

Исследование

# Зоотовары

by MediaGuru



*MediaGuru*

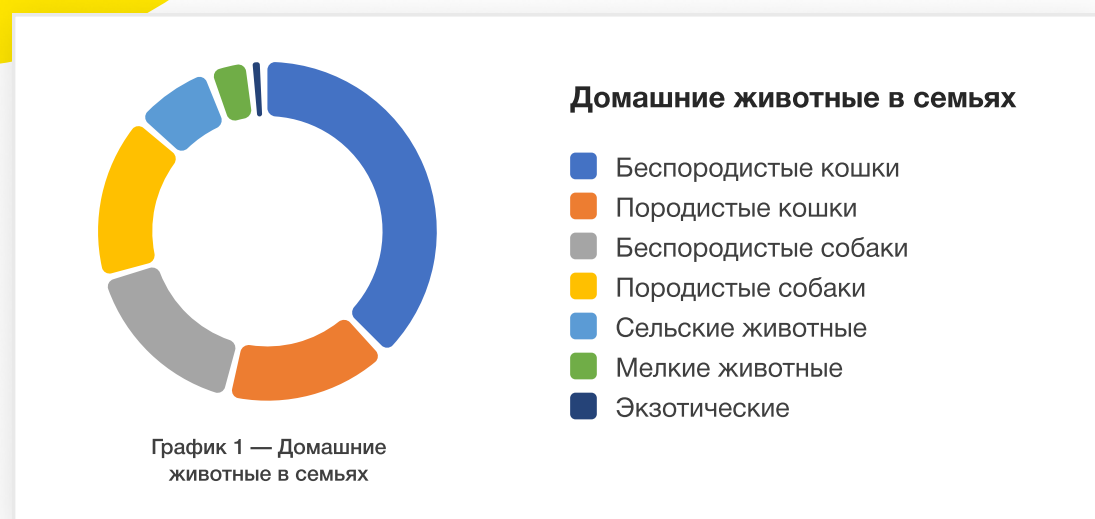
# Содержание

- 1. Тенденции 3
- 2. Отраслевое исследование 6
- 3. Аудитория 8
- 4. Источники трафика 10
- 5. Анализ по критериям 13
- 6. Каналы трафика 18
  - 6.1. SEO 18
  - 6.2. Социальные сети/SMM 21
  - 6.3. Контекстная реклама 25
  - 6.4. Email-рассылки 26
    - 6.4.1. Форма подписки 26
    - 6.4.2. Письма 28
    - 6.4.3. Ссылка на отписку 29
    - 6.4.4. Триггерные письма 29
  - 6.5. Маркет 30
- 7. Воронка продаж 32
- 8. Инструменты аналитики 36
- 9. Выводы, рекомендации, лайфхаки 37

## 01

## Тенденции

Домашние животные есть у 68% россиян. При опросе чаще положительный ответ об их наличии давали респонденты в возрасте 18-24 лет (76%), 35-44 лет (72%) и 45-59 лет (74%), а также сельские жители (82%). Ниже показано, каких именно питомцев заводят россияне.<sup>1</sup>



В период пандемии коронавируса сильно вырос спрос на заказ кормов, наполнителей и различных игрушек для питомцев через интернет. Да, товары для животных признали социально значимыми и зоомагазины были открыты, но многие покупатели сделали выбор в пользу более безопасного способа приобретения.

Колоссальный рост спроса на доставку корма наблюдался с марта по май (график 2). Пользователи были вынуждены искать в поисковых системах магазины, которые привезут корм для питомцев во время введения режима самоизоляции.

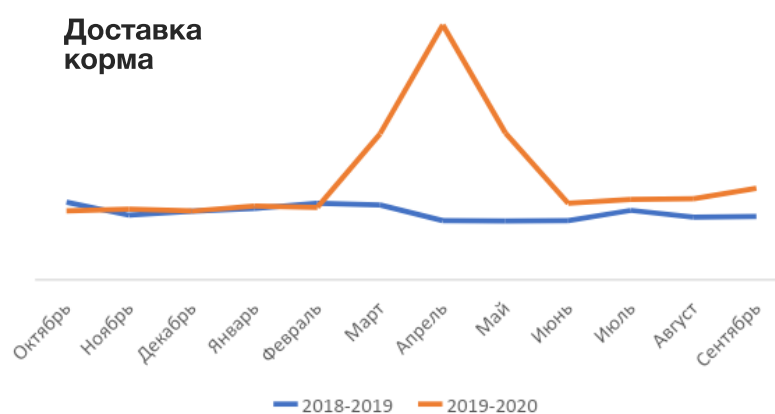


График 2 — График спроса по запросу “Доставка корма”

<sup>1</sup> По данным ВЦИОМ, ноябрь 2019 г.

Такая же ситуация по запросу “Доставка зоотоваров”.

### Доставка зоотоваров

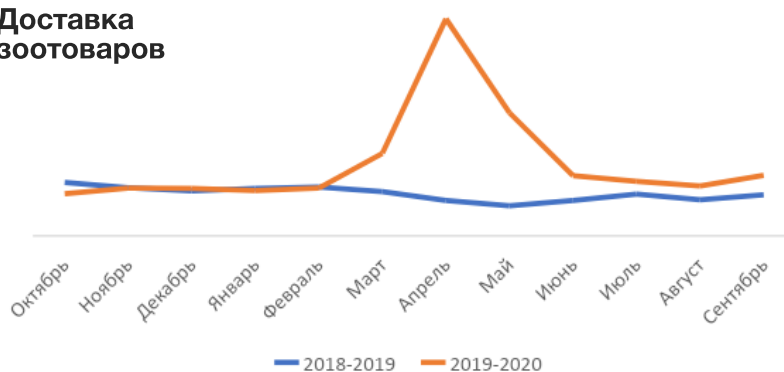


График 3 — График спроса по запросу “Доставка зоотоваров”

Несмотря на переход покупателей в онлайн, обороты интернет-зоомагазинов падают. Месячный оборот в апреле 2020 года снизился на 74,75% относительно марта этого же года:



Рисунок 1 — График месячного оборота зоотоваров<sup>2</sup>

Число заказов снизилось на 26,56% относительно предыдущего месяца:



Рисунок 2 — График числа заказов<sup>3</sup>

<sup>2</sup> По данным AdvantShop

<sup>3</sup> По данным AdvantShop

Средний чек снизился на 46,01% по отношению к марту 2020:



Рисунок 3 — График среднего чека<sup>4</sup>

Вероятно, покупатели чаще делали выбор в пользу маркетплейсов. Они позволяют заказать товары разных категорий сразу, включая все необходимое для животных. Но интернет-магазины остаются на плаву и борются за свою аудиторию, вводя разные полезные сервисы для удобства покупателей: улучшают систему лояльности, настраивают email-рассылки и подключают партнерские сети.

Мы решили посмотреть, какие стратегии выбирают крупные игроки рынка, как используют инструменты, на что делают упор и как простому интернет-магазину работать не только со своей постоянной аудиторией, но и привлекать новых пользователей.

Нам было интересно взять игроков разных уровней. В список вошли:

1. PESHOP.RU
2. BETHOWEN.RU
3. 4LAPY.RU
4. MAGIZOO.RU
5. ZOOPASSAGE.RU

<sup>4</sup> По данным AdvantShop

## 02

## Отраслевое исследование <sup>5</sup>

До 2020 года расходы на рекламу колебались. Продавцы то повышали, то снижали бюджеты. Количество рекламодателей систематически росло, а цена клика снижалась за счет оптимизации рекламных кампаний. С начала 2020 года расходы начали стабильно расти. Во время апрельского локдауна многие рекламодатели снизили свои расходы, ожидая, что все достаточно быстро закончится и снова можно будет спокойно продавать. Когда стало понятно, что пандемия и ограничительные меры — это надолго, основная часть рекламодателей вернулась и даже подняла бюджет. Онлайн стал ключевым местом, где оставался шанс продать, как в обычное время и даже больше. Только к июлю расходы стали снижаться.

### Динамика категории

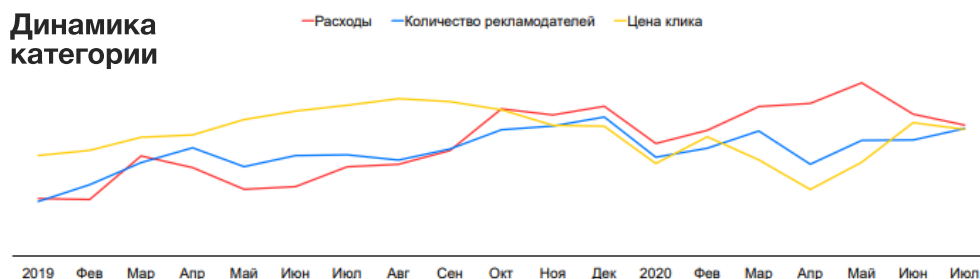


Рисунок 4 — Динамика аудитории

С наступлением 2020 года и приближением локдауна замечен рост доли мобильного трафика. Несмотря на постоянное присутствие дома и возле компьютера, люди проводили больше времени в телефоне и заодно заказывали товары для питомцев.

### Динамика доли кликов и расходов по устройствам

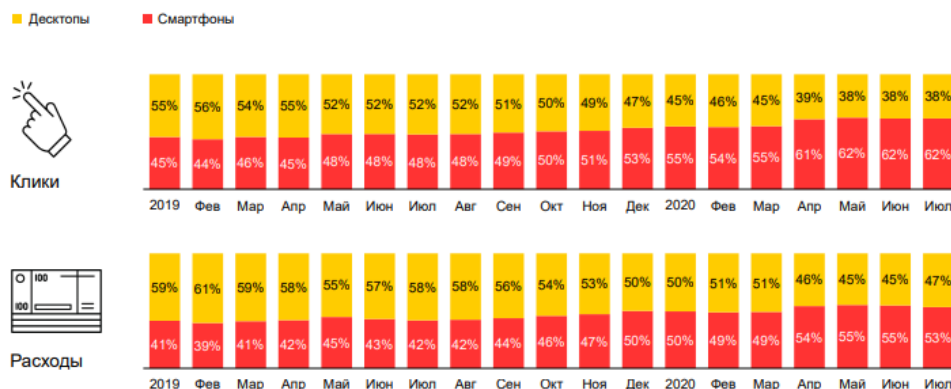


Рисунок 5 — Динамика доли кликов и расходов по устройствам

<sup>5</sup> По данным отраслевого отчета Яндекса

Цена за клик на всех устройствах была стабильна. Единственная просадка произошла в апреле, когда некоторые рекламодатели ушли из аукционов, но после их возвращения все встало на свои места.

### Динамика CPC в категории по устройствам

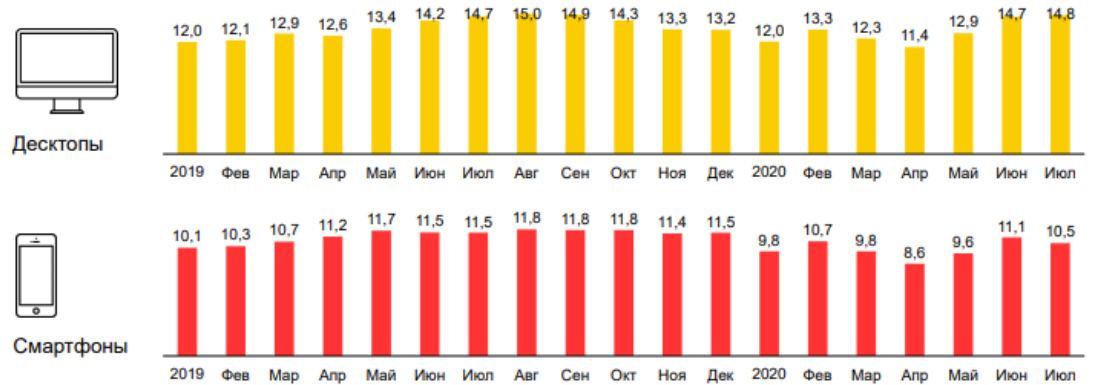


Рисунок 6 — Динамика CPC в категории по устройствам

По площадкам за последние 2 года картина сильно не изменилась. Только в апреле количество кликов с Рекламной Сети Яндекса выросло на 10%. С мая начало снижаться и к июлю вернулось к обычным показателям.

