

КАКОЙ ТРАФИК РЕАЛЬНО ПРОДАЕТ В МАГАЗИНАХ. КАНАЛЫ И КАТЕГОРИИ

Артем Соколов
СМО InSales.ru

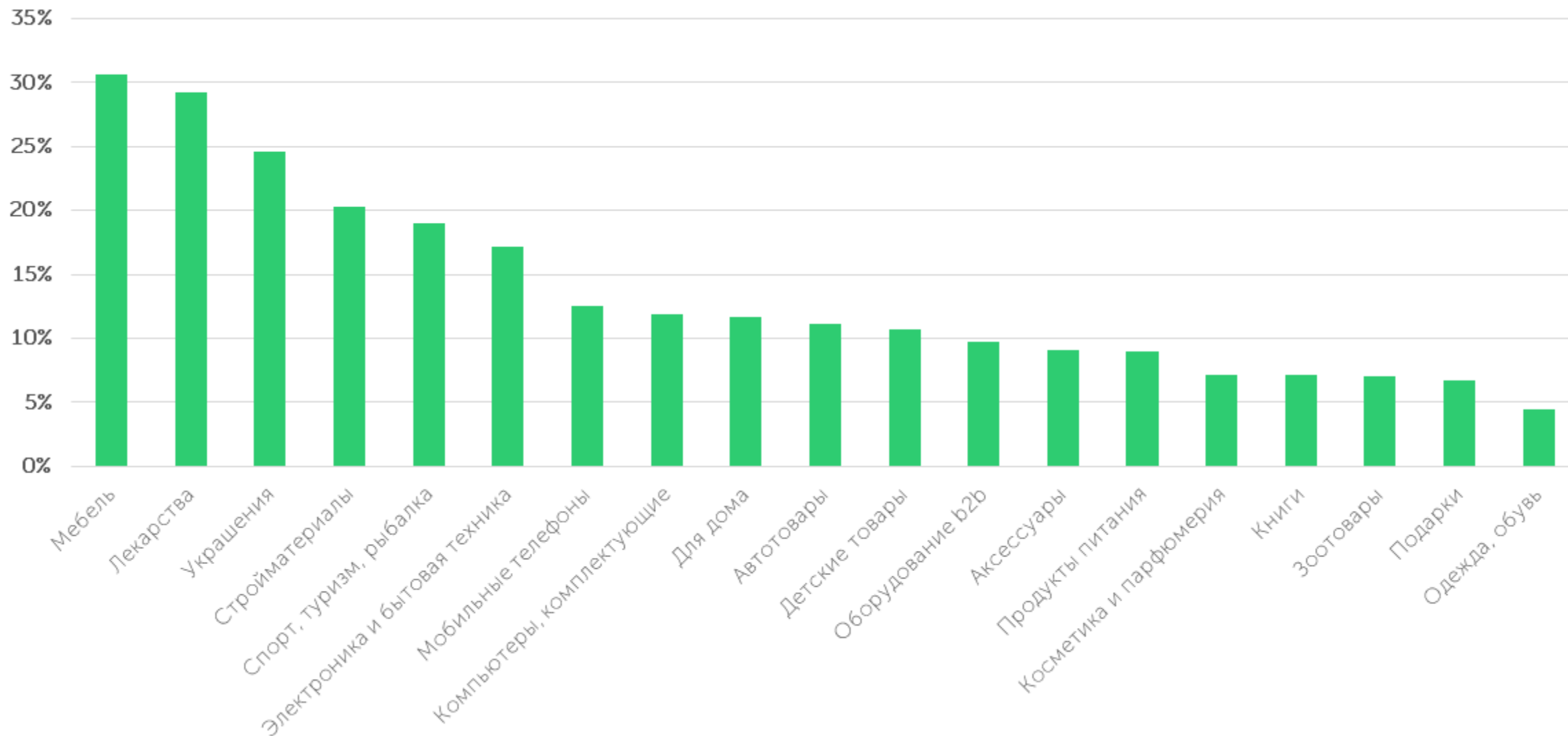
ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ



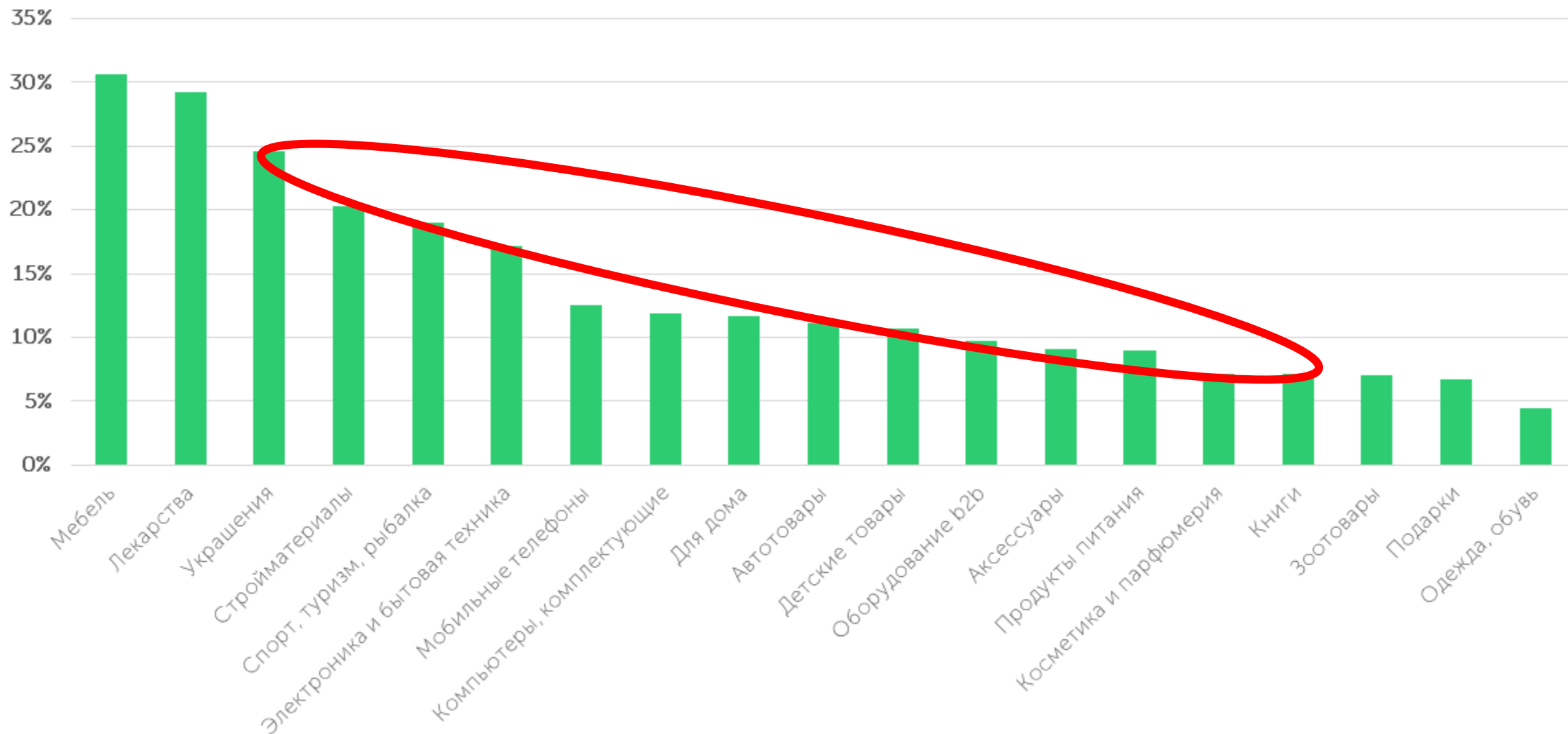
- ✔ Около 1000 магазинов с 10 заказами в день и более
 - ✔ Проанализированы источники около 1 000 000 заказов
 - ✔ В каждой категории не менее 15 магазинов
 - ✔ Данные обезличены, анализировался только агрегированный трафик
-
- ✔ Цель: составить карту источников и востребованных инструментов в разных категориях товаров

