



MEDIA
SCOPE

Поиск в E-COM

День Бренда
4 октября 2024

Почему мы любим поиск?

Количество

Запросов много

Ранний индикатор

Все начинается с поиска (с)

Динамичность

Запросы могут меняться

Актуальность

Люди пишут запросы в момент, когда их что-то интересует

Намеренность

Люди пишут запросы по своей инициативе, это не опрос и не случайный контакт

Откровенность

Запросы могут быть про что угодно, в том числе про то, что не обсуждают с другими

Взаимосвязь

Запросы могут быть связаны между собой и с другими активностями

Поисковый запрос

выраженный намеренный актуальный
интерес к какой-то теме или вопросу

складной зонт срочная доставка



Что мы знаем из поиска

Аудиторию

Объем, портрет, сегменты

Категории

Размер, особенности, пересечения

Бренды

Объем интереса, share of search

Площадки

Профиль, лояльность и др.

Привычки и паттерны поиска

Сезонность, тренды, и др.

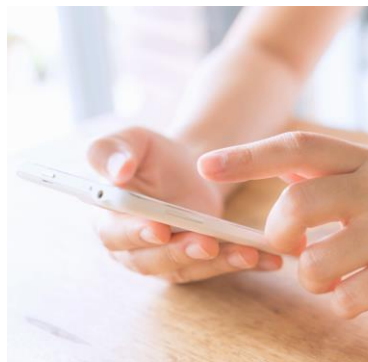
Запросы

Формулировки, длина, частота

Пересечения и конкуренция

В разрезе категорий, брендов, площадок

Поиск – базовая активность



В мобайле

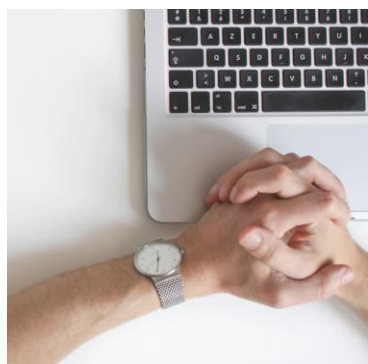
75%

85%

97%



100% – пользователи мобайла



В десктопе

43%

59%

92%



100% – пользователи десктопа

совершали поисковые запросы
транзакционные запросы
транзакционные запросы в e-com

