

Реклама и продвижение на маркетплейсах

Эффект для селлеров

 Data Insight

 Исследования

2025

Ключевой вопрос исследования

Что дает селлерам продвижение на маркетплейсах?

Для ответа на этот вопрос мы проанализировали данные 13 тыс. продавцов на Wildberries и измерили следующие метрики:

- **Чистый эффект рекламы** – разница между приростом продаж селлеров, использовавших рекламу и продвижение, и приростом продаж селлеров, не использовавших рекламу и продвижение. YoY, ноябрь-декабрь 2024 к аналогичному периоду 2023. Измеряется в процентных пунктах (п.п.).
- **Премия к росту рынка** – разница между приростом продаж продавцов в товарной категории, использовавших рекламу и продвижение, и средним ростом в товарной категории. YoY, ноябрь-декабрь 2024 к аналогичному периоду 2023. Измеряется в процентных пунктах (п.п.).
- **Доля рекламных расходов (ДРР)** - отношение затрат на рекламу и продвижение к выручке продавца на площадке.
- **Конверсия роста ДРР в продажи** – прирост продаж на каждый дополнительный процентный пункт увеличения рекламных расходов.



Методология

Отобраны и проанализированы продажи 13 тыс. продавцов на Wildberries.

В выборку вошли:

- продавцы с объемом рекламы и продвижения более 500 тыс. руб. в ноябре-декабре 2024 года
- крупнейшие продавцы, не использовавшие рекламу и продвижение
- продавцы, использовавшие только наружную рекламу.

Анализировалась динамика показателей селлеров за одинаковые сезоны: ноябрь-декабрь 2023 и ноябрь-декабрь 2024.

В объемы рекламы и продвижения включались - ВБ.Продвижение без бонусов, ВБ.Медиа, ТВ, наружная реклама, PUSH, брендзона.



Основные факты и выводы



Retail Media как часть большого Media Mix



Для розничного ритейла реклама и продвижение на маркетплейсах – **часть большого Media Mix**, комплексного маркетинга, направленного на продвижение товаров с использованием различных каналов и форматов. На каждом этапе покупки работают свои инструменты. Грамотное использование возможностей экосистемы увеличивает эффективность продаж селлера и работы всего маркетплейса.

- **Наружная и ТВ реклама** напоминают покупателям об удобстве маркетплейсов, возможности купить товары разных категорий и наличии там интересных предложений.
- **Реклама и продвижение на маркетплейсе** помогает получить от селлера выгодное предложение и сделать последний шаг к покупке.

7 тезисов об эффективности рекламы и продвижения на маркетплейсах

- 1. Маркетплейсы – основной по объему канал продаж в eCommerce** – они занимают 61% объема рынка eCommerce (и 80% - по количеству заказов). Качество продвижения в этом канале определяет рост продаж
- 2. Реклама и продвижение напрямую увеличивают продажи.** Использующие их селлеры растут в полтора раза быстрее: реклама даёт в среднем 26 дополнительных процентных пункта роста (на 75% за год выросли селлеры с рекламой и продвижением, на 49% – остальные селлеры)
- 3. Реклама и продвижение помогают опередить рынок.** Для двух третей товарных категорий реклама и продвижение добавляют более 20 процентных пунктов к росту продаж. Самую большую премию реклама и продвижение дают в категориях ноутбуки (+547 п.п.), умный дом (+267 п.п.), автоэлектроника (+154 п.п.), садовая техника (+144 п.п.), и фото-видео (+137 п.п.)
- 4. Выручка растёт быстрее, чем расходы на рекламу и продвижение.** Доля расходов на рекламу растёт, но каждый новый процент рекламных затрат увеличивает продажи. В 31 товарной категории каждый новый процент добавляет к росту более чем 5 процентных пунктов



7 тезисов об эффективности рекламы и продвижения на маркетплейсах

4. **Реклама и продвижение многократно повышают видимость товара.** Количество показов и просмотров карточек товаров у рекламодателейросло до 9 раз в ноябре 2024 года. Если продукт появляется на первых страницах поиска или каталога, его шансы на покупку возрастают
6. **Рост лояльности и доверия.** Товары, которые часто мелькают на маркетплейсах, запоминаются и начинают вызывать больше доверия. Это приводит в том числе и к опережающему росту рейтингов карточек рекламируемых товаров – в 1,6 раза быстрее, чем у селлеров без рекламы
7. **Наружная офлайн реклама даёт ещё и дополнительный буст** – в декабре 2024 года на старте* размещения наружной рекламы Wildberries использующие её селлеры росли быстрее, чем те, кто использовал только цифровую рекламу и продвижение

* наружная реклама была запущена в октябре 2024

Селлеры, которым реклама дает наибольшие бонусы

- **Селлеры из категорий с высокой конкуренцией** – например, ноутбуки (премия от рекламы +547 процентных пункта), умный дом (+267 п.п.), автоэлектроника (+154 п.п.)
- **Селлеры с сильными предложениями и скидками** – продвижение таких товаров даёт заметный прирост уже на старте
- **Селлеры с рейтингом 4,5+** – исследование показало, что рейтинг ниже 4,5 становится ограничивающим фактором для эффективности рекламы. Покупатели меньше доверяют селлерам с невысоким рейтингом, даже если их товары рекламируются. И наоборот, для селлеров с рейтингом 4,5-4,75 премия от рекламы в 1,7 раза выше, чем для селлеров с рейтингом до 4,5





О рынке



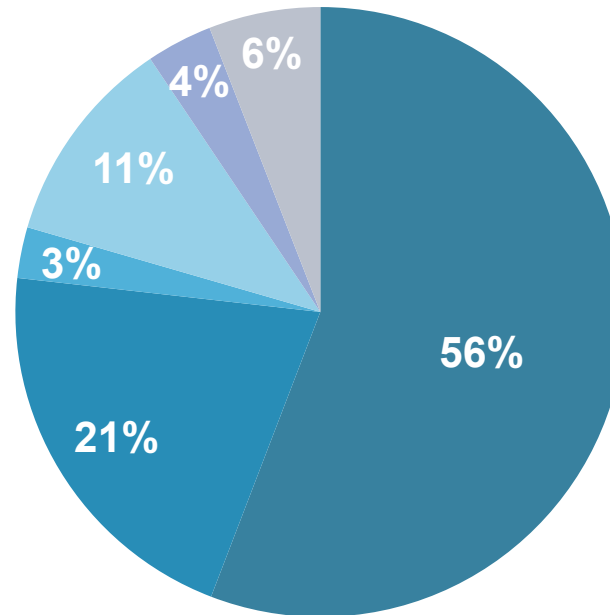
eCommerce в России, 2025



Источник: данные Data Insight, февраль 2025

Доля продаж маркетплейсов, 2025

Рис. 1. Количество заказов



В общем объеме продаж суммарная доля маркетплейсов – **61%**, в количестве заказов – **80%**.

