



Ecommerce Report 2018

Focus on Central & Eastern Europe

Содержание

Тенденции e-commerce рынка в Центральной и Восточной Европе

- Как растёт рынок e-commerce
- Ключевые показатели сайта
- Сколько дохода теряет сайт, если долго грузится
- Какие девайсы используются для поиска, а какие — для покупки
- Что происходит с мобильным трафиком
- Привлекать новых посетителей или удерживать существующих

Эффективность каналов привлечения

- Какие каналы генерируют больше трафика и дохода
- Конверсии каналов

Краткий анализ основных показателей e-commerce-ниш:

средний чек, средняя конверсия, показатель отказов



Данные

150



есommerce
сайтов

1,63



миллиарда
годового
оборота

1,65



миллиарда
Google Analytics
сессий

Все данные были взяты из Google Analytics крупных и средних есommerce-сайтов 13 стран Центральной и Восточной Европы.

Показатели рассчитывались как средние взвешенные (медианы), чтобы предельные значения не искажали общую картину.



электроника



автотовары



путешествия



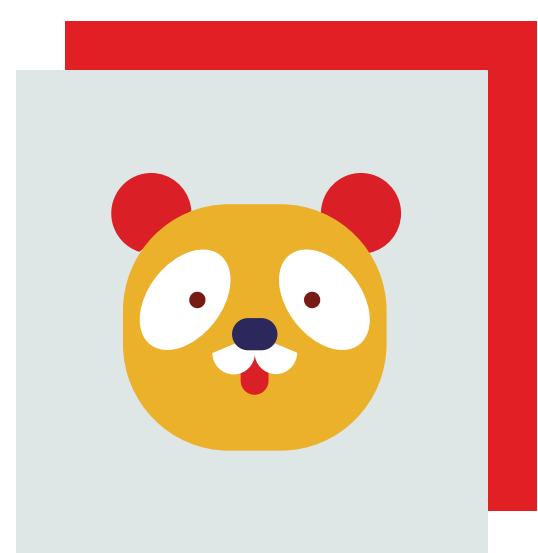
маркетплейсы



здоровье и красота



мода и стиль



товары для детей



книги



продукты



товары для дома



развлечения



Тенденции е-commerce рынка в Центральной и Восточной Европе


Ключевые показатели сайта

Время загрузки страницы, количество страниц на сеанс и показатель отказов влияют на доход онлайн-бизнеса и демонстрируют, насколько ваш сайт решает задачи пользователя. Если показатели вашего проекта ниже средних по рынку, то попытайтесь найти причины и устранить их.

Совет: применяйте покатегорийный и постраничный подход при анализе ключевых показателей. Особое внимание уделите страницам с предельными значениями: положительными и отрицательными. Это поможет узнать, как и какие страницы необходимо улучшить.

6,7  **сек.**

**время загрузки
страницы**

4 

**количество
страниц
на сеанс**

43% 

**показатель
отказов**

Сколько дохода теряет сайт, если долго грузится?

Сайты со скоростью загрузки больше 6,7 секунд продают в 9 раз меньше.

Несмотря на то, что Google настоятельно рекомендует скорость загрузки не больше 2-х секунд, средний показатель по рынку – 6,7 секунд. Заставляя пользователя ждать, вы увеличиваете число отказов и теряете деньги.

Учтите, что время загрузки сайта влияет на позиции в выдаче поисковых систем.

Совет: [по ссылке](#) вы можете бесплатно проверить скорость загрузки вашего сайта, а также получить советы по оптимизации.

Время загрузки	< 6,7 сек	> 6,7 сек
конверсии, %	1,4	0,85
транзакции, млн	50,2	5,3



Какие устройства используются для поиска, а какие — для покупки?

Хотя объем мобильного трафика опередил десктопный, пользователи почти в 2 раза больше покупают с компьютера. Это может быть связано с тем, что информацию часто ищут «на ходу» с мобильных устройств, а оформляют покупку уже из дому, с привычного ПК.

Советы: постарайтесь пройти путь пользователя (customer journey) самостоятельно – от поисковой выдачи до оплаты. Проверьте удобство оформления заказа и оплаты, а также легкость доступа к условиям покупки. Это поможет выявить места, нуждающиеся в оптимизации.

Обратите внимание на интеграцию сервисов для оплаты с мобильных устройств: Apple Pay, Google Pay, Samsung Pay и пр. Особенно если вы знаете, какими устройствами пользуется ваша аудитория. Покупка в один клик позволит упростить оформление заказа с мобильных устройств.

Транзакции, %



Доход, %



Сеансы, %



■ десктоп

■ мобильный

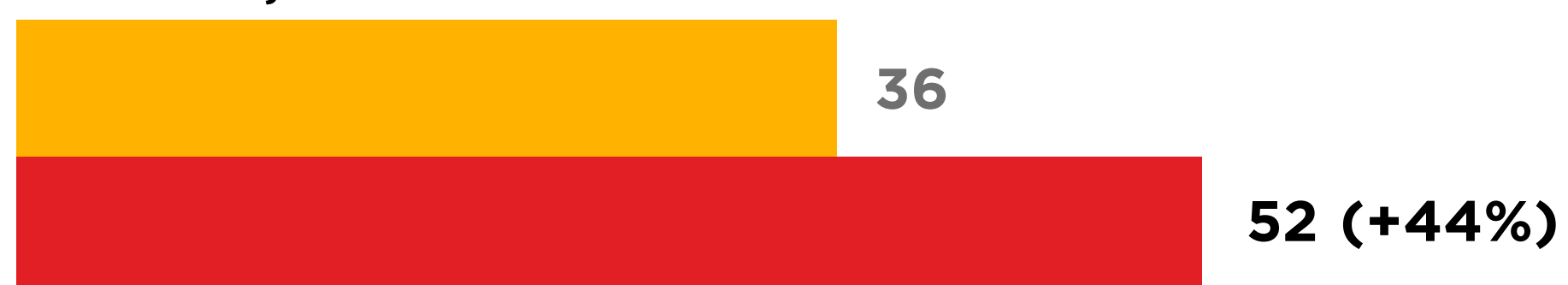


Что происходит с мобильным трафиком?

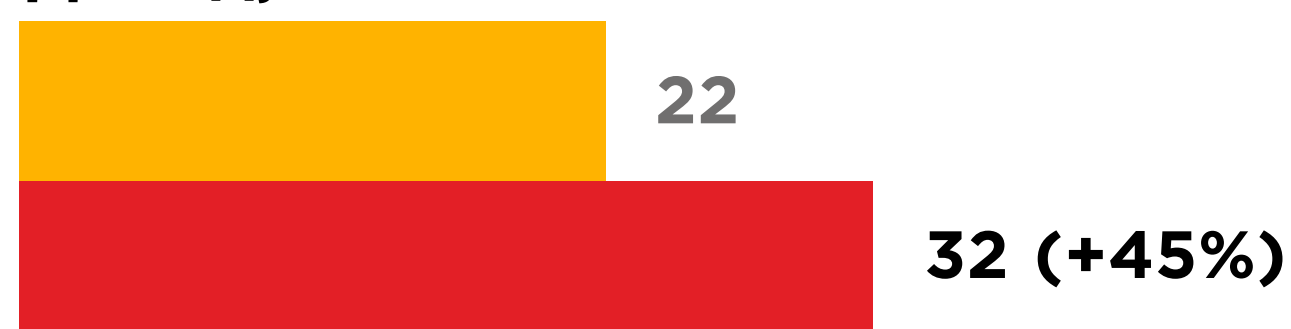
Пользователи стали еще чаще использовать мобильные устройства, чтобы искать и покупать товары. Количество сеансов и объемы доходов продолжают расти.

Однако рост некоторых показателей замедлился почти вдвое, что свидетельствует о насыщении рынка мобильными устройствами.

Сеансы, %



Доход, %

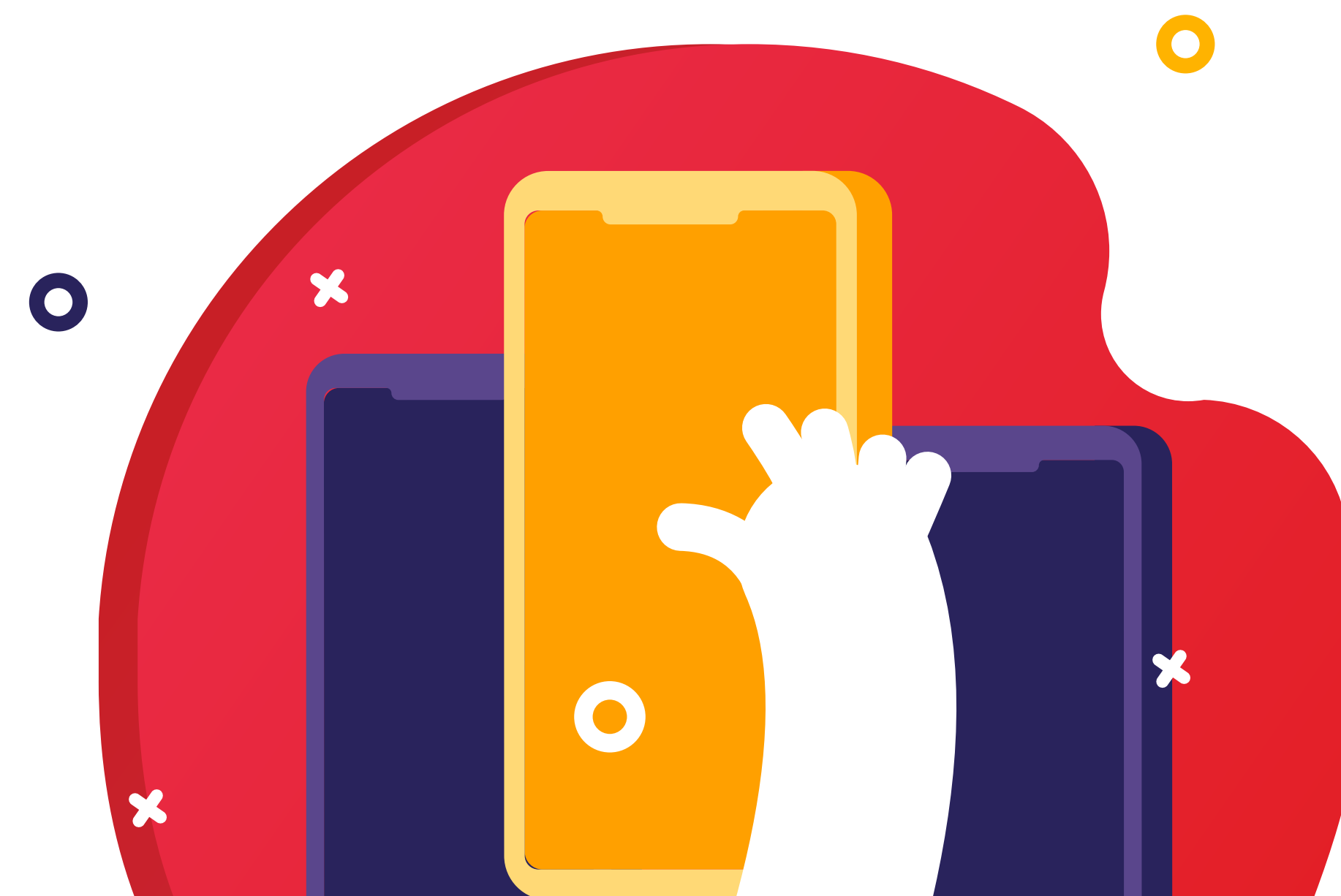


2017

2018

Советы:

1. Проверьте, оптимизирован ли ваш сайт под мобильные устройства.
2. Используйте разные визуальные и текстовые элементы для разных аудиторий, поскольку мобильная аудитория отличается от десктопной.
3. Учтите, что аудитории могут пересекаться. Используйте разные креативы, чтобы не спровоцировать баннерную слепоту у пользователей (игнорирование рекламы).



Привлечь новых посетителей или удерживать существующих?

Важность лояльных клиентов для e-commerce продолжает расти. Количество трафика, генерируемое повторными клиентами, выросло на 24% а доход – на 15%. Они приносят в 4 раза больше дохода, чем новые, и им намного легче продавать. Не стоит забывать, что новые клиенты «стоят» дороже, ведь на их привлечение приходится дополнительно тратить ресурсы.

