Мобильная коммерция:
есть повод подумать

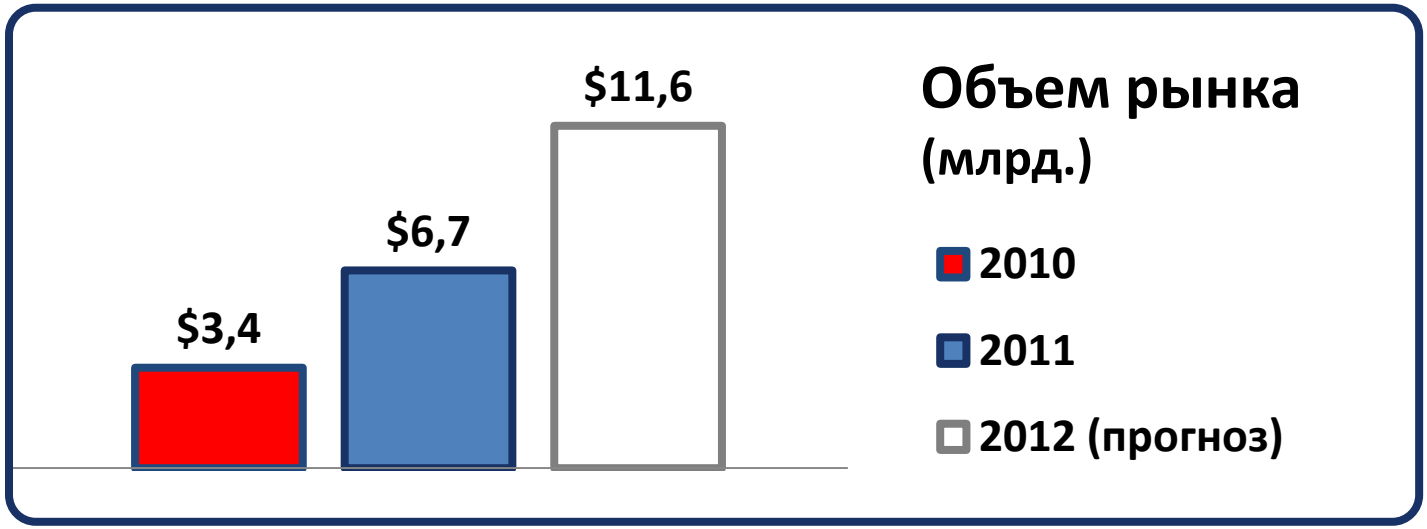
Data Insight / 08.06.2012

для MOCO 2012

Объем рынка: пример США

- доля мобильных устройств (конец 2011):
18% трафика интернет-магазинов
и **14% продаж**
- это более чем в 3 раза выше показателей конца 2010 г.

Оценки eMarketer в целом по году:



DATA insight

Источники: IBM Smarter Commerce, eMarketer

Рост рынка

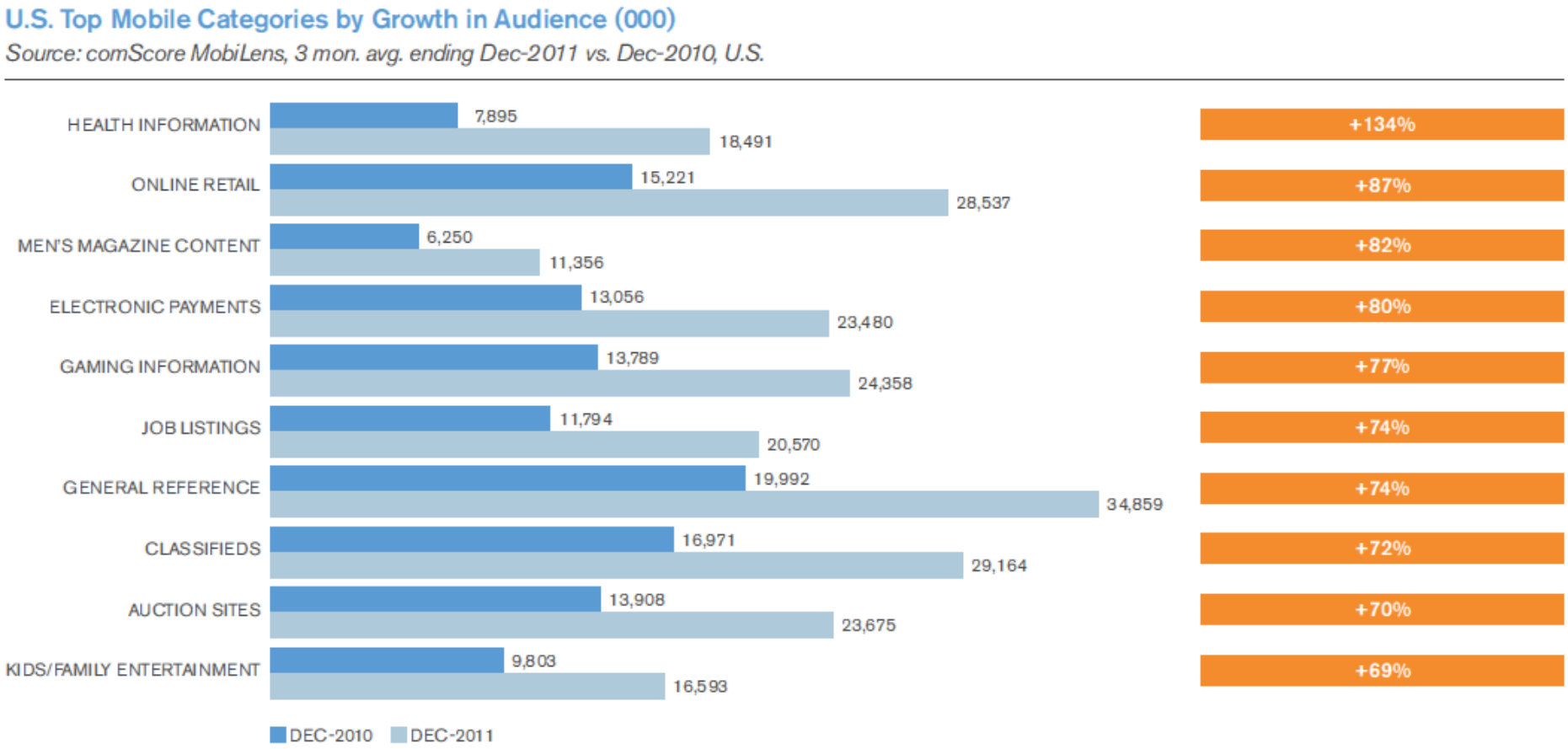
US Holiday M-Commerce Metrics, Dec 2010 & Dec 2011

	Dec 2010	Dec 2011
Online sessions on a retailer's site initiated from a mobile device	5.6%	14.6%
Sales from mobile devices	5.5%	11.0%
Conversion rate for all mobile devices	-	3.1%
iPad conversion rate	-	6.3%
iPhone traffic	-	5.2%
iPad traffic	-	4.3%
Android traffic	-	4.1%

Source: IBM, "Benchmark December holiday report" as cited in press release, Jan 10, 2012

136099 www.eMarketer.com

Рост рынка



comSCORE.

