

Обсуждение с экспертами декабрьских новостей офлайн-ритейла

shopolog.ru/metodichka/kompanii-i-rynki/160692-obsuzhdenie-s-ekspertami-dekabr-skih-novostey-oflayn-riteyla/

Shopolog | Офлайн-ритейл

Обсуждение с экспертами декабрьских новостей офлайн-ритейла

29 января

Смотрите в каталоге

[Price.ru](#)

Маркетплейсы

PRICE

Выбор в вашу пользу

В этой статье мы обсудим последние новости и актуальные темы торговли и торговых отношений прошедшего месяца. Наши эксперты: Виктор Заяц, сооснователь Smartketing; Элла Гумельберг, ООО "Прагматик"; Анна Шерстнева, руководитель практики Future Tech коммуникационного агентства PR Parther и другие.

ИКЕА решила «перелистнуть страницу» и прекратить выпуск печатного каталога

Виктор Заяц, Сооснователь Smartketing

ИКЕА издавала ежегодно бумажный каталог на протяжении 70 лет, который на пике доходил до 200 млн копий. Бумажные версии конечно хорошее решение когда-то было, но в мире цифровых технологий. Читающих печатные издания людей всё меньше и меньше. Не думаю, что ИКЕА с "лёгким сердцем" решилась на такой шаг. Скорее всего было проанализировано и взвешено. Поведение потребителей компаний и их подход к потреблению каталогов, книг, журналов стал другим. Шведская компания идёт в ногу со временем, наращивая темпы роста и осваивая цифровые технологии.

Элла Гимельберг, ООО "Прагматик"

Отказ ИКЕА от бумажной версии журнала также давно спланированная акция по максимальной переориентации концерна на экологические стандарты ведения деятельности. Рынок позитивно оценил решение ИКЕА перевести в онлайн формат промоакции своих товаров и расширить функционал каталога. Это даст возможность осмотреть товар, полистать разные варианты применения или вида в интерьере, получить 3D модель для своего проекта или вписать мебель в интерьер с помощью программы дополненной реальности.

«Магнит» запустил Magnit Pay

Алена Шерстнева, руководитель практики FutureTech коммуникационного агентства PR Partner

Будущее за объединением сервисов в единую экосистему. Людям нужны сервисы, которые закрывают максимум жизненных запросов сразу. А компании выгодно удерживать аудиторию внутри одного приложения и предлагать скидки партнеров. Запуск Magnit Pay — стратегическое решение. Другие игроки рынка уже двигаются в эту сторону: Mail.ru, Сбер, Яндекс, ВКонтакте, Ozon и пр. И стремятся к опыту WeChat — китайское приложение родом из 2011, объединяет множество функций: от записи к доктору, до переписок с друзьями и оплаты еды в ресторане. Совершать разные операции внутри супераппа — мечта. Не надо чистить телефон, чтобы скачать десятки программ. Кстати, «Магнит» уже сотрудничает с московским приложением «Город» — относительно своих конкурентов компания очень активна и современна.

Алексей Рыбаков, генеральный директор IT-компании Omega

По сути, это очередной выход ритейлера в экономический банковский сектор. «Магнит» вместе с ВТБ создают некий союз, который в свое время хотел создать Яндекс вместе с Тиньковым. Таким образом, «Магнит» предоставляет ВТБ большой пул потенциальных клиентов, которые могут пользоваться банковскими картами. Все те предложения и бонусы, которые предлагаются, схожи со всеми другими альтернативными условиями от банка. По большей части, ситуация видится как проект ВТБ по привлечению дополнительной аудитории к своим финансовым услугам.

Таким образом, мы имеем большую лояльную аудиторию «Магнита», исчисляющуюся миллионами или десятками миллионов. Ей предлагается банковская карта лояльности с кэшбеком, баллами на «Магнит». Ритейлер получает повышение лояльности своих клиентов. Банк, в свою очередь, получает увеличение числа клиентов. В этой истории не идет речь о каких-либо инновациях. Фактически мы получаем еще один банк под руководством ВТБ.

Как менялись потребительские предпочтения россиян в 2020 году

Елена Суховей, генеральный директор сервиса сравнения цен Price.ru

Ушедший год значительно поменял потребительские привычки и задал новые тренды для игроков розничного рынка. Спрос сместился в онлайн, причем россияне стали заказывать в интернете крупногабаритные и строительные товары, которые раньше покупали на специализированных рынках.

Например, аналитики Price.ru отмечают двукратное увеличение спроса на товары для дачи. Это связано с тем, что многие россияне переехали за город и начали строить и обустраивать дома. С апреля и до конца лета 2020-го наблюдался увеличенный спрос на биотуалеты, газонокосилки, гамаки, мангалы, насосы и шатры. Команда Price.ru прогнозирует, что в новом году такое распределение сохранится, ведь многие не просто пережидали самоизоляцию на даче, но изменили свое отношение к загородной жизни, особенно в контексте удаленной работы

Также в 2020-м мы увидели нетрадиционный спрос на некоторые категорий товаров. Средства дезинфекции выросли в апреле на 21 000%. Потребители стали чаще покупать столы для настольного тенниса (+254%), VR-гарнитур (+211%) и товаров для взрослых (+180%). Одновременно упал интерес к средствам для загара и защиты от солнца (-81%), авиа- и железнодорожные билеты (-71%).

