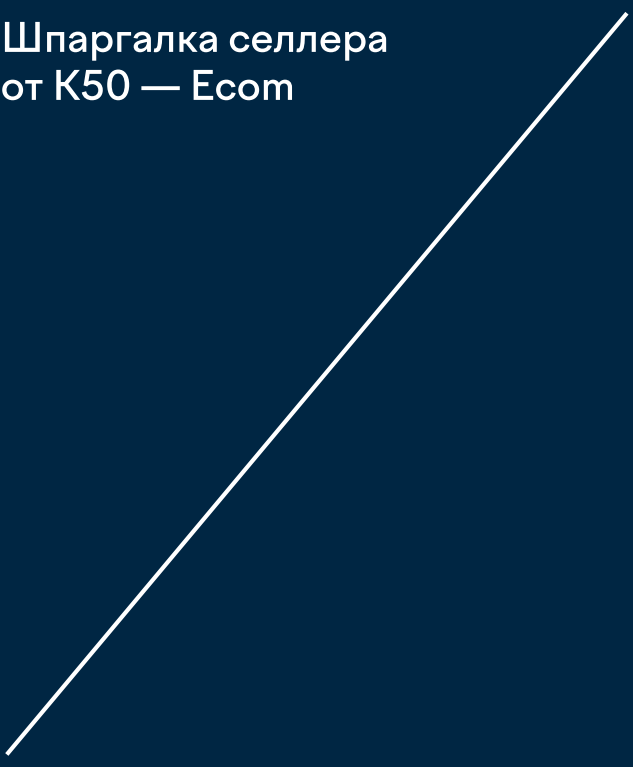
Как продвинуть товары на маркетплейсах

Шпаргалка селлера
от К50 — Ecom



Wildberries
OZON
Яндекс Маркет

2023

Алгоритмы ранжирования товаров на маркетплейсах становятся все сложнее, конкуренция в рекламе — все больше. Поэтому методы, которые еще полгода назад давали хороший результат, сейчас могут работать иначе.

Этот чек-лист поможет продвинуть карточки товаров с учетом актуальных требований Wildberries, Ozon и Яндекс Маркета. В нем мы делимся тонкостями рекламных и нерекламных методов и даем инструменты, которые экономят время и деньги.

Содержание

1. Поисковая оптимизация
2. Продажи и отзывы
3. Визуальный контент
4. Внутренняя реклама
5. Внешняя реклама
6. Акции и распродажи
7. Скорость доставки

Полезные ссылки

1. Поисковая оптимизация

влияние на продажи
сложность
затратность

Соответствие запросам пользователей остается одним из важнейших факторов, влияющих на позиции товара в выдаче маркетплейсов. Поэтому начать продвижение стоит именно с детальной проработки карточек — названий, описаний и характеристик товаров.

Главная задача — увеличить количество категорий, по которым товар виден в поисковой выдаче. Это можно сделать, если правильно подобрать и распределить ключевые слова.

Где брать ключевые слова

- Статистика запросов по маркетплейсам — «Популярные запросы» на Wildberries и «Поисковые запросы» на Ozon.
- Статистика поисковиков — «Подбор слов» от Яндекса или «Планировщик ключевых слов» от Google.
- Ключевые слова конкурентов — анализ карточек товаров из нескольких подходящих категорий.
- Важные свойства товара — в особенности если про них часто говорят в вопросах и отзывах к товару.

✳ Например, есть ли в комплекте постельного белья простынь или пригоден ли гамачный клей для профессионального использования.

Используйте запросы, напрямую связанные с товаром в карточке. Слишком широкие запросы приведут нерелевантную аудиторию и будут работать плохо.

Куда добавлять ключевые слова

1. Название

Если маркетплейс позволяет заполнить поле самостоятельно, делайте это по формуле:

тип товара + производитель / модель + отличительные особенности с ключевыми словами

Для названия выбирайте запросы с высокой частотностью.

