WHITE PAPER (ЛИД-МАГНИТ / МАТЕРИАЛ ДЛЯ ОТДЕЛА ПРОДАЖ)

Товарные рекомендации: как предлагать товары с точностью экстрасенса

Формат	White paper (лид-магнит / материал для отдела продаж)
Площадка	REES46 — PDF-гайд, 13 страниц
Дата	2024
Подпись	REES46
Просмотры	нет данных
Примечание	Текст написан целиком. Использовался для сбора лидов и пополнения базы рассылки: размещался на внешних площадках, раздавался через QR-коды на выступлениях CEO, отправлялся лицам, принимающим решения, в целевых компаниях.
Оригинал	https://disk.yandex.ru/i/bBEHidr52hzkrw

Автор текста: Руфина Семыкина · Оригинал на русском языке

Оригинальный документ в том виде, в котором его получали читатели, приведен на следующих страницах.

Структура: кто мы и о чем этот текст → что такое товарные рекомендации → объем рынка и прогнозы (Mordor Intelligence, MarkWide Research) → схема размещения блоков на всех типах страниц интернет-магазина → гипотезы для A/B-тестов → как CDP работает в связке с рекомендациями → кейсы клиентов «Юничел» и Technodom.kz.



Товарные рекомендации: как предлагать товары с точностью экстрасенса

REES46 TECHNOLOGIES

Содержание

Кто мы и о чем этот текст 1

Что такое товарные рекомендации 1

Объем рынка и прогнозы 2

Где размещать блоки товарных рекомендаций 3

Какие гипотезы тестировать 7

Персонализация: как работает CDP
в связке с товарными рекомендациями 8

Результаты наших клиентов 10

Кто мы и о чем этот текст

REES46 — платформа для автоматизации маркетинга на базе ИИ.

15 инструментов в режиме одного окна, включая блоки товарных рекомендаций, умный поиск, массовые и триггерные рассылки и многое другое.

Разрабатываем решения для:

e-Commerce | EdTech | FoodTech | медицины | страхования | недвижимости

→ **Товарные рекомендации** приносят нашим клиентам в среднем **от 2,5% до 10%** выручки ежемесячно, а некоторые получают **до 30%** выручки.

Рассказываем все, что нужно знать об этом инструменте в 2024 году, чтобы получать максимальный результат. Никакой воды — только факты из клиентского опыта и исследовательских бюро.

Что такое товарные рекомендации

Товарные рекомендации — это инструмент автоматизированного маркетинга.

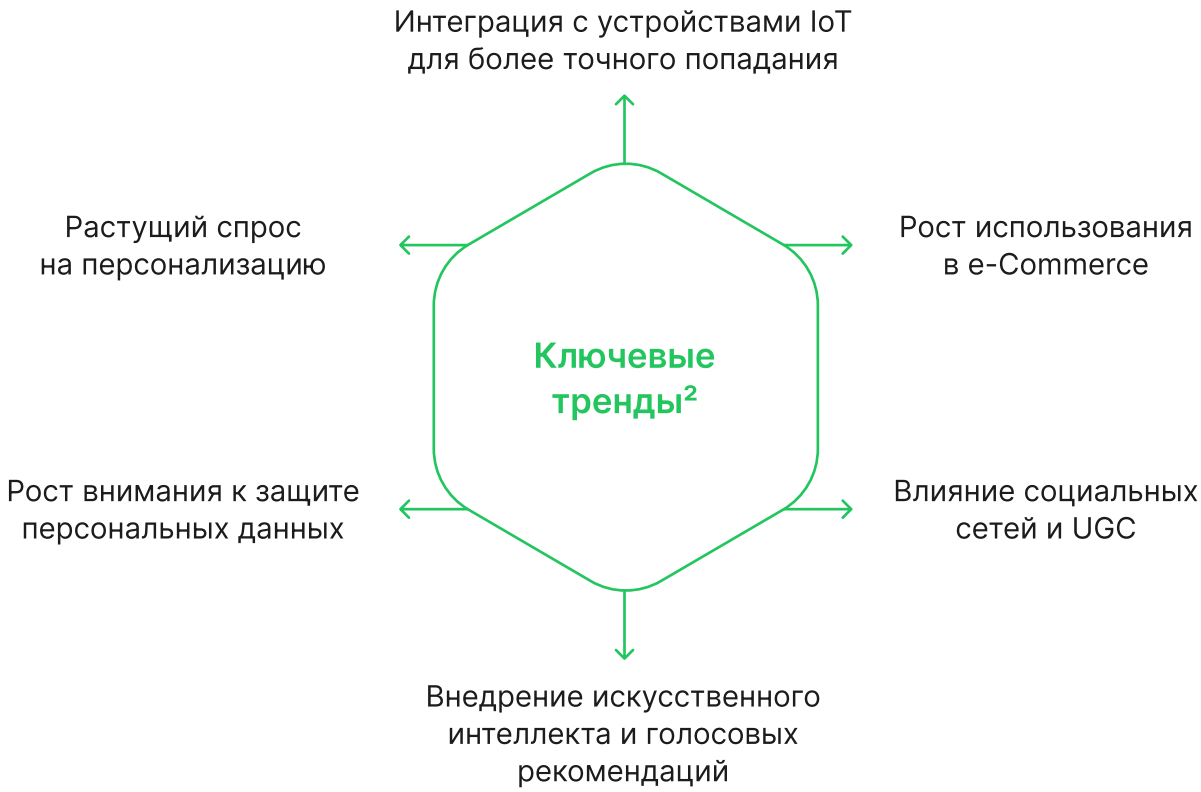
Вы предлагаете потенциальным и действующим клиентам те продукты, которые должны их заинтересовать, исходя из их покупательского поведения. Блоки товарных рекомендаций можно размещать на разных страницах сайта, в приложении и в email-рассылках.

