

**Как покупатели выбирают
интернет-магазины?**
результаты одного опроса

Борис Овчинников

Data Insight
аналитическое агентство

eRetailForum, 28.09.2011



Откуда данные?

Совместное инициативное исследование

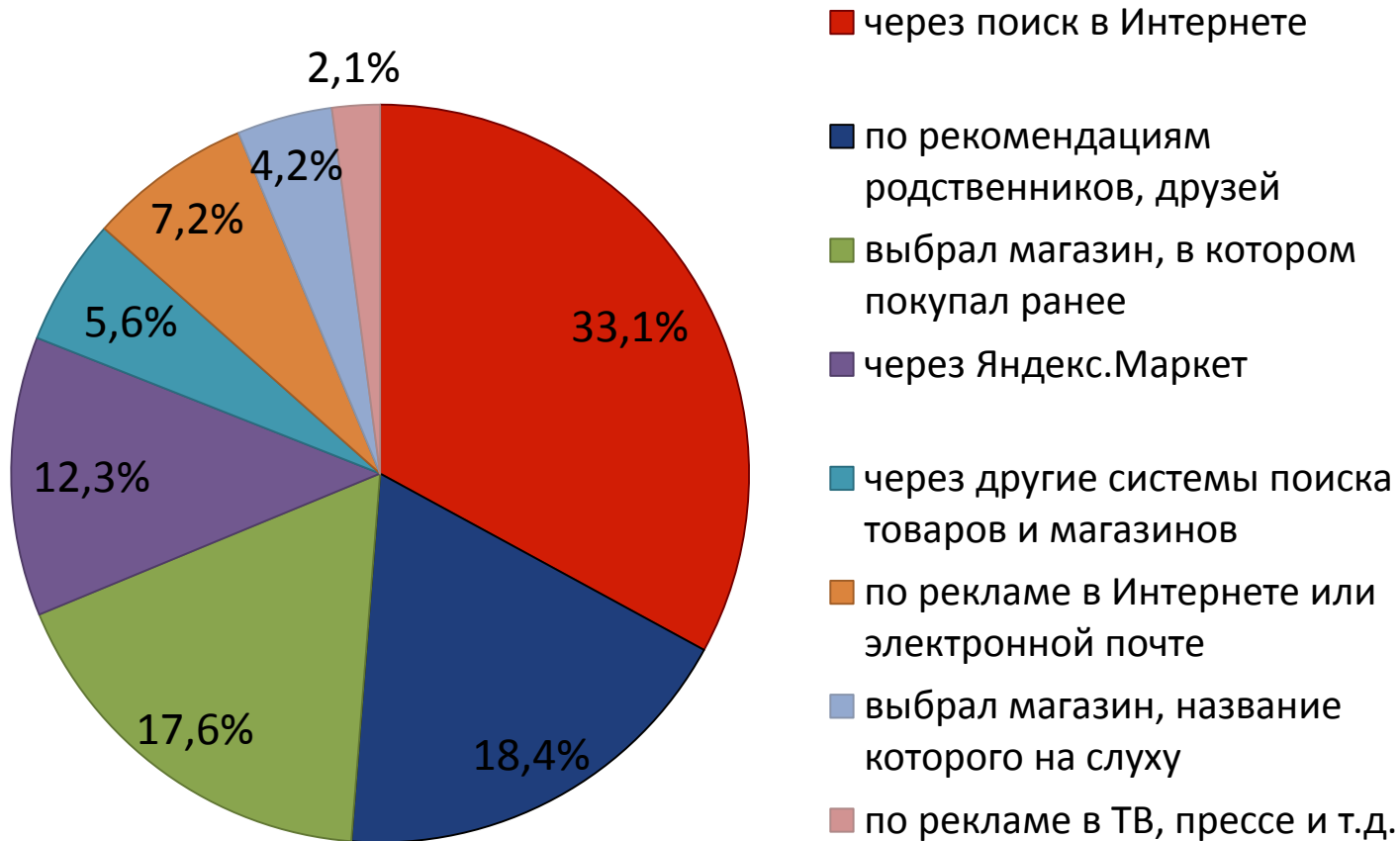
Data Insight и **Bojole Research**

- опрос пользователей мобильных телефонов
- случайная репрезентативная выборка
- 3200 респондентов
- география: Москва и Петербург (+ области)
- срок проведения: апрель 2011 г.
- подробная анкета про опыт покупок в Интернете



Выбор интернет-магазина

Как вы выбирали магазин, в котором совершили последнюю покупку [в Интернете]?



для 51% онлайн-покупок
магазин выбирается через поиск
(включая сервисы вроде Яндекс.Маркета)

для 36% покупок выбор магазина
основан на личном опыте
или на опыте знакомых

Сравнение двух столиц



Популярность различных способов
выбора интернет-магазинов
зависит от товарной категории

Выбор через обычный поиск

Доля покупок, магазин для которых
выбирался через поиск в Интернете



Выбор через Яндекс.Маркет

Доля покупок, магазин для которых
выбирался через Яндекс.Маркет



Выбор через другие сервисы

Доля покупок, магазин для которых
выбирался через сервисы поиска товаров и
сравнения цен (кроме Я.Маркета)



Сервисы поиска товаров в сумме

Доля покупок, магазин для которых
выбирался через Яндекс.Маркет
и аналогичные сервисы



Выбор без лояльности

Доля покупок, магазин для которых
выбирался через обычный или
специальный (типа Я.Маркета) поиск



Выбор по рекомендациям

Доля покупок, магазин для которых
выбирался по рекомендациям друзей



Выбор по прошлому опыту

Доля покупок в магазинах, выбранных по прошлому опыту покупок



Лояльный выбор

Доля покупок, для которых выбирался магазин по личному опыту, рекомендациям или по известности



