

Маркетинговое исследование НИШИ

addu.ru
интернет-технологии

Интернет рынок по продаже деревенского мяса в 2020 году

Современный российский рынок мяса - это рынок, преимущественно сфокусированный на внутреннем производстве. Прошли те времена, когда доля импорта была значительна. Сегодня 10 963 тыс. тонн приходится на внутренний выпуск, для сравнения на долю импорта приходится всего 541 тыс. тонн, а экспорт составляет ничтожно мало, в частности, 226 тыс. тонн. В ближайшей перспективе структура не изменится, внутреннее производство будет лидировать в общей структуре объема рынка. Особую нишу на рынке занимает мясо произведенное на фермерских хозяйствах или деревенское мясо.

Во время эпидемии ковид, когда потребитель не сможет по привычке пойти на рынок и выбрать продукцию у знакомого поставщика, интернет продажи свежего мяса становятся как никогда востребованы. Компании предоставляют потребителю подробную информацию о продукции, сертификатах, а также предлагают различные услуги по дооставке мяса конечному потребителю.

Сайты по продаже мяса подразделяются на две большие группы, те кто продает продукцию со своего фермерского хозяйства и компании-агрегаторы, объединяющие у себя на платформе несколько фермерских хозяйств.

Ниже мы рассмотрим их подробнее.

Анализ рыночной ниши

В текущем месяце, в Москве и Московской области пользователям сети интернет было запрошено

«Купить мясо» 44684 раза,

«Купить деревенское мясо» 106 раз,

«Купить свежее мясо» 765 раз,

«Купить фермерское мясо» 575 раз,

в тоже время в поисковой выдаче Яндекс, в регионе Москва и МО, по таким же запросам поисковик выдает 9 млн, 9 млн, 9 млн, результатов соответственно.

Было проанализировано всего 50 позиций на первых страница Яндекса. На них находится 34 различных сайта, предлагающих деревенское

мясо. Для данного исследование было

выбрано 10 сайтов лидеров и наиболее

интересных конкурентов.



Анализ рыночной ниши. Принципы оценки

Анализ проводился по следующим параметрам:

- ▶ Цена на примере товара «тушка курицы»
- ▶ Позиционирование и Утп
- ▶ Стимулирование лидогенерация
- ▶ Структура сайта и главной страницы
- ▶ Маркеры доверия