Товарные рекомендации REES46 работают так: вы выбираете готовый сценарий для блока или настраиваете собственную логику, а умные алгоритмы автоматически создают персонализированную подборку продуктов для каждого пользователя.

Персональное предложение зависит от истории действий пользователя и информации о нем, которую автоматически собирает Customer Data Platform — мы еще расскажем об этом подробнее.

Объем рынка и прогнозы

Общий объем рынка рекомендательных систем в 2023 году составил $ 5,17 млрд. Ожидается, что в текущем году этот показатель достигнет $ 6,88 млрд и при среднегодовом темпе роста 33% превысит $ 28 млрд в 2029 году.[1]

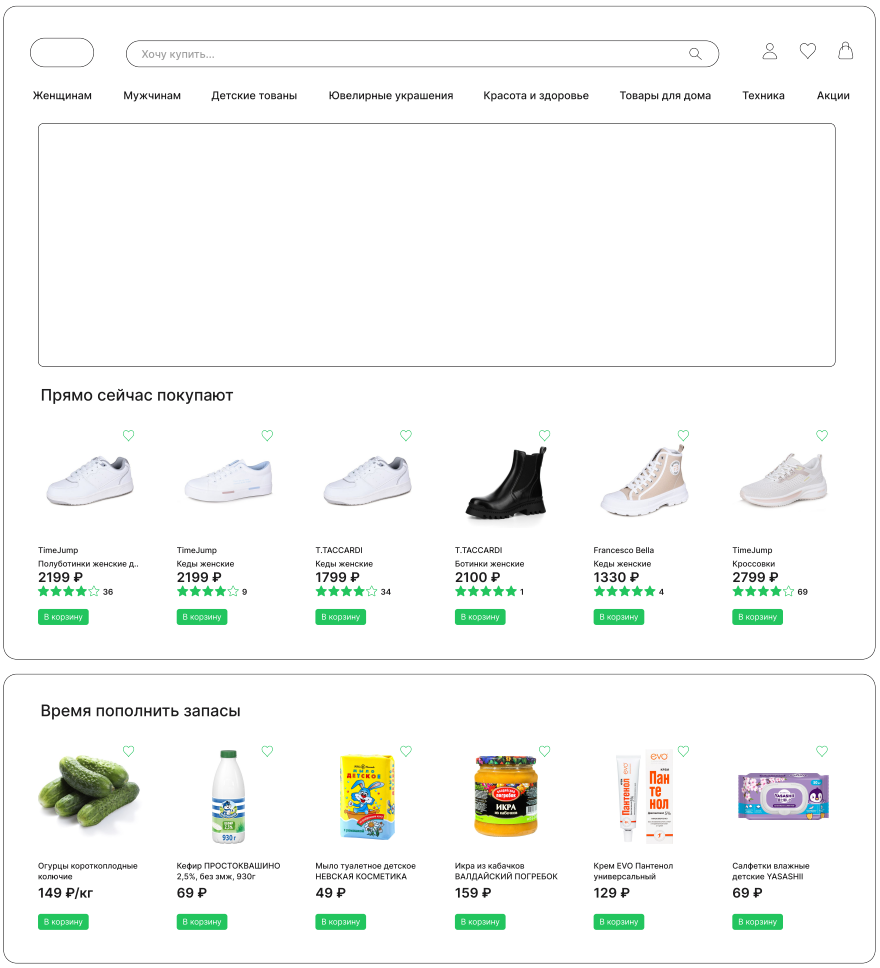


