Тренды в товарке: стоит ли в неё идти?

Сразу отвечу на вопрос: конечно, стоит. Товарка (особенно, нутра) – неумирающая классика арбитража. И порой даже почти «дохлые» офферы умудряются конвертить при умелом подходе. И даже если за товарку возьмётся дилетант, он тоже может выходить в плюсы (порой, весьма жирные), если возьмётся за популярную тематику.

# Коронаминус? Нет, коронаплюс

Агентство PMMI Business Intelligence провело маркетинговые исследования. И согласно ним рынок нутрицевтиков вырастёт более чем на 5%. Причиной роста будет увеличение спроса на нутрицевтические продукты (проще говоря, на нутру). Отчасти это связано и с пандемией китайского коронавируса.

Основной рост спроса показывает возрастная группа от 20 до 40 лет (миллениалы). Вторая менее значительная группа (по которой тоже возрос спрос на нутру) – лица от 60 до 80 лет.

Согласно PMMI Business Intelligence наиболее популярны у потребителей в 2020 следующие особенности нутрицевтиков:

**Экологичность.** Потребителю (особенно в сегменте бурж) важно, чтобы производство продуктов не вредило экологии, не нарушало биоразнообразия, осуществлялось через возобновляемые источники энергии и т.д.

**Натуральность.** Для покупателей важно, чтобы средство было сделано из натуральных компонентов.

**Омолаживающие энергетики.** Один из трендов – средства для омоложения и натуральные энергетические напитки. Травяные и ягодные сборы в США, Европе и других развитых странах сейчас в тренде.

**Спортпит.** Модность спортивного образа жизни сейчас усиливается (при карантине на работу времени уходит меньше, следовательно, на спорт можно отвести больше).

**Потеря веса.** Похудение было всегда в моде, но сейчас на карантине ожирение – настоящий бич многих людей. Поэтому похудалки (если они ещё не заезженные) заходят очень хорошо.

Здесь будем говорить, в основном, про сегмент бурж, ведь именно он помогает быстрее всего отбить вложенный бюджет. Конечно, работа с иностранным трафиком может немного пугать новичка (да и опытного арбитрана тоже). Но на самом деле в Европе, США и Австралии народ более охотно покупает в интернете (конверсия и апрув выше). Да и выплаты с буржа больше, чем с офферов из СНГ.

# Тренды по категориям и отдельным офферам

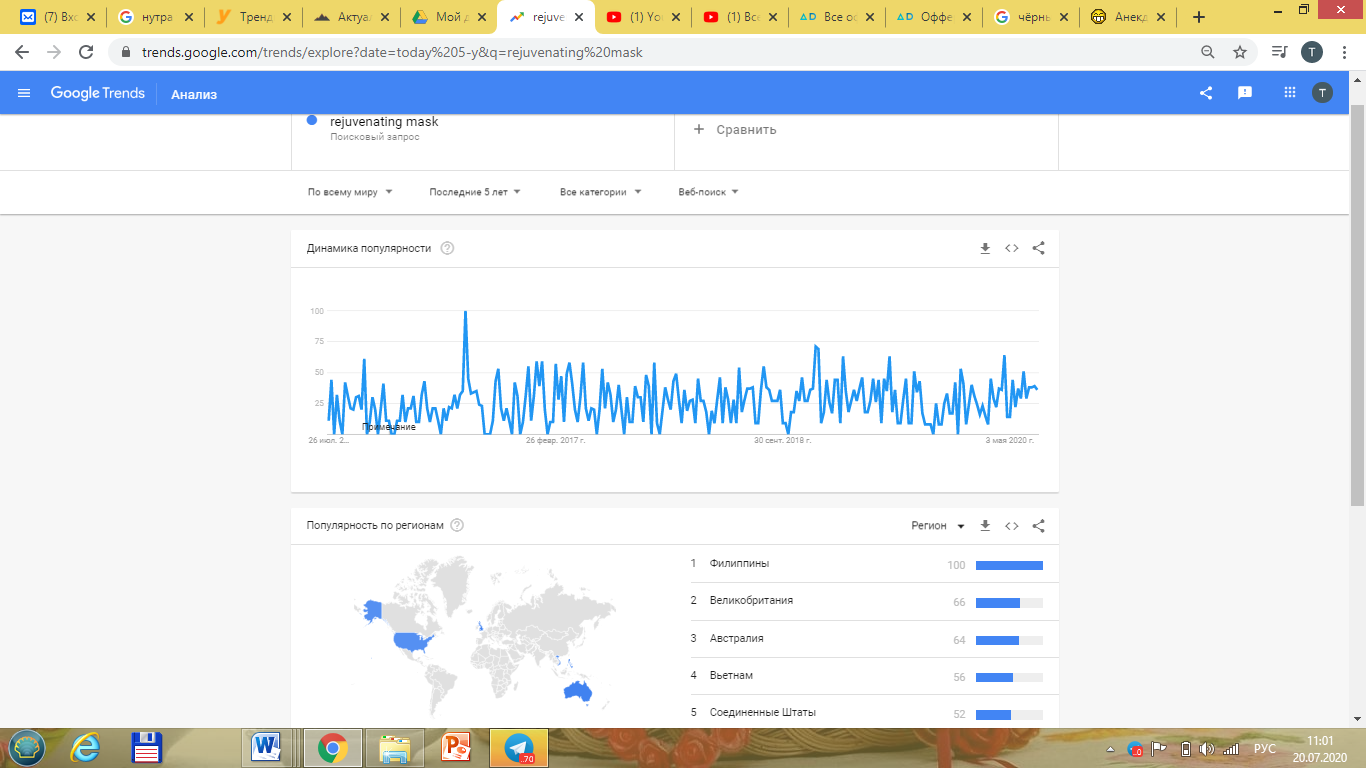
Подавляющее большинство категорий в нутре (похудение, борьба с курением и алкоголизмом, маски для лица и т.д.) остаются на уровне – спрос к этим категориям ни растёт, ни падает. Однако некоторые из них всё же теряют спрос, либо, набирают его.

## Офферы из категории «Для красоты»

Спрос по этой тематике стабильно высок – он не растёт, но и не падает. Но даже если по каким-то аспектам красоты запрос снижается, какой-либо новый товар пусть и на время всё же «взрывает» рынок. Поэтому потенциал у товаров для красоты большой – самое главное, находить новые товары и подходы.

### Омоложение

Пользуются стабильным спросом, который будет ещё годами и десятилетиями кормить арбитражников.



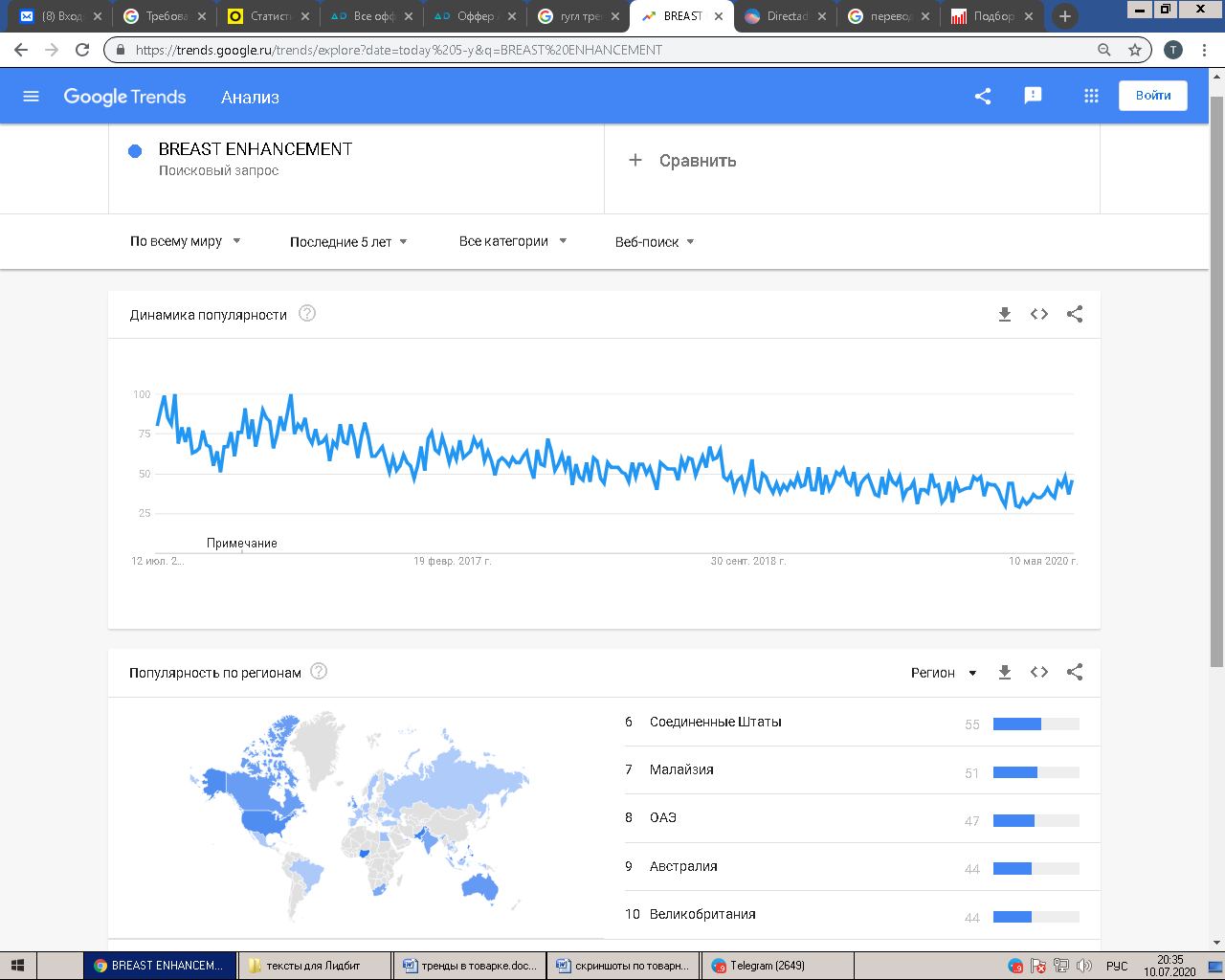
Хоть спрос наиболее высок в США, Австралии и Юго-Восточной Азии, в Европе к омолаживающим маскам интерес также стабилен.