Доля мобильных продаж

<u>Чем динамичнее предложение и большая частота использования, тем выше доля мобильных продаж</u>:

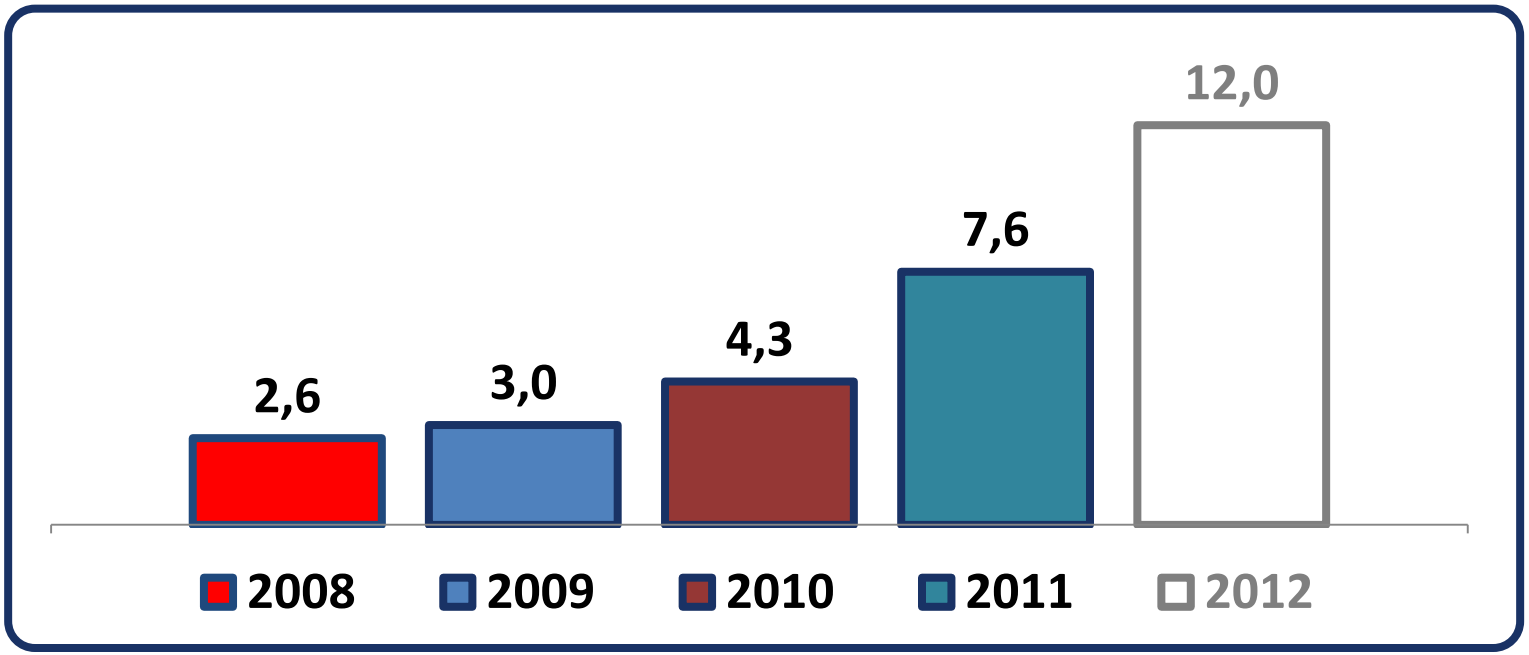
- Groupon в Северной Америке – 25% в декабре 2011, 30% в апреле 2012
- eBay – 8% в 2011 г. (4% в 2010 г.)
- Amazon – 4% в 2011 г. (рост на 100% за год)

DATA insight

Россия: основания роста

<u>Рост парка умных телефонов</u>:

- продажи смартфонов – 7,6 млн. штук в 2011 г.
  2,6 млн. за I квартал 2012 г.
- темпы роста продаж: как минимум +75% в год
- доля смартфонов в продажах мобильных телефонов: 27-28%



DATA insight

Источники: Связной, Евросеть, МТС, SmartMarketing, MForum

Россия: основания роста

<u>Проникновение смартфонов</u>:

- Смартфоны есть у ~12% пользователей сотовой связи
- Используемый парк более 15 млн. смартфонов
- Российский интернет:

  6,2 миллионов мобильных устройств ежедневно (данные LiveInternet), рост за год более чем в 3,5 раза

