

## Digital-тренды работы с покупателями в ТЦ и ритейле



# Российский покупатель в цифрах



Среднемесячный доход на семью:  
**58 800 рублей\***

Медианный доход:  
**22 729 рублей\***

Модальный доход:  
**12 665 рублей\***

Накопленная инфляция за последние 12 мес.:  
**6,84%\***

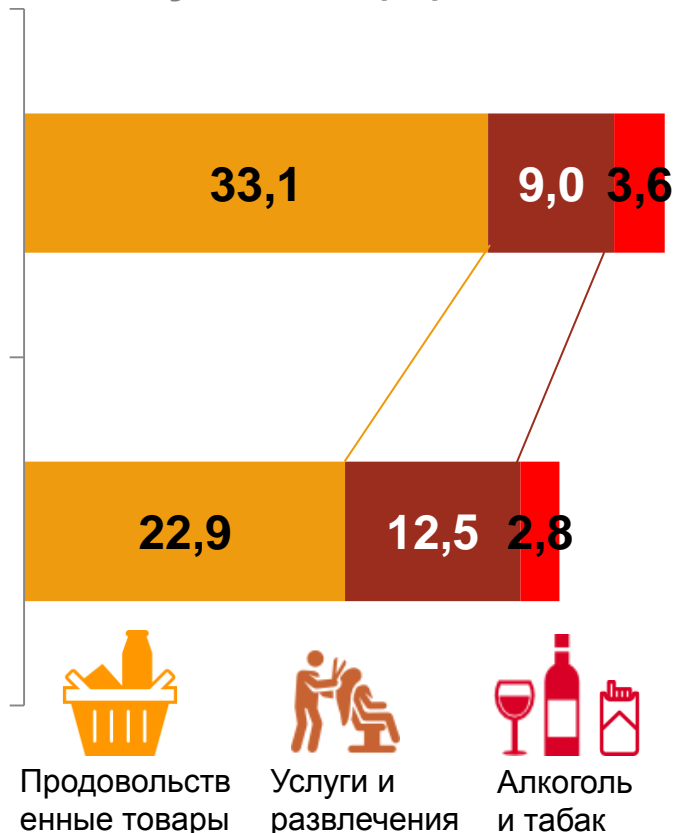


Среднемесячные траты семьи на FMCG:  
**19 460 рублей (+9%)\*\***

## Кошелек покупателя (%)

Среднее по России\*\*\*  
45,7%

Среднее по Европе\*\*\*\*  
38,2%



Продовольственные товары

Услуги и развлечения

Алкоголь и табак

\*Источник: Росстат, 2016

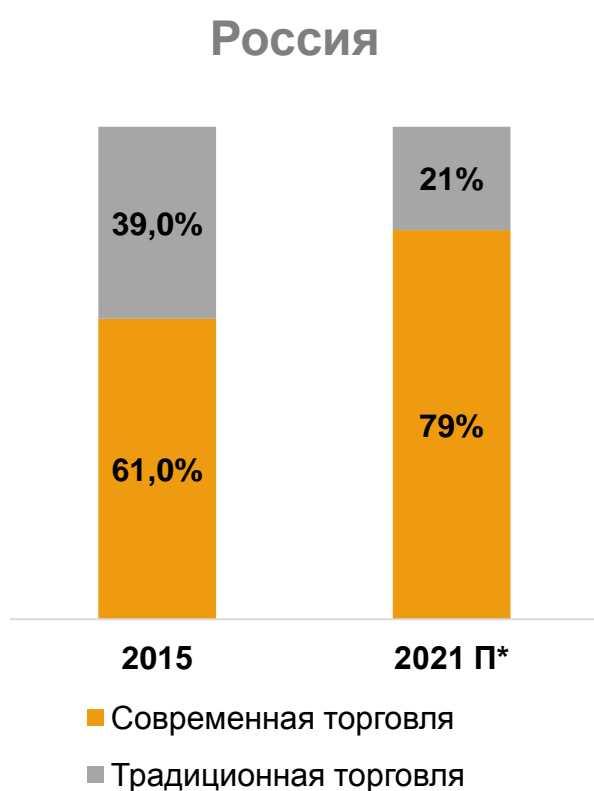
\*\*Источник: Ромир-Панель, YTD'16, География: Россия 100+

