

# Тренды и ключевые цифры

2023-2024

# Тренды в потребительском поведении в 2023 году

- Сохраняющаяся **рациональность потребления** (снижение трат / экономия за счет будущего / продление срока использования текущих вещей)
- **Темп жизни ускоряется**: 38%\*\* пользователей принимают решение купить онлайн, потому что не было времени идти за покупками, а для 35%\*\* онлайн — уже **привычный способ покупки**;
- **Маркетплейсы – драйверы роста** online-потребления. Доля месячной аудитории маркетплейсов в E-commerce достигает 73%\*, а доля заказов на маркетплейсах достигает 77%\*\* всех E-commerce заказов.
- Потребители ищут **альтернативные варианты ушедшим брендам** по соотношению цены и качества, однако не готовы платить за новые бренды столько же, сколько за зарекомендовавшие и проверенные марки.

# Е-Commerce продолжает расти. Один из ключевых драйверов роста — e-grocery



## Топ-10 категорий за Н1 2023

Цифровая и бытовая техника	502 (+3%)
Мебель и товары для дома	452 (+9%)
Одежда и обувь	439 (+28%)
Продукты питания	404 (+37%)
Красота и здоровье	228 (+26%)

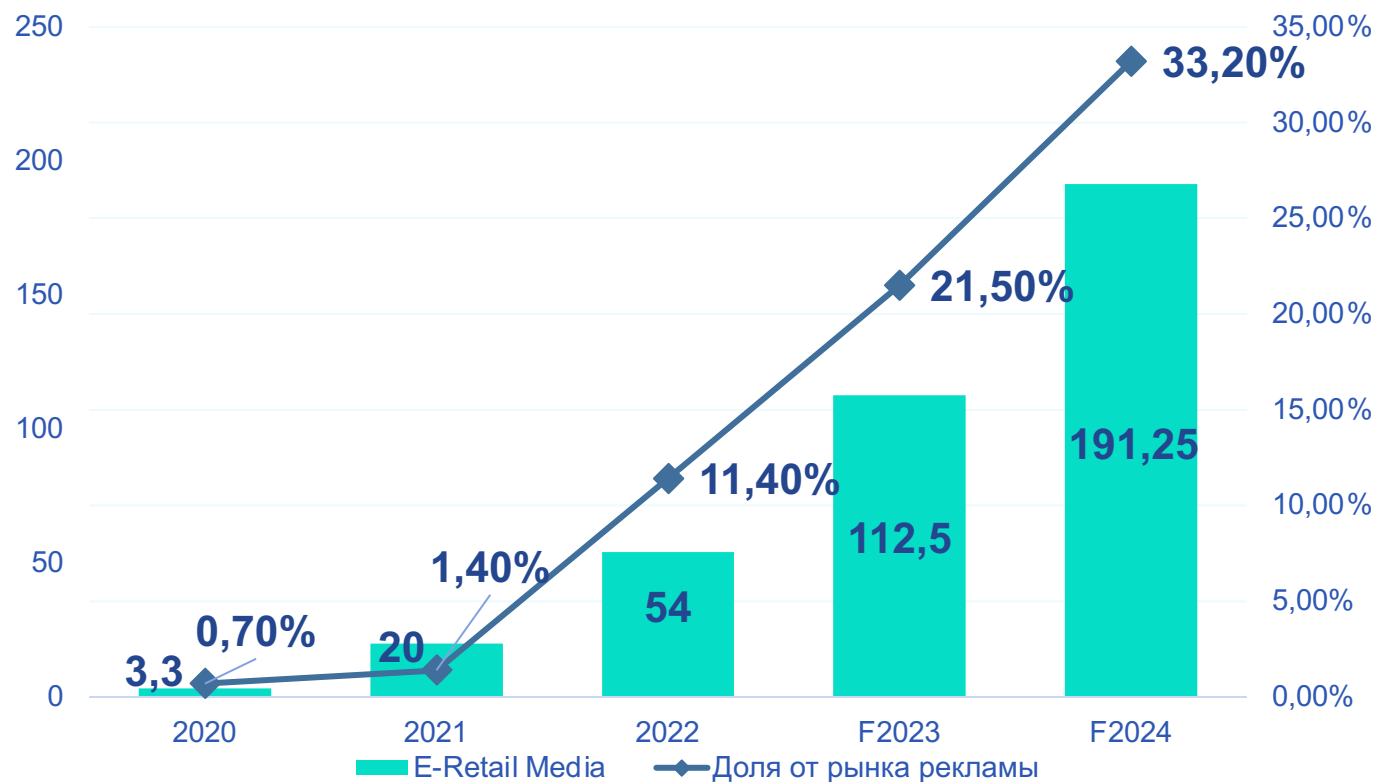
	Ozon	Яндекс.Маркет	Sbermarket	Sbermegamarket	OK	Tiktok	Youtube	ВКонтакте	Кинопоиск	Яндекс.Видео
Ozon	-	82.4%	87.3%	86.8%	63.4%	62.3%	62.3%	65.4%	76.8%	69.7%
Яндекс.Маркет	59.2%	-	75.8%	78.3%	45.5%	42.6%	45.0%	47.0%	60.4%	56.8%
Sbermarket	9.7%	11.7%	-	21.7%	7.2%	6.4%	7.0%	7.5%	11.1%	8.9%
Sbermegamarket	20.9%	26.3%	47.3%	-	15.9%	13.6%	15.2%	16.0%	21.7%	20.3%
OK	52.7%	52.7%	53.8%	55.0%	-	56.2%	50.6%	52.4%	48.7%	54.1%
Tiktok	69.2%	65.9%	64.1%	62.8%	75.0%	-	69.0%	69.6%	68.2%	64.6%
Youtube	95.0%	95.4%	96.5%	96.1%	92.6%	94.6%	-	94.0%	97.3%	95.6%
ВКонтакте	92.9%	92.9%	95.6%	94.2%	89.5%	89.0%	87.6%	-	95.4%	91.9%
Кинопоиск	37.0%	40.5%	48.1%	43.4%	28.2%	29.6%	30.8%	32.4%	-	39.0%
Яндекс.Видео	41.6%	47.3%	48.3%	50.2%	38.8%	34.8%	37.5%	38.7%	48.4%	-

