

OZON



Долгова Ольга,
Руководитель маркетинговых проектов

«Развитие СТМ в условиях конкуренции маркетплейса»



o z o n
h o m e



Обзор категории



SWOT

Кейс Ozon home



Brand building, особенности работы
с контентом и продвижением

O
Z
O
N

>370 млн

Товаров

> 600 тыс

Селлеров

56.5 млн

Активных покупателей в
месяц

26

Частота покупки в год



H
O
U
S
E
H
O
L
D

>1.3 млн

Товаров

> 14 тыс

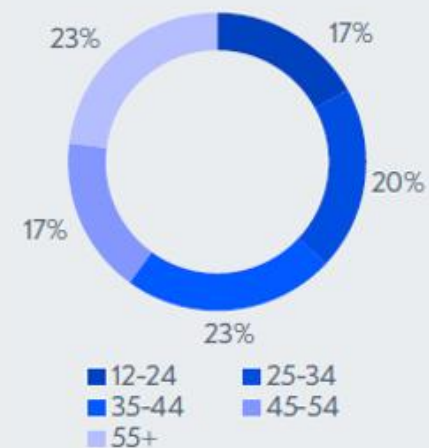
Селлеров

> 3 млн

Ежедневно
интересуется или
покупает в категории



**Возраст
покупателей
с доходом
«средний»
и «выше среднего»**



S W O T

S

Большой маркетинговый инвентарь,
омниканальность.

Удобный сервис и доставкой для
134 млн покупателей, охваченных ПВЗ
в пешей доступности.

O

Маркетинг бюджет и запуск РК
= устойчивое конкурирование.

Возможности для улучшения контента
= контакта с покупателем
(видео форма, инфографика, ИИ etc)

W

Бесконечная витрина =
Бесконечная конкуренция

Невозможность увидеть и потрогать
товар « в живую»

t

Высокий уровень контента и медиа
поддержки конкурентов, оставят
позади другой ассортимент

Риски, что покупатель не увидит, а
не купит товар



o z o n
h o m e



Дом
начинается
с нас



О бренде

2022

Дата запуска: лето 2022 года

Сегмент: средний и ниже среднего

Ассортимент: текстиль для дома

Количество SKU: 70

Позиционирование:
предлагаем стильные и качественные
товары для дома по доступной цене.

2025 ♥

Сегмент: средний и выше среднего

Ассортимент: текстиль для дома,
Хранение, посуда для сервировки
и приготовления.

Количество SKU: 850

Ozon home – дом начинается с нас.

Позиционирование:
предлагаем стильные и качественные
товары для дома и даем каждому
покупателю возможность создавать
комфортное пространство вокруг себя.



ozon
home



ДНК Ozon Home

1

Высокое качество

Создаем товары, которые прослужат долго и прекрасно впишутся в любой интерьер

2

Функциональность

Предлагаем вещи, которые нужны каждый день и подходят каждому – они просты в использовании, лаконичны и понятны каждому покупателю

3

Капсульность

Придумываем простые удобные решения – товары сочетаются между собой, базовые вещи задают стиль и дополняют интерьер без лишних трат

Точки роста бренда

1

Аналитика и исследования

Оцениваем результаты, работаем с обратной связью, изучаем мнение покупателей

2

Ассортиментная стратегия

Формируем матрицу, такой какой она нужна покупателям

3

Фирменный стиль

Адаптируем визуальный стиль и омни подход в коммуникации

Обратная связь от покупателей = точки роста и лояльность

Brand awareness мониторинг:

Ежеквартальные замеры уровня знания top of mind и с подсказкой, индекс предпочтения и рассмотрения к покупке.

Отзывы и вопросы в карточках товаров:

Ежедневная обработка обратной связи от покупателей, до 500 ответов в день.

Исследовательские панели:

Фокус-группы и запуск исследований для заведения новых товаров и категорий.

Я как увидела название, сразу все поняла, пошла смотреть, что еще у них есть. Жаль только одной кнопки какой-то нет, чтобы выйти ко всем товарам бренда.



Да, оттенки одного цвета сложно подбирать. Даже у одного продавца от партии к партии отличаются оттенки, в Ozon Home такого нет, я удивлена, но все подходит, даже спустя время докупила жалюзи другого размера и все идеально соединилось.

Слоган Ozon Home «Дом начинается с нас» смелый, запоминающийся. Респондентам кажется, что таким слоганом бренд громко заявляет о себе и о своей лидерской позиции на рынке товаров для дома.



o z o n
h o m e

Ассортиментная матрица 850 SKU

510 SKU

текстиль
для спальни,
взрослые и детские
коллекции



45 SKU

Полотенца
Банные, кухонные



29 SKU

Шторы
текстильные,
рулонные



223 SKU

посуда
для готовки



23 SKU

посуда
для сервировки



20 SKU

посуда
для хранения



Брендинг и фирменный стиль

Уникальные Торговые предложения



Узнаваемый фирменный стиль и айдентика



Собственная система инфографики



Визуальная омниканальность в контенте и медиа



Система капсульных коллекций и удобная навигация

Наматрасник, на который можно положиться

- Защита от загрязнений
- Плотность для нагрузки высотой до 30 см
- Набивка фиксируется по углам
- Дышит благодаря мембране