### Динамика доли кликов и расходов по площадкам

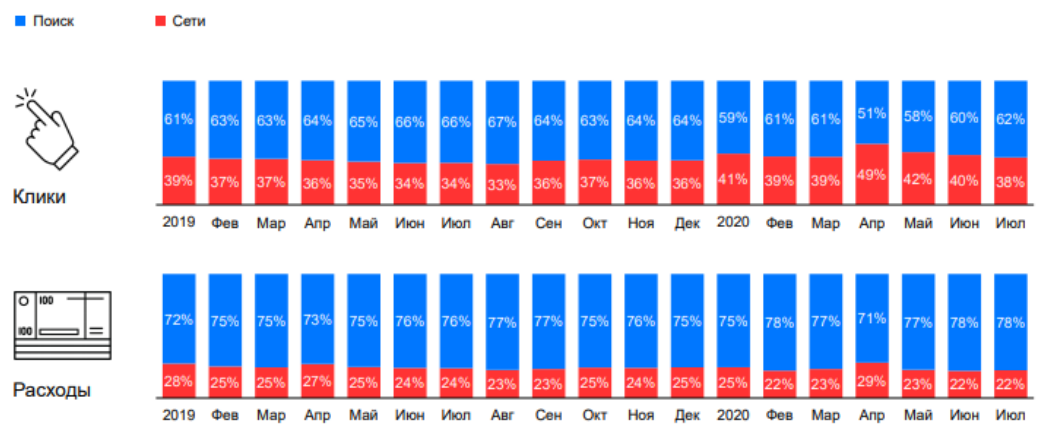


Рисунок 7 — Динамика доли кликов и расходов по площадкам

## 03

## Аудитория

Аудитория магазина зоотоваров ярко выражена — это женщины (почти 70%), преимущественно возраста 25-34 лет. Данный возраст сейчас лидирует по отклику в Интернете, эта группа пользователей охотнее и чаще совершает различные покупки, действия и пр.

Вернемся к зоотоварам. У всех игроков процентное соотношение между покупателями-мужчинами и покупателями-женщинами почти одинаковое, просадка в паре пунктов.

## Распределение аудитории по полу

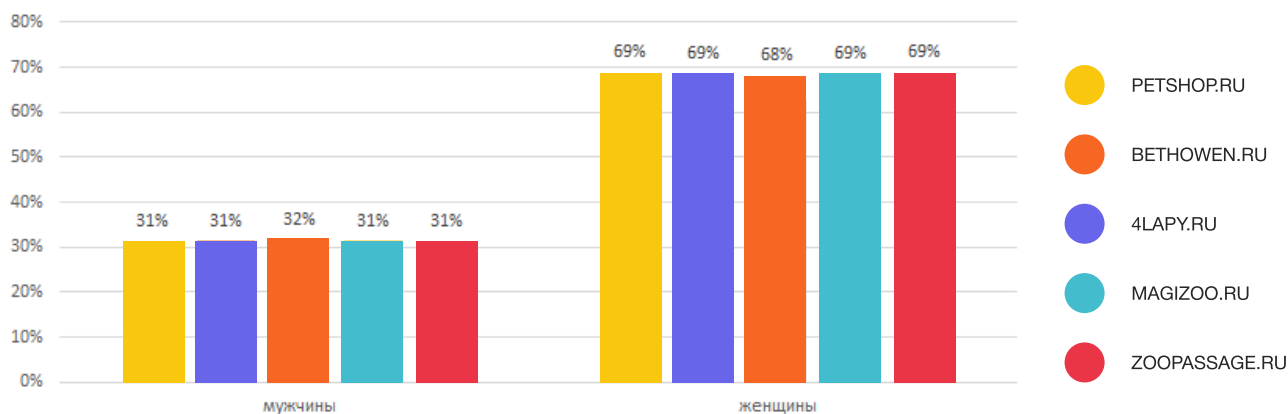


График 4 — Распределение аудитории по полу

По возрасту данные также близки друг к другу. Но у magizoo.ru меньше пользователей возраста 25-34 лет, зато больше в возрасте 45-54 лет. А у petshop.ru наоборот — немного больше, чем у zoopassage.ru аудитории 25-34 лет и меньше 35-44 и 45-54 лет. Чуть позже рассмотрим юзабилити сайтов, но забегая вперед, можем выдвинуть гипотезу, что petshop.ru активно движется к минимализму. Более старшим пользователям сложнее к этому адаптироваться, поэтому аудитория потихоньку уходит к другим игрокам.

## Распределение по возрасту

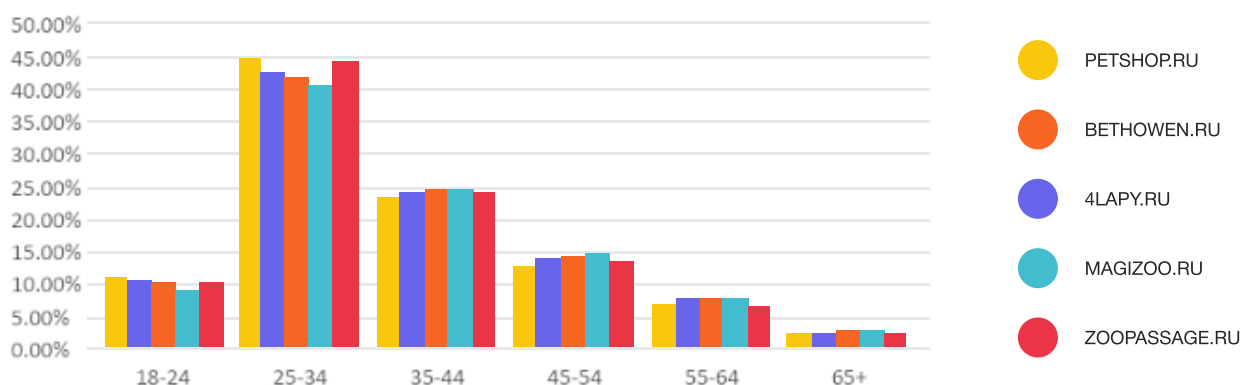


График 5 — Распределение аудитории по возрасту

Рассмотрим, как пересекаются аудитории интернет-магазинов. Активнее посетители сайтов представленных игроков любят заходить на petshop.ru в тот же день, что в один из других перечисленных интернет-магазинов. Также аудитория сайта bethowen.ru любит заходить на сайт 4lapy.ru.

		Also visited				
		petshop.ru	bethowen.ru	4lapy.ru	magizoo.ru	zoopassage.ru
Visitors to	petshop.ru		5.33%	6.69%	3.33%	0.10%
	bethowen.ru	16.67%		17.51%	6.63%	1.73%
	4lapy.ru	14.14%	11.99%		6.23%	1.03%
	magizoo.ru	18.12%	11.67%	15.95%		3.14%
	zoopassage.ru	22.54%	10.58%	11.57%	9.62%	

Рисунок 8 — Пересечение аудитории посетивших в тот же день

## 04

## Источники трафика

Ситуация с коронакризисом послужила определенным трамплином для трафика почти для всех представленных игроков. В первом и начале второго квартала 2020 года наблюдается рост трафика. С февраля по май наибольший прирост получил сайт bethowen.ru (около 62%). Лидерами по объему трафика являются petshop.ru и 4lapy.ru. Zoopassage.ru сохраняет за собой наименьшую долю трафика. Он остается стабильным на протяжении всего рассматриваемого периода, немного отыграв по сравнению с 2019 годом.

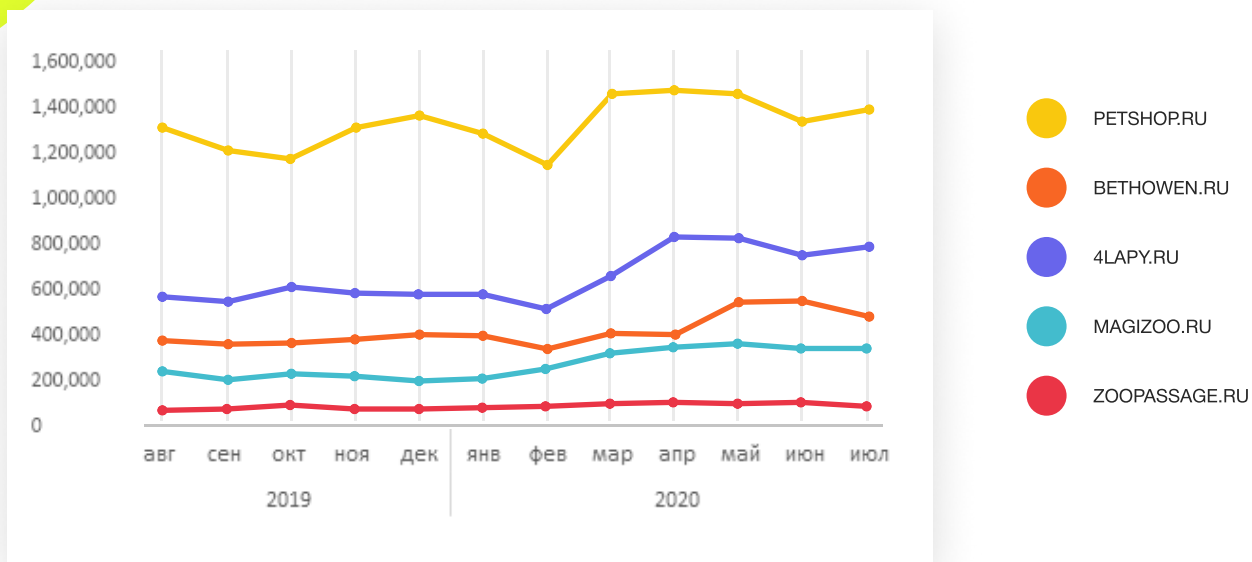


График 6 — Общий трафик (мобайл+десктоп)

С февраля 2020 года компании наращивают объем платного трафика. Активнее это делают 4lapy.ru (прирост за январь-май почти 189%) и bethowen.ru (117%). Но у первого игрока с мая наблюдается нисходящий тренд, а у второго — восходящий. В марте у bethowen.ru случился провал до минимальных значений за весь рассматриваемый период.

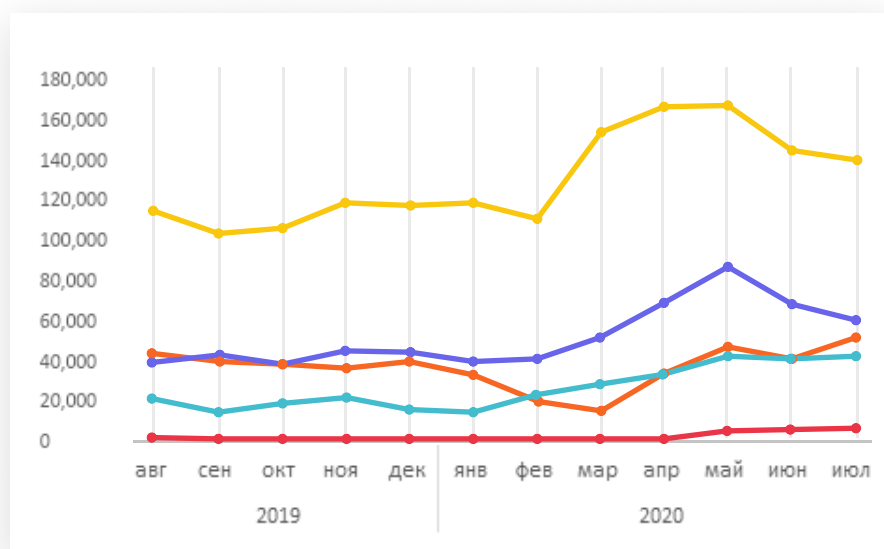


График 7 — Платный трафик (мобайл+десктоп)

За весь рассматриваемый период наблюдается увеличение прямого трафика у всех игроков. Это говорит о хорошей узнаваемости бренда и росте доли постоянных пользователей. Лучший стабильный прирост показывает bethowen.ru (около 147%).

