

Благодарим Вас за выбор услуги – **«Маркетинговый анализ сайтов конкурентов»**.

1. Вводная часть.

Начнем с того, что маркетинговый анализ сайтов конкурентов представляет собой сбор статистических и фактических данных как из свободных источников (сам сайт и т.д.), так и из различных профессиональных сервисов.

Сам по себе данный анализ не представляет большой ценности без грамотной интерпретации и выводов, которые делает маркетолог на основе собранных данных.

Основная цель анализа – увидеть/распознать точки роста и инструментарий, которыми успешно пользуются Конкуренты, после чего самые лучшие практики/инструменты внедрить в своем бизнесе.

Важно! Так как исполнитель не является сотрудником, работающим в данной сфере, он не может дать исчерпывающие Рекомендации, поэтому они имеют больше функцию примера того, в каком направлении необходимо мыслить заказчику.

2. Основная часть.

2.1. Анализ дескриптора.

Дескриптор – это короткое описание того, какие потребности закрывает Компания. Суть коммерческого предложения в одной фразе. Важно, чтобы Дескриптор передавал основные направления деятельности организации. Располагается в верхней части сайта на видном месте, так как человек, зашедший на сайт должен сразу понять **«по адресу»** он или нет.

№	Сайт	Дескриптор
1	https://1oknozavod.ru	ПЕРВЫЙ ОКОННЫЙ ЗАВОД
2	https://venta23.ru	Оконная компания
3	https://territoria-okon.ru	Пластиковые окна от производителя
4	https://gornica-krasnodar.ru	ПЛАСТИКОВЫЕ И АЛЮМИНИЕВЫЕ ОКНА
5	https://krasnodar.okna-plastikovyye.ru	Официальный производитель окон
6	https://krd.veka.ru	Ведущий мировой производитель оконных систем
7	https://oknafdo.ru	Крупнейший производитель металлопластиковых окон на Юге России
8	https://krasnodar.okna-kpi.ru	Производство, установка и обслуживание окон

Выводы: Дескриптор присутствует у всех анализируемых ресурсов.

2.2. Распределение по устройствам

Desktop – ПК и Ноутбуки

Mobile Web – все мобильные устройства (в основном смартфоны и планшеты)

Основное		Распределение по устройствам (3 месяца)	
№	Сайт	Desktop	Mobile Web
1	https://1oknozavod.ru	2,84%	97,16%
2	https://venta23.ru	9,26%	90,74%
3	https://territoria-okon.ru	0,39%	99,61%
4	https://gornica-krasnodar.ru	1,18%	98,82%
5	https://krasnodar.okna-plastikovyye.ru	0,60%	99,40%
6	https://krd.veka.ru	10,41%	89,59%
7	https://oknafdo.ru	15,60%	84,40%
8	https://krasnodar.okna-kpi.ru	19,36%	80,64%
СРЕДНЕЕ / ИТОГ		7,46%	92,55%
РЕЙТИНГ		2	1

Выводы: В сфере преобладает посещение сайтов с мобильных устройств.

