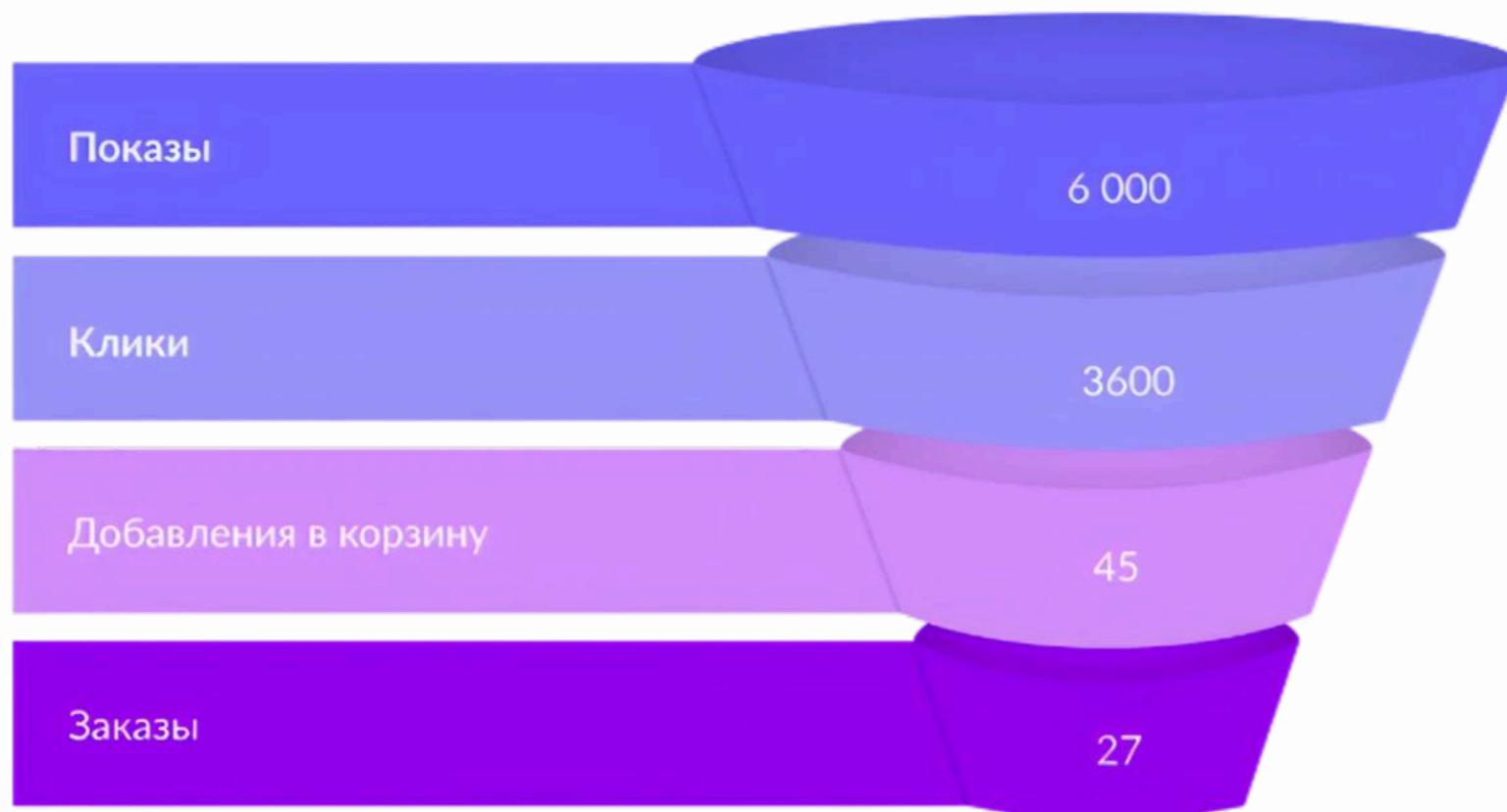


Как оптимизировать воронку продаж



Работа с воронкой продаж

Чтобы анализ статистики был системным, отражал поведение пользователей и был нацелен на увеличение продаж, нужно уметь работать с воронкой продаж.