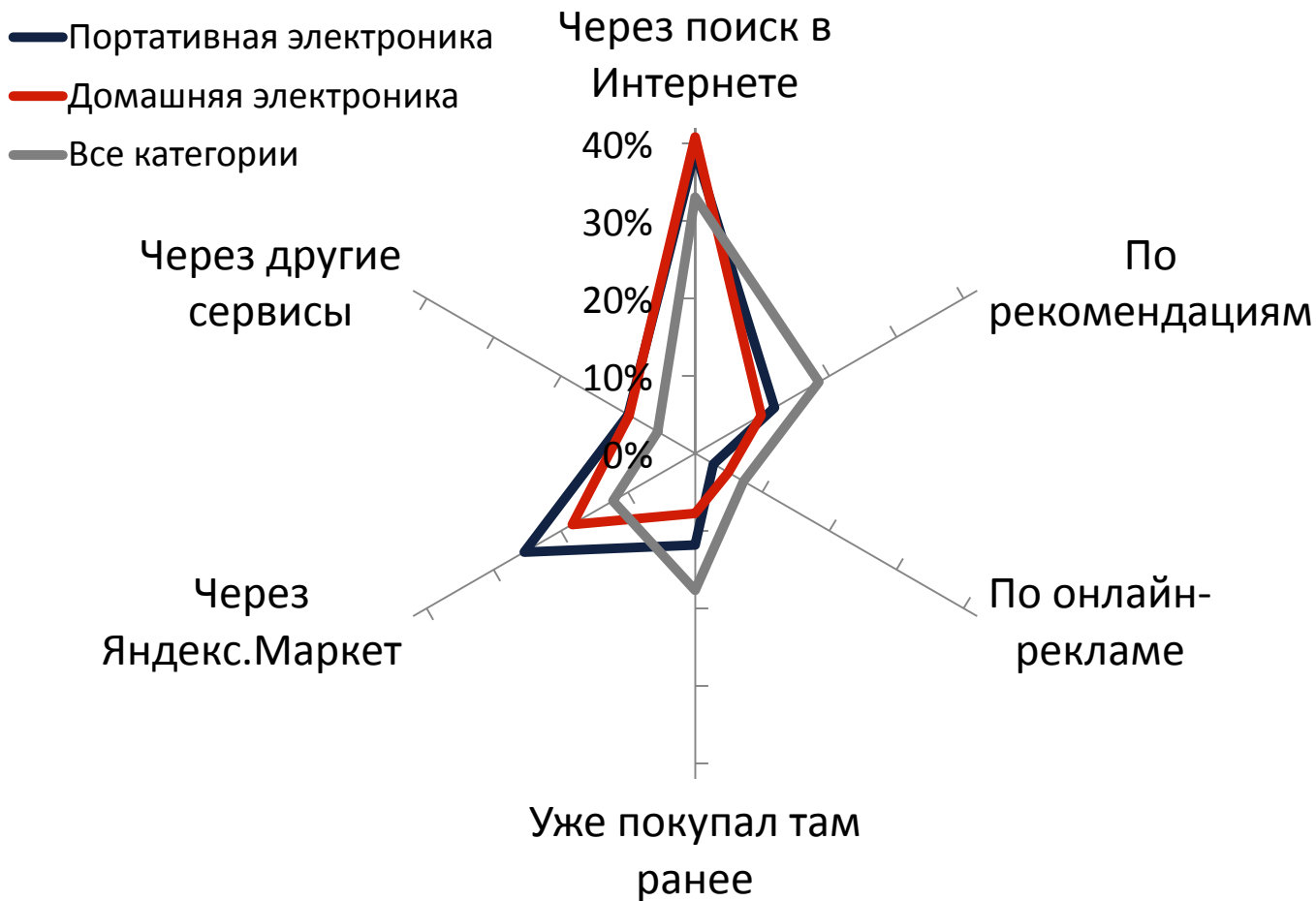
Выбор магазина через рекламу

Доля покупок, магазин для которых выбирался по рекламе



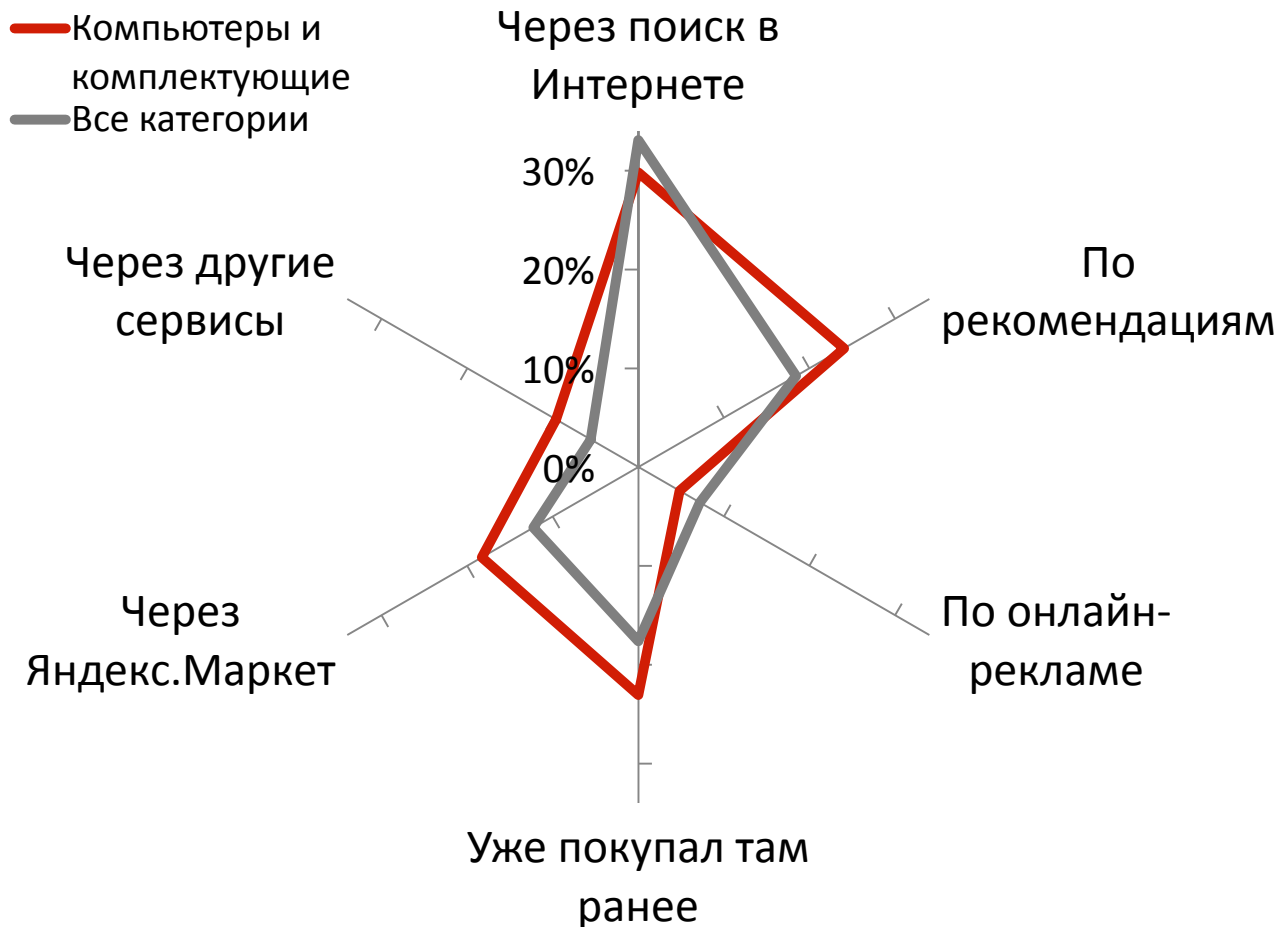
По тому, как покупатели
выбирают интернет-магазины,
все товарные категории можно
распределить на 5 групп

