

# Конкурентный анализ онлайн-агрегаторов по доставке продуктов питания

## Список конкурентов:

1. <https://igoods.ru/>
2. <https://sbermarket.ru>
3. <https://delivery.metro-cc.ru/>
4. <https://korzina.su/>
5. <https://vkusvill.ru/>
6. <https://market.yandex.ru/>

## Анализ маркетинговых решений для конвертации клиентов на сайтах конкурентов

1. **Интернет-магазин <https://igoods.ru>** - заказ и доставка продуктов и товаров из сетевых магазинов в 31 городе России.

- **Удобная регистрация/авторизация.** На сайте реализована быстрая и понятная для пользователя и удобная регистрация по номеру телефона — код, который необходимо ввести для успешного действия — приходит по смс, после подтверждения кода задаются всего лишь пару нужных вопросов: Имя и эл.почта, куда будут направляться чеки и приходить уведомления о заказах. Авторизация, соответственно, по номеру телефона (рис.1)

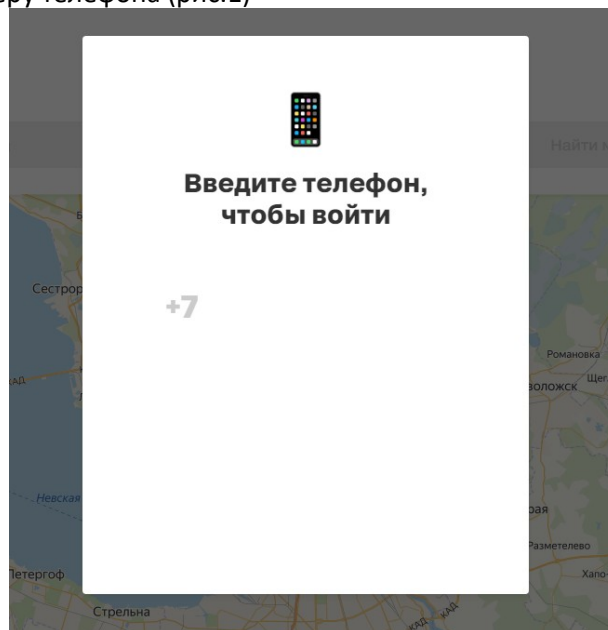


Рис. 1

- Карта магазинов с выбором своего адреса и ближайших магазинов (рис.2).

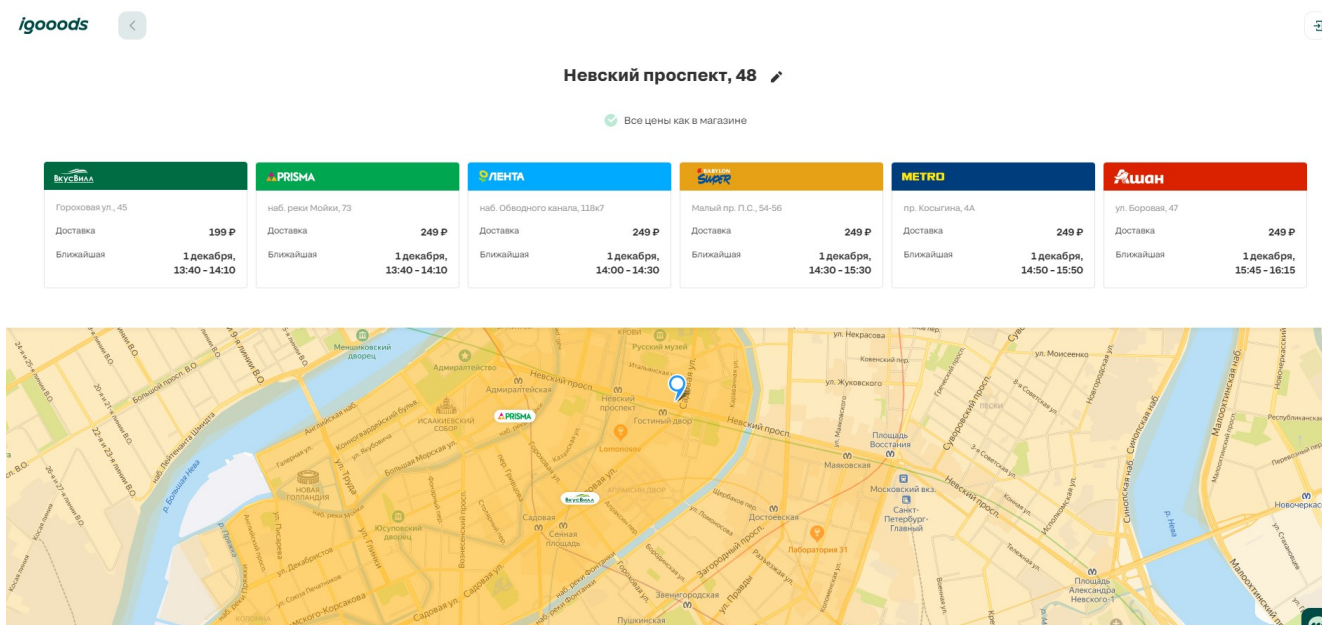


Рис. 2

Сайт сразу призывает новых потенциальных клиентов ввести свой адрес и посмотреть на карте и списком ближайшие магазины-партнеры, а также информацию по цене доставки от магазина до нужного адреса. Пользователь может выбрать один из магазинов и просмотреть ассортимент каталога, чтобы сделать заказ на сайте.

- **Краткий, ясный и побуждающий к действию контент.** Минимум текста, но благодаря точности описания, можно подробно и оперативно понять как работает система. Можно взять на заметку копирайтерам <https://igooods.ru/kak-eto-rabotaet>.
- **Скидки недели.** На главной странице выведен блок со скидками на товары выбранного магазина в короткий промежуток времени (неделю), который обновляется каждую неделю (рис.3). Очень актуальная подборка — данный блок бросается в глаза и мотивирует клиента пополнить заказ еще на 1-2 позиции дополнительно, чтобы сэкономить.

**Скидки недели**

Больше товаров

Доставка  
Сегодня, 14:40 - 15:10



Рис. 3

- **Быстрый поиск.** На сайте для помощи клиенту при поиске товара из большого ассортимента продукции, представлен удобный поиск с подсказками при наборе запроса в поисковой строке, с возможностью сортировки по категориям, если необходимо ограничить поиск по запросу. В то же время при поиске клиент сразу видит возможные вариации товара подходящие под запрос (рис. 4).

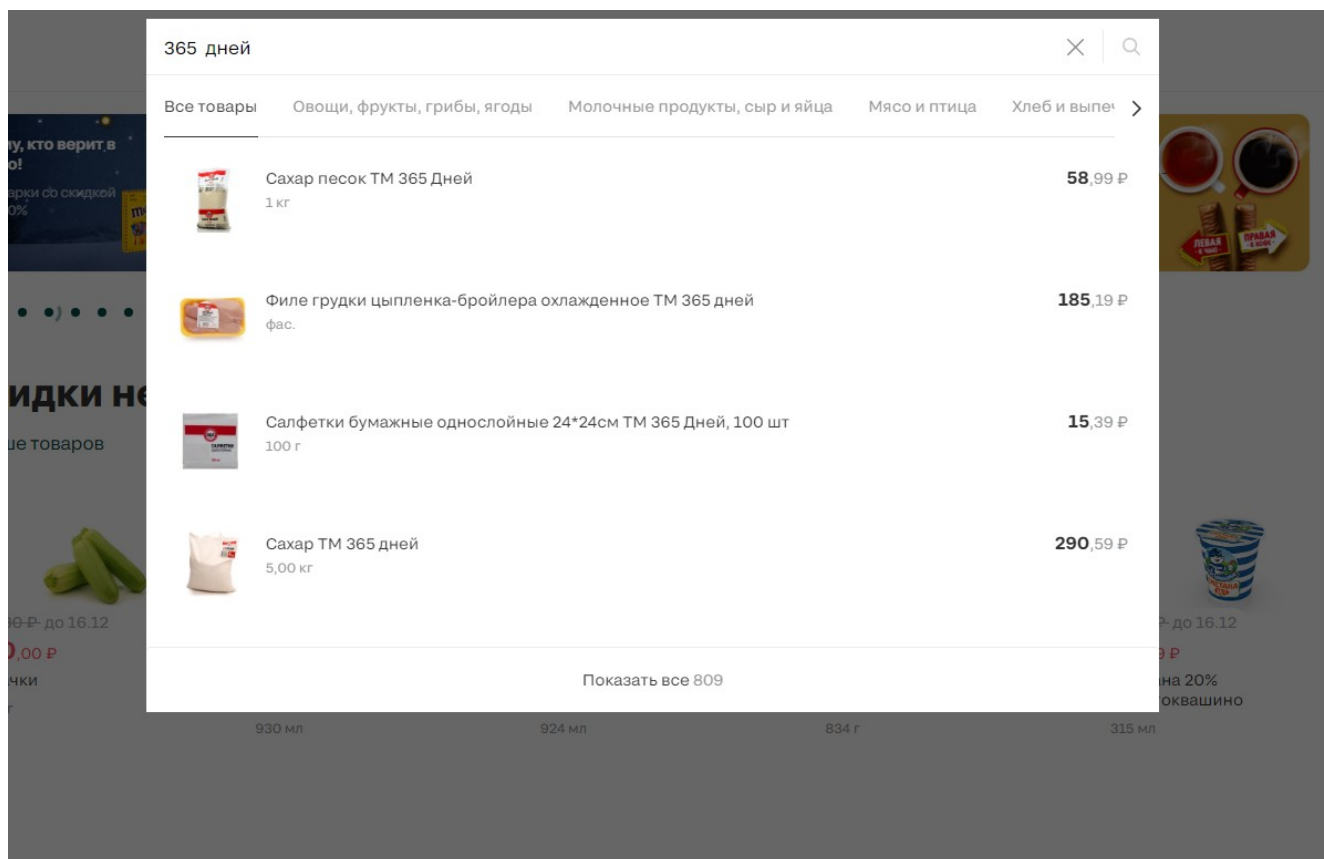


Рис. 4

- Ценообразование.** Если продукт не штучный или не в упаковке за которую указана фиксированная цена, а товар, который берется на развес и необходимо взвесить для установления цены (овощи, фрукты, мясо, готовые продукты) выстроена индивидуальная система установки цен исходя из веса товаров. Цена же на продукт по-умолчанию стоит за 1 кг. При добавлении таких товаров можно скорректировать количество грамм, которое необходимо — для рентабельности на позиции категорий товара установлены минимально возможная фасовка товара. Например:

  - готовые блюда - салаты (мин. заказ на позицию от 100 гр), вторые блюда (мин. заказ на позицию от 200 гр)
  - мясо — говядина (мин. заказ на позицию от 500 гр)
  - овощи — картофель (мин. заказ на позицию от 200 гр).

Очень важно, что при выборе количества грамм у таких видов продукции моментально происходит пересчет итоговой цены (рис. 5), чтобы пользователь понимал сколько он заплатит исходя из общей, установленной цены за 1 кг.

**Важно:** несмотря, что клиенту дается возможность максимально приблизить количество планируемого к покупке товара такого вида к желаемому, на сайте установлена минимальная итоговая стоимость заказа, для снижения нерентабельности заказа для бизнеса — в данном случае 500 руб.