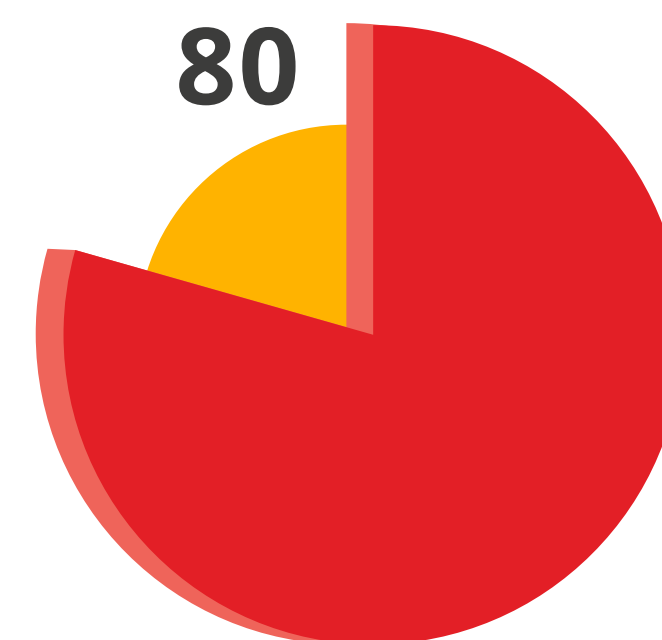
Советы: инвестируйте в пользовательский опыт (customer experience). Он поможет сократить воронку продаж, формируя петлю клиентской лояльности (loyalty loop). Для того, чтобы проверить качество обслуживания, например, используйте метод «тайного покупателя».

Не забывайте про первые точки контакта (touchpoint): внешний вид сайта, вежливые менеджеры и т.д. Это поможет сделать новых пользователей постоянными клиентами.

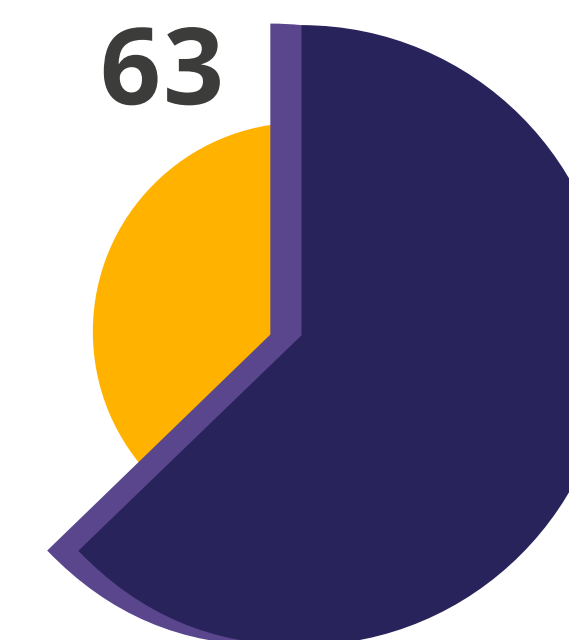
Крупным игрокам рынка рекомендуем искать новые точки касания с пользователями. Инвестируйте в охватные кампании, это позволит привлечь новых клиентов.

Показатель конверсии вернувшихся пользователей составляет 2,53%

Доля, генерируемая вернувшимися пользователями, %



доход



сеансы

Эффективность каналов привлечения

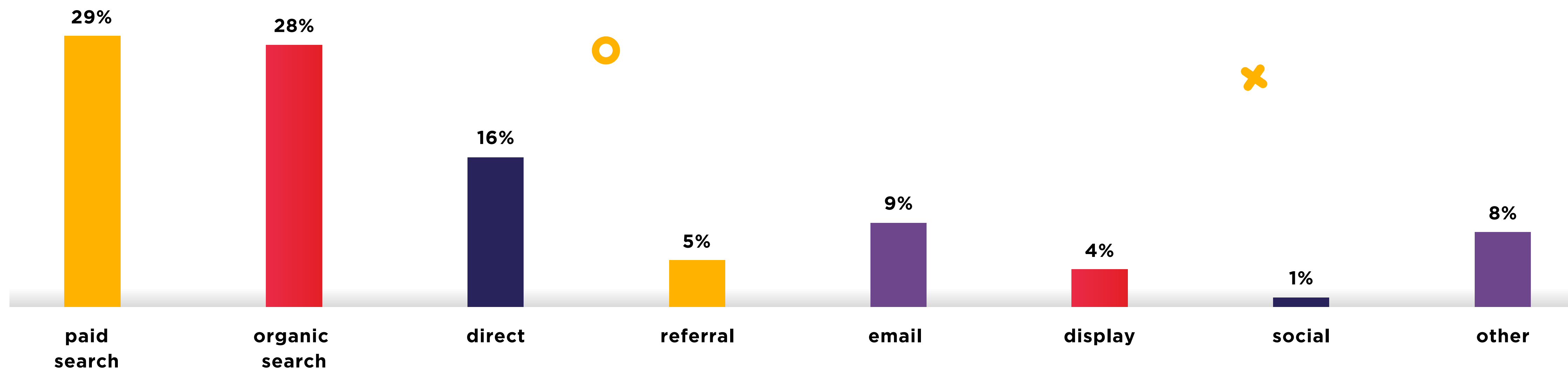


Какие каналы генерируют больше трафика?

Контекстная реклама (PPC) в этом году обогнала органическую выдачу, став самым значимым каналом по привлечению трафика. Прямой трафик увеличился на 4%, что связано с «силой бренда» и объясняет увеличение числа повторных покупок.

Значительно выросла доля email – на 6,5%.

Совет: Подумайте над тем, какие еще каналы не были подключены. Возможно, вам удастся найти дополнительные источники трафика и продаж для своего сайта.



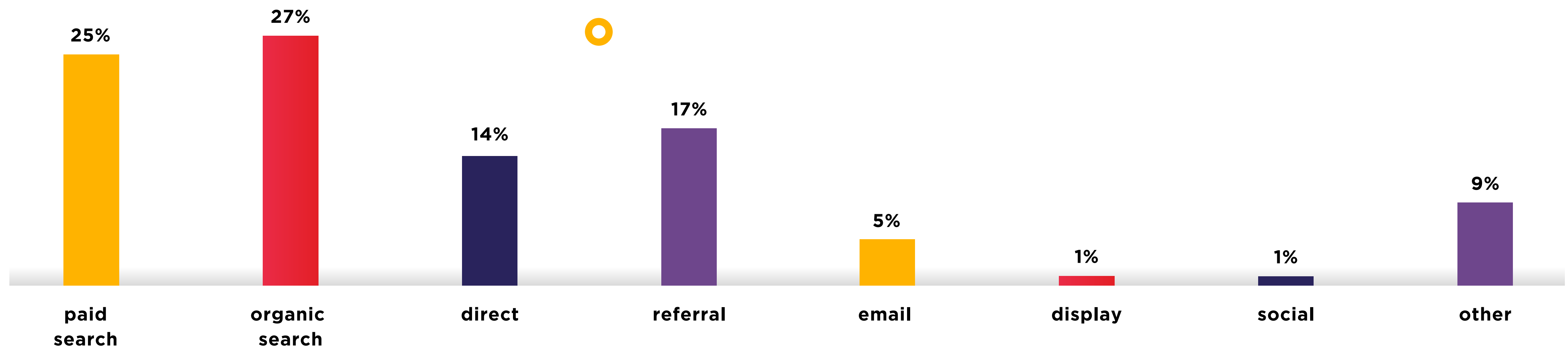
Какие каналы генерируют больше дохода?

Доход по каналам распределяется практически прямо пропорционально трафику.

Реферальный трафик вырос на 9%. SEO дает свои результаты: крауд-ссылки, гостевой постинг, публикации в отраслевых СМИ и не только.

Не стоит забывать и о том, что роль лидеров мнений значительно возросла в 2018 году.

* здесь и далее использовалась модель атрибуции last-click



Советы: самый легкий способ увеличить реферальный трафик — это регистрация на сайтах-рейтингах, отзывах или в бесплатных каталогах. Из платных источников — прайс-агрегаторы, кэшбек-сервисы и CPA-сети.

Отслеживайте упоминания вашего бренда в Интернете. Это можно сделать с помощью сервиса [Google Alerts](#). Это позволит вам следить за мнением о вашей услуге или продукте, работать с ним и налаживать партнерские взаимоотношения с ресурсами.

Внимательнее изучайте площадки для гостевого постинга или блогеров, с которыми хотите работать. Обращайте внимание не только на посещаемость ресурса/блога, но и на показатели доверия (трастовость). Обязательно анализируйте портрет целевой аудитории — он должен совпадать с вашей.

Какие каналы лучше конвертируют?

Самые конверсионные каналы в 2018 году — email и referral. Неудивительно, ведь одним из трендов email-маркетинга стали триггерные рассылки: брошенная корзина, скидки на интересующий товар и т.д. Благодаря тому, что они основаны на интересе и поведении пользователей, это значительно повышает показатели конверсии.

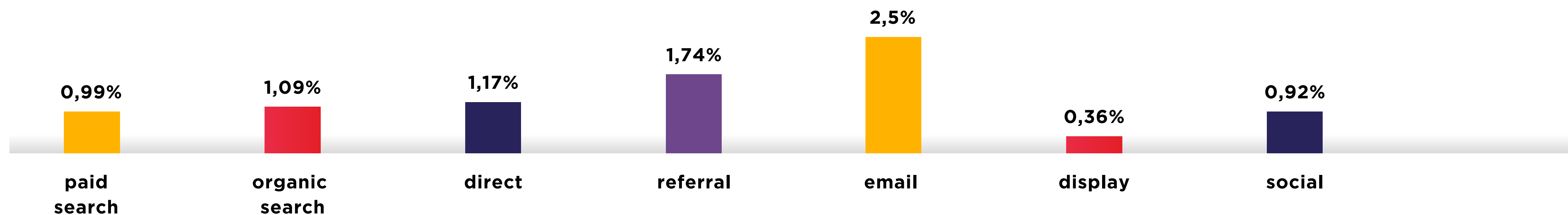
Совет:

Исследуйте причины высокой/низкой конверсии того или иного канала. Проверьте, например, какие ключевые слова приводят клиентов, совершающих целевое действие. Это позволит найти направления для расширения семантики и создания новых рекламных кампаний.

Учтите, что эффективность некоторых каналов лучше оценивать в разрезе ассоциированных конверсий. Это те конверсии, в которых канал помог совершить конверсию, но не был последним.

Не забывайте, что на ваш сайт также приходят поставщики, подрядчики, соискатели в поисках нового места работы и пр. Позаботьтесь, чтобы желаемую информацию было легко найти. Это позволит сократить показатель отказов и облегчить жизнь службе поддержки.

* Особое внимание стоит уделить правильной настройке аналитики. Например, в реферальный канал часто могут попадать социальные сети, а иногда — даже платежные системы, что может исказить общую картину.





Краткий анализ основных показателей есommerce-ниш



Электроника

В привлечении трафика лидирует контекстная реклама. Причем 4% приводят брендовые запросы, они же генерируют почти 10% из общего дохода. Брендовые кампании могут породить «каннибализацию» органического трафика. При этом реклама по брендовому запросу дает ряд преимуществ:

- два места в выдаче вместо одного;
- вытеснение из платной выдачи конкурентов, которые используют ваш бренд.

Меньше трафика и дохода приносит email. Это связано с тем, что электроника относится к товарам предварительного выбора, поэтому потребители долго сомневаются при покупке, а скидка или брошенная корзина не так сильно повлияют на принятие решений.

Несмотря на слабые показатели соцсетей, топовые магазины электроники активно развивают YouTube-каналы, усиливая коммуникацию с лояльной аудиторией и налаживая с новой.

Совет:

Следите, чтобы конкуренты не использовали ваше имя в рекламных объявлениях. Владельцы зарегистрированных торговых марок, могут официально пожаловаться на недобросовестных рекламодателей.

