



Practica

Найти нельзя потерять

Может ли бренд в новой для себя категории сыграть по своим правилам?

С ЧЕГО НАЧИНАЛОСЬ AVITO

2007 год

1 миллион посетителей в месяц

4 миллиона просмотренных страниц в месяц

На 30% меньше главного конкурента

Преимущественно личные вещи

AVITO: ОТ ВЕЩЕЙ К АВТОМОБИЛЯМ, НЕДВИЖИМОСТИ И Т. Д.

2007 год

1 миллион посетителей в месяц

4 миллиона просмотренных страниц в месяц

На 30% меньше главного конкурента

Преимущественно личные вещи

2014 год

40 миллионов посетителей в месяц

5.6 миллиарда просмотренных страниц в месяц

На 50% больше всего рынка объявлений в России

5 ключевых направлений

Размер имеет значение



Размер имеет значение













































75% новых продавцов возвращаются

За 4 года они выставляют в 7 раз больше товаров

Через 3 года проводят на сайте в 18 раз больше времени

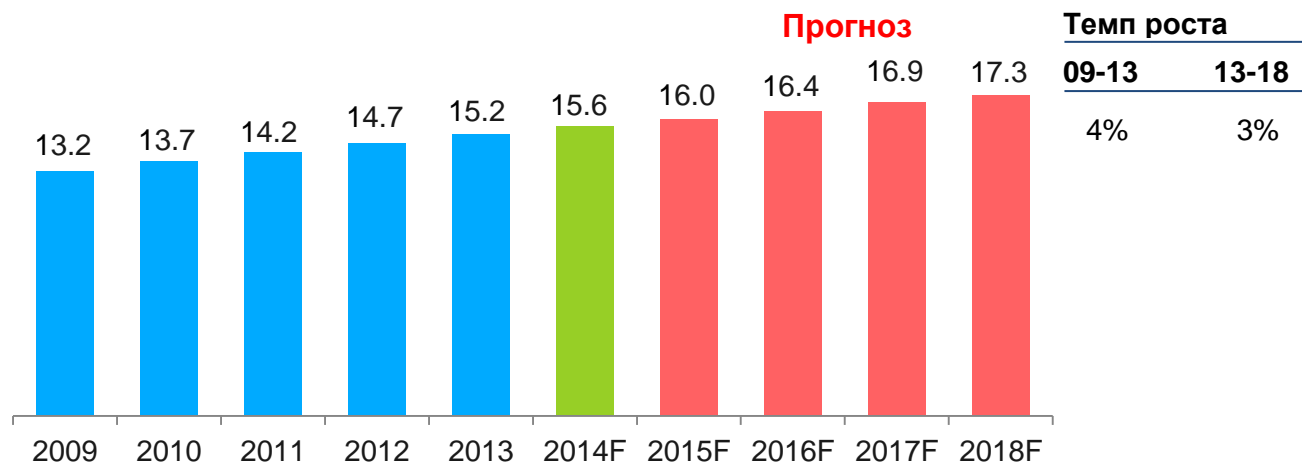
Разные конкуренты в разных направлениях

	Population Million	Real estate	Transport	Services	Jobs
Moscow and Moscow region	19.0				
Sverdlovskaya	3.5				 
Tyumenskaya	2.8				
Chelyabinskaya	3.5				
Krasnoyarskiy	2.4				  
Kemerovskaya	1.9				 
Novosibirskaya	4.3				
Irkutskaya	2.8				 
Altajskiy	2.3				 
Voronezhskaya	2.7				
Omskaya	2.7				 
Primorskiy	1.9		 		 



AVITO РАБОТА. С ЧЕГО НАЧИНАТЬ?