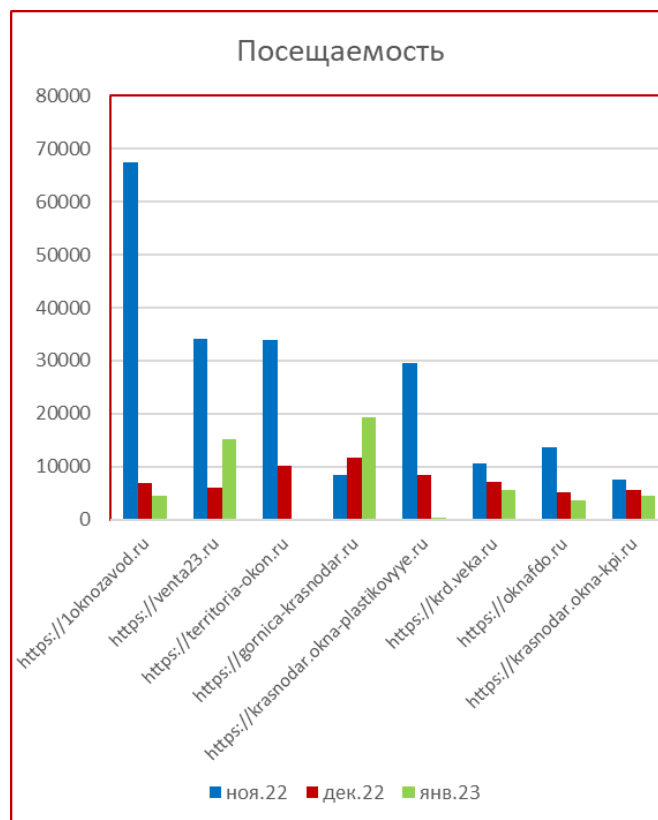
2.3. Анализ вовлеченности

Основное		Вовлечение (3 месяца, все устройства)		
№	Сайт	Ср. Продолжительность посещения, минут	Страниц на визит (среднее)	Показатель отказов (среднее)
1	https://1oknozavod.ru	0,28	2,17	71,65%
2	https://venta23.ru	1,06	1,70	63,73%
3	https://territoria-okon.ru	0,11	3,00	
4	https://gornica-krasnodar.ru	7,56	1,48	60,14%
5	https://krasnodar.okna-plastikovyye.ru	0,03	1,01	99,40%
6	https://krd.veka.ru	6,40	1,54	34,89%
7	https://oknafdo.ru	1,59	2,27	41,55%
8	https://krasnodar.okna-kpi.ru	0,41	2,10	63,84%
СРЕДНЕЕ / ИТОГ		2,18	1,91	62,17%

Выводы: Посетители сайт в среднем посещают 1,91 страниц, а продолжительность посещения составляет 2,18 минут.

2.4. Анализ посещаемости

Основное		Посещаемость (3 месяца, все устройства)			
№	Сайт	ноя.22	дек.22	январ.23	Среднее за 3 мес.
1	https://1oknozavod.ru	67390	6888	4424	26234
2	https://venta23.ru	34200	6094	15050	18448
3	https://territoria-okon.ru	33830	10130	169	14710
4	https://gornica-krasnodar.ru	8466	11750	19300	13172
5	https://krasnodar.okna-plastikovyye.ru	29600	8297	227	12708
6	https://krd.veka.ru	10540	7087	5611	7746
7	https://oknafdo.ru	13670	5144	3581	7465
8	https://krasnodar.okna-kpi.ru	7627	5581	4402	5870
СРЕДНЕЕ / ИТОГ		205323	60971	52764	



Выводы:

- <https://1oknozavod.ru> - Лидер среди рассматриваемых сайтов с посещаемостью более 14 млн. посещений в месяц (среднее за 3 мес.)

- <https://krasnodar.okna-kpi.ru> – Аутсайдер

2.5. Анализ источников трафика.

Источники трафика – это то, от куда потенциальные клиенты переходят на Сайт.

Возможные варианты переходов:

a) Прямой

- Посетители вбивают название Сайта в адресную строку;
- Посетители перешли на Сайт с помощью закладки.

b) Email

- Посетители перешли по ссылке, которая была размещена в электронном письме.

c) Рефералы

- Посетители перешли на Сайт по ссылкам, размещенным на других ресурсах

d) Социальные Медиа

- Посетители перешли по ссылкам, размещенным в Соц. Сетях.
- Посетители перешли по рекламе в Соц. Сетях.

e) Органический Поиск

- Посетители ввели в поисковую систему Яндекс или Google ключевое слово или словосочетание, которое после выдачи привело их на данный Сайт (без использования контекстной рекламы)