ДОЛЯ ЗАКАЗОВ ПО ТЕЛЕФОНУ

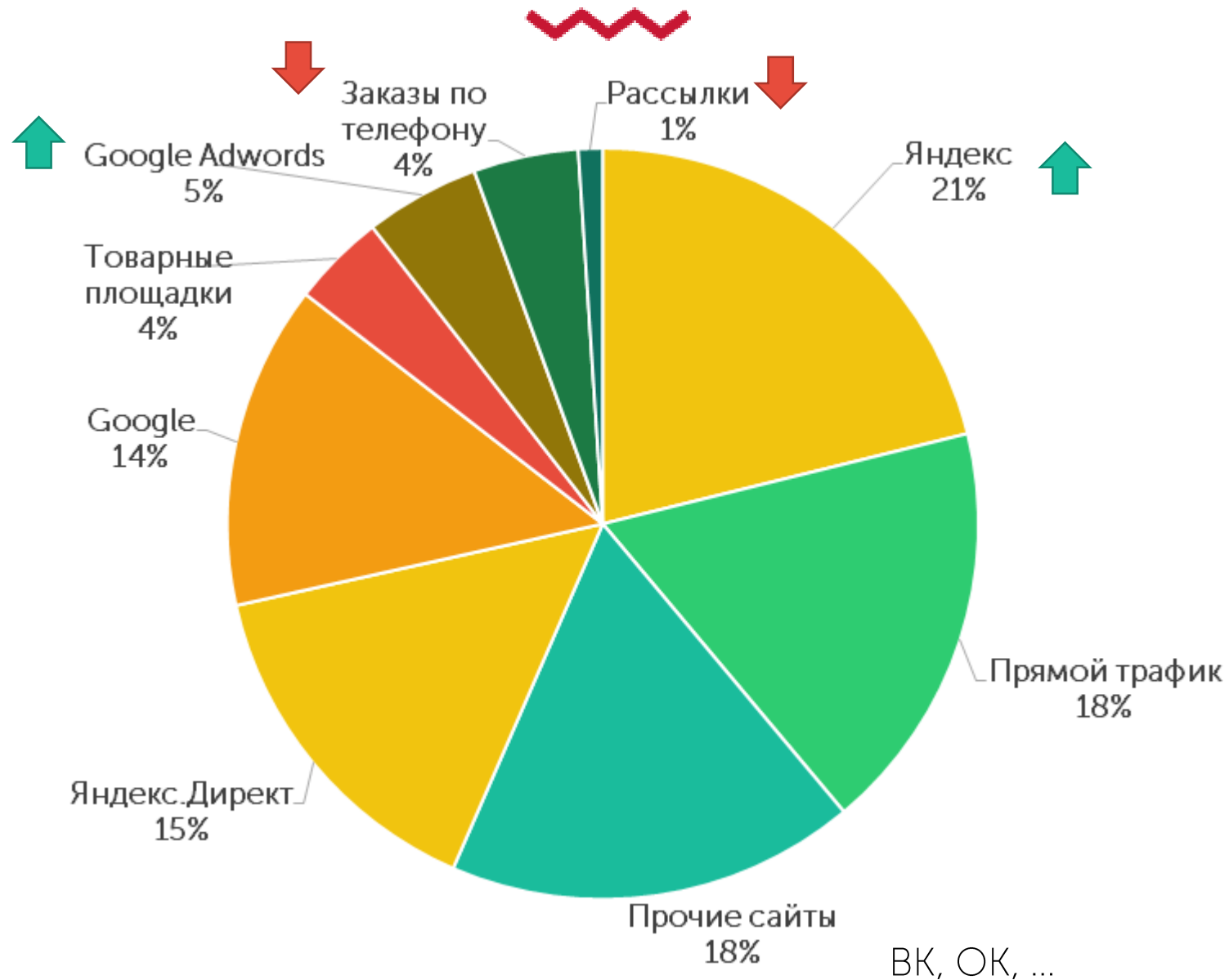
+шоурумы (офлайн)
+частично Я.Маркет



ДОЛЯ ЗАКАЗОВ ПО ТЕЛЕФОНУ



ОДЕЖДА. ИСТОЧНИКИ ЗАКАЗОВ



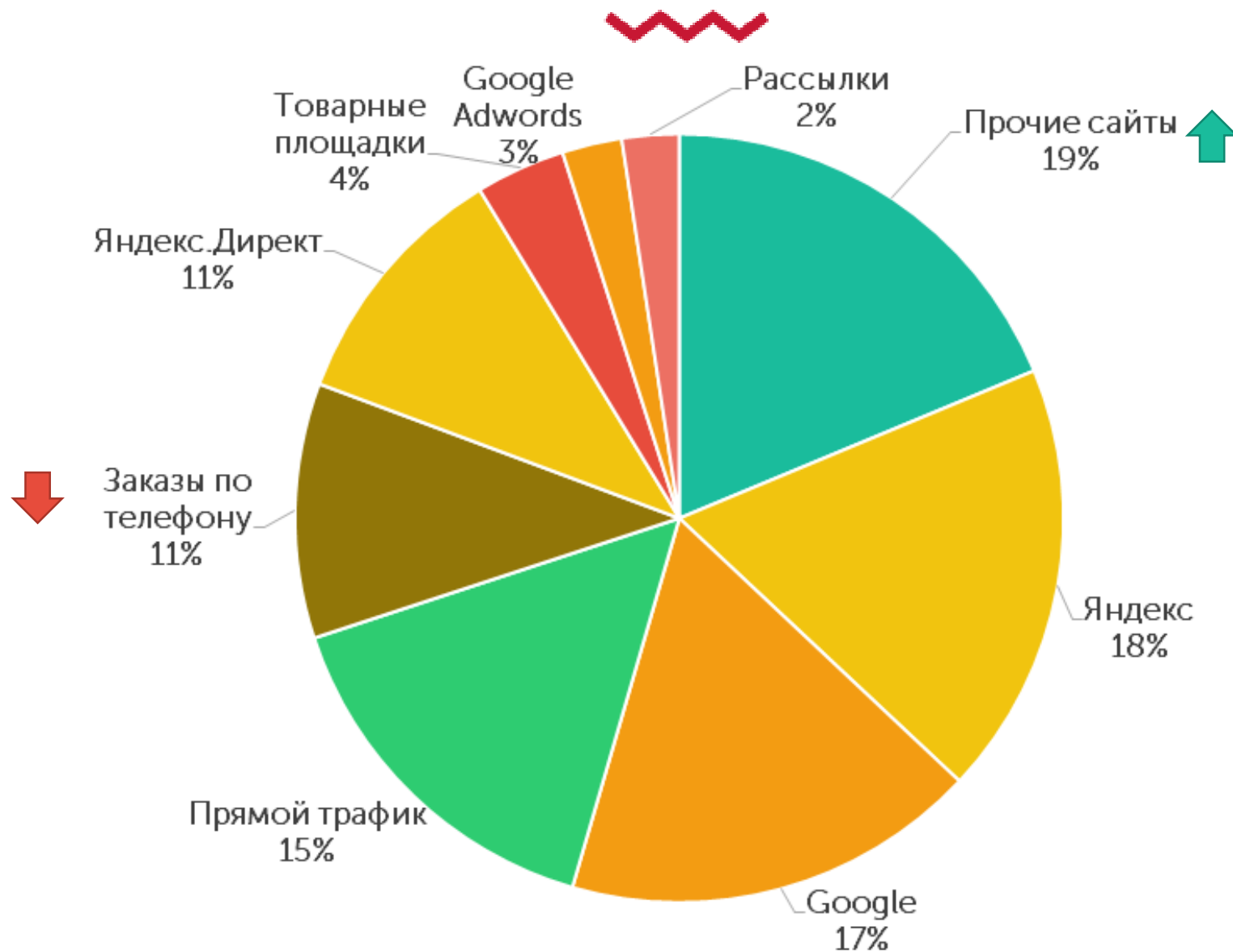
ОДЕЖДА. ПРОЧИЕ САЙТЫ



Что в прочих сайтах?

- ✓ Вконтакте ~ 9%
- ✓ Одноклассники ~ 3%
- ✓ Форумы совместных покупок ~ 4%
- ✓ Instagram ~ 1%

