

ГАЙД СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ НА WILDBERRIES

Автор: Виталина Гуменюк



СОДЕРЖАНИЕ

Введение	
Цель гайда.....	3
Кому будет полезен гайд?.....	3
Особенности маркетплейса для ведения бизнеса	
SWOT-анализ маркетплейса Wildberries.....	4
Целевая аудитория.....	5
Требования платформы к регистрации продавца.....	6
Внутренние инструменты продвижения товаров	
Качественный контент.....	7
Инфографика.....	8
Видеоконтент.....	10
RICH-контент.....	11
Популярные ошибки в контенте.....	12
Релевантное наименование.....	13
SEO-описание.....	14
Распределение по складам.....	15
Ответы на отзывы.....	16
Внутренняя реклама.....	17
WB GURU.....	18
Внешние инструменты продвижения товаров.....	19
Факторы, влияющие на ранжирование.....	20

ВВЕДЕНИЕ



Цель гайда

Продемонстрировать полезные советы и стратегии повышения эффективности продвижения товаров на маркетплейсе Wildberries.

КОМУ БУДЕТ ПОЛЕЗЕН ГАЙД?



Начинающим
предпринимателям



Менеджерам
маркетплейсов



Действующим
поставщикам



Специалистам
по рекламе

SWOT-анализ маркетплейса Wildberries для поставщиков

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ

- Занимает 1-е место на рынке российских торговых онлайн-платформ.
- Наибольшая доля на рынке электронной коммерции на 2024 год.
- Наличие крупных складов: Электросталь, Подольск, Коледино, Домодедово, Новосибирск, Краснодар, Екатеринбург, Хабаровск, Санкт-Петербург.
- Развитая сеть пунктов выдачи.
- Развитие компании в странах СНГ (Казахстан, Беларусь, Киргизия, Узбекистан, Армения) и выход на зарубежный рынок (Китай).
- Простая регистрация для поставщиков.
- Наличие рекламных инструментов.
- Разные логистические модели (FBO, FBS, DBS).



СЛАБЫЕ СТОРОНЫ

- Высокие комиссии за пользование онлайн-платформой в зависимости от категории товара (2-25%).
- Штрафы за нарушение условий и правил работы с платформой.
- Одностороннее регулирование оферты со стороны маркетплейса.
- Право покупателя возвращать товар в течение двух недель.
- Частые сбои работы сайта и личных кабинетов поставщиков.

ВОЗМОЖНОСТИ

- Рост рынка электронной коммерции.
- Выход Wildberries на новые зарубежные рынки, что позволит поставщикам расширить территорию продаж за пределами России и увеличить объем продаж.
- Усовершенствование условий сотрудничества поставщиков и маркетплейса: наличие инструкций по формированию поставок, упаковке товара, внутренние сервисы аналитики продаж.
- Возможность развития собственного бренда, повышения узнаваемости за счет охвата аудитории.

УГРОЗЫ

- Рост конкуренции на маркетплейсе.
- Занижение рейтинга карточки товара со стороны конкурентов.
- Увеличение числа возвратов со стороны покупателей, образующие убытки для продавцов.
- Снижение покупательской способности населения.
- Случаи порчи товара в результате доставки.
- Развитие новых маркетплейсов, предоставляющие более выгодные цены для покупателей, что способствует оттоку целевой аудитории.

Целевая аудитория Wildberries



Ежемесячная аудитория онлайн-платформы- свыше **113 млн** пользователей



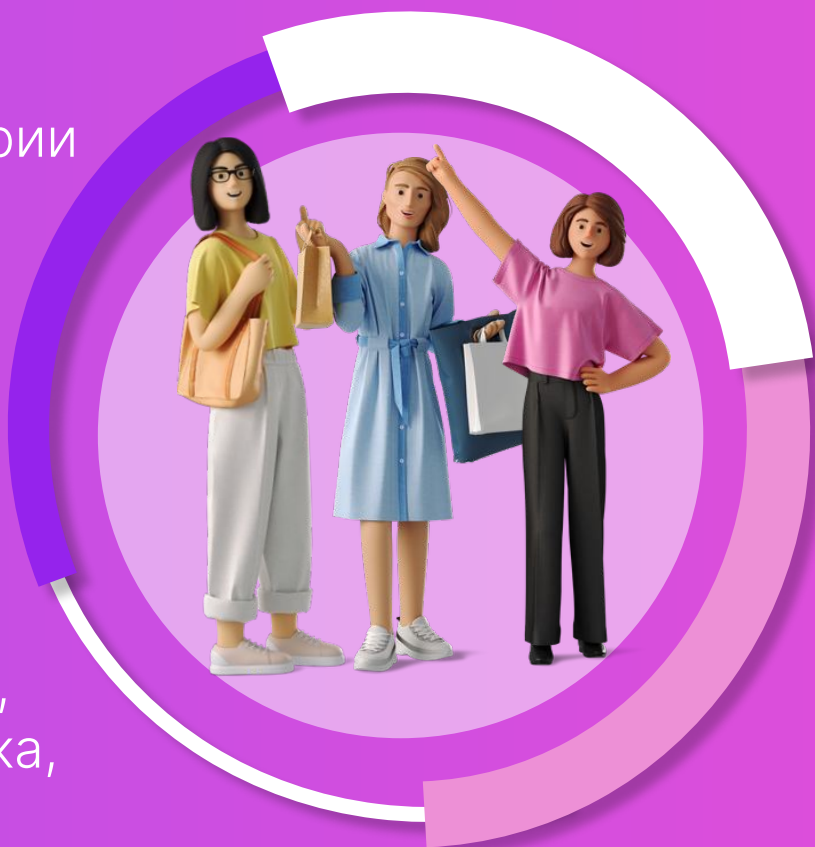
Это молодые люди в возрасте от **18 до 35 лет**, которые предпочитают покупать товары онлайн и следить за последними модными тенденциями.



