

## Маркетинговые исследования: Анализ ОТЗЫВОВ



[amzpix.com](http://amzpix.com)  
[sdproject.pro](http://sdproject.pro)  
[profitpalms.com](http://profitpalms.com)



[facebook.com/AmzPix](https://facebook.com/AmzPix)  
[facebook.com/groups/AmzPix](https://facebook.com/groups/AmzPix)



[piskun.victor@gmail.com](mailto:piskun.victor@gmail.com)

tel., viber, whatsapp, telegram:  
+7 904 870 43 27

skype: piskun.victor

# Виктор Пискун

Директор студии  
продвижения товаров  
на Amazon, Ozon,  
Wildberries, ЯМ и других  
маркетплейсах

- 4 года опыта торговли на Amazon
- 3 года работы студии
- 730 оптимизированных листингов



### На этом вебинаре мы рассмотрим:

- Что такое анализ ниши и целевой аудитории и зачем они нужны;
- Какие бывают виды анализов;
- Какие проблемы продавцов; решают Анализа ниши и целевой аудитории;
- Как правильно делать анализ отзывов;
- Пошаговая инструкция;
- Создание отчета по анализу отзывов
- Выводы и решения по результатам анализа.



# Для кого этот урок

## Наша аудитория



- ❑ Это вебинар для тех, кто выводит новый товар на Amazon, Ozon или Wildberries или хочет увеличить продажи имеющегося
- ❑ Маркетологи и копирайтеры, которые работают над продвижением товаров на маркетплейсах;
- ❑ Владельцы и инвесторы бизнеса интернет-торговли.



# Функции маркетинга

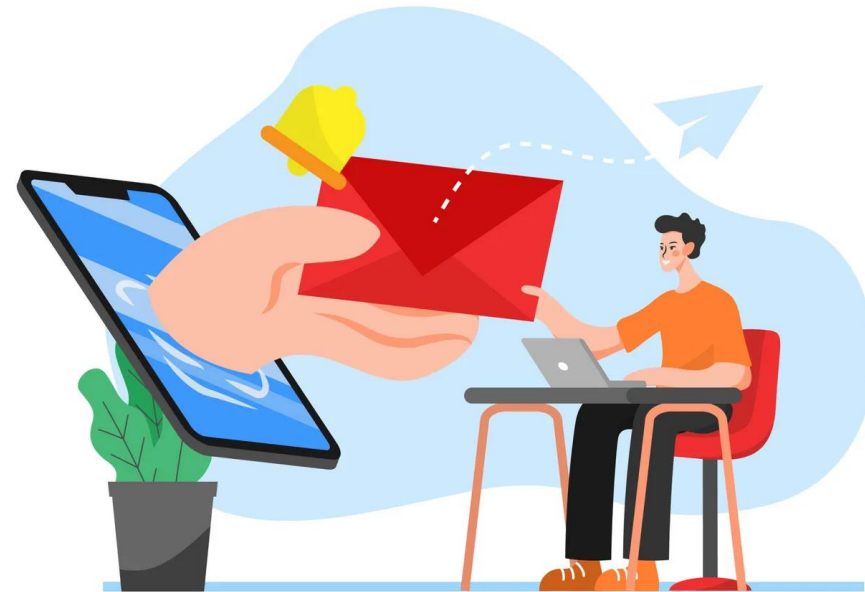
## 1. Аналитическая.

Анализ рынка – его текущее состояние, конкурентов и потребностей аудитории. Сбор, обработка, систематизация и анализ данных помогают увидеть объективную картину текущей ситуации, принять более качественные решения, правильно определить стратегии, методы, выбрать используемые инструменты.



### Детальное исследование рынка, глубокий анализ предпочтений клиентов:

1. Анализ рынка – спрос и предложения, текущая ситуация, тренды (ресерч).
2. **Анализ целевой аудитории – ее потребности, «боли», признаки, особенности (анализ ниши, товара, отзывов).**
3. Анализ конкурентов – цены, ассортимент, определение сильных и слабых сторон, разработка стратегий по «обгону» лидеров, «отстроиться» от конкурентов (комплекс мероприятий по производству товара, созданию фото, текста, подготовке рекламной стратегии).



# Типы анализа ниши и ЦА

**Основа продаж на маркетплейсах -  
доверие к товару, отзывы  
покупателей и рейтинг товара**

1. Первичный, общий анализ
2. Анализ негативных отзывов
3. Расширенный анализ  
отзывов
4. Комплексный анализ  
(Расширенный анализ  
отзывов на маркетплейсах +  
анализ обзоров, рейтингов,  
блогов и т.д.)