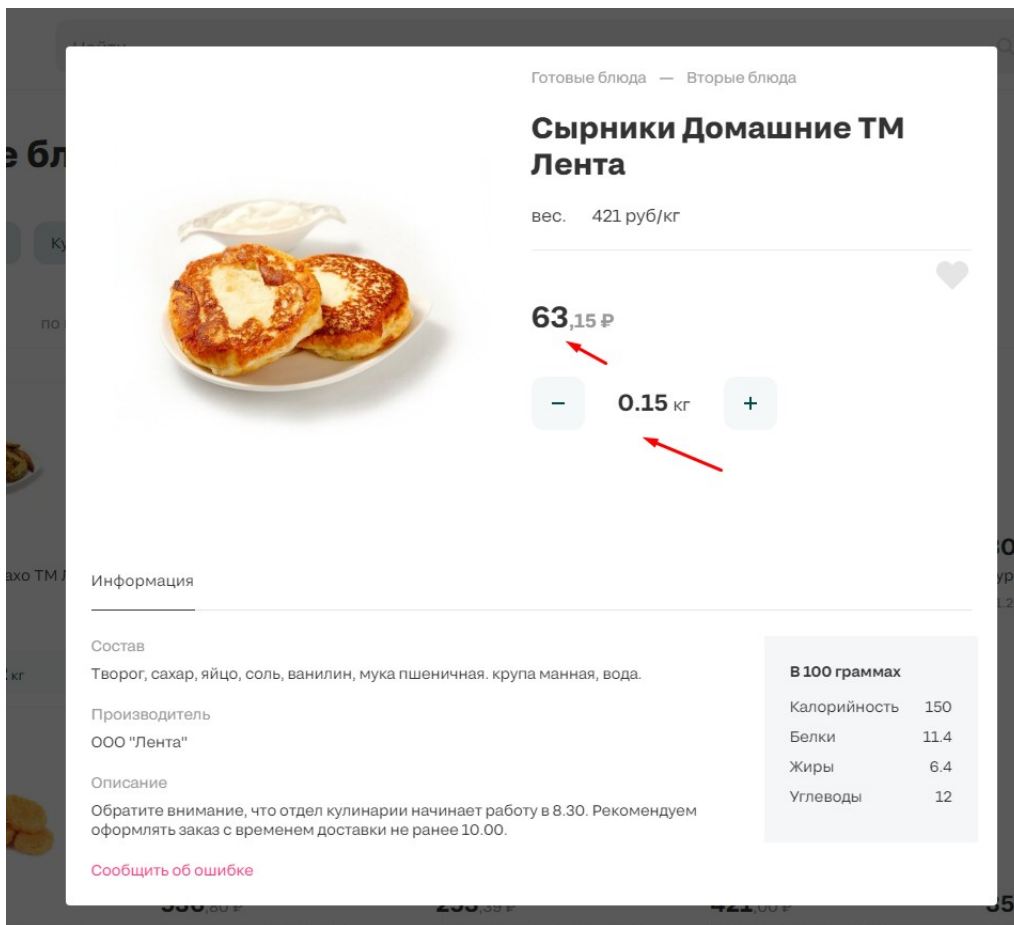


Рис. 5

- **Информация о товаре.** У товаров, которые имеют короткий срок хранения, указывается подробная разливковка доступности товара и времени, когда товар скорее всего закончится в выбранном магазине в определенный день (например, в текущий день). На примере выпечки и хлеба (рис. 6) статусы делятся на: доступно (в наличии), заканчивается и недоступно (не в наличии)

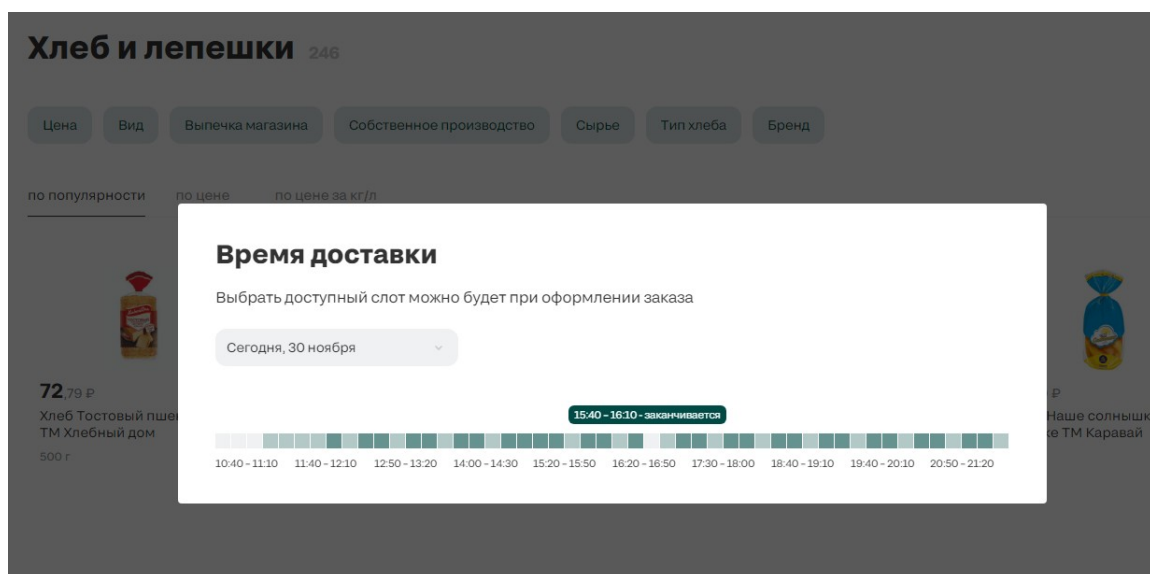


Рис. 6

- **Работа с корзиной.** Для удобства корректировки товаров в корзине, есть возможность сортировки по категориям продуктов из корзины и поиск по корзине, чтобы быстрее найти нужный товар (рис. 7). Очень актуальная опция, если клиентом планируется заказ из большого количества различных позиций товара.

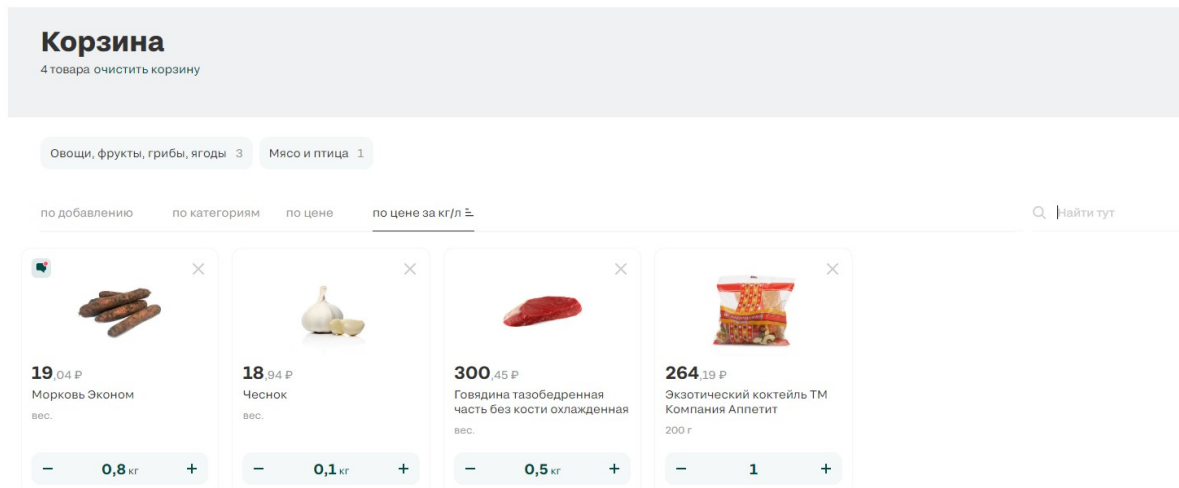


Рис. 7

- **Комментарий к товару в корзине.** Для повышения сервиса сотрудников и доверия клиентов на сайте есть возможность оставить комментарий для сборщика по каждому товару при оформлении заказа (рис. 8)

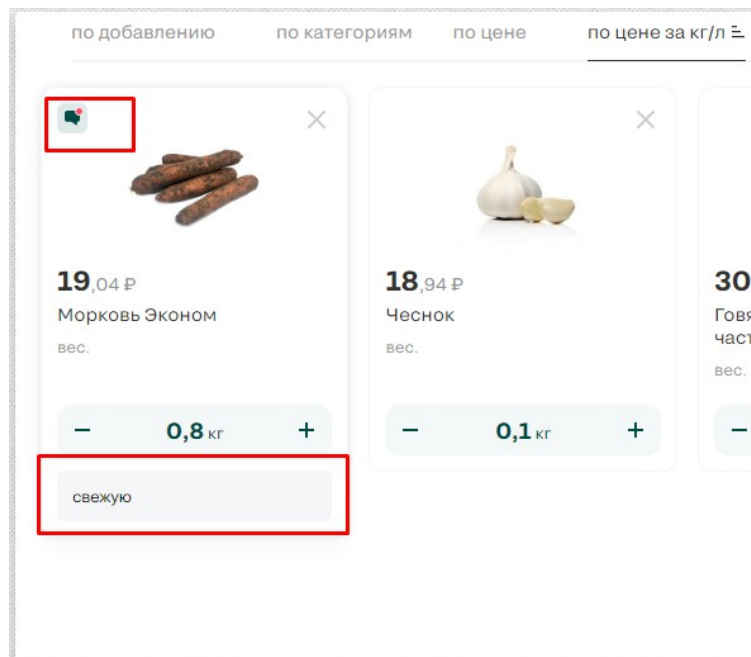


Рис. 8

- **Отслеживание заказа.** Подробное описание событий, которые проходит заказ до получения его клиентом. В комплексе с отправкой уведомлений по смене статусов на эл.почту или телефон клиента такой функционал отслеживания является полезным и повышает уверенность и лояльность пользователя к качеству сервиса (рис. 9).