Динамика поисковой активности

>3,2 млрд*

▲ +40%

поисковых запросов в среднем в месяц

9,1 дней

▲ +1

на человека в месяц в мобайле

35 запросов

▲ +4

на человека в месяц в мобайле

2,6 площадок

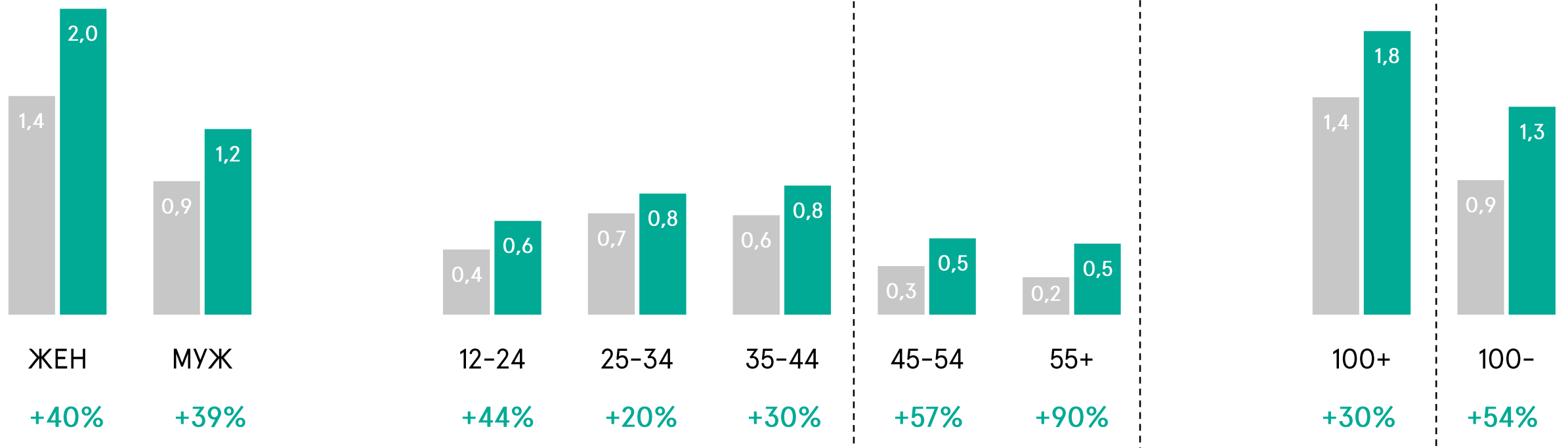
▼ -0,1

на человека в месяц в мобайле

Структура аудитории поиска

Запросов в месяц на группу

2022 vs 2024, млрд



Доля поиска брендов

18%

поисковых запросов включают в себя бренд

	% запросов с брендами
Игры и консоли	69%
Смартфоны	56%
Детское питание	51%
Аудиотехника	32%
Бытовая химия	27%
Обувь	24% ----->
Текстиль	4%
Декор и интерьер	2%
Товары для отдыха и пикника	1%

% запросов с брендами в категории «Обувь»

