

Как оффлайн выходит в онлайн

Как крупнейшие ритейлеры страны
используют интернет для работы
с покупателями

Федор Вирин

Data Insight

аналитика и консалтинг



Идея исследования

Исследование

Как оффлайн выходит в онлайн

Подробный анализ того, что крупнейшие российские ритейлеры делают в интернете

Детальный профиль по каждой компании, в т.ч.:

- предлагаемые в интернет-магазине условия и статистика онлайн-продаж
- контент и сервисы за пределами ecommerce-функционала
- мобильные сервисы
- активность в социальных сетях

Объект исследования

Анализируемая выборка

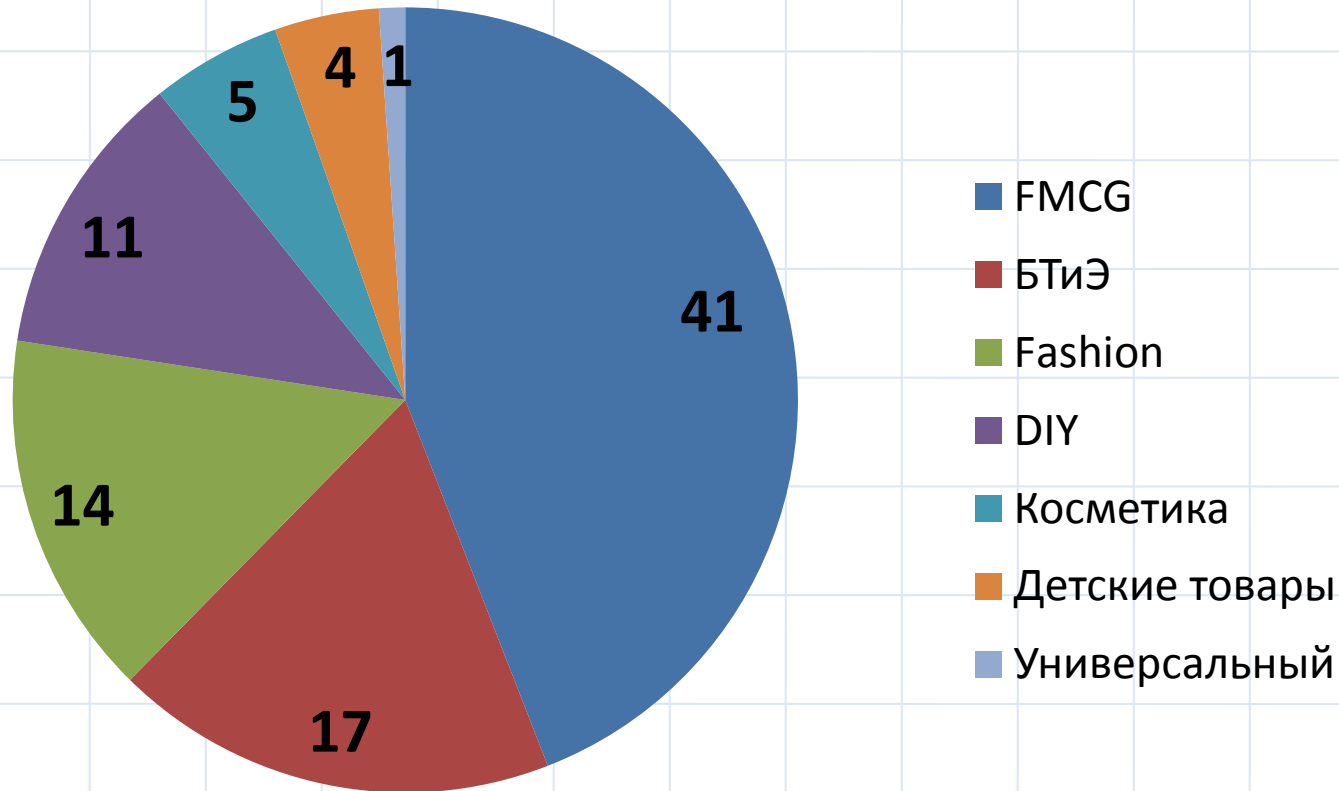
100 крупнейших ритейл-компаний согласно исследованию *INFOLine Retail Russia TOP-100. Тенденции 2014 года. Прогноз до 2018 года* (вышло в феврале 2015 г.)

