



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.

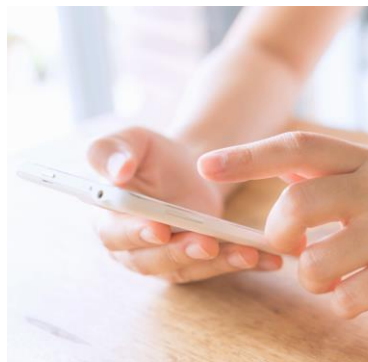
## Запросы

Формулировки, длина, частота

## Пересечения и конкуренция

В разрезе категорий, брендов, площадок

# Поиск – базовая активность



## В мобайле

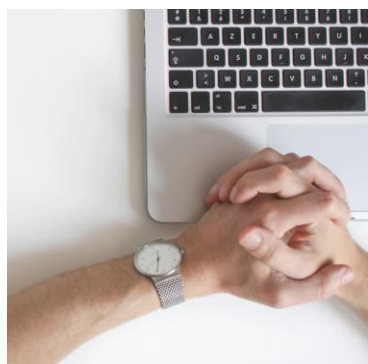
75%

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**

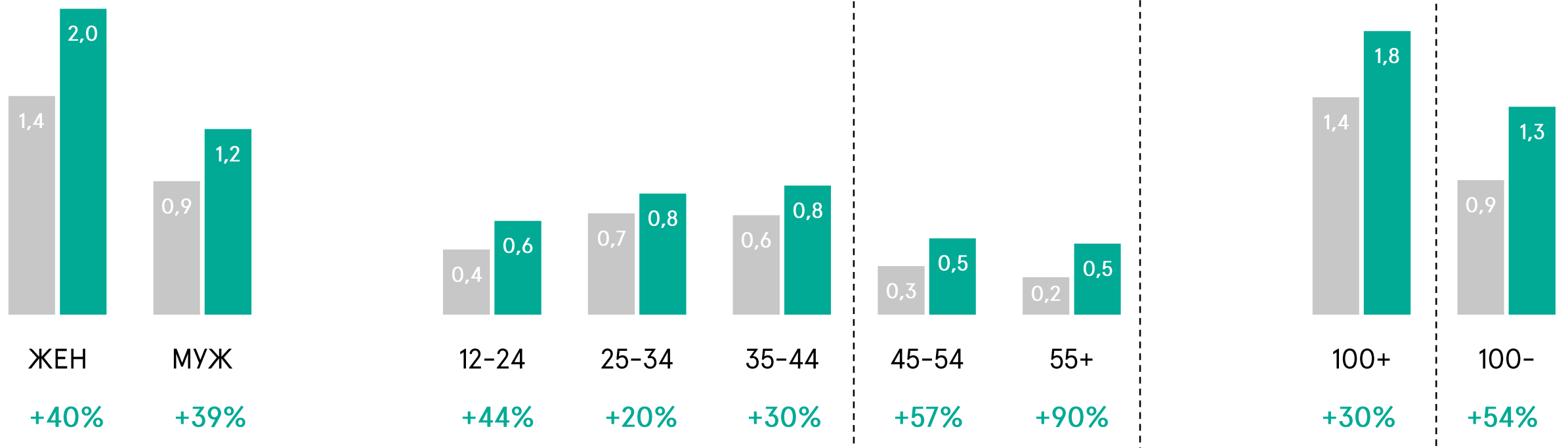
▼ -0,1

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»