ДЕТСКИЕ ТОВАРЫ. ИСТОЧНИКИ

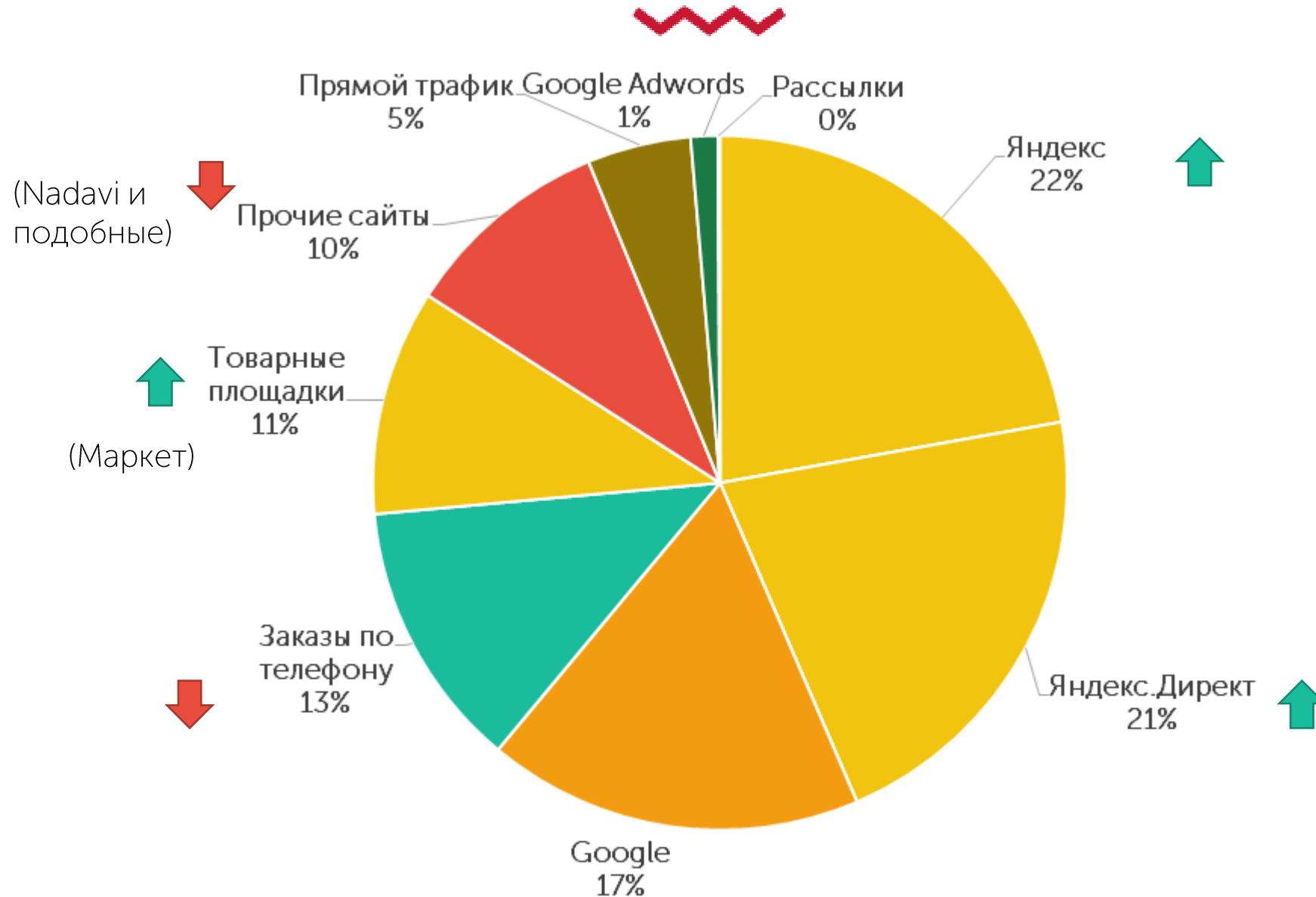


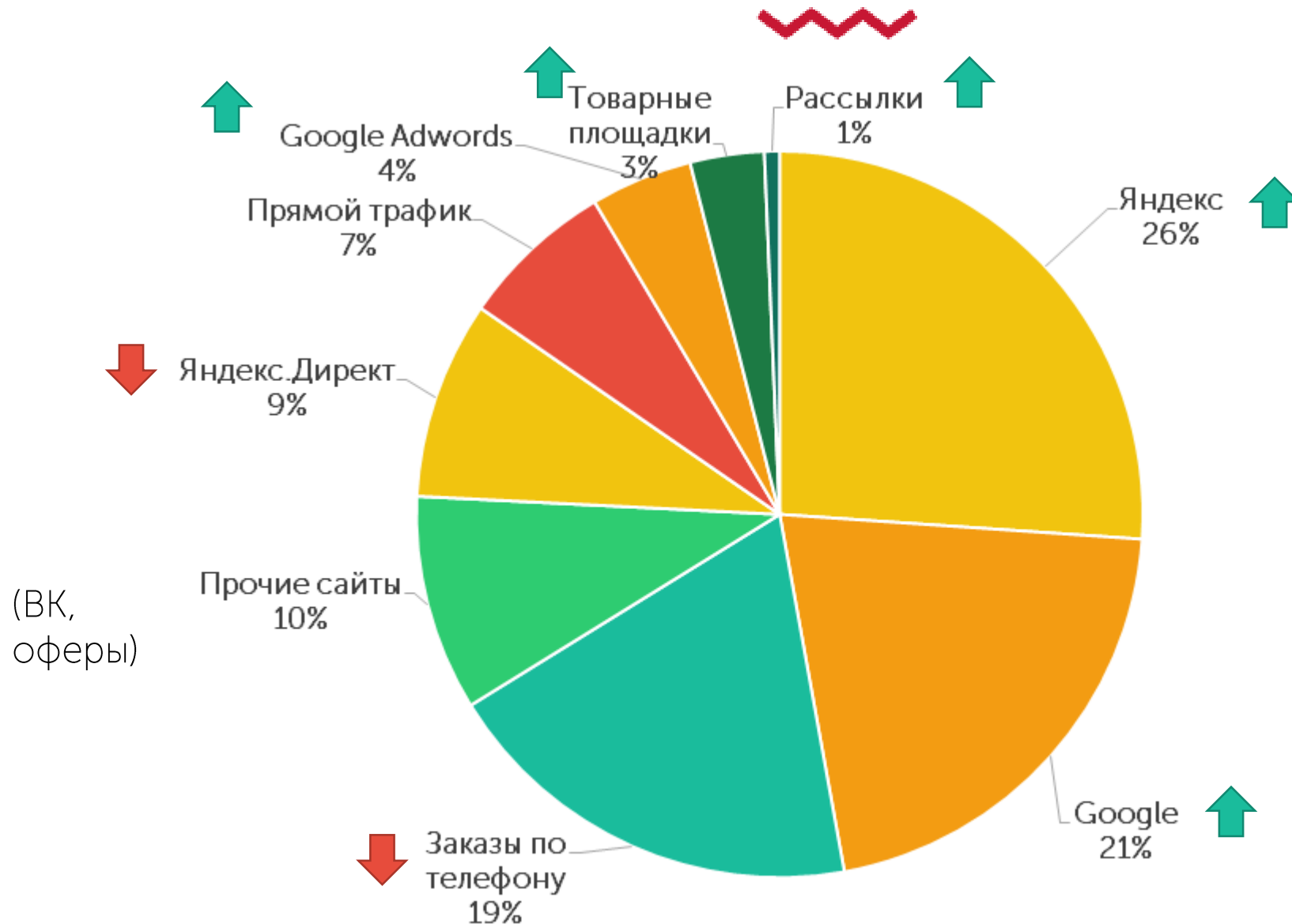
ДЕТСКИЕ ТОВАРЫ. ИСТОЧНИКИ



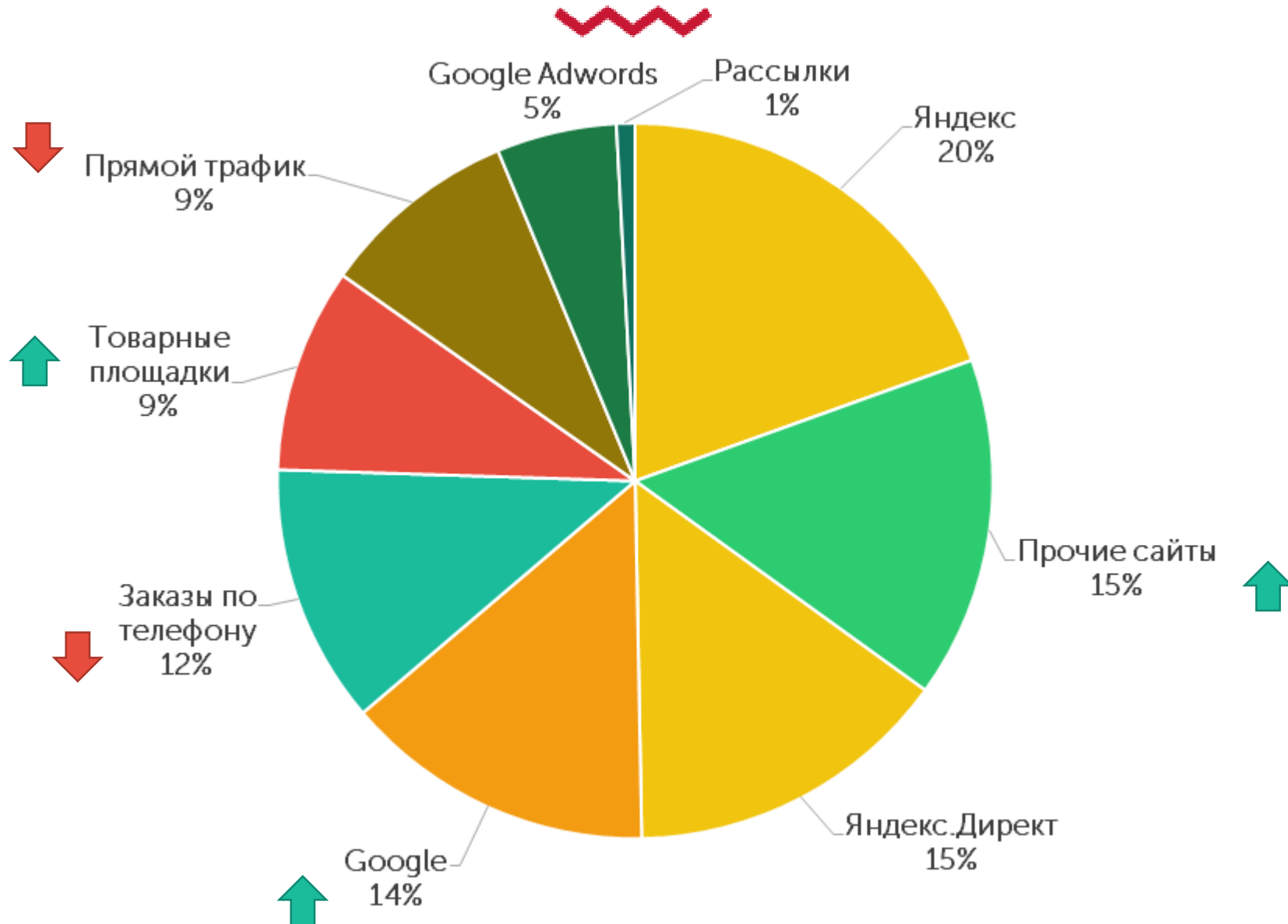
- ✓ Instagram ~ 7%
- ✓ Вконтакте ~ 6%
- ✓ Совместные покупки – 4%
- ✓ Свой контентный или смежный сайт – 2%