# Цель исследования

1. Анализ **соответствия товара ожиданиям клиента**.  
*«Что искал/хотел покупатель? А что нашел?»*
2. Определение **фокуса внимания** потребителя. *Что важно тому, кто будет пользоваться товаром*
3. Создание **рекомендаций**:
  - а) по **улучшению самого товара**
  - б) по **улучшению страницы товара** (описание товара, тематика фото, вопросы-ответы по товару, ответы на отзывы, прочее)
  - в) выбор **слов и выражений**, отражающих видение товара покупателями + коллекция отзывов, которые можно цитировать при необходимости





## Основные разделы

1. Сбор данных о конкурентах
2. Создание набора отзывов для анализа
3. Сбор и систематизация данных (заполнение таблиц)
4. Анализ целевой аудитории
5. Анализ продукта
6. Расчет количественных показателей
7. Ответы на важные вопросы
8. Сбор первичного семантического ядра
9. Составление отчета
10. Выводы и рекомендации.

# Список конкурентов

### 1. Список подобных товаров (список конкурентов)

При определении списка товаров для анализа отзывов нужно руководствоваться следующими критериями:

- товар должен быть похожего вида,
- названия товара,
- количества штук в упаковке.

*(Например, нужен анализ товара - ласты для плавания, для взрослых, по 1 штуки в упаковке, производитель Китай)*

Конкуренты:

1. Лидеры продаж (3-5 конкурентов)
2. Крепкие середнячки (3-5 конкурентов)
3. Новички - на первой странице с маленьким количеством отзывов (3-5 конкурентов)

# BSR (Best Seller Rank)

Рейтинг количества продаж. Чем меньше числовой показатель bsr, тем лучше продается товар. У абсолютного лидера BSR = 1.

**Лидеры продаж** - находятся на первой странице по основным ключевым запросам BSR меньше 10 000. Необходимо убедиться, что товар соответствует запросу и наибольшим количеством отзывов.

**Крепкие середнячки** - находятся на первой странице по основным ключевым запросам. Неплохо продаются - BSR - 10 000-50 000

**Новички** - находятся на первой странице по основным ключевым запросам, но с маленьким количеством отзывов



### 2. Подбор отзывов для анализа

По возможности необходимо собрать порядка 2-3 тысяч отзывов

*В первую очередь читаем и анализируем все негативные отзывы по каждому отдельному товару.*

Заносим в таблицу:

- положительные и отрицательные технические характеристики товара;
- целевую аудиторию (кто покупает, зачем, для кого);
- определяем о чем больше всего говорят покупатели (и соответственно читают потенциальные покупатели)
- как часто упоминают, например качество товара или вид, размер, неисправность, брак, запах, вкус (если это еда) какой товар на ощупь и т. д.

# Заполнение таблиц

## 3. Сбор первичных данных

По мере ознакомления с каждым отзывом заполняем ВСЕ таблицы, для которых есть информация. Слова записывать на английском, без изменений.

После того, как таблицы заполнены, необходимо проверить, насколько системно записаны данные ( например Shape (...), quality (...)).

Таблица должна легко читаться и быть понятной.





Суммируем количество упоминаний по каждому качеству товара, выводы оформляем наглядно в виде графиков и круговых диаграмм.

При отзывах ниже 5 звезд количество упоминаний умножаем в зависимости от количества звезд отзыва:

4\* - на 2, 3\* - на 3, 2\* - на 4, 1\* - на 5

*Например, “в кроссовках порвалась подошва.” Отзыв одна звезда. В таблицу запишем надежность подошвы (порвалась) (5 условных баллов)*



Таким образом, чем меньше звезд на какую-то отдельную характеристику, тем больше ее условный вес в круговой диаграмме.

# Сбор первичного семантического ядра

Анализ отзывов также является инструментом для сбора первичного семантического ядра для вашего товара. Вы можете использовать различные программы для поиска ключевых фраз, Вы можете использовать тайтлы конкурентов, но именно в отзывах Вы найдете то, как люди называют Ваш товар, какие определения и прилагательные используют для его описания.

### Характеристики товара

Анализируя отзывы вы углубляетесь в тему, начинаете лучше понимать язык покупателей вашего товара, т.е. происходит личное общение с покупателем на его языке, например, мы можем встретить профессиональные термины или, наоборот, разговорные, сленговые выражения описывающие свойства и характеристики товара. Использование подобных слов в описании товара может повысить доверие к нему, выделить Вас на фоне конкурентов и, тем самым увеличить продажи.

