

Реклама на маркетплейсах

Цели

- ✓ Разобрать, какие маркетинговые инструменты есть
- ✓ Узнать, какие маркетинговые инструменты наиболее эффективны
- ✓ Научиться оценивать маркетинговые активности

Реклама на маркетплейсах

Рекламная кампания

Рекламная кампания — это комплекс мероприятий для привлечения внимания покупателя к бренду или товару, которые объединены общей идеей, целью и временем проведения.

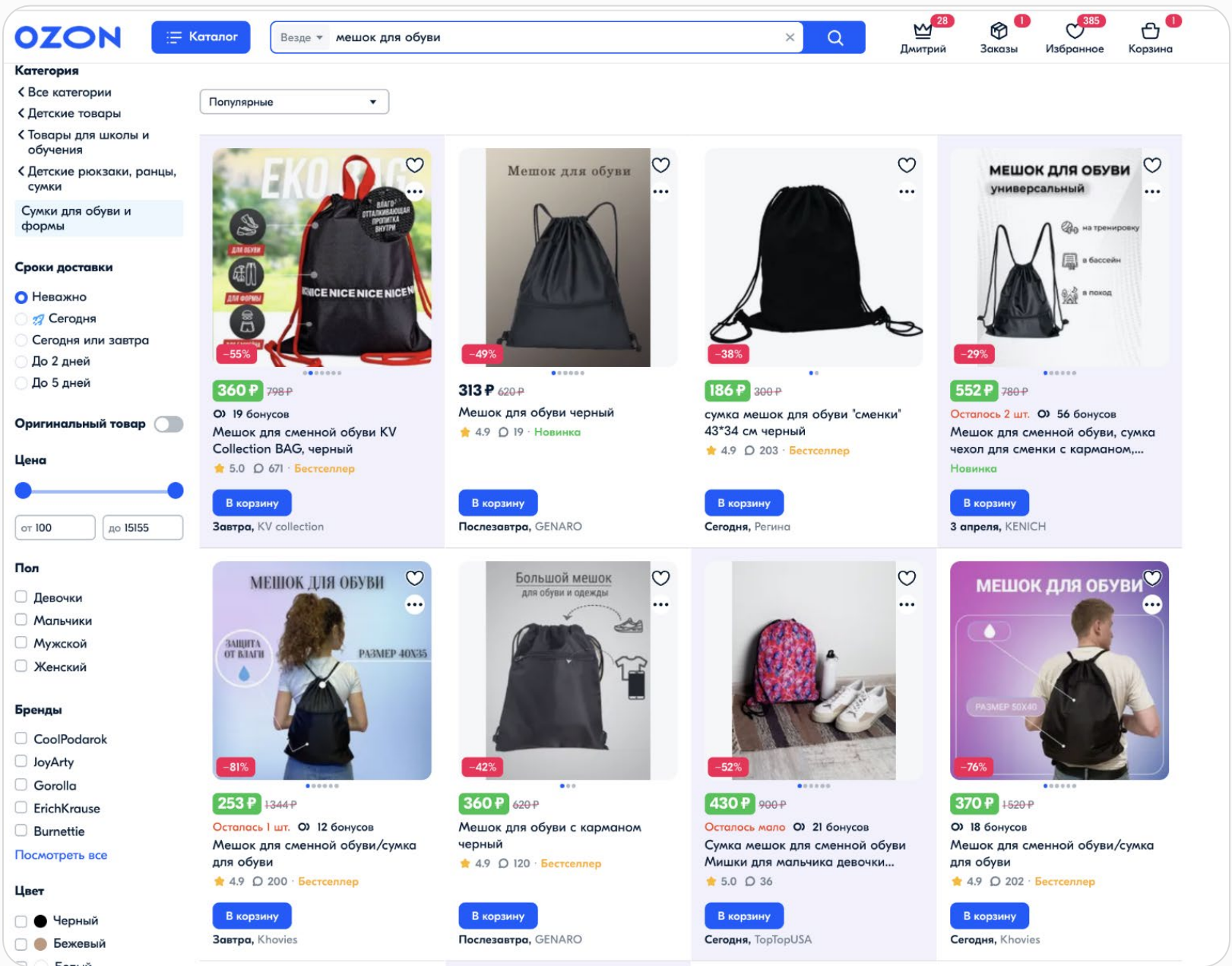
Основные типы кампаний

CPC — плата за клики. Селлер платит за каждый клик на рекламное объявление. Например, «Трафареты» на Ozon.