\$178

средний чек

46%

показатель отказов

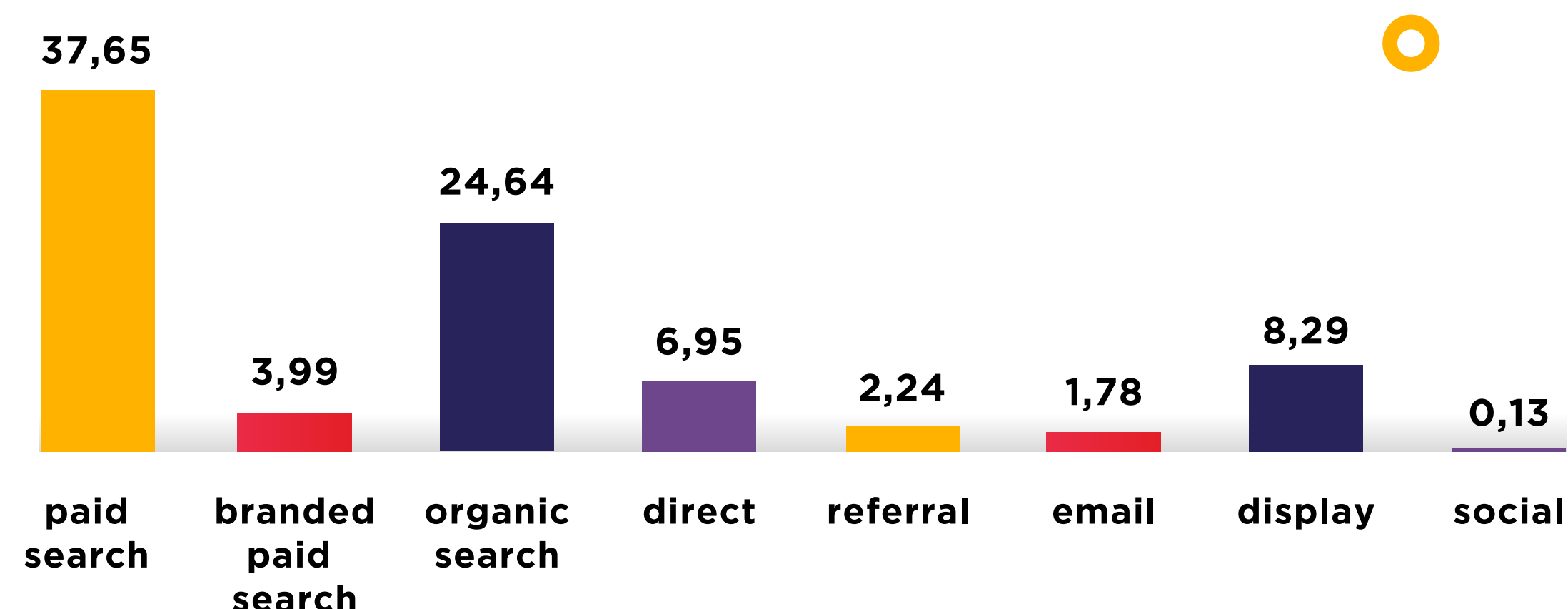
0,78%

конверсия

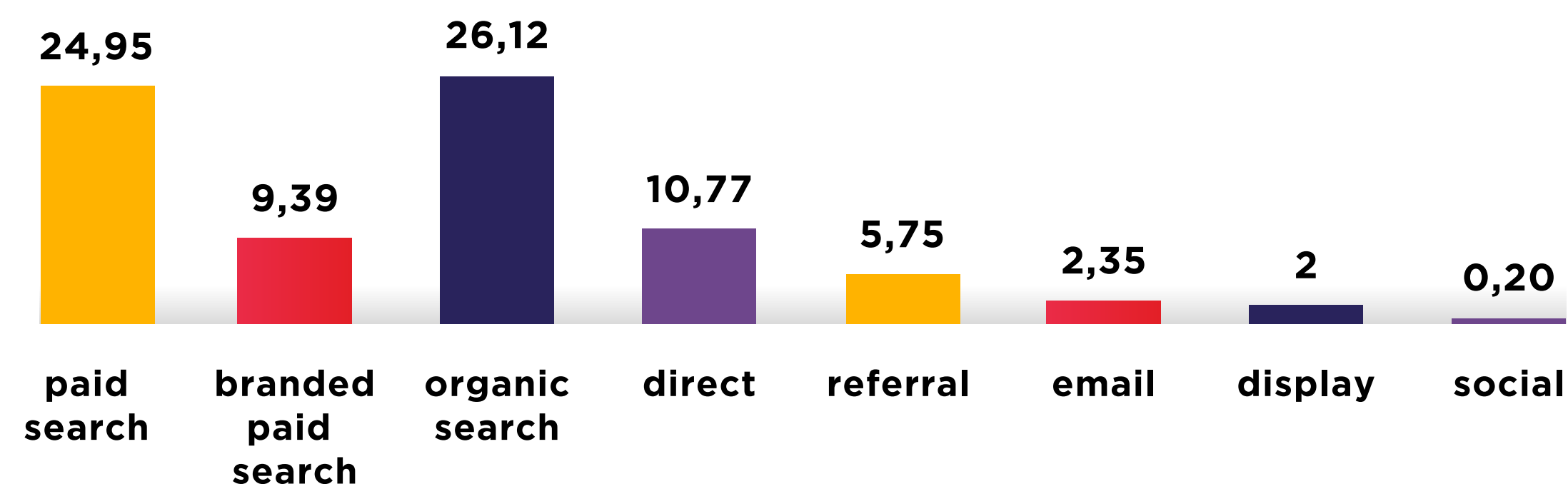
6,8 сек

среднее время загрузки страницы

Трафик (сеансы), %



Доход, %



Мода и стиль

Помимо классической контекстной рекламы и органической выдачи, одежда, обувь и аксессуары успешно продвигаются через рассылки и социальные сети. Соцсети для fashion-брендов открывают дополнительные возможности. Исследование Facebook показало, что в среднем «модники» намного сильнее вовлечены в социальную жизнь. Например, они просматривают в 5 раз больше фото и проверяют Instagram до 15 раз в день.

Советы:

- **Общайтесь с ЦА.** Отвечайте на комментарии, благодарите, становитесь ближе к потребителям. Это позволит укрепить отношения «бренд-клиент».
- **Работайте с микроинфлюенсерами.** Эффективность рекламы у лидеров мнений с меньшим количеством подписчиков выше.
- **User-generated content.** Вовлекайте пользователей в создание контента – он обладает виральным потенциалом.
- **Видео.** Используйте больше видеоконтента — он получает больший отклик от ЦА.

\$72

средний чек

42%

показатель отказов

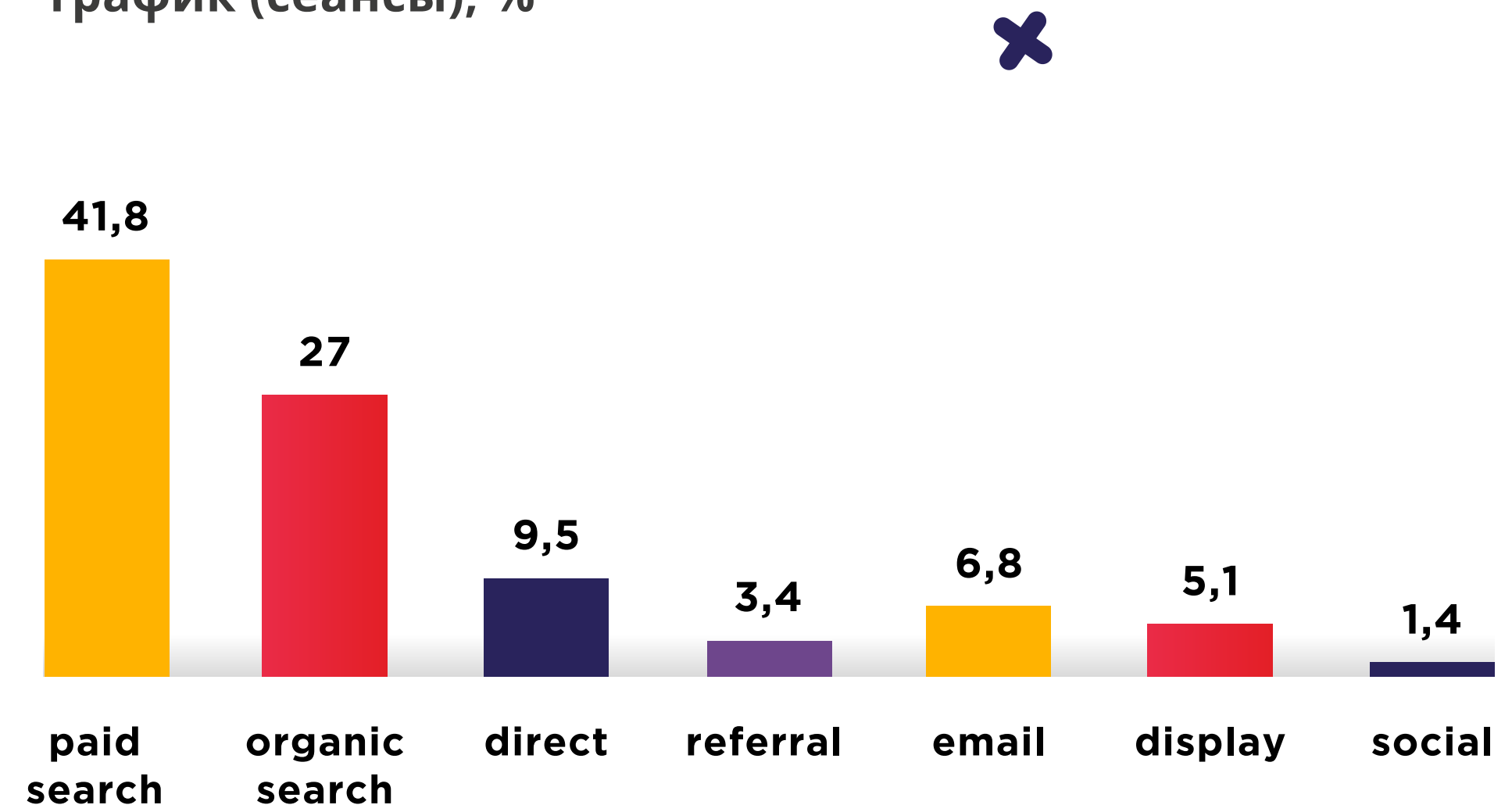
0,71%

конверсия

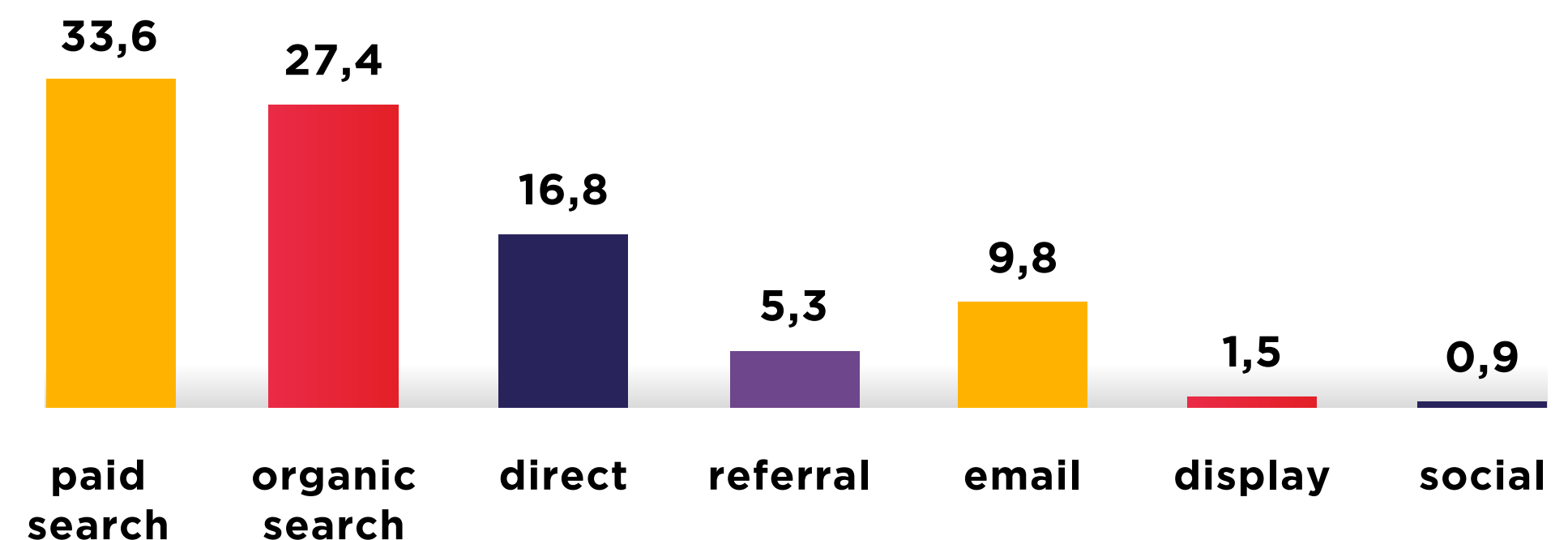
6,8 сек

среднее время загрузки страницы

Трафик (сеансы), %



Доход, %



Путешествия

Travel-площадки активно сотрудничают с сервисами онлайн-бронирования жилья, блогерами и CPA-сетями – этим объясняется высокая доля реферального канала.

Совет:

Развивайте блог и мессенджеры. Генерируйте действительно интересный контент. Привлекательные предложение можно не только публиковать в блоге, но и рассылать в мессенджерах. Активно развиваются Telegram-каналы со скидками для путешественников на покупку авиабилетов, аренду жилья и авто. Старайтесь мотивировать пользователей на «спонтанные» покупки.