\*\*\*Источник: Ромир Панель, YTD'16, Россия 100+

\*\*\*\*Источник: Росстат, МВФ, 2015

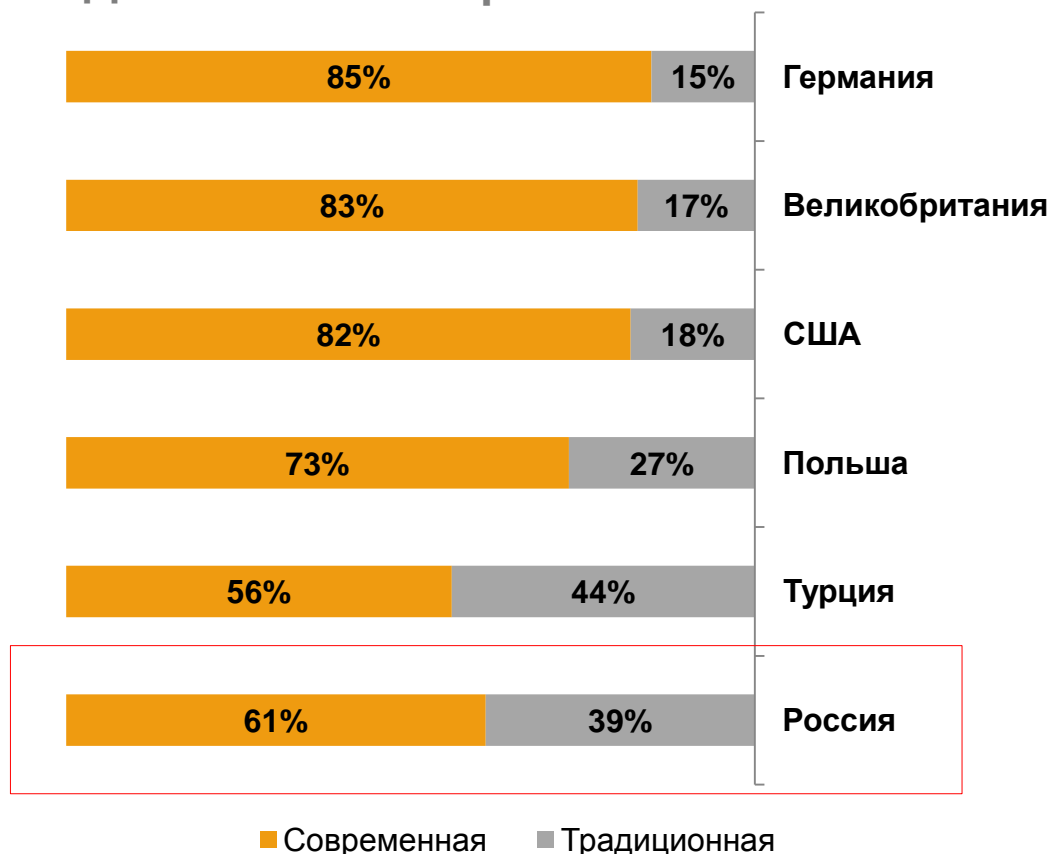
# Новая реальность: современная торговля

Ожидается, что доля каналов современной торговли достигнет 79% к 2021 году, что может привести к ценовым войнам.