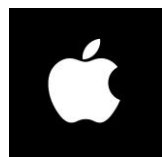


Wildberries
18%



Lamoda
69%

Топ-10 брендов в E-сoм поиске 2024



#1
Apple



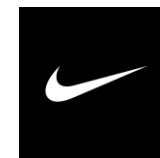
#2
Xiaomi



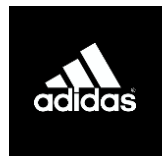
#3
Samsung



#4
Geforce



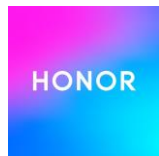
#5
Nike



#6
Adidas



#7
Realme



#8
Honor



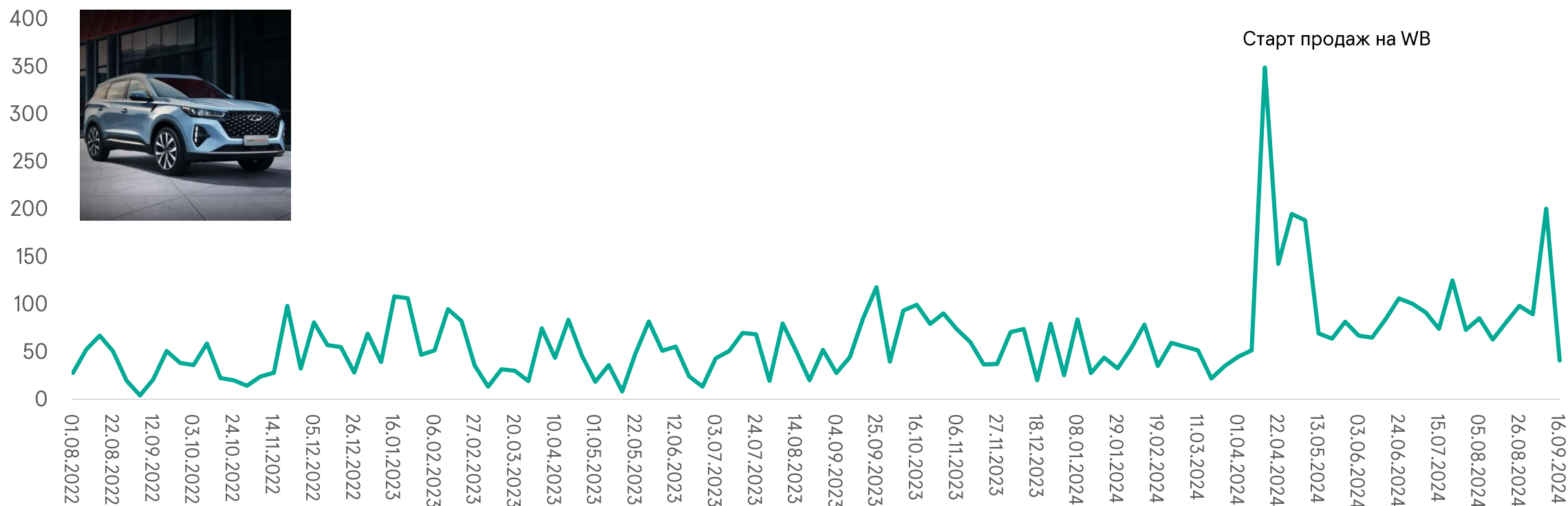
#9
AMD



#10
Lego

Тренды: интерес к бренду Chery

Число поисковых запросов в E-сom, тыс. шт.





Share of Search

(доля в поиске) – показатель намеренного органического интереса к бренду в контексте

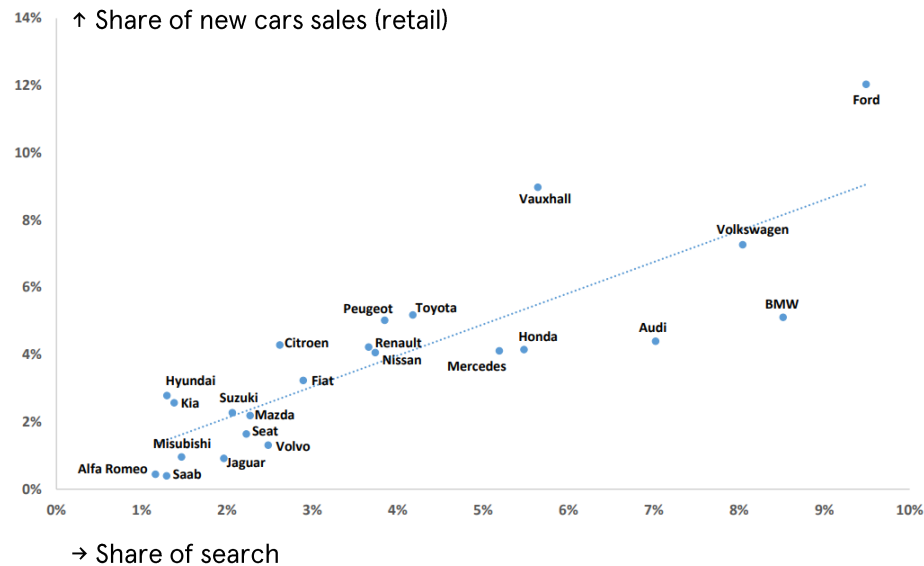
Формула

$$\textit{Share of searches} = \frac{\textit{searches for brand } x}{\textit{searches for all brands in category}}$$

