

## 5. Поисковые запросы. Анализ конкурентов. SWOT-анализ. Формирование УТП

### Оглавление

5. Поисковые запросы. Анализ конкурентов. SWOT-анализ. Формирование УТП .....	1
5.1. Поисковые запросы .....	1
5.2. Изучение конкурентов .....	2
5.2.1. Основные критерии анализа конкурентов .....	2
5.2.2. Выделение основных конкурентов .....	3
5.2.3. Отклик конкурентов на поисковые запросы: начало марта 2020 .....	5
5.2.4. Позиции конкурентов в поисковой выдаче: июнь 2020 .....	5
5.2.5. Посещаемость и источники трафика.....	8
5.2.6. Сравнение изучаемого проекта и конкурентов по выбранным критериям.....	8
5.2.7. Конкуренты и их представительства в соцсетях .....	8
5.2.8. Выводы по анализу конкурентов .....	9
5.2.9. SWOT-анализ .....	11
5.2.10. Выводы по анализу изучаемого проекта.....	11
5.2.11. Рекомендации изучаемому проекту.....	12
5.3. Короткое сочинение на тему «Я в баре объясняю продукт незнакомому человеку» .....	13
5.4. Формирование УТП.....	13

### 5.1. Поисковые запросы

Проверка поисковых запросов через Вордстат <https://wordstat.yandex.ru> по СПб и ЛО, некоторые запросы - в динамике, наиболее «ликвидные» запросы выделены шрифтом.

Поисковый запрос	10.03.20	08.05.20	19.06.20
	число запросов за предыдущий месяц		
продукты ресторан <i>как база</i>			
<b>закупки для ресторана</b>	<b>93</b>		<b>77</b>
<b>поставщики продуктов для ресторана</b>	<b>68</b>	<b>36</b>	<b>169</b>
снабжение ресторанов	53		99
дистрибьюторы хорека	47		5
продукты питания для хорека	16	50	4
<b>продукты для ресторана</b>		<b>467</b>	<b>579</b>

продукты для столовой		363	238
продукты для кафе		234	258
доставка продуктов в ресторан		100	60
продукты для ресторана с доставкой		98	58
продукты для horeca		61	22
продукты для хорека			28
поставка продуктов для ресторана			32
ресторан купит продукты			10
купить продукты для ресторана			10
купить продукты для кафе			4
доставка продуктов для хорека			3

## 5.2. Изучение конкурентов

### 5.2.1. Основные критерии анализа конкурентов

Критерий	Обоснование
Сайт	
Отклик на выбранные поисковые запросы	как ищется – может ли пользователь «с улицы» без «сарафана» (директа) найти поставщика поиском
Поисковые запросы	понимать как продвигаются
<b>Общее впечатление от сайта: дизайн, удобство каталога, скорость</b>	с неудобного сайта пользователь может быстро уйти
<b>Цены на сайте</b>	доступность информации
Рекомендуемые / Похожие / Популярные товары	увеличение среднего чека
<b>Возможность заказа с сайта</b>	широта онлайн-возможностей
Форма подписки на e-mail рассылку	
Формы захвата лидов на сайте (обратный звонок, онлайн-консультант, форма заявки и другие)	
Элементы доверия на сайте (гарантии, отзывы)	
Текстовый контент: статьи, обзоры, новости (по 5 баллам)	
Графический контент: фото, инструкции, инфографика, презентации (по 5 баллам)	
Видео контент: обзоры, обучающие видео (по 5	

баллам)	
Форма подписки на e-mail рассылку	
УТП / слоган как выглядит в июне 2020	
Общие	
<b>Широта ассортимента</b>	чем шире – тем лучше
<b>Сумма заказа для бесплатной доставки</b>	чем меньше - тем лучше
<b>Срок доставки</b>	чем быстрее – тем лучше
<b>Возможность покупать от 1 кг и 1 шт</b>	важно для мелких клиентов
<b>Формы оплаты</b>	чем шире - тем лучше
Особенности	важные моменты

## 5.2.2. Выделение основных конкурентов

По результатам выдачи на выбранные мной в марте 2020 поисковые запросы я выделила ряд конкурентов:

- EastFood <https://eastfood.spb.ru>
- Фудсервис <https://food-servis.com>
- Свой вкус [www.svoi-vkus.spb.ru](http://www.svoi-vkus.spb.ru)
- EuroFoods <https://efspb.ru>
- Глобал Групп <https://globalgroup24.ru>
- ТД ГудФуд <http://tdgoodfood.ru>
- Ленпродукт [www.lenproduct.ru](http://www.lenproduct.ru)
- ТД Заря <https://td-zarya.ru>
- Глобал Фудс СЗ <http://www.gfspb.ru> <https://www.globalfoods.ru>
- ТД Бакалеон <https://bakaleon.ru>
- <https://imperia-spb.ru>
- Юпитер холл <https://upiterhall.ru>
- МаррРоссия [www.marr.ru](http://www.marr.ru)

