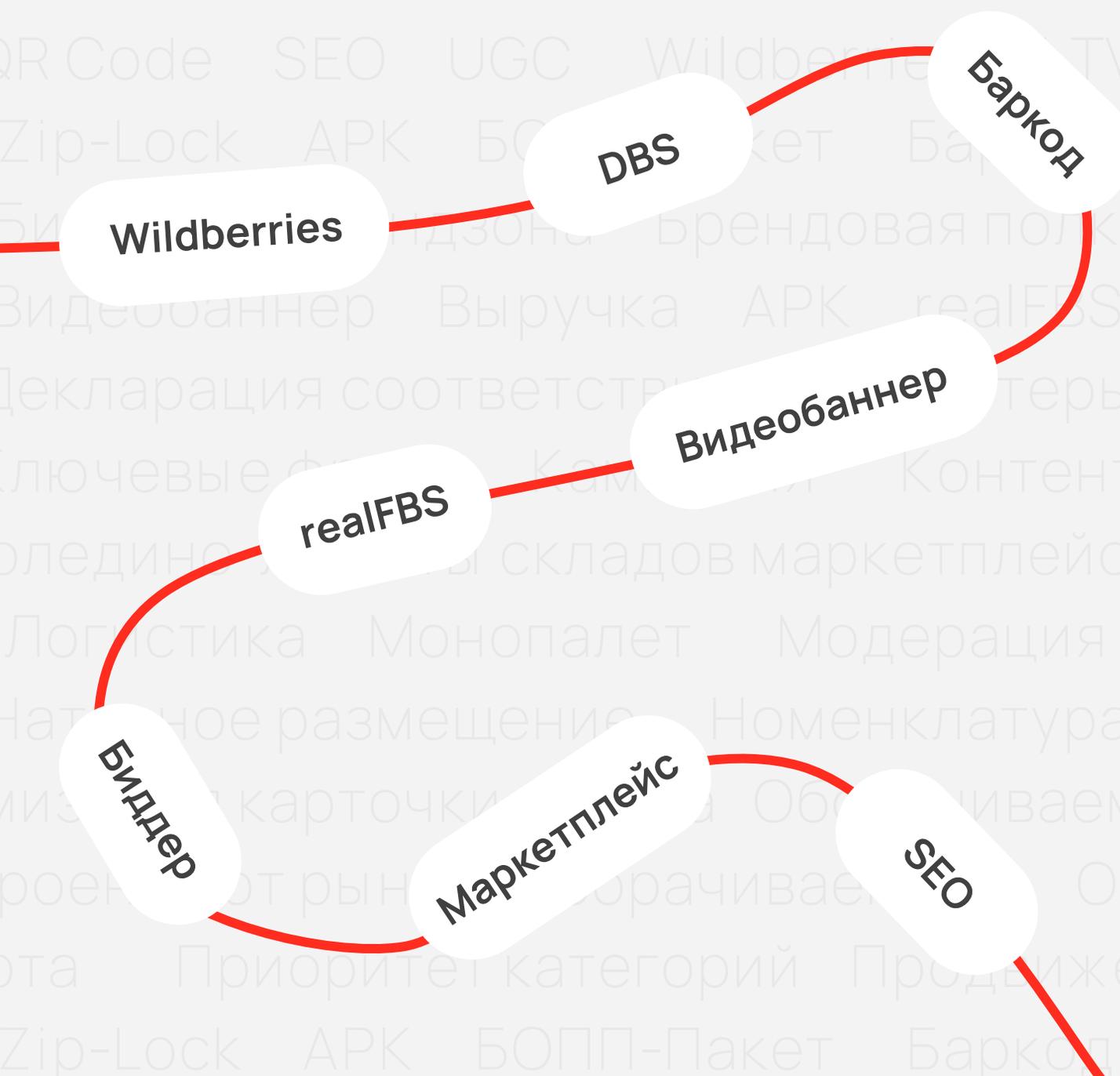


Глоссарий

Словарь продавца



Закрываем основные задачи и проблемы на маркетплейсах

0 компании



Перейти на сайт

Телеграм канал

Instagram



A

API

Способ обмена данными между маркетплейсом и сторонним сервисом. Например, учетная система, сервисы аналитики и прочее.

Application Programming Interface

C

CPM

Цена за 1000 показов в рекламных компаниях.