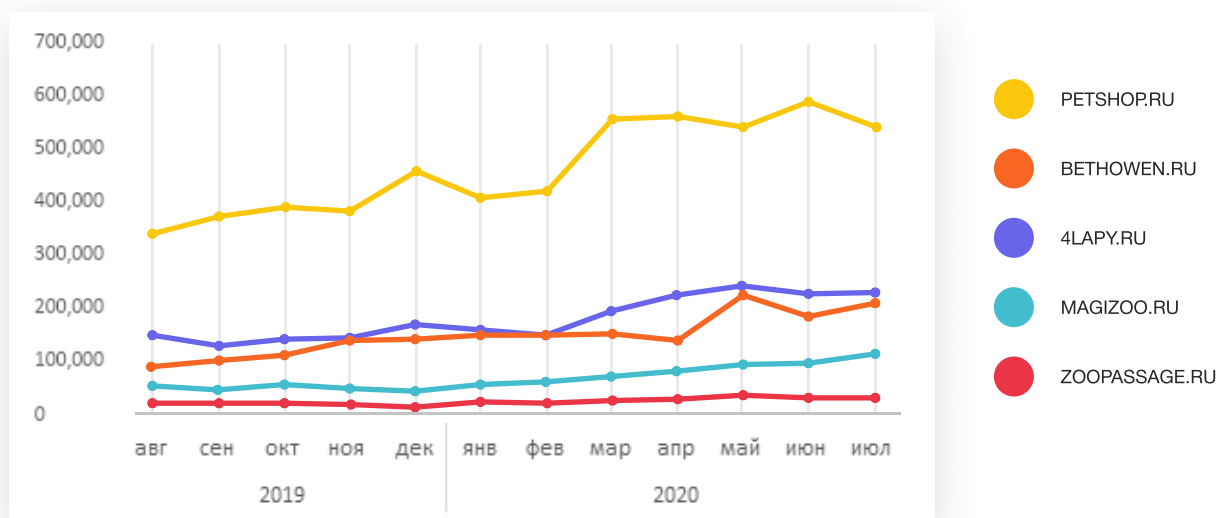


График 8 — Прямой трафик (мобайл+десктоп)

Как и с прямых заходов, наибольшие доли органического трафика получают 4lapy.ru и petshop.ru. С февраля 2020 года по ним наблюдается восходящий тренд. Остальные игроки сохраняют стабильные показатели весь период, за исключением роста в первом квартале 2020 года. Также хорошо нарастить объем трафика с органики удалось magizoo.ru и 4lapy.ru (прирост 37% и 35% соответственно).

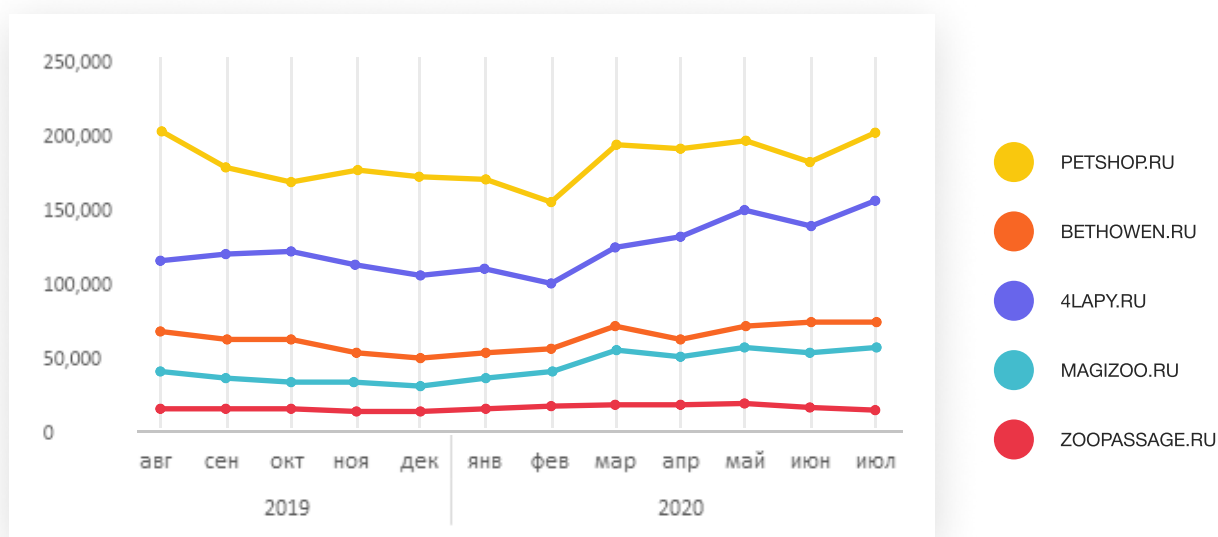


График 9 — Органический трафик (мобайл+десктоп)

Стабильно размещаются в соцсетях petshop.ru и 4lapy.ru. За отчетный период petshop.ru немного нарастил объем трафика. Также стоит выделить bethowen.ru, который активно размещался в январе 2020 года и во втором квартале, но объем трафика не превышал 15 000 визитов. Остальные магазины практически не используют соцсети в качестве канала размещения креативов.

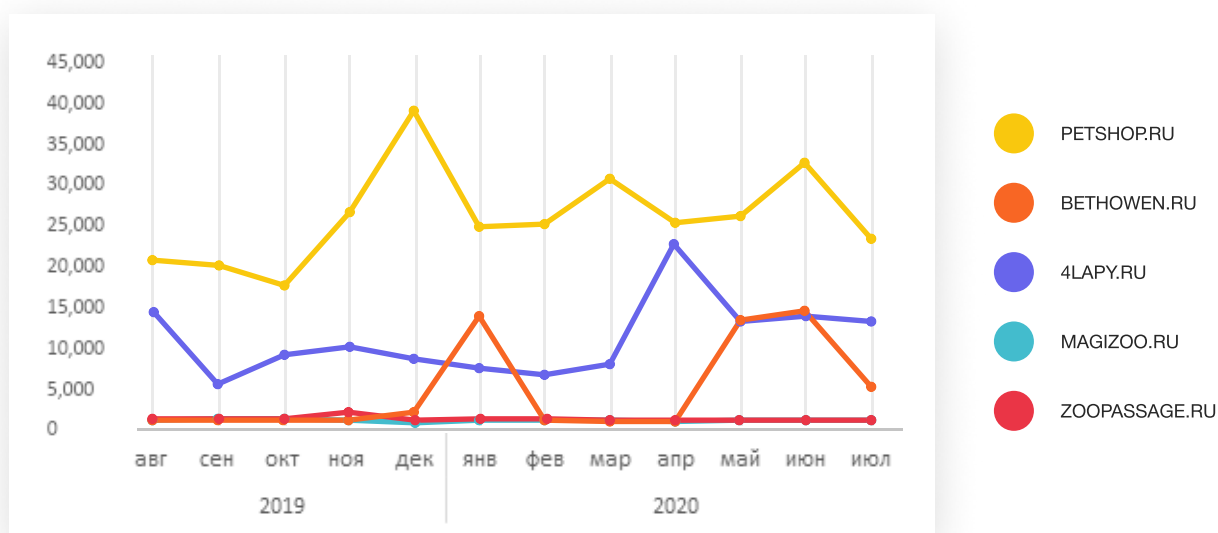


График 10 — Трафик с социальных сетей (мобайл+десктоп)<sup>6</sup>

Email-рассылки используют все компании, кроме zoopassage.ru (совсем не используют или используют незначительно). 4lapy.ru увеличил трафик на 33% за отчётный период. Пик пришелся на апрель 2020 года, когда трафик достигал отметки в 50 000 визитов.

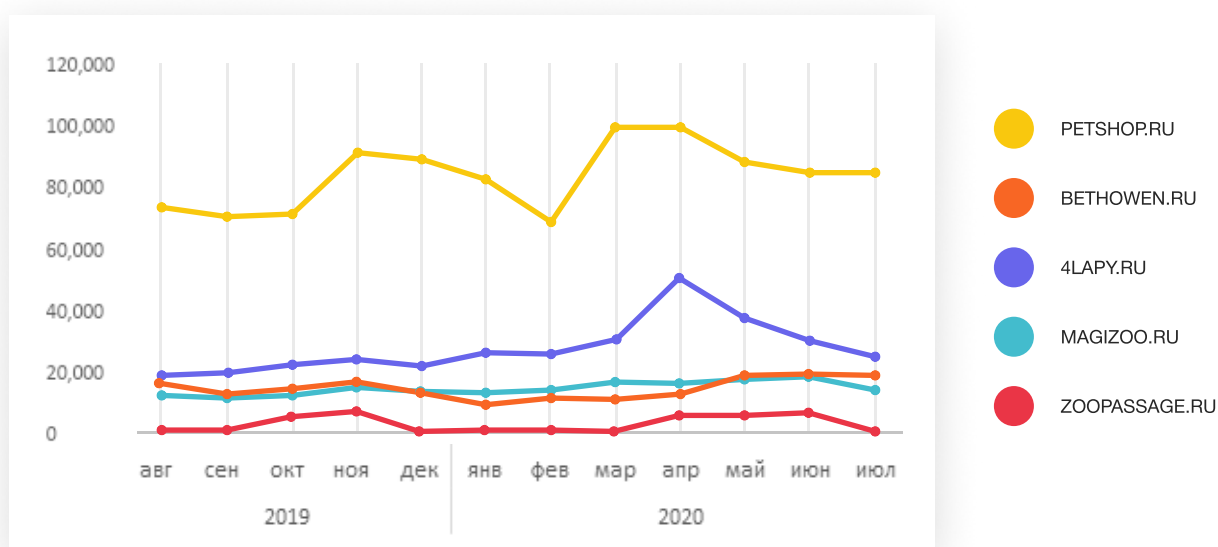


График 11 — Трафик с email рассылок (мобайл+десктоп)

<sup>6</sup> SimilarWeb при трафике меньше 5 тысяч визитов, отдаёт показатель «<5000», поэтому в данном исследовании для таких случаев использовалась подстановка показателя в 1000 визитов.

## 05

## Анализ по критериям

В исследуемых магазинах присутствуют товары для большинства категорий животных. Имеются как базовые корма для животных, так и уникальные. Во всех магазинах представлена ветаптека, что позволяет клиентам купить необходимые товары в одном месте. В карточке товара некоторых магазинов указана информация о наличии в офлайн-точках. Это позволяет сориентироваться покупателю, если он планирует купить товар офлайн или оформить самовывоз.

### Ассортимент

Магазин	Базовые корма для животных	Кол-во представленных категорий животных	Уникальные корма для животных	Указано наличие товара в офлайн магазине	Есть ли ветаптека
petshop.ru	да	5	да	нет	да
4lapy.ru	да	6	да	да	да
bethowen.ru	да	5	да	да	да
magizoo.ru	да	8	да	нет	да
zoopassage.ru	да	7	да	нет	да

Основные категории, которые располагаются на главной странице сайта, помогают клиенту быстрее найти интересующий его раздел, не проваливаясь в основное меню.

### Основные категории

petshop.ru	4lapy.ru	bethowen.ru	magizoo.ru	zoopassage.ru
Кошки	Кошки	Каталог товаров	Бренды	Корма для собак
Собаки	Собаки	Клуб Бетховен	Собаки	Корма для кошек
Другие питомцы	Другие питомцы	Мы помогаем	Кошки	Наполнитель
Вет.аптека	Вет.аптека	Оплата и доставка	Рыбы	Ветаптеки кошек
Акции	Новинки	Бонусная программа	Птицы	Ветаптеки собак
-	Бренды	Адреса магазинов	Грызуны	Акции и скидки
-	Акции	-	С/х животные	-
-	Магазины	-	Рептилии	-
-	Ветцентры	-	Хорьки	-
-	-	-	Акции	-

Разбивка категорий по животным сокращает время поиска нужного товара для конкретного питомца и увеличивает шанс совершения покупки.

### Категории животных

petshop.ru	4lapy.ru	bethowen.ru	magizoo.ru	zoopassage.ru
Кошки	Кошки	Кошки	Кошки	Кошки
Собаки	Собаки	Собаки	Собаки	Собаки
Грызуны, Хорьки	Грызуны, Хорьки	Птицы	Рыбы	Рыбы
Рыбки	Птицы	Аквариумистика	Птицы	Птицы
Птицы	Рыбы	Грызуны, Хорьки	Грызуны	Грызуны
-	Рептилии	-	С/х животные	Рептилии
-	-	-	Рептилии	Хорьки
-	-	-	Хорьки	-

Для более быстрого и удобного выбора в карточке указываются состав товара, описание и условия доставки. Также можно посмотреть варианты фасовки (если мы говорим о корме, наполнителе и т.д.), что позволяет клиенту сразу выбрать нужный размер упаковки, а не переходить в разные карточки.

### Карточки товаров

Магазин	Состав товара	Описание товара	Отзывы	Условия доставки в карточке	Варианты фасовки	Рекомендованные товары	Сопутствующие товары	Автозаказ
petshop.ru	да	да	да	нет	да	да	да	да
4lapy.ru	да	да	да	да	да	да	да	да
bethowen.ru	да	да	нет	да	нет	да	нет	нет
magizoo.ru	да	да	да	да	да	да	да	нет
zoopassage.ru	да	да	да	да	да	да	нет	нет

При выборе товара стоит показать разделы с рекомендованными и сопутствующими товарами, чтобы спровоцировать дополнительные продажи и увеличить средний чек.