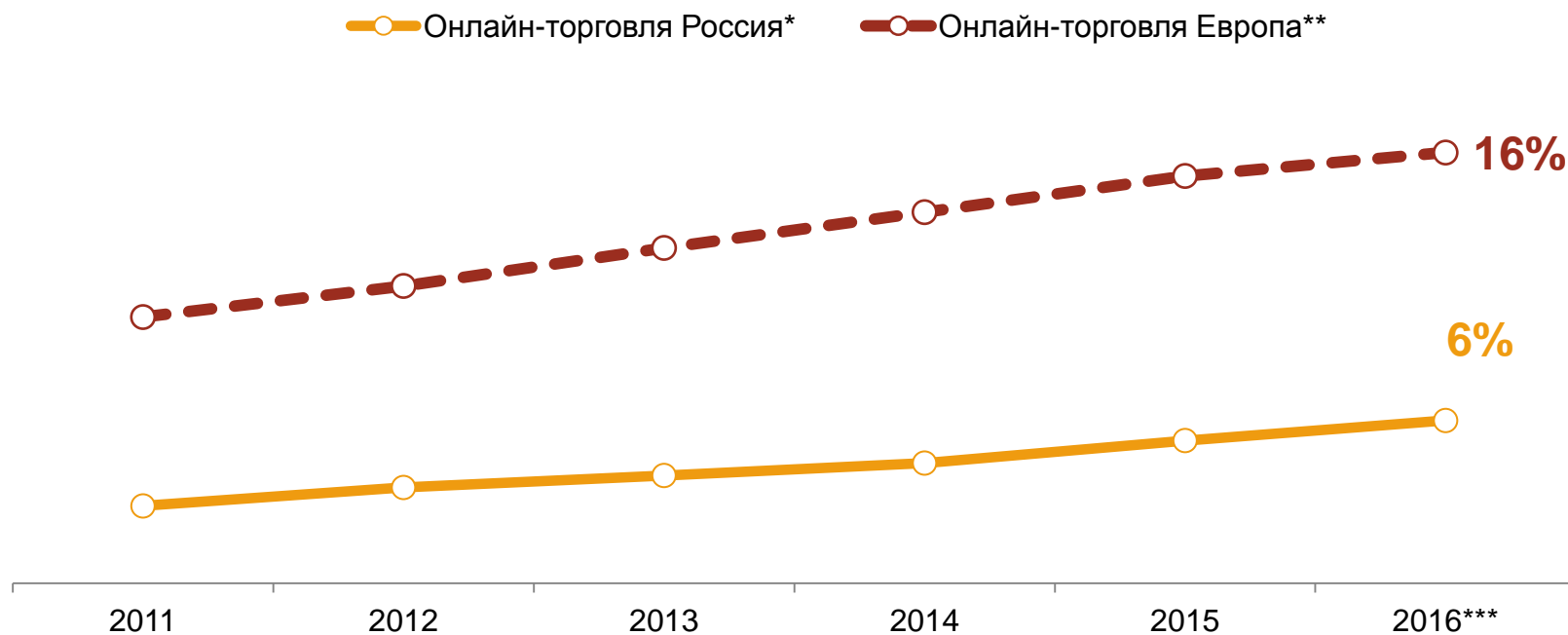
\*П - прогнозируемая

### Доли каналов торговли в 2016 г.



# Новая реальность

Доля онлайн торговли в России и в Европе



\*Источник: Ромир Панель, FY'08-FY'15, Россия 500+

\*\*Источник: PMR, 2015; Retail Foods, GAIN report, 2015

\*\*\*Экспертная оценка Ромир

# Стратегии экономии

	Оптимизаторы 	Рационалисты 	Cherry pickers 	Запасливые 
2011 г.	23%	32%	3%	10%
2016 г.	34%	23%	16%	11%
2021 г.	30%	17%	25%	13%

Не экономящие

2011  
**32%**

2016  
**16%**

2021  
**15%**

# Мобильный интернет в России и в мире

6

**ПРОНИКНОВЕНИЕ  
ИНТЕРНЕТА В РОССИИ –  
72% населения  
старше 16 лет**

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ  
МОБИЛЬНОГО ИНТЕРНЕТА –  
81% интернет-пользователей  
или 57% всего населения**

**МОБИЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ  
В МИРЕ –  
53% - в 2015 году,  
56% - в 2016 году,  
63% - прогноз на 2017 год**

## МОБИЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ



ПОЛЬЗУЮСЬ

СЕЙЧАС – **81%**

ПОЛЬЗОВАЛСЯ

РАНЬШЕ – **14%**



ИСПОЛЬЗУЮТ МОБИЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ

**80%** – КАЖДЫЙ ДЕНЬ

**18%** – НЕСКОЛЬКО РАЗ В НЕДЕЛЮ



СРЕДНИЙ  
СТАЖ

**44 МЕС.**



СРЕДНЕЕ ВРЕМЯ  
В ДЕНЬ

**157 МИН.**



**82%**



**67%**



**31%**



**15%**

# Мобильные приложения сетей

Продуктовые ритейлеры переводят программы лояльности в мобайл. В результате пользователь получает смс-сообщения о выгодных предложениях и акциях, о количестве бонусных баллов и специальных предложениях сети.



