



Маркетинг конференция для партнеров

21.10.2021

Обзор E-Grocery рынка

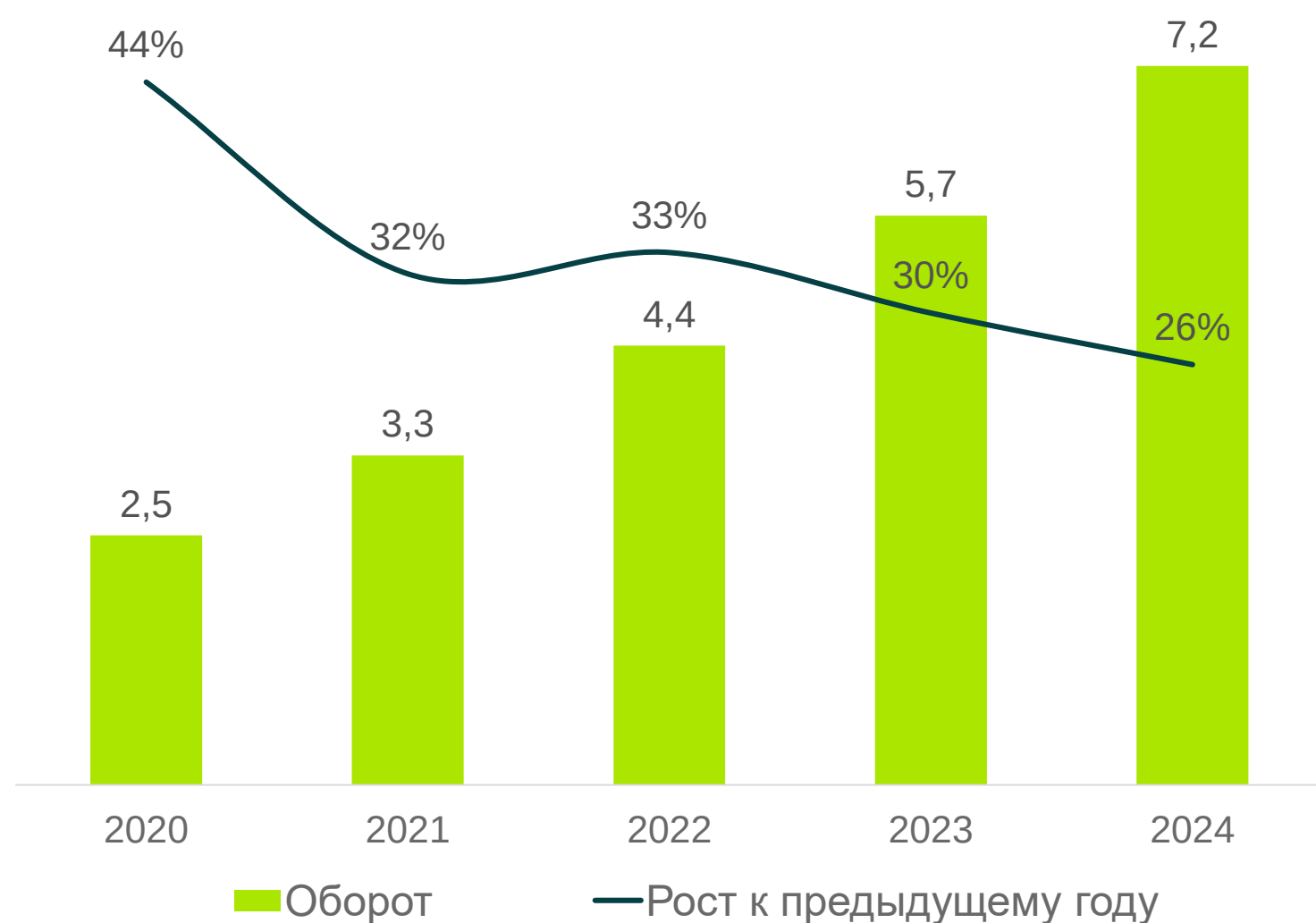
Денис Марфутин
директор по операционному маркетингу



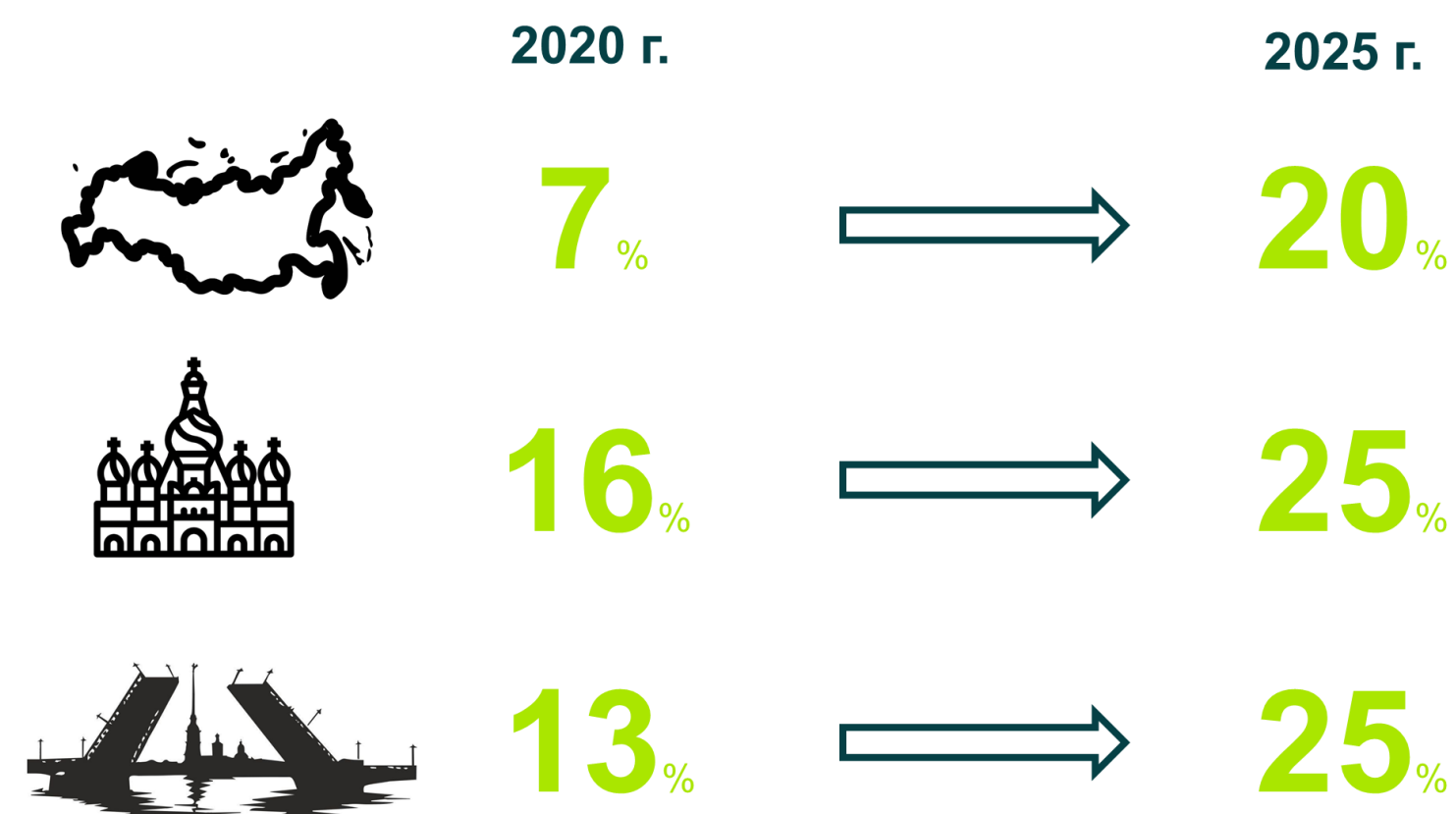
Цифровая реальность

Несмотря на взрывной рост e-commerce в 2020 году, цифровизация в ритейле еще только набирает обороты

Развитие рынка e-commerce до 2024г. трлн. руб.



Доля Online продаж в РТО



Доля e-commerce в общем обороте розничной торговли в 1H'2021



Россия

8.5%



США

13.5%



Великобритания

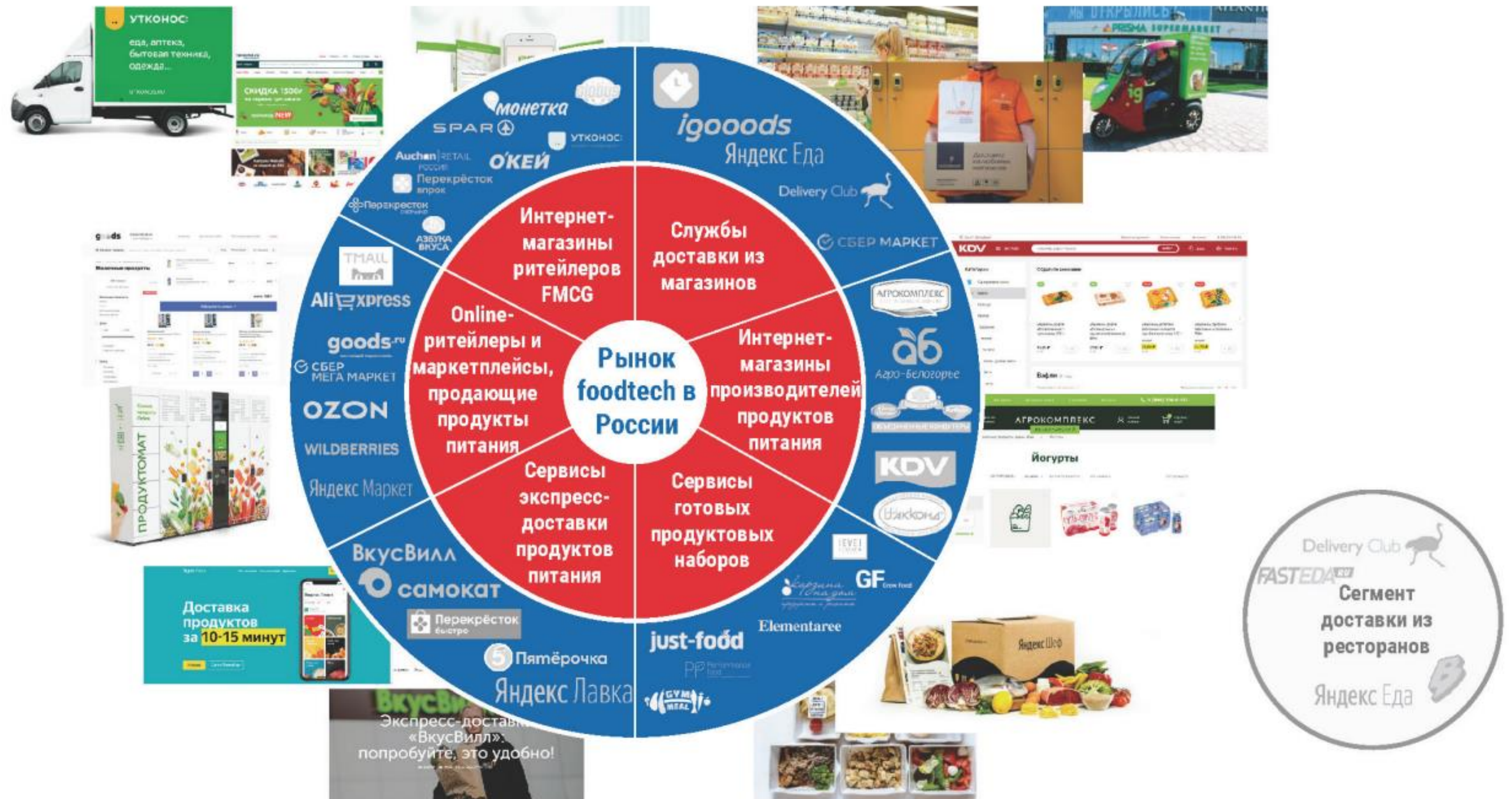
31.9%



Китай

26.5%

Структура рынка online-продаж продовольственных товаров России



E-grocery

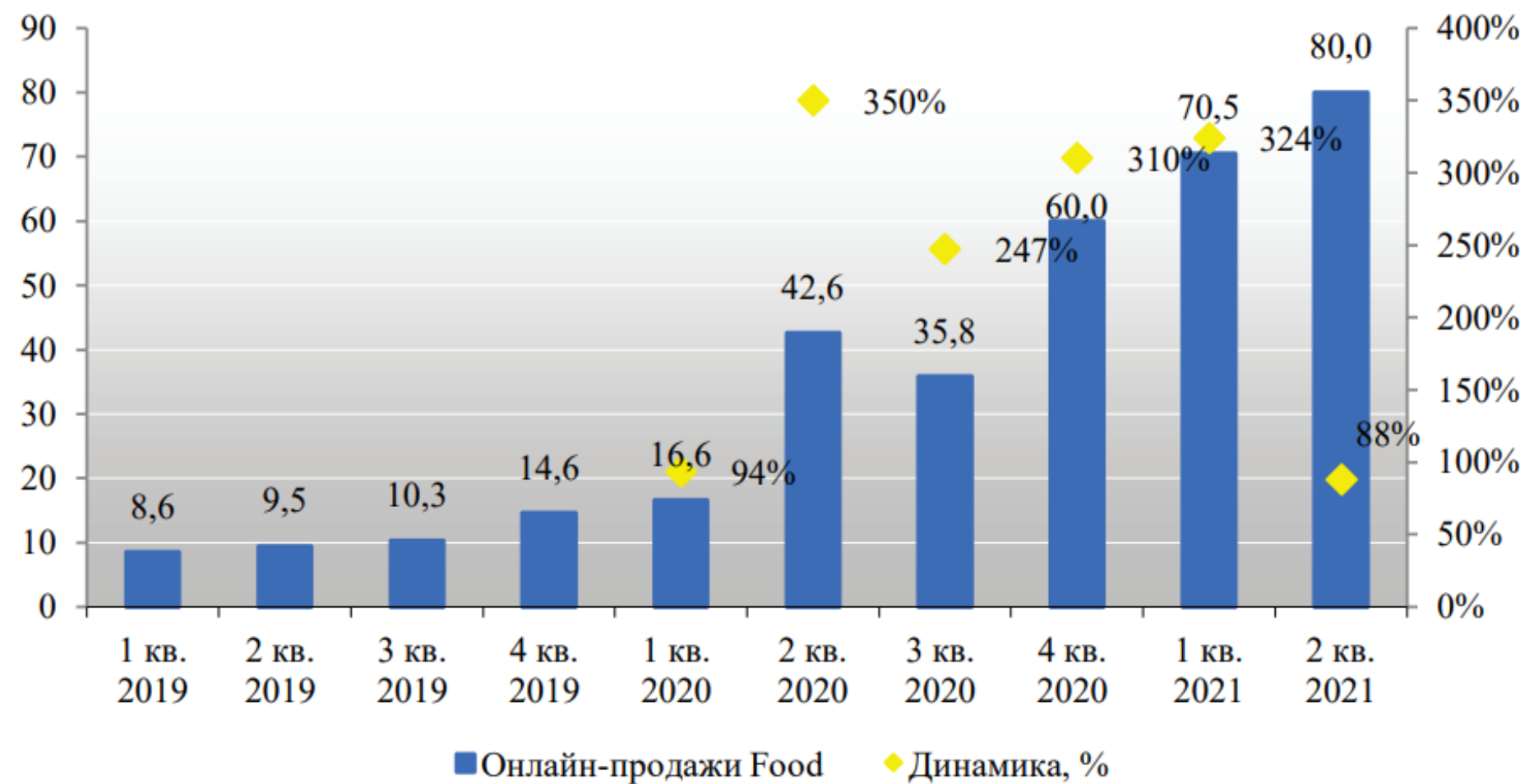
Покупательские миссии основных игроков

		Скорость доставки*	Ассортимент**		
Ассортимент	Яндекс Маркет	Следующий день	-	Закупка впрок	
	OZON	Следующий день	-		
	WILDBERRIES	Следующий день	2,6 млн.		
	Vprok.ru Перекрёсток	День в день	70 тыс.		
	УТКОНОС: онлайн-гипермаркет	День в день	44 тыс.		
	Ашан	День в день	25 тыс.		
	О'КЕЙ	День в день	25 тыс.		
	АЗБУКА ВКУСА	3 часа	18 тыс.		
	УТКОНОС: МИНИ	3 часа	10 тыс.		
	СБЕРМАРКЕТ	2 часа	25+ тыс.		
Скорость доставки	igoodS.ru сервис доставки продуктов	1 час	25+ тыс.	Дозакупка	
	Перекресток быстро	1 час	15 тыс.		
	5	30 - 60 минут	5 тыс.		
	ленточка	15-30 минут	5 тыс.		
	самокат	30 минут	2 тыс.		
	Яндекс Лавка	15 минут	2 тыс.		

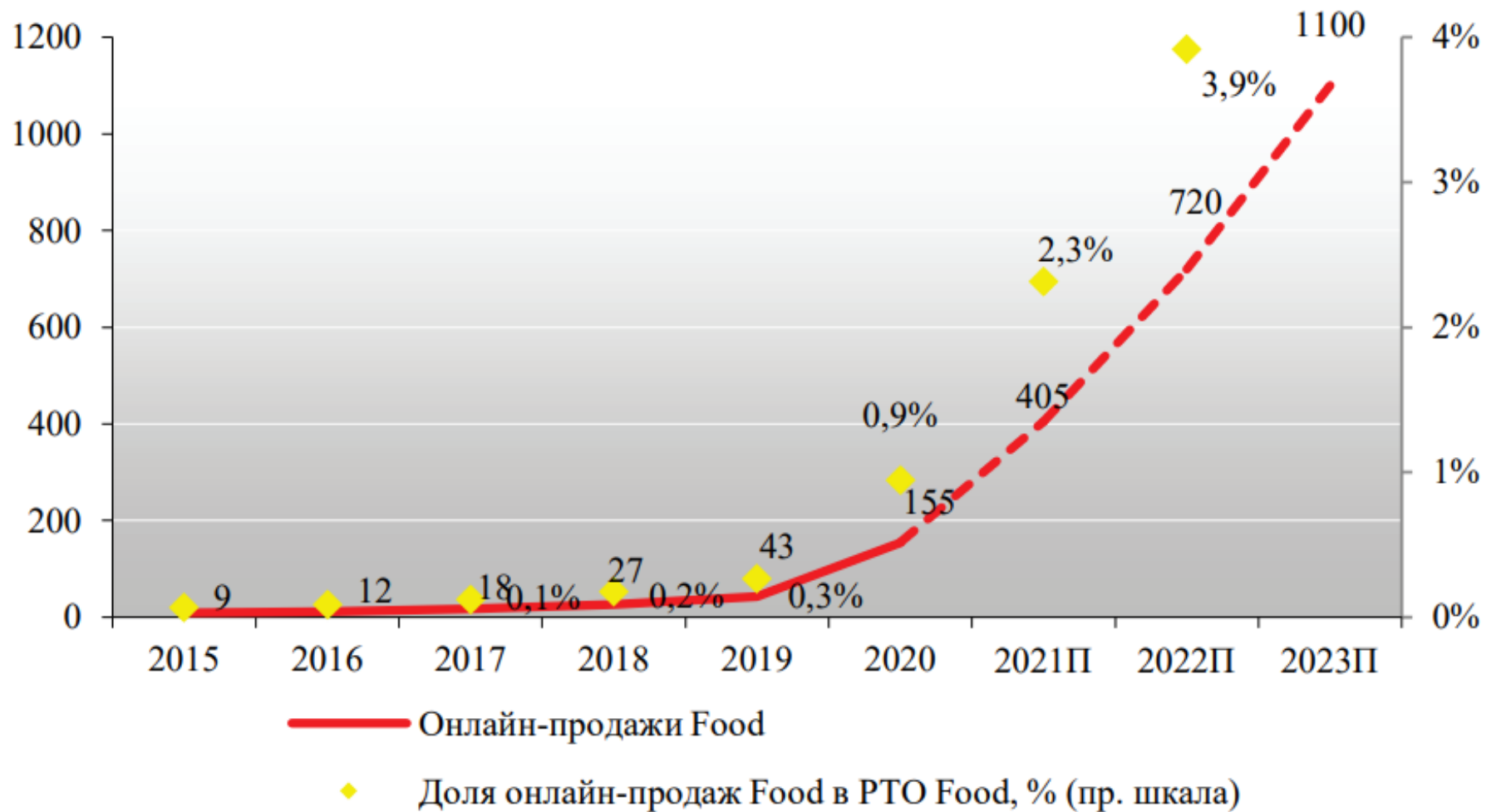
Online продажи Food – барьеры сломлены

Пандемия выступила катализатором роста уровня доверия к online покупкам продуктов и формированию привычки