Выбор магазина электроники



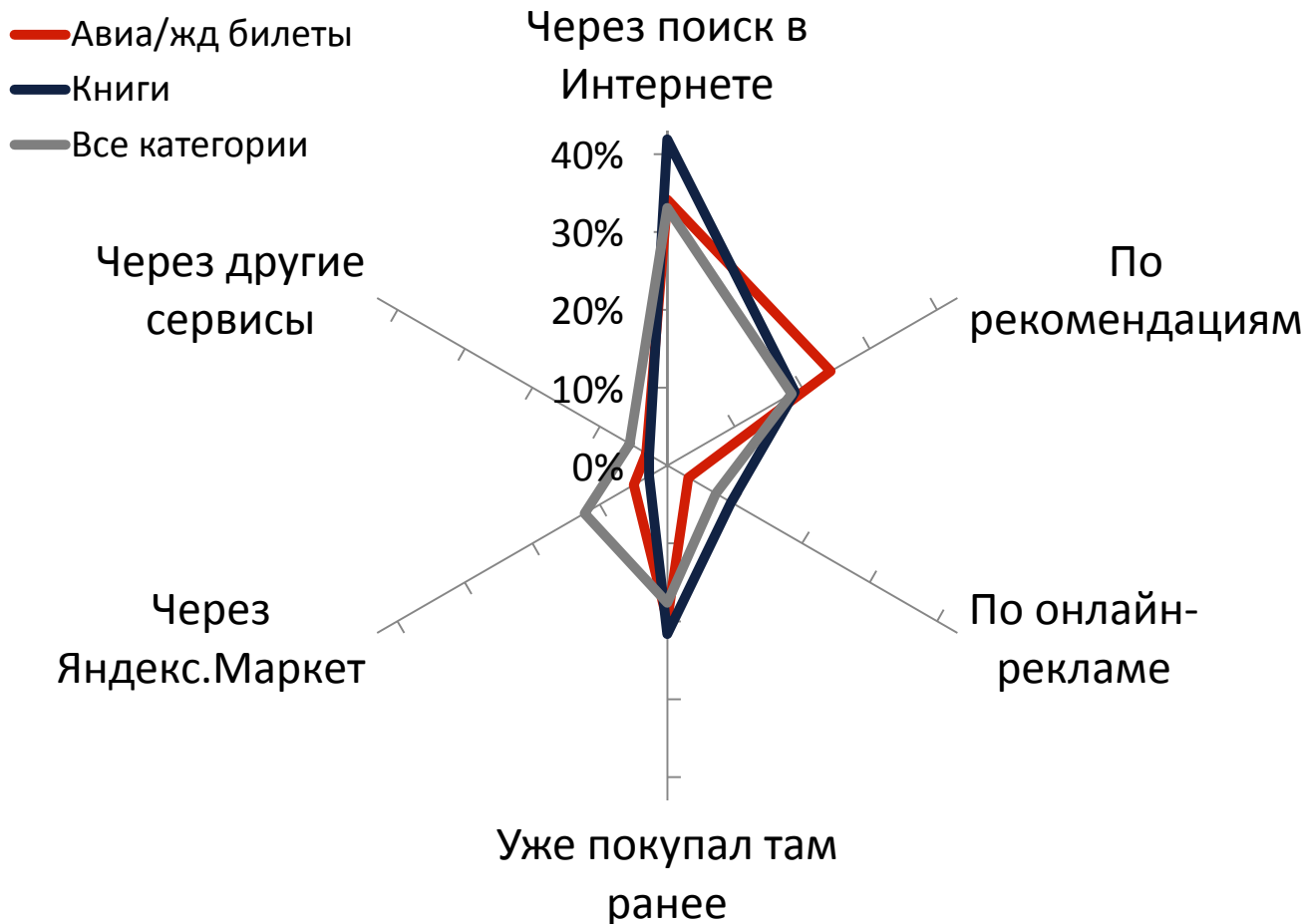
Похожие графики у таких категорий, как товары для детей, товары для дома и ремонта, мебель

