Исследование для https://reeft-shop.ru/

1. Ключевые слова

1.1. Общие запросы. Ключевые слова - основа для продвижения интернет магазина в поисковых системах. Разделим ключевые слова на несколько сегментов. И рассмотрим общие комерческие запросы типа:

видеонаблюдение купить - 1 342
купить камеру видеонаблюдения - 583
комплект видеонаблюдения - 454
магазин видеонаблюдения - 151

Частота запросов указана за месяц в Новосибирской области по данным Вордстат.

Примеры выдачи Яндекса, первый экран:

Второй экран:

Из данных экранов видно, что: рекламная выдача занята на 50% гигантами вроде Ростелеком и Алиэксперсс, присутствует магазин rusmarta.ru из Санкт-петербурга и магазин kitsystem.ru из Новосибирска. Ниже рекламной выдачи находится Яндекс Маркет, который также может отображаться в выдаче таким образом:

Нет смысла приводить все скриншоты, общая картина видна на приведенных. Выводы которые можно сделать:

1) Выдача Яндекса по контекстной рекламе (первый экран) на 50% занята гигантами (Ростелеком, Электорнный город, Алиэксперес), на 25% сайтами из других городов, и на на 25% Новосибирскими магазинами. За небольшими исключениями, например запрос "магазин видионаблюдения", не является таким конкурентным.
2) Объявления в основном составлены на среднем уровне: достаточно оптимизированы но не без недочетов.
3) Органическая выдача (второй экран) занята сильнее: ДНС, Озон, Леруа мерлен, 220 вольт и другие гипермаркеты и маркетплейсы плотно занимают выдачу, за небольшими исключениями.

Рекомендации:

1) Дать рекламу по запросам с невысокой или средней конкуренцией, например "магазин видионаблюдения", "магазин видеонаблюдения в новосибирске" - запросы не сильно частотные но конкуренция по ним ниже и это качественные, целевые запросы.
2) Так же по этим запросам выдаются карты - Яндекс, 2Гис. Обязательно оформить и оптимизировать карточки компании.

3) По части запросов в органической выдаче хорошие позиции занимают маркетплейсы, авито

Оценить, возможно тестово разместить объявление на авито - для того чтобы понять потенциал этой площадки или/и тестово разместиться на маркетплейсах: тиу, пульсцен итд.

Итого, возможности продвижения в Яндекс по общим комерческим запросам:
1) Выборочные запросы в контекстной рекламе (с низкой конкуренцией).
2) Карточки компании на картах.
3) Авито.
4) Маркетплейсы (тиу, близко, пульсцен, озон)
5) Яндекс маркет
6) SEO (аудит и рекомендации отдельно)

В Google ситуация отличается: меньше вы выдаче маркетплейсов, гипермаркетов, в основном местные магазины, карты, реклама. Конкуренция в контекстной рекламе выглядит ниже чем в Яндекс, ниже на скрине всего 2 объявления по целевому коммерческому запросу.

Рекомендации:
1) Контекстная кампания по максимальному количеству запросов, с учетом бюджета.
2) Обязательное оформление и оптимизация карточки компании.

1.2. Брендовые ключевые слова.

Возмем для примера несколько слов:
dahua - 855
камеры дахуа - 32
камеры imou - 11

В Яндексе выдача по этим запросам разная. Наиболее конкурентные запросы связанные с "dahua". Рекламная выдача и органическая занята официальным сайтом, официальными диллерами, золотыми партнерами - стайтами имеющими "dahua" в названии домена, что свидетельствует о достаточно сильной конкуренции.

Запросы со словом "дахуа" - менее конкурентны, объявления хуже оптимизированы, в выдаче одно объявление с названием бренда.

Запросы по бренду imou имеют низкую конкуренцию по рекламе, в выдаче на высоких позициях сайты офицальный и официальных диллеров, и яндекс маркет.

Выдача по брендовым запросам в Google анологичная, с тем отличием, что по запросам со словом "дахуа" объявления лучше оптимизированы.

Рекомендации:

1) Подготовить посадочные страницы на сайте под каждый бренд, с указанием золотого партнерства, официального дилерства и других преимуществ.
2) Дать рекламу в зависимости от бюджета по запросам с низкой/средней конкуренцией (дахуа, imou), оценить конверсию, перейти к более конкурентным запросам в случае успеха.

1.3. Товарные ключевые слова

Возмём для примера запрос с артикулом: "DH-HAC-HDW1220RP-0280B" - 3 показа в месяц.

В выдаче по данному запросу есть следующие моменты:
1)Присутствует реклама ведущая на страницы данного товара. Значит настроена динамическая реклама через xml фид (полуавтоматический метод выгрузки товарных объявлений в рекламные системы из интернет магазина - в cs cart декларируется что есть такая возможность из коробки).
2) Подобных объявлений много, но часть из них ведет на товары с другим артикулом.

Рекомендации:

Исходя из бюджета настроить динамические рекламные кампании в Яндекс и Google, потому как при поиску по артикулу пользователь ищет товар скорее всего для покупки и сравнивет предложения по выгоде: дешевле, ближе, есть бонусы, установка, доставка, гарантия.