

# Интернет-торговля 2014: Хуже прогнозов, лучше ожиданий



Федор Вирин

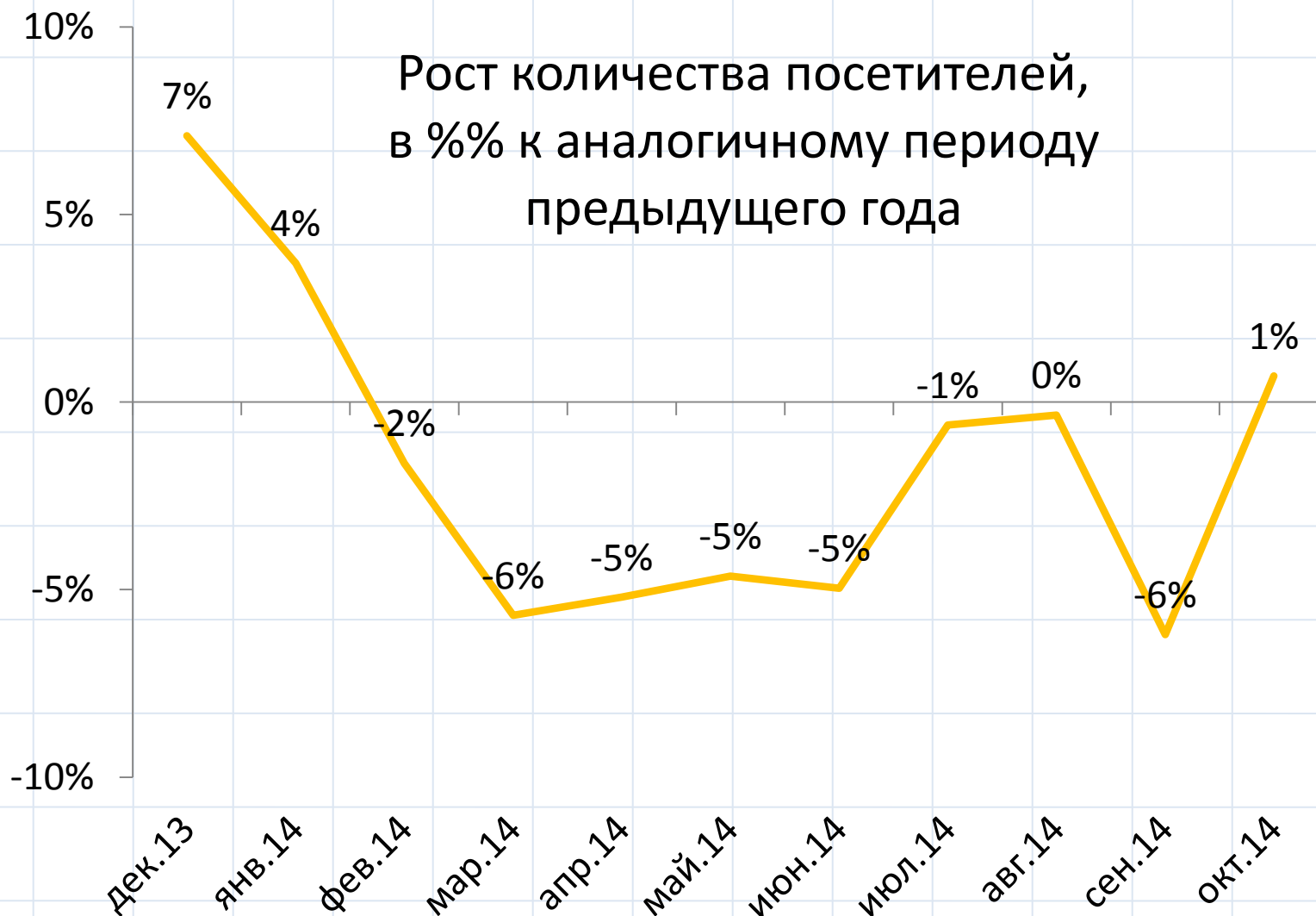
Data Insight

Аналитика и консалтинг

# Что происходит: Посещаемость и заказы

# 8 месяцев