Выбор компьютерного магазина



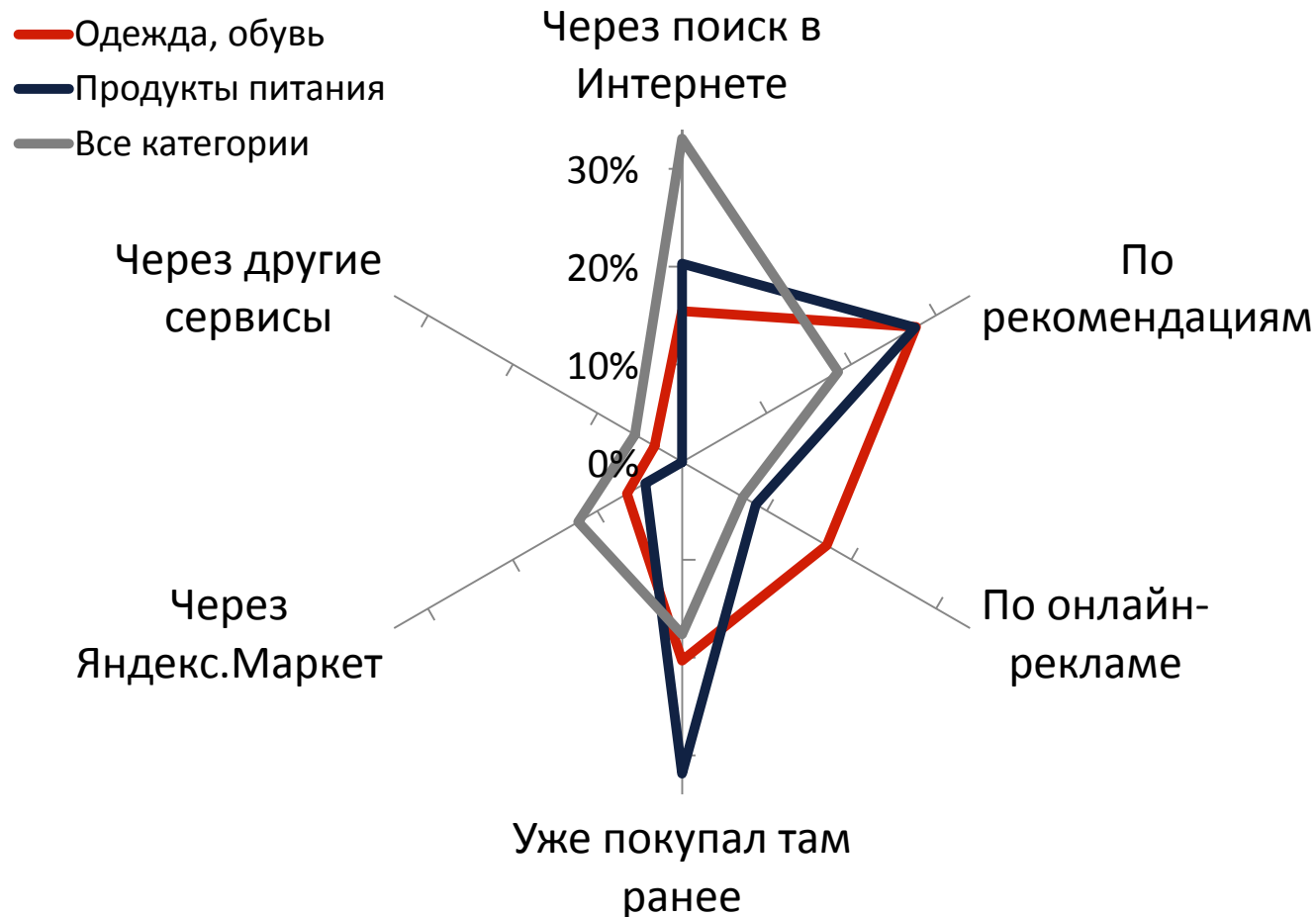
Похожие графики у таких категорий, как автозапчасти, косметика и парфюмерия, товары для рукоделия и коллекционирования

Выбор без Яндекс.Маркета



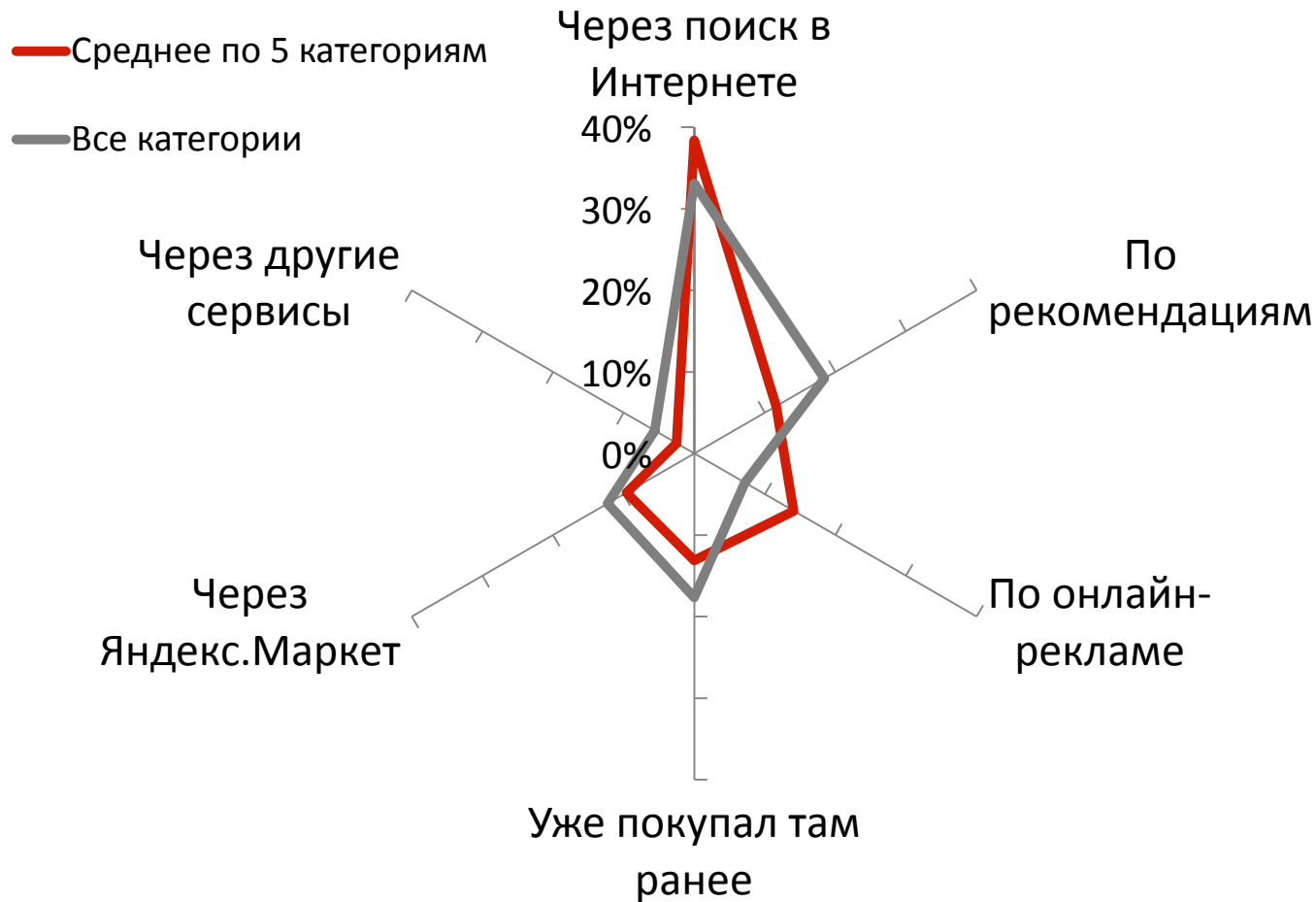
Похожие графики у таких категорий, как бронирование гостиниц и туров, товары для спорта и туризма, цифровой контент