Рынок труда в России

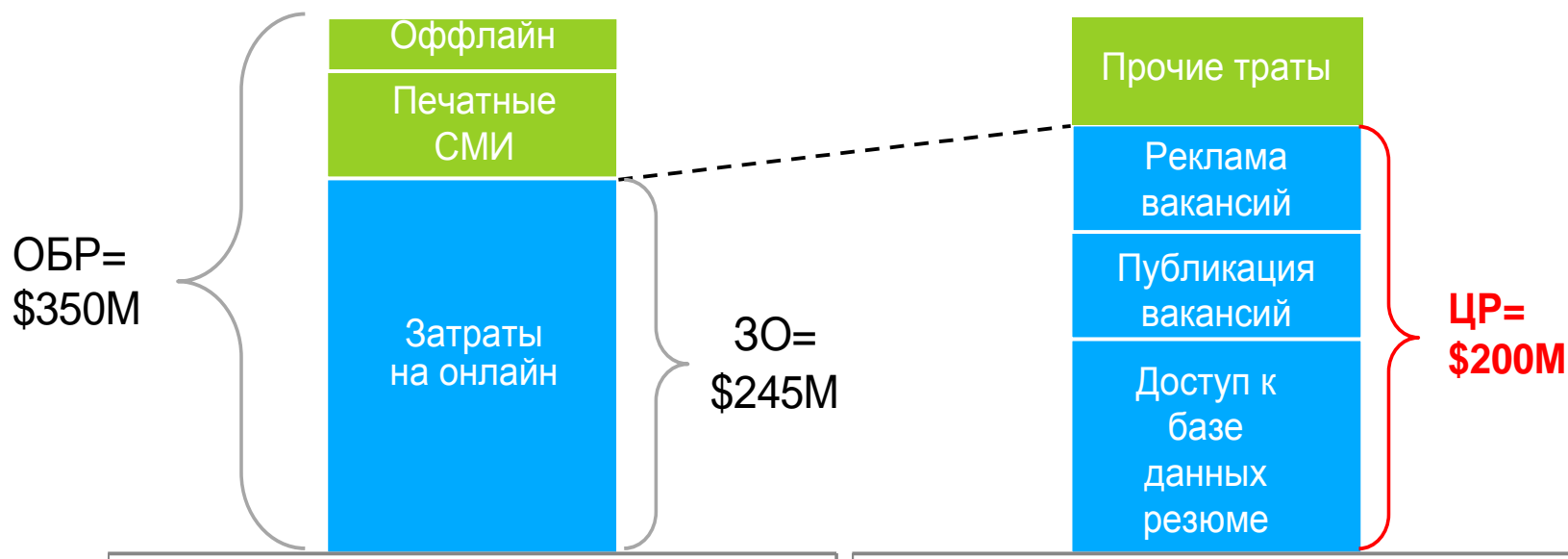


Органический рост числа вакансий на 3% в год

Высокая доля трудоспособного населения (62% – выше только Бразилия)

