

@2011

Федор Вирин

Data Insight

аналитическое агентство



Data Insight

Осень 2010 года: Федор Вирин и Борис Овчинников

E-commerce

- Рынки электронной коммерции по сегментам и макрорегионам
- Исследования международных рынков e-commerce
- Исследование мобильной коммерции
- Мониторинг российских и зарубежных новостей e-commerce
- Ad-hoc исследования: удовлетворенность покупателей и качество работы магазинов

Стартапы

- Экспертиза и оценка стартапов

Интернет-реклама

- Исследования рынка интернет-рекламы
- Мониторинг новостей интернет-рекламы и интернет-маркетинга в России и за рубежом

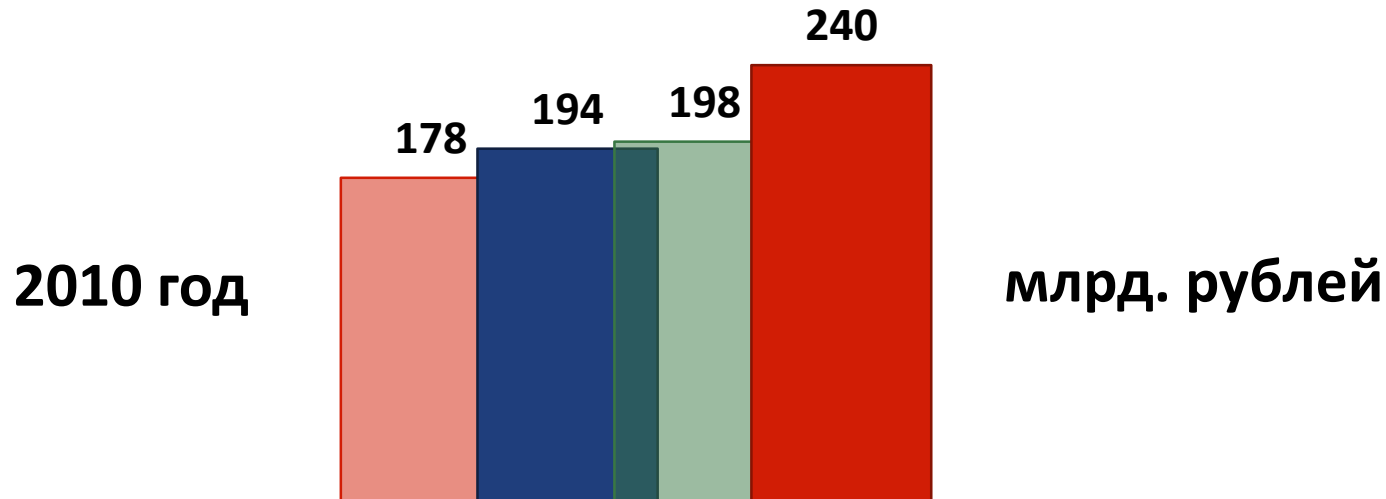
Мы умеем



Объем розничной электронной
торговли в 2011 г. составит
не менее 290 млрд. рублей
(\$10 млрд.)

“Матрешка” объемов рынков

■ продажа физических товаров ■ + цифровые товары
■ + билеты в театры/на концерты ■ + авиа и ж/д билеты



- 240 млрд. рублей – это оценка продаж физических товаров + цифровых товаров + билетов
- 74% (178 млрд.) - продажа физических товаров
- Остальное – это цифровые товары (16 млрд.) и...
- ... продажа билетов (46 млрд.) – в основном авиа- и железнодорожные

Покупки за границей

Тренд года – рост интереса к заграничным покупкам

Некоторые оценки:

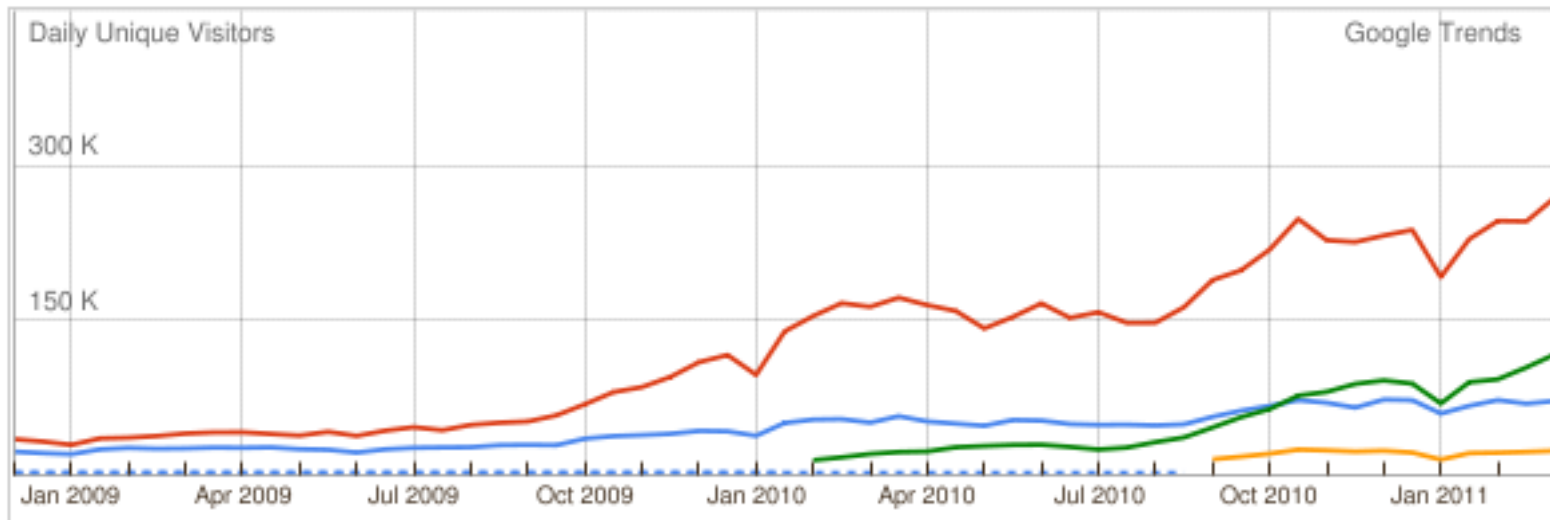
EMS – около 100 тысяч отправок в Россию
из-за границы

опрос Vojoie / Data Insight – 3,5% интернет-
пользователей когда-либо покупали товары
на заграничных сайтах (Москва и СПб, апрель 2011)