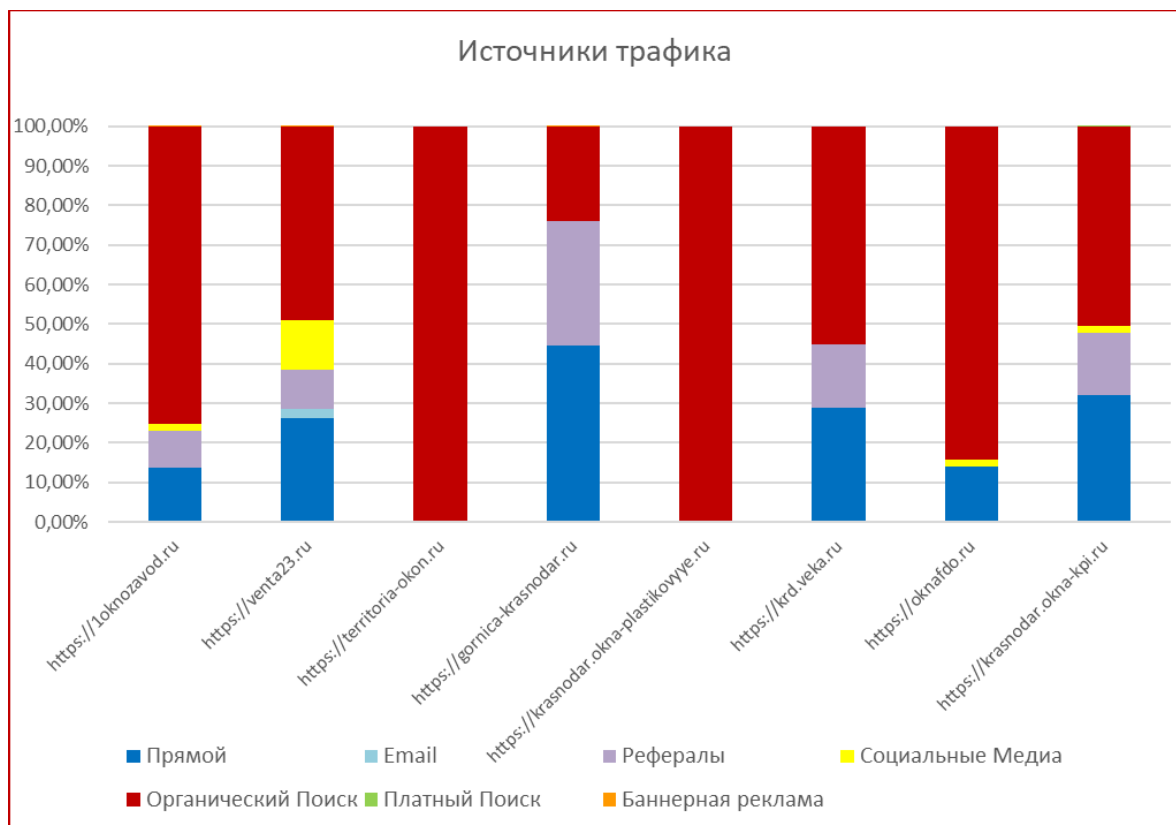
f) Платный Поиск

- Посетители перешли по контекстной рекламе Яндекс или Google

g) Баннерная реклама

- Посетители перешли по баннерной рекламе

Основное		Источники трафика (3 мес., все устройства)						
№	Сайт	Прямой	Email	Рефералы	Социальные Медиа	Органический Поиск	Платный Поиск	Баннерная реклама
1	https://1oknozavod.ru	13,63%	0,01%	9,32%	1,70%	75,32%	0,00%	0,02%
2	https://venta23.ru	26,23%	2,43%	9,79%	12,59%	48,95%	0,00%	0,01%
3	https://territoria-okon.ru	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%
4	https://gornica-krasnodar.ru	44,64%	0,00%	31,41%	0,00%	23,94%	0,00%	0,01%
5	https://krasnodar.okna-plastikovyye.ru	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%
6	https://krd.veka.ru	28,90%	0,00%	15,86%	0,00%	55,24%	0,00%	0,00%
7	https://oknaifdo.ru	13,89%	0,00%	0,22%	1,58%	84,31%	0,00%	0,00%
8	https://krasnodar.okna-kpi.ru	32,04%	0,00%	15,79%	1,69%	50,39%	0,09%	0,00%
СРЕДНЕЕ / ИТОГ		19,92%	0,31%	10,30%	2,20%	67,27%	0,01%	0,01%
РЕЙТИНГ		2	5	3	4	1	6	7



Выводы: Основными источниками трафика в данной сфере является **Органический поиск** (№ 1 в рейтинге – среднее - 67,27%), и **Прямой** (№ 2 в рейтинге – среднее - 19,92%).

2.6. Анализ трафика по странам.

Основное		Трафик по Странам (3 мес., только Desktop)				
№	Сайт	Россия	Украина	Беларусь	Казахстан	Другие Страны
1	https://1oknozavod.ru	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
2	https://venta23.ru	99,54%	0,46%	0,00%	0,00%	0,00%
3	https://territoria-okon.ru	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
4	https://gornica-krasnodar.ru	62,71%	0,00%	0,00%	0,00%	37,29%
5	https://krasnodar.okna-plastikovyye.ru	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
6	https://krd.veka.ru	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
7	https://oknafdo.ru	98,53%	0,00%	0,00%	0,00%	1,47%
8	https://krasnodar.okna-kpi.ru	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
СРЕДНЕЕ / ИТОГ		95,10%	0,06%	0,00%	0,00%	4,85%
РЕЙТИНГ		1	2			



2.7. Анализ трафика из социальных медиа.