Таблица пересечений аудитории

Более 50% аудитории маркетплейсов является уникальной, которую нельзя охватить при помощи классических медиа

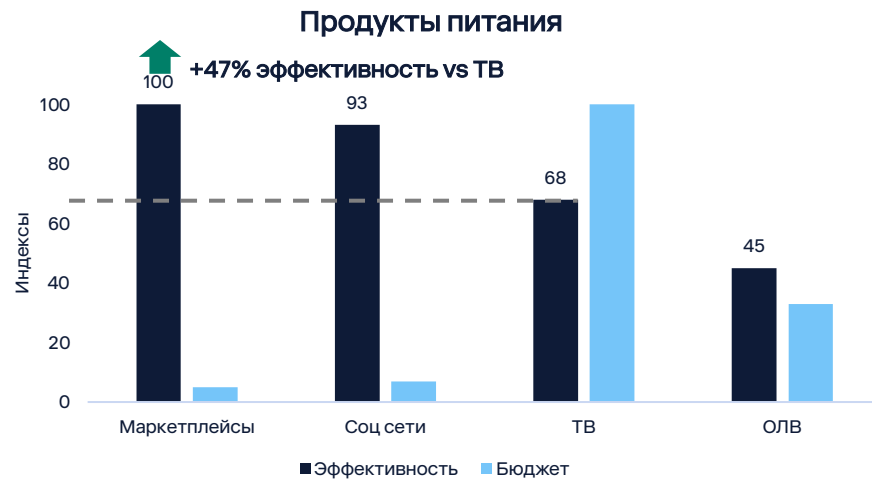
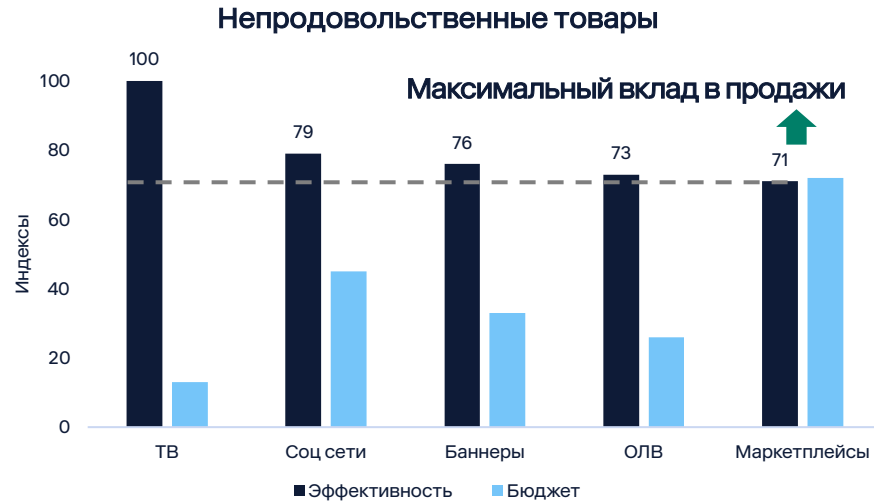
(например аудитория СберМаркета пересекается с аудиторией YT всего на 7%)

