

# Драйверы и триггеры для покупок FMCG онлайн

Анна Иванова  
Коммерческий директор X5 Media (X5 Group)

# Потребительские тренды



## РОСТ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ОПТИМИЗМА

**+7** п.п.

Q4'23 vs Q4'22

индекс потребительского оптимизма

**107** п.п.

Q4'23

**+ 1.2** п.п.  
2023 г.

положительный вклад впервые с 2018г

вклад реального спроса в динамику рынка FMCG



## РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

**6** %

L2L офлайн  
продажи в Центре



**>10** %

L2L офлайн  
продажи в Регионах

**x2** р.

динамика натуральных продаж в Регионах превышает Центр



## ФОРМИРОВАНИЕ УСТОЙЧИВОЙ ПРИВЫЧКИ К ЭКОНОМИИ

**62** %

Переключение на  
товары со скидками

**56** %

Выбор более дешевых  
товаров

с **4** до **6**

выросло число магазинов, посещаемых покупателем в месяц



## ОНЛАЙН СТАНОВИТСЯ РУТИНОЙ

на **7** %

выросло число клиентов e-grocery (с 2022 г.)

на **9** %

сократился средний чек (за 9М2023)

**66** %

доля промо в продовольствии онлайн (45,7% доля промо офлайн)

на **30** %

выросли продажи FMCG онлайн (с 2022 г.)

**23** раза

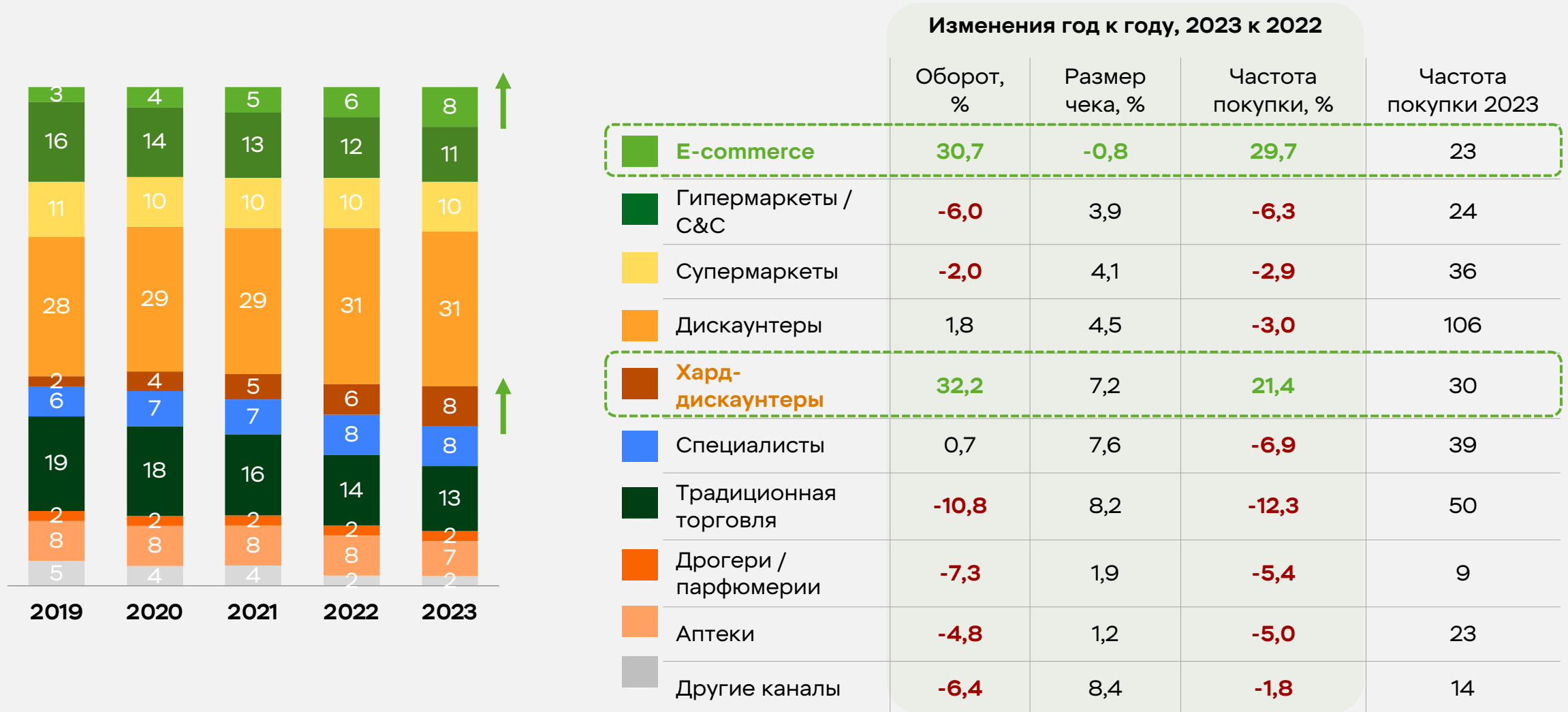
в среднем в год использовали онлайн для покупок FMCG

