

Выйди в топ. 50 способов выйти в топ на маркетплейсах

Автор:

[Дмитрий Бакланов](#)

Выйди в топ. 50 способов выйти в топ на маркетплейсах

Дмитрий Бакланов

Готовые советы по улучшению карточек товара от основателя сервиса аналитики маркетплейсов Stat4Market. Более 100 страниц полезного, авторского контента.

Дмитрий Бакланов

Выйди в топ. 50 способов выйти в топ на маркетплейсах

Приветствие

Привет, меня зовут Дмитрий Бакланов, я основатель сервиса аналитики для маркетплейсов Stat4Market.com и владелец брендов Notta & Belle и “Бум-Коробка”. Больше 3 лет мы продаем товары собственного производства на 3-х маркетплейсах – WB, Ozon, Amazon и помогаем тысячам селлеров увеличивать свои продажи и выходить в топ.

В этой книге мы собрали все главные методы продвижения на примере Wildberries. Расскажем тебе, как ими пользоваться с умом и какие ошибки лучше не допускать. Главное запастись терпением и оптимизмом: взобраться на топовые места не получится за пару дней – успеха добиваются те, кто применяет

максимум способов в комплексе и делает это системно. Тогда результат будет классным.

На WB есть бесплатные методы продвижения и платные (когда используем рекламу и внешний трафик) – мы коснемся и тех, и других. Интересная деталь: мы условно называем некоторые из них методами продвижения, но на самом деле это факторы, которые способствуют продвижению.

Обязательно заведи в конце 2 бонуса:

Чек-лист с главными пунктами для продвижения – очень полезный, с ним ты точно ничего не упустишь и завоюешь топ выдачи. Соотнеси все факторы и способы со своими товарами, и я уверен: ты найдешь точки роста для своей карточки после прочтения моей книги.

- Про второй классный бонус расскажу в конце. Тебе точно понравится! Читай до конца, чтобы получить его.

Приятного изучения и внедрения. Поехали!

Вступление

Почему правильное продвижение на Wildberries – это важно?

Правильное продвижение позволит нам взлететь на топовые позиции. Что дает попадание в топ? Мы оказываемся среди товаров, которые показывают покупателям чаще всего и выше конкурентов (в категории или по какому-то поисковому запросу).

Это означает:

- что видимость нашего товара и магазина станет выше;
- что мы быстрее будем находить своих покупателей;

- что мы сможем увеличить выручку, станем маркетплейсу еще интереснее, и нас будут и дальше показывать выше всех.

Для по-настоящему успешных продаж и увеличения выручки нужно доказать маркетплейсу, что делать ставки на наш магазин выгодно. Заслужить такой статус в глазах WB – дело не одного дня.

Продвижение на Wildberries – комплексная история, в идеале нужно обеспечить товару преимущества по всем фронтам. Если мы решим делать ставку на крутые фото и обширное SEO, а продукции при этом не будет хватать на складах, все наши усилия сведутся к нулю: карточка упадет в выдаче. Или упаковка будет ненадежной, и до клиентов товар не доедет в нормальном виде – тогда имеем негатив со стороны покупателей и тоже падаем в выдаче. И так далее. Обо всем этом рано или поздно придется вспомнить, если хотим успешно продвигаться.

Ключевые факторы успеха

WB нравятся товары, которые приносят хорошую прибыль. И площадка всегда предпочтет ставить на надежных продавцов. Какой смысл продвигать тех, у которого перебои с поставками и постоянно заканчиваются ходовые размеры? Или того, у которого заказывают, а в итоге не выкупают или оставляют негативные отзывы? Это не сулит выгодного сотрудничества в долгосрочной перспективе. Площадка заботится о своей репутации и должна по максимуму удовлетворять запросы клиентов – об этом стоит помнить, выстраивая стратегию продвижения.

Логично, что одним из главных аргументов в пользу повышения нас в выдаче для WB будет наша выручка.

"Выручка карточки – одновременно и наша цель, и фактор ранжирования. Вы ведь хотите, например, 7 млн руб. выручки с одного товара? Даже если карточка товара хорошо проработана с точки зрения, например, ключевых слов, она не выйдет в топ сама по себе – чтобы высоко ранжироваться на Wildberries высокая выручка первична, 90 % товаров ранжируются именно по ней”.

Дмитрий Бакланов

основатель Stat4Market.com, брендов Notta & Belle, Бум-Коробка

Как раз роста выручки мы хотим добиться грамотным продвижением.