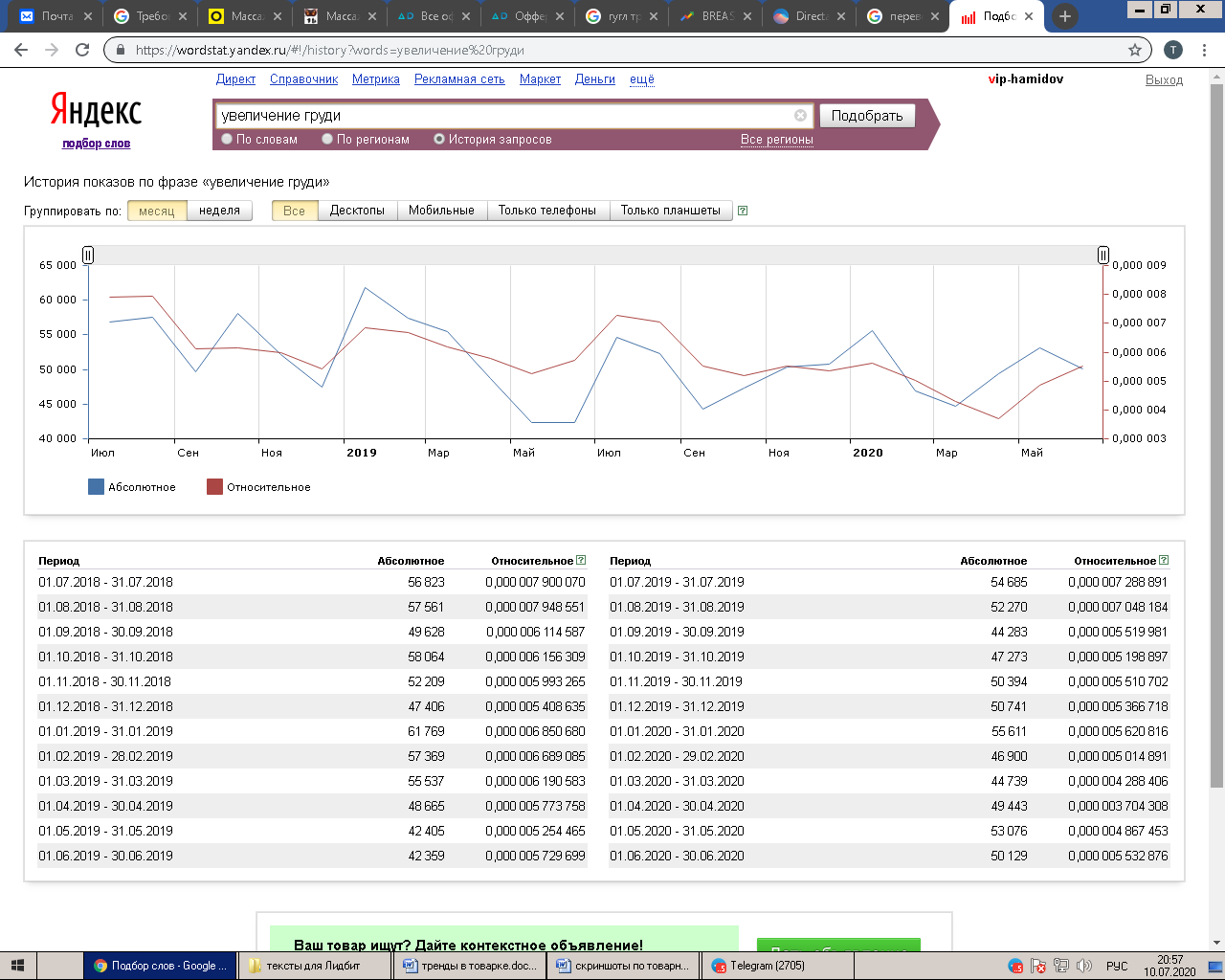
Лучший вариант по этому направлению – крем-маска BIORETIN <http://leadbit.com/offer/wm/3331> Хотя пик её популярности пришёлся на конец 2019 и начало 2020 годов, она до сих пор востребована во многих европейских гео.

А на пике популярности сейчас (и, скорее всего, весь этот год) находится омолаживающий комплекс от морщин BEUATY 360 - <http://leadbit.com/offer/wm/2852>

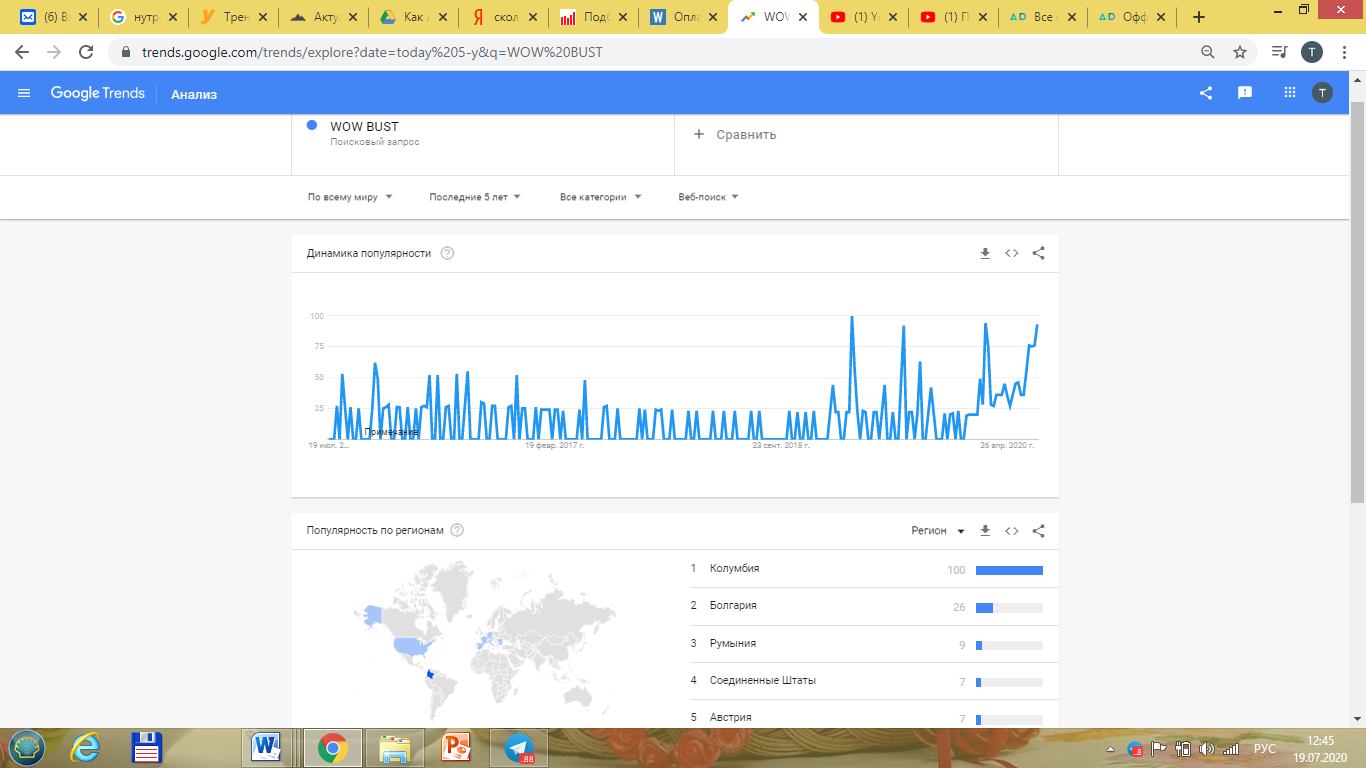
### Увеличение груди: спрос падает, но не всё потеряно

Наиболее сильно падает интерес к теме увеличения груди. Причём, как за рубежом, так и в пределах СНГ. Вот что показывает статистика по запросу «увеличить грудь»:





Тем не менее, отдельные офферы по увеличению груди востребованы и их популярность растёт.

Как пример – оффер WOW BUST – BREAST ENHANCEMENT CREAM [http://leadbit.com/offer/wm/2087](http://leadbit.com/offer/wm/2087)

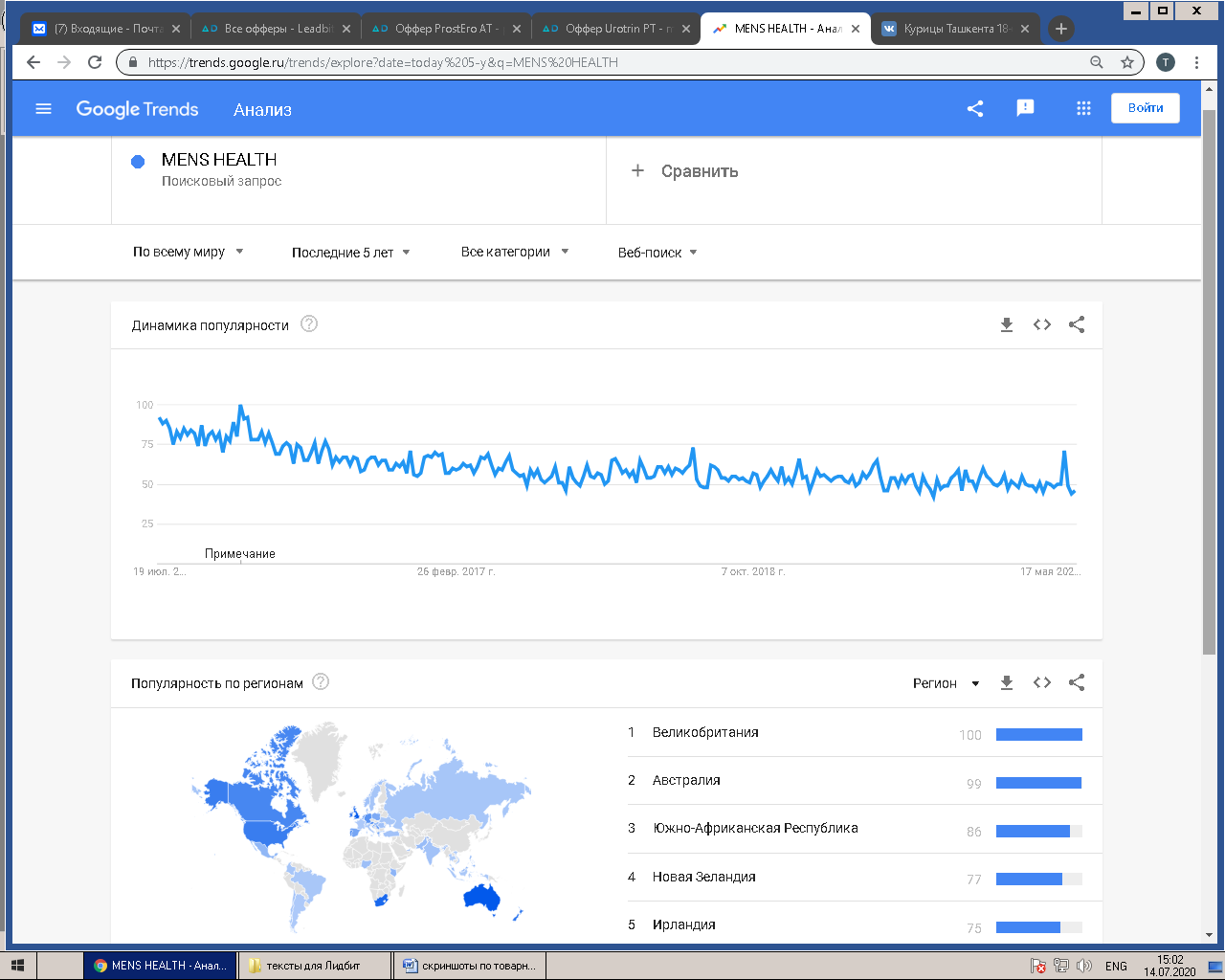
Как видно, его популярность растёт. Наиболее оптимальные гео – Германия и Швейцария. Во-первых, они в ТОПе по запросам на этот оффер и на увеличение груди вообще. Во-вторых, по ним наиболее высокие вознаграждения, а во-вторых – хороший апрув.