Воронка продаж — это путь, который проходит пользователь от поиска товара до его покупки. Воронка на Wildberries состоит из четырёх этапов:

- показы,
- клики,
- добавление в корзину,
- заказы.

Работа с воронкой продаж

Какие показы засчитываются в воронке?

Учитываем только фактические показы, когда пользователь долистал до карточки и она отобразилась не менее чем на 50% на экране устройства.

Что считается кликом?

- переход в карточку товара,
- нажатие на кнопку «Быстрый просмотр»,
- добавление товара в корзину или избранное из поисковой выдачи.

Что влияет на добавления в корзину и заказы?

- цена товара,
- разнообразие и качество фотографий в карточке,
- описание товара,
- рейтинг и отзывы.

Работа с воронкой продаж

Рекомендации по продвижению на основе метрик

Рассмотрим подробнее, что можно сделать с низкими показателями на каждом этапе воронки.

Мало показов

Рекомендуем поработать с исключениями, размерами ставок и факторами ранжирования.

Много исключений → мало показов

Рекомендуем аккуратно исключать кластеры, чтобы не упустить популярные запросы и не отрезать часть целевого трафика.

Выше ставка → больше показов

Ориентируйтесь на конкурентные ставки и постепенно повышайте свои, пока не получите желаемое количество показов.

Выше релевантность → выше позиция в выдаче и ниже ставка

Комплексно работайте над факторами ранжирования: сроками доставки, объёмом продаж, рейтингом заполнения карточки и так далее.

Подробнее в статье [«Выдача и ранжирование товаров на Wildberries»](#).

Показы есть, но кликов мало

Рекомендуем поработать над качеством карточки, ценой и поисковыми кластерами.

Качество карточки

1. Проанализируйте карточку: выпишите релевантные вопросы и комментарии, которые оставляют пользователи, и доработайте контент.
2. Покажите карточку людям, которые видят её впервые, и соберите обратную связь.
3. Сравните карточку с карточками конкурентов, выпишите свои и их преимущества.
4. Запустите А/В-тесты главного фото.

Цена

Проверьте ценовую конкурентоспособность. Возможно, цена завышена или, наоборот, кажется подозрительно низкой для покупателя.

Поисковые кластеры

Исключите в кампаниях кластеры с низким CTR, чтобы товары показывались только по целевым запросам.

Мало добавлений в корзину и заказов

Рекомендуем поработать над фотоконтентом, ценой и сроками доставки.

Фотоконтент

В карточке должно быть не меньше 5 качественных фото.

Используйте инфографику, чтобы подчеркнуть преимущества товара.

Цена

Если ваша цена выше, чем у конкурентов, попытайтесь объяснить это через преимущества товара в описании.

Срок доставки

Чем дольше доставка, тем менее охотно пользователи заказывают товар. Распределяйте товары по складам, чтобы снизить время доставки.

Низкий процент выкупа

Рекомендуем поработать на фотоконтентом, качеством и размерами товаров.

Качество товара

Чтобы взять качественный товар, сравнивайте поставщиков. Сначала берите тестовую партию. Проверяйте товар перед отгрузкой и считайте процент брака.

Недостоверный фотоконтент

Фотографии могут сформировать завышенные ожидания у покупателя, и если они не соответствуют действительности — это приведёт к снижению выкупов и негативным отзывам.

Размеры

Подробно описывайте в карточке, как подобрать размер правильно.

Как увеличить продажи товаров

Рекомендуем поработать с бюджетом, ставками и кластерами запросов. А также комплексно использовать инструменты продвижения.

Выше бюджет и ставка → больше продаж

Постепенно повышайте бюджет и ставки в кампаниях. Если воронка достаточно оптимизирована — это даст значительный рост продаж. Также стоит подключить автопополнение, чтобы показы не останавливались.

Частотность запросов

Чтобы охватить новую аудиторию, запускайте продвижение по высокочастотным запросам. Учитывайте, что это может привести менее целевых клиентов, и тогда показатели воронки поменяются.

Инструменты продвижения

Чтобы увеличить продажи товаров, используйте новые инструменты продвижения. Например, WB Медиа и WB Реклама в ПВЗ — подробнее в [медиаките](#).