

КУПИ СЛОНА!

Особенности маркетплейсов для
разных сегментов продаж



Николай Кочубеев, No Logo Studio

#1

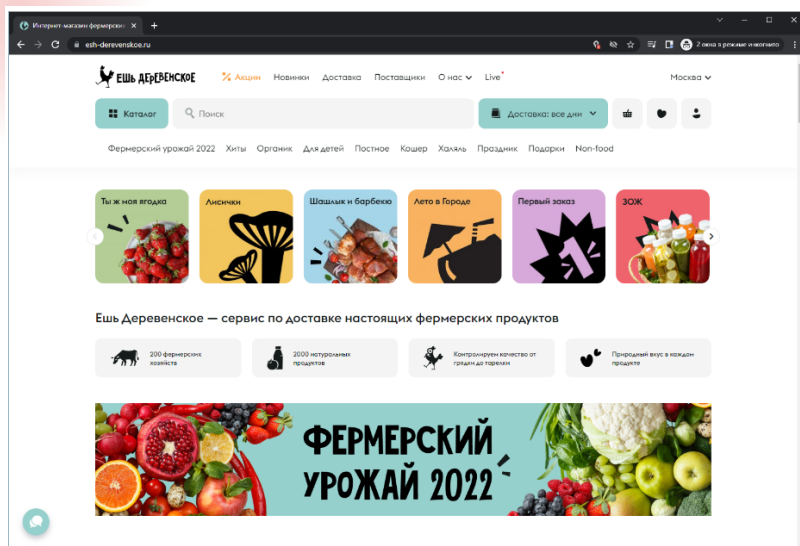
«АНАЛИЗИРУЙ ЭТО!»

Изучаем маркетплейсы конкурентов, выявляем общие паттерны, определяем ЦА

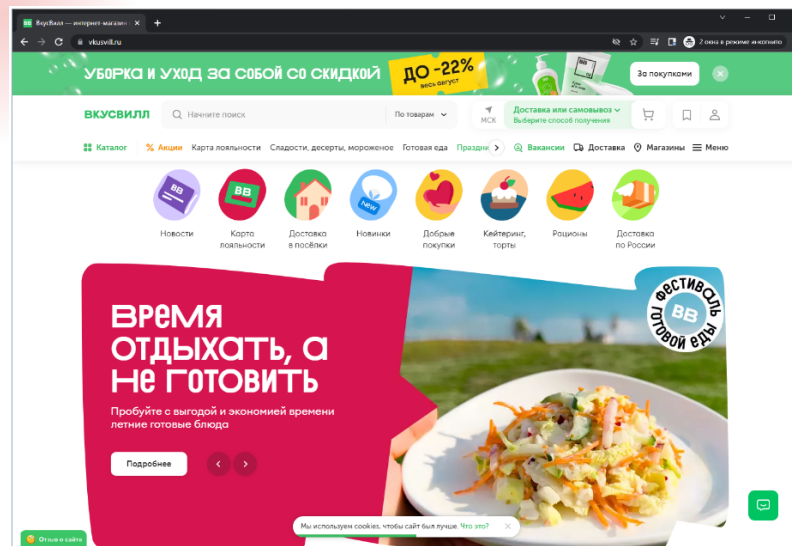
Например, необходимо разработать маркетплейс фермерских продуктов питания.

Изучаем маркетплейсы ведущих брендов данной тематики на российском рынке.

Ешь деревенское



Вкусвилл



А также: Своё Родное, M2 Shop, Деликатеска.ру и др.

*В связи с несколько размытой спецификой данной области, анализируем также монобрендовые интернет-магазины.

#1

«АНАЛИЗИРУЙ ЭТО!»

Изучаем маркетплейсы конкурентов, выявляем общие паттерны, определяем ЦА

ОБЩИЕ ПАТТЕРНЫ:

1. Минимализм в оформлении.
2. Постановочные фотографии с живыми моделями.
3. Яркие полноэкранные баннеры.
4. Фильтры, отображающие контент без перезагрузки страницы.
5. Возможность выбрать товар разного веса и объема.
6. Адаптивность под мобильные устройства.

ИНТЕРЕСНЫЕ ФИШКИ:

1. Продуктовые корзины.
2. Сочетающиеся продукты.
3. Онлайн-подбор продуктов.
4. Подарочные карты.
5. Накопительные бонусы.
6. Сезонные акции.