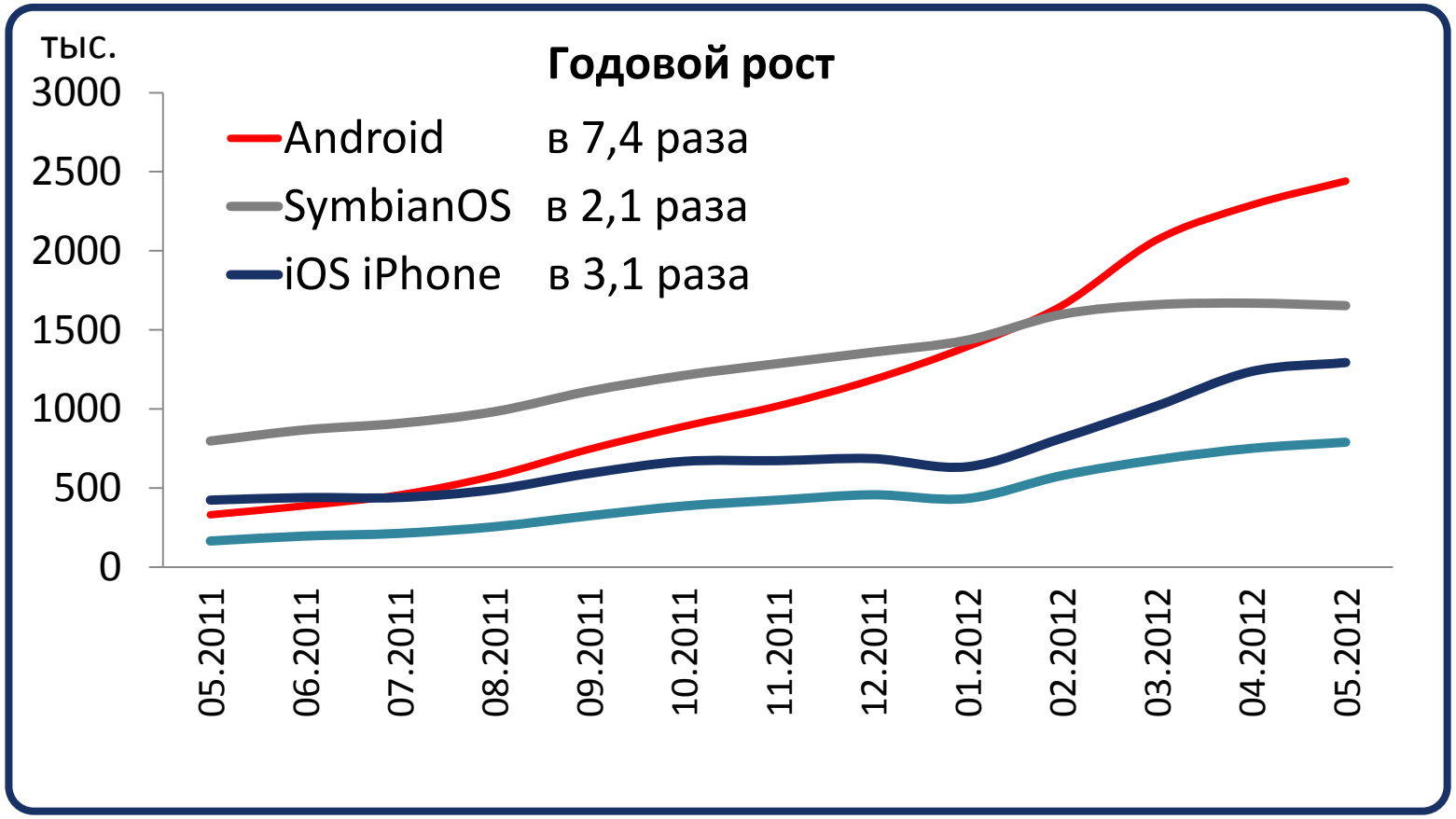
  7 миллионов смартфонов и планшетов «видит» TNS в исследовании Web-index (крупные города России). Две трети из них - ежедневно

DATA insight

Источники: Universal McCann, J'son&Partners, LiveInternet, ФОМ, JFK

Динамика числа пользователей

Среднесуточное количество мобильных посетителей российских интернет-сайтов



DATA insight

Источник: LiveInternet

Россия – не Китай

<u>Главное «но» российского рынка – мобильный Интернет вторичен</u>:

- только 2-5% интернет-пользователей выходят в Сеть исключительно с мобильных устройств
- для сравнения – в Китае это 38%