Online продажи Food в России, млрд руб с НДС

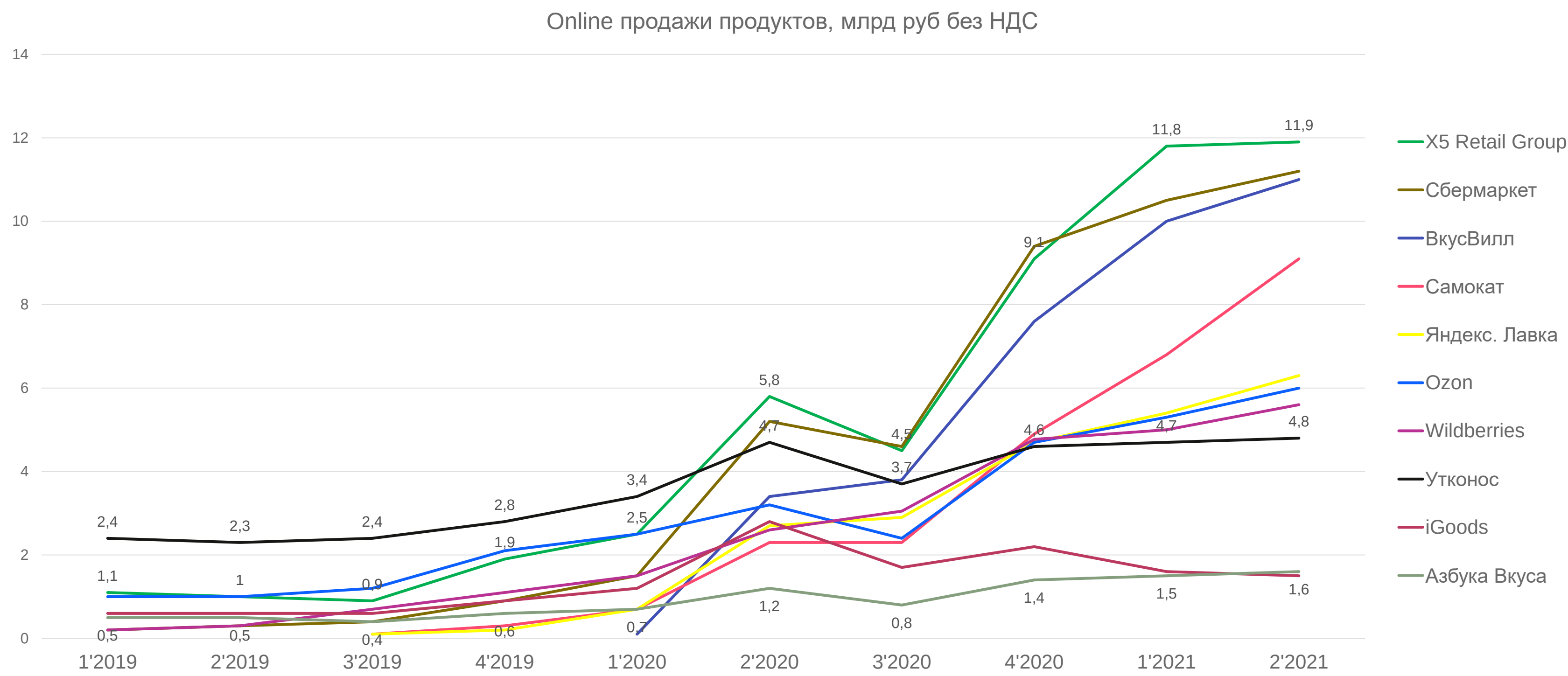


Online продажи Food в России, млрд руб с НДС



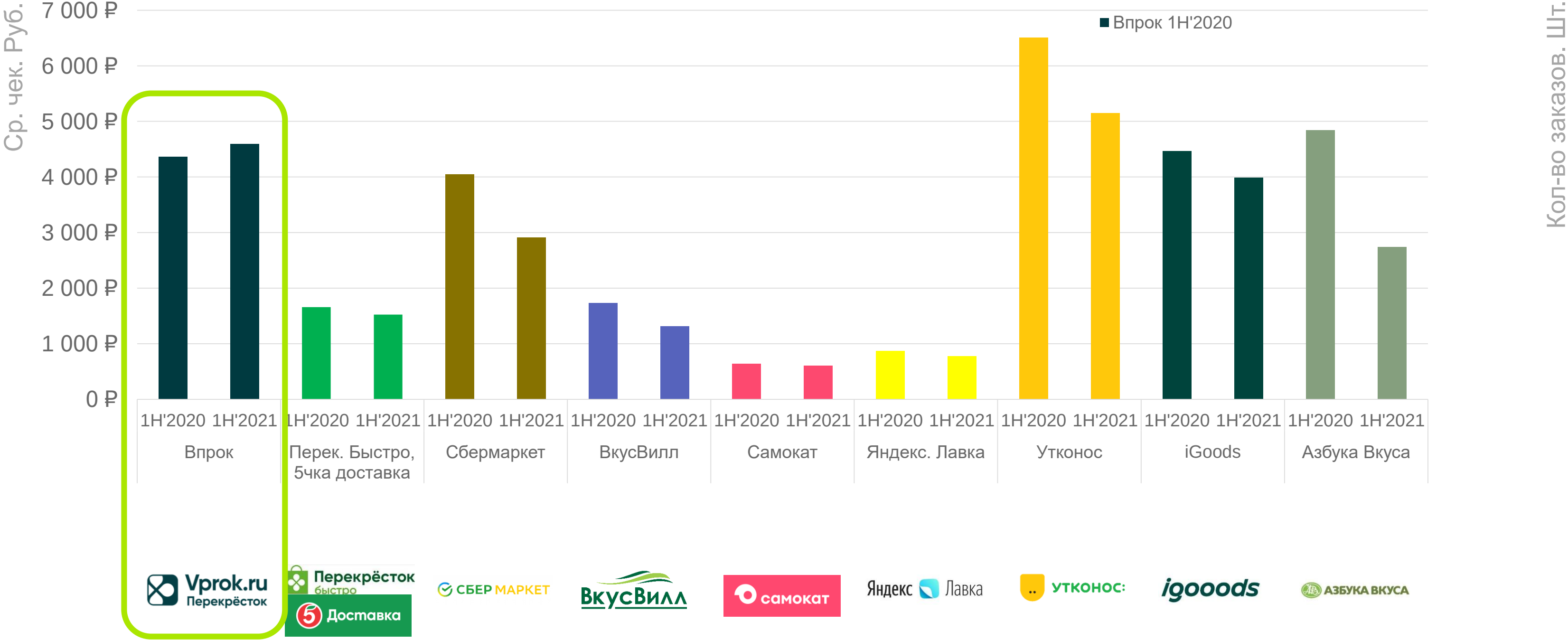
Кто выйдет в лидеры?

Операторы рынка online-продаж продовольственных товаров вступили в гонку за долю рынка



В борьбе за потребителя

Рост обусловлен увеличением количества заказов при сокращении среднего чека почти у всех игроков. Исключение Впрок



Тренды E-commerce после пандемии



Quick-commerce (быстрая коммерция)

Индустрия электронной коммерции ускоряется. Стремительно растет спрос на форматы логистики «без покупателей»: дарксторы, мини-дарксторы, дарксторы, совмещенные с офлайн-магазинами, и полноценные фулфилмент-центры



Мульти-вертикальные сервисы

Чтобы повысить лояльность клиентов, игроки рынка e-commerce создают целые экосистемы вокруг основного продукта и расширяют ассортимент, становясь маркетплейсами



Гиперперсонализация

Сегодня уже недостаточно просто создать веб-сайт или мобильное приложение. Цифровые каналы ДОЛЖНЫ разговаривать с клиентами на одном языке



Гиперлокальная доставка

Ускорение развития отрасли в первую очередь проявляется в сокращении времени доставки заказов. Клиенты ожидают, что товар доставят "вчера", поэтому гиперлокальные сервисы набирают обороты

Год создания

Формат

Ценовой сегмент

Ширина ассортимента

Количество SKU

Количество заказов*

Средний чек, пункты выдачи*

Количество ТТ, партнёры



2018

Онлайн-гипермаркет

[Средний-] – [Средний]

Ассортимент гипермаркета: самый широкий выбор продуктов и non-food

>70 000

~12 000 заказов в день

4 513 руб. средний чек

5 dark stores (Москва, Санкт-Петербург, Нижний Новгород)

О бизнес-модели Vprok.ru Перекрёсток

Ключевые особенности

- Один из ведущих игроков рынка e-grocery в России
- Широкий ассортимент (более 70 тыс. SKU) с прогнозом роста до 120 тыс. до конца 2021 года
- Возможность доставки заказов весом до 500 кг до порога в 8 регионах России, еще в 57 регионах – самовывоз в партнерстве с 5POST
- Собственная логистическая инфраструктура: 3 даркстора в Москве, 1 в Санкт-Петербурге, 1 в Нижнем Новгороде
- Доставка день в день или на следующий день
- Общая складская площадь >100 тыс. кв. м.
- Работа с поставщиками на выгодных условиях благодаря закупочной силе X5
- MAU, или ежемесячные активные пользователи, больше 2,6 млн (сайт + мобильное приложение); MAU только мобильного приложения - больше 500 тыс.
- Количество установок мобильного приложения - 80-90 тыс. в неделю. Более 6 миллионов загрузок с весны 2020 года



Онлайн-покупатель Впрок - кто он?

#ЛюблюСвойДом

#МоиДетки

#Сравниваю_и_покупаю

#СкороСноваДома



76%

Женщины

70%

С детьми до 12 лет

47%

Готовы сменить магазин
из-за Промо

80%

Заказывают в интернете
товары чаще 1 раз в месяц

Карта регионов Vprok.ru

ЗОНЫ ПОДКЛЮЧЕНИЯ:

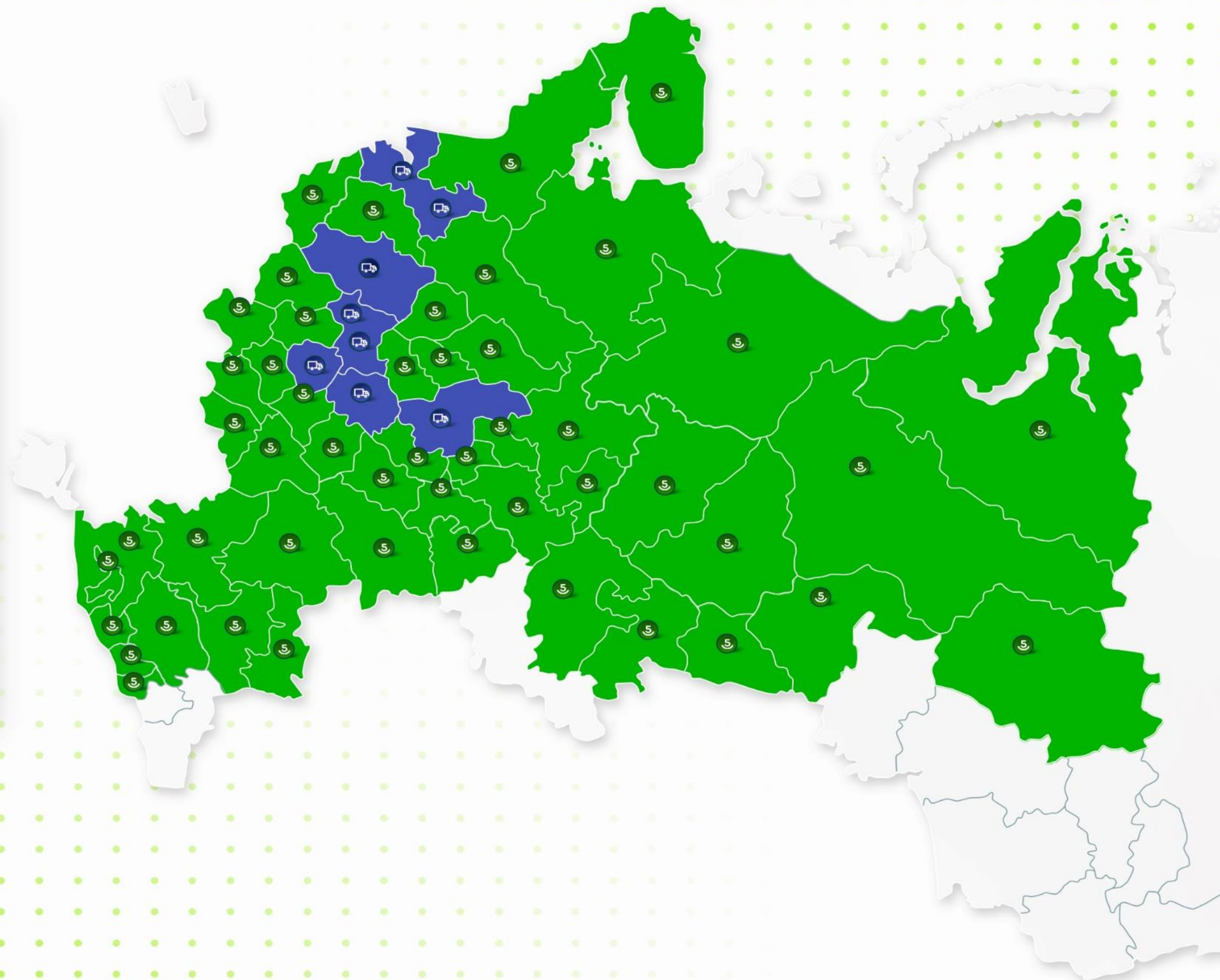
С ДОСТАВКОЙ КУРЬЕРОМ

- 1 МОСКВА
- 2 МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 3 САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
- 4 ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 5 НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 6 РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 7 ТУЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 8 ТВЕРСКАЯ ОБЛАСТЬ

С САМОВЫВОЗОМ

- 9 БЕЛГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 10 ВОРОНЕЖСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 11 КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ
- 12 ОРЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 13 РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 14 СМОЛЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 15 ЯРОСЛАВСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 16 БРЯНСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 17 КОСТРОМСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 18 КУРСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 19 ЛИПЕЦКАЯ ОБЛАСТЬ
- 20 КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 21 ВОЛГОГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 22 ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 23 ИВАНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 24 РЕСПУБЛИКА ЧУВАШИЯ
- 25 ПЕНЗЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 26 СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 27 ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 28 РЕСПУБЛИКА ТАТАРСТАН
- 29 АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 30 РЕСПУБЛИКА МАРИЙ-ЭЛ
- 31 РЕСПУБЛИКА МОРДОВИЯ
- 32 ВЛАДИМИРСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 33 РЕСПУБЛИКА АДЫГЕЯ
- 34 УЛЬЯНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 35 АСТРАХАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 36 РЕСПУБЛИКА БАШКОРТОСТАН
- 37 КУРГАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 38 СТАВРОПОЛЬСКИЙ КРАЙ (NEW)
- 39 САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 40 ТОМСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 41 ТЮМЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 42 ХАНТЫ-МАНСИЙСКИЙ АО
- 43 ЯМАЛО-НЕНЕЦКИЙ АО
- 44 КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССИЯ (NEW)
- 45 КАЛМЫКИЯ (NEW)
- 46 КАБАРДИНО-БАЛКАРИЯ (NEW)
- 47 СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ (АЛАНИЯ) (NEW)
- 48 ТАМБОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 49 ПЕРМСКИЙ КРАЙ
- 50 САРАТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 51 КИРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 52 РЕСПУБЛИКА КОМИ
- 53 РЕСПУБЛИКА УДМУРТИЯ
- 54 ПСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 55 НОВГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ
- 56 РЕСПУБЛИКА КАРЕЛИЯ
- 57 МУРМАНСКАЯ ОБЛАСТЬ

NEW - РЕГИОНЫ, ОТКРЫТЫЕ СВЕРХ ПЛАНА ДО КОНЦА II КВАРТАЛА



Vprok.ru
Перекрёсток

Vprok.ru Перекрёсток

Результаты III квартала (2021) + 53%



Показатели цифровых бизнесов

	3 кв. 2021	3 кв. 2020	Изм. 2-к-2, %	9 м. 2021	9 м. 2020	Изм. 2-к-2, %
Vprok.ru Перекресток						
GMV*, млн руб.	4 932	3 317	48,7	15 249	9 947	53,3
Количество заказов, тыс.	1 058	846	25,1	3 229	2 323	39,0
Средний чек, руб.	4 513	3 791	19,1	4 569	4 154	10,0



Мобильное приложение

>6 млн установок
(60% продаж совершается
через приложение)

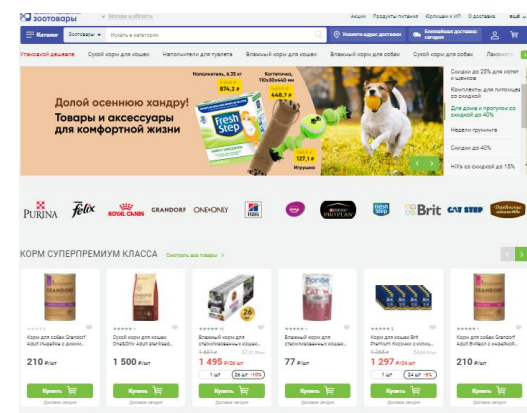
>1 млн установок
Разработали и запустили
приложение за 4 месяца

2021

Основные события

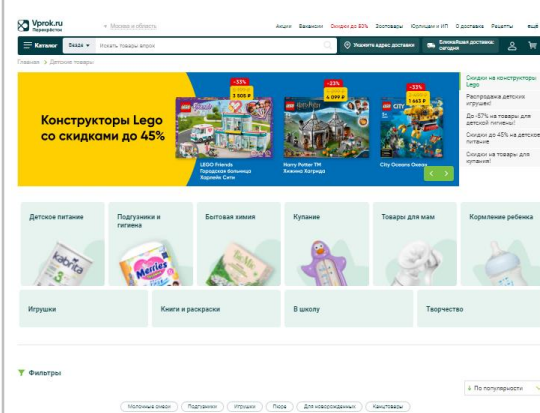
Q4'2020

300 корнер



Q1'2020

Корнер Детство



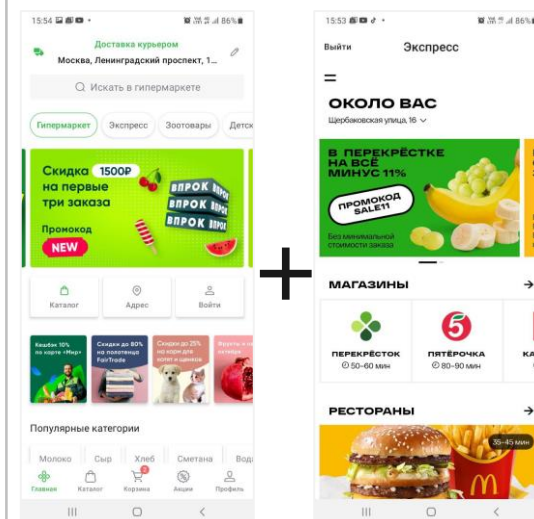
Июнь

Доставка на дачу за 1 рубль



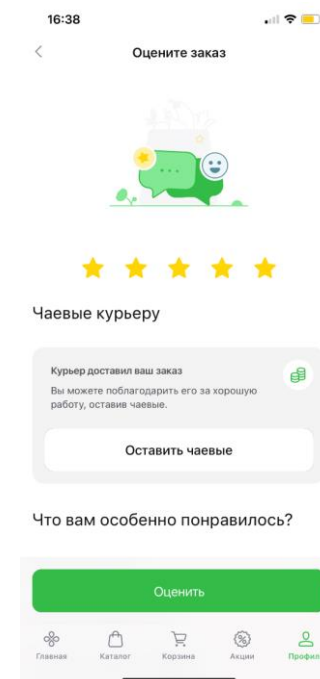
Август

Интеграция с Экспресс



Сентябрь

Чаевые курьеру



Октябрь

Открытие DS Саларьево (Москва)



Новые маркетинговые инструменты

Эльдар Усеинов

Руководитель направления по работе с партнерами



Виртуальная прикассовая зона



Цели:

- Расширение корзины покупателя
- Увеличение продаж на финальном этапе



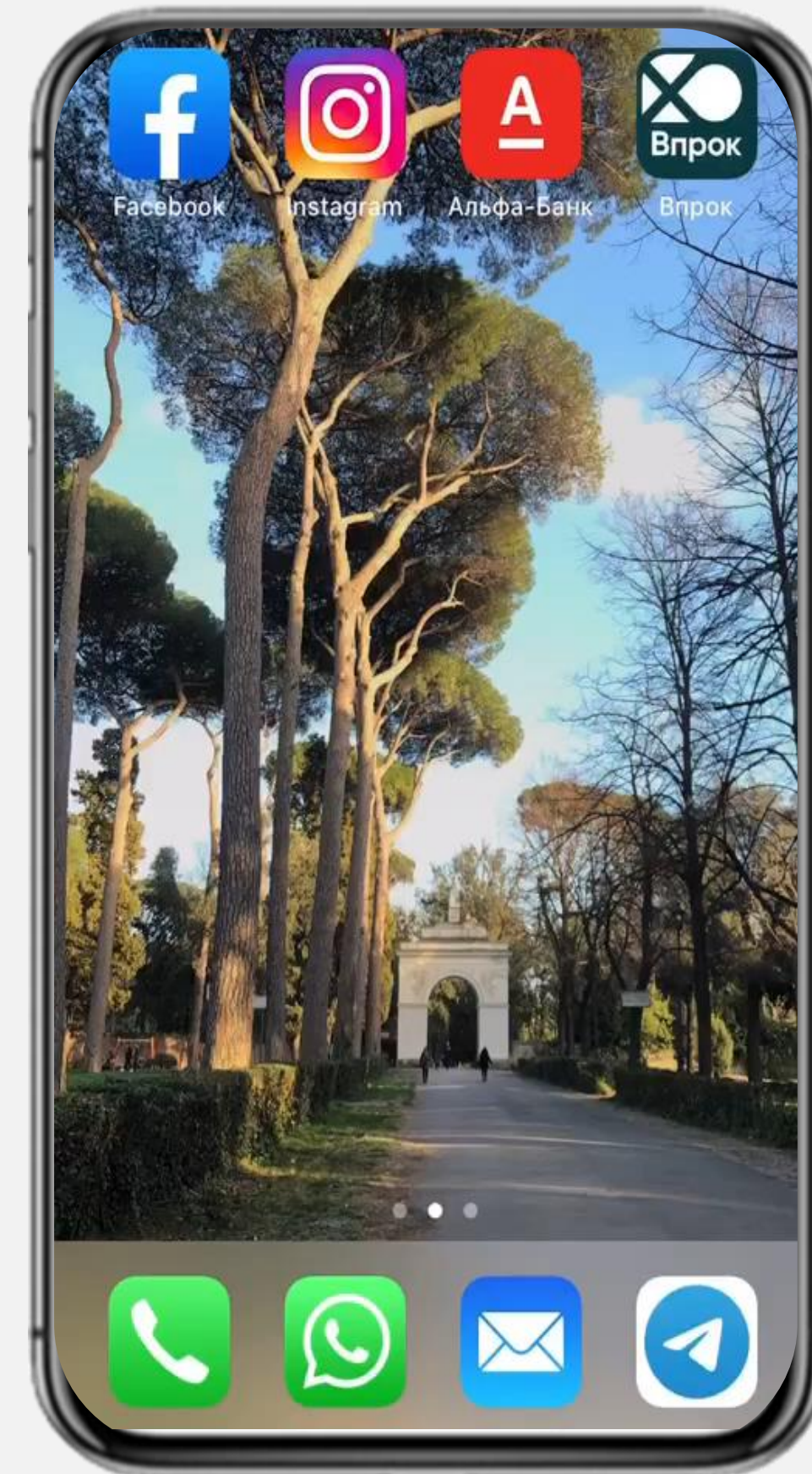
Преимущества:

- Зона охватывает всех покупателей Впрок
- Органично вписана в интерфейс как рекондательная лента

