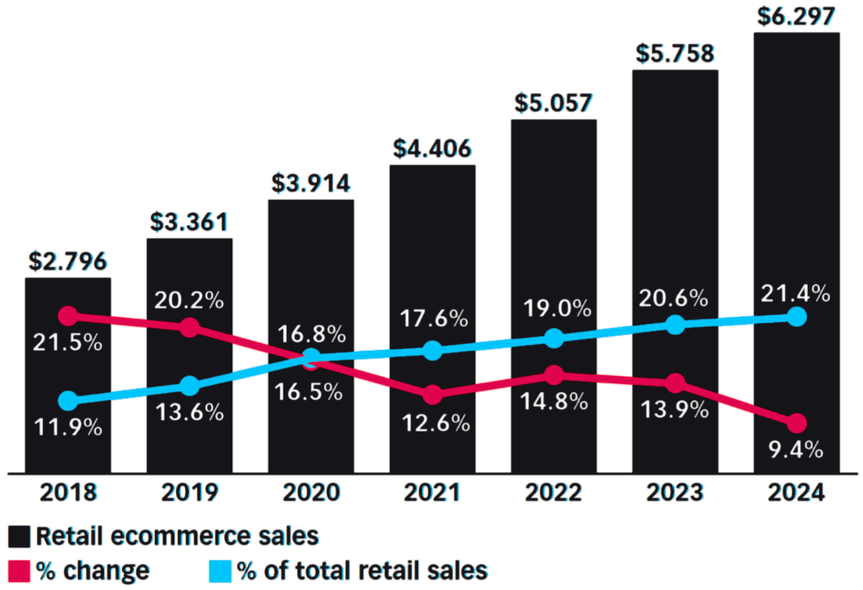
Ecom — взгляд с Востока и Запада / со стороны потребителя и бренда

PUBLICIS GROUPE

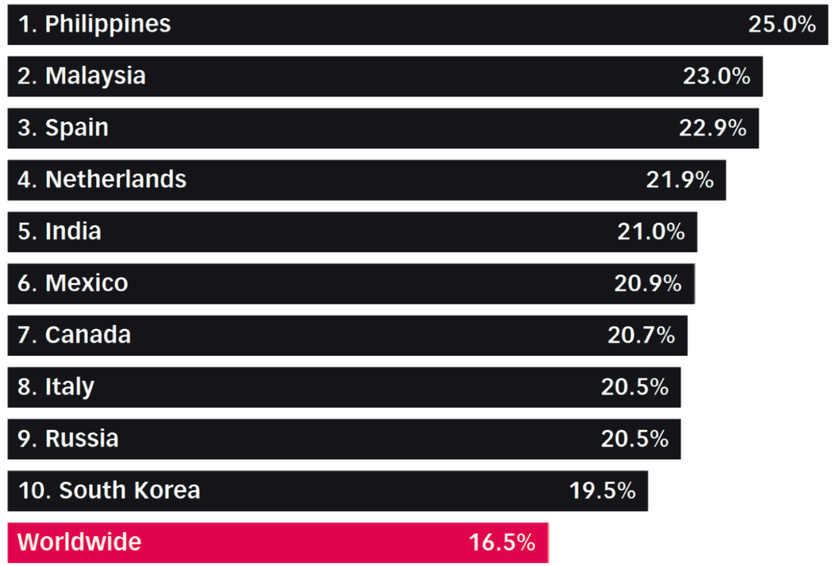
Ecommerce составляет 16,5% всего объема продаж в мире и в результате пандемии произошел скачок, к которому бы шли около 2 лет

Retail Ecommerce Sales Worldwide, 2018–2024
trillions, % change and % of total retail sales



В России доля Ecom достигла 10% общего оборота розничной торговли в H1’ 2020

Top 10 Countries, Ranked by Retail Ecommerce Sales, Growth, 2020, % change



Источник: Emarketer Global Ecommerce 2020, Май 2020 // https://digital.ac.gov.ru/news/4916/

PUBLICIS GROUPE

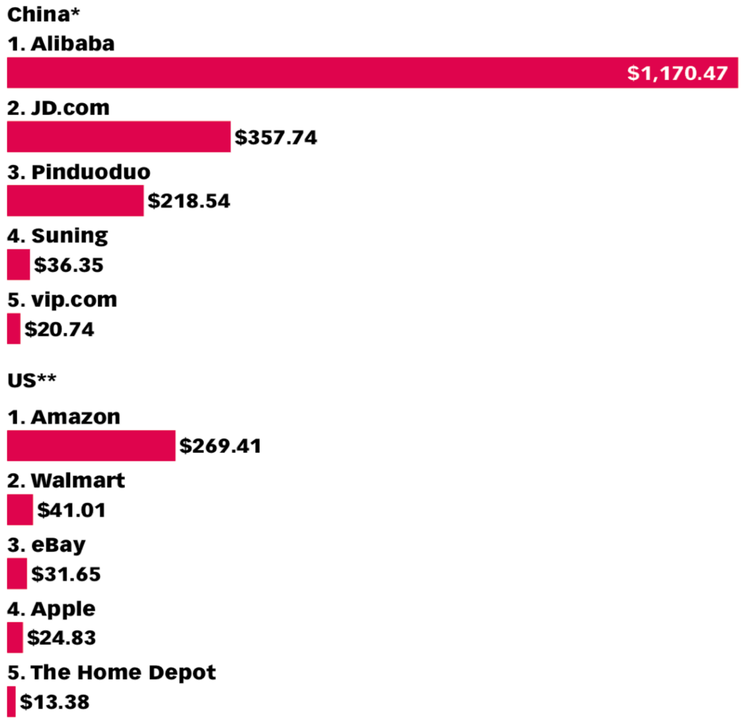
80% оборотов ecommerce в мире приходится на 2 страны! В Китае в 2020 году на долю ecomm приходится 41% продаж, в США — 26%

Top 10 Countries, Ranked by Retail Ecommerce Sales, 2019 & 2020, billions and % change