Потенциальная емкость рынка \$270 миллионов долларов

РЫНОК ПОИСКА РАБОТЫ НА 70% ОНЛАЙН



Структура рынка с точки зрения работодателей

~5М

~5М

~5М

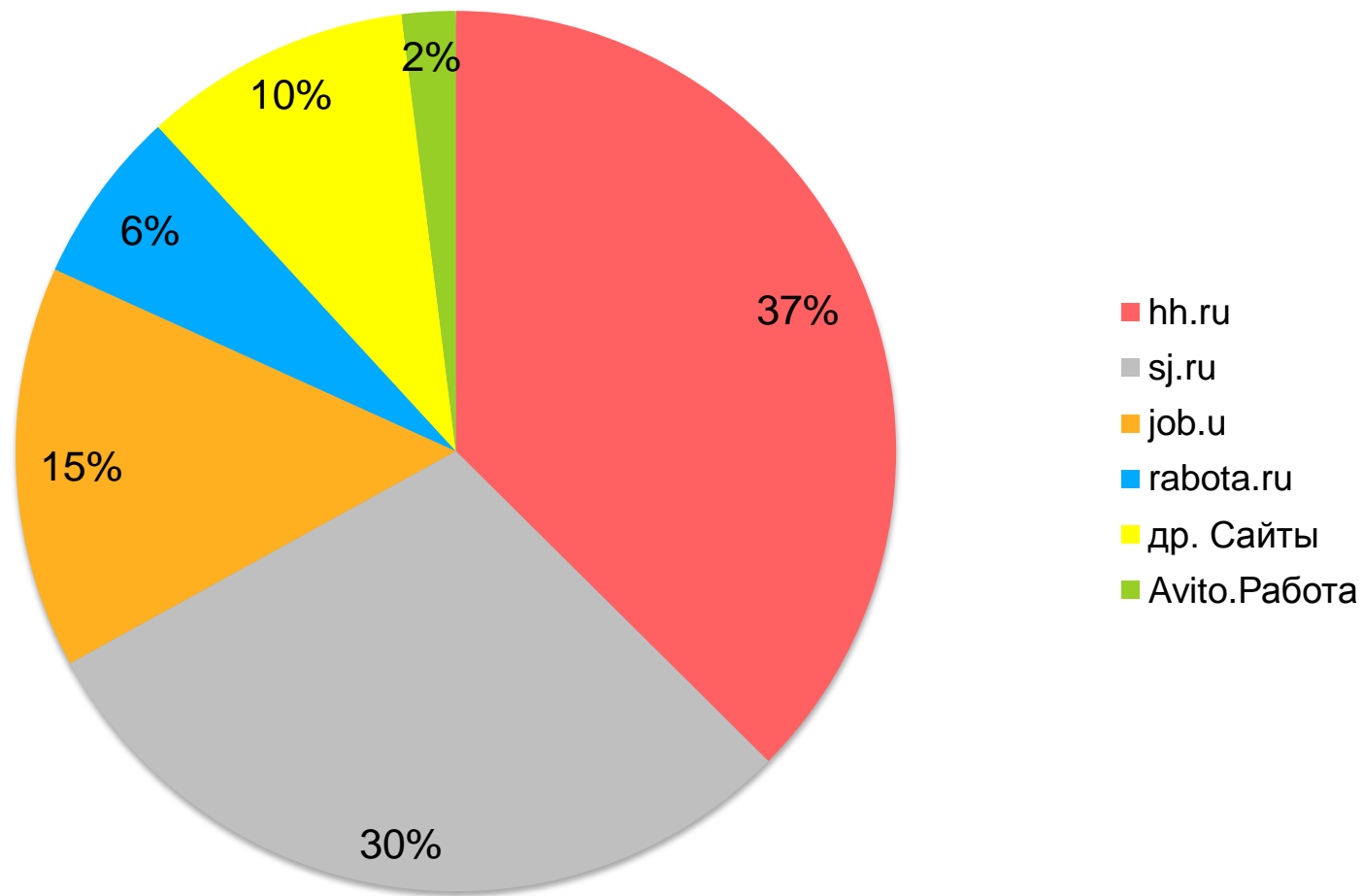
Рекламируемые
вакансии

Поиск
резюме

Позиции, заполняемые
кандидатами, пришедшими на
др. вакансии

Вакансии,
закрываемые из
«уст в уста»

Доли рынка ведущих сайтов по поиску персонала



Возможные стратегии развития Avito на онлайн рынке труда

1

Использовать силу бренда для того, чтобы убедить компании размещать платные вакансии

Возможные стратегии развития Avito на онлайн рынке труда

1

Использовать силу бренда для того, чтобы убедить компании размещать платные вакансии

2

Использовать успех бренда в определенных вертикалях (например, автомобили) и сфокусироваться на специалистах этих категорий бизнеса

Возможные стратегии развития Avito на онлайн рынке труда

1

Использовать силу бренда для того, чтобы убедить компании размещать платные вакансии

2

Использовать успех бренда в определенных вертикалях (например, автомобили) и сфокусироваться на специалистах этих категорий бизнеса

3

Пойти в регионы, где лидеры слабы и скопировать их модель и стратегию развития

Возможные стратегии развития Avito на онлайн рынке труда

1

Использовать силу бренда для того, чтобы убедить компании размещать платные вакансии

2

Использовать успех бренда в определенных вертикалях (например, автомобили) и сфокусироваться на специалистах этих категорий бизнеса

3

Пойти в регионы, где лидеры слабы и скопировать их модель и стратегию развития

4

Отложить запуск, создать продукт в самом выгодном сегменте (поиск резюме)

ВЫБРАННАЯ СТРАТЕГИЯ



Нацелиться на сегмент Word-of-mouth recruiting

ВЫБРАННАЯ СТРАТЕГИЯ

Сегмент **Word-of-mouth recruiting**

- массовые профессии, востребованные во всех категориях бизнеса
- одинаково понятен и работодателю и работникам
- не так интересен лидерам рынка (Headhunter и Superjob), которые смотрят на него свысока

