

НА ОДНОМ ЯЗЫКЕ

Результат начинается
с понимания

RORE
группа
компаний
родная
речь

**На одном языке
с покупателями**

Вариативность маркетплейсов на российском рынке

Универсальные маркетплейсы

Ozon • Wildberries • Yandex.market • Megamarket • Aliexpress • Avito • Magnit market

100+ нишевых маркетплейсов

6

агрегаторы
доставки
продуктов

- Яндекс еда
- Маркет Деливери
- Сбермаркет
- Бронибой
- Чиббис
- igoods

Lamoda

20+

маркетплейсы
автозапчастей
и автотоваров

- Exist
- Emex
- Autodoc
- Euroauto
- Автопитер

7

крупные
категорийные
игроки

- Детский мир
- М. Видео
- Эльдорадо
- Леруа Мерлен
- Лэтуаль
- Стройландия
- Спортмастер

6

фарма-
цевтические

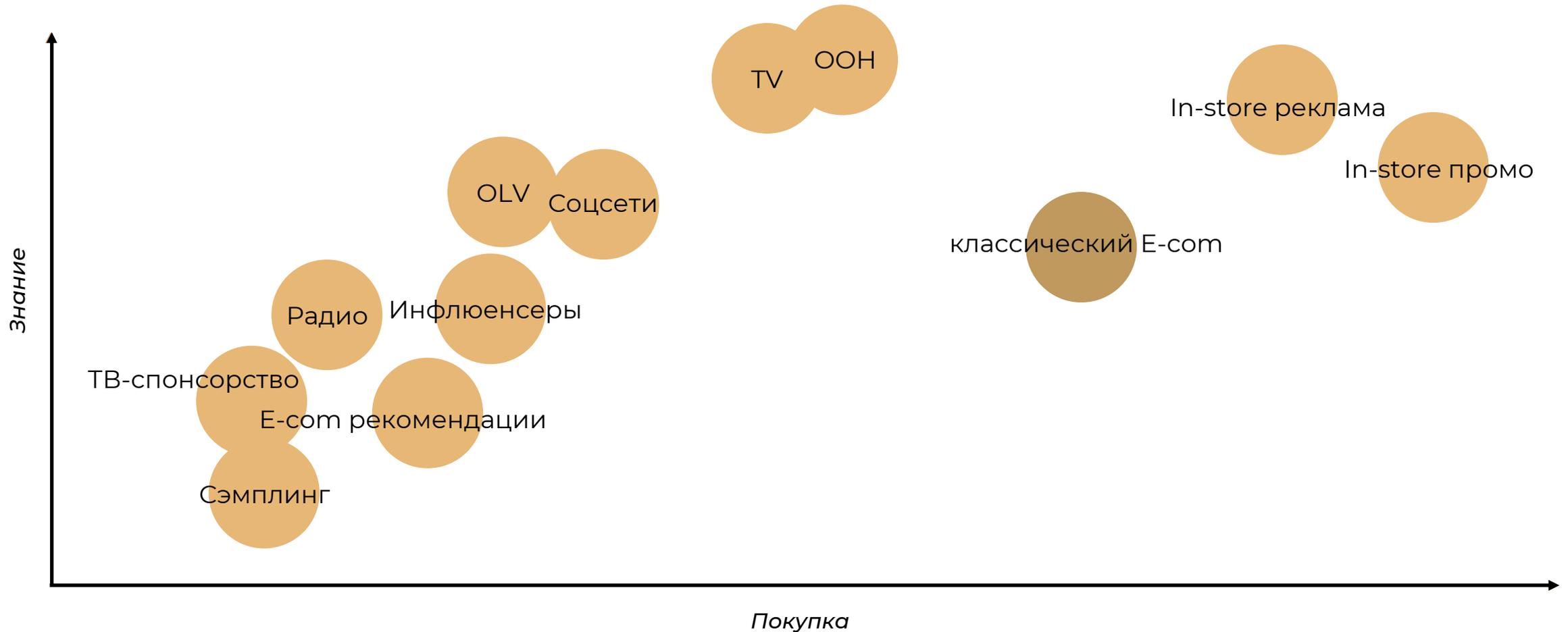
- Ютека
- Асна
- Все Аптеки
- Мегаптека.ру
- Ваптеке.ру
- Аптека 003

