

Techart



Консалтинг, цифровая трансформация,
интеграция бизнес-процессов, маркетинга и оргразвития

Анализ маркетинговой деятельности конкурентов без дорогостоящих сервисов

techart.ru | promo.techart.ru

2 0 2 3

1 9 9 9

Что анализировать?

Предметом изучения могут выступать:

- Продукт или услуга.
- Позиционирование.
- УТП компании.
- Регионы присутствия.
- Цены.
- Программы лояльности.
- **Каналы продвижения.**
- Многое другое.



Выбор основных направлений исследования в первую очередь зависит от поставленных целей и задач.

Как отбирать конкурентов?

Источники:

- Поисковая выдача Яндекс и Google по общим целевым запросам.
- Рейтинги.
- Отраслевые порталы.
- Сайты-отзовики.
- Социальные сети.
- Опросы менеджеров по продажам / представителей компании.
- Мероприятия.
- Специальные сервисы (BE1.RU, Megaindex).

| # | Домен | Пересечение показов | Показов сайта | Показов конкурента | Соотношение, % | |
|----|--|---------------------|---------------|--------------------|----------------|--------------------------|
| 1 | pharmvestnik.ru | 116 | 145 | 49443 | 9 | <input type="checkbox"/> |
| 2 | pharmstl.ru | 105 | 145 | 164258 | 8 | <input type="checkbox"/> |
| 3 | trekrezan.ru | 86 | 145 | 1363 | 22 | <input type="checkbox"/> |
| 4 | global78.ru | 68 | 145 | 8922 | 12 | <input type="checkbox"/> |
| 5 | eusp.org | 68 | 145 | 9756 | 9 | <input type="checkbox"/> |
| 6 | spb-heroes.rbc.ru | 64 | 145 | 407 | 48 | <input type="checkbox"/> |
| 7 | yetta-pharm.ru | 53 | 145 | 678 | 11 | <input type="checkbox"/> |
| 8 | r-pharm.com | 53 | 145 | 1640 | 29 | <input type="checkbox"/> |
| 9 | 1nep.ru | 49 | 145 | 5743 | 9 | <input type="checkbox"/> |
| 10 | pharmstd.com | 47 | 145 | 180 | 31 | <input type="checkbox"/> |
| 11 | newprospect.ru | 46 | 145 | 15723 | 6 | <input type="checkbox"/> |
| 12 | solvay.ru | 45 | 145 | 139 | 35 | <input type="checkbox"/> |
| 13 | ktowmedicne.ru | 41 | 145 | 1845 | 6 | <input type="checkbox"/> |
| 14 | phstandard.ru | 34 | 145 | 45 | 26 | <input type="checkbox"/> |
| 15 | farmstd.ru | 33 | 145 | 47 | 20 | <input type="checkbox"/> |
| 16 | biotec.ru | 32 | 145 | 10175 | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 17 | phs-miru.ru | 32 | 145 | 684 | 9 | <input type="checkbox"/> |

Отбираем 5-6 прямых конкурентов и 2-3 «косвенных».

Обязательно обратите внимание: это конкуренты с точки зрения поисковых систем, а не только бизнеса. Поэтому на этапе отбора необходимо оставлять только релевантные компании.

Основные направления для проверки

Сайт
конкурента

Поисковое
продвижение
(SEO)

Социальные
сети (SMM)

Контекстная
реклама

PR активность

Репутация

Email-маркетинг

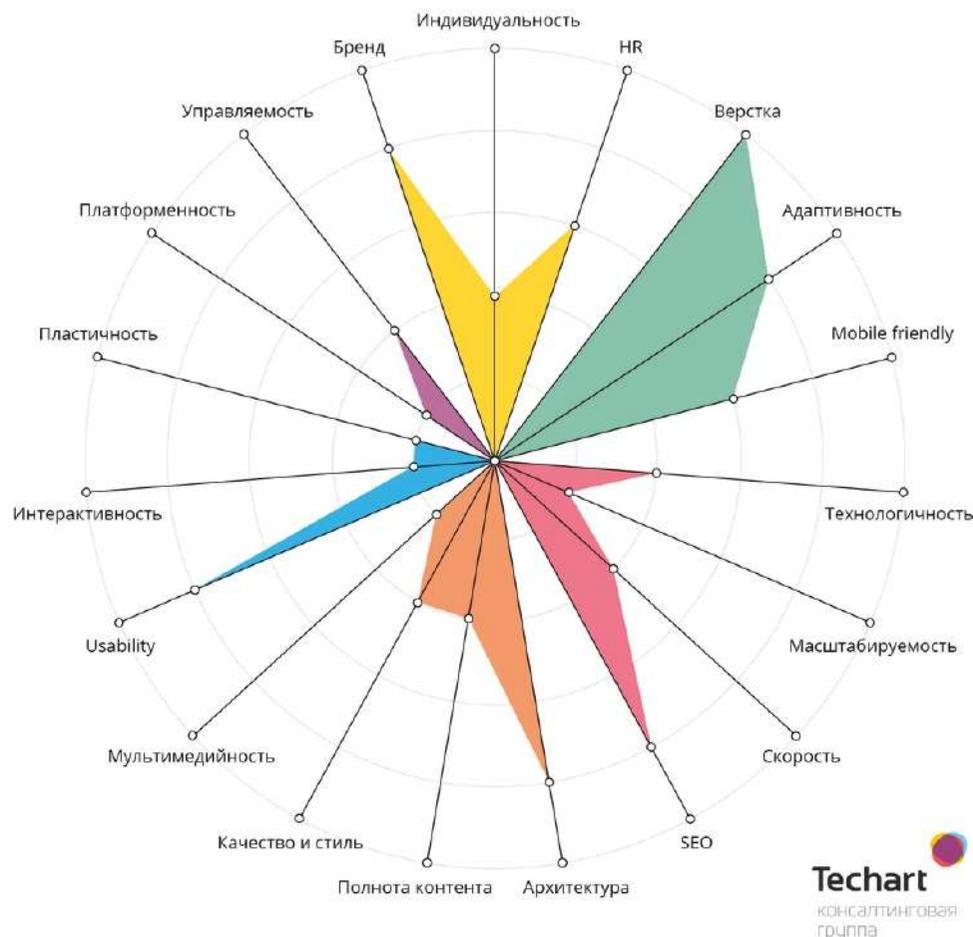
Маркетплейсы

Для чего:

- направления для развития: новые разделы, функционал, контент и т.д.;
- поиск «слабых мест» своего ресурса.

Обращаем внимание на:

- Дизайн (современность, фирменный стиль, общее восприятие).
- Ассортимент и цены (наличие / отсутствие).
- Географию представительств компании.
- Структуру сайта (каталог, продуктовые страницы, наличие информационных разделов и т. д.).
- Продуктовые страницы (фото товара, цена, описание, видеообзоры, отзывы и т. п.).
- Способы связи с клиентами (онлайн-консультант, заказ, email, мессенджеры, телефон, чат-бот).
- Условия оплаты и доставки.
- Гарантии и программы лояльности.
- Ключевые сервисы (поиск по сайту, подбор продукта, фильтры, сортировки, калькуляторы и т. п.).
- Механики вовлечения пользователя (оставить отзыв, поделиться в социальных сетях, подписаться на рассылку, призывы к действию и т. п.).
- Личный кабинет (при наличии).



