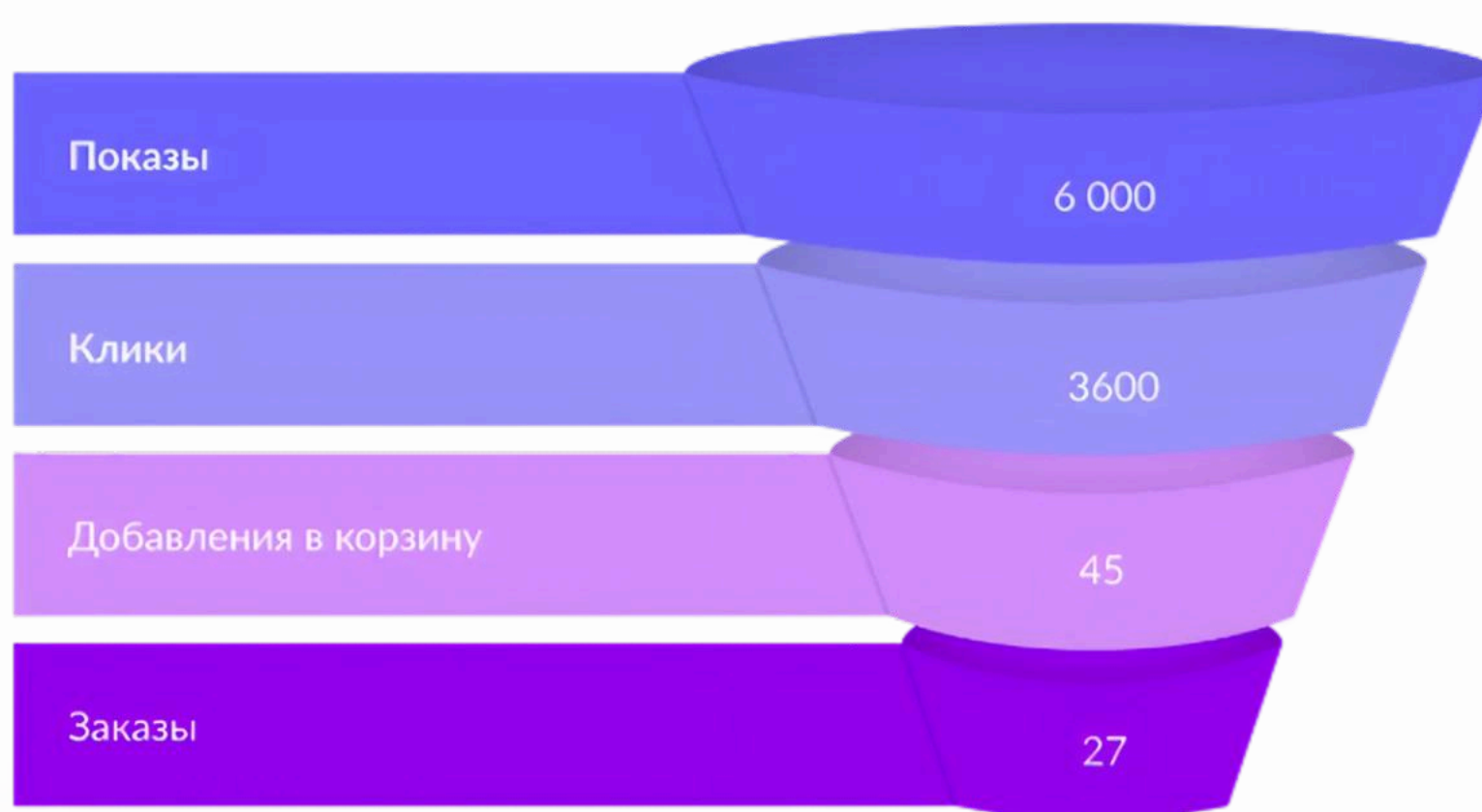


# Как оптимизировать воронку продаж



# 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 A/B–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](#).