\$169

средний чек

36%

показатель отказов

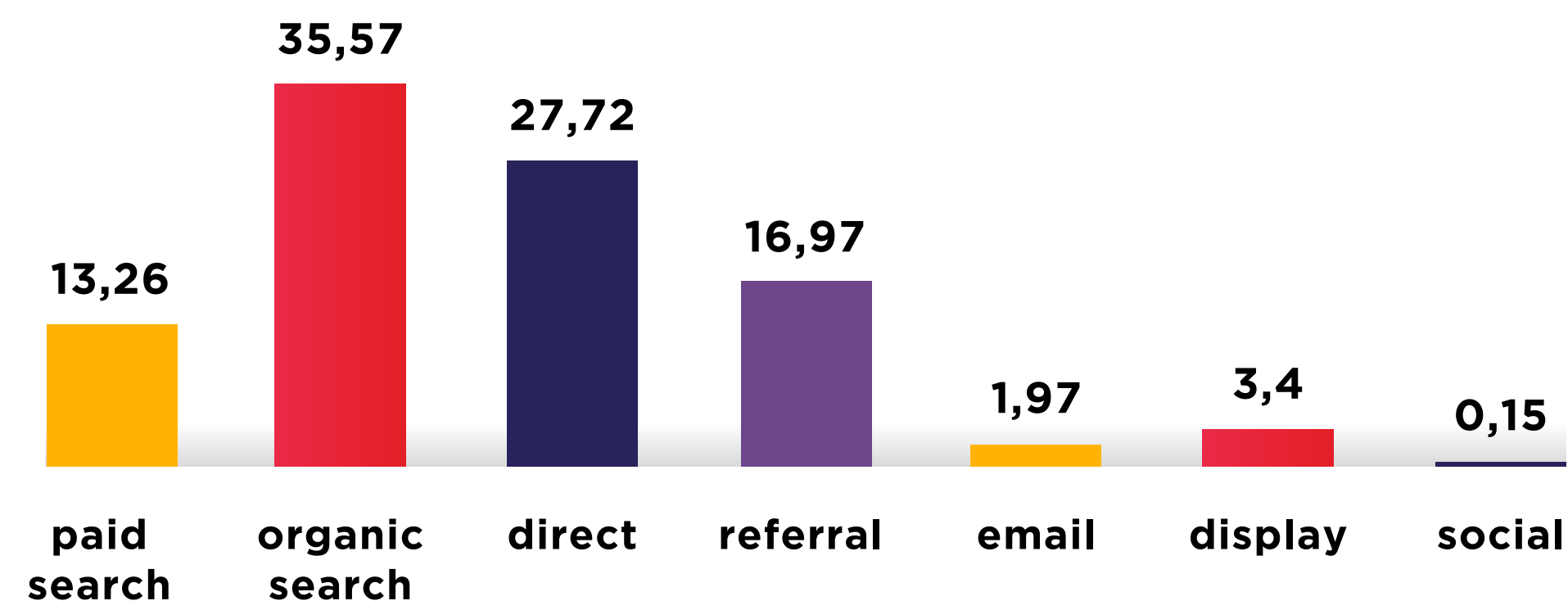
1,12%

конверсия

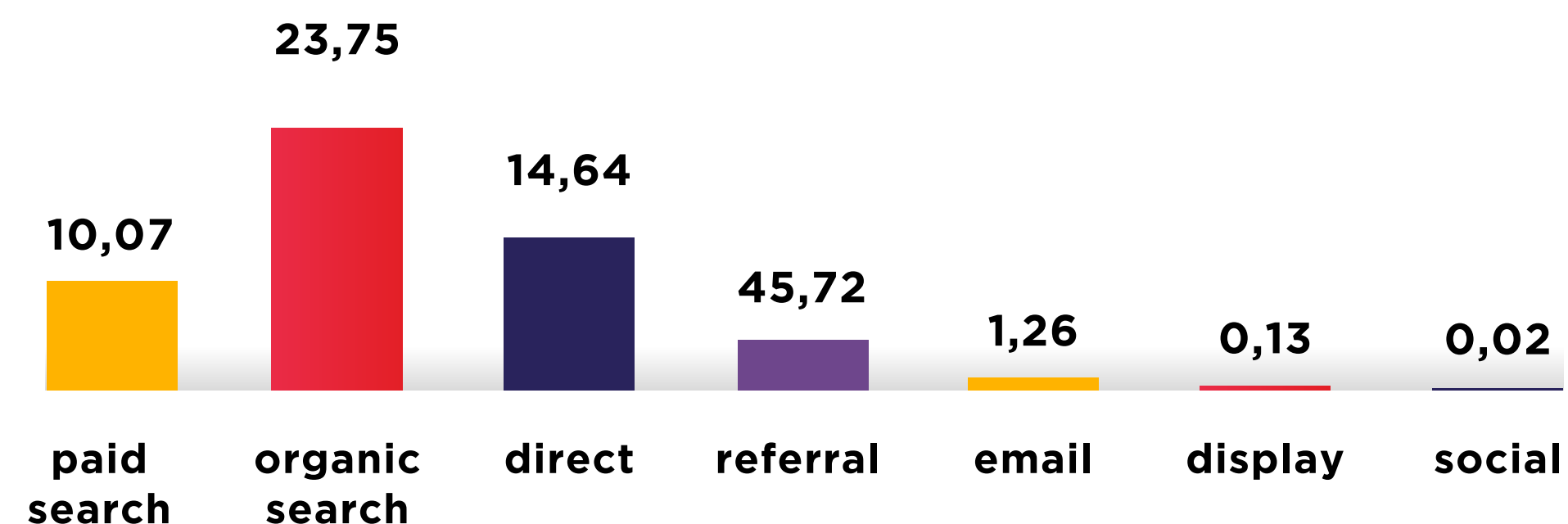
7 сек

среднее время загрузки страницы

Трафик (сеансы), %



Доход, %



Автотовары

Контекстная реклама приносит на порядок больше трафика и дохода. Ниша отличается огромным количеством товарных наименований, часто меняющимися ценами и наличием складских запасов. Это усложняет создание эффективной рекламной кампании. Ведь чем больше запросов, тем выше вероятность «слить» бюджеты впустую. Органическая выдача показывает самые слабые показатели по рынку. Из-за особенности архитектуры сайтов они плохо поддаются SEO-продвижению.

Советы:

- **Грамотное SEO.** Для того, чтобы органическая выдача генерировала больше дохода, подключать специалистов по SEO необходимо еще на этапе проектирования сайта. Иначе придется менять архитектуру «рабочего» сайта, что требует намного больше времени и инвестиций.
- **Автоматизируйте контекстную рекламу.** Программные решения по управлению объявлениями позволяют получать максимум релевантного трафика и оптимизировать рекламный бюджет.
- **Настройте корректную аналитику.** Достоверные данные позволяют принимать правильные управленческие решения и эффективно распределять бюджет на продвижение.

\$166

средний чек

40%

показатель отказов

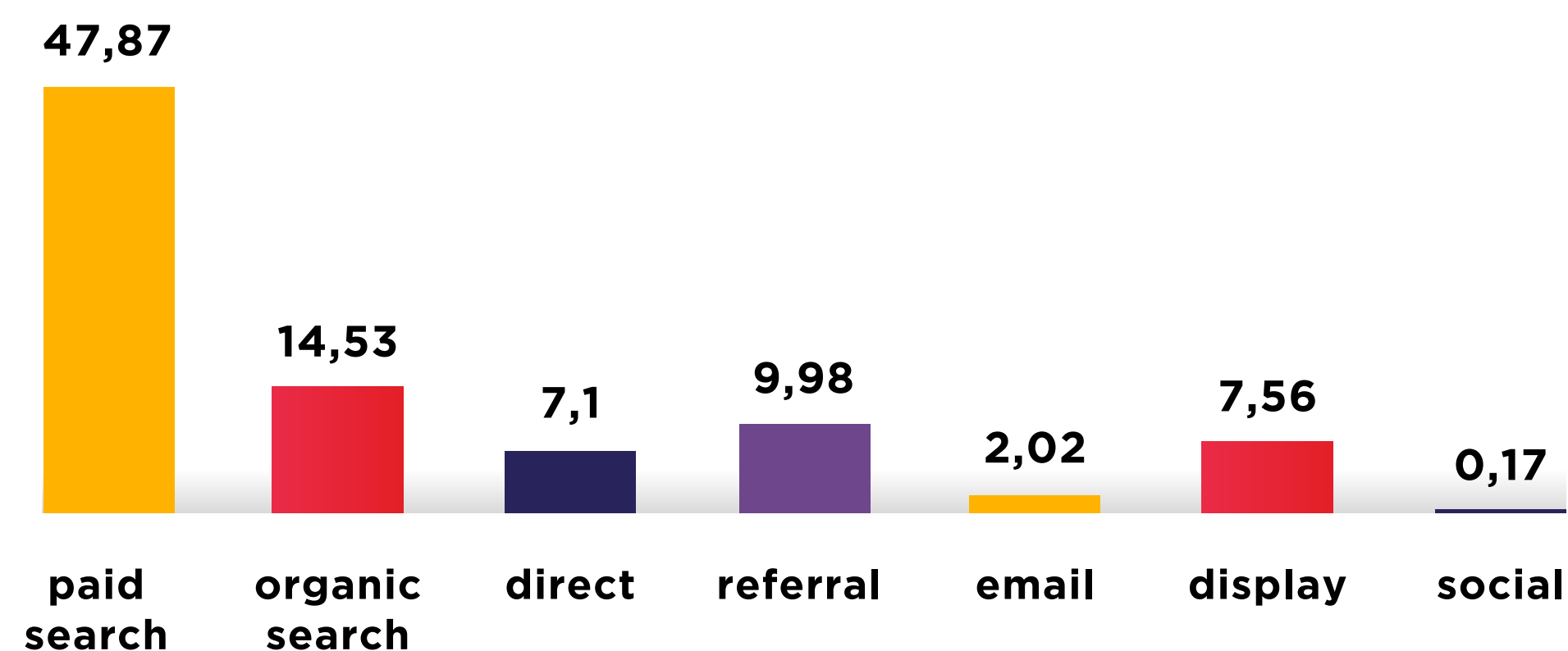
0,68%

конверсия

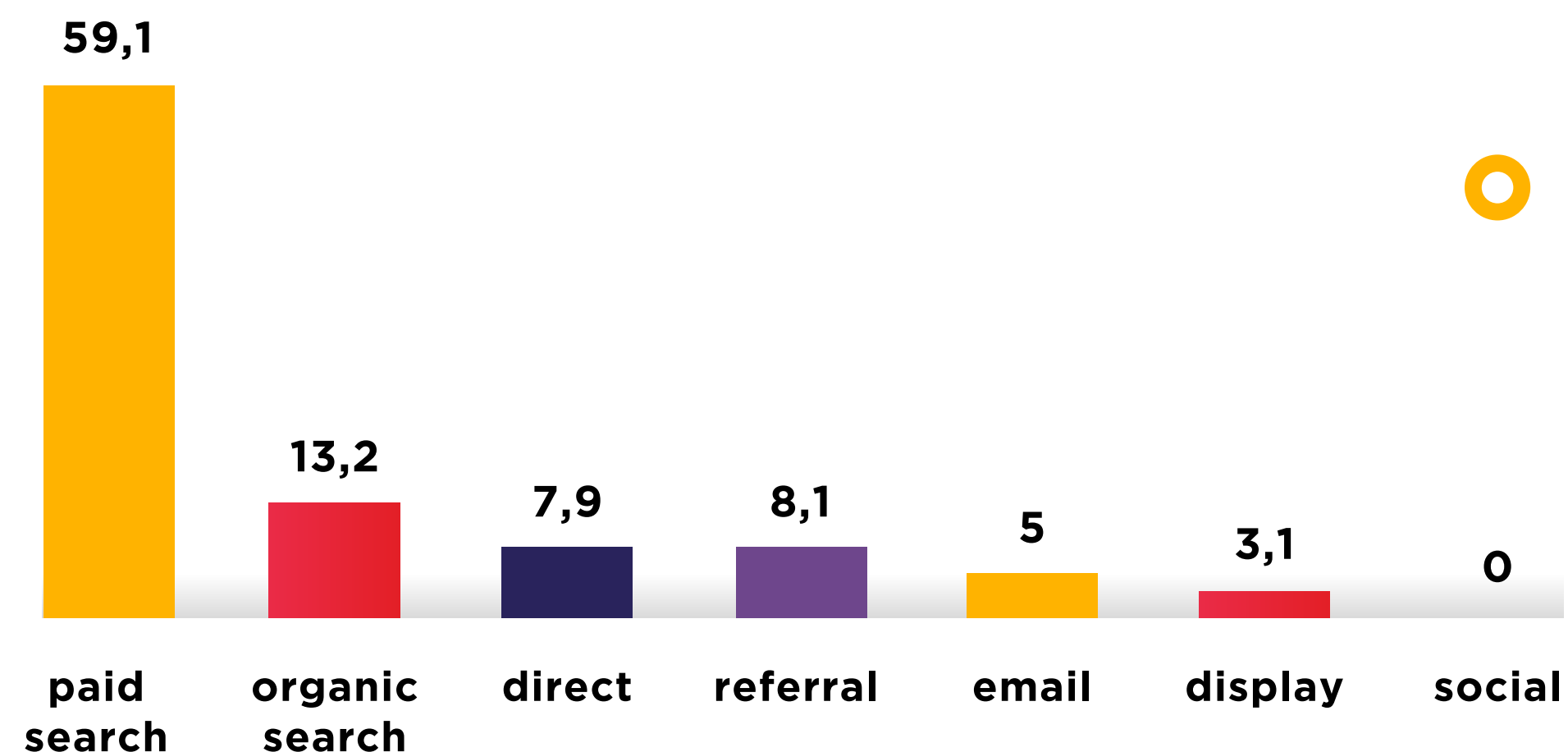
6,8 сек

среднее время загрузки страницы

Трафик (сеансы), %



Доход, %



Маркетплейсы

В этой категории больше всего дохода и трафика приносит контекстная реклама. Органическая выдача и email показывают высокую результативность в соотношении «трафик-доход».

Превышают среднерыночные показатели результативность медийного канала и соцсетей.