■ Wildberries

■ Ozon

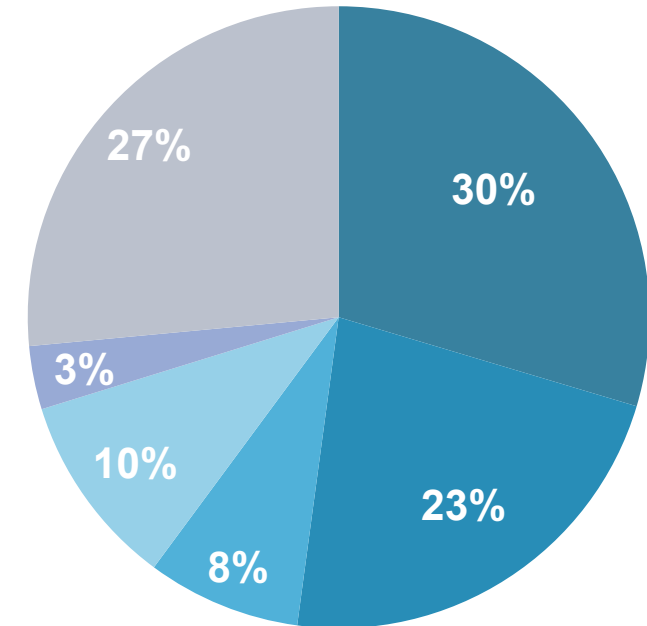
■ Другие универсальные маркетплейсы*

■ eGrocery**

■ ePharma

■ Остальной рынок

Рис. 2. Объем продаж



* Яндекс Маркет, Мегамаркет, Магнит Маркет, AliExpress (только российские селлеры)

** Без учета Ozon Fresh

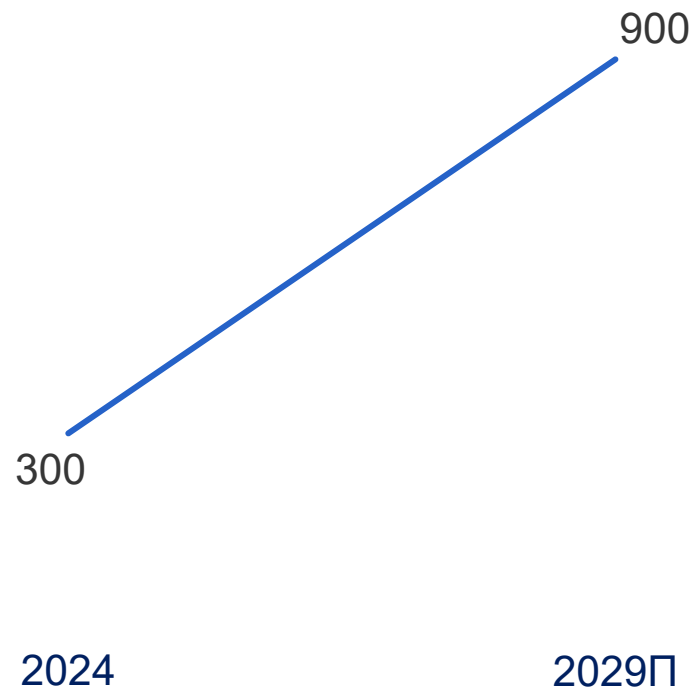
Источник: данные Data Insight, февраль 2025



Исследования

Рынок Retail Media

Рис. 3. Прогноз объема рынка Retail Media, млрд руб.



Источник: Яков и Партнеры, 2025

За последние пять лет рынок Retail media в России, представляющий цифровые рекламные услуги ритейл-площадок, вырос в 300 раз и достиг рекордных 300 млрд руб. в 2024 г.

В 2024 г. доля этого сегмента составила более 20% от общего рекламного рынка, что на 6 п.п. выше мирового среднего.

Прогноз на 2029 год – 900 млрд руб., рост в 3 раза в ближайшие пять лет.

Подавляющую долю сегмента RetailMedia занимает реклама и продвижение на маркетплейсах.