	2019	2020	% change
1. China*	$1,801.53	$2,089.78	16.0%
2. US	$601.65	$709.78	18.0%
3. UK	$133.92	$153.61	14.7%
4. Japan	$123.45	$130.61	5.8%
5. South Korea	$87.08	$104.06	19.5%
6. Germany	$79.47	$92.33	16.2%
7. France	$66.00	$77.27	17.1%
8. India	$42.58	$51.52	21.0%
9. Canada	$32.49	$39.22	20.7%
10. Spain	$26.77	$32.89	22.9%

Источник: Emarketer Global Ecommerce 2020, Май 2020

Top 5 Companies in China and the US, Ranked by Retail Ecommerce Sales, 2020 / Billions



PUBLICIS GROUPE

New Retail - симбиоз онлайн и оффлайн торговли

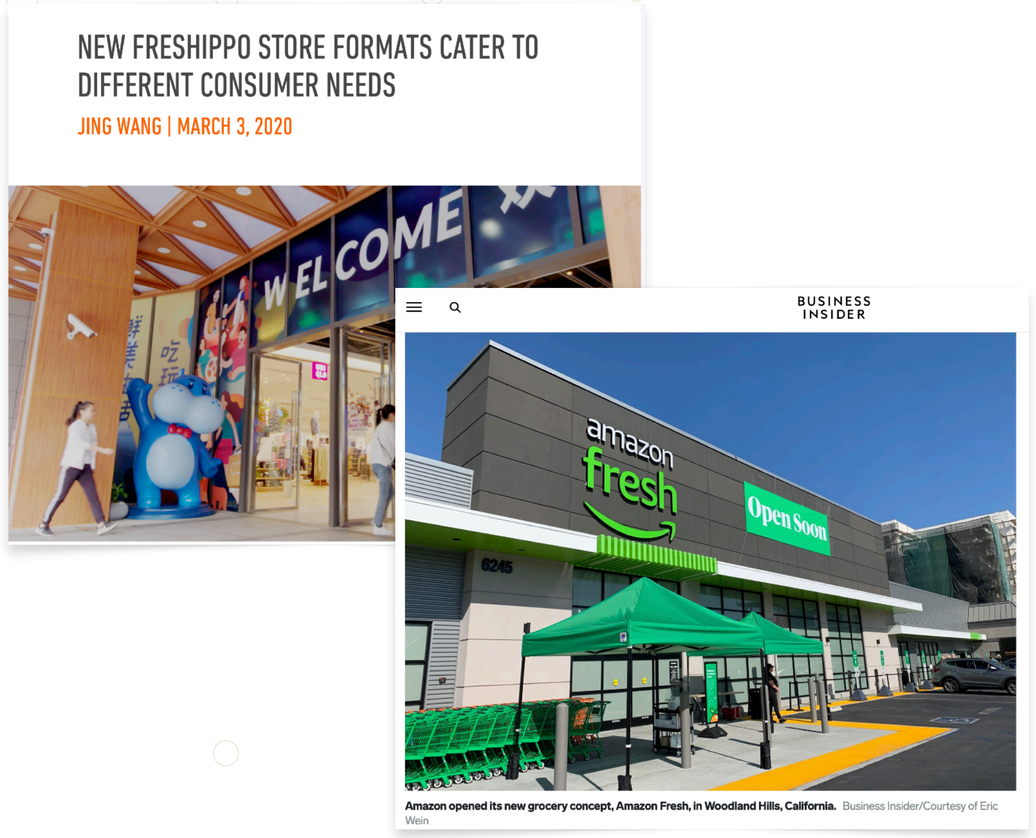
Оффлайн продажи / 2024

$23,1 Т (78,6%)

Онлайн продажи / 2024

$6,3 Т (21,4%)

ДЕЛЬТА $16,8 Т К 2024 ГОДУ



NEW FRESHIPPO STORE FORMATS CATER TO DIFFERENT CONSUMER NEEDS

JING WANG | MARCH 3, 2020

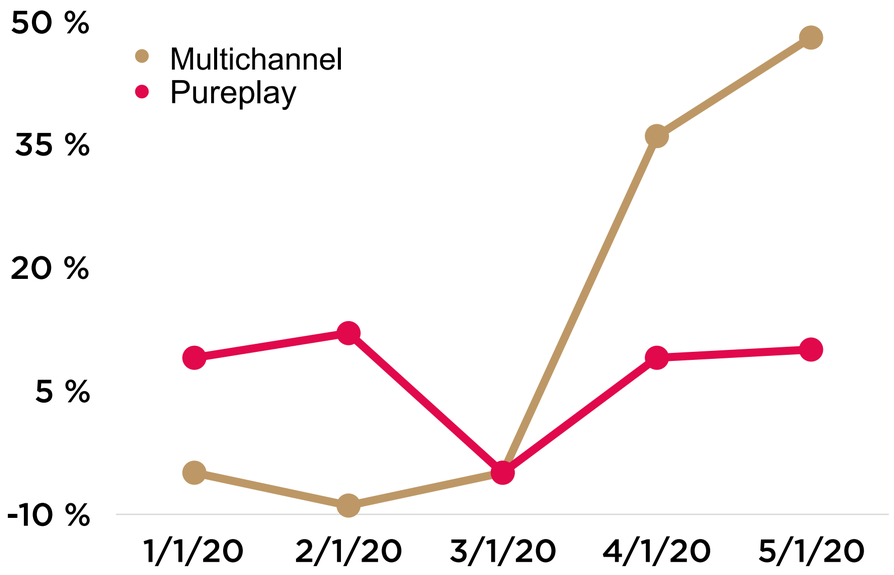
BUSINESS INSIDER

Amazon opened its new grocery concept, Amazon Fresh, in Woodland Hills, California. Business Insider/Courtesy of Eric Wein