# 47% рекламных инвестиций в E-Commerce занимает категория e-grocery

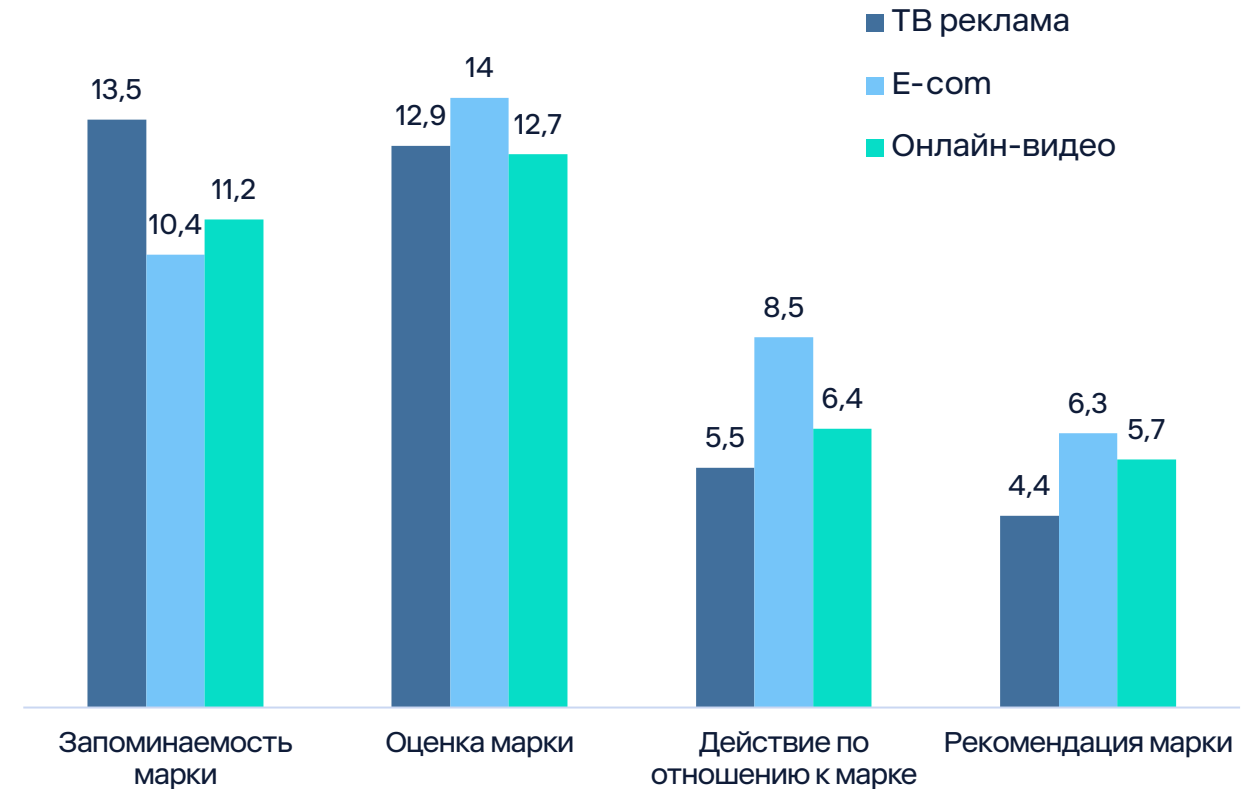


**~47%**  
занимают  
рекламные  
инвестиции 2023 в  
категорию e-  
grocery

# Реклама на e-commerce площадках при этом положительно работает на все KPI



## Влияние рекламы на KPI марки



## E-Retail точно стоит использовать:

- Рекламодателям из категорий, которые представлены своими товарами в онлайн;
- Рекламодателям из категорий, решающих свои охватные задачи – Click Out позволяет эффективно получать охват (Telecom, Finance и др.);
- Любым рекламодателям, у которых весомую долю занимают продажи онлайн (даже если сейчас доля E-Retail мала – она будет расти);
- Категориям Pet Food и DIY – доля онлайн заказов уже весома и продолжит расти.

## Стоит увеличить долю E-Retail в медиа-сплите:

- Fashion – в онлайн категорию покупают 62% пользователей\*;
- FMCG – 60% пользователей покупают категорию в онлайн\*;
- Категории Pet Food, DIY, Electronics и Pharma – полноценно воспринимаются пользователями как категории для покупки в онлайн

# Тренды в потребительском поведении в 2024 году

- Сохраняющаяся **рациональность потребления** (снижение трат / экономия за счет будущего / продление срока использования текущих вещей)
- **Доля маркетплейсов будет расти**, однако будет происходить небольшое сокращение доли WB и Ozon, в пользу Яндекс.Маркет и МегаМаркет
- **Продление срока использования** останется одним из важнейших трендов в потреблении и спрос на восстановленные вещи будет только увеличиваться
- **Регионы России (кроме Центрального)** являются одними из ключевых драйверов роста GMV в 2023 и продолжат заметно расти в 2024
- Запрос на **минимализм и простоту продукции**, вызванный желанием потребителей замедлить темпы своей жизни
- **ESG повестка** имеет все большее значение в нашей стране для молодой аудитории (18-24)
- **ORM (online reputation management)** – один из ключевых драйверов по привлечению новой и удержанию текущей аудитории бренда в онлайн



# Easy Commerce выпустили ранкер игроков E-Retail Media по категории FMCG

Скачать ранкер можно по QR-коду ниже

