

# От 18 до 700 заказов в месяц

Как мы вывели магазин  
Neata Battery в ТОП  
продаж Ozon

 **Пиксель Плюс**



# Наш клиент: Neata Battery

**2005**



**Год основания  
компании**

**110000м<sup>2</sup>**



**Производственные  
площади**

**1300**



**В штате более  
1300 сотрудников**

**1000000**



**Общая  
производственная  
мощность, кВтч**

# Проблемы

- всего 18 заказов в месяц
- видимость карточек хуже, чем у конкурентов
- мало отзывов



# Задачи

|                                                                                    |                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
|   | <p><b>Повысить<br/>позиции<br/>карточек<br/>в поиске Ozon</b></p>         |
|   | <p><b>Увеличить<br/>продажи<br/>до уровня<br/>ТОП-игроков ниши</b></p>    |
|  | <p><b>Построить<br/>системное<br/>продвижение<br/>на маркетплейсе</b></p> |

# Решение:

Система, а не магия. 5 направлений работы



# Аналитика магазина

Мы провели аудит:

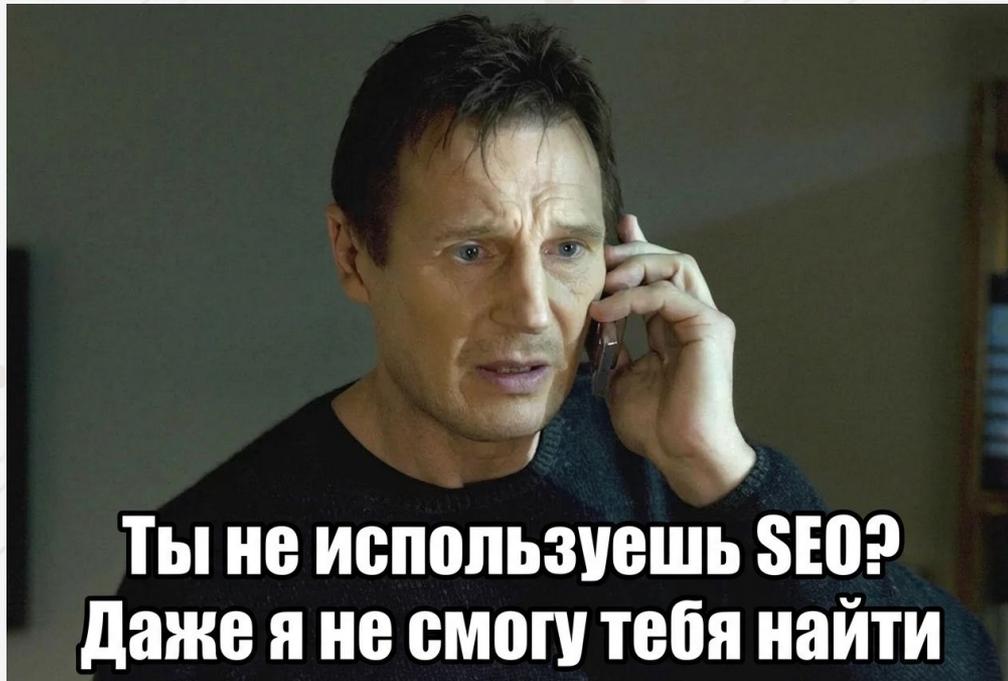
- карточек товаров
- контент-рейтинга
- инфографики
- SEO
- конкурентов
- воронки продаж



*«Любые изменения начинаются с анализа»*

# SEO-оптимизация карточек

- собрали релевантную семантику
- проанализировали запросы конкурентов
- переработали заголовки
- обновили описания
- распределили ключевые слова