#1

«АНАЛИЗИРУЙ ЭТО!»

Изучаем маркетинговые площадки конкурентов, выявляем общие паттерны, определяем ЦА

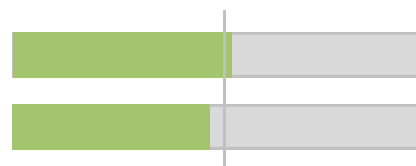
УСРЕДНЕННЫЙ ПОРТРЕТ ЦА

Пол

Мужской

Женский

ОПРЕДЕЛЯЕМ ИЗ ОТКРЫТЫХ ИСТОЧНИКОВ (ALEXA, SPYFU)



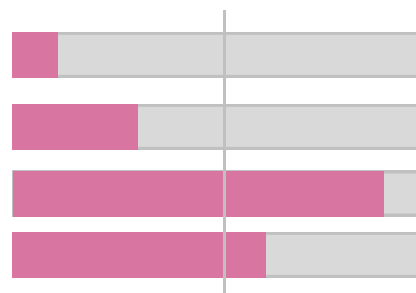
Образование

Без образования

Среднее

Неоконченное высшее

Высшее

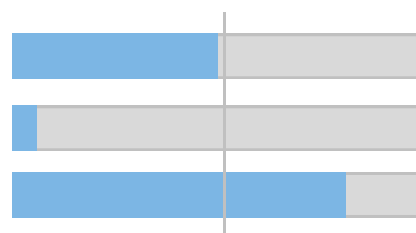


Расположение

Дом

Учебное заведение

Работа



#2

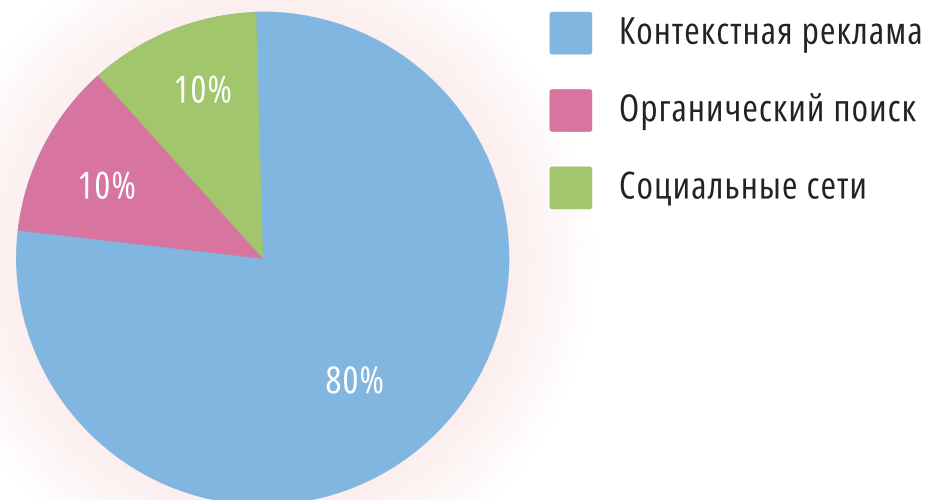
«КУПИ СЛОНА!»

Продумываем рекламную составляющую: как мы будем продавать

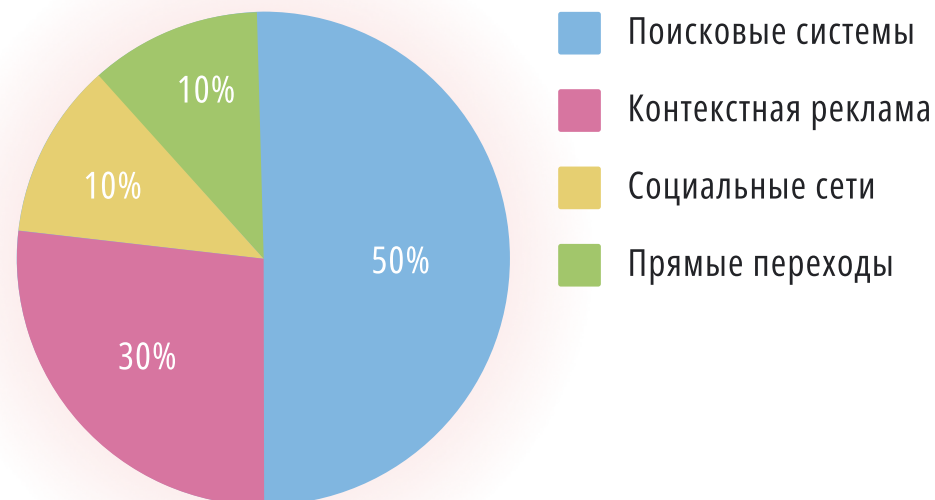
1. Продумываем с заказчиком начальный / спустя некоторое время целевой трафик, например:
 - запуск проекта в продакшн — 5000 уникальных посетителей в день.
 - спустя 6 месяцев с начала работы сайта — 50 000 уникальных посетителей в день.