**62** %

домохозяйств совершали покупки FMCG онлайн

# Динамика по торговым каналам: вся Россия

E-commerce – самый быстрорастущий канал рынка FMCG



Источник: ГФК Русь, Панель домашних хозяйств, товары FMCG, вкл. Свежие продукты (20 000 ДХ)

# Покупать онлайн – не только удобно

Наряду с факторами удобства низкие цены и скидки – среди главных факторов покупки онлайн

## Драйверы и барьеры покупки онлайн



Для продуктов питания более важны **convenience факторы** (удобство)

# Как в офлайне, так и в онлайн есть 2 типа триггеров к посещению магазина и совершению покупок:

## 1 Мне нужны продукты

- **Магазины-спутники** (основная цель покупки – одежда, зоотовары, косметика и бытовая химия и т.д.)
- **Хочется есть**, нет желания/возможности готовить
- **Убить время**, "поглазеть" на интересные товары и новинки

ОФЛАЙН И ОНЛАЙН

## 2 Мне нужны НЕ продукты

- **Промониторить, сравнить цены**
- **Использовать промокод** (например, пришел по смс или e-mail)
- **Потребление контента** (рецепты, статьи и прочие полезности)

ТОЛЬКО ОНЛАЙН

- **Прогулка с ребёнком**, собакой, друзьями и т.д.
- **Сменить обстановку**, окунуться в другую атмосферу (не только посмотреть на что-то, но и социализироваться, задействовать разные органы чувств: послушать, понюхать, осязать и т.п.)
- **Желание согреться, спрятаться от дождя**, зарядить телефон, сдать батарейки в пункт переработки в магазине

ТОЛЬКО ОФЛАЙН

# Как использовать драйверы и триггеры брендам

Коммуникационные механики в E-com для брендов, когда «у меня полный холодильник, но тут пришла смс со скидкой 50%»

## КЭШБЭК-МЕХАНИКИ

### Интеграции в подписку Пакет

Воспользуйтесь сейчас

<p><b>5%</b> кешбэк на покупки <a href="#">Подробнее →</a></p>	<p><b>5</b> бесплатных доставок с 10% скидкой из Пятёрочки Промокод →</p>	<p><b>3</b> бесплатные доставки из Перекрёстка <a href="#">Подробнее →</a></p>
<p><b>50%</b> кешбэк на кофе или чай каждый день <a href="#">Подробнее →</a></p>	<p><b>20%</b> кешбэк на выпечку <a href="#">Подробнее →</a></p>	
<p><b>20%</b> кешбэк на готовую еду <a href="#">Подробнее →</a></p>	<p><b>5%</b> Кешбэк за покупки во vprok.ru <a href="#">Подробнее →</a></p>	<p><b>10%</b> кешбэк в доставке суши и роллов Много лосося <a href="#">Подробнее →</a></p>
<p><b>10%</b> кешбэк за покупку мясных деликатесов <a href="#">Подробнее →</a></p>	<p><b>20%</b> кешбэк за покупку тропических фруктов <a href="#">Подробнее →</a></p>	