Отметила на будущее, что нашими конкурентами могут быть также сетевые магазины и сервисы доставки - с целью анализировать по ценам и условиям позже, например, такие:

<https://spb.metro-cc.ru>

[karusel-loyalty.ru](http://karusel-loyalty.ru)

<https://lavka.yandex>

[ww.okeydostavka.ru](http://ww.okeydostavka.ru)

[www.perekrestok.ru](http://www.perekrestok.ru)

[www.perekrestok-opt.ru](http://www.perekrestok-opt.ru)

<https://sbermarket.ru>

[www.iqoods.ru](http://www.iqoods.ru)

Позже, в мае 2020 удалось узнать, что в среде поставщиков для HoReCa основными конкурентами считаются:

- 1) Марр
- 2) Восток-запад

- 3) Бакалеон
- 4) Ароса
- 5) Продстар
- 6) Ромакс
- 7) Метро

В период моего обучения (февраль – июнь 2020) в мире происходят глобальные катаклизмы: пандемия вируса Covid-19 и длительный режим карантина/изоляции значительно воздействуют на экономику и очень сильно затрагивают сферу работы выбранного мной для анализа проекта. На глазах конкуренты проекта стремительно развивают свои интернет-представительства, запускают в этот период новые сайты онлайн-магазины, активизируются в соцсетях. Многие пытаются выйти на рынок поставок продуктов для физлиц. По внутренним причинам в своей работе я ориентируюсь на b2b только.

Основываясь на первичном исследовании, полученном списке реальных конкурентов и необходимости дальнейшего изучения соцсетей для работы выбираю 6 компаний-конкурентов (стрелками обозначена динамика за время учебы):

Сайт	Компания	соцсети, подписчики				
		ВК	Инста	ЮТ	ФБ	ОК
<a href="http://www.prof.alidi.ru">www.prof.alidi.ru</a>	АЛИДИ Проф	<a href="#">alidi_career</a> только карьера ГК Алиди 16169 подп и региональные группы филиалов	<a href="#">alidi_prof_horec_a</a> 216 подп → 237 подп	<a href="#">ALIDI PROF</a> 7 подп	<a href="#">ALIDI.PROF</a> 6 подп	не нашла
<a href="http://www.bakaleon.ru">www.bakaleon.ru</a> → <a href="http://www.bakaleon.online">www.bakaleon.online</a>	ТД Бакалеон	<a href="#">td_bakaleon</a> 8 подп → <a href="#">bakaleon</a> 264 подп	<a href="#">td.bakaleon</a> 66 подп → 74 подп	не нашла	Брошена	не нашла
<a href="http://www.food-servis.com">www.food-servis.com</a>	ФудСервис	не нашла	не нашла	не нашла	не нашла	не нашла
<a href="http://www.efspb.ru">www.efspb.ru</a>	ЕвроФудз	<a href="#">eurofoods_piter</a> 1195 подп	<a href="#">eurofoods</a> 810 подп	<a href="#">EuroFoods</a> 8 подп	<a href="#">EuroFoods</a> 15 подп	не нашла
<a href="http://www.marr.ru">www.marr.ru</a> <a href="http://www.mapp.pф">www.mapp.pф</a>	Марр	<a href="#">marr_russia</a> 1014 подп → 1020 подп	<a href="#">marr_russia</a> 1871 подп	не нашла	MarrRussia 720 подп → 744 подп	<a href="#">Марр Россия</a> 9 подп
<a href="http://www.ews.ru">www.ews.ru</a>	Восток-Запад	<a href="#">Восток-Запад на связи</a> 232 подп - похоже, взломана	<a href="#">ews.ru</a> 1319 подп → 1343 подп	<a href="#">ews</a> 87 подп → 92 подп	<a href="#">EWS</a> 192 подп → 195 подп	не нашла
<a href="http://www.arosa.ru">www.arosa.ru</a> →+ проф: <a href="http://www.b2b.arosa.ru">www.b2b.arosa.ru</a> →+ розничный: <a href="http://www.arosa-market.ru">www.arosa-market.ru</a>	Ароса	<a href="#">arosacompany</a> 1217 подп	<a href="#">arosa_company</a> 1953 подп → 2032 подп	<a href="#">AROSA</a> 21 подп	<a href="#">arosacompany</a> 379 подп <a href="#">arosamarket</a> 4 подп	не нашла

### 5.2.3. Отклик конкурентов на поисковые запросы: начало марта 2020

Места изучаемого проекта и сайтов-конкурентов из начального списка в поисковой выдаче по выбранным поисковым запросам на март 2020 представлены в таб:

[5.2.3. Отклик сайтов-конкурентов на поисковые запросы начало марта 2020](#)

### 5.2.4. Позиции конкурентов в поисковой выдаче: июнь 2020

На 20.06.20 позиции в выдаче выбранных 6 конкурентов по поисковым запросам согласно инструменту <https://be1.ru/position-yandex-google> представлены ниже:

Произвольные запросы...