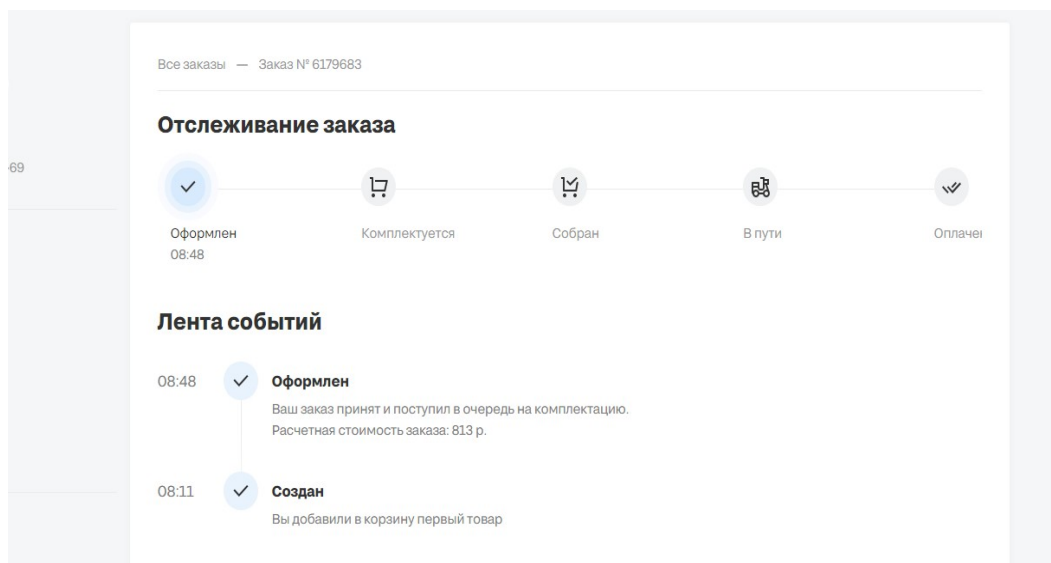


Рис. 9

- Политика замены товара.** Интересная политика по замене товара в случае, если товар закончился или некачественный:
  - при первом заказе данная опция недоступна. Менеджер звонит по умолчанию, и если клиент не ответит на звонок, то заказ будет отменен.
  - если это не первый заказ от данного клиента, то ему при оформлении заказа предлагается выбрать из нескольких вариантов: позвонить в данной ситуации сборщику заказа и уточнить; заменить на аналог без звонка; убрать вовсе позицию из заказа (рис. 10).

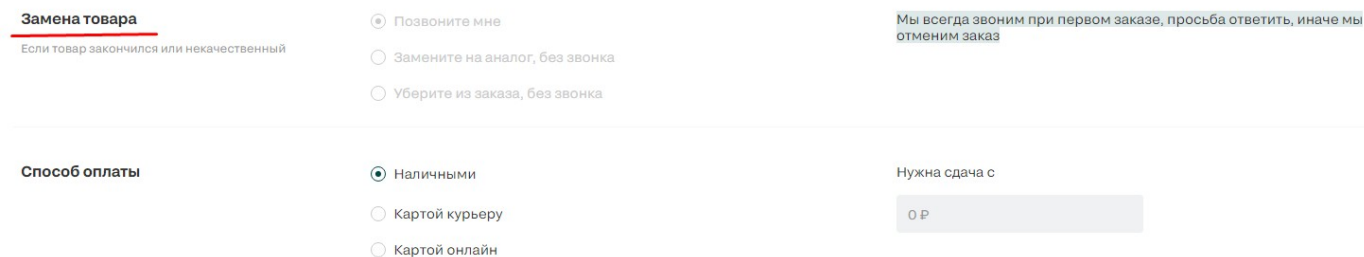


Рис. 10

На наш взгляд, такой подход является достаточно целесообразным, т. к.: во-первых, при первом заказе сотрудники сервиса проводят некую проверку на добросовестность нового клиента, в тоже время знакомят его с алгоритмом работы сервиса.

- Бонусная система и система лояльности.** Для привлечения новых клиентов на сайт, а также повышения узнаваемости сервиса среди целевой аудитории, предусмотрена достаточно широко используемая, но эффективная система «вознаграждений». К примеру, возможность применения промокодов или получение определенной суммы за заказы клиентов, которые воспользовались вашей персональной ссылкой (рис. 11)

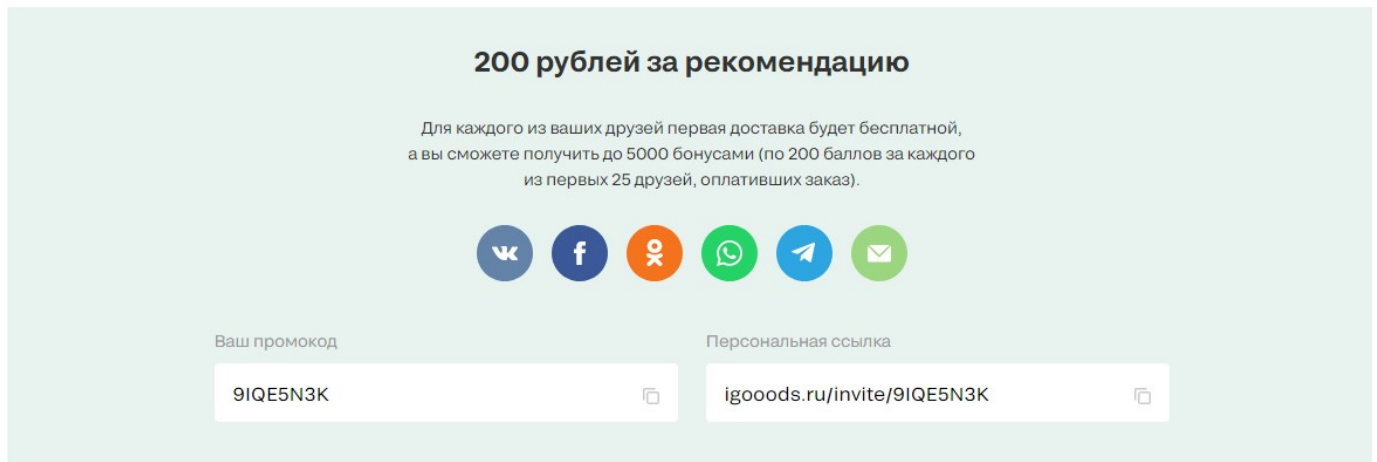


Рис. 11

2. **Онлайн-сервис доставки <https://sbermarket.ru>** - заказ и доставка продуктов и товаров из сетевых магазинов в городах России (но с учетом, что в городе присутствует один из магазинов-партнеров).

- **Зоны доставки.** С помощью запроса на определения геопозиции пользователя, определяется местоположение пользователя, который можно скорректировать при необходимости, и по результату указания местоположения и адреса выводится зона доставки исходя из адреса и доступные магазины в этой зоне (которые являются партнерами сервиса). Такой способ сразу ориентирует клиента о доступности к заказу и в то же время ограничивает запросы, что не снижает рентабельность бизнеса (рис. 12).

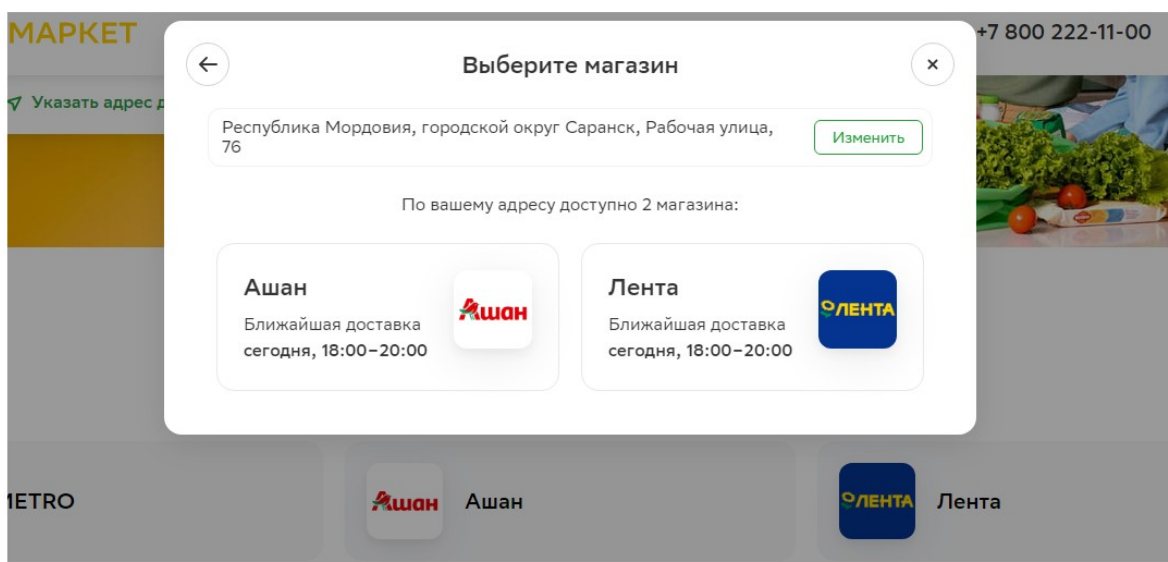


Рис. 12

- **Структура каталога (рис. 13).** Структура каталога достаточно удобная, а названия категорий и подкатегорий максимально кратки и понятны клиенту, сразу видно на какие подкатегории подразделяется

категория продукции. Корневым выбором является выбор магазина в котором клиент хочет приобрести товары (исходя из доступной зоны доставки о отношению к адресу клиента).

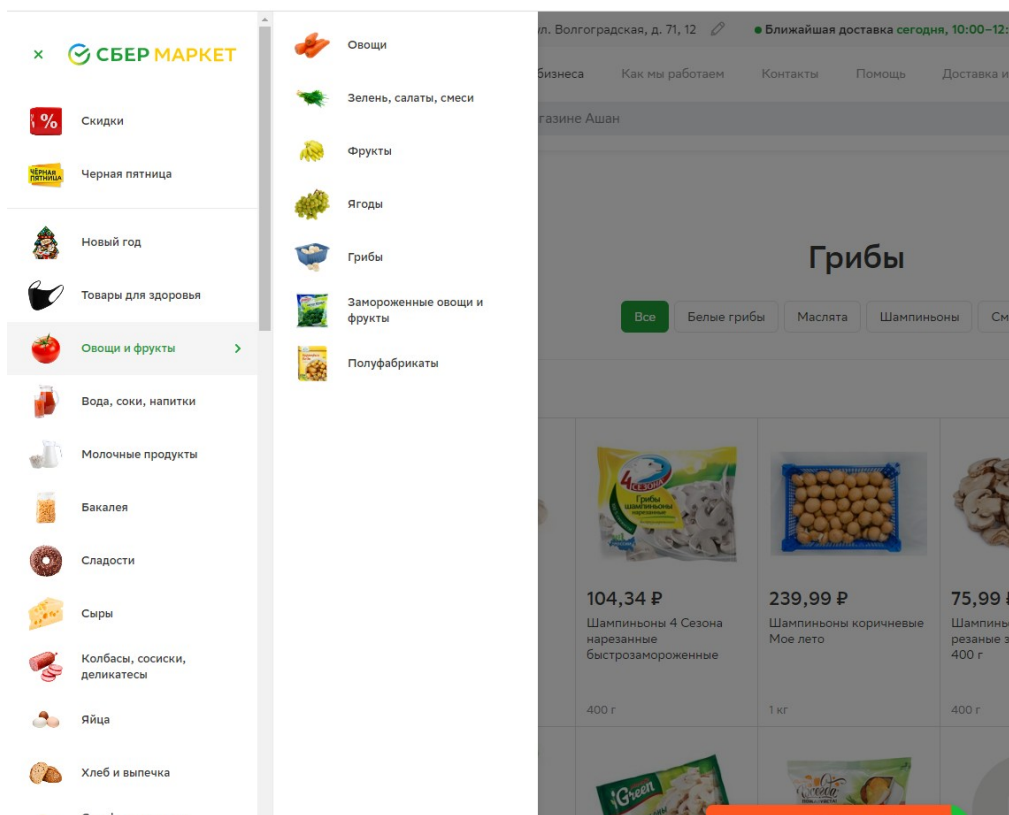


Рис. 13

- **Фильтрация по скидкам.** Помимо общих акционных разделов, в категориях и подкатегориях каталога в фильтре присутствует возможность фильтрации по товарам со скидками — можно отсортировать именно в нужной категории продуктов, а не в общем разделе со скидками. Также в случае скидки на товар — указано до какого числа она будет действовать (рис. 14).