## Здоровье

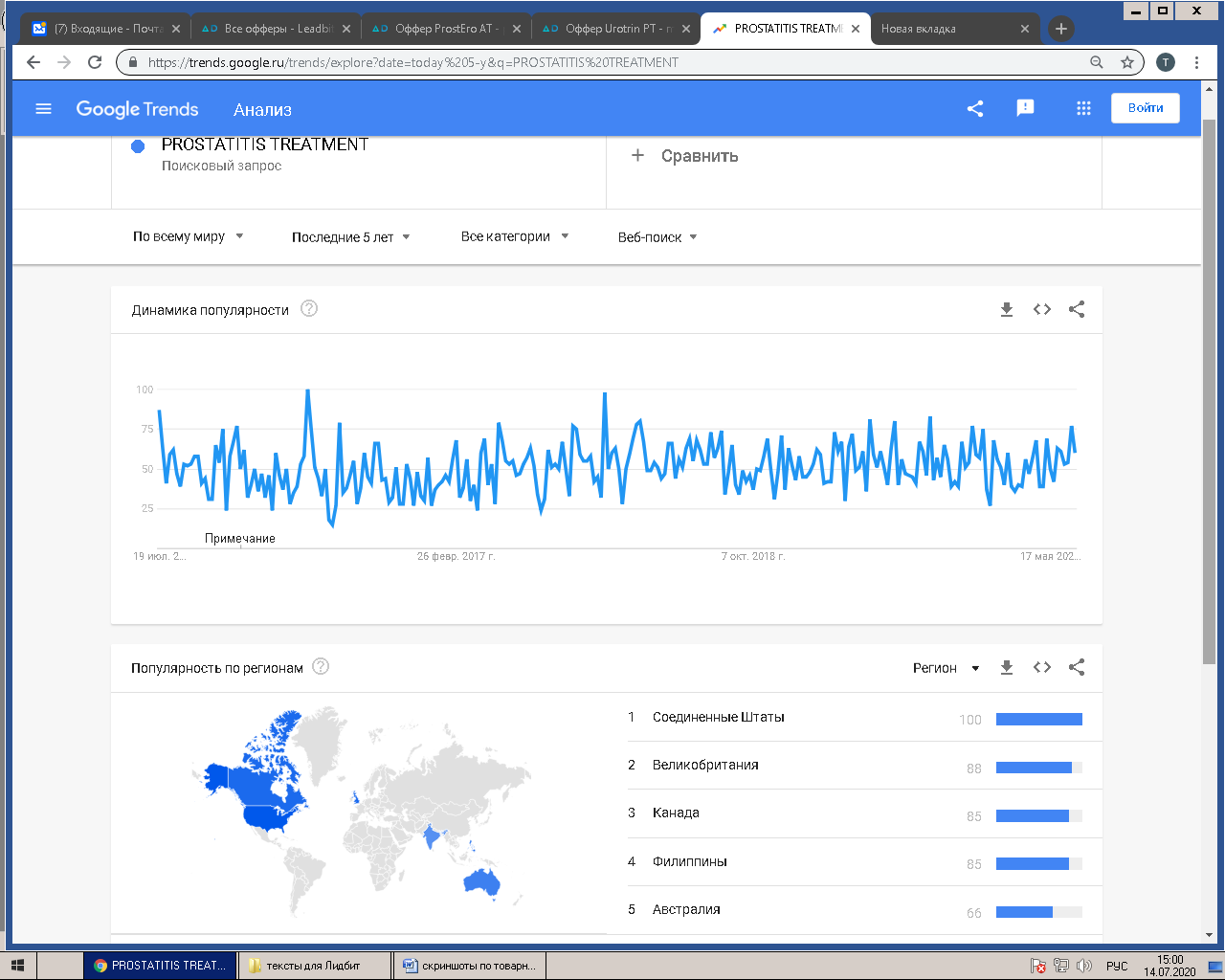
Так же как и красота это весьма ажиотажная тематика. Категории товаров в ней либо растут в спросе, либо стабильно держатся. Сами товары, конечно, могут терять популярность, но её быстро подхватывают аналогичные новинки. Поэтому есть смысл лить на товары для здоровья – даже если какой-то теряет профитность, вместо него достаточно найти аналогичную новинку.

### Мужское здоровье – стабильный спрос

Сам по себе запрос «мужское здоровье» убывающий за последние 5 лет.

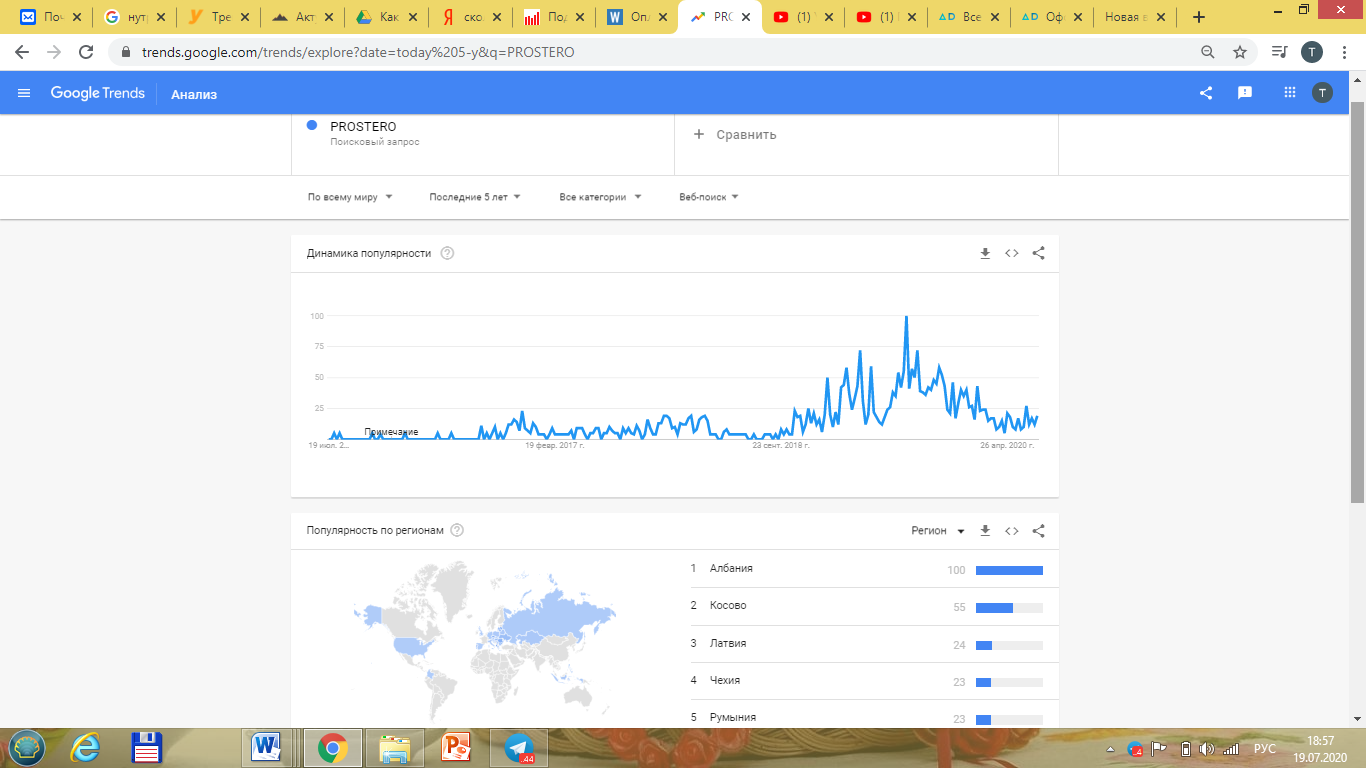


Однако интерес к частным мужским проблемам стабилен и не снижается в течение этого же периода.



*Динамика запросов на лечение простатика*

Так средства от простатита показывают следующую тенденцию – рост запросов и пик в позапрошлом и прошлом годах, затем спад в этом году.



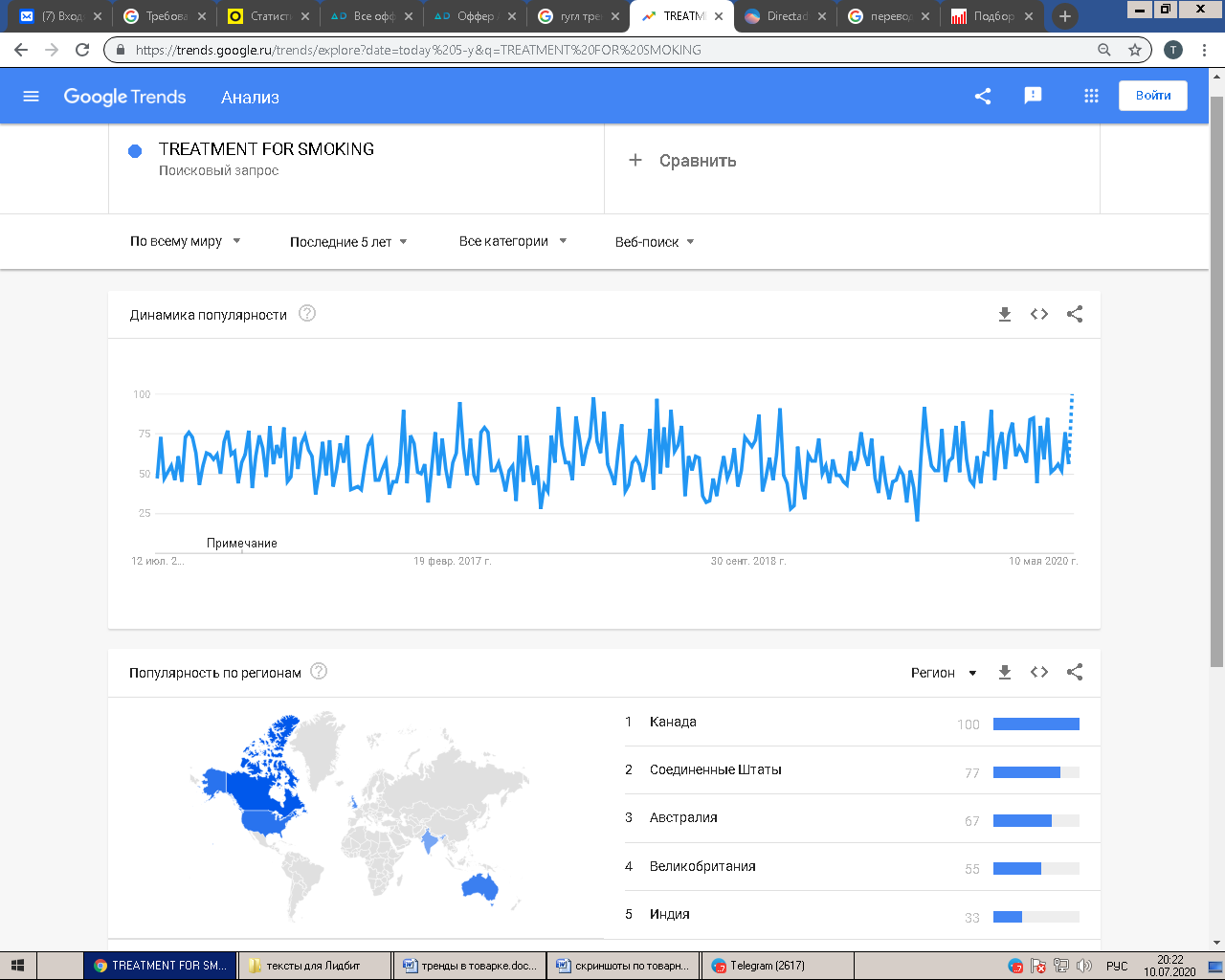
Такие офферы как AMAROK, PROSTERO, PREDSTAVIT, EROFORCE в течение этого года точно будут жить и давать профит на своих гео.