Около **76%** аудитории составляют женщины



Их привлекает ассортимент, удобство, расположение ПВЗ, бесплатная доставка, приемлемые цены.



Требования платформы к регистрации продавца

- Стать поставщиком может ООО, индивидуальный предприниматель или самозанятый гражданин. Для последней категории действует правило: продавать можно только товары собственного производства
- Регистрация по номеру телефона
- Представить документы компании или ИП, сертификаты, лицензии и иные документы на продукцию, разрешение на товарный знак
- Оплата взноса в размере 10 000 рублей (2024 г.)
- Принятие оферты
- Создание магазина, загрузка артикулов товаров, создание карточки
- Поставка первой партии товара на склад или отгрузка со своего склада

01

КАЧЕСТВЕННЫЙ КОНТЕНТ

Визуальный контент на маркетплейсе занимает отдельное место в продвижении товара. Хорошие, качественные фотографии важны.



Требования к фотоконтенту:

- Разрешение снимков не менее 900x1200 пикселей
- Вертикальный формат
- Допустимые файлы в JPG и PNG
- Информативные элементы: размер, комплектация, процесс эксплуатации, различные ракурсы; комплектация, акцент на деталях
- Фотография должна передавать цвет, форму, комплектацию реального товара
- Изображение не должно нарушать авторские права

02

ИСПОЛЬЗУЙТЕ ИНФОГРАФИКУ

Для чего ?

- привлечение внимания покупателя
- донесение информации о товаре
- помогает обновлять визуальный контент под определенные события
- создание эмоций у покупателей
- показывает результат и выгоду для клиента
- отстройка от конкурентов

Какие элементы использовать?

- Плашки. Позволяют добавить дополнительный текстовый блок
- Наклейки. Акцентируют внимание на важных моментах
- Иконки. Визуализируют короткий текст
- Схемы. Помогают рассказать о том, как пользоваться товаром

SMART WATCH

ГАРАНТИЯ 1 ГОД



МУЗЫКА



СВЯЗЬ



ЗДОРОВЬЕ



СПОРТ



+ РЕМЕШОК В ПОДАРОК

Хорошо

УМНЫЕ ЧАСЫ SMART WATCH PREMIUM

DEUSMART

46 MM



ЯРКИЙ ЭКРАН AMOLED
БЫСТРЫЙ ОТКЛИК

СООБЩЕНИЯ
И ЗВОНКИ



ГАРАНТИЯ КАЧЕСТВА

МУЗЫКА

ЗДОРОВЬЕ
И СПОРТ

МОЩНАЯ БАТАРЕЯ



3 РЕМЕШКА
В КОМПЛЕКТЕ

AMOLED

НОВИНКА 2024 ГОДА

Плохо

По данным Wyzowl, 82% людей совершают покупки после того, как посмотрят видео, а также 87% – отметили, что качество видео влияет на их доверие к бренду.

Что показывать в видео?

- Убедительная история о продукте
- Ценности и особенности товара для покупателя
- Функционал продукта
- Инструкция по использованию
- Обзор
- До/после
- Распаковка




Требования к видео

- Формат — MOV или MP4
- Размер до 50 Мб
- Соотношение — от 720 до 1920 px;
- Длина — не больше 3 мин;
- Угол обзора — 360°;

RICH-контент – бесплатный маркетинговый инструмент, с помощью которого можно создать небольшую лендинговую страницу товара с яркими иллюстрациями, схемами, описанием.

