

Анализ конкурентов для компании WTIP

Введение

Методика изучения конкурентов

Обзор и отбор конкурентов для анализа

Выводы

Привлечение

Поисковый трафик SEO

Платная реклама

Ссылки

SMM

Группы в социальных сетях

Youtube

Выводы по привлечению

SWOT анализ конкурентов

Вовлечение и конвертация

Позиционирование компаний

Общие выводы

Советы по привлечению

Советы по позиционированию

Советы по продукту

Введение

Методика изучения конкурентов

Опираемся на модель потребительского поведения ПВКУА: привлечение, вовлечение, конвертация, удержание, аналитика. Конкуренты изучаются по каждой из областей.

При составлении первичного списка конкурентов мы опирались на следующие факторы:

1. Названия компаний были озвучены в ходе брифинга.
2. Компания имеет красивый и современный сайт.
3. При поиске в интернете компания всплывает на разных источниках 2+ раз.

В анализ также включены компании из Китая, Индии, Казахстана, Украины и стран ЕС из-за того, что их рынок в целом гораздо более развит. Вероятно, мы сможем найти интересные и эффективные технологии в маркетинге, которых нет у российских маркетплейсов.

В первую очередь мы проверим объем трафика и каналы на сайтах с помощью сервиса [Similar Web](#)

Также мы посмотрим историю присутствия компаний в интернете с помощью ресурса whois, чтобы определить устоявшихся игроков.

В конечном итоге останутся те компании, которые соответствуют следующим критериям:

1. Имеют достаточное для анализа количества трафика на сайте.
2. Работают дольше 1 года.
3. Компания имеет красивый и современный сайт.
4. При поиске в интернете компания всплывает на разных источниках 2+ раз.

Обзор и отбор конкурентов для анализа

Популярные площадки маркетплейс с B2B сегмента										
Компания	Регион	Трафик	Прямой	Ссылк и	SEO	SMM	Email	Платный поиск	Платный медиа	В интернете
https://www.alibaba.com/	Китай	107,6 М	32%	2,88%	42%	4,10%	3,60%	16%	5,70%	с 1999
https://www.made-in-china.com/	Китай	12,7 М	15,70%	0,85%	60%	0,88%	5%	23%	0,08%	с 1998
https://www.indiamart.com/	Индия	44,4 М	15%	0,67%	83%	0,63%	2,30%	0,03%	0,01%	с 1996

https://all.biz/	СНГ	5,295 М	11,50%	3%	82,30%	0,83%	2%	0,07%	0,02%	с 2000
https://supl.biz/	СНГ	313 357 +	32%	3%	36%	1%	18%	10%	0,5	с 2000
https://www.europages.co.uk/	Еврозона	699 665	13%	3%	81%	1%	1%	0%	0%	с 2003
https://www.ec21.com/	Еврозона	801 704	20%	2%	73%	2%	3%	1%	0%	с 1998
https://www.blizko.ru/	Россия	5,8 М	10%	3%	84%	1%	2%	0,70%	0,90%	с 2004
http://www.tiu.ru/	Россия	26,16 М	12%	4%	79%	2%	3,40%	0,50%	0,25%	с 2004
https://prom.ua/	Украина	61,1 М	20%	3%	62,70%	3%	2,50%	6,20%	2,60%	с 2008
https://rozetka.com.ua/	Украина	63,3 М	32%	1,80%	32%	4%	1,50%	14,50%	14%	с 2005
https://kaspi.kz/	Казахстан	3,315 М	45%	8,70%	29,20%	2,60%	6%	5,50%	2,35%	-
https://www.flip.kz/	Казахстан	979 410	43%	4%	30,60%	3,20%	14,50%	3,50%	1%	-
https://deal.by/	Беларусь	7 М	10,70%	5%	78%	1,80%	2,70%	0,80%	0,65%	с 2009
https://catalog.onliner.by/	Беларусь	6,7	17,60%	34%	41,60%	5,22%	1,65%	0,04%	0,04%	-

1. факт

<https://www.alibaba.com/>

Безусловно, маркетплейс Alibaba - крупнейшая площадка как для консьюмерского, так и для бизнес сегмента. Он создан в первую очередь для обеспечения китайских продавцов покупателями. На сайте зарегистрированы компании со всего мира. Если вы хотите опубликовать запрос на товар, воспользуйтесь сервисом [AliSource.Pro](#). Для покупателей он бесплатный. После отправки заказа, менеджеры площадки проверяют поставщиков, из которых отбирают десять наиболее подходящих, и предлагают их закупщику. Можно воспользоваться и расширенный пакетом - Premier by [AliSource.Pro](#). Оплата товара покупателем происходит через сервис – деньги поступают на счет Alibaba, а после того, как покупатель подтверждает доставку товара, перечисляются продавцу. Это один из немногих B2B сервисов, который берет на себя закрытие транзакции, гарантируя безопасность сделки и надежность операции как для продавца, так и для покупателя

география трафика

Geography

Top 5 Countries

Oct 2018 - Dec 2018, Desktop Only



China	15.08%	↓ 8.66%
United States	12.89%	↑ 7.61%
Turkey	4.59%	↓ 2.61%
Russia	4.35%	↓ 12.29%
India	4.03%	↓ 4.54%

Search

Search Traffic

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only



🔍 Organic	77.61%
💰 Paid	22.39%

Top Search Terms

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only

alibaba	33.53%	↓ 14.97%
ali	1.21%	↓ 33.14%
ali baba	1.06%	↑ 30.42%
alibaba	0.87%	↑ 26.1%
alibaba online shopping	0.69%	↓ 35.46%