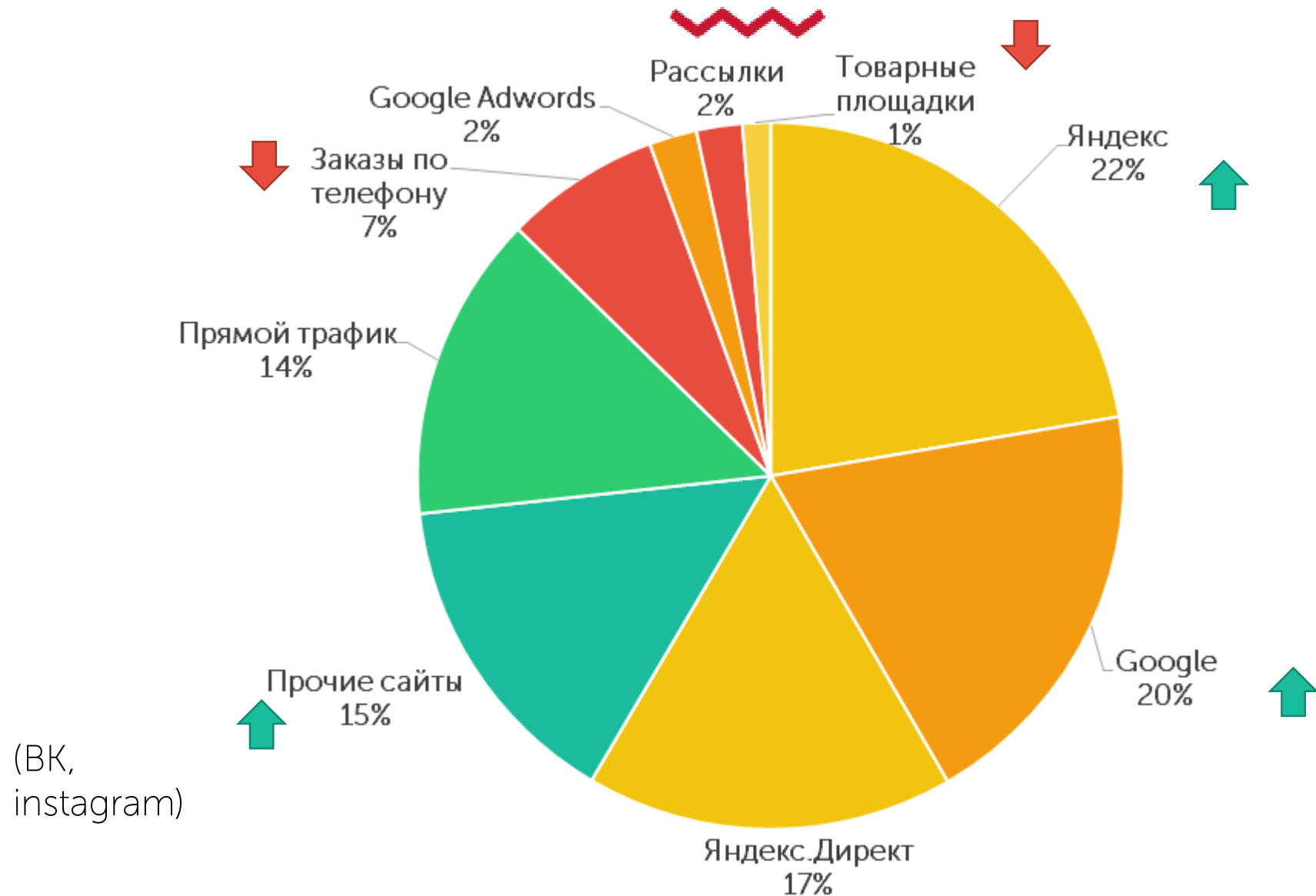




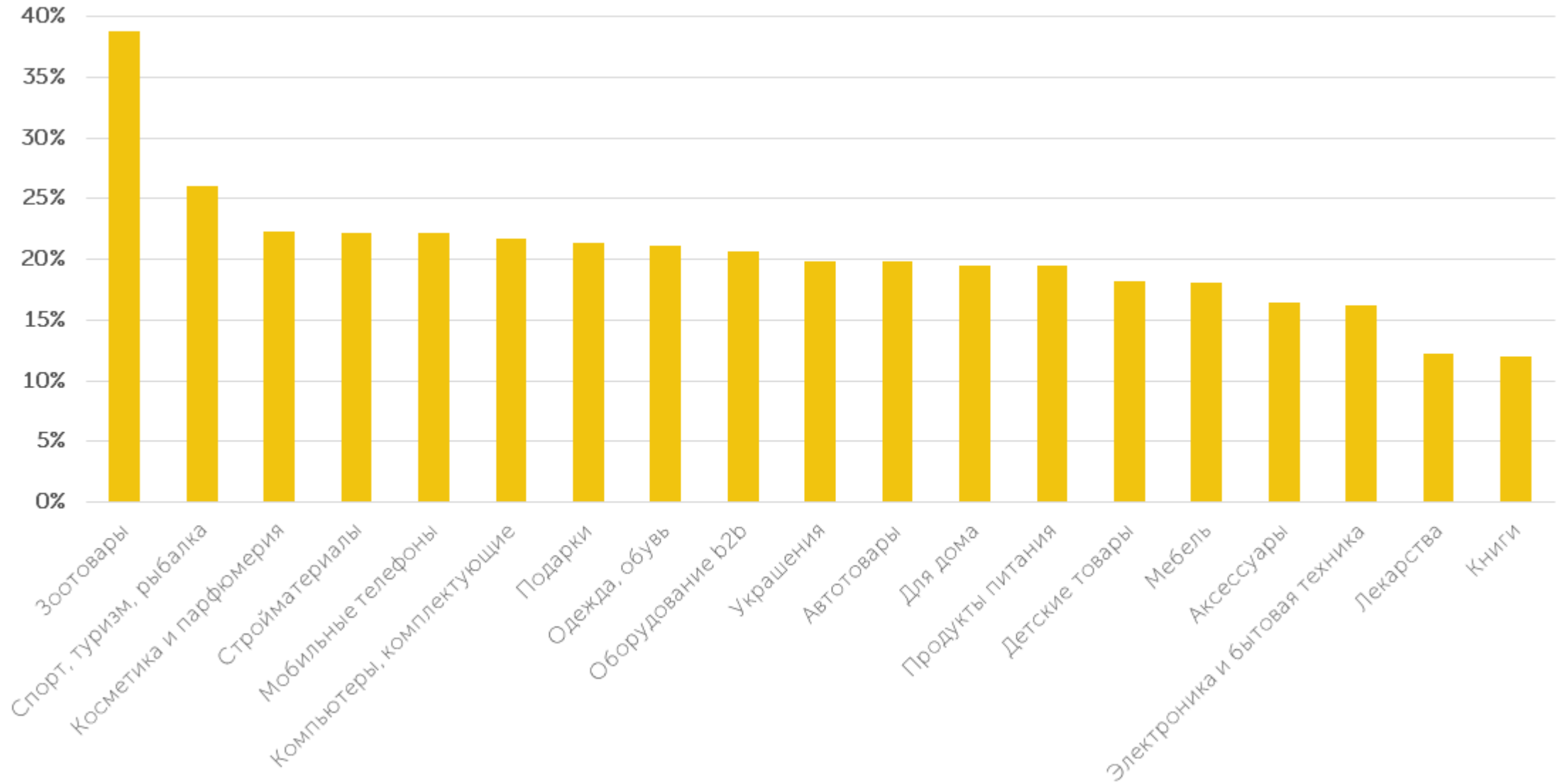
ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА. ИСТОЧНИКИ