Исключены:

- Закрывшиеся сети (напр., Белый ветер, American Eagle)
- Интернет-магазины без оффлайна (напр., Озон, E96)

Итого: 141 торговая сеть

Распределение по сегментам

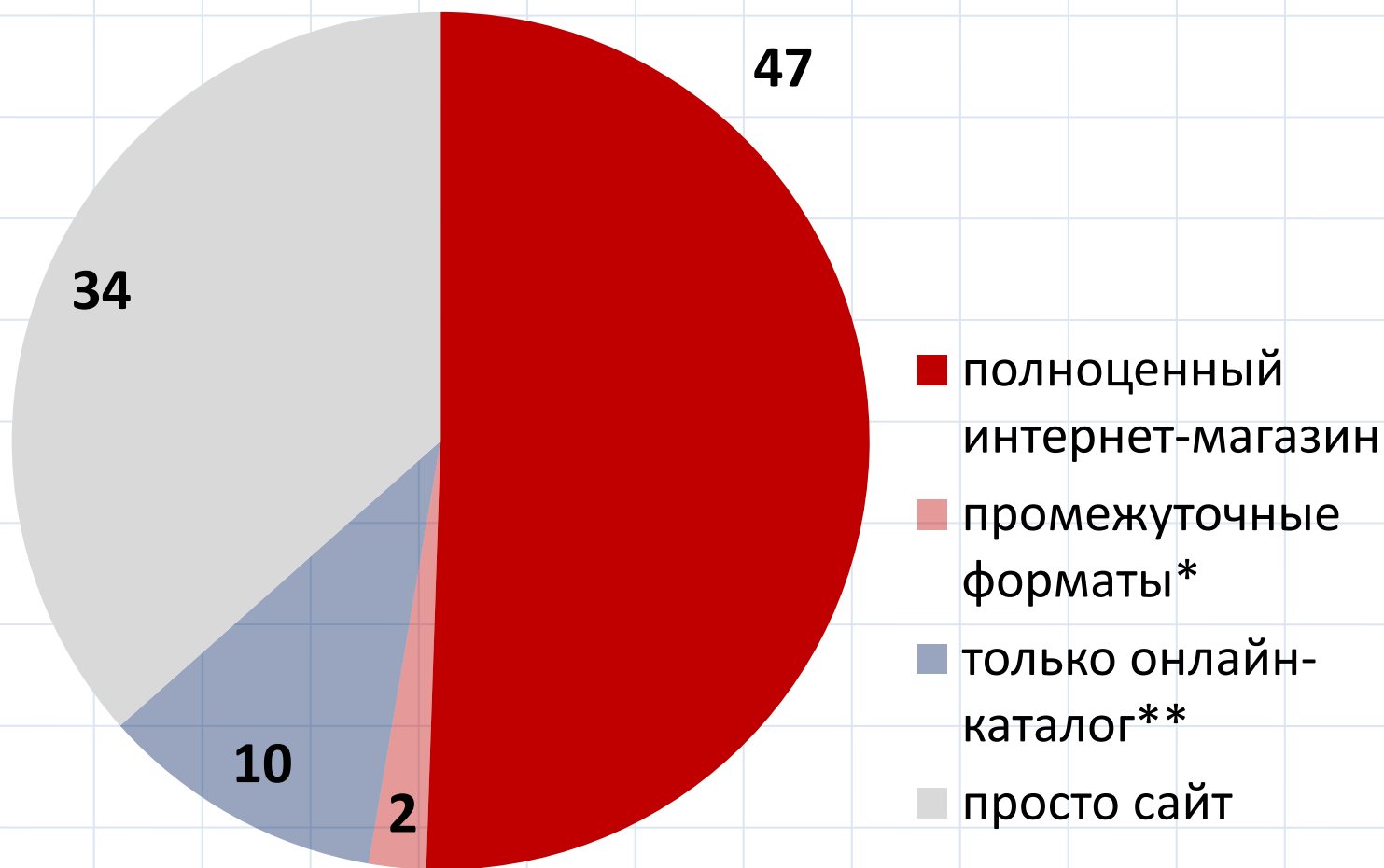


Присутствие в онлайн

Форматы присутствия

- ✓ **Интернет-магазин** – возможность онлайн-заказа
 - ✓ для заказа может быть доступна только часть ассортимента (*Ашан*)
- ✓ **Онлайн-каталог** - отдельный от ИМ каталог ассортимента, доступного в оффлайн-точках
 - ✓ может дополнять ИМ (*ЛеруаМерлен, METRO*)
 - ✓ может включать функционал составления «списка покупок» (*ИКЕА*)
 - ✓ вариант скачиваемого прайс-листа (*DNS*)
- ✓ **Заказ по телефону** как единственный вариант дистанционного заказа (*Алые Паруса*)