Данные исследования



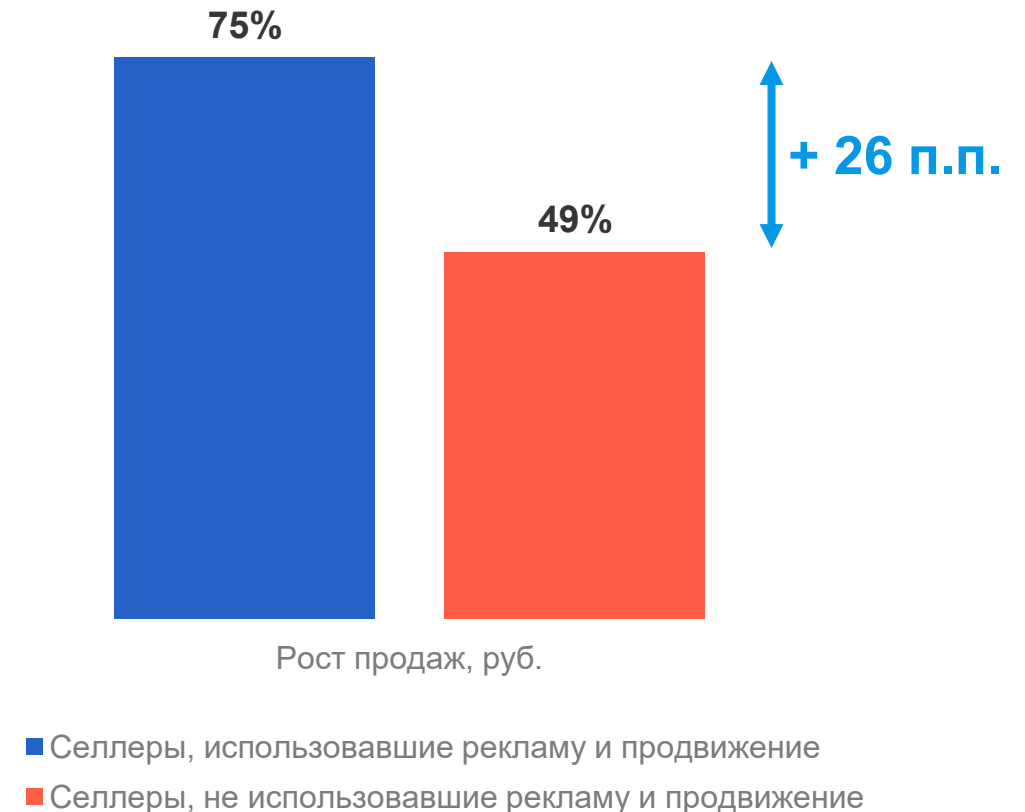
Чистый эффект рекламы

Продажи селлеров, использовавших рекламу и продвижение, выросли в ноябре-декабре 2024 на 75% по сравнению с тем же периодом 2023 года. Продажи селлеров из контрольной группы - не использовавших рекламу и продвижение - выросли за этот же период всего на 49%.

+ 26 процентных пунктов к росту продаж – чистый эффект рекламы на маркетплейсе.

При проведении кампании объем продаж в единицах товаров (штуках) может вырастать даже больше чем в деньгах (иногда кратно больше), так как кампании обычно сопровождаются скидками и акциями.

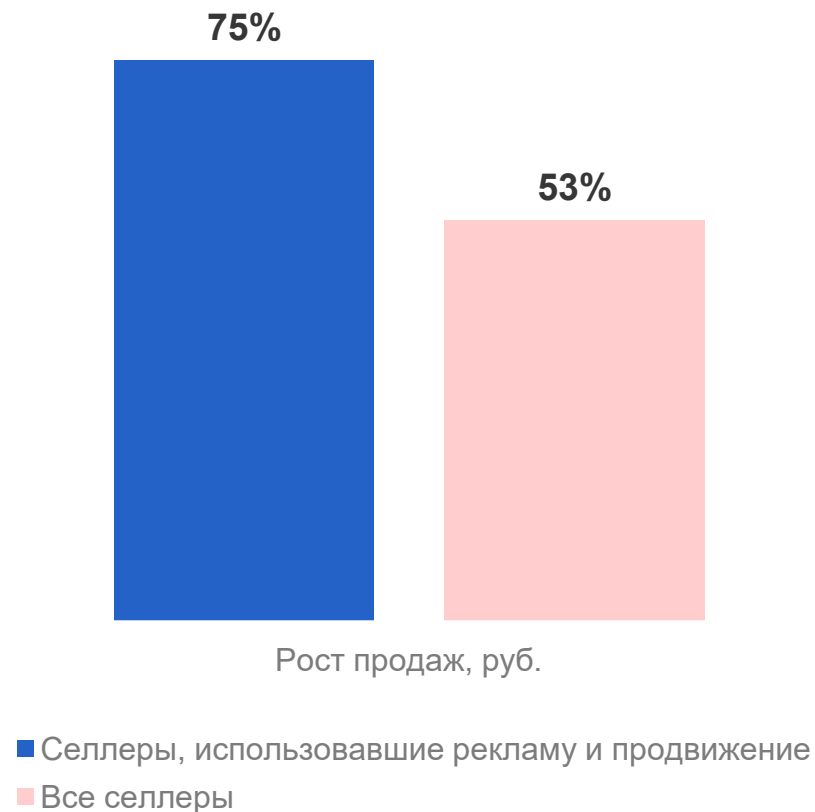
Рис. 4. Рост продаж, ноябрь-декабрь 2024, YoY



Расчёт Data Insight на основе
данных Wildberries & Russ
n=13000

Реклама и премия к среднему росту рынка

Рис. 5. Рост продаж,
ноябрь-декабрь 2024, YoY



Реклама и продвижение добавляют + 22 п.п. к среднему росту селлеров на маркетплейсе.

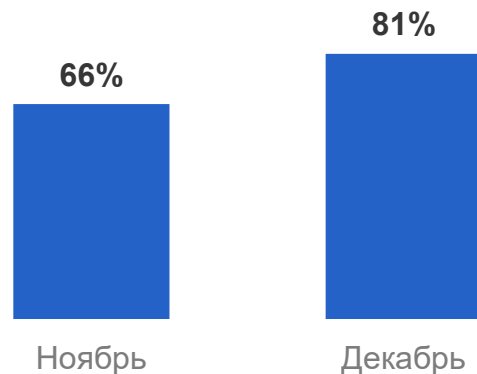
Премия к росту рынка – это разница между приростом продаж продавцов-рекламодателей и средним ростом всех селлеров. Измеряется в процентных пунктах (п.п.).

Расчёт Data Insight на основе
данных Wildberries & Russ
n=13000

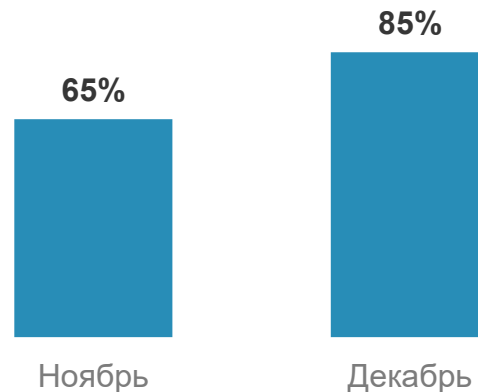
Наружная реклама

Наружная реклама на WB была запущена в октябре 2024 года. Если в ноябре показатели продавцов, использующих и не использующих наружную рекламу, были практически равны, то в декабре прирост продаж продавцов с наружной рекламой уже был выше (85% vs 81%).