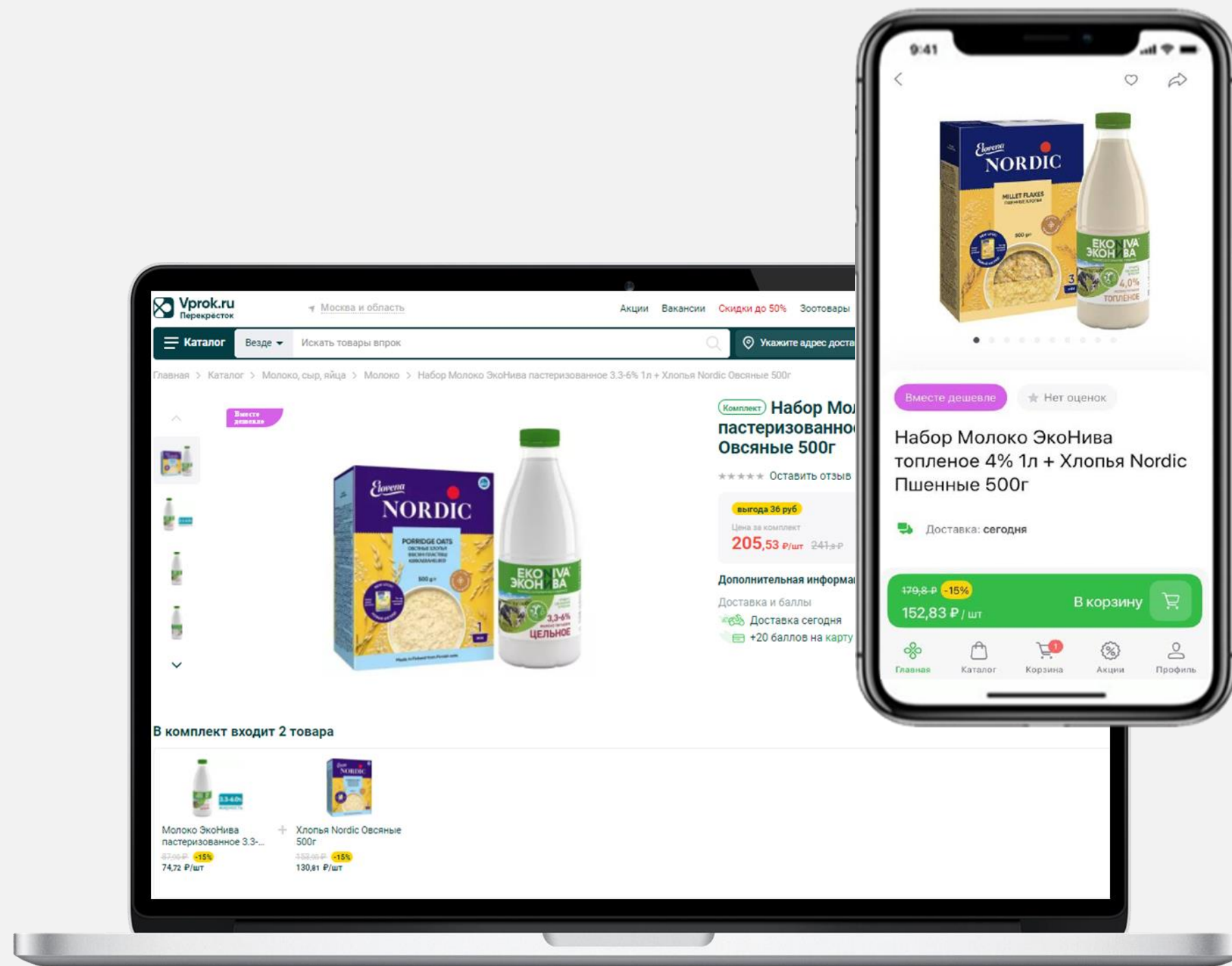


Особенности:

- «Хиты» прикассовой зоны – товары импульсной категории



Промо-наборы



Цели:

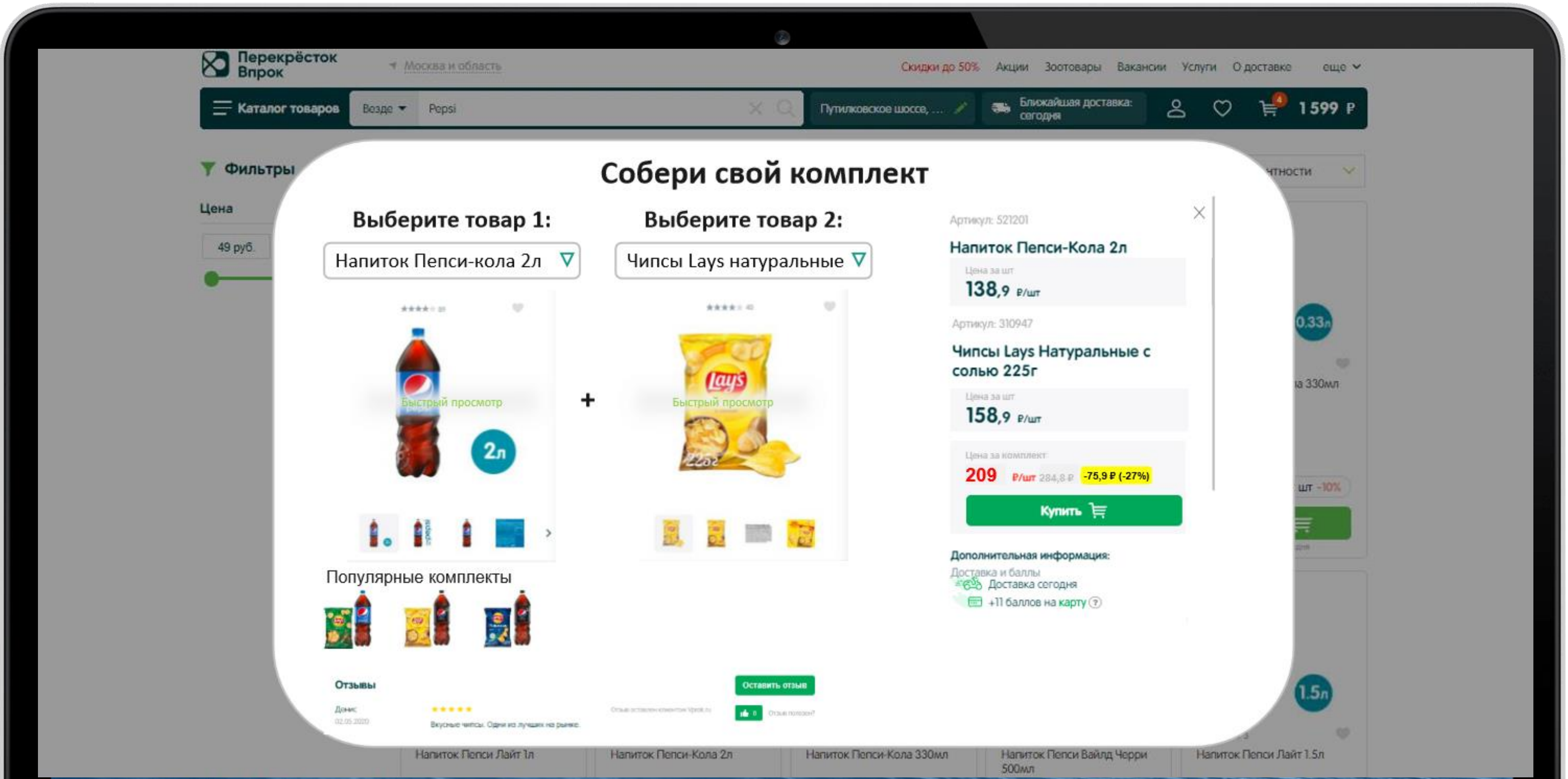
- Расширение корзины покупателя
- Увеличение продаж



Особенности:

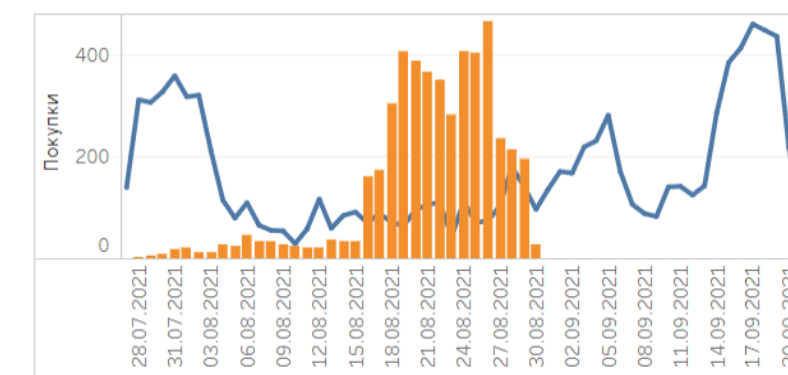
- Моно и/или микс комплекты
- Ко-промо с другими партнерами

Открытый комплект



Семплинг. Реализованные доработки

- ✓ Таргетинг по истории покупок товаров и категорий
- ✓ Таргетинг по ID покупателей
- ✓ Вложение не более одного раза
- ✓ Периодическая выдача в каждый N заказ
- ✓ **Отчетность:**
 - Просмотр конверсии в покупку
 - Рейтинг популярных товаров бренда в период семплинга
 - Отзывы о семплах

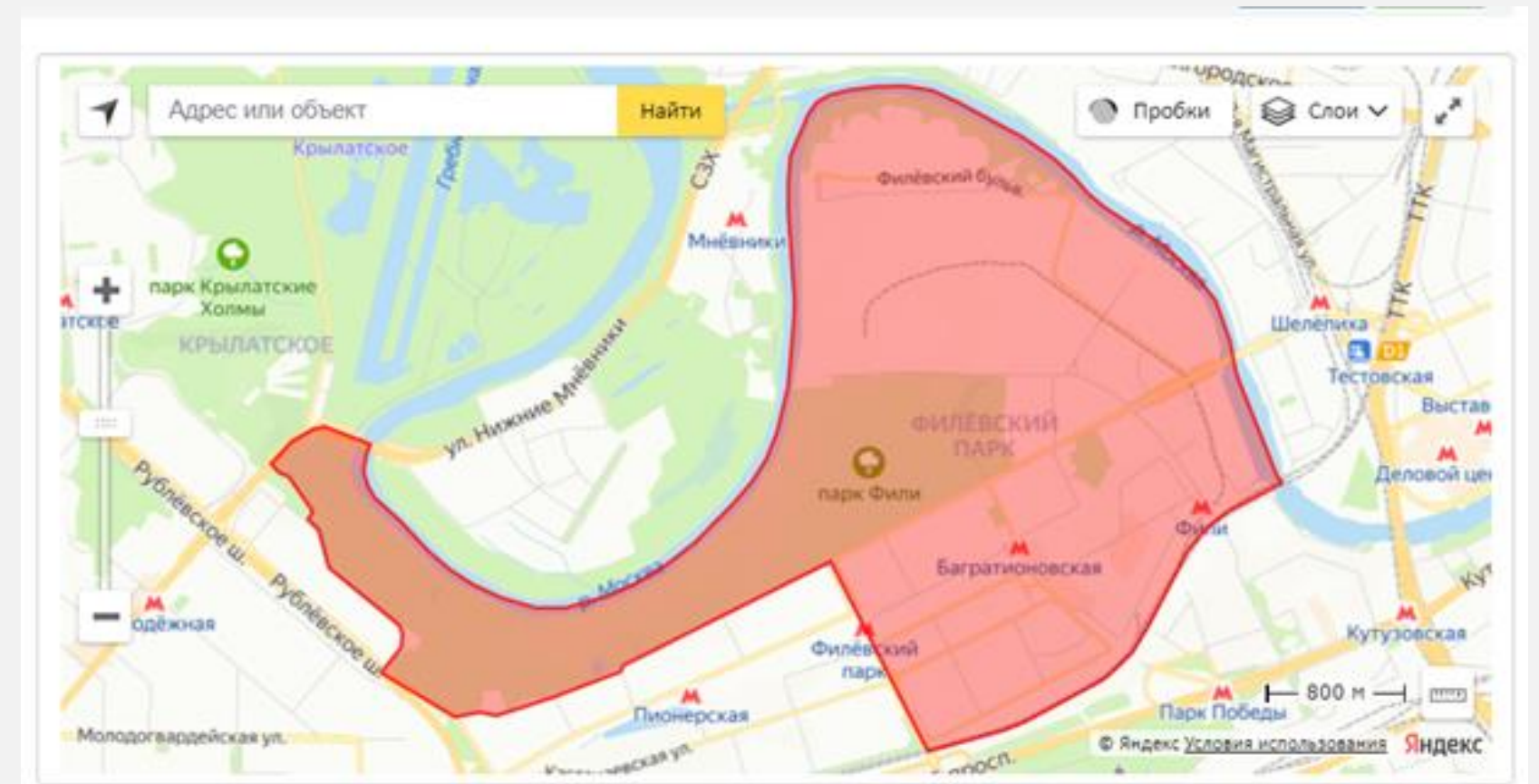
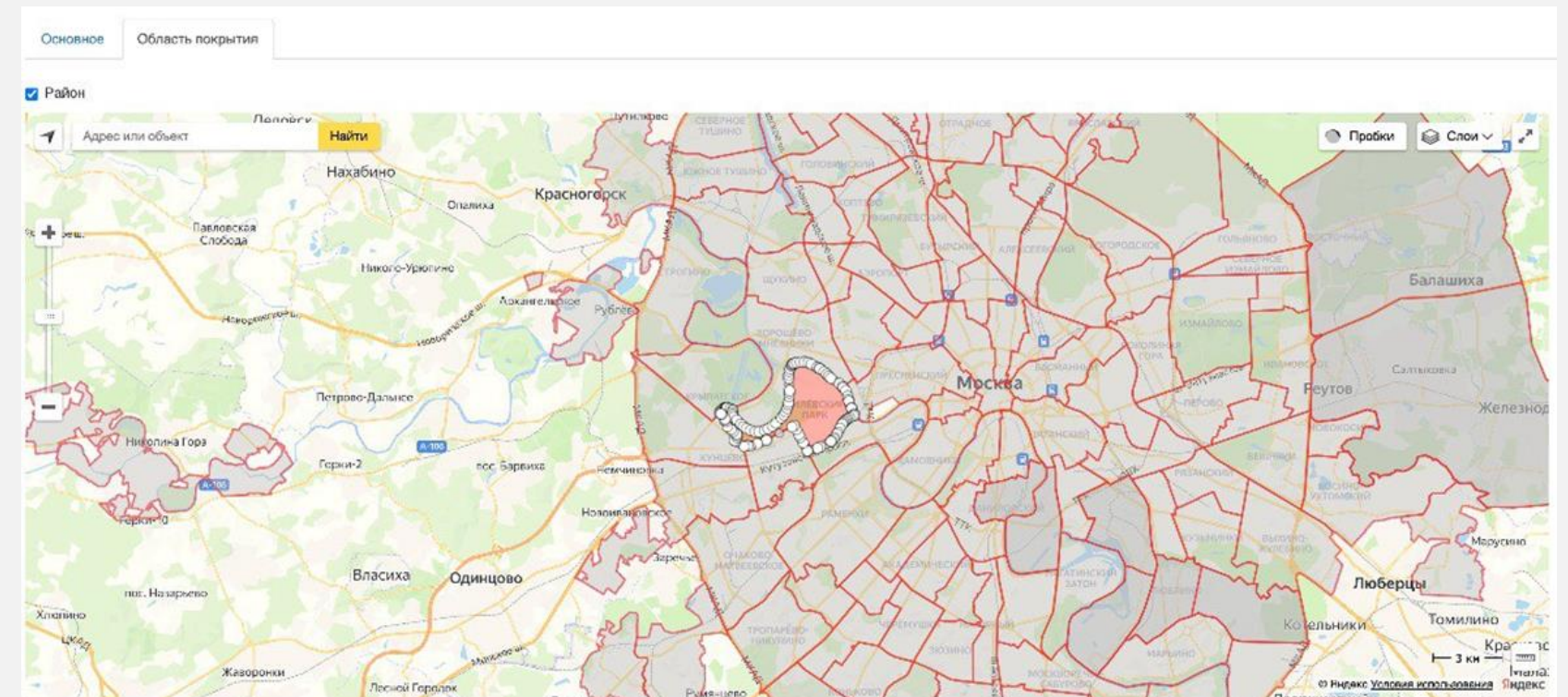