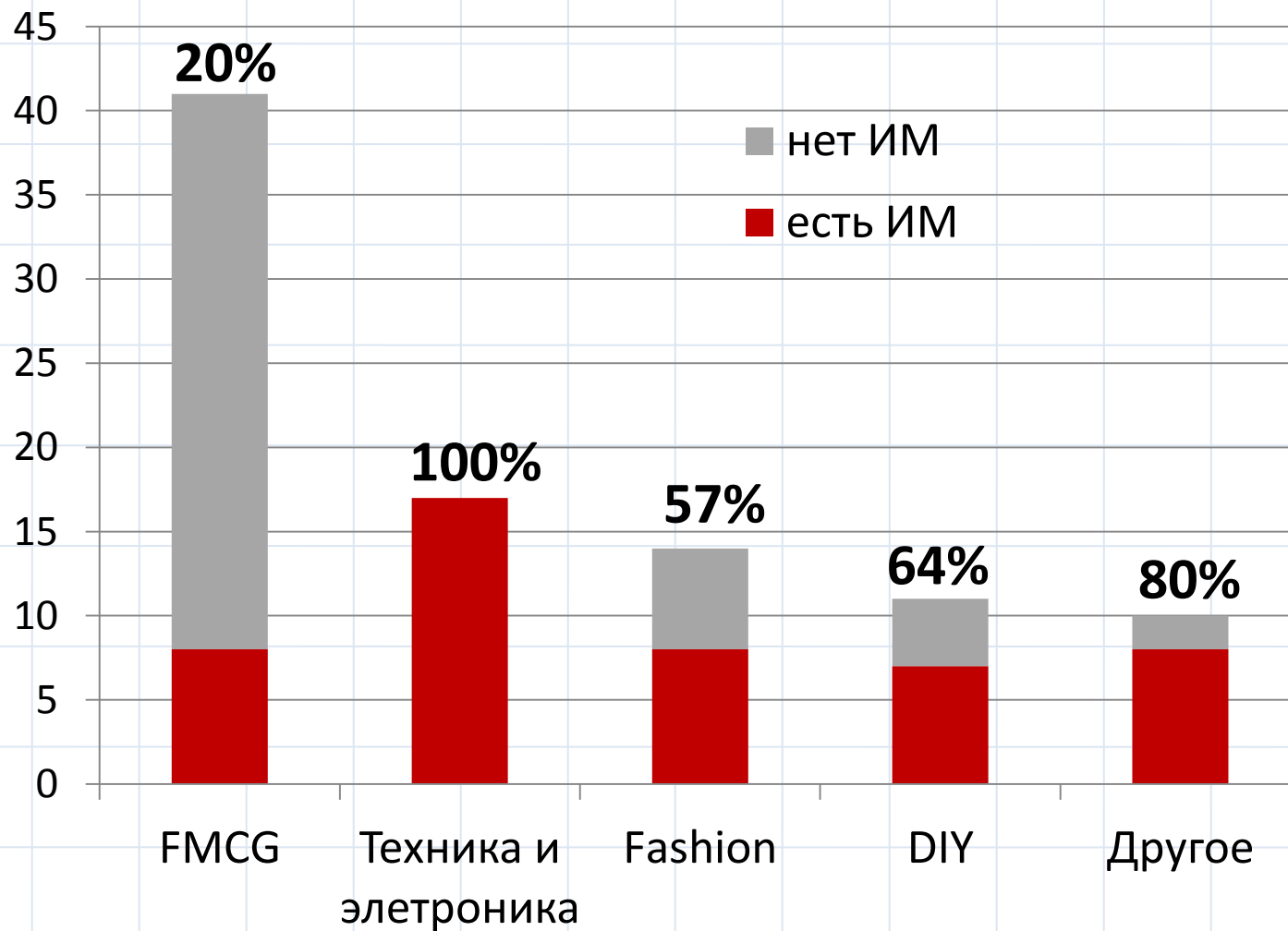
Интернет-магазин есть у 51% сетей



* Продажа в онлайн только небольшой части ассортимента или заказ только по телефону

** Еще у 6 сетей есть и онлайн-каталог оффлайновой сети, и интернет-магазин

Проникновение по сегментам



Еще не пришли в e-commerce

Среди торговых сетей,
еще не запустивших онлайн-продажи

73%

составляют FMCG-сети

Еще не пришли в e-commerce

- **Магнит** – крупнейшая розничная сеть!
- **Пятерочка** и другие сети X5
- **Дикси**
- **Лента**

- **ИКЕА**
- **Castorama**

- **Центробувь**
- **Глория Джинс**

- **Улыбка радуги**

- **Fix Price**

Сайт без магазина

The screenshot shows the homepage of the Magnit website. At the top, there is a red header with the Magnit logo and contact information: "ТЕЛЕФОН ГОРЯЧЕЙ ЛИНИИ: 8-800-200-90-02" and "Напишите нам!". Below the header is a search bar and navigation links for "Карта сайта", "Москва", and "EN". A secondary navigation bar includes links for "О компании", "Покупателям", "Работа в компании", "Партнерам", and "Инвесторам".