DATA insight

Структура рынка: гаджеты

Мобильная коммерция

iPad и другие планшеты

формально – m-commerce
реально – просто еще один формат компьютера

(опыт США) основное место покупок - дом

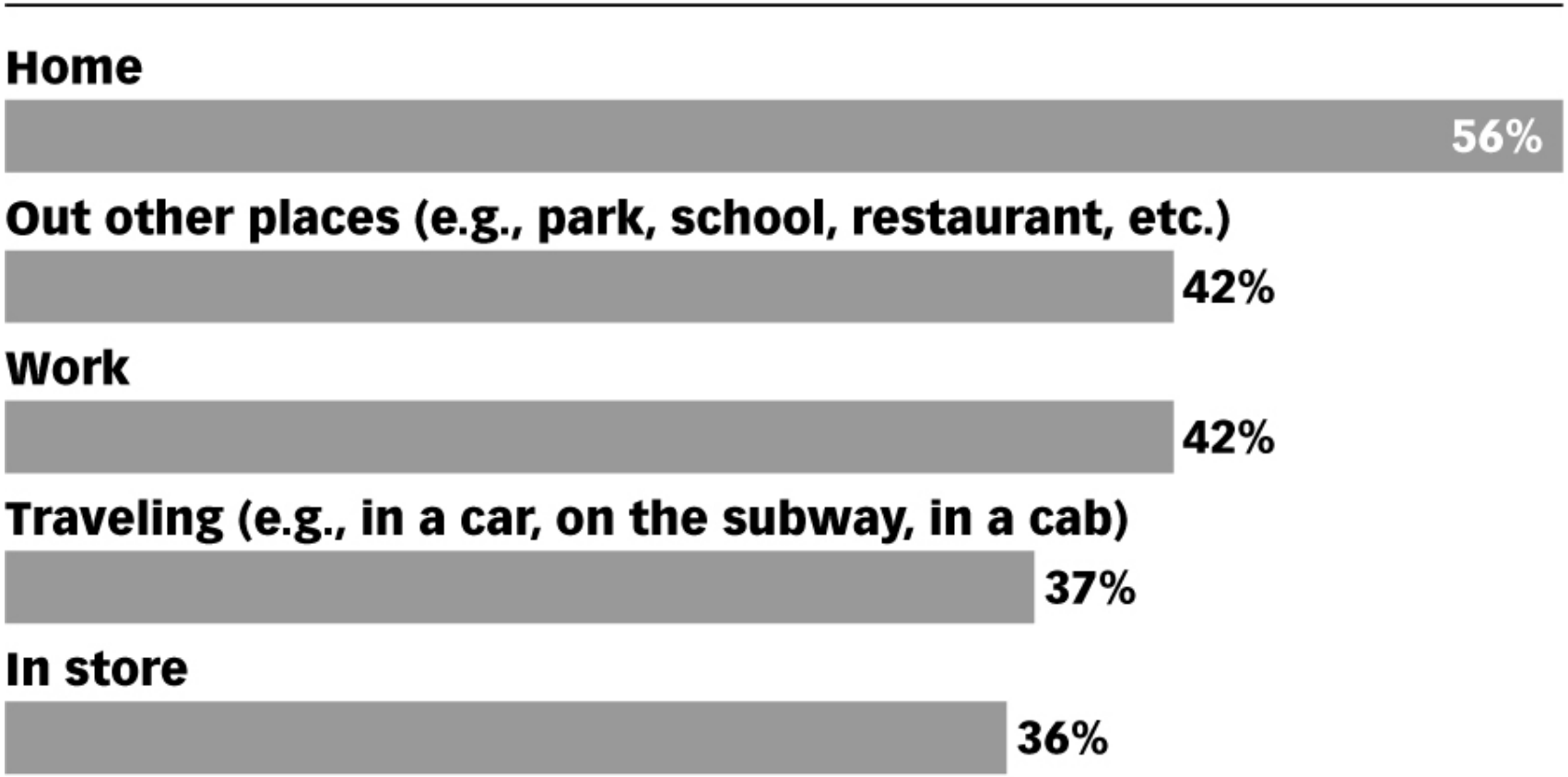
Смартфоны и телефоны

мобильные продажи? Нет

Скорее - дополнительный канал коммуникации в процессе покупки

DATA insight

Основное место покупки - дом

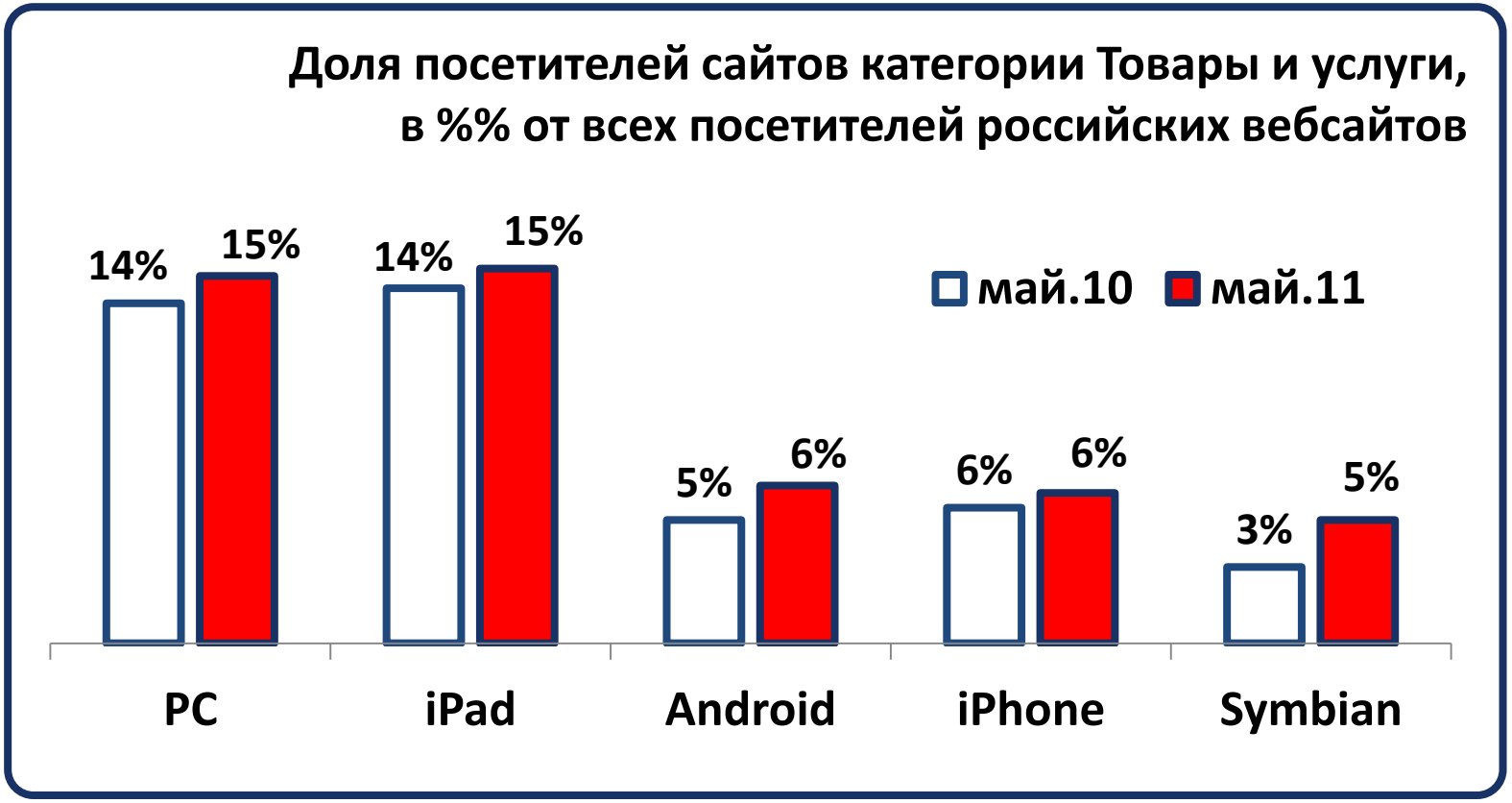


Note: ages 18+
Source: comScore Inc., "Custom Mobile Retail Advisor Survey" as cited in press release, Dec 5, 2011

134904 www.eMarketer.com

Мобильное посещение сайтов

Посещение ecommerce-сайтов не очень характерно для пользователей «настоящего» мобильного Интернета