Источник: Emarketer Global Ecommerce 2020, Май 2020

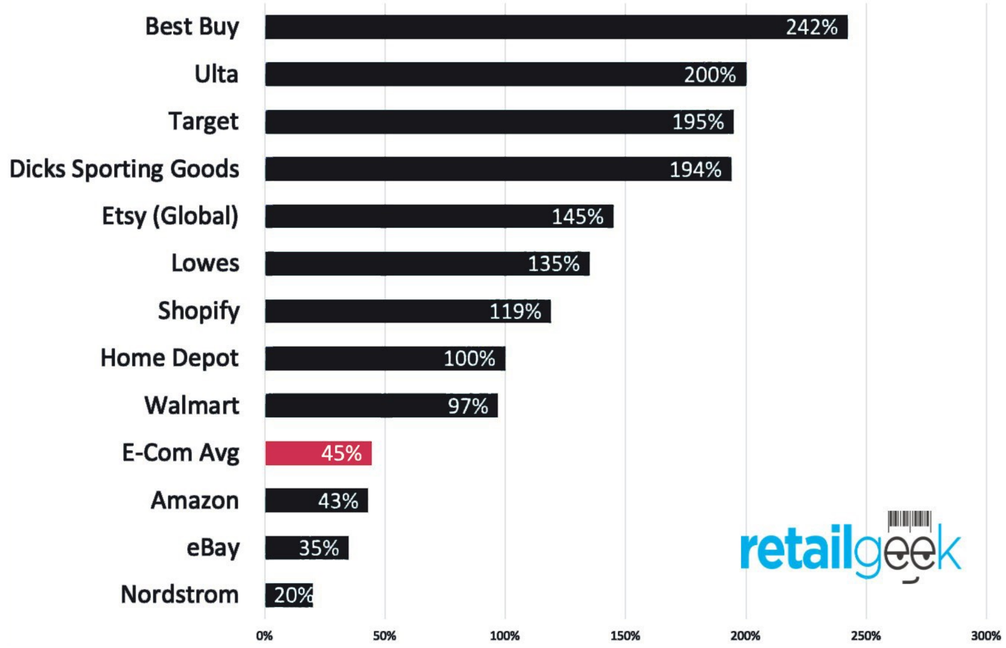
Коронавирус внес коррективы в позиции игроков на рынке

Динамика роста по типам рителa, UK (IMRG, YoY)



Multichannel показали более высокую динамику прироста

US Q2 Ecommerce GMV YoY Growth



https://info2.magento.com/rs/585-GGD-959/images/RETAIL_RETHINK_PLAYBOOK.pdf

PUBLICIS GROUPE

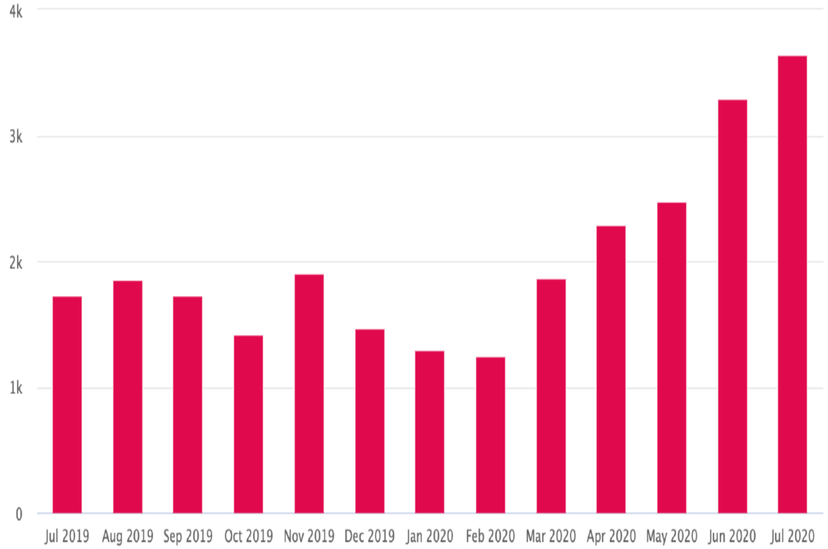
«Маркетплейсинг» традиционного ритейла

Watch out, Amazon. Walmart is back in the game, thanks to Shopify

Tim Breslin, CTO of 03 World, shares his insight on the Walmart/Shopify partnership and how it will help Walmart stay competitive with Amazon.

Больше товаров и привлечение SMB

New Walmart Marketplace Sellers



Перевод потребителей на модель постоянного дохода (recurring revenue) по подписке

Walmart's Amazon Prime competitor will launch in July

Walmart+ will cost $98 a year and include same-day delivery of groceries, fuel discounts, and other perks.

By Jason Del Rey | @DelRey | Jul 7, 2020, 11:31am EDT

SHARE

STREAMING NEWS & INSIGHT
From Vulture's Joe Adalian
GET THE NEWSLETTER

ХРОНИКИ НЕОБЪЯВЛЕННЫЙ ВОЙНЫ

МАЙ

БИЗНЕС 26.05.2020 08:23

Как X5 Retail Group смог в пандемию обойти «Утконос» и стать главным супермаркетом Рунета

Елена Ганжур Forbes Staff

ИЮЛЬ

БИЗНЕС 01.07.2020 12:51

«Ситуация все больше походит на гонку вооружений»: как сервисы X5 и Сбербанка захватывают лидерство в онлайн-продаже еды