Непохожие на других



Эти две товарных категории – одежда и продукты питания – стоят особняком в т.ч. и с точки зрения факторов выбора магазина

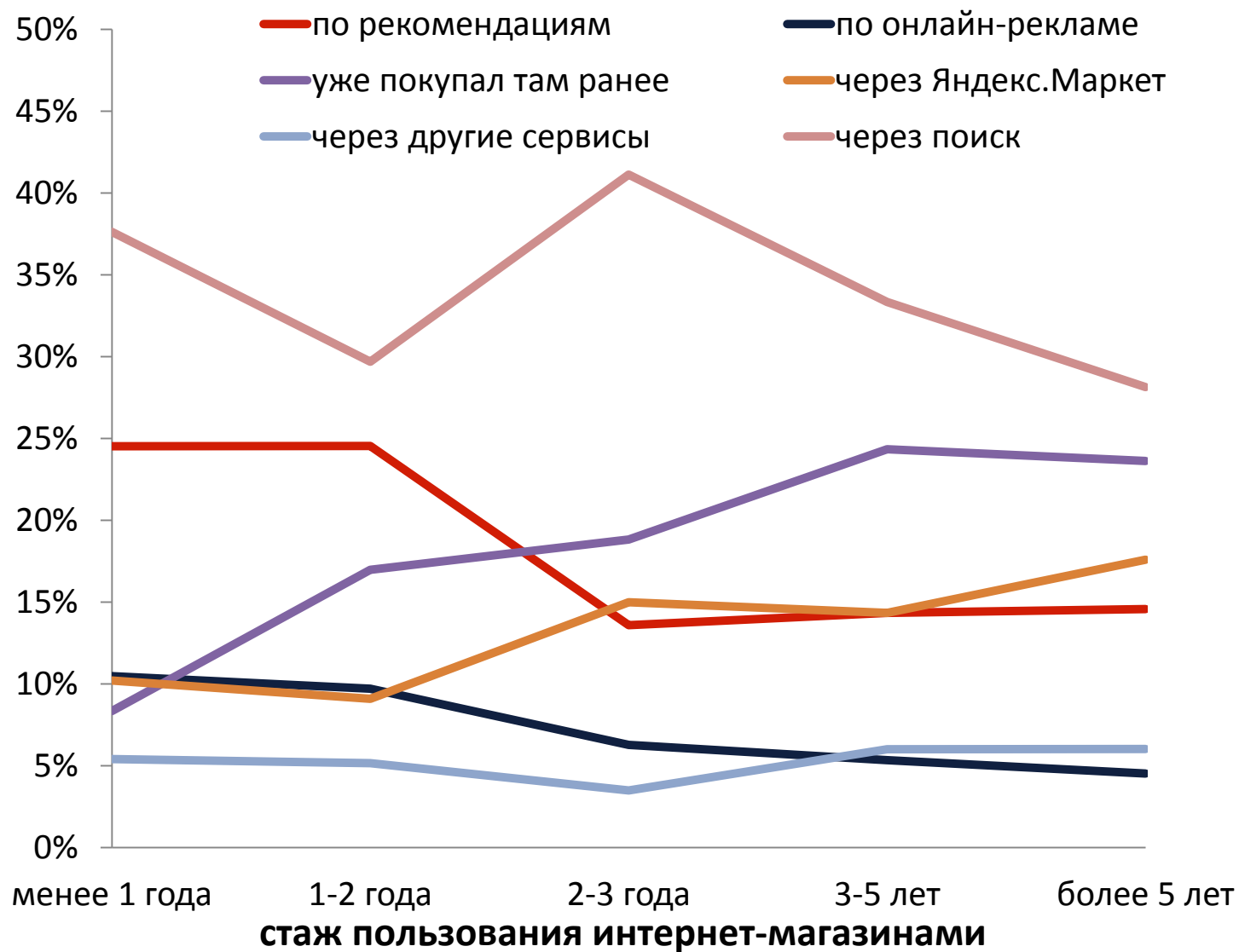
Сегменты без «лица»