DATA insight

Источник: LiveInternet

Мобильное посещение сайтов

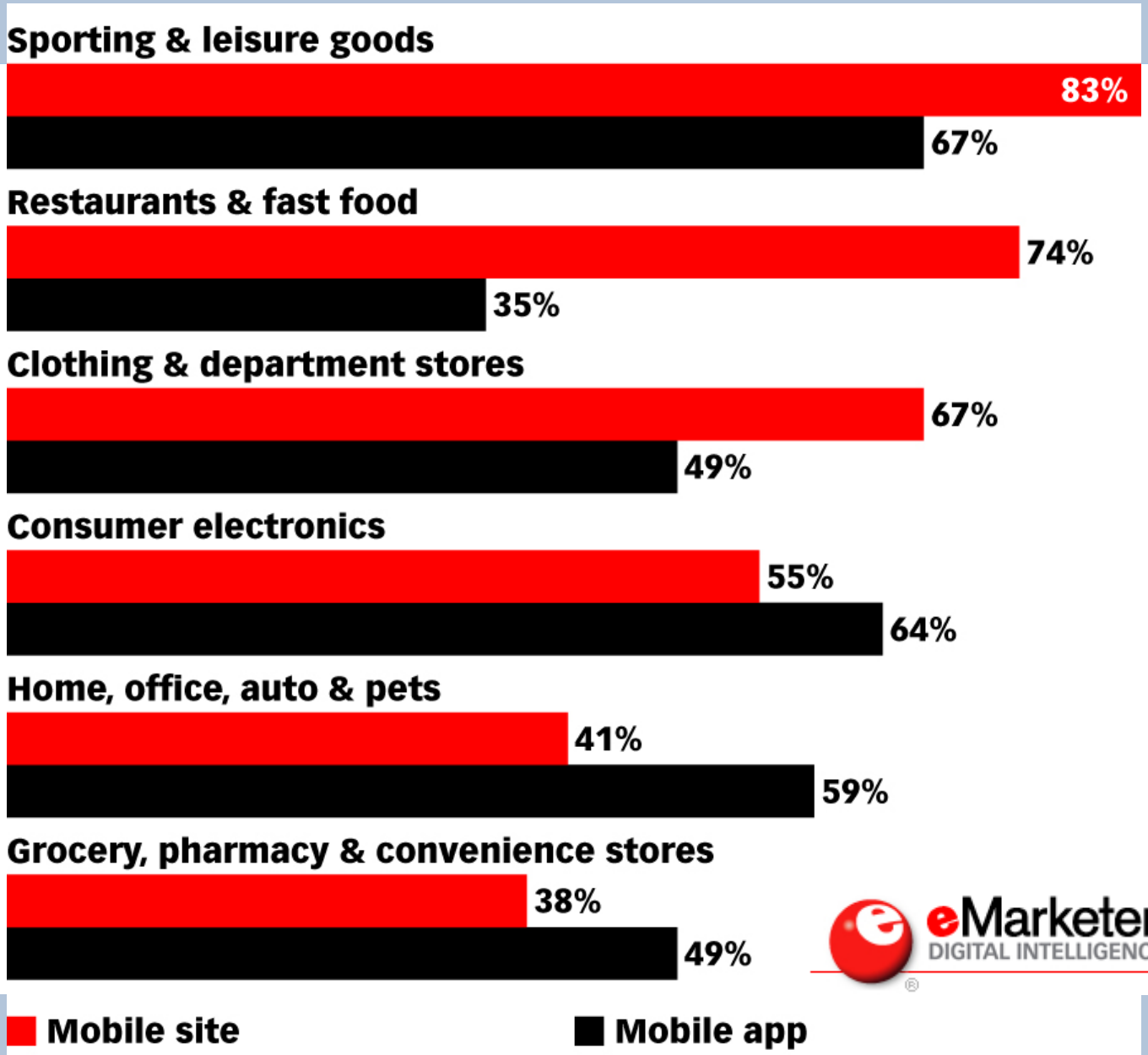
<u>Мобильный трафик на сайтах интернет-магазинов</u>:

- в среднем 3% аудитории (максимум 5%)
- пока слабо зависит от товарной категории
- слабо зависит от наличия и качества мобильной версии
- конверсия «мобильных» посещений в разы ниже средней – заказы делаются с компьютера (или с планшета)

DATA insight

Зачем это нужно?

58% ритейлеров в США имеют мобильный сайт, 50% - хотя бы одно приложение



eMarketer DIGITAL INTELLIGENCE

Мобильные приложения

Количество установок мобильных приложений (за все время) на 1-2 порядка меньше месячной аудитории сайта

Количество активных пользователей ecommerce-приложений еще меньше

Количество установок (Android)	Примеры
100-500 тыс.	Яндекс.Маркет
50-100 тыс.	AVITO, Biglion
10-50 тыс.	OZON.RU, М.Видео, Молоток, Скидкофон, Купонатор, Шоптимус

DATA insight

Мобильные приложения

Почему не востребованы?

- Рынок e-commerce в России фрагментирован – нет любимых регулярно используемых интернет-магазинов
- Поиск товаров и магазинов с мобильного устройства носит обычно спонтанный характер – проще через сайт/поиск
- iOS и даже связка iOS+Android охватывают только часть целевой аудитории – смартфоны обеспечивают пока слишком маленький охват

DATA insight

Мобильные продажи

Единицы процентов в лучшем случае

- Anywayanyday – 7%
- Молоток.ру - ~3%
- Обычные интернет-магазины – менее 1%

DATA insight

Источник: данные компаний

«Оффлайновый» m-commerce

<u>M-commerce интереснее не как продолжение e-commerce, а как новый фактор оффлайновой розницы</u>

- Более 10% покупателей в среднестатическом магазине – пользователи мобильного Интернета (а в некоторых >50%)

- Сканирование штрих-кодов, сравнение цен, изучение отзывов, получение дополнительной информации о товаре – <u>пока</u> экзотика в России. Ключевое слово – «пока»

- Пример США: более 50% владельцев смартфонов использовали его в процессе оффлайн-шопинга, в т.ч. 12% сравнивали цены (comScore, 2011)

DATA insight

Типы приложений для ритейла

Информационные

1. Какая-либо информация о продукте (от характеристик, до обзоров и обучающих материалов и даже инструкций)
2. Информация по товарной категории (помощь в выборе продукта из списка)
3. Какая-либо информация о продавце
4. Отзывы о продукте

Навигационные

1. Найти магазин с нужным товаром (или сервис)
2. Сравнить цены на конкретный продукт
3. Найти продукт (по внешнему виду, штрих или QR-коду)
4. Найти аналоги продукта (например другое издание той же книги)

DATA insight

Типы приложений для ритейла

Покупки

1. Купить продукт с доставкой домой
2. Зарезервировать продукт в магазине/точке самовывоза
3. Купить/скачать купон на скидку для этого продукта/магазина
4. Запомнить информацию для будущей покупки

