

# Кризис-2014: Куда бежать и что делать

Федор Вирин

Data Insight  
Аналитика и консалтинг



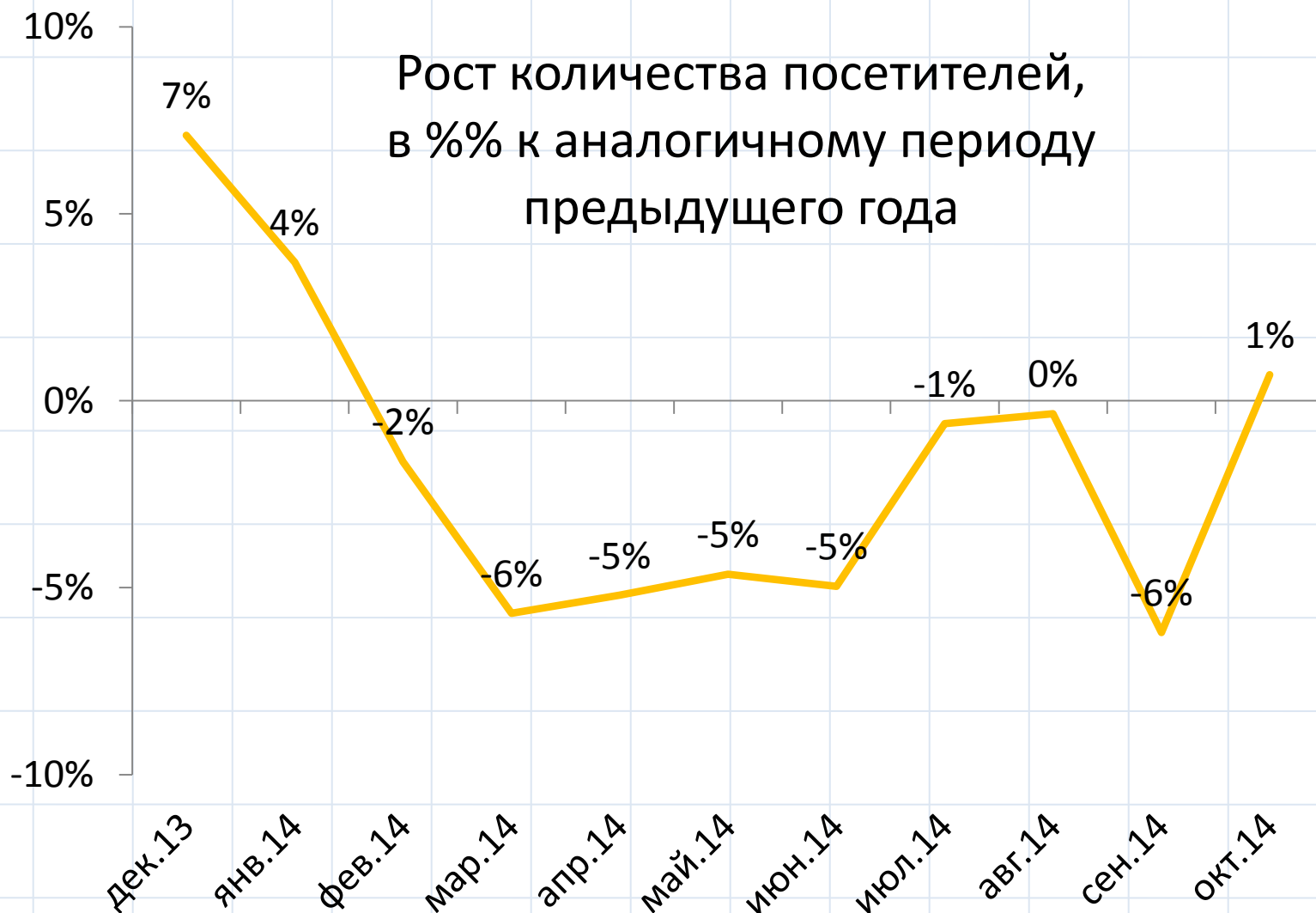
*Оборот-2014*

*6 ноября*

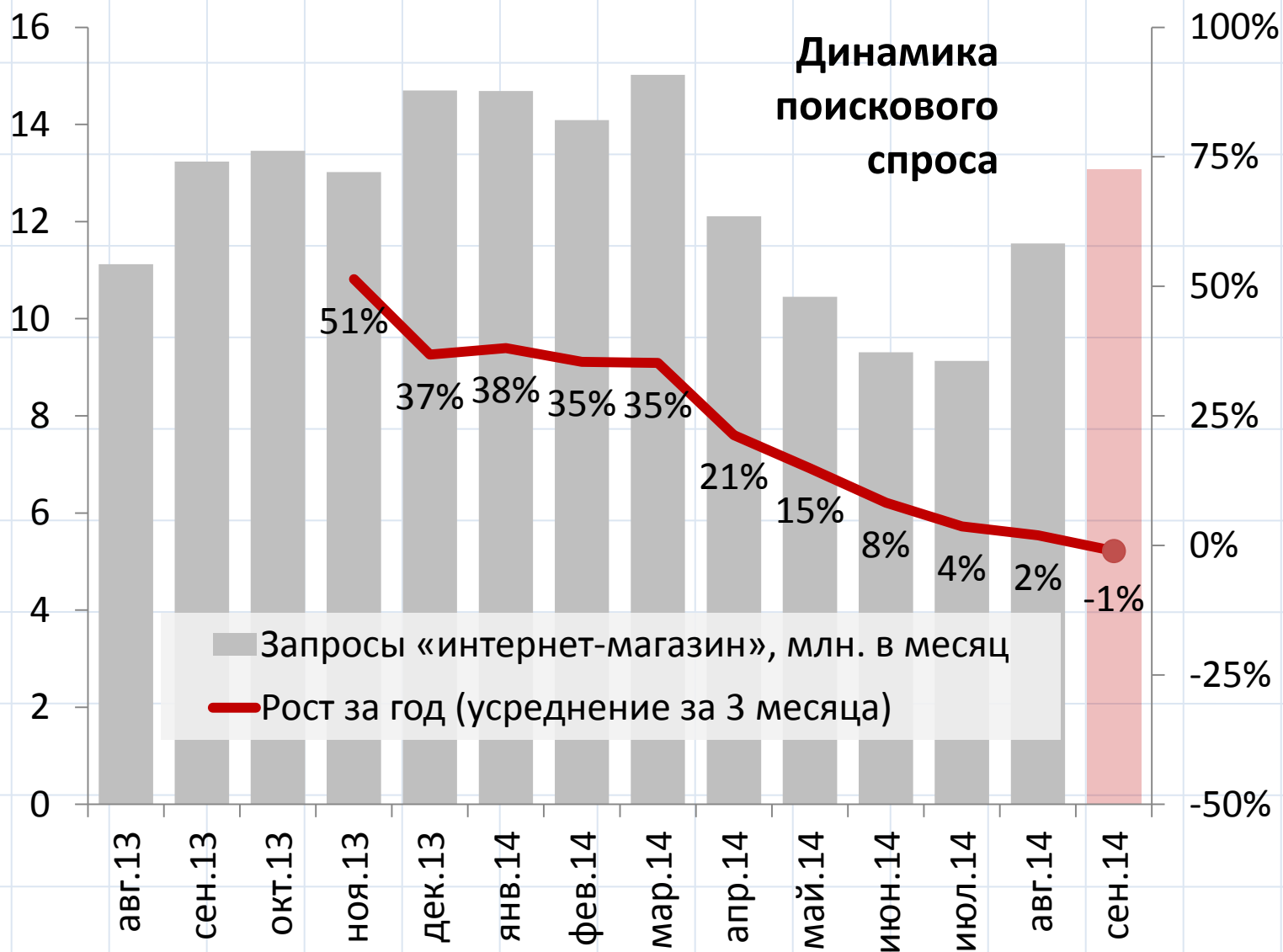
# Симптомы и анамнез

# Октябрь – лучший месяц за год

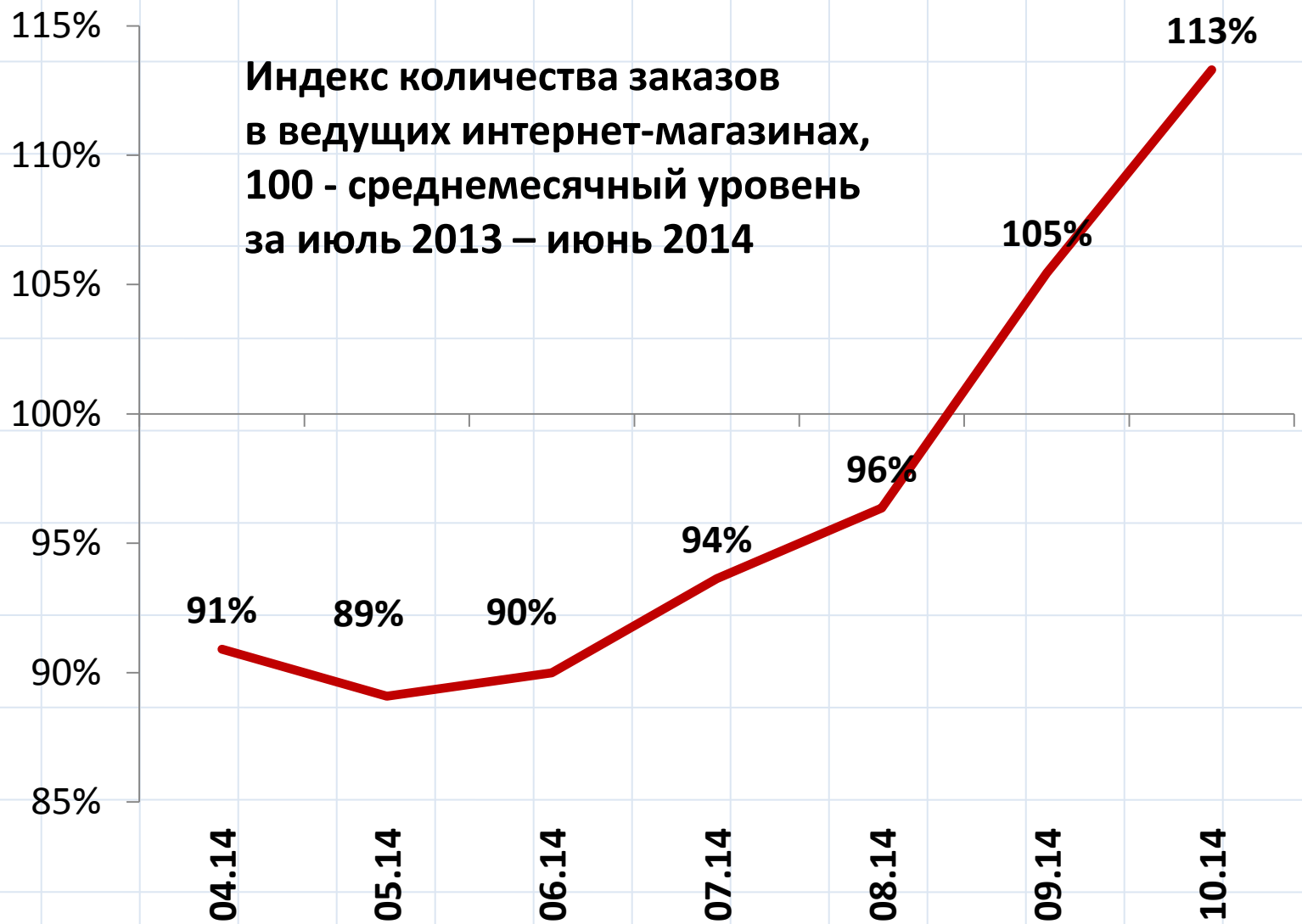
Рост количества посетителей,  
в %% к аналогичному периоду  
предыдущего года



# Динамика спроса: пример



# Количество заказов в динамике



# 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



# Болезни магазинов

# Проблемы усугубляющиеся в кризис

- **Дорогой маркетинг:**

стоимость привлечения нового пользователя непрерывно растет и снижаться она не будет.

Поисковый трафик затягивает: на рынке остается все меньше альтернатив. Конверсия непоискового трафика в момент кризиса снижается.

**Выход** - изменение схема маркетинга:

- внутренняя конверсия, повторные продажи
- партнерский трафик, торговые площадки
- оффлайновый трафик, мобильный трафик