Суперлокальный семплинг

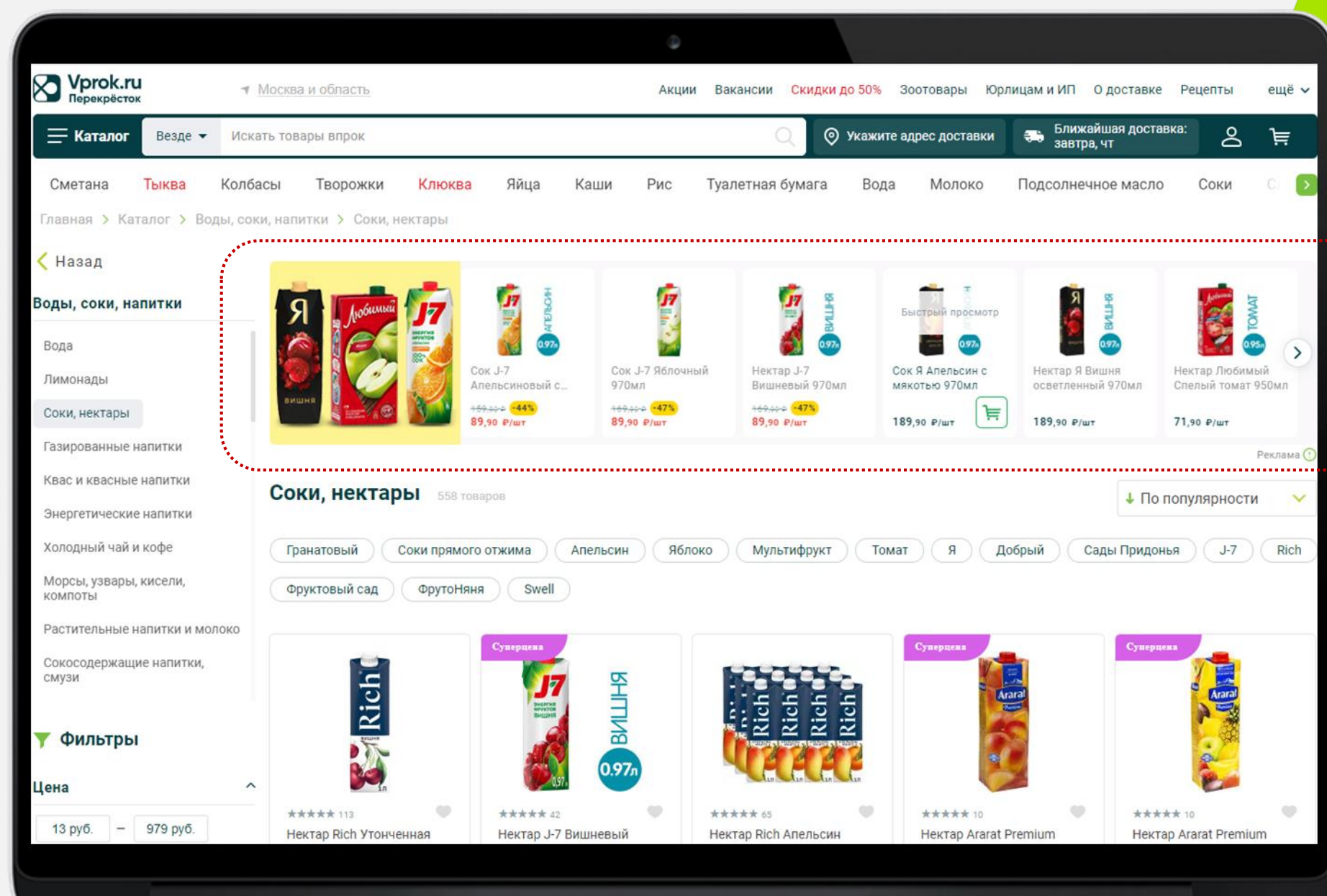


Зона покрытия:
вся Москвы
3 даркстора
178 зон Москвы

**Возможность точечной
настройки по районам**

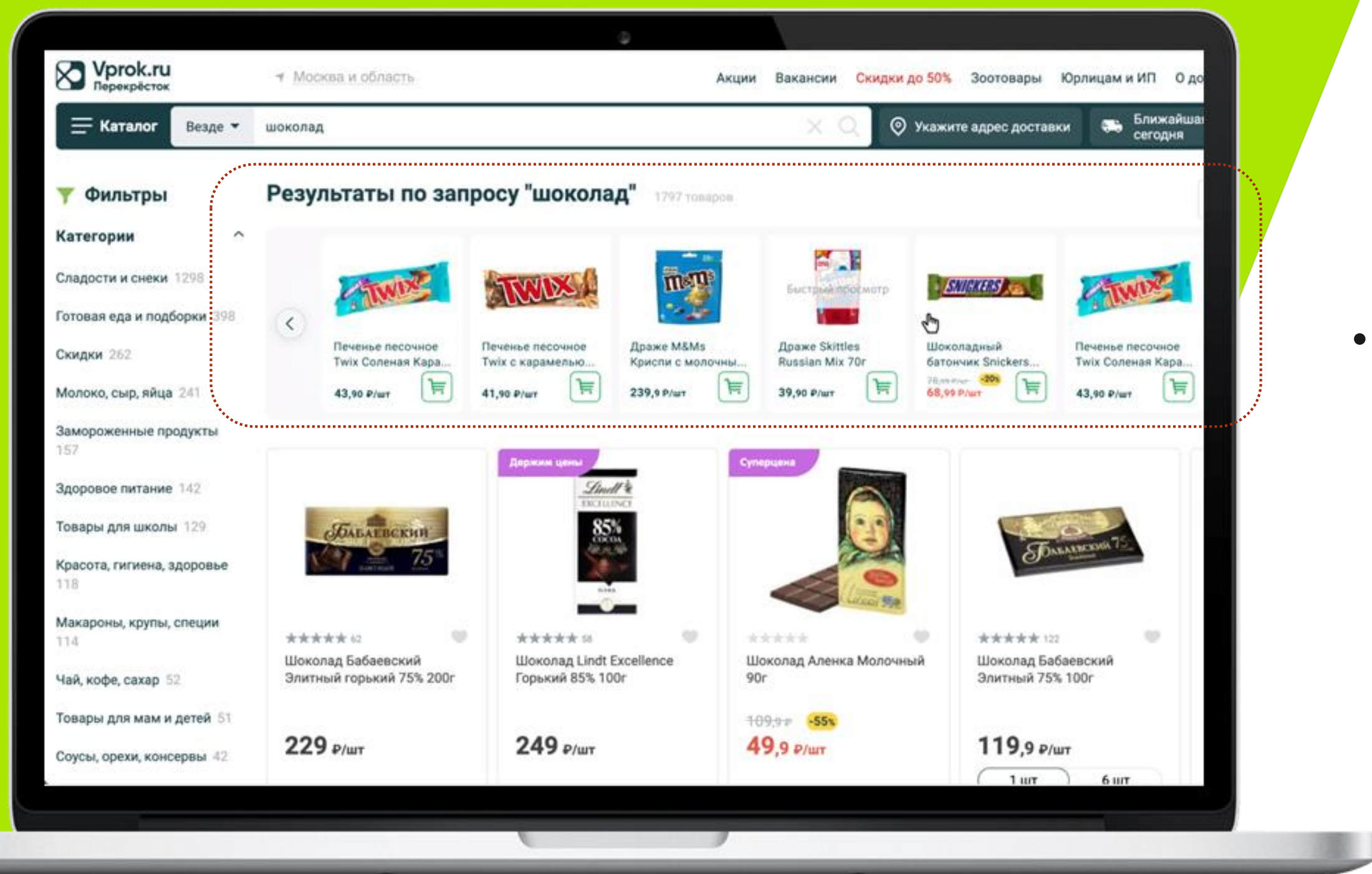


Спонсорская полка в категории



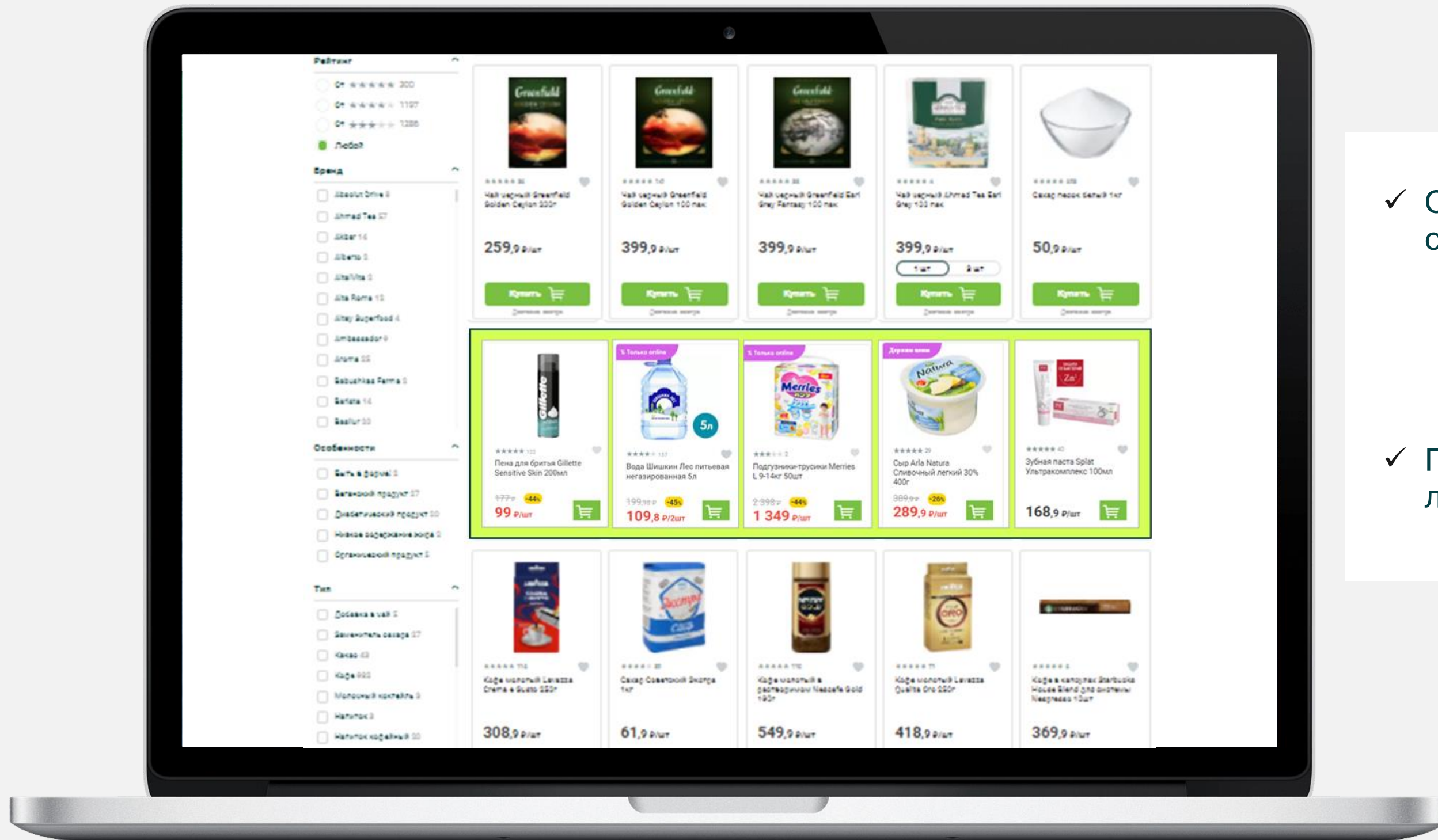
- Размещение в категории
- Нет ограничений по количеству рлu

Спонсорская полка платного поиска



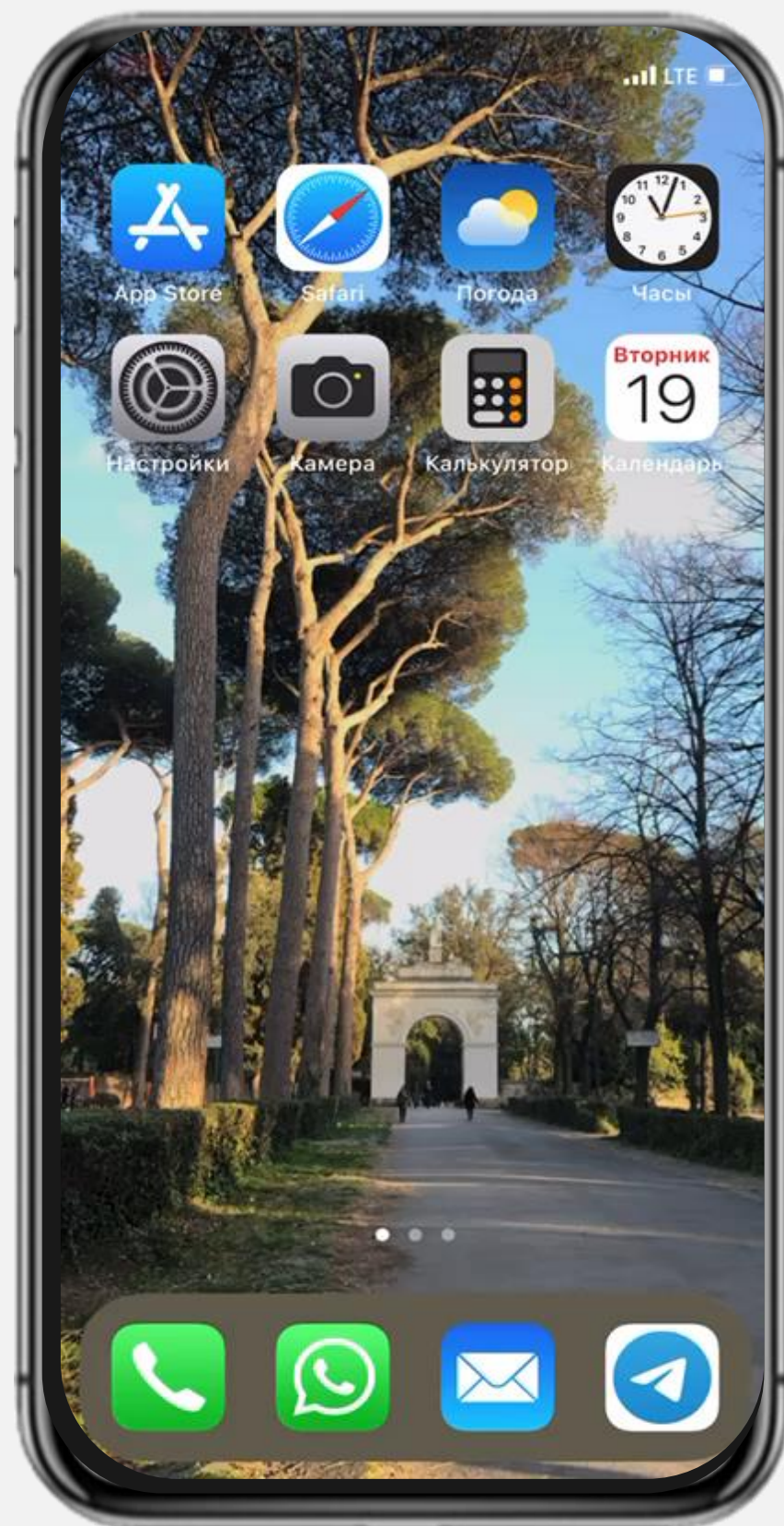
- Размещение в полке на странице поисковой выдачи

Спонсорская лента рекомендаций



- ✓ Отображение товаров пользователям на основании поведенческого поведения:
 - Поиск
 - Добавление в корзину
 - Предыдущие покупки
 - Просмотр карточек товаров
- ✓ Полка рекомендаций размещается внутри листинга категории

Стрим



Преимущества:



- Живой формат коммуникации с покупателем
- Интеграция товара в видео или ленту
- Переход на сайт для покупки из стрима

Успешные кейсы маркетинг продвижения

Маргарита Волынская
менеджер по работе с партнерами

Карина Гафарова
менеджер по работе с партнерами

Совместная ТВ / ОЛВ / DOOH кампания



Пакет Партнера:

- География: Москва, Санкт-Петербург, Нижний Новгород
- Период: сентябрь-декабрь
- Длительность: 1 неделя
- Рейтинги: до 200 рейтингов в каждом регионе

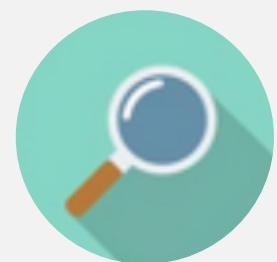
Совместная ТВ / ОЛВ / DOOH кампания



Kiilto. Конкурс в социальных сетях

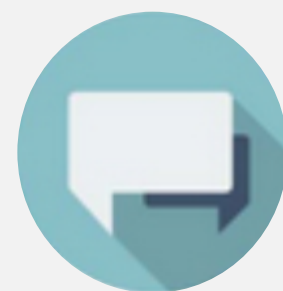
Механика

подпишись на @vprokru @kiiltohome.ru ⇒
поставь лайк ⇒ отметь друга ⇒
выиграй эконабор



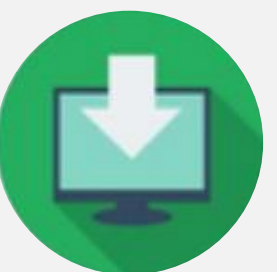
42 784 / 2 584

охват



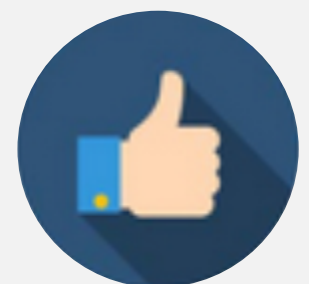
1 890 / 1 128

комментариев



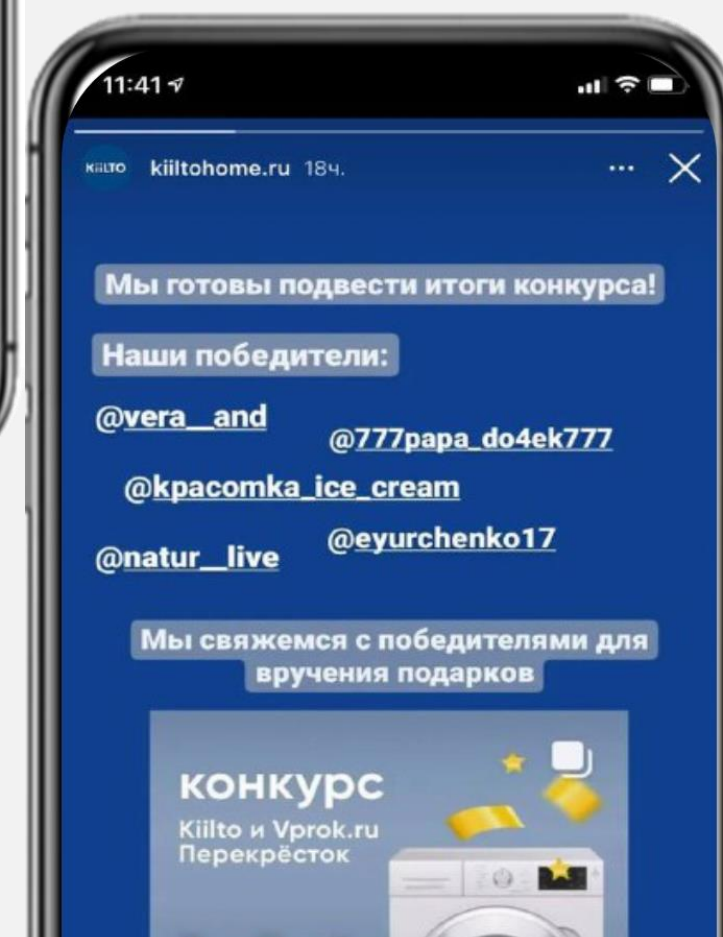
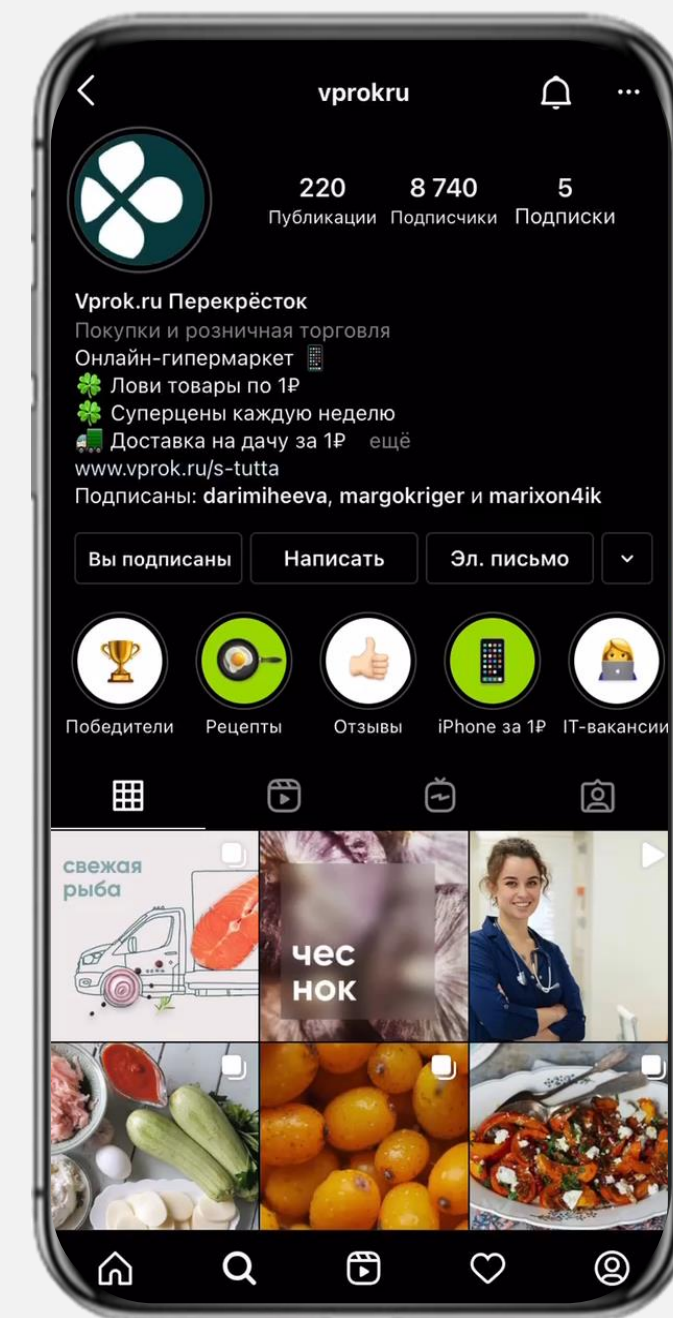
431

переходов на сайт



232 / 216

лайка



Red Bull. Купи-Получи-Выиграй

Цели

Запуск новых вкусов Red Bull
Покупка квантом – 6 шт.
Повторная покупка

Механика

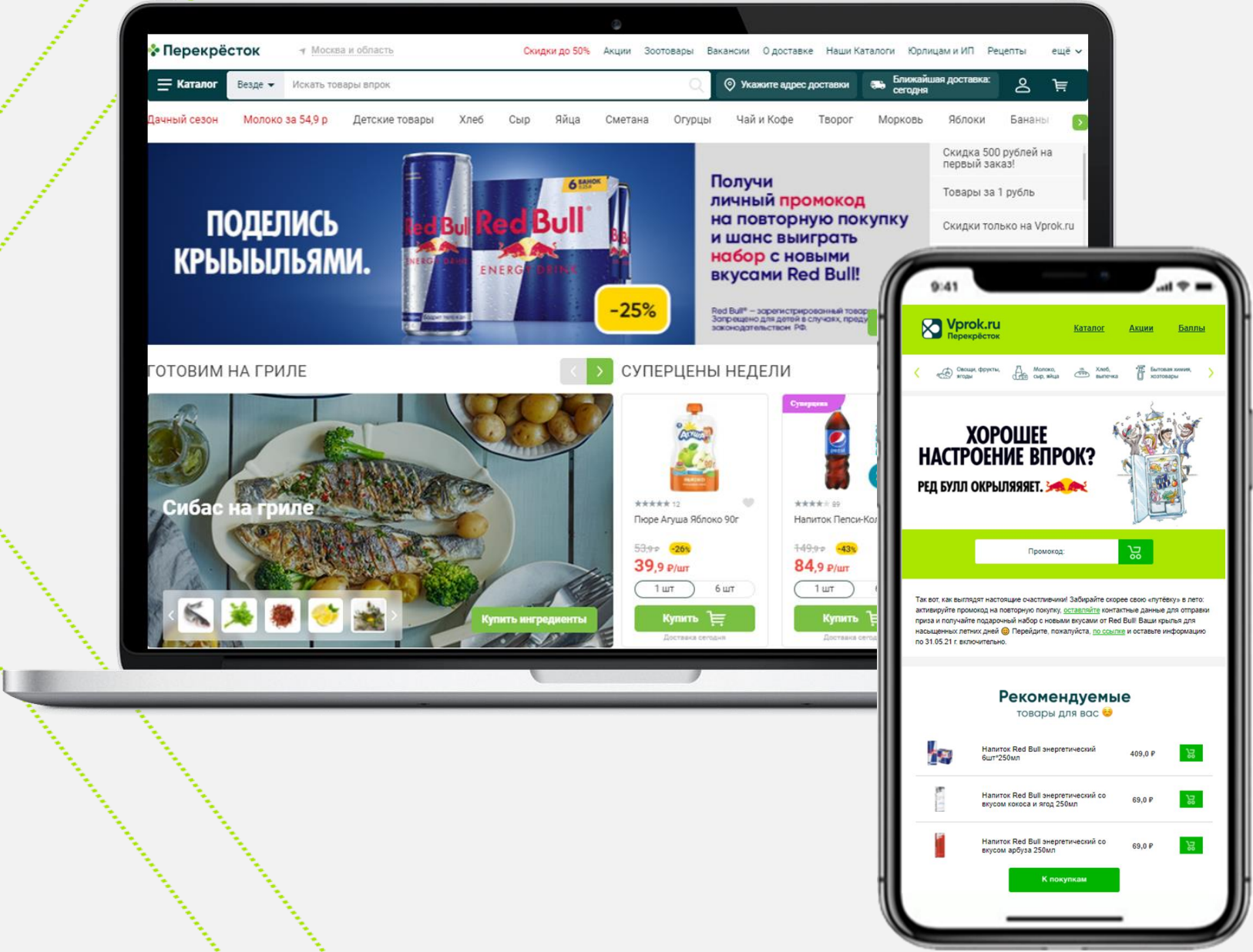
- 1. Купи RedBull 6шт.
- 2. Получи промо-код на след. покупку
- 3. Используй промо-код
- 4. Выиграй набор с новыми вкусами