## Рыба и морепродукты

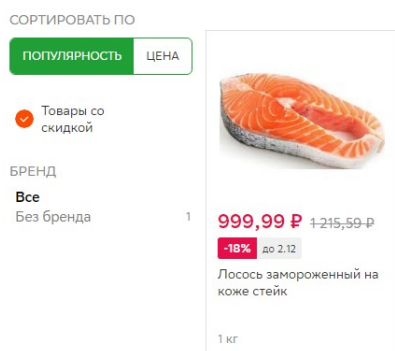


Рис. 14.

- **Информация о товаре.** У каждого товара указано примерное наличие (рис. 15): товара много, товара мало, срок хранения, пищевая ценность, что заведомо ориентирует клиента при выборе продуктов.



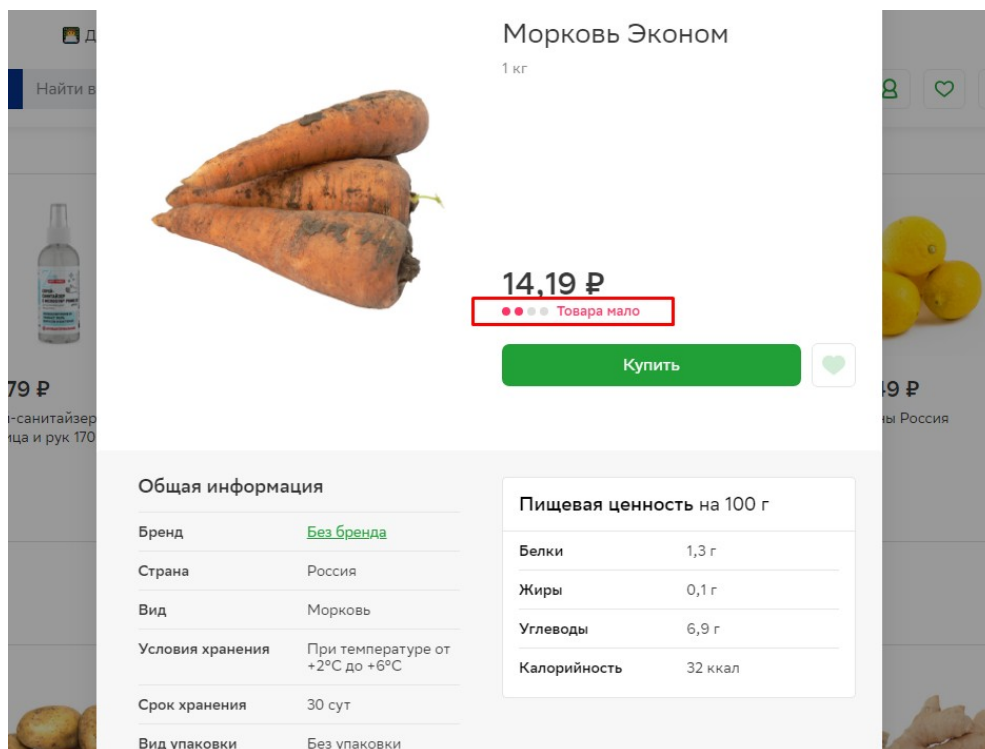


Рис. 15

- **Ценообразование.** В отличие от igooods.ru на Сбермаркете, например, у овощей минимальный весовой заказ — 1 кг — менее 1 кг заказать нельзя, у еды доступна к заказу граммовка от 200 грамм. Также в отличие от предыдущего конкурента, при выборе количества в карточке товара не изменяется цена сразу, что путает клиента.
- **Корзина.** Для того, чтобы посмотреть состав корзины клиенту не надо переходить на отдельную страницу — визуал корзины открывается неким всплывающим окном с возможностью редактирования, что повышает оперативность работы с корзиной при этом оставаясь на текущей странице (рис.

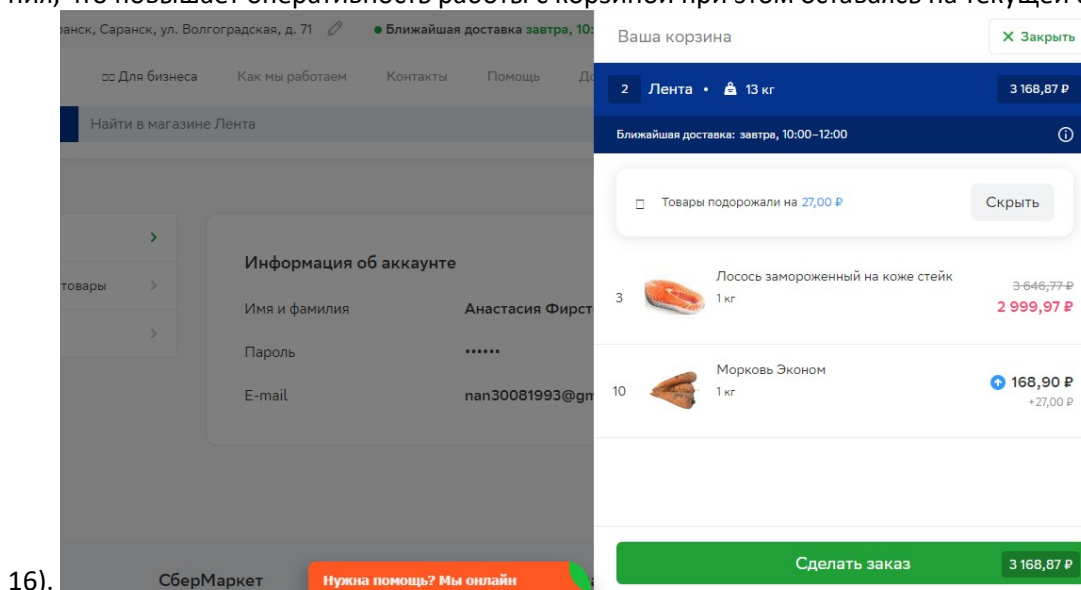


Рис. 16

16).

- **Изменение цены на товар.** Присутствует отслеживание изменений цен на товары из корзины – указывается уведомление с информацией какой товар и насколько подорожал (рис. 16).
- **Политика формирования заказа.** В отличие от igooods.ru, где возможно оформить общий заказ продуктов только из одного выбранного магазина (в чем, определенно, есть конкурентный недостаток), на Сбермаркете есть возможность сделать заказ доставки продуктов и товаров из магазинов нескольких партнеров, что позволяет клиенту сделать более многопозиционный заказ в случае, если необходимые товарные позиции будут отсутствовать в одном магазине, но быть в наличии в другом магазине. Но в тоже время, есть ограничение — заказ в этих магазинах будет доступен только в случае, если они входят в зону доставки от указанного адреса клиентом, что повышает рентабельность заказа для бизнеса и скорость доставки, а также сумма минимального заказа распространяется на каждый магазин (от 1000 руб.) (рис. 17).

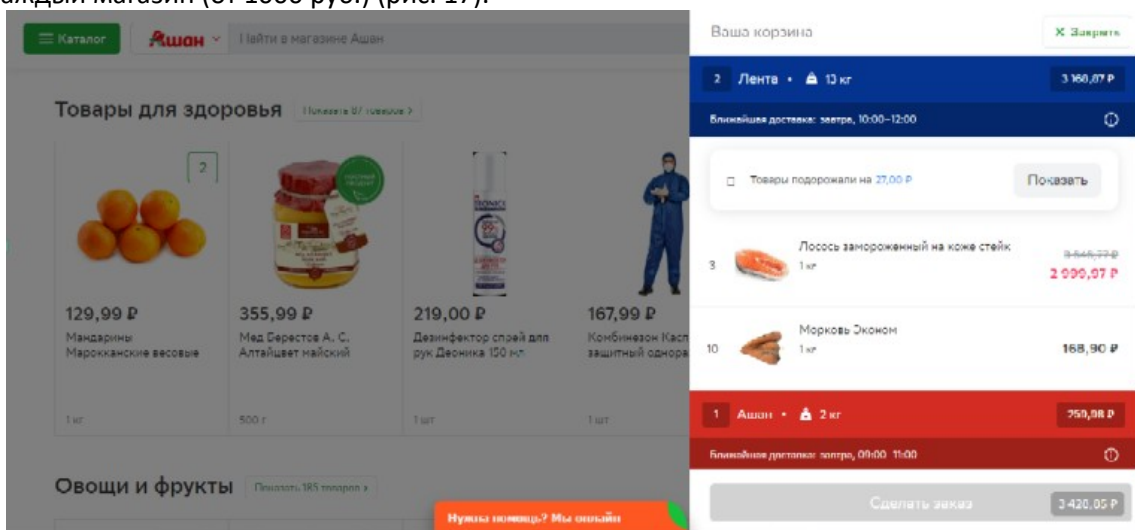


Рис. 17

- **Оформление заказа.** После перехода на страницу оформления заказа, можно заметить, что у ряда выбранных конкурентов, включая Сбермаркет, страница оформления имеет различия в хэдере и футере — минимум сторонней информации, чтобы клиента ничего не отвлекало от процесса оформления заказа (рис. 18).

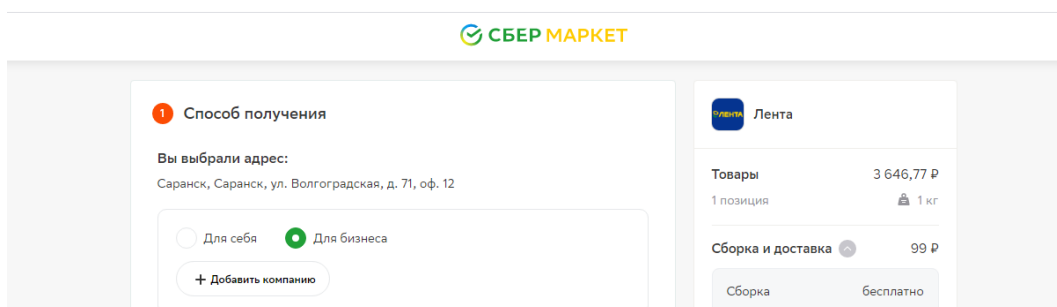


Рис. 18

- **Акции.** Присутствует возможность подписки на рассылку об акциях магазинов партнеров, которые доступны на сайте для привлечения внимания клиентов и мотивирования к новому заказу (рис. 19)