82%

покупателей пользуются своими телефонами в магазине для получения дополнительной информации перед совершением покупки

57%

покупателей сравнивают цены, используя свой смартфон

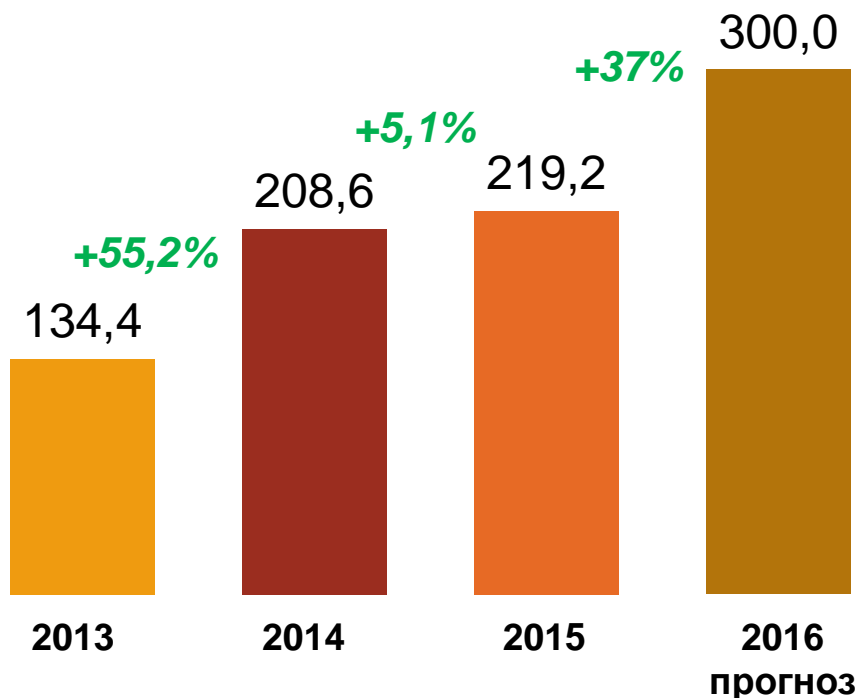
# Общие тренды онлайн-торговли в России

8

Российские покупатели потратили в иностранных интернет-магазинах в Q1'16 на 106% больше, чем за тот же период 2015 года.

В то же время, объем заказов в российских интернет-магазинах за этот период вырос на 3%.

## Объем трансграничной торговли в России (импорт), млрд. руб.



## Рынок интернет-торговли

↑ рост количества интернет-пользователей,

снижение стоимости мобильного интернета,

повышение грамотности интернет-пользователей.