Cost per Mille



CPO

Средний показатель траты бюджета за 1 заказ (в рекламных компаниях).

Cost per Order



CTR

Показатель кликабельности. Рассчитывается на 1000 показов. CTR 1% = 10 кликов на 1000 показов.

Click Through Rate



CPC

Стоимость клика в рекламных компаниях.

Cost per Click

D

DBS

Это модель работы на маркетплейсе, когда площадка выступает только как витрина, а хранение товаров, оформление заказов, упаковка и доставка покупателю полностью лежат на продавце. Маркетплейс в этой модели — посредник: продавцу он дает возможность размещает свои товары, а покупателю их находить. Продавец платит комиссию за размещение товаров и перевод средств.

Delivery by seller

F

FBO

Это модель работы на маркетплейсе, при которой товар продавца находится на складе маркетплейса. Маркетплейс осуществляет приемку, обработку и доставку до конечного покупателя.

fulfillment by operator



FBS

Это модель работы на маркетплейсе, при которой товар находится на собственном складе или на складе фулфилмента. Маркетплейс принимает заказ, передает селлеру, а тот в свою очередь занимается упаковкой товара и передачей на пункт приема маркетплейс. Товар при такой схеме доставляется до клиента силами маркетплейса.

fulfillment by seller



FMCG

Это товары повседневного спроса, которые потребляет широкий круг людей. Они дешевые и их быстро покупают. Это продукты, бытовая химия (губки, средства для мытья посуды), косметика, средства личной гигиены и другие категории.

Fast Moving Consumer Goods



LTV

Это «пожизненная ценность клиента». Показатель прибыли за весь период взаимодействия с брендом.

В разрезе маркетплейсов чаще всего термин применим на товары с высокой повторной покупкой. Например, бытовая химия, продукты питания, товары повседневного спроса.

Lifetime Value



Push-уведомление

Всплывающее сообщение на экране телефона или компьютера. Push-уведомления используют, чтобы рассказать об акциях, новинках и новостях, для рекламы или системного оповещения (например, код для регистрации).

Push

R

realFBS (Ozon)

Модель работы на маркетплейсе Ozon, когда площадка используется только как витрина, а продавец берет на себя все остальные обязанности: хранение, обработка заказов, упаковка и отправка товара покупателю своей доставкой или с помощью специальных служб. Отличается от FBS тем, что в FBS за доставку отвечает маркетплейс, а в realFBS доставка полностью лежит на продавце.



Rich Content

Инструмент для создания мультимедийного контента в поле «Описание» в карточке товара. Rich Content позволяет добавить в описание не только текст, но и фото и видео — сделать это в режиме редактирования карточки. Его использование повышает рейтинг карточки и товар лучше ранжируется.

Q

QR Code

Уникальный идентификатор товара, который чаще всего используют для маркировки, который с недавних пор приобрел большую популярность. В отличие от штрихкода, в QR Код можно зашить любую информацию. От картинок до больших текстов.

Quick Response code

S

SEO-оптимизация

Оптимизация семантического ядра под требования и алгоритмы определенной площадки, для достижения максимального кол-ва показов и ранжирования.



SKU

а также SKU или СКЮ – это товарный идентификатор, или по-другому – артикул.

Stock keeping unit

U

UGC

Это контент, который создают пользователи. Для продавцов – это фотографии, видео, изображения, описания, шрифты, логотипы и иконки, для покупателей – это отзывы, которые могут содержать текст, фото и видео.

User Generated Content



UTM-метка

Специальный тег, который добавляют в адресную строку (URL), чтобы отследить источник трафика, то есть понять из какого канала пользователь пришел на сайт.

W

WB

Wildberries – популярный маркетплейс.



Zip-Lock

Вид упаковки, представляющий из себя полиэтиленовый пакет с замком.



Артикул Цвета / Размера

Вариант исполнения товара в ином цвете или размере.



АРК

Автоматическая рекламная компания, которая объединяет в себе рекламу в поиске, рекламу в каталоге, рекламу в карточке товара. Ключевые запросы, по которым идут показы формируются самим маркетплейсом. Ставкой регулируется кол-во мест, на которые поднимется ключевой запрос.