1. Mordor Intelligence 2024. Product Recommendation Engine Market Size & Share Analysis — Growth Trends & Forecasts (2024-2029)
2. MarkWide Research 2024. Global Recommendation Engine Market

Где размещать блоки товарных рекомендаций

На основе опыта наших клиентов мы составили схему расположения блоков, которая показывает отличные результаты в сотнях интернет-магазинов любого размера.

Главная страница

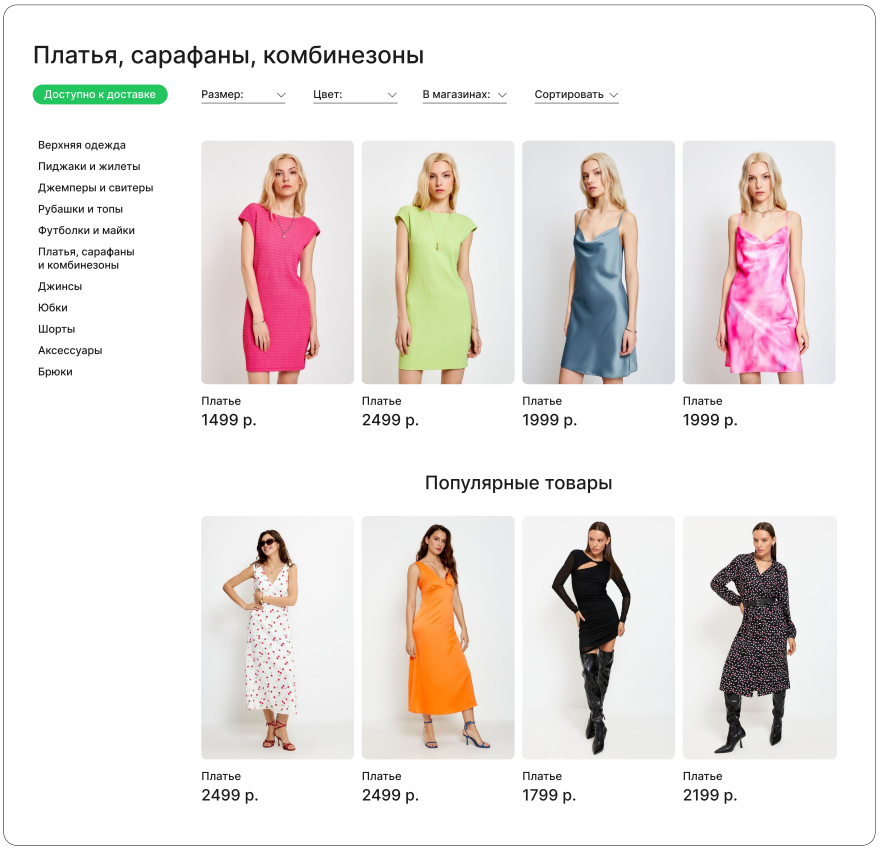


Вместо этого блока или после него можно разместить «Популярные товары»

Актуально для магазинов с FMCG

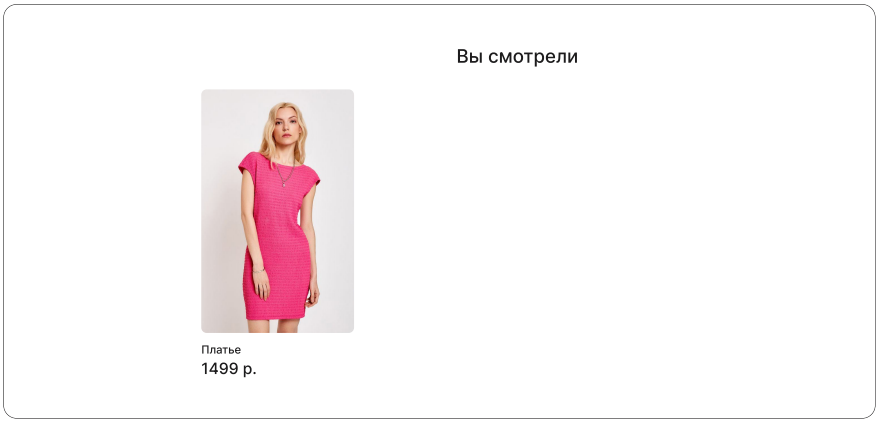
→ Рекомендуем тестировать разные названия блоков и анализировать результаты, чтобы найти самые эффективные фразы.