↓ неблагоприятная экономическая ситуация,

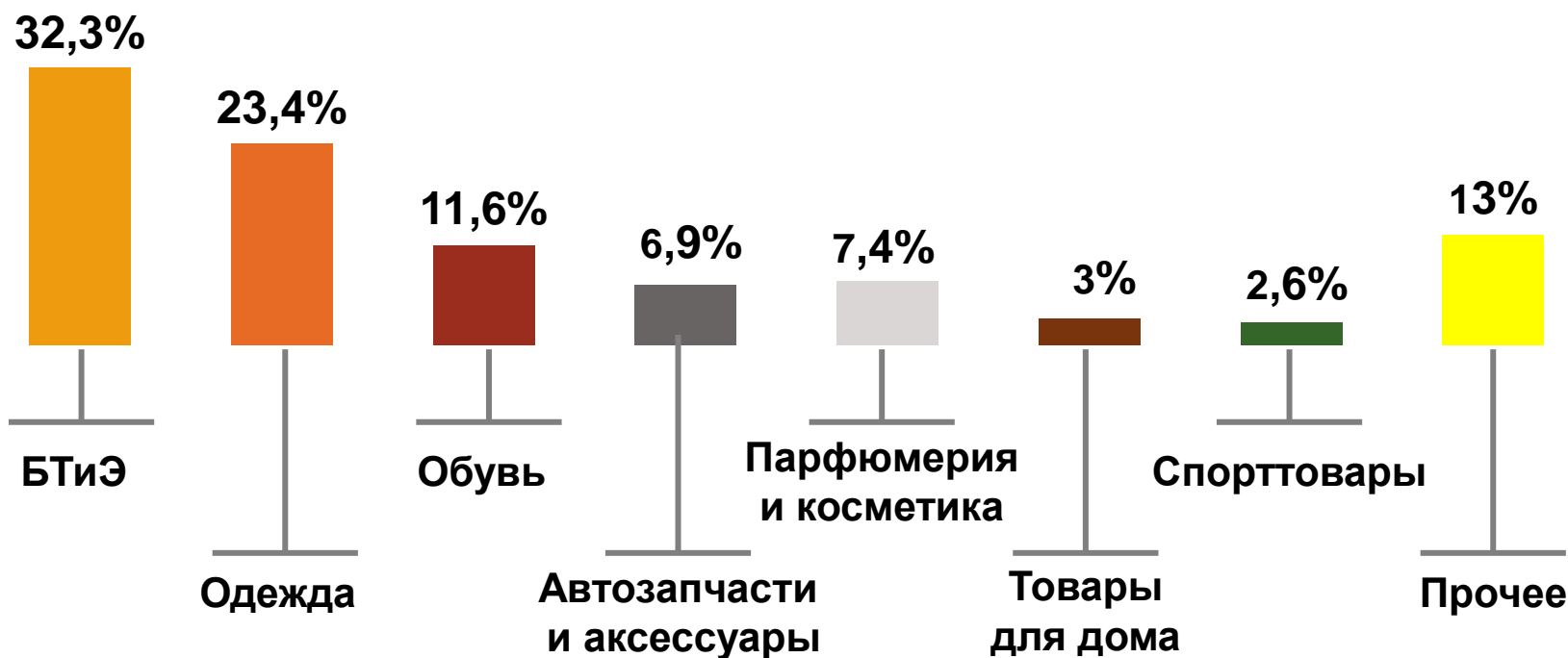
снижение покупательской способности.



# Покупки в зарубежных интернет-магазинах 9

Больше всего россияне потратили на мелкую бытовую технику, электронику, одежду и обувь в иностранных интернет-магазинах. Средняя стоимость посылки с товарным вложением в Q1'16 составила 1400 рублей.

Более половины российских покупателей иностранных интернет-магазинов живут в Москве (46%) и Санкт-Петербурге (11%). На остальные регионы совокупно приходится 43% посылок.



# Канал e-commerce

В России в целом и в частности в Москве на протяжении последних 8 лет наблюдается рост доли канала e-commerce. В 2016 году самым развитым сегментом интернет-торговли стала продажа бытовой техники и электроники.

## Динамика доли e-commerce\*

Доля канала от рынка в целом	FY'08	FY'09	FY'10	FY'11	FY'12	FY'13	FY'14	FY'15	YTD'16
Россия 500+ Internet trade	0,4%	0,6%	1,0%	1,8%	2,2%	2,5%	2,8%	2,7%	2,8%
Москва Internet trade	0,7%	0,9%	1,5%	2,2%	2,8%	3,2%	3,7%	4,1%	4,5%