60+

другие
категории

- Ярмарка Мастеров
- Flowwow
- Натали
- Oozor.ru
- Рывок

Стратегия присутствия брендов на нишевых маркетплейсах



Основные пункты для сравнения Нишевые площадки vs маркетплейсы

Качество аудитории

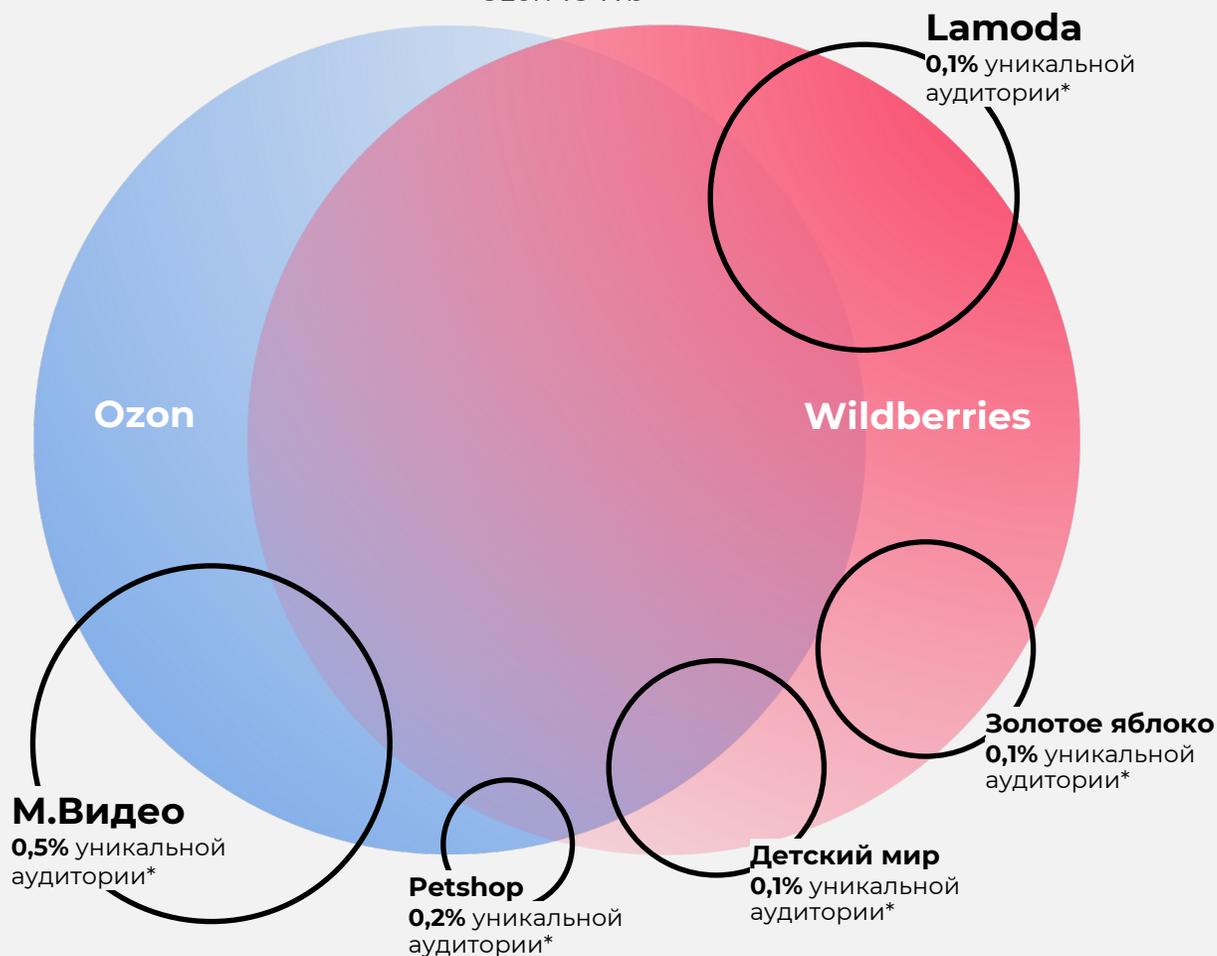


Стоимость и возможности рекламы



17%

уникальной аудитории
Ozon vs Wb



Пересечение аудитории нишевых площадок с маркетплейсами очень велико, однако у ниш есть свои особенности

Пользователи нишевых площадок:

- чаще замечают рекламу в интернете, соцсетях, ТЦ, спонсорство
- больше покупают еду и кофе на вынос и онлайн, посещают кафе/рестораны, театры/музеи, в отличие от пользователей ОЗ и ВБ
- Эти люди – карьеристы
- Платят за подписку, чтобы смотреть видео без рекламы