The main content area features several promotional banners:

- A large green banner for "СЕМЕЙНЫЙ МАГНИТ ГИПЕРМАРКЕТ" with a "СКИДКА 20%" and text: "АКЦИЯ ДЕЙСТВУЕТ ВО ВТОРНИК 13 ОКТЯБРЯ 2015 НА ЧАЙ, ЗАВАРОЧНЫЕ ЧАЙНИКИ И ФРЕНЧ-ПРЕССЫ".
- A yellow banner for "Lipton" with text: "11.09.2015-08.10.2015. Купи чай Lipton на сумму от 150 рублей. Получи возможность выиграть одно из трёх путешествий в чайные уголки света. m-lipton.ru".
- A red banner for "ПОДПИСКА НА РАССЫЛКУ".
- A red banner for "КАЖДУЮ СРЕДУ -10% СКИДКА" with text: "Акция 'Выгодная среда'. 7.10-14.10. В среду в период с 7 по 14 октября в гипермаркетах Магнит действует скидка на большинство товаров 10%".
- A yellow banner for "ПРАЗДНИЧНЫЕ БУДИНИ!" with text: "Акция 'Праздничные будни'. 12.10-16.10. С 12 по 16 октября в магазинах Магнит действует акция 'Праздничные будни'. Скидки до 20% на широкий ассортимент товаров!".
- A blue banner for "Выгодные недели -25%" with text: "Акция 'Выгодные недели'. Скидка на чулочно-носочные изделия и нижнее белье. 8.10-14.10. С 8 по 14 октября по всей сети магазинов Магнит Косметик действует акция 'Выгодные недели'. Скидка 25% на чулочно-носочные изделия и нижнее белье."

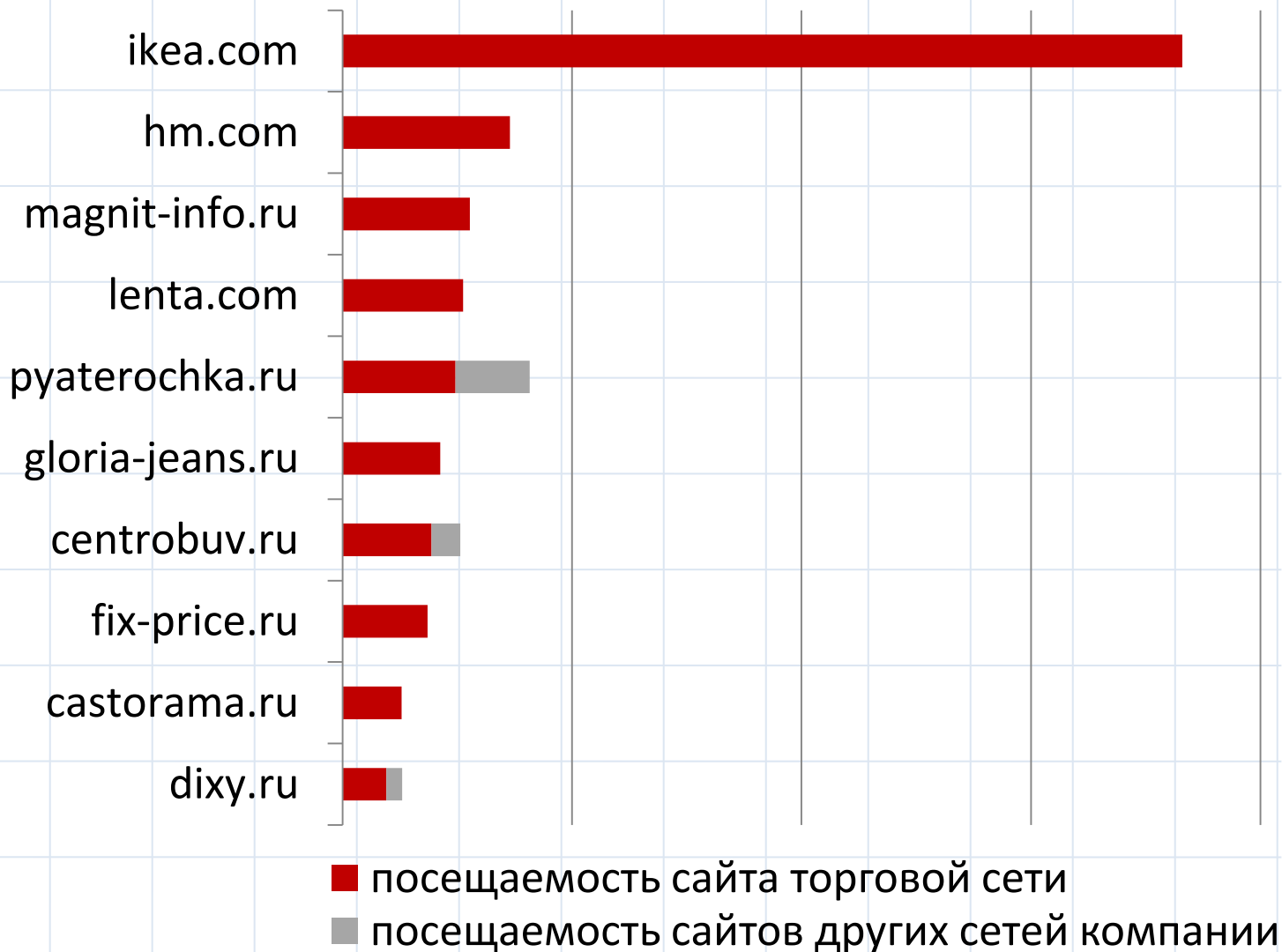
Below the banners are three columns of content:

- Работа в Компании:** "Наша преимущества" and "Горячие вакансии" with a search filter for "Ваш город: Москва".
- Партнёрам:** "Предложить товар" and "Наши предложения" with categories like "Недвижимость" and "Транспорт".
- Инвесторам:** "Уставные документы" and "Отчётность и раскрытие информации" with links for "Магнит", "Тандер", and "Магнит Финанс".

At the bottom, there is a footer with "© Официальный сайт сети 'Магнит'. 2010-2015 ЗАО 'Тандер'" and "Возможности размещения рекламы на сайте".

- ✓ Горячая линия
- ✓ Новости
- ✓ Информация об акциях и спецпредложениях
- ✓ Информация об отдельных товарах
- ✓ Работа в компании
- ✓ Подписка на рассылку
- ✓ Мобильное приложение
- ✓ Города присутствия
- ✓ Информация для партнёров и инвесторов

Топ по посещаемости



Минимализм

Сайты с минимумом

информации

для покупателей

DATA
insight



Примеры:

nts-h.ru

grinn-corp.ru

avoska.ru

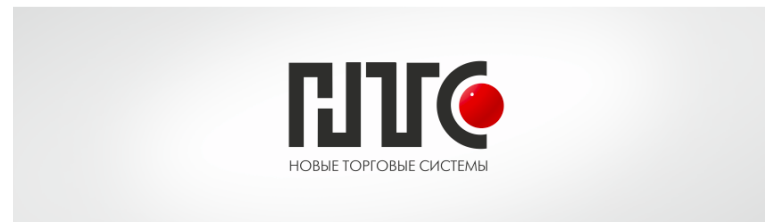


[Инвесторам](#)

[Контакты](#)

[Компани холдинга](#)

г.Новосибирск, ул.Петухова, 29
(383) 204-91-91, 304-16-99
office@nts-h.ru



Группа компаний "Новые торговые системы"

Управление группой компаний разбито на управление отдельными подразделениями по видам бизнеса. Во главе каждого подразделения находится руководитель, ответственный за эффективность бизнеса. В холдинге действует единая система бюджетирования, управления финансовым потенциалом и рисками, что позволяет оперативно подводить итоги работы холдинга и принимать взвешенные оперативные, а также инвестиционные решения.

Учредители принимают активное участие в оперативном управлении холдинга и намерены это делать в дальнейшем, поскольку сейчас происходит очень быстрое развитие перспективных (розничных) проектов, что в свою очередь связано с большим объемом инвестирования.

Инвесторам

- [Сообщение Список АО ОАО НТС 2 квартал 2015 года](#)
- [Список АО ОАО НТС 2 квартал 2015 года](#)
- [Список АО ОАО СВЛ 2 квартал 2015 года](#)



© 2008
«Новые торговые системы»



Наименее посещаемые

FMCG

У половины FMCG-сетей посещаемость сайта составляет менее 50 тыс. человек в месяц
В том числе у четверти – менее 5 тыс.