Совет:

Инвестируйте в бренд. Нарращивайте брендовый и прямой трафик — они обладают высокой конверсионностью. Это поможет попасть в топ магазинов, которые пользователи рассматривают для покупки (top-of-mind).

\$87

средний чек

45%

показатель отказов

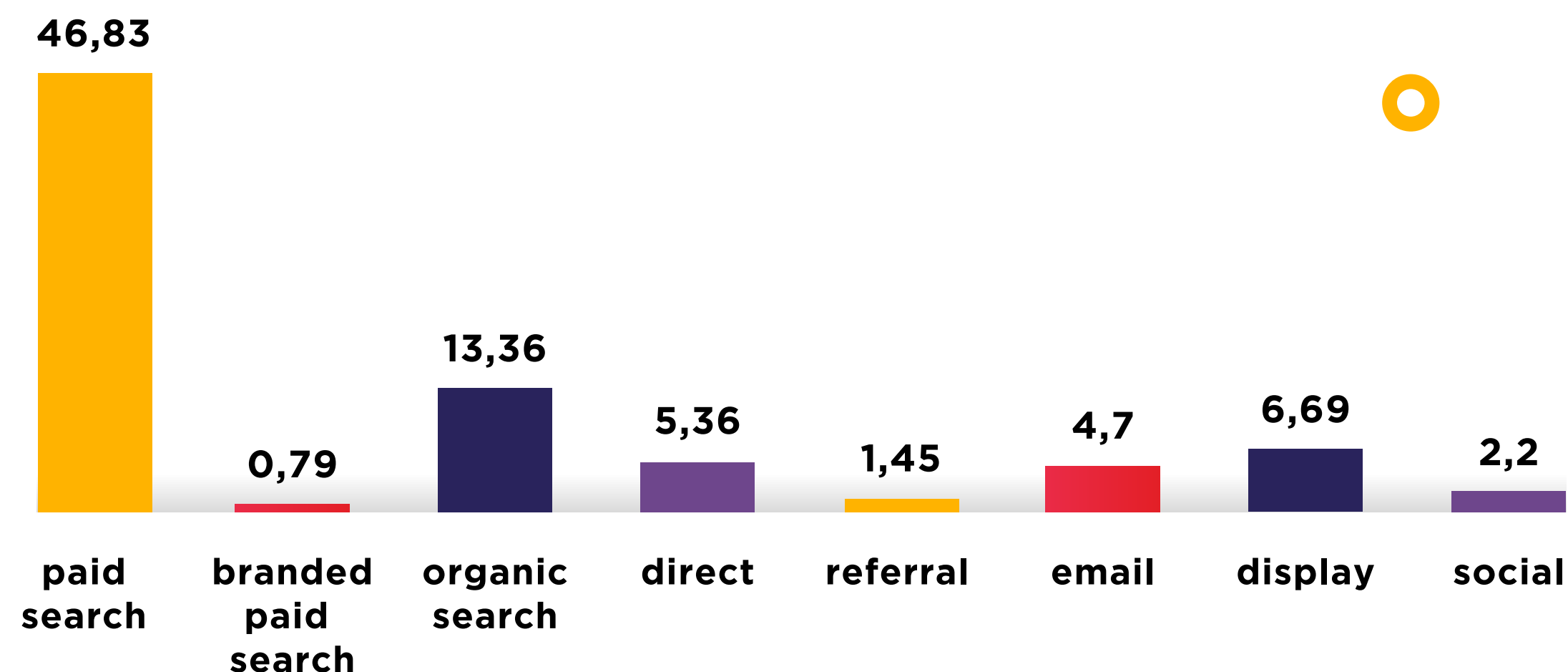
1,51%

конверсия

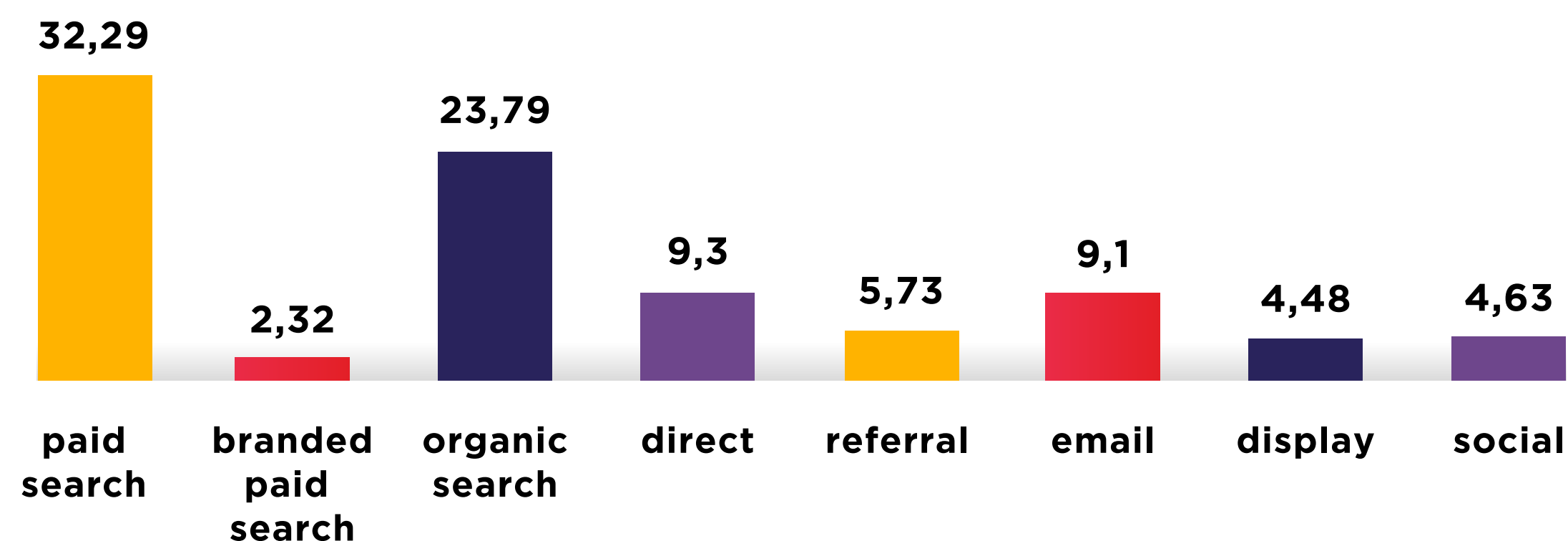
5,3 сек

среднее время загрузки страницы

Трафик (сеансы), %



Доход, %



Книги

Низкий средний чек и высокий показатель конверсии обусловлены спецификой ниши.

Наивысшей доходностью характеризуется контекстная реклама. Из других платных каналов стоит уделить внимание email.

Совет:

Используйте товарные объявления. Это позволит вам попасть в первую позицию выдачи наравне с лидерами рынка и даже маркетплейсами.

\$15

средний чек

60%

показатель отказов

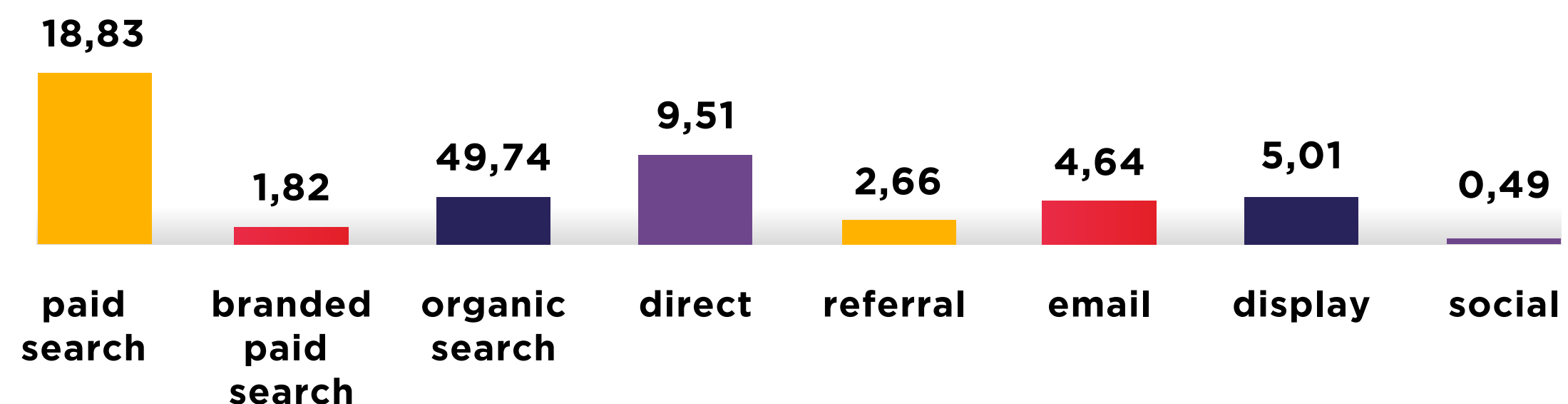
2,6%

конверсия

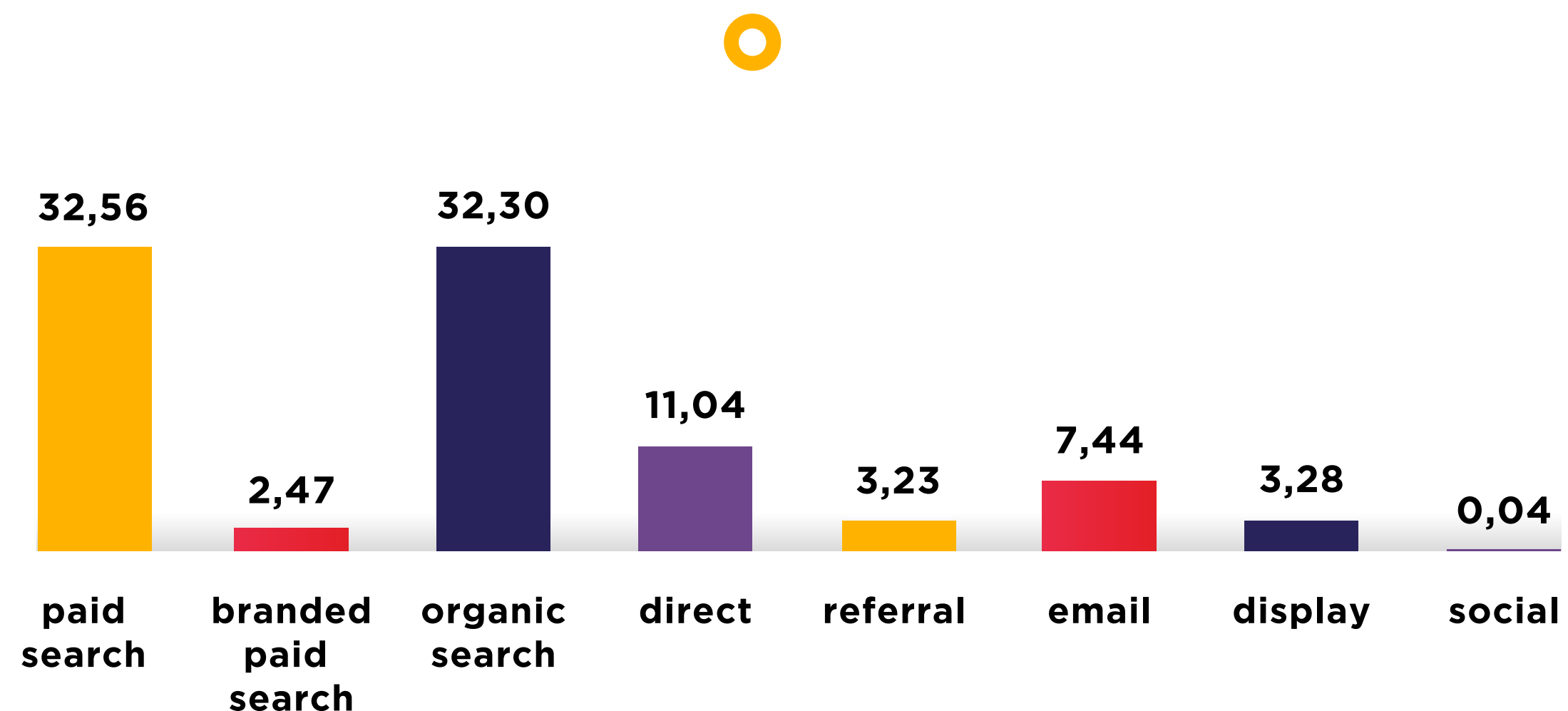
5,5 сек

среднее время загрузки страницы

Трафик (сеансы), %



Доход, %



Товары для детей

Больше половины дохода генерирует контекстная реклама. При этом email и соцсети показывают результативность выше, чем в среднем по рынку. Меньше всего дохода приносит медийная реклама, ведь чаще она нацелена на обеспечение охвата и повышение узнаваемости бренда.

Советы:

Настройте ремаркетинг. Это позволит увеличить доходность медийных кампаний, а также вернуть пользователей, которые не закончили покупку.