10 компаний анализируемых компаний



ФЕРМА КОРНЕВЫХ

Farm DO

Логично, что экологично

Воскресная Ярмарка

Интернет-магазин фермерских и деревенских продуктов

Вкусно Полезно.ру
фермерские продукты



Зелёная миля
Фермерское хозяйство


**КУПЕЧЕСКОЕ
ПОДВОРЬЕ**

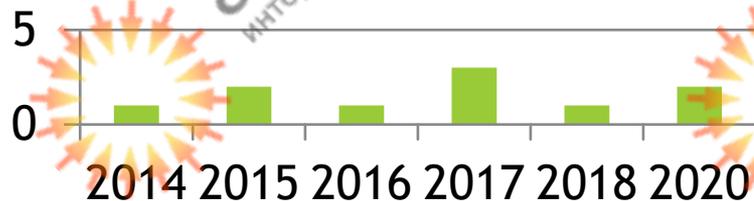

ЕДИМ СВОЕ
НАТУРАЛЬНЫЕ ПРОДУКТЫ


**еешь
деревенское**

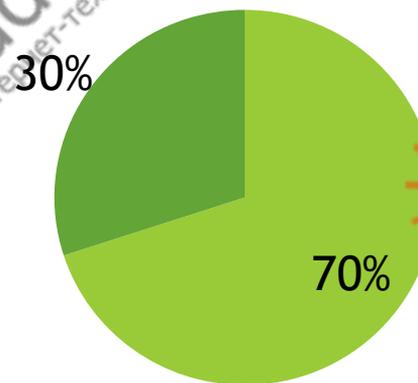

СЫТНИКЪ
ЭКОФЕРМА

Анализ рыночной ниши. Конкуренты

Дата создания сайта

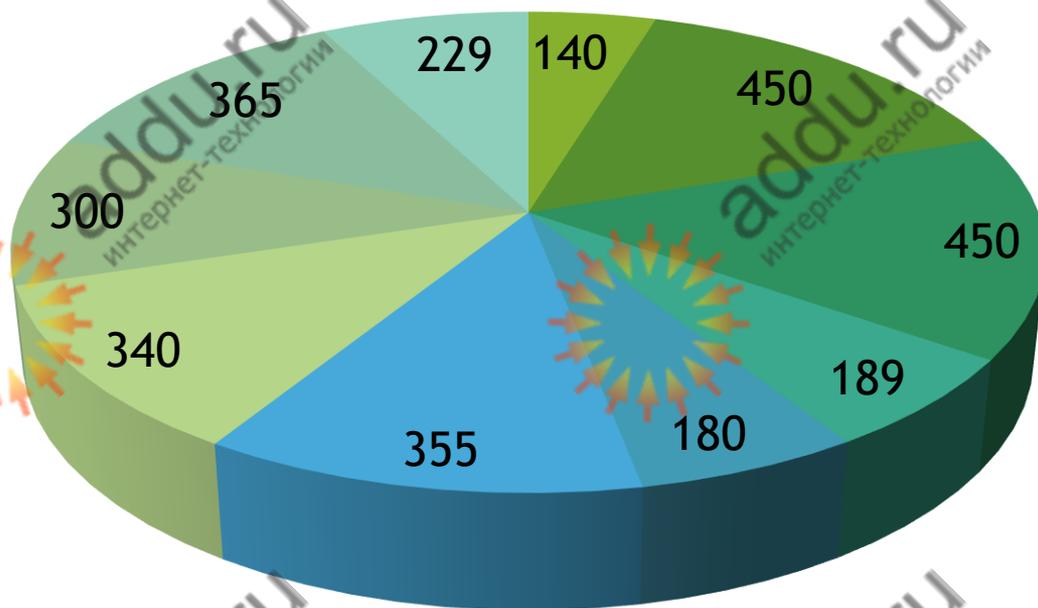


Соотношение собственных хозяйств и маркетплейс



■ Маркетплейс ■ Собственное хозяйство

Цена за продукцию «тушка курицы», за 1 кг (руб.)



- Экоаргомаркет
- Ешь деревенское
- Сытников
- Купеческое подворье
- Farm do
- Вкуснополис
- Ферма Корневых
- Едим свое
- Воскресенская ярмарка
- Вкусно полезно

Стимулирование продаж

СТА на 10 проанализированных сайтах

Заказать обратный звонок

Отправить форму обратной связи

Написать письмо

Написать в приложении jivo

Написать в вотсап

Написать в вайбер

Заказать продукцию

Структура сайта

Предлагаемая структура сайта:

Сайт адаптивный под различные типы устройств

Разделы сайта:

- ▶ Главная со слайдером с УТП
- ▶ Преимущества
- ▶ Фермерские продукты
- ▶ О компании
- ▶ Как сделать заказ
- ▶ Партнеры и отзывы
- ▶ Сертификаты
- ▶ Контакты

Лидогенерация (технически): отправка сообщения, получить консультацию, оставить заявку на обратный звонок

Анализ рыночной ниши. Маркеры доверия

Обязательные

- ▶ Отзывы клиентов
- ▶ Сертификаты качества
- ▶ Фотогалерея или видео производства
- ▶ Московский номер
- ▶ Указание адреса
- ▶ Геотаргетинг

Другие используемые конкурентами

- * Номер 8-800
- * Перечислены клиенты
- * Реквизиты компании
- * Участие в рейтингах
- * Группы в соц.сетях

Рекомендации

1. Изготовить сайт, используя опыт уже проанализированных образцов, проработать навигацию на сайте, разместить маркеры доверия (реквизиты, адреса, сертификаты, отзывы, перечислить топовых клиентов и проч.), чтобы потребитель зайдя на сайт, сразу был уверен в качестве предлагаемых товаров.
2. Расписать услуги, которые может оказать компания, например консультация специалиста, доставка продукции в удобное для потребителя время, сервис по разделке мяса и другое.
3. Выделить свои сильные стороны, продумать УТП и позиционирование компании. Лидмагниты должны быть прописаны в нескольких местах. К сожалению, в представленных сайтах они используются слабо или совсем не используются, а это нужно, чтобы посетитель начал взаимоотношение с нами и совершил в дальнейшем покупки.
4. Разместить качественные фотографии продукции и хозяйства, продумать дизайн будущего сайт. Приветствуются публикации статей на темы связанные с процессом выращивания, где сделан упор на качестве корма, условия содержания, экологичности, а также публикация рецептов блюд, которые можно приготовить из предлагаемой продукции, советы шеф поваров и прочее. Тексты должны быть seo-оптимизированы под запросы пользователей. Так сайт постепенно будет выходить в топ-выдачи и без закупки рекламы.
5. Осуществить активную рекламную кампанию, с размещением контекстной рекламы в Яндексe и Гугле. По возможности завести соц. сети.
6. Продумать скидочные системы для постоянных потребителей, сезонные предложения, а также условия для оптовиков.

Спасибо за внимание!