Другие категории

Примеры сетей с посещаемостью сайтов менее 50 тыс. человек в месяц:

ugdvor.ru / Южный двор, товары для дома

r-ulybka.ru / Улыбка радуги, косметика

baucenter.ru / DIY

Онлайн-достижения

Крупнейшие в онлайн

Среди крупнейших (по количеству заказов)
интернет-магазинов почти половина –
это большие офлайн-сети



место в рейтинге интернет-магазинов
по количеству дистанционных заказов

ulmart.ru	3
citilink.ru	6
mvideo.ru	7
svyaznoy.ru	9
eldorado.ru	11

За пределами рынка БТиЭ: примеры

	сегмент	# в онлайнe – все категории	# в онлайнe – сегмент
sportmaster.ru	спорттовары	19	1
adidas.ru+reebok.ru	одежда и обувь	44	8
letu.ru	косметика	47	3
petrovichstd.ru	DIY	50	2
dochkisinochki.ru, detmir.ru, korablik.ru	товары для детей	70-80-е места	3-5
rivegauche.ru	косметика	124	5
obi.ru, metrika.ru, superstroy.ru	DIY	около 200-го места	7-9
av.ru, 7kont.ru	продукты питания	около 225-го места	4-5

Невзлетевшие

Среди ритейлеров из топ-100 есть компании, у которых онлайн-продажи составляют только от 5 до 50 в сутки. Примеры:

- da-mart.ru / ГК Кировский, фуд-ритейл, Екатеринбург
- shop.monetka.ru / Монетка, фуд-ритейл, Екатеринбург
- snowqueen.ru / Снежная королева, fashion, вся Россия
- sdvor.com / Строительный двор, DIY, Урал
- domo.ru / ГК Domo, БТиЭ, Татарстан и др.
- corpcentre.ru / Корпорация Центр, БТиЭ, Ижевск и др.

Конверсия

Онлайн-конверсия у оффлайн-ритейлеров в среднем выше, чем у чисто онлайн-конкурентов

Медиана = 121% (относительно средней конверсии по интернет-магазинам соответствующей категории)

Факторы:

«+» узнаваемость бренда, лояльность, более высокое качество трафика

«-» значительная часть посетителей сайтов ритейлеров приходит за информацией, а не за онлайн-покупками