Барьеры и способы их устранения

Низкий уровень знания о
существовании Avito Работа

Потенциально низкий уровень
доверия

Небольшое количество компаний
на сайте

Барьеры и способы их устранения

Низкий уровень знания о существовании Avito Работа

Потенциально низкий уровень доверия

Небольшое количество компаний на сайте

Заявить новое направление неожиданным образом даже для лояльной аудитории Avito



Барьеры и способы их устранения

Низкий уровень знания о существовании Avito Работа

Потенциально низкий уровень доверия

Небольшое количество компаний на сайте

Заявить новое направление неожиданным образом даже для лояльной аудитории Avito

Показать, что мы понимаем реальные потребности работодателей и соискателей

Барьеры и способы их устранения

Низкий уровень знания о существовании Avito Работа

Потенциально низкий уровень доверия

Небольшое количество компаний на сайте

Заявить новое направление неожиданным образом даже для лояльной аудитории Avito

Показать, что мы понимаем реальные потребности работодателей и соискателей

Использовать «услуги» как дополнительную причину верить в эффективность Avito

КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ

ИНСАЙТ

В России поиск работы начинается с опроса друзей и знакомых – вдруг кто-то знает кого-то подходящего. Но поскольку круги общения у работодателя и соискателя разные, они как правило не находят друг друга.

КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ

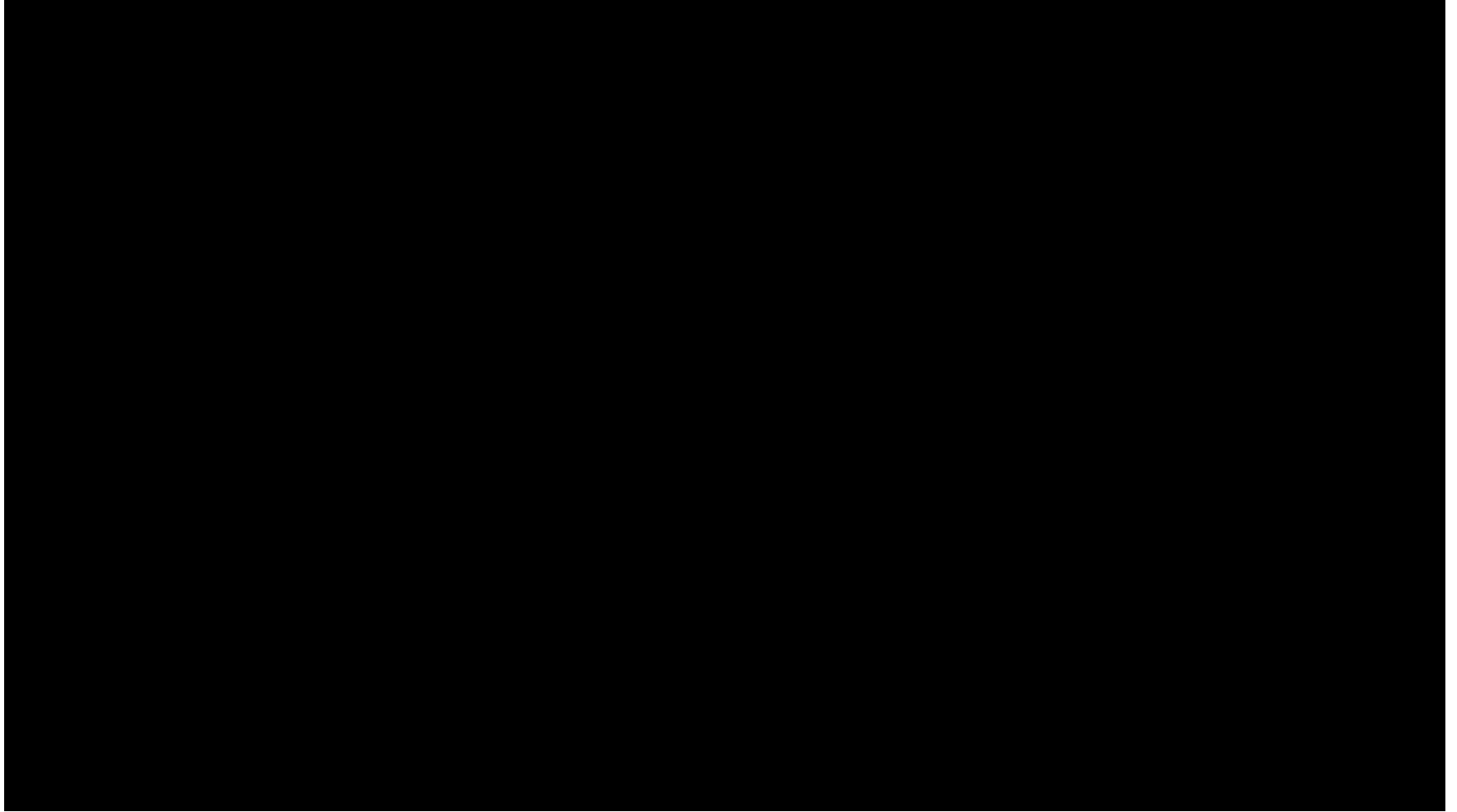
ИНСАЙТ

В России поиск работы начинается с опроса друзей и знакомых – вдруг кто-то знает кого-то подходящего. Но поскольку круги общения у работодателя и соискателя разные, они как правило не находят друг друга.