Аукцион в рекламе

Торги между рекламодателями в режиме реального времени, во время которых участники назначают ставки – цену за количество показов или клик. Участники, которые выставили большую сумму, побеждают, и именно их рекламу видит пользователь.



Артикул

Код из букв и цифр, который присваивают товару, чтобы отличать его от других продуктов в ассортименте по разным характеристикам: цвету, размеру, модели, производителю и другим признакам.

Б

БОПП-Пакет

Вид упаковки товара, представляющий из себя шелестящий пакет с клеевым слоем.



Баркод

Уникальный идентификатор товара, который чаще всего используют для маркировки. Основной формат, использующийся на большинстве маркетплейсов: EAN-13

Штрихкод



Биддер

Внешний сервис управления рекламными компаниями.



Баллы за отзывы (Ozon)

Акция, которую использует продавец для увеличения количества отзывов о товарах. Пользователь оставляет отзывы на товары от конкретного продавца и получает баллы, которые может потратить на другие покупки на маркетплейсе. За разные отзывы (без фото, с фото или с видео) начисляют разное количество баллов.



Баннерная реклама

Большое рекламное объявление на первой странице маркетплейса. Это крупный формат, который используют, чтобы охватить максимальное количество пользователей, повысить узнаваемость бренда и привлечь внимание к акциям, скидкам и специальным предложениям.



Брендзона (Ozon)

Отдельная рекламная страница на маркетплейсе с расширенной информацией о бренде, товарах и подборках продуктов, которая оформлена в фирменном стиле.



Брендбук

Единая стилистика и позиционирование разных составляющих бренда. Например: цвет и дизайн карточки товара, коробок и упаковки, вложений в товар, мерч, аксессуары и подарочная продукция (раздатка).



Брендовая полка

Формат рекламы в поиске, который включает баннер, текст, подборка из 3-9 ваших товаров и кнопка. Полку показывают на страницах поиска и категорий. При клике по товару пользователь перейдет на карточку товара, на баннер или заголовок — на указанную страницу, это может быть витрина магазина или подборка товаров. Рекламу настраивают по ключевым фразам.



Видеобаннер (Ozon)

Рекламный блок с видеороликом. Максимальная длительность — 30 секунд, рекомендуемая — 15 секунд.



Витрина

Страница магазина на маркетплейсе, на которой собрана информация о продавце, его рейтинг, оценки покупателей, акции, скидки, категории товаров и сами товары, которые можно фильтровать. Попасть на витрину можно по прямой ссылке, из карточки товара или из поиска на маркетплейсе.



Внешний трафик

Трафик на карточку товара, который собирается ВНЕ маркетплейса. Например: Таргетированная, контекстная реклама, блогеры.



Выручка

Сумма продаж за период.



Упущенная выручка

Сумма Потенциально потерянных продаж из за отсутствия товара в наличии.



Выкуп

Непосредственный забор товара покупателем с ПВЗ. В отличие от заказа, выплаты поставщику происходят только за выкупленный товар. Заказ выкупом не является.



Внутренняя система аналитики

Сервис для просмотра статистики продаж, конверсий внутри конкретного маркетплейса.



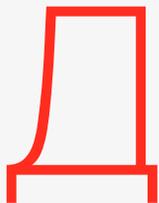
Внешняя система аналитики

Сторонние сервисы, которые собирают открытую информацию по селлерам, структурируют ее, собирают базы данных за разные периоды.



Воронка продаж

Маркетинговый инструмент, который описывает путь клиента от первого касания до покупки.



Декларация соответствия

Вид разрешительной документации, подтверждающий соответствие продукции требованиям стандартов безопасности.



ДРР

Процентное соотношение расхода на продвижение к стоимости проданных товаров.
ДРР = расходы на рекламу / доходы от рекламы.

Доля рекламных расходов



Индекс видимости

Параметр, который показывает, на какой именно странице поиска или каталога чаще всего находился товар за сутки.



Индекс локализации

Значение, показывающее процент присутствия товара на региональных складах на которые поступают заказы.



Индекс цены

Значение, сформированное маркетплейсом, показывающее отклонение ценообразования от аналогичных товаров.



Кластеры

Группа ключевых запросов, объединённая единым смыслом.



Карго

«Серый» вариант импорта товара.



Кампания

Кампания (рекламная) – инструмент, позволяющий привлечь потенциальную аудиторию на карточку товара.