50 победителей

Медиа

Сайт + Мобильное приложение

Перфоманс



PepsiCo. Виртуальная прикассовая зона



60%-100%*

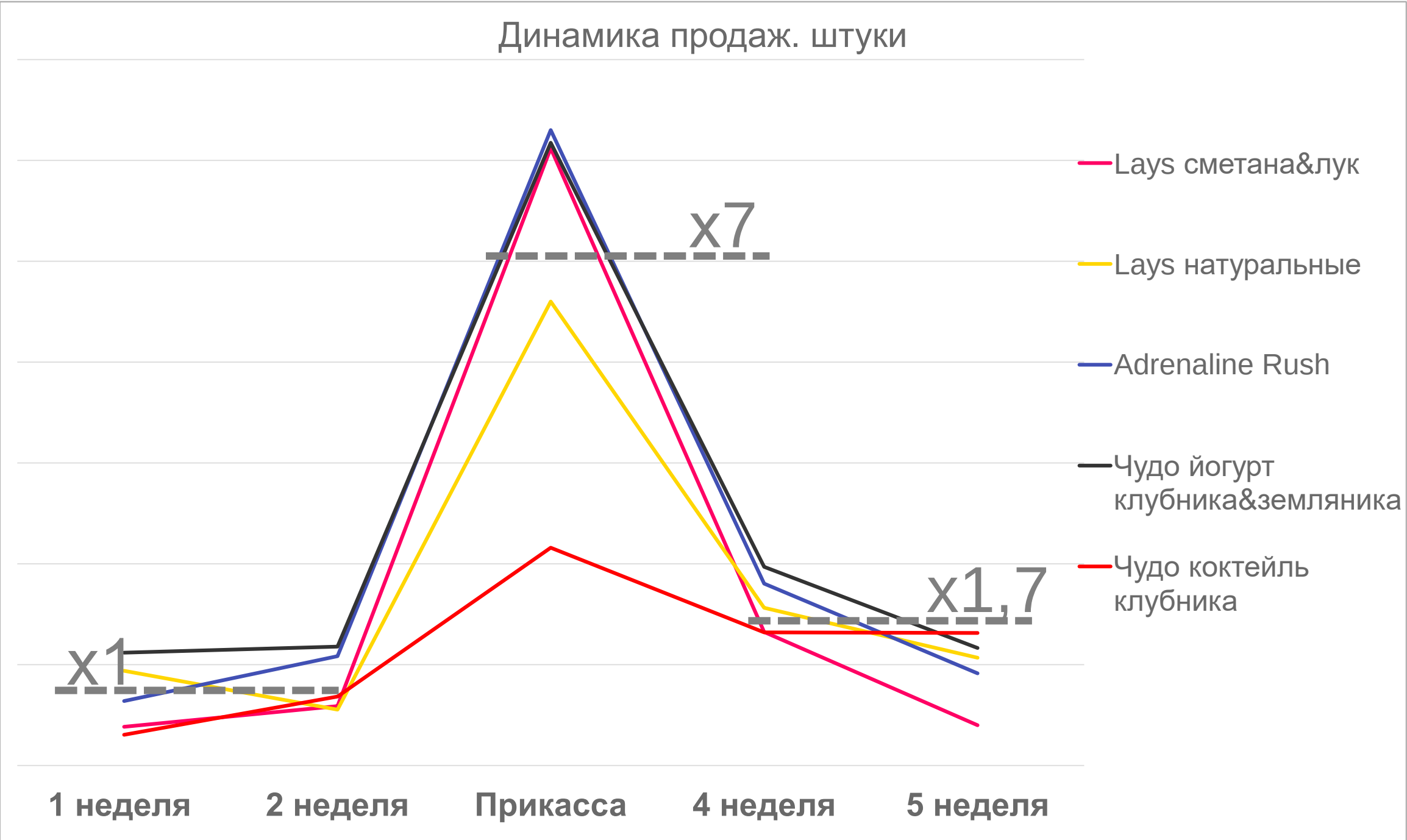
Покупателей заметили товары в прикассовой зоне МП

5%

Рост среднего чека

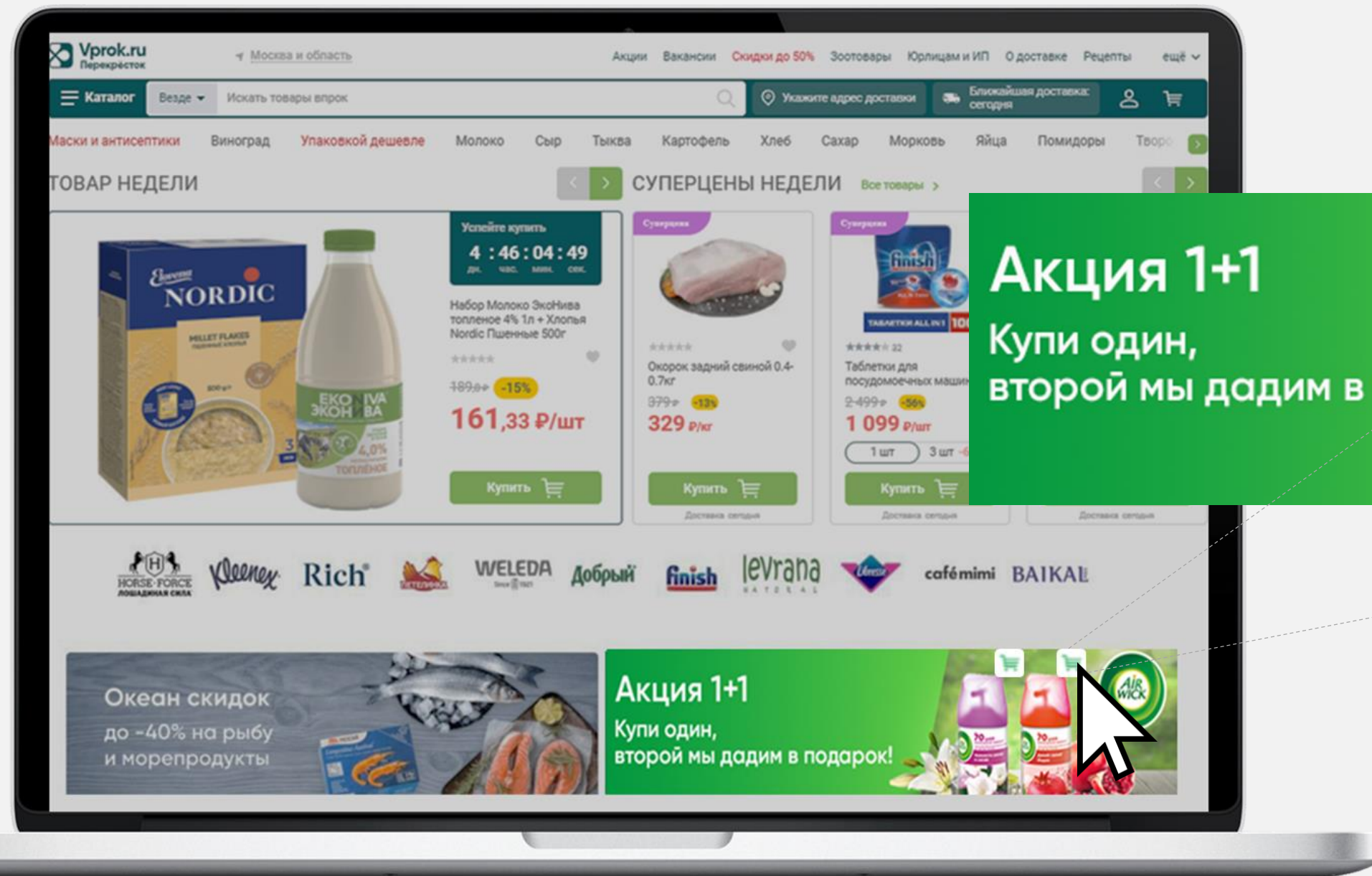
в 7 раз

Средний прирост продаж в период размещения в прикассовой зоне



*Аудитория мобильного приложения. % в зависимости от позиции в ленте мобильного приложения

AirWick 1+1. Покупка с баннера



Акция 1+1
Купи один,
второй мы дадим в подарок!



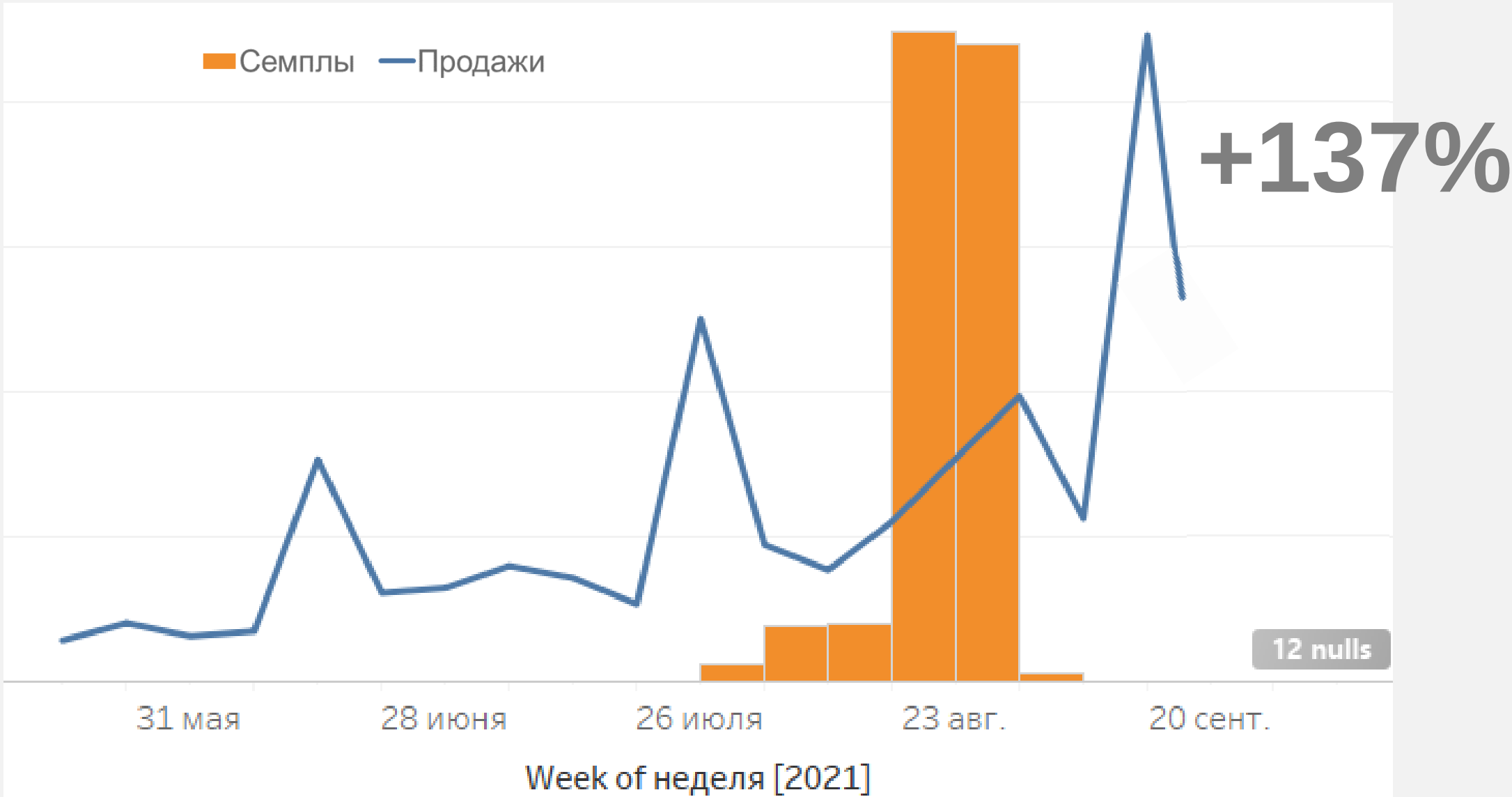
x4
КЛИКОВ

x15
добавлений
в корзину

vs
Стандартный баннер

Setra.Семплинг

137% прирост продаж



Помидорка. Комплексное продвижение

1 этап активации

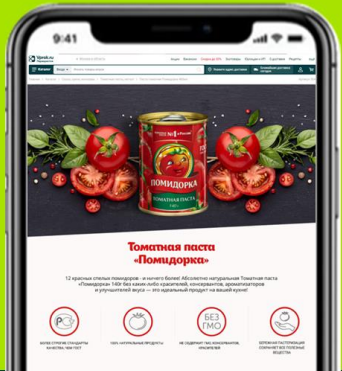
Семплинг на покупателей категории Томатная паста

W33



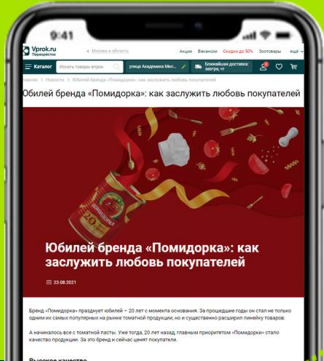
Rich - контент

W33



Размещение в разделе `Новости`

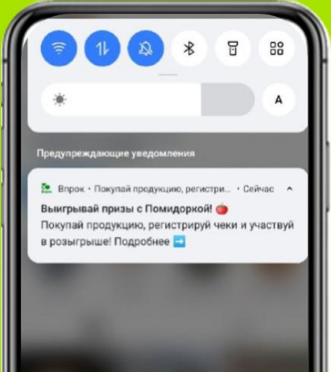
W33



2 этап активации

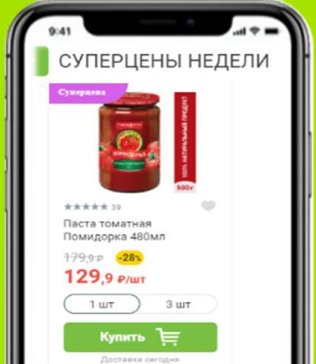
Push рассылка по базе получателей семплов

W36



Закрепление в Суперценах на главной

W36



+114%
продажи

Интеграции партнеров в промо механики Впрок

Марина Мамонова
Руководитель направления промо



Федеральное промо «Дача в подарок»

апрель

Механика

Описание механики:

в течение периода промо клиент совершает покупки на сумму от 5 000 руб., получает промокод на скидку от vprok.ru и партнеров (50% или 100%), регистрирует промокод на лендинге и вращает барабан с призами. Главный приз – дача за 1 рубль.

География: РФ

Цели промо:



Увеличение траффика



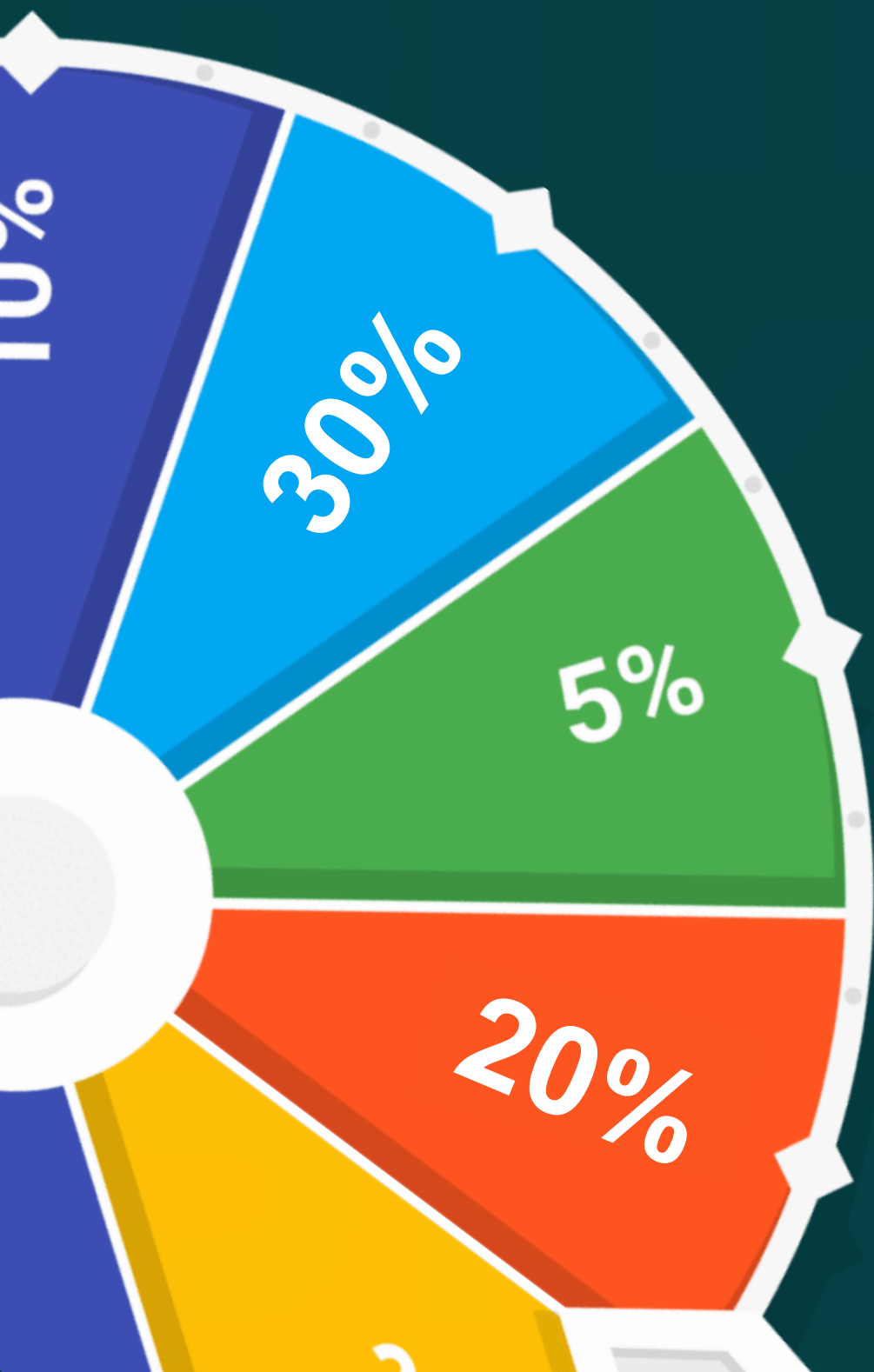
Увеличение оборота



Увеличение LTV

Результаты

Результаты акции



100 265

уникальных пользователей

45 930

регистраций

69 419

выданных наград

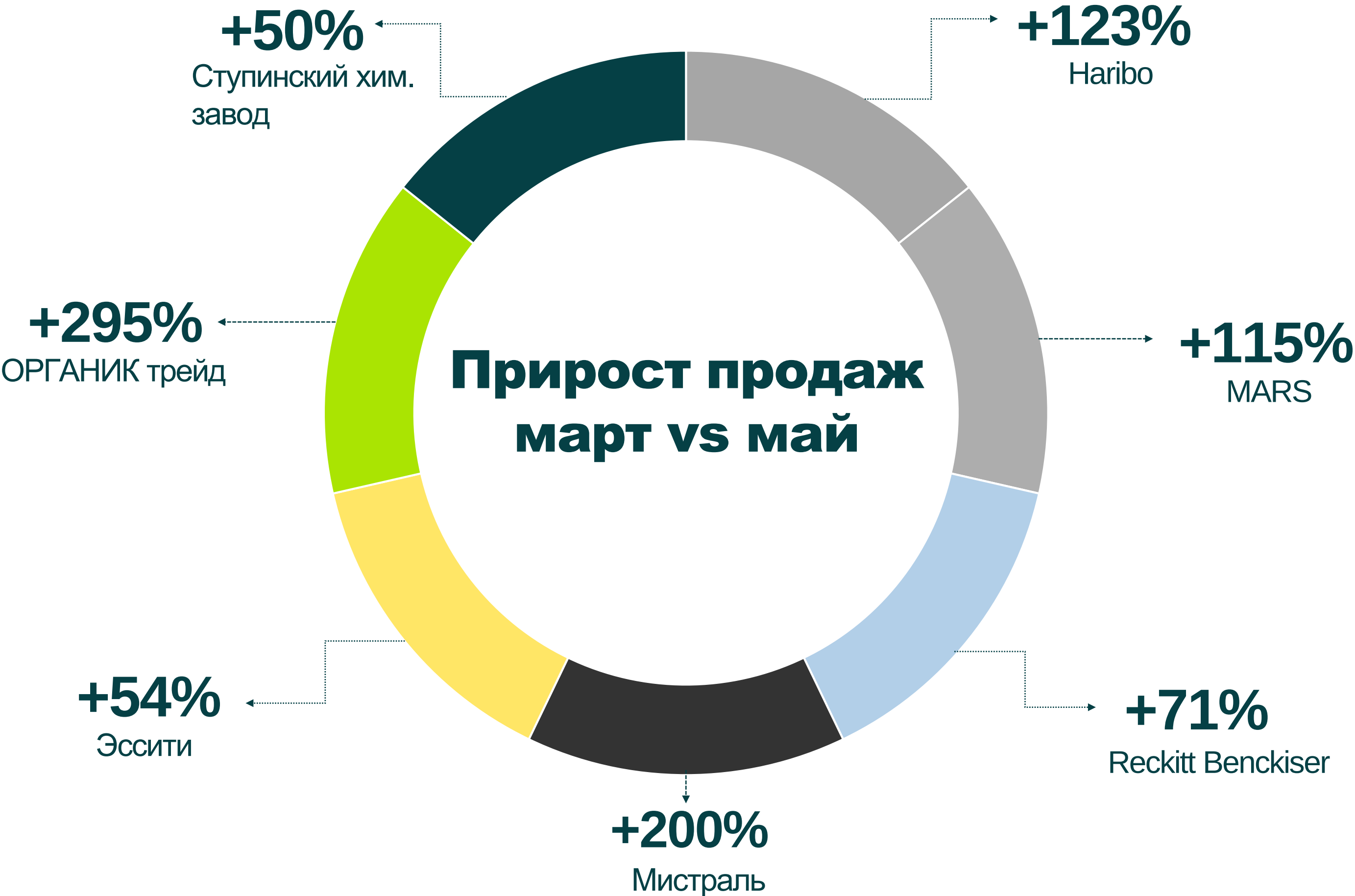
22 768

активированных кодов

49,6%

пользователей применили
промокод

Прирост продаж спонсоров промо



Федеральное промо «Товары за 1 рубль»



Механика

Описание механики:

в течение периода промо клиент может приобрести акционные товары за 1 рубль (включая смартфоны, технику). Товары размещаются на специальном промолендинге.