Social

Social

Social Traffic

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only



Вывод

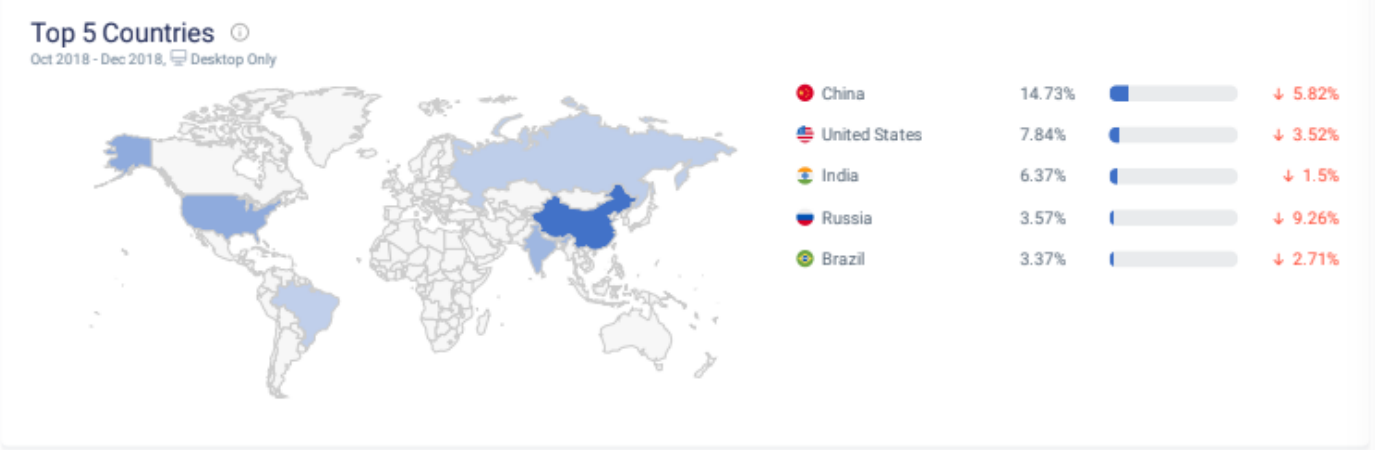
Крупнейшая площадка. Китай вызывает интерес низкими ценами, множество статей созданных интересом к покупкам по самым низким ценам. Трафик преимущественно прямой и сео большую часть с поиском названия площадки, развиты настройки для всех стран. Но так же заметно выделяется и платный трафик, который построен на поисковых запросов товарной, группы и автоматического формирования в дешевый трафик с помощью выгрузки в google marche (цель такой рекламы подчеркнуть низкую стоимость товара). Одним из преимуществ площадки объединение размещение ссылок с алиэкспресса, где покупатель видит производителя и может приобрести товар оптом.

2. факт

<https://www.made-in-china.com/>

Если вас интересуют китайские товары, то вам сюда. Данная электронная торговая площадка является посредником между закупщиками из разных стран и китайскими продавцами-производителями. Ее сайт представлен в виде интернет-магазина. Здесь есть возможность купить любой товар онлайн. Каждый месяц сайт посещают 420 тысяч человек.

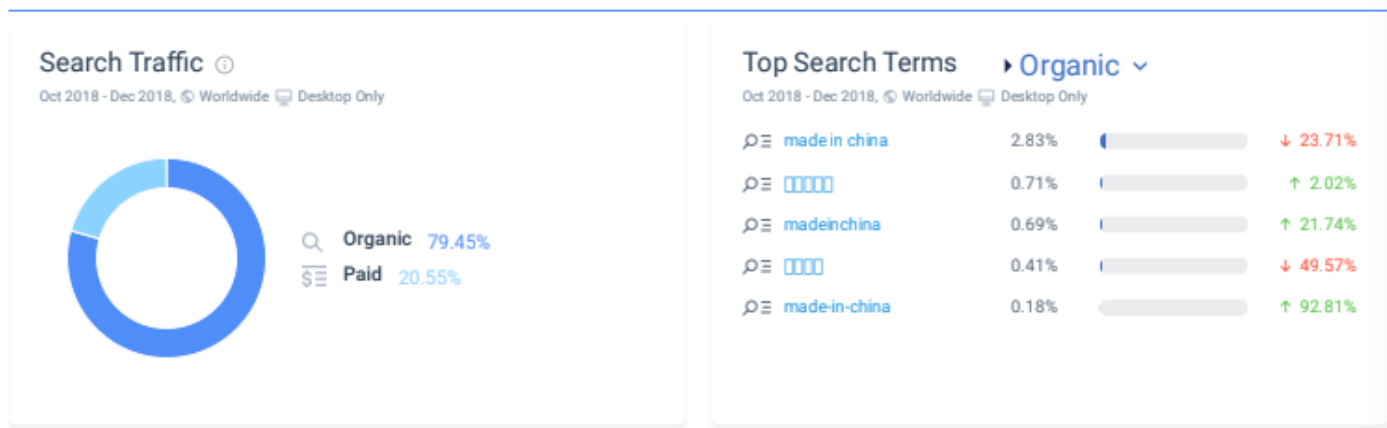
Geography



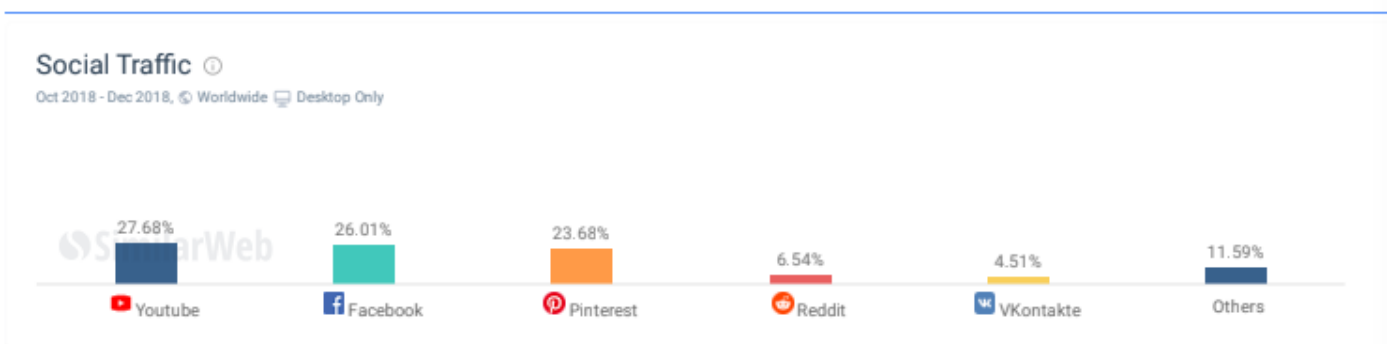
Referrals



Search



Social



Вывод:

Большая часть посетителей из Китая, Америки, России и Индии. Изначально большой частью аудитории были местные производители и заказчики. Выделяется, что площадка активно использует местные поисковики для привлечения рекламного трафика (яндекс, mail.ru), основной трафик платной рекламы, то есть большая аудитория из России узнает о площадке по рекламным каналам в отличие от алибабы, за счет запросов состоящих “купить” “отптом” “товар или наименование” в Китае

3. факт

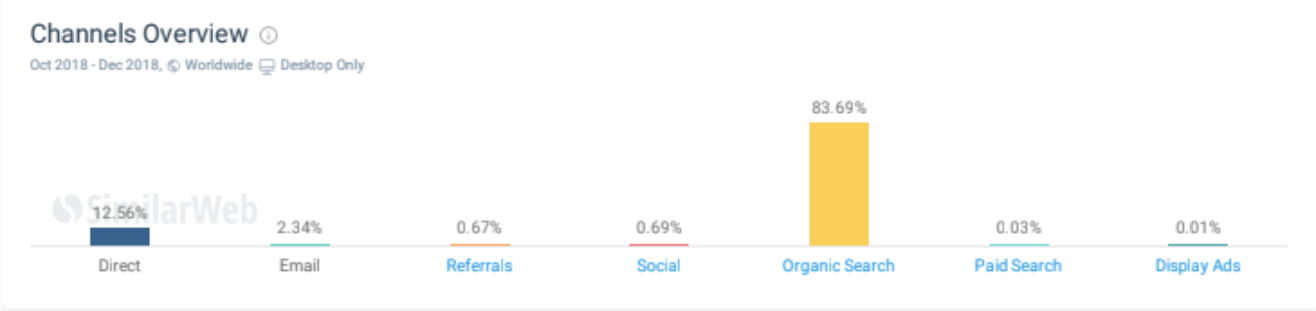
<https://www.indiamart.com/>

Самый крупный индийский маркетплейс, который помогает производителям, закупщикам и экспортерам торговать на одной надежной площадке. На маркетплейсе торгуют как малый и средний бизнес, так и крупные компании. У площадки ежемесячно около 14 млн посетителей.

Geography



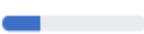
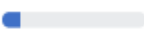
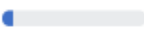
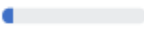
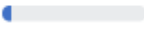
Marketing Channels



Referrals

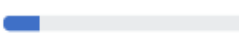
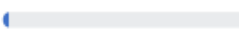
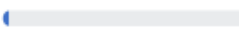
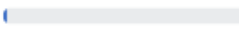
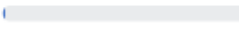
Top Referring Websites

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only

	int.search.myway.com	26.08%		↓ 4.92%
	weberp2.internesh.net	11.29%		↑ 60.71%
	searchencrypt.com	6.95%		↓ 24.06%
	search.mysearch.com	6.50%		↓ 32.48%
	lavasoft.gosearchresults.com	5.38%		↑ 21.01%

Top Referring Categories

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only

	Search Engine	14.59%	
	Business and Industry	2.16%	
	Consumer Electronics	2.14%	
	Internet and Telecom	1.27%	
	News and Media	1.03%	

Social

Social Traffic

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only



Вывод

площадка больше приспособлена для англоговорящих стран и этнических сообществ Индии на их территории, не совсем понятна и дружелюбна для стран СНГ. Большая часть трафика местное население так как является основным интернет ресурсом для создания сайта. Во основном трафик из местных поисковых систем либо прямое вхождение. Огромный рынок, советуем присмотреться, так как есть особенность именно в координатной культуре региона в интернете, поиске и ведении к сделкам

4. факт

<https://all.biz/>

Международный центр интернет-торговли Allbiz - одна из самых старых B2B онлайн-площадок на территории СНГ. На маркетплейсе представлены более 1,3 млн компаний из 90 стран и 102 рынка товаров и услуг. Самые популярные категории: авто-мото-вело-техника, сельское хозяйство, промышленность, одежда и обувь, стройматериалы, продукты питания и напитки. На маркетплейсе с марта 2015 года

работает сервис лидогенерации, который обеспечивает пользователям платформы "живые" заявки от покупателей. Сегодня на all.biz 11 млн посетителей в месяц.

Geography

Top 5 Countries

Oct 2018 - Dec 2018, Desktop Only

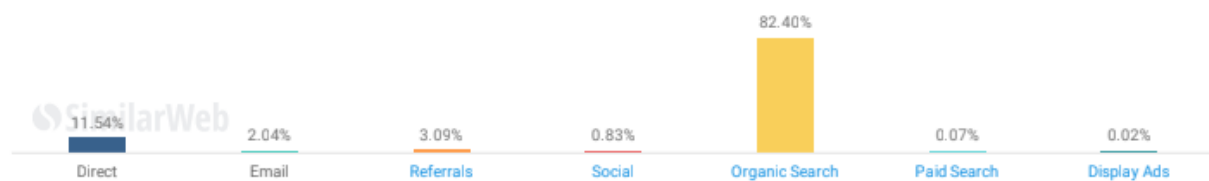


Ukraine	34.15%	↓ 14.3%
Russia	16.24%	↓ 19.17%
Kazakhstan	7.44%	↓ 17.17%
Belarus	4.96%	↓ 12%
Turkey	3.05%	↓ 6.91%

Marketing Channels

Channels Overview

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only



Referrals

Top Referring Websites

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only

go.mail.ru	54.84%	↓ 14.86%
yandex.ru	8.48%	↓ 28.78%
poshukach.com	5.50%	↓ 28.86%
secureurl.ukr.net	2.70%	↑ 31.21%
search.tut.by	2.69%	↑ 2.41%

Top Referring Categories

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only

Search Engine	12.19%
Internet and Telecom	2.05%
Business and Industry	0.89%
Shopping	0.80%
Marketing and Advertising	0.42%

Social

Social Traffic

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only



Display Advertising

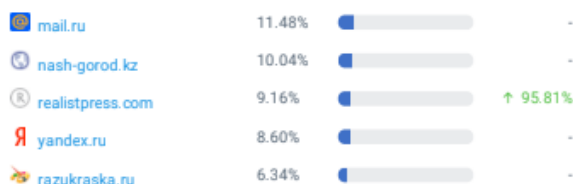
Display Ad Network

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only



Top Publishers

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only



Вывод:

Площадка, менее развивающиеся по сравнению с другими, устаревший дизайн, не удобства для современного юзабилити. Явно экономия средств на развитии потока с платного трафика. Не продуманных рекламных акции по формированию товарных групп. Удобнее было найти компанию перейти на ее сайт и взаимодействовать с поставщиком напрямую. Большая часть трафика сео, так как сайт один из первых на рынке очень старый домен.