Страница категории



Блок «Популярные товары» следует ставить в верхней части страницы категории. Конкретное место можно выбрать самостоятельно.

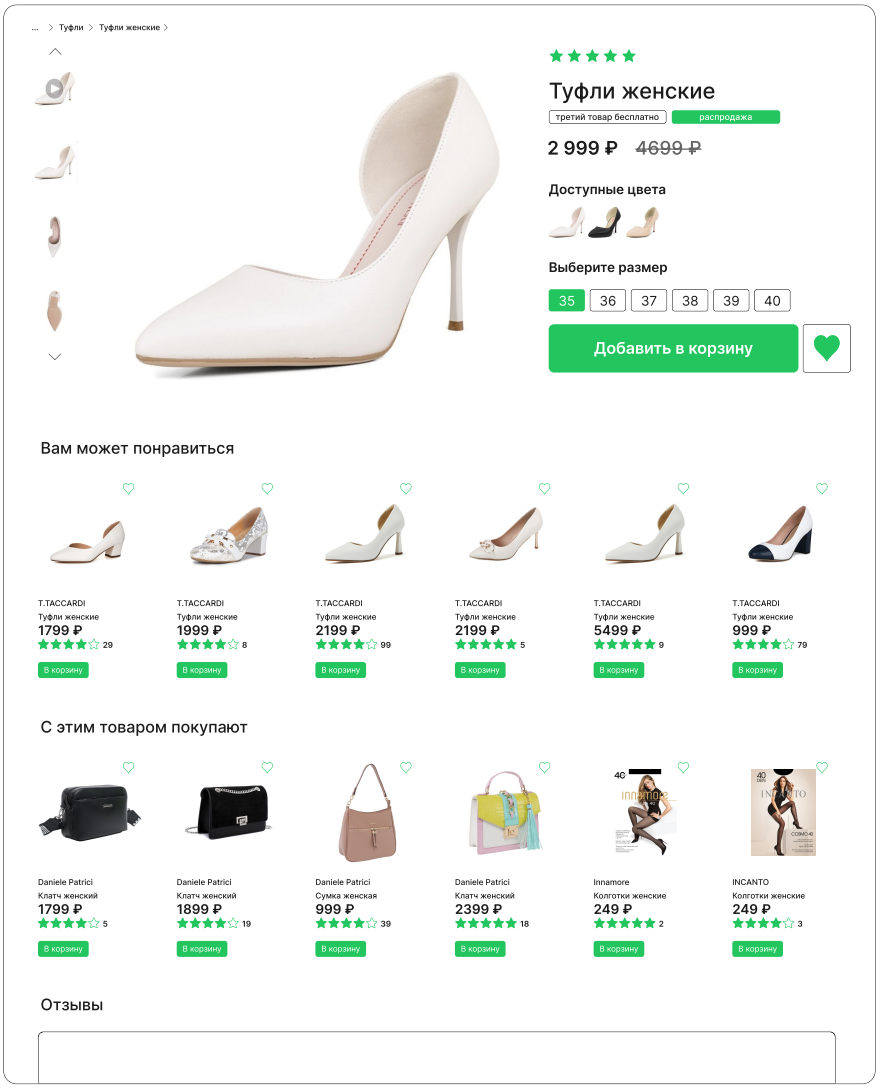




Блоки рекомендованных и просмотренных товаров размещают внизу страницы.

