

Изменения покупательского поведения онлайн

Совместное исследование:



datainsight.ru



idrf.online

Об исследовании

Исследование по теме «Изменения покупательского поведения онлайн» проведено совместно Оргкомитетом конференции по онлайн-ритейлу IDRF'2020 и Data Insight.

Для получения результатов был проведен опрос с помощью системы Яндекс.Взгляд.

Аудитория: жители Москвы и Санкт-Петербурга, 18–44 года.

Количество опрошенных: 500 человек.



Пандемия и e-Commerce

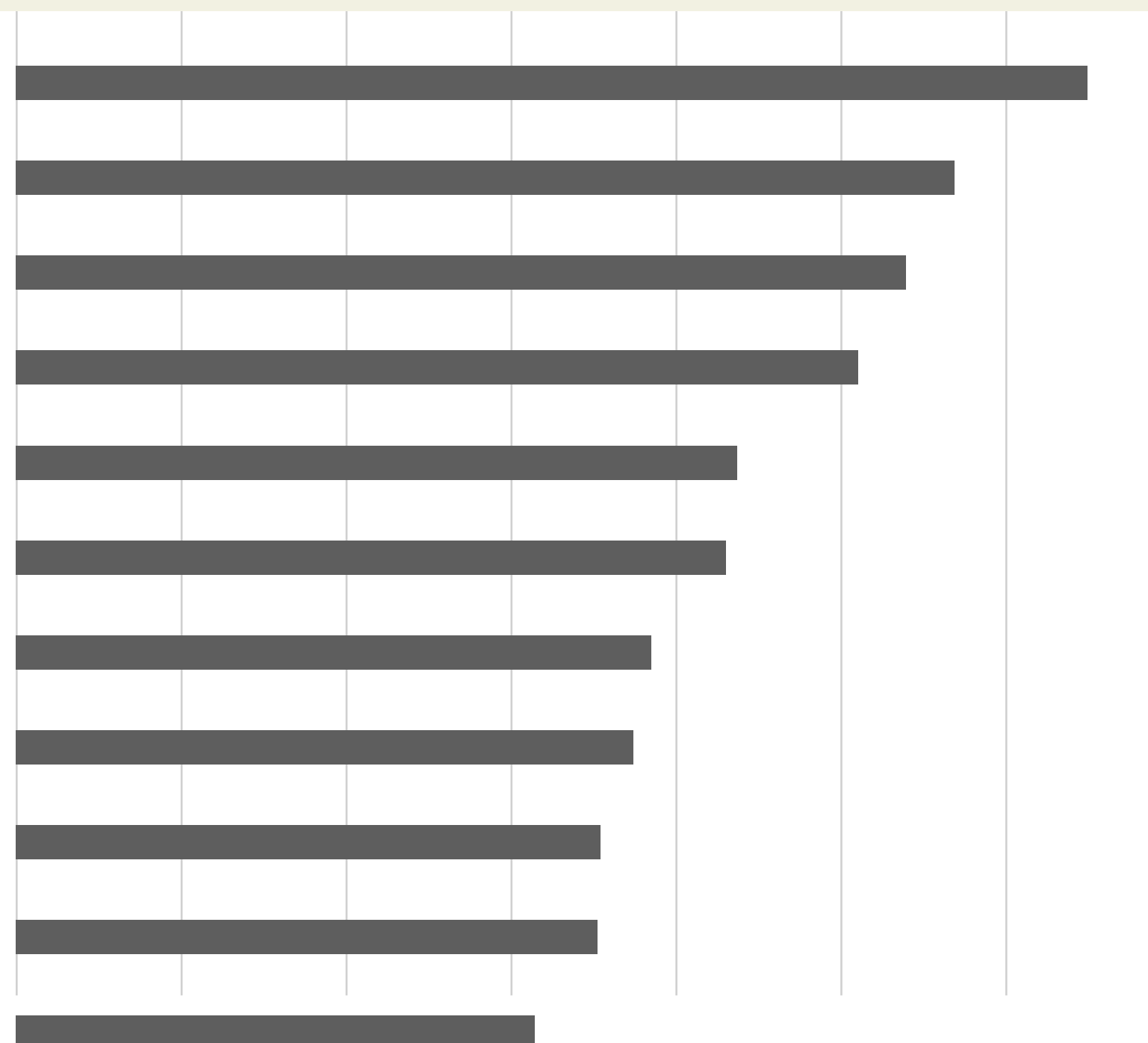
1

Пандемия изменила популярность покупаемых продуктов в интернете



В каких категориях Вы заказывали товары онлайн за последние 12 месяцев?

Одежда и обувь
Электроника и быт. техника
Продукты питания
Косметика и парфюм
Лекарства и тов. для здоровья
Книги
Тов. для дома и ремонта
Тов. для животных
Детские товары
Подарки и украшения
Спортивные товары



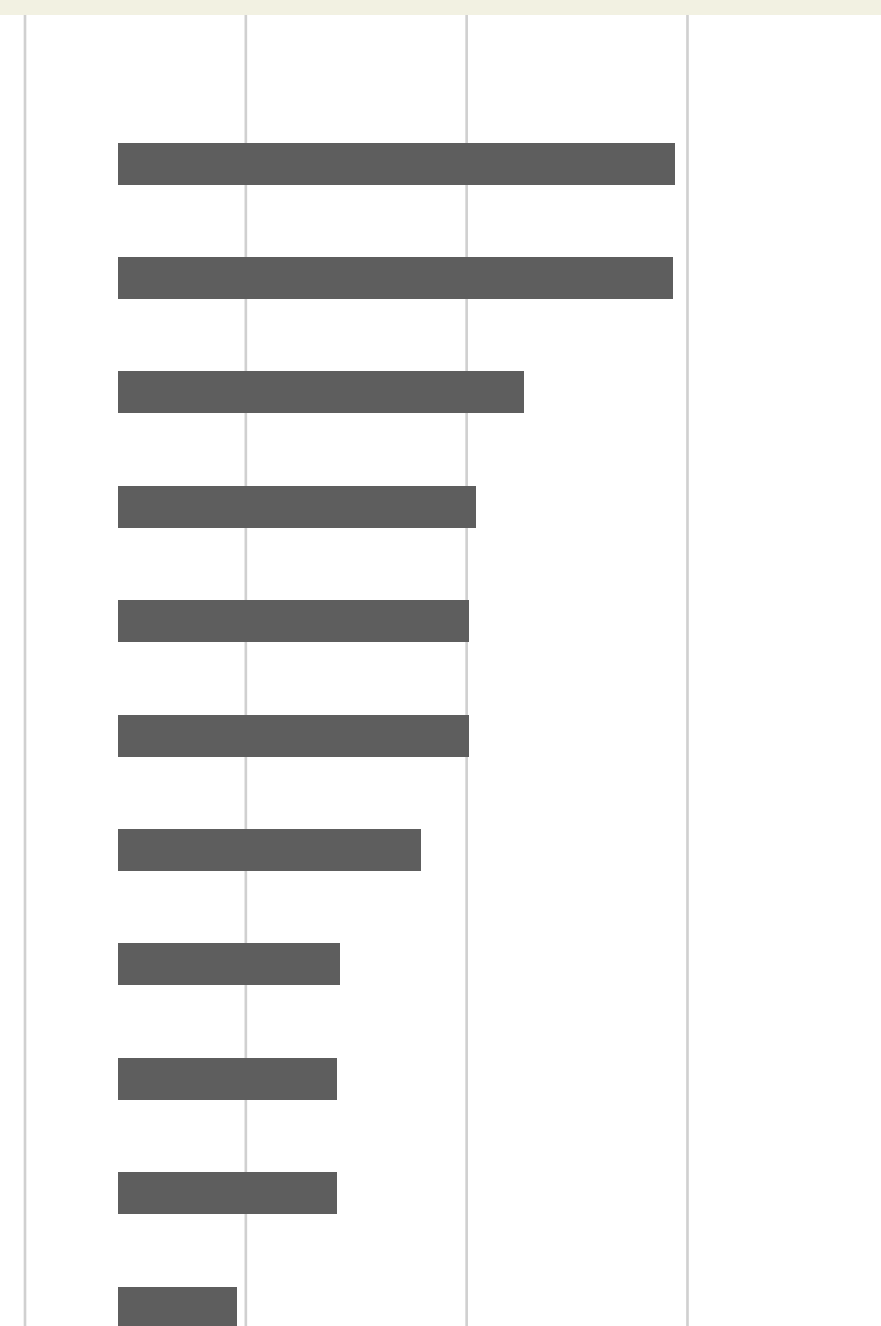
% респондентов,
заказавших определенные
категории товаров в
течение 12 месяцев до
начала пандемии