продукты ресторан  
закупки для ресторана  
поставщики продуктов для ресторана  
снабжение ресторанов  
дистрибьюторы хорека  
продукты питания для хорека  
продукты для ресторана  
продукты для столовой  
продукты для кафе  
доставка продуктов в ресторан  
продукты для ресторана с доставкой  
продукты для horeca  
продукты для хорека  
поставка продуктов для ресторана  
ресторан купит продукты  
купить продукты для ресторана  
купить продукты для кафе  
доставка продуктов для хорека

Санкт-Петербург и Ленинградская область

www.profalidi.ru

☒ Yandex ☐ Google

Проверить

Позиции и URL по запросам

Разбивка История

#	Запрос	Yandex
1	<a href="#">продукты ресторан</a>	-
2	<a href="#">закупки для ресторана</a>	-
3	<a href="#">поставщики продуктов для ресторана</a>	-
4	<a href="#">снабжение ресторанов</a>	-
5	<a href="#">дистрибьюторы хорека</a>	-
6	<a href="#">продукты питания для хорека</a>	-
7	<a href="#">продукты для ресторана</a>	-
8	<a href="#">продукты для столовой</a>	-
9	<a href="#">продукты для кафе</a>	-
10	<a href="#">доставка продуктов в ресторан</a>	-
11	<a href="#">продукты для ресторана с доставкой</a>	-
12	<a href="#">продукты для horeca</a>	-
13	<a href="#">продукты для хорека</a>	-
14	<a href="#">поставка продуктов для ресторана</a>	-
15	<a href="#">ресторан купит продукты</a>	-
16	<a href="#">купить продукты для ресторана</a>	-
17	<a href="#">купить продукты для кафе</a>	-
18	<a href="#">доставка продуктов для хорека</a>	-

	ТОП-1	ТОП-5	ТОП-10	ТОП-50	ТОП-100
Yandex	0	0	0	0	0

www.mart.ru

☒ Yandex ☐ Google

Проверить

www.mapp.pф

☒ Yandex ☐ Google

Проверить

## Позиции и URL по запросам

Разбивка История

#	Запрос	Yandex
1	продукты ресторан	50
2	закупки для ресторана	-
3	поставщики продуктов для ресторана	18
4	снабжение ресторанов	-
5	дистрибьюторы хорека	-
6	продукты питания для хорека	-
7	продукты для ресторана	26
8	продукты для столовой	-
9	продукты для кафе	23
10	доставка продуктов в ресторан	13
11	продукты для ресторана с доставкой	54
12	продукты для horeca	-
13	продукты для хорека	-
14	поставка продуктов для ресторана	6
15	ресторан купит продукты	50
16	www.bakaleon.online	
17	<input checked="" type="checkbox"/> Yandex <input type="checkbox"/> Google	
18	Проверить	

## Позиции и URL по запросам

Разбивка История

#	Запрос	Yandex
1	продукты ресторан	1
2	закупки для ресторана	-
3	поставщики продуктов для ресторана	13
4	снабжение ресторанов	-
5	дистрибьюторы хорека	-
6	продукты питания для хорека	-
7	продукты для ресторана	2
8	продукты для столовой	-
9	продукты для кафе	7
10	доставка продуктов в ресторан	1
11	продукты для ресторана с доставкой	1
12	продукты для horeca	-
13	продукты для хорека	-
14	поставка продуктов для ресторана	5
15	ресторан купит продукты	1
16	www.bakaleon.ru	
17	<input checked="" type="checkbox"/> Yandex <input type="checkbox"/> Google	
18	Проверить	

## Позиции и URL по запросам

Разбивка История

#	Запрос	Yandex
1	продукты ресторан	-
2	закупки для ресторана	-
3	поставщики продуктов для ресторана	-
4	снабжение ресторанов	-
5	дистрибьюторы хорека	-
6	продукты питания для хорека	-
7	продукты для ресторана	-
8	продукты для столовой	-
9	продукты для кафе	-
10	доставка продуктов в ресторан	-
11	продукты для ресторана с доставкой	-
12	продукты для horeca	-
13	продукты для хорека	-
14	поставка продуктов для ресторана	-
15	ресторан купит продукты	-
16	купить продукты для ресторана	-
17	купить продукты для кафе	-
18	доставка продуктов для хорека	-

	ТОП-1	ТОП-5	ТОП-10	ТОП-50	ТОП-100
Yandex	0	0	0	0	0

## Позиции и URL по запросам

Разбивка История

#	Запрос	Yandex
1	продукты ресторан	21
2	закупки для ресторана	-
3	поставщики продуктов для ресторана	14
4	снабжение ресторанов	69
5	дистрибьюторы хорека	-
6	продукты питания для хорека	46
7	продукты для ресторана	10
8	продукты для столовой	4
9	продукты для кафе	8
10	доставка продуктов в ресторан	-
11	продукты для ресторана с доставкой	17
12	продукты для horeca	-
13	продукты для хорека	-
14	поставка продуктов для ресторана	9
15	ресторан купит продукты	-
16	купить продукты для ресторана	20
17	купить продукты для кафе	-
18	доставка продуктов для хорека	78