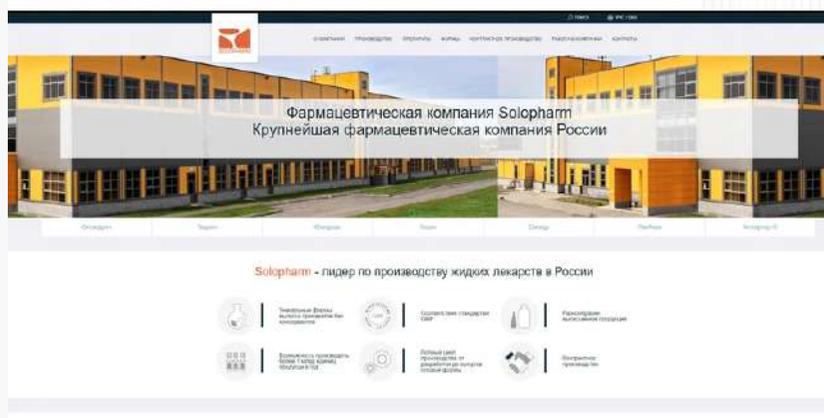
Для проведения данного анализа привлечение дополнительных сервисов необязательно.

Анализ сайта. Полезные сервисы

06

История изменения сайта (архив) — [Archive.org](https://archive.org)

2017



2023



Saved 211 times between September 21, 2014 and December 7, 2022.



Анализ сайта. Полезные сервисы

07

Технологии, используемые на проекте - [Builtwith](#)

TN.RU

Technology Profile Detailed Technology Profile Meta Profile Relationship Redirect Recomm

Analytics and Tracking [View Global Trends](#)

- LeadPlan**
[LeadPlan Usage Statistics - Download List of All Websites using LeadPlan](#)
LeadPlan is a personalized widget service for increasing website conversion and collecting contacts.
Lead Generation
- Google Conversion Tracking**
[Google Conversion Tracking Usage Statistics - Download List of All Websites using Google Conversion Tracking](#)
This free tool in AdWords can show you what happens after customers click your ad (for example, whether they purchased your product, called from a mobile phone or downloaded your app).
Conversion Optimization - Conversion Tracking
- Google AdWords Conversion**
[Google AdWords Conversion Usage Statistics - Download List of All Websites using Google AdWords Conversion](#)
Adwords conversion tracking code.
- Yandex Metrika**
[Yandex Metrika Usage Statistics - Download List of All Websites using Yandex Metrika](#)
A free Russian tool for increasing the conversion of the site. Watch for key performance site, analyze visitor behavior, evaluate the impact of advertising campaigns.
Audience Measurement - Conversion Optimization

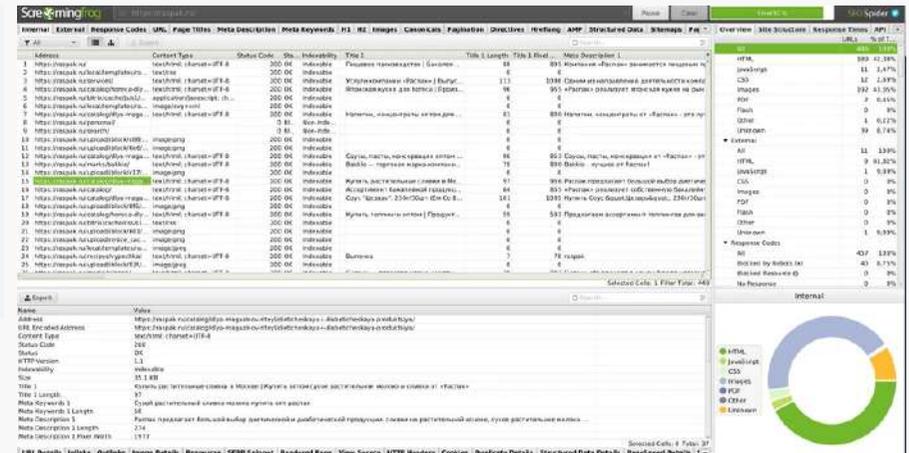
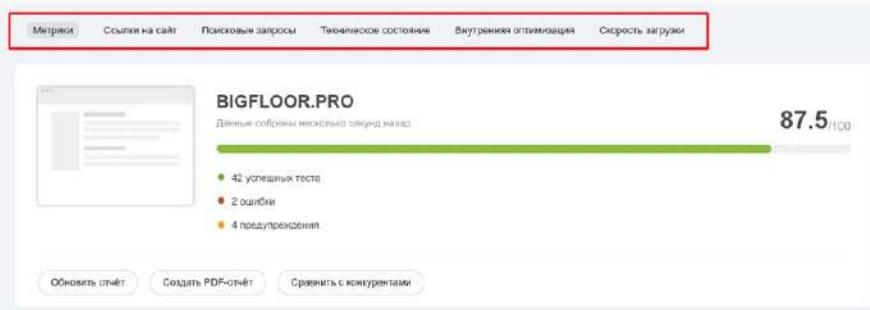
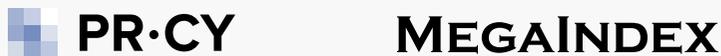
Widgets [View Global Trends](#)

- Bitrix24**
[Bitrix24 Usage Statistics - Download List of All Websites using Bitrix24](#)
Bitrix24 is a suite of social collaboration, communication and management tools.
Social Sharing
- JivoSite**
[JivoSite Usage Statistics - Download List of All Websites using JivoSite](#)
JivoChat Live chat software for websites.
Live Chat
- Google Tag Manager**
[Google Tag Manager Usage Statistics - Download List of All Websites using Google Tag Manager](#)
Tag management that lets you add and update website tags without changes to underlying website code.
Tag Management
- reCAPTCHA**
[reCAPTCHA Usage Statistics - Download List of All Websites using reCAPTCHA](#)
Anti-bot CAPTCHA widget from Google.
CAPTCHA
- US Privacy User Signal Mechanism**
[US Privacy User Signal Mechanism Usage Statistics - Download List of All Websites using US Privacy User Signal Mechanism](#)
The US Privacy API (USP API) is a lightweight API used to communicate signals represented in the US Privacy String.
Privacy Compliance

1. Наличие базовой оптимизации сайта

- Технические файлы (robots.txt и sitemap.xml) – site.ru/robots.txt;
- Метатеги (title, description) и заголовки H1 - [Screaming Frog SEO Spider](#) + расширения (SEO meta in 1 click);
- Адаптивность верстки - [Mobile-friendly](#);
- Скорость загрузки страниц - [Pagespeed](#);
- Уникальность контента — [Text.Ru](#).