Преимущества

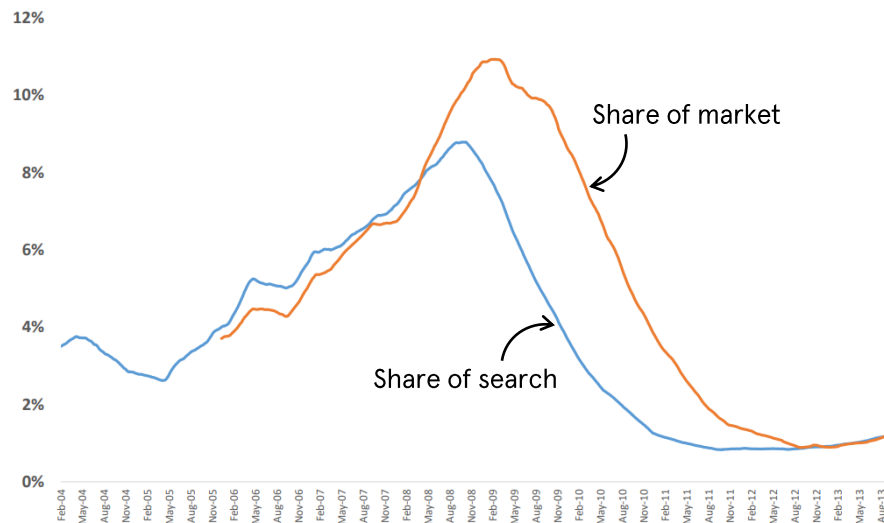
Устойчивая связь с Market Share

Пример: авто
Market Share vs Share of Search
2004-2014



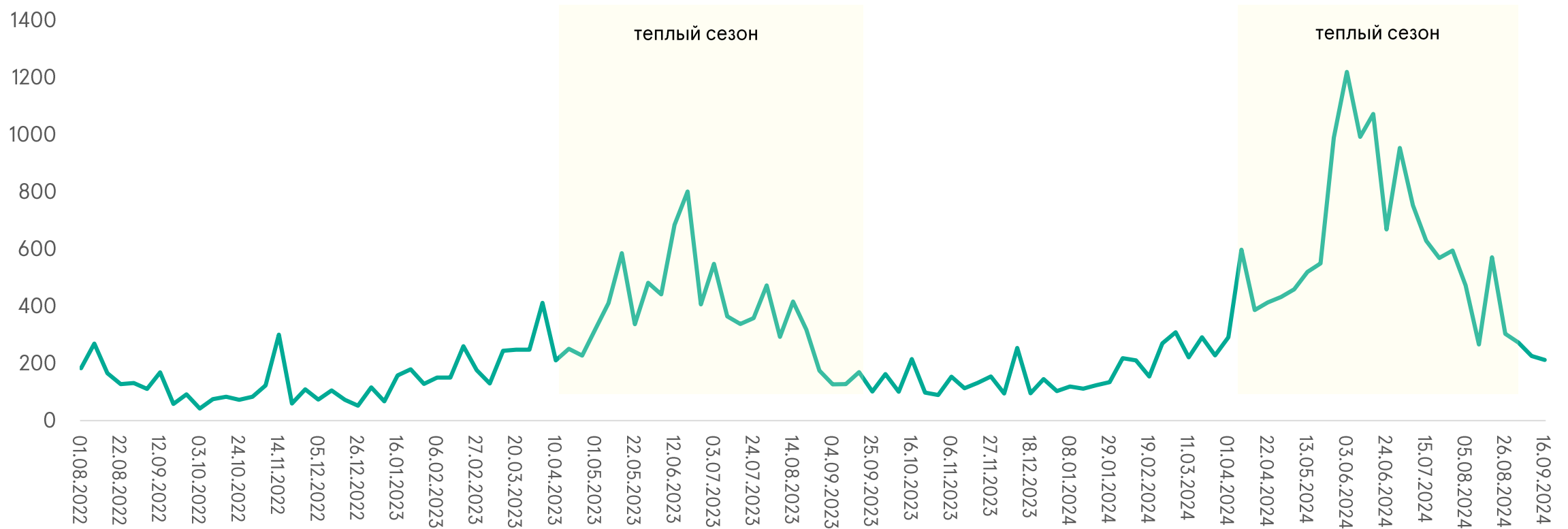
Ранний индикатор изменения интереса к бренду