2. Продумываем источники трафика:

ЗАПУСК ИМ В ПРОДАКШН



СПУСТЯ 6 МЕСЯЦЕВ



3. Разрабатываем рекламную кампанию, в частности — делаем семантическое ядро, на основе которого разрабатываем структуру каталога.

#2

«КУПИ СЛОНА!»

Продумываем рекламную составляющую: как мы будем продавать

4. Определяем иные возможные источники трафика.

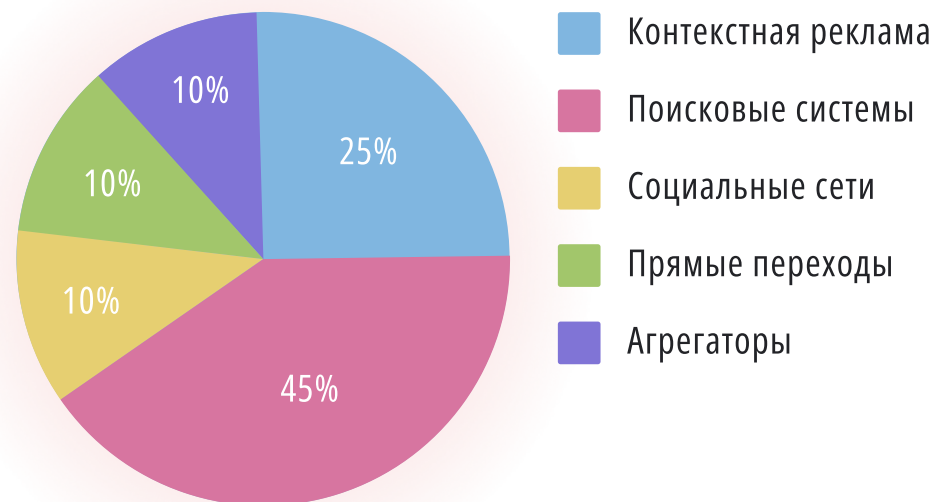
Для фермерских продуктов это:

- специализированные агрегаторы (eda.yandex.ru/retail/moscow)*
- общие агрегаторы (ozon.ru/category/supermarket-25000)*
- статьи журналистского качества на тематических ресурсах
- реклама у популярных блогеров
- вирусные видеоролики.

* Однозначно работающие пункты

5. Корректируем диаграмму:

СПУСТЯ 6 МЕСЯЦЕВ

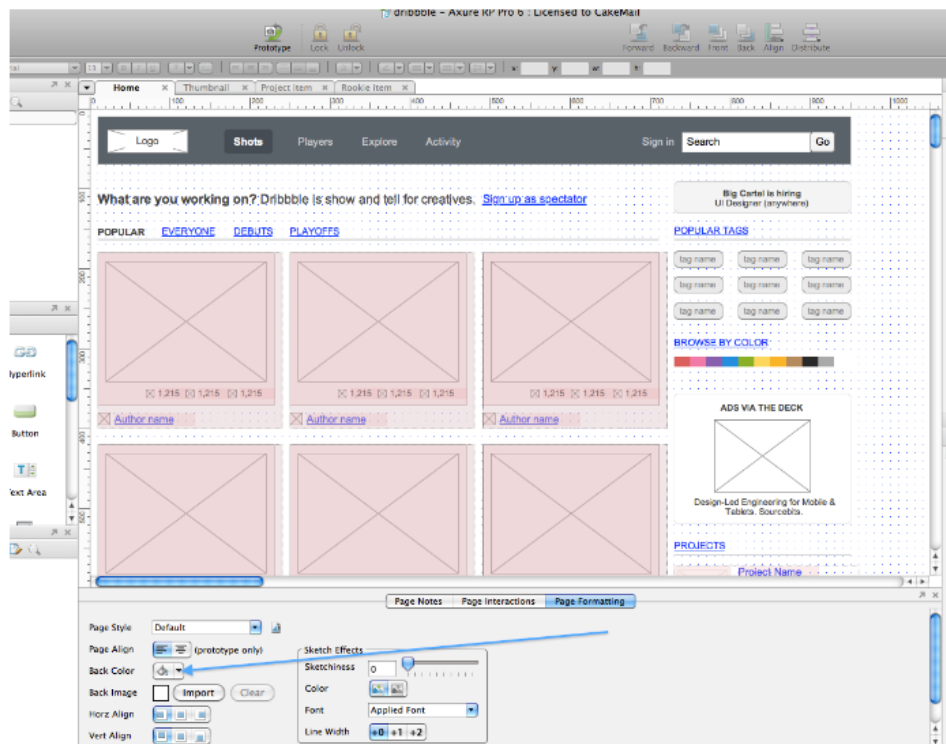


#3

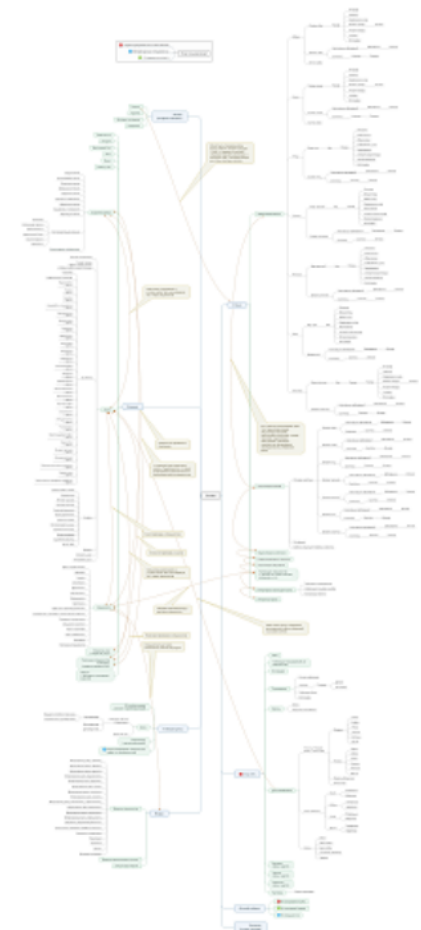
«ВСЕ ЛЮДИ — ВИЗУАЛЫ»

О важности структурного и функционального проектирования / UI

1. Структура каталога маркетплейса — определяется согласованным семантическим ядром.
2. Общая структура маркетплейса — визуализируется в виде карты ума.
3. Функциональное проектирование маркетплейса (UX) — осуществляется в среде Axure.



Работа в Axure RP



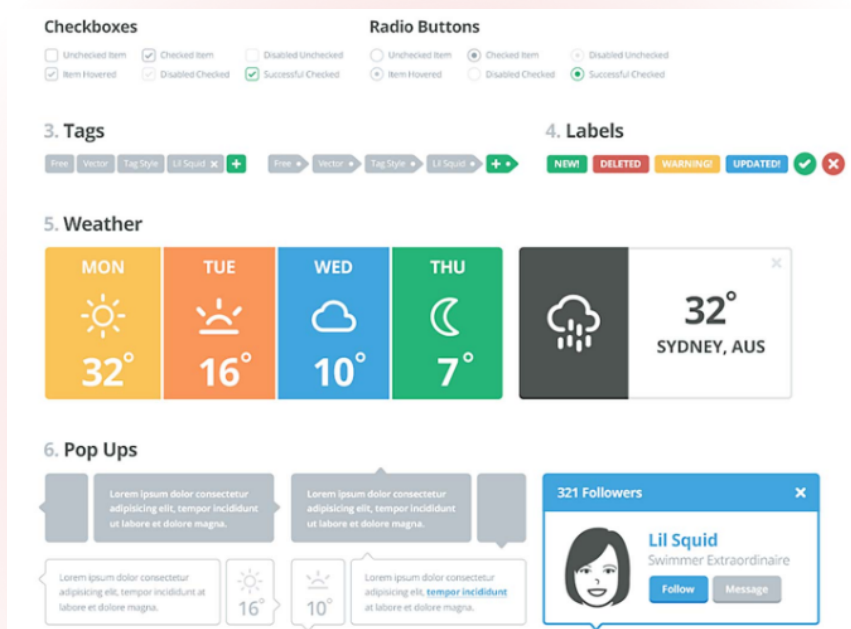
Пример карты ума

#3

«ВСЕ ЛЮДИ — ВИЗУАЛЫ»