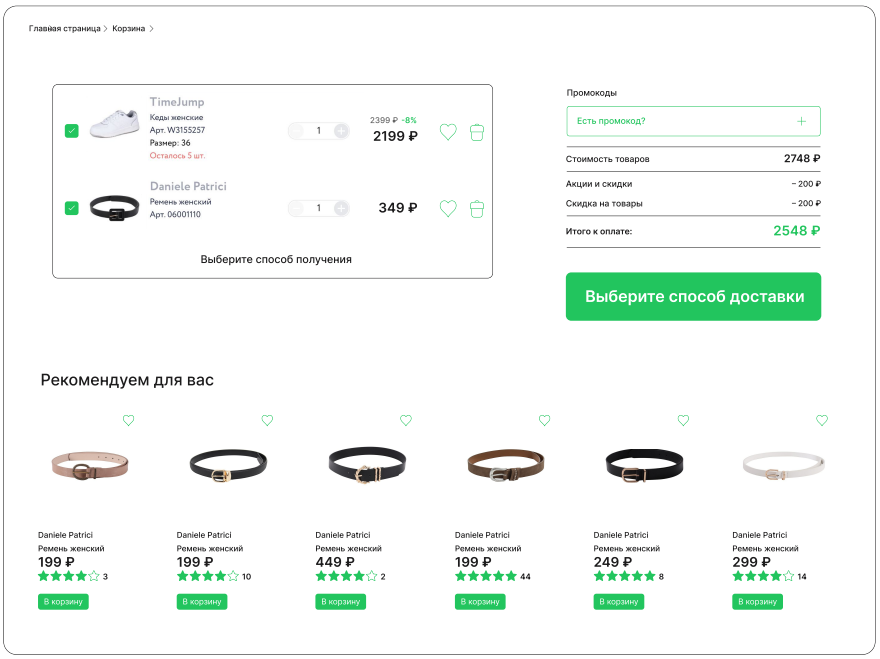
→ Иногда достаточно установить только «Популярные товары», а для некоторых сайтов лучше срабатывает комбинация из двух или трех блоков — тестируйте.

Карточка товара

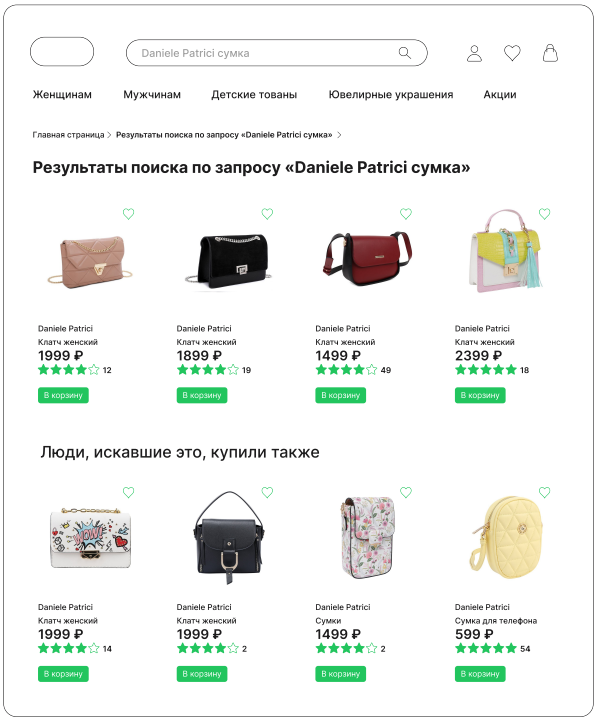


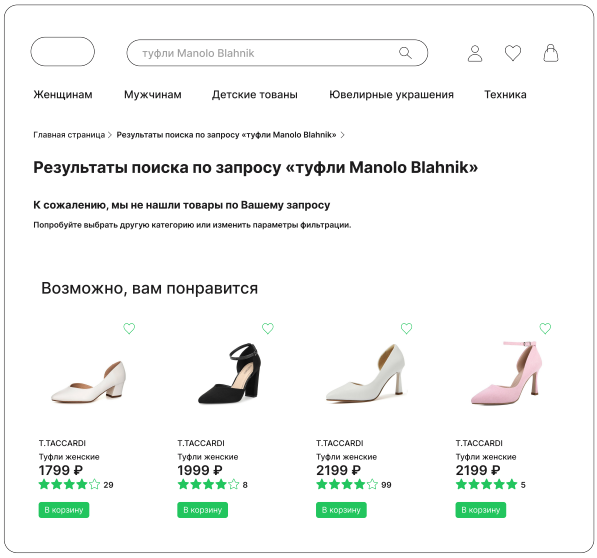
Можно использовать один блок или оба — под карточкой, но над отзывами.