SKIN CHEMISTRY | Сыворотка для лица | 30 мл

2. Описание

Не нужно копировать текст у конкурентов или добавлять вместо связного описания перечень ключевых слов: даже если это пока встречается в карточках, в любой момент такие способы манипуляции выдачей могут привести к блокировке.

Описание

Мужская футболка хлопок 100% натуральная. Футболки мужские – лучший подарок мужчине. Черная и белая мужская футболка – лучший сделать подарок мужчине. Модель футболки в любом сезоне – классическое изделие. Только белая футболка. Стильная футболка для девочек? эпатажной футболки крупный верх ворота. Размер футболки: с капюшоном (не маленький). В размерном ряду приусловност - маленькие размеры - S / большие размеры: XXL 3xl. Футболка из натурального хлопка. Хлопок - лучший гипоаллергенный материал. Плюс не вытягивается и не выдерживает после стирки не просвечивает. Плотная подходит для зимний пошив с тёме длинным рукавом с черная здесь длинные летом лето и на спортивная сочетая со укороченная короткая однотонная деньках в кружевной черта широкая без рукавов беременных футболка женская футболка овесдаль толь футболка мер» топ подросток женская майка футболка длинная работа рубашка свободная надписью подростковая ,лонгслив рисунок рыдага туника широкая овесдаль не Турция футболка с принтом

Свернуть описание

Описание

Футболка оверсайз — идеальный выбор для тех, кто ценит комфорт и стиль в одежде. Универсальный крой футболки подойдет как мужчинам, так и женщинам, а большой размер позволит чувствовать себя свободно и уверенно.

Футболка имеет просторный вырез горловины и короткий рукав, что обеспечивает максимальный комфорт при носке. Данная футболка выполнена из высококачественного плотного хлопка, который подходит для любого времени года. Она легкая, прочная и тем у сохраняет свою форму после многочатных стирок.

Умеемс футболка станет отличным выбором для повседневной прогулки, похода в кино или с друзьями. Она позволит выглядеть стильно и модно, не пренебрегая комфортом.

Важно

- Не добавляйте слишком много ключевых слов, особенно однокоренных: важно не перестараться и не размыть релевантность.
- Следите за грамотностью и читабельностью текста. Теперь даже на Wildberries можно сделать абзацы.
- Не дублируйте ключевые слова из характеристик, они проиндексируются и без этого.

В новом интерфейсе Wildberries увеличили длину описания до 5 000 знаков. Это не значит, что нужно использовать этот объем по полной. Текст должен оставаться связным, полезным и с подходящей семантикой.

На Ozon ключевые слова в описании хуже работают на привлечение органического трафика, но полезны для внутренней рекламы. Особенно с новым инструментом «Трафаретка», который не позволяет управлять семантикой объявлений.

3. Характеристики

Если категория выбрана правильно, достаточно просто заполнить максимум параметров и дополнительные поля. Это поможет карточке показываться по смежным запросам и избавит от необходимости вписывать все ключевые фразы в описание.

Характеристики

Назначение: повседневное
Модель платья: платье-футляр
Особенности модели: завышенная талия
Вид застежки: пуговицы
Тип рукава: короткие
Покрой: рубашечный
Рисунок: горох
Декоративные элементы: без элементов
Комплектация: пояс; платье
Пол: женский

Характеристики

Назначение: повседневное платье
Модель платья: платье-футляр
Особенности модели: платье-футляр; с завышенной талией
Вид застежки: пуговицы
Тип рукава: короткие
Покрой: с завышенной талией
Рисунок: горох
Декоративные элементы: без элементов
Комплектация: пояс; платье
Пол: женский

Важно

Не дублируйте контент в дополнительных полях. Его ценность в том, чтобы расширить семантику и описать разные особенности товара, которые ищут покупатели.

4. Отзывы, вопросы и ответы на них

Контент карточки не ограничивается названием, описанием и характеристикой. Ключевые слова в отзывах и вопросах тоже учитываются и косвенно влияют на продвижение.