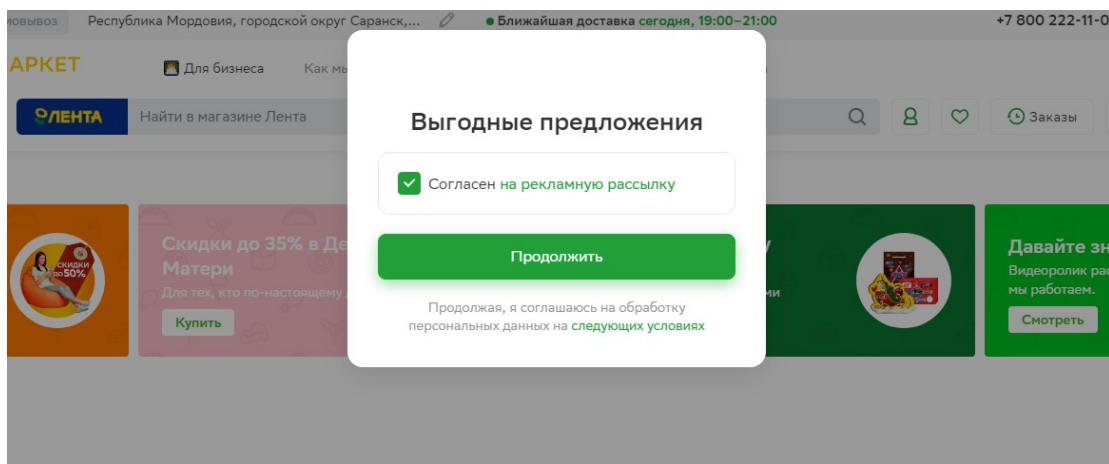


Рис. 19

- **Ближайшая доставка.** В зависимости от текущего времени просмотра сайта клиентом указывается промежуток ближайшей возможной доставки заказа, при этом возможно оставить заказ круглосуточно (рис. 20)

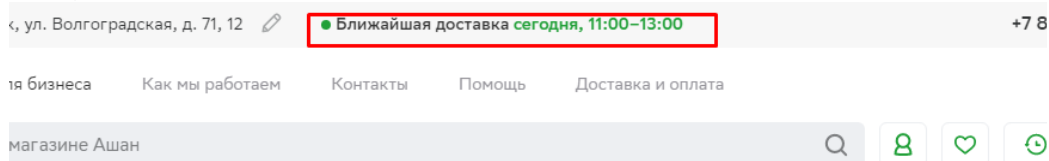
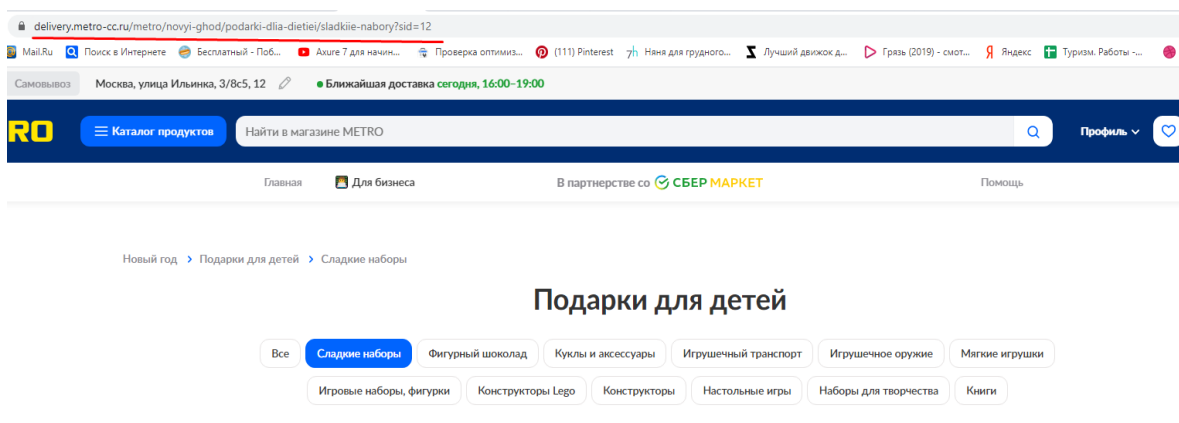


Рис. 20

- **Социальные сети.** У большинства выбранных конкурентов, включая Сбермаркет, активно ведутся и продвигаются популярные социальные сети, что повышает запоминаемость и узнаваемость среди целевой аудитории.
- **Скидки при оформлении заказа.** При первом заказе новому клиенту дается скидка на доставку, также указывается, что сборка и пакеты — бесплатно.

3. **Онлайн-сервис доставки <https://delivery.metro-cc.ru>** - заказ и доставка продуктов и товаров из сетевого супермаркета «Metro» (но с учетом, что в городе присутствует точка продаж данного магазина).

- **Структура каталога.** Достаточно стандартна и схожа со структурой выше перечисленных конкурентов. Но, есть отличия, которые положительно влияют на работу с каталогом пользователем. Например, помимо подробного категорирования каталога и понятных кратких названий категорий и подкатегорий, в разделе подкатегории присутствует функционал тегирования, что влияет на результативность продвижения сайта, а также на удобство пользования: можно сузить поиск по подкатегории, что указано и в url (рис. 21).



### Сладкие наборы

Рис. 21

- Ценообразование.** Как и у большинства указанных конкурентов, включая онлайн-сервис доставки продуктов и товаров «Метро», минимальное количество грамм доступное к заказу различно и зависит от вида товара. Например у овощей (помидоры, перцы) заказ возможен только от 1 кг. А вот например у чеснока от 100 г., картофель же от 5 кг, цена же за капусту указывается за 2 кг 200 гр (рис. 22)

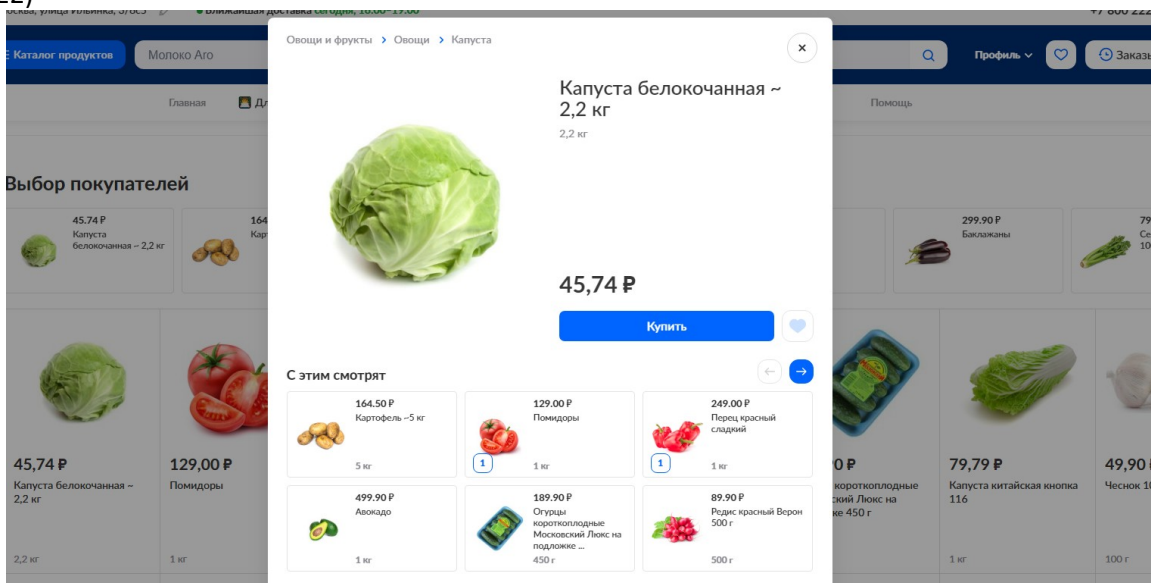


Рис. 22

- Маркетинговые блоки.** Например, в категориях можно изучить товары и выбрать из них, которые стали наиболее популярными по выбору покупателей (рис. 23).

#### Выбор покупателей



Рис. 23

Также в карточке товара, помимо подробного описания, есть блок «С этим смотрят» (рис.24), чтобы заинтересовать клиента просмотреть и добавить в заказ большее количество товаров.

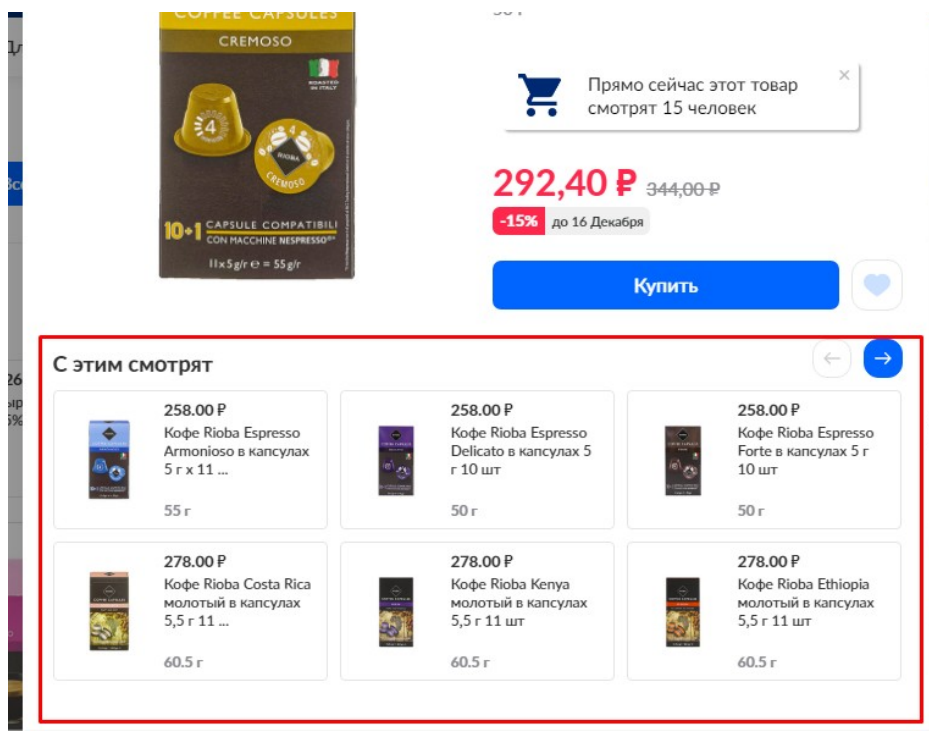


Рис. 24

- **Тематические подборки.** Присутствуют тематические сезонные подборки групп товаров, например, подборка продуктов для определенных блюд, которые актуальны для ближайших праздников (рис. 24), что позволит покупателю не забыть приобрести ни один из составляющих продуктов для приготовления, и в то же время увеличить заказ <https://delivery.metro-cc.ru/metro/novyi-ghod/novoghodnie-recepty/olivie>.

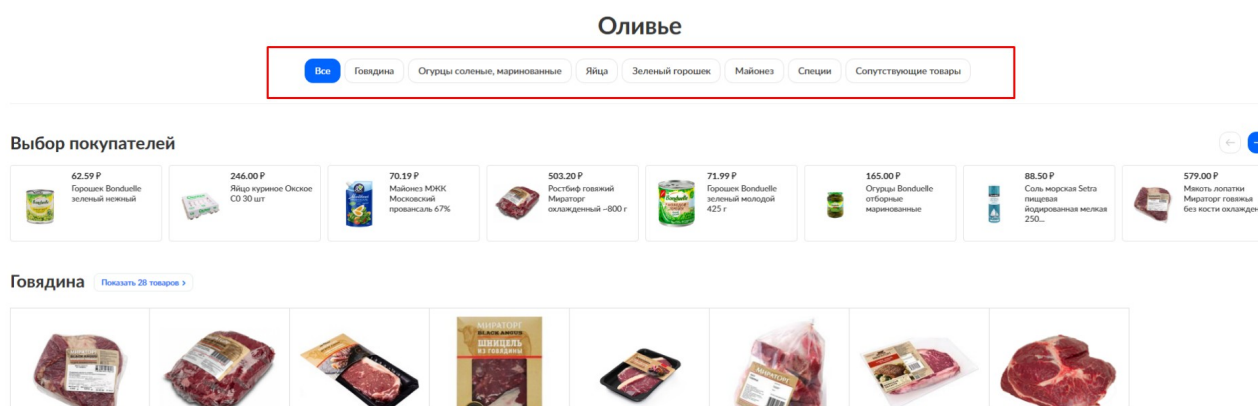


Рис. 24

- **Скидка при заказе онлайн.** Для увеличения процента завершенных и оплаченных заказов через сайт, действует акция получения скидки при заказе онлайн на сайте (рис. 25).

