

# 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

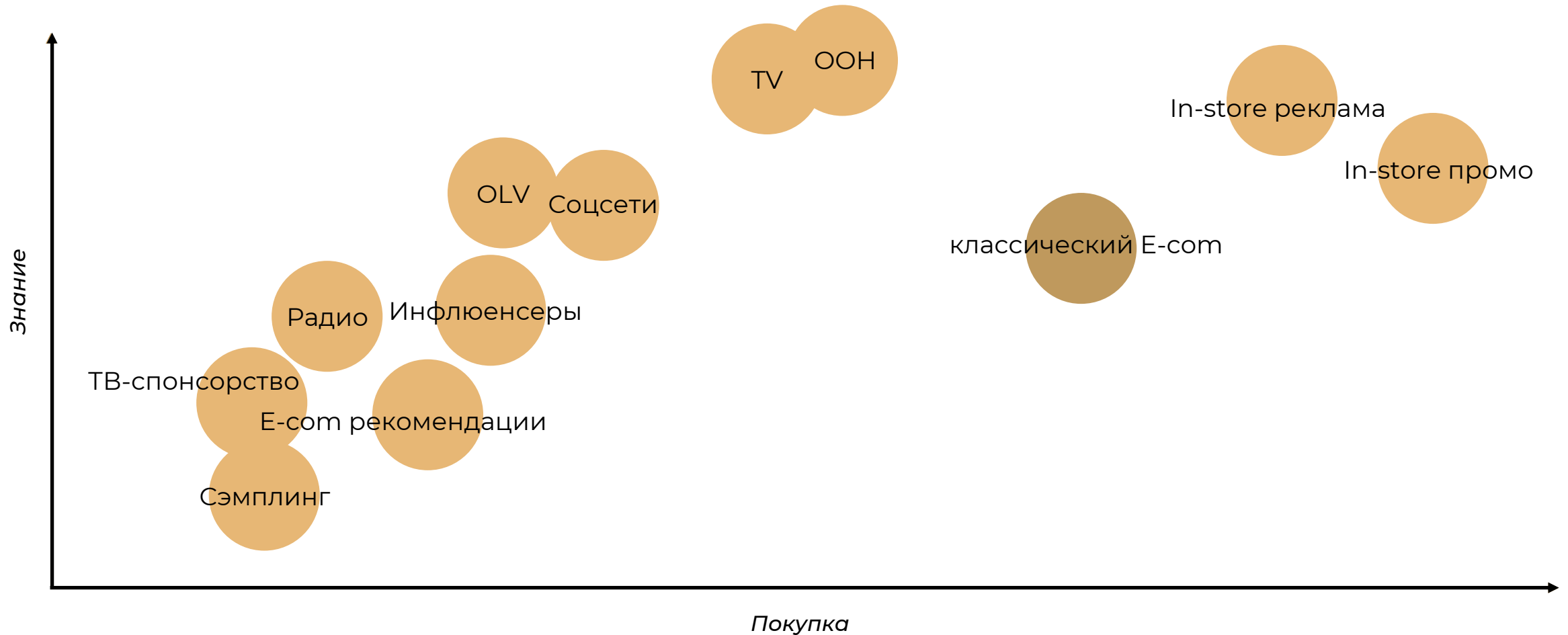
- Ютека
- Асна
- Все Аптеки
- Мегаптека.ру
- Ваптеке.ру
- Аптека 003