Пример: смартфоны
Market Share vs Share of Search
LG



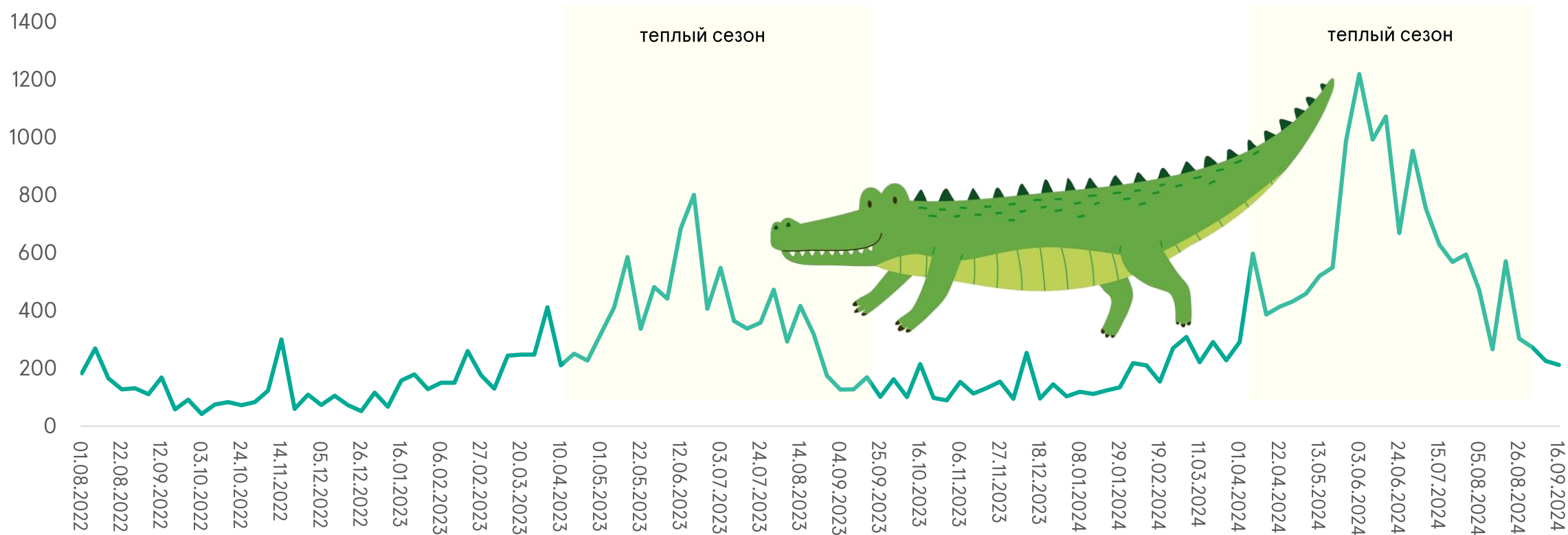
Динамика интереса к бренду

Число поисковых запросов в E-сom, тыс. шт.