ТаShe профессиональный уход




Маска-реставратор

- восстанавливающая маска обволакивает стержень волоса, насыщает изнутри и укрепляет по всей длине
- идеально подойдет для натуральных, окрашенных или поврежденных волос

КЕРАТИН В СОСТАВЕ

Питательная формула

- ✓ Интенсивно увлажняет
- ✓ Уплотняет стержень волоса
- ✓ Насыщает по всей длине



TaShe подробно рассказали о маске, ее свойствах, составе

MIKIT УМНАЯ КОСМЕТИКА. ТОЧНЫЙ ВЫБОР

МЫ ТРАНСФОРМИРУЕМ ЗНАНИЯ В КРАСОТУ!

Наши средства помогают людям двигаться по пути **любви к себе**: понимать и принимать свою уникальность, а заботу о себе делать ежедневной приятной рутинной.

НАША МИССИЯ
«СОЗДАВАТЬ ПРОДУКТЫ, ПРЕВОСХОДЯЩИЕ ОЖИДАНИЯ»

Нам важно **качество и эффективность**, поэтому мы выбираем только проверенные компоненты и формулы, которые обеспечивают видимый результат уже после первого применения.




MIKIT использует для того, чтобы рассказать о своем бренде

ПОПУЛЯРНЫЕ ОШИБКИ В КОНТЕНТЕ

Частая смена визуального стиля

Плохое качество контента

Фокус только на продажах

Не выделяться из общей ленты

Отказ от мониторинга конкурентов

Копирование медиаконтента

Не знать правил маркетплейса
по использованию контента

Релевантность - это то, насколько название товара будет соответствовать поисковому запросу потенциального клиента.

! Перед заполнением названия следует проанализировать запросы пользователя.

Как анализировать?

Подсказки в поиске

Яндекс.Wordstat

В разделе "популярные запросы" в кабинете поставщика



SEO-оптимизация карточки - инструмент интернет-маркетинга, который отвечает за выдачу карточки товара по поисковым запросам на маркетплейсе.



Успешная SEO-оптимизация предполагает формирование семантического ядра.



Семантическое ядро - список поисковых запросов, набор фраз, относящихся к конкретному товару.



При составлении семантического ядра следует ответить на вопросы: «Как товар может удовлетворить потребности покупателя? Какие характеристики товара важны?».

РАСПРЕДЕЛЯЙТЕ ТОВАР ПО СКЛАДАМ

По заявлениям разработчиков, маркетплейс нацелен на быструю доставку до клиента. Старайтесь охватить максимальное количество складом. Это даст дополнительный плюс при ранжировании карточки.

Рекомендуем отслеживать регионы, в которых продажи выше и туда отправлять основную часть товара. Остатки товара рекомендуется отгружать по мере поступления заказов (FBS).

НА ЧТО ЭТО ВЛИЯЕТ?

1

Ранжирование карточки при выдаче в каталоге или в поиске

2

Скорость доставки может быть ключевым фактором при покупке

- На отзывы необходимо реагировать своевременно, проверять ежедневно и отвечать.
- Покупатели ценят оперативность и внимание продавца к их мнению.
- Заготовьте несколько универсальных ответов на положительные отзывы.

ПРИМЕР

«Добрый день, (имя клиента)! Спасибо большое, что нашли время поделиться впечатлением о покупке в нашем магазине. Приятного использования. Будем рады, если вы станете нашим постоянным покупателем. С наилучшими пожеланиями, (название бренда)».



- При ответах на негативные отзывы обращайтесь внимание на то, чем недоволен клиент.
- Не спорьте с покупателем, покажите, что вы готовы исправить недостатки.
- Предложите решение проблемы, чтобы показать заботу о покупателе.

Выбирайте наиболее оптимальные инструменты внутренней рекламы.