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

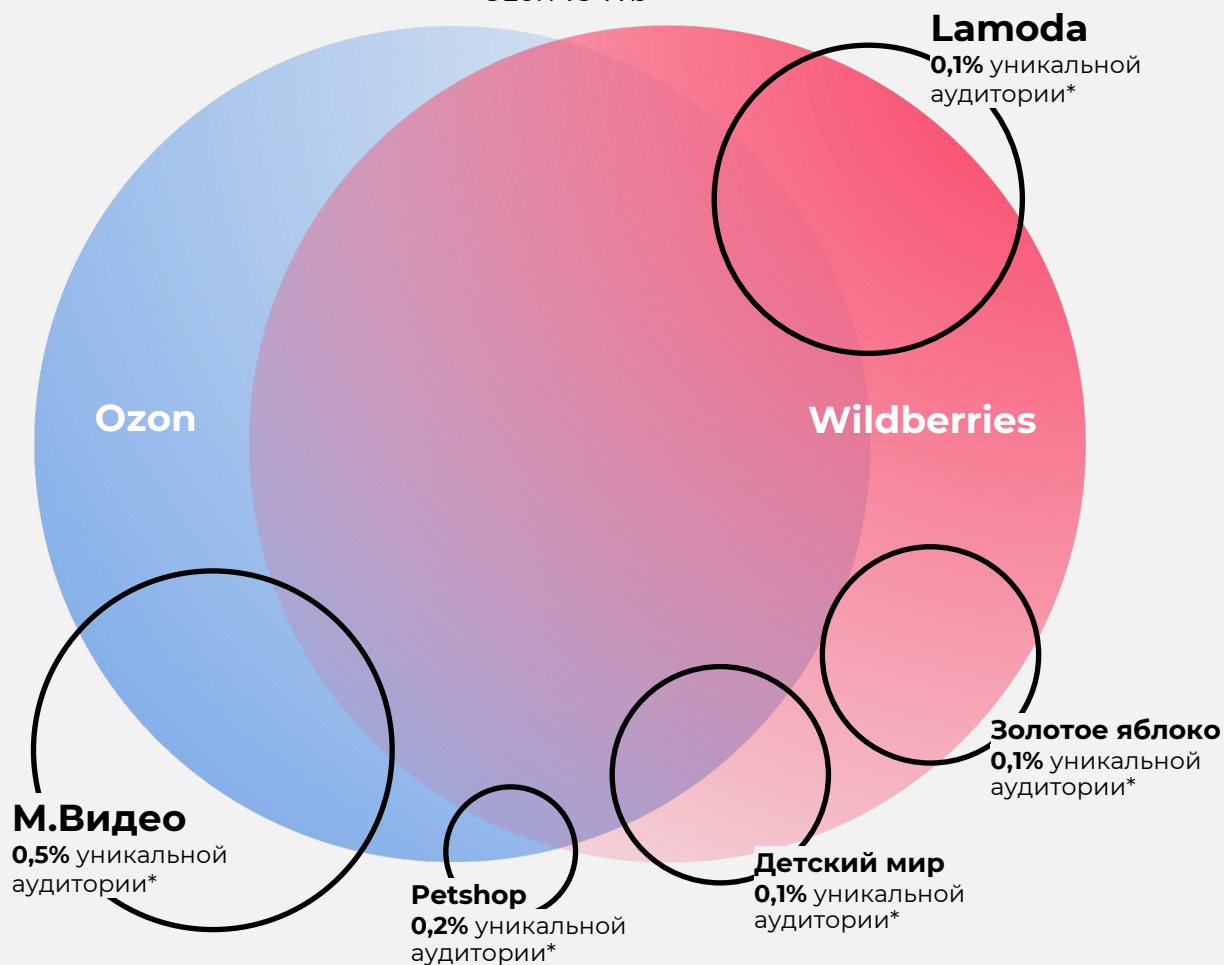


Стоимость и возможности рекламы



# 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

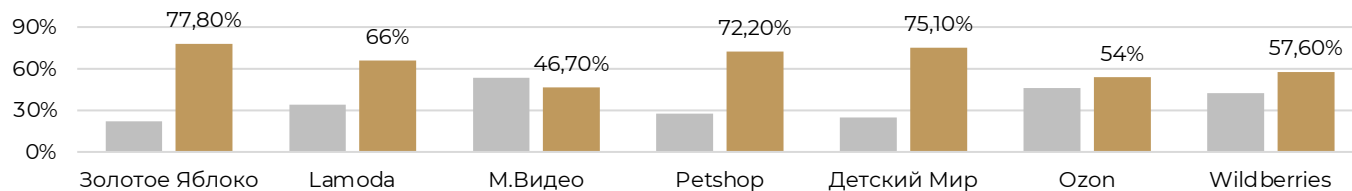
М.Видео

Petshop

Детский Мир

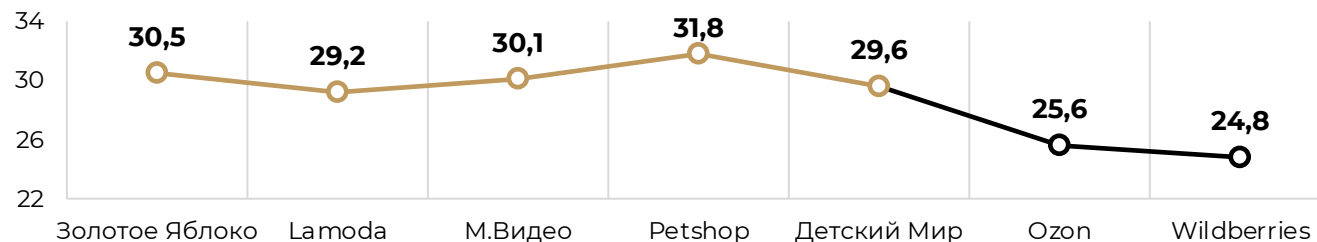