Елена Ганжур Forbes Staff

БИЗНЕС 06.07.2020 07:37

Как «ВкусВилл» ворвался в пятерку крупнейших онлайн-продавцов еды в России

Елена Ганжур Forbes Staff

Forbes

Рейтинг INFOLine Russia TOP online food retail

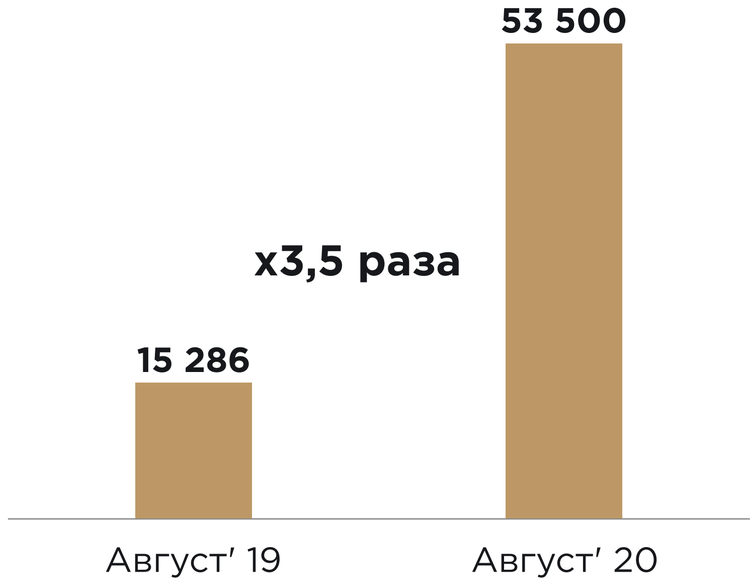
КРУПНЕЙШИЕ ПРОДУКТОВЫЕ ОНЛАЙН-РЕТЕЙЛЕРЫ

	Оборот, млрд руб. (с НДС)	Кол-во заказов, тыс.	Средний чек, руб. (с НДС)
X5 Retail Group	2,37	714	3319
Perekrestok.ru	1,7	350	4813
Перекресток.Быстро Доставка.Пятерочка	0,673	364	1849
Сбермаркет	2,028	505	4015
Утконос	1,9	295	6450
Ozon.ru*	1,6	1400	1140
ВкусВилл	1,25	604	2070
Яндекс.Лавка	1,2	1200	1000
iGooods	1,1	241	4565
Wildberries*	0,997	-	-
Самокат	0,95	1400	680

* категория food

Источник: данные компании (по службам доставки оборот с учетом стоимости доставки), оценка INFOLine

Количество продавцов на Wildberries



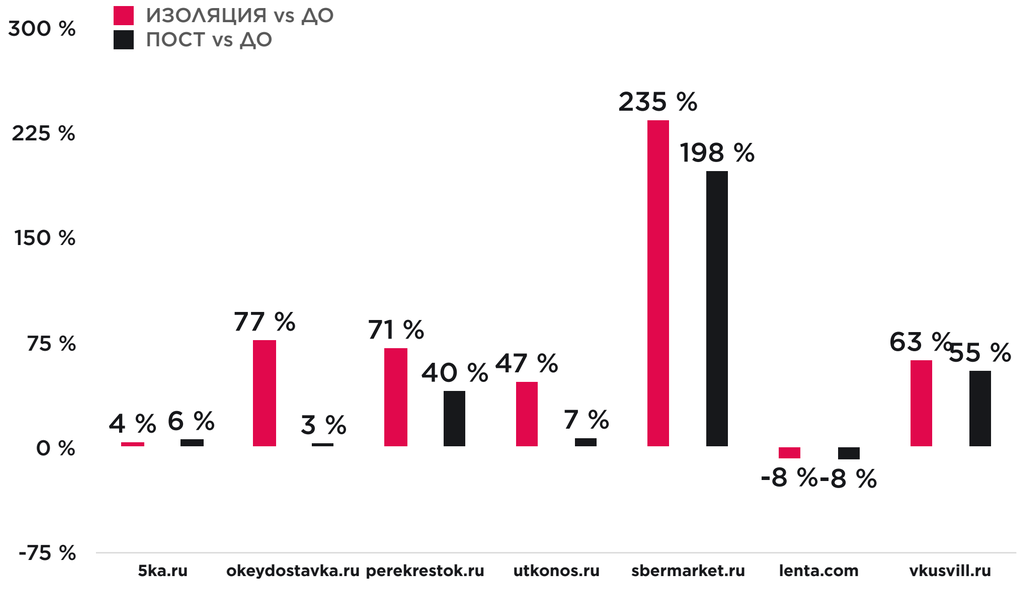
1/5 — САМОЗАНЯТЫЕ

PUBLICIS GROUPE

ПРОДУКТОВЫЙ РИТЕЙЛ: ИМПЕРИЯ НАНОСИТ ОТВЕТНЫЙ УДАР!

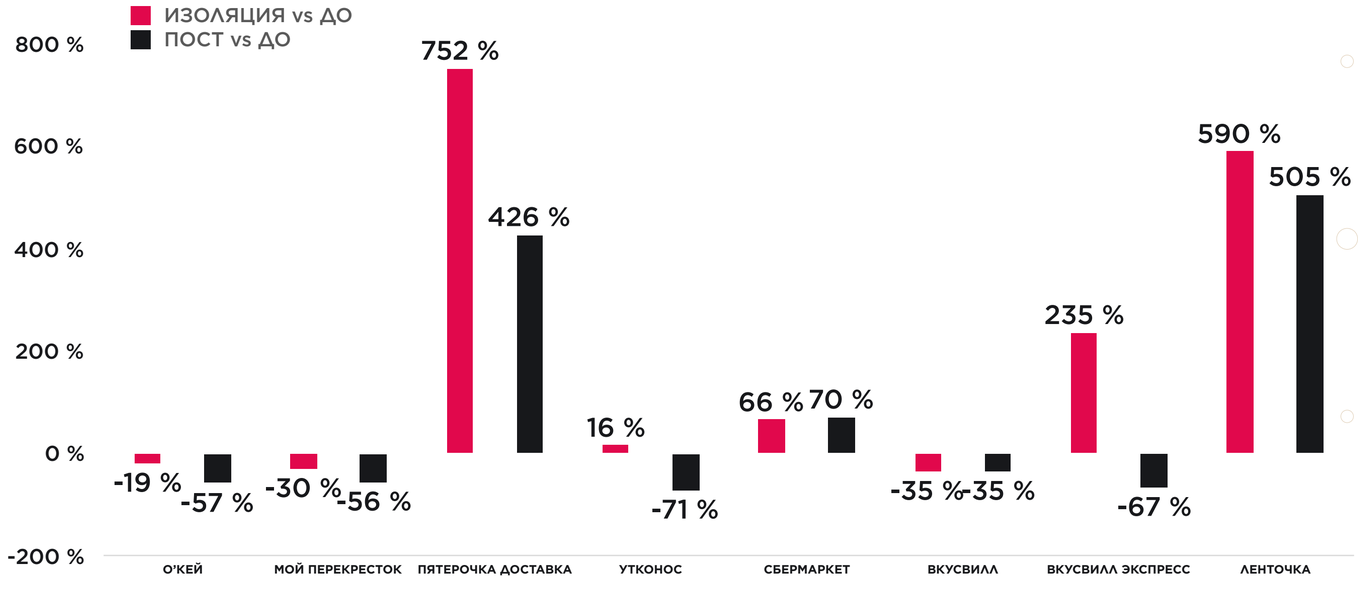
После снятия ограничений средняя потеря трафика в категории — 12%. При этом категория увеличила объем медиа инвестиций более чем на 300% в период янв-май'20

