



Как, где и почему покупают одежду, лекарства, БАДы, еду, и всё-всё-всё

данные исследований поведения потребителей

Фёдор Вирин
партнер Data Insight



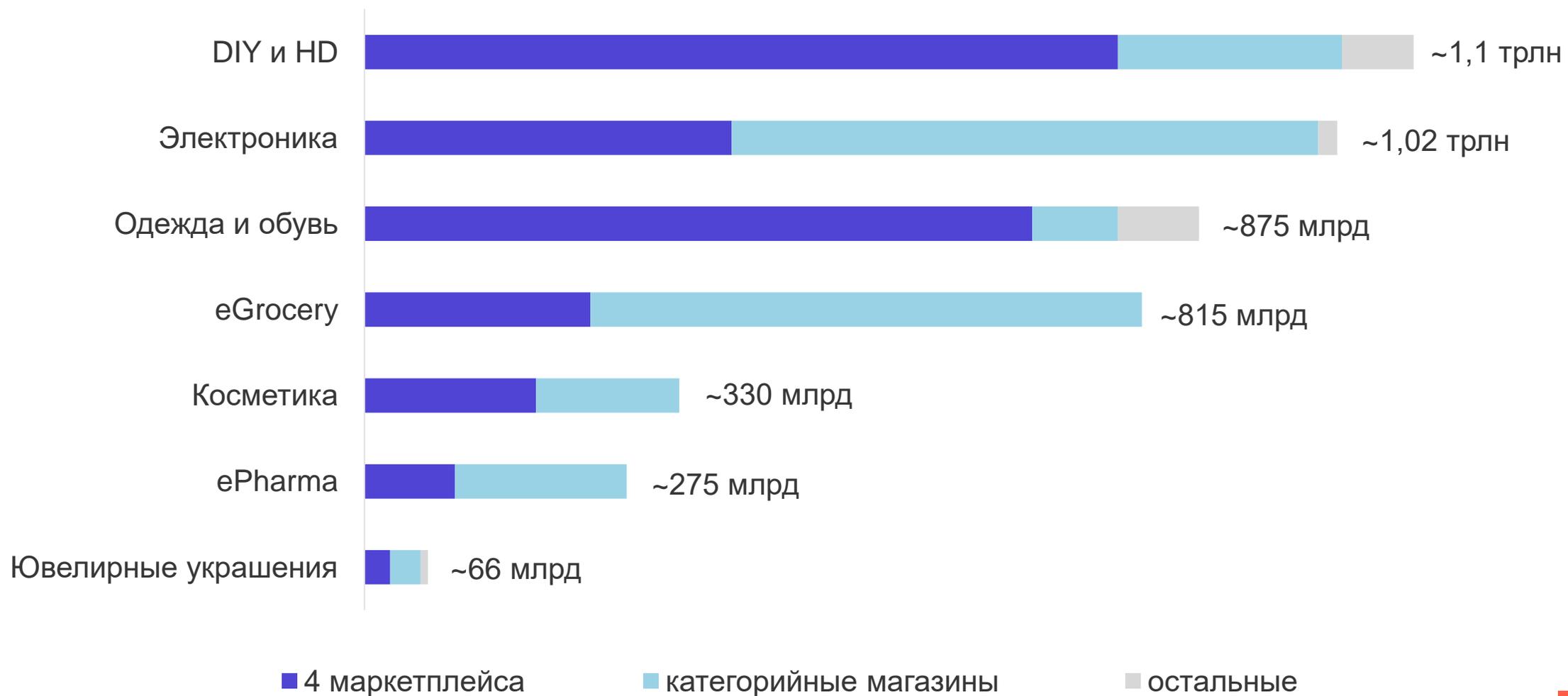
Надо подписаться, здесь – наши данные



Мы публикуем много бесплатных данных по рынку в рассылке DI, Телеграм канале DI и других медиа.

Подпишитесь сегодня и вы будете получать актуальные данные вовремя.