Конверсия

Конверсия существенно (>X2) выше среднего по товарной категории

Конверсия существенно ниже (<X/2) среднего по товарной категории

Ulmart.ru

Auchan.ru

Sportmaster.ru

Dns-shop.ru

Technopoint.ru

7cont.ru

Petrovichstd.ru

Leroymerlin.ru

Oodji.com

lledebeaute.ru

Доставка и самовывоз

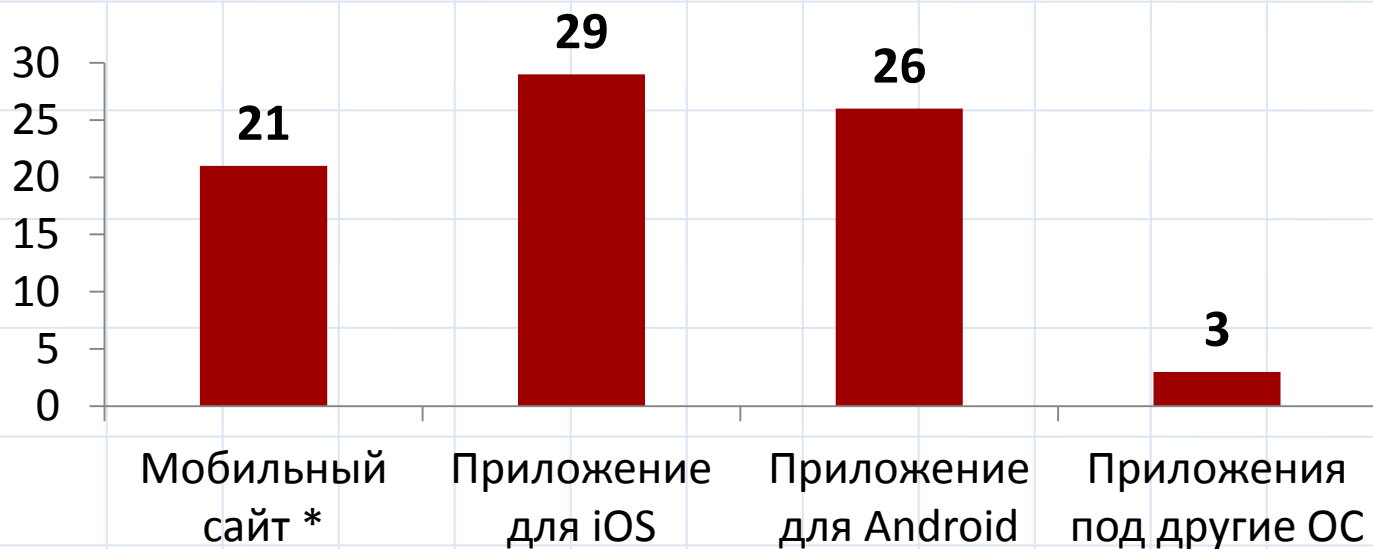
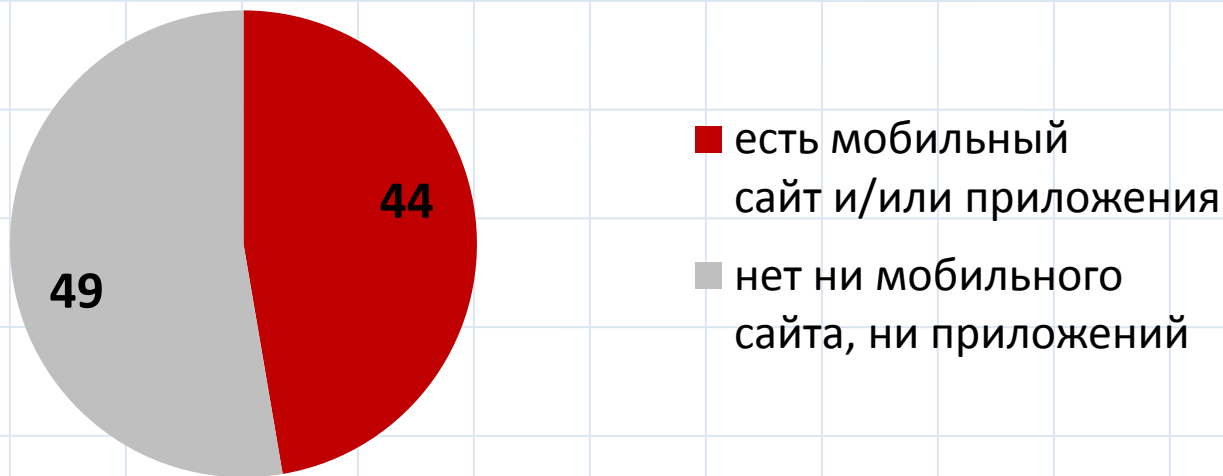


Особый случай:

- ✓ **ОБИ** - доставка онлайн-заказов только по СПб и ЛО (с сентября 2015 г.), в Москве и других регионах - только самовывоз

Мобилизация

Освоение мобильных форматов

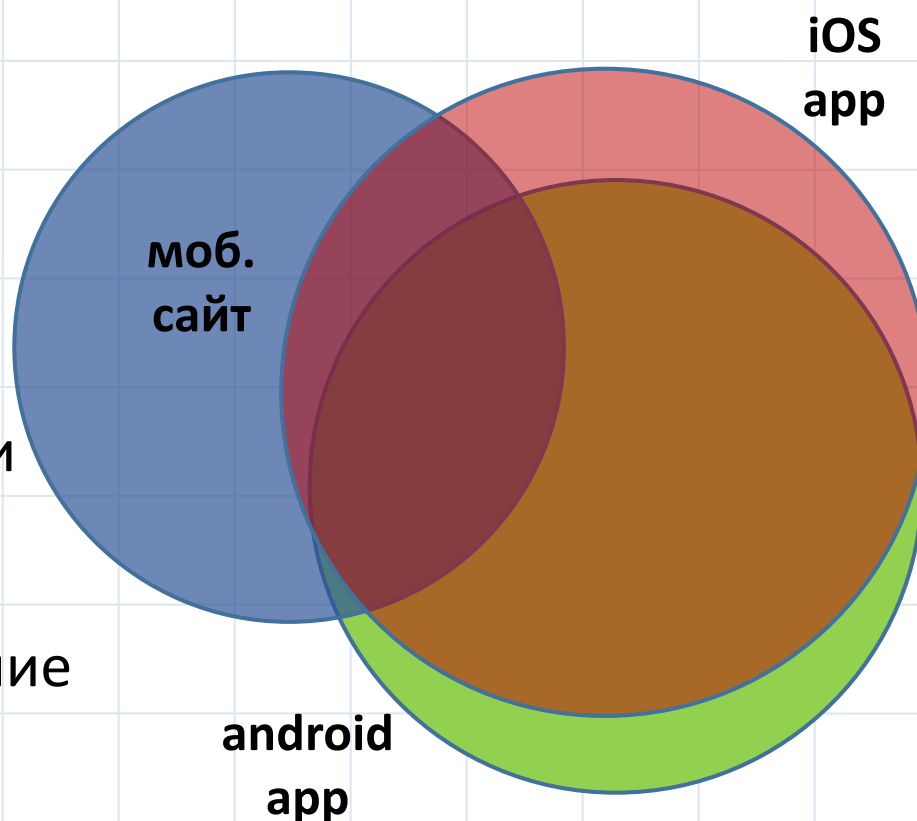


* Подразумевается отдельная мобильная версия сайта, масштабируемость стандартного сайта под мобильные устройства не принималась во внимание