Начнем с 3-х факторов, которые мощнее всего влияют на позиции товара на WB. Если у нас по этим пунктам что-то не в порядке, мы автоматически лишаемся возможности выйти на высокие места. Поэтому с ними стоит работать в первую очередь.

Топ-3 важных фактора для роста позиций на Wildberries:

01. Наличие товара на складах (и в регионах)

Если товар закончится на складе и, тем более, если такая ситуация повторится не раз, наш магазин перестанет быть интересным маркетплейсу. О чем говорят перебои с наличием товара (в том числе отдельных цветов и размеров)? Селлер не может удовлетворить спрос покупателей. А значит, работать с ним не выгодно и его товар не стоит показывать на топовых позициях. Продвижение карточки на Wildberries из-за такого подхода станет почти невозможным, она упадет в выдаче, и восстановить рейтинг будет сложно.

"Каждый день отсутствия товара сказывается на позициях карточки. Wildberries считает выручку за последние 10 недель. Блоками, по понедельно: за последнюю неделю, далее в порядке уменьшения приоритета за каждую последующую. Чтобы выйти на высокие позиции, нужно держать хорошую выручку длительно – и если товара нет 3–4 дня, выручки за эти дни тоже не будет, и соответственно,

позиции упадут".

Дмитрий Бакланов

основатель Stat4Market.com, брендов Notta & Belle, Бум-Коробка

Советуем всегда тщательно продумывать свои поставки, чтобы товар был на складах, и не забывать отгружаться в регионы – при правильном подходе это прекрасная возможность поднять продажи и выручку.

02. Правильная SEO-оптимизация

Хорошо оптимизированная карточка делает нас в какой-то степени всемогущими. Но при работе с SEO есть нюансы. Если их не учитывать и, допустим, просто добавить в карточку популярные запросы без разбора, это отсрочит наш прогресс. Нужно иметь в виду рекомендации WB и понимать, есть ли вообще у нас шансы выйти в топ по поисковому запросу или мы потратим время впустую.

Выбирай ключевики, релевантные товару, и правильно распределяй их по карточке. Ищи работающие советы по оптимизации в следующих главах.

Прокачать и оптимизировать свою карточку в плане SEO лучше до начала продаж, чтобы при запуске товара маркетплейс сразу проиндексировал ее по большинству категорий и поисковых запросов! Но даже если твой товар уже продается, рекомендуем не откладывать оптимизацию и заняться ею в первую очередь.

03. Высокий процент выкупа

Для Wildberries всегда в приоритете будут товары, которые не просто заказывают, но и выкупают после заказа. Во-первых, потому что так клиенты довольнее. Во-вторых, никакому маркетплейсу не хочется впустую возить товар. Товарам с низким выкупом не видать хороших позиций в выдаче, и это нужно держать в голове при продвижении. О том, как повышать процент выкупа, пишем ниже.

Чтобы достичь цели и взлететь вверх на WB, пускай в ход все инструменты продвижения, о которых мы говорим. Помни о том, что размер выручки играет огромную роль, Wildberries будет оценивать твои показатели сразу за несколько недель.

Базовые методы

#1. Поставки товара вовремя и недопуск Out of stock

Out of stock, как говорят на Западе, или "Нет в наличии" – фактор, блокирующий любые продажи. Нет товара на складе – нет продаж. Всегда помни об этом. Маркетплейс сочтет тебя не очень перспективным, если у тебя постоянные перебои с поставками. Поэтому:

Не поставляй товар наугад. Количество товара на складах должно соответствовать спросу на него и скорости продаж.

Да и в целом: ты же не хочешь упускать выручку из-за сбоев в поставках?

- Следи за наличием на складах всех заявленных цветов и размеров и вовремя делай подсорт. Особенно это касается склада WB в Коледино: поддерживай товар в достаточном количестве там в первую очередь. С этого склада самая дорогая доставка, но и самое лучшее ранжирование, скорость доставки в Московском (основном) регионе. Как оптимизировать и снизить стоимость логистики мы еще расскажем, но эту мысль советуем зафиксировать.

- Если ты продаешь одежду или другие товары с размерами, имей в виду: нехватка даже одного размера вещи имеет практически такое же негативное значение для рейтинга, как и отсутствие карточки целиком.
- Правильно рассчитать поставку можно с помощью аналитических сервисов или вручную. Во втором случае количество продаж делим на количество дней, за которое считаем показатель.