## ✓ Четкое гендерное разделение

Мужчины Женщины



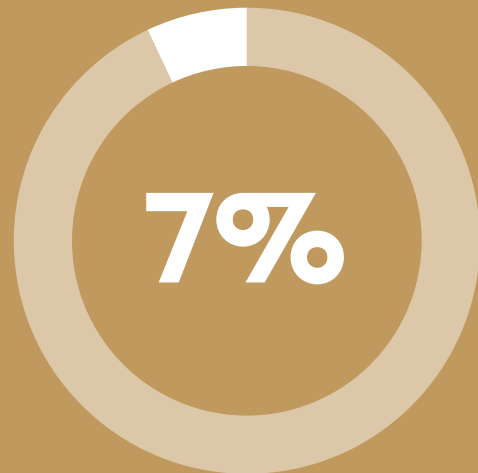
## ✓ Выше уровень дохода населения

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

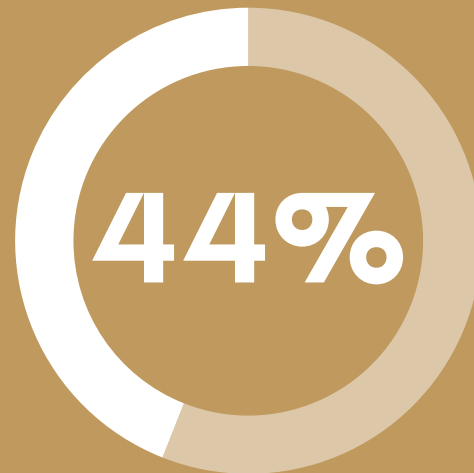


# Особенности поиска на маркетплейсах и