О важности структурного и функционального проектирования / UI

4. Если у заказчика есть маркетплейс / есть предмет для обсуждения — проводится юзабилити-анализ ИМ заказчика.
5. Техническое задание — является технологическим документом, необходимым для согласования с технической службой заказчика.
6. С учетом согласованного концепта — UI-проектирование, готовится UI kit.
7. При реализации / доработках магазина — проводится АВ-тестирование альтернативных согласованным визуальными решений.



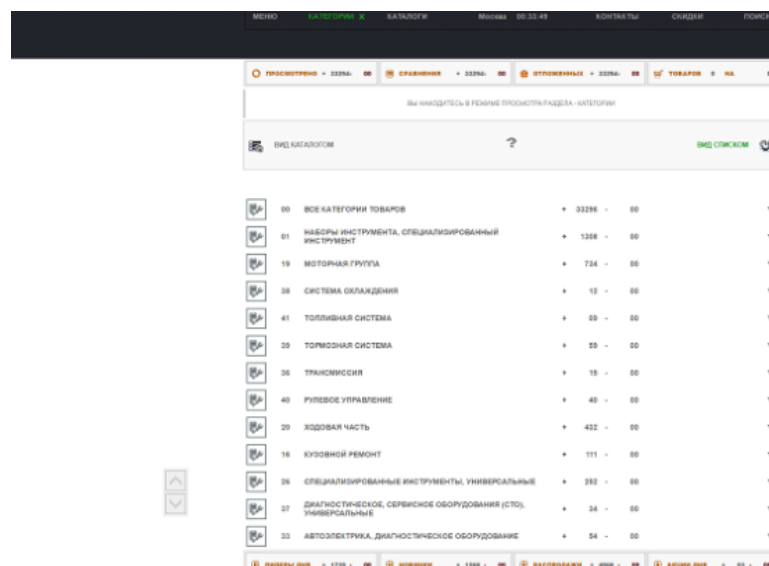
Пример UI kit

#4

ВАУ-ФАКТОР

И другие важные особенности современного дизайна в digital

«Изобретать велосипеды» в наше непростое время — трудозатратно и вредно!



The screenshot shows a web application interface for an online store. At the top, there is a navigation bar with links for 'МЕНЮ', 'КАТАЛОГ', 'МОНТАЖ', 'КОМПЛЕКТЫ', 'СЕРВИС', and 'ПОИСК'. Below the navigation bar, there are several tabs: 'ПРОСМОТРЕНО + 33296', 'СРАВНЕНИЕ + 33296', 'ОТЛОЖЕННЫЕ + 33296', and 'ТОВАРЫ + 0'. The main content area displays a list of categories for motorcycle parts. Each category is represented by a small icon, a number, and a text description. The categories are:

Категория	Количество товаров
00 ВСЕ КАТЕГОРИИ ТОВАРОВ	33296
01 НАБОРЫ ИНСТРУМЕНТА, СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ИНСТРУМЕНТ	1328
19 МОТОРНАЯ ГРУППА	724
38 СИСТЕМА ОКЛАЖДЕНИЯ	12
41 ТОПЛИВНАЯ СИСТЕМА	59
29 ТОРМОЗНАЯ СИСТЕМА	59
36 ТРАНСМИССИЯ	15
40 РУЛЕВОЕ УПРАВЛЕНИЕ	40
20 ХОДОВАЯ ЧАСТЬ	422
16 КУЗОВНОЙ РЕМОНТ	111
36 СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ, УНИВЕРСАЛЬНЫЕ	282
37 ДИАГНОСТИЧЕСКОЕ, СЕРВИСНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ (СТО), УНИВЕРСАЛЬНЫЕ	34
33 АВТОЭЛЕКТРИКА, ДИАГНОСТИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ	54

Интернет-магазин одного из наших заказчиков демонстрирует, как бывает, если очень хочется изобрести.