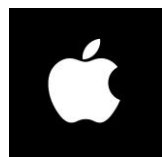
Wildberries  
18%



Lamoda  
69%



# Топ-10 брендов в E-сoм поиске 2024



#1  
Apple



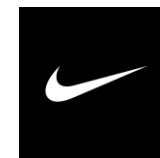
#2  
Xiaomi



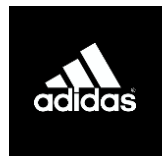
#3  
Samsung



#4  
Geforce



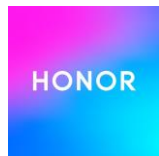
#5  
Nike



#6  
Adidas



#7  
Realme



#8  
Honor



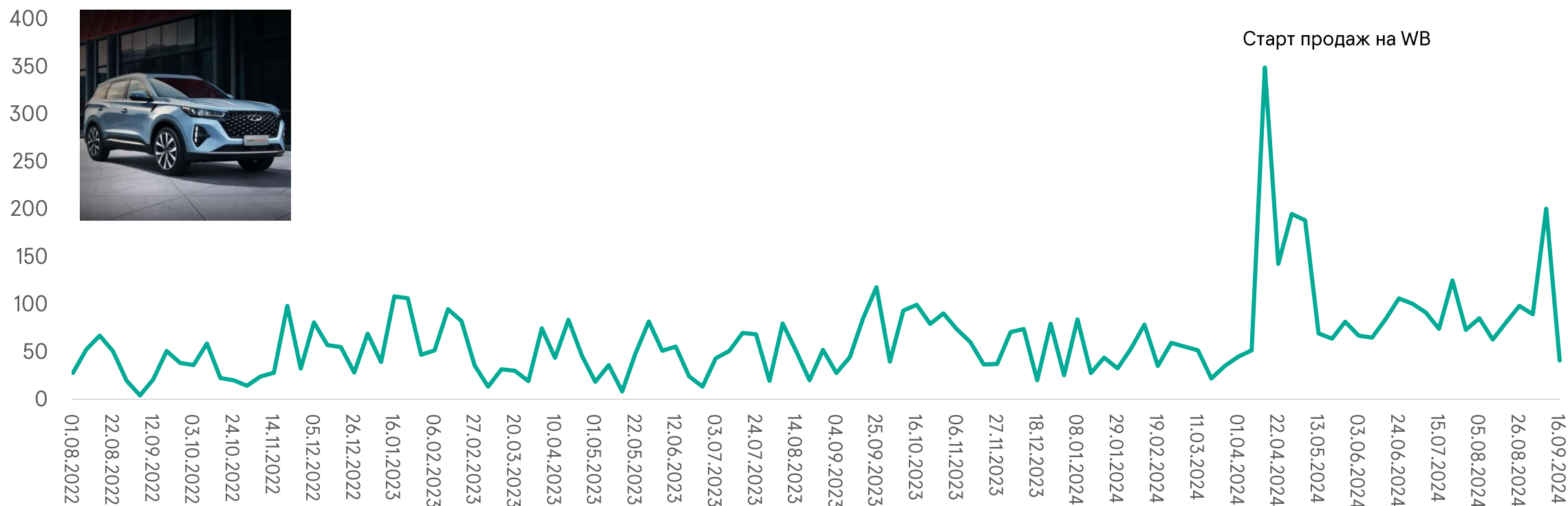
#9  