**Продавцы, использовавшие
только цифровую рекламу и
продвижение**



**Продавцы, использовавшие и
цифровую, и наружную
рекламу**



**Продавцы, не использовавшие
рекламу и продвижение**

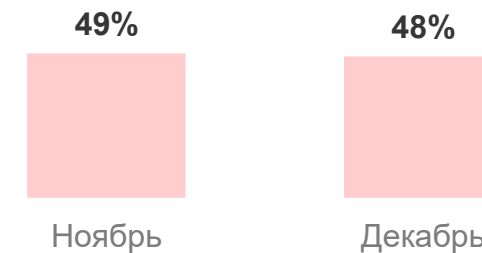


Рис. 6. Рост продаж к соответствующим периодам 2023

Расчёт Data Insight на основе
данных Wildberries Russ
n=13000

Наружная реклама (2)

Небольшая группа селлеров, использовавших только наружную рекламу, росла значительно быстрее и в ноябре и в декабре.

Селлеры использовавшие ТОЛЬКО наружную рекламу*

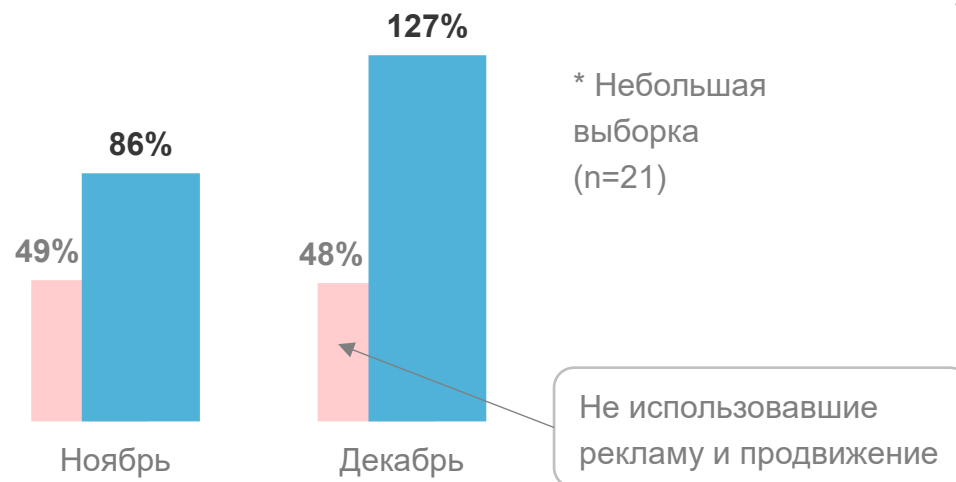


Рис. 7. Рост продаж к соответствующим периодам 2023



Комментарий площадки:

«Цифровая реклама вне дома является одним из самых охватных и эффективных инструментов продвижения и построения знания о бренде, что напрямую влияет на рост продаж. Мы проанализировали ряд кейсов продвижения продавцов на Wildberries и установили, что бренды, использовавшие наружную рекламу, наращивали продажи быстрее по сравнению с теми, кто ее не применял. При этом селлеры, рекламировавшиеся только в наружной рекламе, росли значительно быстрее».

Расчёт Data Insight на основе данных Wildberries Russ
n=13000

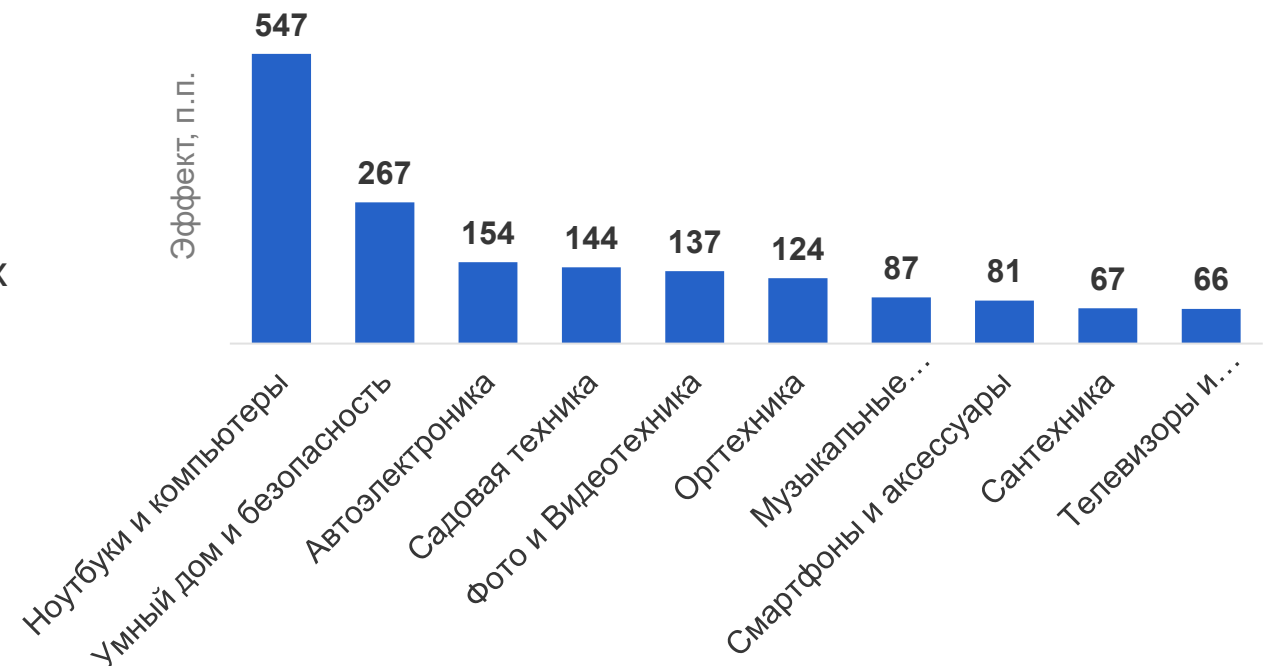
Премия к росту в категориях

Премия к росту за счет рекламы – разница между ростом объема продаж (GMV) селлеров, использовавших рекламу и продвижение, и ростом объема продаж всей товарной категории.