Реклама в поиске



Реклама в карточке
товара



Реклама в каталоге



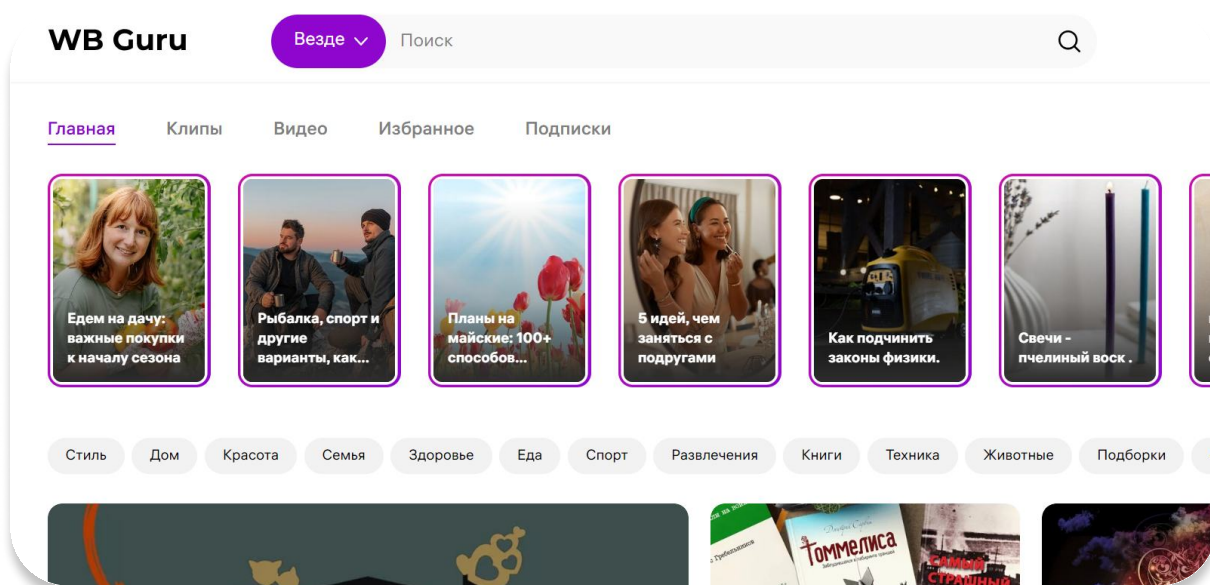
Рекомендации на
главной странице

Автоматическая
кампания



Участие в акциях

WB Guru – платформа блогов из экосистемы Wildberries, созданная в 2019 году для обмена опытом и полезной информацией.



В среднем просмотры одного материала собирают от 200 до 1500.

В долгосрочной перспективе площадка обладает хорошим потенциалом.

Что публиковать?

Статьи

Обзоры

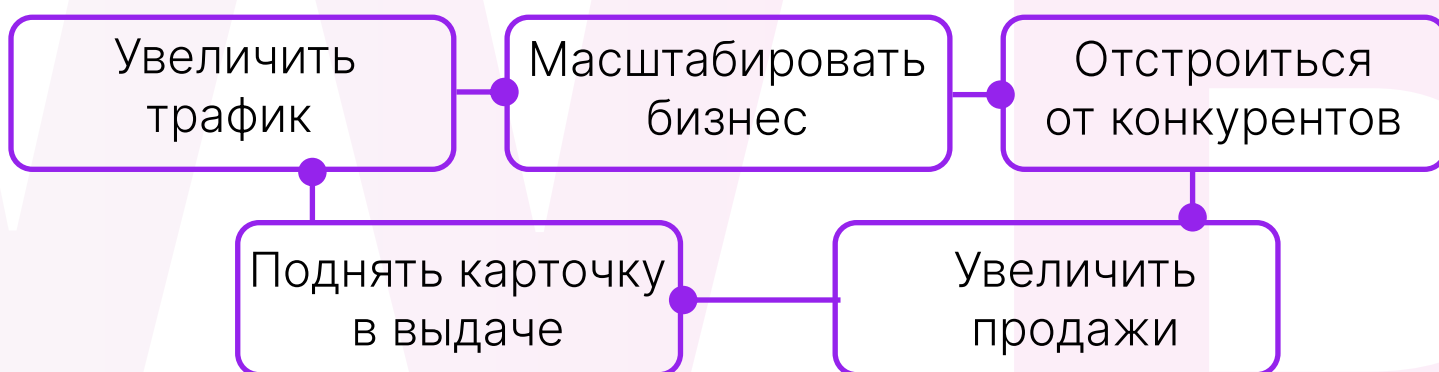
Видео

Клипы

ВНЕШНИЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

Используйте внешние каналы продвижения товара. Маркетплейс настроен на привлечение трафика.

Для чего использовать?



Что использовать?



Интеграция с блогерами



Реклама в группах ВКонтakte



Реклама в telegram-каналах



YouTube Shorts



Таргетированная реклама



Публикация видеороликов в социальных сетях

КАКИЕ ФАКТОРЫ ВЛИЯЮТ НА РАНЖИРОВАНИЕ КАРТОЧКИ?

По заявлениям представителей Wildberries на ранжирование влияют:

- Совпадение описания карточки товара с запросом
- Прибыльность товара за последние 10 недель с коэффициентом давности (чем давнее была продажа, тем меньше коэффициент)
- Текущий процент выкупа товара
- Рейтинг продавца
- Наличие на ближайших к региону поиска складах
- Количество товара в наличии

Зная эти критерии, вы сможете влиять на них с помощью вышеперечисленных инструментов