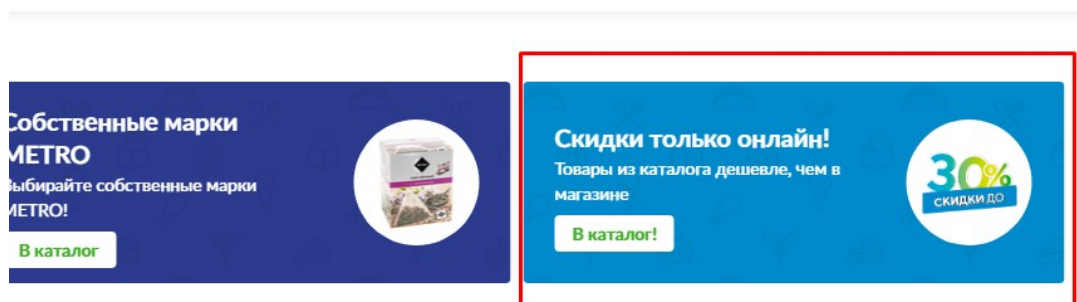


Рис. 25

- **Повтор заказа.** Необходимо учесть, что должна быть возможность повтора ранее оформленного и завершенного заказа клиента, с возможностью редактирования всех товаров из прошлого заказа в корзине, чтобы минимизировать процесс поиска товаров в каталоге и ускорить завершение формирования нового заказа (рис. 26).

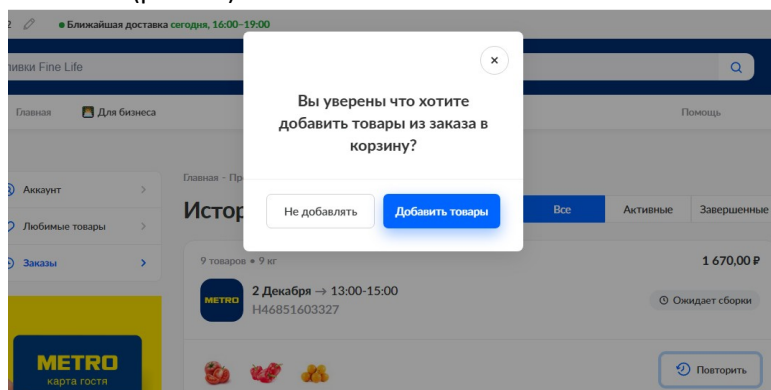


Рис. 26

- **Добавление товаров в заказ.** Есть возможность добавить в заказ еще дополнительные позиции товаров, если клиент что-то забыл, но уже сделал заказ. Есть одно ограничение, чтобы исключить некорректность сборки заказа сотрудником - добавить дополнительные товары в оформленный заказ можно только до начала сборки - только до начала сборки заказа (рис. 27).

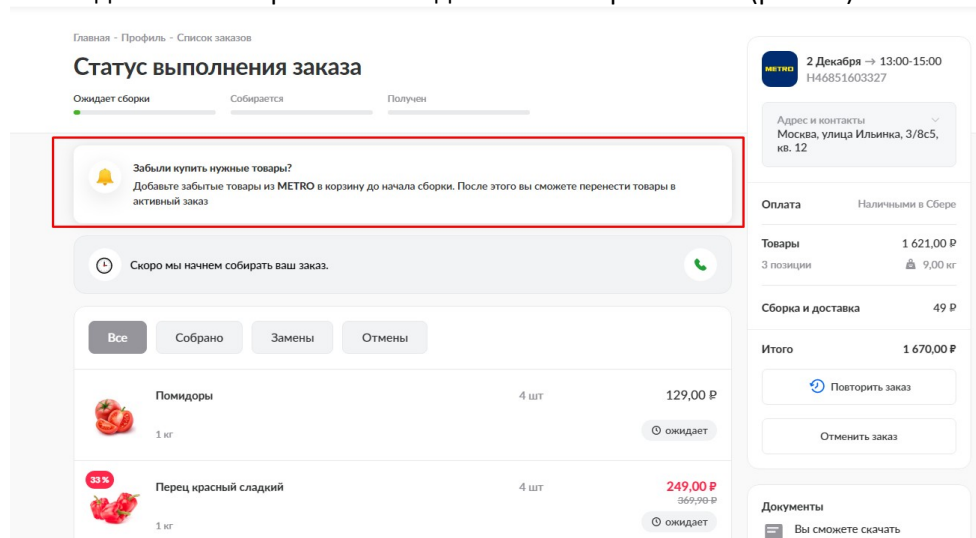


Рис. 27

- **Политика доставки крупных заказов.** Интересная политика предусмотрена для крупно весовых заказов. В случае, если заказ весит более 30 кг (достаточно тяжелый), то за каждый дополнительный кг идет доплата примерно 4-5 руб.
- **Политика сбора заказа и возвратов.** Конечно, почти все из выбранных конкурентов на сайте делают информационно акцент на свежести товаров как ключевым преимуществом. Но, например, данный конкурент уточняет, что если заказ сделан за ранее (например, утром на вечернее время), то сборка будет происходить не раньше чем за полтора часа до доставки (рис. 28).

#### Что происходит с моим заказом?

После того как вы оформили заказ, сборщик (он уже находится в магазине и ждет ваш заказ) приступает к поискам необходимых продуктов. Сборка начинается перед доставкой заказа. Если с утра вы заказали продукты на вечер, ваши покупки окажутся в корзине не раньше, чем за 1,5 часа до доставки. Сборщики проходят специальную подготовку. Во время своей работы они строго придерживаются ряда правил: выбирать более свежий товар, который обычно находится в глубине полок (если до истечения срока годности товара прошло более половины времени, то его уже не берут); сначала собирать бакалейные товары, хлеб, и бытовые. В последнюю очередь — замороженное и охлажденное мясо, овощи, фрукты и зелень, чтобы сразу поместить их в термосумку; класть бытовую химию и продукты питания отдельно.

Рис. 28

Очень важно уточнять и доносить до клиента такие тонкости работы до клиента — это повышает доверие клиента к сервису и качеству предоставления услуг, мотивируя сделать не один заказ.

- **Отслеживание товара.** Можно проследить индивидуальный процесс сборки товаров из заказа и отсортировать (рис. 29), а также сразу увидеть замены товаров по заказу (на какие заменены и по какой цене).

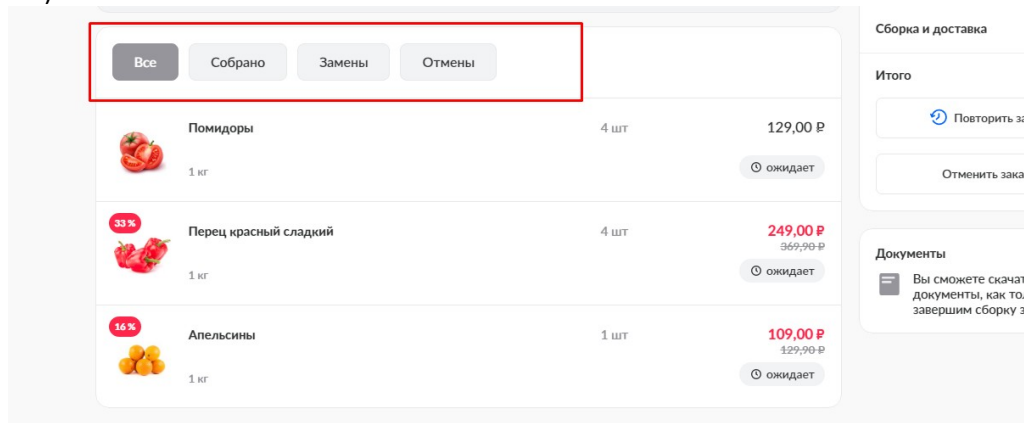


Рис. 29

- **Оформление заказа для бизнеса.** На всех сайтах конкурентов есть возможность добавления своей компании, в случае, если необходимо сделать корпоративную закупку. При этом добавление достаточно удобное — данные компании подгружаются по ИНН.

4. **Онлайн-сервис доставки <https://korzina.su>** - заказ и доставка продуктов и товаров из сетевых магазинов «Корзина» только в Крыму.

- **Фильтр в каталоге.** В каталоге достаточно подробный фильтр, можно выбрать фасовку, объем и показатели пищевой ценности, по которым стоит отсортировать (рис. 30)

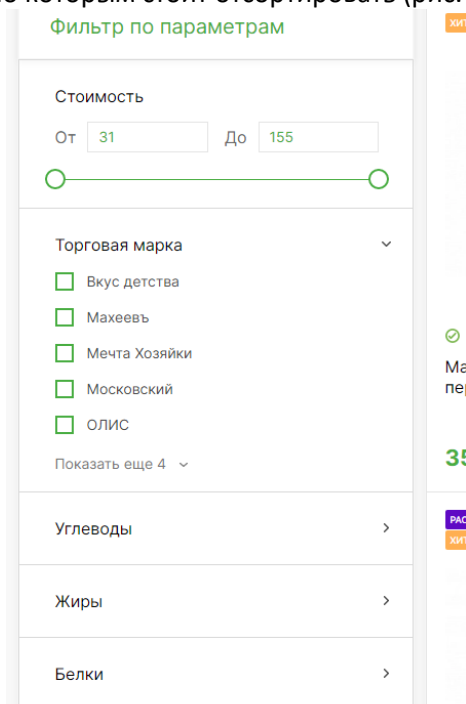


Рис. 30

- **Ценообразование.** Как и у большинства конкурентов минимальное количество определенных групп товаров — индивидуально. Например, фасовка у овощей (огурцов) от 500 гр, хотя в карточке указана цена за 1 кг, но в тоже время нигде это не указано. У мяса же от 100 грамм.