Знаменитый EROGAN (<http://leadbit.com/offer/wm/310>), скорее всего, будет «выстреливать» ближайшие пару-тройку лет.

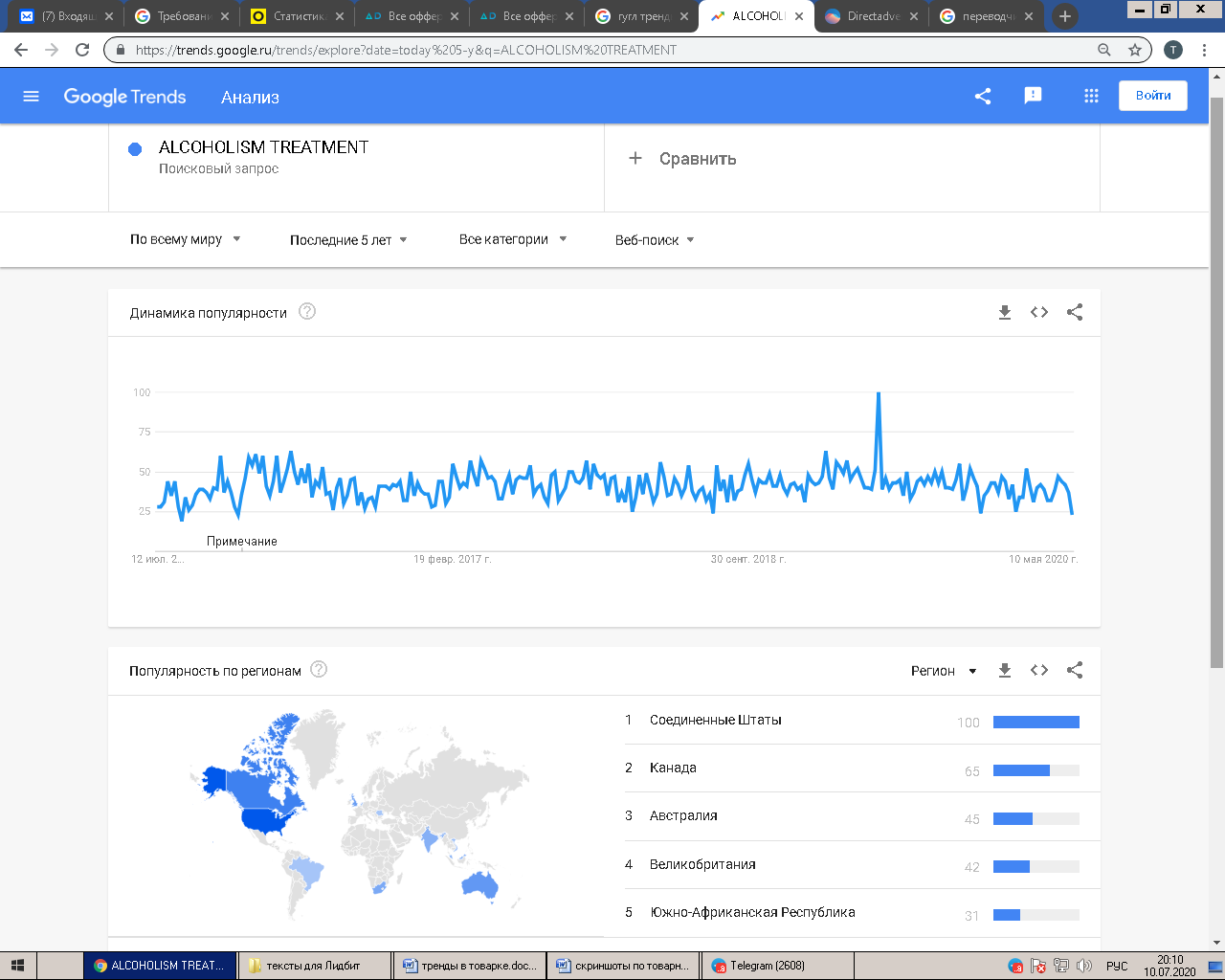
## Средства от алкоголизма и курения

Борьба с алкоголизмом и курением не теряет, но и не набирает популярности. Частота запросов на соответствующие средства стабильная уже более 10 лет.

Наиболее «горячими» регионами в этом плане являются развитые страны Европы, США и Австралия, а также Индия и некоторые страны Латинской Америки.



*Запросы «лечение курения» за последние 5 лет*



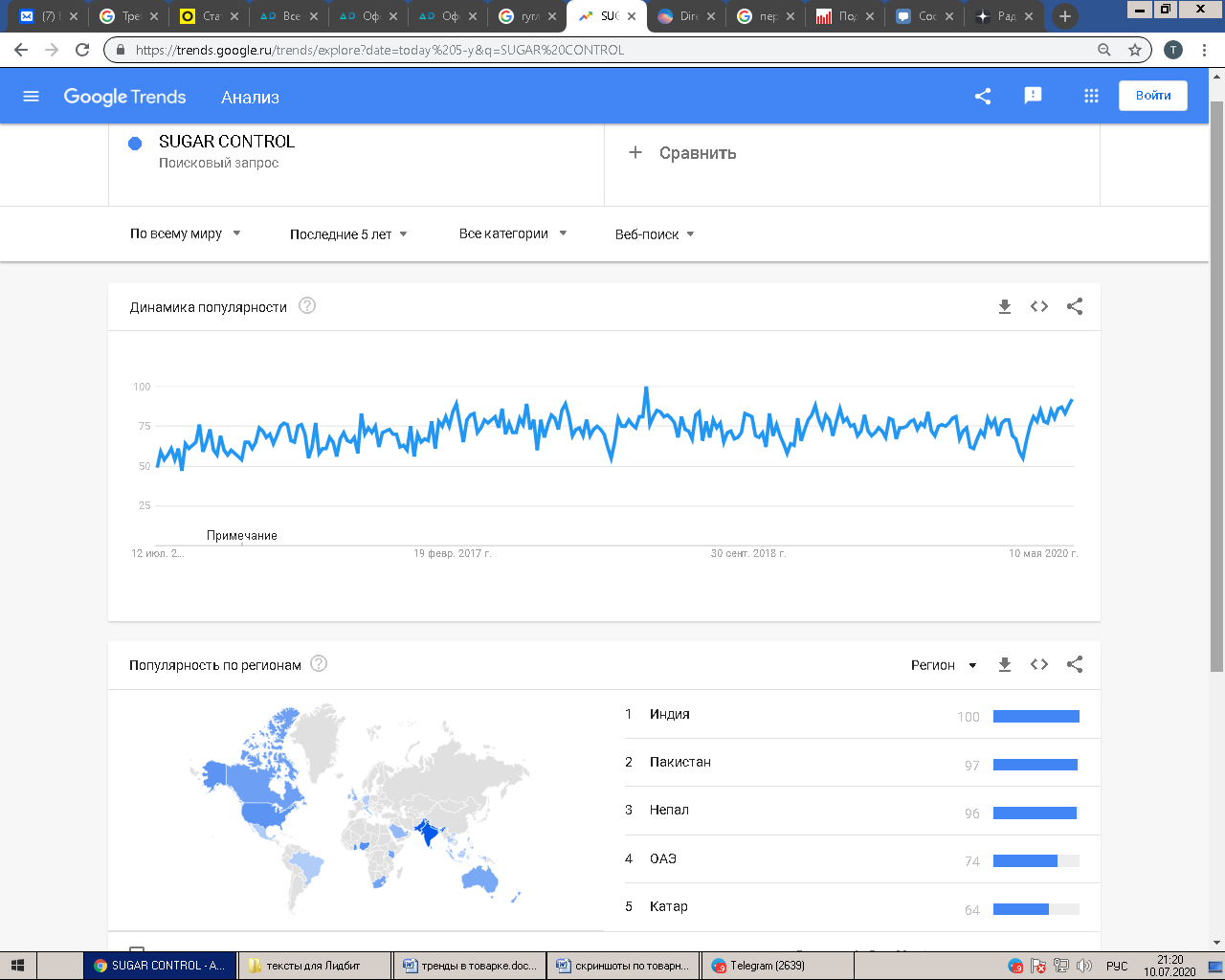
*Запросы «Лечение алкоголизма» за последние 5 лет*

Однако в этой теме есть офферы, которые появились пару месяцев назад и сейчас стремительно набирают популярность. Например, ALKOZERON - <http://leadbit.com/offer/wm/4458>