нишевых площадках

Доля поиска с указанием бренда



Wildberries



Lamoda



# 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

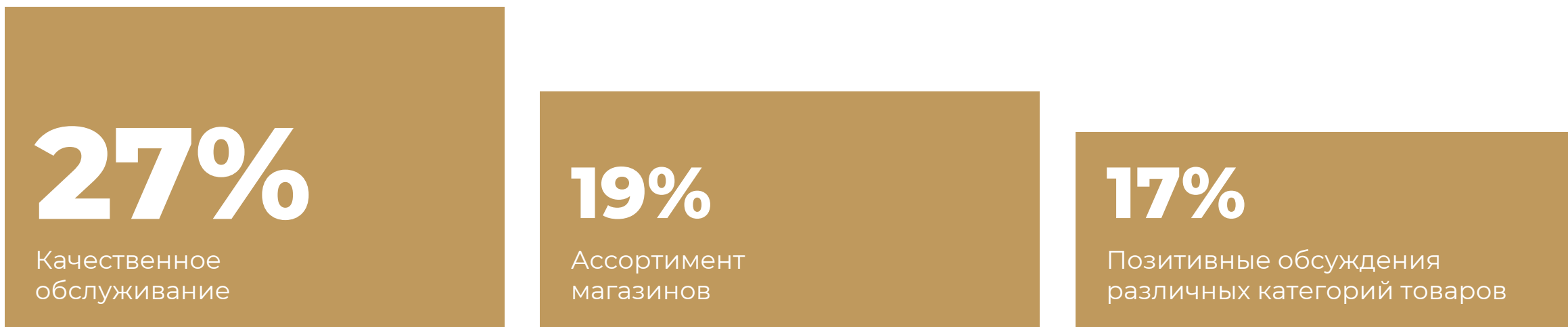


# Тематики позитивных пользовательских обсуждений нишевых ритейлеров и маркетплейсов

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