Легко ухаживать

- Можно стирать и гладить в режиме No steam
- No складки

Подойдут для большинства матрасов

- 60 × 200 см
- 140 × 200 см
- 160 × 200 см
- 180 × 200 см

Посмотрите постельное бельё Ozon home

Соберите свой комплект

- Половочник и наволочка
- Простыня обычная или на резинке
- Дополнительный наволочек
- Наматрасник

Высочайшее качество — доступные цены

Капсульность

Функциональность

ozon home

100% хлопок
Страйп

Плотность
440 г/м²

3 шт
В наборе

70 см

50 см

30 см

140 см

90 см

140 см

Цвет товара на экране зависит от освещения и настроек вашего устройства и может незначительно отличаться от реального цвета

ozon home × АКВАФОР

ВОДОЧИСТИТЕЛЬ КУВШИН СО СМЕННЫМ МОДУЛЕМ

Стильный цвет, разработанный специально для Ozon home

ЦВЕТ:

- Бежевый
- Серый

ёмкость
2,8 л

ozon home × АКВАФОР

ФИЛЬТРУЮЩИЕ СМЕННЫЕ МОДУЛИ

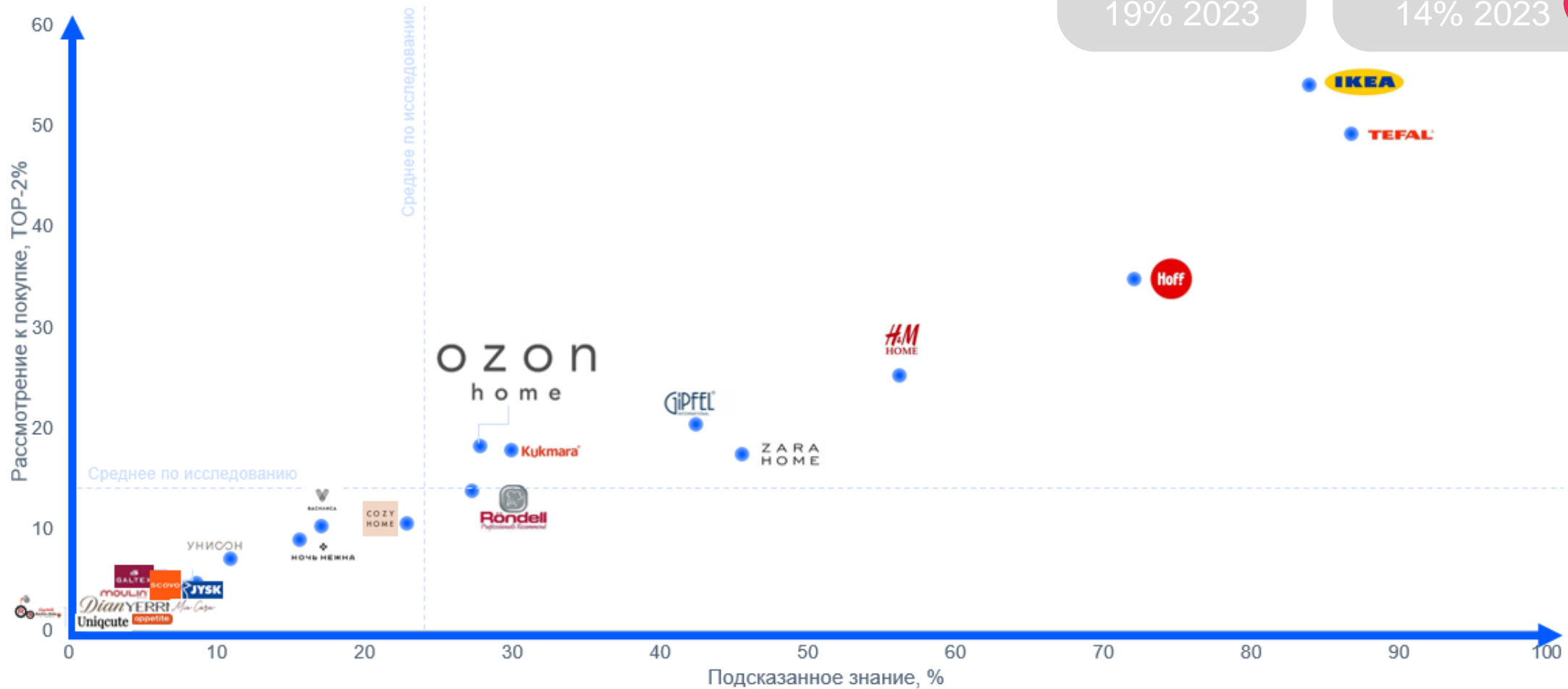
350 литров × 2 шт

Brand awareness indexes



Знание с подсказкой
34% vs
19% 2023

Предпочтение к покупке
21% vs
14% 2023



ozon
home



Ключевые показатели

Входит в TOP 5 в категории «Товары для дома» на Ozon

категория домашний текстиль: постельное белье и полотенца

Высокий рейтинг товаров 4.8
Среднее количество отзывов на карточках более 10 тысяч штук

на товары, введенные в оборот год назад

Рост узнаваемости бренда и ключевых маркетинг метрик до x 2 vs LY

знание с подсказкой, рассмотрение к покупке, средний чек, частота покупок, ctr карточек товара



OZON



Долгова Ольга,
Руководитель маркетинговых проектов



**Спасибо
за внимание**