	ТОП-1	ТОП-5	ТОП-10	ТОП-50	ТОП-100
Yandex	0	1	4	9	11

www.efspb.ru

☒ Yandex
 ☐ Google

Проверить

### Позиции и URL по запросам

Разбивка

История

#	Запрос	Yandex
1	<a href="#">продукты ресторан</a>	5
2	<a href="#">закупки для ресторана</a>	8
3	<a href="#">поставщики продуктов для ресторана</a>	1
4	<a href="#">снабжение ресторанов</a>	2
5	<a href="#">дистрибьюторы хорека</a>	4
6	<a href="#">продукты питания для хорека</a>	1
7	<a href="#">продукты для ресторана</a>	1
8	<a href="#">продукты для столовой</a>	-
9	<a href="#">продукты для кафе</a>	1
10	<a href="#">доставка продуктов в ресторан</a>	3
11	<a href="#">продукты для ресторана с доставкой</a>	2
12	<a href="#">продукты для horeca</a>	2
13	<a href="#">продукты для хорека</a>	1, 5
14	<a href="#">поставка продуктов для ресторана</a>	2
15	<a href="#">ресторан купит продукты</a>	2
16	<a href="#">купить продукты для ресторана</a>	3
17	<a href="#">купить продукты для кафе</a>	1
18	<a href="#">доставка продуктов для хорека</a>	5

	ТОП-1	ТОП-5	ТОП-10	ТОП-50	ТОП-100
Yandex	6	16	17	17	17

www.ews.ru

☒ Yandex
 ☐ Google

Проверить

### Позиции и URL по запросам

Разбивка

История

#	Запрос	Yandex
1	<a href="#">продукты ресторан</a>	73
2	<a href="#">закупки для ресторана</a>	-
3	<a href="#">поставщики продуктов для ресторана</a>	25
4	<a href="#">снабжение ресторанов</a>	-
5	<a href="#">дистрибьюторы хорека</a>	-
6	<a href="#">продукты питания для хорека</a>	97
7	<a href="#">продукты для ресторана</a>	31
8	<a href="#">продукты для столовой</a>	-
9	<a href="#">продукты для кафе</a>	-
10	<a href="#">доставка продуктов в ресторан</a>	41
11	<a href="#">продукты для ресторана с доставкой</a>	38
12	<a href="#">продукты для horeca</a>	82
13	<a href="#">продукты для хорека</a>	53
14	<a href="#">поставка продуктов для ресторана</a>	23
15	<a href="#">ресторан купит продукты</a>	74
16	<a href="#">купить продукты для ресторана</a>	87
17	<a href="#">купить продукты для кафе</a>	-
18	<a href="#">доставка продуктов для хорека</a>	88

	ТОП-1	ТОП-5	ТОП-10	ТОП-50	ТОП-100
Yandex	0	0	0	5	12

www.food-servis.com

☒ Yandex
 ☐ Google

Проверить

### Позиции и URL по запросам

Разбивка

История

#	Запрос	Yandex
1	<a href="#">продукты ресторан</a>	16
2	<a href="#">закупки для ресторана</a>	29
3	<a href="#">поставщики продуктов для ресторана</a>	6
4	<a href="#">снабжение ресторанов</a>	9
5	<a href="#">дистрибьюторы хорека</a>	42
6	<a href="#">продукты питания для хорека</a>	22
7	<a href="#">продукты для ресторана</a>	7
8	<a href="#">продукты для столовой</a>	5
9	<a href="#">продукты для кафе</a>	5
10	<a href="#">доставка продуктов в ресторан</a>	9
11	<a href="#">продукты для ресторана с доставкой</a>	5
12	<a href="#">продукты для horeca</a>	25
13	<a href="#">продукты для хорека</a>	26
14	<a href="#">поставка продуктов для ресторана</a>	1
15	<a href="#">ресторан купит продукты</a>	9
16	<a href="#">купить продукты для ресторана</a>	4
17	<a href="#">купить продукты для кафе</a>	3
18	<a href="#">доставка продуктов для хорека</a>	12

	ТОП-1	ТОП-5	ТОП-10	ТОП-50	ТОП-100
Yandex	1	6	11	18	18

www.arosa-market.ru

☒ Yandex
 ☐ Google

Проверить

### Позиции и URL по запросам

Разбивка

История

#	Запрос	Yandex
1	<a href="#">продукты ресторан</a>	-
2	<a href="#">закупки для ресторана</a>	-
3	<a href="#">поставщики продуктов для ресторана</a>	-
4	<a href="#">снабжение ресторанов</a>	-
5	<a href="#">дистрибьюторы хорека</a>	-
6	<a href="#">продукты питания для хорека</a>	-
7	<a href="#">продукты для ресторана</a>	-
8	<a href="#">продукты для столовой</a>	-
9	<a href="#">продукты для кафе</a>	-
10	<a href="#">доставка продуктов в ресторан</a>	-
11	<a href="#">продукты для ресторана с доставкой</a>	-
12	<a href="#">продукты для horeca</a>	-
13	<a href="#">продукты для хорека</a>	-
14	<a href="#">поставка продуктов для ресторана</a>	-
15	<a href="#">ресторан купит продукты</a>	61
16	<a href="#">купить продукты для ресторана</a>	-
17	<a href="#">купить продукты для кафе</a>	-
18	<a href="#">доставка продуктов для хорека</a>	-