### Персональные offers (CVM)



17% конверсия в использование offera

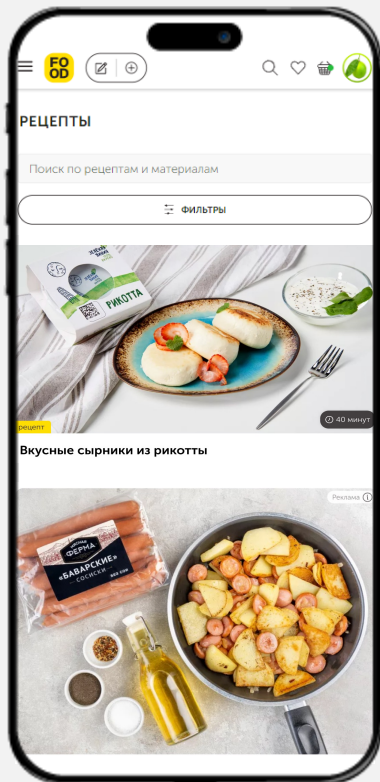
ROI брендов-участников до 267%

+555 баллов за покупку 3 товаров

# Как использовать драйверы и триггеры брендам

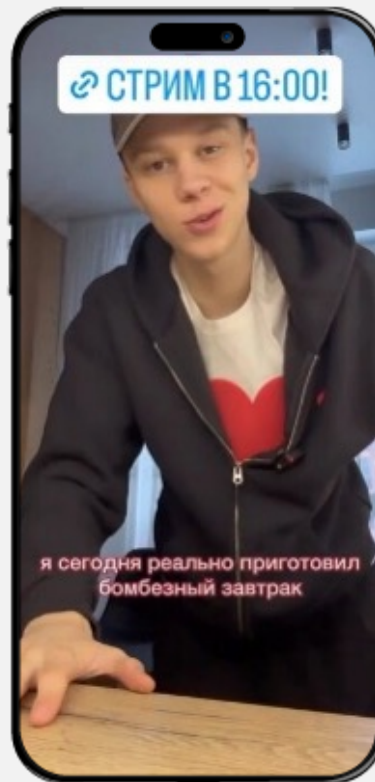
Коммуникационные механики в E-com для брендов, когда «я хочу просто потупить в телефоне»

## Food.ru



+ 22.4%  
намерение  
купить\*

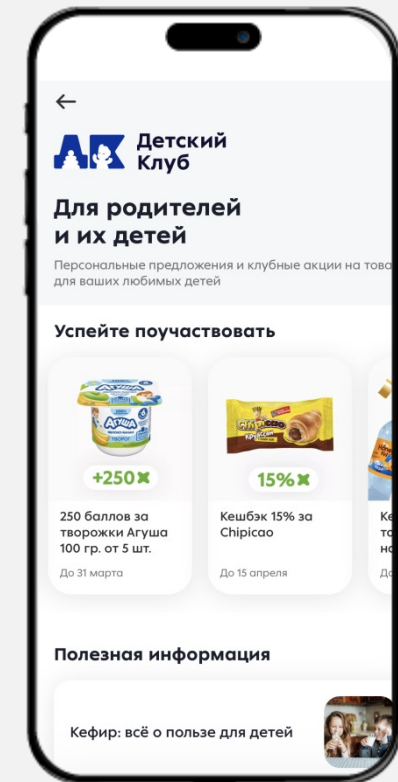
## X5 Blogger



CPP/ CPA  
модели закупки

## Тематические клубы в Пятерочке

Детский клуб, Пушистый клуб



# Единое окно продаж маркетинговых инструментов X5 Group

## ИНВЕНТАРЬ X5 MEDIA



### E-com

Приложения, сайты  
онлайн-магазинов X5



### Digital

Сайт Food.ru, социальные сети  
Food.ru и торговых сетей X5



### X5 Blogger

Активации с блогерами и  
торговыми сетями X5



### Instore

аудио и видео в магазинах  
брендрование постаматов 5post



## ИНВЕНТАРЬ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ X5 GROUP



### CVM

Персональная коммуникация:  
sms, push, e-mail, Viber



### Тематические клубы

Интеграция в Детский и Пушистый клубы  
в Пятерочке



### Акции с поставщиками

Трейд-маркетинговые акции  
с поставщиками X5



### POSM

Баннеры внутри офлайн-магазинов





# Контакты

**Анна Иванова**

Коммерческий директор X5 Media

[annivanova@x5.ru](mailto:annivanova@x5.ru)