Пандемия изменила популярность покупаемых продуктов в интернете



Товары каких категорий Вы заказывали через интернет с середины марта этого года (с момента, как узнали о пандемии коронавируса)?

- ▲2 Продукты питания
- ▼1 Одежда и обувь
- ▲2 Лекарства и тов. для здоровья
- Косметика и парфюм
- ▼3 Электроника и быт. техника
- ▲2 Товары для животных
- ▲2 Детские товары
- ▼2 Книги
- ▼2 Тов. для дома и ремонта
- Подарки и украшения
- Спортивные товары



% респондентов, заказавших определенные категории товаров, в течение первых двух недель пандемии в РФ

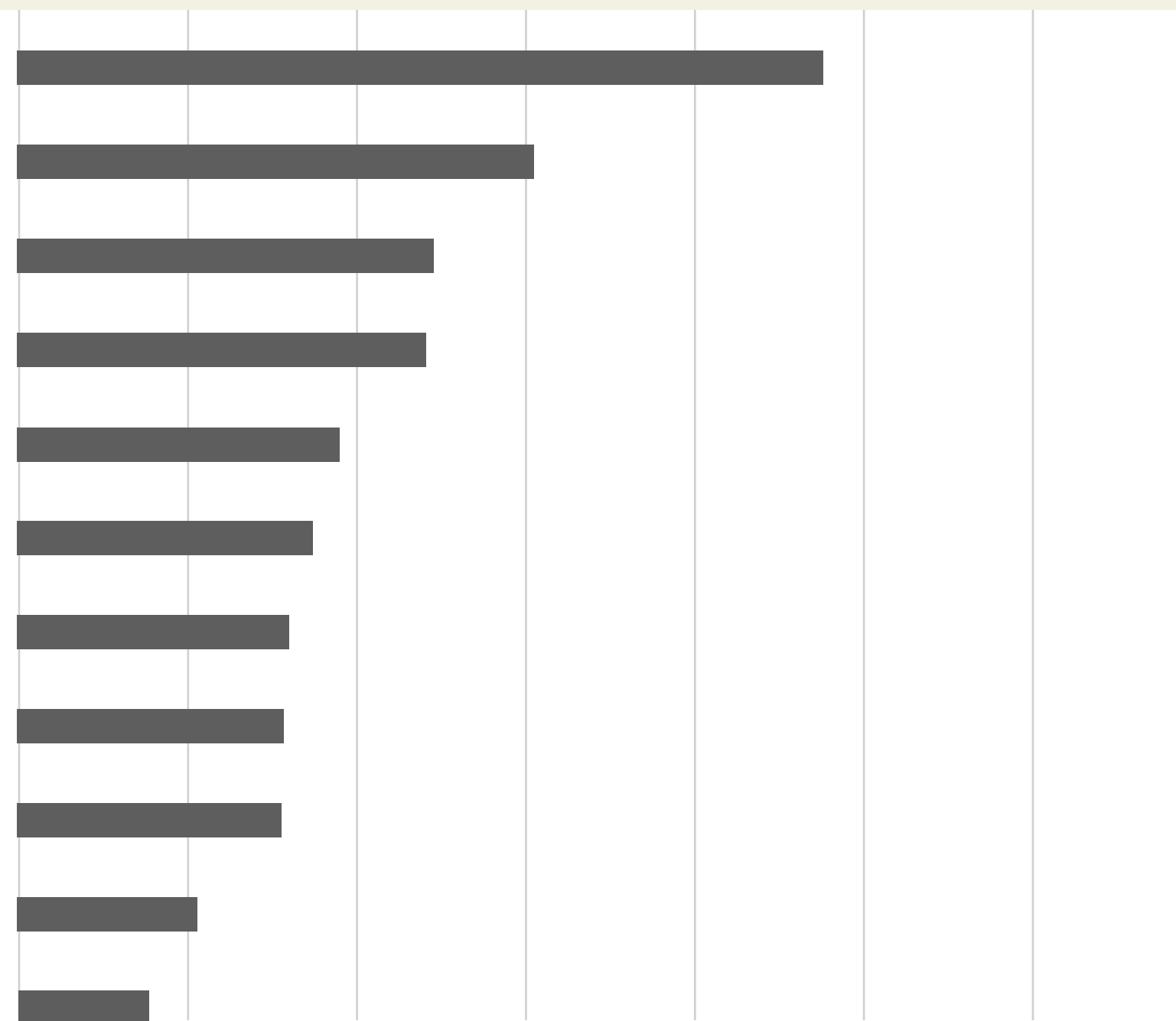
Продукты питания заняли первое место. **Лекарства** поднялись на две позиции. Категория «**Электроника и бытовая техника**» потеряла 3 позиции

Пандемия изменила популярность покупаемых продуктов в интернете



Какие категории Вы собираетесь заказывать через интернет на время карантина?