AMD



#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

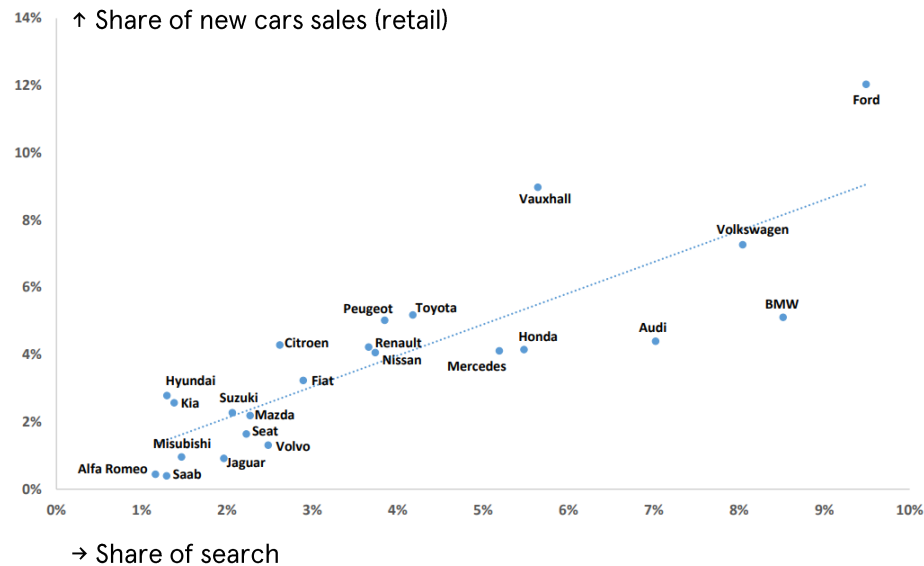
# Формула

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

# Преимущества

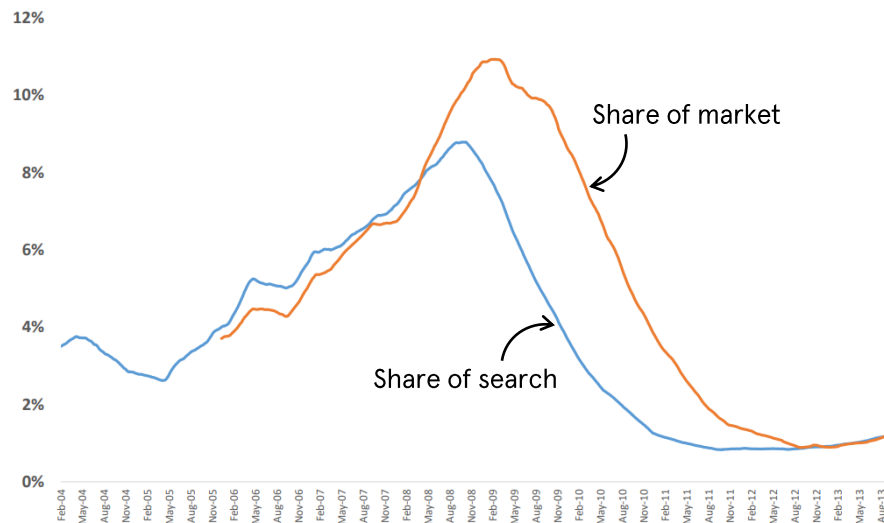
## Устойчивая связь с Market Share

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



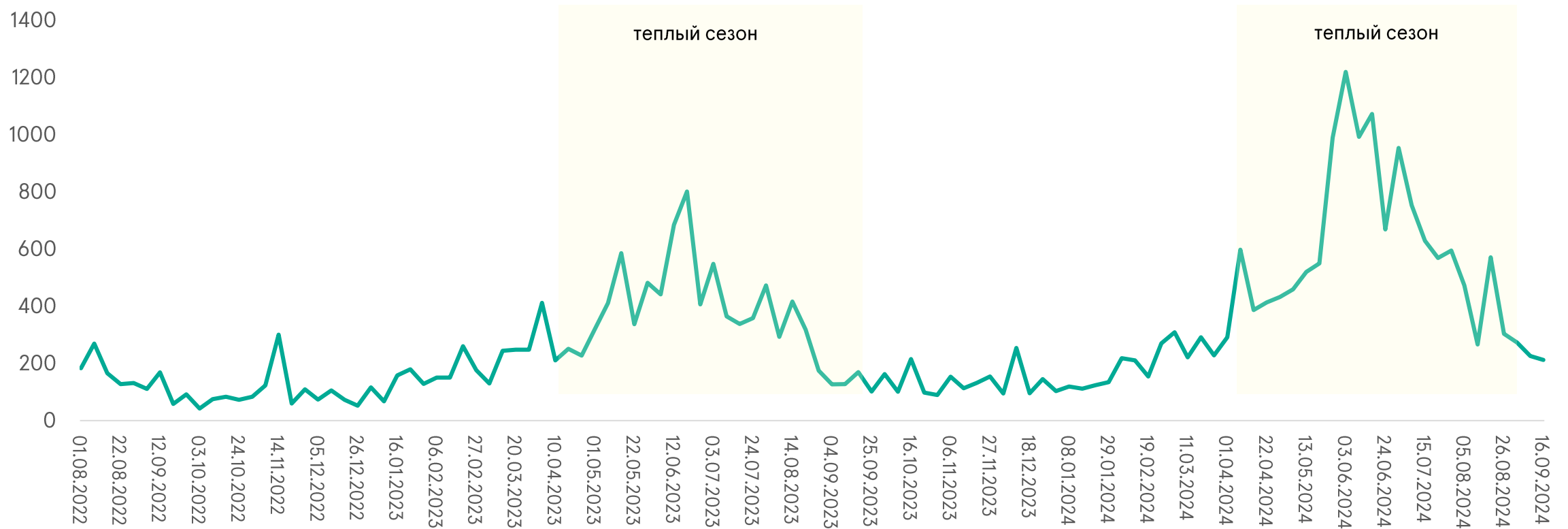
## Ранний индикатор изменения интереса к бренду

