

ОНЛАЙН-ШОПИНГ: ЧТО НОВЕНЬКОГО?

ИССЛЕДОВАНИЕ
В СИНДИКАТИВНОМ
СООБЩЕСТВЕ IPSOS в России

АВГУСТ, 2022



ОНЛАЙН-ШОПИНГ: ЧТО НОВЕНЬКОГО?

Онлайн-шопинг давно стал частью обыденной жизни многих покупателей, но сегодня ландшафт игроков меняется, а конкурентная борьба усиливается.

В этом исследовании мы поговорили с покупателями о последних изменениях в покупках, восприятии онлайн-магазинов и маркетплейсов, а также о будущем онлайн-покупок.



- 1** Что поменялось в покупательском поведении за последние полгода?
- 2** Маркетплейс будущего: какой он?
- 3** Что думают покупатели об основных игроках?
- 4** Какие программы лояльности и акции наиболее привлекательны?



СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА



1 ОТНОШЕНИЕ К МАРКЕТПЛЕЙСАМ

- ▶ Достоинства и недостатки глазами покупателей
- ▶ Программы лояльности
- ▶ Инновационные сервисы и услуги
- ▶ СТМ маркетплейсов: что известно?



2 ПОКУПАТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ И ПОВЕДЕНИЕ

- ▶ Подход к выбору товаров
- ▶ Места покупок: замена ушедшим маркетплейсам
- ▶ Покупки впрок: актуально ли сегодня?



ПОЛНАЯ ВЕРСИЯ ДОСТУПНА ПО ПОДПИСКЕ. СТОИМОСТЬ ОТЧЁТА
280 ТЫС РУБ БЕЗ НДС



МИР ОНЛАЙН-ШОПИНГА

Новый кризис отличается от предыдущих, и это отражается на некоторых покупках и привычках. Онлайн-шопинг воспринимается иначе в новом мире: помимо привычных преимуществ он дает доступ к широкому ассортименту исчезающих товаров.



ТЕКУЩИЙ КРИЗИС УКРЕПИЛ ПРИВЫЧКУ ПОКУПАТЬ ОНЛАЙН

Во время пандемии онлайн-шопинг стал особенно важен. Его актуальность отмечается и сегодня, т.к. он позволяет **найти товары, которые уже исчезли** и вряд ли появятся в офлайн-магазинах

НЕТ ИМПУЛЬСИВНЫМ ПОКУПКАМ, ДА СКИДКАМ

В новых реалиях покупатель старается **планировать** свои покупки и **избегать «случайных» товаров в корзине**. Также больше внимания уделяется **скидкам, акциям, сравнению цен**. Новые приложения с каталогом выгодных предложений позволяют упростить этот процесс

«БАБУШКИН ДИЗАЙН» И СЛОЖНЫЙ ПОИСК

С уходом иностранных магазинов и брендов выбор товаров (особенно одежды) стал более сложным: необходимо **искать новые марки и проверять качество** их товаров. Все это вызывает стресс и усталость, а фильтры не помогают: выпадает товар, неподходящий под запрос, мало критериев поиска



Раньше не так часто заказывал онлайн технику, а одежду – почти нет. Теперь заказываю – это связано с пандемией, когда нельзя было выйти и что-то купить. Также сейчас это связано с тем, что некоторые товары пропали из доступных к покупке, и их можно купить только онлайн. (м, Москва, 26)



Я заметила, что дешевле делать покупки онлайн. Конечно, я все равно выбираюсь в магазин, чтобы сравнить цены на интересующие меня товары. Но покупки онлайн делаю только те, что и были запланированы, в офлайн обязательно прихватываешь что-то еще (ж, Воронеж, 32)



Мне нравилось покупать трендовую одежду с интересным принтом. Много выбора было, а теперь даже если выбрать цену выше, товары всё равно «бабушкиного дизайна». Можно что-то найти, но как же тяжело это стало сделать (м, Москва, 21)



ЧТО ПОКУПАТЕЛИ ЦЕНЯТ ПРИ ВЫБОРЕ ОНЛАЙН-МАГАЗИНА ИЛИ МАРКЕТПЛЕЙСА? – ЧИТАЙТЕ В ПОЛНОЙ ВЕРСИИ!

О ПРОЕКТЕ

Синдикативное онлайн-сообщество типичных потребителей, объединяющее 500 человек из разных городов России.



МЕТОДОЛОГИЯ: качественное исследование
КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ: 30 респондентов

ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В 2022 ГОДУ

- ▶ Жесткие дискаунтеры: в духе времени
- ▶ Отношение к компаниям, приостанавливающим деятельность в России
- ▶ Изменения в использовании медиа и социальных сетей
- ▶ Потребительские типы и их стратегии в новых условиях
- ▶ Отношение к локальным, западным и азиатским брендам в разных категориях
- ▶ Российский авторынок в новой ситуации
- ▶ Валютный вопрос: клиенты банков о валютах
- ▶ Онлайн-шопинг: что новенького?
- ▶ Взгляд на молодежные тренды
- ▶ Беспилотные технологии
- ▶ Кибербезопасность и защита персональных данных

ФОРМАТЫ УЧАСТИЯ В ПРОЕКТЕ

ПОДПИСКА НА РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСОВ

Опция 1 1 отчет	Опция 2 2 отчета	Опция 3 3 отчета
280 000 руб.	520 000 руб.	750 000 руб.

- ▶ 1 дискуссия в месяц: 11 тем в 2022
- ▶ Отчет – презентация в формате MS PowerPoint на русском или английском языке (20-25 слайдов)

Ad hoc ПРОЕКТЫ ПО ЗАПРОСУ

Области применения:

Тема по запросу
от 240 000 руб.

Сроки
1 неделя от брифа до отчета

- ▶ Слишком специфический / частный вопрос для отдельного качественного исследования
- ▶ Срочно нужен отклик реальных потребителей!
- ▶ Предварительный этап для другого исследования



СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ:

Irina.Bolotova@ipsos.com

Irina.Nastechik@ipsos.com

Цены указаны без учёта НДС (20%)