Как посчитать вручную:

Например, за 30 дней ты продал 100 ведер. Имеем: $100:30 = 3,3$ шт./день. Это твоя скорость продаж. Умножь ее на количество дней, на которое нужна поставка – допустим, планируем на 60 дней. $3,3 \cdot 60 = 198$.

Примерно столько ведер тебе нужно доставить на склад, чтобы хватило на 2 месяца.

Есть одно но: такой расчет подразумевает, что говорим о скорости продаж, которая держится плюс-минус на одном уровне. Но на продажи за взятый период могли влиять разные факторы – всплески заказов, акции, праздники, отсутствие товара на складе или другие причины. Если товара какое-то время не было на складах, считать заказы правильнее всего только по тем дням, когда он был в наличии.

Рассчитай поставку за пару минут в сервисе Stat4Market!

Многие вещи на маркетплейсах можно автоматизировать и не тратить на них свое время и время менеджеров. Как в случае с “Расчетом поставок”: этот модуль в сервисе Stat4Market мы с командой придумали для того, чтобы рассчитывать поставку за минуту, внутри есть для этого все необходимое. С ним ты быстро узнаешь свою скорость заказов по любому товару и сформируешь поставку оптимально.

#2. FBS как дополнительная страховка

Поскольку отсутствие товара на складах – это последняя вещь, которая нужна нам при продвижении, то стоит перестраховаться: советуем держать остатки в наличии не только на складах самого Wildberries, но и, одновременно, на своем складе.

Если продукция вдруг закончится (никогда не знаешь, какой форс-мажор может случиться), тебе будет, что продавать в период до следующей поставки и ты не потеряешь свои позиции. Этот совет актуален для продавцов, которые уже торгуют по модели “Маркетплейс” (FBS).

Поясним, что подразумевает под собой FBS: это формат отгрузок, когда тебе на WB приходит заказ, его нужно собрать, а также скачать и приклеить необходимый QR-код и затем самостоятельно отвезти на пункт приема WB (это может быть склад или сортировочный центр). Доступные пункты приема можно найти в кабинете поставщика в разделе “Карта складов”.

Еще раз: рекомендуем всегда иметь в запасе возможность и налаженную схему для отгрузок по FBS. Часто перед праздниками лимиты на складах заканчиваются или приемка стоит больше, чем ты зарабатываешь с товара.

“Отгрузки по системе FBS очень помогают в моменты большого спроса для перестраховки и перед праздниками, когда не получается отвезти поставку на основные склады.”

Дмитрий Бакланов

основатель Stat4Market.com, брендов Notta & Belle, Бум-Коробка

#3. Загрузка регионов

Почему отгружаться в регионы важно? Это позволяет клиентам быстрее получить твой товар, и маркетплейс показывает тебя выше в выдаче. В итоге имеем больше заказов, улучшаем свой имидж в глазах WB и свои позиции не только в регионах, но и в целом.

Ключевой момент: рациональное распределение товара по складам в разных городах. Нам выгодно поставлять туда, где есть спрос. Непродуманные поставки без учета спроса плохо скажутся на продажах и рейтинге товара, приведут к большим затратам на логистику и снижению показателя оборачиваемости.

- Так как определить, где наш покупатель? Если ты уже поставлял в регионы, проанализируй свои отчеты в личном кабинете на Wildberries и посмотри, как шли продажи в разных городах. В соответствии с этим пересмотри географию поставок. Вполне может быть и такое, что конкретно в твоем случае поставлять в регионы нет смысла, потому что спрос там минимальный.
- Если это твоя первая поставка на WB, сначала понаблюдай: часть товара отгрузи на московские склады, а вторую часть придержи. Это позволит понять, где товар наиболее активно покупали, и принять решение – направлять оставшуюся часть также в Москву или в регионы.
- Если ты все взвесил и все еще выбираешь между несколькими региональными складами, знай, что склады в Краснодаре, Казани и Санкт-Петербурге после Коледино максимально влияют на позиции товара в выдаче. Именно их стоит загружать в первую очередь при прочих равных.
- Быстро просчитать оптимальную географию отгрузок в регионы можно в "Расчете поставок" сервиса Stat4Market: там увидишь, на какие склады отправляют свою продукцию конкуренты и в каком количестве тебе рекомендовано отгрузить товар в каждый город.

Выбери региональный склад и получи расчет количества товара

#4. Процент выкупа: повышаем на максимум

Процент выкупа – это соотношение заказанных товаров в твоем магазине на Wildberries к выкупленным (и один из главных факторов ранжирования). Влиять на процент выкупа мы можем через качество товара и выполнение своих обещаний.