Цели промо:



Увеличение post-sale акционных товаров

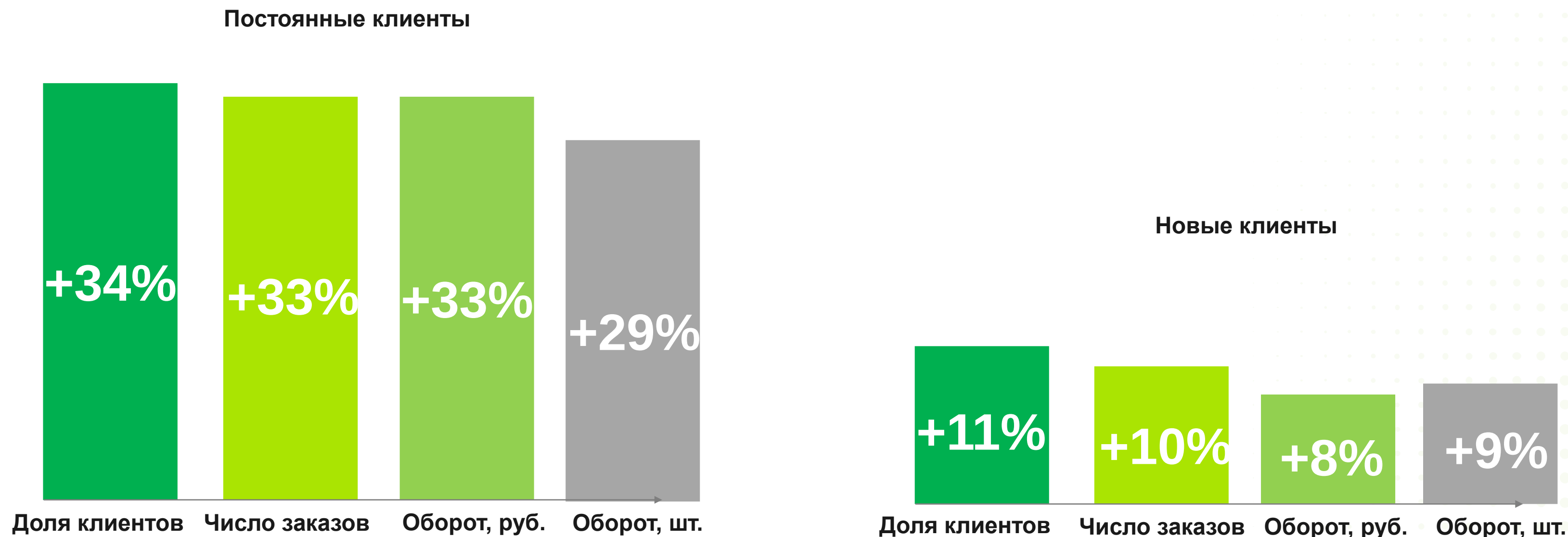


Привлечение новых клиентов



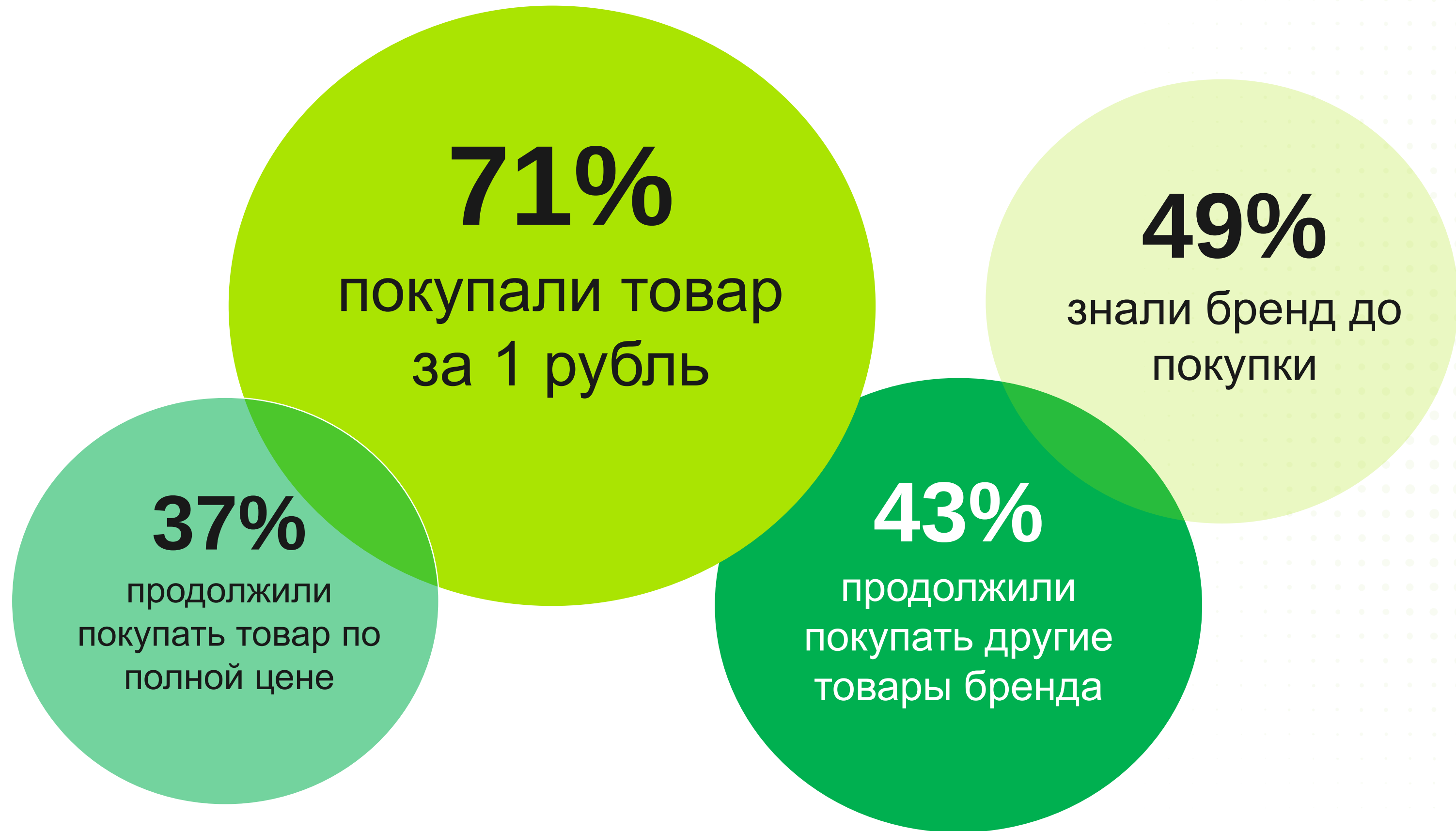
Увеличение лояльности клиентов к бренду промотовара

Эффект на продажи акционных товаров



- Эффект на продажи по товарам, участвующим в промо «Товары за 1 рубль», от постоянных клиентов vprok.ru в течение 3 месяцев после завершения промо показывает положительный прирост.
- 34% постоянных клиентов и 11% новых, которые совершали покупку товара за 1 рубль в рамках промо, готовы покупать его в дальнейшем.

Результаты опроса клиентов, купивших товар за 1 р.

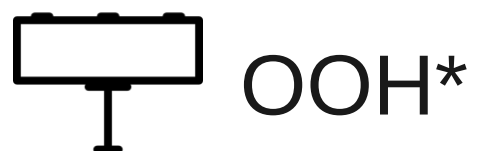


Продвижение акции 360° Чёрная пятница 19.11 – 28.11



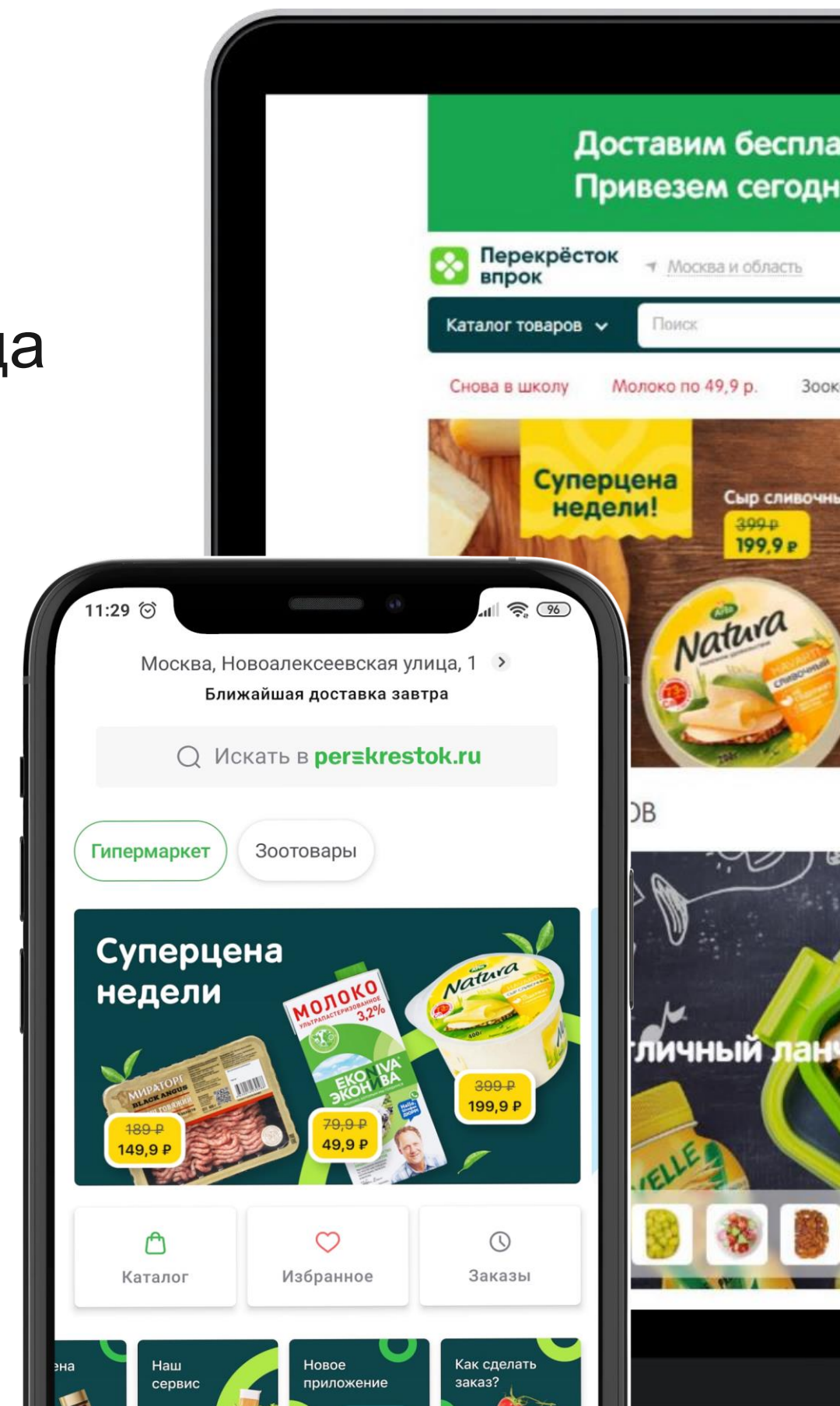
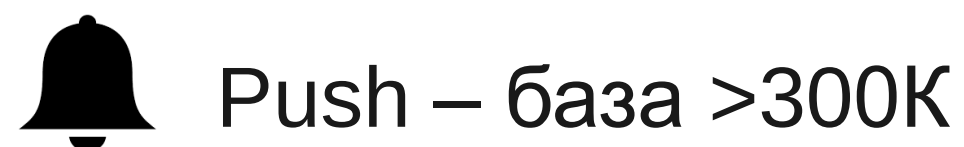
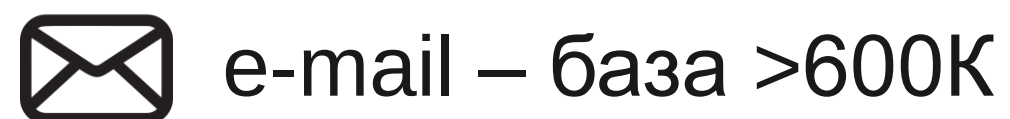
Медиа и CRM-каналы поддержки

Внешние каналы:



*Москва, Санкт-Петербург, Нижний Новгород

Собственные каналы:



Федеральное промо «Новогодний розыгрыш призов»

декабрь

Механика

Описание механики:

в течение периода промо клиент совершает покупки на сумму от 5 000 руб., регистрирует на промолендинге номер телефона и заказа и участвует в розыгрыше призов; больше зарегистрированных уникальных покупок – больше шансов на победу.

География: РФ

Цели промо:



Увеличение траффика



Увеличение оборота



Увеличение LTV

Призовой фонд (уровни)

1 уровень Автомобиль

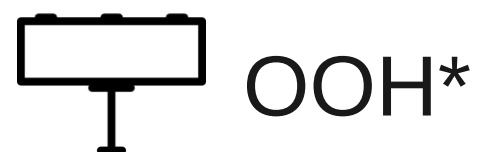
2 уровень Путешествия, техника

3 уровень Промокоды на скидку



Медиа и CRM-каналы поддержки

Внешние каналы:



ООН*



Performance – охват >3 млн



OLV*



Радио*

Собственные каналы:



Баннеры, промостраница



e-mail – база >600K



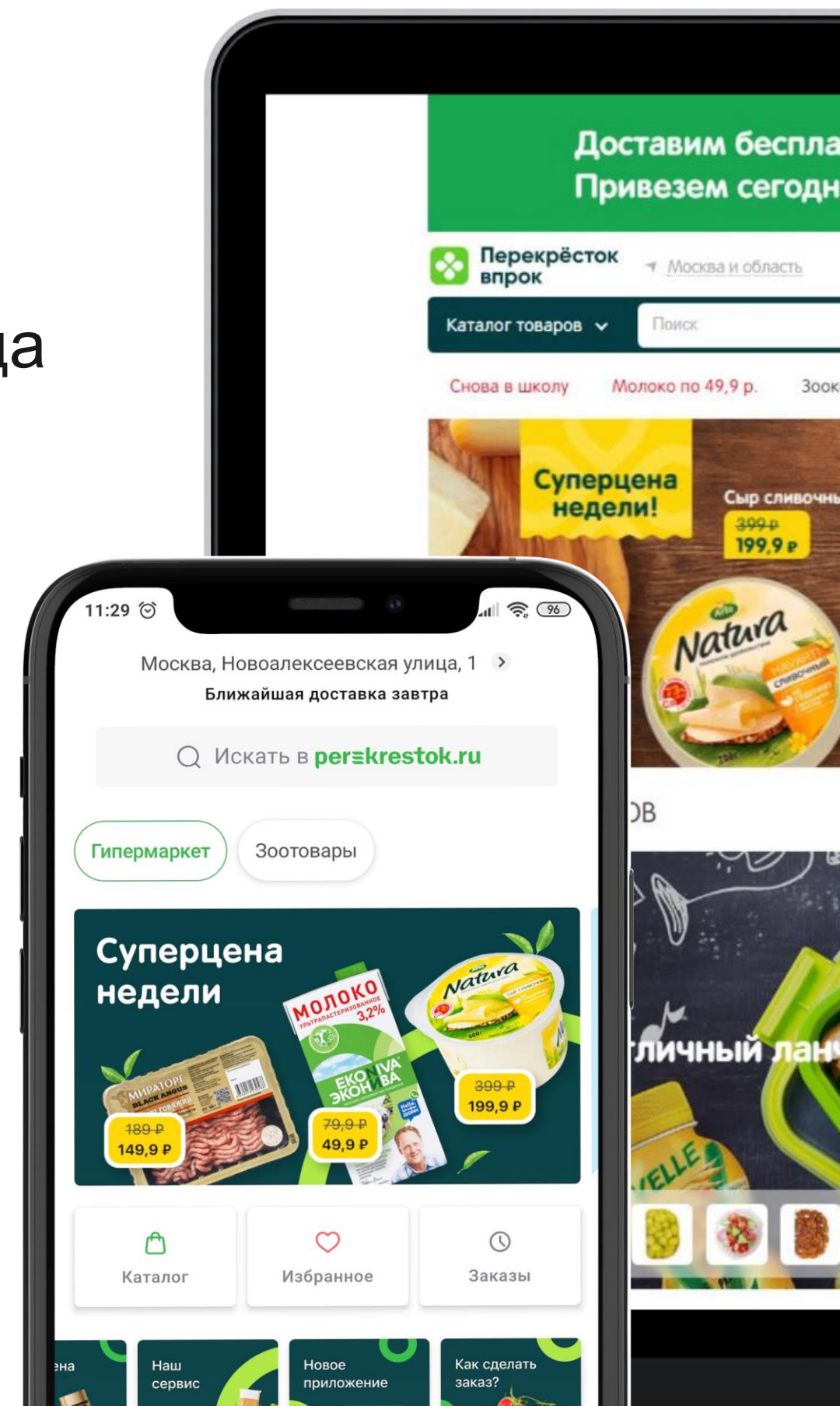
Push – база >300K



SMM

Total cost > 30 млн руб.

*Москва, Санкт-Петербург, Нижний Новгород



Условия бартера

vprok.ru

- ✓ Упоминание партнера:
 - ООН
 - OLV
 - Радио
 - Performance
 - Сайт, мобильное приложение
 - CRM-коммуникации
- ✓ Организация live stream и логистики призов

партнер акции

- ✓ Предоставление призов для розыгрыша (физические призы с доставкой на наш склад или промокоды) в количестве не менее 10 от одного партнера

Промоплан 2021 (ключевые акции)

октябрь

Упаковкой еще дешевле

TV

Хэллоуин

Розыгрыш iPhone и Dyson

Октоберфест

Фикс прайс

ноябрь

11.11 День Холостяка

Черная пятница (товары за 1 руб.)

TV

Черная пятница (скидки до 90%)

НГ (стол, украшения, нон-фуд)

декабрь

Новогодний розыгрыш

Упаковкой еще дешевле

TV

Подарок за покупку

Контент – эффективность и возможности

Елена Суркова
Руководитель группы контента



Переход на МДМ



С октября 2021 года начали получать данные по характеристикам товаров из МДМ =>

1. Если ваш товар есть в МДМ, необходимо максимально внимательно заполнять ВСЕ поля, особенно состав, ВГХ, калорийность и прочее
2. В шаблонах Excel заполнять только те поля, которых нет в МДМ
3. Фото все еще необходимо отправлять на ftp, план интеграции – к концу 2021 года

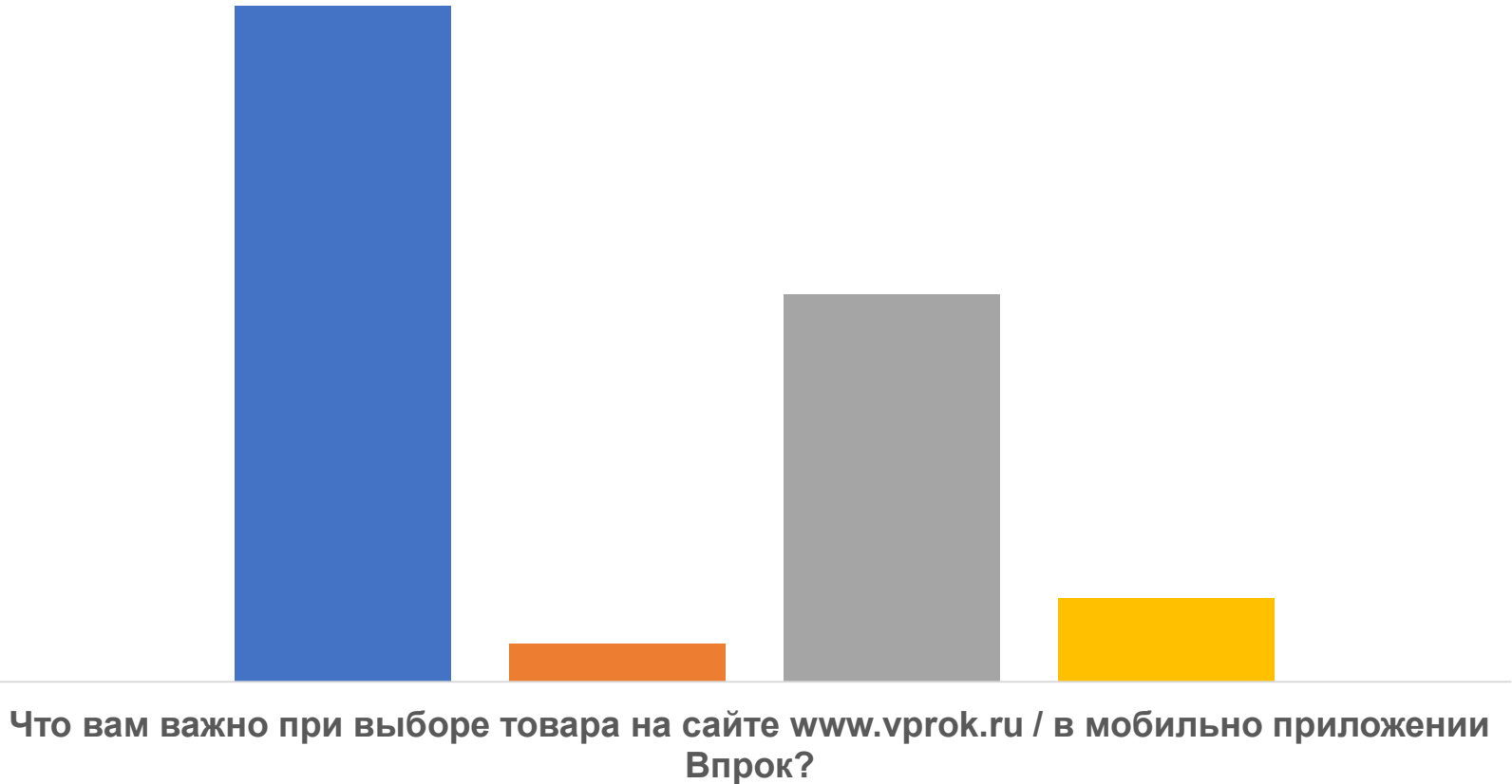
На что обращать внимание:

1. В названии указывать тип продукта, бренд, вес, цвет и другие важные характеристики
2. Не писать Без бренда, заполнять Бренд единообразно для исключения дублей
3. Заполнять состав, калорийность и другие важные характеристики
4. Не ставить 0 при заполнении ВГХ