Лидер · 17 оценок · 13 фото
★★★★★ Вот это вещь!
Купила в Комфорте новинки и упаковано. Удобное корпус
0 0 0
Ответ продавца
Здравствуйте, благодарим за Ваш положительный отзыв о нашем товаре. Зарядно-комплектное - это отличный подарок на любой праздник. Надеемся увидеть Вас в числе постоянных покупателей. С уважением, МЭДВ.
Развернуть ответ

Виталий Смирнов
Маркетолог K50 Ecom

«Все, что мы описали выше, в большей степени работает для топа выдачи «По популярности». Но не забывайте, что попадание в выдачу по запросам — далеко не единственный способ привлечения органического трафика.

Помимо этого, есть поиск по каталогу, сортировка по рейтингу, обновлению и цене, а также несчетное количество фильтров. Всем этим активно пользуются покупатели, а значит, нужно стараться попасть в их выдачу не только по популярным запросам, но и по часто используемым фильтрам».

Как упростить управление контентом

Подключите магазины на маркетплейсах к K50 Ecom и обновляйте контент на Wildberries, Ozon и Яндекс Маркете из одного сервиса. Меняйте фото, улучшайте описания, заполняйте характеристики и выгружайте изменения в пару кликов.

Попробовать бесплатно

← Назад к содержанию
↓ Следующий раздел

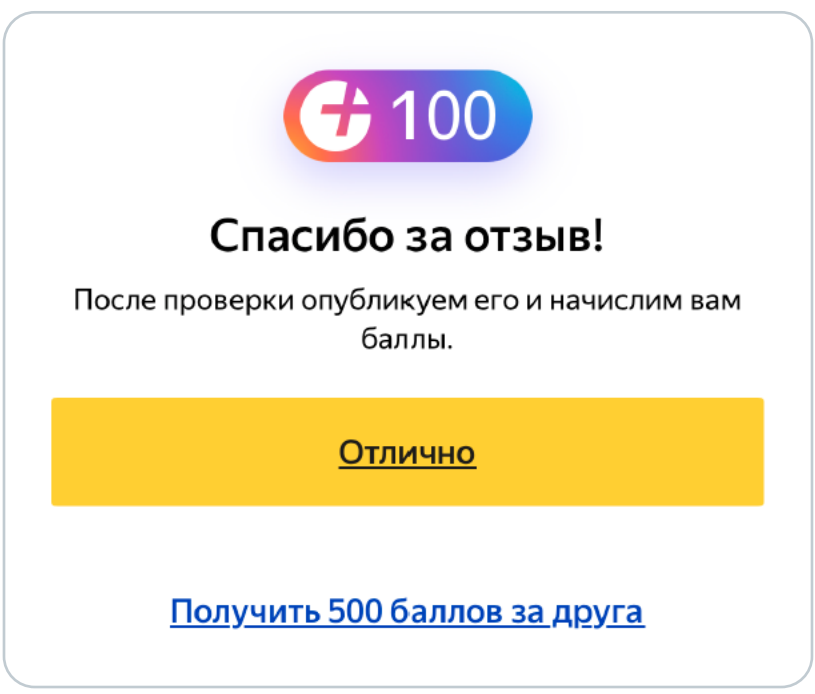
2. Продажи и отзывы

●●●●○ влияние на продажи
●●●○○ сложность
●●●○○ затратность

Новые карточки товаров получают фору при старте продаж: маркетплейс показывает их среди популярных предложений, но длится это недолго. За это время особенно важно собрать хорошие отзывы и нарастить продажи.

Иногда это можно сделать белыми способами. К примеру, держать низкие цены, участвовать в акциях и параллельно мотивировать клиентов делиться оценками. На Ozon и Яндекс Маркете в этом помогают отзывы за баллы.

Яндекс Маркет



Озон

Wildberries

На Wildberries все сложнее: продуманной системы мотивации оставлять отзывы внутри площадки нет, поэтому продавцы часто прибегают к более простому методу — самовыкупам. Это помогает подняться в поисковой выдаче за счет стабильного увеличения продаж и количества отзывов.