# Проблемы усугубляющиеся в кризис

- **Высокие издержки на обработку заказов:**  
отсутствие автоматизации в большинстве магазинов на всех этапах. Разрозненный инструментарий не дает возможности связывать этапы между собой. В итоге стоимость обработки заказа в среднем по рынку превышает 300 рублей! Эта стоимость обусловлена ручным трудом.  
**Выход** – автоматизация бизнес-процессов:
  - склад, прием заказов, CRM, доставка, поставщики
  - единая система, связывающая все процессы

# Проблемы усугубляющиеся в кризис

- **Низкая конверсия в клиентов на сайте:**

в момент снижения доходов, потребители дольше принимают решение о покупке. И часто не принимают его. В итоге конверсия, которая и так очень низкая, еще более снижается. Одновременно с этим падает средний чек, так как аудитория смещается в нижний сегмент.

**Выход** – наращивание чека и частоты:

- увеличение ассортимента, захват областей
- использование инструментов кросс-продаж

# Проблемы усугубляющиеся в кризис

- **Низкий уровень лояльности повторных заказов:**

Пользователи не помнят магазинов и каждый раз выбирают их заново. Приоритеты пользователей поменялись - стоимость на первом месте. Плюс в кризис важнее всего доверие. Из этого складывается конверсия.

**Выход** – увеличение узнаваемость магазина

- брендинг, развитие базы в оффлайне (?)

- программы лояльности, запоминание

- уникальность сайта, сервиса, высокое качество

# Как кризис сказывается на рынке

- **Большие магазины укрупняются**  
задача – универсальный ассортимент
- **Маленькие магазины умирают**  
или переходят в бутиковый формат. В зоне риска все магазины до 100 продаж в день
- **Большие и средние магазины сливаются**  
через механизмы M&A – они уже это могут
- **Серия банкротств/закрывтий, поглощений**  
среди средних магазинов. Отсутствие инвестиций
- **Выход оффлайн-продавцов на рынок**

# 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



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)