

Как увеличить продажи



Стратегия увеличения объема продаж

Подходит для товаров, у которых стабильный объем продаж, есть оценки и отзывы, а также собраны ключевые метрики воронки

Определите, насколько хотите увеличить объем продаж — в штуках или деньгах. При этом учитывайте реалистичный бюджет на продвижение и возможность увеличить число поставок. Проверяйте цифры через вашу воронку продаж, чтобы избежать ситуации, когда цель оказывается нереалистичной.

Такая стратегия поможет продавать больше товаров и активнее их продвигать.



Шаг 1

Этапы подготовки:

1. Проанализируйте текущую воронку продаж, чтобы выявить и устранить слабые места.
2. Изучите отзывы покупателей и карточки конкурентов.
Проведите А/В-тестирование главного фото, чтобы улучшить карточку вашего товара.
3. Проверьте, что на складах достаточно товаров.
Если запасов мало, их нужно пополнить.
4. Распределите товары по складам, чтобы сократить сроки доставки.



Шаг 2

Поработайте над факторами ранжирования

Ранжирование — это процесс сортировки товаров. Он помогает покупателям получить в выдаче качественный товар, который больше всего соответствует их поисковому запросу, от надёжного продавца и с оптимальными сроками доставки.

Факторы ранжирования:

Зоны доставки, время сборки и доставки заказа:

чем быстрее товар доходит до покупателя, тем выше он в выдаче.

Участие в акциях:

акции и распродажи дают дополнительный буст, и товар становится заметнее.

Объем продаж товара в рублях:

чем выше недавний оборот, тем выше позиция.

Конверсия:

это относительный показатель продаваемости товара.

Рейтинг продавца:

учитываются отзывы покупателей и внутренний рейтинг на площадке.

Наполнение карточки:

полное описание, характеристики, фото и ключевые слова, которые точно отражают товар.

Подробнее узнать об этих и других факторах ранжирования можно по [ссылке](#)

Шаг 3

Запустите продвижение

Создайте кампанию с ручной ставкой и настройте показы в поиске и рекомендациях.
Укажите ставку в рекомендациях ниже, чем в поиске.



Шаг 4

Отслеживайте метрики кампаний

Когда в кампании собираются кластеры запросов:

1. Постепенно исключайте нерелевантные и высокочастотные кластеры — это поможет снизить затраты на продвижение.
2. Страйтесь делать упор на целевых и среднечастотных кластерах запросов — по ним будут лучше конверсии, переходы и заказы.
3. Постепенно увеличивайте ставки на эти кластеры, ориентируясь на конкурентные ставки.

Когда кампания поработает некоторое время, высокочастотные кластеры запросов можно вернуть.