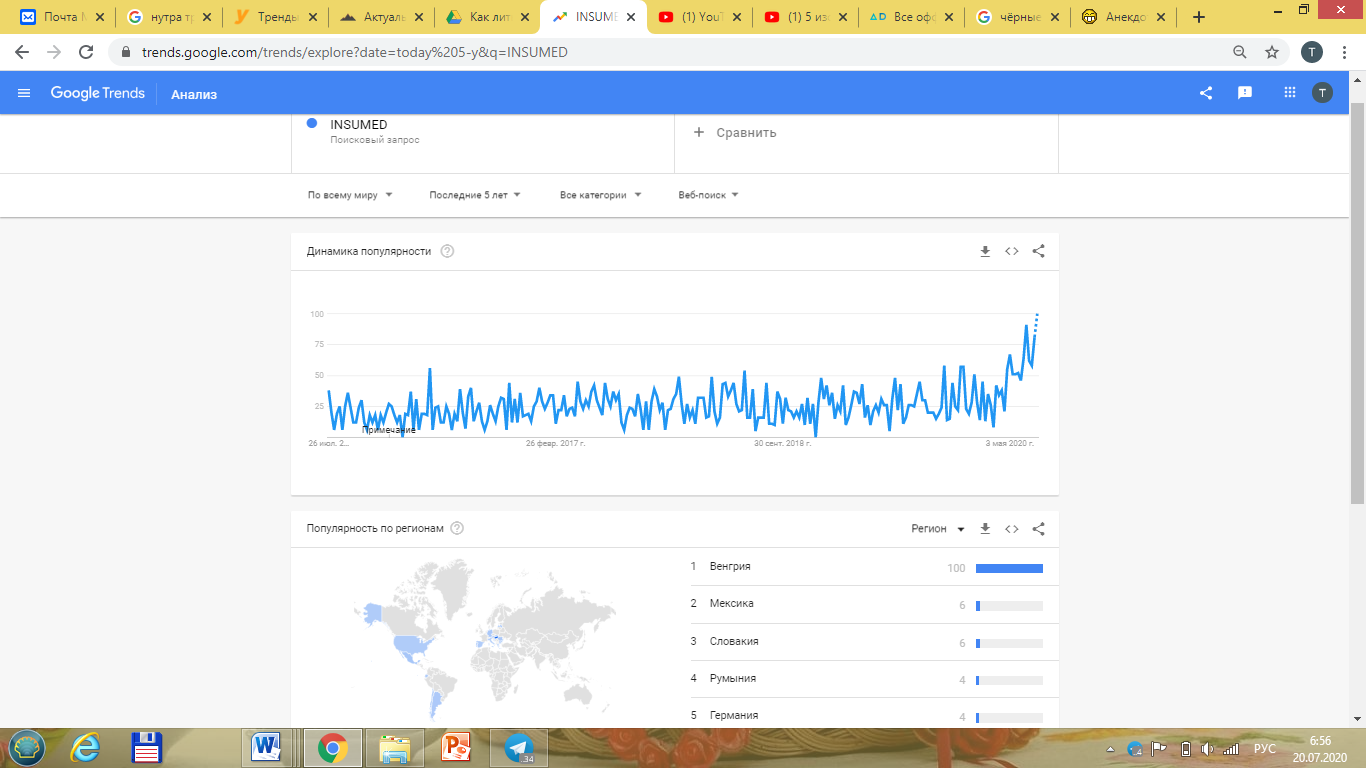
Другой оффер, идущий на подъём – NICOZERO <http://leadbit.com/offer/wm/4238> Наиболее предпочтительные гео - Германия (высокая популярность продукта) и Швейцария (наиболее высокое вознаграждение).

### Средства против диабета

Запрос на контроль сахара крови показывает незначительный рост последнее время. Наиболее высок спрос на соответствующие средства в Европе и США.



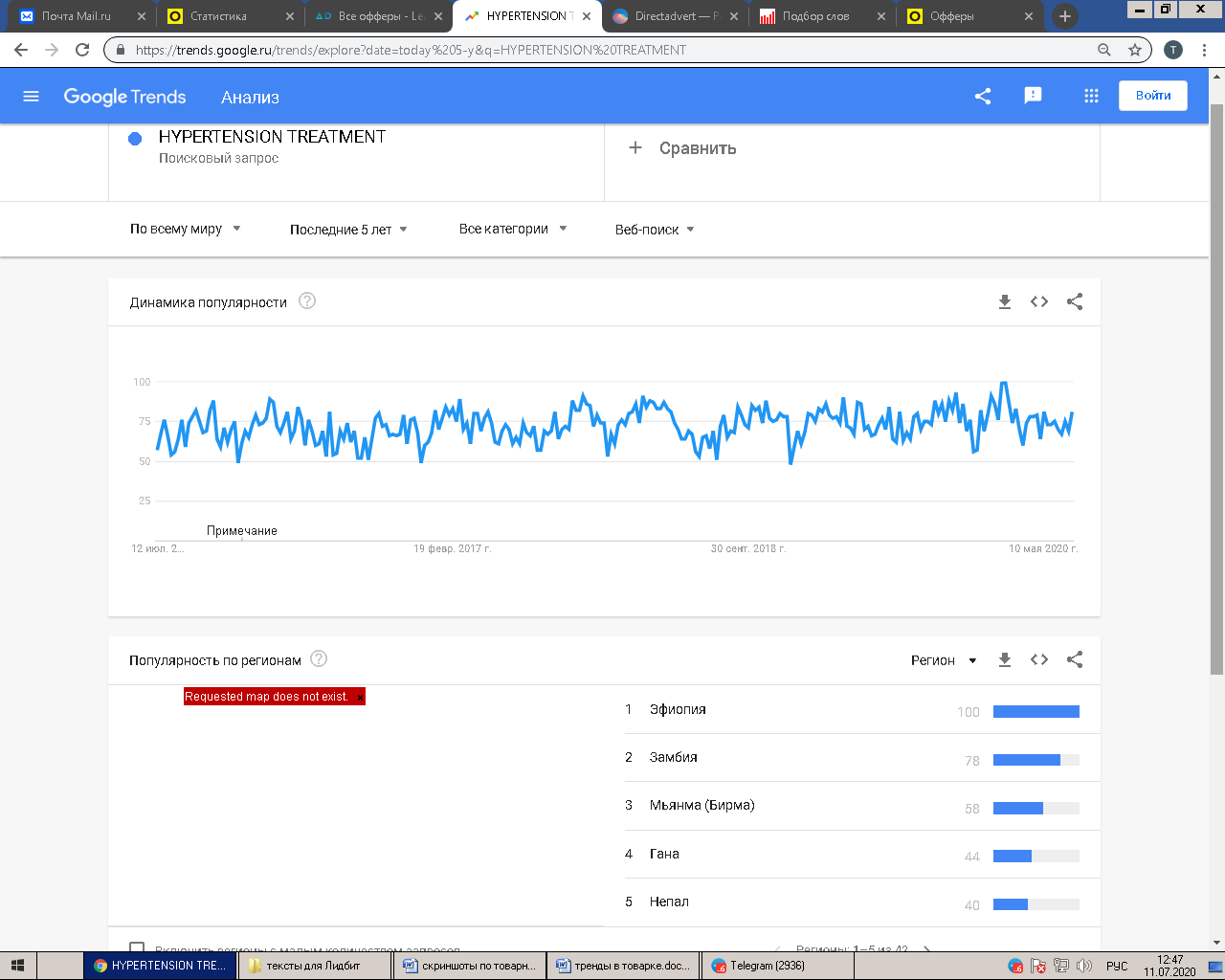
Сами же товары (например, DIANOL и SUGANORM) для контроля сахара крови в последнее время более существенно растут в популярности. Наибольший уровень спроса на них сейчас в Восточной Европе.

Наиболее высокий и стабильно растущий спрос у такого средства как INSUMED - <http://leadbit.com/offer/wm/3990> 

Вероятнее всего, оно и в следующем году будет весьма популярно.

### Лечение давления

Также неумирающая тематика, которая будет жить вечно – сменяться будут лишь товары против гипертонии. Практически одинаковая динамика наблюдается как по запросу «hypertension treatment» (лечение гипертонии), так и по «pressure stabilizing» (стабилизировать давление).

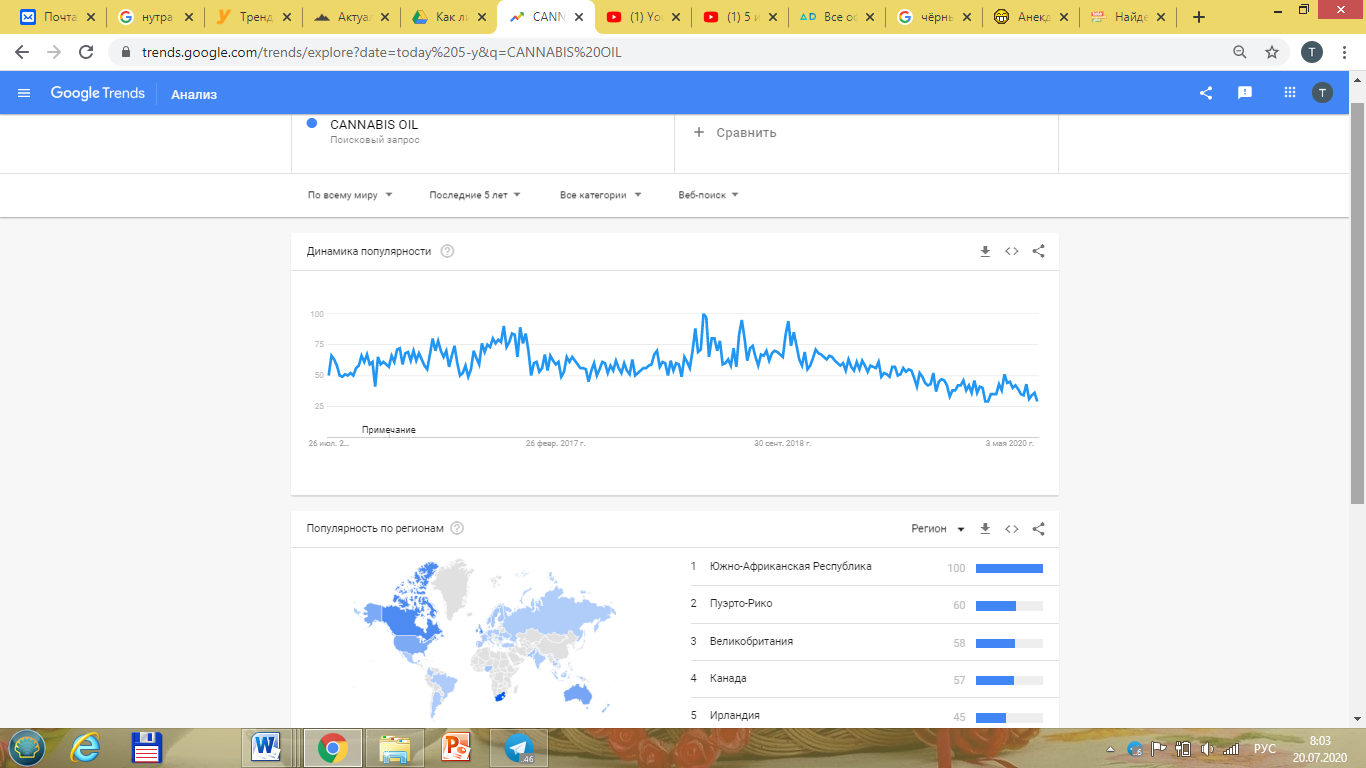


На средства от давления лучше всего лить с Центральной Европы (Германия, Австрия, Швейцария). С одной стороны в этих гео наиболее велик спрос, с другой – наиболее высоки ставки.

Так, средство DETONIC (<http://leadbit.com/offer/wm/3508>) начиная с марта 2020 года показывает рост спроса в Швейцарии при ставке 28$ за подтверждённую заявку (это максимальная ставка по данному офферу).

Аналогичная ситуация с офферами CARDILINE и RECARDIO. Причём, если только пошёл на спад после пика популярности, то первый подходит к этому пику.