без роста посещаемости

Рост количества посетителей,  
в %% к аналогичному периоду  
предыдущего года

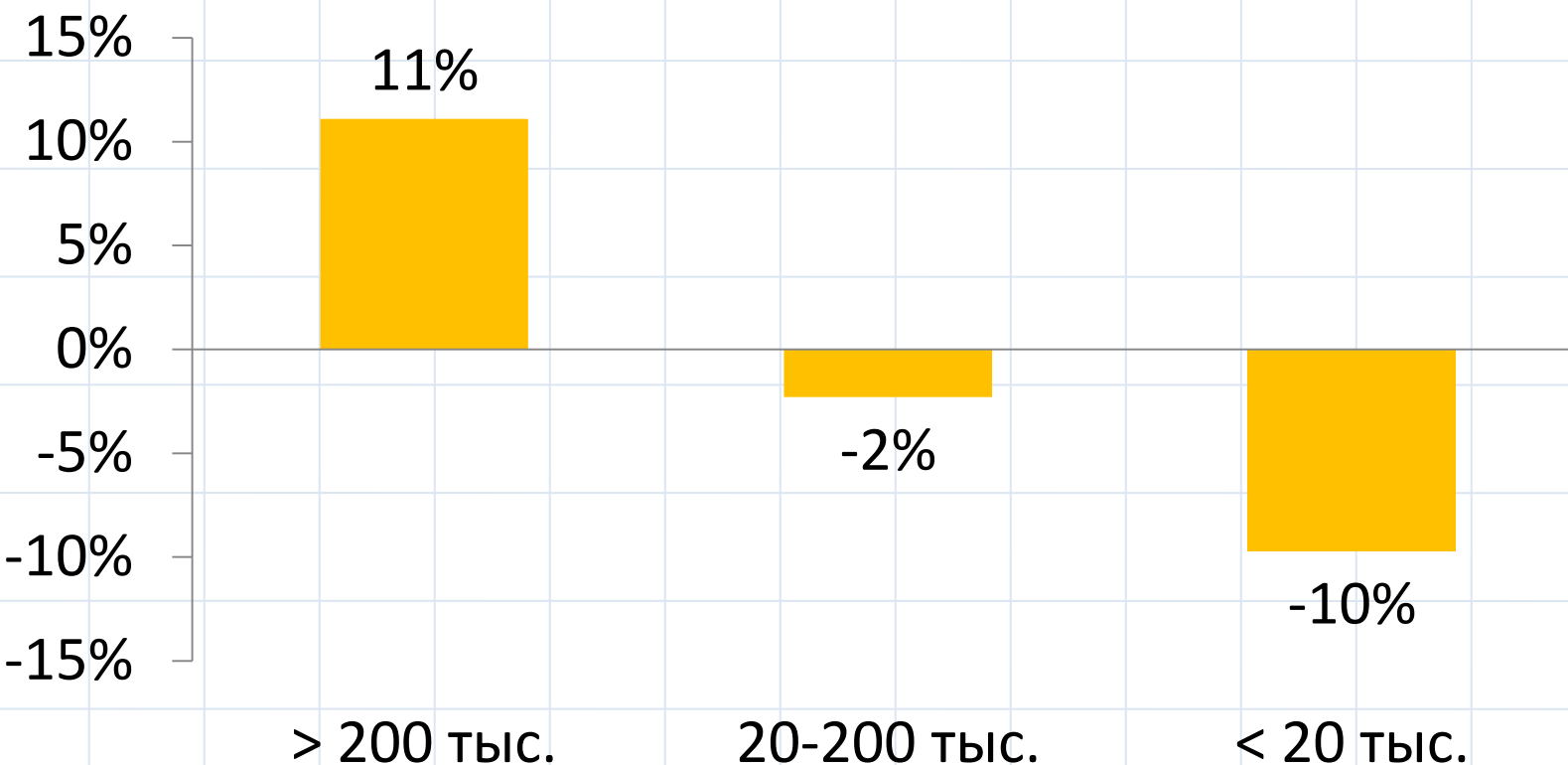


\* Среднее по 7 тысячам крупных и средних интернет-магазинов.