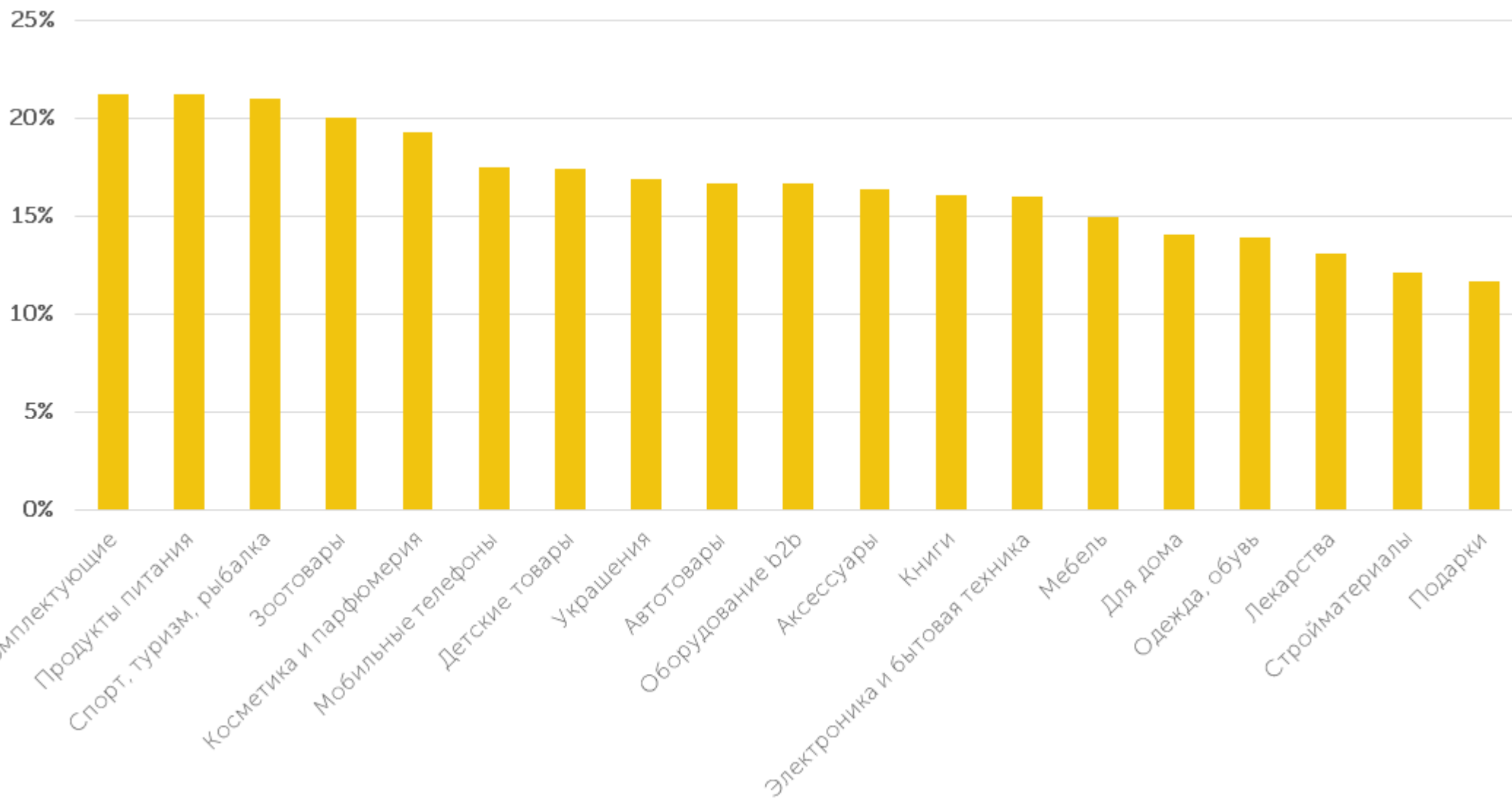
КОСМЕТИКА И КРАСОТА. ИСТОЧНИКИ

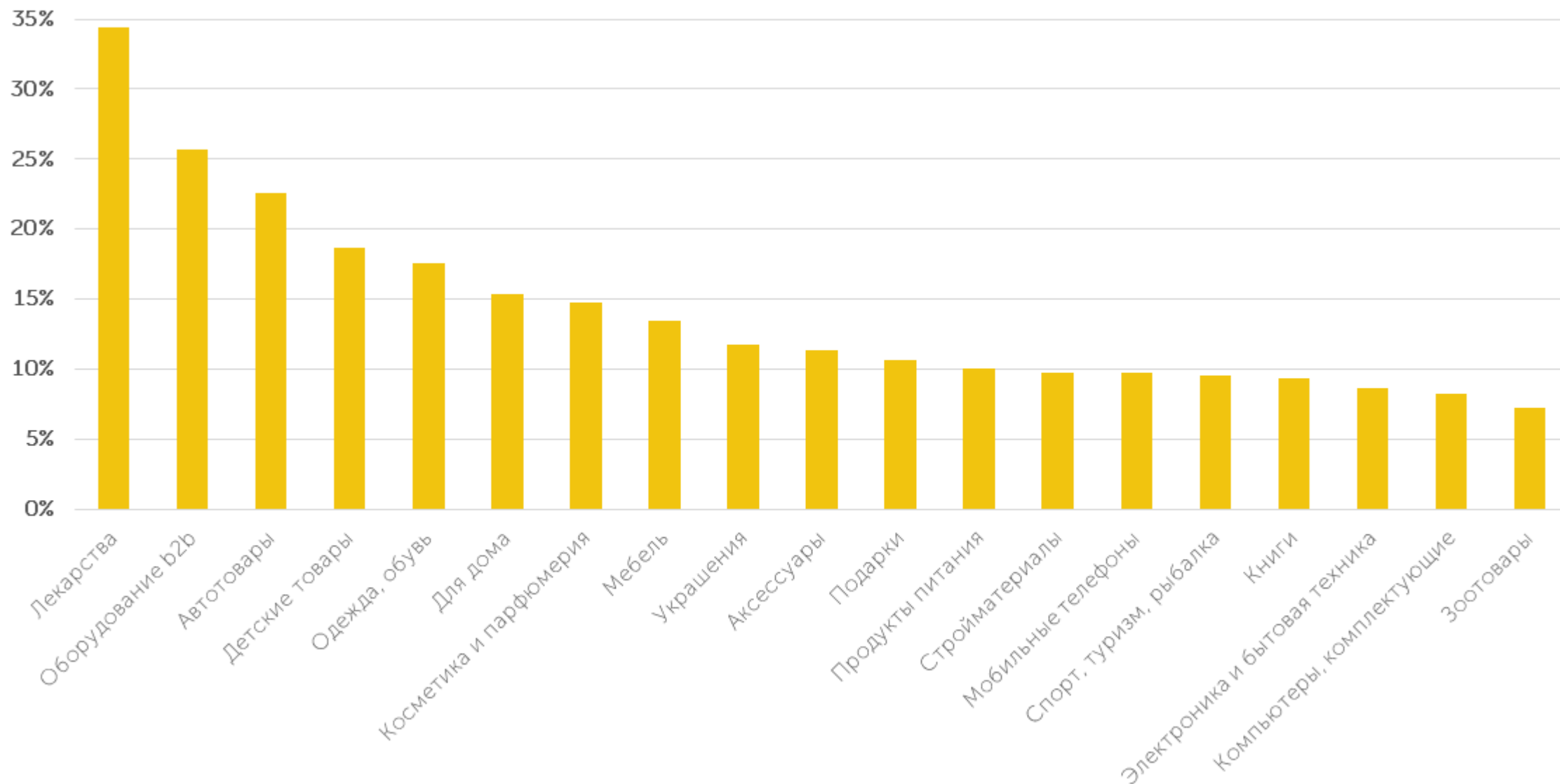


ЯНДЕКС. ДОЛЯ ЗАКАЗОВ



GOOGLE. ДОЛЯ ЗАКАЗОВ





25 ОРИГИНАЛЬНЫХ ИСТОЧНИКОВ



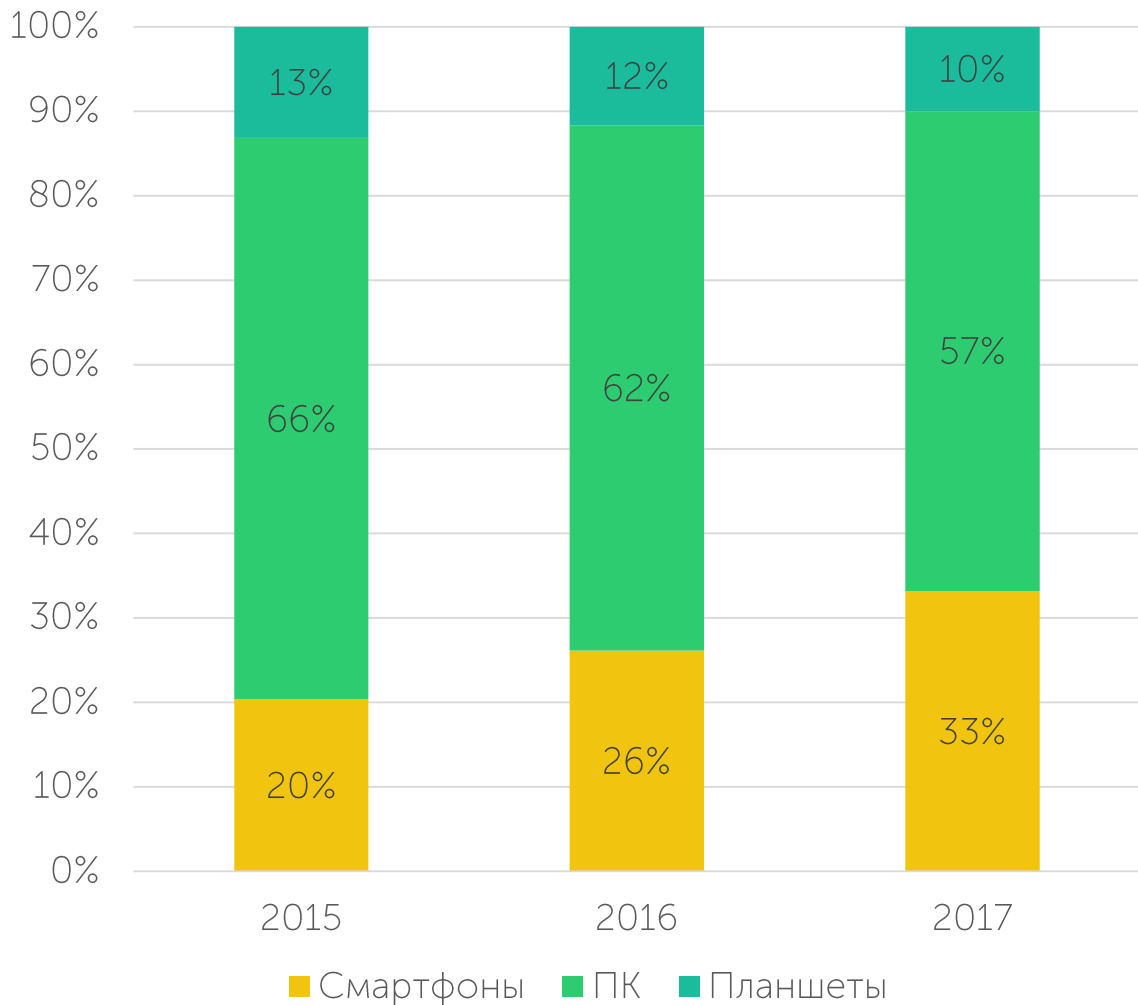
- | | |
|----------------------|---------------------------|
| 1. 2gis.ru | 14. sptovarov.ru |
| 2. instagram.com | 15. mds.wi-fi.ru |
| 3. ok.ru | 16. forum.sevastopol.info |
| 4. avito.ru | 17. sp.bvf.ru |
| 5. torg.mail.ru | 18. top100.rambler.ru |
| 6. price.ru | 19. forum.littleone.ru |
| 7. irecommend.ru | 20. 4pda.ru |
| 8. e-katalog.ru | 21. nadavi.ru |
| 9. drive2.ru | 22. shopsave.ru |
| 10. youtube.com | 23. boomle.ru |
| 11. zoon.ru | 24. vzakupke.com |
| 12. forum.sibmama.ru | 25. nn.ru |
| 13. magazilla.ru | |