Источник: выгрузка из Similarweb, 01.02.2024 – 29.02.2024

* процент уникальной аудитории магазина VS аудитория Ozon+Wb

Особенности нишевых площадок

✓ Концентрация в городах 100k +

Золотое Яблоко

Lamoda

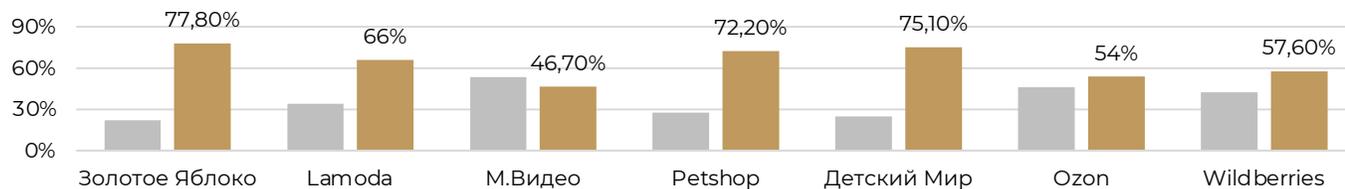
М.Видео

Petshop

Детский Мир

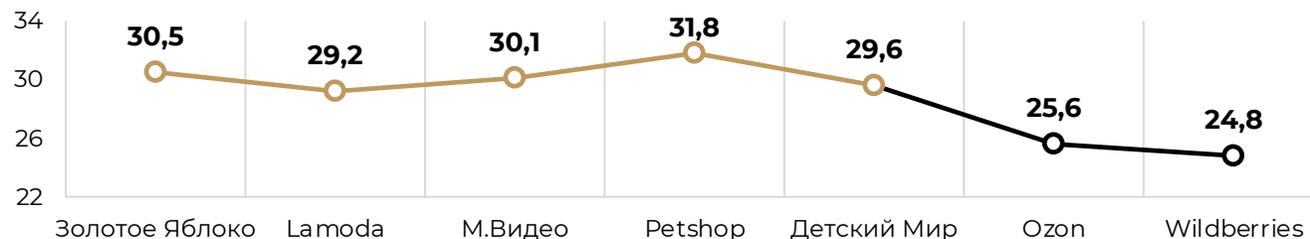
✓ Четкое гендерное разделение

Мужчины Женщины

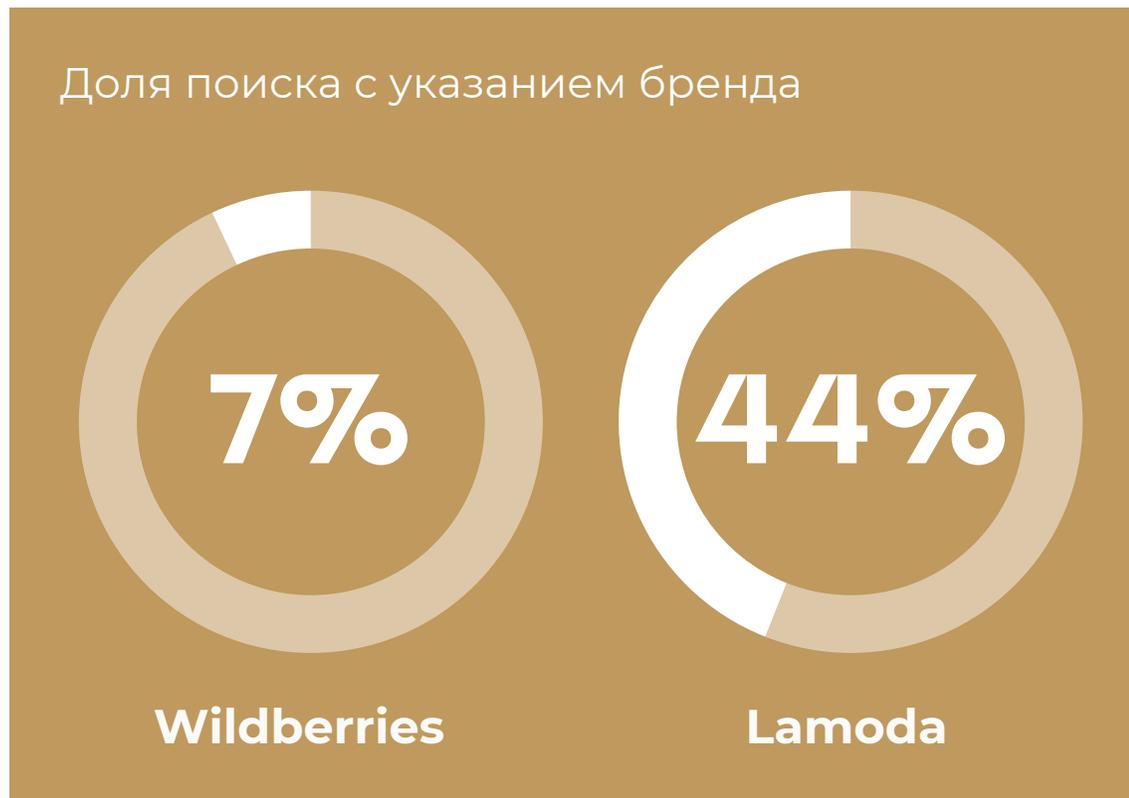


✓ Выше уровень дохода населения

Уровень дохода: Хватает на дорогие вещи, но не на все, что захотим



Особенности поиска на маркетплейсах и нишевых площадках



Как нишевые ритейлеры, так и крупные маркетплейсы обсуждаются преимущественно в позитивном контексте

Нишевые ритейлеры

82,6 тыс. WOM упоминаний

x2,5

больше позитивных упоминаний,
чем негативных

Маркетплейсы

167 тыс. WOM упоминаний

x2,0

больше позитивных упоминаний,
чем негативных

Тематики позитивных пользовательских обсуждений нишевых ритейлеров и маркетплейсов

Позитивные обсуждения нишевых маркетплейсов во многом связаны с ассортиментом магазинов и характеристиками товаров, а также с качеством обслуживания. Большую долю позитивных обсуждений маркетплейсов занимает качество обслуживания на ПВЗ, а также работа онлайн-сервисов