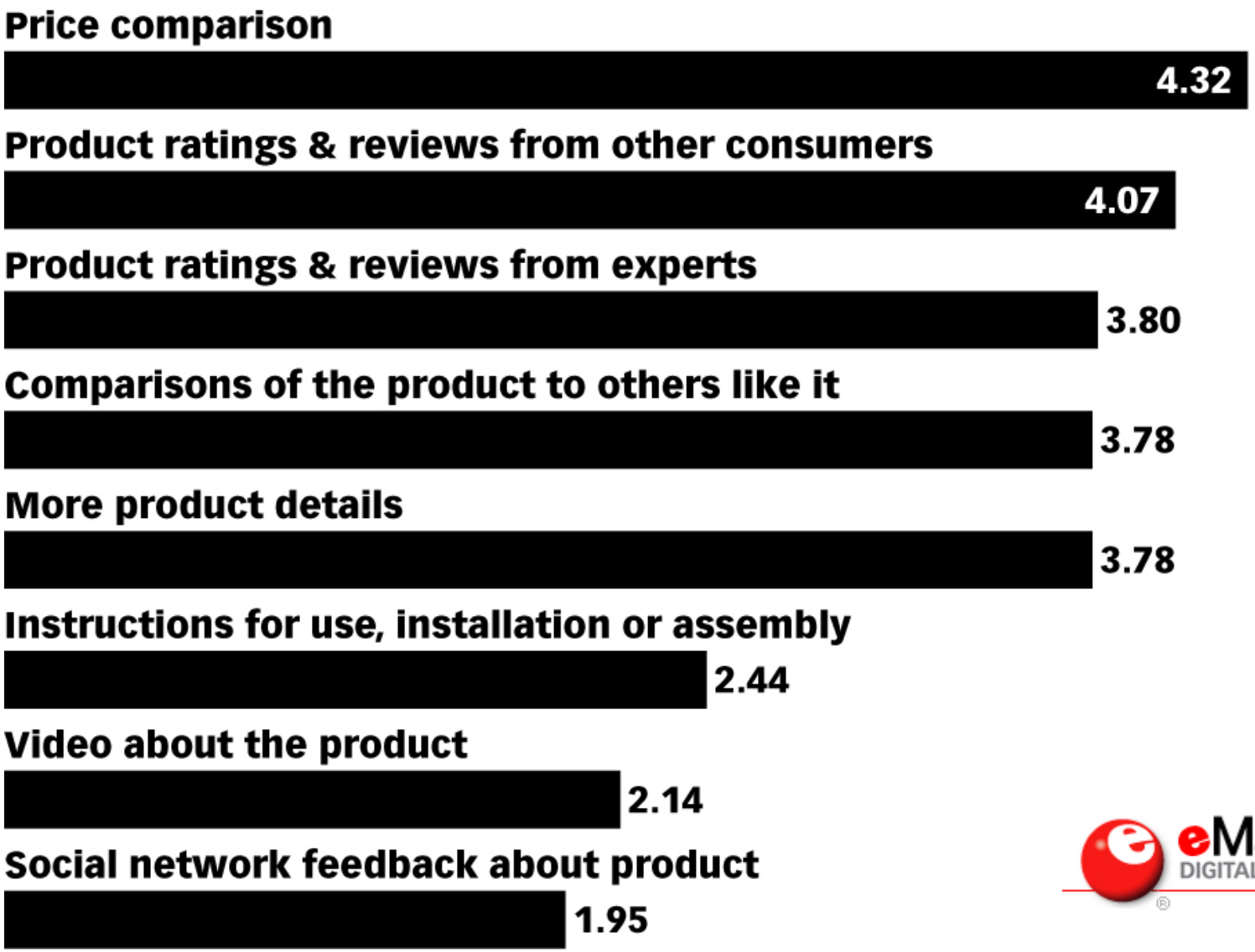
Сервисно-социальные

1. Запостить в социальную сеть вопрос или информацию о товаре/магазине
2. Запостить в социальную сеть информацию/впечатление о совершенной покупке
3. Запостить в социальную сеть информацию о своем нахождении в магазине (check-in)

DATA insight

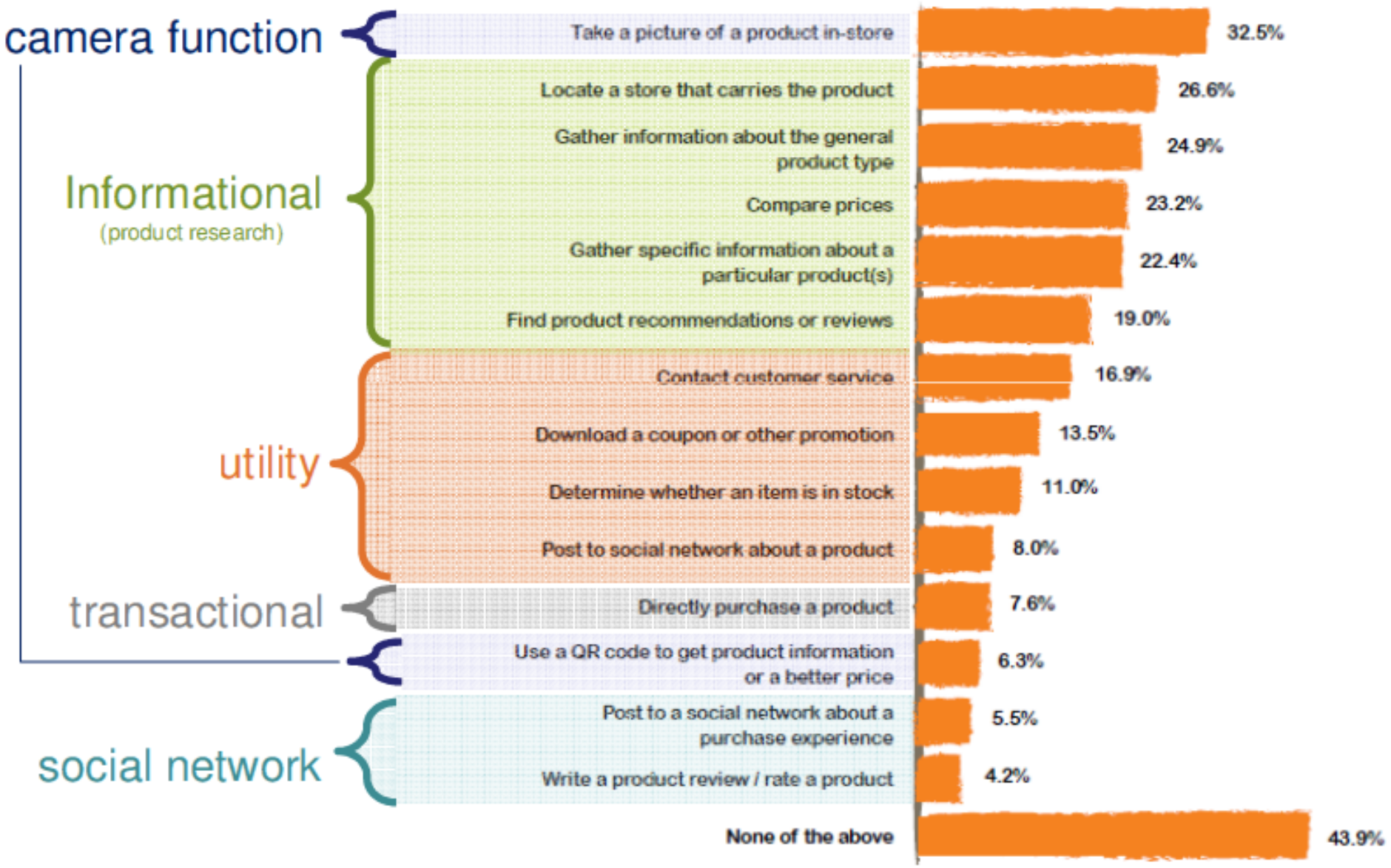
Usefulness of Mobile Information in Helping Them Make In-Store Purchase Decisions According to US Smartphone Users, June 2011

*scale of 0-5**



eMarketer DIGITAL INTELLIGENCE

Итак, когда вы покупаете, вы:



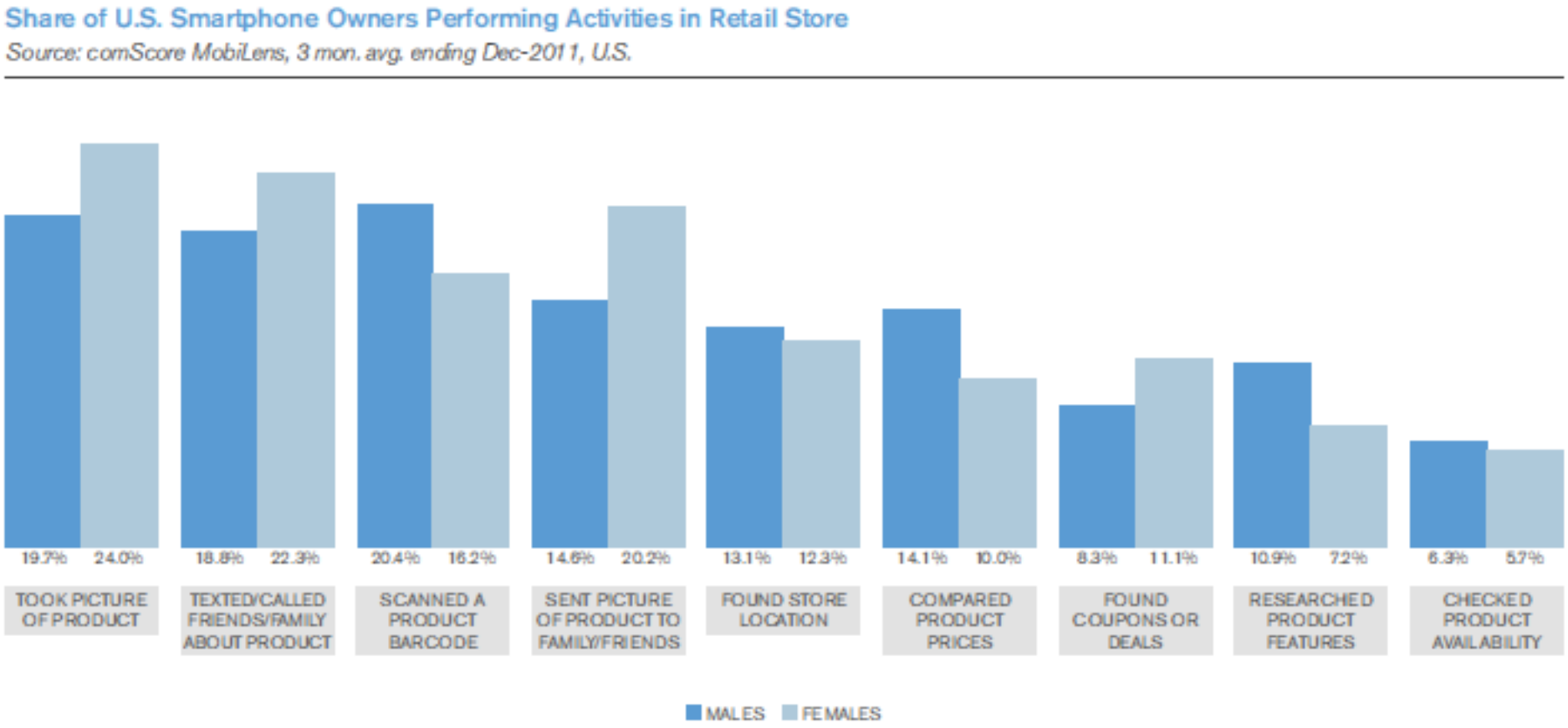
(Source: AskingCanadians™, Dec 2010, Based: Canadian Smartphone Owners, n=237)

Цена и мобильные технологии:

Source: comScore US smartphone user survey, 7/11.
Note: the same survey also indicated that 50% of USA smartphone users have used their smartphones to find a nearby store. So while mobile Internet is helping drive foot traffic to local stores, it is also helping make pricing info more transparent for the consumers.

Copyright 2011. All rights reserved.

Цена и мобильные технологии:



comScore.

Механики приложений

Гео-привязка

1. Стоимость доставки до места (Crutchfield)
2. Напоминалка зайти в магазин
3. Поиск ближайшего магазина

Augmented Reality

1. Информация о товаре по фотографии/штрихкоду (Office Depot, PacSun, Net-A-Porter)
2. Возможность примерки (H&M, Ice.com)
3. Видео по использованию продукта

А например у ebay есть приложение которое при наведении на дом показывает что есть на продажу у жильцов этого дома

DATA insight

Механики приложений

Фан, вовлечение

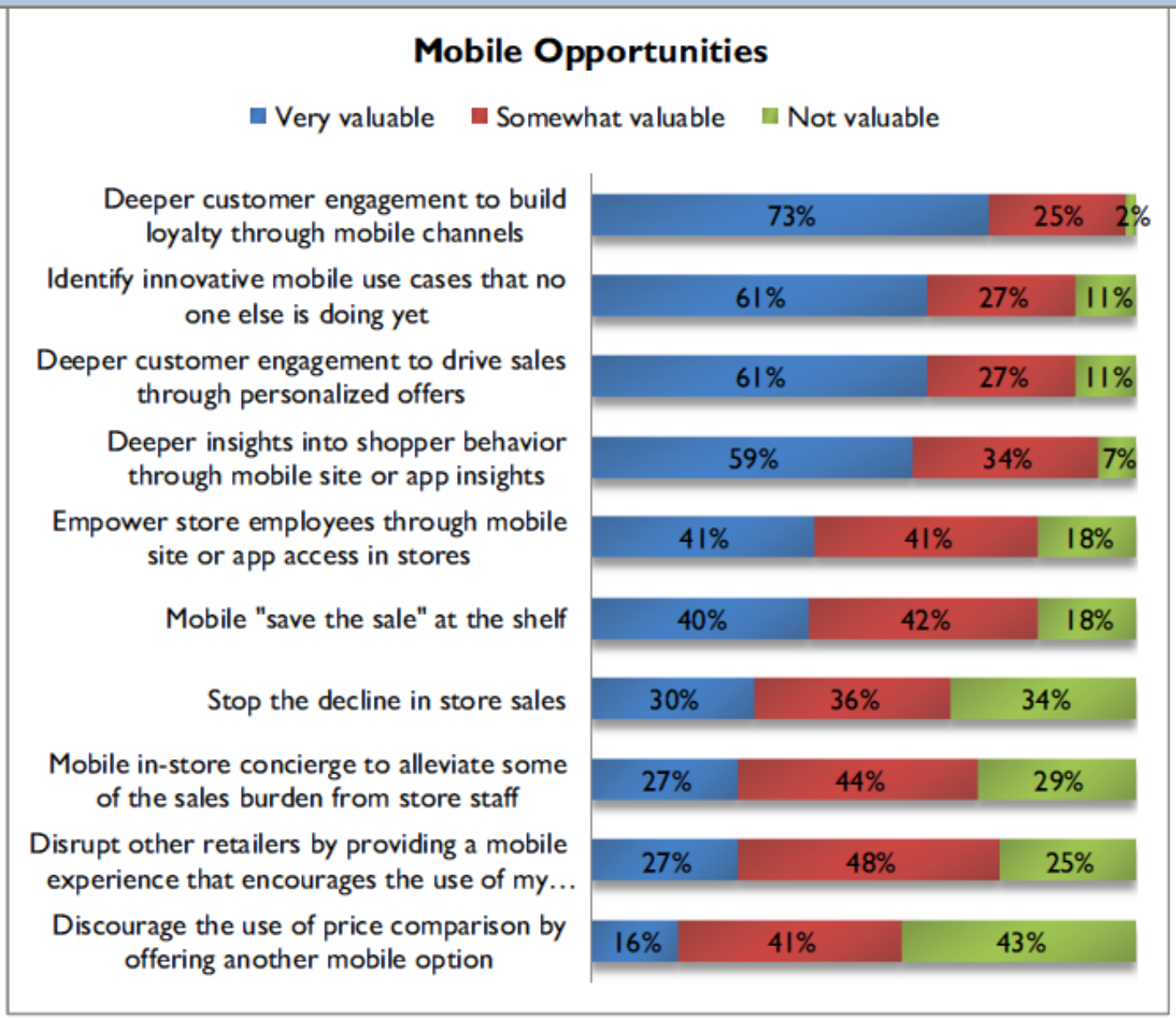
1. Случайные рекомендации при тряске (Alibris, Tesco)
2. Постоянные списки покупок, доформировываемые в магазине (Grocery IQ)
3. Вишлисты, в том числе и публичные (santa Amazon)
4. Чекины покупок