Прирост трафика веб сайтов, %



Большинство ритейлеров запустили отдельные приложения по доставке в период локдауна

Скачивание приложений (Google Play)



Источник: Similarweb: Десктоп и Мобильный трафик сайтов / приложения Google Play. Период – 60 дней каждый.
ПРЕкарантин: 1 jan'20 - 29 Feb'20. Карантин: 1 Apr'20 - 30 May'20, ПОСТ-карантин 26 Jun'20 - 24 Aug'20

PUBLICIS GROUPE

ПРОДУКТОВЫЙ РИТЕЙЛ: ИМПЕРИЯ НАНОСИТ ОТВЕТНЫЙ УДАР!

Стабильный рост и в период и после изоляции показывают традиционные игроки, активно вышедшие в онлайн. Помимо роста Сбермаркета интересен рост MySpar ввиду выгодной программы лояльности

Динамика мобильных обращений к хостам, %

	Изоляция vs ДО		ПОСЛЕ vs Изоляция	
	Москва	Россия	Москва	Россия
5ka.ru	53,7%	43,7%	-38,4%	-10,7%
auchan.ru	13,3%	-14,6%	102,8%	334,9%
av.ru	18,8%	-22,4%	-32,1%	54,4%
lenta.com	7,2%	-0,3%	-6,8%	23,4%
metro-cc.ru	51,0%	58,8%	-73,7%	-58,4%
myspar.ru	93,5%	90,8%	111,6%	223,3%
okeydostavka.ru	47,5%	8,9%	-21,0%	75,2%
perekrestok.ru	23,7%	-13,2%	-55,6%	-6,4%
sbermarket.ru	139,3%	105,0%	47,0%	206,1%
utkonos.ru	189,0%	16,8%	-78,7%	-17,2%
vkusvill.ru	6,3%	-5,4%	-8,2%	95,6%

Москва показывает в основном отрицательные значения в августе в ввиду самой жесткой изоляции, в регионах не было столько жестких ограничений в апреле и там основной рост идет сейчас благодаря развитию инфраструктуры. В Москве значимый прирост наблюдается у более молодого сегмента

Динамика мобильных обращений к хостам по сегментам август'20 vs апрель'20, %

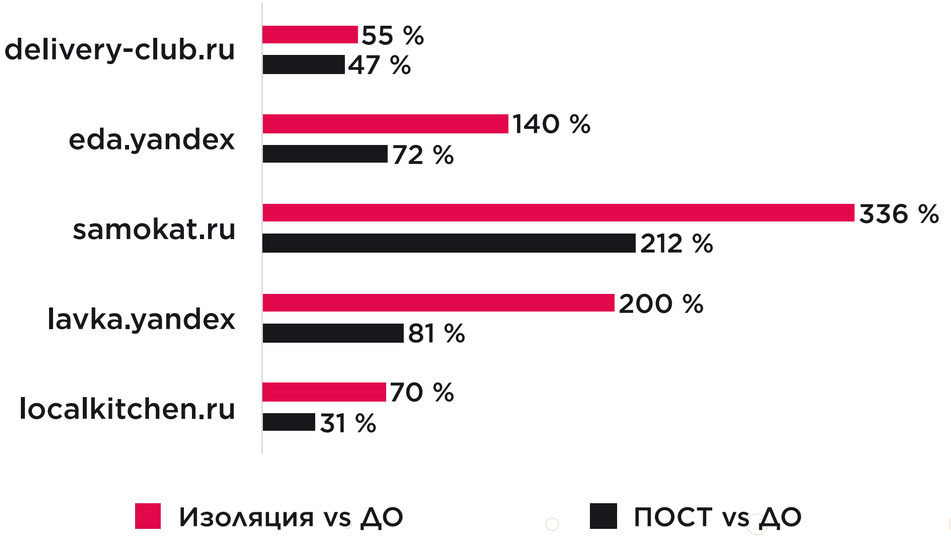
	Москва						Остальная Россия					
Возраст	17-	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	17-	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
5ka.ru	-12,6 %	-45,8 %	-13,5 %	-42,5 %	-54,1 %	-57,3 %	-3,9 %	-10,4 %	32,6 %	-26,4 %	-44,3 %	-57,1 %
auchan.ru	200,0 %	37,4 %	152,6 %	124,5 %	84,4 %	35,1 %	94,7 %	177,6 %	469,0 %	423,5 %	459,4 %	166,7 %
av.ru	-3,5 %	-48,9 %	-10,1 %	-39,2 %	-33,4 %	-33,0 %	55,6 %	23,0 %	121,4 %	44,3 %	41,4 %	50,9 %
metro-cc.ru	-40,0 %	-69,2 %	-45,5 %	-82,5 %	-84,8 %	-93,6 %	17,6 %	-42,8 %	-31,8 %	-73,2 %	-79,4 %	-76,8 %
myspar.ru	167,9 %	52,0 %	163,8 %	98,7 %	151,4 %	157,0 %	243,9 %	154,7 %	307,8 %	192,5 %	225,3 %	259,5 %
okeydostavka.ru	0,0 %	-46,8 %	10,6 %	-25,0 %	-20,7 %	-6,7 %	83,1 %	31,6 %	159,0 %	44,8 %	54,9 %	84,3 %
perekrestok.ru	-47,5 %	-64,3 %	-35,5 %	-55,5 %	-58,7 %	-74,4 %	-37,7 %	-8,9 %	33,1 %	-16,1 %	-19,4 %	-44,7 %
sbermarket.ru	151,6 %	-12,4 %	78,5 %	33,2 %	114,5 %	132,6 %	340,3 %	125,9 %	287,0 %	155,0 %	273,6 %	341,1 %
utkonos.ru	-60,0 %	-82,6 %	-74,7 %	-81,6 %	-81,7 %	-75,1 %	12,5 %	-42,6 %	-1,6 %	-35,3 %	18,8 %	87,5 %
vkusvill.ru	36,3 %	-29,6 %	17,4 %	-21,5 %	-14,5 %	-3,0 %	127,6 %	63,1 %	171,2 %	54,5 %	47,6 %	72,3 %