Основное		Трафик из Социальных Медиа (3 мес., только Desktop)							
№	Сайт	YouTube	FaceBook	Vkontakte	Instagram	Odnoklassniki	Telegram Webapp	WhatsApp Webapp	Другие
1	https://1oknozavod.ru								
2	https://venta23.ru	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
3	https://territoria-okon.ru								
4	https://gornica-krasnodar.ru								
5	https://krasnodar.okna-plastikovyye.ru								
6	https://krd.veka.ru								
7	https://oknafdo.ru								
8	https://krasnodar.okna-kpi.ru								
СРЕДНЕЕ / ИТОГ		0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
РЕЙТИНГ				1					

Выводы: Самые популярные ресурсы в сфере – **VK**

2.8. Площадки баннерной рекламы

Основное		Площадка Баннерной рекламы (3 мес., только Desktop)			
№	Сайт	Yandex (РСЯ)	Google (КМС)	Unidentified Networks	Другие
1	https://1oknozavod.ru				
2	https://venta23.ru				
3	https://territoria-okon.ru				
4	https://gornica-krasnodar.ru				
5	https://krasnodar.okna-plastikovyye.ru				
6	https://krd.veka.ru				
7	https://oknafdo.ru				
8	https://krasnodar.okna-kpi.ru				
СРЕДНЕЕ / ИТОГ		#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!

3. Анализ эталонных показателей.

Эталонные показатели – это различные Инструменты/Разделы, которые используются в маркетинговых и информационных целях на сайте. Встречаются 2 вида Эталонных показателей:

1. Стандартные. Это те, которые используются почти во всех нишах.
2. Специфические. Работают только в определенных направлениях бизнеса.

Алгоритм действий после Маркетингового анализа – убираем те инструменты, которые реже всего встречаются у Конкурентов, добавляем те, которые чаще всего используют Конкуренты.

***В силу размера таблицы с анализом эталонных показателей, необходимо обратиться к приложению (Excel файл)**

4. Сильные и слабые стороны.

№	Сайт	Сильные стороны	Слабые стороны	Лидер по посещаемости	Лидер по числу сильных сторон
1	https://1oknozavod.ru	1. Функциональность	1. Кол-во внедренных инструментов 2. Дизайн 3. Юзабилити 4. Информационное наполнение 5. Маркетинговые инструменты	Лидер	
2	https://venta23.ru	1. Дизайн 2. Юзабилити 3. Функциональность 4. Информационное наполнение 5. Маркетинговые инструменты	1. Кол-во внедренных инструментов		Лидер
3	https://territoria-okon.ru		1. Кол-во внедренных инструментов 2. Дизайн 3. Юзабилити 4. Функциональность 5. Информационное наполнение 6. Маркетинговые инструменты		Аутсайдер
4	https://gornica-krasnodar.ru	1. Дизайн	1. Кол-во внедренных инструментов 2. Юзабилити 3. Функциональность 4. Информационное наполнение 5. Маркетинговые инструменты		
5	https://krasnodar.okna-plastikovyye.ru	1. Дизайн 2. Юзабилити	1. Кол-во внедренных инструментов 2. Функциональность 3. Информационное наполнение 4. Маркетинговые инструменты		
6	https://krd.veka.ru	1. Кол-во внедренных инструментов 2. Дизайн 3. Юзабилити 4. Функциональность 5. Информационное наполнение	1. Маркетинговые инструменты		Лидер
7	https://oknafdo.ru	1. Юзабилити 2. Информационное наполнение	1. Кол-во внедренных инструментов 2. Дизайн 3. Функциональность 4. Маркетинговые инструменты		
8	https://krasnodar.okna-kpi.ru	1. Кол-во внедренных инструментов 2. Юзабилити 3. Функциональность 4. Информационное наполнение	1. Дизайн 2. Маркетинговые инструменты	Аутсайдер	

Выводы:

- Лидерами по числу сильных сторон являются сайты: <https://venta23.ru>, <https://krd.veka.ru>

- Аутсайдером по числу сильных сторон является сайт: <https://territoria-okon.ru>