В условиях строго определенного трендами внешнего вида ИМ остается несколько инструментов эффективной визуальной подачи.

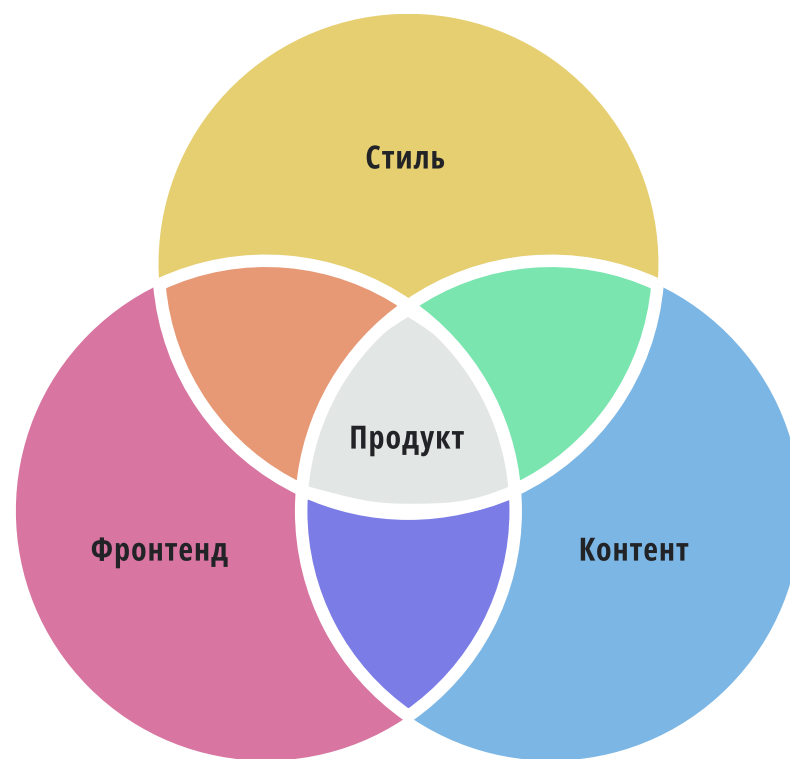
#4

ВАУ-ФАКТОР

И другие важные особенности современного дизайна в digital

Инструменты для визуального представления:

1. Фирменный стиль.
2. Уникальные фотографии хорошего качества, яркие баннеры.
3. Продуманная идеально работающая аниматика.




#5

ЭТО ДОЛЖНО РАБОТАТЬ

Как мы делаем магазины на CMS Bitrix

«1С-Битрикс: Управление сайтом» — профессиональная система управления веб-проектами, универсальный программный продукт для создания, поддержки и успешного развития интернет-магазинов.

Возможности CMS Bitrix редакции «Бизнес» (минимальна для маркетплейсов | рекомендуемые — Интернет-магазин + CRM / Enterprise):

- организовать документооборот для поэтапного редактирования материалов перед публикацией на сайте;
 - хранить историю изменений информации;
 - загружать на сайт и обновлять каталоги товаров в формате XML (CommerceML) из «1С» или других программ;
 - выполнять импорт-экспорт данных каталога в формате Excel;
 - управлять оптовыми, дилерскими, розничными и другими типами цен;
 - распределять права доступа покупателей к ценам каталога;
 - управлять скидками и наценками;
 - установить зависимость цены от зоны доставки;
 - принимать и обрабатывать заказы;
 - настроить интерфейс для оплаты заказа через обычные и электронные платежные системы.
- 

#5

ЭТО ДОЛЖНО РАБОТАТЬ

Как мы делаем магазины на CMS Bitrix

Bazar Delivery

маркетплейс фермерских
продуктов

www.bazar-delivery.ru

*Экспертизы — аналитика,
прототипирование, дизайн,
фронтенд-программирование, бэкенд-
программирование, наполнение.*

Tiki Tomi

маркетплейс детских
игрушек

www.tiki-tomi.ru

*Экспертизы — аналитика,
прототипирование, дизайн,
фронтенд-программирование, бэкенд-
программирование.*

Kids Mall

маркетплейс детской
одежды

www.kids-mall.ru

*Экспертизы — аналитика,
прототипирование, дизайн,
фронтенд-программирование, бэкенд-
программирование.*

СПАСИБО!

Николай Кочубеев, No Logo Studio