Также, не стоит забывать и про эпонимы - переход названия какого-либо бренда в название самого товара, как например использование слова Kleenex для названия одноразовых бумажных платков или бренда Speedo для названия пляжных плавок определенного фасона. Подобный феномен легко обнаружить в живой речи, но при обычном анализе поисковых запросов его легко не заметить.

# Важные вопросы

## Вопросы, на которые должны ответить в ходе исследования

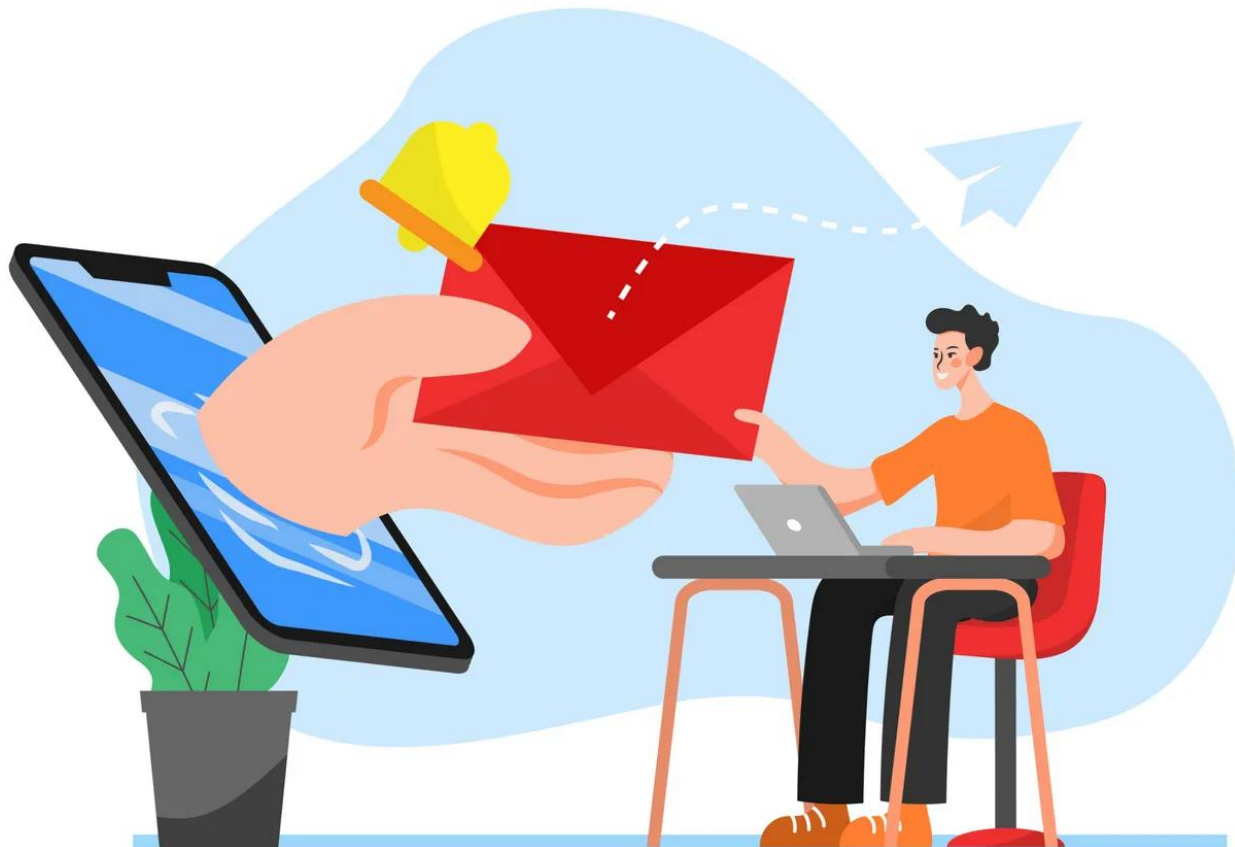


Выводы и ответы на вопросы дополнять диаграммами чтобы было наглядно видно, на основании чего сделан вывод

- Какую проблему решает продукт? Реальную проблему/предотвращает угрозу чего-то?
- С каким товаром сравнивают? В чью пользу
- Соответствие цена-качество?
- Качество сервиса (письма, ответы на вопросы, рассылки, другое – что из этого упоминается)
- Вероятность следующей покупки
- Бонусы при покупке (что именно – например, электронные книги в подарок). Упоминаются ли их качество.
- Есть ли яркие речевые обороты, неожиданные сравнения, обыгрывается ли название бренда? Их цитируем без изменений
- Как покупатели находят товар. Совет/реклама/

## Выводы и рекомендации

- Как изобразить использование продукта?...
- На чем нужно акцентировать внимание?...
- В какой обстановке нужно изображать продукт?...
- Можно ли использовать продукт как подарок? В каком виде и кому дарить?...