Размер товарных категорий, 2024H1



Покупки онлайн и офлайн за последние 12 месяцев

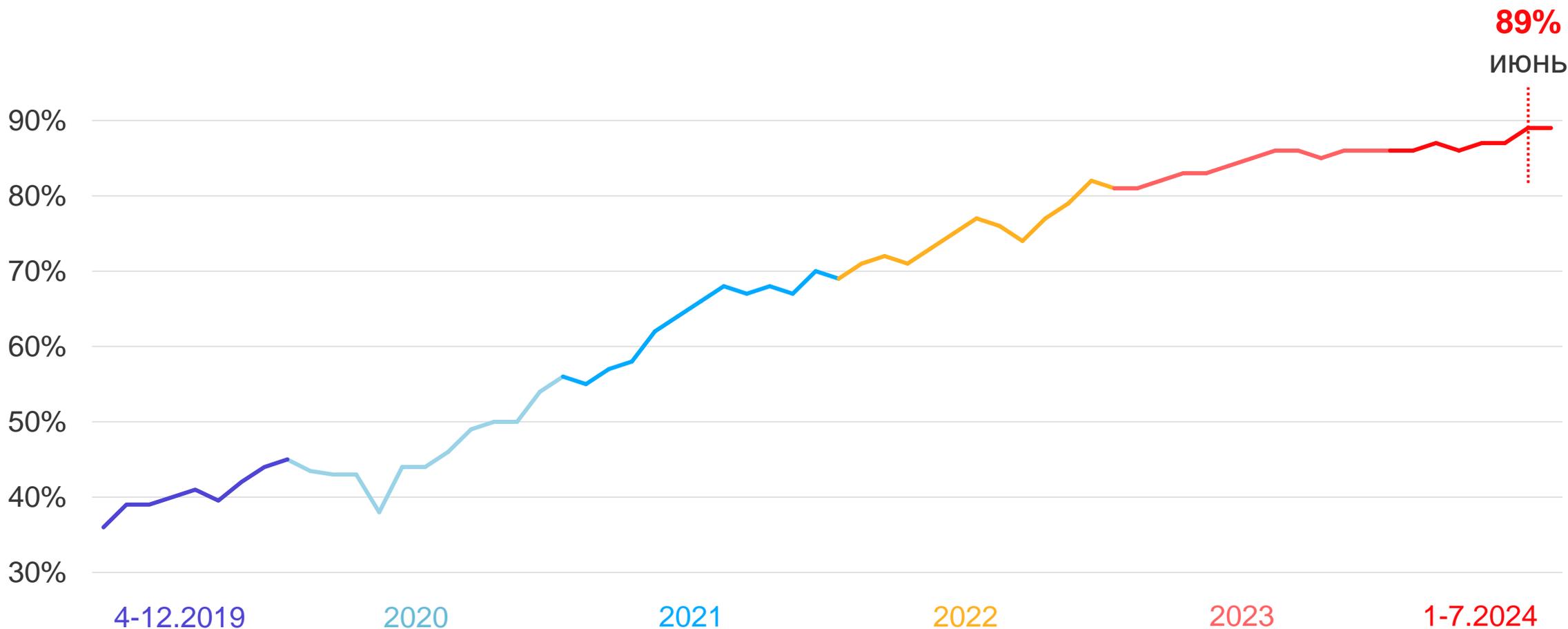
Доля от опрошенных интернет-пользователей



DIY и Fashion – категории, которые больше всего покупают онлайн. В офлайне наиболее высокой остается доля покупок продуктов и лекарств

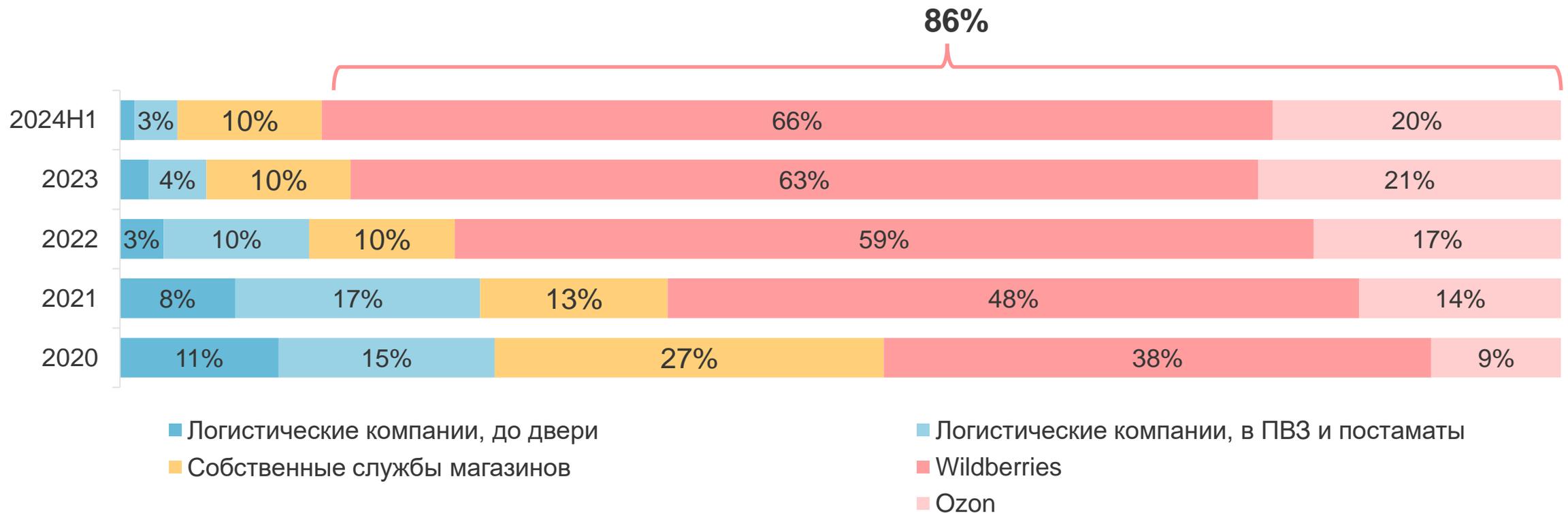
Онлайн-опрос покупателей в рамках исследования «Анализ потребительского поведения в категории товаров одежды и обуви». Вопрос: «Что из перечисленного вы покупали через интернет / не через интернет хотя бы раз за последние 12 месяцев?». База: РФ, 18-64 года, интернет-пользователи, N=2391.