Уточненные данные

# Размер имеет значение

Рост посещаемости (10.2014 / 10.2013)  
в зависимости от размера ИМ



Интернет-магазины с посещаемостью в месяц  
(среднее за последние 12 месяцев)

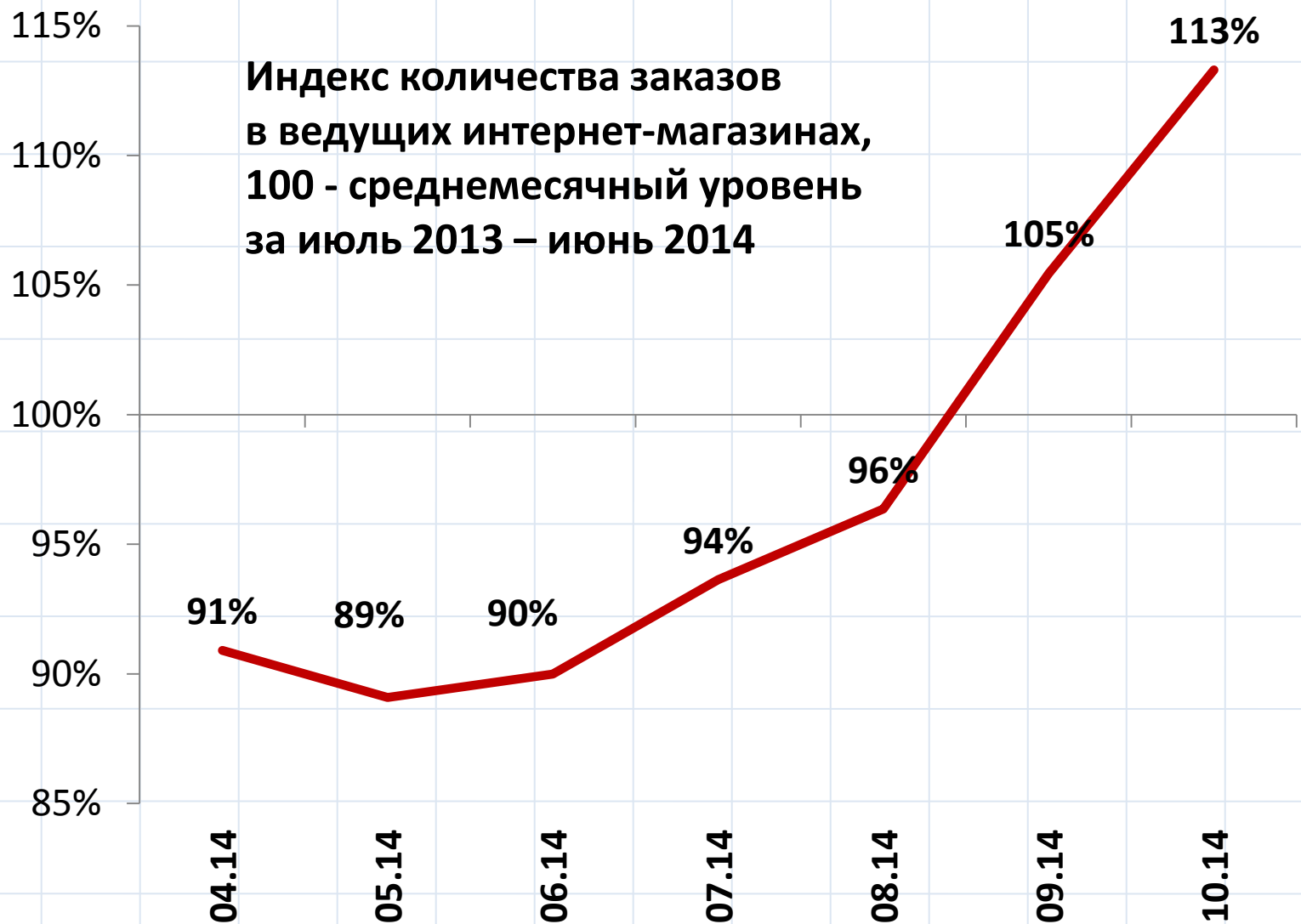
# Изменение посещаемости

Категория	октябрь к октябрю (медиана)*
лекарства и оптика	+30%
книги	+16%
<b>бытовая техника</b>	+14%
<b>универсальные магазины</b>	+13%
дом и дача	+10%
детские товары	+9%
часы и украшения	+9%
спортивные товары	+7%
<b>компьютерная и портативная техника</b>	+6%
автомобильные товары	+5%
товары для офиса	+4%
<b>одежда и обувь</b>	-3%
косметика и парфюмерия	-6%



\* данные по топ-200 интернет-магазинов России

# Количество заказов в динамике



# Лидеры осени

Категория	Заказы, октябрь к августу*
детские товары	+31%
красота и здоровье	+22%
<b>бытовая техника</b>	+11%
<b>компьютерная и портативная техника</b>	+10%
<b>универсальные магазины</b>	+9%
<b>одежда и обувь</b>	+6%
книги	+5%
дом и дача	+3%
другое	+4%



\* Данные по топ-200 интернет-магазинов России

# Рост конверсии

Интернет-магазины более разборчивы в привлечении аудитории + покупатели чаще приходят за конкретными покупками, а не «поглазеть»

За счет этого рост конверсии на 11% в среднем по крупным интернет магазинам (08.2014 / 08.2013)

У некоторых крупных игроков (Lamoda.ru, Wildberries.ru, некоторые из лидеров рынка БТиЭ) рост конверсии за год в 1,5-2 раза и более



# Количество заказов

Рост заказов за счет улучшения конверсии, а не за счет роста посещаемости (как раньше)

Количество заказов растет медленнее количества онлайн-покупателей (снижается частота заказов)

Рост количества заказов август к августу:

+ 15% по топ-200 магазинов и +10% в целом по рынку

Осень: традиционный сезонный «разгон»

# Инфляционный рост

- Средний курс доллара:

январь – октябрь 2013	31.7
-----------------------	------

январь – октябрь 2014	35.9 (+13.5%)
-----------------------	---------------

- Октябрь к октябрю – рост доллара уже на 27%
- Импортные товары стали заметно дороже =>
- => средний чек растет даже при переориентации части покупателей на более дешевые товары

# Динамика онлайн и оффлайна

Темпы роста в рублевом выражении стабильны:

23-27% в год для e-commerce

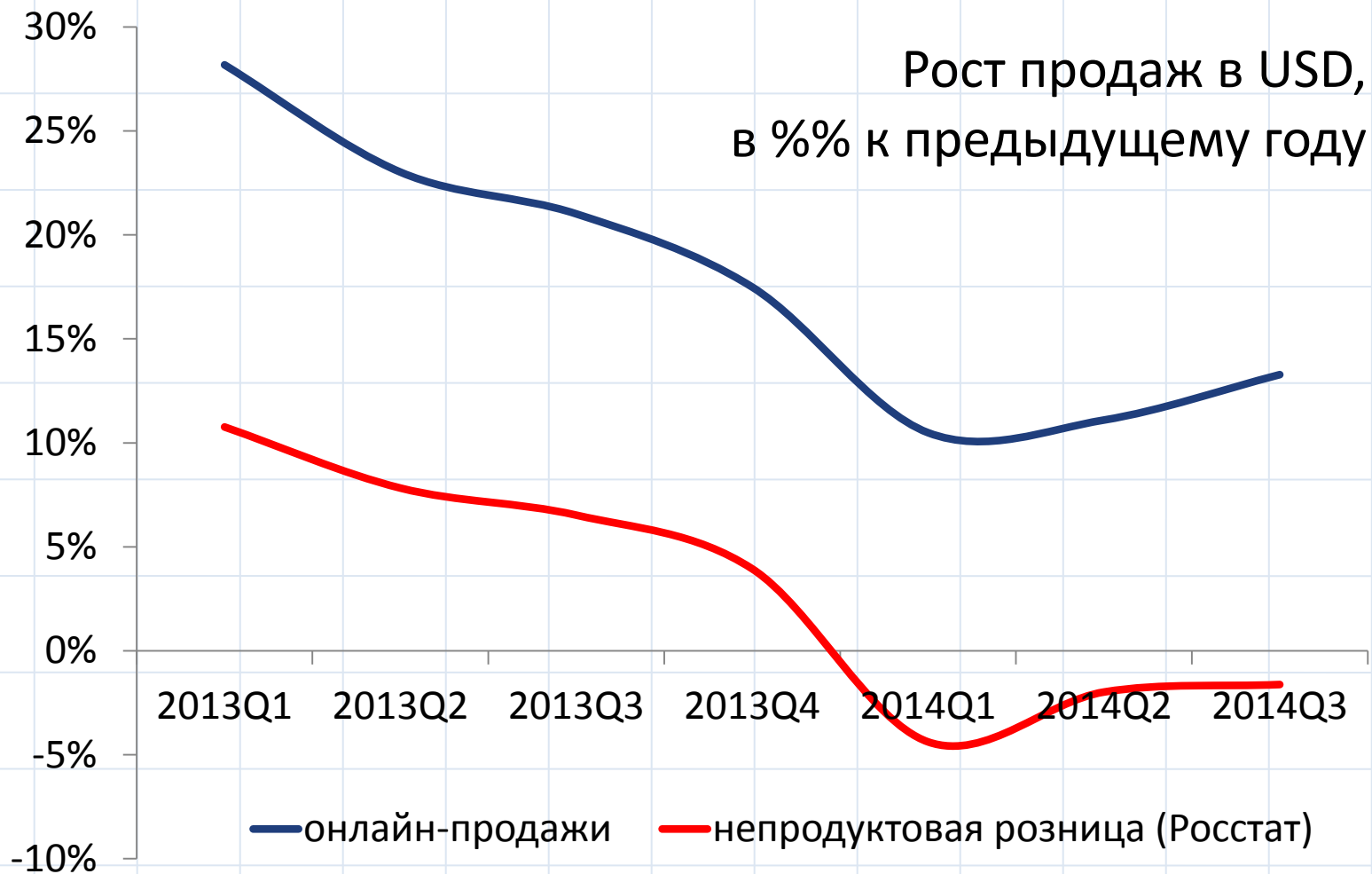
8-10% в год в целом для непродуктовой розницы

Если считать в долларах, то:

рост онлайн-продаж замедлился в ~2 раза

оффлайновая розница с начала 2014 г. в «минусе»

# Кризис - не в e-commerce



# Объем «айсберга»

«Верхушка айсберга»:

доля онлайн в непродуктовой рознице

2013 (9 месяцев) 2,7%

2014 (9 месяцев) 3,0%

«Под водой»: рост доли покупок, где товар и/или место приобретения выбирались в интернете

Объем «чисто оффлайновых» покупок сокращается  
двузначными темпами

# Итоги 2014 года: предварительная оценка

# Рост онлайн-продаж

Слагаемые роста:

- Увеличение количества онлайн-заказов на 10%
- Рост доли выполненных заказов на 1-2 процентных пункта
- Рост среднего чека на 8-10%

Итого ожидания роста рынка материальных товаров

**+26%** в рублях или

+0% в долларах

# Прогноз

Объем онлайн-продаж материальных товаров  
в 2014 г. приблизится к 450 млрд. рублей

- билеты и цифровые товары
- материальные товары





# Где возможен рост?

Банальный ответ – в любой категории.