Универсальные сервисы:



Примеры ошибок:

- Наличие директивы Host в robots.txt.
- Одинаковые title на разных страницах.
- Пустые description.
- Горизонтальная прокрутка при изменении ширины экрана.
- Показатели производительности сайта (Pagespeed) в красной зоне.
- Неуникальный контент.

На 100% сказать, что конкурент проводит SEO продвижение в данный момент невозможно. Однако по общим признакам можно с уверенностью сказать проводились ли работы по оптимизации.

Поисковое продвижение (SEO)

3. Оценка поискового трафика

- Открытые счетчики систем статистики ([Рейтинг Мейл ру](#), [Liveinternet](#)).
- Сервисы.



Ключевые фразы

| Запрос | Частотность | [Частотность] | Позиция |
|------------------------|-------------|---------------|---------|
| ursar | 91 800 | 2 911 | 1 |
| ursar | 45 313 | 1 311 | 1 |
| ursar утеплитель | 6 639 | 504 | 1 |
| утеплитель ursar | 6 639 | 476 | 1 |
| ursar утеплитель | 3 116 | 413 | 1 |
| ursar терра | 2 975 | 234 | 1 |
| ursar fimo | 2 786 | 220 | 1 |
| утеплитель ursar | 3 383 | 193 | 1 |
| ursar ursar | 1 585 | 144 | 1 |
| ursar ursar | 1 540 | 130 | 1 |
| ursar официальный сайт | 1 427 | 119 | 1 |
| ursar fimo 3d pen pro | 452 | 101 | 1 |
| ursar pro | 2 312 | 97 | 1 |
| ursar neo | 988 | 91 | 1 |
| ursar rylotonic | 540 | 90 | 1 |
| ursar m11 | 478 | 85 | 1 |
| заказывающий ursar | 127 | 57 | 1 |
| ursar терра 3d | 800 | 56 | 1 |
| ursar это | 92 608 | 62 | 1 |
| ursar европаня | 616 | 52 | 1 |

Всего запросов сайта: 1453 шт.

Социальные сети (SMM)

Информация о страницах бренда в социальных медиа представлена на его сайте. Найти страницу конкурента можно, также осуществив поиск по самим площадкам.

Помогает выработать грамотную стратегию своего представления: определиться с площадками, улучшить оформление, понять, на каком типе контента делать акцент, какой стиль общения предпочитает ваша целевая аудитория и т.д.

На что обращать внимание:

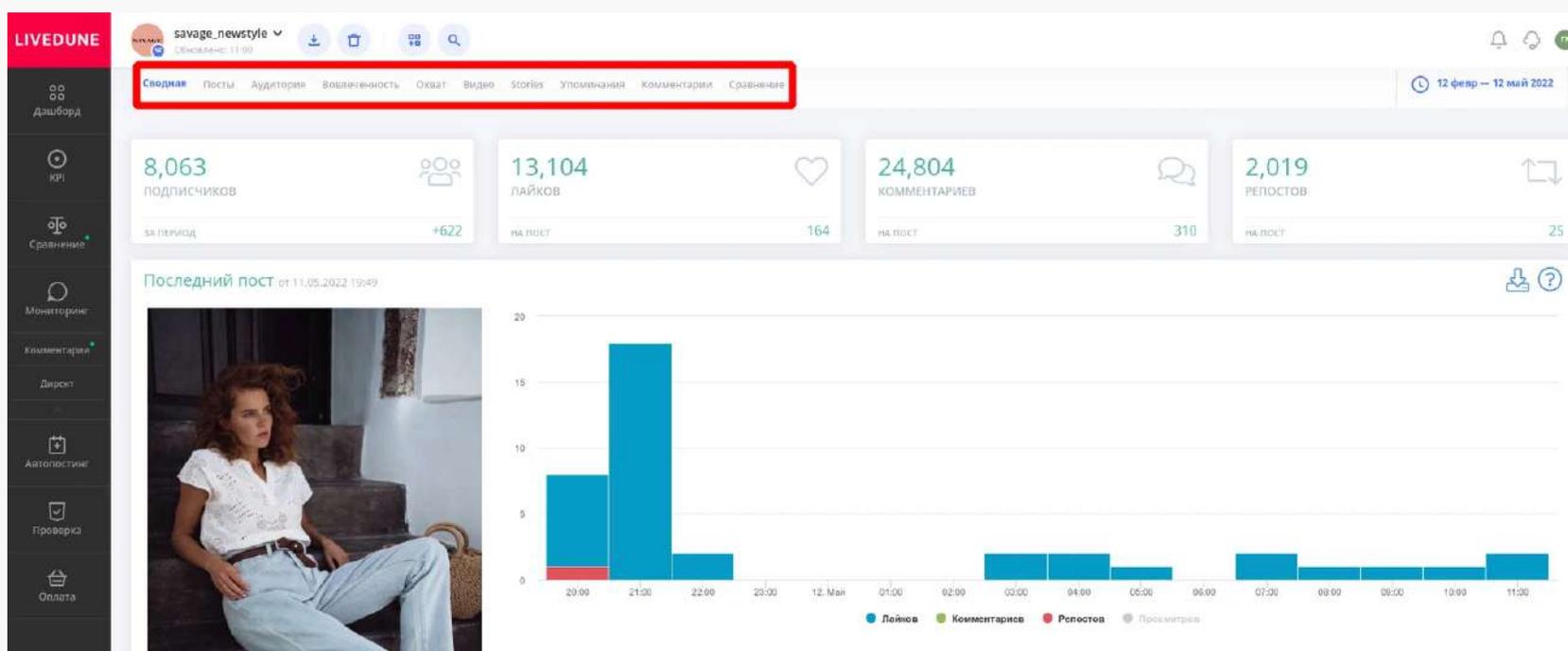
- Оформление страницы: название, описание, обложка, дополнительные ссылки.
- Аудитория: число подписчиков, портрет (пол, возраст, регион).
- Статистические показатели (охват, динамика подписчиков, активность аудитории).
- Публикуемый контент - частота постинга, форматы, темы, креативы.
- Механики вовлечения: призывы к действию, опросы, конкурсы.
- Коммуникация с аудиторией (частота, тональность).

Как проверять: вручную+сервисы.

Примеры сервисов:

LIVEDUNE

- Тестовый период – 7 дней.
- Позволяет посмотреть не только портрет аудитории, но и помогает проанализировать и сравнить эффективность публикаций своих аккаунтов и аккаунтов конкурентов в социальных медиа более чем по 50 метрикам.



Другие сервисы:



Telegram бот: DataFan_bot

- Бесплатный бот, который позволяет сделать аудит канала конкурента по основным метрикам.