на долю покупок за границей приходится 1-2%
всех онлайн-покупок

Доля покупок за границей

● ebay.com ● amazon.com ● gmarket.co.kr ● taobao.com

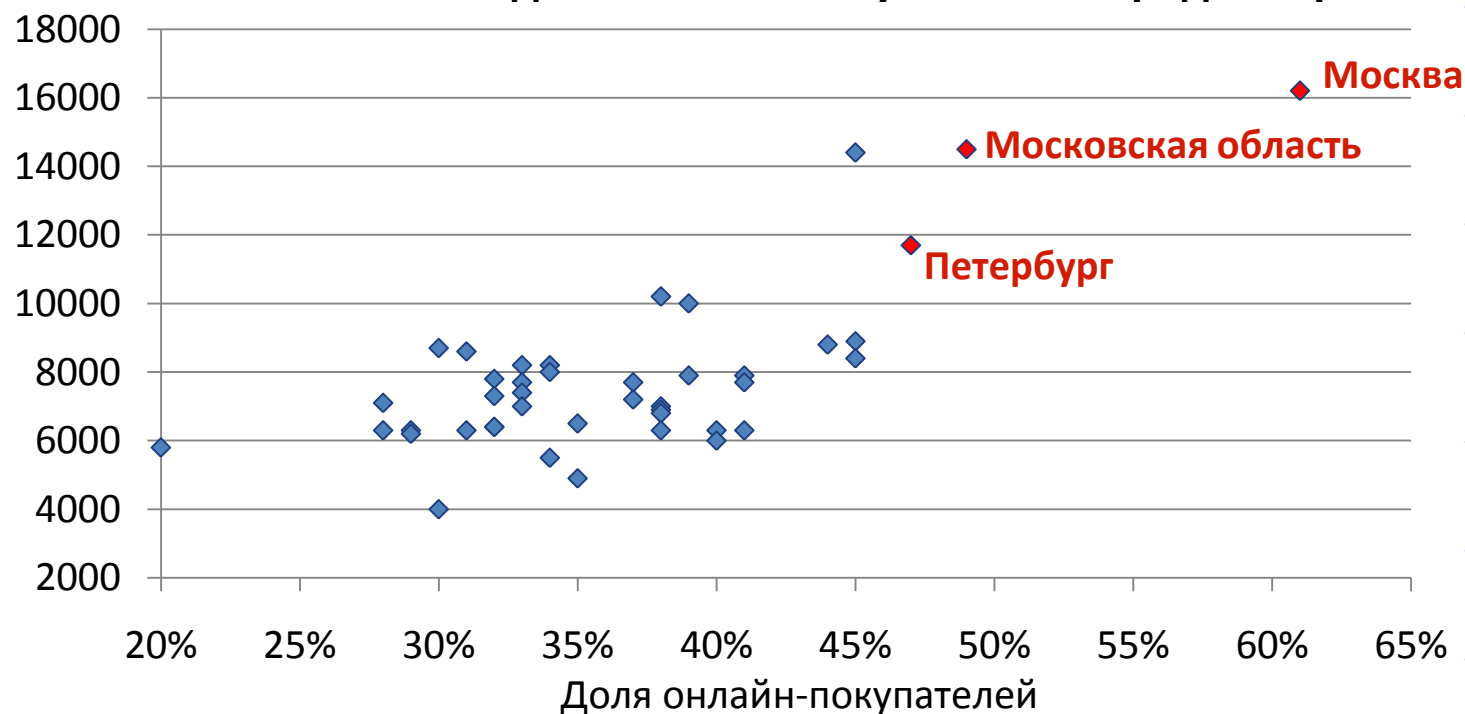


На долю Москвы и Питера
приходится **40%** покупателей
и **60%** оборота e-commerce

Два рынка: столицы и регионы

Даже самые «продвинутые» региональные центры заметно уступают и Петербургу, и тем более Москве по уровню проникновения электронной торговли