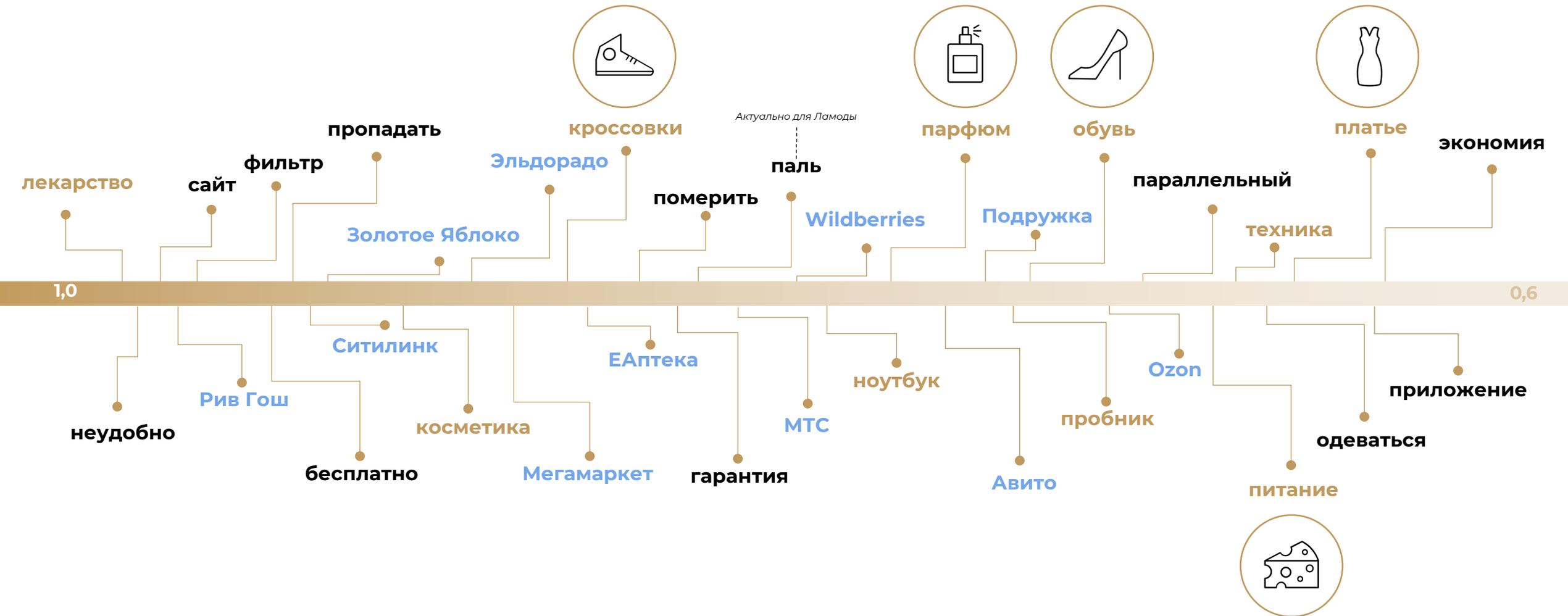
Обсуждения нишевых ритейлеров

42,4 тыс. WOM упоминаний



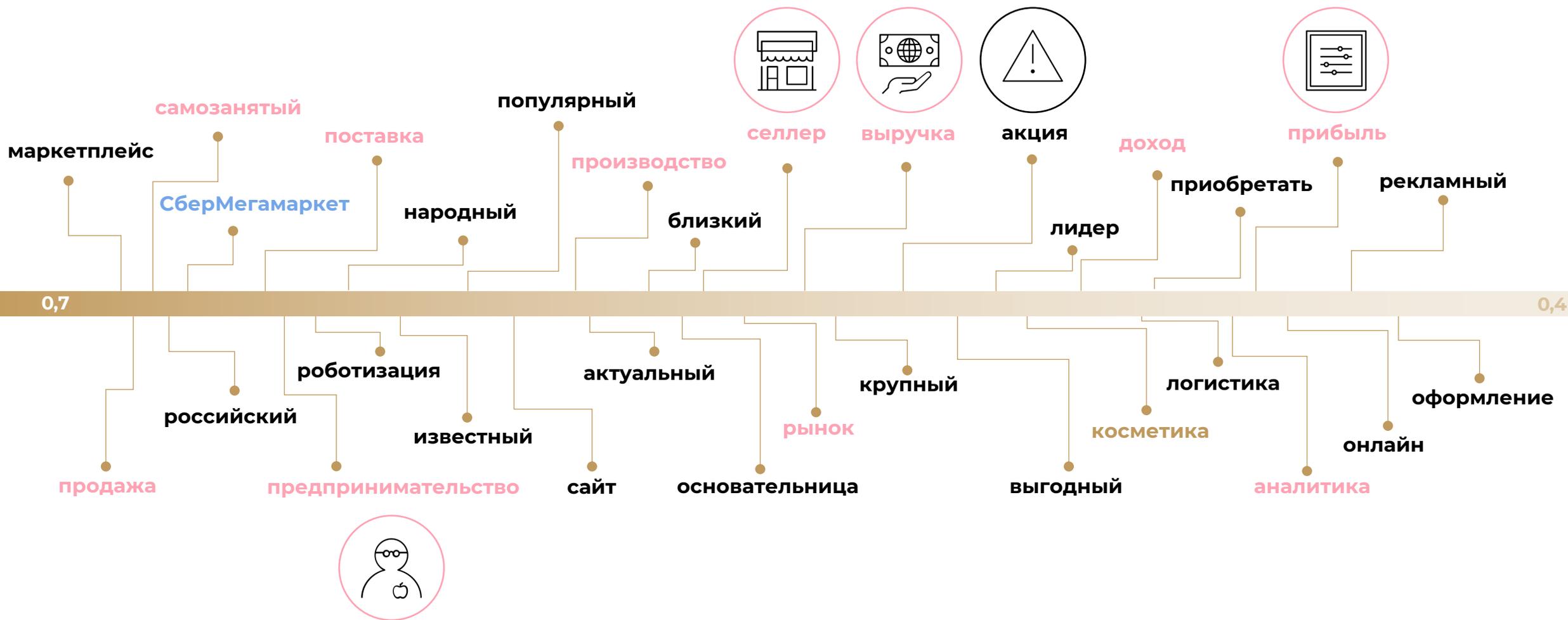
Ассоциации с нишевыми ритейлерами