Корзина

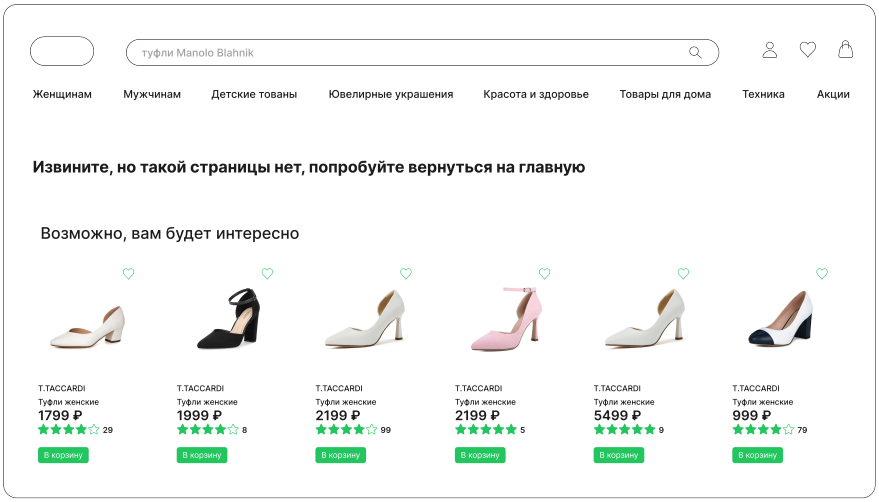


Страница поиска





Страница 404



И другие механики

Это проверенная базовая схема для расположения блоков товарных рекомендаций — начните с нее. А еще вы можете создавать и использовать отдельные блоки для лендингов, публикаций в блоге (с тематической подборкой товаров) или в попапах. Тестируйте разные варианты, чтобы найти идеальный для своего проекта.

Какие гипотезы тестировать

Тестировать блоки товарных рекомендаций необходимо, даже если результаты и так отличные. Например, можно использовать предустановленный шаблон «Вам это будет интересно» — и первое время он будет приносить 8-9% конверсии в месяц. Но вскоре у посетителей сайта замыливается глаз, блок уже не привлекает столько внимания, и конверсия снижается. Поэтому A/B-тесты — это мастхэв.

Что тестировать

- **НАЗВАНИЕ БЛОКОВ**

  Часто магазины используют блоки рекомендаций с однотипными заголовками: «Это будет интересно», «Вы ранее смотрели», «Популярное». Не надо так! В заголовках нужен креатив.

- **ФОРМАТ РАЗМЕЩЕНИЯ**

  Победить баннерную слепоту помогают попапы — сложно не заметить всплывающий блок рекомендаций. А ещё, как ни странно, рекомендуемые товары привлекают больше внимания внутри письма, чем на сайте.

- **РАСПОЛОЖЕНИЕ БЛОКОВ НА РАЗНЫХ СТРАНИЦАХ**

  Больше блоков — больше шансов продать товар. Рекомендации легко стилизуются и органично вписываются в дизайн любой страницы. Если вы скромничаете и ставите один маленький блок рекомендаций в конце страницы, он не приносит и четверти того результата, которого мы можем достичь, равномерно распределив их по сайту.

- **ТОВАРЫ БЕЗ ЦЕНЫ**

  Работает для блоков с рекомендациями внутри письма. Протестируйте разные группы рекомендуемых товаров — с ценой и без.

- **ПОВЫШЕНИЕ СРЕДНЕГО ЧЕКА**

  Работает для блоков с рекомендациями в разделе «Корзина». Можно тестировать, добавляя условия по цене в алгоритм блока. Например, выводить товары стоимостью от 1000 до 5000 рублей, если товар в корзине стоит больше 2000 рублей.

- **ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ НА ОСНОВЕ ДЕЙСТВИЙ ЮЗЕРА**

  В алгоритме блока попробуйте добавить фильтры для большей персонализации. Например, вы можете показать на главной просто популярные товары или популярные из числа тех, с которыми пользователь взаимодействовал в течение последнего часа или суток. Можно показать товары из категорий, в которых человек уже покупал или добавлял в корзину.