Соотношение доли онлайн-покупателей и средних трат

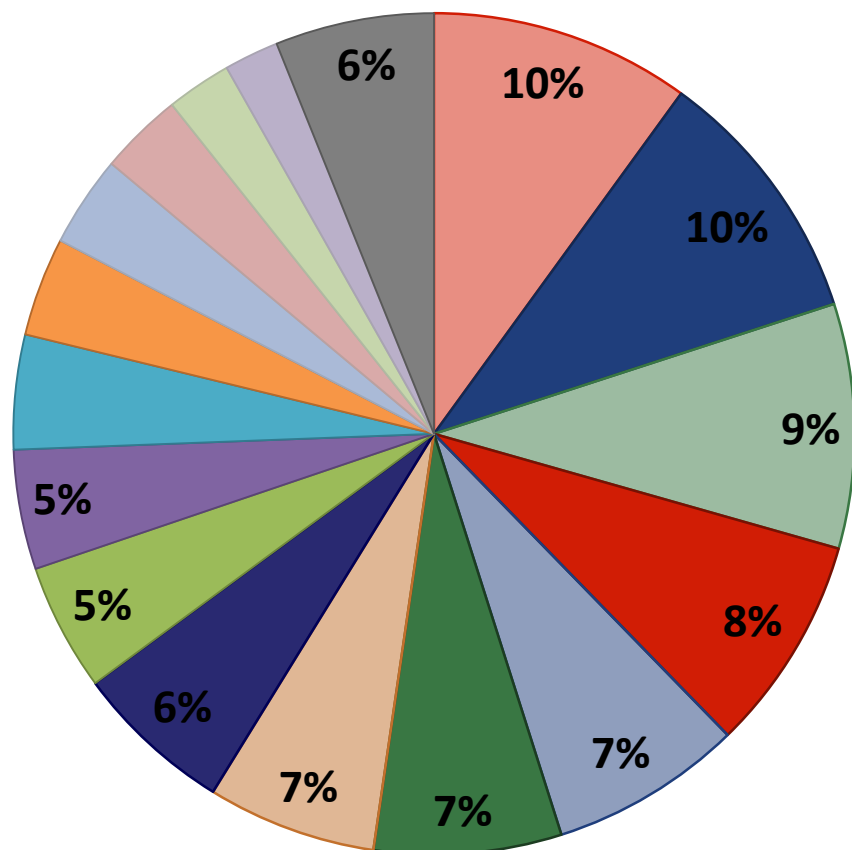


В столицах рынок
почти равномерно распределен
между **полутора десятками**
товарных категорий

Распределение последних покупок

(Москва и Петербург)

... по сегментам:



- Авиа и ж/д билеты
- Техника для дома
- Одежда и обувь
- Телефоны и порт. электроника
- Компьютеры и комплектующие
- Товары для детей
- Товары для дома/дачи, мебель
- Книги
- Автозапчасти и шины
- Продукты питания
- ПО, игры, цифровой контент
- Билеты на концерт/театр
- Косметика и парфюмерия
- Лекарства и медтовары
- Подарки, сертификаты, цветы
- Гостиницы и туры
- другое

DATA
insight

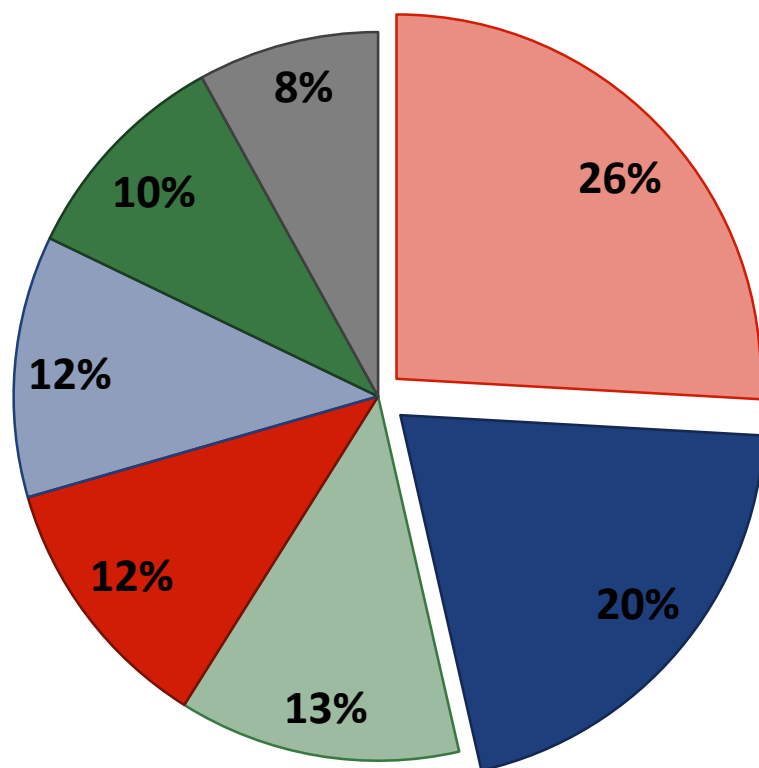
Bojole
research

Источник:
телефонный
опрос, 3200
респондентов,
Москва и СПб,
04.2011

Где основные деньги?

На покупки дороже 15 тыс. рублей приходится 15% заказов и 63% объема рынка.