Пример: смартфоны  
Market Share vs Share of Search  
LG



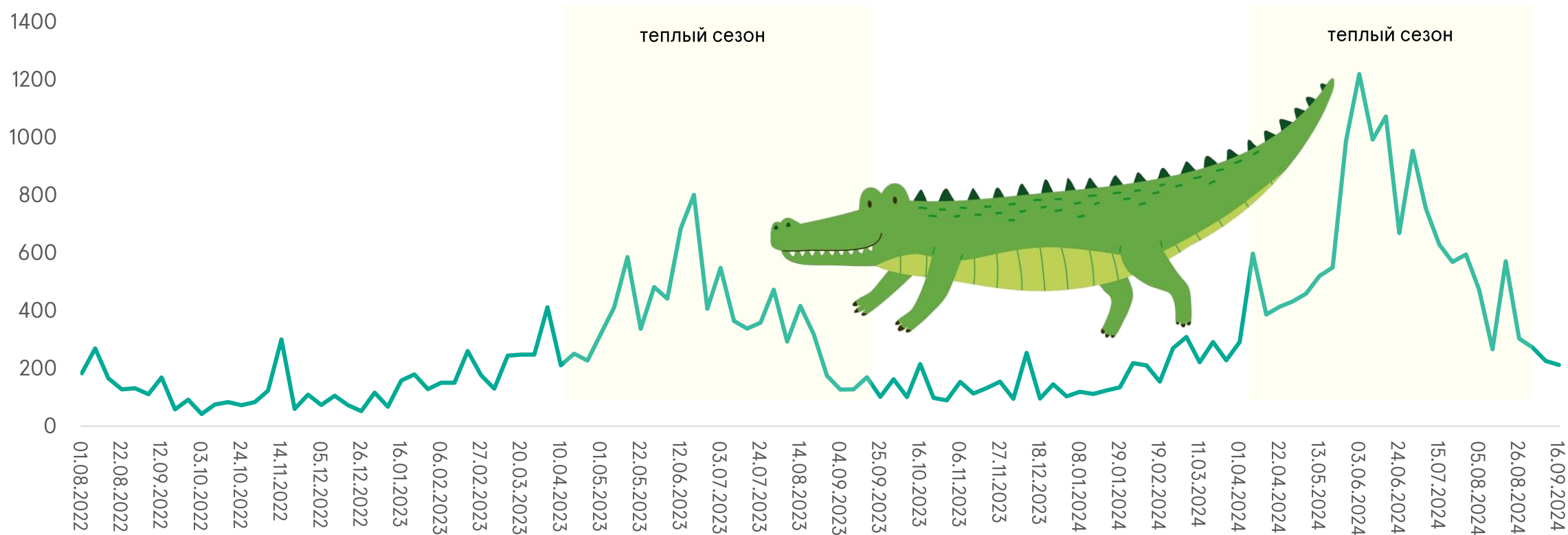
# Динамика интереса к бренду

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



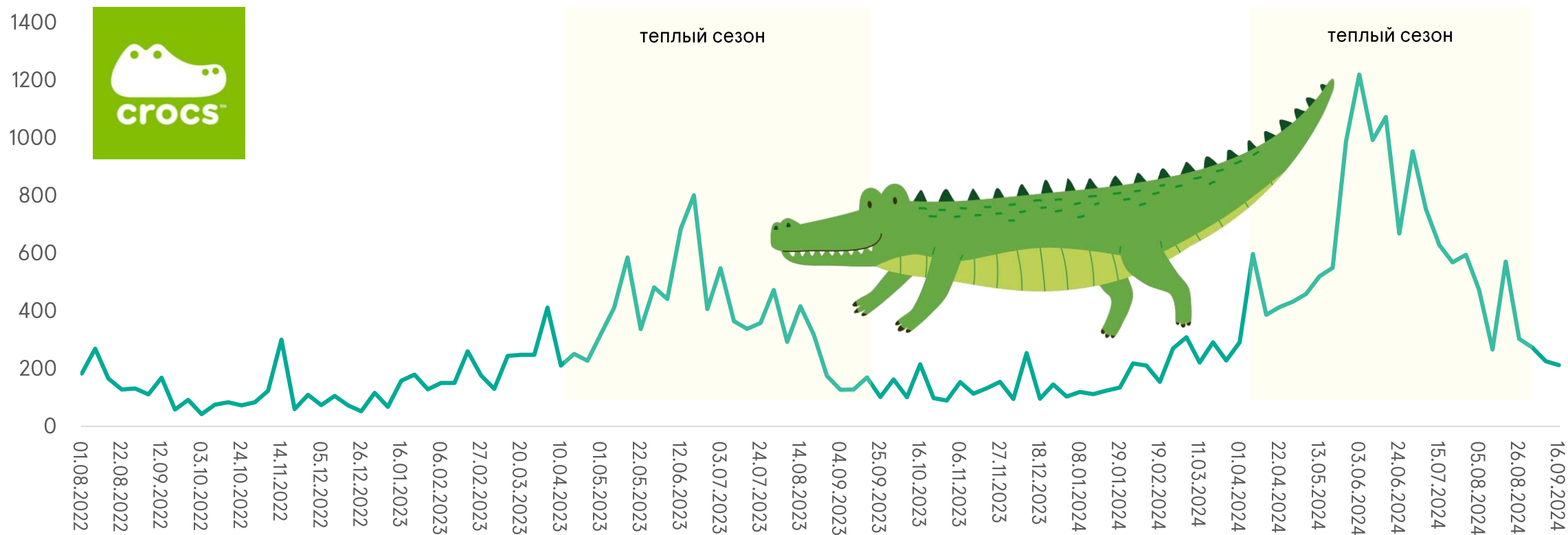
# Динамика интереса к бренду

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