\$35

средний чек

42%

показатель отказов

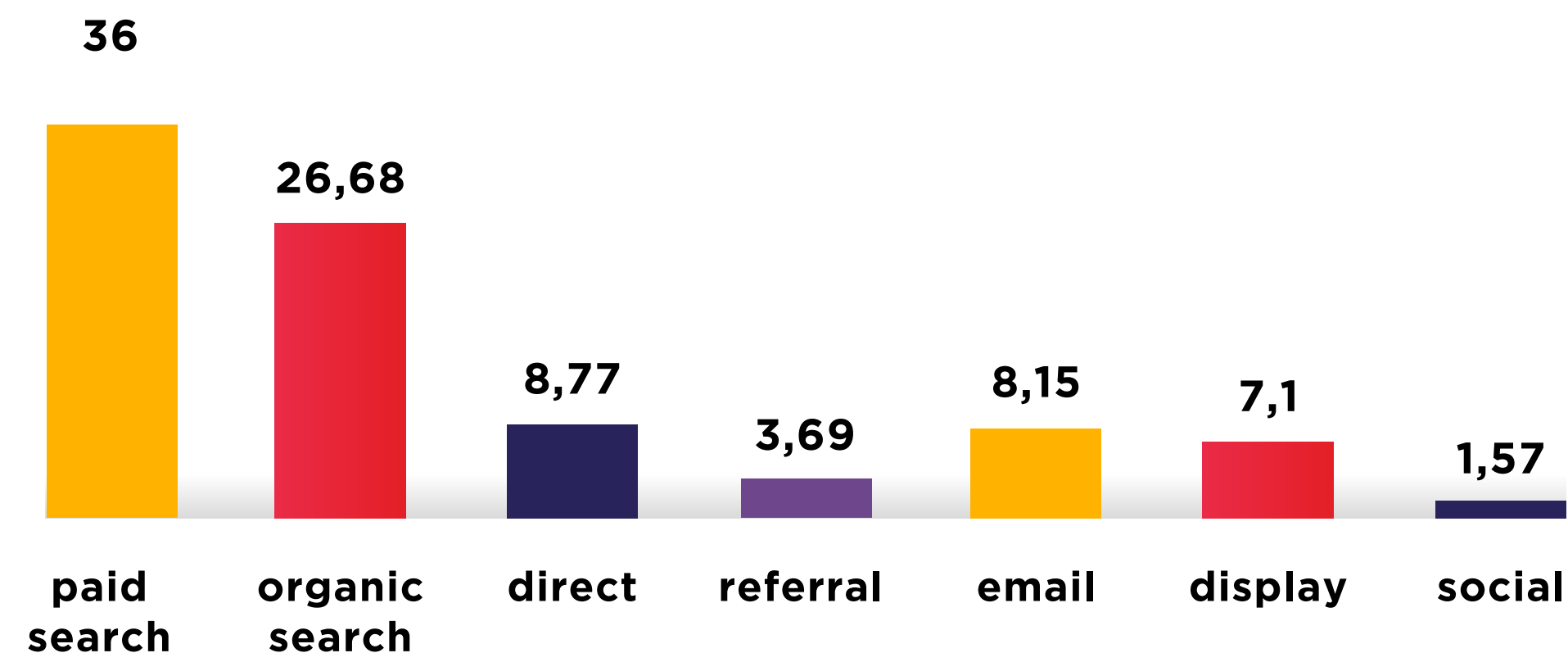
1,53%

конверсия

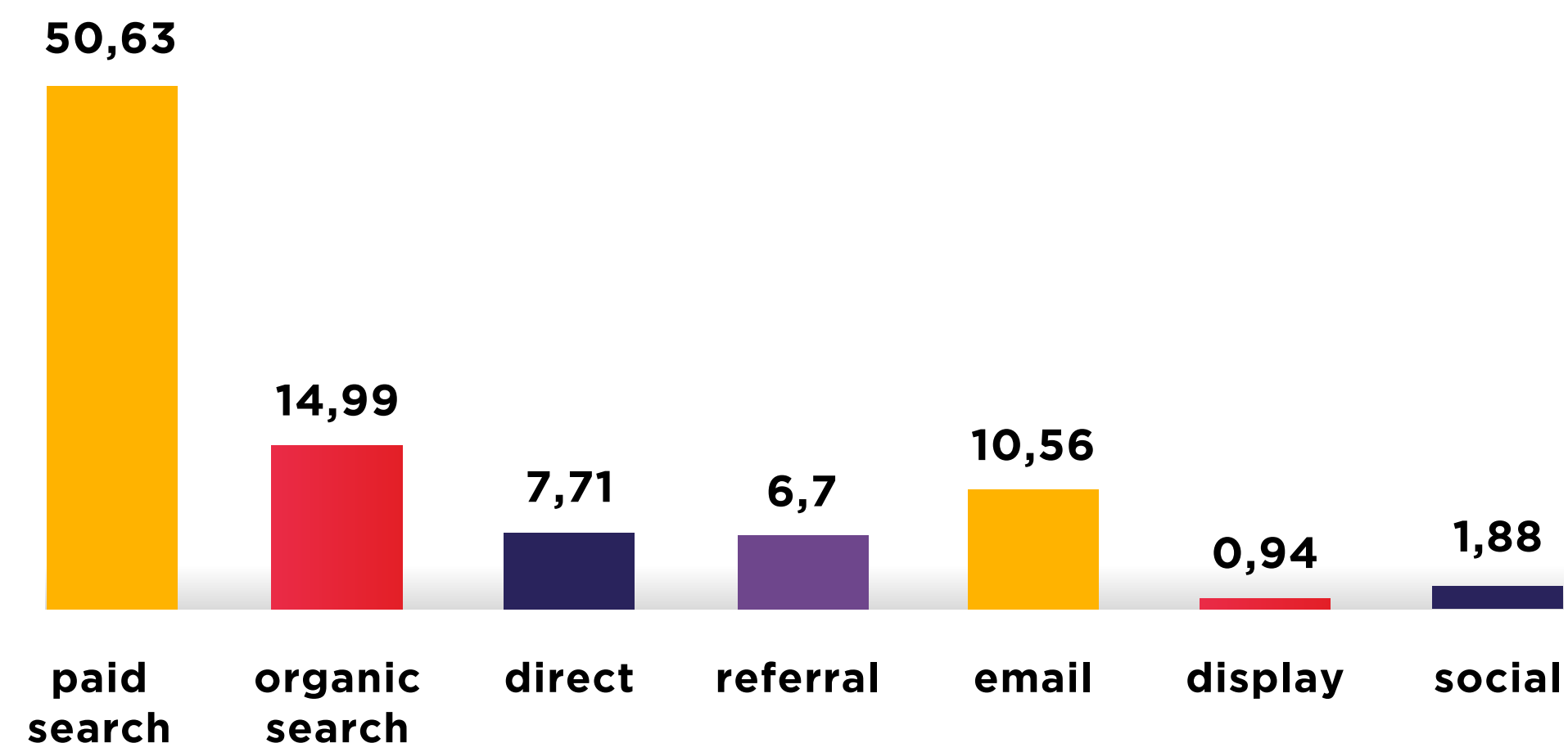
7,4 сек

среднее время загрузки страницы

Трафик (сеансы), %



Доход, %



Товары для дома

Самый большой средний чек среди всех ниш, при этом самый низкий показатель конверсии. Это объясняется тем, что часть товаров относится к категории длительного пользования и предварительного выбора, которые хочется оценить вживую (например, мебель), а другая необходима здесь и сейчас, и нет возможности ждать доставки (например, фитинг). Из-за этого большинство покупок могут заканчиваться офлайн.

Самым результативным каналом по трафику и доходу является органическая выдача: в три раза выше показатели доходов из соцсетей, чем в среднем по рынку. Ведь товары для декора и дизайна покупают «глазами». Показатели email-маркетинга самые низкие на рынке ecommerce.

Советы:

- **Объединение офлайн и онлайн.** Собирайте и объединяйте данные о пользователях. Это позволит вам «догнать» офлайн-покупателей в Интернете с релевантными предложениями.
- **Используйте email для upsale.** Собранные данные помогут вам максимально персонализировать письма, и, например, продавать сопутствующие товары.

\$226

средний чек

39%

показатель отказов

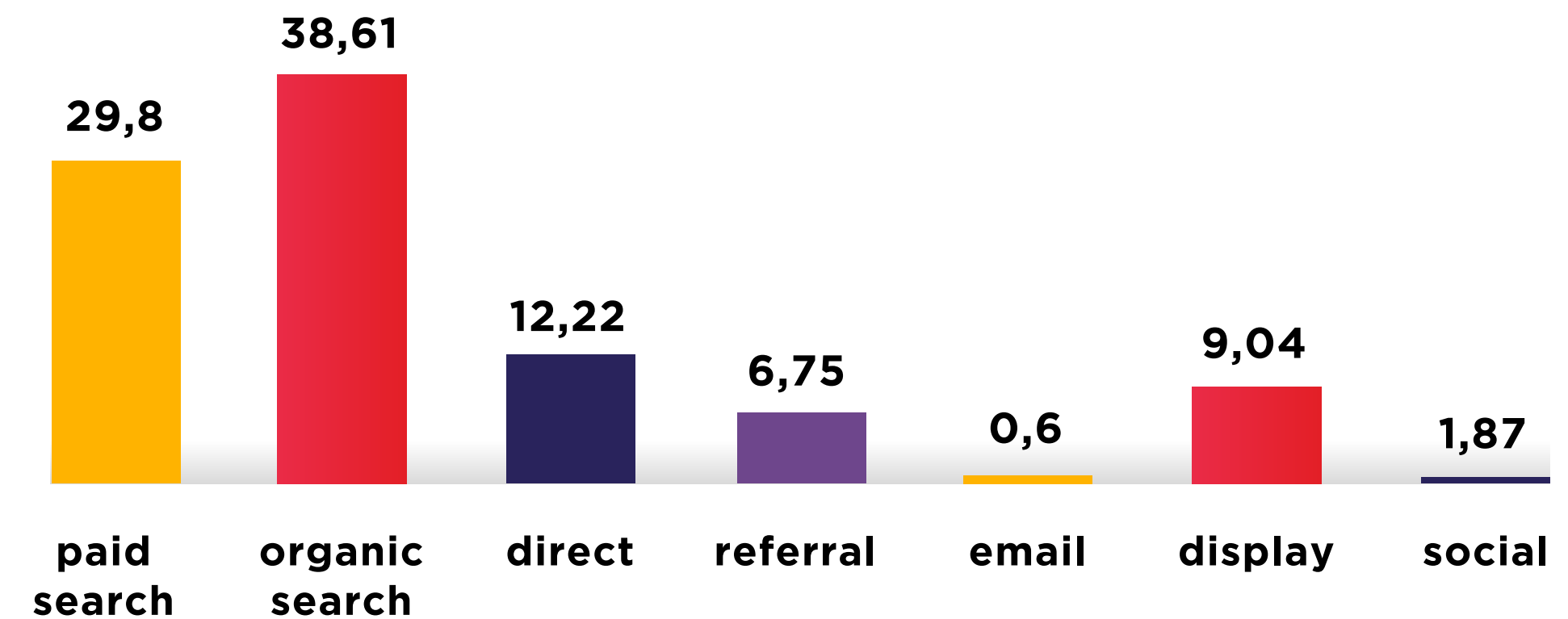
0,46%

конверсия

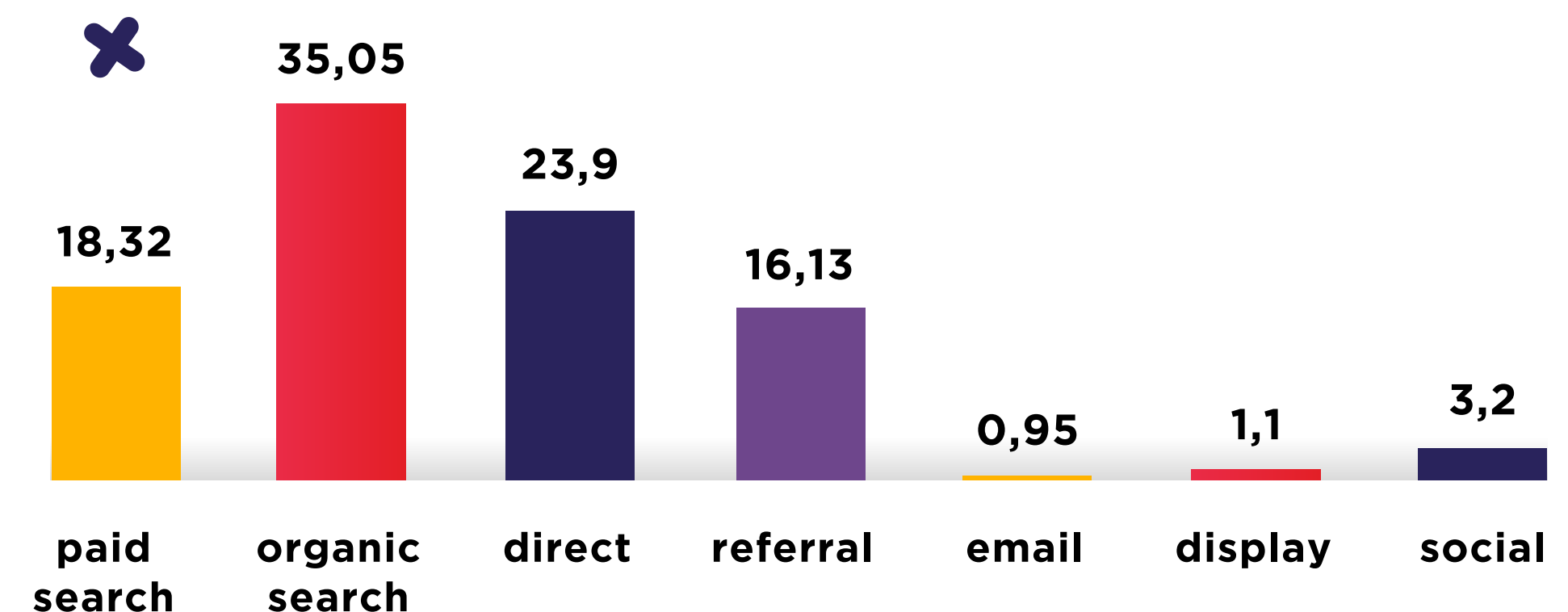
7,1 сек

среднее время загрузки страницы

Трафик (сеансы), %



Доход, %



Красота и здоровье

Наиболее эффективный канал как по доходу, так и по трафику — органическая выдача. При этом сайты этой ниши показывают самое долгое время загрузки страницы и самые низкие показатели по соцсетям.