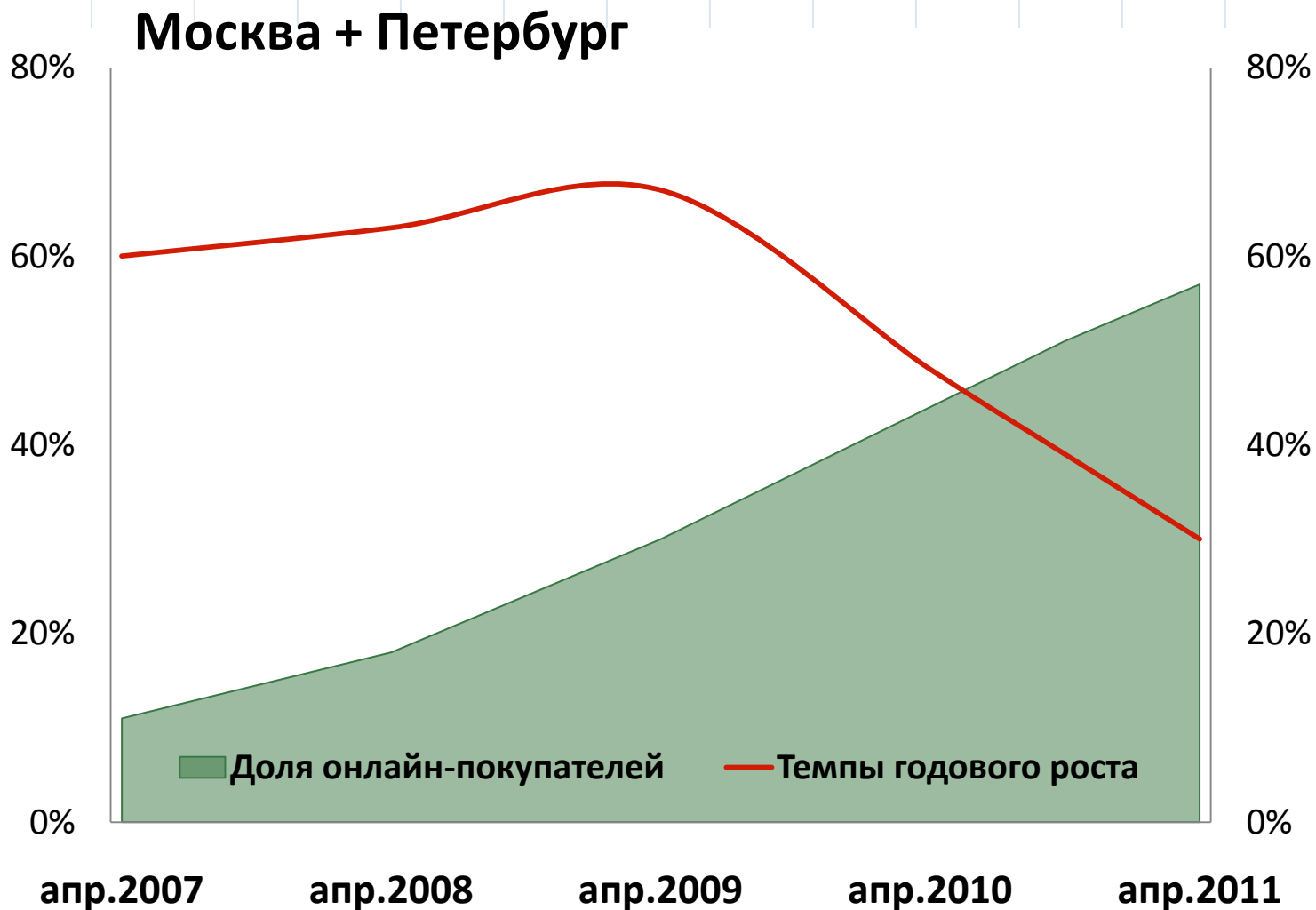
Дорогие покупки сконцентрированы в 6 сегментах



Распределение покупок дороже 15 тыс. руб.