Стоит добавить услугу "Автозаказ", что подтолкнет пользователя стать постоянным клиентом и заказывать повседневные товары именно у вас.

У всех исследуемых магазинов есть бесплатная доставка от определенной суммы заказа. Большинство доставляют продукцию не только по Москве, но и в другие регионы. Срок доставки в зависимости от города составляет 1-2 дня.

Магазины предлагают большой выбор пунктов самовывоза. Клиент может забрать товар в более удобном по расположению месте.

## Условия доставки

Магазин	Стоимость доставки	Доставка по РФ (есть/нет)	Сумма бесплатной доставки	Срок доставки	Есть ли самовывоз	Кол-во пунктов самовывоза	Круглосуточная доставка	Время доставки
petshop.ru	до 998р. сумма 200р. самовывоз бесплатно	есть	от 999р.	Доставка на следующий день возможна при заказе до 21:00. День в день осуществляется по будням при заказе с 00.01 до 13:00 на сумму от 2000 р., доступна только в пределах МКАД	да	25	нет	с 06:00 до 23:00
4lapy.ru	обычная доставка: 150р. экспресс доставка: 197р. самовывоз: бесплатно	есть	от 500р.	обычная доставка: В день оформления заказа (при оформлении до 13:00), на следующий день доставки (при оформлении после 13:00) экспресс доставка: В течение 3-х часов с момента оформления заказа (при оформлении до 19:00) самовывоз: Через 30 минут после оформления заказа при наличии товара в магазине	да	213	нет	обычная доставка: 10:00 - 00:00 экспресс доставка: через 3 часа
bethowen.ru	<b>в пределах МКАД</b> 300 руб. при заказе до 969 руб. <b>0-10км от МКАД</b> 300 руб. при заказе до 1 999 руб. <b>10-30км от МКАД</b> 300 руб. при заказе до 3 499 руб. <b>30-50км от МКАД</b> 500 руб. при заказе до 4 999 руб. <b>50-70км от МКАД</b> 500 руб. при заказе до 6 999 руб. <b>от 70км от МКАД</b> в пределах МО 750 руб. при заказе до 8 999 руб.	нет	<b>В пределах МКАД</b> Бесплатно при заказе от 970 руб. <b>0-10км от МКАД</b> Бесплатно при заказе от 2 000 руб. <b>10-30км от МКАД</b> Бесплатно при заказе от 3 500 руб. <b>30-50км от МКАД</b> Бесплатно при заказе от 5 000 руб. <b>50-70км от МКАД</b> Бесплатно при заказе от 7 000 руб. <b>от 70км от МКАД</b> в пределах МО Бесплатно при заказе от 9 000 руб.	в течение 1-2 дней с момента подтверждения заказа до 16:00	да	100	нет	В пределах МКАД с 09:00 до 22:00, выходные с 09:00 до 18:00 За МКАД с 09:00 до 18:00
magizoo.ru	200р. Доставка в регионы по тарифу ТК	есть	от 1000р.	на следующий день при подтверждении заказа до 16:00 через день при согласовании заказа после 16:00	да	360	нет	понедельник - четверг: с 9.00 до 23.00 пятница - воскресенье : с 9.00 до 18.00
zoopassage.ru	300р.	есть	от 1390р.	на следующий день	да	1	нет	с 10:00 до 00:00

Легче привлечь клиента, который уже совершал покупку в магазине, чем найти нового. Поэтому зоомагазины активно разрабатывают систему лояльности, начисляют баллы за совершенные покупки и запускают различные акции.

### Система лояльности

Магазин	Есть/нет	Есть ли личный кабинет	Начисляются ли бонусы	Акции	Акции на первую покупку
petshop.ru	есть	есть	да	есть	нет
4lapy.ru	есть	есть	да	есть	нет
bethowen.ru	есть	есть	да	есть	нет
magizoo.ru	нет	есть	нет	есть	нет
zoopassage.ru	есть	есть	да	есть	нет

Для клиента важен сервис предоставляемой услуги. Интернет-магазины предлагают ряд дополнительных услуг: подписка на автозаказ, экспресс-доставка день в день, быстрая оплата по номеру заказа.

Также на сайте есть фильтры для подбора и сравнения кормов по критериям, что упрощает выбор.

### Сервис

Магазин	Подписка на автозаказ	Подбор корма по критериям	Сравнение кормов	Оплата по номеру заказа	Экспресс-доставка
petshop.ru	есть	нет	нет	есть	нет
4lapy.ru	есть	есть	есть	нет	есть
bethowen.ru	нет	нет	нет	есть	нет
magizoo.ru	нет	нет	нет	есть	нет
zoopassage.ru	нет	есть	нет	нет	нет

Важна возможность легкой и быстрой коммуникации с оператором. Для ее реализации подойдет инструмент "Чат с оператором на сайте".

**Поддерживать контакт с клиентом нужно, не только в момент покупки. Все интернет-магазины из нашего исследования ведут социальные сети и e-mail-рассылки. Это позволяет всегда быть на виду.**

Практически каждый интернет-пользователь просматривает сайты с мобильных устройств, поэтому мобильная версия сайта и приложение — неотъемлемый канал коммуникации.

## Каналы коммуникации

Магазин	Мессенджер на сайте	Рассылки e-mail	Социальные сети						Мобильное приложение	Мобильная версия сайта
			ВК	Инстаграм	ОК	Фейсбук	YouTube	Твиттер		
petshop.ru	да	да	да	да	нет	да	да	нет	есть	есть
4lapy.ru	нет	да	да	да	да	да	да	нет	есть	есть
bethowen.ru	нет	да	да	да	да	да	да	да	есть	есть
magizoo.ru	да	да	да	да	да	да	да	нет	нет	есть
zoopassage.ru	да	да	да	да	нет	да	нет	нет	нет	есть

Мы проанализировали скорость и качество ответов операторов в чате на сайте: скорость ответа высокая, все операторы вежливые, компетентные и готовы помочь.

У большинства магазинов номер телефона на нужном месте.

## Тайный покупатель

Магазин	Подбор корма по критериям				Звонок	
	Скорость ответа оператора	Вежливость	Компетентность	Помощь	Телефон на видном месте сайта	Есть обратный звонок
petshop.ru	5 минут	да	да	да	нет	нет
4lapy.ru	-	-	-	-	да	да
bethowen.ru	-	-	-	-	да	нет
magizoo.ru	меньше минуты	да	да	да	да	да
zoopassage.ru	2 минуты	да	да	да	да	да

## 06

# Каналы трафика

## 6.1. SEO

Сайт требует постоянной работы. У рассматриваемых веб-ресурсов проверили скорость загрузки на <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights>. Ниже данные по десктопной версии:

Магазин/Параметр	Баллы скорости загрузки сайта на десктопе	Время загрузки первого контента, сек	Время загрузки для взаимодействия, сек	Отрисовка крупного контента, сек
petshop.ru	78	1,1	1,9	2,2
4lapy.ru	93	0,8	1,4	1,6
bethowen.ru	90	1,1	1,4	1,3
magizoo.ru	19	2	5,4	4,2
zoopassage.ru	93	0,7	1,9	0,8

На мобайле:

Магазин/Параметр	Баллы скорости загрузки сайта на мобайле	Время загрузки первого контента, сек	Время загрузки для взаимодействия, сек	Отрисовка крупного контента, сек
petshop.ru	55	4,1	6,6	7,6
4lapy.ru	47	3	9,8	3,7
bethowen.ru	88	1,7	3,7	3,4
magizoo.ru	11	6,6	12,4	10,3
zoopassage.ru	55	2,5	13,5	2,8

На десктопе у трех сайтов из пяти скорость загрузки очень хорошая. В основном проседают показатели по отрисовке крупного контента. Необходимости уделить внимание оптимизации крупных изображений на сайте и больших файлов.

На мобайле картина менее впечатляющая. У трех сайтов из пяти очень низкие показатели скорости загрузки. У всех проседает отрисовка крупного контента. Почти у всех проблемы с загрузкой первого контента и загрузкой для взаимодействия. Показатели крайне высокие. Стоит активно работать над мобильной версией, т.к. доля трафика по мобайлу у всех высокая.

Согласно аудиту, проведенному с помощью сервиса Google PageSpeed Insights<sup>7</sup>, можно указать время первой отрисовки контента на разных устройствах и основные проблемы производительности.

Сайт	Время первой отрисовки контента <sup>8</sup>	Проблемы загрузки страницы
<b>petshop.ru</b>	3,2 сек.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Неиспользуемый код JS</li> <li>• Отсутствие сжатия текстовых ресурсов</li> <li>• Ресурсы, блокирующие первую отрисовку страницы</li> <li>• Неиспользуемый код CSS</li> <li>• Время анализа, компиляции и выполнения скриптов JS</li> <li>• Размер структуры DOM</li> <li>• Влияние стороннего кода</li> <li>• Неэффективное использование кэша для статических объектов</li> </ul>
<b>4lapy.ru</b>	2,4 сек.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Неиспользуемый код JS</li> <li>• Отсутствие современных форматов изображений</li> <li>• Неиспользуемый код CSS</li> <li>• Неэффективная кодировка изображений</li> <li>• Размер структуры DOM</li> <li>• Влияние стороннего кода</li> <li>• Неэффективное использование кэша для статических объектов</li> <li>• Время анализа, компиляции и выполнения скриптов JS</li> </ul>
<b>zoopassage.ru</b>	1,5 сек.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Отсутствие современных форматов изображений</li> <li>• Неэффективная кодировка изображений</li> <li>• Неиспользуемый код JS</li> <li>• Размер структуры DOM</li> <li>• Влияние стороннего кода</li> <li>• Время анализа, компиляции и выполнения скриптов JS</li> <li>• Неэффективное использование кэша для статических объектов</li> </ul>
<b>bethoven.ru</b>	2,6 сек.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Недостаточное использование современных форматов изображений</li> <li>• Неэффективная кодировка изображений</li> <li>• Неиспользуемый код CSS</li> <li>• Неиспользуемый код JS</li> <li>• Размер структуры DOM</li> <li>• Влияние стороннего кода</li> <li>• Неэффективное использование кэша для статических объектов</li> <li>• Время анализа, компиляции и выполнения скриптов JS</li> </ul>
<b>magizoo.ru</b>	2,6 сек.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ресурсы, блокирующие первую отрисовку страницы</li> <li>• Неиспользуемый код CSS</li> <li>• Неиспользуемый код JS</li> <li>• Размер структуры DOM</li> <li>• Влияние стороннего кода</li> <li>• Время анализа, компиляции и выполнения скриптов JS</li> <li>• Неэффективное использование кэша для статических объектов</li> </ul>

<sup>7</sup> <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>

<sup>8</sup> Среднее значение согласно данным наблюдений за последние 28 дней.

Среди представленных конкурентов лишь у petshop.ru есть PWA.

На рассматриваемых сайтах пользователи проводят не более 12 минут. Лидером по показателю является bethowen.ru. В первом-втором квартале 2020 года он испытал снижение. Минимум был достигнут в июне, после чего ситуация стала улучшаться. Остальные игроки сохраняют относительно стабильное среднее время визита.

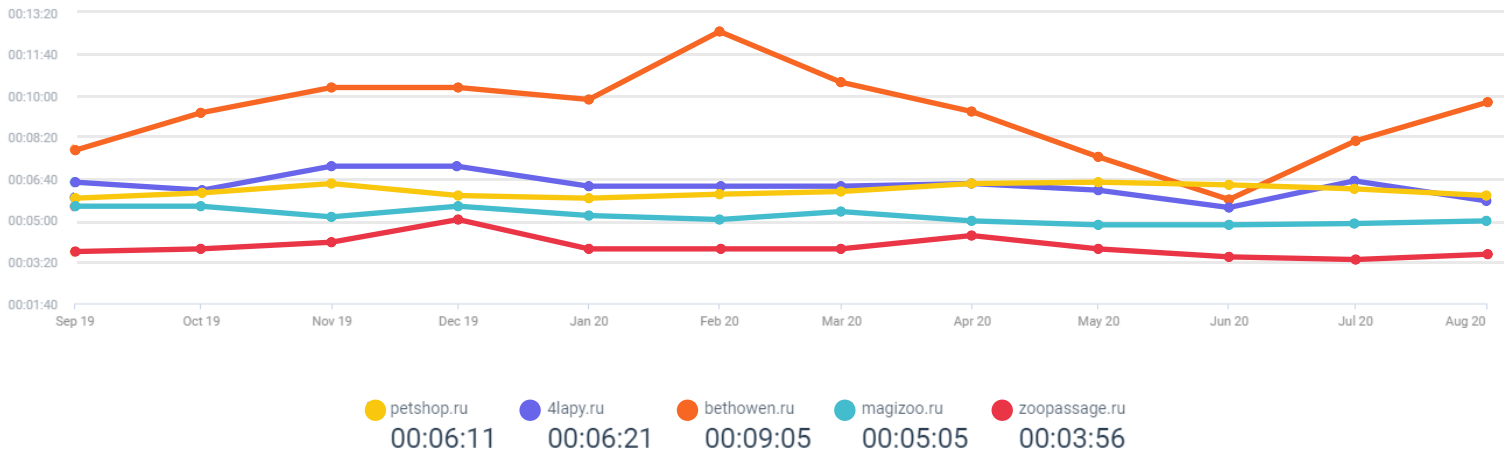


Рисунок 9 — Среднее время визита

Максимальная глубина просмотра наблюдается у petshop.ru и 4lapy.ru (8 стр./визит и 7,02 стр./визит соответственно). Наименьший интерес проявляют посетители magizoo.ru (4,67 стр./визит). Пиковые значения у bethowen.ru приходились на октябрь 2019 года и апрель 2020 года, в третьем квартале 2020 года показатель упал до минимальных значений. У magizoo.ru и zoopassage.ru показатели наименьшие (первый сайт испытал постепенное падение показателя с сентября 2019 года), начиная со второго квартала 2020 года пользователи стали наименее активными.