Совет:

Оптимизируйте время загрузки сайта. Это позволит сократить показатели отказов, а также увеличить доход.

Обратите внимание, что мобильные пользователи более чувствительны к скорости загрузки сайта.

\$57

средний чек

43%

показатель отказов

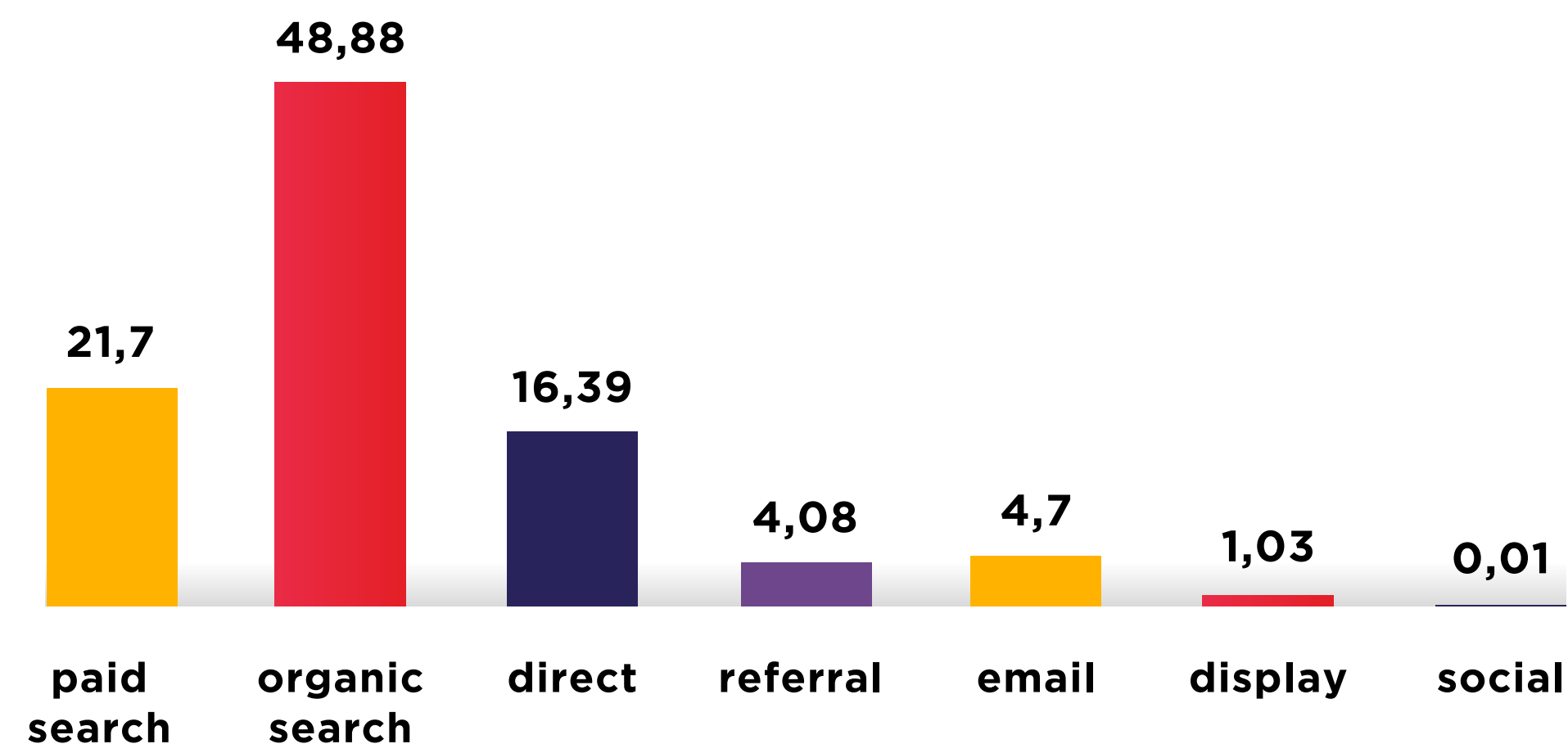
0,98%

конверсия

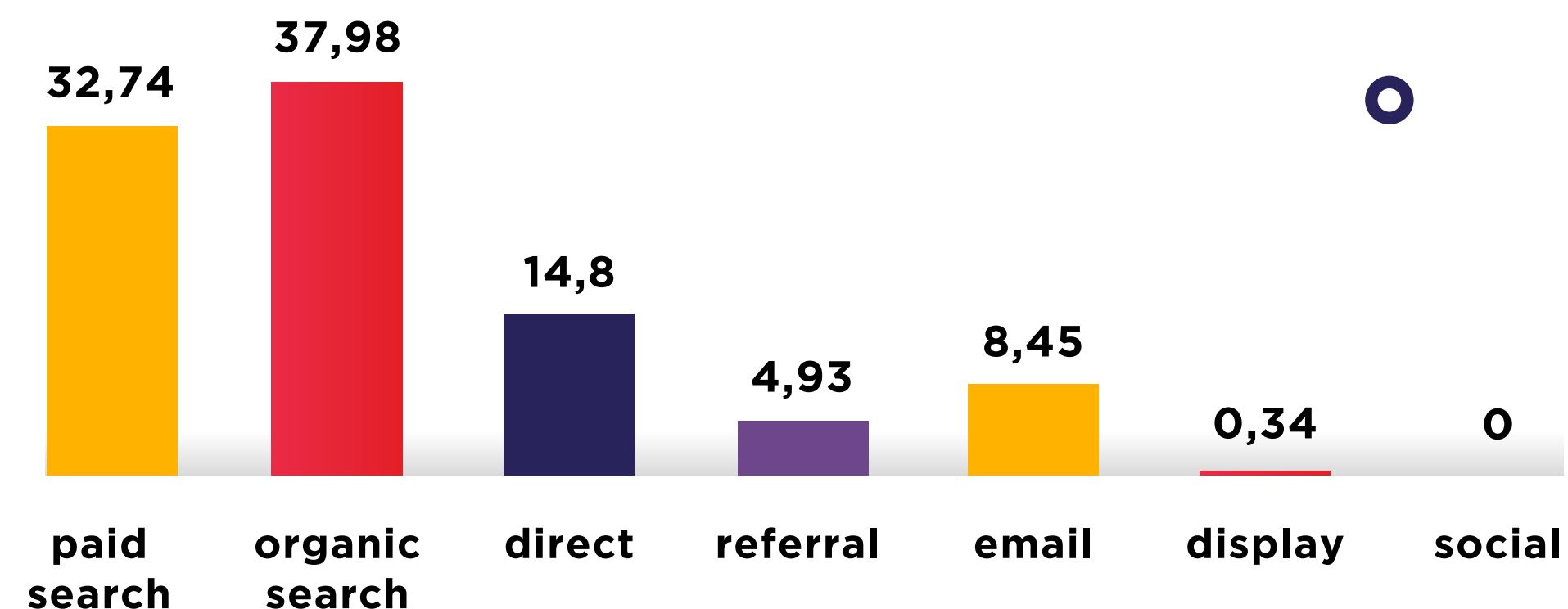
7,9 сек

среднее время загрузки страницы

Трафик (сеансы), %



Доход, %



Развлечения

Важную роль играет реферальный трафик, который по обороту сравнялся с контекстной рекламой. Однако больше всего трафика и дохода генерирует органическая выдача.

Результативность соцсетей значительно выше среднерыночных показателей, поскольку соцсети часто используют для развлечения и эмоциональных покупок.

Советы:

Уникальный контент для разных соцсетей. Учтите, что аудитории разных социальных сетей отличаются, поэтому оптимизируйте контентные стратегии для каждой из них. Старайтесь, чтобы контент не дублировался.