# Динамика интереса к бренду

Число поисковых запросов в Е-сom, 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

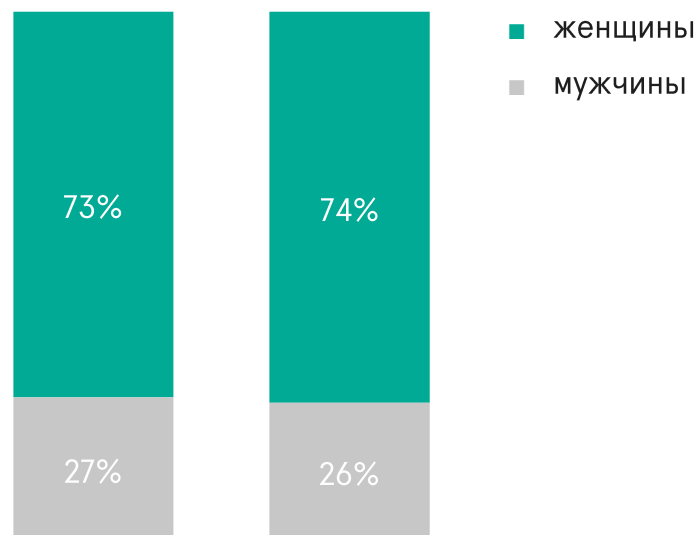
Nike	16%
Adidas	12%
New Balance	6%
Crocs	6%
Asics	3%
Ecco	2%
Vans	2%
T.Taccardi	2%
Puma	2%
Reebok	2%