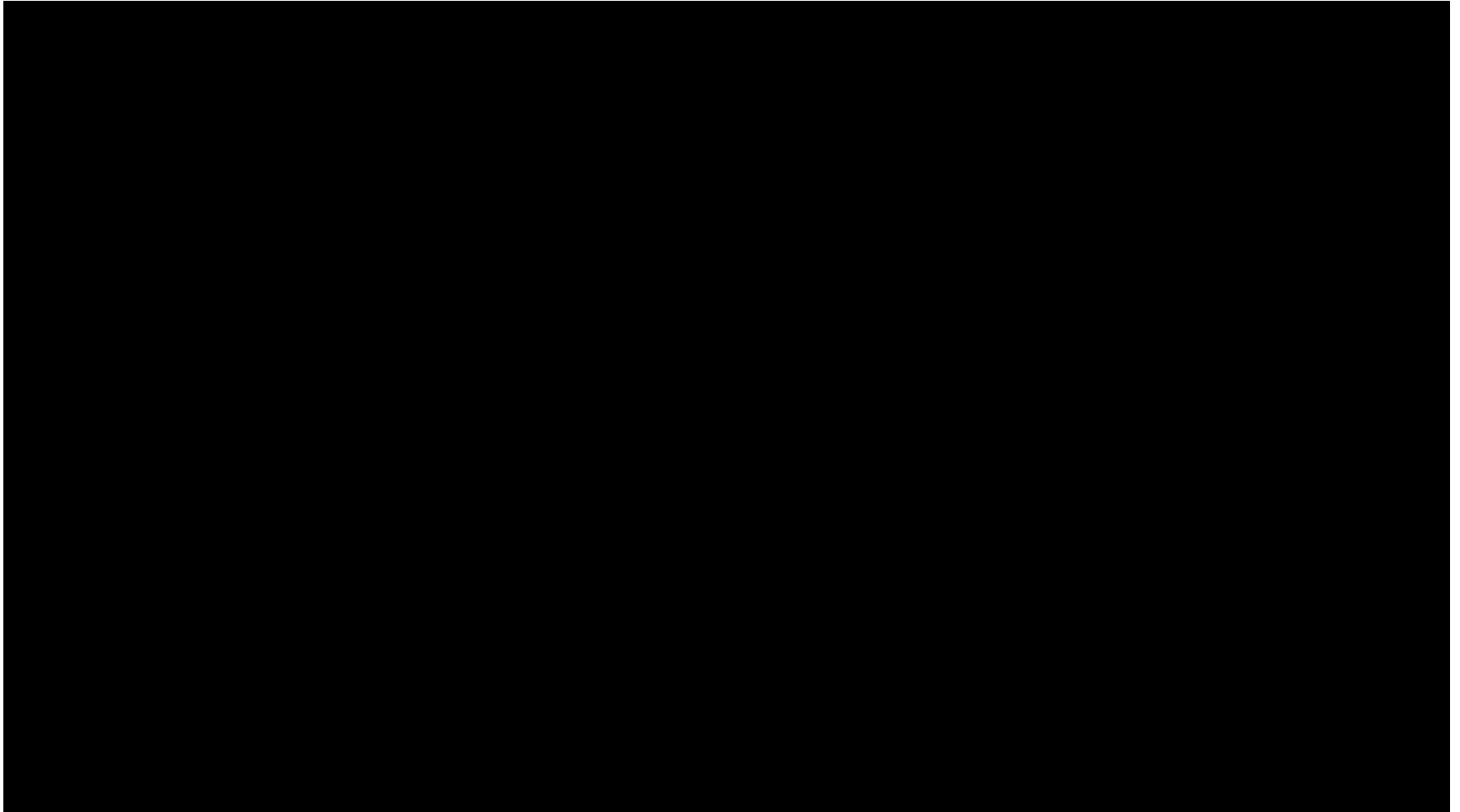
СООБЩЕНИЕ

Без Avito Работа работодатель и соискатель не встретятся.

КАМПАНИЯ ЗАПУСКА



КАМПАНИЯ ЗАПУСКА



НАЙДИ НОВУЮ РАБОТУ ПО ДОРОГЕ НА РАБОТУ

Зайди
с мобильного
телефона



29 266**

вакансий в Санкт-Петербурге
от строителя до учителя

РАБОТА
AVITO.RU
Сайт бесплатных объявлений №1 в России*

* ПО ДАННЫМ ООО «ЛПСР» В КАТЕГОРИИ «ТОВАРЫ И УСЛУГИ» НА 1 СЕНТЯБРЯ 2013 ГОДА
** КОЛИЧЕСТВО ВАКАНСИЙ НА САЙТЕ WWW.AVITO.RU НА 1 ОКТЯБРЯ 2013 ГОДА