- ▲2 Продукты питания
- ▲3 Лекарства и тов. для здоровья
- ▲5 Товары для животных
- ▼3 Одежда и обувь
- ▼1 Косметика и парфюм
- ▲3 Детские товары
- Тов. для дома и ремонта
- ▼6 Электроника и быт. техника
- ▼3 Книги
- Подарки и украшения
- Спортивные товары



% респондентов, которые собираются заказывать определенные категории товаров до окончания пандемии (прогноз)

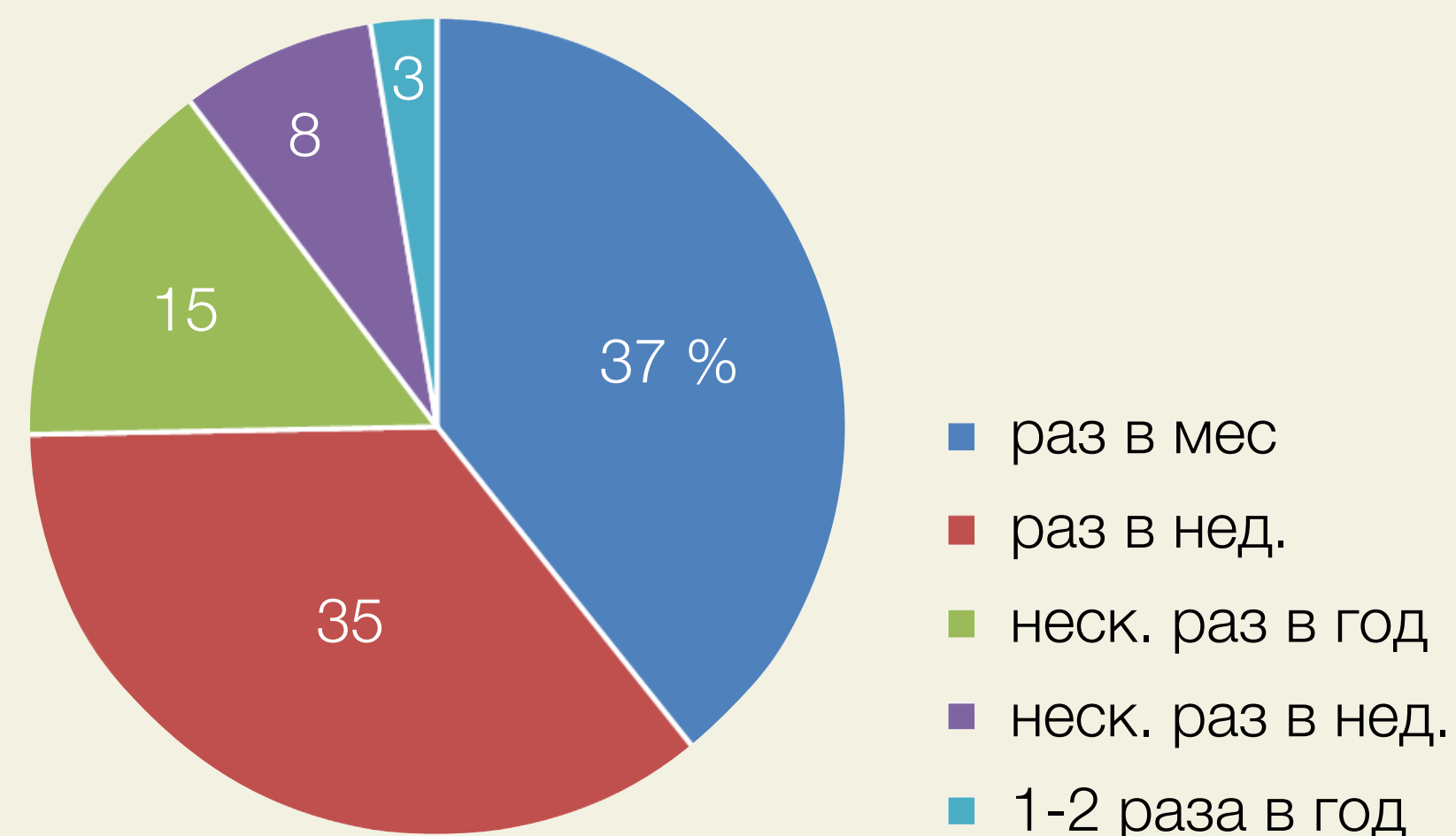
43% респондентов покупали чаще раза в месяц до пандемии

За две недели с начала пандемии сделали покупки более 80%

Сколько раз вы делали заказы через интернет?

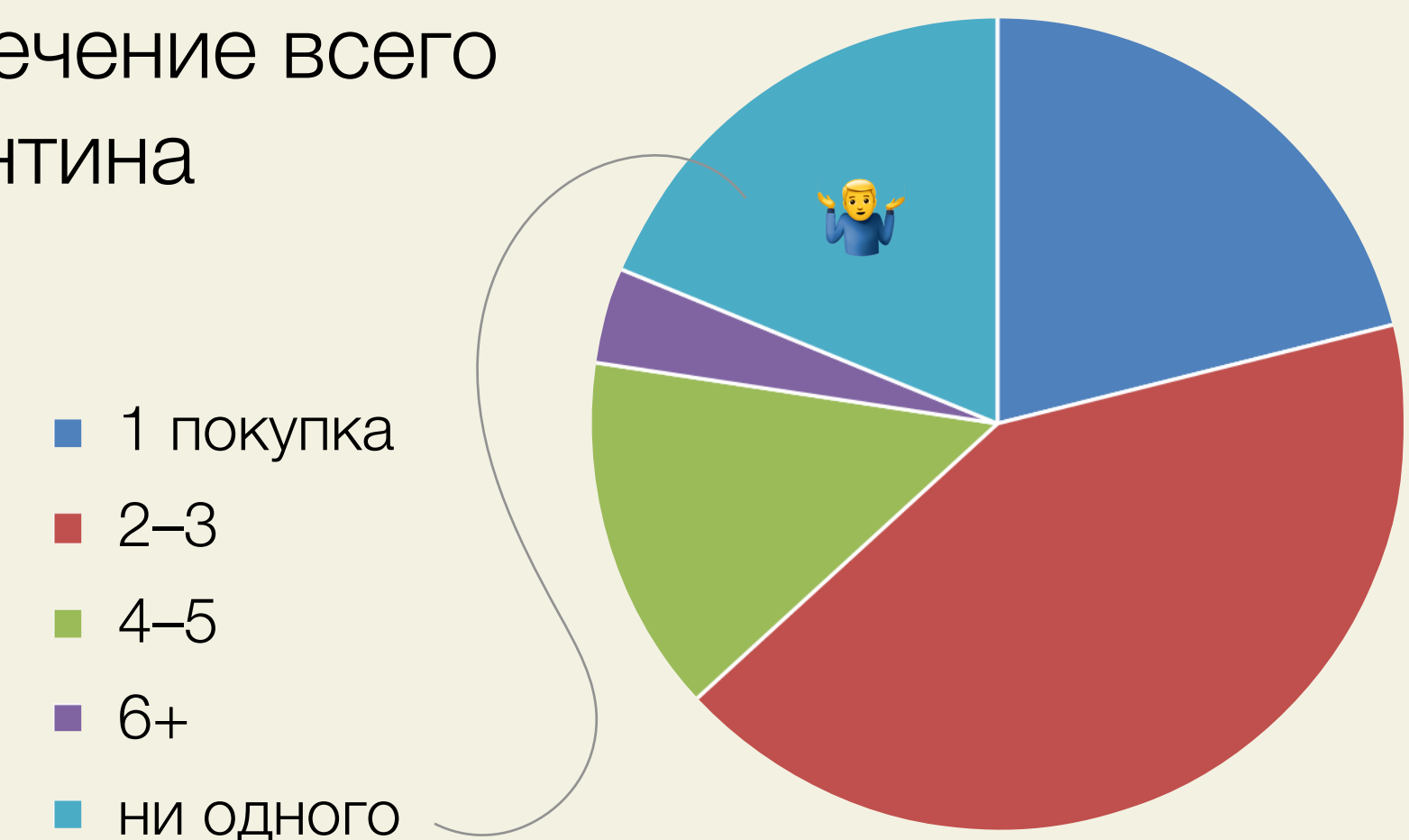
Сколько заказов Вы сделали через интернет с середины марта этого года (с момента, как узнали о пандемии коронавируса)?

