

## Маркетинговые исследования: Анализ конкурентов



[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 конкурентов и зачем он нужен;
- Какие бывают виды анализов;
- Какие проблемы продавцов решает анализ конкурентов;
- Как правильно делать анализ конкурентов, по каким критериям;
- Инструменты, которые необходимо использовать в работе;
- Какие выводы можно сделать на основе анализа.



# Цель вебинара

- Разобрать и понять технологию анализа;
- Сравнить с тем, как Вы делаете анализ конкурентов;
- Определиться какую работу по анализу Вы можете делать сами;
- Определиться какую работу по анализу Вы можно отдать внешнему исполнителю;
- Понять, когда лучше делать самому, а когда лучше заказать у внешних исполнителей.



## 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**



# Критерии анализа конкурентов

**Много важных и полезных данных для ведения и масштабирования бизнеса мы получаем наблюдая за конкурентами и анализируя их.**

1. Количество продаж и Цены;
2. Ассортимент;
3. Какие изменения на листинги вносит конкурент (фото, текст, цена)
4. Разработка стратегий по «обгону» лидеров, «отстроиться» от конкурентов (комплекс мероприятий по производству товара, созданию фото, текста, подготовке рекламной стратегии).



# Этапы исследования

1. Составить список конкурентов;
2. Определить список критериев (показателей) для оценки;
3. Организовать работу по мониторингу конкурентов на постоянной основе (ручной, автоматический);
4. Вычислить общие тенденции по всей нише;
5. Найти, какие изменения делают конкуренты и к каким последствиям они приводят;
6. Определить сильные и слабые стороны конкурентов;
7. Внести необходимые изменения для своих товаров.



# Виды конкурентов

**Прямые конкуренты** – конкуренты, которые интересуют нас в первую очередь, поскольку являются аналогами нашего товара и максимально схожи или идентичны нашему товару.

**Косвенные конкуренты** – близкие по характеристикам к нашему товару, но по каким-то параметрам отличаются – цвет, размер, форма и т.д.



# Список конкурентов

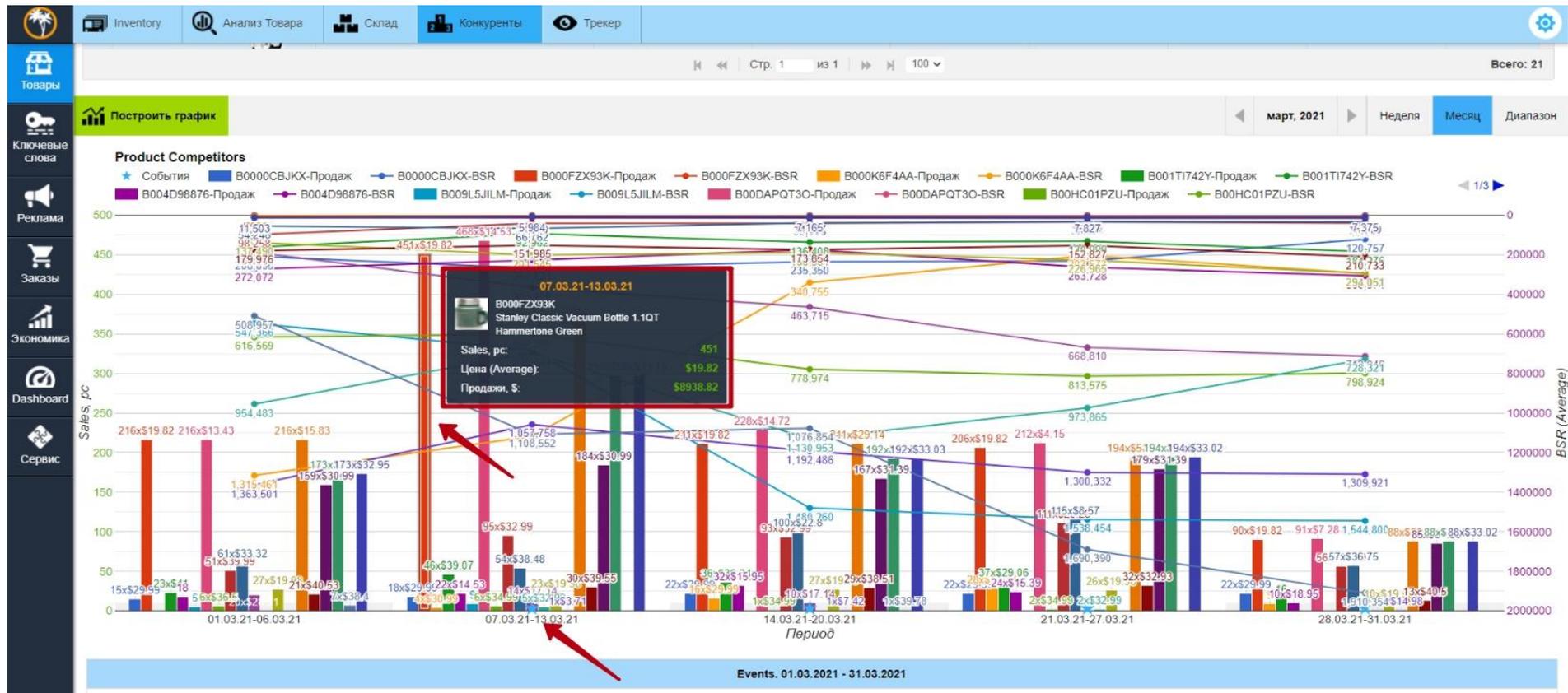
Составить список прямых и косвенных конкурентов, собрать данные в таблицу, загрузить в программу мониторинга конкурентов