5. факт

<https://supl.biz/>

Свободная и бесплатная торговая площадка для малого бизнеса. Закупка и продажа товаров и услуг упрощается посредством электронной рассылки по подходящим компаниям. В базе рассылок более 2 млн компаний России и стран СНГ.

Как это работает?

Как обычно проходит закупка каких-либо товаров для любой компании? Используется 2ГИС или Google, изучаются сайты компаний, затем они обзванивают для уточнения деталей – на это уходят дни. Supl.biz предлагает поступить проще, разместив заказ на

сайте. Торговая площадка разошлет электронные письма всем компаниям нужной рубрики и региона. Часть исполнителей предложит свои условия поставки и цену. Вы рассмотрите все предложения и выберете то, которое вам больше понравится по качеству и цене. При этом, и вы, и исполнитель будете пользоваться торговой площадкой бесплатно.

Geography

Top 5 Countries

Oct 2018 - Dec 2018, Desktop Only

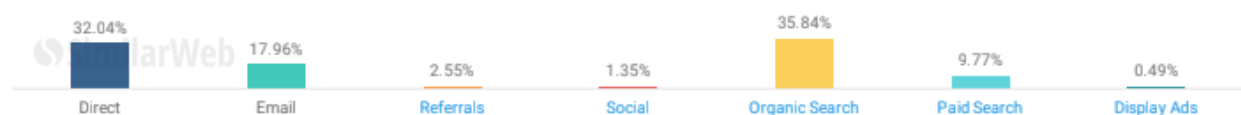


Russia	89.62%		↓ 5.81%
Kazakhstan	3.42%		↓ 9.65%
Ukraine	2.36%		↑ 23.56%
United States	0.75%		↓ 56.02%
Belarus	0.65%		↓ 11.73%

Marketing Channels

Channels Overview

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only



Display Advertising

Display Ad Network

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only



Yandex Direct	80.91%
Google Display Netw...	17.49%
AdRiver	1.59%
Others	0.00%

Top Publishers

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only

mail.ru	37.18%		↑ 51.26%
yandex.ru	36.91%		↑ 82.98%
youtube.com	2.46%		↑ 7.65%
msk.au.ru	2.17%		-
stockinspector.ru	2.17%		-

Вывод

Не удобнейшая площадка в плане визуализации товарных групп. Основной трафик e-mail рассылка (формирование базы и сервер помогает им создавать трафик в 313 000 можно взять на заметку)

6. факт

<https://www.europages.co.uk/>

Один из крупнейших европейских маркетплейсов родом из Великобритании.

Geography

Top 5 Countries

Oct 2018 - Dec 2018, Desktop Only

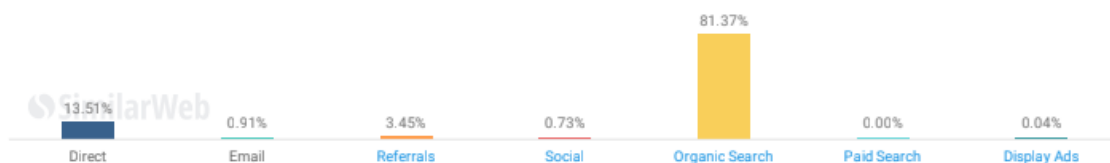


United Kingdom	11.78%	↓ 25.07%
United States	6.87%	↓ 5.01%
Turkey	6.32%	↑ 7.87%
Germany	4.52%	↓ 15.78%
India	4.30%	↑ 7.41%

Marketing Channels

Channels Overview

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only



Social

Social Traffic

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only



Вывод:

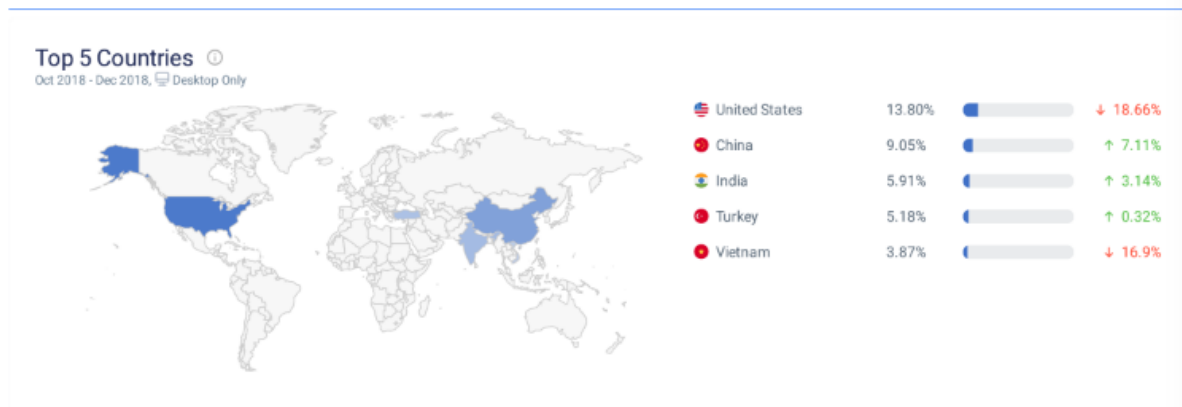
На наш взгляд самая перспективная площадка B2B сегмента. Мультиязычный сайт с удобной структурой первого окна. Визуализация представление продавца является главной ролью сайта идея заключается создать и показать все сильные стороны продукта (видеокарточка, pdf презентацию, оформление страницы с товарной группы, удобный чат) Только бесплатный трафик Seo и размещение статьями и результат только 699 665 посетителей в месяц.