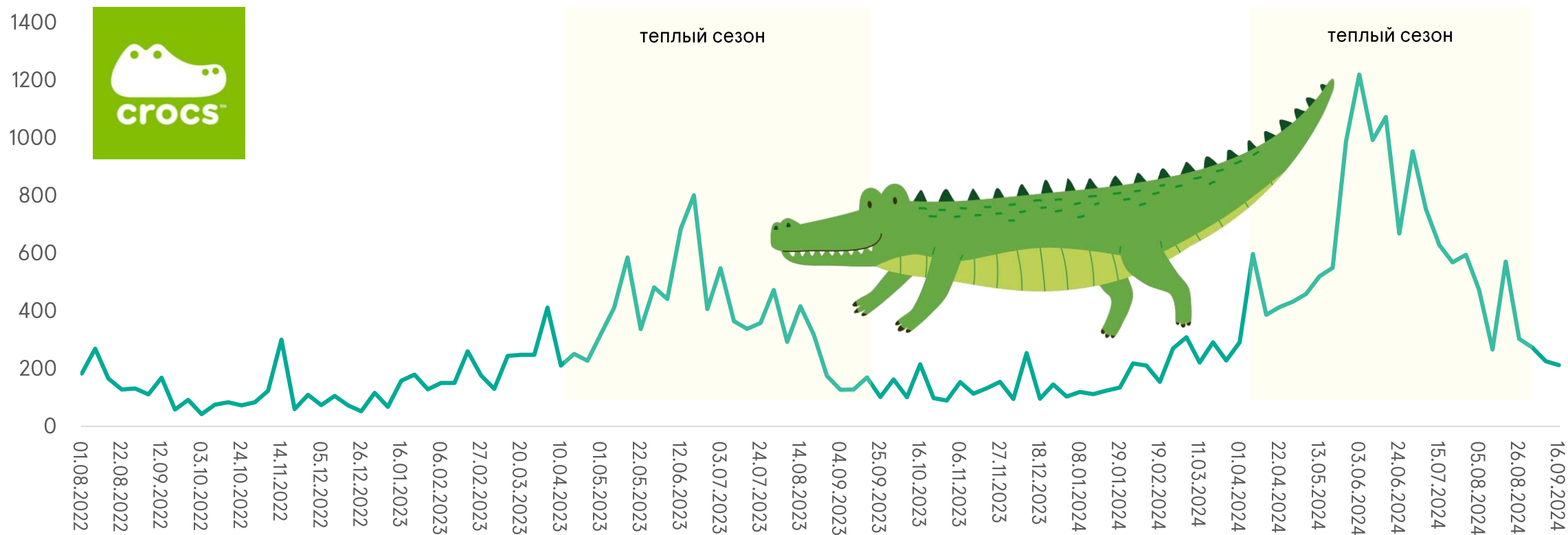
Динамика интереса к бренду

Число поисковых запросов в E-сoм, тыс. шт.



Динамика интереса к бренду

Число поисковых запросов в E-сoм, тыс. шт.



Share of search в категории «Обувь»

Июнь 2023

Crocs	15%
Nike	14%
Adidas	12%
T.Taccardi	5%
Converse	3%
New Balance	3%
Reebok	2%
Kari	2%
Rieker	1%
Asics	1%

Февраль 2024

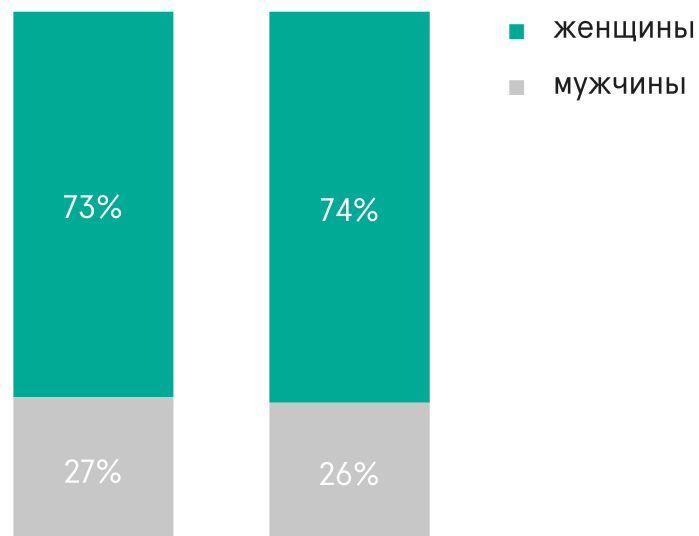
Nike	16%
Adidas	12%
New Balance	6%
Crocs	6%
Asics	3%
Ecco	2%
Vans	2%
T.Taccardi	2%
Puma	2%
Reebok	2%

Июнь 2024

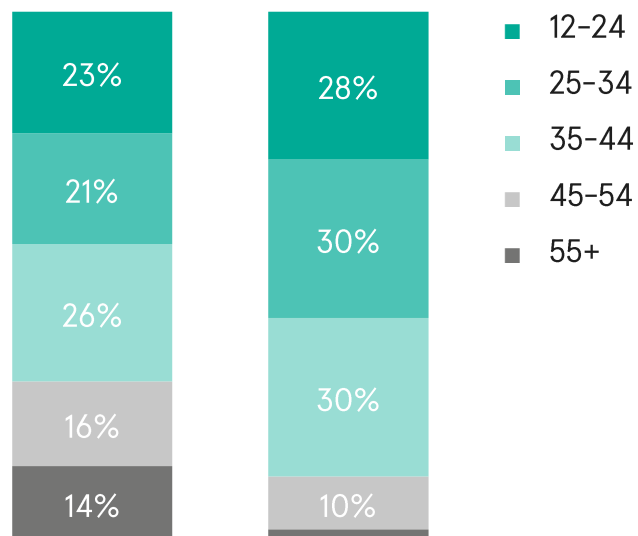
Crocs	19%
Adidas	12%
Nike	9%
T.Taccardi	6%
New Balance	3%
Asics	2%
Kari	2%
Vans	2%
Puma	2%
Reebok	2%