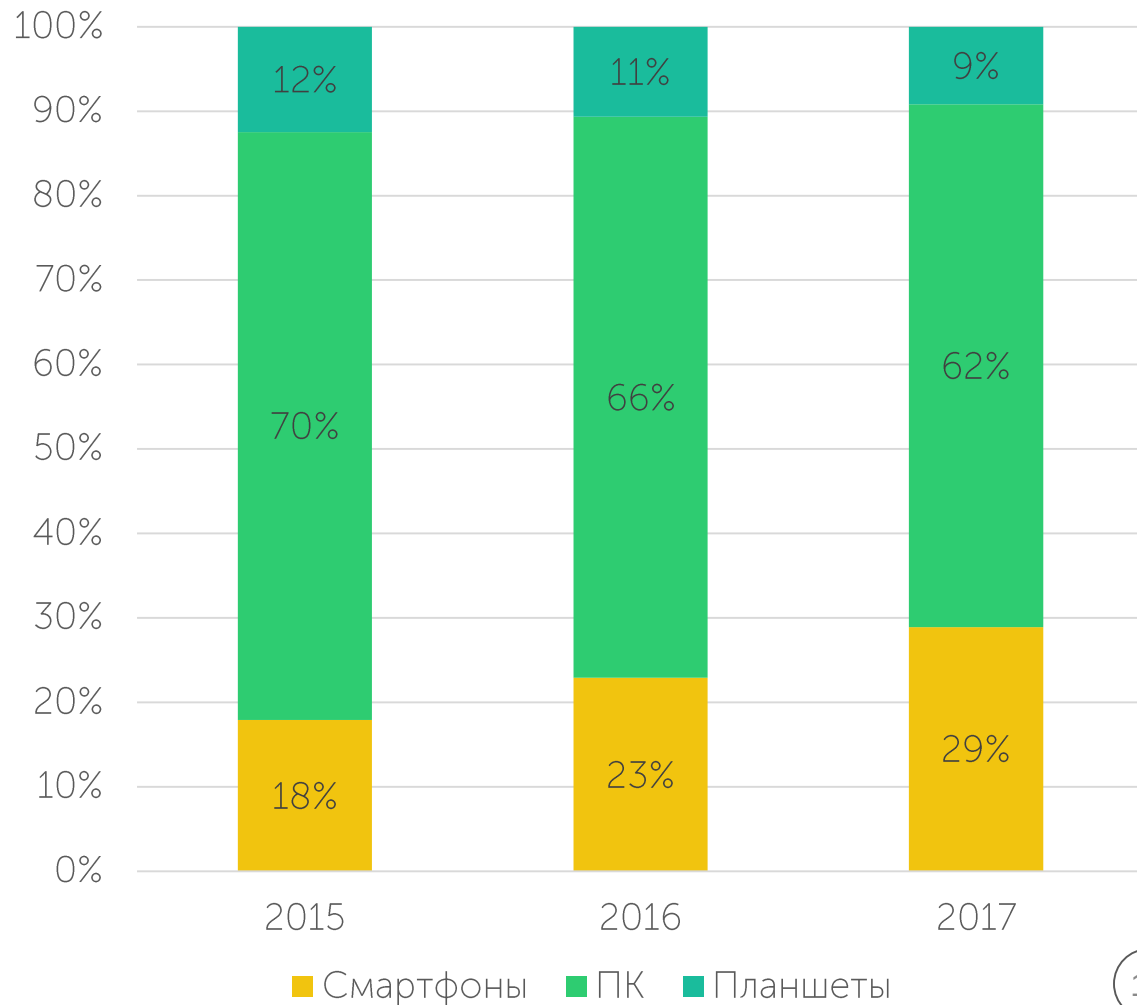
ДИНАМИКА «МОБИЛИЗАЦИИ» ПОКУПАТЕЛЯ



ВИЗИТЫ



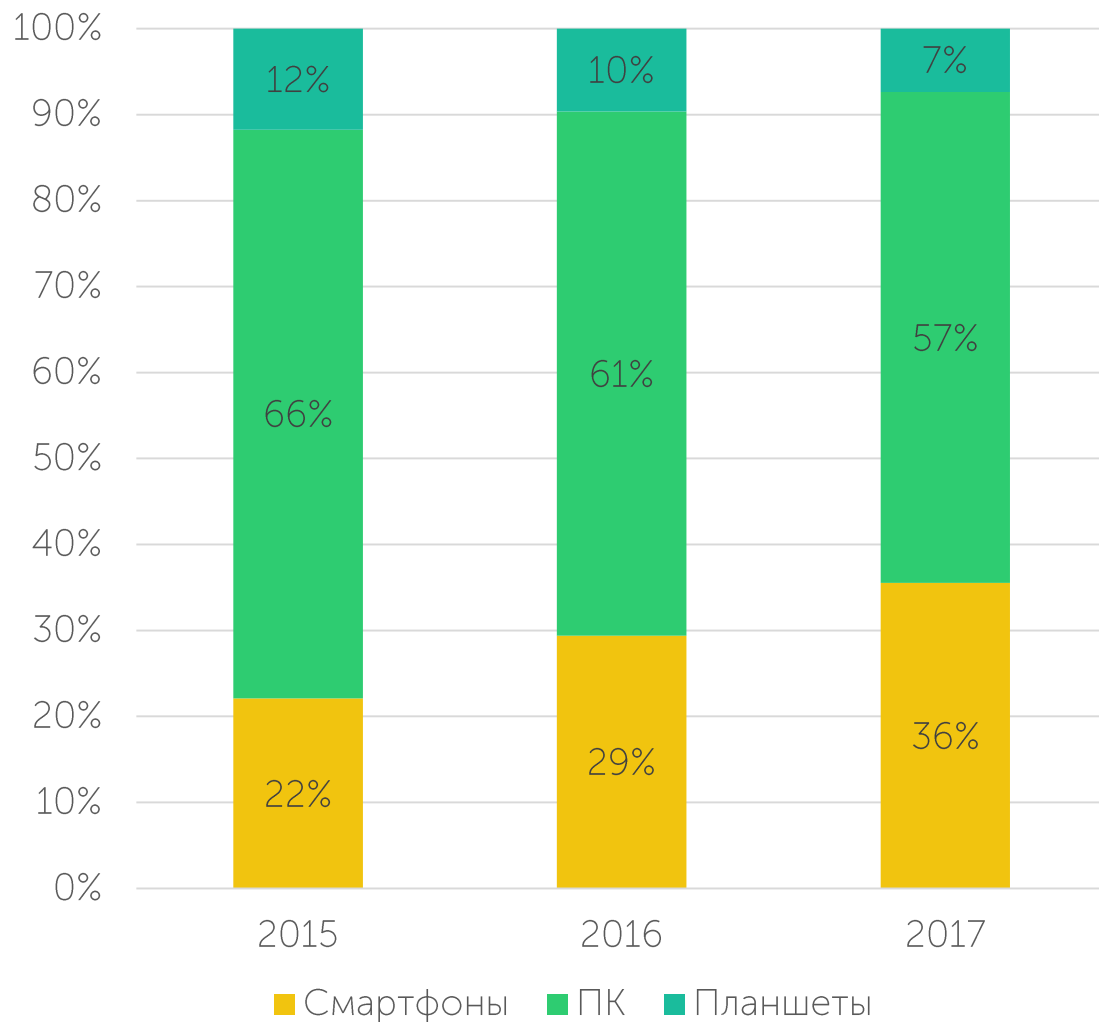
ЗАКАЗЫ



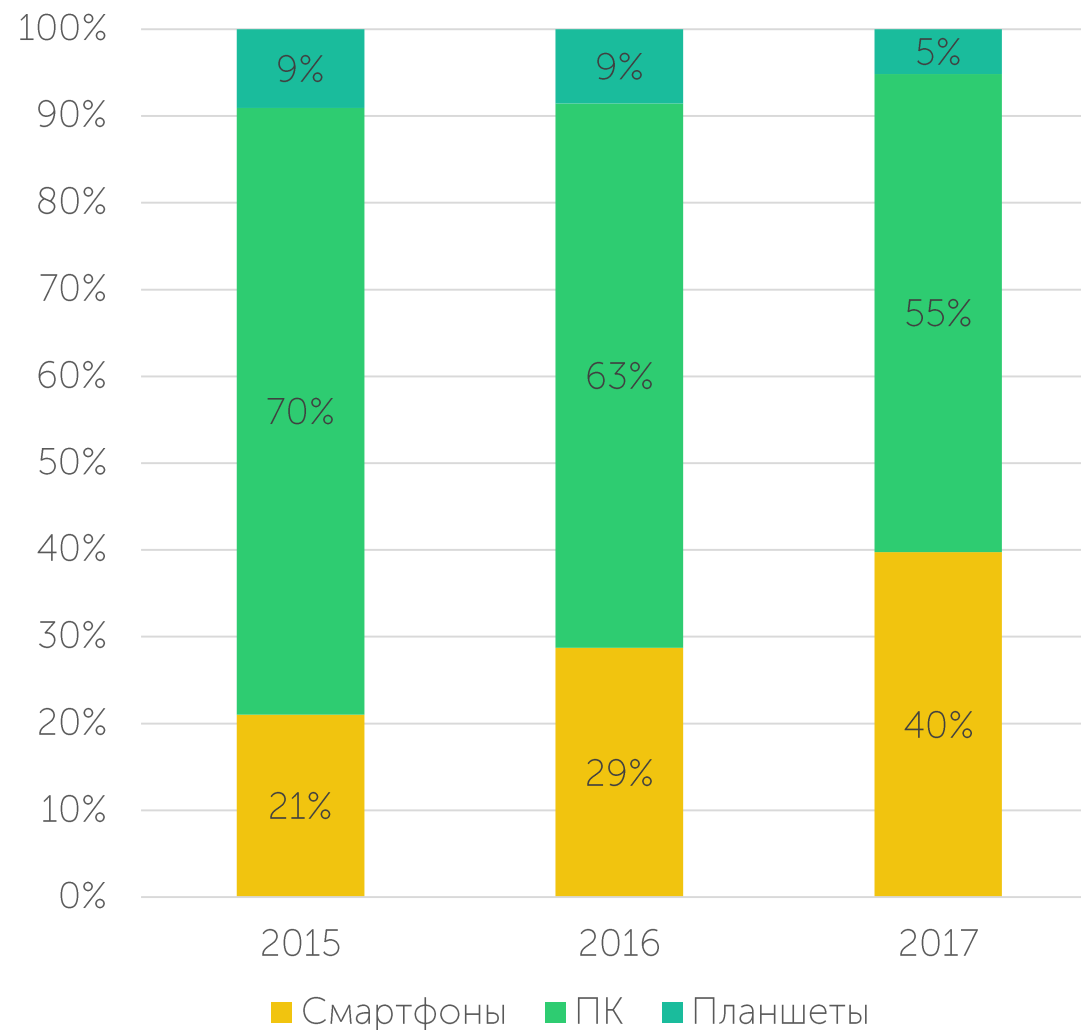
УСТРОЙСТВА МОЛОДОГО ПОКОЛЕНИЯ



ДО 18 ЛЕТ



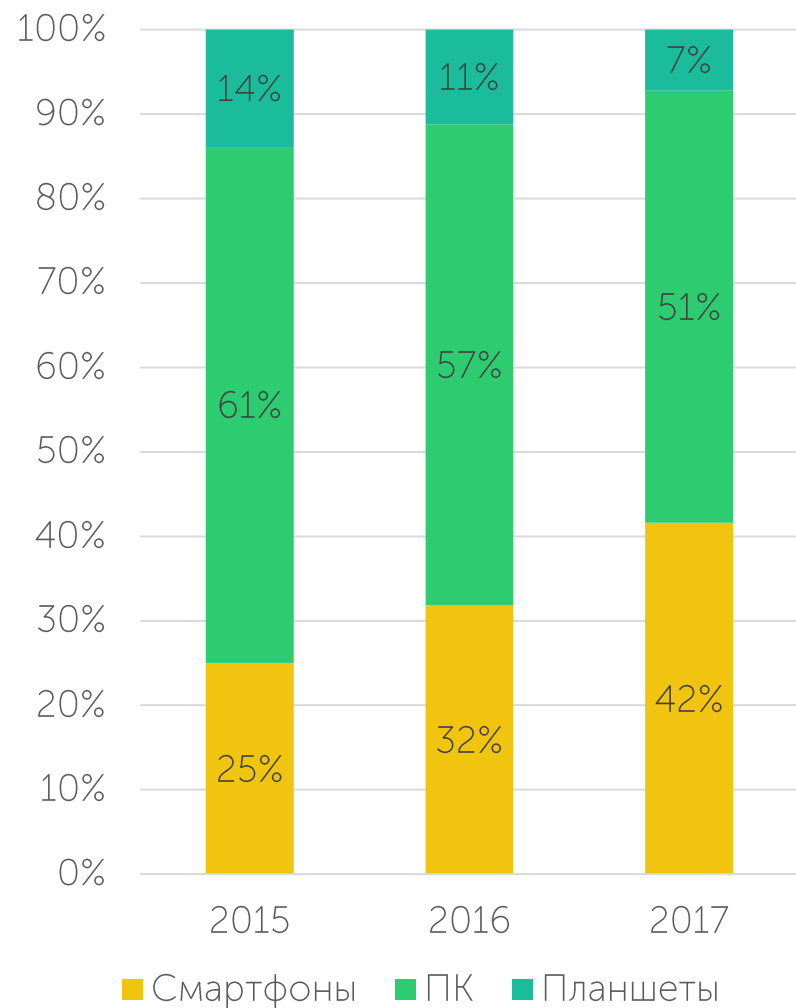
18-24 ГОДА



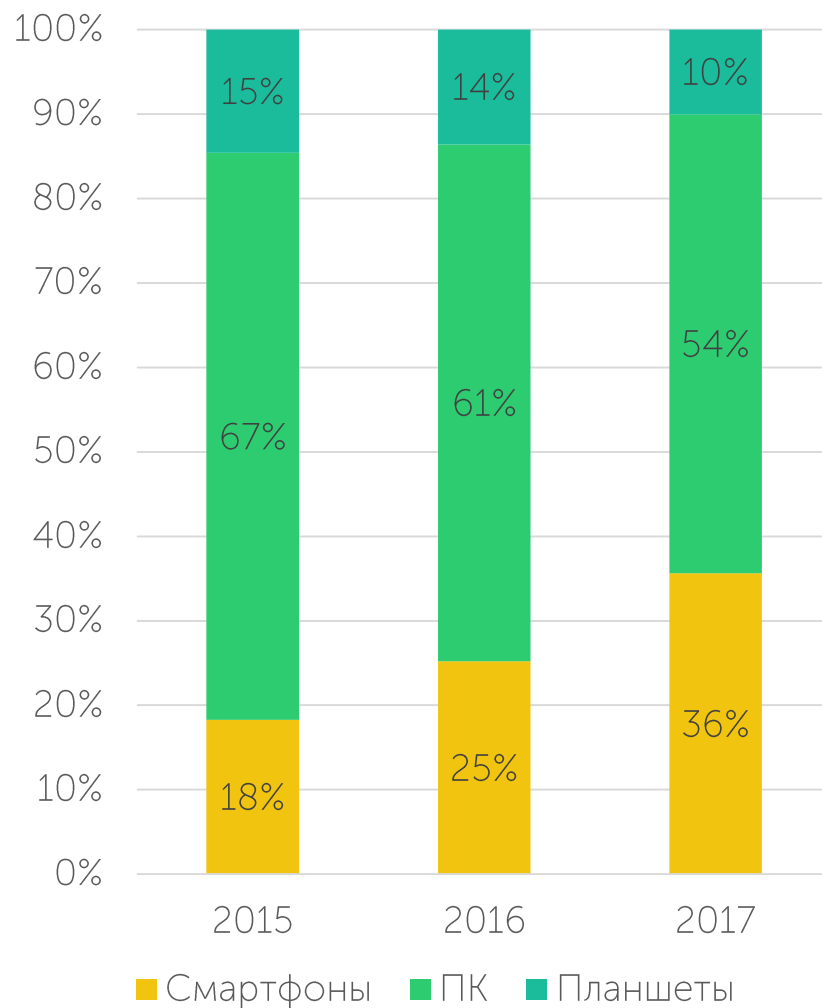
УСТРОЙСТВА ВЗРОСЛОЙ АУДИТОРИИ