До пандемии



С начала пандемии

Ситуация с пандемией повысила частоту покупок онлайн. Причем те, кто не купил в интернете с начала пандемии, не собираются это делать в течение всего времени карантина



И часто, и редко покупающие в интернете стали покупать больше в пандемию

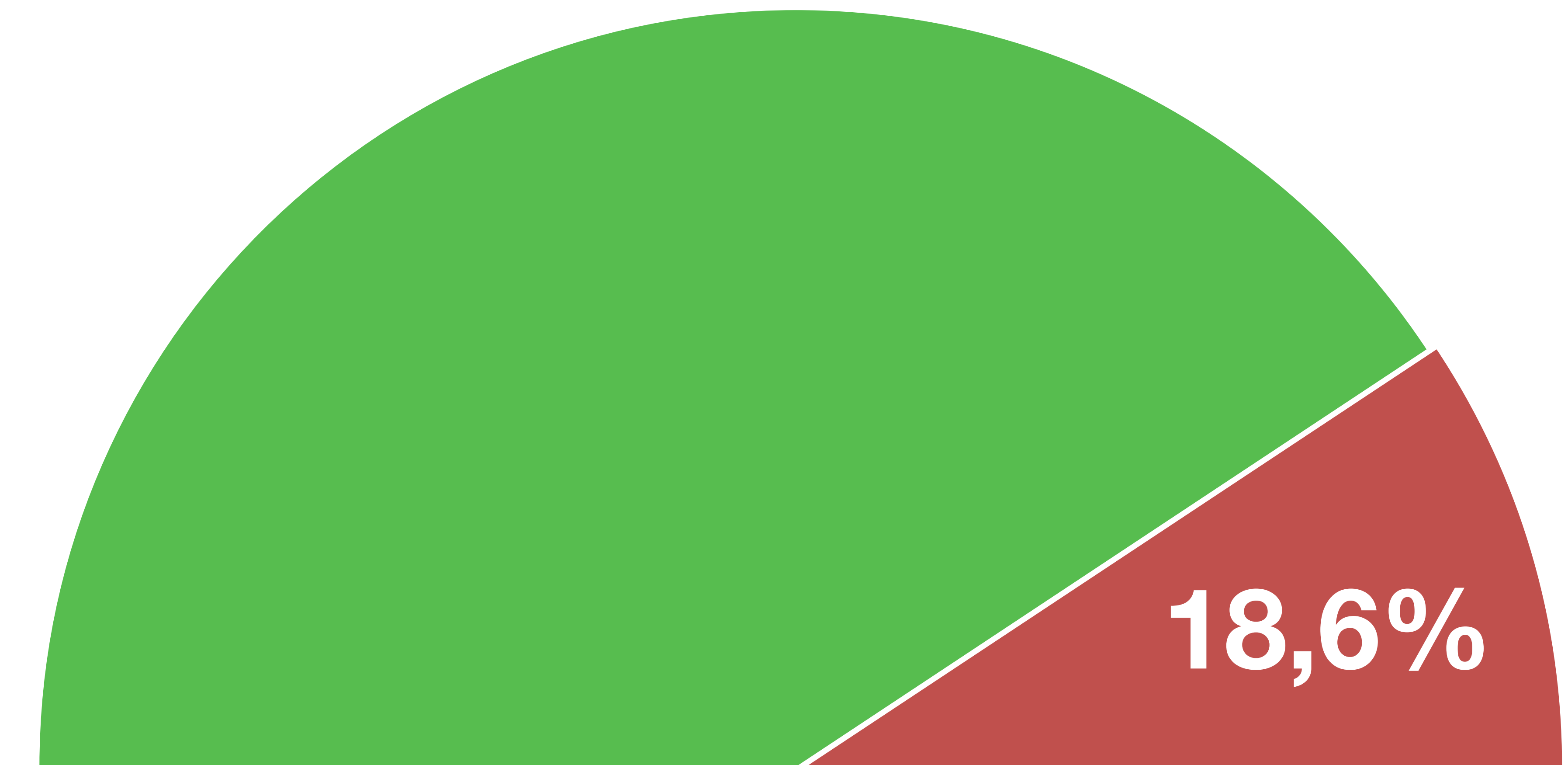
	те, кто обычно покупали...		
	один или несколько раз в год	раз в месяц	раз в неделю и чаще
Не сделали заказов	54 %	20 %	4 %
Сделали один заказ	24 %	36 %	6 %
Сделали 1+ заказа	22 %	44 %	90 %

Сделали заказы:

- почти половина (46%) тех, кто покупал несколько раз в год (реже одного раза в месяц),
- 80% тех, кто обычно заказывает один раз в месяц.
- 90% тех, кто покупал в интернете до пандемии раз в неделю и чаще, сделали более одного заказа.