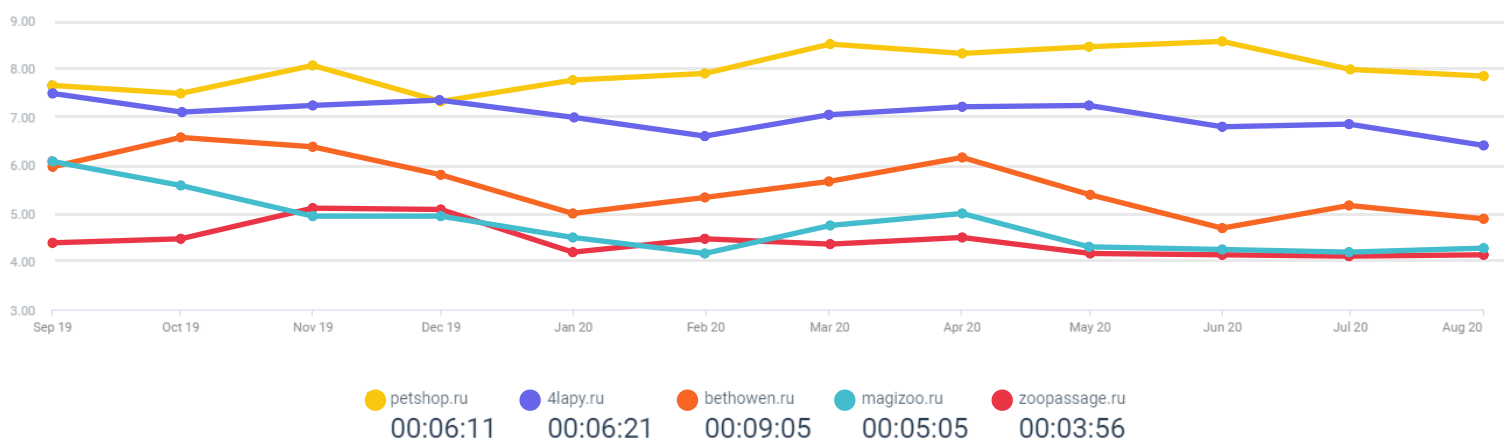


Рисунок 10 — Глубина просмотра

Лучшие значения по показателю отказов демонстрируют сайты 4lapy.ru и petshop.ru. У bethowen.ru наблюдается рост значений во втором квартале 2020 года. Динамика совпадает с ростом платного трафика. Zoopassage.ru и magizoo.ru демонстрируют высокий показатель отказов, причем у последнего значение даже выросло за отчетный период.

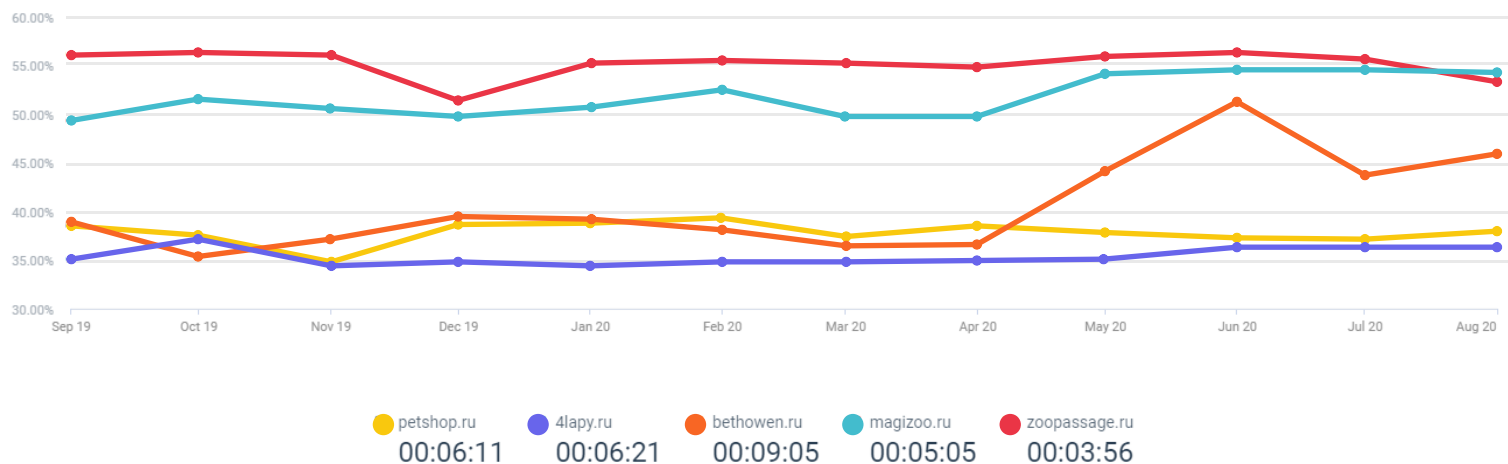


Рисунок 11 — Показатель отказов

У всех сайтов удобная навигация. Есть разбивка по категориям и животным. При входе на веб-ресурс автоматически определяется город, что удобно и важно. Предусмотрено быстрое и удобное оформление заказа из корзины. Ни на одном сайте нет отложенных товаров. Возможно, функция не пользуется спросом.

### Юзабилити сайта

Магазин	Понятное меню	Корзина	Отложенные товары	Оформление заказа	Автоопределение города
petshop.ru	да	да	нет	да	есть
4lapy.ru	да	да	нет	да	есть
bethowen.ru	да	да	нет	да	есть
magizoo.ru	да	да	нет	да	есть
zoopassage.ru	да	да	нет	да	есть

## 6.2. Социальные сети/SMM

Все интернет-магазины ведут коммуникацию с клиентами через социальные сети. Используются самые популярные площадки в РФ — Facebook, Instagram, VK и Одноклассники. В этом блоке рассмотрим, какую тактику коммуникации через социальные сети выбирают исследуемые игроки.

Активнее всего с трафиком из социальных сетей работает petshop.ru. Доля трафика составляет 51.5%, далее 4lapy.ru — доля трафика почти 27%, на 3 месте — bethowen.ru. Наименее активно работают с аккаунтами magizoo.ru и zoopassage.ru.

### Traffic share (desktop)

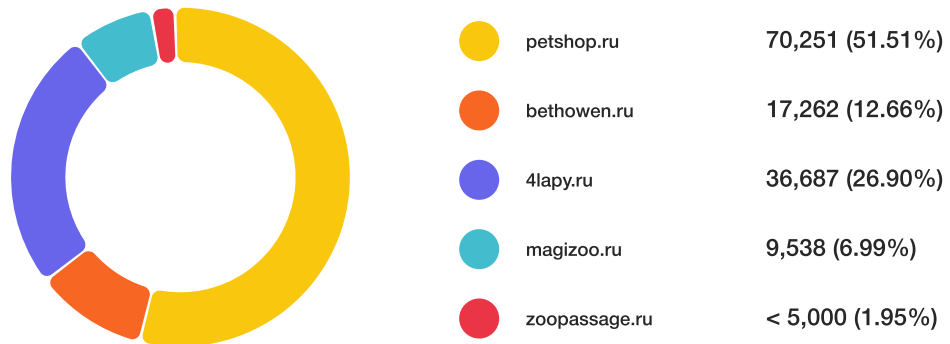


Рисунок 12 — Доля трафика каждого сайта по данным SimilarWeb

Основной трафик у всех игроков идет из VK, а у 4lapy.ru — из YouTube. В Facebook активнее развивается bethowen.ru, zoopassage.ru не представлен в этой соцсети. Из Instagram больше трафика приходит к zoopassage.ru. Bethowen.ru активно ведет коммуникацию с клиентами через WhatsApp.

### Social Networks

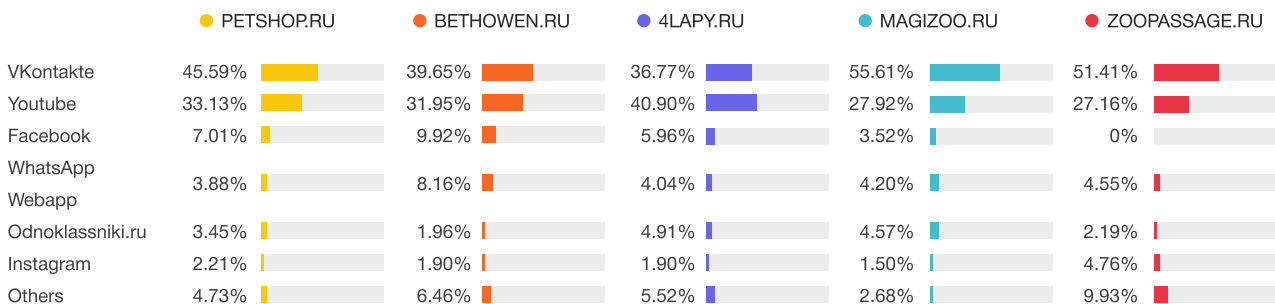


Рисунок 13 — Трафик в разбивке по социальным сетям по данным SimilarWeb

Есть огромный потенциал для развития трафика и управления репутацией бренда, если грамотно использовать инструменты. Важно правильно оформить аккаунты, чтобы выгодно выделяться в ленте пользователя на фоне конкурентов. Это поможет повысить узнаваемость интернет-магазина, лояльность к нему, создать и сохранить целостность имиджа компании и выстроить грамотные ассоциации. Логотип должен давать понять, что речь идет о домашних питомцах.

В SMM, как и во всем, главное — придерживаться единой концепции, не допускать смешения стилей оформления и подачи в разных социальных сетях. Пользователь должен осознавать, что всплывшая реклама говорит о предложении магазина, на который он подписан в Instagram.

При публикации контента учитывайте, какие форматы изображений подходят для разных социальных сетей: в Facebook лучше заходят горизонтальные фотографии, во Вконтакте — квадратные, в Instagram популярностью пользуются вертикальные.

**На что нужно обратить внимание при оформлении и ведении аккаунтов:**

- понятный, четкий и красивый логотип на аватарке;
- шапка профиля (Instagram);
- интеграция с сайтом;
- оформление сторис (Instagram);
- частота постов;
- категории постов.

При оформлении страницы в инстаграм уделите внимание заполнению шапки профиля. Она формирует первое впечатление о магазине. Расскажите, какие услуги предоставляет магазин, приведите основные причины, почему клиент должен выбрать именно его. Большинство исследуемых магазинов понимают важность оформления шапки и внесли в нее основные преимущества.

В шапке магазинов должна быть активная ссылка на сайт. Практически у всех исследуемых магазинов созданы вечные сторис — сторис, которые не пропадают через 24 часа. Они отвечают на часто задаваемые вопросы и возражения.

## Инстаграм

Магазин	Заполнена ли шапка профиля?	Есть ли вечные сторис?	Интеграция с сайтом?	Частота постов	Полезные посты	Продающие посты	Развлекательные посты	Повторяются ли посты из др. соц сетей?
petshop.ru	да	да	да	ежедневно	есть	есть	есть	есть повторяющиеся, есть адаптированные
4lapy.ru	да	да	да	ежедневно, ориентировочно по 3 поста в день	есть	есть	есть	да
bethoven.ru	да	да	нет	ежедневно, ориентировочно по 2 поста в день	есть	есть	есть	есть повторяющиеся, есть адаптированные
magizoo.ru	да	да	да	не стабильно выходят посты, то 8 постов в день, потом месяц нет постов вообще	есть	есть	есть	нет
zoopassage.ru	да	нет	да	через 1-2 дня	нет	есть	есть	нет

При оформлении страницы в VK и FB рекомендуется добавить тематический баннер-обложку, заполнить инфо о магазине и добавить активную ссылку на сайт, чтобы клиент мог легко перейти на него.