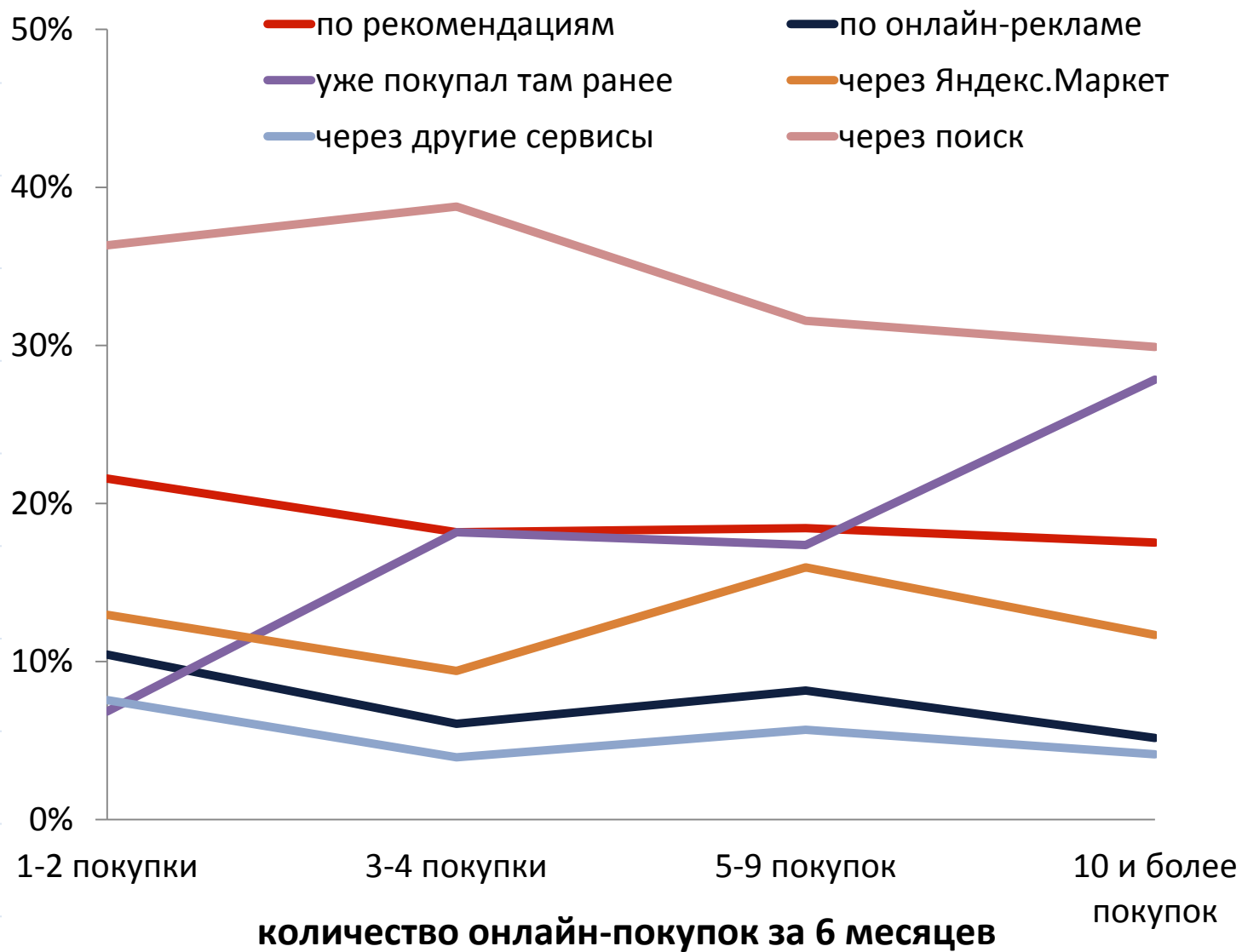
Пять категорий – лекарства, подарки, аудио/видеодиски, билеты на мероприятия, ПО и игры – по критериям выбора магазинов несильно отличаются от средних показателей по всему рынку

Критерии выбора магазина
зависят от стажа онлайн-покупок
и еще от множества факторов