Марина Дембицкая ·РГС Банк

По результатам опроса, проведенного РГС Банком, 33% наших сограждан сохранили привычный уровень трат в уходящем году.

Из-за падения доходов большей части россиян пришлось отказаться от ряда привычных трат и крупных покупок: 30% – от отпуска и путешествий, 12% – от покупки машины, 8% – от покупки квартиры, 7% – от аренды жилья, а 23% отказались от всех расходов, кроме жизненно необходимых. 33% россиян при этом сохранили привычный уровень жизни и трат в 2020 году. Наибольшая доля тех, кому не пришлось отказываться от привычных трат, оказалась в Екатеринбурге и Перми – так ответили по 43% в каждом городе. При этом в Краснодаре и Самаре в необходимости максимально ограничить расходы признались по 30% опрошенных.

«Падение реальных доходов россиян и рост безработицы – прямые следствия пандемии, с которыми в 2020 году столкнулись во всем мире. Сложившаяся ситуация вызвала серьезную смену потребительского поведения россиян. С одной

стороны, россияне, доходы которых существенно сократились, тратили свои накопления, экономии на товарах первой необходимости и отказывались от сравнительно крупных покупок. С другой стороны, снизили потребление в 2020 году даже те категории граждан, которые финансово не пострадали в период пандемии», — отметила член правления, директор по развитию розничного бизнеса РГС Банка Марина Дембицкая.

* Исследования проводились на основе 1882 респондента в возрасте 18+, география исследования — города России

Россияне в 2020 году приобрели рекордное количество домашней техники за последние шесть лет

Елена Суховей, генеральный директор сервиса сравнения цен Price.ru

Из-за введенных весной карантинных мер, россияне обратили внимание на свое жилище и думать, как его улучшить. Одним из способов оказалась покупка новой бытовой техники. Интересно, что динамика заказов в этом сегменте сместилась в сторону китайских маркетплейсов, так как низкая цена для россиян встала во главу угла. На подобных площадках стали заказывать не только мелочь, но и технику вроде кофемашин, кухонных плит и пылесосов – спрос на эти товары на AliExpress, например, увеличился на 32%, 46% и 53% соответственно. Еще одним способом сэкономить на технике для дома стала покупка отечественных аналогов импортных приборов. Например, спрос на морозилки красноярского завода «Бирюса» увеличился на 39%, на пылесосы Marta – на 65%, и Delta – на 58%. Тенденции к активному импортозамещению наблюдались в мелкой технике для кухни: например, миксеры Веоп показали прирост в спросе на 300%, миксеры «Аксинья» – на 60%, «Вихрь» – на 36%, а мясорубки «Мастерица» стали популярнее среди интернет-покупателей на 110%.

Также спросом пользуются стиральные машины брендов «Малютка» (+20%), Willmark (+49%) и «Славда» (+24%). Интересно, что в попытке купить дешевле потребители все чаще доверяют небольшим и малоизвестным производителям. Например, относительно прошлого года посудомоечные машины марки Legan из Челябинска выросли на 107%, а электробритвы «Бердск» из Новосибирска – на 24%. Большое количество поисковых запросов пришлось на наручные часы «Заря» – плюс 75%.

Вслед за улучшением кухни и покупкой новой бытовой техники последовало увлечение кулинарией. По данным экспертов Price.ru, весной резко увеличилось число интернет-запросов на сковороды (+108%) и мини-печи (+98%). Спросом также пользовалось замороженное тесто, прибавившее +133% в популярности, растительные масла (+124%), маргарин (+113%), сгущенное молоко (+114%) и мука для выпечки (+110%). Характерно и то, что возрос интерес к самогонным аппаратам (+85%). Похоже, часть россиян решила стать не только кондитерами, но винокурами.

Стрит-ритейл на Невском проспекте выжил и проявил чудеса гибкости

Оксана Любивая, основатель и генеральный директор Prostore by Lubivaya

В России формат стрит-ритейла работает в целом плохо, даже в Москве. Причин много, одна из них – климат. Гулять в удовольствие по улицам российских городов за малым исключением можно всего несколько месяцев в году. В Москве и ряде других городов эффективность стрит-ритейла серьезно подкосила отмена свободной парковки. А во время пандемии люди и вовсе перестали выбираться в центр и предпочитают ездить за покупками в торговые центры ближе к дому. Для выживания и роста этому формату нужен большой чек и высокий всесезонный трафик, а также трансформация договоров аренды, например, возможность платы, напрямую зависящей от оборота.

Невский проспект в Санкт-Петербурге является одним из немногих позитивных исключений ровно потому, что это один из самых главных туристических маршрутов. Вдоль всей улицы расположены исторические здания, музеи, памятники и т. д. Поток туристов тут тоже заметно уменьшился в силу закрытия границ, но пешеходный трафик остается достаточно высоким. Этой осенью мы помогли Яндексу открыть Магазин и музей: из всех возможных локаций они выбрали именно Невский проспект.

Компании и сервисы: [Price.ru](#), [Сбербанк России](#), [Магнит](#), [ВТБ24](#), [ИКЕА](#)

Автор: [Elvira](#)