Дальнейшие планы: собственный личный кабинет

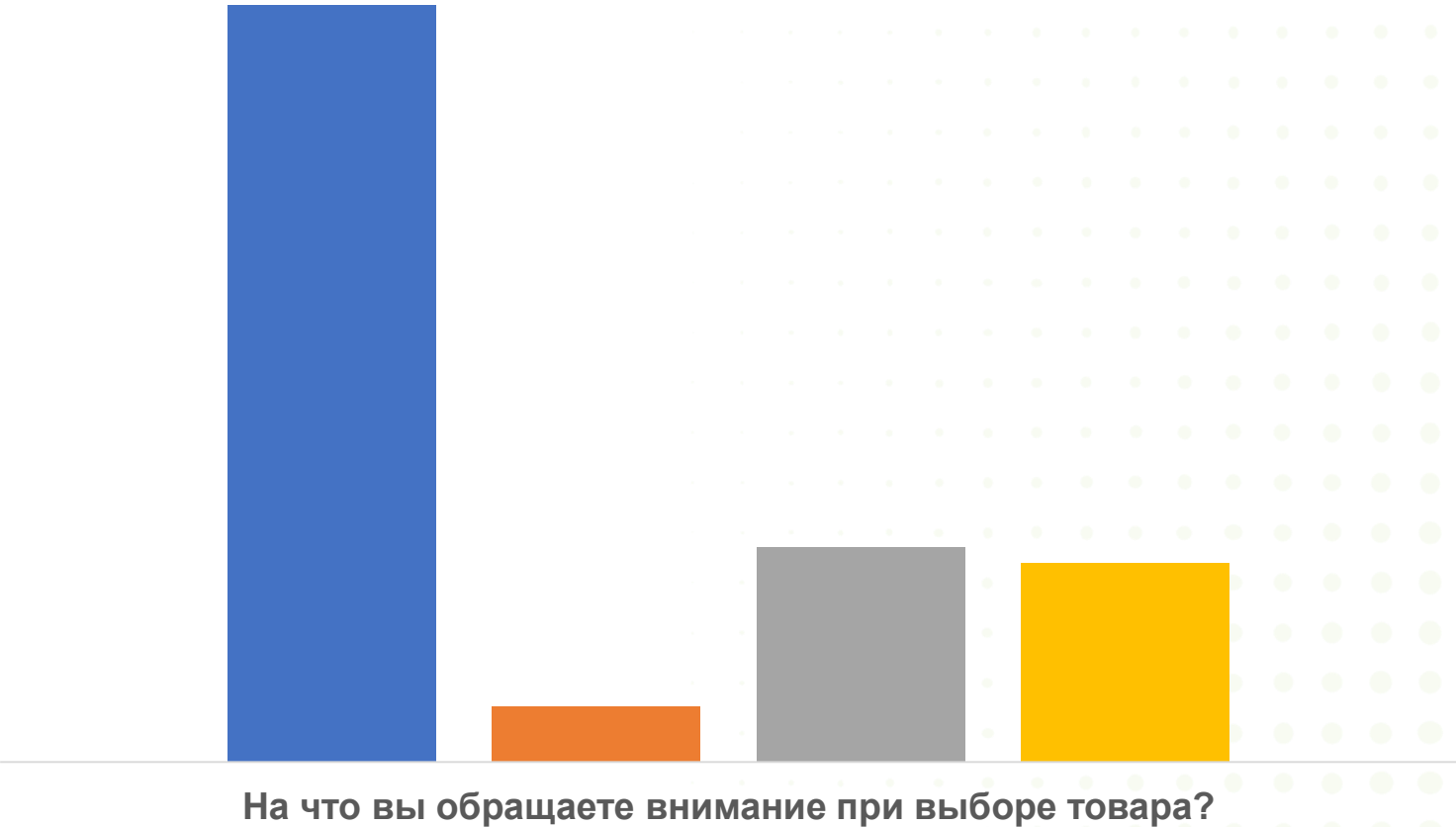
Опрос клиентов

Процесс покупки



- Быстро собрать все нужные именно мне товары
- Качественные фото о товарах во всех ракурсах
- Найти все предложения со скидками и быстро собрать в корзину
- Подробно изучить информацию о товарах, почитать отзывы

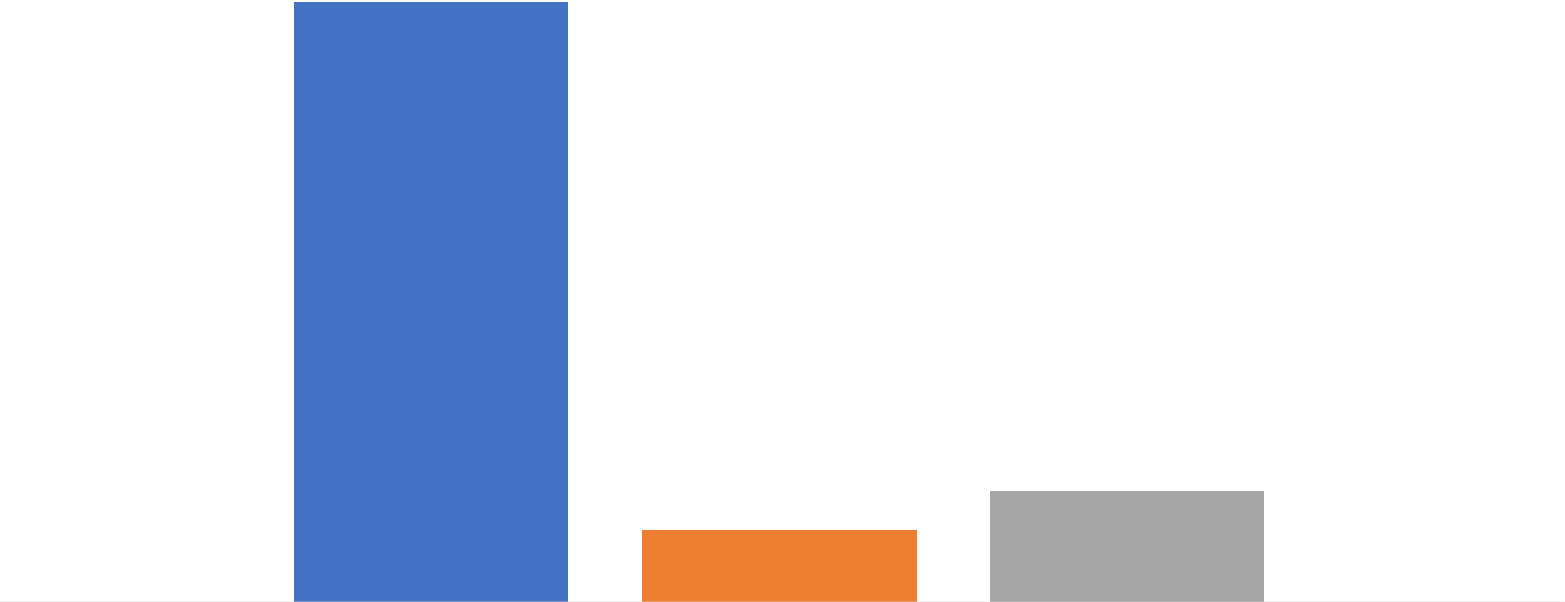
Выбор товаров



- Важно видеть состав товара и его фото
- Важны красивые фото и видео
- Достаточно одного фото, чтобы понять, что за товар
- Подробно изучаю информацию: читаю текст, смотрю отзывы, рассматриваю фото

Опрос клиентов

Фото товаров



Что для вас важно в фотографиях товара?

- Важно, чтобы фото товара соответствовало действительности и привезли именно то, что на фотографии
- Смотрю фотографии из отзывов, рекламные фотографии не интересуют
- Фотографий должно быть много и в разных ракурсах

Новые товары

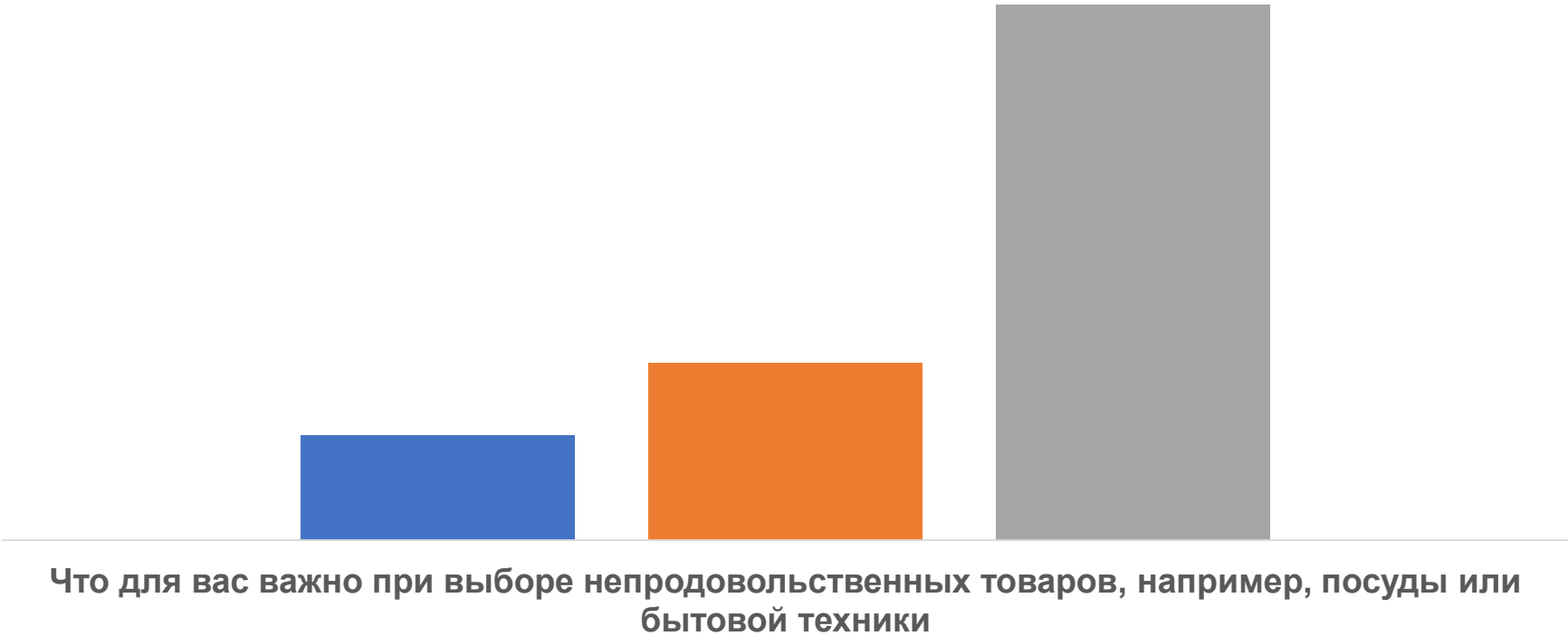


Что для вас важно при выборе новых товаров, которые вы раньше не покупали?

- Важны уникальные преимущества, чтобы понять, почему стоит покупать именно этот товар
- Одного фото и цены достаточно
- Подробно изучить информацию о товаре, его преимуществах, посмотреть фото в использовании, видео

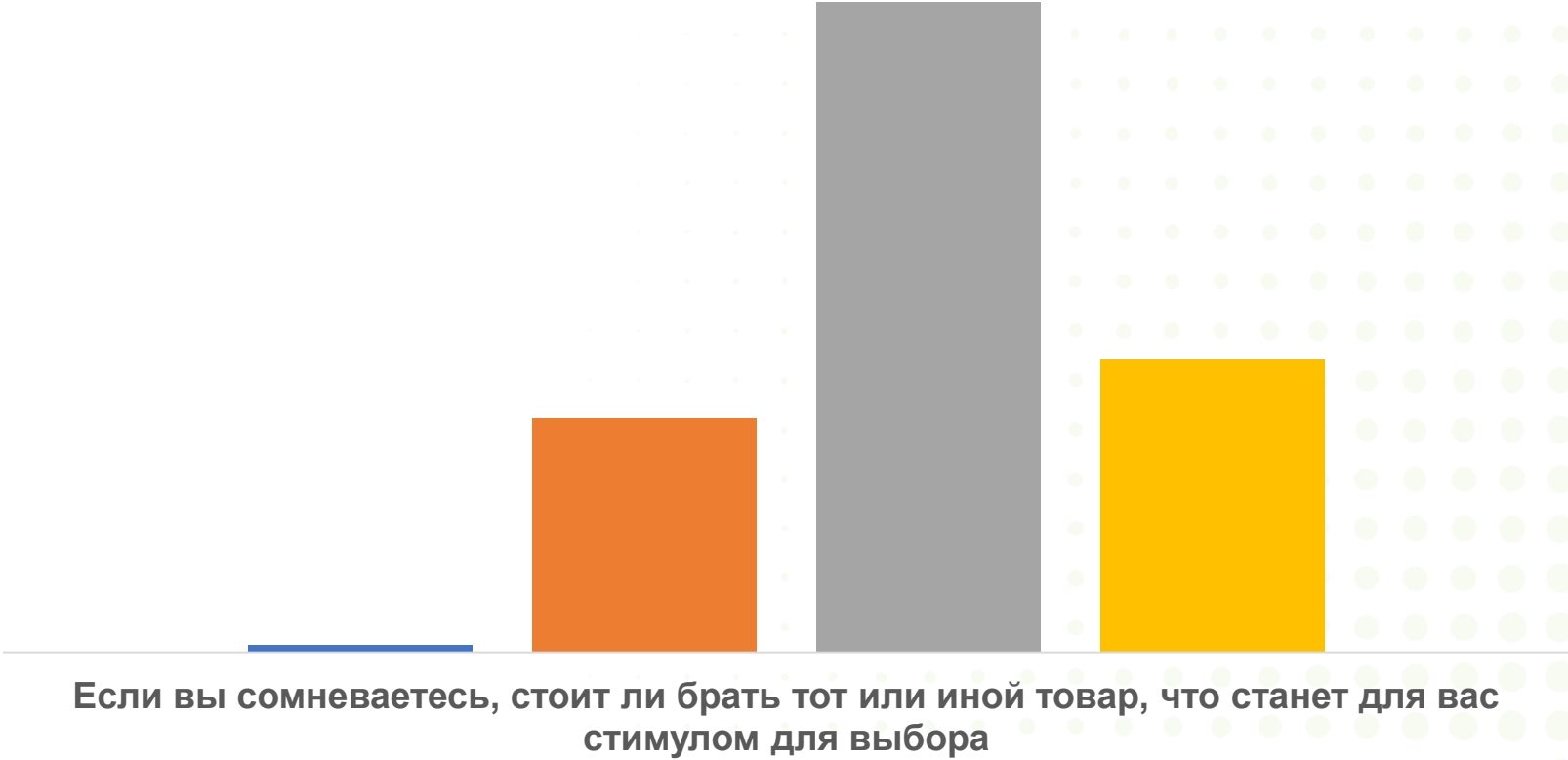
Опрос клиентов

Нонфуд



- Важны уникальные преимущества, чтобы понять, почему стоит покупать именно его, иногда – инструкция
- Одного фото и цены достаточно
- Подробно изучить информацию о товаре, его преимуществах, посмотреть фото в использовании, видео

Сомнение в выборе



- Красивые фото, например, фото в интерьере, фото с красивой подачей
- Подробная информация о преимуществах товара, видео
- Положительные отзывы, отзывы с фото
- Скидка или акция



Контент - Фото/видео/дизайн/ спецпроекты

Екатерина Кантемирова
Продюсер



Виды контента + каналы коммуникации

Виды контента + каналы коммуникации

интеграция в
карточки товара,
соцсети,
перфоманс

**продуктовые и
лайфстайл
съёмки**



интеграция в
карточки товара,
соцсети,
перфоманс,
сторис в МП

рецепты



баннеры,
перформанс,
рассылка,
пуши,

спецпроекты

360

Скидки до 85%

**на товары
для школы**

$$R = \frac{c}{2}$$



Vprok.ru
Перекрёсток



Продуктовый



Рецепты



Бьюти + лайфстайл



Видео

интеграция в
карточки товара,
соцсети,
перфоманс

**продуктовые и
лайфстайл
ролики**

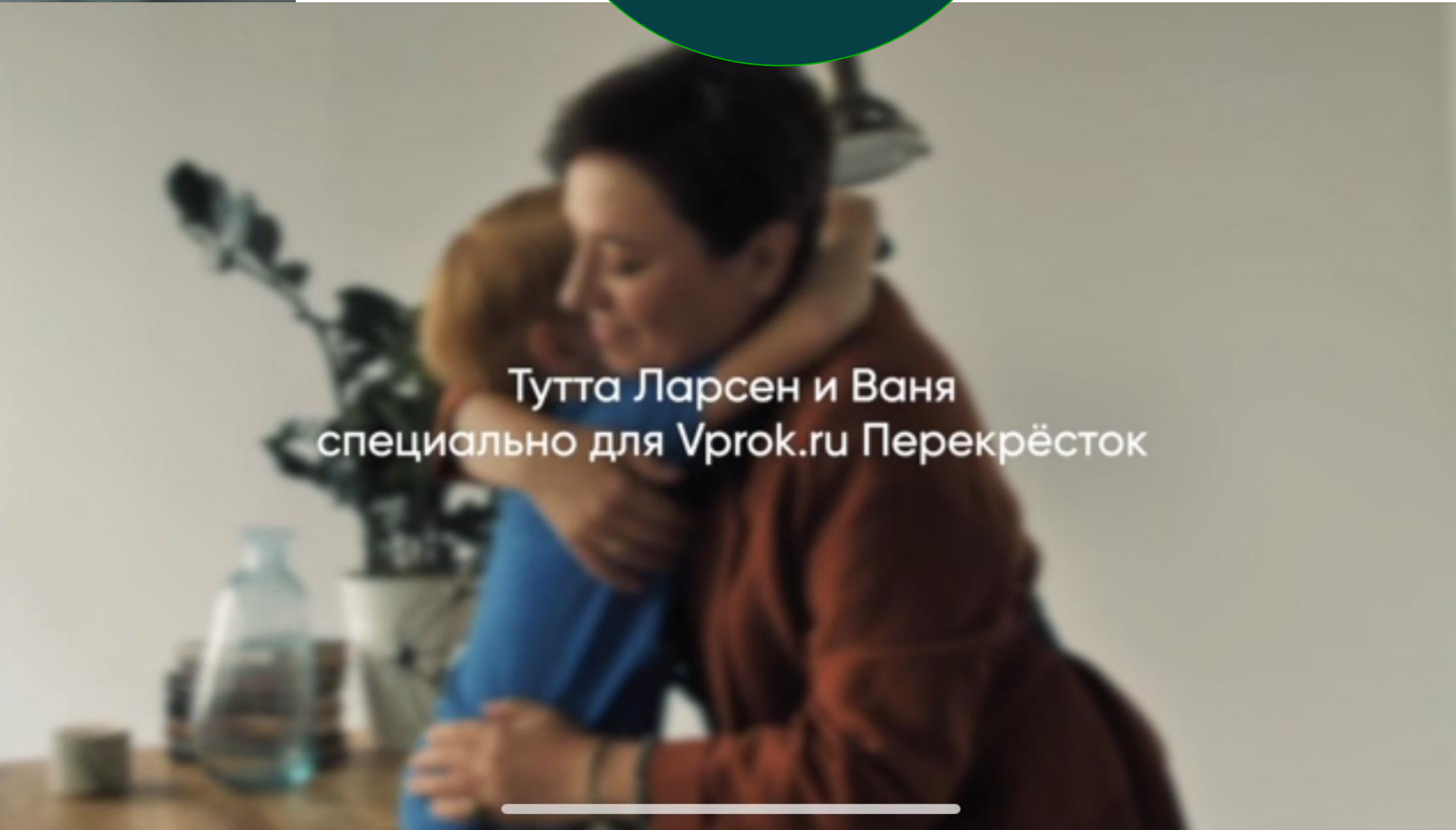
рецепты

интеграция в
карточки товара,
соцсети,
перфоманс, реклама



спецпроекты

360 коммуникация
+ соцсети
селебрити



Спецпроекты

Форматы: фото + видео

Дополнительные опции:

- интеграции товаров в ролики
- приглашение инфлюенсеров и селебрити в проект с возможностью размещения в его соцсетях и прямой коммуникации с аудиторией

Этапы:

- разработка коммуникации
- фото и видео продакшн
- создание дизайна проекта



Спецпроекты



Скидка **10%**
на все товары
при покупке от 4 000 р
промокод **AVRORA**



К школе готовы!
Скидки до **85%**
на **Vprok.ru**

Оскар Кучера, актёр, телеведущий, отец 5 детей,
профессионал по закупкам товаров для школы
Даниил, 13 лет, ученик 7 класса



Скидка **10%**
при покупке от 4 000 ₽*
промокод **TUTTA**

 **Vprok.ru**
Перекрёсток

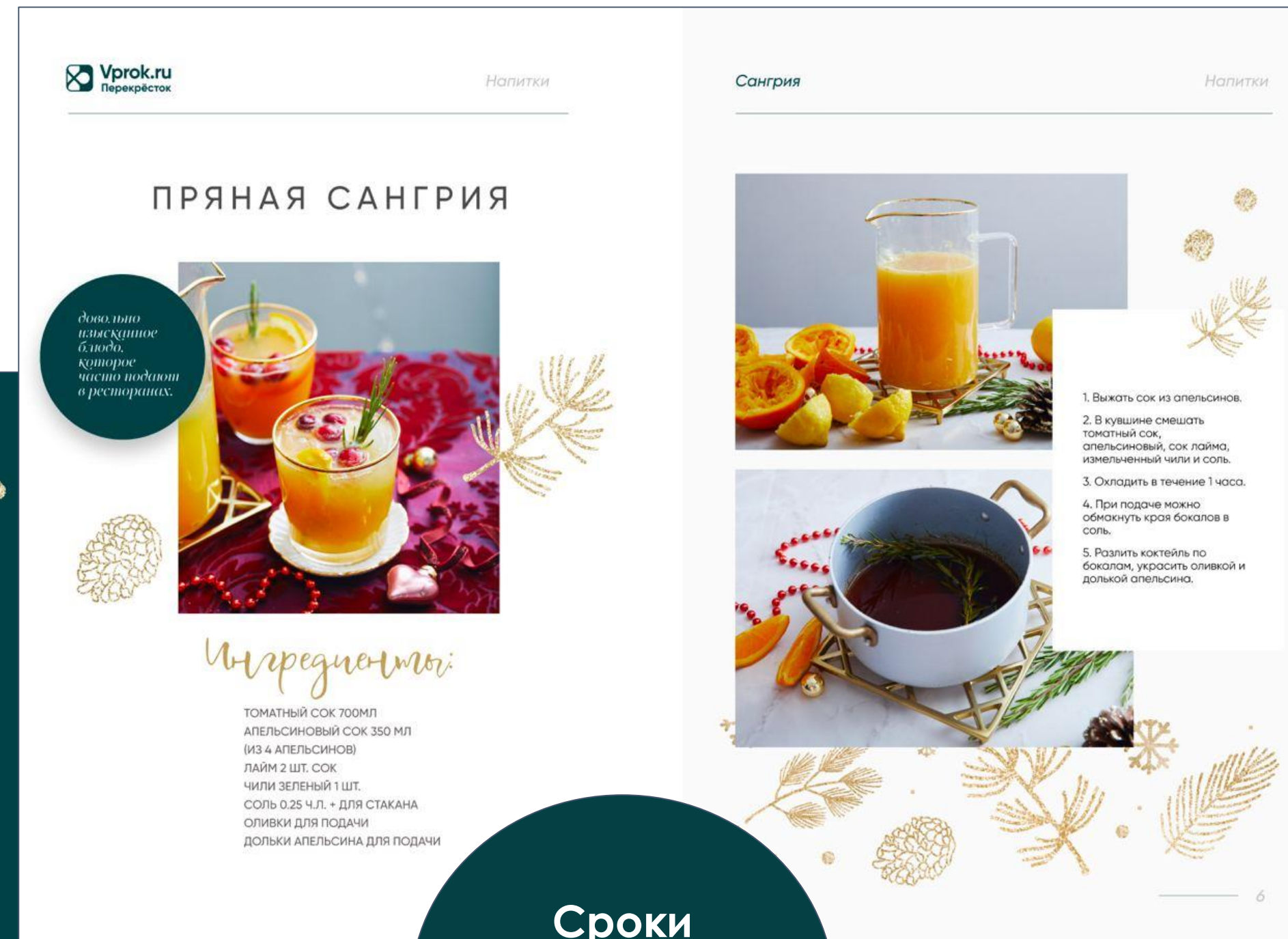
*промокод действует на товары без скидок до
20 октября 2021

Скидка по промокоду не распространяется на товары со скидкой,
товары исключения, а также не суммируется со скидкой по подписке
«Пакет». Подробная информация на сайте vprok.ru

Новогодний выпуск журнала – макеты до 28.10

Тираж - 50 000 экз.