# Выводы и рекомендации

- Целевая аудитория
- С каким другим продуктом покупается?
- К какому типу относится продукт и на какой сегмент ориентирован?
- Покупатель хочет быть таким как и все или хочет выделиться?
- В какой части пирамиды Маслоу этот продукт закрывает потребности?





# Выводы и рекомендации

- Что можно улучшить в продукте, чтобы он больше понравился покупателям?
- На что нужно обратить внимание при контроле качества произведенной партии?
- Что можно добавить в комплект?



# Примеры отзывов

## На что обратить внимание

<https://www.amazon.com/dp/B0833Q94C5/>



James

★☆☆☆☆ **Don't buy these - Clips fall off easily**

Reviewed in the United States on March 18, 2021

Color: Purple | Size: Large/Extra Large | **Verified Purchase**

I really wanted to like these. I bought them for a snorkeling trip to Hawaii. I sat down on a ledge to put on the flippers and while putting them on, the clip just came off, fell into the water, and disappeared from view. Couldn't find it. So angry. Don't buy them.

Для чего покупают? - Для поездки на Гавайи с целью подводного плавания  
С какими проблемами столкнулись? – защёлка отвалилась и уплыла – ненадёжная конструкция



RDB

★★★★★ **Great Fins for Snorkeling**

Reviewed in the United States on May 14, 2020

Color: Purple | Size: Large/Extra Large | **Verified Purchase**

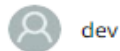
My husband and I took a cruise from Florida to California through the Panama Canal. With a lot of stops in tropical locations, I wanted to bring my own fins so I could snorkel without having to rent. These fins fit well, were easy to carry from the ship to the beach and were lightweight and compact. I will definitely take these with me the next time we visit a beach location.

Какую проблему решает? - Не нужно брать в аренду на месте отдыха  
На что обращают внимание? – Хорошо сидят, удобно переносить

# Примеры отзывов

## На что обратить внимание

<https://www.amazon.com/dp/B073QH5F65/>



dev

☆☆☆☆☆ I bought this for my wife for our Hawaii trip ...

Reviewed in the United States on May 8, 2018

Color: Blue | Size: S/M (Adult US Size 4.5-8.5) | **Verified Purchase**

I bought this for my wife for our Hawaii trip. The adjustable strap came off during the first use while snorkeling. We weren't able to find the strap as it got washed away. Expected it to last more than one use.

Кому покупают? - Жене для совместного отдыха на Гавайях  
С какими проблемами столкнулись? – ремешок оторвался при первом использовании



L.W.

☆☆☆☆☆ Great snorkel fins for traveling

Reviewed in the United States on March 13, 2021

Color: Black | Size: S/M (Adult US Size 4.5-8.5) | **Verified Purchase**

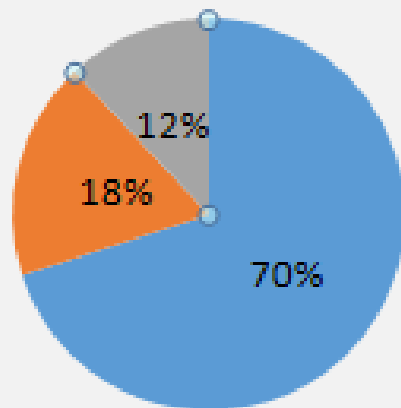
I bought these fins for snorkeling, to replace some larger scuba style fins. I needed something smaller and less bulky for traveling to beach vacations. These are excellent. They fit easily in a carry-on size suitcase. The foot pockets are soft and roomy enough to wear barefoot or with a neoprene type bootie. I have narrow feet, so have to crank the straps down when I go barefoot, but it's still perfectly comfortable for a snorkel outing. They provide enough power and reduce the amount of fatigue you get when using scuba fins. These fit the bill perfectly for my snorkeling needs. I also bought the comparable style of BPS fins and they are exactly the same fin, except for their branding. I kept both, one for me and one for my husband.