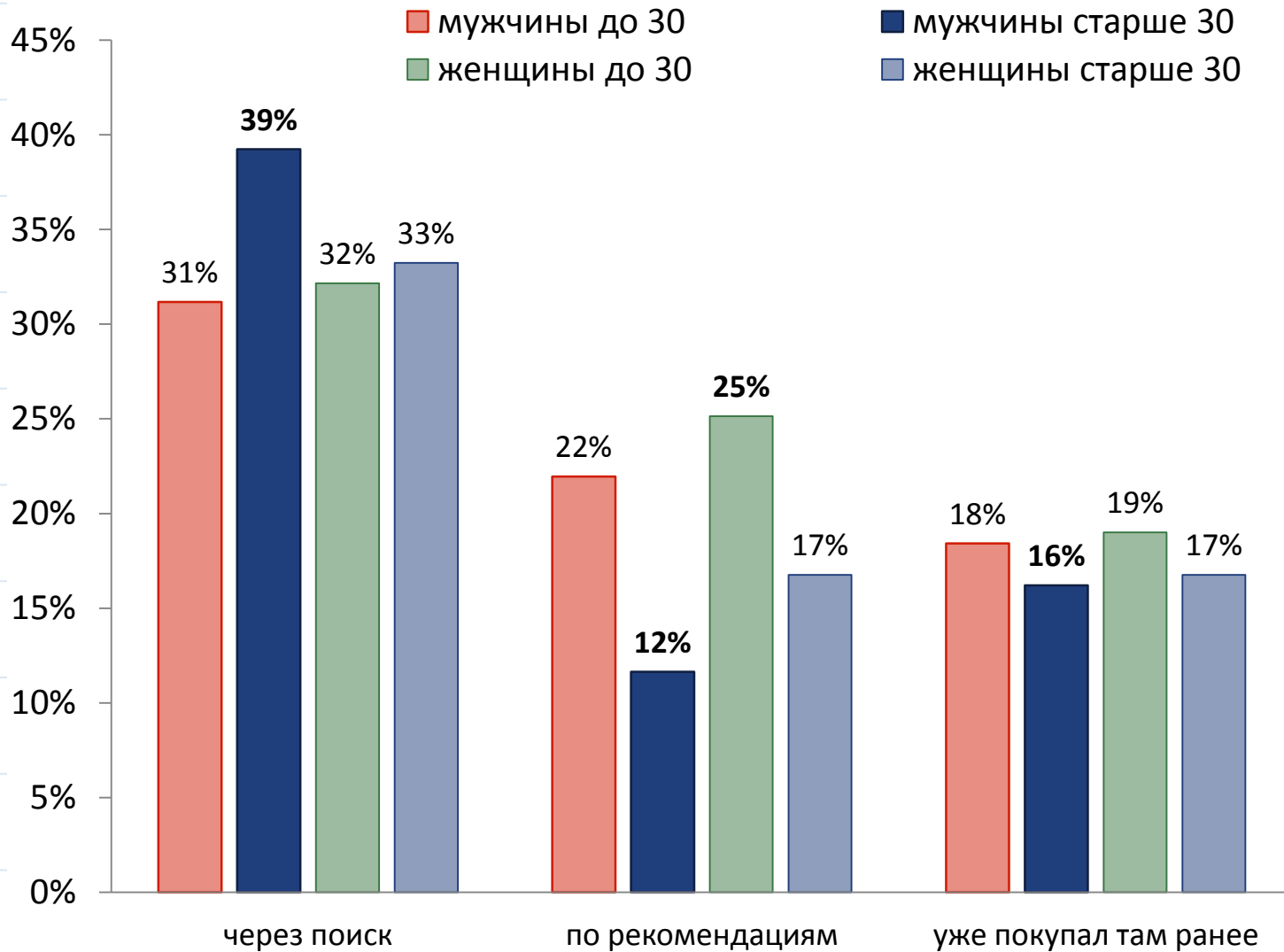
Опытные покупатели и новички



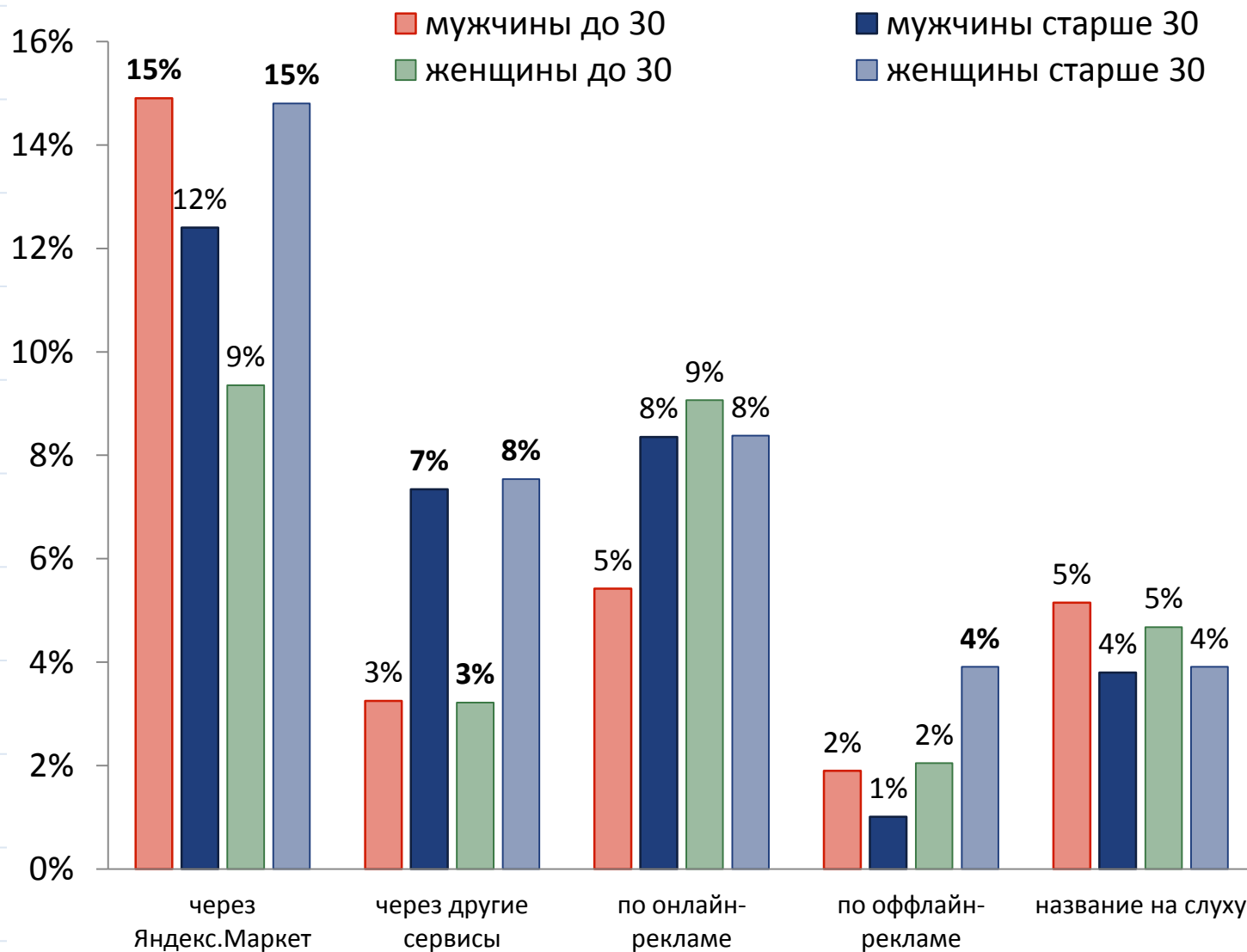
Частота покупок и выбор магазина



Кто как выбирает



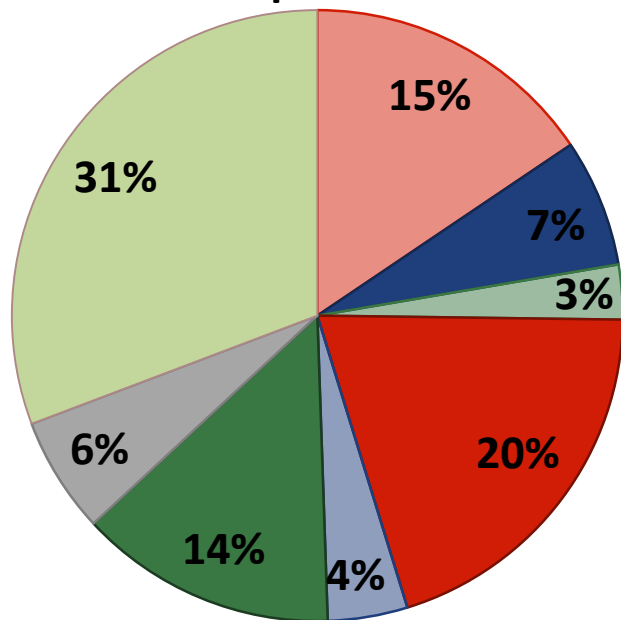
Кто как выбирает (2)