на основе связей слов с «Лэтуаль», «Ютека», «М.Видео», «Детский Мир», «Ламода»



Ассоциации с маркетплейсами

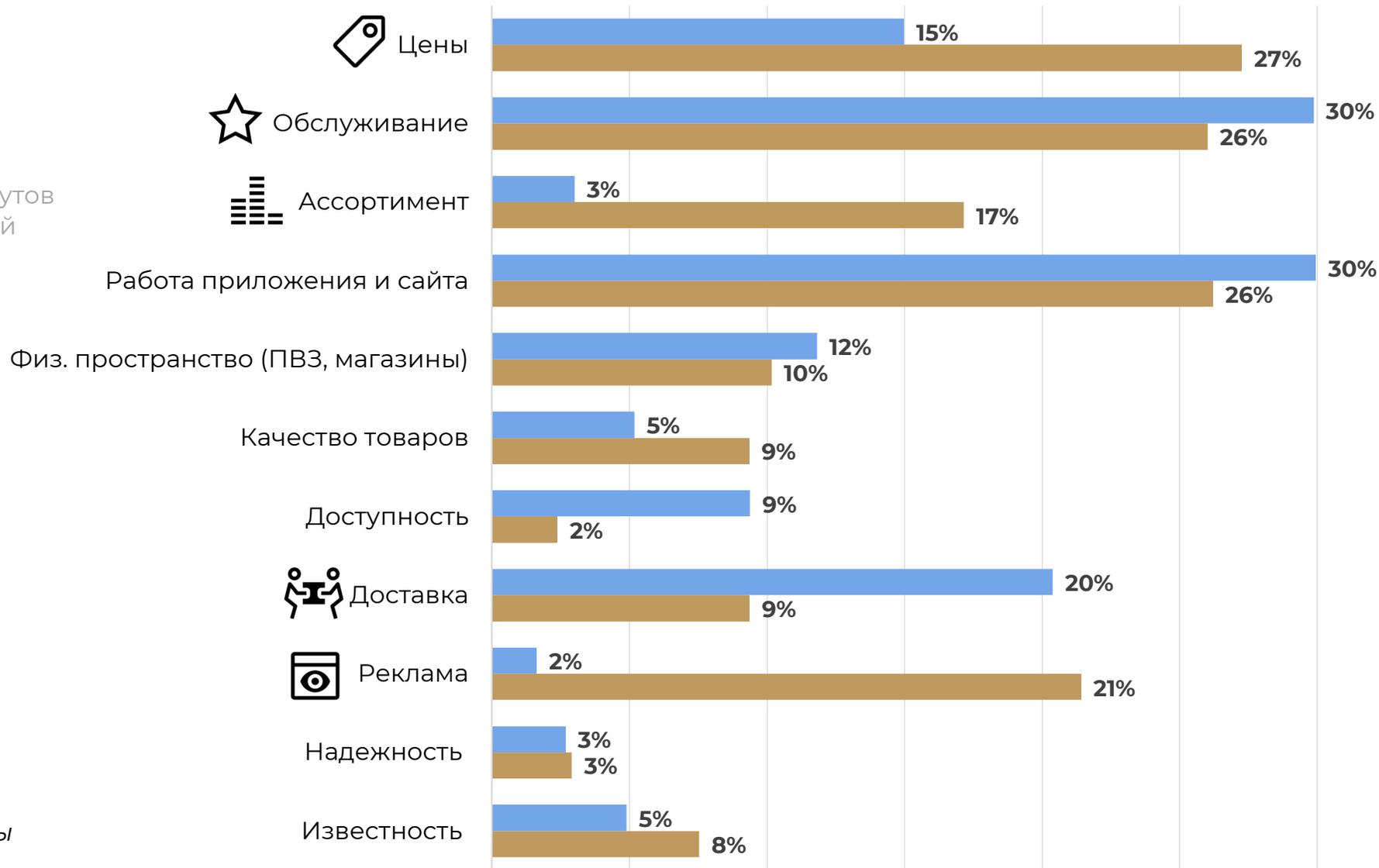
на основе связей слов с «Ozon», «Wildberries»