Доля Wildberries и Ozon от всех онлайн-заказов



Без учета кроссбордера и eGrocery
Источник: данные Data Insight, октябрь 2024

Структура рынка eCommerce: типы игроков и варианты доставки



Оценка количества заказов представлена с учётом заказов C2C и MLM. Оценка не включает заказы eGrocery.
Источник: Data Insight, октябрь 2024

Потребительские миссии изменились

Новые миссии

1. Отправить внезапный подарок
2. Заказать еды в гостях
3. Заказать еду на работу
4. Набрать мечты в корзинку
5. Выложить информацию о текущей или будущей покупке

Изменения у ритейлеров

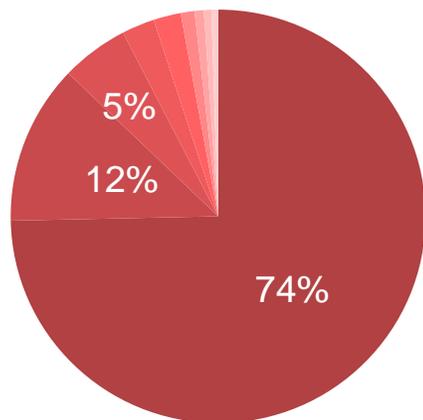
1. OMNI-присутствие
2. Развитие CRM и программ лояльности
3. Появление (собственной) доставки, компетенции управления ею
4. Отдельные дарксторы для курьеров

Изменение CJM

1. Больше не ездим в магазин по выходным
2. Заказ подарка ссылкой
3. Переход заказа продуктов от женщины к мужчине
4. Советоваться онлайн с друзьями
5. Покупка луками от лидеров мнений
6. Опора на отзывы, а не на продавцов
7. Сравнение цен в магазине
8. Покупка в онлайн из оффлайн-магазина
9. Точка принятия решения – дом или транспорт

Онлайн-покупка одежды и обуви

Где покупали в последний раз



- Маркетплейсы с доставкой по России
- Маркетплейсы с доставкой из-за рубежа
- Интернет-магазины одежды и обуви
- Сайты магазинов одежды и обуви с офлайн-точками
- Площадки для размещения объявлений
- Мессенджеры
- Онлайн ресейл-магазины
- Социальные сети
- Онлайн секонд хенды

Онлайн-опрос покупателей в рамках исследования «Анализ потребительского поведения в категории товаров одежды и обуви».

База: РФ, 18-64 года, интернет-пользователи, онлайн-покупатели одежды и обуви за последние 12 месяцев, N=1267.

Для чего покупали в последний раз

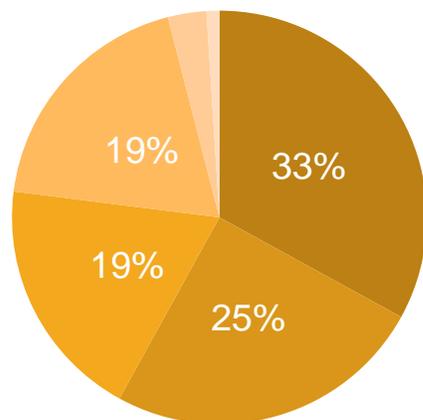


68% - проникновение онлайн-покупки (55% омни + 13% онлайн)