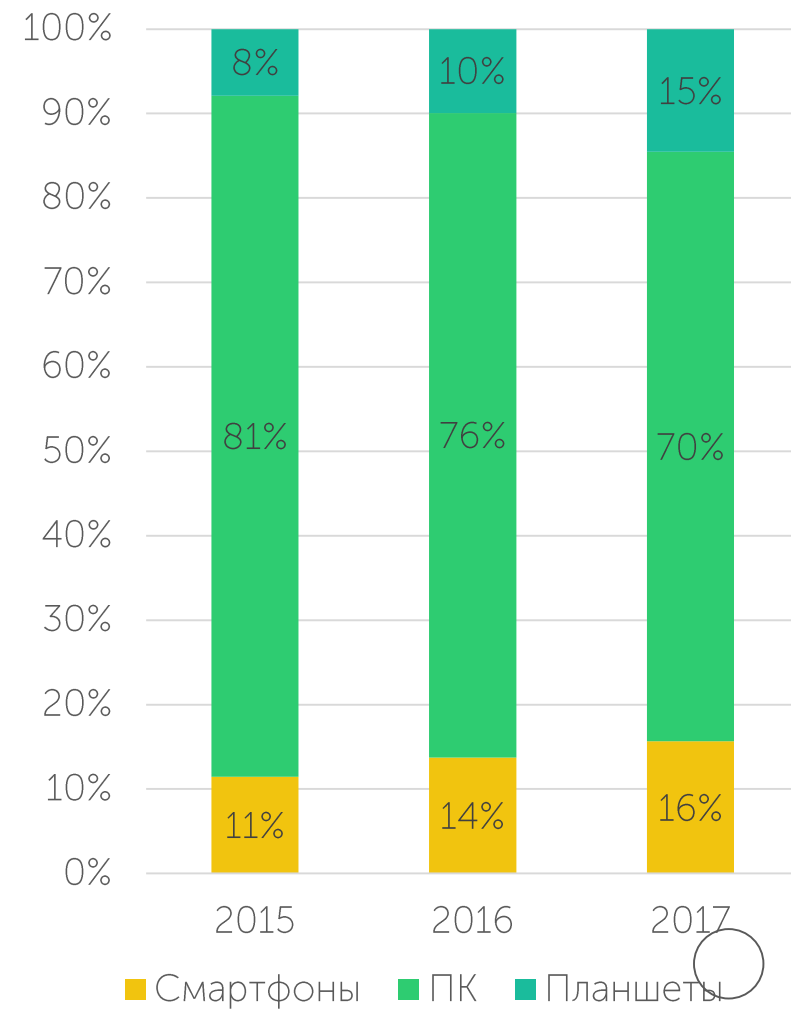
25-34 ЛЕТ



35-44 ЛЕТ



44+



В 2018 ГОДУ
ТРАФИК С МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ
ОБГОНИТ ТРАФИК С ПК



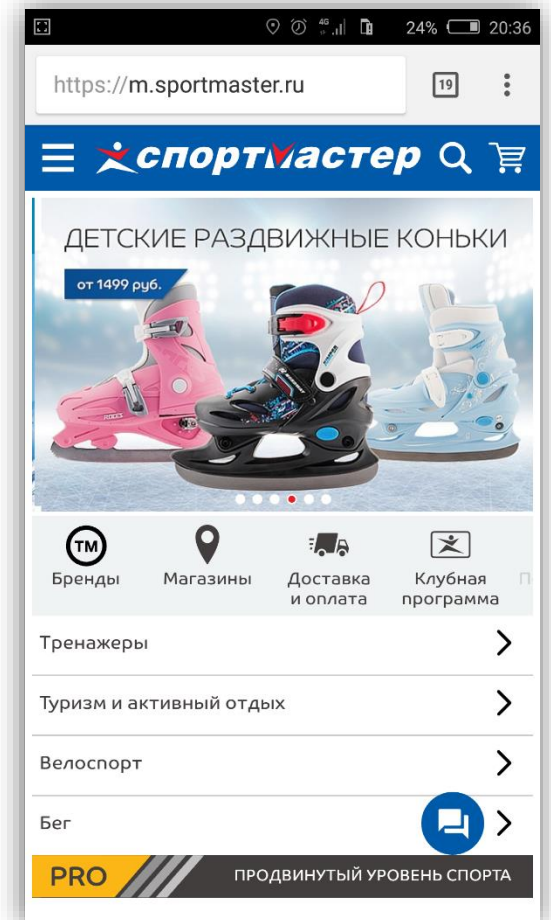
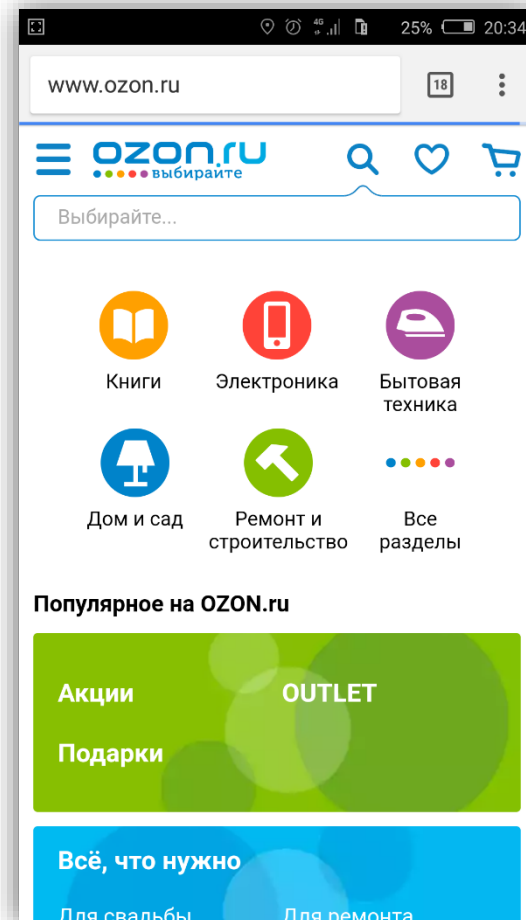
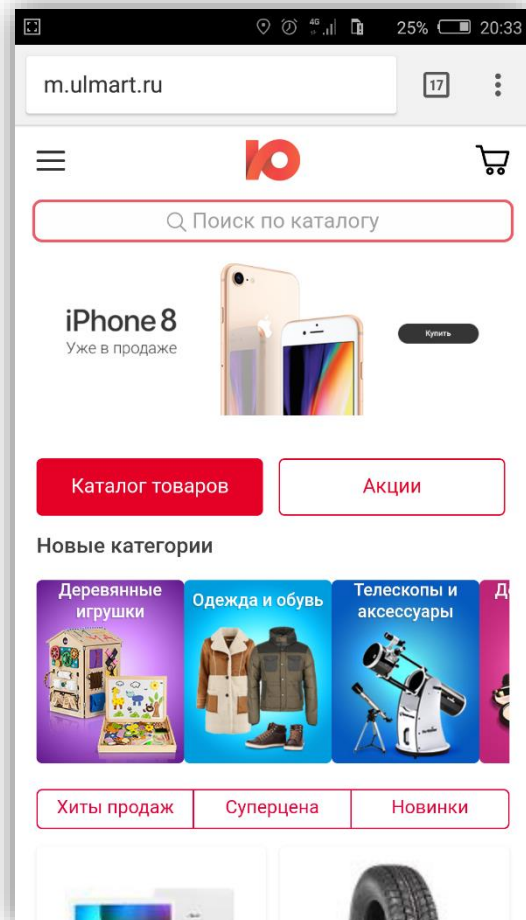
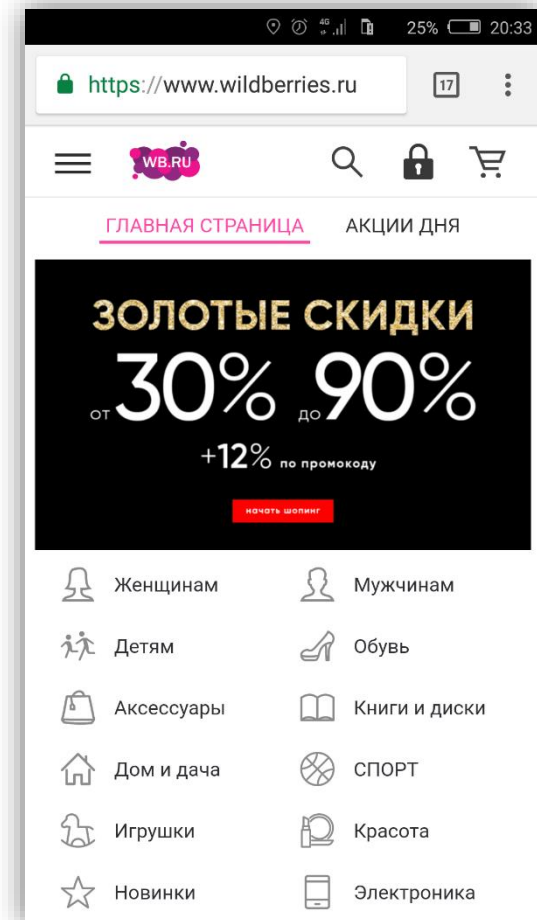
ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ



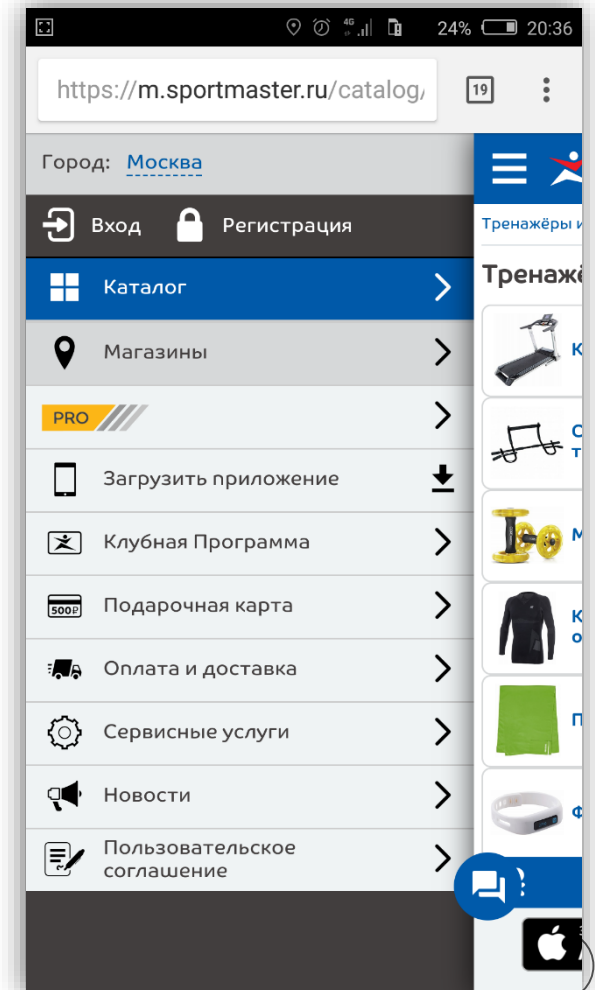
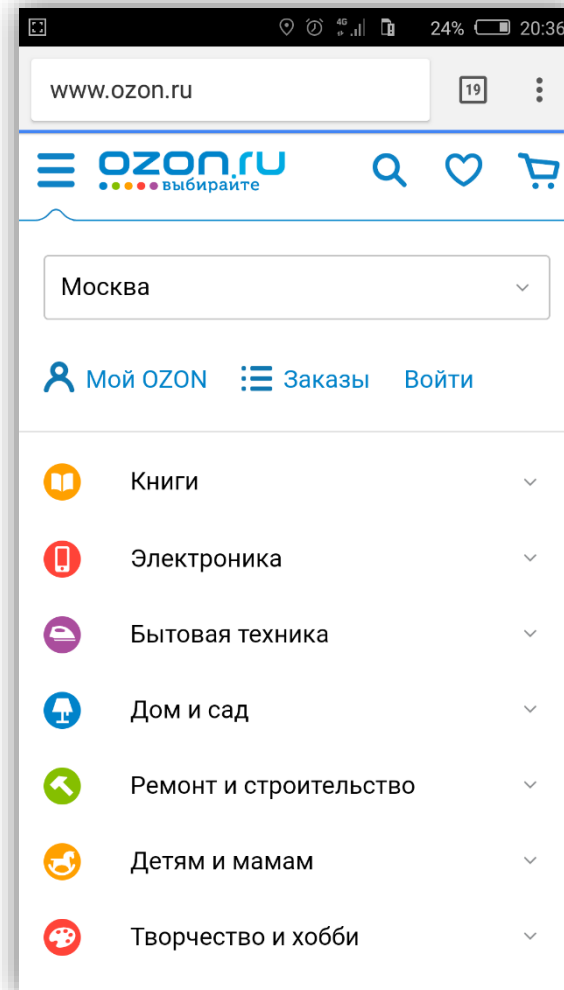
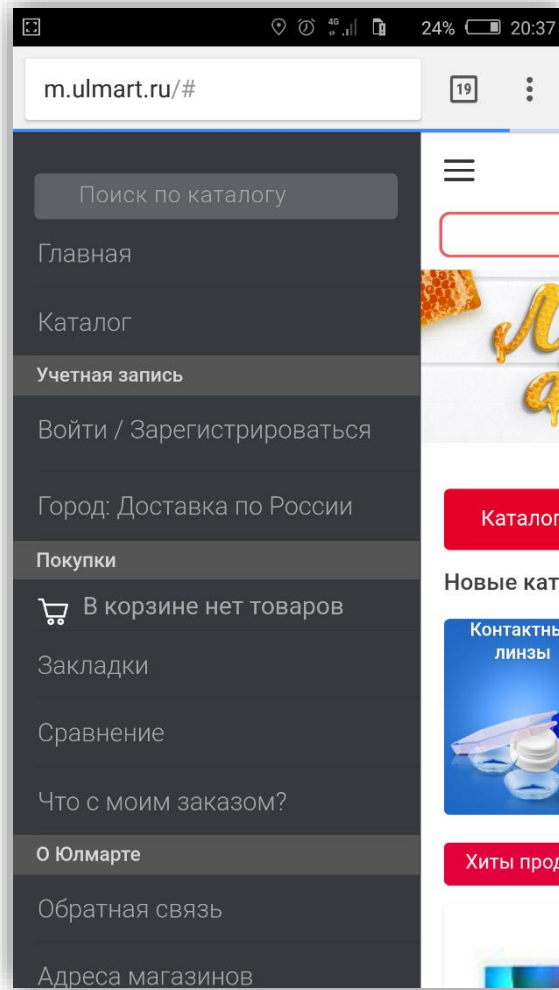
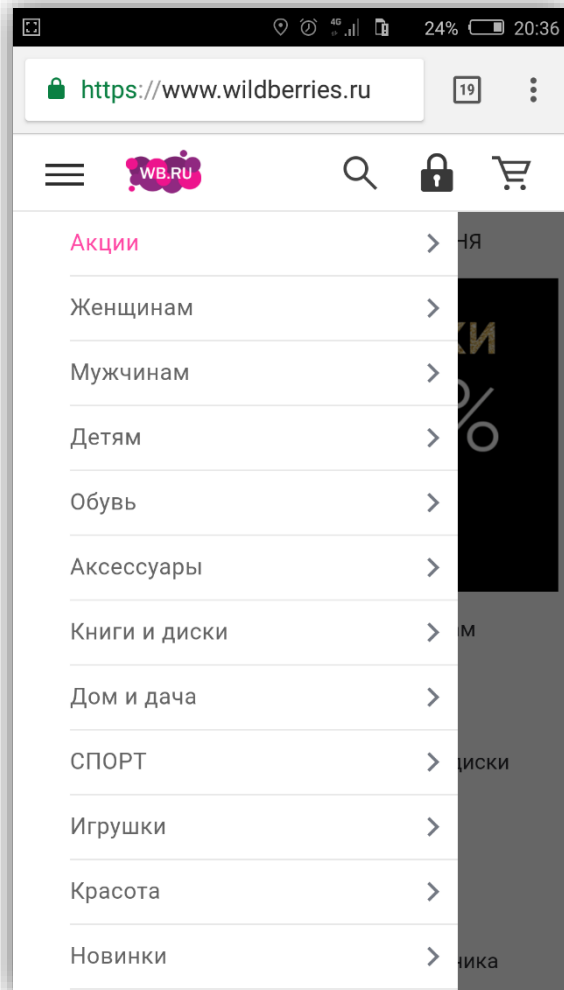
- ✓ 70% пользователей активно скроллят главную на десктопах — только 25% пользователи пытаются оценить ассортимент сайта
- ✓ В половине интернет-магазинов невозможно определить ассортимент по контенту главной страницы
- ✓ Пользователь уходит не найдя нужный товар
- ✓ Часто при скроллинге покупатель хочет увидеть то что он хочет, даже не всегда зная что именно он хочет
- ✓ В таком случае лучше сработает размещение персональных рекомендаций или спецпредложений.



ГЛАВНОЕ – ОБОЗНАЧИТЬ АССОРТИМЕНТ



ВТОРОЙ ФАКТОР – ОСНОВНОЕ МЕНЮ



ЧТО ВЗЯТЬ НА ВООРУЖЕНИЕ



- ✔ В десктопных версиях: представлять ассортимент в виде картинок-анонсов
- ✔ Для мобильных текстовые ссылки на категории верхнего уровня
- ✔ Полная структура каталога на главной помогает:
 - ✔ сформировать понимание ассортимента сайта,
 - ✔ быстро перейти в интересующие категории.





- ✔ Развиваем платформу интернет-магазина
 - ✔ Все новые шаблоны — адаптивные
 - ✔ Виджеты для настройки главной
 - ✔ Переработанный личный кабинет
 - ✔ Переработанный чекаут в части выбора доставки
- ✔ Обеспечиваем интеграции и соответствие 54-ФЗ
 - ✔ Выпустили ЕКАМ.Онлайн – чеки для онлайн-оплат и точке выдачи
 - ✔ Перерабатываем работу с доставками в InSales



InSales

СПАСИБО!

Артем Соколов

СМО InSales.ru

av@insales.ru



EKAM