| <input type="checkbox"/> | BRAND     | Наименование                                                        | ASIN       | BSR    | Цена, \$ | Продаж в день, шт. | Категория                                                                | Тип | Отслеживание             |
|--------------------------|-----------|---------------------------------------------------------------------|------------|--------|----------|--------------------|--------------------------------------------------------------------------|-----|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | zojirusni | zojirusni Stainless Bottle, 34-Ounce                                | B07KZ6JZ5F | 85320  | 0        | 9                  | Home & Kitchen > Kitchen & Dining > Travel & To-Go Drinkware > Thermoses | Все | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Thermos   | Thermos The Rock Vacuum Insulated 1 Liter Beverage                  | B0000CBJKX | 130547 | 29.99    | 6                  | Home & Kitchen > Kitchen & Dining > Travel & To-Go Drinkware > Thermoses | +   | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Thermos   | Thermos Vacuum Insulated Stainless Steel Carbonated Beverage Bottle | B01D6KDK5M | 151344 | 19.98    | 6                  | Home & Kitchen > Kitchen & Dining > Travel & To-Go Drinkware > Thermoses |     | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Stanley   | Stanley Classic Vacuum Bottle 1.4QT Hammertone Green                | B001T1742Y | 204747 | 0        | 4                  | Home & Kitchen > Kitchen & Dining > Travel & To-Go Drinkware > Thermoses |     | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Thermos   | Thermos 2510 Rock Vacuum Bottle, 1.1qt/1.0 L, Colors                | B000K6F4AA | 327147 | 30.99    | 3                  | Home & Kitchen > Kitchen & Dining > Travel & To-Go Drinkware > Thermoses | +   | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Leberna   | Leberna 34 Ounce Coffee Thermos   Large Thermal                     | B004D98876 | 533985 | 18.95    | 1                  | Home & Kitchen > Kitchen & Dining > Travel & To-Go Drinkware > Thermoses |     | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Thermos   | Thermos Stainless Steel 1.1 Quart Beverage Bottle, Gun              | B00O07W4V2 | 754763 | 0        | 0                  | Home & Kitchen > Kitchen & Dining > Travel & To-Go Drinkware > Thermoses | +   | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Thermos   | Thermos Work Series Beverage Bottle, 40-Ounce, Gunmetal Gray        | B00HC01PZU | 875213 | 53.4     | 0                  | Home & Kitchen > Kitchen & Dining > Travel & To-Go                       |     | <input type="checkbox"/> |

# Список критериев

Сбор и первичная обработка данных

Количество проданного товара и по какой цене, когда и конкурент внес изменения и какие: фото, текст, цена и т.д.