Следует добавить товары на страницу профиля, чтобы пользователь мог увидеть предлагаемый ассортимент. Так посетитель с большей вероятностью перейдет на сайт или оформит заказ прямо в профиле соцсети.

## VK

Магазин	Есть ли баннер-обложка?	Заполнена ли инфо на странице?	Интеграция с сайтом?	Есть ли магазин на странице?	Частота постов	Повторяются ли посты из др. соц сетей?
petshop.ru	да	да	да	да	ежедневно	есть повторяющиеся, есть адаптированные
4lapy.ru	да	нет	да	да	ежедневно, ориентировочно по 3 поста в день	да
bethoven.ru	да	да	да	нет	ежедневно, ориентировочно по 2 поста в день	есть повторяющиеся, есть адаптированные
magizoo.ru	да	да	да	нет (всего 20 товаров)	не стабильно выходят посты, то 8 постов в день, потом месяц нет постов вообще	нет
zoopassage.ru	да	да	да	нет	ежедневно	нет

## FB

Магазин	Есть ли баннер-обложка?	Заполнена ли инфо на странице?	Интеграция с сайтом?	Есть ли магазин на странице?	Частота постов	Повторяются ли посты из др. соц сетей?
petshop.ru	да	да	да	да	ежедневно	есть повторяющиеся, есть адаптированные
4lapy.ru	да	да	да	да	ежедневно, ориентировочно по 3 поста в день	да
bethoven.ru	да	да	да	нет	ежедневно, ориентировочно по 2 поста в день	есть повторяющиеся, есть адаптированные
magizoo.ru	да	да	да	да	не стабильно выходят посты, то 8 постов в день, потом месяц нет постов вообще	нет
zoopassage.ru	-	-	-	-	-	-

## 6.3. Контекстная реклама

Контекстная реклама пока еще является важным источником платного трафика, поэтому забывать про нее не стоит. Многие освоили ее настройку и ведение в аукционах, поэтому на площадке достаточно много конкурентов и нужно пристально следить за тем, чтобы все было сделано качественно.

Рекламу из поисковых сетей ведут все рассматриваемые игроки. Активнее вкладывается petshop.ru, у них в 3 раза больше ключевых слов. Самая низкая активность у zoopassage.ru.

Оптимальное значение по ключевым словам — примерно 7 000-8 000. Такое количество у трех игроков.

Магазин	Ведется реклама	Кол-во запросов	Кол-во брендовых запросов	Кол-во небрендовых запросов	Кол-во запросов в Яндексе	Кол-во запросов в Google
petshop.ru	да	23198	525	22673	14112	9005
4lapy.ru	да	7 922	230	7 692	4 309	3 613
bethoven.ru	да	8 134	107	8 027	4 621	3 513
magizoo.ru	да	7 917	60	7 857	3129	4 788
zoopassage.ru	да	1034	21	1 013	782	252

Все игроки, кроме bethoven.ru, направляют достаточно бюджета в показ по брендовым ключевым словам. У zoopassage.ru меньше всего брендовых запросов. У bethoven.ru либо выставлена низкая ставка, либо ее не хватает — по обычному запросу объявление не показывается, зато СберМаркет не упустил возможности перетянуть пользователей.

Рисунок 14 — Поисковая выдача по запросу “Бетховен зоомагазин”

Распределение ключевых слов по системам примерно одинаковое. Главной системой по классике является Яндекс, но Google не сильно отстает. Лишь у magizoo.ru количество ключевых слов в Яндексе ниже, чем в Google. Вероятно, Google лучше обрабатывает запросы по magizoo.ru.

В планировании и ведении контекстной рекламы стоит активно тестировать гипотезы в Google. Одно преимущество в этом точно есть — чем меньше активность рекламодателей, тем дешевле аукцион. Нужно пользоваться.

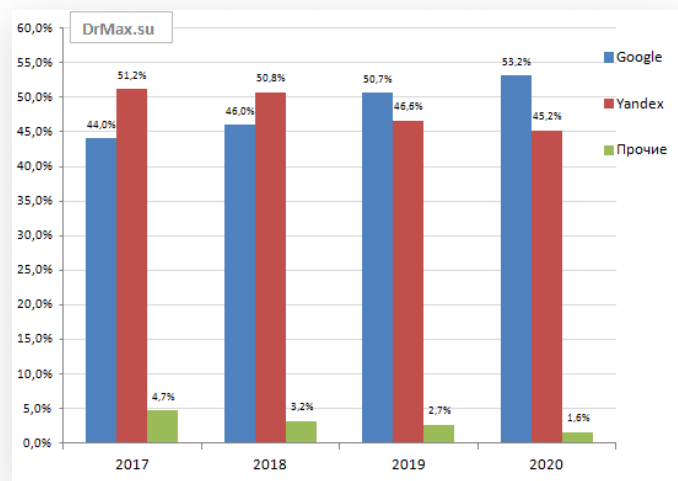


Рисунок 15 — Доля использования поисковых систем в России<sup>9</sup>

## 6.4. Email-рассылки

Email-рассылки давно популярны. Если их нет — это большое упущение в интернет-маркетинге. Например, триггерные рассылки сильно помогают повысить конверсию в покупку. Отправляя клиенту письмо с его брошенной корзиной, вы напоминаете о себе, если вдруг покупатель отвлекся во время посещения сайта или отложил покупку на потом.

У всех участников исследования есть email-рассылки. Не у всех есть триггерные, либо они настроены по каким-то своеобразным сценариям.

Посмотрим, как ведут рассылки наши игроки.

### 6.4.1. Форма подписки

Форма подписки — это то, что позволяет собирать базу быстро или пассивно. Если нужно подобрать ее более активно, можно разместить pop-up окно на сайте, предложить пользователям что-то взамен на подписку и настроить сценарий показа всплывающего окна.

У магазина “Четыре Лапы” форма рассылки размещена в подвале сайта и больше нигде не всплывает.

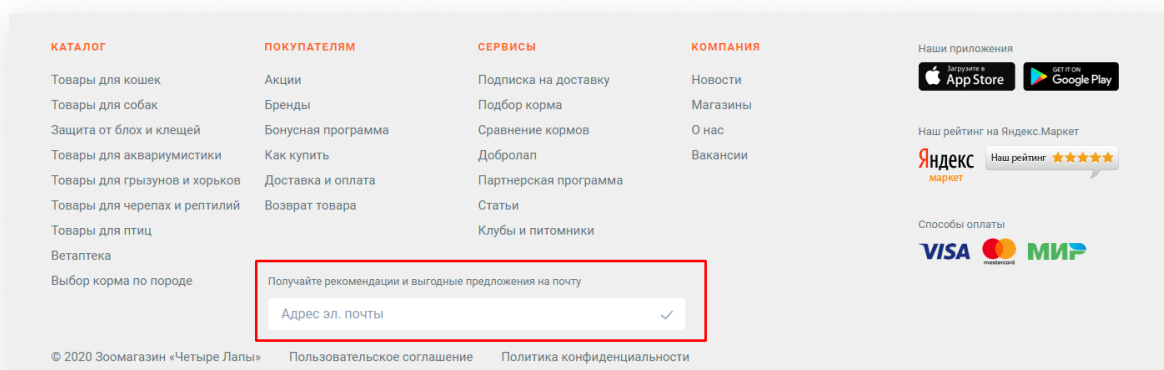


Рисунок 16 — Подвал сайта “Четыре Лапы”

<sup>9</sup> <https://drmax.su/statistika-poiskovyh-sistem-2020.html>

ЗооПассажа есть форма подписки и вертикальный узкий баннер с предложением подписаться и получить скидку 5% на весь ассортимент.

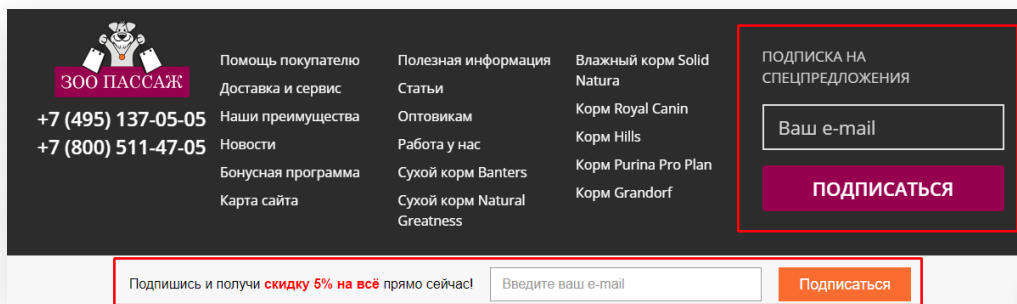


Рисунок 17 — Подвал сайта “ЗооПассаж”

У Бетховена ситуация аналогичная с магазином “Четыре Лапы” — форма подписки только в подвале сайта.

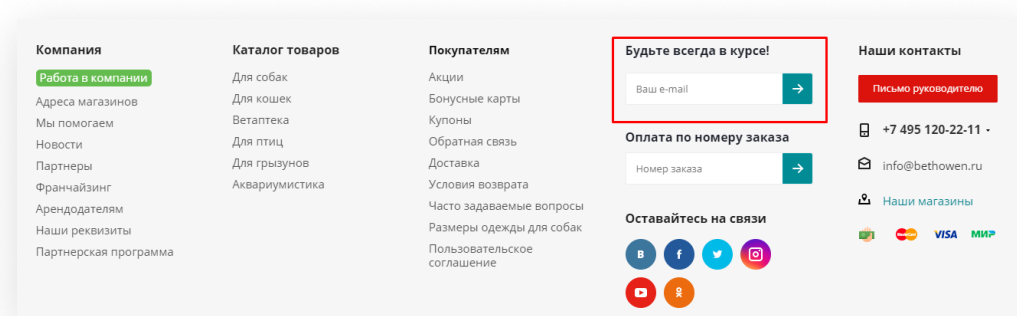


Рисунок 18 — Подвал сайта “Бетховен”

У petshop.ru было затруднительно найти рассылку, пока она сама нас не нашла. Видимо, мы выполнили какой-то сценарий. В подвале сайта нет формы. Нигде она не всплывает просто так. Лишь в какой-то момент форма появилась в левом нижнем углу и предложила скидку 200 рублей за подписку. Мы, конечно же, подписались 😊

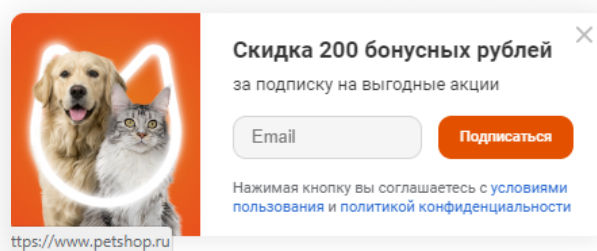


Рисунок 19 — Форма подписки на email-рассылку сайта petshop.ru

У magizoo.ru форма расположена в левой части сайта. Заметили ее не сразу. Всплывающих окон не увидели. Никаких выгодных предложений за подписку не поступало.

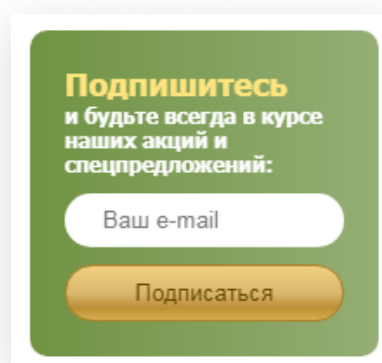


Рисунок 20 — Форма подписки на email-рассылку сайта magizoo.ru

## 6.4.2. Письма

Важна частота информационных писем. Какими бы полезными не были ваши рассылки, пользователь устанет получать их каждый день и отпишется. Оптимальная частота — раз в 2-5 дней.

Заголовок письма должен привлекать внимание. Он может быть провокационным. Часто это повышает открываемость, но пользователи уже начинают уставать от таких заголовков и могут принципиально не открывать письма. Пока так делают только единицы.

Petshop.ru активно ведет рассылку. Присылает письма раз в 2-5 дней, в зависимости от проводимых акций, праздников или по другим инфоповодам.