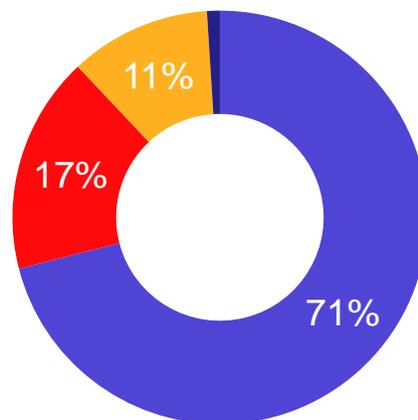
Онлайн-покупка продуктов

Где покупали в последний раз



- Ритейл
- Сервис доставки продуктов из офлайн-магазина
- Маркетплейс
- Сервис быстрой доставки продуктов
- Даркстор
- Онлайн-магазин бренда

Для чего покупали в последний раз



- Пополнить заказ продуктов
- Нужен был один из продуктов, остальное заказали заодно
- Захотелось вкусного
- Другая цель

Топ-3 категории



Молочные продукты
58%



Свежие овощи и фрукты
Бакалея
по 46%



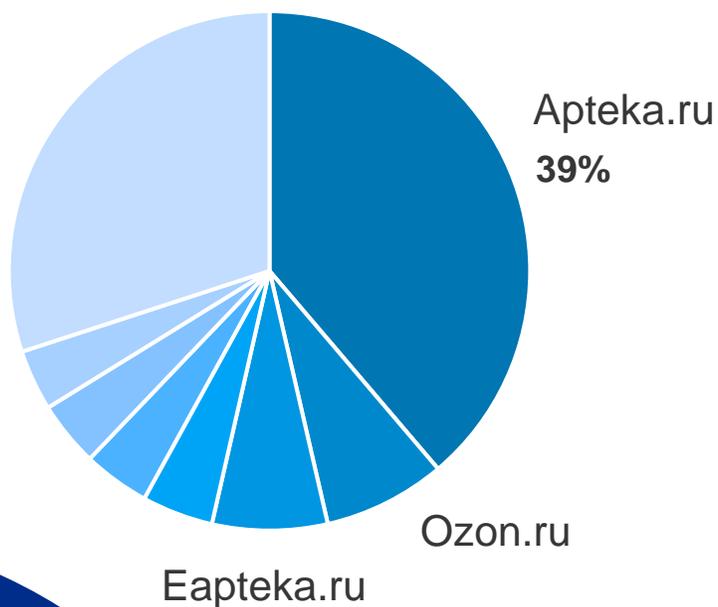
Мясные или рыбные
деликатесы, колбаса сосиски
43%

Онлайн-опрос покупателей в рамках исследования «Кто, как и почему заказывает доставку продуктов 2023»
База: РФ, города 1 млн+, 18-54, покупали продукты питания онлайн за 30 дней, предшествующих опросу, N=1784



Онлайн-покупка аптечных товаров

Доля заказов по площадкам



Причина онлайн-покупки



54% покупателей аптечных товаров использовали онлайн-канал

Онлайн-опрос покупателей (18-64) в рамках исследования "Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей", вся Россия, май 2023, N=1096



Онлайн-покупка БАДов и витаминов

Структура категорий аптечных товаров по объему продаж в каналах ePharma, 2024



БАДы и витамины входят в топ-3 категорий аптечных товаров для покупки онлайн

*Другие категории аптечных товаров - крупнейшие из них: средства по уходу за полостью рта, средства женской гигиены, ср-ва контрацепции и др. Источник: данные Data Insight, сентябрь 2024



Выбор брендов на маркетплейсах

Как стартующие бренды привлекают покупателей?

35%

покупателей хотят видеть отзывы о новом (ранее неизвестном им) бренде на маркетплейсе

30%

покупателей прислушаются к рекомендациям родственников, друзей, коллег

25%

покупателей хотят видеть у новых брендов более низкую цену, чем у известных брендов

22%

покупателей купят товар нового бренда, если он будет превосходить по характеристикам привычный бренд

84% опрошенных покупали на маркетплейсах

46% покупают товары новых брендов

Онлайн-опрос покупателей в рамках исследования «Как потребители выбирают бренды на страницах маркетплейсов», ноябрь 2023
База: Россия, города 1млн+, 18-65, совершали покупки на маркетплейсах за последние 6 месяцев, N=1650.
Источник: Data Insight, Выбор брендов на маркетплейсах, 2023



Data Insight: исследования потребителей

Полные версии можно купить по ссылке за QR-кодом или сообщением на публичный адрес DI