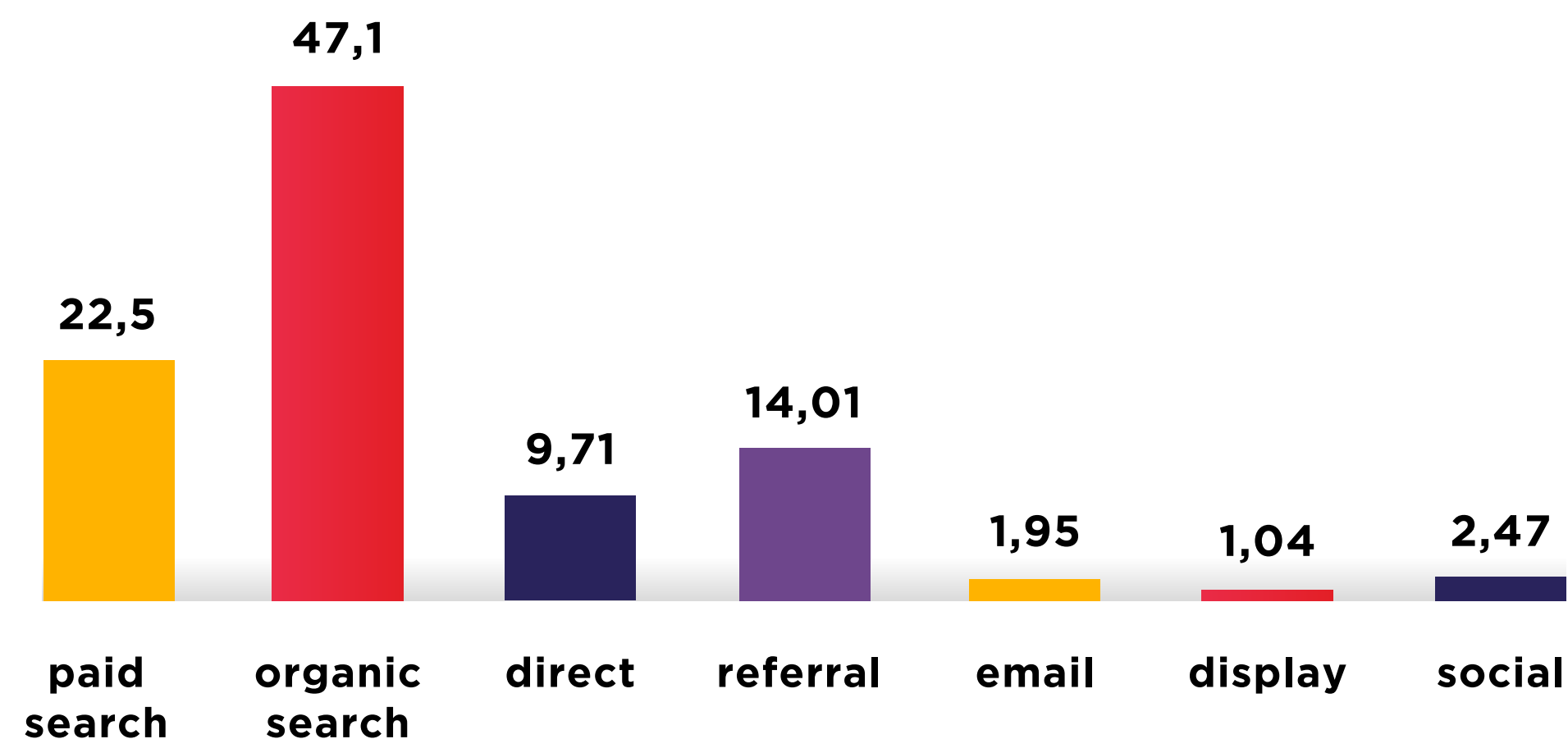
\$58
средний чек

38%
показатель отказов

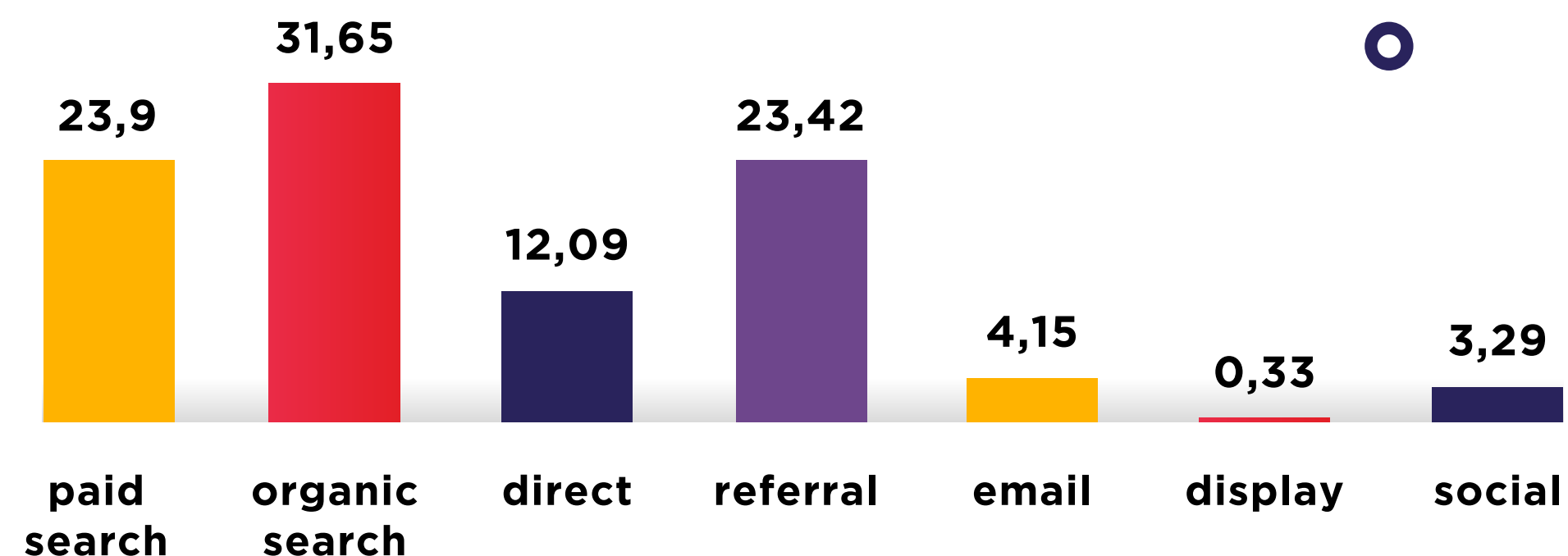
1,13%
конверсия

6,6 сек
среднее время загрузки страницы

Трафик (сеансы), %



Доход, %



Продукты

Ниша характеризуется самым высоким показателем конверсии, при этом обладая самым низким средним чеком.

Органическая выдача генерирует большую часть дохода и делит первое место по привлечению трафика с каналом контекстной рекламы.

Слабую результативность показывают email и соцсети.

Советы:

- **Больше внимания email и соцсетям.** Отдельные показатели лидеров рынка говорят о том, что с этими каналами можно работать эффективнее.
- **Учитывайте периодичность запросов.** Пик заказов еды приходится на пятницу и субботу. Используйте это при планировании маркетинговых активностей и бюджета.

\$13

средний чек

38%

показатель отказов

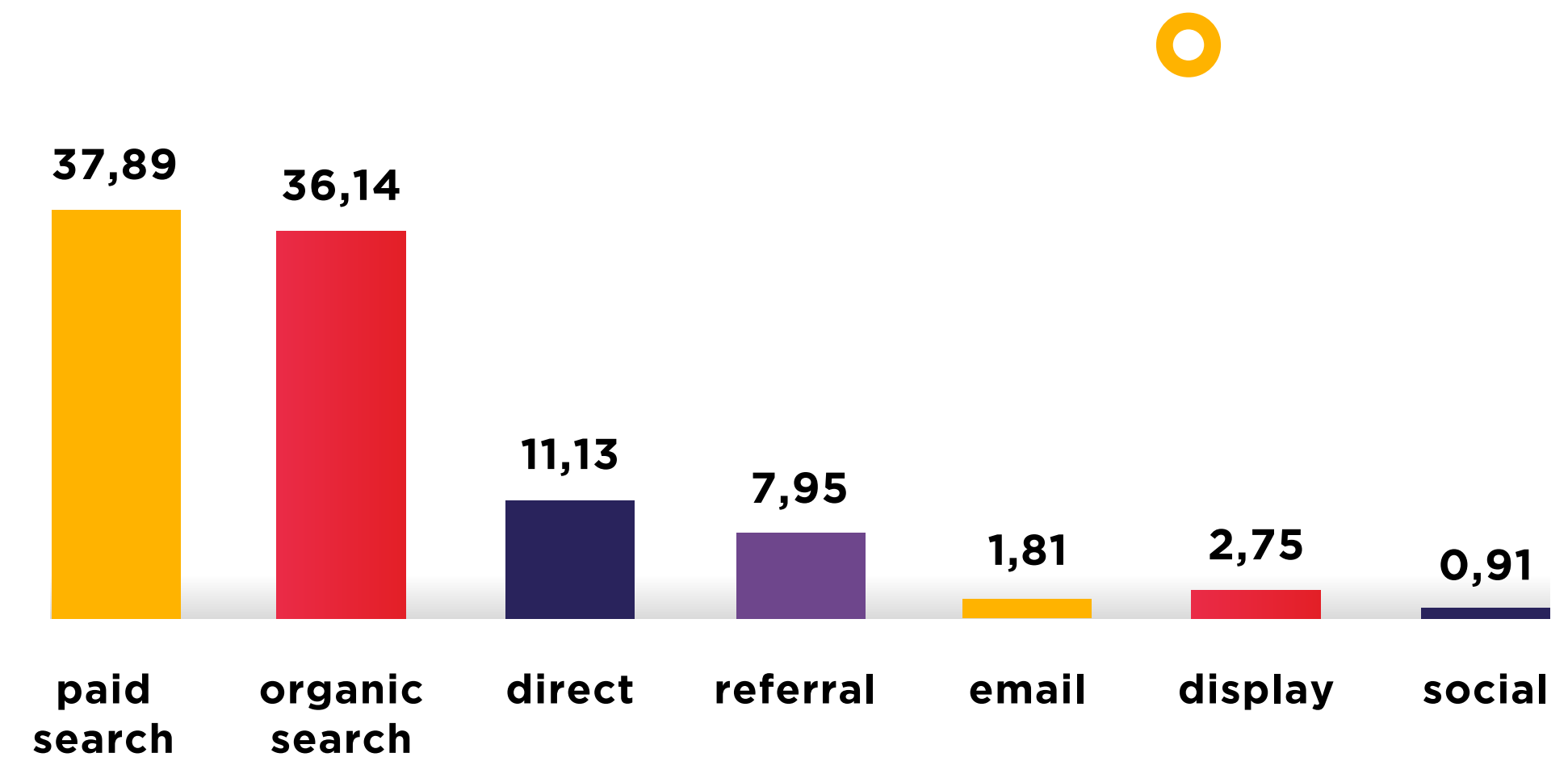
3,04%

конверсия

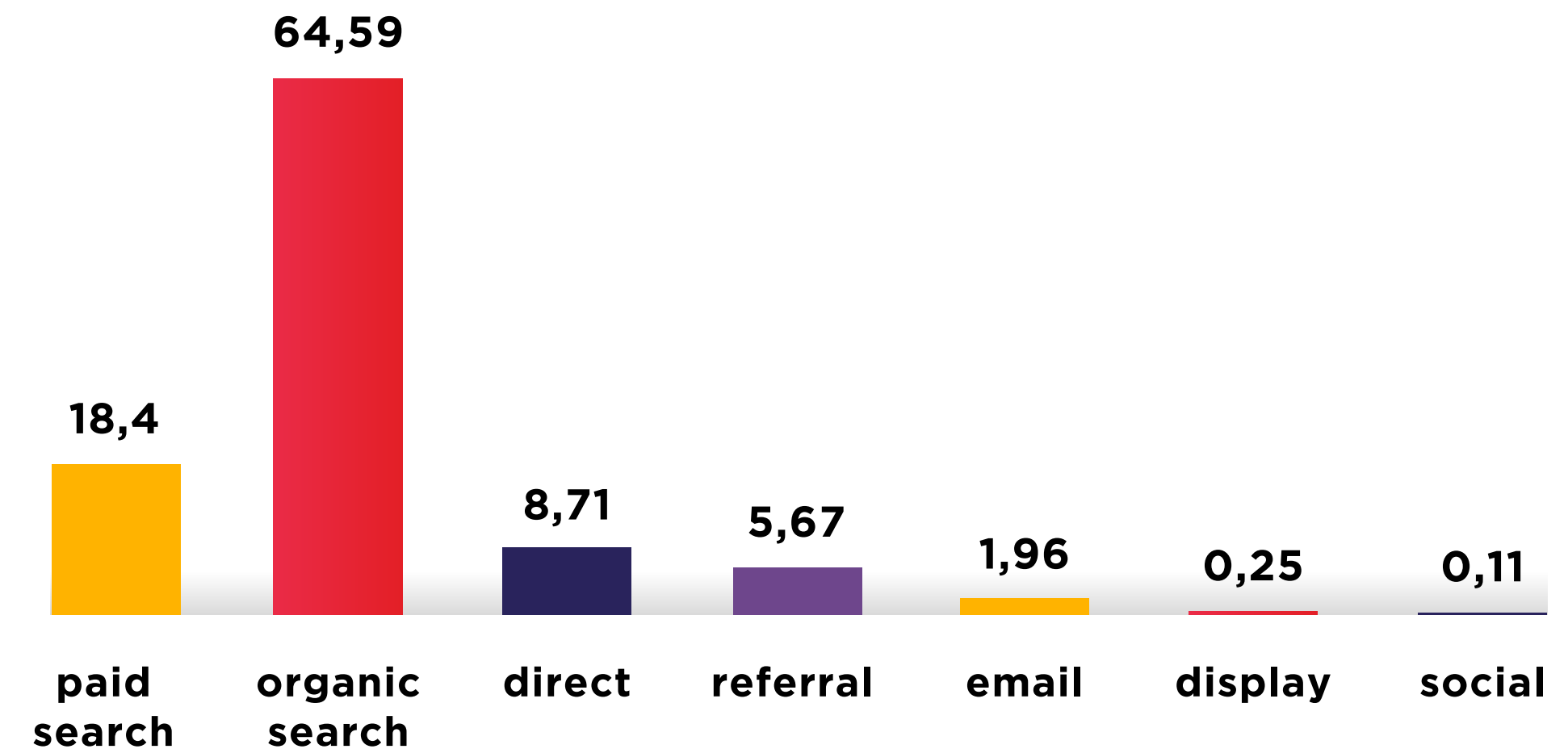
7,3 сек

среднее время загрузки страницы

Трафик (сеансы), %



Доход, %



Мы рекомендуем

1. Веб-аналитика

С усложнением каналов продвижения растет важность правильной настройки аналитики. Корректная настройка позволяет не только отслеживать эффективность продвижения, но рационально распределять маркетинговый бюджет. В идеале веб-аналитика должна предшествовать продвижению, что позволит избежать критических ошибок и финансовых потерь.

2. Пользовательский опыт

Вернувшиеся пользователи генерируют 80% от общего дохода, что свидетельствует о важности развития лояльности. Обеспечьте идеальный пользовательский опыт, чтобы покупатели хотели возвращаться к вам. Интернет-магазинам рекомендуем обратить внимание на UX. Клиенту должно быть удобно на каждом этапе покупки.

3. Персонализация

Собирайте данные о пользователях и сегментируйте их более детально. В этом году персонализация особо затронула email-канал. Лидеры рынка активно внедряют триггерные рассылки, основанные на поведении пользователей. Индивидуальный подход позволит улучшить не только клиентский опыт, но и показатели конверсии. Не забывайте про GDPR, если среди ваших клиентов есть граждане ЕС.



4. Реферальный трафик

Инвестируйте в реферальный трафик — он хорошо конвертируется, укрепляет доверие аудитории к бренду и положительно влияет на позиции в органической выдаче. Сотрудничайте с блогерами, регистрируйтесь в каталогах, CPA-сетях и публикуйте статьи на тематических ресурсах.

5. Мобильные приложения

Объемы мобильного трафика значительно превышают количество транзакций. Это отчасти связано с тем, что совершать покупку с мобильных версий сайта менее удобно, чем с десктопа. Для того, чтобы лучше конвертировать трафик, создайте мобильное приложение. Оно упростит процесс покупки вашим клиентам. Это особенно актуально для тех сайтов, у которых много товарных позиций, категорий и фильтров. Учтите, что приложения охотнее устанавливает лояльная аудитория.





Россия, Белгород, 308006
ул. Корочанская, д. 132 "А"

+7 495 133 76 64

contact@promodo.com

www.promodo.ru

© Исследование подготовлено
агентством интернет-маркетинга Promodo.
При использовании материалов отчета
ссылка на источник — обязательна.

Алматы, Казахстан, 050004
ул. Кунаева 43

+7 727 346-92-21