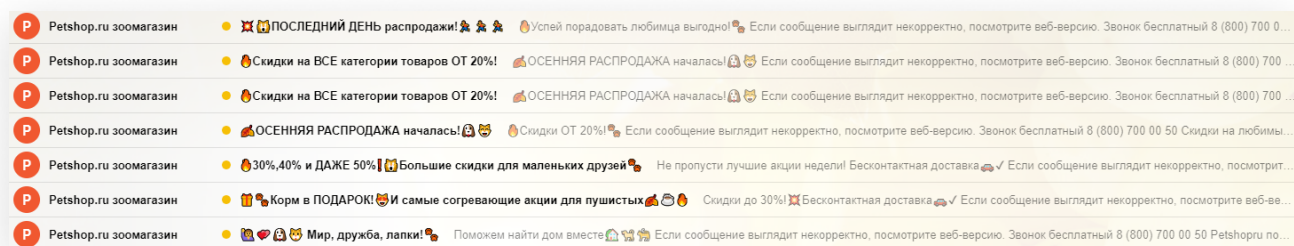


Рисунок 21 — Письма от petshop.ru

Бетховен присылает письма раз в 2-3 дня, тоже зависит от акций. Присылает письма, привязанные к праздникам и инфоповодам.

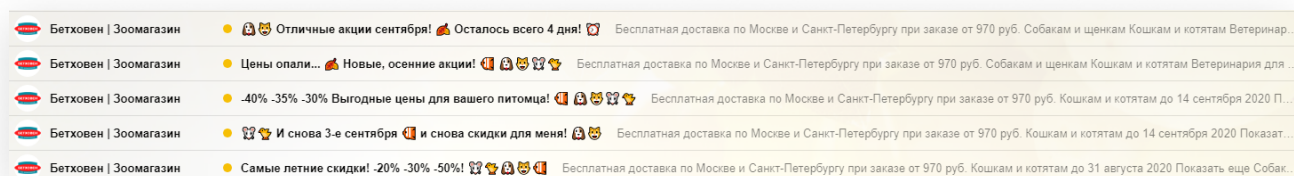


Рисунок 22 — Письма от bethovenen.ru

4lapu.ru присылает письма примерно раз в неделю.

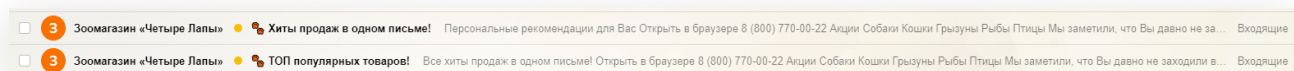


Рисунок 23 — Письма от 4lapu.ru

ЗооПассаж присылает письма раз в 3 дня. Обратите внимание: Петшоп, Бетховен и Четыре лапы активно используют эмодзи в темах своих писем. ЗооПассаж ведет более консервативную политику.

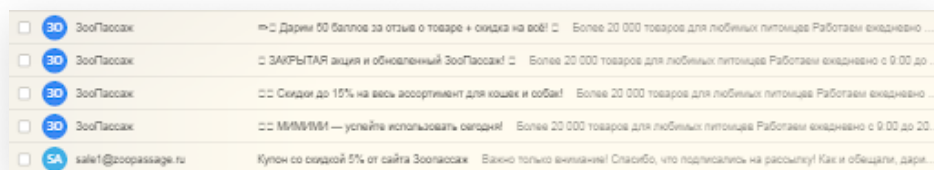


Рисунок 24 — Письма от zoopassage.ru

Magizoo.ru присылает письма примерно раз в пару дней.

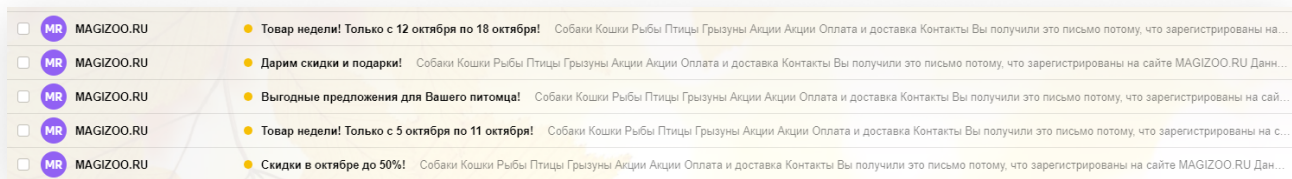


Рисунок 25 — Письма от magizoo.ru

У всех игроков в письмах фигурируют скидки и оповещения о топовых товарах, товарах недели.

### 6.4.3. Ссылка на отписку

Самая важная часть письма, которая всегда должна быть — подвал с указанием, почему рассылка приходит пользователю и как отписаться от нее, если рассылка больше не интересна или принята по ошибке. У всех игроков исследования такой блок в письмах есть.

Вы получили это письмо, так как подписались на рассылку на сайте [petshop.ru](http://petshop.ru).  
Если вы не хотите получать рассылку, вы можете [отписаться](#)  
и мы больше не побеспокоим вас выгодными предложениями и интересным ассортиментом.

Рисунок 26 — Подвал письма с возможностью отписки у petshop.ru

### 6.4.4. Триггерные письма

Триггерные рассылки — это цепочки писем в ответ на конкретное действие пользователя на сайте. Имея email покупателя, можно напоминать о брошенной корзине, показывать товары в дополнение к тем, что он уже купил, порекомендовать что-то заказать в следующий раз и рассказать об альтернативах. Сценарии могут быть разные, исходя из ваших целей и возможностей.

Только у двух магазинов — Бетховен и Петшоп, настроены триггерные рассылки. Пришли письма о брошенной корзине через час, как она была оставлена. Повторов письма не было.

У остальных магазинов, возможно, настроены нестандартные сценарии, или они просто не работают. Нам не удалось получить письма от остальных трех магазинов.

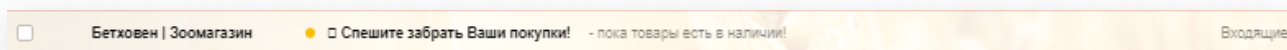


Рисунок 27 — Триггерные рассылки от магазина “Бетховен”

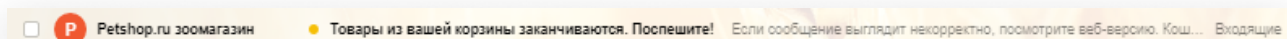


Рисунок 28 — Триггерные рассылки от Petshop.ru

Письма-опрос NPS (показатель пользовательской лояльности). Через некоторое время после заказа можно отправить покупателю опрос, чтобы определить понравилось ли ему заказывать в магазине или есть замечания. Также можно отправлять опросы с целью улучшать email-рассылку. Вот, например, как это делает petshop.ru:



Рисунок 29 — Опрос в письмах от petshop.ru

## 6.5. Маркет

Все магазины представлены на Яндекс.Маркете. Выдачу магазина “Четыре лапы” нам найти не удалось, но карточку магазина нашли.

Игроки, по которым найдены предложения:

<p><b>Royal CANIN MINI ADULT для взрослых собак маленьких пород (0,8 кг)</b>            Вес упаковки: 0,8 кг            Ещё 4 варианта            Условия покупки: Минимальная сумма заказа 100 руб.</p>	<p><b>MAGIZOO.RU</b>            ★★★★★ 13К отзывов</p>	<p>📍 Самовывоз завтра в 356 пунктах            🚚 200 ₽ курьером, до 2 дней            📦 Все варианты доставки            📱 Картой на сайте, наличными</p>	<p><b>382 ₽</b>            В магазин</p>
<p><b>Корм для собак ROYAL CANIN Mini Adult для мелких пород сух. 8кг</b>            Вес упаковки: 8 кг            Ещё 3 варианта            Условия покупки: Бесплатная доставка от 970 р по городу.            Гарантия производителя.</p>	<p><b>Бетховен</b>            ★★★★★ 5К отзывов</p>	<p>📍 Бесплатный самовывоз, до 2 дней в 80 из 85 пунктов            🚚 Бесплатно курьером, 1-2 дня            📦 Все варианты доставки            📱 Картой на сайте/курьеру, наличными</p>	<p><b>3 370 ₽</b>            В магазин</p>
<p><b>Royal Canin (сухие корма) Для взрослых собак малых пород: до 10 кг, 10 мес. - 8 лет (8 кг)</b>            Вес упаковки: 8 кг            Ещё 3 варианта</p>	<p><b>petshopru</b>            ★★★★★ 9К отзывов            ☎ 8 800 700-00-50</p>	<p>📍 Бесплатный самовывоз, до 2 дней в 25 пунктах            🚚 Бесплатно курьером, до 2 дней            📦 Все варианты доставки            📱 Картой на сайте/курьеру</p>	<p><b>2 990 ₽</b>            В магазин</p>
<p><b>Сухой корм для собак Royal Canin Mini Adult 2 кг</b>            Вес упаковки: 2 кг            Условия покупки: Скидка 5% на первый заказ по купону W93Z48            Гарантия производителя.</p>	<p><b>300 ПАССАР</b>            ★★★★★ 2К отзывов            ☎ 8 800 511-47-05</p>	<p>🚚 300 ₽ курьером, 1-3 дня            📦 Все варианты доставки            📱 Картой на сайте/курьеру, наличными</p>	<p><b>750 ₽</b>            В магазин</p>

Рисунок 30 — Карточки магазинов на Яндекс.Маркет

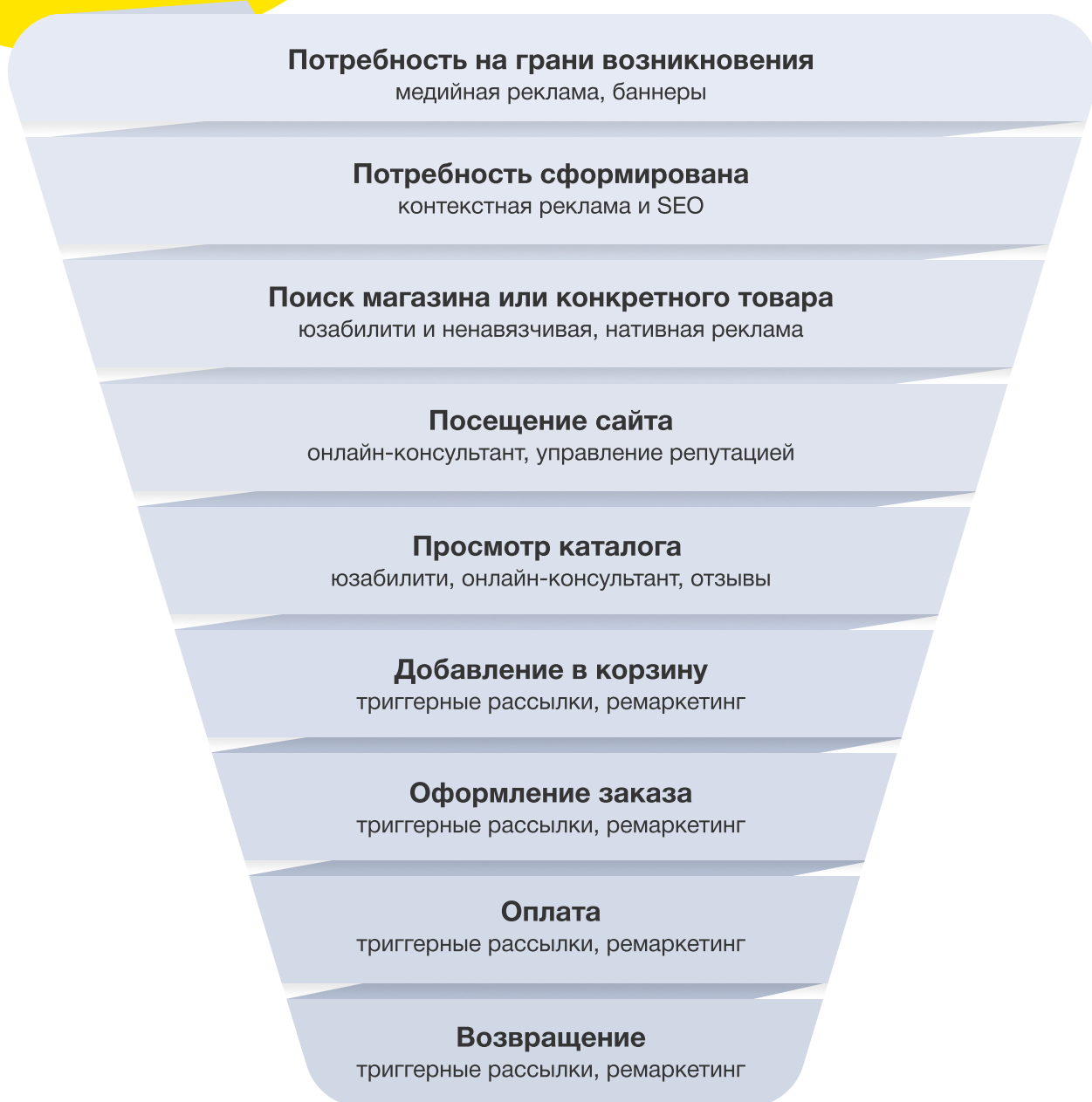
- ☑ Логотип добавлен в карточку организации.
- ☑ Номер телефона есть только у двух магазинов из всех представленных.
- ☑ У всех, кроме Зоопассажа, указан самовывоз.
- ☑ Условия доставки прописаны у всех магазинов.
- ☑ Указаны способы оплаты у всех магазинов.
- ☑ Указаны условия покупки у всех, кроме Petshop.ru. ЗооПассаж предлагает скидку на первый заказ.
- ☑ Ведется работа с отзывами. Бетховен, Magizoo, Petshop.ru отвечают на все отзывы; ЗооПассаж редко, но отвечает на отзывы; Четыре лапы не работает с отзывами, очень давно не было ответов.