Главная страница • Мясо охлажденное • Мясо курицы охл. • Голень цыпленка-бройлера охл в/у кг

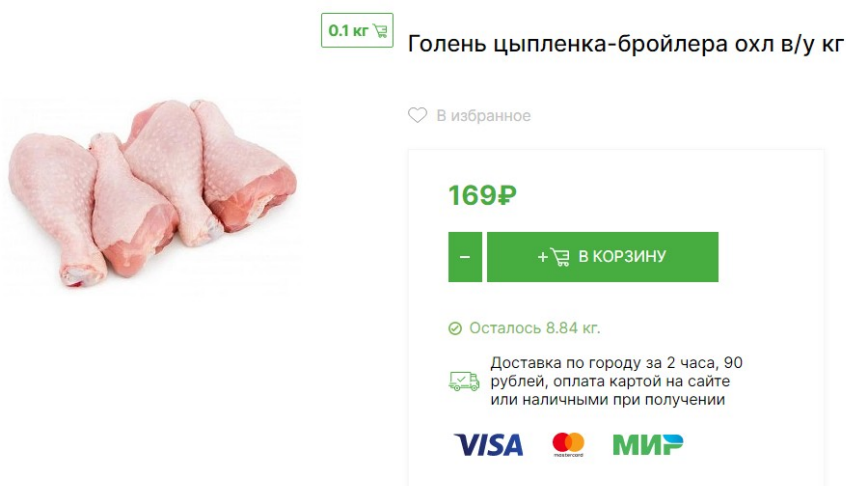


Рис. 31

- **Бонусная система.** В случае регистрации на сайте — подарок в виде приветственных бонусов в размере 2000 руб (временная акция) <https://korzina.su/bonusnaya-programma/>. Действительно после регистрации и заполнения профиля бонусы появились, которыми можно оплатить часть заказа (рис. 32).



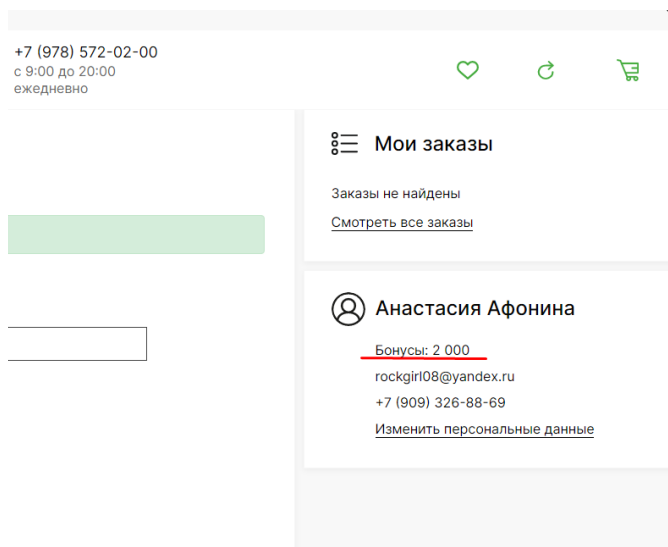
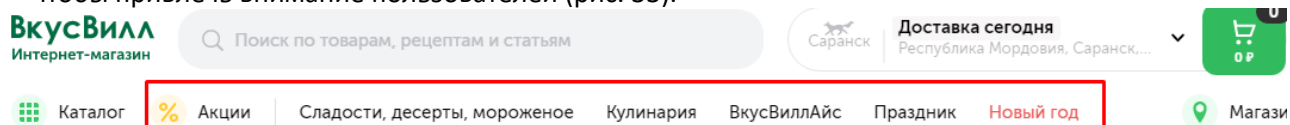


Рис. 32

**5. Интернет-магазин <https://vkusvill.ru>** - заказ и доставка продуктов здорового питания (в городах, где есть точка продаж магазина).

- **Актуальные категории.** В хэдер сайта продублированы ссылки на актуальные категории каталога, чтобы привлечь внимание пользователей (рис. 33).



Главная / Каталог / Только в интернет-магазине / Детское развитие и обучение / Конструктор «Мега Парк», ЗиЗ

Рис. 33

- **Акции и скидки.** На сайте действует акция в игровой форме — каждый день происходит подборка шести товаров на которые устанавливается скидка 20% (рис. 34).

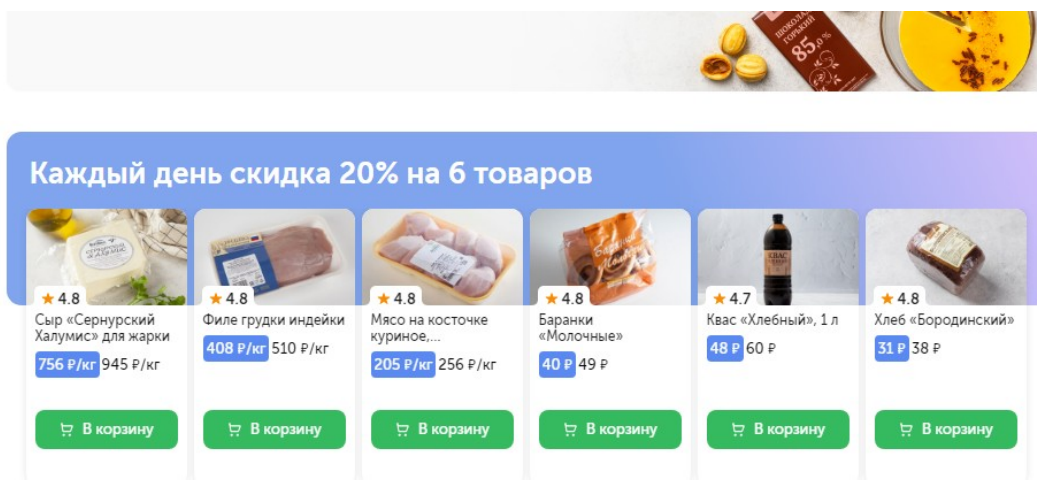


Рис. 34

Также действуют скидки от количества того или иного товара, побуждая пользователя заказать несколько экземпляров товара (рис. 35).

Главная / Каталог / ВкусВиллАйс / Десерты, выпечка / Макаронс №1 В Айс

## Макаронс №1 В Айс

184 Р / шт ~~156 Р / шт~~ ★ 4.9 0 отзывов

При покупке от 3-х товаров

В корзину

+ В список

В избранное

Нет в наличии

ваниль

297,2	5,9	11,6	42,3
кг	Блины (шт)	Жир (г)	Углеводы (г)



Рис. 35

- **Время доставки.** Предупреждают клиентов, что доставка заказа производится в течении определенного времени — в данном случае указана доставка в течении 2-х часов, что минимизирует вопросы со стороны клиентов касательно скорости доставки.
- **Адреса доставки.** При оформлении заказа присутствует возможность добавления и сохранения в личном профиле пользователя дополнительного адреса доставки по городу, соответственно, при создании нового заказа в последующем, клиент просто выбирает из сохраненных адресов необходимый не указывая его заново (рис. 36).

Рис. 36

- **Правила формирования и оплаты заказа.** Предупреждают, что итоговая цена может редактироваться, т.к. актуальны замены отсутствующих товаров на аналогичный товар. В связи с этим, оплата с привязанной карты (это единственный способ оплаты доставки заказа на сайте) производится только после сборки самого заказа.

- **Автоматическая подборка товаров для заказа.** Еще одна интересная идея с подборкой товаров. На сайте активно наполняется раздел «Рецепты», где можно найти рецепт блюда на любой вкус. Но помимо обычного описания рецепта, здесь можно почти одним кликом добавить в корзину необходимые продукты для данного блюда, и оформить заказ. Но необходимо учесть, что в случае отсутствия определенного товара из рецепта, должны предлагаться аналоги (рис. 37).

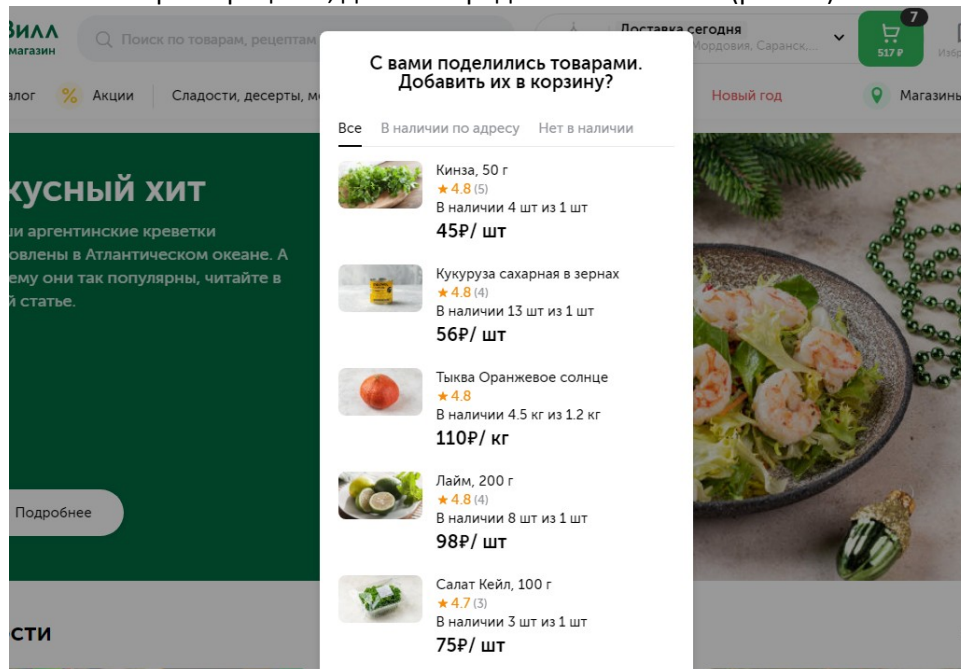


Рис. 37

- **История транзакций.** Помимо самой бонусной системы, реализованной на многих сайтах-конкурентах, на Вкусвилл присутствует история бонусов, где указывается начисление и снятие бонусов за покупки.
- **Избранное и списки любимых продуктов.** Очень важно, чтобы на сайте подобного направления был предусмотрен функционал «сохранения» понравившихся товаров в своем личном кабинете. Это помогает клиенту не искать заново в каталоге товар, который понравился ранее и он хочет его заказать, отслеживать скидки или акции на этот товар, наличие товара, планировать следующий заказ.
- **Служба поддержки.** Для взаимодействия с пользователями в случае вопросов по заказам и т.п. на большинстве вышеперечисленных конкурентах, включая Вкусвилл, предусмотрен чат со службой поддержки (рис. 38)

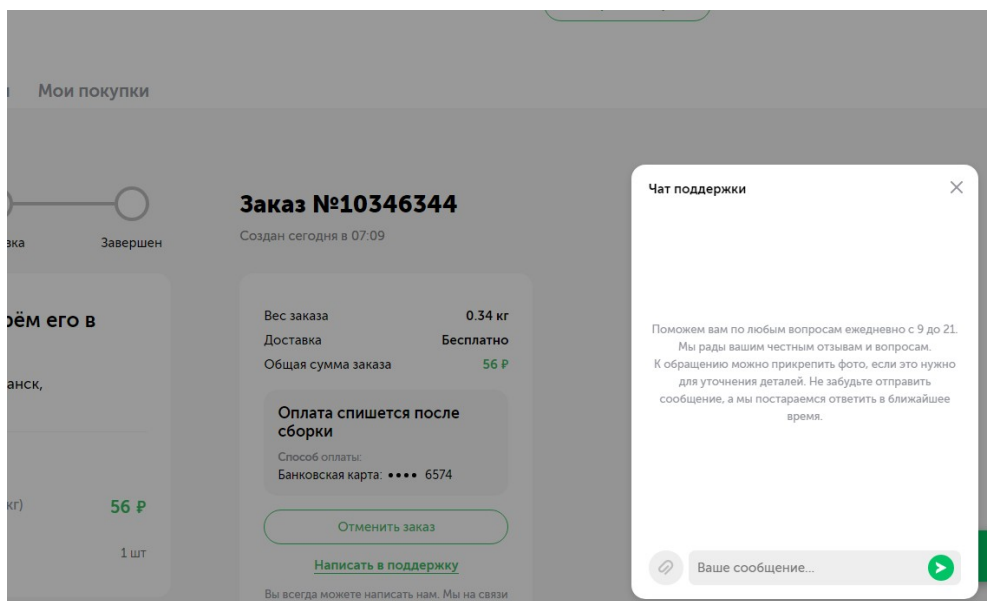


Рис. 38

## 6. Маркетплейс <https://market.yandex.ru> - заказ и доставка продуктов и товаров.

- **Представление товара.** В карточке товара присутствует подробная галерея с фото товара с разных ракурсов (актуально для некоторых категорий каталога, например, для бытовой техники, электроники) (рис. 33).