Наибольший прирост реклама и продвижение дают в высококонкурентных и быстрорастущих категориях электроники и техники, таких как ноутбуки и компьютеры, умный дом, автоэлектроника.

* - Профессиональные музыкальные инструменты

Рис. 8. Топ-10 категорий по премии к росту за счет рекламы, процентные пункты, ноябрь-декабрь 2024, YoY



Расчёт Data Insight на основе
данных Wildberries & Russ
n=13000



Исследования

Топ-40 категорий по премии к росту

Таблица 1. 40 категорий с наибольшей премией к росту рынка за счет рекламы и продвижения

Товарная категория	Селлеры с рекламой	Вся категория	Премия к росту
Ноутбуки и компьютеры	715%	168%	547%
Умный дом и безопасность	347%	80%	267%
Автоэлектроника	225%	71%	154%
Садовая техника	245%	102%	144%
Фото и Видеотехника	205%	68%	137%
Оргтехника	175%	51%	124%
Профессиональные музыкальн	131%	43%	87%
Смартфоны и аксессуары	136%	55%	81%
Сантехника	139%	73%	67%
Телевизоры и аудиотехника	123%	58%	66%
Электроника	107%	50%	58%
Освещение	112%	57%	55%
Строительные материалы	143%	89%	54%
Спортивное питание и космети	102%	49%	53%
Товары для курения	64%	14%	49%
Игровые консоли и игры	109%	60%	49%
Аксессуары для волос	90%	42%	48%
Хранение вещей	90%	42%	47%
Товары для отдыха и кемпинга	105%	59%	46%
Спортивные аксессуары	97%	54%	43%

Товарная категория	Селлеры с рекламой	Вся категория	Премия к росту
Мототовары	203%	163%	40%
Спортивная обувь	96%	56%	40%
Товары для взрослых	57%	19%	38%
Аксессуары	72%	35%	37%
Товары для животных	80%	45%	35%
Декор интерьера	86%	52%	34%
Белье для малышей	77%	43%	34%
Продукты	71%	39%	32%
Аксессуары для малышей	79%	48%	31%
Обувь	71%	43%	28%
Посуда и инвентарь	71%	43%	28%
Автомобильные товары	116%	89%	27%
Здоровье	87%	61%	26%
Бижутерия	73%	48%	25%
Спецодежда и СИЗы	78%	54%	24%
Белье	65%	42%	23%
Спортивная одежда	56%	35%	21%
Для праздника	71%	50%	21%
Игрушки	60%	39%	20%
Одежда	62%	42%	20%

Рост рекламных расходов и их конверсия в продажи

У рекламодателей на маркетплейсах в 2023-24 годах росли не только продажи, но и доля расходов на рекламу. При этом в большинстве товарных категорий объем продаж селлеров, размещающих рекламу и использующих продвижение, рос опережающими темпами по сравнению с ростом рекламных расходов. За 2024 год селлеры стали тратить на рекламу больше, но зарабатывать еще больше.

В 23-х товарных категориях **каждый новый процент рекламных затрат добавил более 10 процентных пунктов роста в продажах**. Ещё в 21 категории - от 5 до 10 процентных пунктов.

Ноутбуки и компьютеры	715
Садовая техника	84
Фото и Видеотехника	84
Умный дом и безопасность	62
Автоэлектроника	55
Оргтехника	48
Музыкальные инструменты	27
Смартфоны и аксессуары	22
Телевизоры и аудиотехника	21
Сантехника	20
Освещение	20
Обувь	17
Строительные материалы	17
Аксессуары для волос	17
Игровые консоли и игры	14
Посуда и инвентарь	13
Электроника	13
Продукты	13
Спецодежда и СИЗы	13
Товары для животных	12
Товары для отдыха и кемпинга	12
Спортивная одежда	11
Спортивные аксессуары	10

Таблица 2. Прирост объема продаж на каждый процент увеличения доли рекламных расходов, процентные пункты

Расчёт Data Insight на основе данных Wildberries & Russ
n=13000

Влияние рекламы на аудиторию

У продавцов с рекламой и продвижением число показов карточек и уникальных просмотров выросло год-к-году почти в 9 раз в ноябре и в 3–4 раза в декабре. У продавцов без рекламы и продвижения даже в пиковом декабре прирост не превысил 60%.