CPA — плата за заказ. Селлер платит за рекламу, только если она привела к заказу товара. Например, «Буст продаж» на Яндексe и «Продвижение в поиске» на Ozon.

CPM — плата за 1 000 показов. Селлер платит за каждый показ рекламного объявления. Например, «Трафареты» на Ozon и «Реклама в поиске» на Wildberries.

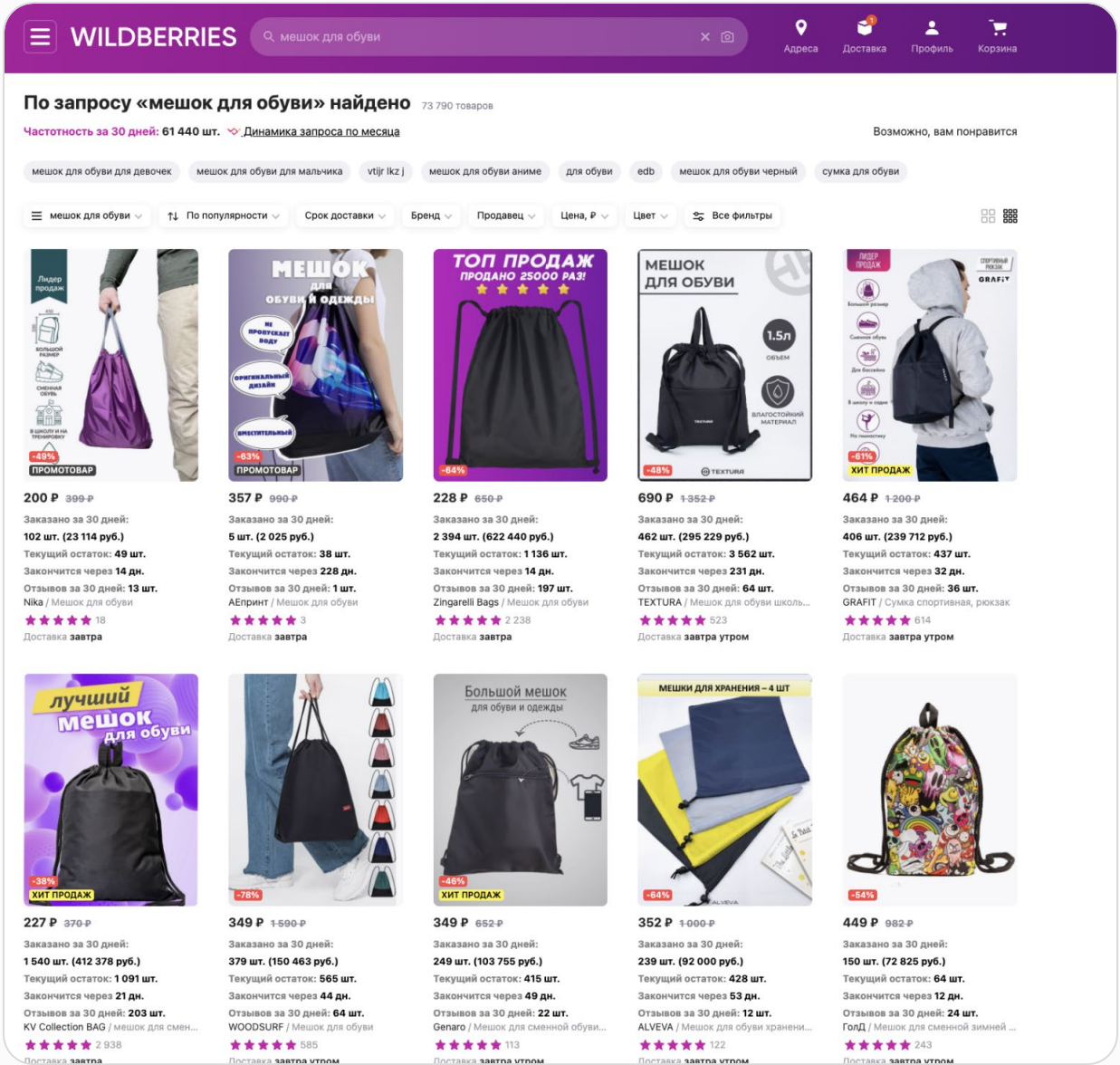
Трафареты на Ozon



Изображение: Дмитрий Бурлаков

Реклама на маркетплейсах

Реклама в поиске на Wildberries



Изображение: Дмитрий Бурлаков

Реклама на маркетплейсах

Буст продаж на Яндекс.Маркете

Товары для школы и офиса

Рюкзаки, ранцы, сумки

Мешки для обуви и формы

OPShopper

Сумка-Мешок для обуви OPShopper большой

4.9

22 отзыва

Характеристики

Задать вопрос

удобство использования, качество материалов

278 человек интересовало за 2 месяца

Следить за снижением цены
 В избранное
 Сравнить

%

ЕЩЁ 6

Цвет товара: черный

желтый/голубой

мультицвет

синий

черный

Описание

Родители часто покупают эту сумку детям-школьникам средней и старшей школы, ведь в ней удобно носить сменку и форму. Внутри есть два отделения....

Коротко о товаре

Цвет товара

черный

Размеры (ВхШ)

46x40 см, 15 л х 0.30 кг

Особенности

внешний карман, водоотталкивающая пропитка, два отделения, ношение на спине, петля на запястье, светоотражающие элементы

Материал

оксфорд

[Подробнее](#)
[Задать вопрос о товаре](#)
[Все товары OPShopper](#)

596 P

149 P x 4 платежа в сплит

Доставка с 30 марта по клику +2

Картой онлайн

OPShopper ★ 5/146

Добавить в корзину

Купить сейчас

149 P x 4