Покупка напрямую

1. Каталог магазина без возможности заказа (IKEA)
2. Каталог магазина с возможностью заказа
3. Каталог магазина с возможностью заказа, поиск в оффлайновом магазине (Victoria’s Secret)
4. Каталог магазина с навигацией по магазину и помощью в покупках в торговом зале

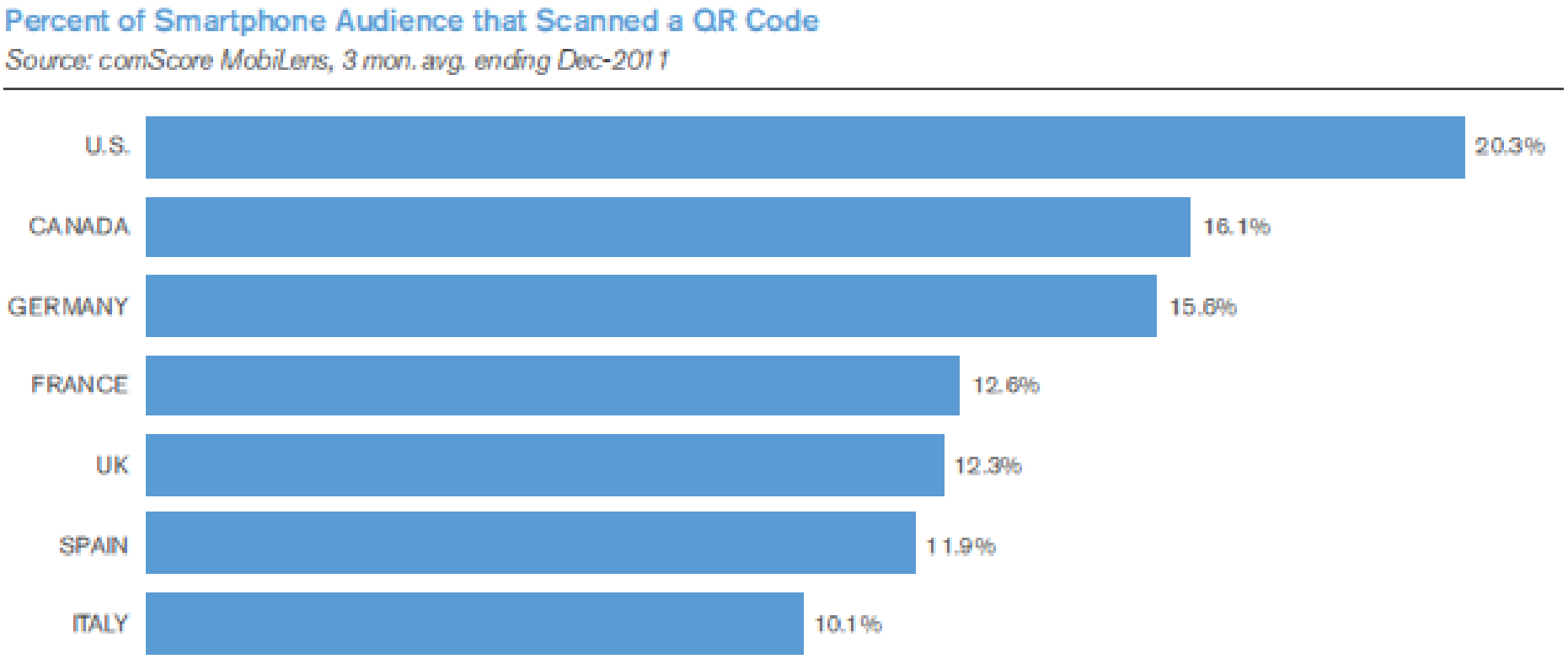
DATA insight

Зачем это нужно?



Source: RSR Research, September 2011

А вот что не надо делать



comSCORE.

Много исследований про m-commerce

RSR: Keeping Up with the Mobile Consumer

http://www.rsrresearch.com/2011/09/01/keeping-up-with-the-mobile-consumer-2/

eMarketer Cashing In on Mobile Shopping

http://www.emarketer.com/blog/index.php/emarketer-webinar-cashing-in-on-mobile-shopping/

2012 Mobile Future in Focus

http://www.comscore.com/Press_Events/Presentations_Whitepapers/2012/2012_Mobile_Future_in_Focus

DATA insight

Спасибо за внимание !

Исследовательская компания **Data Insight**

Наша специализация: исследования рынков

e-**commerce** и **интернет-рекламы**

Основатели

Федор Вирин, Борис Овчинников

a@datainsight.ru +7 495 5405906

www.facebook.com/DataInsight

DATA insight