Данные собраны!

https://t.me/croc_it

Подписчиков 👤 - 2264

Всего публикаций - 875

ERR - 66.3%

ERR24 - 34.2%

Прирост подписчиков за сегодня - 2

Прирост подписчиков за месяц - 188

Прирост подписчиков за неделю - 42

Индекс цитирования - 5.4

Средний охват одной публикации 🍷 - 764.0

Рекламный охват за 12 часов - 652.0

Рекламный охват за 24 часа - 6.0

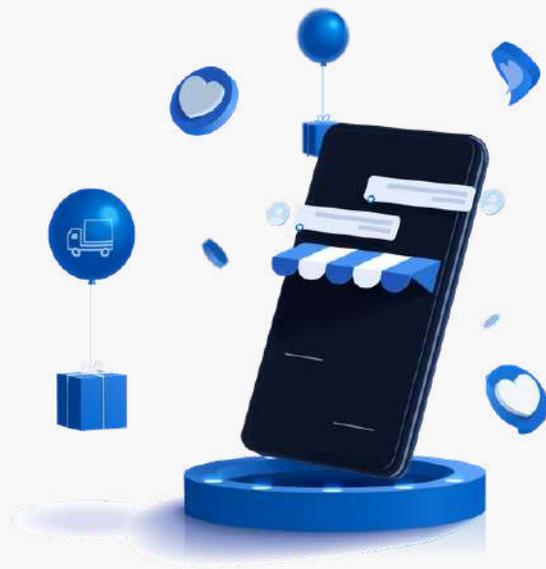
Рекламный охват за 48 часов - 937.0

Канал создан - 23.06.2020

Контекстная реклама

Контекстная реклама — самый сложный инструмент для оценки с точки зрения анализа конкурентов:

- Проведение кампаний можно определить только на текущий момент или за непродолжительный период.
- Достоверных и при этом бесплатных источников получения полной информации не существует.



В результате аудита можно сделать вывод в первом приближении о том, использует ли сейчас конкурент этот маркетинговый канал. Частично можно оценить тексты рекламных объявлений и понять, чем конкурент привлекает пользователя.

Контекстная реклама

Как проверять:

1. Вручную: составить список ключевых фраз (не забываем добавлять запросы с продуктами-конкурентами) и просмотреть рекламные объявления конкурентов в выдаче Яндекса.

После ввода нескольких целевых запросов одной тематики через небольшой промежуток времени вам будут показывать и объявления, размещенные в РСЯ, если конкурент использует данный вид рекламы.

2. Автоматизированные сервисы: [Spywords](#), [Keys.so](#)

Точность представляемых результатов во многих тематиках низкая. В бесплатной версии сервисы показывают лишь часть отчета.



Объявления в РСЯ

Запросы сайта в контексте

| Запрос | Частотность | [Частотность] | Позиция | Размещение | Цена клика | |
|--|-------------|---------------|---------|------------|------------|------|
| <= известь минеральная вата | 387 | | 45 | 4 | Гар. | 21 Р |
| <= климатондний утеплитель | 622 | | 56 | 8 | Гар. | 19 Р |
| <= урсу | 91 975 | | 229 | 3 | Гар. | 16 Р |
| <= пенопласт спб | 1 079 | | 188 | 7 | Гар. | 47 Р |
| <= http://ursa.ru | 142 | | 47 | 2 | Спец. | 1 Р |
| <= пенопласт купить во владимире | 284 | | 93 | 12 | Гар. | 10 Р |
| <= минеральная вата для утепления стен | 1 791 | | 57 | 8 | Гар. | 20 Р |
| <= ооо урсэ сврзание | 153 | | 48 | 3 | Гар. | 6 Р |
| <= купить утеплитель в туле цена | 93 | | 45 | 5 | Гар. | 12 Р |
| <= минеральная вата купить | 6 163 | | 462 | 8 | Гар. | 22 Р |
| <= купить пенопласт в районе новгорода | 877 | | 43 | 8 | Гар. | 15 Р |
| <= фасадная утеплитель вод структуру 50мм цена | 115 | | 44 | 3 | Гар. | 19 Р |
| <= виды утеплителей для стен снаружи | 119 | | 43 | 8 | Гар. | 14 Р |
| <= 220 грамм утеплителя на каждую погуду таблица | 47 | | 43 | 4 | Гар. | 0 Р |
| <= теплоид купить | 189 | | 36 | 5 | Гар. | 17 Р |
| <= минеральная вата цена за упаковку | 298 | | 79 | 3 | Гар. | 14 Р |
| <= пенополистирол купить в иркутске | 275 | | 57 | 8 | Гар. | 28 Р |
| <= сыпучий полистирол для утепления цена | 569 | | 349 | 9 | Гар. | 11 Р |
| <= утеплитель купить в казань | 729 | | 70 | 11 | Гар. | 27 Р |
| <= какой утеплитель выбрать для стен каркасного дома | 144 | | 58 | 3 | Гар. | 13 Р |

Оценить примерный бюджет по найденным фразам можно используя прогнозатор бюджета в Яндекс.Директ.

Для чего:

- Определить площадки, с которыми работает конкурент.
- Уточнить инфоповоды.
- Оценить реакцию пользователей (при наличии возможности).
- Определить период активности.
- Оценить примерный бюджет.

Что смотрим:

- Публикации в крупных СМИ, форумах, отраслевых изданиях, у блогеров и т.п.
- Участие в отраслевых выставках и социальных программах.
- Проведение оффлайн-мероприятий.
- Наличие спецпроектов.
- Раздел «Новости» на сайте.

На что обращать внимание:

- Охват (при наличии открытых данных).
- Узнаваемость бренда (по Яндекс.Wordstat).
- Авторитетность и стоимость публикации на размещенном ресурсе.
- Тема публикации.
- Стилль подачи, объем и качество контента.
- Наличие внешних ссылок/посадочных страниц.

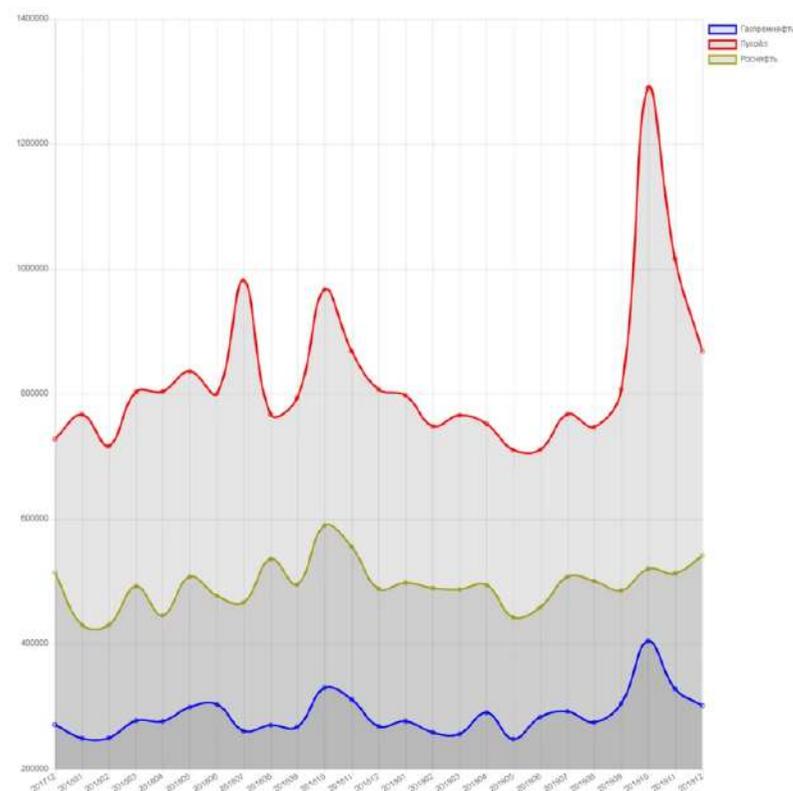
Динамика запросов компаний в ПС Яндекс

На этой странице представлена динамика запросов пользователей, с которыми они обращались к поисковой системе Яндекс за период с декабря 2017 года.
Статистика включает только запросы, содержащие название компаний Газпромнефть, Роснефть и Лукойл, с возможностью просмотра срезов по округам России.