Для чего покупают? - Путешествия на пляж  
Какие преимущества выделяют? – Достаточная сила отталкивания, меньше усталости

## Выводы. ЦА

Выявить, обработать, рассчитать и наглядно показать кто наши покупатели:

Целевая аудитория

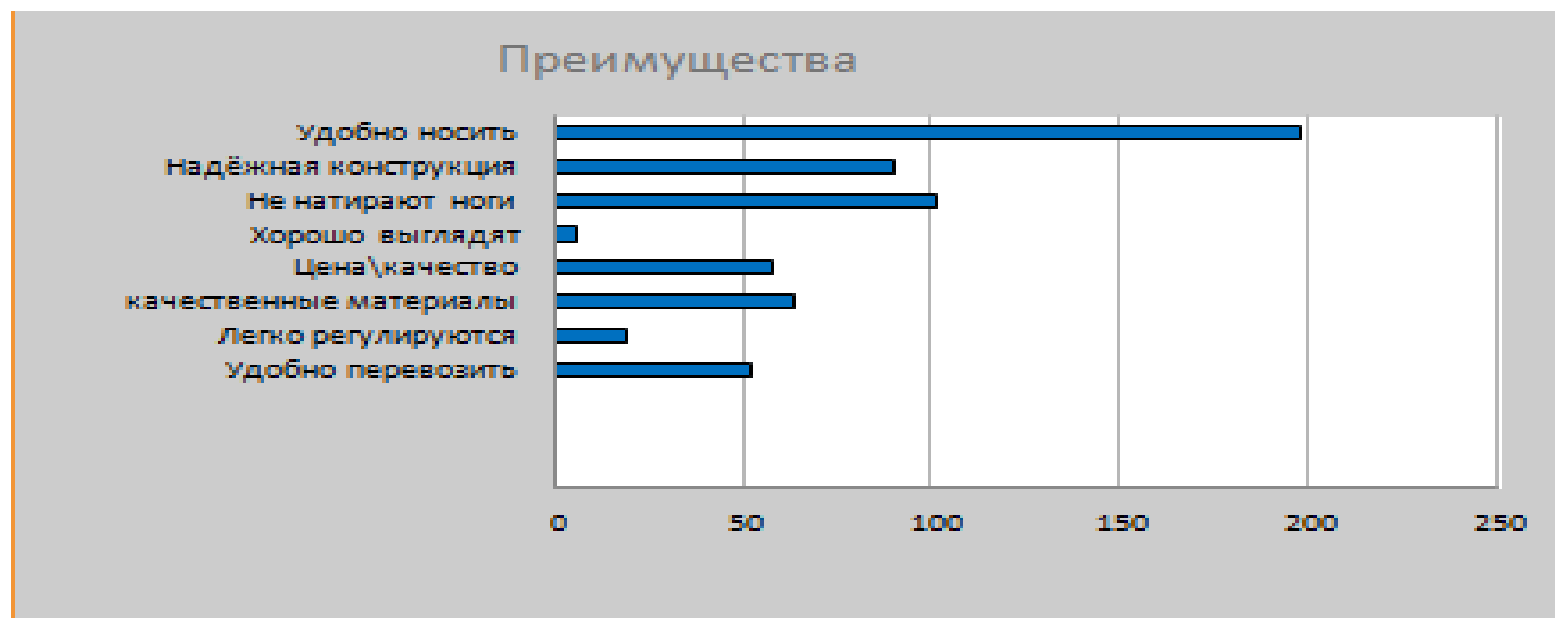


- Мужчины и женщины 20-35 увлекающиеся различными видами плавания
- Мужчины и женщины 30-40, дети занимаются плаванием
- Владельцы бассейнов, обучающих центров и т.д. Сдают в аренду или предоставляют для обучения

- Кто покупает
- Цель покупки
- Применение
- Сезонность
- Для кого покупает (подарок)