## Июнь 2024

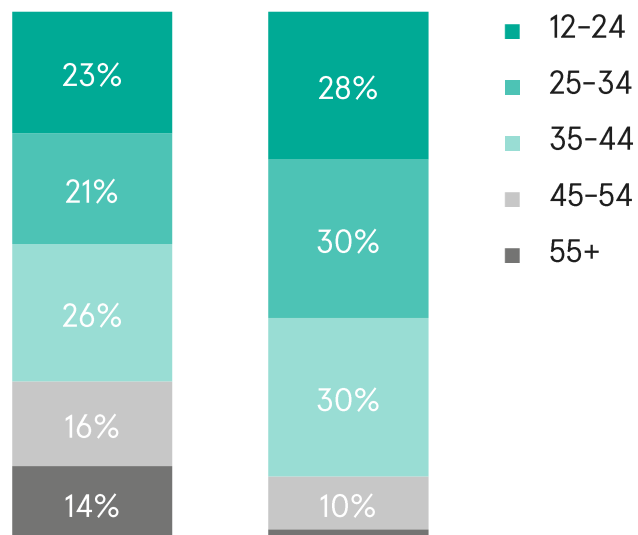
Crocs	19%
Adidas	12%
Nike	9%
T.Taccardi	6%
New Balance	3%
Asics	2%
Kari	2%
Vans	2%
Puma	2%
Reebok	2%

# Кто ищет Crocs

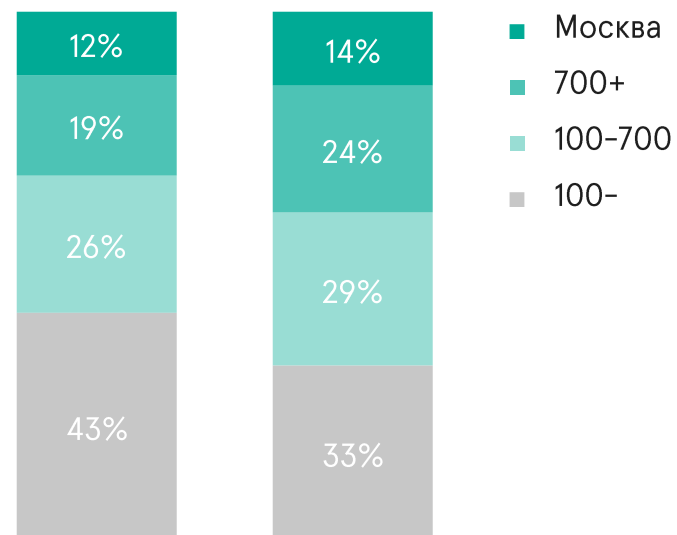
## Пол



## Возраст



## Регион



Искали  
обувь

Искали  
Crocs

Искали  
обувь

Искали  
Crocs

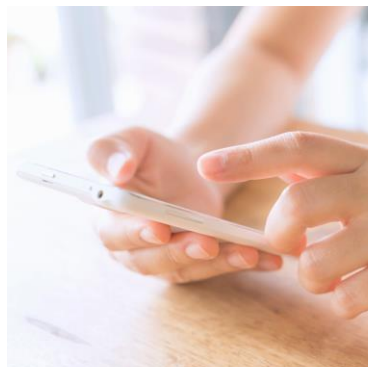
Искали  
обувь

Искали  
Crocs



Как мы это делаем?

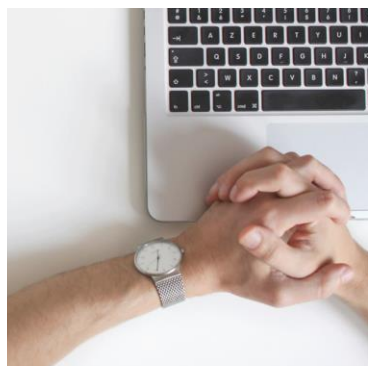
# Источник данных – панели Mediascope



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...