# Анализ цен

Глубокий анализ позволит выявить, как и какие изменения Ваших конкурентов на листингах влияют на продажи и отображаются на всей нише.

Анализ изменения цен конкурентов и количества продаж позволяют найти оптимальную цену, при которой соблюдается оптимальный баланс конкурентной цены и максимальной прибыли;

Данные анализ позволяет сократить время на поиск нужного уровня цены без проведения длительного А/Б тестирования.



# Анализ фото

Замена фото на листинге, изменение порядка фотографий могут оказать существенное влияние на количество посещений страницы, продажи и конверсию.

Если обновление Заглавной фотографии конкурента привела к увеличению продаж, то необходимо выяснить какие изменения на фото привели к улучшению.

Проведите такие улучшения своих фото, и обновляете на листинге

Встречаются ситуации, когда замена фото наоборот ведет к снижению ctr, конверсии и соответственно продаж, следовательно похожих картинок следует избегать на своем листинге.

# Анализ текста

Внесение изменений в тексты на страницы товара (title, bullets, description), seo-оптимизация текста

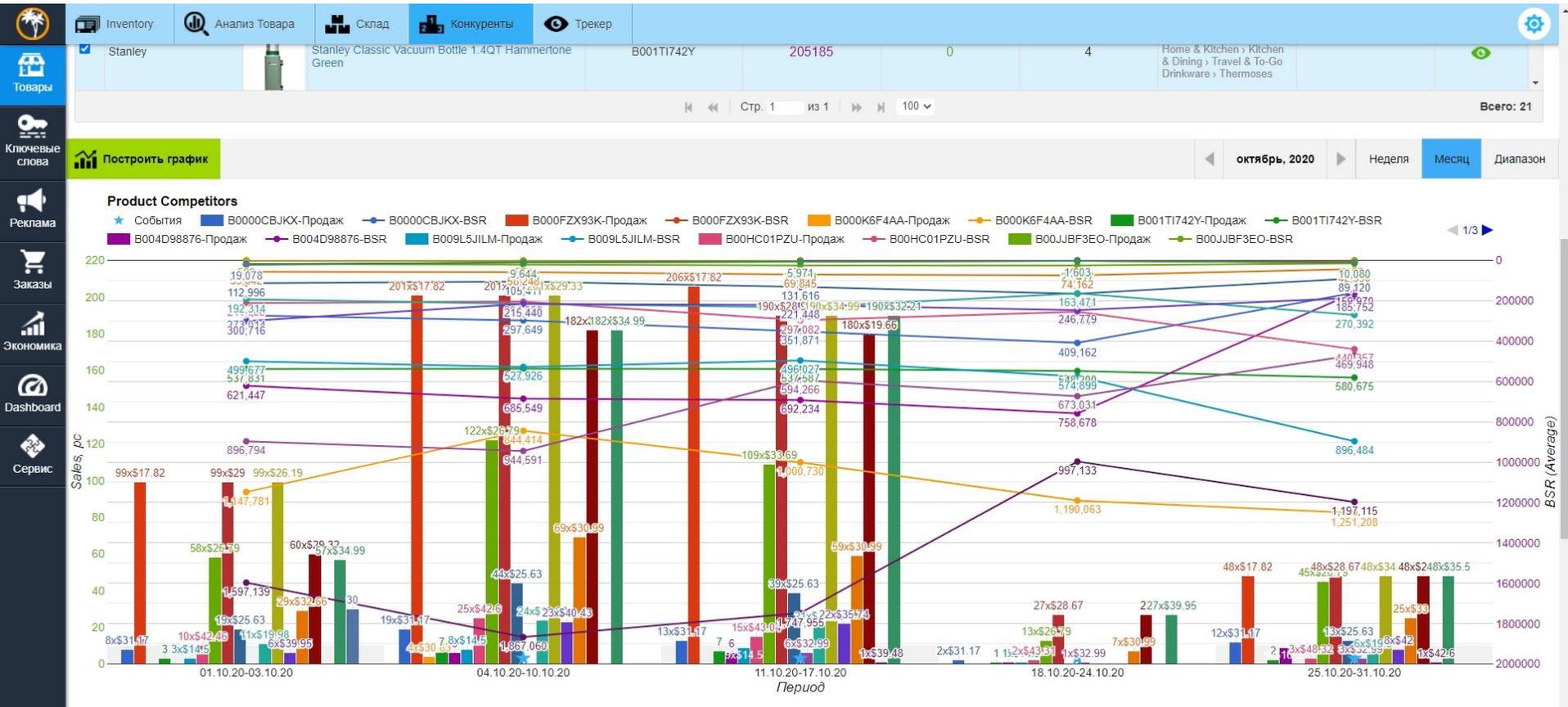
Наибольшее значение имеет title листинга.

