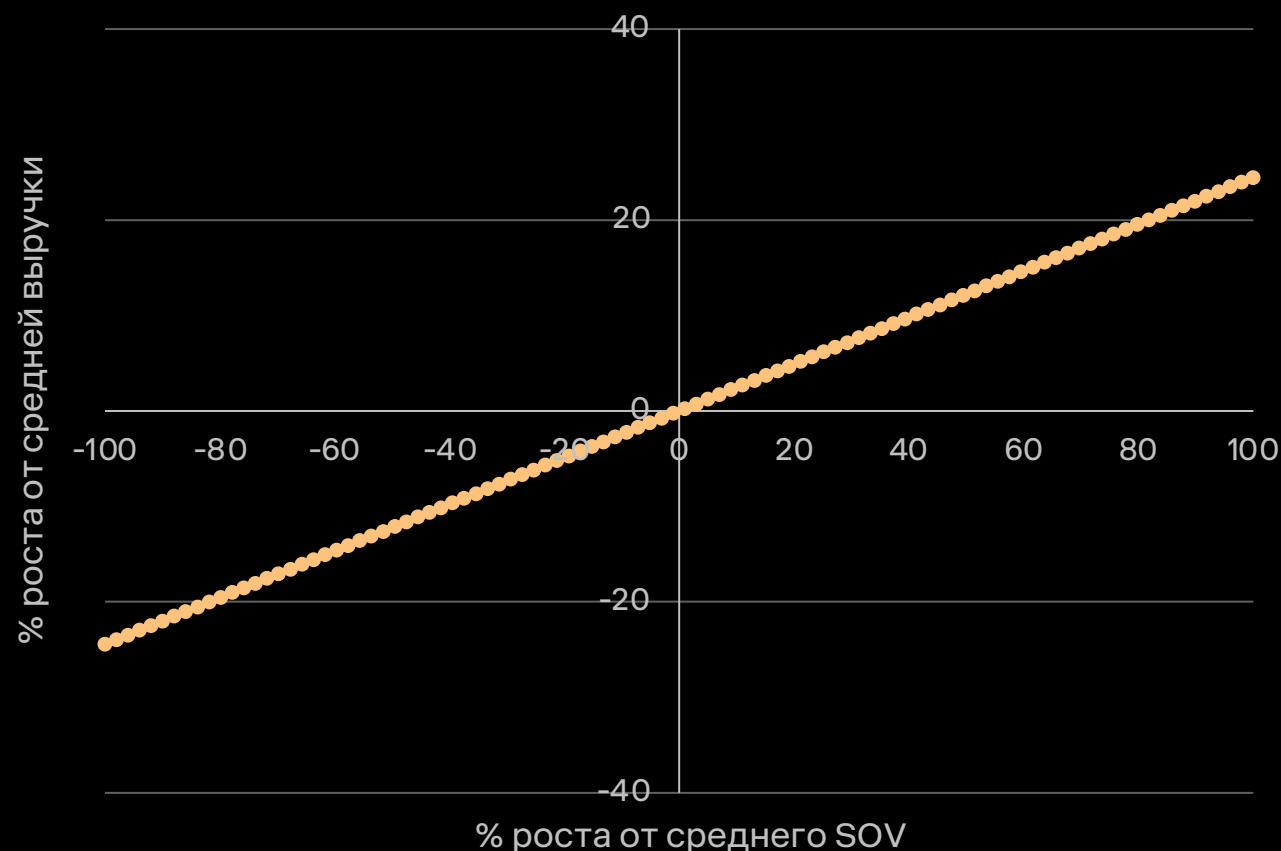
На уровне компаний (в среднем) наблюдается умеренная положительная связь между изменением SOV и изменением продаж. Корреляция: 0.3

То есть чем больше компания увеличивает SOV, тем больше прирост продаж

У большинства компаний изменения SOV и изменения продаж невелики

Средний уровень SOV
Средний уровень продаж.

Рост выручки (%) от роста SOV



Итого

01

Основной объем рекламных размещений приходится на ограниченный круг лидеров

Около 20% брендов формируют до 80% активности важно анализировать свою заметность в категории, так как инвестиции на рекламу могут быть недостаточными для построения знания

02

Категории с наибольшим уровнем активности (SOV) различаются по площадкам

- Wildberries — мода и красота,
- Ozon — товары повседневного спроса,
- Яндекс Маркет — техника и электроника,
- Самокат и Пятёрочка — продукты,
- Золотое Яблоко — beauty,
- Детский мир — детские товары

03

Рекламные стратегии брендов преимущественно одноформатные в части охвата (особенно на Ozon)

Диверсификация заметна только у Детского мира. Высокая конкуренция за видимость в формате в категории может стимулировать рассматривать аналогичные, не менее заметные форматы, как альтернативу

04

Реклама оказывает положительное влияние на продажи (корреляция ~0,3), но остается лишь частью комплексной стратегии роста

Спасибо!

Остались вопросы?
Пишите нам на почту:
ecombrief@easycomm.ru

Оставьте заявку на демо
Commerce Analytics Tool



Презентация скоро будет
в наших Telegram-каналах ➔