Помимо технических составляющих (добавление условий заказа, доставки и способов оплаты) важно регулярно работать с отзывами. Отвечать нужно даже на 5-звездочные комментарии. Это формирует лояльность тех, кто оставил комментарий, и дает понять другим покупателям, что магазин “живой” и внимателен к клиентам.

## 07

# Воронка продаж

Общая воронка продаж по зоотоварам следующая:



Ключевой аудиторией анализируемых игроков являются женщины возраста 25-34 лет, которые четко выбирают то, что им нужно (невысокое среднее время на сайте) и периодически сравнивают товары в нескольких магазинах (пересечение аудитории).

Важно делать упор на этапе принятия решения — поддерживать пользователя и предлагать ему по привлекательной стоимости и максимально понятно то, чем он интересовался.

Какие инструменты задействовать для работы с этой воронкой?

01 **SEO**

05 **SERM**

02 **Контекстная реклама**

06 **Партнерские программы**

03 **Таргетированная реклама**

07 **Email-рассылки**

04 **SMM**

08 **Инструменты для персонализации**

**1 SEO.** Не стоит забывать про продвижение сайта в поисковых системах. Страницы должны быть адаптированы под поискового робота, который индексирует их. Обязательно следует наладить быстроедействие десктопной и мобильной версий. Структура сайта должна быть продумана, а интерфейс интуитивно понятен.

**2 Контекстная реклама.** Ключевой инструмент, который способен привести новый трафик и поддержать тех, кто не завершил заказ на вашем сайте и ушел в поисках другого интернет-магазина.

**3 Таргетированная реклама.** Гибкость таргетингов может открыть большие возможности для тестирования разных посылов, креативов и донесения преимуществ магазина до покупателей, а также невзначай напомнить о себе.

**4 SMM.** Интернет-магазин не заканчивается сайтом, социальные сети также важны. Следует вести их честно, полезно и интересно. Позаботьтесь, чтобы подписчики получали необходимую информацию. Это повысит лояльность пользователей и “превратит” подписчиков в постоянных покупателей.

**5 SERM.** Управление репутацией интернет-магазина зоотоваров важно, как для любого другого бизнеса. Сейчас выстроить доверие очень дорого. Работайте над репутацией магазина и бренда, чтобы ваше имя работало на вас.

**6 Партнерские программы.** Привлекайте трафик со сторонних интернет-магазинов. Программы CPA-трафика предлагают размещать ваши предложения о скидках, акциях в партнерском магазине или в письме, обращая внимание пользователя на вас.

**7 Email-рассылки.** Электронной почты нет только у единиц, и ее проще оставить вместо номера телефона. Пользуйтесь этим. Возможности огромны — от информационных писем с подборками товаров до писем с товарами брошенной корзины. Работайте над открываемостью и будьте аккуратны с частотой рассылки, чтобы вас не заблокировали.

# Инструменты для решения задач

## 01 Eyezone.live

Сервис для прямых трансляций по запросу пользователей. Сейчас уже никого не удивишь фотографиями в карточке товаров. Вот онлайн-трансляция с переноской, домиком или игровым уголком — это новое, мы ни у кого не нашли. Подойдет для любого размера бизнеса. **Стоимость: 25р./стрим, до 3 000 прямых трансляций в месяц, далее — пакетные решения.**

## 02 CPA-сети. Admitad

Партнерская сеть, соединяющая бизнес и веб-мастеров. Если у вас не хватает сил, энергии, времени, возможностей, ресурсов для задействования всех каналов, подключитесь к Admitad и найдите там того, кто будет приводить трафик с нужных каналов.

## 03 Реклама на рюкзаках. backad.ru

Уникальный вид рекламы. Можно показывать рекламу за доступные деньги по нужному маршруту. Курьер с рюкзаком будет курсировать 6 часов в день по заданным вами данным, привлекая внимание к рекламе тем, что она размещена на рюкзаке. Такой необычный подход точно стоит попробовать.

## 04 Get4click

Еще одна партнерская сеть, но уже про персональные предложения, продвигаемые через участников сети. Определитесь, что вы готовы предложить клиенту: скидку, бесплатную доставку, подарок или что-то еще. Это предложение будет размещаться на партнерских сайтах после оформления заказа. Например, клиент был у вас, а потом пошел заказывать постельное белье. Оформил заказ и ему пришло сообщение: “За совершенный заказ мы дарим вам бонус в магазинах-партнерах” и высвечивается ваше предложение. Клиент видит знакомый бренд и становится более лояльным для совершения заказа.

## 05 Mindbox

Раньше сервис специализировался на триггерных рассылках, но теперь это полноценный performance-инструмент, который может заменить множество других.

### **Mindbox предлагает:**

- триггерные рассылки с различными сценариями, отслеживанием статистики и настройками писем;

- лучшее время отправки писем, рекомендации в рассылках, по частоте отправки писем. Также можно отправлять рассылки по SMS, Viber, через Чат-ботов, Web-push и Mobile-push;
- персонализацию сайта — показывать рекомендации на сайте каждому пользователю, настроить всплывающие окна и динамические блоки. Сделать все, чтобы удержать клиента;
- настроить свою систему лояльности в два клика. Система будет работать с данными клиентов;
- и кое-что вкусное — всю собранную аудиторию сервис может передавать в рекламные системы: Яндекс.Аудитории, Facebook, Vk, MyTarget, Criteo. Можно настраивать корректировки, look-alike и привлекать больше целевой аудитории.

**Подойдет для любого размера бизнеса, стоимость от 15 000 р. Без НДС.**

## **06 Criteo. Динамический ретаргетинг. Продвижение мобильных приложений**

Объявления с динамически собранными товарами, с которыми взаимодействовал пользователь, или похожими на них. Показываются на сайтах партнерской сети Criteo. Это некая РСЯ, но со своими алгоритмами, базой сайтов и отладкой объявлений.

## **07 Email-рассылки. Carrot quest, Dashamail, Unisender, RetailRocket**

Сервисы позволяют настраивать почтовые рассылки — как обычные, так и триггерные. В каждом сервисе есть разные удобные фишки. Каждый выбирает их под специфику своего бизнеса. Тарифы гибкие — можно платить ежемесячно, можно покупать пакет писем.

## **08 Инструменты аналитики**

Для каждого бизнеса важно не только развивать каналы продвижения, но и отслеживать их. Без аналитики вы ставите под угрозу прогресс и развитие бизнеса. Из ее показателей можно получить множество интересных и важных инсайтов.

## 08

## Инструменты аналитики

Мы составили таблицу с сервисами, которые помогут отслеживать и анализировать результаты. Это некий must have инструментария, который должен быть у каждого бизнеса. Плюс — добавили инструменты, которые могут расширить функционал базовых.

	Малый бизнес	Средний бизнес	Крупный бизнес
Первоначальный аудит посадочных страниц, который покажет проблемные зоны, мешающие быстрой загрузке страниц сайта и пути их решения.	Google PageSpeed Insights	Google PageSpeed Insights	Google PageSpeed Insights
Анализ трафика и аудитории. Нужно настроить цели, установить электронную коммерцию, связать системы аналитики с аккаунтами рекламных площадок.	Google Analytics Яндекс.Метрика Google Tag Manager	Google Analytics Яндекс.Метрика Google Tag Manager + SimilarWeb	Google Analytics Яндекс.Метрика Google Tag Manager + SimilarWeb
Импорт расходов с рекламных площадок	Выгрузка по API	Renta	Renta
Автоматизация контекстной рекламы		K50 (от 2500 руб./мес) Marilyn (от 4000 руб./мес) Alytics (от 5000 руб./мес)	K50 (от 2500 руб./мес) Marilyn (от 4000 руб./мес) Alytics (от 5000 руб./мес)
Коллтрекинг		CallTouch (от 1000 руб./мес) K50 (от 2500 руб./мес) Roistat (от 7000 руб./мес)	CallTouch (от 1000 руб./мес) K50 (от 2500 руб./мес) Roistat (от 7000 руб./мес)
Сквозная аналитика		CallTouch (от 1000 руб./мес) K50 (от 2500 руб./мес) Comagic (от 3500 руб./мес) Roistat (от 7000 руб./мес)	CallTouch (от 1000 руб./мес) K50 (от 2500 руб./мес) Comagic (от 3500 руб./мес) Roistat (от 7000 руб./мес)
После сбора данных из систем аналитики, площадок, CRM и коллтрекинга можно провести различные виды анализа пользователей.			<ol style="list-style-type: none"> <li>1) ROPO-анализ, который позволяет увидеть связь между онлайн рекламой и продажами офлайн.</li> <li>2) Когортный анализ (теперь представлен прямо в Google Analytics), чтобы сегментировать пользователей сайта по поведению.</li> <li>3) RFM-анализ, который как и когортный позволяет выявить сегменты аудиторий по их поведению.</li> <li>4) Отчёт по LTV для прогнозирования прибыли и планирования бюджета.</li> </ol>

# 09

## Выводы, рекомендации, лайфхаки

Зоотоварам пришлось нелегко в период коронавируса. Помимо закрытия оффлайн-точек, выступила большая конкуренция с маркетплейсами. Тем не менее, пользователи приспосабливаются к заказу онлайн. Магазины повышают активность в сети и вводят разные полезные сервисы, способные “подсадить” клиентов. Например, подписка на доставку корма или наполнителя.

В данном исследовании мы проанализировали основных игроков рынка и увидели, что стратегии примерно одинаковы. Основные тренды:

1. Контекстная реклама еще долго будет являться ключевым источником трафика.
2. Не стоит забывать о работе над SEO, это приносит трафик.
3. Необходимо работать над юзабилити сайта и не останавливаться в его улучшении.
4. Крайне важно обращать внимание на быстродействие сайта на десктопной и мобильной версиях.
5. Важно вести email-рассылки и напоминать пользователям, что они не завершили заказ.
6. Не менее важно работать над системой лояльности, поощрять пользователей за покупку.
7. Использование систем аналитики помогает исследовать аудиторию, обнаружить проблемы на сайте, выявить, в какой момент посетители уходят, и сделать выводы, как повлиять на конверсию.

### Порадуем лайфхаками!

У нас большой опыт продвижения зоотоваров. Мы знаем, как настраивать рекламу эффективно. Делимся опытом, чтобы упростить путь к увеличению ваших заказов, снижению их стоимости и росту конверсии.

1

Отлично работает Smart Shopping от Google. У нас даже есть кейс. Не будем пересказывать, просто посмотрите:

<https://www.mediaguru.ru/case/umnaya-torgovaya-kampaniya-v-google-reklame/>

2

DSA (динамические поисковые объявления) в Яндекс.Директе и в Google Ads работают. По эффективности они на третьем месте после брендовых РК и ремаркетинга.

4

В Смарт-баннерах в Яндекс.Директе теперь можно запускать ветеринарные товары.

6

И конечно же, не забывайте вести магазин в Яндекс.Маркете. Отдача от него может сделать вас счастливыми.

3

Не отключайте охватные рекламные кампании. Мы пробовали их снижать и постепенно значительно теряли количество заказов. При аналитике эффективности кампаний обращайтесь внимание на ассоциированные конверсии.

5

Не отключайте охватные рекламные кампании. Мы пробовали их снижать. Обратите внимание на CPA-сети — они дают хорошую эффективность.

The logo for MediaGuru is centered at the bottom of the page. It features the word "MediaGuru" in a white, cursive-style font. The letter "i" in "Guru" has a yellow dot. Below the text is a thick white horizontal line that tapers at both ends, resembling a brushstroke or a stylized underline.

MediaGuru