- Позаботься о том, чтобы информация в карточках точно характеризовала продукцию, которую получит клиент, и тогда показатель выкупа будет расти.
- Важно соотношение цена-качество. Несостыковки в этой части могут вести к недовольству и плохим показателям выкупа (пример: дорогая техника, которая не производит впечатление высокой надежности).
- Отказы случаются и из-за плохой упаковки: товар просто не доезжает до клиентов в подходящем виде.
- Небольшой лайфхак: для повышения выкупа одежды может сработать добавление фото модели больших размеров (в случае, если такой размер есть в линейке, конечно). При этом фото должно быть размещено в карточке на втором-третьем месте. Такты привлечешь покупателей с соответствующим размером одежды и повысишь вероятность покупки ими этой вещи. Также можно сделать самовыкуп и оставить отзыв от лица покупателя плюс-сайз (в отзыве должно быть фото вещи на покупателе).
- В любом случае, если процент выкупа низкий, нужно анализировать, в чем причина неуспеха конкретно для этого товара. Дальше станет ясно, с чем работать.

- Если ты понял, что причина в браке или, например, истекшем сроке годности, придется идти на радикальные меры: выкупать такой товар полностью. Твой рейтинг этот артикул будет только понижать. Как вариант – распродать товар с большой скидкой.

Повышай процент выкупа через работу с качеством товара (отзывы могут подсказать, куда двигаться) и проработку карточки – фото, характеристики и все описания должны соответствовать действительности и не должны дезинформировать покупателей.

#5. Оборачиваемость: не допускаем перегрузок, распродаем неликвид

Оборачиваемость – это количество дней, за которое распродается завезенный тобой на склады товар. Хороший показатель для WB – примерно 30–60 дней.

Wildberries не жалуется на продавцов, у которых товара нет в наличии. Еще маркетплейс не хочет хранить на своих складах непопулярные позиции, которые долго распродаются. Площадке гораздо выгоднее размещать у себя то, что востребовано и приносит больше прибыли.

Если оборачиваемость плохая, мы не только переплачиваем за хранение, но и теряем позиции в выдаче.

- Как улучшить показатель оборачиваемости? Более продуманно подходить к планированию поставок, в том числе к вопросу распределения товара по регионам. Возможно, продажи плохие, потому что покупатель живет в другом городе, и отгружаться нужно именно туда. Не забывай по-умному рассчитывать

поставки в принципе: с учетом спроса и скорости продаж, о которых говорили выше, и не отгружать слишком много.

- Проведи ABC-анализ. Так ты отсортируешь все свои товары по степени “ценности” в контексте размера выручки. В Stat4Market с помощью ABC-анализа ты вычислишь товары-аутсайдеры в своем магазине и лидирующие товары – те, для которых критически важно поддерживать постоянное наличие на складах.

Получи сортировку всех своих товаров по степени важности для твоего магазина

А вот товары, которые окажутся по результатам анализа в категории С – наименее прибыльные, и возможно, стоит вообще отказаться от их продажи, чтобы они перестали отрицательно влиять на оборачиваемость.

Цены и акции

#6. Золотая середина выбора цены

Поговорим о ценообразовании. Стоимость товара должна учитывать все твои расходы, но еще нужно подумать и о возможности участвовать в акциях и установке скидок, которые заинтересуют покупателей. Цена должна быть такой, чтобы ты мог безболезненно поставить хорошую скидку и войти в распродажу. Попробуй разные варианты и найди баланс: нужно, чтобы цена привлекала покупателей и обеспечивала тебе маржинальность и желаемую прибыль.

И конечно, конкуренты: не забывай отслеживать средний уровень цен в своей нише.

#7. Участие в акциях

Акции на WB это боль многих продавцов, поскольку участие в них – “добровольно-принудительное”. Но это также отличные возможности: товары-участники показываются большому количеству покупателей, продажи в это время растут, а комиссия WB для тех, кто присоединился, становится ниже. Почему тогда селлеры отказываются участвовать в акциях?

Wildberries выдвигает требования по размеру скидки – и очень часто эти требования идут вразрез с планами продавца. Например, его просят снизить цену на 50 %. Но если селлер это сделает, то будет продавать в убыток или по себестоимости. Выход – изначально устанавливать цены с учетом возможности участия в акциях.

Конец ознакомительного фрагмента.

Купить: https://tellnovel.com/ru/baklanov_dmitriy/vyydi-v-top-50-sposobov-vyyti-v-top-na-marketpleysah

Текст предоставлен ООО «ИТ»

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию: [Купить](#)