Заказывать онлайн ГОТОВЫ не все

18,6% опрошенных **НЕ ГОТОВЫ**
заказывать в интернете
во время карантина



Особенности онлайн-покупки

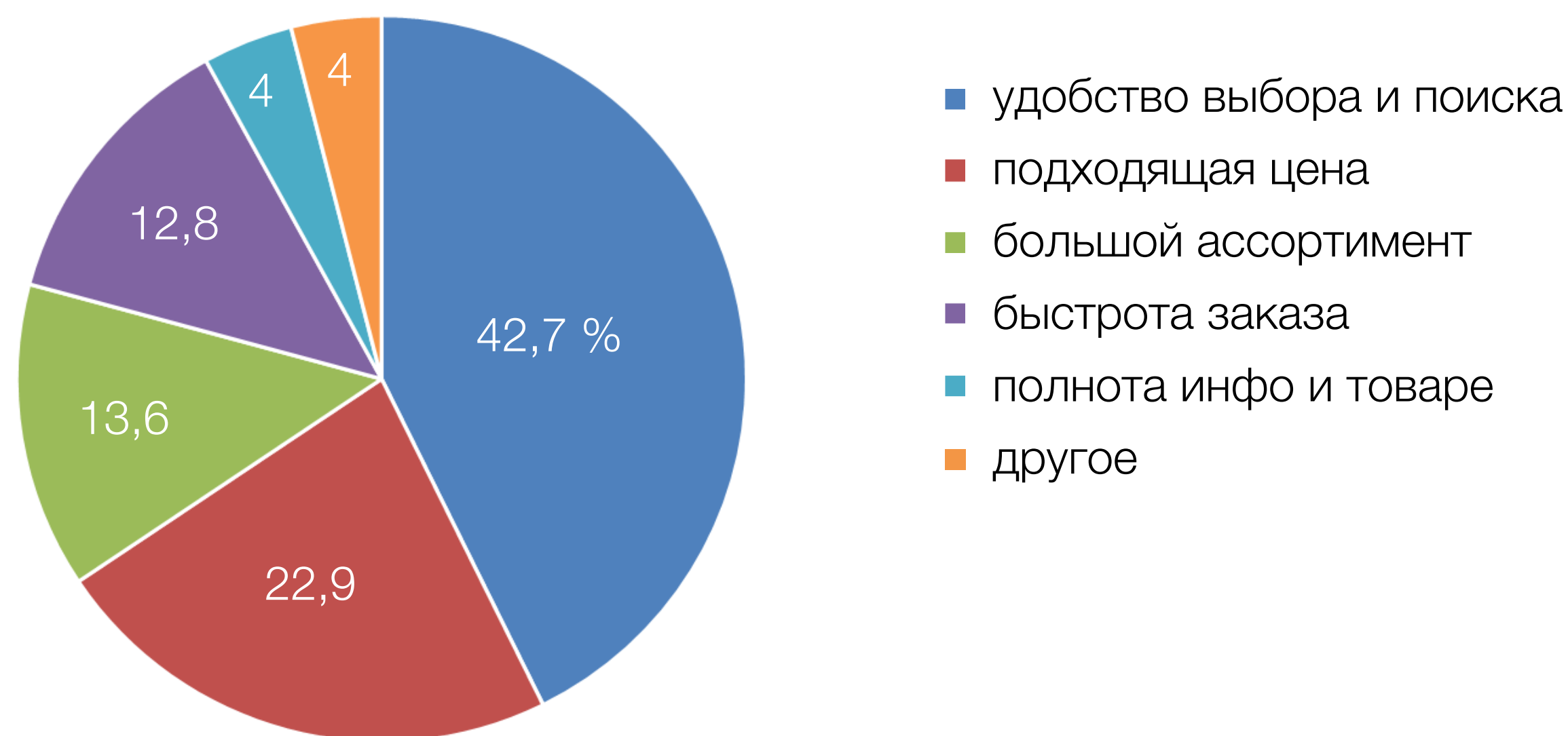
2

Главный плюс покупки онлайн — удобство выбора и поиска



В чем главное преимущество покупок онлайн?

Комфорт в процессе покупки для респондентов является главным преимуществом, почти в 2 раза упомянутым чаще, чем фактор низкой цены

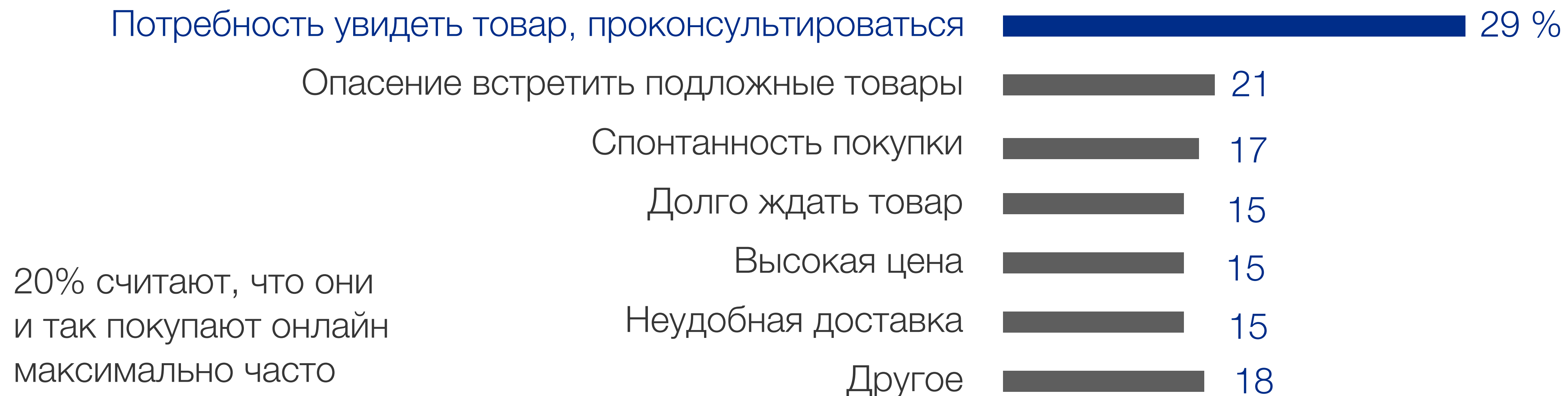


Не пощупаю — не возьму

Важность «пощупать» товар —
основной сдерживающий
фактор при покупке онлайн



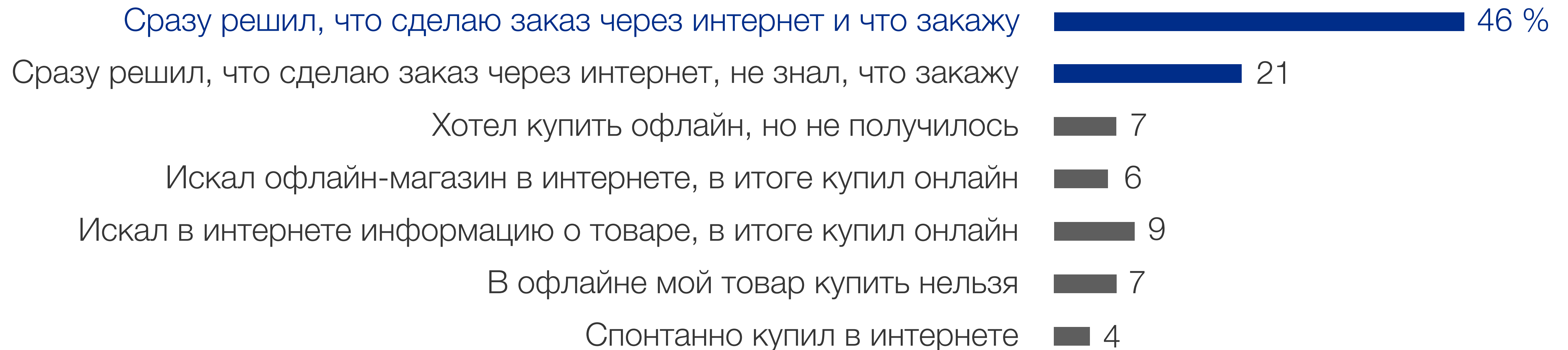
Что мешает вам делать покупки онлайн еще чаще?