Данные предоставлены сервисом Яндекс Подбор слов (<https://wordstat.yandex.ru/>).

Все регионы

График



PR активности

Как проверять:

1. Вручную: анализ поисковой выдачи по брендовым/продуктовым запросам; информация в разделе «Новости» на сайте.

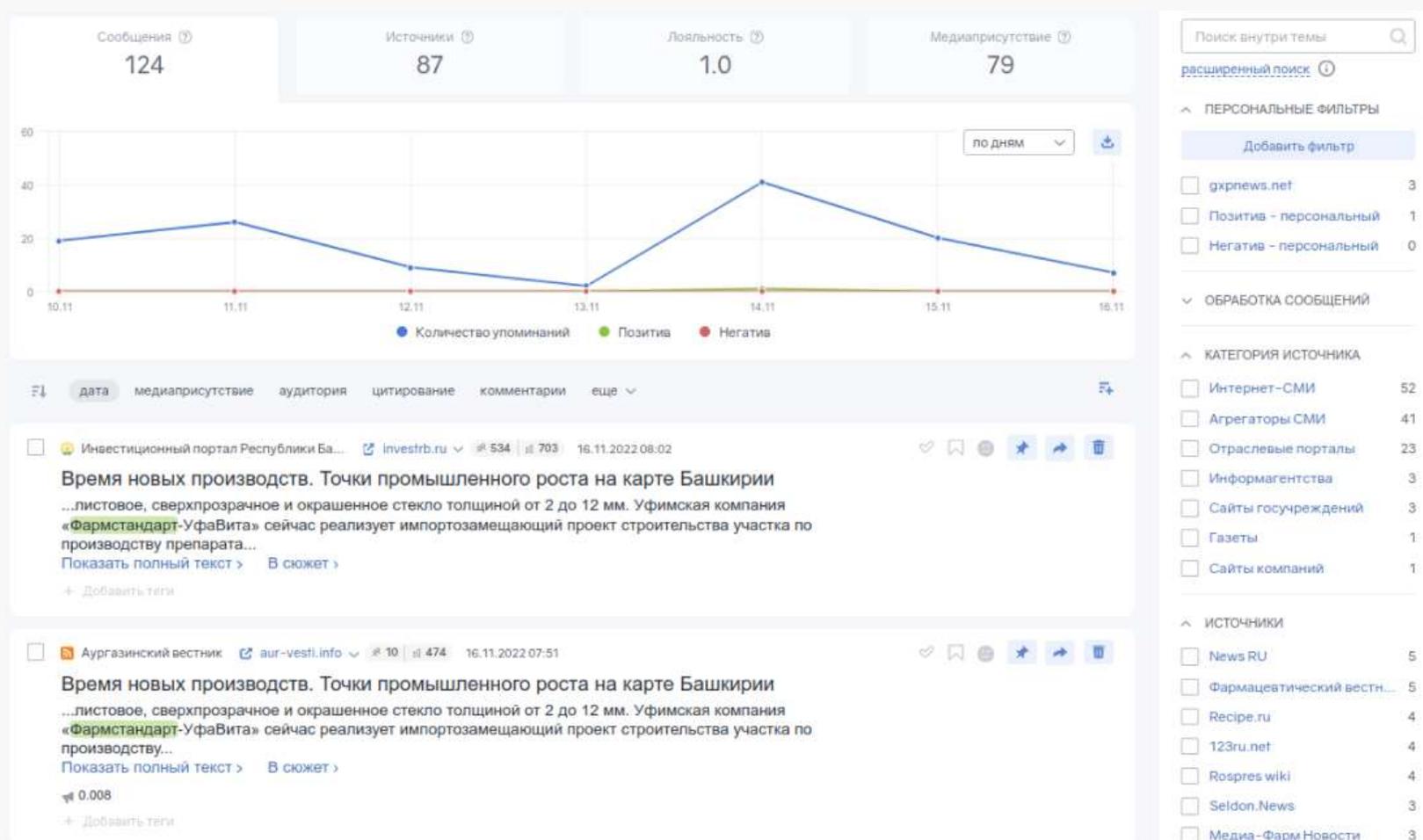
2. Автоматизированные сервисы:



Позволяет провести мониторинг упоминаний по заданным запросам (в том числе исторические) в социальных сетях, СМИ, блогах, форумах как российских, так и зарубежных по текстам, картинкам, видео, геометкам, stories.

Автоматически определяет тональность и строит отчет. **Сервис платный.**

Пример дашборда Brand Analytics с упоминаниями в СМИ



Другие сервисы:



ПрессИндекс



МЕДИАЛОГИЯ

Для чего:

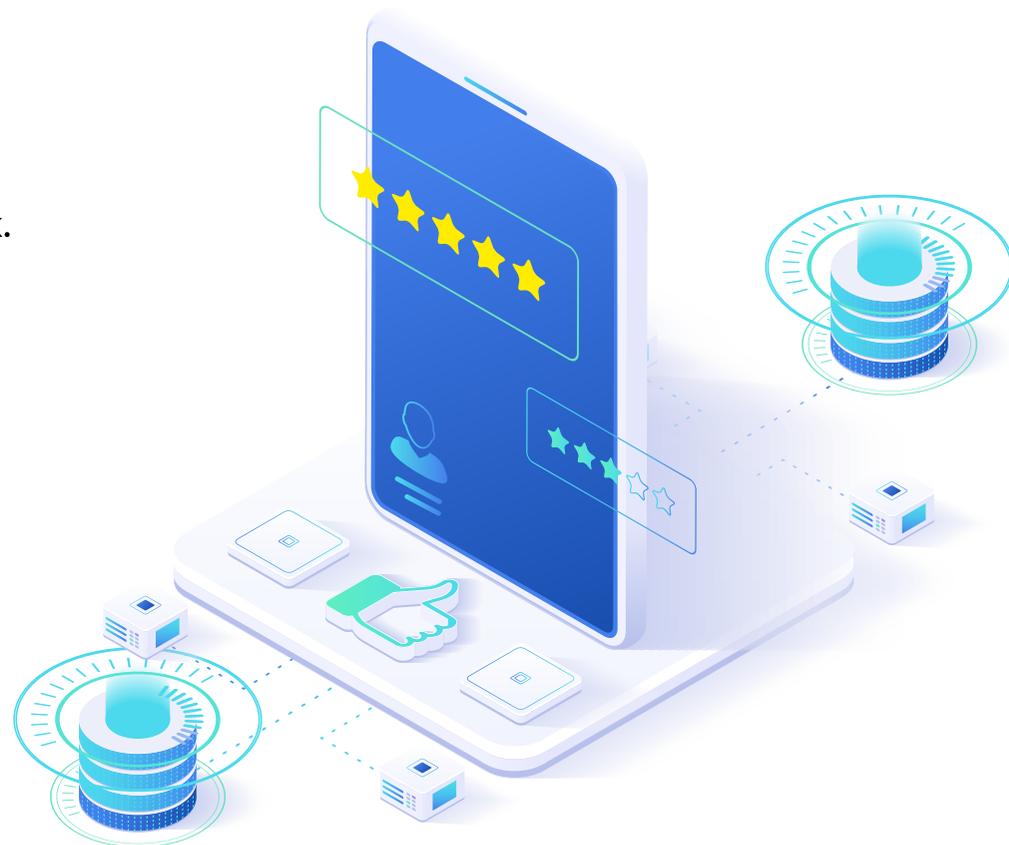
- Влияние на рост обращений.
- Улучшение продукта / услуги.
- Определить работает конкурент в данном направлении или нет, на каких площадках.
- Определить стратегию конкурента.
- Скорректировать свою стратегию.