Рис. 9. Показы карточек товаров, 2024, YoY

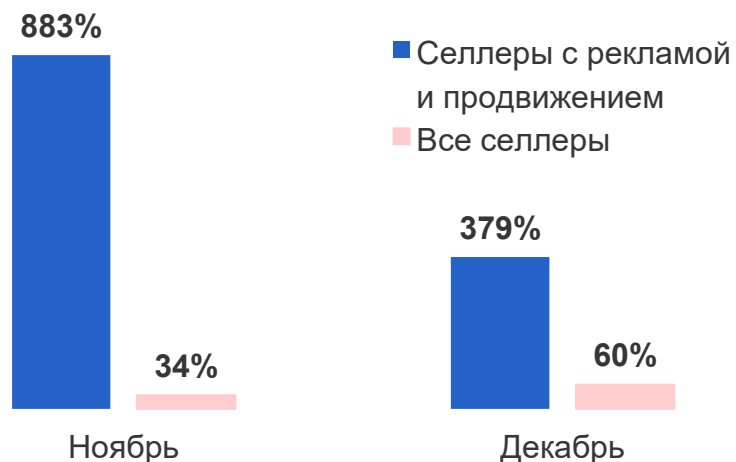
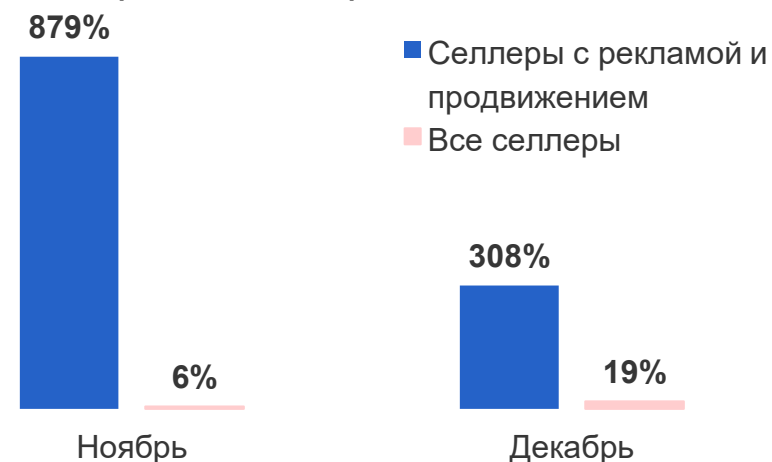


Рис. 10. Уникальные просмотры карточек товаров, 2024, YoY



Расчёт Data Insight на основе
данных Wildberries & Russ
n=13000

Влияние рекламы на рейтинги карточек товаров

Реклама и продвижение ускоряют и рост рейтинга карточек товаров: у продавцов с рекламой и продвижением средний рейтинг карточек за год прибавил 2,68 балла, тогда как средний рост рейтинга (у всех продавцов) составил лишь 1,68 балла.



Расчёт Data Insight на основе
данных Wildberries & Russ
n=13000

Описание селлера

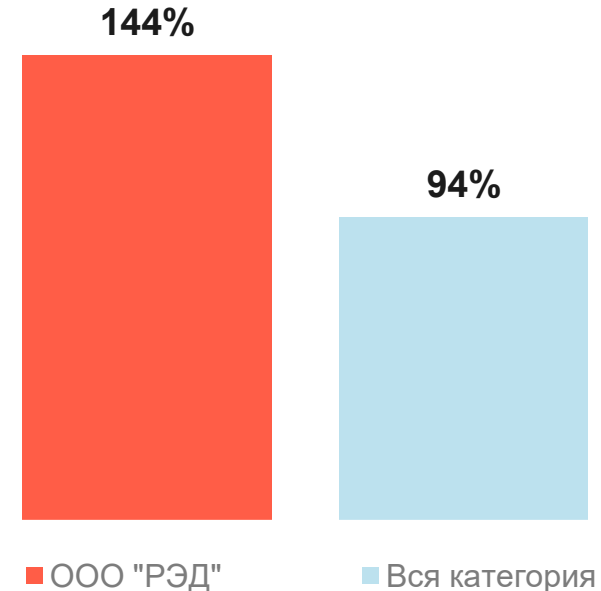
ООО «РЭД». Основная категория – «Техника для кухни»

Активно использует рекламу и продвижение на маркетплейсе. Доля рекламных расходов – от 1% до 11% в разные месяцы.

Продажи селлера в декабре 2024 выросли на 144% по сравнению с декабрем 2023.

Во всей категории «Техника для кухни» продажи за этот период выросли на 94%.

Рис. 11. Прирост продаж к предыдущему году, декабрь 2024



Страница магазина на WB: <https://www.wildberries.ru/seller/1270609>

Данные предоставлены
Wildberries & Russ и ООО «РЭД»

Ноябрьская кампания: описание кейса

Задача:

Повысить видимость карточек товаров в период пикового спроса, особенно в рамках распродажи «Чёрная пятница», и стимулировать рост заказов.

Инструменты:

Использовалась продвижение на Wildberries — Автоматические кампании и Аукцион (ВБ.Продвижение), а также небольшое количество баннеров (ВБ.Медиа). Основной акцент был сделан на продвижение товаров с наиболее привлекательным оффером.

Результат:

- Вывод товаров в топ выдачи за счёт бустинга обеспечил большее количество добавлений в корзину и заказов.
- Эффект был ощутим сразу. Продвижение также дало заметный прирост продаж и в следующем месяце (+78%).



Комментарий селлера:

«На Wildberries без рекламы невозможно — она крутится систематически. В ноябре ставка была на Чёрную пятницу: мы продвигали товары с лучшей ценой для покупателя, и эффект был моментальный. Для нас было важно сделать видимыми те предложения, которые способны привлечь покупателя».

Страница магазина на WB: <https://www.wildberries.ru/seller/1270609>

Данные предоставлены
Wildberries & Russ и ООО «РЭД»



Исследования

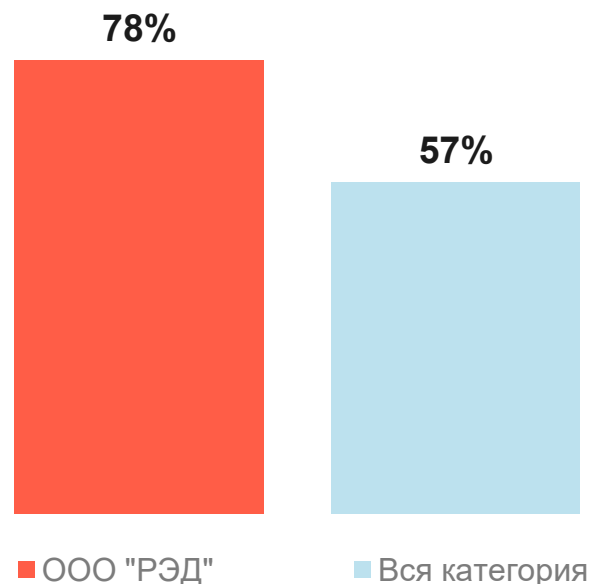
Результаты декабря

Доля рекламных расходов в ноябре - около 10%.