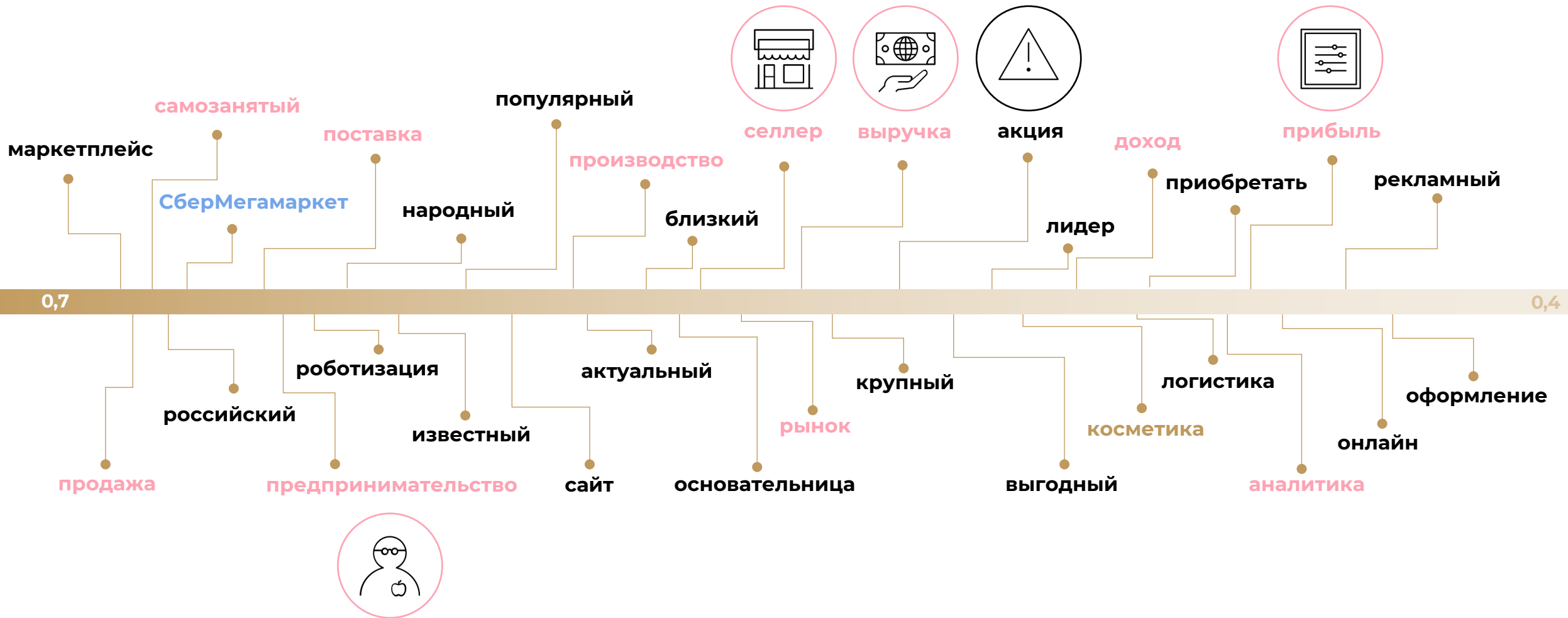
# Ассоциации с нишевыми ритейлерами

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





# Ассоциации с маркетплейсами

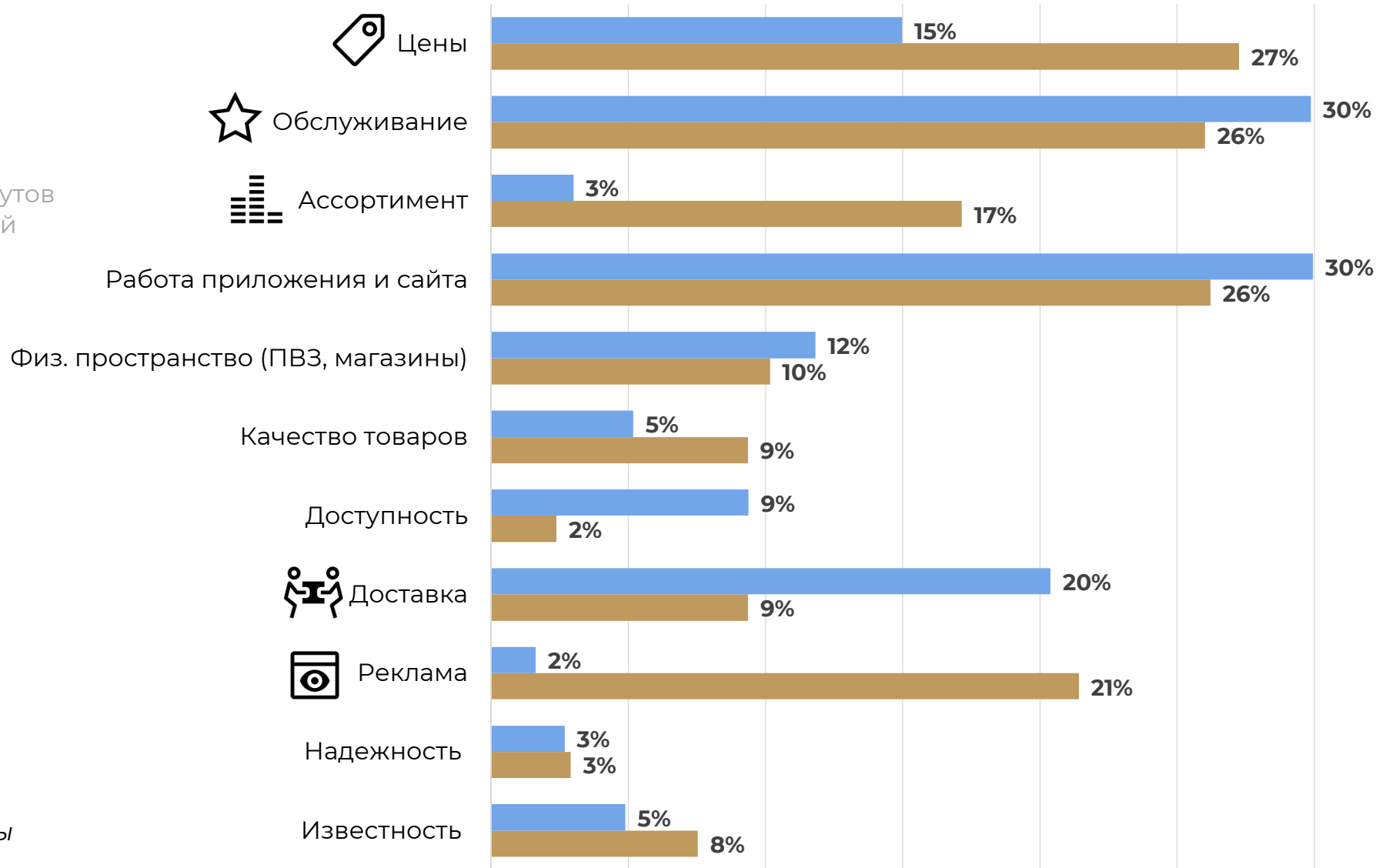
на основе связей слов с «Ozon», «Wildberries»