	ТОП-1	ТОП-5	ТОП-10	ТОП-50	ТОП-100
Yandex	0	0	0	0	1

<div> <div>www.arosa.ru</div> <div> <input checked="" type="checkbox"/> Yandex <input type="checkbox"/> Google </div> <div>Проверить</div> </div>					
<div> <div>www.b2b.arosa.ru</div> <div> <input checked="" type="checkbox"/> Yandex <input type="checkbox"/> Google </div> <div>Проверить</div> </div>					
Позиции и URL по запросам <div>Разбивка</div> <div>История</div>			Позиции и URL по запросам <div>Разбивка</div> <div>История</div>		
#	Запрос	Yandex	#	Запрос	Yandex
1	продукты ресторан	-	1	продукты ресторан	-
2	закупки для ресторана	-	2	закупки для ресторана	-
3	поставщики продуктов для ресторана	49	3	поставщики продуктов для ресторана	-
4	снабжение ресторанов	-	4	снабжение ресторанов	-
5	дистрибьюторы хорека	-	5	дистрибьюторы хорека	-
6	продукты питания для хорека	87	6	продукты питания для хорека	-
7	продукты для ресторана	-	7	продукты для ресторана	-
8	продукты для столовой	-	8	продукты для столовой	-
9	продукты для кафе	-	9	продукты для кафе	-
10	доставка продуктов в ресторан	-	10	доставка продуктов в ресторан	-
11	продукты для ресторана с доставкой	-	11	продукты для ресторана с доставкой	-
12	продукты для horeca	-	12	продукты для horeca	-
13	продукты для хорека	-	13	продукты для хорека	-
14	поставка продуктов для ресторана	98	14	поставка продуктов для ресторана	-
15	ресторан купит продукты	-	15	ресторан купит продукты	-
16	купить продукты для ресторана	-	16	купить продукты для ресторана	-
17	купить продукты для кафе	-	17	купить продукты для кафе	-
18	доставка продуктов для хорека	-	18	доставка продуктов для хорека	-
	ТОП-1	ТОП-5	ТОП-10	ТОП-50	ТОП-100
Yandex	0	0	0	1	3

	ТОП-1	ТОП-5	ТОП-10	ТОП-50	ТОП-100
Yandex	0	0	0	0	0

### 5.2.5. Посещаемость и источники трафика

Посещаемость и источники трафика на сайт изучаемого проекта и на сайты конкурентов за период 3 месяца (март–май 2020) согласно <https://pro.similarweb.com> представлены в таб:

[5.2.5. Посещаемость и источники трафика](#)

### 5.2.6. Сравнение изучаемого проекта и конкурентов по выбранным критериям

Конкурентный анализ по выбранным в п.6.2.1 критериям представлен в таб:

[5.2.6. Сравнение изучаемого проекта и конкурентов по выбранным критериям](#)

\*Изучаемый проект и конкуренты ТД «Бакалеон» и «ФудСервис» рассматриваются в динамике (март 2020 и июнь 2020).

### 5.2.7. Конкуренты и их представительства в соцсетях

[5.2.7. Конкуренты и их представительства в соцсетях](#)