На какие отзывы смотрим (в зависимости от задачи):

- О компании.
- О продукции / услугах.
- О работодателе.

На что обращать внимание:

- Наличие отзывов и динамика их появления.
- Содержание отзыва.
- Ведется ли работа с отзывами от официального аккаунта бренда (как с отрицательными, так и положительными).
- Скорость ответа.
- Оценки отзыва.
- Тональность и полнота ответов.
- Решены ли проблемы/возражения клиентов.



Работа с отзывами

Как проверять:

1. Вручную: подбираем релевантные площадки.

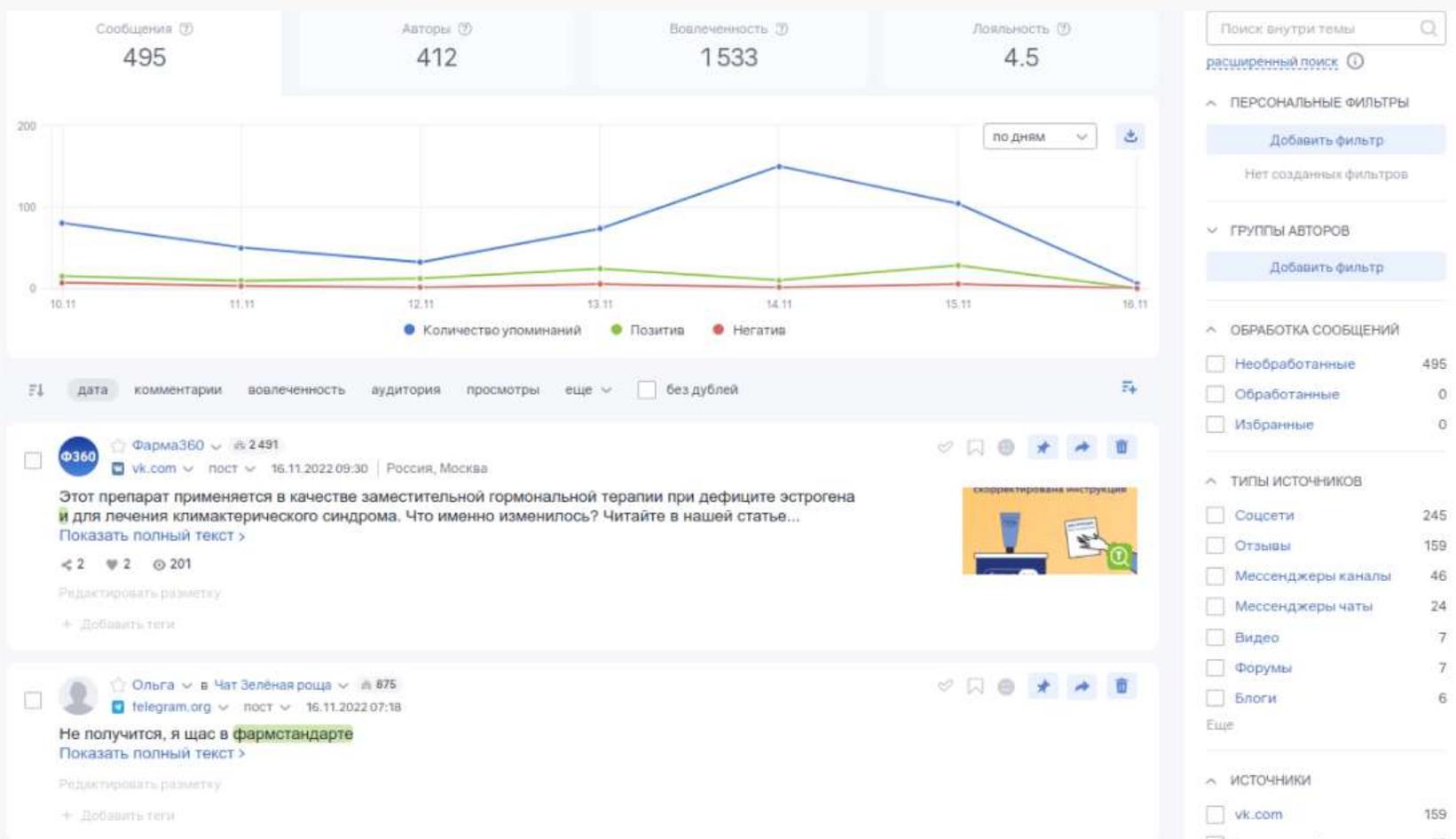
- Сайты-отзовики о продукции / услугах ([Otzovik](#), [Irecommend](#), и др.).
- Социальные сети ([ВКонтакте](#), [Telegram](#), [Одноклассники](#) и др.).
- Маркетплейсы ([Ozon](#), [Wildberries](#), [Яндекс Маркет](#) и др.).
- Сайты о работодателях ([Dreamjob](#), [Правда сотрудников](#), [Antijob.net](#) и др.).
- Тематические ресурсы ([Prodoctorov.ru](#), [Zoon.ru](#) и др.)

Оцениваем приблизительно по ранее упомянутым критериям.

2. Автоматизированные сервисы: [Br-analytics](#).

- Оценка более точная по ряду показателей.

Пример дашборда Brand Analytics по упоминаниям в соц.сетях



Email-маркетинг

Начинаем с поиска формы подписки на сайте. Если она присутствует, то в самом начале аудита необходимо подписаться на рассылку.