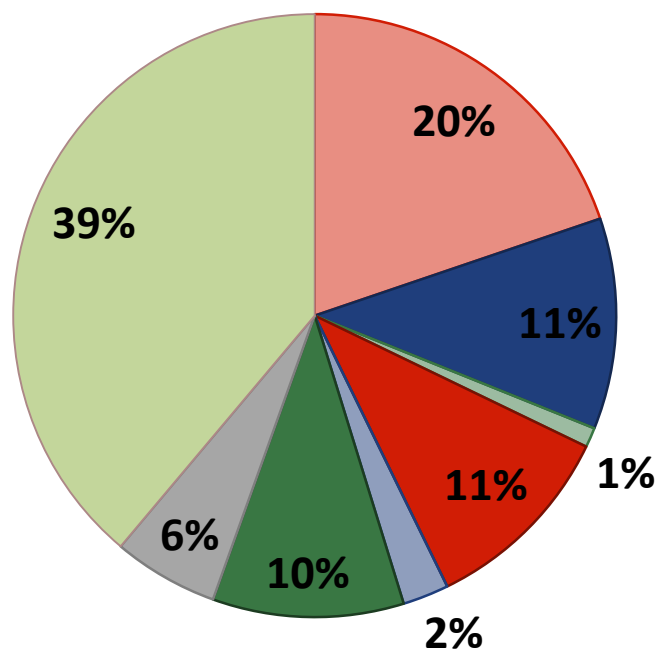
Влияние высшего образования

Образованные полагаются на свой опыт и Я.Маркет, остальные – на поиск, рекомендации и рекламу

есть высшее образование



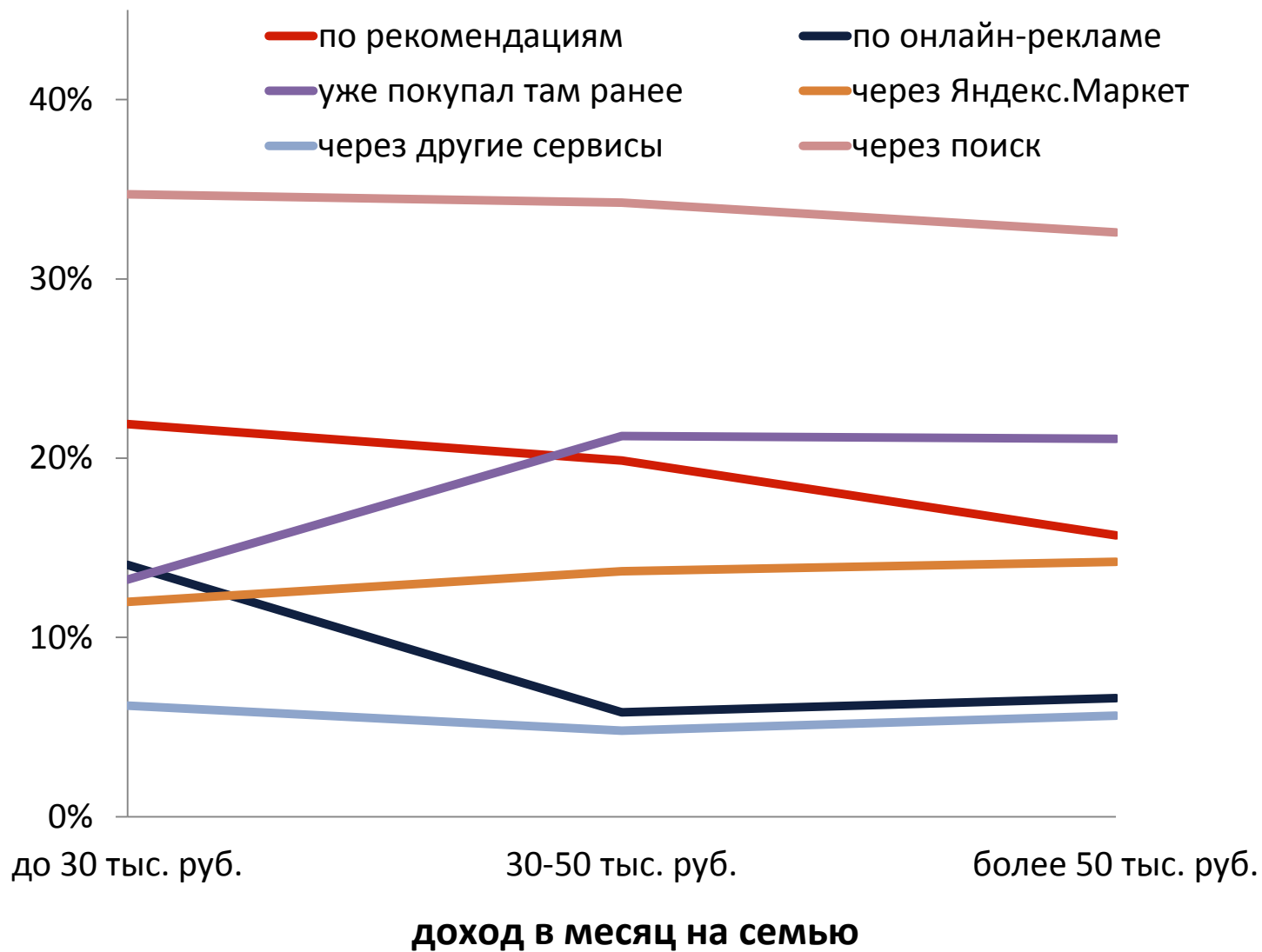
нет высшего образования



- по рекомендациям
- по онлайн-рекламе
- по офлайн-рекламе
- покупал там ранее

- название магазина на слуху
- через Яндекс.Маркет
- через другие сервисы
- через поиск

Богатые и бедные



Как выбирают владельцы планшетов?



Что такое Data Insight?

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

Основное направление: исследования рынков электронной торговли в России и мире

Агентство основано в 2010 году

Федором Вириным и Борисом Овчинниковым



Спасибо за внимание!

Наши контакты:

a@datainsight.ru

+7 495 5405906

Борис Овчинников

b@datainsight.ru

Федор Вирин

f@datainsight.ru