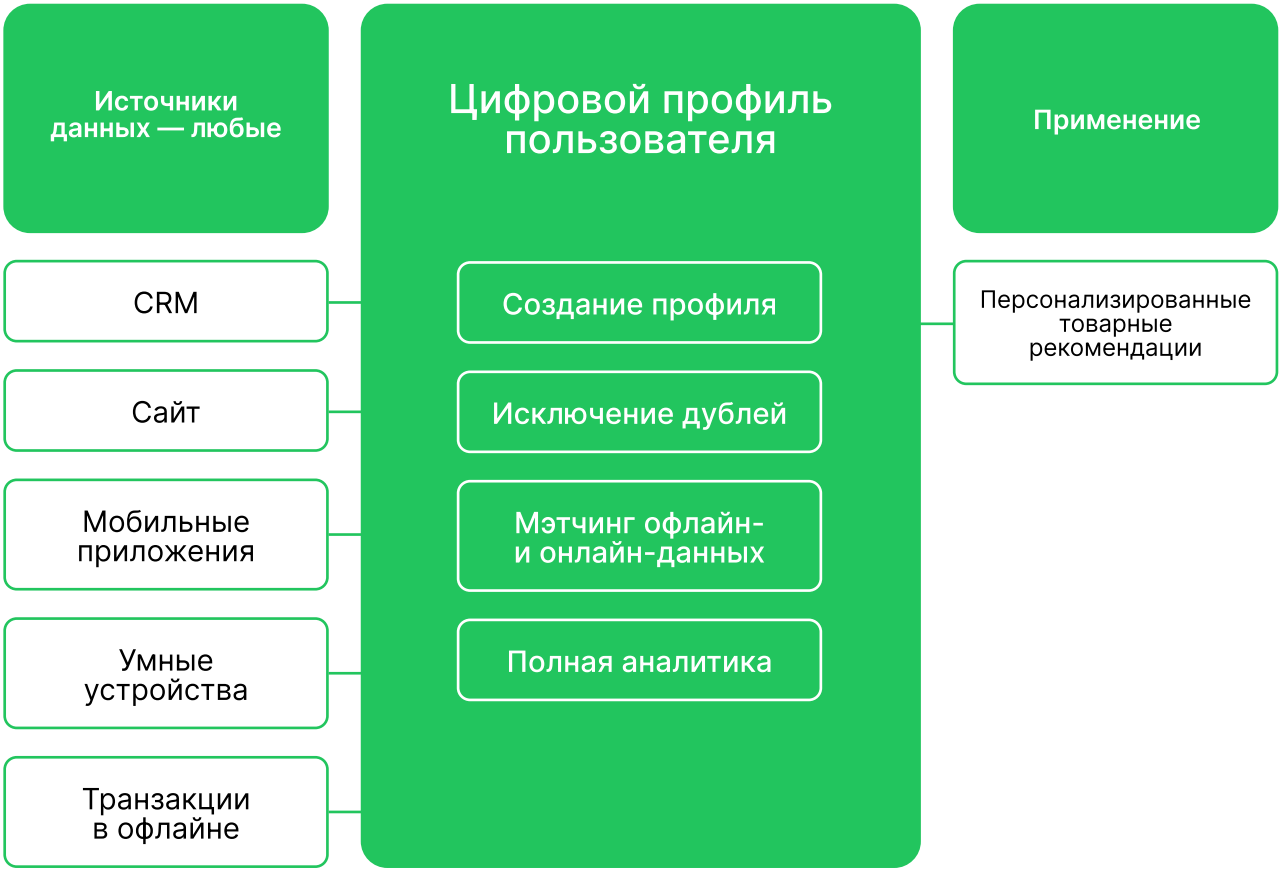
Экспериментируйте, проводите A/B-тестирование, ищите рабочие механики.

Персонализация: как работает CDP в связке с товарными рекомендациями

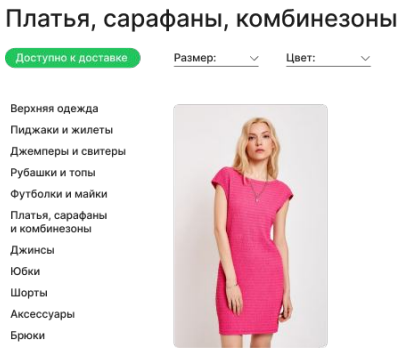
Customer Data Platform объединяет все инструменты маркетинговых коммуникаций в единую и персонализированную для каждого клиента экосистему.

→ **CDP помнит все, что пользователь когда-либо сообщал о себе:** имя, возраст, контакты, город проживания, возраст детей, наличие домашних животных и их любимый корм, отзывы, оценки, историю покупок и просмотров.