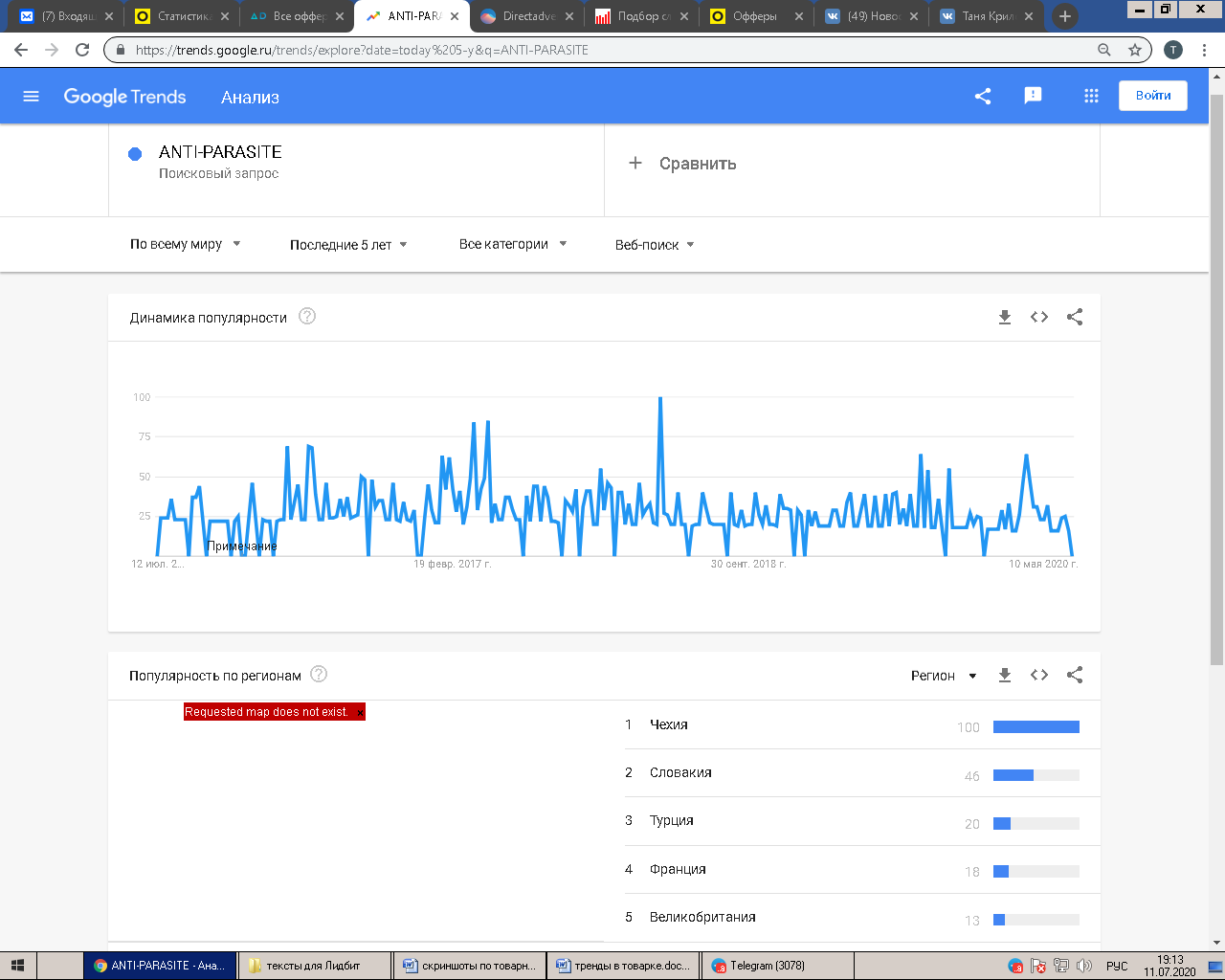
Масло каннабиса (оно не только против давления, но и против других болезней) последние года два идёт на небольшой спад, однако спрос на него ещё есть. Как минимум, весь этот год оффер жить будет и с него ещё можно выжимать профит.



Если вам интересен этот оффер, рекомендую поторопиться. Наиболее выгодная ставка так же по Швейцарии - <http://leadbit.com/offer/wm/3792>, при том, что в этом гео спрос на масло каннабиса до сих пор есть.

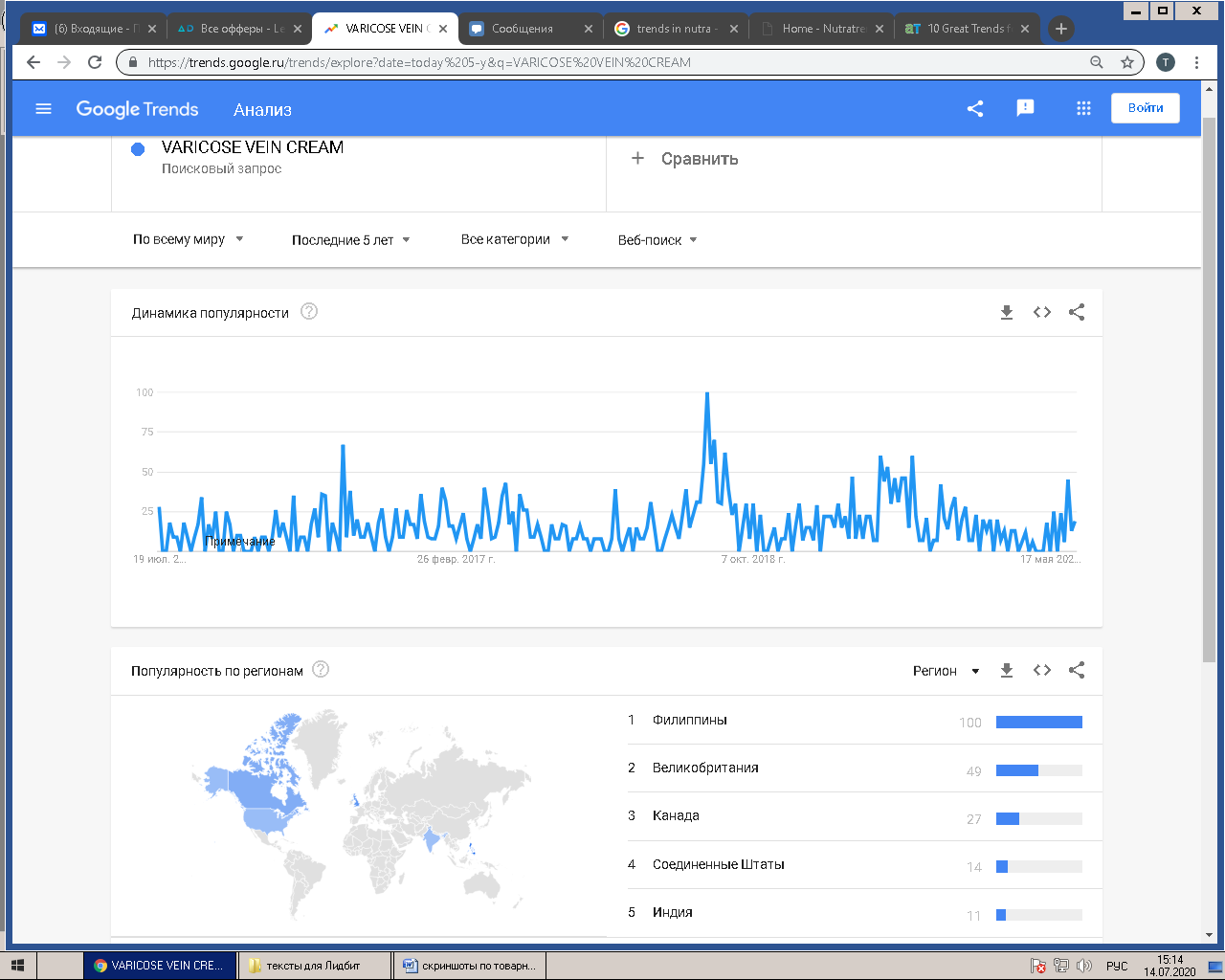
### Средства от паразитов

Тоже очень стабильная тематика с колебаниями уровня спроса.



При этом наиболее перспективным средством в текущем году является PARAZITOL (<http://leadbit.com/offer/wm/4033>), популярность которого в Европе растёт ещё с прошлого года.

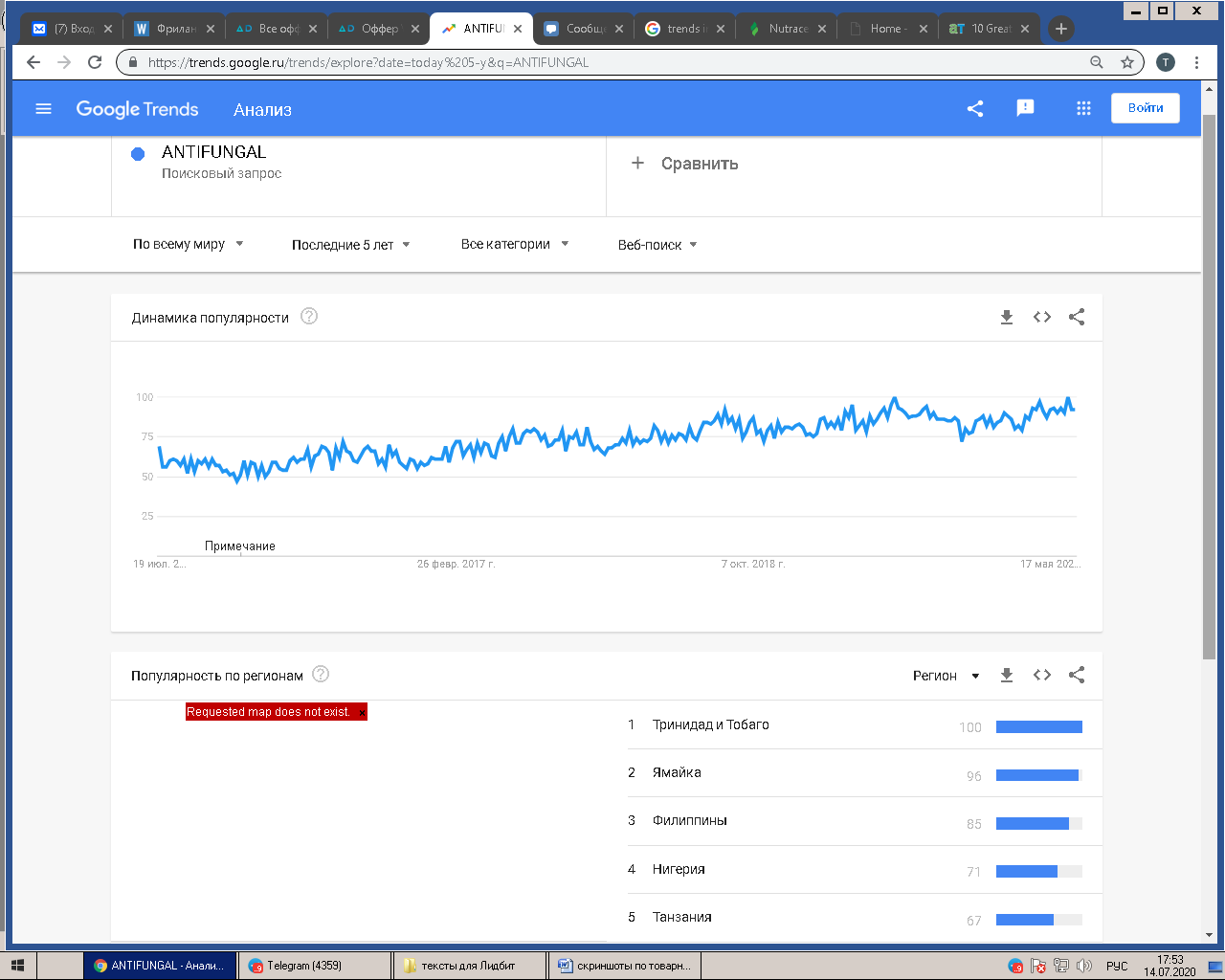
### Средства от варикоза

Крем против варикоза уже лет пять как популярен. При этом его популярность сезонна: осенью и весной она падает, а летом и зимой – возрастает. 