Кампания по продвижению дала прирост продаж в следующем месяце на 78% (по сравнению со средним приростом в категории «Техника для кухни» – 57%).

Количество проданных товаров увеличилось на 68% (по сравнению со средним приростом в категории – 38%).

Рис. 12. Прирост продаж к предыдущему месяцу, декабрь 2024



Страница магазина на WB: <https://www.wildberries.ru/seller/1270609>

Данные предоставлены
Wildberries & Russ и ООО «РЭД»

Использование наружной рекламы

В феврале бренд впервые протестировал наружную рекламу в составе большого пакета от Wildberries, который включал в себя как наружные баннеры в городах-миллионниках, так и баннер на главной странице маркетплейса.

Цель — повысить узнаваемость бренда и привлечь внимание к новинкам.

Результат: рост продаж в 2 раза в моменте и долгосрочный эффект в дальнейшем.

Страница магазина на WB: <https://www.wildberries.ru/seller/1270609>

Данные предоставлены
Wildberries & Russ и ООО «РЭД»

MEROMI

Описание селлера

ООО «Горсани». Бренд Meromi. Основная категория – «Декор интерьера»

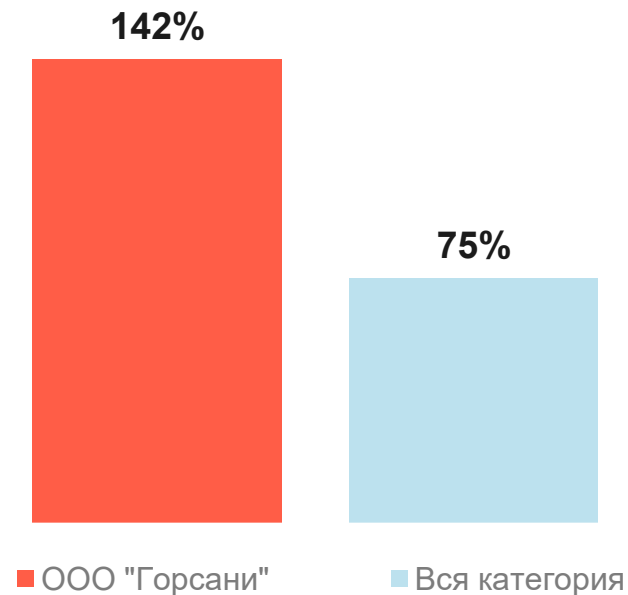
Активно использует не только цифровую рекламу и продвижение на маркетплейсе, но и наружную рекламу. Доля рекламных расходов – от 5% до 10% в разные месяцы.

Объем продаж селлера в декабре 2024 вырос на 142% по сравнению с декабрем 2023. Количество проданных товаров выросло на 126%.

Во всей категории «Декор интерьера» объем продаж за этот период вырос на 75%, а количество проданных товаров – на 69%.

Страница магазина на WB: <https://www.wildberries.ru/seller/1278997>

Рис. 13. Прирост продаж к предыдущему году, декабрь 2024



Данные предоставлены Wildberries & Russ и ООО «Горсани»

Результаты декабря

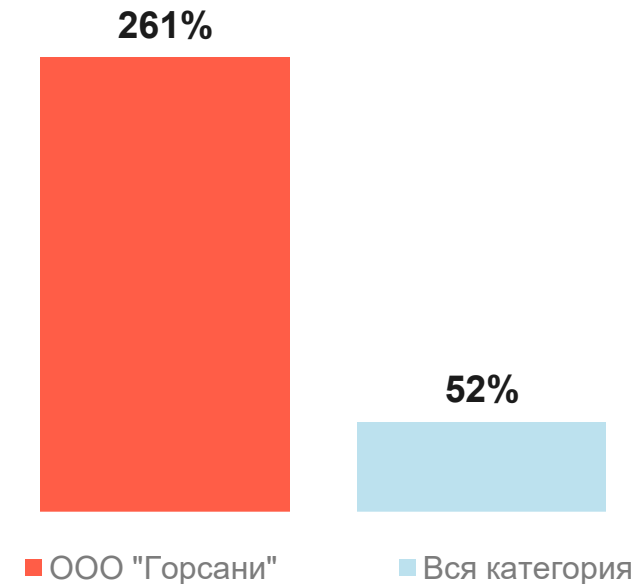
Расходы на рекламу и продвижение в ноябре 2024: 21 млн. рублей.

Доля рекламных расходов - 9%

Рекламная кампания и продвижение дали прирост продаж в следующем месяце на 261% (по сравнению со средним приростом в категории «Декор интерьера» – 52%).

Количество проданных товаров увеличилось на 288% (по сравнению со средним приростом в категории – 59%).

Рис. 14. Прирост продаж к предыдущему месяцу, декабрь 2024



Страница магазина на WB: <https://www.wildberries.ru/seller/1278997>

Данные предоставлены Wildberries & Russ и ООО «Горсани»