НАЙДИ НОВУЮ РАБОТУ ПО ДОРОГЕ НА РАБОТУ

Зайди
с мобильного
телефона



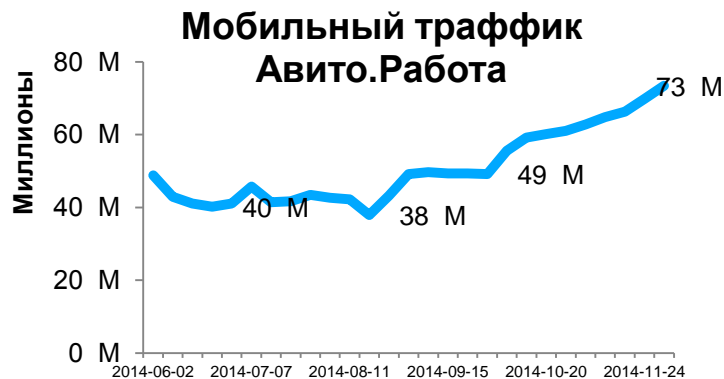
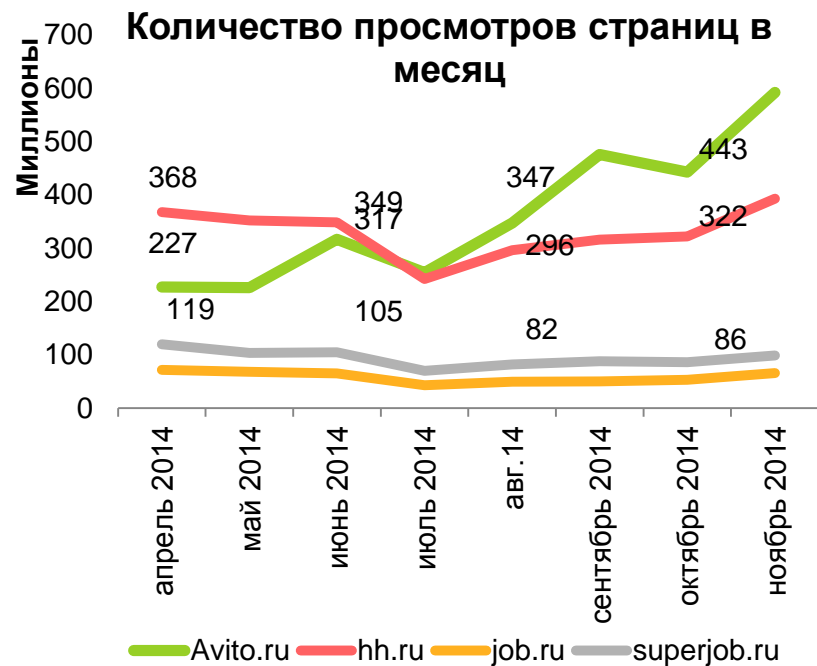
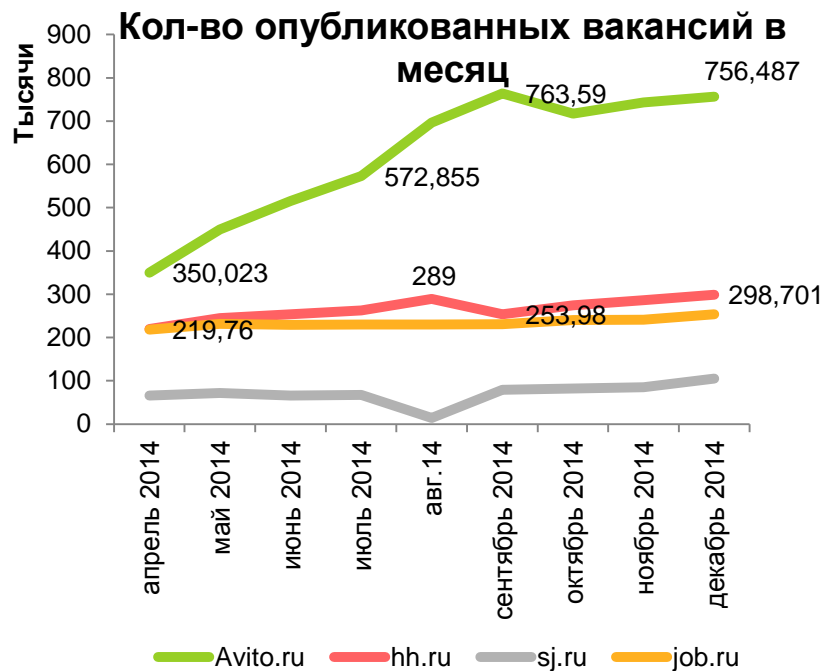
29 266**

вакансий в Санкт-Петербурге
от менеджера до дирижера

РАБОТА
AVITO.RU
Сайт бесплатных объявлений №1 в России*

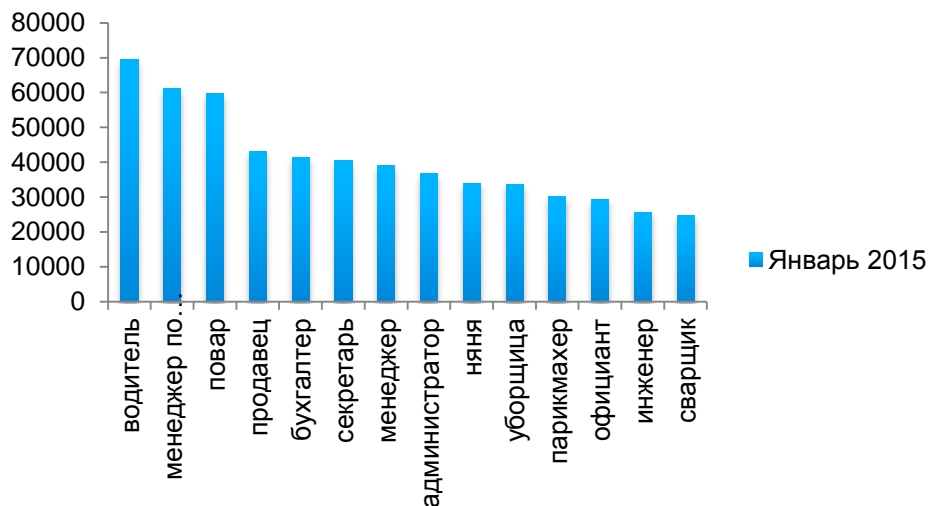
* ПО ДАННЫМ ООО «ЛПСР» В КАТЕГОРИИ «ТОВАРЫ И УСЛУГИ» НА 1 СЕНТЯБРЯ 2013 ГОДА
** КОЛИЧЕСТВО ВАКАНСИЙ НА САЙТЕ WWW.AVITO.RU НА 1 ОКТЯБРЯ 2013 ГОДА