## 5.2.8. Выводы по анализу конкурентов

- Наибольшее количество визитов в онлайн получают компании, которые имеют серьезную долю на оффлайн-рынке: Восток-Запад (28,5к), Ароса (суммарно все сайты 24,5к), Марр (21к). Все эти компании функционируют в нескольких регионах, имеют известное имя и значительные ресурсы: большой штат торговых представителей, большие склады, автопарк, широкий ассортимент, предлагают привлекательные условия и цены. В эту же группу можно отнести Алиди Проф (12,5к) как влиятельную «дочку» крупной и известной ГК Алиди;
- Новых поставщиков покупатели часто выбирают по рекомендации знакомых и коллег («сарафану»), известности/ репутации, «видности» (транспорт с логотипом) при подходящих условиях и ценах, **поиск в интернет – это, скорее, крайний шаг**;
- у трех компаний из четырех крупных **основной трафик – это прямые заходы**: 54% у Восток-Запад, 68% у базового сайта Аросы, 47% у Алиди Проф, у Марр основной трафик – органический поиск 63%;
- **поисковыми запросами** для этих крупных компаний часто являются **название компании** или сайта;
- **предлагаемые поисковые запросы – актуальны**;
- по предлагаемым мной поисковым запросам из крупных прекрасно выдается новый [www.marr.rf](http://www.marr.rf) (Я-ТОП-1 по 4 запросам, Я-ТОП-5 по 8 запросам, Я-ТОП-10 по 9 запросам), у Аросы новые сайты, возможно, еще просто в процессе оптимизации и не проиндексированы;
- более **мелкие компании**: Бакалеон, ФудСервис и ЕвроФудз **прилагают усилия** для увеличения своей доли на рынке через привлечение покупателей, ищущих **поиском онлайн** – у них самые высокие доли органического трафика – 70%, 76% и 60% соответственно:
  - у ФудСервиса сайт оптимизирован и прекрасно выдается по большинству запросов (Я-ТОП-1 по 1 запросу, Я-ТОП-5 по 6 запросам, Я-ТОП-10 по 11 запросам), привлекательный дизайн, хорошая структура и тексты на страницах, чтобы вести новых покупателей рекламой;
  - У Бакалеона родительский сайт хорошо выдается (Я-ТОП-10 по 4 запросам), новый e-commerce еще в процессе индексации;
  - ЕвроФудз отлично выдается по большинству запросов (Я-ТОП-1 по 6 запросам Я-ТОП-5 по 16 запросам, Я-ТОП-10 по 17 запросам);
- Среди **органических** поисковых **запросов** также присутствуют **названия групп товаров** – например: бакалея или всё для японской кухни, а также названия **конкретных продуктов**;
- Трафик из соцсетей у всех компаний, кроме Бакалеона, низкий: 2-3%; у Бакалеона – 8% на старый сайт и 39% на новый; **основной лидер по продуцированию трафика – vk**; у Восток-запада трафик из yt;
- Бакалеон, Фудсервис, Марр и Ароса активно осваивают **новую целевую аудиторию – физлиц**;
- Еврофудз и Восток-Запад четко отказывают в продаже физлицам;
- Компании со «старыми» старомодными сайтами стараются сделать более современные онлайн ресурсы – открытые для широкого доступа (и физлиц) **интернет-магазины**: Бакалеон.онлайн, Марр.рф, Ароса.маркет; Бакалеон.онлайн и Ароса.маркет– это **e-commerce** с возможностью оплаты на сайте;
- Только ЕвроФудз сделал специальную форму подписки на интернет-рассылку, и имеет значительную долю трафика из email – 20%; у нового розничного Аросы.маркета 11% трафика из имейл, у остальных – незначительные 1-3%;
- Ароса.маркет розничный и Фудсервис давали платную рекламу в рассматриваемом периоде, Ароса.маркет также привлекал трафик из рекламных сетей, остальные получали только бесплатный трафик;
- Видео контент в наибольшем количестве имеется у Аросы – 17 видео, ни у кого нет свежих видео;

- Форм захвата лидов на рассматриваемых сайтах – одна-две, кроме Еврофудз, у которого форм много. **Онлайн-чат** есть у **изучаемого проекта** - введен в конце апреля 2020, но не работает по выходным; и у нового розничного марр.рф – автоматически выскакивает попапом;
- Инструмент «Рекомендуемые / Похожие / Популярные товары» есть у Бакалеонов (обоих), Восток-Запада и Ароса.маркет, Фудсервис показывает баннеры со своими товарами на акции;
- Наиболее грамотно с точки зрения маркетингового продвижения сделаны сайты Еврофудз и Фудсервис – современные удобные сайты, грамотные тексты на страницах, формы захвата лидов, элементы доверия в виде отзывов реальных покупателей с фото;
- Текстовый контент наиболее разработан у ЕвроФудз, у крупных компаний присутствуют отдельные элементы – в основном, описание продуктов и рецепты;
- Сайт ЕвроФудз наиболее выделяется современным маркетинговым подходом. Есть описание «болей» покупателя, как они их видят - и ответ компании на эти боли, данный «человеческим» языком. Информация на сайте представлена как «общение» с покупателем, легкий контакт с директорами продаж и закупок, сторителлинг в отзывах клиентов. Очень много форм взаимодействия с покупателем: «Запрос на поиск продуктов», "Заявка на товары", "Запросить прайс-лист", "Обратный звонок", форма сообщения на стр. Контакты, форма подписки на рассылку. Комфортный и дружелюбный тон, свежие обновления.
- Интересно, что Еврофудз позиционирует себя очень похоже на то так, как я в марте 2020 сформулировала УТП для изучаемого проекта. Еврофудз пошли еще дальше по продумыванию условий. Предложения ЕвроФудза: «Сделайте заказ до 12.30, и мы доставим его во второй половине того же дня. Вечерняя смена оператора, который принимает заявку по телефону, WhatsApp и Viber до 23.00. Вы больше не ограничены графиком работы наших менеджеров и операторов. Делайте заказ в любое время дня или ночи и следите за процессом его исполнения с помощью уведомлений в самом Личном кабинете или SMS на ваш телефон. Личный кабинет — online-заказ 24x7. Используйте возможности нашего склада для хранения ваших продуктов. Обозначьте, какой объем товара необходим вам на месяц, мы будем держать для вас запас и доставлять в заведение по мере необходимости хоть каждый день. Цены на весь товар остаются неизменными с 1 по последнее число календарного месяца. Если вас интересует то, чего нет у нас в каталоге, оставьте заявку на поиск и мы привезём этот товар специально для вас. Можно сделать пробный заказ без заключения договора».