7. факт

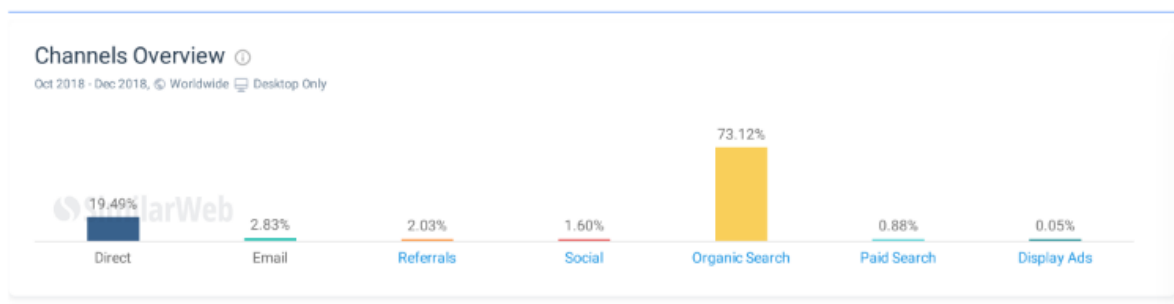
<https://www.ec21.com/>

B2B маркетплейс объединяет группу сайтов для разных стран. Есть возможность купить и оплатить товар онлайн. Сейчас на сайте площадки зарегистрировано 900 000 покупателей из 240 стран и 2 000 000 товаров. Ежемесячно сюда заходят до 160 тысяч человек. Из них 38% посетителей представляют Азиатский регион, 23% — из Европы, а 21% — из США. Посетителей 1 млн в месяц.

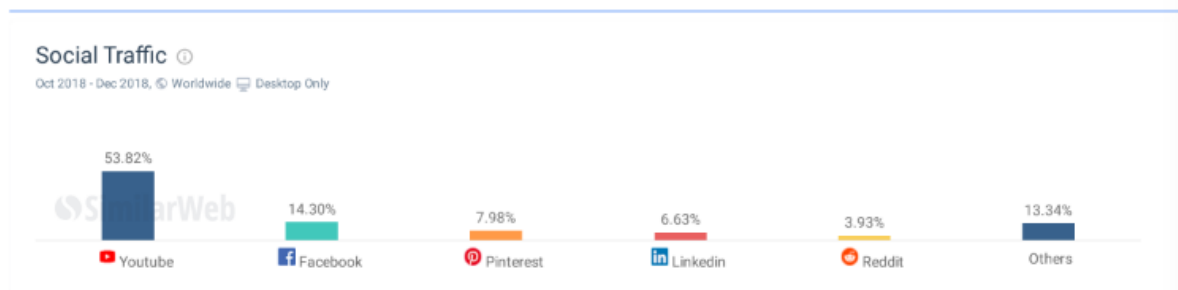
Geography



Marketing Channels



Social



Вывод

Площадка позволяет размещать тендеры в Еврoзоне, большая часть трафика пряма и SEO из стран импортеров

8. факт

<https://www.blizko.ru/>

На площадке можно найти необходимые товары в Каталоге товаров или оставить Заявку на товар в специальном разделе. На Сделках.ру заказы делают как МСП, так и крупный бизнес. Регистрация на площадке бесплатная. Наиболее быстро можно загрузить свои файлы с товарами в формате YML (Yandex Market Language). На сервисе могут быть зарегистрированы сотрудники одной компании под разными

аккаунтами, что очень удобно. На сайте ведется рейтинг поставщиков, который складывается из количества сотрудников компании, партнеров и их отзывов.

Geography

Top 5 Countries

Oct 2018 - Dec 2018, Desktop Only



Russia	94.76%		↓ 4.01%
Ukraine	2.02%		↓ 6.64%
Kazakhstan	0.36%		↓ 6.26%
Germany	0.35%		↑ 69.58%
United States	0.35%		↓ 56.63%

Marketing Channels

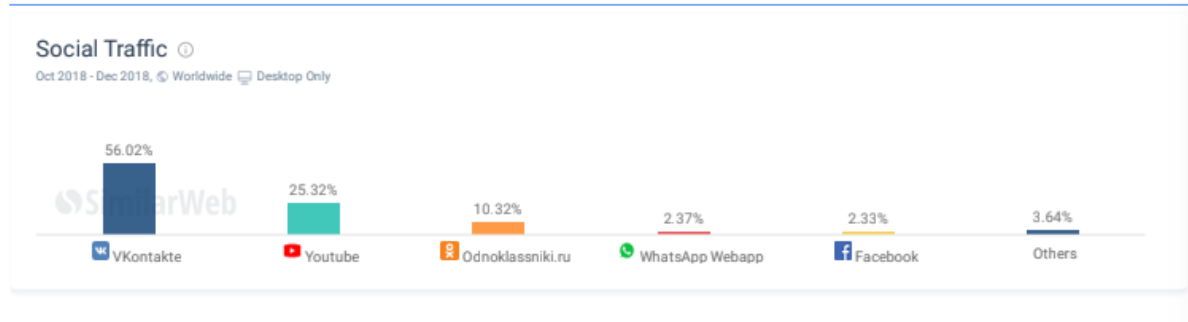
Channels Overview

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide, Desktop Only



Referrals

Social



Display Advertising



Вывод

Площадка создана как быстрое создание интернет магазинов, каждый кто начинает реализацию может использовать, как отдельную технологию быстрого старта для своего бизнеса, большой ассортимент и настройка оптимизации под поисковик яндекс создает трафик на сайт. Очень много посредников.

9. факт

<https://prom.ua/>

Одна из крупнейших торговых площадок Украины была создана в 2008 году и сегодня входит в состав EVO Group. На ней представлены товары от сотен продавцов. По итогам 2017 года, ежемесячно онлайн-платформу посещали более 33 млн посетителей. При этом товарооборот Prom.ua достиг 15 млрд грн, отмечается на сайте площадки. Маркетплейс можно назвать международным, поскольку он также запущен и на других рынках — в Беларуси, Казахстане и Молдове. На сайте маркетплейса зарегистрировано более 500 тыс украинских компаний, работающих в сфере малого и среднего бизнеса. Кроме этого, торговую площадку используют и крупные игроки, которые применяют ее как дополнительный инструмент для наращивания продаж и привлечения новых клиентов.