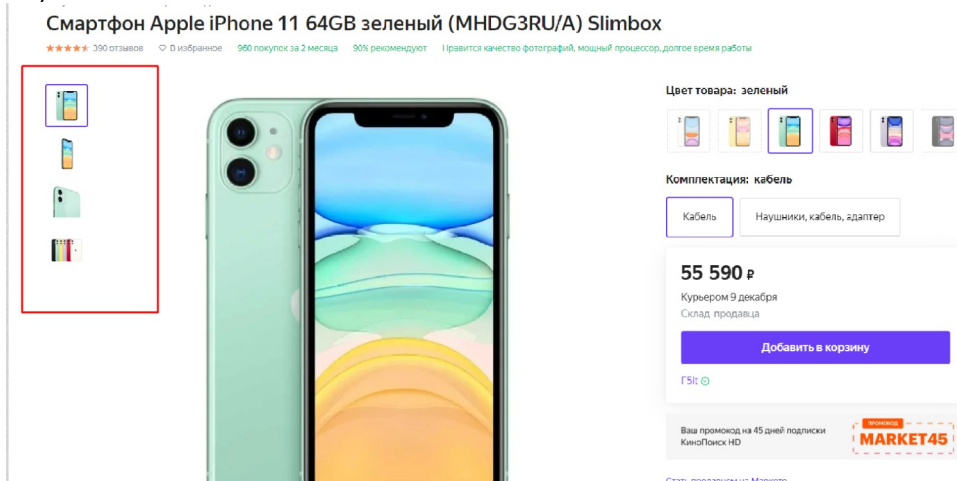


Рис. 34

Также выведена информация сколько раз этот товар был заказан с сайта (рис.34). Для возможного увеличения суммы заказов в карточке товара также представлен блок «С этим товаром покупают» (сопутствующие товары) (рис. 35).


· Мобильные телефоны · Apple

## Смартфон Apple iPhone 11 64GB зеленый (MHDG3RU/A) S

390 отзывов   В избранное   960 покупок за 2 месяца   90% рекомендуют   Нравится качество фотографий, мощ



Рис. 34


**Смартфон Apple iPhone 11 64GB зеленый (MHDG3RU/A) Slimbox**  
 Доставка курьером 9 декабря   FSF

**55 590 р**  

### С этим товаром покупают







 <b>3 589 р</b> ★★★★★ 16 отзывов Беспроводная сетевая зарядка Krusei Sunne черный	 <b>12 980 р</b> ★★★★★ 823 отзыва Беспроводные наушники Apple AirPods 2 (с зарядным футляром) MV7N2 white 90% рекомендуют	 <b>8 490 р</b> ★★★★★ 367 отзывов Портативная акустика JBL Charge 4 sand 93% рекомендуют	 <b>923 р</b> ★★★★★ 34 отзыва Переходник Apple Lightning - mini jack 3.5 (MMX622M/A) белый	 <b>728 р</b> ★★★★★ 7 отзывов Sactus CS-ISOCLENE 1 чистящая жидкость	 <b>250 р</b> ★★★★★ 11 отзывов Тарифный план Yota смартфона с самк
---	--	---	--	--	--

Рис. 35


- **Баннеры.** На сайте представлено достаточное количество ярких зазывающих акционных баннеров, для привлечения внимания пользователей. Такие акционные баннеры должны быть максимально краткими по текстовке и понятными по смыслу и размещаться в логических областях страниц сайта: например, в категории/подкатегории каталога, где находится этот товар или в слайдере на главной странице и т. п.
- **Вариации товара.** В случае с такой группой товаров, как электроника в карточках товара присутствуют вариации (например по цвету) (рис. 36).

Покупки · Мобильные телефоны · Apple







**Смартфон Apple iPhone 11 64GB зеленый (MHDG3RU/A) Slimbox**

★★★★★ 390 отзывов   В избранное   960 покупок за 2 месяца   90% рекомендуют   Нравится качество фотографий, мощный процессор, долгое время работы





**Цвет товара: зеленый**

**Комплектация: кабель**

Кабель  
  Наушники, кабель, адаптер

**55 590 р**  
Курьером 9 декабря  
Склад продавца

Рис. 36

- **Оплата.** Интересное решение по способам оплаты. Присутствует возможность оплатить часть заказа бонусами «Спасибо от Сбербанка» (рис. 37).

### Способ оплаты

- Картой онлайн
- Наличными при получении  
Доставка не будет бесконтактной
- Бонусами СПАСИБО от Сбербанка  
Ими можно оплатить часть заказа



Рис. 37

- **Бонусная система.** Для привлечения числа клиентов настроена система начисления бонусов за завершенный заказ <https://pokuski.market.yandex.ru/promo/bonus/#bonus-types>.
- **Изменения цен на товары из корзины.** В случае изменении цены на товар из корзины — появляется подробное предупреждение следующего типа, чтобы снизить недовольство клиента из-за непонимания почему изменилась цена (рис. 38).

### 6 товаров в корзине

ⓘ **Изменилась цена на 1 товар**  
 Стиральный порошок BioMio BIO-COLOR с экстрактом хлопка картонная пачка 1,5 кг  
 359 Р ~~309 Р~~  
 Цена уменьшилась на 40 Р

**Доставит Яндекс.Маркет с 3 декабря**

	Tide капсулы 3 in 1 Pods Color, контейнер, 60 шт <small>Продавец: Яндекс.Маркет</small>	- 1 +	<b>810 Р</b> <del>1 790 Р</del>	♥
🗑				
	Стиральный порошок BioMio BIO-COLOR с экстрактом хлопка картонная пачка 1,5 кг <small>Продавец: Яндекс.Маркет</small>	- 5 +	<b>1 795 Р</b> 359 Р /шт.	♥
🗑				

Вес заказа  
Товары (6)  
Скидка на товары

**Итого**

Перейти к оформл

Промокод на скидку

Рис. 38

- **Адреса доставки.** Присутствует возможность добавления нескольких адресов доставки для возможности смены адреса, на который должна быть доставка.

## Маркетинговые решения которые рекомендуется реализовать на сайте исходя из анализа сайтов-конкурентов:

1. Регистрацию/авторизацию сделать как у <https://igooods.ru/>, т. е. регистрация по номеру телефона — код, который необходимо ввести для успешного действия — приходит по смс, после подтверждения кода задаются всего лишь пару нужных вопросов: Имя и эл.почта, куда будут направляться чеки и приходить уведомления о заказах. Авторизация, соответственно, по номеру телефона.
2. Сделать карту магазинов-партнеров с выбором своего адреса и ближайших магазинов (как у первых трех из конкурентов).
3. Ценообразование продуктов питания исходя из количества грамм товара реализовать как у <https://igooods.ru/>
4. Добавить поиск по корзине и сортировку по категориям товаров, которые есть в корзине.
5. Обязательно необходимо учесть подробное отслеживание заказа.
6. Должна быть внедрена политика замены товаров в заказе и возможность дополнить собранный заказ товарами до этапа сборки (как у <https://delivery.metro-cc.ru>)
7. Структуру каталога предусмотреть приближенной к структуре как у <https://delivery.metro-cc.ru> с учетом внедрения функционала тегирования:
  - предусмотреть два уровня вложенности
  - использовать короткие и конкретные названия категорий и подкатегорий, чтобы пользователь мог оперативно найти необходимую ему категорию/подкатеорию.
  - в разделе категории обязательно выводить список всех подкатегорий
  - на втором уровне вложенности реализовать функционал тегирования, что влияет на результативность продвижения сайта, а также на удобство пользования: можно сузить поиск по подкатегории
  - в каталоге должен присутствовать максимально удобный фильтр с выводом количества товаров подходящих по выбранным параметрам и сортировки по товарам (например, по цене, по популярности)
  - создание акционных или сезонных разделов, где выведена подборка товаров схожих по выбранным свойствам (Акции, Товары для нового года, Сезонный товары и т. п.)
8. Описание товаров должно быть подробным (сроки хранения, состав, бренд, пищевая ценность) с указанием примерного наличия (осталось мало, много)
9. Внедрить отслеживание изменения цен на товары из корзины.

10. Внедрение бонусной системы, приветственных бонусов при регистрации (как у <https://korzina.su>) и реферальной программы.
11. Внедрение маркетинговых блоков: тематические подборки, сопутствующие товары, популярные товары и т. п. Как было перечислено в анализе.
12. Указывать промежуток ближайшей доставки и давать возможность выбора клиенту времени и даты доставки.
13. Создание разделов с представлением всех товаров по категориям по скидкам в один раздел, но при этом давать возможность фильтровать товары по скидкам в каталоге продукции.
14. Использовать в первое время скидки при оформлении заказа (например, скидку на доставку).
15. Функционально должна быть возможность добавления товаров в один заказ из нескольких магазинов в зоне доставки. Например, [igooods.ru](http://igooods.ru) в отличие от Сбермаркета не предусмотрел такую возможность, что ограничивает клиента, что может послужить поводом уйти на другой сайт конкурент и сделать заказ там.
16. Заполнение сайта должно быть качественным грамотным и простым для понимания контентом, особенно для объяснения схемы и политики работы сервиса и сотрудников.
17. Установление минимальной суммы заказа.
18. Возможность добавление понравившихся товаров в раздел «Избранное» (реализован на всех вышеперечисленных сайтах).
19. Должна быть предусмотрена возможность реализации пользователями корпоративных заказов на доставку — учесть возможность добавления своей компании, заполнения или загрузки данных компании по ИНН.
20. Обязательно к реализации возможность обращения клиента в службу поддержки прямо на сайте — например, чат поддержки.
21. На большинстве сайтов, которые были проанализированы вопрос касательно сотрудничества реализован следующим образом — заполнение анкеты и подача заявки с сайта, детали сотрудничества, к сожалению, не разглашаются, на новом сайте, необходимо предусмотреть подобный раздел.
22. Дополнительное предложение, которое почему-то не применяется на анализируемых сайтах: на страницах категорий каталога магазинов-партнеров делать подборки брендов, которые представлены в магазине (например, популярные бренды в данной категории и т. п.). Зачастую пользователи ищут товары именно определенного бренда, которому доверяют. Также у крупных сетевых магазинов присутствует свои собственные торговые марки, которые тоже можно указывать в подборках для привлечения внимания клиентов.