Или сайт, или приложения

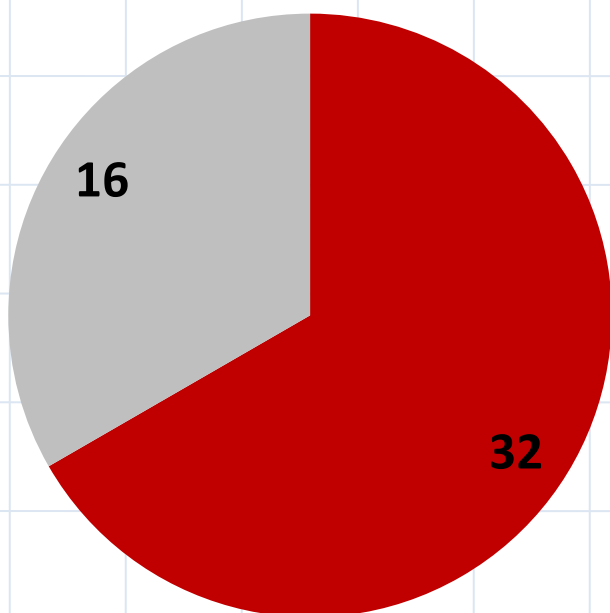
Среди торговых сетей, у которых есть хотя бы 1 мобильное приложение, у 72% есть версии и под iOS, и под Android – но только у 28% есть мобильный сайт

И наоборот: среди тех, у кого есть мобильный сайт, только 43% выпустили хотя бы одно мобильное приложение

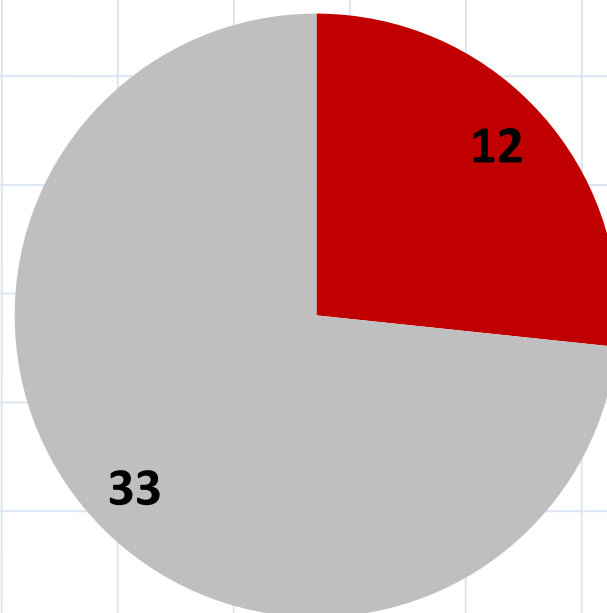


«Мобилизация» и ecommerce

Есть интернет-магазин



Нет интернет-магазина



- Есть мобильный функционал
- Нет мобильного функционала

Мобильность без онлайн, кейсы

Магнит и Лента (полностью аналогичные кейсы):

- нет интернет-магазина
- есть приложения под iOS и Android (100К-500К установок)
- функционал приложения на примере Android:
 - Акции
 - Карта магазинов
 - Список покупок
 - Пожелания
 - Вакансии (у Ленты)

ИКЕА и H&M:

- Клиентам доступны приложения головных международных компаний
 - Каталог
 - Карта магазинов
 - Возможность заказа (H&M) или получения информации о товаре по штрих-коду (ИКЕА)

Анонс

Выход отчета

Топ 100 российского ритейла в интернете

запланирован на декабрь 2015 г.

Предзаказ полной версии отчета:

www.datainsight.ru/top100offline

или a@datainsight.ru



Что такое Data Insight?

Первое в России агентство, специализирующееся на исследованиях, консалтинге и аналитике в области Интернета и электронной торговли



Где все это можно узнать:

a@datainsight.ru

+7 495 5405906

Борис Овчинников

b@datainsight.ru

Федор Вирин

f@datainsight.ru