Заголовок должен привлекать внимание потенциального покупателя и указывать на преимущества Вашего товара. Поэтому часто можем наблюдать, что после улучшения title, добавления сильных ключей увеличивают продажи.



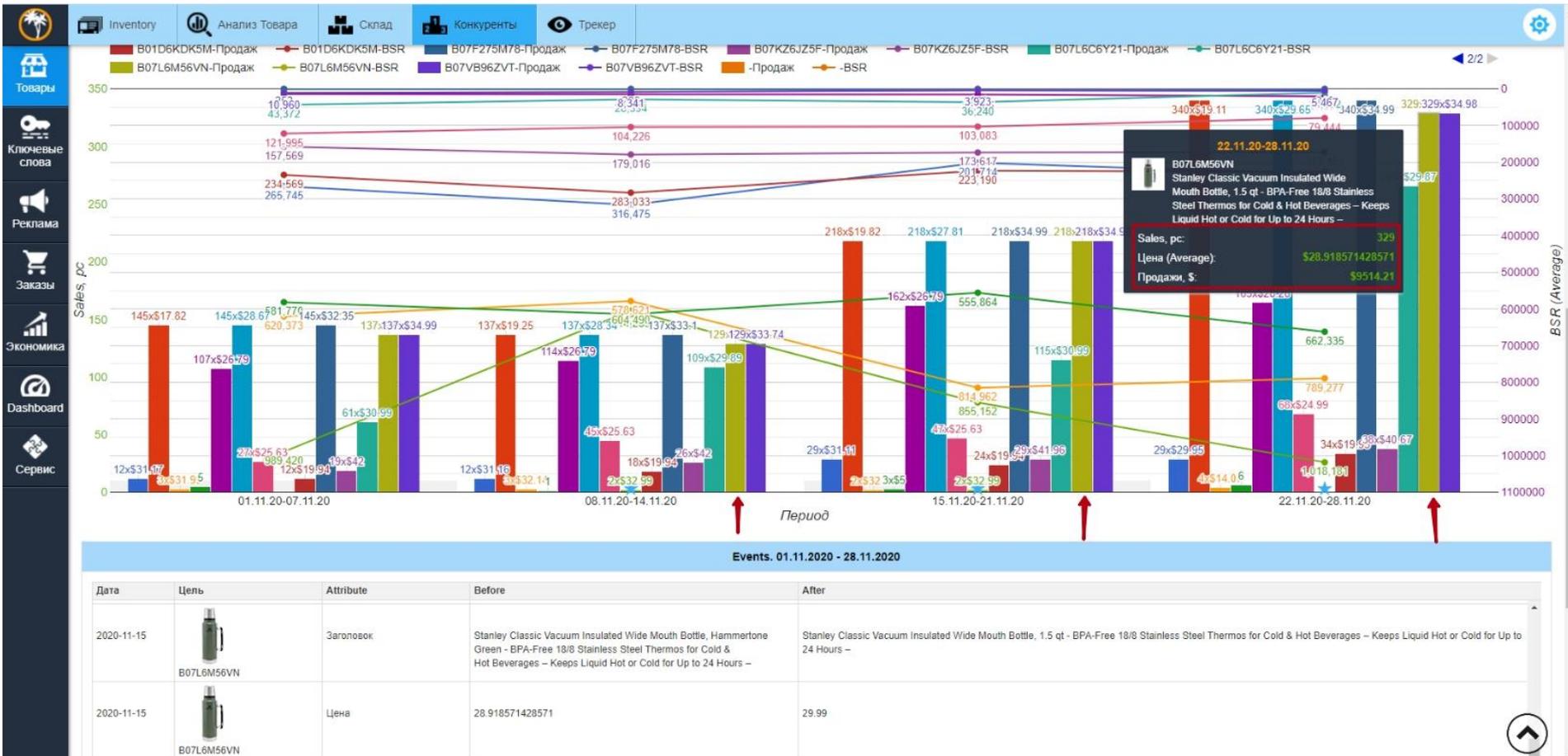
# Общие тенденции

Пример очень резкого падения продаж во всей нише по всем игрокам



# Гонка за лидером

Пример улучшений, которые привели к увеличению продаж у одного игрока