Источник; Beeline Big Data, для анализа использовалась агрегированная информация по динамике услуг оказания связи

ЭКСПРЕСС ДОСТАВКА: ГОЛУБОЙ ОКЕАН КОТОРЫЙ СТАЛ ЯРКО АЛЫМ!

Сохраняется высокая динамика роста категории и высокая рекламная активность. При этом именно сервисы моментальной доставки (Лавка и Самокат) растут быстрее категории даже в web, хотя их основной и более высокий прирост характерен для приложений

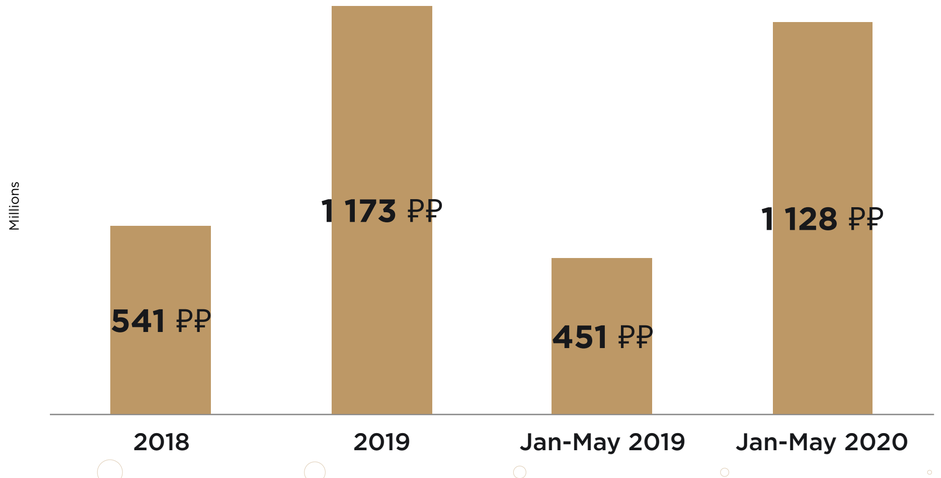
Прирост трафика на сайты, %



Источник: Similarweb: Десктоп и Мобильный трафик сайтов. Период – 60 дней каждый. ПРЕкарантин: 1 jan'20 - 29 Feb'20. Карантин: 1 Apr'20 - 30 May'20, ПОСТ-карантин 26 Jun'20 - 24 Aug'20

Категория экспресс и моментальной доставки показывает объем медиа инвестиции около 2 раз больше чем food ритейл при значительно меньшем количестве игроков в категории

Динамика медиа инвестиций в категории, Млн RUR



Источник; Mediascope, Russia 2018-Jan-May 2020. Costs est. by Publicis Media

PUBLICIS GROUPE

ЭКСПРЕСС ДОСТАВКА: ГОЛУБОЙ ОКЕАН КОТОРЫЙ СТАЛ ЯРКО АЛЫМ!

Высокий рост LocalKitchen объясняется низкой начально базой, но интерес к сервису достаточно высок и он войдет в состав СП MRG и Сбербанка.

Динамика мобильных обращений к хостам, %

	Изоляция vs ДО		ПОСЛЕ vs Изоляция	
	Москва	Россия	Москва	Россия
delivery-club.ru	-3,8%	-3,6%	24,8%	168,4%
eda.yandex	-11,8%	22,2%	13,0%	82,1%
lavka.yandex	300,8%	255,3%	-67,3%	-36,9%
localkitchen.ru	20,0%	76,8%	1594,2%	8539,4%
samokat.ru	233,7%	97,3%	42,7%	123,9%

После снятия изоляции наблюдался отток (17%) аудитории 18-29 в Москве у всех кроме Самоката. При этом Delivery Club показывает более высокую динамику на старших сегментах аудитории