# 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

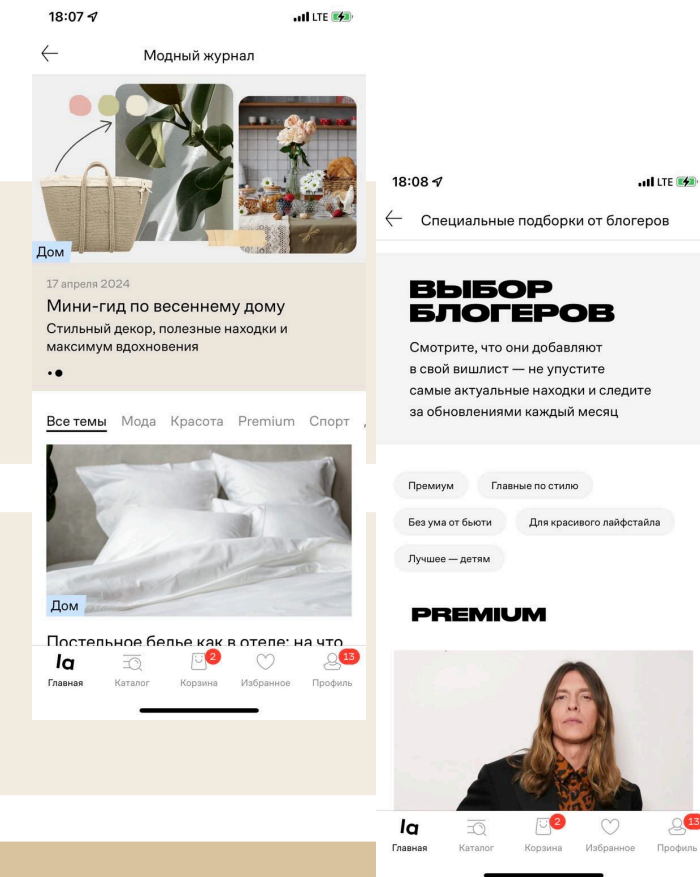
- Продвижение товаров, SKU
- Баннер в каталоге

KPIs

Brand lift  
CTR (Push)

CPM, CTR

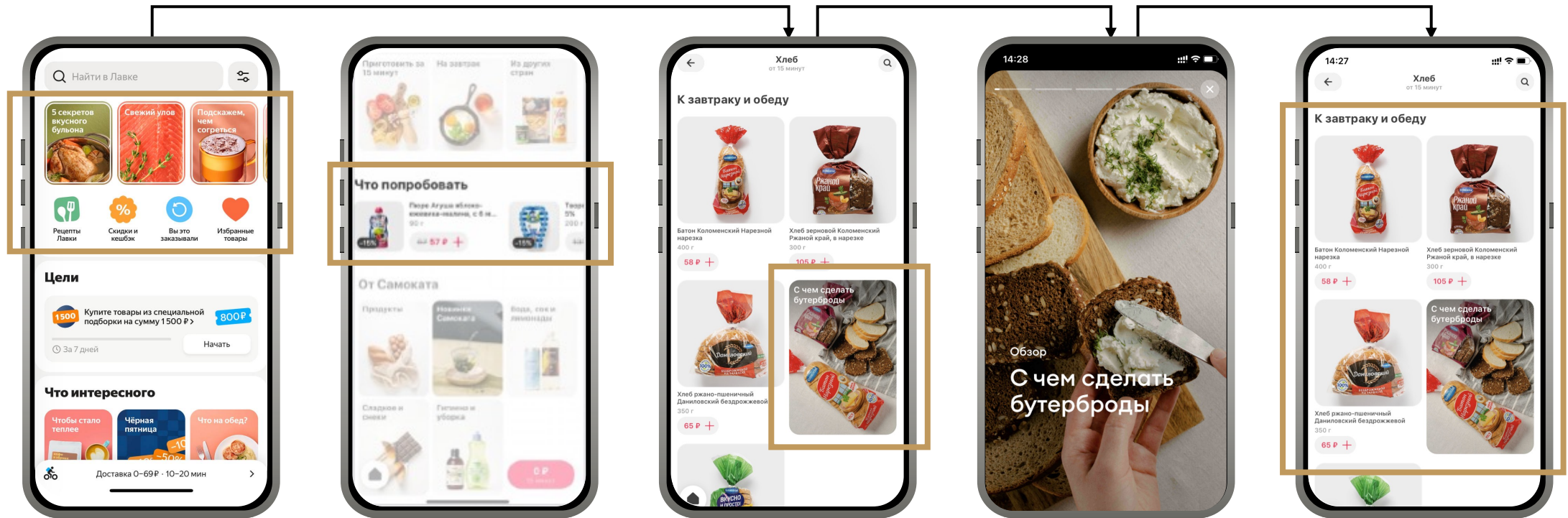
DRP <30%



+ Внешний трафик  
Ретаргетинг VK ads



# Экспресс-доставка – присутствие в полном CJM



Слайдер на Главной «Что попробовать?»