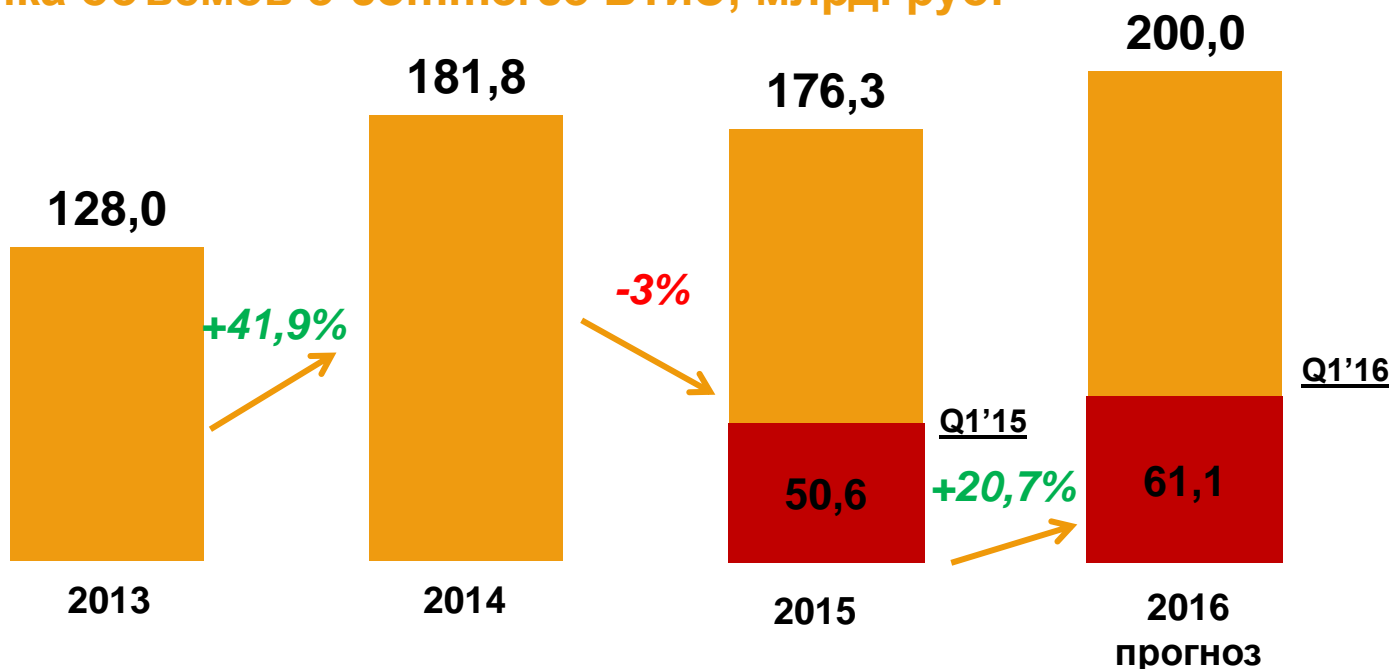


Категория  
непродовольственных  
товаров наращивает долю  
в e-commerce

# Продажи БТиЭ в e-commerce в России

Объем российского рынка БТиЭ по результатам 1 квартала 2016 года составил 61,1 млрд рублей, что на 20,7% выше, чем за аналогичный период прошлого года. E-commerce формирует уже 18% оборота этого рынка. Самыми популярными категориями товаров в сегменте БТиЭ остаются телефоны и смартфоны (+30,5%), компьютеры (+15,8%) и крупная бытовая техника (+32,7%).

## Динамика объемов e-commerce БТиЭ, млрд. руб.



# Рост рынка БТиЭ онлайн и оффлайн

12

Оборот в млрд. руб. Q2'16 vs. Q2'15



Аудио и видео  
техника

**+3,6%**



Фототехника  
*(большая часть оборота  
приходит из e-commerce)*

**- 23%**



Крупная бытовая  
техника

**+15,4%**



Малая бытовая  
техника

**+10,1%**



Компьютеры

**+3,8%**



Телекоммуникации

**+33,8%**



Офисная техника

**+11,5%**

# Сегментация потребителей

	Наличие семьи	Наличие детей	Высокий доход	Наличие авто	Наличие дачи	Доля группы
Безучастные	Средняя вероятность	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	Средняя вероятность	Высокая вероятность отсутствия	13%
Многодетные	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	Средняя вероятность	13%
Самобытные	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	11%
Обыватели	Средняя вероятность	Высокая вероятность отсутствия	Средняя вероятность	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	9%
Сельчане	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	Средняя вероятность	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	9%
Мнительные	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	8%
Опытные	Средняя вероятность	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	8%
Самостоятельные	Средняя вероятность	Средняя вероятность	Средняя вероятность	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	8%
Заботливые	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	Средняя вероятность	7%
Начинающие	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	6%
Ответственные	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	4%
Модники	Высокая вероятность отсутствия	Средняя вероятность	Высокая вероятность отсутствия	Высокая вероятность отсутствия	Средняя вероятность	4%

Высокая вероятность наличия
  Средняя вероятность
  Высокая вероятность отсутствия

# Поколение миллениалов

**53%**

всей ЦА онлайн-рынка  
представляют миллениалы

**46%**

работающего населения  
к 2020 году будут  
составлять миллениалы



**85%**

миллениалов пользуются  
смартфоном и четверть из них  
совершают покупки с помощью  
смартфона