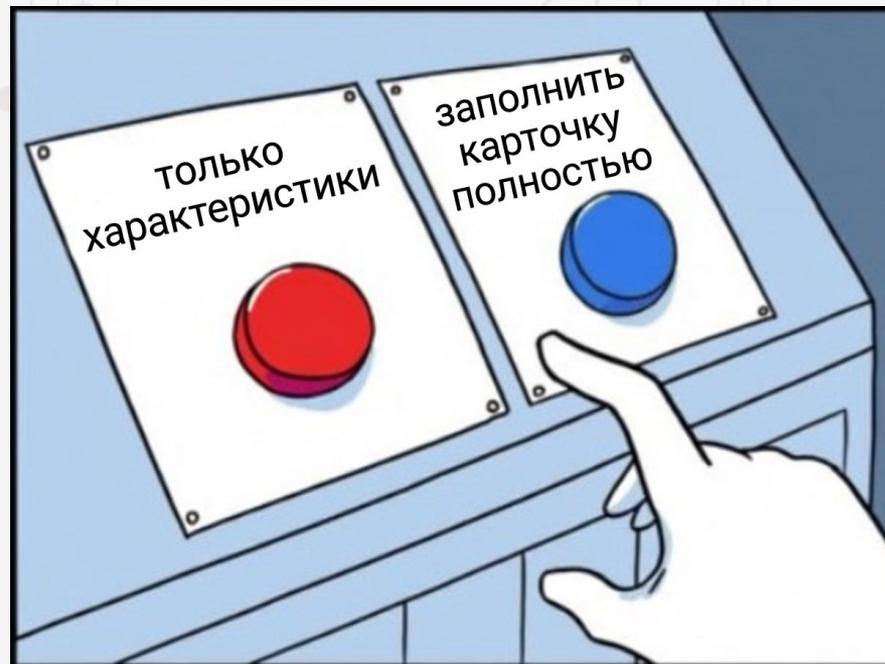
# Улучшение заполнения карточек

Мы:

- заполнили все характеристики
- удалили нерелевантные ключи
- добавили товары в релевантные категории
- загрузили дополнительные медиа

Это позволило улучшить:

- ранжирование
- CTR карточек



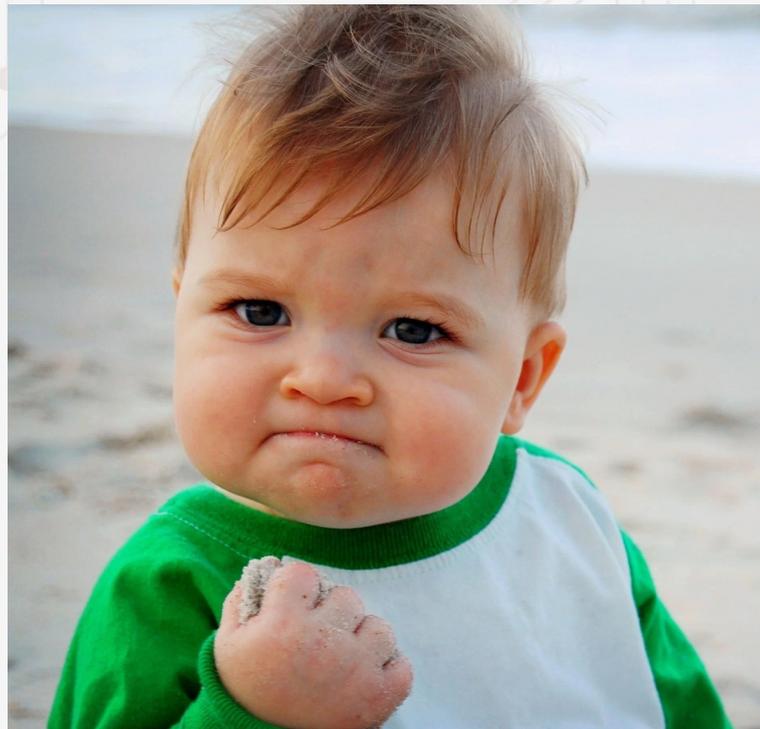
*«Чем полнее карточка — тем выше её потенциал»*

# Результат оптимизации

Контент-рейтинг вырос

**40 → 90 баллов**

то есть более чем в 2 раза



*«Качественный контент напрямую  
влияет на видимость товаров»*

# Новая инфографика

После аудита подготовили новое ТЗ на визуалы.

## Что изменили:

- увеличили количество фото
- сделали визуал более читаемым
- убрали мелкий текст
- добавили примеры применения

## Правило:

**1 фото = 2 УТП**



## АККУМУЛЯТОРНАЯ БАТАРЕЯ

ЕМКОСТЬ

**7 Ач**

НАПРЯЖЕНИЕ

**12 В**

ТЕХНОЛОГИЯ

**GEL**



**2026 ГОД**

# Запуск рекламы

Мы:

- разработали стратегию продвижения
- согласовали целевой ДРР
- запустили рекламные кампании
- ежедневно корректировали ставки

Анализировали:

- CTR
- CPO
- показы



*«Реклама требует постоянного контроля»*

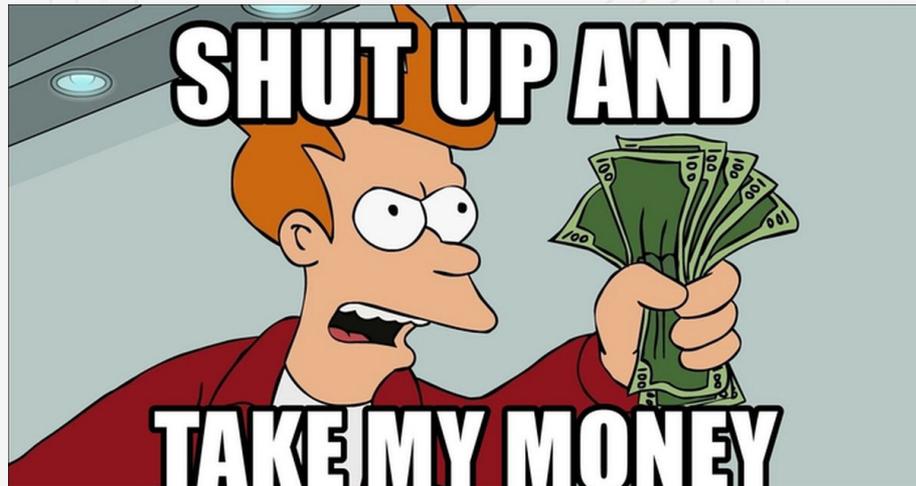
## Акции и юнит-экономика

Работа включала:

- расчёт unit-экономики
- подготовку товаров к акциям
- график участия

Цель:

**более 50% ассортимента  
в акциях Ozon**



# Сложности проекта

## Август 2024

рост курса доллара

→ повышение цен

→ часть товаров вывели из акций

## Ноябрь 2024 — март 2025

закончились остатки товара

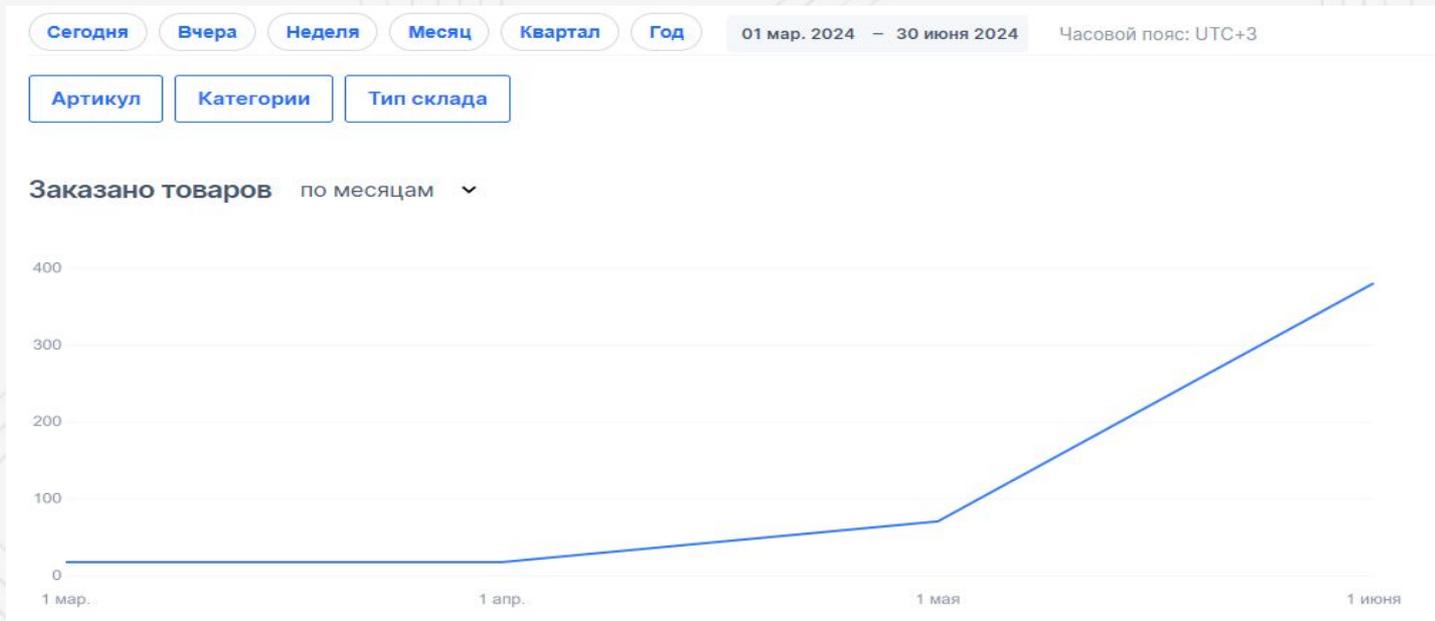
→ поставки задержались

→ продвижение приостановили



*«Даже сильная стратегия зависит от наличия товара»*

# Результаты

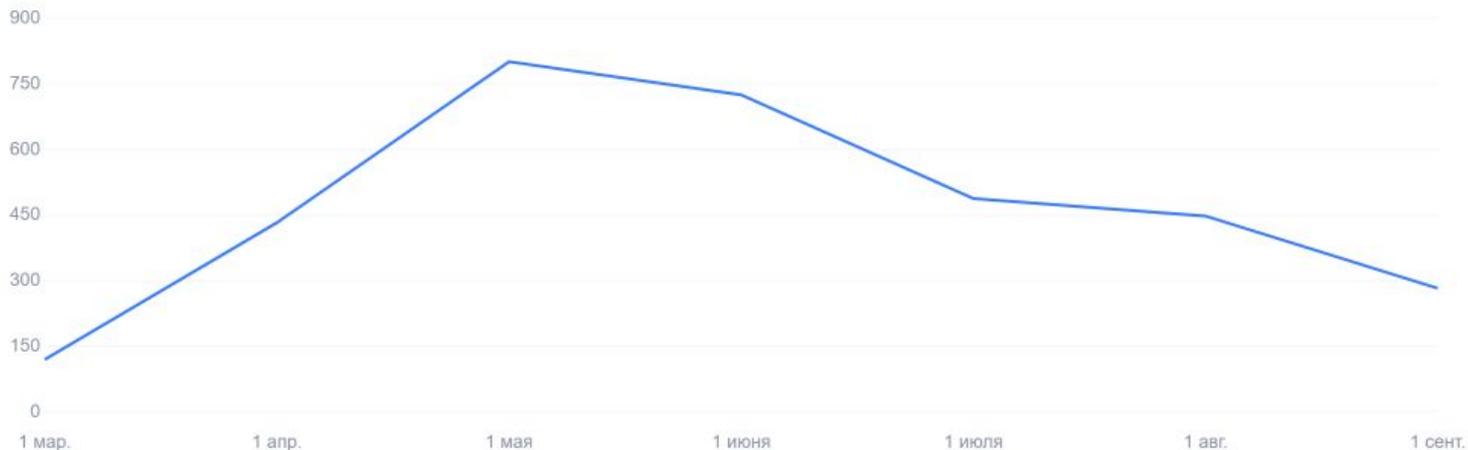


На момент старта в 2024 году суммарный объем продаж составлял 18 единиц товара в месяц.

В мае, через месяц после начала работ, количество проданных товаров составило 71 единицу.

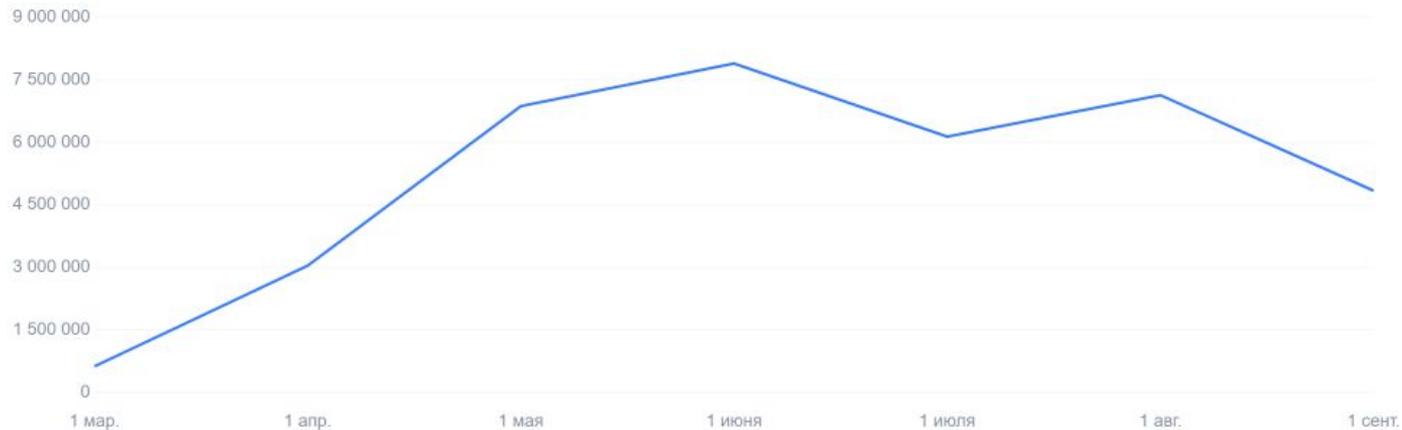
В июне — 381 товар.

### Заказано товаров по месяцам ▾



При перезапуске в марте 2025 уже в первый рабочий месяц было продано 119 товаров. А к маю число продаж достигло 740. С июня мы ввели жесткий контроль ДРР, и количество заказов снизилось.

### Заказано на сумму по месяцам ▾



При этом выручка магазина осталась на таком же высоком уровне

## Итоги

- Рост с 18 → 740 заказов/мес ✨
- Контент-рейтинг карточек вырос более, чем в 2 раза
- Стабильная выручка даже при падениях спроса