Маркетплейсы стали пристальнее следить за жульничеством с выкупами и отзывами. Заблокировать товар и магазин за манипуляцию выдачей могут не только в моменте, но и за прошлые периоды. Поэтому самовыкупы уходят на второй план, уступая место рекламе и работе с контентом.

← Назад к содержанию
↓ Следующий раздел

3. Визуальный контент

●●●●● влияние на продажи
●●●○○ сложность
●●●●○ затратность

Работа над контентом стоит вложенных денег. Если карточка товара внешне проигрывает конкурентам, даже при более низкой цене она будет уступать в выдаче и давать меньше продаж.

Реклама и другие способы продвижения в этом случае тоже работают хуже.

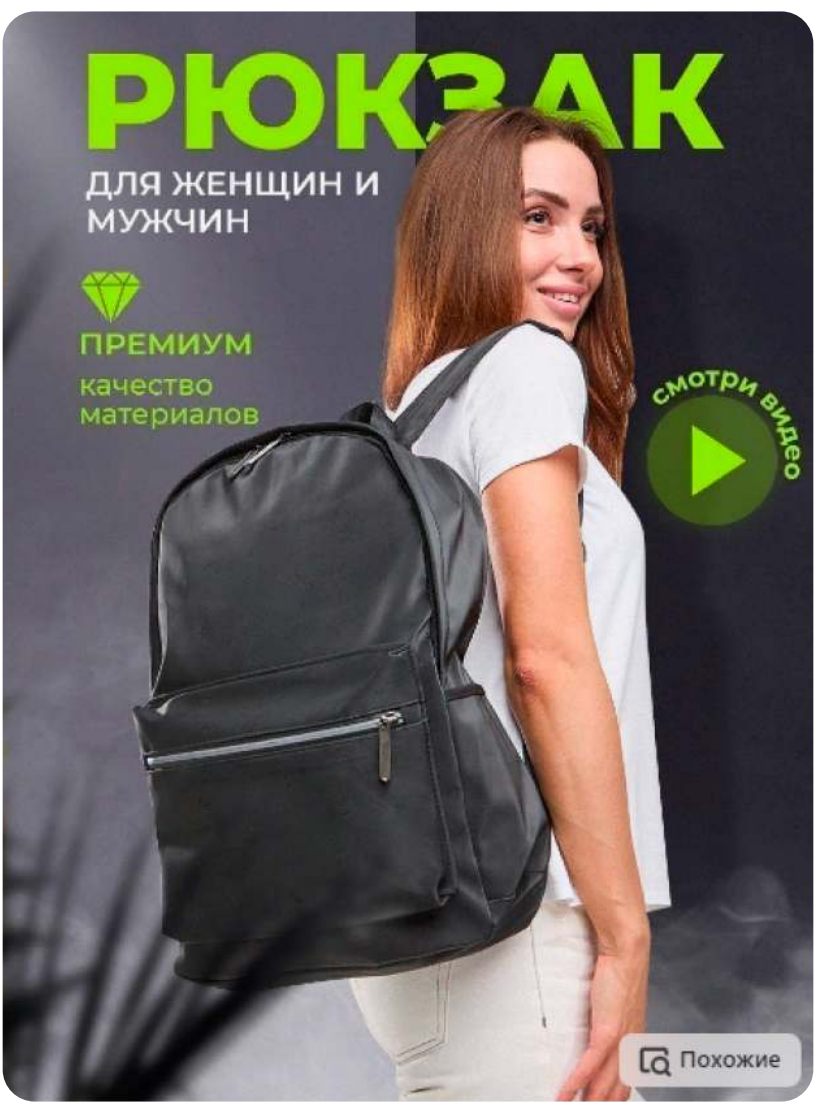
Как делать эффективный контент

Для разных маркетплейсов, категорий и аудиторий будет свой топ-контент. Например, чтобы продавать одежду на Wildberries, нужно минимум 5-7 фото в разных ракурсах, описание размерной сетки, состава ткани, преимуществ кроя.