Закрываю, что мои идеи – актуальны.

- По ассортименту у двух компаний: изучаемого проекта и у Еврофудз - нет свежих овощей и фруктов, у Бакалеон.онлайн на новом сайте немного позиций в каждой категории, и остальных – полный ассортимент и широкий выбор, некоторые отдельно выделяют и предлагают широкий перечень ингредиентов для кондитерского производства – Восток-Запад, Еврофудз;
- **Сумма заказа для бесплатной доставки наименьшая – 2000 руб** для СПб – у Аросы и у **Алиди.проф**; у меньших компаний Еврофудз и Фудсервис – 5000р.; у **изучаемого проекта** также **привлекательная сумма заказа для доставки по ЛО – 3000р**;
- **По сроку доставки наилучшие условия у Еврофудз - день в день при заказе до 12-30**, стандартно – доставка на следующий день при заказе до 19-00 (18-00), Алиди.Проф убрал вариант доставки в пнд при заказе утром в пнд;
- Банковской картой заказ можно оплатить при получении доставки у Алиди.Проф, Ароса.маркет, Марр.рф и Бакалеон.онлайн – что нужно, в первую очередь, физлицам;
- Отсрочку для юрлиц рассматривают все компании, Бакалеон – под вопросом;
- Возможность покупать от 1 шт или 1 кг дают все компании, у Марр на некоторые товары есть обязательное количество;
- В целом, все компании так или иначе реагируют на вызовы времени и ситуации: продажа физлицам, новые онлайн-магазины, снижение суммы заказа для бесплатной доставки, улучшение связи с компанией.

### 5.2.9. SWOT-анализ

<p><b>Strengths</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>уверенная позиция и известность бренда на оффлайн-рынке - трафик из директа и прямых запросов</li> <li>уже работают с более 10% ЦА в СПб и ЛО</li> <li>серьезные ресурсы и оборотные средства - готовы предложить клиентам интересные условия и цены</li> <li>широкий и растущий ассортимент</li> </ul>	<p><b>Weaknesses</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>отсутствие значимых групп товаров в ассортименте</li> <li>нет четкого понимания, чего хотят от «портала»</li> <li>нет профессиональной маркетинговой команды</li> <li>юзабилити-слабый и неоптимизированный сайт – высокий уровень отказов, отсутствие продвижения</li> <li>пассивность в соцсетях</li> <li>отсутствие CRM</li> <li>слабый уровень аналитики</li> </ul>
<p><b>Opportunities</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ускоренный переход всего мира на онлайн-работу – это становится нормой</li> <li>стремительный отсев мелких и менее устойчивых конкурентов в кризис</li> <li>распространение доступа в интернет повсеместно</li> <li>развитие и распространение мобильных гаджетов</li> <li>развитие инструментов интернет-маркетинга</li> </ul>	<p><b>Threats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>жесткий удар пандемии по сфере хорека и общепит: разорение либо снижение оборотов бизнес-клиентов</li> <li>неопределенность сроков самоизоляции и удаленной работы жителей, запрета на работу ресторанов, кафе</li> <li>непредсказуемость вирусной ситуации</li> <li>риск неплатежей</li> <li>активность сильных конкурентов в развитии онлайн-ресурсов</li> </ul>

### 5.2.10. Выводы по анализу изучаемого проекта

- Алиди.Проф получил почти в 4 раза больше трафика за март-май чем за дек-февраль – что связано, по моему мнению, во многом, с вирусной ситуацией, переходом на удаленку и онлайн, спросом от физлиц;
- И показатель отказов за последний период также увеличился – что, на мой взгляд, может происходить за счет тех же физлиц, которые уходят с сайта потому, что сайт - неудобный; а также за счет отсутствия оптимизации под мобильные устройства – а почти половина пользователей заходит с мобильных;
- У Алиди.Проф не было четкой позиции относительно физлиц, с одной стороны, они обслуживают физлиц, уменьшили сумму заказа, ввели оплату банковской картой курьеру, делали баннер на сайте и рассылку о «доставке до квартиры», вписали в заголовки страниц «на дом», с другой стороны, всерьез это направление не рассматривают и развивать его не хотят. На мой взгляд, они упускают момент раздела рынка физлиц, переходящих на онлайн, и интересные возможности;
- 47% заходов с директа и 38% с органического поиска по названию компании/сайта и некоторое количество запросов конкретных продуктов – бренд компании известен в оффлайн, что является хорошим преимуществом;