Карточка товара

Страница на сайте с названием товара, его описанием, фотографией и/или видео, характеристиками, стоимостью, отзывами.



Категорийная рассылка

Email-рассылка для пользователей, в которой представлены товары из определенной категории.



Категорийное размещение (Реклама в каталоге)

Публикация рекламного объявления на страницах категорий товаров. Объявления могут быть разного формата.



Комиссия

Процент, который взимает маркетплейс за продажу товара.

Как правило, определяется категорией, к которой относится товар.



Ключевые фразы

Слова и словосочетания, которые описывают товар и по которым пользователь сможет его найти.



Коэффициент приемки

Коэффициент наценки на прием товара, применяемый определенным складом, в зависимости от его загруженности.



Контент

Визуальное наполнение карточки, которое включает в себя : фото, видео, инфографику.



Коледино

Один из основных складов WB, находящийся в деревне Коледино, на юге Московской области.



Конверсия

Соотношение количества посетителей, которые совершили целевое действие к общему количеству.



Конверсия в заказ

Процент пользователей от общего числа, которые перешли по рекламе и совершили заказ.



Конверсия в покупку.

Процент пользователей от общего числа, которые перешли по рекламе, сделали заказ и совершили покупку (!).



Конкурентная ставка

Рекомендованное значение ставки за заказ рекламы, по отношению к конкуренту.



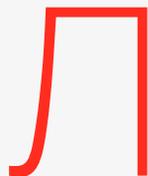
Код маркировки

Уникальный идентификатор, который содержит данные о производителе и передвижении товара. Он нужен для того, чтобы в продажу не поступали контрафактные товары, которые могут производить без соблюдения мер безопасности и которые наносят ущерб легальным производителям. Код печатают на этикетке и приклеивают на товар. После того, как покупатель получает товар, код становится неактивным и выводится из оборота, а маркетплейс делает чек. Информация через онлайн-кассу попадает в налоговую и «Честный знак». такие критерии: местоположение, авторизация на маркетплейсе и сегменты (наборы условий которые выполняются или нет).



Контекстная рекламная компания

Как правило, в поисковых системах (Яндекс Директ, Google AD).



Лимиты складов маркетплейса

Показатель, который как правило измеряется в штуках. Указывает на кол-во товаров, который может принять конкретный склад.



Логистика

Доставка товара.



Монопалет

Вид транспортировки товара, который подразумевает нахождение до 3-х различных артикулов на одном деревянном палете.



Маркетплейс

Торговая онлайн-площадка в Интернете, которая предоставляет продавцам возможность размещать свои товары, а покупателям находить.



Маркировка рекламы

Маркировка рекламы (идентификатор) — это уникальное обозначение рекламы при помощи букв и цифр, благодаря которому можно отследить.



Монополия на маркетплейсах

Показатель, который обычно измеряется в процентах. Он указывает, какой процент в категории на себе замыкает продавец или бренд.



Медийная реклама

Медийная реклама (сокр. «медийка») — это текстовые, графические, фото и видео объявления, которые направлены на повышение узнаваемости и формирование положительного отношения к бренду.



Минус-Фразы

Ключевые слова, исключенные из показов рекламной компании.



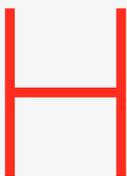
Модерация

Процесс проверки рекламного объявления на соответствие требованиям маркетплейса: соответствие тематики рекламы поисковым фразам и странице, на которую она ведет, добросовестность и достоверность объявления (отсутствие сравнений с другими товарами, упоминание конкурентов и т.д.) и другие параметры.



Мерч

Определенная продукция с символикой и стилистикой бренда.



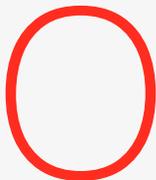
Нативное размещение

Публикация рекламного контента в формате полезного материала без прямого призыва к покупке.



Номенклатура

Перечень товарных позиций и категорий, которыми торгует seller.



Оптимизация карточки товара

Комплекс мер, который может включать в себя: работу с SEO, контентом, продвижением, направленный на исправление недочетов и построение под текущие алгоритмы, направленное на улучшение конверсий.



Отстроение от рынка

Возможность позиционирования товара за счет различных особых преимуществ товара. Например: уникальные характеристики, размеры и цвета товар, выделяющийся контент, дополнительные вложения в товар, проработанная упаковка.