Похожая схема будет работать для многих эмоциональных покупок. Для рациональных бывает достаточно 3-5 качественных фото, детального описания и полного перечня характеристик.

Чтобы понять, какой контент нужен в вашей нише, развивайте насмотренность. Отмечайте интересные решения у конкурентов, записывайте их и используйте как примеры для фотографа и дизайнера.

Например, если в карточке есть видео, попробуйте добавить специальный значок на главном фото. Это поможет зацепить внимание: клиентам важно увидеть, как выглядит товар в жизни, и видео в этом плане доверяют больше, чем фото.



На главном фото крупное изображение товара, ключевое преимущество и призыв зайти в карточку за подробностями

Кроме фото и видео, зацепить внимание покупателей помогает инфографика. Может показаться, что сделать ее просто — достаточно написать о характеристиках продукта поверх фото и добавить пару иконок. Но при таком подходе вряд ли получится выделиться среди конкурентов и повысить продажи.

Вместе с маркетологом и экспертом по маркетплейсам Анной Ковтун мы сделали чек-лист, который поможет определить главные преимущества товара и правильно их преподнести.

Меняя подход в визуальной подаче, не забывайте тестировать идеи и замерять, как изменились метрики: количество переходов, сохранения в избранном, добавления в корзину и продажи.

→ **Как протестировать обложку карточки и выбрать лучшую: методы и гипотезы**

Использование идеи и прямое копирование чужого дизайна — не одно и то же. За нарушение авторских прав можно получить штраф и блокировку от маркетплейса, а также иск от правообладателя на сумму от 10 тысяч до 5 миллионов рублей.

Обнаружить кражу контента на Wildberries просто: загрузите оригинальное изображение в поиск по картинкам или воспользуйтесь кнопкой «Похожие» в карточке товара.

← Назад к содержанию
↓ Следующий раздел

4. Внутренняя реклама

●●●○○ влияние на продажи
●●○○○ сложность
●●●○○ затратность

Для большинства товаров подходят два варианта рекламы: в поиске и в карточках конкурентов. В обоих случаях место в выдаче определяется аукционом: кто больше заплатил, тот показывается выше и получает больше внимания.

Не для всех ниш целесообразно целиться на первую страницу выдачи. К примеру, при выборе одежды пользователи просматривают до 10 страниц в поисках подходящей вещи. Учитывая это, можно оптимальнее распределить бюджет и получить клиентов по более выгодной стоимости.

О том, как понять, сколько выделять на рекламу и какие виды продвижения есть на Wildberries, Ozon и Яндекс Маркете, читайте в нашей статье-гиде по внутренней рекламе.

Гид по товарной рекламе

Что делать, чтобы внутренняя реклама работала

Эффективность рекламы зависит от многих факторов, на часть из них вы можете влиять.

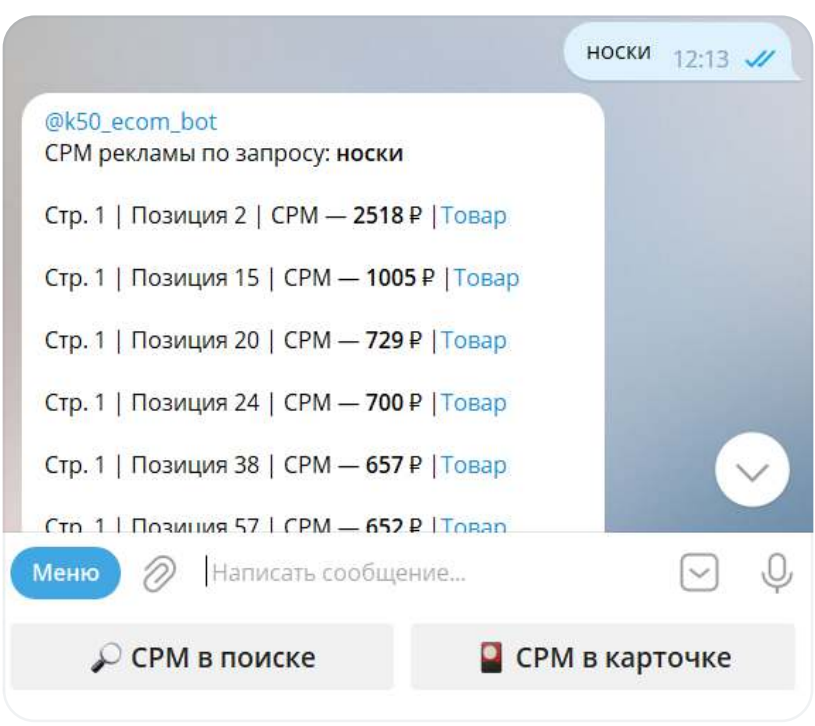
1. **Оптимизируйте карточку товара:** реклама в выдаче зависит от поисковых запросов. Если их нет в карточке, товар не сможет продвигаться по ним в выдаче.