Динамика мобильных обращений к хостам по сегментам август'20 vs апрель'20, %

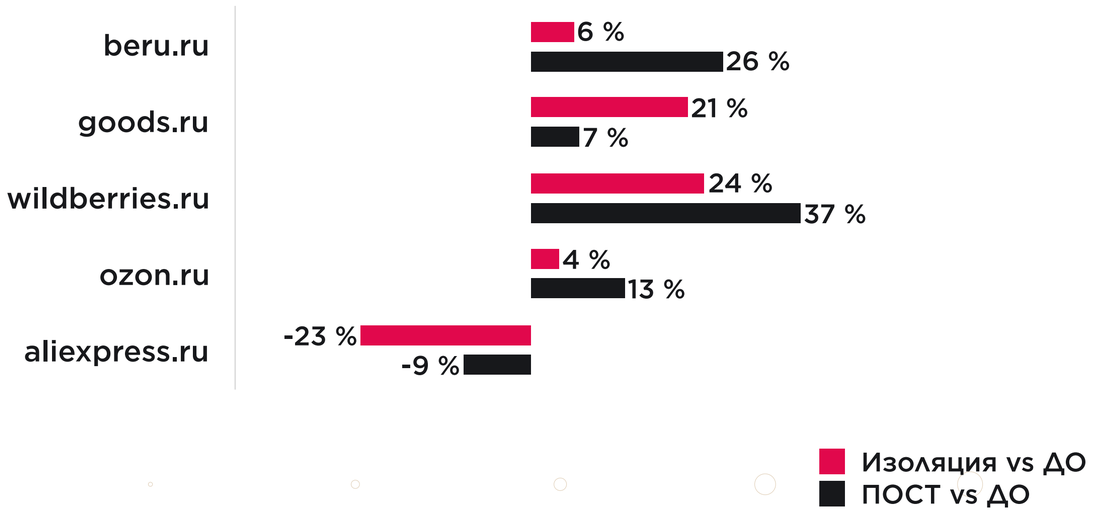
	Москва						Остальная Россия					
Возраст	17-	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	17-	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
delivery-club.ru	3,4 %	-16,8 %	93,2 %	58,6 %	121,2 %	182,6 %	121,8 %	100,0 %	378,4 %	232,6 %	244,8 %	222,0 %
eda.yandex	55,4 %	-19,7 %	61,8 %	7,7 %	9,8 %	19,0 %	113,1 %	43,8 %	172,1 %	64,9 %	59,0 %	58,3 %
lavka.yandex	97,5 %	-71,5 %	-59,6 %	-69,9 %	-71,8 %	-82,2 %	73,9 %	-36,6 %	-11,8 %	-50,9 %	-60,8 %	-69,6 %
samokat.ru	73,8 %	52,0 %	108,2 %	-8,7 %	-25,8 %	-35,3 %	120,0 %	124,5 %	185,5 %	57,8 %	83,5 %	48,3 %

Источник; Beeline Big Data, для анализа использовалась агрегированная информация по динамике услуг оказания связи

МАРКЕТПЛЕЙСЫ: РАЗГОН ПОСЛЕ ИЗОЛЯЦИИ

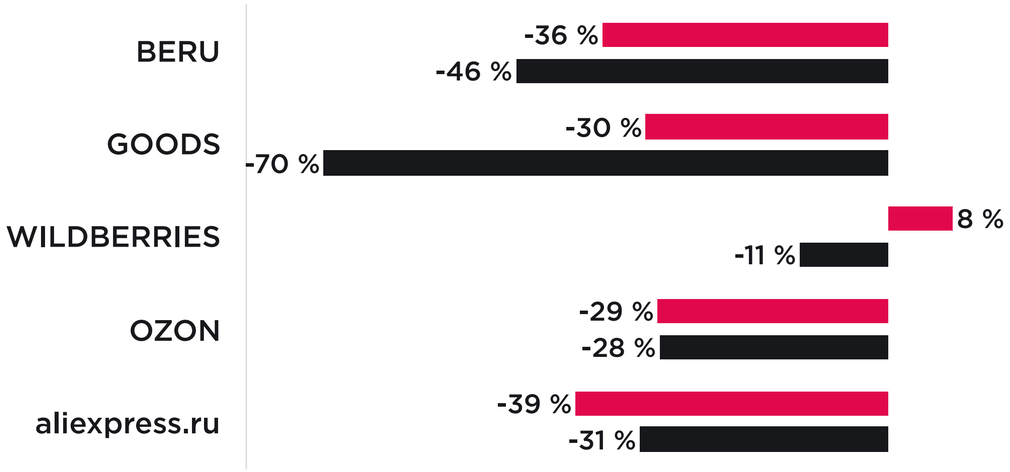
Пользование сайтами продолжает расти и после изоляции, в то время как приложения показывают отрицательную динамику скачиваний

Динамика трафика, %



Объем рекламных инвестиций категории за январь–май'20 — 4,6 млрд RUR (+3%).

Динамика скачивания приложений (Google Play)



Источник: Similarweb: Десктоп и Мобильный трафик сайтов. Период – 60 дней каждый. ПРЕкарантин: 1 jan'20 - 29 Feb'20. Карантин: 1 Apr'20 - 30 May'20, ПОСТ-карантин 26 Jun'20 - 24 Aug'20

PUBLICIS GROUPE

МАРКЕТПЛЕЙСЫ: РАЗГОН ПОСЛЕ ИЗОЛЯЦИИ

Маркетплейсы продолжат демонстрировать высокую динамику - особенно по России. Снижении Москвы объясняется более жестким карантином, когда и произошел основной рост.

После снятия изоляции самый большой отток в категории наблюдается в сегменте сегмента 18–29. Единственный маркетплейс, который и после изоляции растет для сегмента 50+ это Wildberries.
Ядро активной аудитории всех маркетплейсов - 30-39 лет

Динамика мобильных обращений к хостам, %

Билайн

	Изоляция vs ДО		ПОСЛЕ vs Изоляция	
	Москва	Россия	Москва	Россия
ALIEXPRESS.RU	-0,6%	3,2%	-17,0%	5,4%
BERU.RU	1,3%	-5,9%	-2,6%	5,6%
EBAY.COM	36,0%	27,0%	-8,7%	9,5%
GOODS.RU	16,6%	19,2%	-14,2%	35,5%
LAMODA.RU	3,4%	-3,1%	-9,3%	71,8%
OZON.RU	14,9%	7,5%	-6,9%	80,6%
WILDBERRIES.RU	3,9%	2,4%	22,8%	100,3%