Fashion



БАДы и витамины



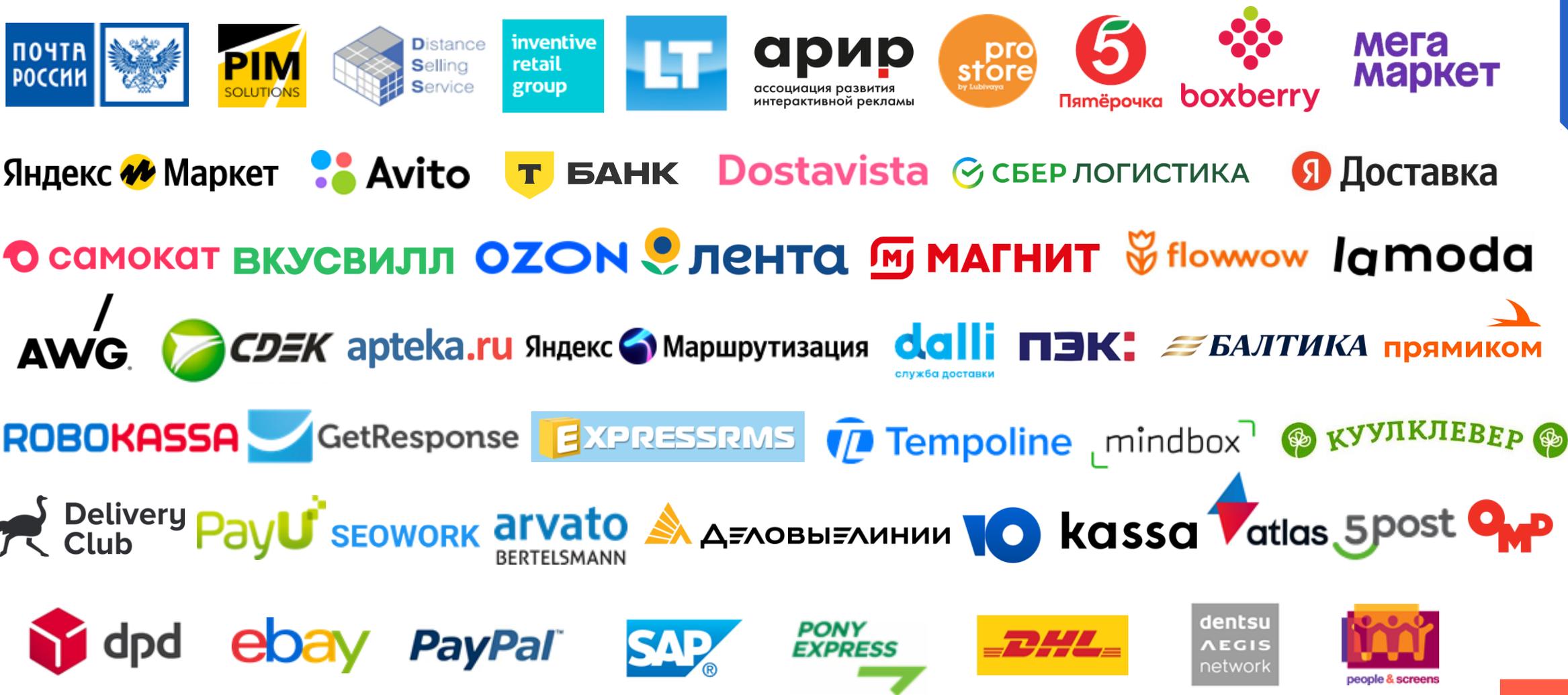
Food



Pharma



Партнеры Data Insight



Data Insight

Data Insight – первое в России агентство, специализирующееся на **исследованиях и консалтинге** в области eCommerce и digital рынков.

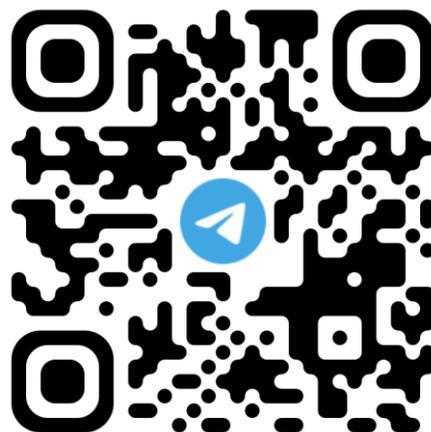
Новости Data Insight

Исследования по почте от Data
Insight



Telegram Data Insight

Исследования, события, новости
рынка от Data Insight



Контакты

datainsight.ru

a@datainsight.ru

+7 (495) 540 59 06