2. **Удаляйте неэффективные запросы:** почистите ключевые слова, которые не относятся к вашему товару или тратят слишком много денег.

3. **Тестируйте разные обложки:** это поможет понять, какие изображения дают больший эффект при тех же затратах.

Как не переплачивать за рекламу на Wildberries

Ставки, которые рекомендует Wildberries в личном кабинете, как правило, завышены. Если ориентироваться только на них, есть риск переплатить, поэтому перед запуском рекламы важно проверять реальные ставки. В этом поможет бесплатный телеграм-бот K50 Ecom.



Бот покажет, сколько стоит тысяча показов в поиске и карточках товаров, и поможет получить нужные позиции по оптимальной цене.

Запустить бота

← Назад к содержанию

↓ Следующий раздел

5. Внешняя реклама

●●●●○ влияние на продажи
●●○○○ сложность
●●●○○ затратность

Внешняя реклама — это реклама за пределами маркетплейса, которая приводит дополнительный трафик. Самые распространенные форматы: контекстная, таргетированная, у блогеров, в СМИ и других каналах.

Привлечение внешнего трафика не только увеличивает продажи, но и помогает продвигать карточку товара в выдаче за счет поведенческих факторов: чем больше людей изучают карточку и делают покупки, тем выше у нее рейтинг и лучше позиция.

Где искать внешний трафик

За 2022 год потребители стали активнее интересоваться онлайн-покупками — и не только на сайтах маркетплейсов. Основная доля запросов в товарных категориях приходится на поиск Яндекса.

Наиболее быстрый и простой способ привлечь эту аудиторию — это реклама в Яндекс Директе. Она помогает показать товары тем, кто уже ищет их в поиске Яндекса или изучает предложения на тематических сайтах.

Поэтому результат продвижения виден достаточно быстро, главное — правильно подобрать товары для рекламы и знать, как замерить результаты.

Как подобрать товары для внешнего продвижения

Учитывайте параметры, которые влияют на количество трафика, конверсии в продажи и вашу выручку

1. **Проанализируйте спрос:** проверьте с помощью Вордстата, насколько часто ищут ваши товары в поиске Яндекса, и выберите самые востребованные позиции.

2. **Проверьте карточки:** убедитесь, что у товара есть положительные отзывы, прописаны все важные параметры и цена относительно конкурентов не завышена.

3. **Посчитайте выгоду:** используйте юнит-экономику, чтобы понять, окупятся ли вложения с учетом всех издержек и оплаты услуг маркетплейсов.

Оценить влияние внешней рекламы на продажи в Ozon можно с помощью отчета по utm-меткам, в Яндекс Маркете — с помощью Яндекс Метрики, а на Wildberries — только по косвенным признакам.

Как оценить эффективность рекламы на Wildberries

Используйте промежуточный лендинг

Можно вести трафик не сразу на маркетплейс, а на отдельную страницу с подробной информацией о товаре и кнопкой «Купить на Wildberries». Она нужна, чтобы поставить счетчики и отследить количество конверсий.

В результате рекламная система лучше понимает, кто готов купить ваш товар, и показывает рекламу пользователям с похожими характеристиками.