# Анализ конкурентов для увеличения продаж

Мониторинг конкурентов можно проводить на разных стадиях жизненного цикла товара:

- Перед запуском товара;
- Для увеличения продаж существующего товара.



# Мониторинг событий

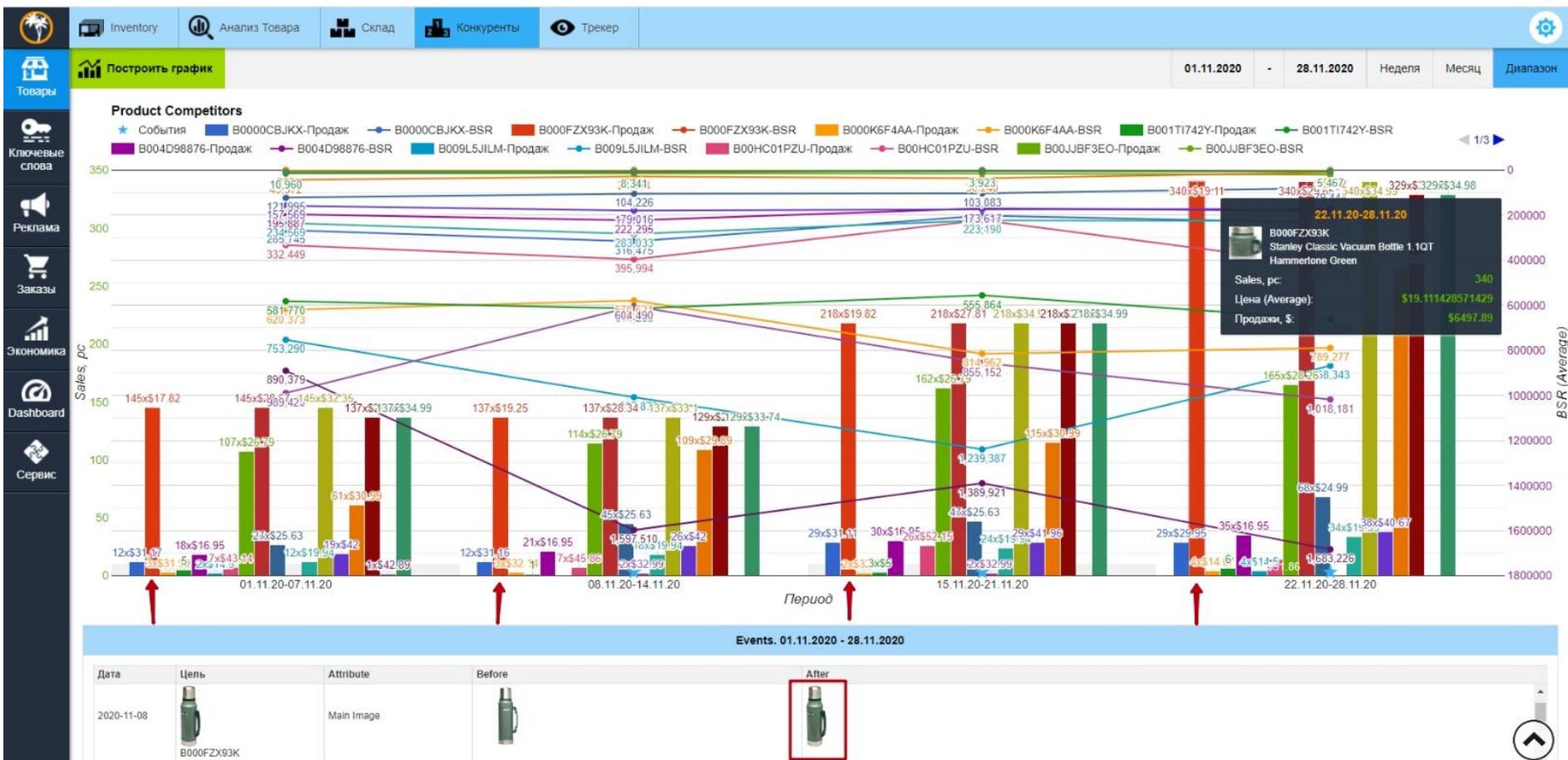
Отслеживание событий конкурентов – какие изменения и когда вносятся на листинг. Изменения цены на листинге конкурента, изменения в тексте, изменения заглавной фото товара. Эти данные собираются в таблицу, что очень удобно для отслеживания.