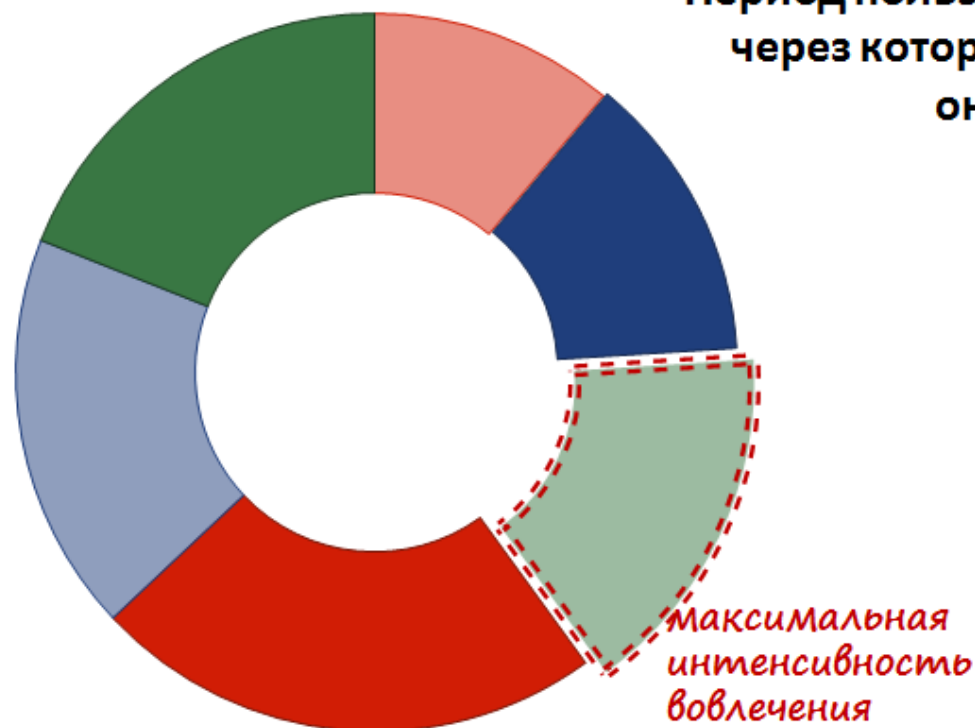
- Техника для дома
- Телефоны и порт. электроника
- Автозапчасти и шины
- Авиа и ж/д билеты
- Компьютеры/ноутбуки
- Товары для дома/дачи, мебель
- другое

Как они становятся покупателями



Как быстро пользователи становятся покупателями?