На что обращать внимание:

- Как происходит сбор контактов:
 - расположение формы на сайте;
 - обычный запрос email-адреса или с предложением какой-то выгоды;
 - сколько полей требуется для обязательного заполнения;
 - какую дополнительную информацию запрашивают и т.п.
- Какой сервис использует конкурент для проведения рассылки. Определить можно, открыв исходный код письма или наведя курсор на ссылку в тексте.
- Настроены ли триггерные сообщения и каково их содержание (welcome-письмо, напоминание о брошенной корзине и т. п.)
- График отправки писем: как часто приходят письма, по каким дням недели, в какое время (можно ли определить закономерность).
- Дизайн писем, их верстку и адаптивность.

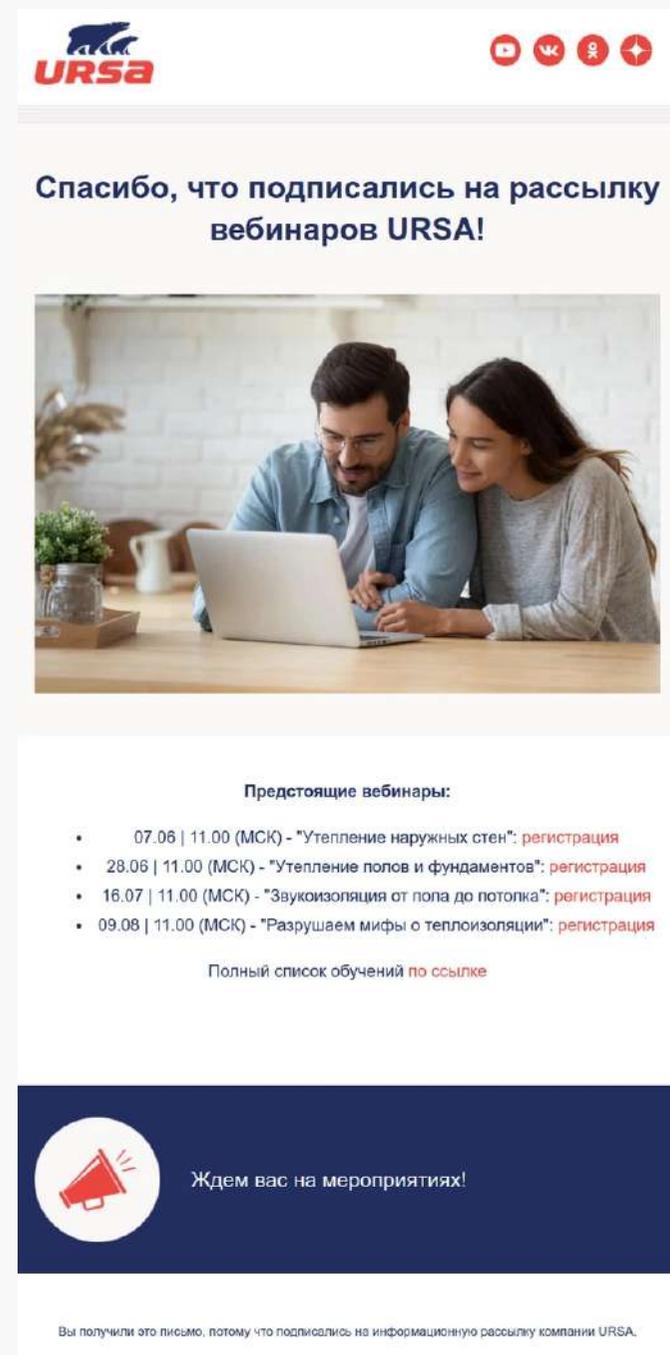
И самое главное – контент:

- тема письма;
- объем текста;
- тематика писем;
- стиль изложения;
- наличие ссылок и призывов к действию.

Полную оценку можно выполнить самостоятельно, без использования сторонних платных сервисов.

- ⓘ Если форма подписки на рассылку отсутствует на сайте — это не означает, что конкурент не проводит активности в данном направлении.

Пример welcome-письма



URSA

Спасибо, что подписались на рассылку вебинаров URSA!

Предстоящие вебинары:

- 07.06 | 11.00 (МСК) - "Утепление наружных стен": [регистрация](#)
- 28.06 | 11.00 (МСК) - "Утепление полов и фундаментов": [регистрация](#)
- 16.07 | 11.00 (МСК) - "Звукоизоляция от пола до потолка": [регистрация](#)
- 09.08 | 11.00 (МСК) - "Разрушаем мифы о теплоизоляции": [регистрация](#)

Полный список обучений [по ссылке](#)

 Ждем вас на мероприятиях!

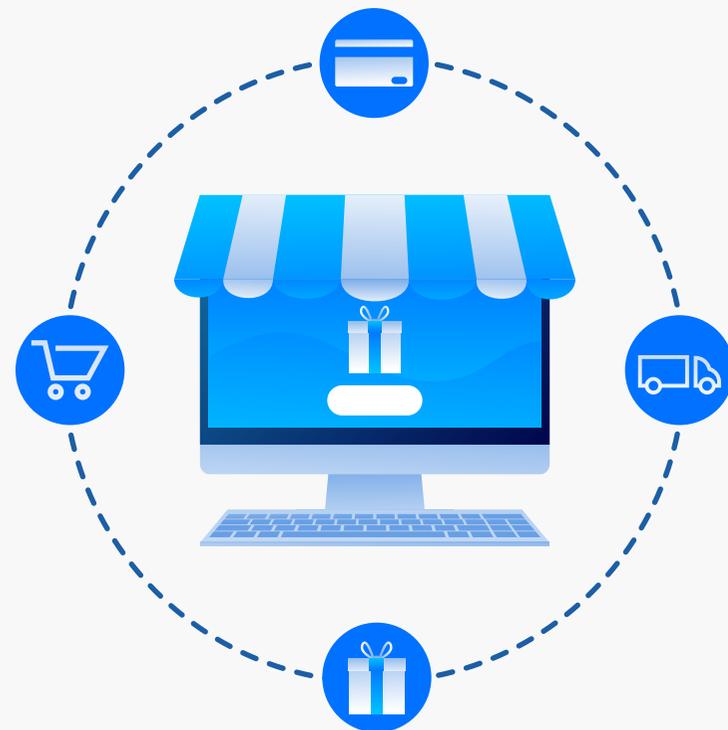
Вы получили это письмо, потому что подписались на информационную рассылку компании URSA.

Маркетплейсы

Анализ конкурентов на маркетплейсах поможет оценить нишу и тенденции рынка, улучшить ваши карточки и увеличить прибыль.

На что обращать внимание при оценке товарных карточек:

- Описание;
- Фотографии, инфографика, видео;
- Цена/ее изменения;
- Количество продаж;
- Рейтинг продавца;
- Уровень заполненности карточки;
- Тональность отзывов;
- Ответы на отзывы и вопросы покупателей от лица бренда.



Такие метрики бренда как: выручка; средняя цена; процент товаров с продажами; график продаж и многие другие можно оценить только с помощью внешних платных сервисов.