Ключевые атрибуты восприятия

Доля упоминаний атрибутов от всех WOM обсуждений

■ Маркетплейсы
■ Нишевые ритейлеры



В нишевых игроках инвентарь отличается больше контентной составляющей

Awareness

Рассмотрение

Покупка,
доля полки

Рост Доли в категории/ Вывод нового продукта

Шкала охвата

la moda

- Журнал, Идеи , подборки – контентная история
- Таргетированные In App баннеры
- Баннер 5-8
- Спецпроекты/ коллаборации

- Сторис
- Таргетированный In App баннер
- Push таргетированный

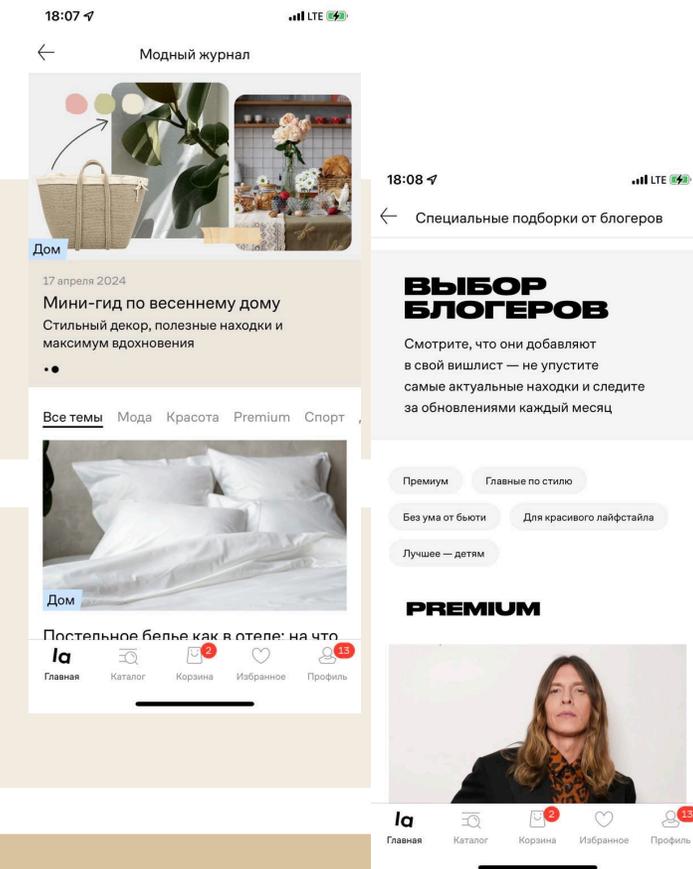
- Продвижение товаров, SKU
- Баннер в каталоге

KPIs

Brand lift
CTR (Push)

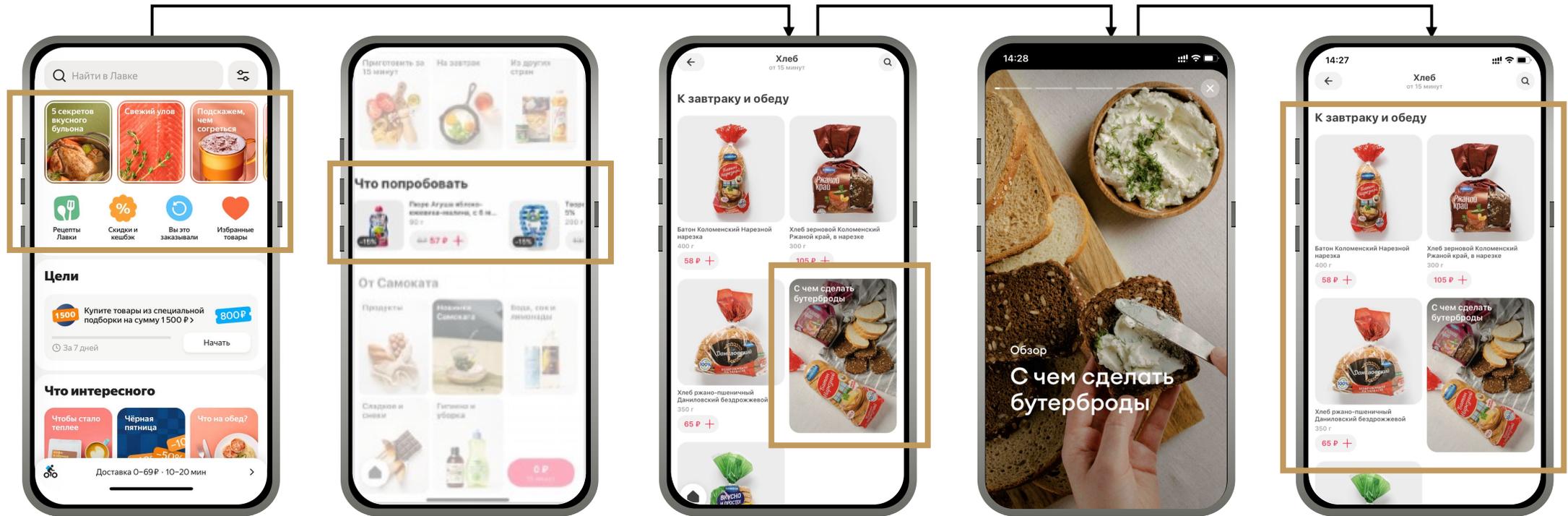
CPM, CTR

DRP <30%



+ Внешний трафик
Ретаргетинг VK ads

Экспресс-доставка – присутствие в полном CJM



Слайдер на Главной «Что попробовать?»