Сегодня Prom.ua предлагает:

более 110 млн товаров и услуг по лучшим ценам;

покупки без риска: безопасная онлайн-оплата заказа на Prom.ua с резервированием средств покупателя на транзитном счете в банке. Пока посылку не заберут из

отделения Новой почты, продавец не получит оплату. Безопасность средств гарантирует платежный сервис UAPAY;
проверенных продавцов, рейтинг которых формируется на основе отзывов;
программу защиты покупателей, согласно которой предлагается возможность получить компенсацию в сумме до 3 тыс грн тем покупателям, которые оплатили, но не получили свои заказы.

Geography

Top 5 Countries

Oct 2018 - Dec 2018, Desktop Only

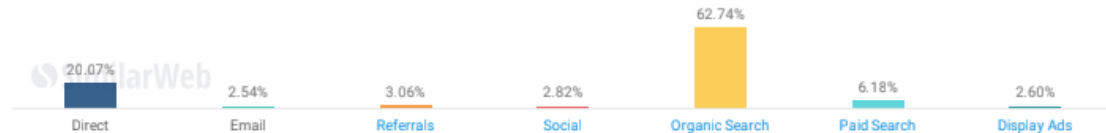


Ukraine	90.34%	↑ 1.57%
Russia	2.06%	↓ 3.61%
Romania	0.76%	↓ 74.86%
Moldova	0.74%	↑ 2.04%
Germany	0.70%	↑ 8.58%

Marketing Channels

Channels Overview

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only



Social

Social Traffic

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only



10. факт

<https://rozetka.com.ua/>

Основанный в 2005 году, маркетплейс стал одной из самых посещаемых торговых площадок в Украине, влиятельным порталом в сфере розничной торговли, а также крупным рекламодателем страны. Так, начиная с 2015 года украинский e-commerce гигант взялся за расширение контента: количество единиц на складе увеличилось с 20 тыс до 1,6 млн. Rozetka занимается предоставлением фулфилмент-сервиса, то есть обеспечивает полный комплект услуг своим партнерам, начиная от хранения товаров на складе до доставки и гарантирования обслуживания. По-видимому, маркетплейс нацелен продавать всю продукцию, которая есть в рознице. А если брать пример с американского e-commerce гиганта Amazon, на сайте которого можно найти практически все, — это более 12 млн уникальных товаров, размещенных на одной интернет-платформе.

Geography

Top 5 Countries

Oct 2018 - Dec 2018, Desktop Only

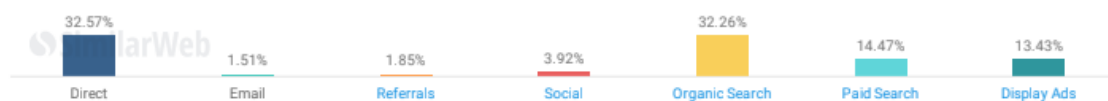


Ukraine	90.36%	↑ 0.39%
Russia	2.17%	↑ 1.97%
Poland	0.71%	↑ 8.71%
Germany	0.64%	↑ 0.62%
United States	0.60%	↑ 1.86%

Marketing Channels

Channels Overview

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only



Social

Social Traffic

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only



11. факт

<https://kaspi.kz/>

«Kaspi Магазин» является частью онлайн-платформы Kaspi.kz, с помощью которой пользователи оплачивают счета без комиссий, управляют личными финансами и копят бонусы. Сервис «Kaspi Магазин» дает возможность сравнить цены на товар у разных продавцов, выбрать самый подходящий вариант, при желании оформить покупку в рассрочку или в кредит, а также оформить доставку товара домой или на работу. В 2016 году «Kaspi Магазин» объявил о запуске сервиса бесплатной доставки в большинстве городов Казахстана при покупке товара на сумму более 20 тыс. тенге. В число партнеров Kaspi.kz вошла одна из ведущих казахстанских сетей магазинов электроники и бытовой техники Sulpak. По данным на июнь 2017 года, экосистема Kaspi включает 200 отделений Kaspi bank, 4500 терминалов, 1800 магазинов – партнеров клуба покупок в рассрочку Kaspi Red, 3000 магазинов, в которых можно сделать покупку в кредит и в рассрочку, 9000 банкоматов.

Geography

Top 5 Countries

Oct 2018 - Dec 2018, Desktop Only

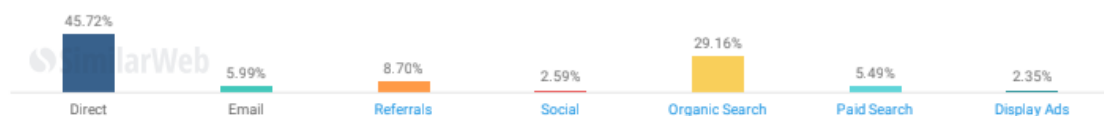


Kazakhstan	94.19%	↑ 0.75%
United States	1.67%	↓ 51.08%
Romania	1.21%	↓ 75.52%
Russia	0.75%	↓ 6.85%
Sweden	0.41%	↓ 93.1%

Marketing Channels

Channels Overview

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only



Social

Social Traffic

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only



12. факт

<https://deal.by/>

Широкие функциональные возможности для осуществления продаж в интернете • Возможность создать интернет-магазин • Удобный и простой в пользовании «Личный кабинет» сайта • Возможность выбрать доменное имя, настроить дизайн, указать наличие товаров, управлять заказами

Огромные возможности рубрикатора портала. Отображение Ваших товаров и услуг не только на самом сайте, а и в соответствующих рубриках портала. Выдача Ваших товаров при поиске по portalу

Товарные информеры. Товарный информер — это реклама ваших товаров и услуг в категориях каталога. Товарные информеры в целевых рубриках — узнаваемость + повышение доверия. Информеры отображаются в результатах поиска по конкретному запросу