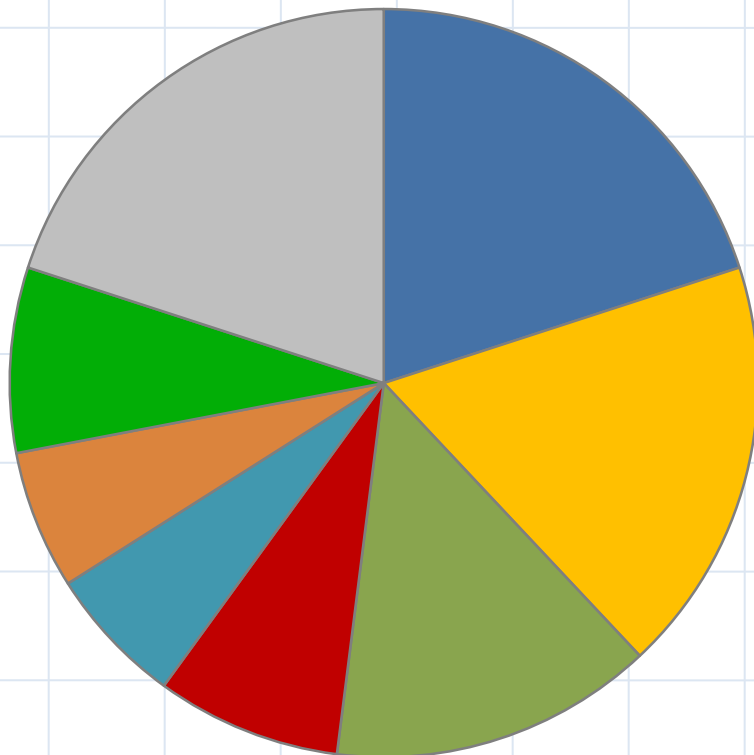
Больше всего шансов – в электронике, одежде/обуви и детских товарах

Как считали: из топ-1000 наиболее посещаемых интернет-магазинов выбрали 50 самых быстрорастущих (рост за год в 2 раза и более) и проклассифицировали их по товарным категориям

Важно! Успех одних интернет-магазинов не исключает провала других – в той же товарной категории

# Где возможен рост

## Распределение быстрорастущих крупных и средних ИМ по товарным категориям



- БТиЭ
- одежда и обувь
- детские товары
- товары для дома
- спортивные товары
- автомобильные товары
- универсальные магазины
- другое

Новое исследование

Электронная торговля в России.

Год 2014

# Совместный проект трех компаний

**Data Insight.** Исследовательская компания, специализирующаяся на рынке e-commerce



**InSales.** CMS для интернет магазина – по модели SaaS (ПО как услуга). Плюс комплекс услуг по созданию и продвижению интернет-магазинов



**PayU.** Международная процессинговая компания. Подключение наиболее популярных методов оплаты для сайтов интернет-магазинов



# Информация об исследовании

Основано на репрезентативных опросах  
(оффлайн + онлайн), октябрь – ноябрь 2014 г.  
Совокупная выборка - 5500 респондентов

Темы исследования: рынок e-commerce - кто покупает,  
что покупают, как часто покупают, как выбирают

Публикация отчета – декабрь 2014 г.

Сегодня мы можем показать первые данные

DATA  
insight

InSales

РАУУ

# 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](mailto:a@datainsight.ru)

+7 495 5405906

Борис Овчинников

[b@datainsight.ru](mailto:b@datainsight.ru)

Федор Вирин

[f@datainsight.ru](mailto:f@datainsight.ru)