С промежуточным лендингом трафика на карточку в Wildberries будет меньше, но зато он станет более конверсионным.

Сравните заказы и выручку

Это менее точный, но самый простой способ. Если ведете трафик сразу на карточку, оцените результаты за период рекламной кампании и за аналогичный временной промежуток до нее.

Учитывайте, что на цифры могут повлиять сезонность спроса и другое продвижение, например участие в акциях маркетплейса.

Проверьте продажи других своих товаров

Внешняя реклама часто влияет на продажи смежных товаров и на отложенные покупки. Люди не всегда берут именно ту позицию, которую увидели в объявлении. Они могут заинтересоваться одним товаром, но затем сравнить в вашем магазине разные варианты и выбрать другой.

! Не ограничивайтесь только рекламой конкретных товаров, попробуйте вести внешний трафик на категории магазина или на всю витрину. Так вы сфокусируете внимание пользователя на своих товарах и снизите вероятность быстрого перехода к предложениям конкурентов.

Кейсы рекламы в Яндекс Директе

Наши клиенты активно используют контекстную рекламу для продвижения товаров на маркетплейсах. В среднем это дает им +26% заказов, +2200 переходов потенциальных покупателей в месяц при средней цене клика в 9 рублей.

Магазин кухонных принадлежностей

результаты за месяц

+84% заказов
+2 447 потенциальных покупателей

Магазин женской одежды

результаты за месяц

+69% заказов
+7 685 потенциальных покупателей

Магазин настенных часов

результаты за месяц

+45% заказов
+4 934 потенциальных покупателей

Магазин детских игрушек

результаты за месяц

+32% заказов
+2 582 потенциальных покупателей

Если вы хотите протестировать рекламу в Директе, рекомендуем закладывать бюджет от 24 тысяч рублей на месяц. Этого будет достаточно, чтобы продвинуть до пяти товаров и оценить результаты.

Попробуйте внешнее продвижение без переплат

K50 Ecom автоматизировал запуск рекламы в Яндекс Директе. Сервис бесплатно настроит объявления для ваших товаров на маркетплейсах, запустит продвижение и отчитается о результатах.

Мы не берем комиссию и деньги за работу с сервисом, весь ваш бюджет полностью пойдет на продвижение.

Попробовать бесплатно

← Назад к содержанию
↓ Следующий раздел

6. Акции, распродажи

●●●●○ влияние на продажи
●○○○○ сложность
●●●○○ затратность

Чтобы привлечь больше покупателей, маркетплейсы регулярно устраивают распродажи и предлагают продавцам сделать скидки на свои товары. Если участвовать, карточки товаров будут ранжироваться выше, а комиссия снизится. Если отказаться — наоборот.

Когда распродажа предполагает большую скидку, нужно заранее просчитать рентабельность продвижения каждого товара с учётом участия или отказа от акции. Это поможет принять взвешенное решение, стоит ли жертвовать выручкой ради роста позиций и продаж.

Не упускайте крупные сезонные распродажи вроде «11.11», «Черной пятницы» и «Киберпонедельника». В это время маркетплейсы вкладывают огромные деньги в маркетинг и привлекают много трафика, с помощью которого можно продвинуть свои карточки на будущее.

Главное — следить за остатками и не допускать их обнуления, чтобы карточка не опустилась в выдаче. Если вы торгуете на нескольких маркетплейсах, можете подключить магазины к K50 Ecom и контролировать остатки на всех FBO-складах в одном сервисе.

← Назад к содержанию

↓ Следующий раздел

7. Скорость доставки

●●●○○ влияние на продажи
●●●○○ сложность
●●●○○ затратность

В первую очередь маркетплейсы показывают покупателям товары с ближайших складов: чем быстрее доставка, тем лояльнее покупатель. Поэтому локальная выдача товаров в разных городах может сильно отличаться: товар, который будет в топ-10 для жителей Петербурга, могут не увидеть жители Казани.