Каждые 2 недели без предоплат

150 P x 4 мес

Предоплата 1P

Оформить

Пожаловаться на описание товара

Торговать на Маркете

Еще может подойти

545 P

700 P

22%

137 P x 4 в сплит

★★★★★

Мешок для обуви Черный (2 шт в наборе)

В корзину

545 P

700 P

22%

★★★★★

Мешок для обуви Серый (2 шт в наборе)

В корзину

843 P

2 108 P

50%

Ещё -10% по промокоду

★★★★★

Мешок для обуви на стаяжке, цвет серый

В корзину

494 P

520 P

5%

124 P x 4 в сплит

★★★★★ 12

Сумка-Мешок для обуви OPShopper

В корзину

1 235 P

309 P x 4 в сплит

★★★★★

Сумка для обуви, отдел на шнурке, цвет...

В корзину

359 P

579 P

90 P x 4 в с

★★★★★

Сумка / мрюкзак дл сменной с

В кор

Изображение: Дмитрий Бурлаков

Эффективные инструменты

Наиболее эффективно работают кампании по CPA-модели, как, например, «Продвижение в поиске» на Ozon и «Буст продаж» на Маркете, потому что оплата за рекламу происходит только в случае, если товар был куплен.

Реклама на маркетплейсах

Как оценивать рекламу

Удобнее всего оценивать рекламу по формуле ДРР —
доля рекламных расходов.

Доля рекламных расходов

Расходы на рекламную кампанию составили 50 000 рублей за месяц. Эта рекламная кампания принесла 700 000 рублей.
 $ДРР = (50\,000 / 700\,000) \times 100\% = 7,14\%$. Значит, на рекламу в этом месяце ушло 7,14 % от дохода с неё.

$$ДРР = \frac{\text{Расходы на рекламу}}{\text{Доход от рекламы}} \times 100\%$$

Вывод

Рекламные кампании — основной канал продвижения на маркетплейсах. Чем больше людей увидят ваш товар, тем выше вероятность, что его купят.