Поэтому сейчас можно ещё успеть посливать в плюс на оффер <http://leadbit.com/offer/wm/2746> пока тема достаточно горяча. Да и отчисления у этой партнёрки немаленькие, а наиболее горячие гео – Центральная и Восточная Европа.

### Средства от грибка

Спрос на противогрибковые средства растёт последние два года. Наибольший рост – в странах третьего мира (tier 3). Однако и в развитых странах на них спрос немалый.



Категория эта весьма динамична – одни препараты быстро сменяются другими. Поэтому как только появляется новое противогрибковое средство, стоит как можно скорее.

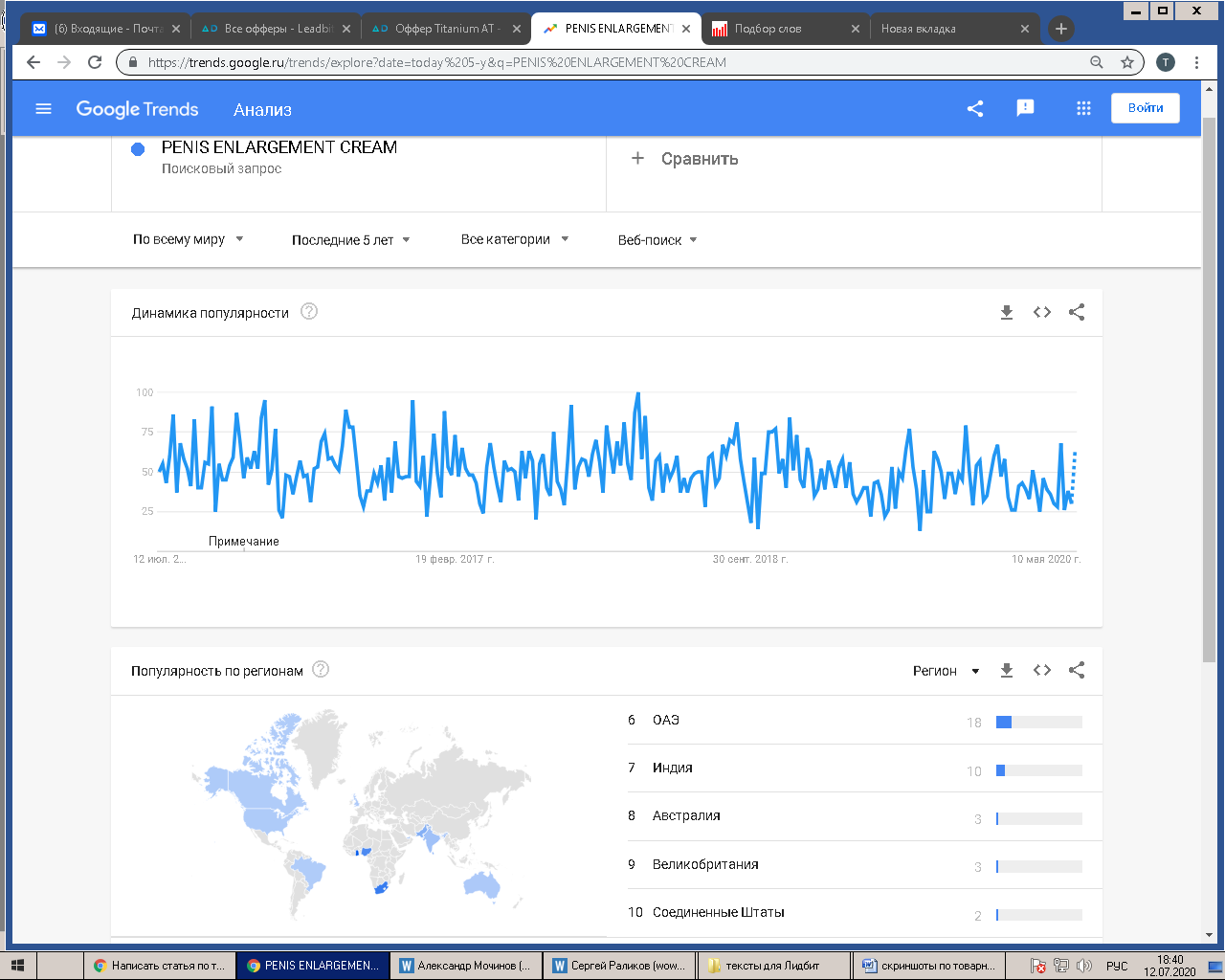
Сейчас популярностью (уже убывающей) пользуется оффер MICINORM – <http://leadbit.com/offer/wm/2372>

## Адалт-товарка

Спрос на товары для взрослых то растёт, то падает – и это единственное постоянное качество этой категории. Для арбитражников это значит лишь одно – на адалт-товарку лить можно и нужно. Потенциал в ней есть, и немалый. Спрос идёт как с США, Европы, так и с СНГ. Если в первой категории стран хороший апрув и большие отчисления, то во второй – выше спрос и конверсия.

### Кремы для увеличения…

Ситуация и с кремами для увеличения члена такая же, как и со средствами для потенции и против простатита – одни товары сменяют другие, но в целом, сама тематика пользуется стабильным спросом. Так, оффер BIGBOY - PENIS ENLARGEMENT CREAM (<http://leadbit.com/offer/wm/3738>), как минимум, весь 2020 будет пользоваться хорошим спросом.



*Динамика запросов «Увеличение пениса»*

### Женский возбудитель

Тоже пользуется стабильным спросом, а ситуация такая же, как и с другими адалт-товарами – старые офферы теряют популярность, новые её набирают. Сейчас в странах Юго-Восточной Азии более-менее популярен FORTE LOVE - <http://leadbit.com/offer/wm/1929>

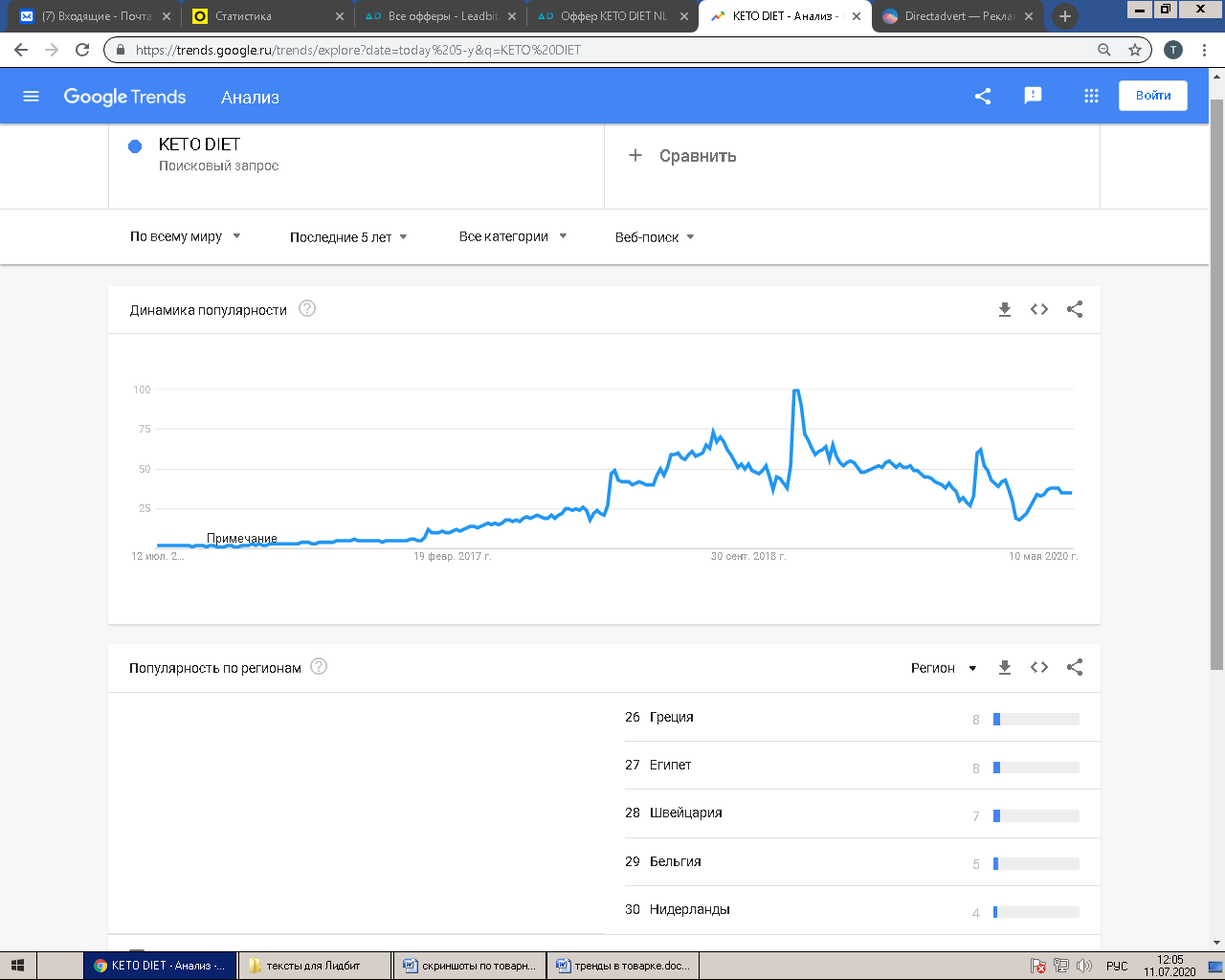
## Похудение

Самая живучая классика товарного арбитража. Могут сдуться свипстейки, просесть гэмблинг и беттинг и даже упасть спрос на адалт – но похудение будет жить и цвести пышным цветом.

И дело здесь даже не в канонах красоты, которые могут меняться. Сейчас люди худеют не столько для красоты, сколько и для здоровья, а в начале статьи сказано, что тренд здоровой внешности будет набирать обороты. А со всех журналов и телеканалов на обывателя льётся информация о том, как вреден и страшен для здоровья каждый лишний килограмм.