Результаты: Рост мобильного трафика, увеличение количества листинга на сайте, увеличение просмотров страниц

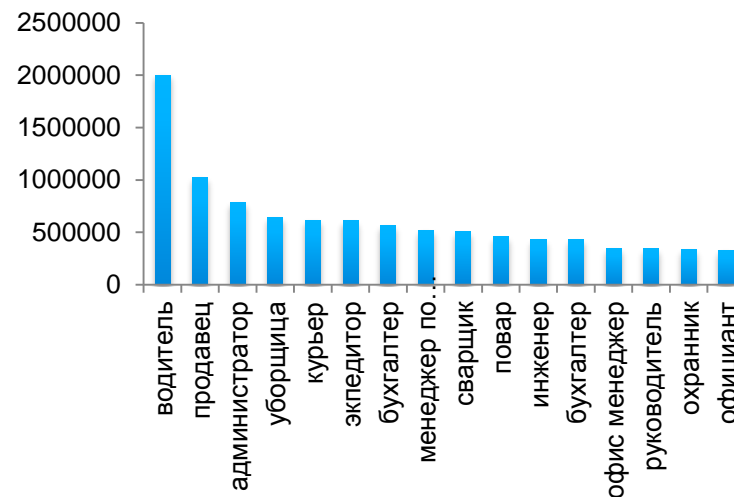


Айфон или шансон – баланс «офисных» и массовых профессий

Топ-15 запросов работодателей



Топ-15 запросов соискателей



- Спрос на профессионалов, «рабочих лошадок» растет
- Спрос на ТОПовые позиции неумолимо падает

Направление развития категории

Публикации объявлений (вакансии и резюме)

- Разграничение потока объявлений
- Верификация компаний
- Стандартизированная форма резюме

Поиск резюме

- Умный поиск и динамические фильтры
- Создание Базы Актуальных Резюме

Проф. инструменты

- Личный кабинет рекрутера
- Печать/сохранение резюме
- Импорт резюме
- Auto Matching
- Подписки на новые резюме
- Шаблоны вакансий
- Многопользовательский интерфейс

Построение HR-бренда

- Страницы компаний вместо «Магазинов»
- Создание специализированных рекламных мест
- Исследования/тематический контент/проф. мероприятия

ПОЛЕЗНЫЕ ВОПРОСЫ

Могу ли я зайти на нужную мне аудиторию с тыла – там где меньше конкурентов (и на первый взгляд денег)?

ПОЛЕЗНЫЕ ВОПРОСЫ

Могу ли я зайти на нужную мне аудиторию с тыла – там где меньше конкурентов (и на первый взгляд денег)?

Какие очевидные (и поэтому незаметные для лидеров) правила игры существуют в новой для меня категории?

ПОЛЕЗНЫЕ ВОПРОСЫ

Могу ли я зайти на нужную мне аудиторию с тыла – там где меньше конкурентов (и на первый взгляд денег)?

Какие очевидные (и поэтому незаметные для лидеров) правила игры существуют в новой для меня категории?

Как использовать сильные стороны моего бренда и его характер в борьбе за чужого потребителя?

ПОЛЕЗНЫЕ ВОПРОСЫ

Могу ли я зайти на нужную мне аудиторию с тыла – там где меньше конкурентов (и на первый взгляд денег)?

Какие очевидные (и поэтому незаметные для лидеров) правила игры существуют в новой для меня категории?

Как использовать сильные стороны моего бренда и его характер в борьбе за чужого потребителя?

Можно ли сразу обратиться к нескольким интересным для меня аудиториям и добиться синергетического эффекта?



Practica

Светлана Щербакова / sshcherbakova@avito.ru

Рустам Салимзянов / salimzianov@practica.pro