## Выводы. Позитивные

Наглядная демонстрация того, на что обращают внимание при покупке

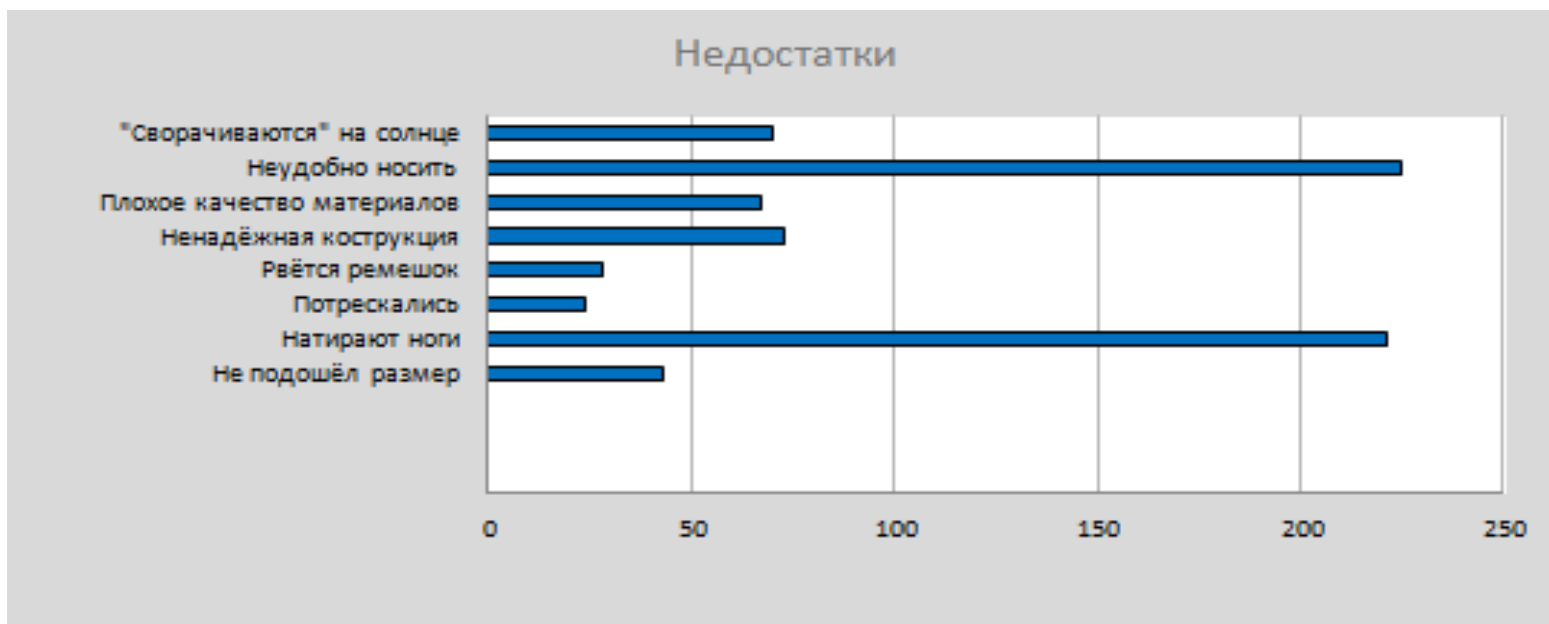


Преимущества	Отзыв
Удобно носить	fins fit great (1*4, 2*1, 3*4, 4*22, 5*75)
Надёжная конструкция	Looks sturdy (1*3, 2*3, 3*1, 4*11, 5*28)
Не натирают ноги	Without any pain or blisters. (1*1, 2*2, 3*5, 4*20, 5*28)
Хорошо выглядят	good looking flippers ( 4*1, 5*3)
Цена\качество	Good fins for the price (3*2, 4*9, 5*28)
качественные материалы	Material and constructions are great (4*7, 5*16)
Легко регулируются	Adjusting them is so easy (4*3, 5*7)
Удобно перевозить	Fit in luggage well. (5*15)