Events. 01.08.2020 - 26.04.2021

| Дата       | Цель                                                                                              | Attribute  | Before                                                                              | After                                                                                 |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|            | B07F275M78                                                                                        |            |                                                                                     |                                                                                       |
| 2021-02-01 | <br>B07VB96ZVT  | Цена       | 36                                                                                  | 34.60111111111111                                                                     |
| 2021-03-01 | <br>B0000СВJKX | Заголовок  | Thermos The Rock Vacuum Insulated 1 Liter Beverage Bottle, Stainless Steel          | Thermos The Rock Vacuum Insulated 1 Liter Beverage B                                  |
| 2021-03-01 | <br>B000FZX93K | Main Image |  |  |

# Результаты изменений

Изменение заглавной картинки повлияло на рост продаж. На заглавной картинке изменился ракурс, товар выглядит более реалистичным и объемным, картинка стала более продающей. Замену картинки видим на графике 08.11.2020 и наблюдается недельный рост продаж



# Анализ конкурентов перед запуском товара

На стадии выбора товара Вы можете отслеживать информацию о продажах в интересующих Вас нишах, следить за конкурентами, анализировать общие тенденции, сезонность, рост продаж, падение спроса и т.д.

Помимо базовых действий по ресерчу будут так же полезны данные по мониторингу конкурентов.

Собрав все данные, Вы понимаете насколько ниша конкурентна, какой объем продаж, есть ли скачкообразные изменения.

По результатам этих наблюдений принять решение о запуске того или иного товара. Решение будет более обоснованным, так как будет базироваться на количественных показателях и большом наборе статистических данных. Это снизит риск ошибок с выбором товара.

# Ручной и автоматический мониторинг

В ручную отслеживать большое количество конкурентов и параметров очень тяжело.

Значительное повышение эффективности наблюдается при использовании сервисов автоматического мониторинга.

Мы используем собственную разработку, веб-сервис **PROFITPALMS.COM**

Всю рутинную работу по сбору и обработке данных сервис берет на себя, а мы за считанные секунды получаем материалы в удобном формате и наглядном виде.



## ***Что делает?***

Отслеживает всех конкурентов в нише – количество продаж по каждому конкуренту, какие изменения на листинги вносит конкурент – фото, тексты, изменение цен.

## ***Зачем?***

Отслеживая всю нишу будет видна четкая картина что происходит у всех продавцов в целом и у каждого конкурента в частности.

## ***Как отображает?***

Вывод данных по всем конкурентам в виде таблиц. Отображение событий, истории изменений. Построение наглядных интерактивных графиков, на которых будут видны продажи по каждому конкуренту, BSR и история изменений.

Комплексная интерпретация графиков и таблиц (какие изменения и когда внес каждый конкурент).

Анализ причинно-следственных связей. Как изменения конкурентов повлияли на их продажи и эту информацию использовать в построении стратегии продаж товара.

## ***Что для этого нужно?***

Собрать асины конкурентов с выдачи AMAZON и в пару кликов добавить их на сайт для отслеживания.

### На этом вебинаре мы рассмотрим:

- Что такое анализ конкурентов и зачем он нужен;
- Какие бывают виды анализов;
- Какие проблемы продавцов решает анализ конкурентов;
- Как правильно делать анализ конкурентов, по каким критериям;
- Инструменты, которые необходимо использовать в работе;
- Какие выводы можно сделать на основе анализа.