2/3 заказывающих сразу знали, что закажут онлайн



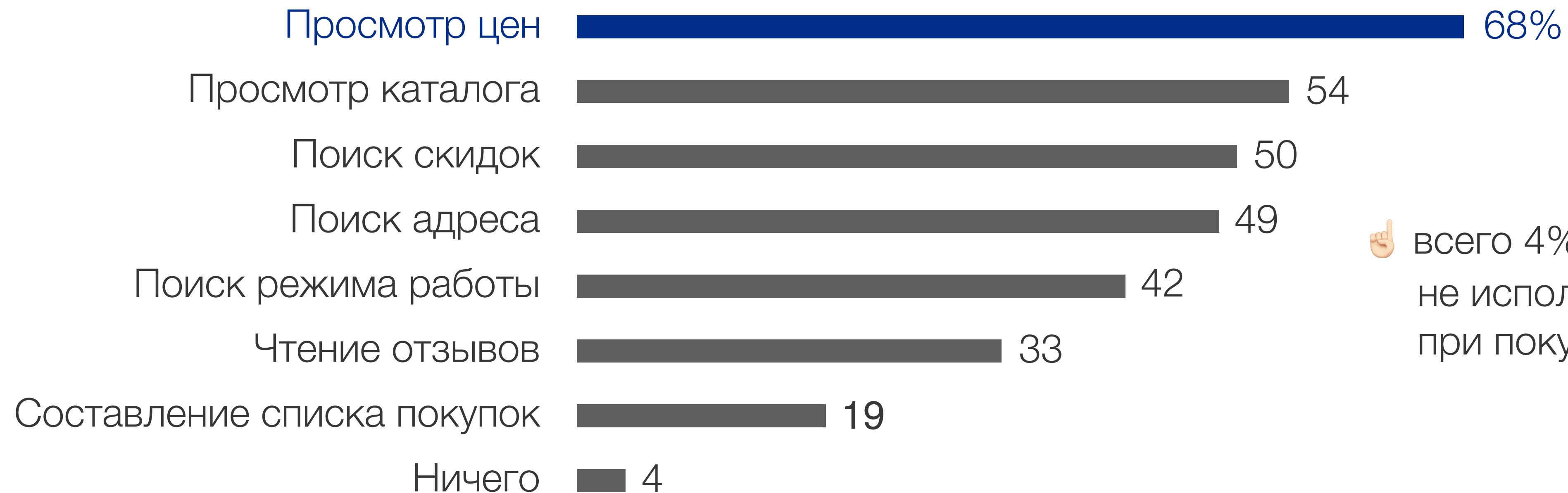
Как вы делали выбор именно в пользу заказа через интернет?



2/3 респондентов смотрят цены в интернете до покупки офлайн

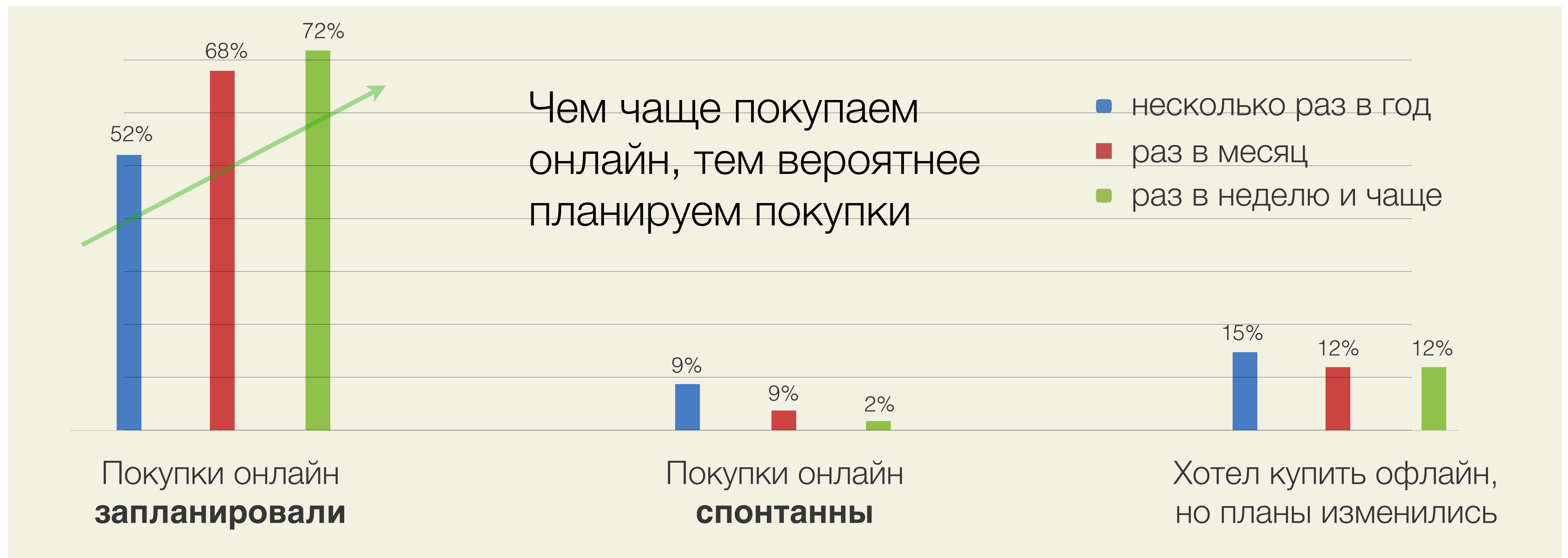


Для чего вы используете интернет при покупке в обычных магазинах?