- Неудобно начинается работа с личным кабинетом: пароль к нему нельзя придумать самому, нужно ждать на имейл (приходит в задержкой), пароль не человекочитабелен, и его нельзя изменить, то есть каждый раз нужно лезть в почту, чтобы скопировать;
- Покупку в онлайн фактически не сделать - после отправки заказа нужно ждать звонка от менеджера. На свой пробный заказ в марте 2020 я ждала перезвона 3 дня (!!!). В апреле, со слов руководства, работа с «порталом» активизировалась, скорость ответа на заказы должна была начать улучшаться.
- При работе с каталогом возникают различные трудности от выдачи в первых строках ассортимента товаров не в наличии до невозможности без трудностей выставить нужное количество товара в корзине. Неудобно листать длинные «простынки» перечня ассортимента, хочется более адекватной группировки товаров в категориях (позже сделаны улучшения по реструктуризации каталога и возможность открывать ассортимент «плиткой»); неудобно переходить по уровням каталога вверх, и т.д.;
- За весь период я, как зарегистрированный в качестве разведки на сайте клиент, получила два письма рассылки от сотрудника компании (непрофессиональных, без почтового сервиса, без современных черт), предполагаю, что их всего и было сделано два, - но видно, что даже они дали некий трафик на сайт: 1,93% - это 242 захода, то есть инструмент имейл-рассылки – рабочий, и незаслуженно не используется;
- Среднее время визита: 4-5 мин, глубина просмотра 5-6 страниц – примерно одинаковое в первом и во втором периоде – неплохие показатели по рассматриваемым конкурентам;
- У Алиди.Проф нет своей группы в вк, была пара публикаций у физлиц про доставку продуктов до квартиры – по статистике тоже виден трафик из вк;
- Интересно, что не выделяется никакой трафик из ig, хотя группа там есть, подписчики прибавляются, и публикации, изредка (и дурацкие), но случаются;
- Без улучшения юзабилити у сайта изучаемого проекта сайт - высокий уровень отказов;
- Без SEO оптимизации проект не получает трафик из поиска по общим поисковым запросам – изучаемый проект однозначно отдает новых посетителей конкурентам. Также отсутствие грамотно составленных страниц не позволит эффективно вести на них платный трафик;
- Почти половина визитов – с мобильных устройств. Важно оптимизировать сайт под мобильные устройства.

### 5.2.11. Рекомендации изучаемому проекту

- изучать конкурентов и их решения на сайтах, в соцсетях и имейл, проработать вариант разведки сервиса тех конкурентов, доступ к ресурсам которых возможен только через регистрацию;
- изучать собственных имеющих клиентов (качественно и количественно: кастдев, интервью, опросы/анкеты, аналитика) – их потребности и боли, сегментировать ЦА по реальным клиентам; анализировать привлекательность «необычных» условий конкурентов для собственных и потенциальных покупателей (типа, «заказ до утра – доставка в этот день», «фиксирование цены на месяц» и др.);
- на основе анализа конкурентов и реальных ответов ЦА делать выводы для собственного развития – перенимать лучшие решения, особенно обратить внимание на устройство личных кабинетов, улучшать те условия, которые клиенты обозначат важными;
- провести серьезный юзабилити аудит собственного сайта и юзабилити-тестирования по спорным моментам с реальными клиентами, очень важно сделать удобный личный кабинет – подгрузку всех скидок, спецусловий, документов, истории заказов и т.д., чтобы ко всему у клиента был доступ онлайн;
- провести SEO аудит и SEO оптимизацию сайта;

- оптимизировать страницы сайта для эффективной выдачи в органике и платном поиске: рассмотреть варианты переструктуризации шапки и подвала сайта, состава и содержания основных страниц и страниц с товарами;
- провести SEM и SERM аудит;
- улучшить формы сбора лидов на сайте и места их размещения;
- развивать диалог с покупателем на сайте, вводить элементы доверия – отзывы и истории;
- обязательно оптимизировать сайт под мобильные устройства;
- активизировать имеющуюся базу имейлов, сделать форму подписки на рассылку на сайте и наладить имейл рассылки – привлекать трафик из них;
- анализировать соцсети конкурентов, начать развивать хотя бы одну собственную соцсеть и привлекать трафик на сайт из собственных подписчиков, и далее таргетироваться на подписчиков конкурентов, профильным групп и далее думать;
- рассмотреть возможность поставки аутентичных продуктов для приготовления блюд кухонь разных стран (изучать спрос).

### 5.3. Короткое сочинение на тему «Я в баре объясняю продукт незнакомому человеку»

«Мы делаем онлайн портал 24/7 для предприятий питания - кафе, столовых, ресторанов, баров, кулинарий, пекарен, пиццерий. Собрали всё, что нужно: продукты питания, безалкогольные напитки, сопутствующие и хозяйственные товары. Ассортимент большой, есть из чего выбрать, и еще расширяем, актуальные цены. Всё можно покупать от 1 штуки, а не коробками. Сумма заказа для бесплатной доставки 2 тысячи по городу, 3 тысячи – по области. Доставка - на завтра после заказа. Работаем над интерфейсом и личным кабинетом, ввели онлайн-чат».

### 5.4. Формирование УТП

«Онлайн-портал 24/7 от крупного дистрибьютора для профессионалов кухни. Актуальные цены и удобный интерфейс. Положите всё, что нужно, в одну корзину сейчас - и примите доставку завтра. Можно брать от 1 штуки или кг. Бесплатная доставка заказов от 2 т.р. История заказов и все документы – всегда доступны в личном кабинете».