Период пользования Интернетом, через который люди становятся онлайн-покупателями

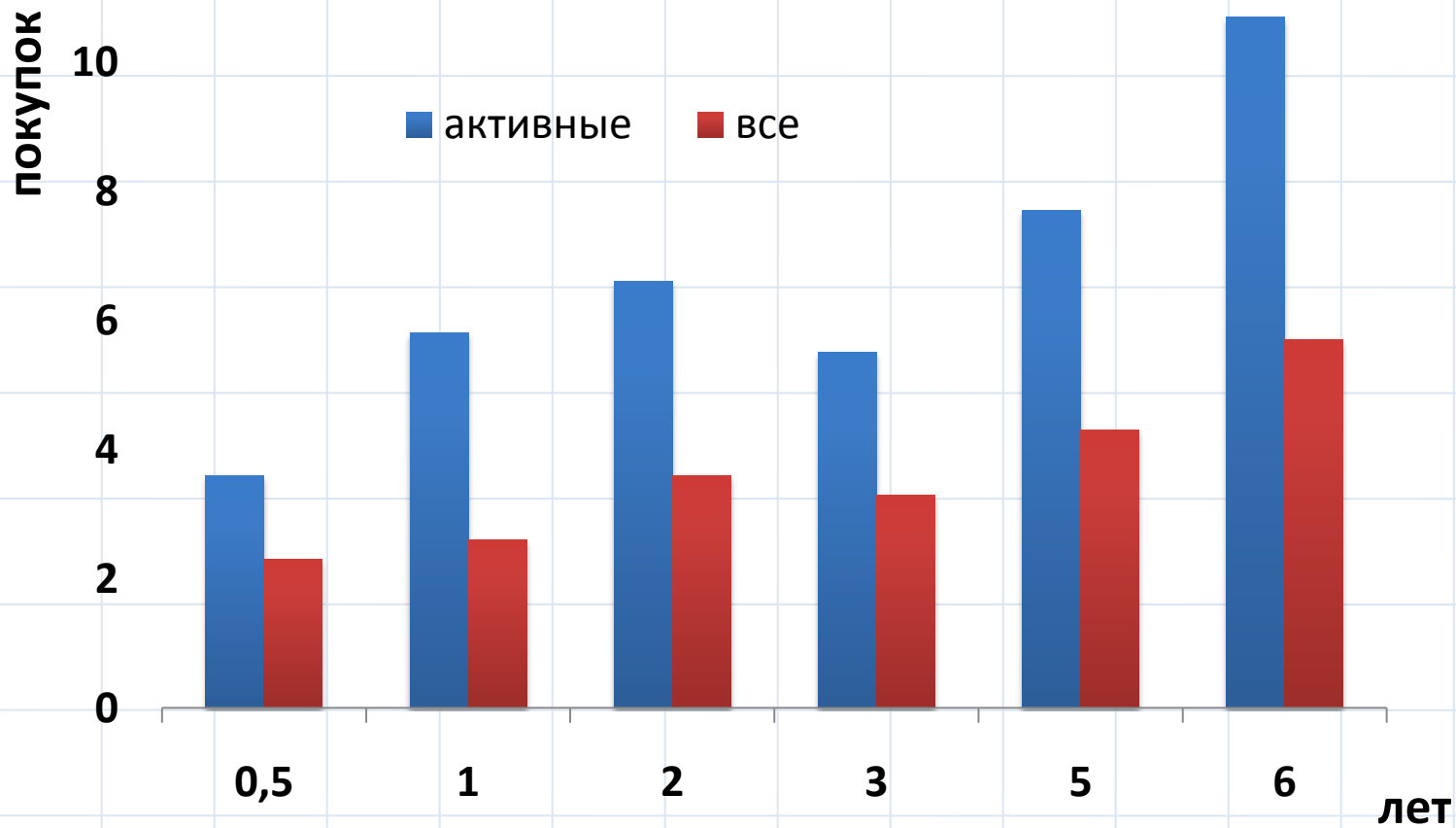


60% онлайн-покупателей совершили первую покупку более чем через 3 года после подключения к Сети

DATA
insight

Источник:
телефонный
опрос, 3200
респондентов,
Москва и СПб,
04.2011

Частота покупок от стажа



Факторы роста рынка: столицы

В столицах интернет-аудитория почти не растет.

Большинство интернет-пользователей уже покупает в Сети. За счет чего будет расти рынок e-commerce?

1. Рост разнообразия онлайн-покупок (количества товарных категорий на 1 покупателя)
2. Рост частоты покупок в каждой из товарных категорий (перенос покупок из оффлайна)
3. Рост потребления, в т.ч. появление новых товаров и сегментов

Факторы роста рынка: регионы

В регионах ключевыми для роста рынка e-commerce будут совсем другие факторы:

1. Приобщение к онлайн-покупкам пользователей, подключившихся к Сети несколько лет назад
2. Рост количества пользователей Интернета

И только на третьем месте стоит рост частоты покупок по мере накопления опыта в e-commerce

Data Insight

Осень 2010 года: Федор Вирин и Борис Овчинников

E-commerce

- Рынки электронной коммерции по сегментам и макрорегионам
- Исследования международных рынков e-commerce
- Исследование мобильной коммерции
- Мониторинг российских и зарубежных новостей e-commerce
- Ad-hoc исследования: удовлетворенность покупателей и качество работы магазинов

Стартапы

- Экспертиза и оценка стартапов

Интернет-реклама

- Исследования рынка интернет-рекламы
- Мониторинг новостей интернет-рекламы и интернет-маркетинга в России и за рубежом

a@datainsight.ru

+7 495 7254946