Маркетплейсы

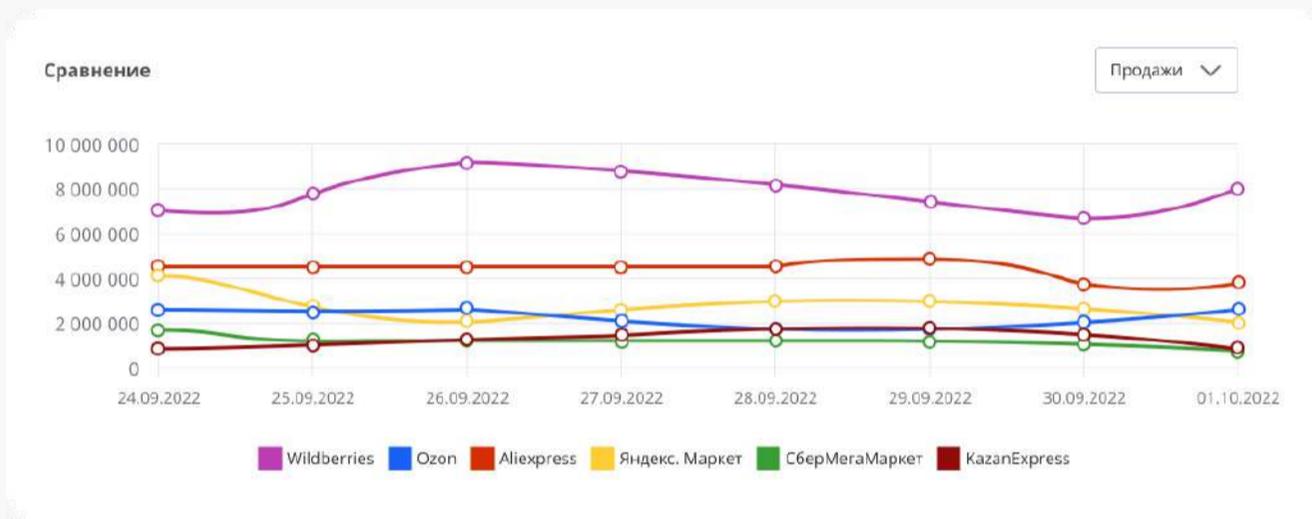
Как проверять:

1. Вручную: данный метод крайне ограничен в силу сложности поиска карточек, выявления закономерностей и построения правильных выводов.

2. Автоматизированные сервисы: [Sellerden](#), [Mpstats.io](#) и др.

Сервисы позволяют выявить топ товаров по продажам, проанализировать каждый товар (по стоимости, выручке, остаткам, схеме работы и т.п.) в динамике и ряд других показателей. Главными недостатками являются короткий демо-доступ (от 1 часа до 1 дня) или его полное отсутствие.

Сравнение маркетплейсов



Ниши с минимумом продавцов, где можно начать продажи

| Категория | Артикулов | Продавцов | Продаж | Выручка |
|-------------------|------------|-----------|------------|-------------|
| Premium | 296 шт. | 13 шт. | 457 шт. | 3192471 Р |
| Сад и дача | 1712 шт. | 284 шт. | 20066 шт. | 13742331 Р |
| Ювелирные изделия | 2111 шт. | 468 шт. | 3520 шт. | 8144115 Р |
| Книги | 217865 шт. | 1182 шт. | 378401 шт. | 860538128 Р |
| Школа | 7614шт. | 1417 шт. | 78362 шт. | 48337803 Р |

Топ товаров в категории

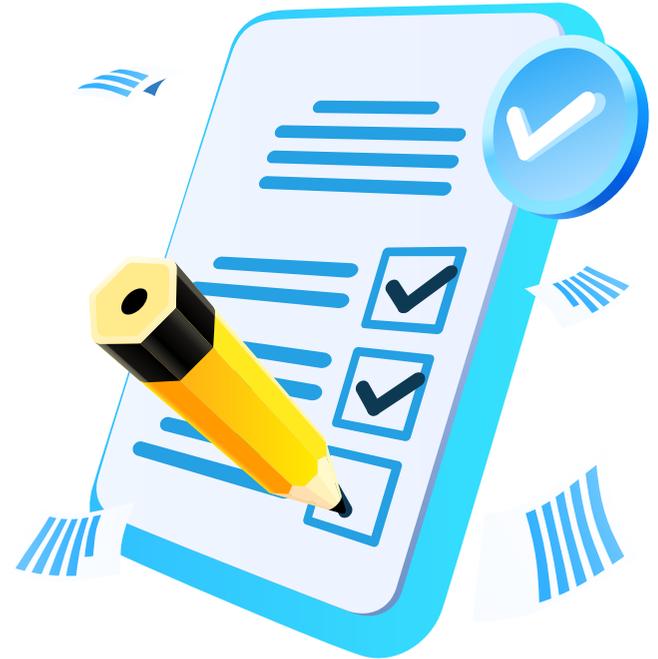
| График продаж | Изображение | SKU | Наименование | Продаж | Выручка | Дней в наличии | Улучшенная выручка | Прогнозируемая выручка | % улучшенной выр |
|---------------|-------------|-----------|---|---------|-------------|----------------|--------------------|------------------------|------------------|
| | | 173782238 | Электросамокат Ninebot KickScooter Max G30 | 67 шт. | 3 014 389 Р | 19 д. | 1 903 824,61 Р | 4 918 213,61 Р | 38 % |
| | | 275886480 | Беговая дорожка WalkingPad R2 | 38 шт. | 1 550 258 Р | 17 д. | 1 284 926,57 Р | 2 845 194,57 Р | 45 % |
| | | 396735302 | Гантели ZTOA KGS, 2 шт. по 15 кг, черный цвет | 336 шт. | 1 379 930 Р | 30 д. | 45 997,64 Р | 1 425 927,64 Р | 3 % |
| | | 300675159 | Брусья Пресс 3 в 1 разборный Центрл Спорт черный Absolute Слатроп. Турник для дома усиленный. Турник настенный. Турник разборный. Турник брусья настенный 3 в 1. Турник на стену 3в1. Турник+брусья+пресс | 395 шт. | 1 257 410 Р | 30 д. | 41 913,64 Р | 1 299 323,64 Р | 3 % |

Исследование маркетинговой активности конкурентов — постоянный процесс

План анализа конкурентов состоит из нескольких этапов:

1. Определить цель и задачи.
2. Подобрать конкурентов для анализа.
3. Собрать информацию по заданным критериям.
4. Структурировать данные.
5. Сформировать отчёт.
6. Анализировать.

Суть — получать и интерпретировать инсайты.



**Дмитрий Мельников**

Ведущий интернет-маркетолог

melnikov@techart.ru**Мигулина Елена**Директор практики
интегрированного маркетинга

+7 (495) 790-75-91 #141

migulina@techart.ru**+7 495 790 75 91**info@techart.ru

Интегрированный маркетинг и PR

promo.techart.ru

IT-решения и веб-разработка

web.techart.ru

Фотоагентство

photo.techart.ru

Аналитика и бизнес-планирование

research.techart.ru

Дизайн-бюро

design.techart.ru

Работа в «Текарт»

hr.techart.ruАвторский telegram-канал «Системное развитие бизнеса» t.me/techart_ru