Сториз на Главной с переходом в каталог

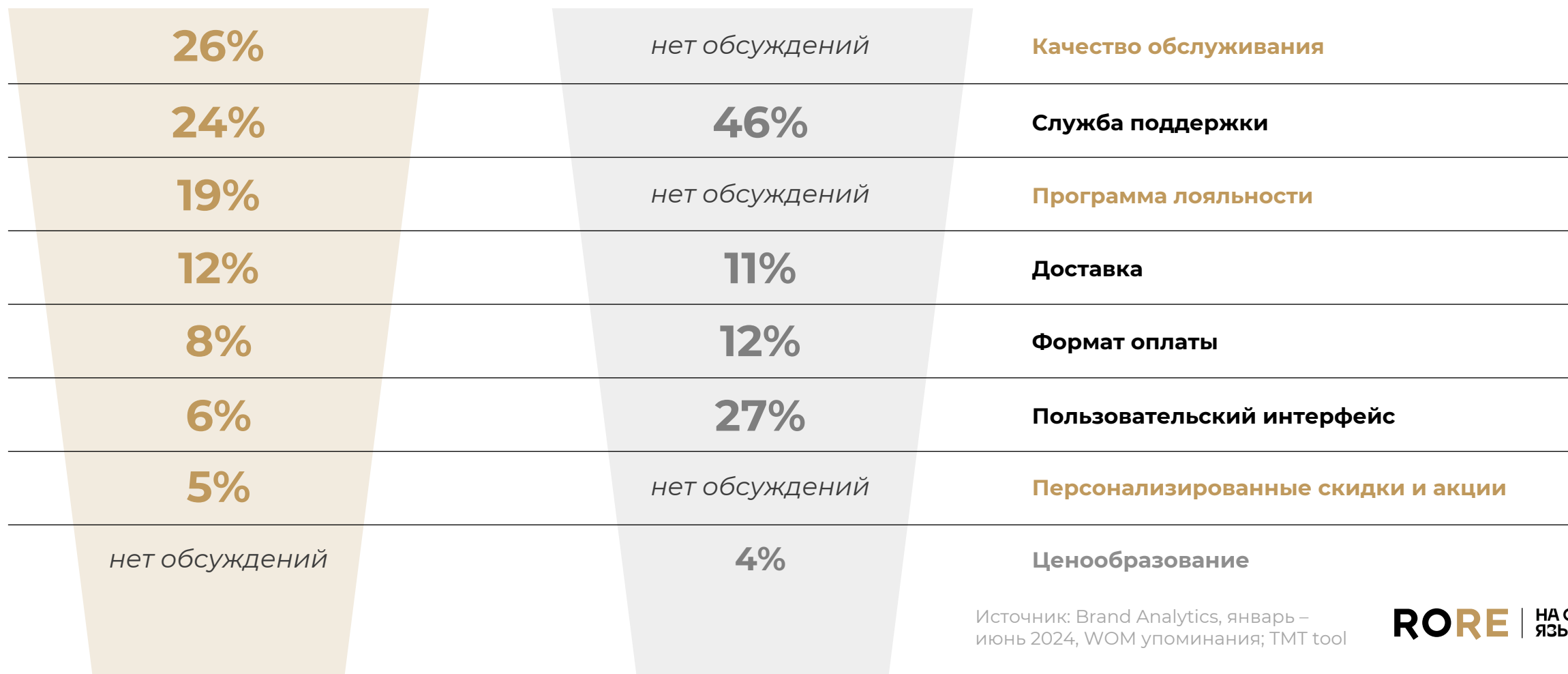
Брендрование категории со сториз

Вывод в ТОП в рамках полки

# Тематики пользовательских обсуждений, чувствительные к персонализации

Нишевые ритейлеры

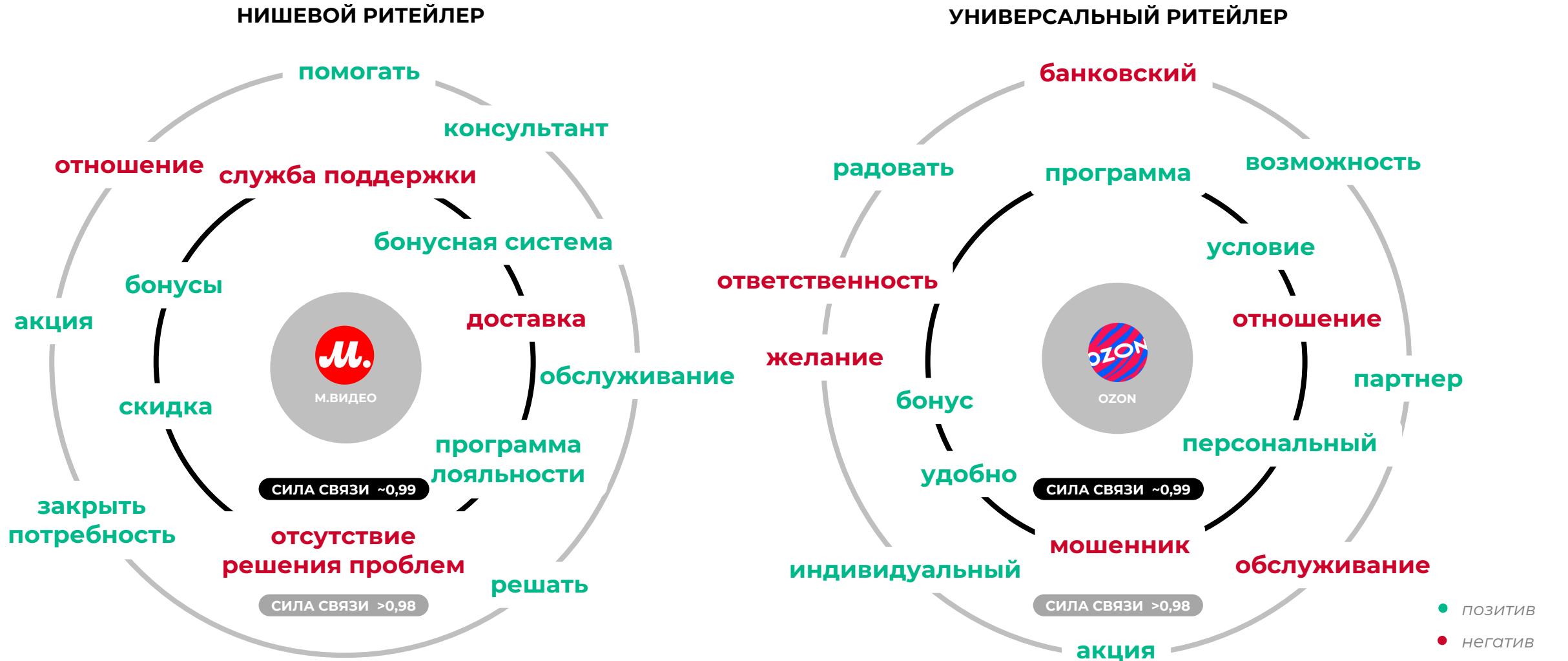
Крупные маркетплейсы



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.

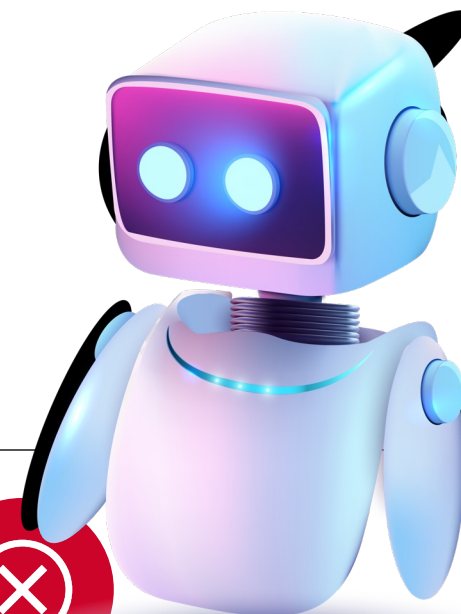
Одеваемся практически только там. Часто скидки межсезонные. **Плюс дают бонусы за покупки, 500 руб. ко дню рождения каждому ребенку, часто приходят персональные промокоды.**



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