Интеграции:
третья обложка
рекламный разворот
интеграция в рецепт + рекламная полоса



Сроки
подтверждения:
до 28/10/2021

SEO – принципы работы и рекомендации

Роман Терентьев
Руководитель группы SEO

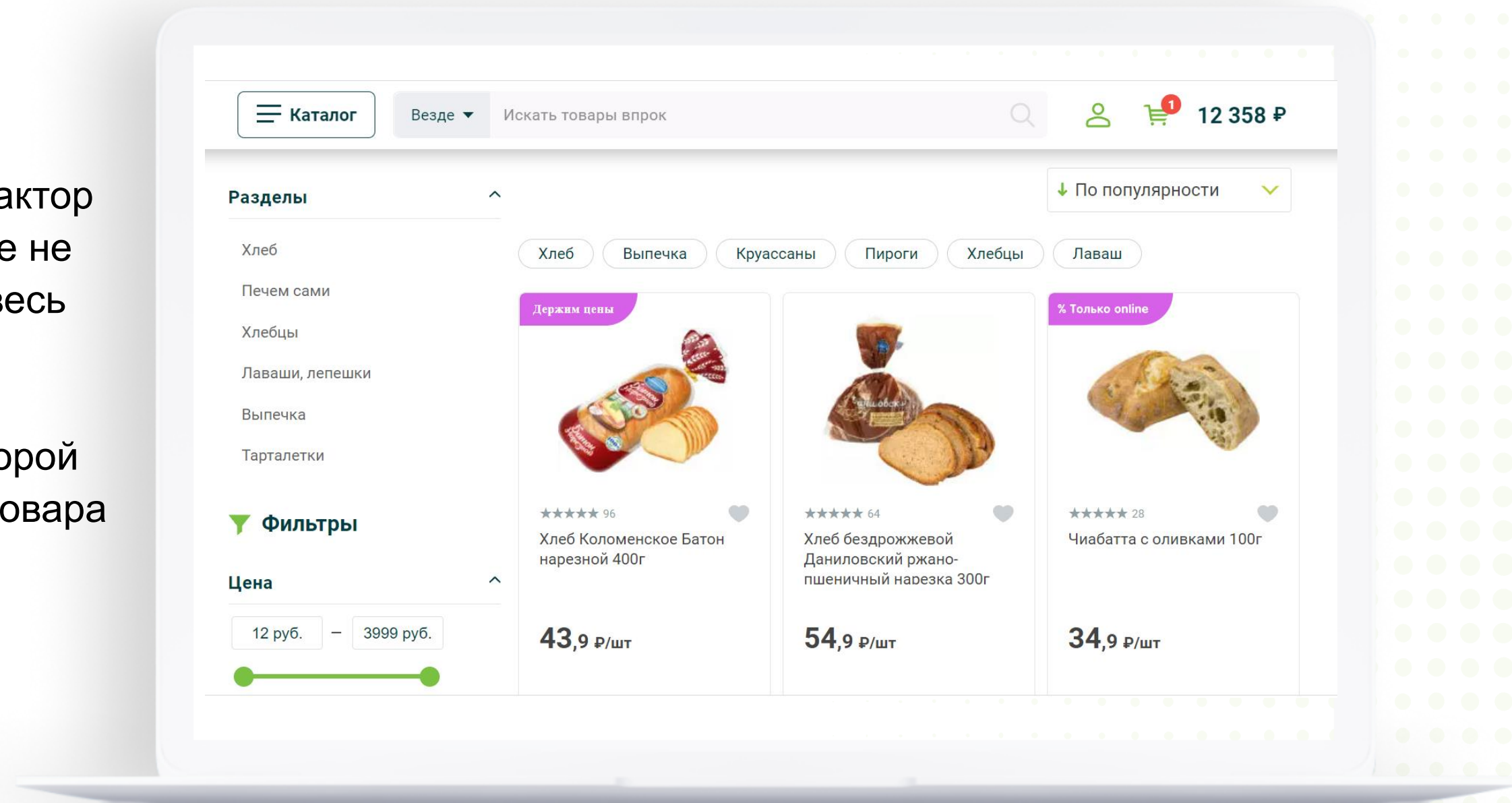


Ранжирование в категории

Основные факторы

Оборот (объем продаж) – самый значимый фактор ранжирования в категории. Фактор внедрен еще не во все категории, но скоро охватит полностью весь сайт.

Рейтинг товара (оценки пользователей) – второй из значимых факторов, влияющих на позиции товара в категории.



Фото

Путь к успеху номер один

Карточки товара с наличием **2+ качественных фото** на 20% чаще попадают в ТОП10 в Яндекс и Google. Мы заинтересованы в фото, чтобы получать больше трафика на сайт. Вы заинтересованы в фото, потому что от их качества зависит конверсия в покупку, что в свою очередь влияет на оборот и, следовательно, на позиции товара в категории



Даниссимо

ЙОГУРТ «ДАНИССИМО» ФАНТАЗИЯ 6,9% С ШАРИКАМИ В ШОКОЛАДЕ

СОСТАВ: Йогурт: нормализованное молоко, восстановленное молоко из сухого молока, сахар, йогуртовая закваска. **Драже хрустящие шарики в шоколаде:** белый шоколад (сахар, какао-масло, сухое цельное молоко, эмульгатор: соевый лецитин, ароматизатор); хрустящие рисовые шарики (рисовая мука, пшеничная мука, сахар, пшеничные отруби, ячменный солод, соль, стабилизатор: карбонат кальция, эмульгатор: соевый лецитин); молочный шоколад (сахар, сухое цельное молоко, какао-масло, какао-масса, сухая молочная сыворотка, лактоза, эмульгатор: соевый лецитин); темный шоколад (сахар, какао-масса, какао-масло, эмульгатор: соевый лецитин, ароматизатор).

ПИЩЕВАЯ ЦЕННОСТЬ (НА 100 Г):			
Энергетическая ценность (Ккал)	Белки (г)	Жиры (г)	Углеводы (г)
123	3,3	6,9	11,9

МАССА НЕТТО: **105 г**

- НЕЖНЫЙ ЙОГУРТ И ХРУСТЯЩИЕ ШАРИКИ
- ПОТРЕЙСИ, СЛОМАЙ, ПОПРОБУЙ
- НАСЛАЖДАЙСЯ ПО-СВОЕМУ

Отзывы

Путь к успеху номер два

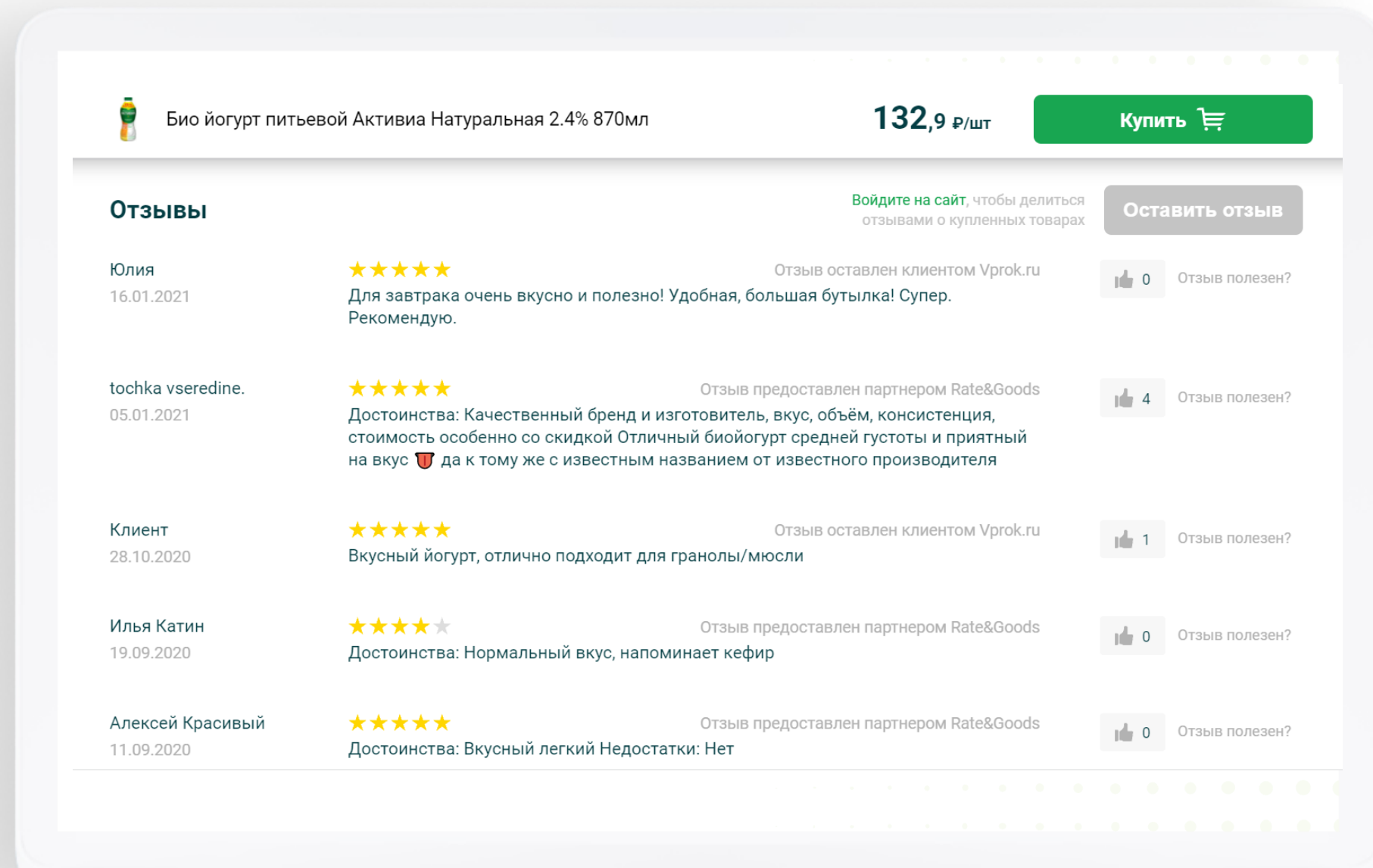
Карточки товара с наличием 3+ отзывов на 15% чаще попадают в ТОП10 в Яндекс и Google. Мы заинтересованы в актуальных отзывах о товаре, чтобы получать больше трафика на сайт. Вы заинтересованы в положительных отзывах, чтобы товар имел рейтинг и был выше в категории

Вы можете:

- Стимулировать ваших пользователей купить и оставить отзыв на нашем сайте

Мы можем:

- Перенести отзывы из ваших источников (с вашего сайта, например). Оставляю за собой право проверки правдивости этих отзывов.



Внутренний поиск

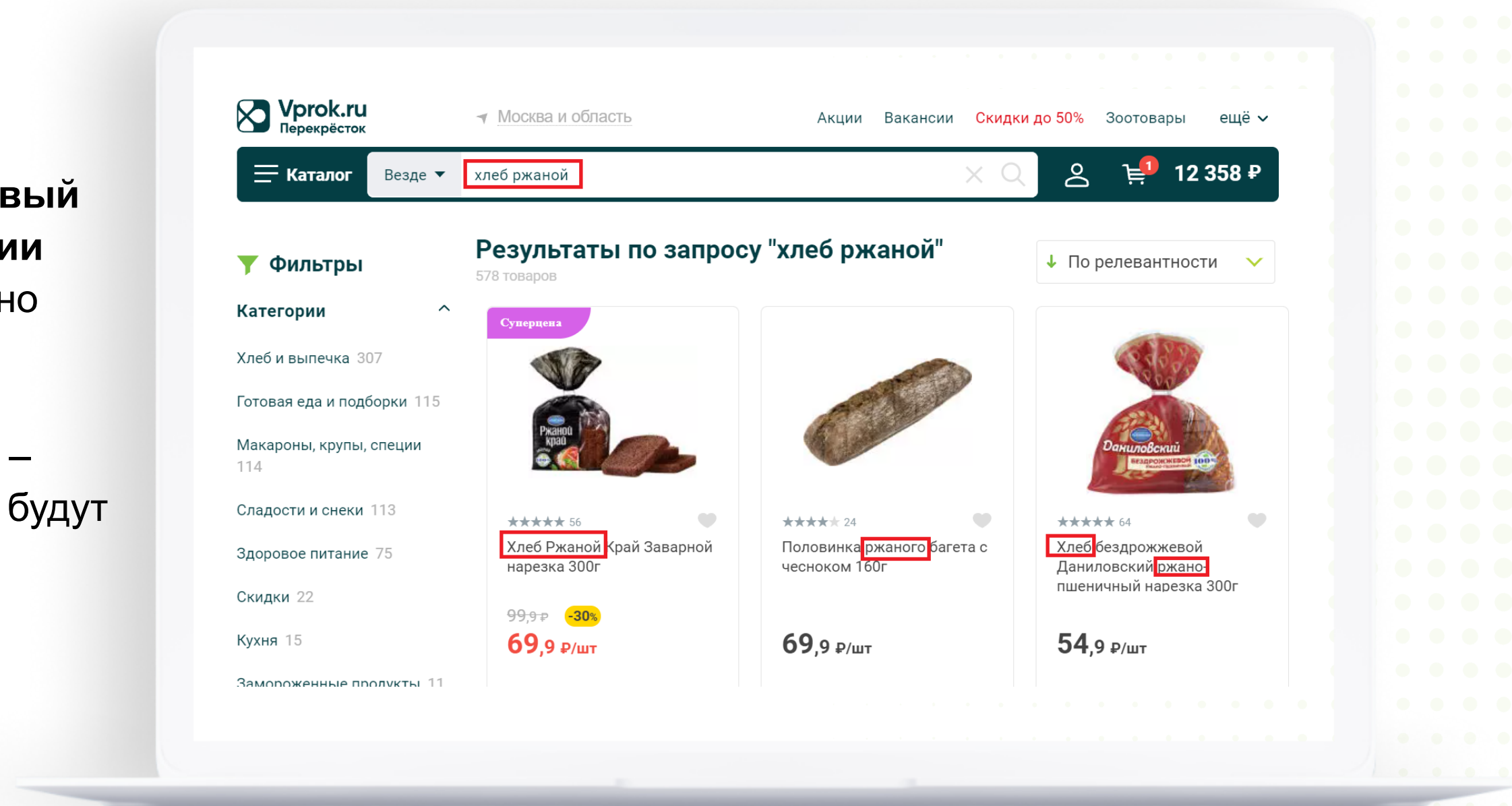


Внутренний поиск

Это 50% трафика внутри сайта

Важно понимать, что любой поиск – **это текстовый поиск**. Если ключевых фраз не будет в **названии** и/или **описании** товара – системе крайне трудно будет предложить товар в выдаче.

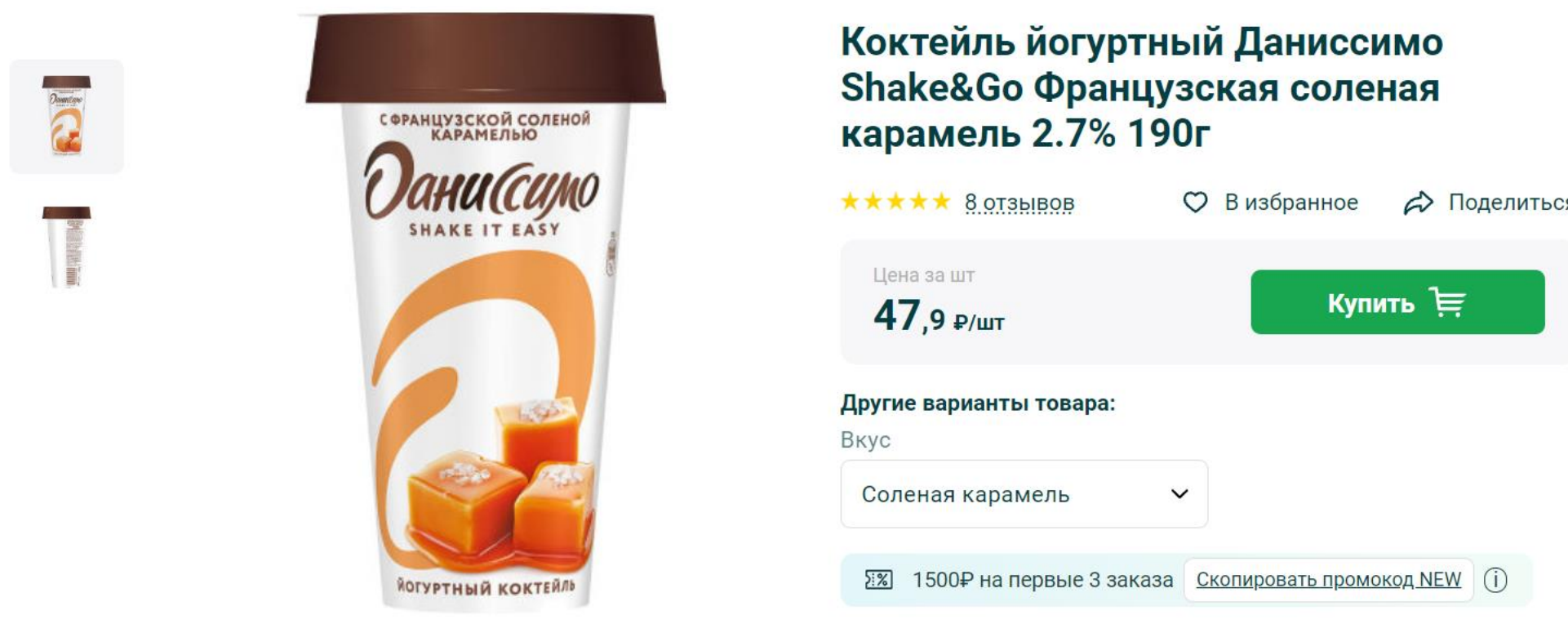
Составляя название и описание вашего товара – хорошенько подумайте, как именно покупатели будут его искать.



Пример

Не самое успешное наименование карточки

Как думаете, чего тут не хватает?



**Коктейль йогуртный Даниссимо
Shake&Go Французская соленая
карамель 2.7% 190г**

★★★★★ 8 отзывов В избранное Поделиться

Цена за шт
47,9 ₽/шт

Купить

Другие варианты товара:
Вкус
Соленая карамель

1500₽ на первые 3 заказа Скопировать промокод NEW

Йогурт питьевой

Коктейль вы там не найдете

Результаты по запросу "йогурт питьевой"

811 товаров

↓ По релевантности ↑

Держим цены



★★★★★ 52

Био йогурт питьевой Активиа
Натуральная 2.4% 870мл

132,9 ₽/шт

Суперцена



★★★★★ 6

Био йогурт питьевой Активиа
Натуральный 2.4% 260г

58,9 ₽/шт



★★★★★ 79

Йогурт питьевой
Вкуснотеево с черникой 1.5%
750мл

109,9 ₽/шт

Коктейль йогуртный Даниссимо Shake&Go Французская соленая карамель 2.7% 190г

О товаре

Коктейль йогуртный Даниссимо Shake&Go Французская соленая карамель 2.7% 190г – вкусный и полезный кисломолочный продукт, которым можно полакомиться даже на ходу. Производится из свежего отборного молока, прошедшего независимые лабораторные проверки на отсутствие патогенной микрофлоры и антибиотиков. Нежнейшая текстура, запоминающийся вкус с нотками соленой карамели, целый комплекс полезных веществ – и все это в одном стаканчике. В комплект входит трубочка. Не забудьте встряхнуть перед употреблением. Производитель обеспечивает строгий контроль качества на всех этапах изготовления, а его главная миссия – выпуск безопасных, вкусных и сбалансированных продуктов питания, приносящих пользу здоровью.

Синонимы

Ошибки и опечатки

Результаты по запросу "йогурт коктейль"

601 товар

↓ По релевантности ✓

Держим цены



★★★★★

Коктейль Даниссимо
кисломолочный йогуртный с
ананасом вербеной со...

63,9 ₽/шт

Держим цены



★★★★★ 5

Коктейль Даниссимо
кисломолочный йогуртный
со вкусом клубничного...

63,9 ₽/шт



★★★★★ 3

Коктейль J7 Полезный
завтрак Яблоко Ананас
Банан Киви и Манго 300мл

71,9 ₽/шт



0.3л

Следующие шаги

- 1. Интеграция в Журнал Рецептов Vprok – до 28.10**
- 2. Участие в Стриме – до 31.10**
- 3. Товары по 1 рублю – до 31.10**
- 4. Новогодний розыгрыш – до 15.11**
- 5. Годовое планирование 2022 – до 15.11**

Сессия вопросов и ответов

Промокод: **PARTNERS**

Скидка 15% при покупке от 4 000 руб.
действует с 21 по 24 октября

Эльдар Усеинов

**Руководитель направления по работе с партнерами
Департамент по стратегии и развитию электронной
коммерции**

Москва, БЦ Оазис, ул. Коровий Вал, д. 5

t: +7 495 662 88 88

t: +7 916 348 09 34

e-mail: eldar.useinov@x5.ru