Правильное распределение по складам в регионах помогает изменить это, чаще появляться в выдаче пользователей из регионов и охватить большую аудиторию. Сделать поставки можно через транзитные склады маркетплейсов или самостоятельно.

→ География складов Wildberries

Wildberries заявляет, что теперь у всех складов зона доставки — вся Россия и отличается только время на логистику. Проверить, виден ли ваш товар для пользователей из других регионов можно несколькими способами:

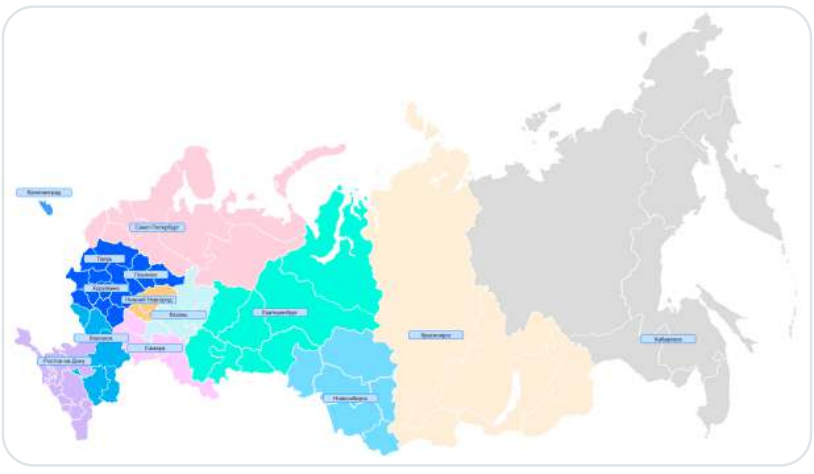
1. Вручную, меняя город в верхней части сайта wildberries.ru или в приложении для покупателей.

2. С помощью бота, который покажет позиции товара в разных городах по целевым запросам.

→ География складов Ozon

Ozon доставляет товары по всем регионам, если их цена превышает 500 рублей. С декабря 2022 года недорогие товары в большинстве случаев доставляются только в регионы, куда была сделана поставка.

Виртуальный распределительный центр Ozon покажет, в каких регионах и в каком количестве есть спрос на выбранные товары. Отправить поставку можно кросс-докингом сразу в несколько регионов.



→ География складов Яндекс Маркета

Склады Яндекс Маркета, которые находятся в Москве, Петербурге и Ростове-на-Дону работают на всю Россию, остальные ограничены соседними областями. Поставку в регионы можно сделать напрямую или с помощью транзитных складов.

Чтобы упростить распределение товаров, Маркет пообещал сделать для продавцов отчеты по географии продаж. Обновление должно появиться в личном кабинете в 2023 году.

Если вы недавно на маркетплейсах, лучше начать с московских складов — они работают на все регионы России. Когда продажи станут регулярными, проанализируйте их географию и решите, какие товары будет выгодно поставлять на склады других крупных городов. При подсчетах учитывайте тарифы на перевозку, логистику и хранение. !

← Назад к содержанию
↓ Следующий раздел

Полезные ссылки

→ Сервис K50 Ecom

Подключайте несколько магазинов на Wildberries, Ozon и Яндекс Маркете и работайте с ними из одного сервиса. Он поможет удобно управлять карточками товаров, ценами, остатками и легко запускать рекламу в Яндекс Директе.

Попробовать бесплатно

→ Телеграм-канал K50 Ecom

Подписывайтесь, чтобы не пропустить важные обновления маркетплейсов, советы от экспертов рынка и обзоры инструментов, которые упрощают работу с товарами.

Подписаться на канал

→ Блог K50 Ecom

Получайте анонсы новых статей и гайды по продуктивной работе с маркетплейсами раз в две недели на свою почту. Разбираем как повысить эффективность карточек товаров и рекламы, сэкономить время на рутинных задачах и избежать штрафов.

Подписаться на рассылку

Есть вопросы? Мы на связи

Написать в Telegram

Написать в WhatsApp

ecom@k50.ru