Кто ищет Crocs

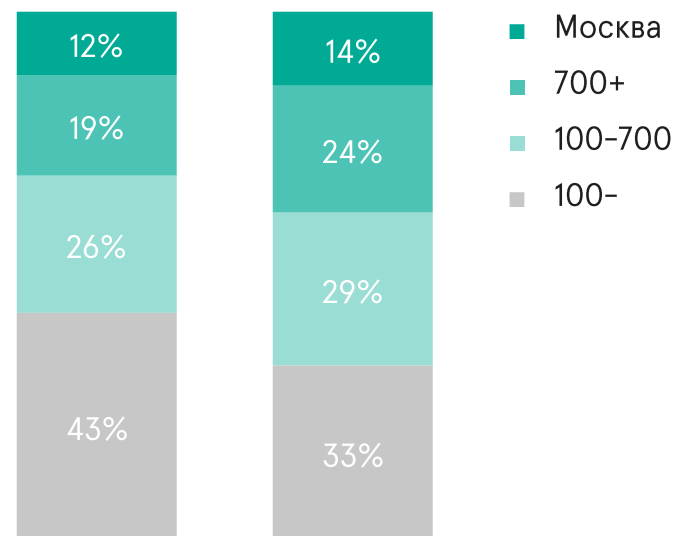
Пол



Возраст



Регион



Искали
обувь

Искали
Crocs

Искали
обувь

Искали
Crocs

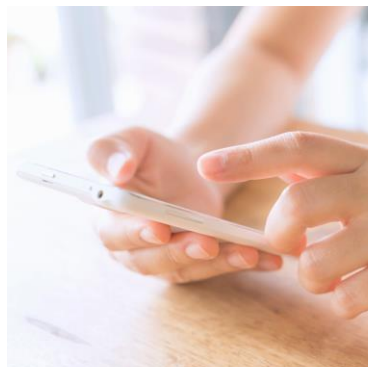
Искали
обувь

Искали
Crocs



Как мы это делаем?

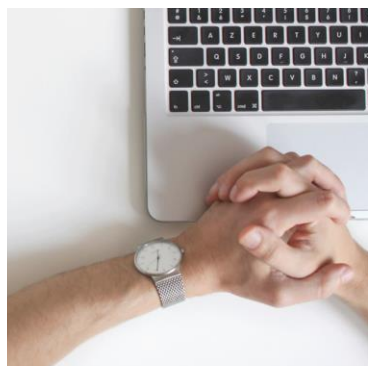
Источник данных – панели Mediascope



Мобильная панель

~20 000 человек

Инструмент – мобильное приложение



Десктопная панель

~15 000 человек

Инструмент – плагин в браузерах

Источник поисковых запросов

1 **Поисковые системы**

2 **Сайты e-commerce**

3 **Приложения e-commerce**

31 крупнейшие универсальные и специализированные площадки

Типы анализируемых запросов

Транзакционные

когда человек хочет узнать что-то про товар или услугу для покупки

**белая футболка
для мужчин**

Информационные

когда человек хочет получить некоммерческую информацию о чем-либо

**с чем надеть белую
футболку на вечеринку**

Навигационные

поиск места или ресурса

**где ближайшая
химчиска**

Классификация запросов

Объемы разметки:

- Уже разметили >3 млн. уникальных формулировок запросов
- Размечаем >60% формулировок

Методология:

- Скрипты, ML, ручной контур

Каталог:

- 61 категория: 23 макро-категории, 38 подкатегория
- >30 тыс. брендов с постоянным обновлением



А еще...