👉 всего 4% респондентов не используют интернет при покупке офлайн

Частые покупки стимулируют их планирование



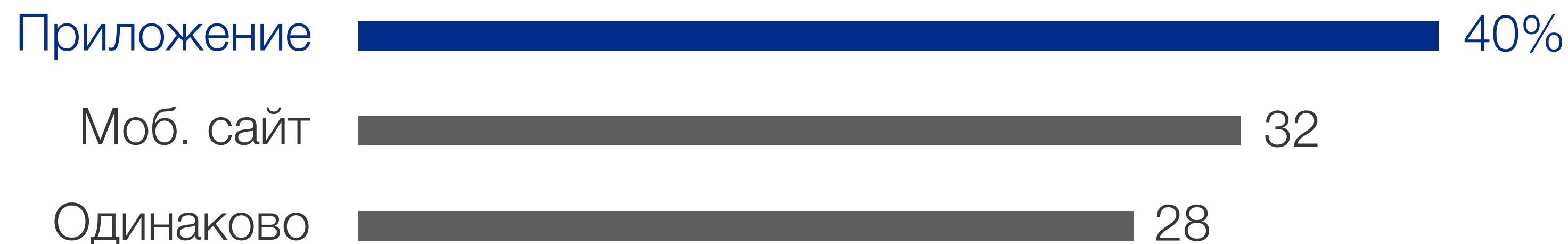
Мобильный сайт vs приложение

Приложение
выигрывает
«по очкам»



При покупке со смартфона вы обычно ее делаете на сайте или через мобильное приложение?

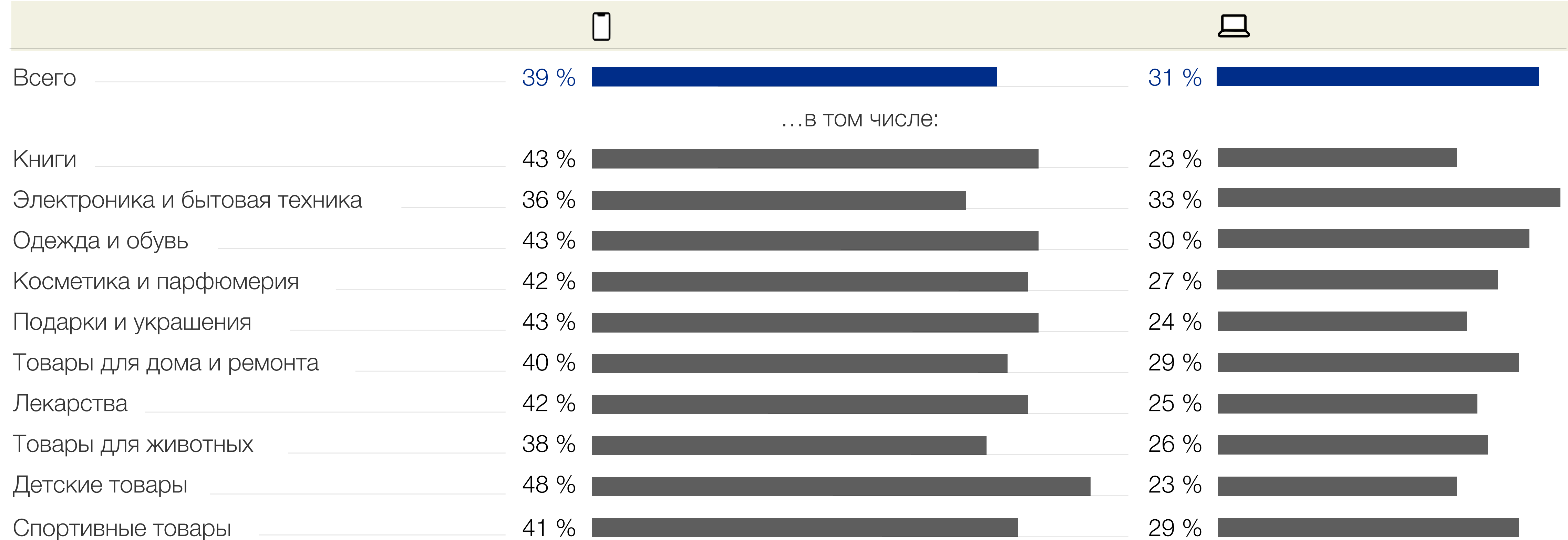
Общая статистика



👉 14% респондентов совсем не используют смартфон при покупках онлайн

Покупают онлайн чаще со смартфона

📱 смартфон преобладает
над 💻 десктопом/лэптопом
при онлайн-заказах



Источник: Исследование [Data Insight](#) и оргкомитета конференции [IDRF.online](#) «Изменения покупательского поведения онлайн», 2020

Процесс покупки онлайн

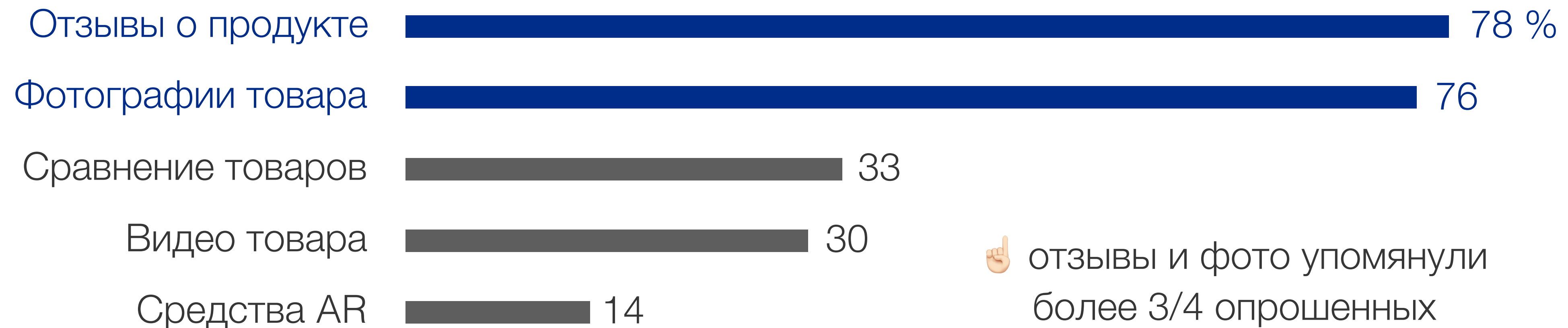
3

Фото и отзывы — важнейшие данные

Фото и отзывы о товаре
наиболее важны как источник
информации о нем



Для получения полного **представления**
о товаре что вы хотите видеть на сайте?