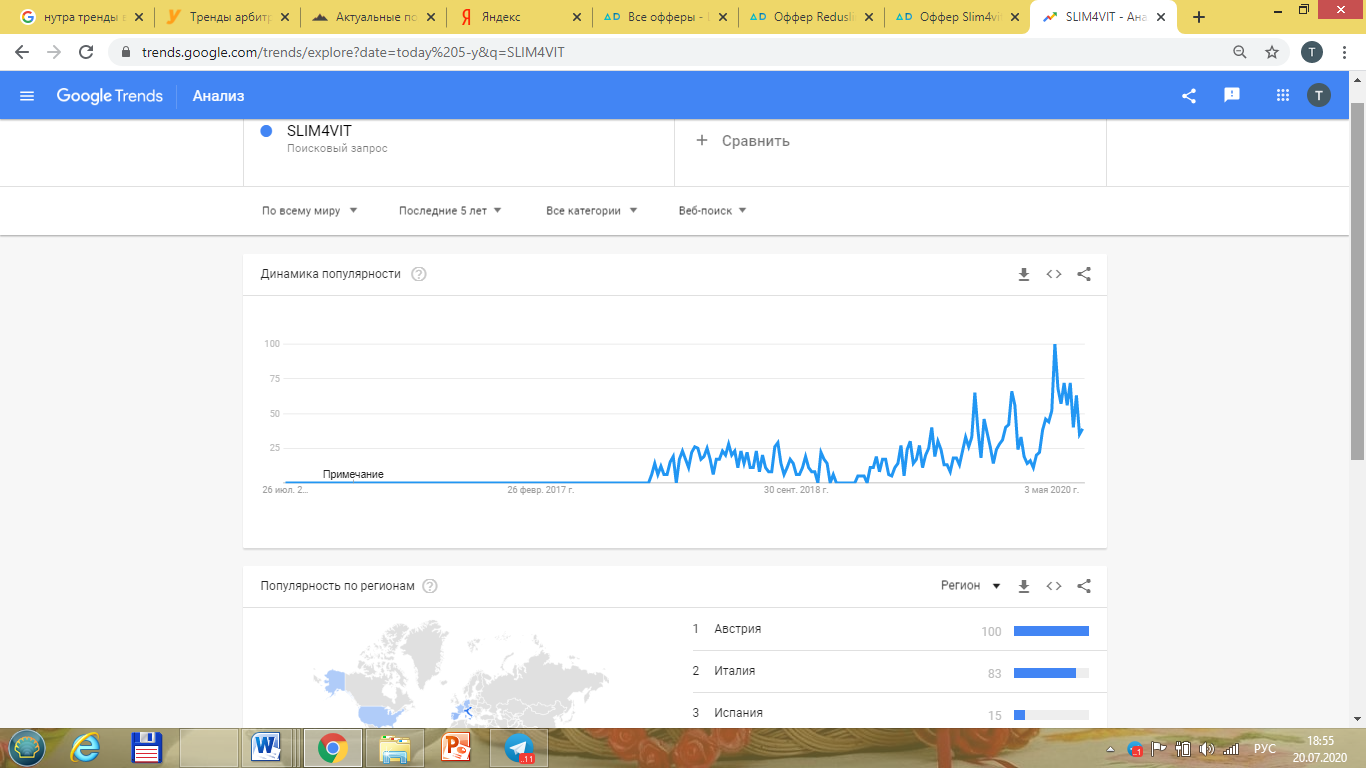
### Кето-диеты

Были в топе на конец 2018 и начало 2019 годов по миру. Сейчас они на пике популярности в СНГ, а в мировом масштабе ажиотаж вокруг них утих.



Но в некоторых европейских странах запрос на кето-диету всё ещё высок. А значит, ещё можно «снять сливки с уходящего поезда». Нидерланды и Бельгия находятся в лидерах по этому запросу, поэтому под эти гео у нас есть соответствующий оффер - <http://leadbit.com/offer/wm/4323>

А на пике популярности сейчас в Европе REDUSLIM (<http://leadbit.com/offer/wm/3085>) SLIM4VIT (<http://leadbit.com/offer/wm/2949>). Известность и востребованность в европейских гео они набрали только к середине этого года, а значит, есть возможность воспользоваться ажиотажем и снять сливки.



# Таргетинг, подходы, ЦА

В 2020 придётся потихоньку менять и рекламные стратегии, а также подходы. Потому что испытания зарубежных маркетологов и специалистов по рекламе показывают, что нынешние решения работают хуже, чем раньше (увы, пользователи, особенно в бурже, стали привередливее).

Кроме того, меняются и правила крупных рекламных сетей (естественно, в сторону ужесточения порядков).

## Анимация и видео рулят

Если мониторить такие сервисы, как Adheart и Publer, то видно, что сейчас в тренде анимированные изображения и видеореклама.

### Керативы для похудалок

Так как похудение – горячая и неумирающая тематика, больше всего рекламных материалов создаётся под него. Тренд рекламы похуделок – протирание зеркала и просто показ приготовления жиросжигающего средства.

<https://youtu.be/vdsYpBK_I-s>

<https://youtu.be/XZnSXZi_V9Y>

Ещё один работающий тренд – показать конкретную цифру, на которую предлагается похудеть. На первый взгляд тизер немного стрёмный, однако, используется часто, а значит, рабочий.

<https://youtu.be/D5ADqFPc8Gg>

### Креативы под «суставные» и «сердечные» офферы

Вертикаль – здоровье. Под средства для суставов наиболее популярные две анимации: схематическое изображение сустава и ноги в воде. Череда слайдов при этом сопровождается текстом. Примеры:

<https://youtu.be/sUwpJdoZnmk>

<https://youtu.be/xYk2YL2HB-I>

Под тематику гипертонии и сердечных болезней в этом году идут изображения сосудов в сочетании с продуктами «здорового питания». Например:

<https://youtu.be/8h24Aa6aHnM>

<https://youtu.be/3lV5uHL6mpA>

## Адалт-крео

Практически все мужские тематики сводятся к фаллическим символам (это касается как увеличения члена, так и препаратов для потенции).

<https://youtu.be/t_z3YIfk8bs>

<https://youtu.be/y4QynMkVuFQ>

# Ложка дёгтя на рынке рекламы

К сожалению, есть и несколько печальных трендов, которые предсказали западные эксперты по партнёрским программам и организаторы арбитражных команд.

Первая для любителей полить с Фэйсбука. К сожалению, некогда живительный источник конвертабельного трафика закручивает гайки ещё сильнее.

Эми Чунг (модератор Affiliate-форума №1 в Европе и США, а также эксперт в области рекламы товарных офферов) утверждает, что в 2020 будет чрезвычайно трудно сливать трафик на нутру с FB. Детище Цукерберга будет работать только с «белыми» товарами, поэтому именно их стоит продвигать в FB. Тем более, на «приличных» товарках можно будет строить долгоживущие кампании.

### Google тоже

Атилла О’дри (автор топового блога про affiliate-маркетинг в сегменте бурж) предрекает, что нечто подобное будет и с Гуглом, в результате чего многие рекламодатели ринутся в другие рекламные сети. Из последних немалая доля решит заработать на ботовом трафике. Как итог – при освоении новых сетей в 2020 велик риск получить много ботов.

## И бочка мёда

Думаю, что в СНГ-сегменте эти риски существенно меньше, так как здесь Фэйсбук и Гугл не пользуются бешеной популярностью, а значит, отток рекламодателей в другие сети не будет слишком большим.

### Пуши выживут

Браузеры планируют ужесточить процесс подписки на push-уведомления. Тем не менее, по данным Statista.com, 33% людей в возрасте от 18 до 34 лет всегда выбирают push-уведомления в Интернете, а 30% их них регулярно переходит по ссылкам. Поэтому будущее у пуш-рекламы определённо есть. И те, кто привык лить с ричпушей и пропеллеров могут спокойно продолжать дальше в том же духе.

### Тиктокеры задают тон

Самым же “горячим” источником трафика на 2020-2021 ожидается TikTok. Основная аудитория этой сети – поколение Z, то есть, подростки и студенты 2000-го и позже (а также чуть раньше) года рождения.

Ещё одна причина роста популярности TikTok – набирает популярность рекомендательный формат рекламы. Пользователи всё меньше доверяют «обезличенной» рекламе, и всё больше – рекомендациям.

Джайлс Херст (комьюнити-менеджер рекламной сети Exoclick) утверждает, что стоит делать упор на видеорекламу, которую сейчас предлагает не только Тик Ток, но и многие рекламные сети. Видеоформат может очень наглядно за несколько секунд донести «самую продающую» информацию. Да и ctr у него, в сренем, выше. Поэтому в последнее время всё больше делают ставку на него.

### Вечно живой Popunder

Некоторые специалисты, например, Максим Шеваллон (соучредитель Adcash) считают, что 2020 будет временем подъёма формата рopunder. Обосновывает своё мнение тем, что Facebook и Google закручивают гайки, а попандер в пределах их сети не теряет популярности и конвертабельности.

# Краткое резюме

Лучше всего продажам нутры способствуют экологичность, натуральность, омолаживающие и жиросжигающие эффекты.

Подавляющее большинство товаров из вертикали «нутра» будут продаваться не хуже и не лучше, чем в последние 2-3 года. Просто одни будут сменяться другими.

**Красота и омоложение.** Тематика стабильно живущая. На пике популярности сейчас омолаживающий комплекс BEUATY 360. Неплохую конверсию всё ещё показывает и BIORETIN.

**Увеличение груди.** Сам запрос идёт на небольшой спад. Но некоторые средства, например, крем WOW BUST растут в спросе, поэтому можно успеть «снять сливки», когда они будут на пике.

**Товары для мужчин** (от простатита, для эрекции, для увеличения члена) не теряют в спросе, а для их рекламы лучше использовать фаллические изображения и анимации.

Спрос на **средства против давления** стабилен. На соответствующие офферы лучше всего лить из Германии, Австрии и особенно Швейцарии. Их рекламируют видеороликами с изображением сосудов.

**Средства от паразитов** стабильны в спросе. Наиболее высокой популярностью пользуются в Европе и США. В текущем году популярен PARAZITOL.

**Противогрибковые препараты** в этом году растут в популярности, поэтому определённо стоит тестировать свежие офферы этой тематики.

**Препараты от мужских проблем** востребованы как всегда. Просто одни бренды поднимаются, а другие уходят с рынка. Сейчас пиковым спросом пользуется оффер BIGBOY.

**Средства для похудения.** Самая неумирающая тематика. Сейчас на пике популярности REDUSLIM и SLIM4VIT. Для рекламы похудалок самые популярные подходы – анимированные тизеры с «протиранием» зеркала от лишнего веса.

В заключение скажу, похудалки – самый оптимальный вариант для новичков. Тема всегда горячая. Поэтому если выбрать рекомендованные креативы и популярные офферы, высока вероятность уйти в плюс. Высоких вам конверсий и хорошего апрува.