# Выводы. Негативные

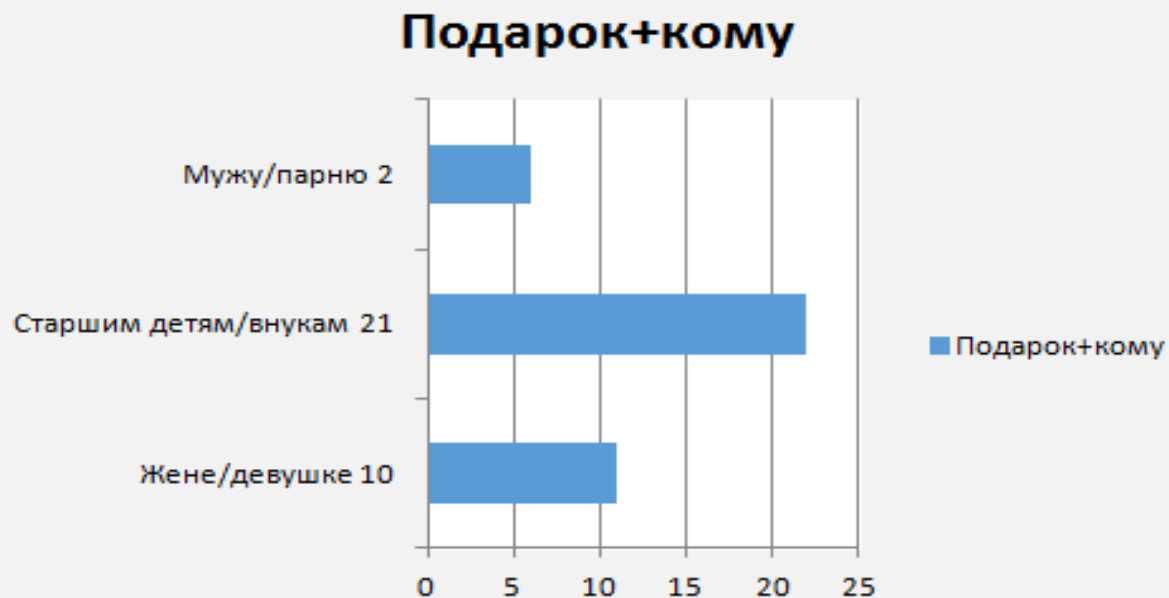
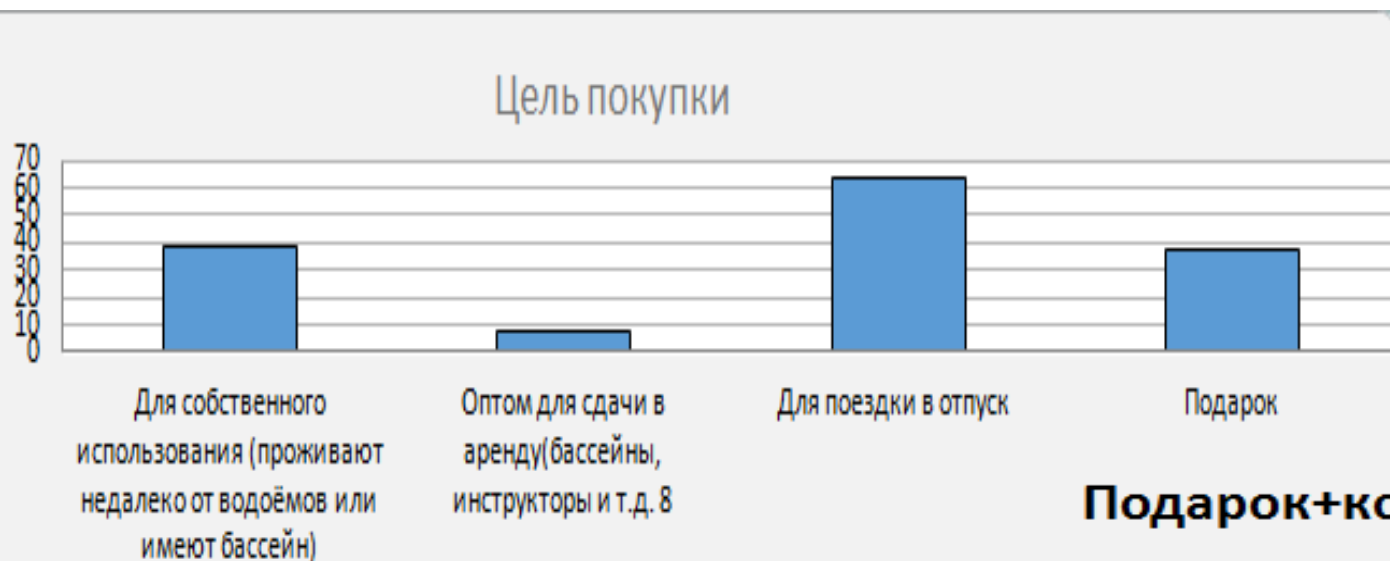
Наглядная демонстрация того, чего опасаются при покупке



Недостатки	Отзыв
"Сворачиваются" на солнце	Flippers began to wrap (1*22, 2*19, 3*12, 4*8)
Неудобно носить	very uncomfortable and painful to wear. (1*8, 2*5, 3*2,4*2)
Плохое качество материалов	Bad quality, brittle plastic (1*7)
Ненадёжная конструкция	The flippers are terrible, the clip fell off after 1 use (1*10, 2*2, 3*5)
Рвётся ремешок	on the first use the strap broke (1*4, 2*2)
Потрескались	both fins cracked (1*1, 2*1)
Натирают ноги	causes a great deal of pain (1*20, 2*12, 3*15, 4*11, 5*6)
Не подошёл размер	My foot could barely fit the length. (1*10, 2*4, 3*1)