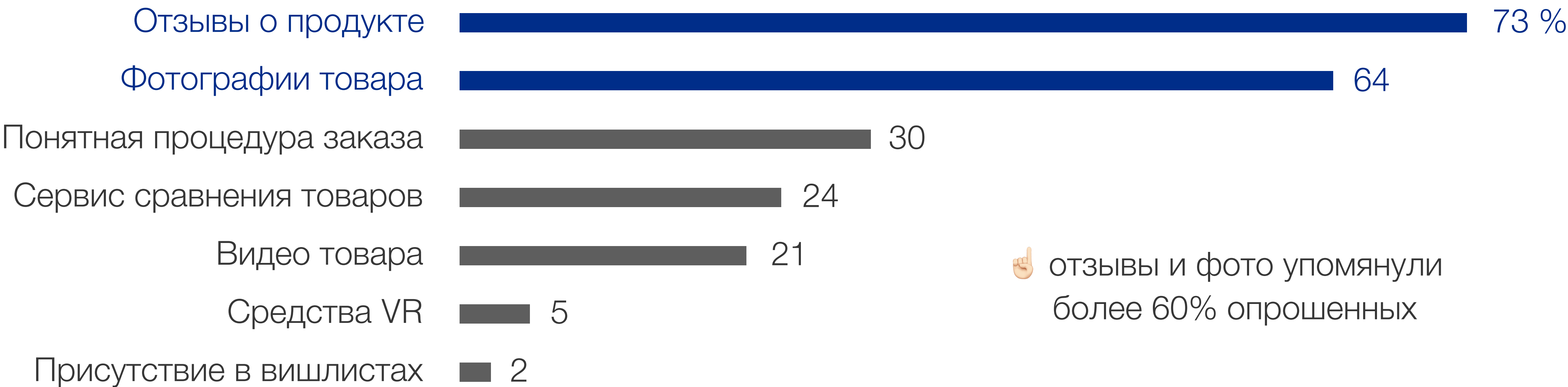
👉 отзывы и фото упомянули
более 3/4 опрошенных

Отзывы и фото влияют на решение о покупке

Они наиболее важны для покупателя при покупке онлайн



Для принятия решения о покупке онлайн, что вы хотите видеть на сайте прежде всего?



👉 отзывы и фото упомянули более 60% опрошенных

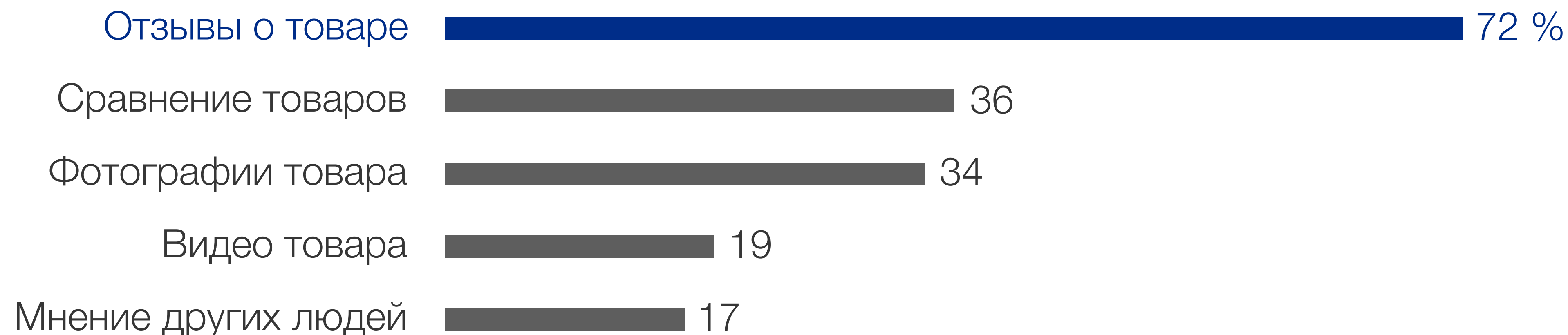
Рост внимания к отзывам

● в процессе
заказа онлайн

На отзывы о товаре стали
обращать больше всего
внимания за последний год



За последний год на что вы стали обращать
больше внимания **при изучении товаров?**



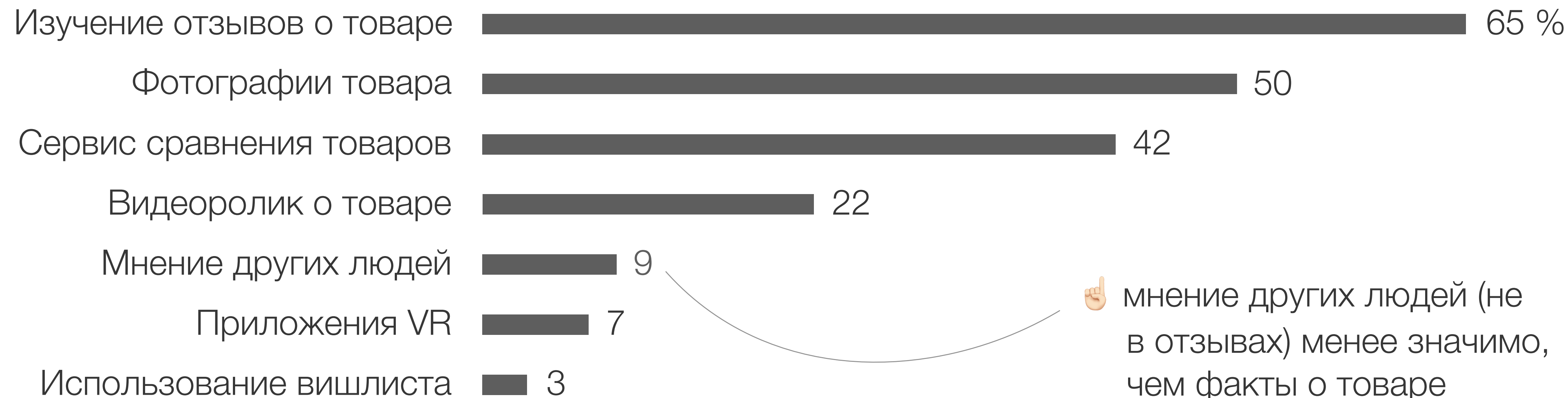
Рост внимания к отзывам

● в процессе
заказа онлайн

За последний год
больше всего внимания
стали обращать на отзывы



За последний год **при покупке онлайн**
на что вы стали обращать больше внимания?



Частота покупок и предпочтения

● в процессе заказа онлайн

Частота покупок не сильно влияет на предпочтения при покупках онлайн



За последний год **при покупке онлайн** на что вы стали обращать больше внимания?

частота покупок	мнения людей	сравнение хар-к товаров	чтение отзывов	фото товара	AR	видео с товаром
Несколько раз в год	8 %	23 %	34 %	21 %	3 %	11 %
Раз в месяц	5 %	22 %	34 %	26 %	3 %	8 %
Раз в неделю и чаще	3 %	20 %	31 %	25 %	4 %	14 %

Основные выводы

1. Покупательское поведение в пандемию изменилось и качественно и количественно
2. Удобство выбора и поиска – основное преимущество интернет-покупки
3. Со смартфона покупают больше. Небольшое предпочтение отдается мобильным приложениям
4. Отзывы и фотографии наибольшим образом влияют на решение об интернет-покупке

**Спасибо
за внимание!**