**40%** мужчин и **33%** женщин  
сказали, что покупали бы всё  
онлайн, если это было бы  
возможным

Миллениалы почти  
**НЕ ВОСПРИНИМАЮТ**  
традиционную рекламу

Самым активным  
онлайн-покупателями  
являются россияне  
от 18 до 29 лет

## Товары, которые миллениалы предпочитают покупать в интернете



**81%**  
Мебель



**76%**  
Обувь



**73%**  
Одежда



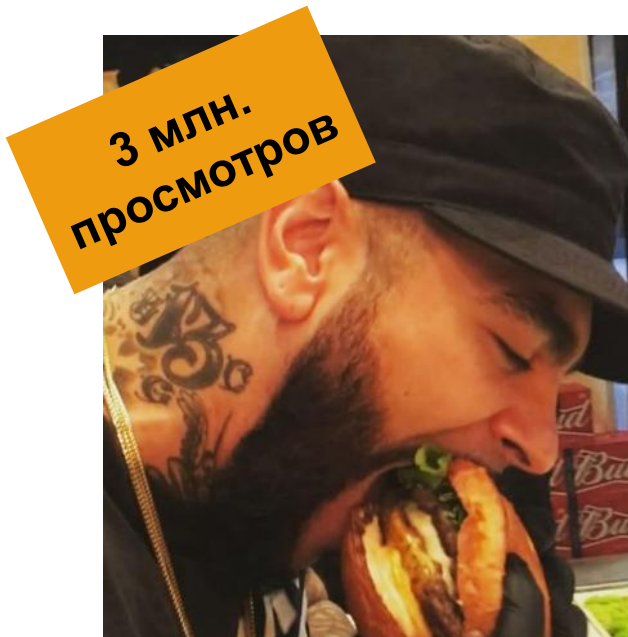
**62%**  
Украшения



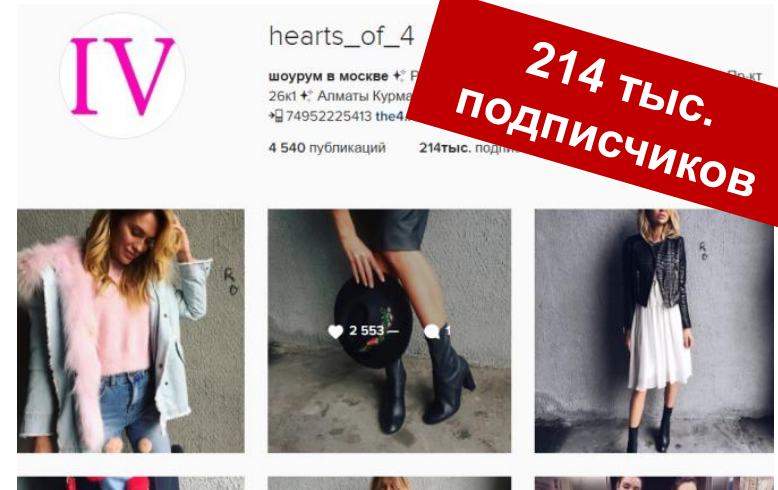
**62%**  
Товары для дома

# Возможности социальных сетей

Привлечение большой лояльной аудитории. **64%** маркетологов будут строить рекламные стратегии на основе видео контента



Реклама в Инстаграмме собственного бизнеса популярных артистов (Black Star Burgers Тимати)



Продвижение одежды через Инстаграмм



Годовая выручка – почти 1/2 трлн. дол.  
11 000 магазинов  
245 млн. покупателей в неделю

Аналитика больших объемов информации и использование накопленных данных для корректировок ценовой политики

## ДИГИТАЛИЗАЦИЯ WALMART

Анализ покупательского поведения в магазинах, которые открываются первыми



Корректировка условий акций в магазинах, находящихся в других часовых поясах

Возможности для России



массив данных



X5RetailGroup



# Digital-решения для ритейлеров и ТЦ

**Оmnиканальность** – интеграция всех каналов продаж



Мобильные приложения



Онлайн-продажи



Взаимодействие с покупателем в магазине  
(интерактивные технологии, цифровые конструкции)



---

Инна Афанасенко

**Телефон:** +7 (495) 988 60 81

**E-mail:** [afanasenko.i@romir.ru](mailto:afanasenko.i@romir.ru)

---