Geography

Top 5 Countries

Oct 2018 - Dec 2018, Desktop Only

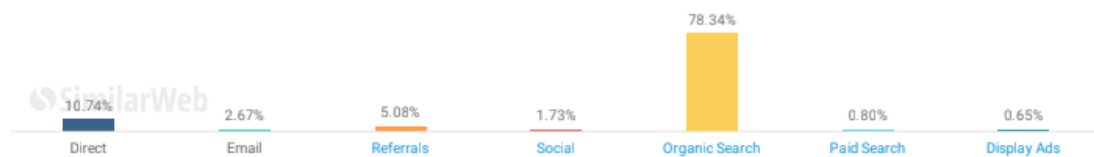


Belarus	90.55%	↓ 1.52%
Russia	4.26%	↓ 9.41%
Ukraine	2.12%	↓ 4.04%
United States	0.31%	↓ 18.39%
Kazakhstan	0.30%	↓ 16.22%

Marketing Channels

Channels Overview

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only



Social

Social Traffic

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only



Display Advertising

Display Ad Network

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only



Criteo	56.20%
Yandex Direct	34.09%
Google Display Netw...	9.16%
Gemius	0.28%
Outbrain	0.08%
Others	0.18%

Top Publishers

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only

mail.ru	23.03%	↑ 30.88%
yandex.by	9.55%	↑ 102.88%
ok.ru	8.05%	↑ 2.24%
youtube.com	4.78%	↑ 187.61%
yandex.ru	3.48%	↓ 90.83%

13. факт

<https://catalog.onliner.by/>

Geography

Top 5 Countries

Oct 2018 - Dec 2018, Desktop Only



Belarus	91.76%	↑ 10.64%
Russia	2.94%	↑ 2.59%
Ukraine	1.02%	↓ 1.64%
United States	0.52%	↓ 7.78%
Poland	0.48%	↓ 18.42%

Marketing Channels

Channels Overview

Oct 2018 - Dec 2018, Worldwide Desktop Only



Social

Social Traffic ⓘ

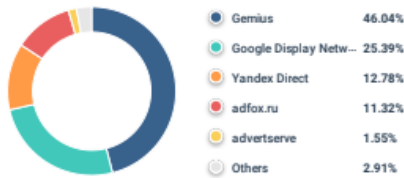
Oct 2018 - Dec 2018, 🌐 Worldwide 🖥 Desktop Only



Display Advertising

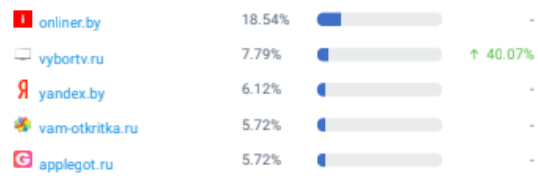
Display Ad Network ⓘ

Oct 2018 - Dec 2018, 🌐 Worldwide 🖥 Desktop Only



Top Publishers ⓘ

Oct 2018 - Dec 2018, 🌐 Worldwide 🖥 Desktop Only



Привлечение

В этом блоке более подробно рассмотрим структуру и формирование трафика у российских компаний, а также постараемся выяснить эту информацию по зарубежным компаниям.

Для российских компаний будем использовать сервис Spywords. Для зарубежных — Semrush.

Поисковый трафик SEO

один из основных способов привлечение посетителей сайт

Платная реклама

используется в основном на рынке СНГ и Китая. Одним из фактором разнообразия и дешевизны привлечение клиентов. Там, где преобладает google кампании ориентируются на SEO продвижение.

Размещение пакетных предложение по карточкам товаров - google merchant

Ссылки

Реферальный трафик у многих является одним основных в сочетании с seo. Привлечение трафика за счет интереса к услугам сервисам и возможным поиска нового бизнеса и расширение. Основным примером можно взять интерес в странах СНГ к новым рынкам и активными советами по работе с рынками.

Точки роста по работе с общественным мнением через размещение интересных статей в СМИ в специализирующихся сообществах и форумах, может оказать одним из действующих каналов привлечение интереса и трафика.

SMM

- У компаний, которые ориентируются на масс-маркет — больше людей в ВК
- У компаний, которые ориентируются на высокий сегмент — больше людей в FB
- В целом социальные сети у компаний имеют маленькое вовлечение, эффекта от такого SMM будет мало

E-mail рассылки

E - mail привлечение присутствует у 90% конкурентов, большая часть на возврат и оставивших в корзине товаров, но также на нескольких площадках ответы на

запросы проходят не всегда в онлайн режиме, e-mail остается одним из основных способов общения.

Так же одним из ярких примеров можно рассмотреть опыт <https://supl.biz/> площадка ориентируется на создание и рассылки коммерческих предложений. Почтовая рассылка обладает высокой конверсией закрытия сделок.

Выводы по привлечению

- На основе опыта зарубежных конкурентов можно сказать, что SEO — хороший канал привлечения трафика, который может приносить 35-40% трафика на сайт. Ядра у российских компаний проработаны, но есть много уникальных запросов. Тщательная проработка SEO ядра — точка роста.
- Контекстная реклама — проверенный источник привлечения трафика у конкурентов в странах СНГ. Привлечение зарубежных представителей через контекстную рекламу может оказаться затратным.
- Статьи в популярных изданиях, например, RBK и тематических форумах, например MMGP, где находится наша ЦА — хороший и проверенный источник привлечения трафика, который активно используют российские и зарубежные конкуренты
- Тип контента в социальных сетях зарубежных конкурентов сильно отличается — делается упор на видеоконтент и увеличение экспертности участников. Возможно, это более верный подход к контенту в социальных сетях, так как количество участников. Можно проследить, что Ютуб чаще всего становится источником переходов. В российских маркетплейсах преобладает vk, а в основном доля Facebook больше по зарубежным компаниям.
- В России, Украине и Беларуси очень активно используется Instagram для привлечения новой аудитории, американские компании используют его не так активно
 - Стратегия закупки рекламы у Instagram-блогеров со схожей аудиторией показывает более качественные результаты, так как с пользователем получается больше касаний