Отказное письмо

Вид разрешительной документации на торговлю определенным товаром, который указывает на то, что на товар не требуется обязательная сертификации.



Оборачиваемость

Показатель в днях, указывающий через какое кол-во дней продается весь товар, находящийся на складе.



Отзыв

Впечатление покупателя о товаре, которым он делится в специальном разделе на маркетплейсе.



Охват

Количество уникальных пользователей, которые увидели рекламный контент.



Оферта

Вид электронного договора.



ПВЗ

Пункт выдачи заказов.



Промо-акция

В offline формате – комплексное мероприятие, направленное на знакомство с брендом или определенным товаром.

В online формате – вид рекламной компании.



Приоритет категорий

Алгоритм ранжирования ключевых запросов, основанный на распределении ключевых запросов по целевым категориям.



Предметка (Предметная фотосъемка)

Вид фотосъемки, задача которого – презентовать товар.



Продвижение

Комплекс действий, направленных на улучшение ранжирования карточки и увеличение ее заказов и продаж.



Пупырчатая пленка / Бабл пленка

Вид упаковочного материала, используемый в основном для хрупких товаров



Процент выкупа

Показатель, указывающий количество покупок на 100 единиц.



Позиция товара

Место карточки товара в поисковой выдаче.



Показы

Показы (просмотры) — это сколько раз ваше объявление посмотрели пользователи. Показы и охваты — это разные метрики. Если пользователь два раза видел вашу рекламу, будет 2 показа. А охват будет 1, потому что все два раза рекламу видел один и тот же человек.



Продвижение в поиске

Реклама товаров в органической поисковой выдаче, основанная на ключевых запросах.



Предпросмотр

Специальная настройка в визуальном редакторе или рекламном кабинете, с помощью которой можно посмотреть как будет отображаться реклама или карточка товара на разных устройствах на маркетплейсе.



Релевантность

Соответствие товару.



Раздатка

Аксессуары и подарочная продукция с символикой и стилистикой бренда, которые обычно раздают на выставках и промо-акциях.



Редирект

Инструмент, который перенаправляет трафик из поиска на конкретный бренд или категорию. В рекламе на маркетплейсах редирект используется для того, чтобы сразу направить пользователя на конкретный бренд. Например, вы вводите в поиске «шкаф» и в предложенных снизу запросах видите предложение от конкретного бренда мебели.



Рейтинг товаров

Средний показатель качества продуктов, который складывается из отзывов, и влияет на выбор покупателей.



Рентабельность

Отношение прибыли к себестоимости товара. Измеряется в процентах.



Реклама в карточке

Реклама в карточке конкурента, относящейся к данной категории товара.



Рекламная кампания

Комплекс мероприятий, которые направлены на продвижение конкретного товара или бренда.



Рекламный кабинет

Сервис внутри маркетплейса для настройки рекламных кампаний и отслеживания их эффективности. В рекламном кабинете продавец может собрать статистику по разным каналам, добавить товары в рекламу, оптимизировать ставки.



Рекомендации

Подборки товаров на маркетплейсе, которые могут заинтересовать пользователя. Рекомендации могут быть: товарными — это похожие и сопутствующие товары в зависимости от просматриваемой карточки; персональными — подборки товаров на главной странице и в избранном.



Самовыкуп

Один из «серых» методов продвижения, как правило используемый для поднятия рейтинга карточки и возможности оставить себе же отзыв.



Самозанятый

Лицо, которое может торговать на маркетплейсами ТОЛЬКО hand-made продукцией.



Садовод

Один из крупнейших оптовых рынков в России.



Сегментация

Распределение данных по различным сегментам. Например: цена товара, возраст и интересы покупателя и многое другое.



Сезонность товара

Товар, который приобретает наибольшую популярность в определенный период времени.



Сравнительный анализ категорий

Комплекс аналитических действий, направленный на сравнение, калибровку и сортировку показателей категорий и выбор наиболее релевантной под определенные запросы.



Стикеровка

Оклейка товара клейкими этикетками, которые как правило содержат наименование, артикул и штрихкод товара, а так же доп. информацию о нем.



Селлер

Это продавец товаров на маркетплейсе.

seller



Спонсорский товар

Рекламный блок внизу карточки товарам с релевантными предложениями от продавцов, которые продвигают свои продукты через «Трафареты» (один из форматов продвижения в поиске на Ozon).