# Выводы. Для чего покупают.

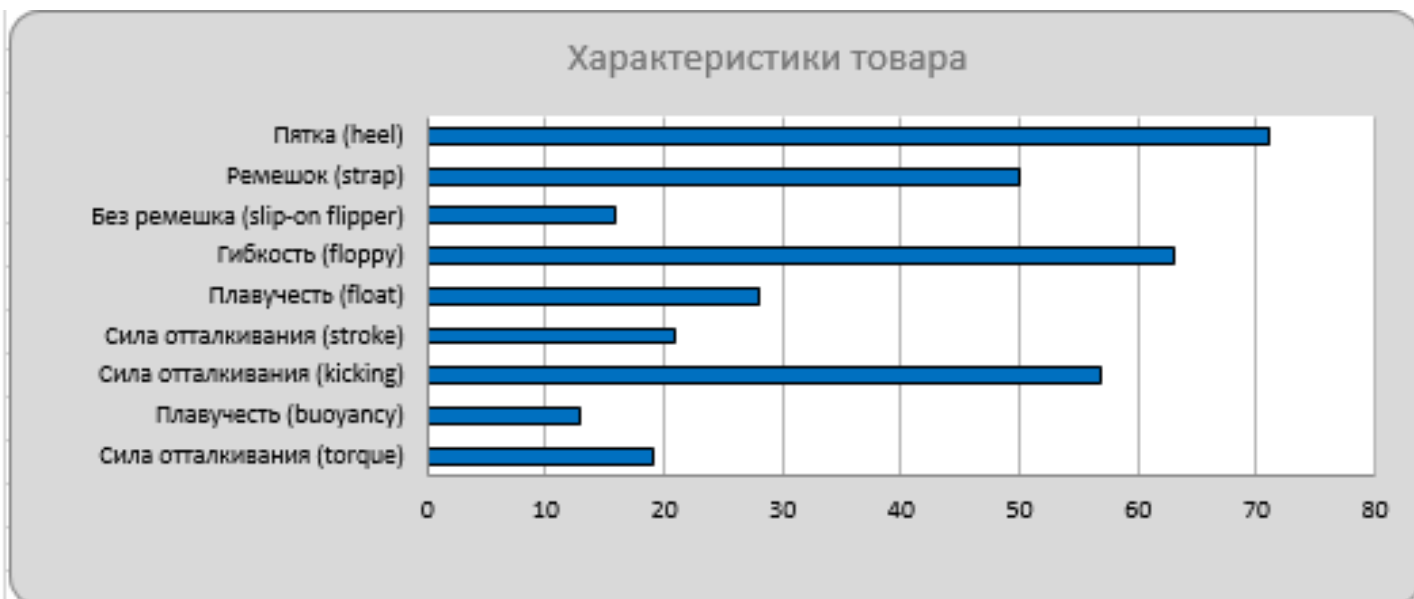
Наглядная демонстрация для кого и для чего покупают



Первичное семантическое ядро



Название товара	Отзыв
snorkel fins	The snorkel fins fit great (1*5, 2*3, 3*7, 4*12, 5*10)
floating fins	floating fins felt uncomfortable (1*2, 2*4, 3*2, 4*10, 5*1)
swimming fins	bought these swimming fins for (1*5, 2*4, 3*1, 4*18, 5*2)
fins	the fins should fit tight (1*6, 2*10, 3*4, 4*7, 5*23)
swim fins	only downside of these swim fins (2*5, 4*6, 5*4)
flippers	swimming a lot and she loves flippers (1*3, 3*5, 4*6, 5*1)
slip-on flippers	Good slip-on flipper for the price (3*4, 4*3, 5*10)
rubber fins	long rubber fins are a requirement (2*3, 4*2, 5*3)
long fins	the long fins work better as well (1*3, 3*2, 4*5)



Характеристики товара	Отзыв
Пятка (heel)	END OF HEEL (2*10, 3*5, 4*3)
Ремешок (strap)	where the back strap was too tight (1* 4, 2*5, 3*2, 4*2)
Без ремешка (slip-on flipper)	slip-on flipper (3*4, 5*4)
Гибкость (floppy)	They are a bit floppy but I (1*7, 2*4, 3*4)
Плавучесть (float)	The ones I received DO NOT FLOAT (1*4, 2*2)
Сила отталкивания (stroke)	I can't get the full stroke of my legs (1*1, 2*3, 4*2)
Сила отталкивания (kicking)	to get proper kicking (1*8, 2*2, 3*1, 5*6)
Плавучесть (buoyancy)	They do eventually float, but the buoyancy is not great (2*1,
Сила отталкивания (torque)	They have less torque which is better (1*3, 4*2)

### На этом вебинаре мы рассмотрим:

- Что такое анализ ниши и целевой аудитории и зачем они нужны;
- Какие бывают виды анализов;
- Какие проблемы продавцов; решают Анализа ниши и целевой аудитории;
- Как правильно делать анализ отзывов;
- Пошаговая инструкция;
- Создание отчета по анализу отзывов
- Выводы и решения по результатам анализа.