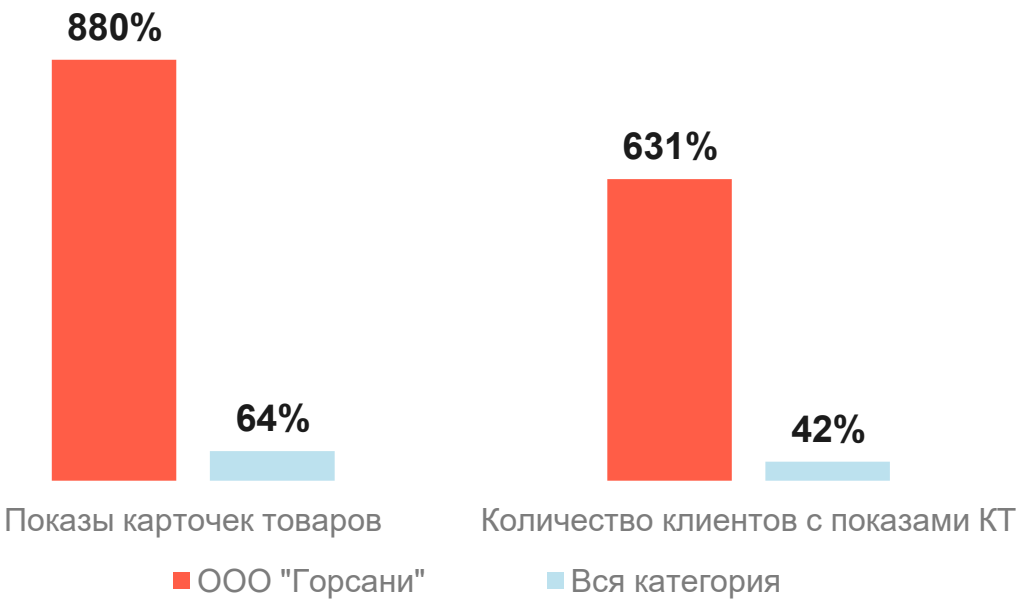


Показы и аудитория

В декабре по сравнению с ноябрем количество показов карточек товаров селлера выросло в 9,8 раз, в то время как по категории в среднем рост составил только 64% (в 1,6 раза).

Количество клиентов, которым были показаны карточки товаров, выросло в 7,3 раза.

Рис. 15. Рост количества показов и клиентов с показами, декабрь 2024



Страница магазина на WB: <https://www.wildberries.ru/seller/1278997>

Данные предоставлены Wildberries & Russ и ООО «Горсани»



... а какие рекомендации?

Реклама и продвижение добавляют в среднем +26 п.п. к темпу роста. Максимальный бонус получают селлеры при рейтинге $\geq 4,5$, достаточном бюджете на продвижение и конкурентной цене/предложении в «горячих» категориях.

- **Держите рейтинг $\geq 4,5$** — ниже этого порога эффективность рекламы и продвижения снижается
- **Средняя доля вложений в рекламу у селлеров, размещающих рекламу – 5,8% от выручки.** В большинстве категорий каждый дополнительный п.п. доли рекламных расходов добавляет ≥ 5 п.п. роста, а в горячих категориях - ≥ 10 п.п. роста
- **Чем выше уровень «премиальности» вашего товара, тем эффект от рекламы и продвижения выше:** например, для ноутбуков, умного дома, автоэлектроники реклама даёт ≥ 50 п.п. роста сверх рынка
- **Расширяйте ассортимент и используйте рекламу и продвижение** как для быстрого «подсвета» новинок и горячих предложений, так и для напоминания о бренде с длительным эффектом
- **Отслеживайте маржинальную эффективность:** если +1 п.п. ДРР даёт < 5 п.п. прироста, проверяйте, все ли в порядке с параметрами кампании, товаром и сервисом
- **Тестируйте наружную рекламу** – она усиливает эффект цифровой рекламы.



Список рисунков и таблиц

<u>Рис. 1. Количество заказов, млн. шт.....</u>	11
<u>Рис. 2. Объем продаж, млрд руб.....</u>	11
<u>Рис. 3. Прогноз объема рынка Retail Media, млрд руб.....</u>	12
<u>Рис. 4. Рост продаж, ноябрь-декабрь 2024, YoY.....</u>	14
<u>Рис. 5. Рост продаж, ноябрь-декабрь 2024, YoY.....</u>	15
<u>Рис. 6. Рост продаж, к соответствующим периодам 2023.....</u>	16
<u>Рис. 7. Рост продаж, к соответствующим периодам 2023.....</u>	17
<u>Рис. 8. Топ-10 категорий по премии к росту за счет рекламы, процентные пункты, ноябрь-декабрь 2024, YoY.....</u>	18
<u>Рис. 9. Показы карточек товаров, 2024, YoY.....</u>	21



Список рисунков и таблиц

<u>Рис. 10. Уникальные просмотры карточек товаров, 2024, YoY</u>	21
<u>Рис. 11. Прирост продаж к предыдущему году, декабрь 2024</u>	23
<u>Рис. 12. Прирост продаж к предыдущему месяцу, декабрь 2024</u>	25
<u>Рис. 13. Прирост продаж к предыдущему году, декабрь 2024</u>	27
<u>Рис. 14. Прирост продаж к предыдущему месяцу, декабрь 2024</u>	28
<u>Рис. 15. Рост количества показов и клиентов с показами, декабрь 2024</u>	29
 <u>Таблица 1. 40 категорий с наибольшей премией к росту рынка за счет рекламы и продвижения</u>	 19
<u>Таблица 2. Прирост объема продаж на каждый процент увеличения доли рекламных расходов, процентные пункты</u>	20



Исследуем
интернет-рынки
с 2010 года



50+исследований
о рынке eCommerce
в год



Одно из самых
цитируемых
аналитических
агентств в России



Факты о Data Insight



Использование и
сопоставление всех
источников обеспечивает
максимальную точность и
надежность оценок



Публикации исследований
в ведущих СМИ и в 100+
профильных СМИ



Ежемесячный охват
исследований в
собственных каналах
Data Insight ≈ 25 тыс.
человек

Data Insight

Data Insight – первое в России агентство, специализирующееся на **исследованиях и консалтинге** в области eCommerce и digital рынков.

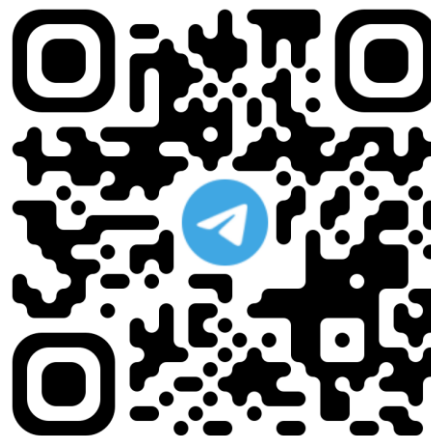
Новости Data Insight

Исследования по почте от Data
Insight



Telegram Data Insight

Исследования, события, новости
рынка от Data Insight



Контакты

datainsight.ru

a@datainsight.ru

+7 (495) 540 59 06