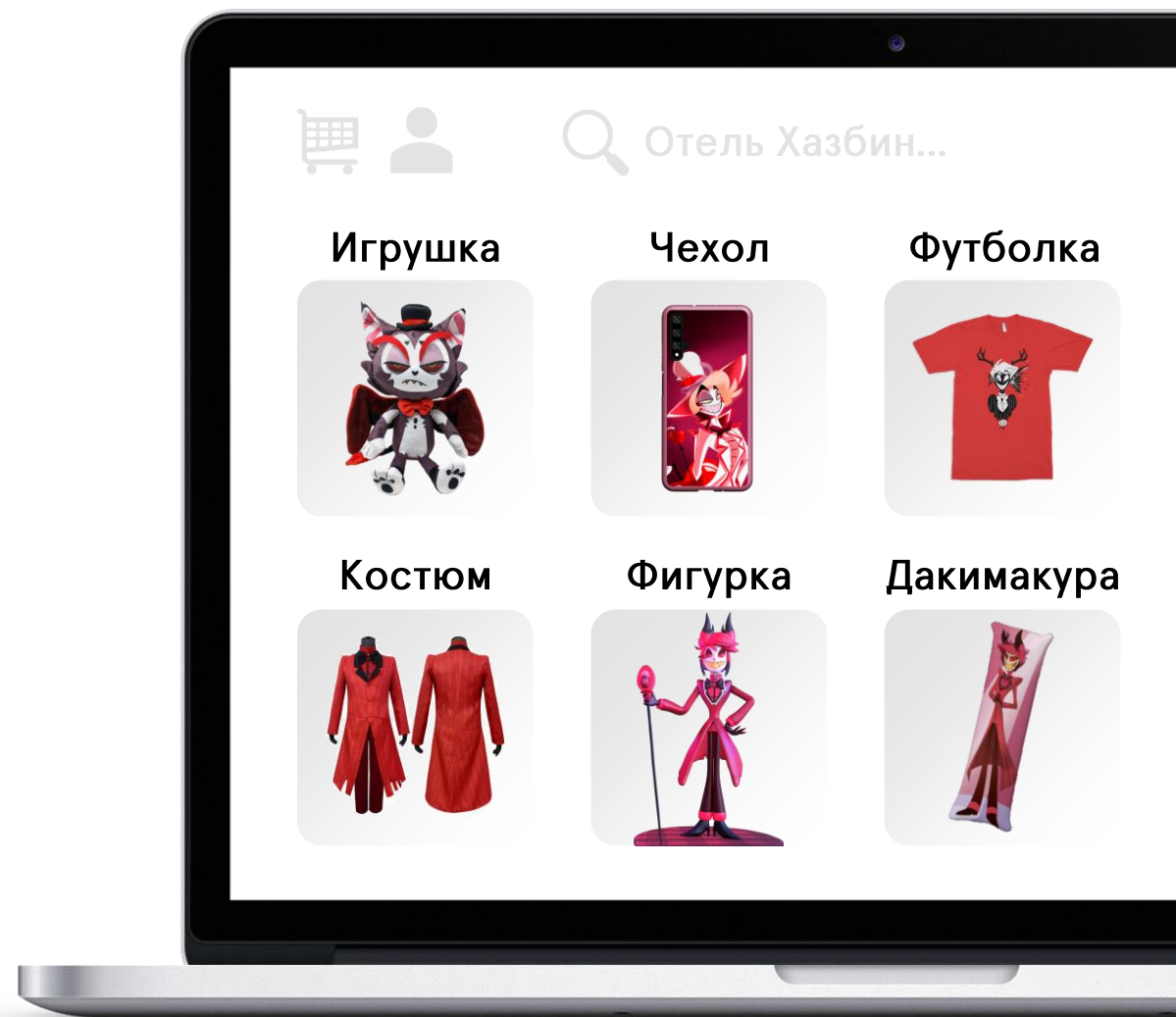
Влияние медиа

19 января
премьера мультсериала
«ОТЕЛЬ ХАЗБИН»



Количество искавших
(по неделям)

поиск контента
поиск в e-com



Поиск как один из элементов анализа

Один человек, один источник,
последовательность действий, пересечения

- ТВ: каналы, контент, реклама
- Радио: станции, контент, реклама
- Тегированная реклама: web & app
- YouTube: каналы, контент, реклама, поиск
- Видео-хостинги и онлайн кинотеатры: контент, поиск
- Телеграм: каналы
- Поиск в поисковых системах и на любых сайтах
- E-сoм: площадки, поиск, бренды, категории
- Использование ресурсов: категории, действия, разделы
- и другое



MEDIA
SCOPE

Спасибо!

Anton.Chestnykh@mediascope.net
t.me/mediascopedata