✓ Как CDP собирает и использует данные для качественной персонализации



✓ Как работает связка CDP + товарные рекомендации



1. Сайт

Пользователь просматривает определенную категорию



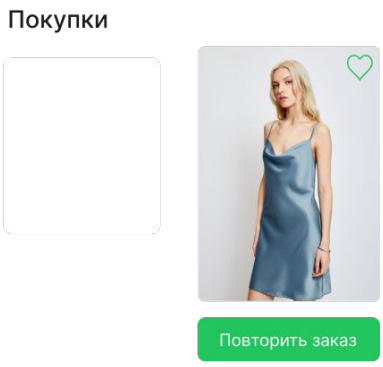
2. Мобильное приложение

Добавляет несколько товаров в «Избранное»



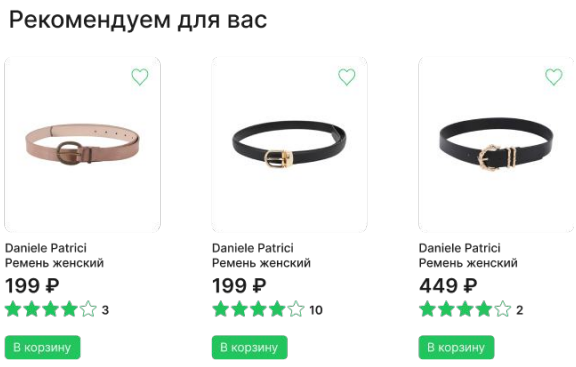
3. Офлайн-магазин

Покупает нужный товар



4. Мобильное приложение

Удаляет из избранного купленный товар и аналоги



5. Сайт

Получает рекомендации на основе покупки

→ **CDP объединяет данные из онлайна и офлайна**, поэтому маркетолог интернет-магазина знает: клиент удалил товары из «Избранного» не потому что передумал, а потому что уже сделал покупку. Теперь покупатель получит рекомендации: перчатки или сумку к новым сапогам, наушники в дополнение к смартфону или другую книгу из той же серии.

Результаты наших клиентов

Вот только пара примеров удачной работы
с товарными рекомендациями REES46.

ЮНИЧЕЛ

Задача

Увеличить выручку онлайн-магазина
за счет автоматизации и персонализации.

Что сделано

Внедрили комплексное решение REES46 —
для рекомендаций, триггеров, поиска.
В первую очередь требовались сценарии
товарных рекомендаций user-user и user-
item, то есть персонализация по похожим
профилям и по товарам.

Установили 7 блоков на главной:

- «Стоит приглядеться»
- «Сейчас покупают»
- «Популярные»
- «Новинки»
- «Акции»
- «Актуально»
- «Вам это будет интересно»

1 блок на странице категории:

- «Популярное в категории»

2 блока в карточке товара:

- «Похожие»
- «Рекомендуем»

Выяснили, что самые эффективные блоки –
«Популярные» на главной и «Похожие товары»
в карточке.

Результаты

→ Блоки рекомендаций приносят до 30% выручки
в высокий сезон.

TechnoDom.kz

Задачи

- Ускорить и автоматизировать разработку лендингов с рекомендациями.
- Ускорить процесс тестирования маркетинговых гипотез.
- Рекомендовать только товары, доступные в городе пользователя и по актуальной цене.
- Заполнить пустые места в блоках рекомендаций, которые возникают из-за недостатка подходящих товаров.
- Ускорить загрузку и снизить нагрузку на сервер в периоды пиковой посещаемости.

Что сделано

Добавили блоки рекомендаций на главную, страницы категорий, карточку товара, корзину, страницы акций, бренд-зон и 404. Создали 725 блоков с разной логикой для страниц сайта и мобильного приложения, временных лендингов и email-рассылок.

Настроили алгоритмический подбор с учетом наличия товаров на складах. Решили проблему пустых мест с помощью «заполняющих» алгоритмов REES46: если заканчиваются подходящие товары по одному алгоритму, свободные места в блоке наполнятся по следующему в цепочке. Технология lazy load ускорила загрузку блоков на лендингах.

Результаты

- Визуальный редактор логики REES46 позволяет маркетологам тестировать любое количество гипотез без привлечения IT-отдела.
- Ускорили создание промостраниц в 80 раз за счет автоматической интеграции рекомендательных блоков.
- Получили +6 % к выручке крупного маркетплейса.