Динамика мобильных обращений к хостам по сегментам август'20 vs апрель'20, %

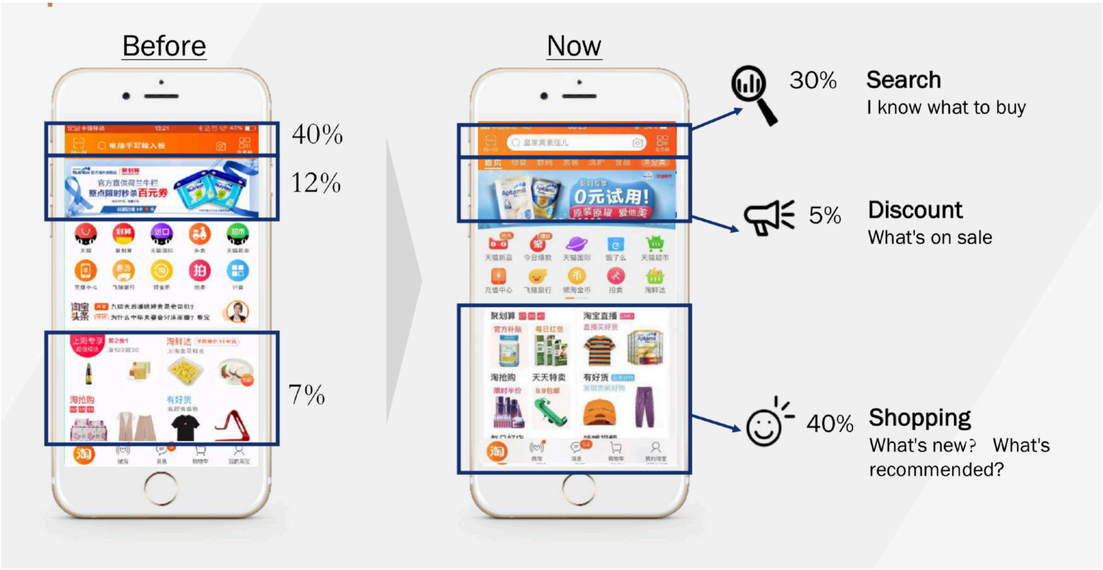
Билайн

	Москва						Остальная Россия					
	17-	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	17-	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
aliexpress.ru	-10,7 %	-35,3 %	17,5 %	-27,2 %	-29,0 %	-17,8 %	2,6 %	-1,1 %	52,7 %	-15,9 %	-18,1 %	-9,6 %
beru.ru	-11,5 %	-34,6 %	36,4 %	-6,3 %	-5,1 %	-9,6 %	-12,2 %	-13,9 %	68,0 %	-6,5 %	-15,9 %	-27,5 %
ebay.com	-18,8 %	-30,5 %	25,3 %	-21,6 %	-13,3 %	-1,9 %	5,7 %	-6,1 %	58,4 %	-7,1 %	-6,3 %	-2,3 %
goods.ru	-7,0 %	-41,8 %	6,7 %	-20,8 %	-10,4 %	5,2 %	24,4 %	2,8 %	80,2 %	20,8 %	34,3 %	61,4 %
lamoda.ru	-1,9 %	-32,1 %	37,5 %	-17,2 %	-8,7 %	1,0 %	66,6 %	42,3 %	170,1 %	43,7 %	43,8 %	48,0 %
ozon.ru	1,4 %	-30,8 %	31,7 %	-15,4 %	-11,6 %	4,7 %	81,9 %	47,2 %	171,7 %	51,4 %	50,2 %	60,2 %
wildberries.ru	46,4 %	-13,4 %	70,8 %	16,7 %	19,7 %	35,8 %	126,6 %	63,8 %	195,3 %	66,6 %	66,1 %	75,2 %

Источник; Beeline Big Data, для анализа использовалась агрегированная информация по динамике услуг оказания связи

PUBLICIS GROUPE Билайн

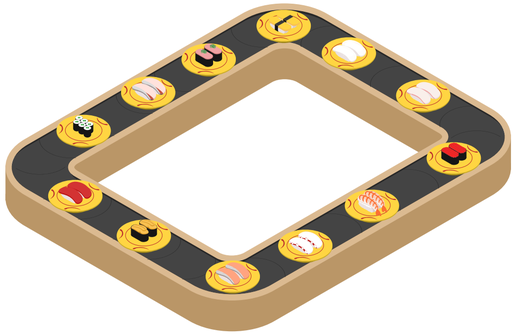
В Китае по итогам изоляции существенно поменялся путь пользователя мобильного приложения интернет-магазина в сторону рекомендаций



Значительный приток аудитории ускорил обучение алгоритмов,

Традиционный ecommerce напоминал опыт заказа в ресторане по меню — есть каталог, отсортированный по типу «блюд» и потребитель выбирал позиции

Рекомендательные алгоритмы питают «конвеерную ленту» и остается расслабиться и выбирать из того, что «выплывает», тем самым способствуя дальнейшему обучению системы



PUBLICIS GROUPE

ПИРАМИДА ПОТРЕБНОСТЕЙ ECOMMERCE:

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ШОПИНГ-МИССИЙ И УСЛОЖНЕНИЕ СТРУКТУРЫ РЫНКА

Вертикальная интеграция
Новый ритейл — всё в одном

D2C / DNVB / Social Commerce		Оптимизация затрат и масштабирование
Маркетплейсы		Расширение ассортимента за счет SMB — существенное ужесточение конкуренции
Экспресс-доставка		Победит быстрейший и … богатейший (территория промо войн и поглощений)
Продуктовый ритейл		Оффлайн важен – традиционные игроки потеснили pure play / Рост фокуса на лояльность и ретеншн

PUBLICIS GROUPE

‘Fuck this.
We’re gonna become profitable and control our destiny.”’

Katrina Lake, CEO Stitch Fix

PUBLICIS GROUPE

Устойчивость

Вместо роста любой ценой

Вертикальная интеграция

Контроль над инфраструктурой и себестоимостью

Удержание

Live Time Value?

PUBLICIS GROUPE

«LTV ЭТО САМАЯ ВАЖНАЯ БИЗНЕС-МЕТРИКА В ECOMMERCE! А С ДРУГОЙ СТОРОНЫ САМАЯ БЕССМЫСЛЕННАЯ»
© НАРОДНАЯ МУДРОСТЬ

Your ecommerce business might die before realizing your customer's "lifetime" value.

(V x CR x ~~LTV~~) – VC = $

▼

CM

V — visitors

CR — Conversion Rate

LTV — Life Time Value

VC — variable costs

Cash multiplier (CM) — оборот продаж приходящийся на определённый потребительский сегмент в заданный ограниченный период времени.

PUBLICIS GROUPE

СПАСИБО!

Читайте больше на
https://t.me/digitalopinion