Сториз на Главной с переходом в каталог

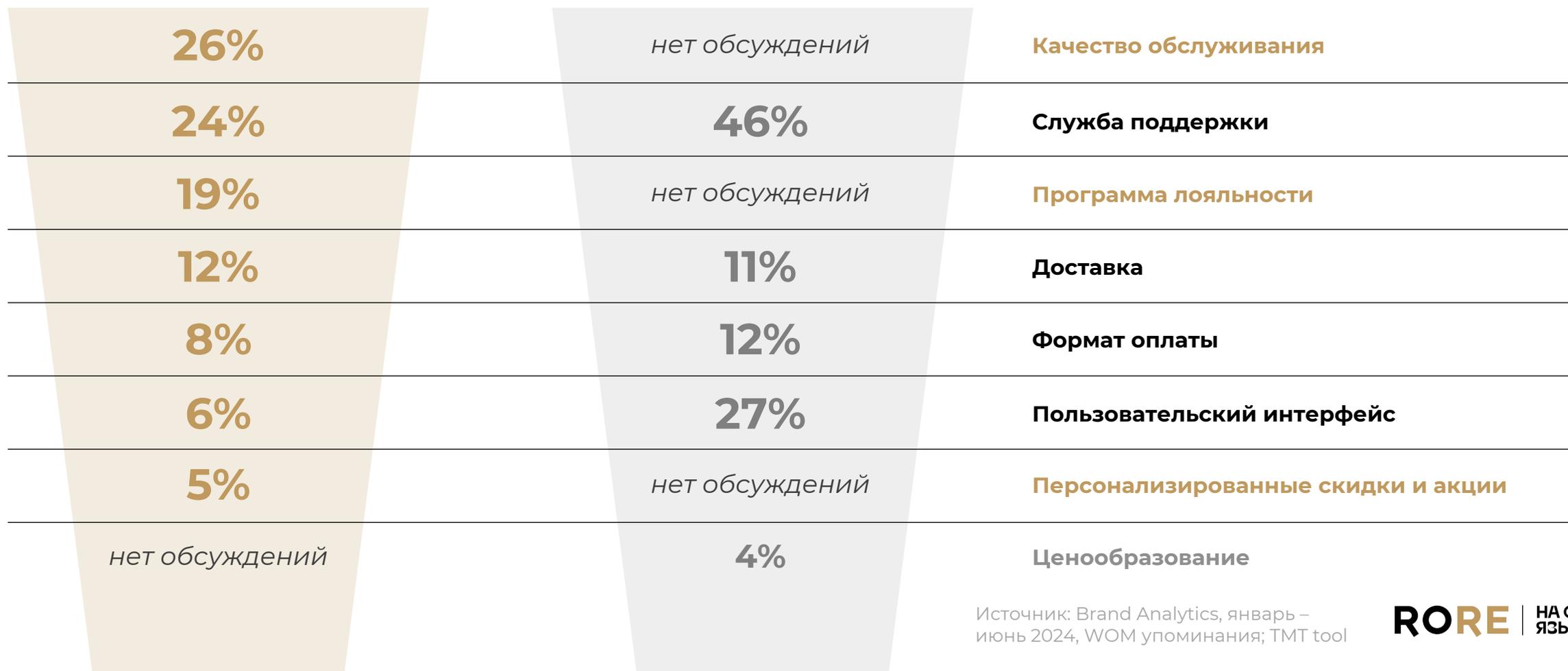
Брендрование категории со Сториз

Вывод в ТОП в рамках полки

Тематики пользовательских обсуждений, чувствительные к персонализации

Нишевые ритейлеры

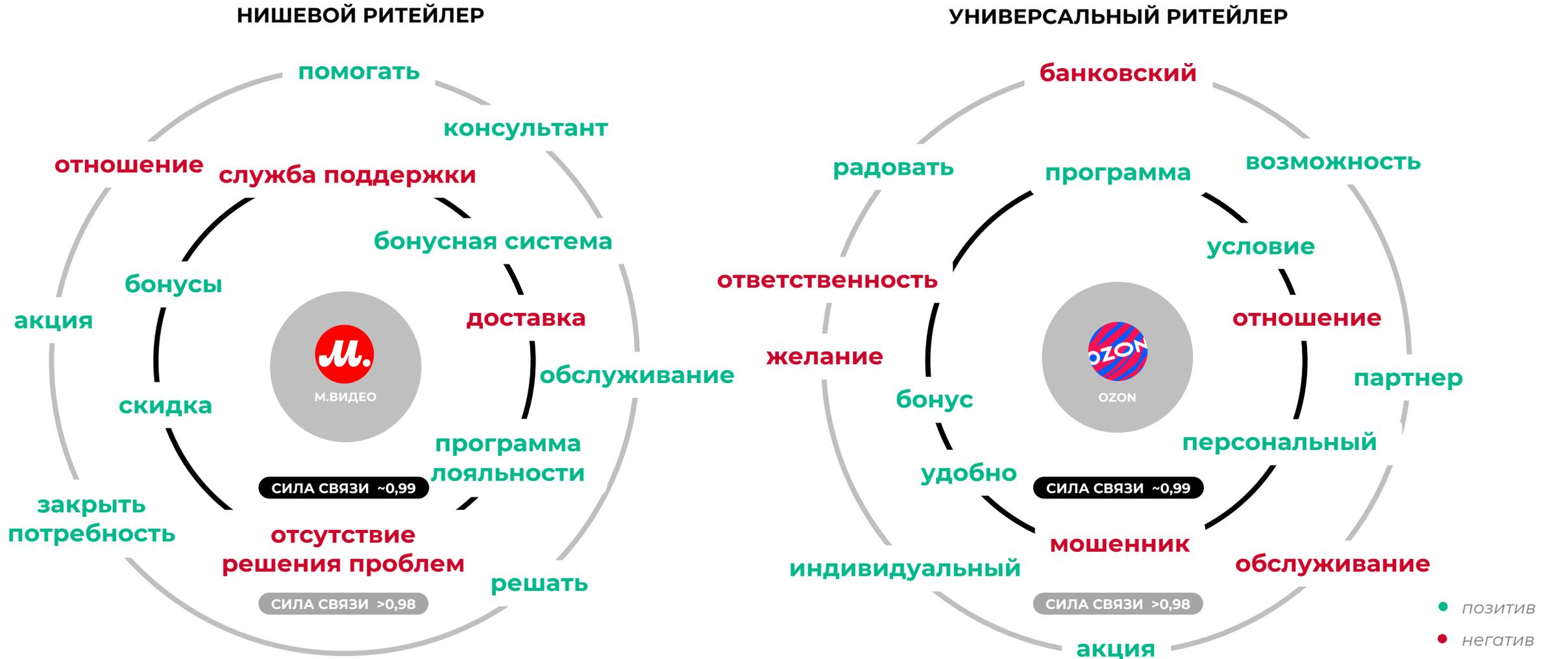
Крупные маркетплейсы



Источник: Brand Analytics, январь – июнь 2024, WOM упоминания; TMT tool

RORE | НА ОДНОМ ЯЗЫКЕ

Ассоциации со словом «персональный»





Покупала чайник, очень мучалась выбором, приходила трижды!

Очень помог профессиональной консультацией Алексей Захарычев!

Выяснил наши потребности и пожелания и посоветовал самый лучший вариант!

Приятно, когда люди работают с душой!

Давно не встречались настолько отзывчивые и компетентные продавцы в магазинах техники! Благодарю!



Отличный и уважаемый мной маркетплейс, но в последнее время стало как-то не то по внутренним ощущениям.

И одно недовольство все же сформулирую:

Дико раздражает бестолковый робот в службе поддержки

(пользовался поддержкой за все время 1 раз, так как был бракованный блок питания на электросамокате). Эти бот скрипты ничем не помогли....



Поскольку я уже мама 2х деток, это один из моих любимых и незаменимых магазинов.

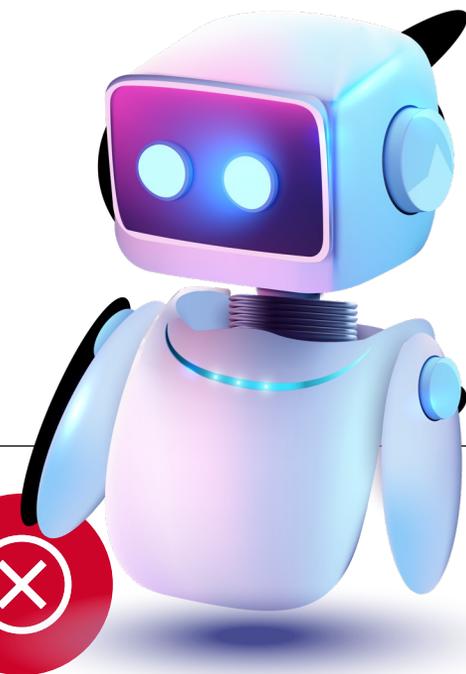
Одеваемся практически только там. Часто скидки межсезонные. **Плюс дают бонусы за покупки, 500 руб. ко дню рождения каждому ребенку, часто приходят персональные промокоды.**



В общем за небольшой срок 4 месяца, я продала половину товара и все равно осталась в минусе! За что минусы никто не отвечает, отчет не работает, тех поддержка тоже.

Техподдержка никогда не работает! А даже если вам пришел ответ от нее, то это бот отвечающий не по теме!

Я настолько разочарована в данной площадке, что даже писала письмо Татьяне с криком о помощи



Reference Marketing Automation Architecture for Genius Marketeer