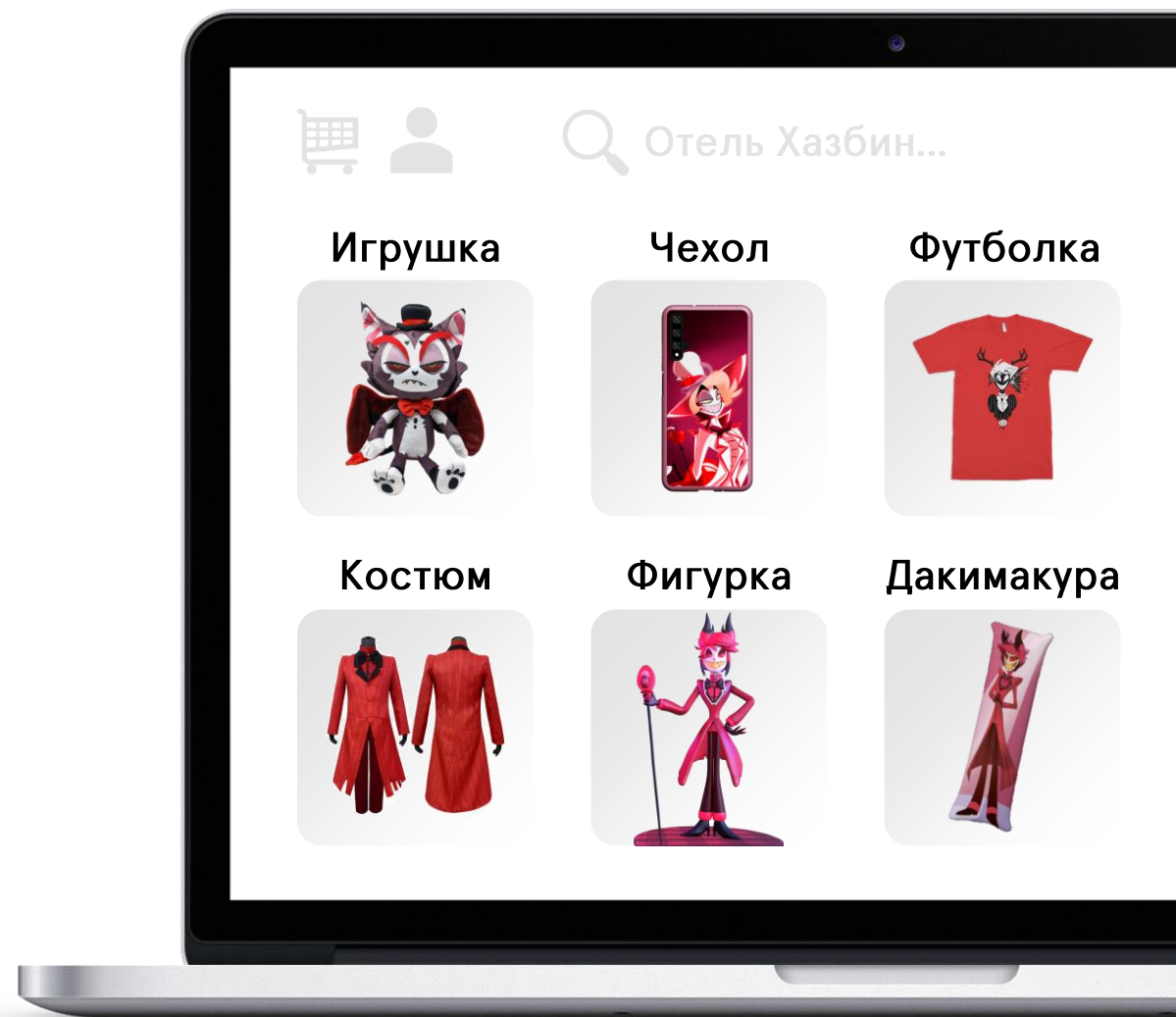
# Влияние медиа

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