Сертификат соответствия

Вид разрешительной документации на торговлю товаром, подтверждающий безопасность продукции и согласованность со стандартами, установленными техническими регламентами или ГОСТом.



СПП

Скидка постоянного покупателя.



СТМ

Официально зарегистрированная в патентном бюро собственная торговая марка.



Страница магазина

Страница с витриной продавца на маркетплейсе, на которой указано название бренда, рейтинг, отзывы, категории товаров и расположены сами товары, которые можно фильтровать.



Ставка на 1000 показов

Оплата, которую берет маркетплейс за 1000 показов рекламного объявления.



Таргетинг

Процесс настройки показа рекламы конкретному сегменту аудитории на основании определенных характеристик.



Товарка

Вид бизнеса, основанный на продаже товара, повседневного спроса (не одежда).



Товар-локомотив

Полезный товар, который делает основную выручку селлера и создает конверсии на остальной товар магазина.



Термопринтер

Вид принтера, который используется для печати на термо-этикетках.



Термоэтикетки

Клейкие этикетки, которые как правило используют для маркировки товара.



Тренд

Формирование и увеличение интереса на определенную тему, в том числе и к определенному товару.



Трафареты (OZON)

это комплексный инструмент для рекламы товаров на Ozon, который позволяет продвигать товары более чем в 12 рекламных форматах на сайте и в приложении маркетплейса. Где размещаются рекламные товары: на страницах поисковой выдачи и категорий; на третьей и последней страницах выдачи — над самой выдачей и в блоке «Спонсорский товар»; в рекомендательных полках — в корзине, в карточке, после оформления и оплаты заказа, на странице

заказа, в отзывах и вопросах; на главной странице в блоке «Возможно, вам понравится» в приложении. Используя трафареты, вам не нужно самостоятельно подбирать места и условия показа рекламы — систем сделает все за вас.



Инфографика

Графические элементы и дизайн, дополняющие фотографии для увеличения показателей конверсий и донесения до клиента особенностей и преимуществ товара.



Импорт

Ввоз товара из за границы.



Уникальный посетитель

Конкретный пользователь с его уникальными характеристиками (браузер, устройство, гео, IP-адрес, cookies и другие), который заходил на сайт в течение определенного периода времени.



Узнаваемость бренда

Уровень осведомленности целевой аудитории о компании и ее способность узнать бренд среди конкурентов. Узнаваемость чаще всего измеряют при помощи Brand Lift — это исследование влияния рекламной кампании на основании опросов, которые пользователь видит во время потребления контента.



Фулфилмент

Предпродажная подготовка товара, которая включает в себя: хранение товара, сортировка и отбор брака, упаковка и маркировка, формирование заказов и доставка на склад маркетплейса или сразу в пункты приема. В зависимости от того, как продавец и маркетплейс распределяют обязанности, есть несколько моделей работы – FBO, DBS, FBS, realFBS. Например, маркетплейс отвечает за забор товара и доставку его на свой склад или наоборот – продавец сам привозит товары в пункты приема.

fulfillment



Фиксированные фразы

Ключевые запросы только по которым будут показы.



Честный знак

Система маркировки, которая позволяет отследить путь товара от завода до потребителя и защищает товары от подделки. Во-первых, подделки могут производить в ненадлежащих условиях, пренебрегая мерами безопасности. Во-вторых, товары-подделки наносят ущерб легальным производителям – как правильно, они стоят намного дешевле. Производитель приклеивает на товар уникальный код, который можно просканировать и посмотреть всю информацию о товаре.

Если этого кода нет, перед вами может быть сомнительная продукция — вы можете отправить жалобу через приложение «Честный знак».



Частота показов

Параметр, который показывает сколько раз один пользователь увидел рекламное объявление за период времени.



Частотность

Кол-во запросов на определенный ключевой запрос. Частотность бывает высокочастотной, среднечастотной и низкочастотной.



Электросталь

Один из основных складов WB, находящийся на востоке Московской области.



Юнит-экономика

Экономический анализ, указывающий прибыль с одного товара.

Закрываем основные задачи и проблемы на маркетплейсах

0 компании



Перейти на сайт

Telegram канал

Instagram