SWOT анализ конкурентов

Alibaba - маркетплейс Китай

Сильные стороны	Слабые стороны
• Мультиязычность • Интеграция с Aliexpress • Защита сделок • Узнаваемость бренда	• Опаздывающая доставка и нестабильные поставки товаров • Большое количество посредников • Товары преимущественно из Китая
Возможности	Угрозы
• Логистические расширение • Увеличение ассортимента	• Задержки на таможни • Некачественный товар

made-in-china.com - маркетплейс Китай

Сильные стороны	Слабые стороны
• Мультиязычность • Большой выбор товарной группы	• Наличие мошенников по отзывам • Не удобная обратная связь
Возможности	Угрозы
• Большие заказы • Доработка дизайна сайта	• Нет возможности проверить продавца

indiamart.com - маркетплейс Индия

Сильные стороны	Слабые стороны
• Отдел продаж (колл центр) • Подбор поставщиков из Индии • Низкие цены	• обязательный заполнение формы для просмотра сайта • общение через телефон или скайп • нет русского
Возможности	Угрозы
• Расширение дружелюбности для стран СНГ • Поставщики только на маркетплейсе	• Авансовые платежи • Сложности с логистикой

all.biz - маркетплейс СНГ

Сильные стороны	Слабые стороны
Платформа хороша для дорогих товаров	- Русский и английский язык сайта - Производителям сложно рекламироваться
Возможности	Угрозы
- Расширение оптовых продаж для стран СНГ - Модерация кампании - Карточки магазинов со всем товарам - Анализ возможных покупателей	Отсутствие помощи в продаже товаров

supl.biz - маркетплейс СНГ

Сильные стороны	Слабые стороны
100% доступ к заказам - Доступ к контактам заказчиков - Приоритет в получении заказов - Интеграция с CRM-системой - Приоритетный показ в списке компаний	- Плохая визуализация товаров - Наличие посредников - Не удобное общение с поставщиком - большая часть рынка - Россия
Возможности	Угрозы
Купить малые партии	- Организация со своими сайтами - верстка сайта - Мобильные приложения

europages.co.uk - маркетплейс Еврозона

Сильные стороны	Слабые стороны
- Современный дизайн - Удобство поиска товара - Быстрая регистрация - Мультиязычность - Добавление видео и презентаций	Нет информации, как взаимодействовать между странами
Возможности	Угрозы
- Тегирование по Категориям - Большой рынок	- Проверка поставщика - Быстрая презентация и условия

• Качественный товар • Мультиязычная служба заботы	работы
---	--------

blizko.ru - маркет плейс Россия

Сильные стороны	Слабые стороны
• Быстрый старт онлайн-продаж • Выгрузки каталогом • Показывает всех ближайших поставщиков по городу	• Работа на B2C и B2B • Большой поток посредников • Мало преимуществ по ценам
Возможности	Угрозы
• Добавление мобильного приложения	• Модерация • Отсутствие наличия

Общие выводы

Советы по привлечению, позиционированию и продукту

Делать сайт с широким семантическим ядром, Seo - самый большой канал привлечение клиентов у конкурентов и является основным источником трафика.

Каждый регион обладает своими интересными факторами и условиями интереса, со стороны, как и покупателей, так и продавцов.

В странах СНГ - Для большой доли привлечения трафика служит поисковые сервисы яндекса и mail.ru рекламные каналы отличаются от зарубежных небольшой ценой.

Ошибкой будет указание в карточки продавца основного сайта, так как продавец больше вкладывает в создание собственного сайта больше усилий, следовало бы подчеркнуть важность и удобство площадки, как витрины и сервиса для заключение действительно выгодной сделки. Blizko.ru - основным из преимуществ сделал создание интернет магазина, где не нужно давать рекламу, но в целях больше выгоды запустил на площадку множество посредников, где сложно регулировать честность ценоформирования и достоверной модерации на наличии и выполнение договоренности между покупателем и продавцом.

All.biz - создали витрину кампаний, где удобней найти производителя, а не сервис, где можно было бы найти товар и заключить по нему сделку.

Из плюсов этого маркетплейс *создание тендеров на поставки большого и среднего объема*. (правда доступ туда лучше сделать ограниченным или частичным во избежание обхода площадки)

E-mail маркетинг остается на Российском рынке основным способ реализации крупных договоренности это подчеркивает сайт <https://supl.biz/> - он не обладает не внешним интерфейсом, небольшим функционалом. Его трафик 313 357 пользователя при 19% вхождений с рассылок и 32% прямых вхождений.

<https://www.europages.co.uk/> - сделали упор на внешнее представление продавца на сайте, видеокарточку, pdf презентации, индивидуальное оформление страницы (похожую на страницу в фейсбуке). *Визуально цена уже не самый главный фактор поиска товара*.

Индия - интересный фактор, *заключение сделок происходит в телефонном разговоре*. <https://www.indiamart.com/> - одним из основных на своем сайте сделали сбор телефонов. Без указания номера просмотр каталога затрудняется. *Они используют команду колл центра для лидогенерации*. Площадка ориентируется на собственный рынок через поисковики, а также на этнических выходцах в странах Великобритании и США, поэтому основной язык сайта английский.

ЕС - есть один очень интересный фактор, которые показывает сайт <https://www.ec21.com/> его доля трафика расположена не в странах ЕС, а таких как Китай, Индия, Вьетнам, США и Турция. Упор сайта выполнен на размещение спроса в ЕС и тендеров.

Китай - берет низкой ценой. Здесь трафик со всего мира в поисках выгодных предложений. *Зачастую поисковые запросы уже включают "в Китае", поэтому маркетплейс made-in-china составляет конкуренцию по трафику так же активному на рынке рекламы alibaba.com*. Удобен логистикой, сервис нацелен на улучшение взаимодействий общений, так как существует риск большой риск мошенничества пользуется спросом гарантия сделки.

Среди социальных сетей в СНГ рост трафика идет через инстаграм, что не замечен в других странах.

Самый заметной сетью является YouTube, на втором месте Facebook, но в большей доли трафика социальная активность мала в среднем 2%

Стоит обратить внимание на турецкий регион. Во многих площадках он составляет большую долю трафика.