

С приходом весны россияне стали заметно чаще совершать покупки онлайн. По данным системы расширенной аналитики для управления товарным бизнесом на маркетплейсах JVO и службы внутригородской доставки «Даркстор у дома» (резиденты «Сколково»), с 1 по 20 марта они покупали на маркетплейсах на четверть чаще, чем годом ранее, и более чем на треть чаще, чем за сопоставимый период в феврале и январе. Средний чек вырос на 12% год к году, тогда как по сравнению с февралем и январем — на 3% и 8% соответственно.

Самыми активными темпами по сравнению с зимними месяцами рос спрос на одежду / обувь (37%), БАД (34%), товары для дома (25%) и косметику / товары для ухода за лицом и телом (21%).

В то же время пользователи маркетплейсов по сравнению с прошлым годом стали активнее обращать внимание на опции, позволяющие сэкономить. Они заметно чаще, чем год назад, отдавали предпочтение товарам, которые можно купить по скидке (такое поведение зафиксировали почти все опрошенные селлеры, тогда как год назад — 78%), в рассрочку (75% селлеров против 69% годом ранее) или по программе лояльности (71% селлеров против 64%). По мнению почти двух третей селлеров (65%), потребители ожидают, что на маркетплейсе или в интернет-магазине товар будет стоить дешевле, чем в оффлайн-магазине.

Чаще всего по скидкам или в рассрочку покупают дорогостоящую бытовую технику — телевизоры, холодильники, стиральные машины (из числа опрошенных селлеров, специализирующихся на продаже бытовой техники, 93% фиксируют продажи по скидкам и в рассрочку) и электронику — компьютеры и ноутбуки, смартфоны, умные часы, умные колонки и т.д. (83% соответственно). Одежду и обувь пользователи маркетплейсов предпочитают покупать по полной стоимости либо по скидкам, тогда как о продажах в рассрочку сообщали лишь 11% опрошенных селлеров.

Абсолютное большинство селлеров (74%) говорят о наличии спроса со стороны пользователей на быструю доставку. 34% селлеров сталкивались с ситуацией, когда

отсутствие опции экспресс-доставки становилось причиной отказа от покупки.

Параллельно JVO и «Даркстор у дома» провели опрос среди широкой выборки россиян (свыше 1,5 тыс. россиян в возрасте старше 18 лет по всей стране) на предмет их подхода к онлайн-шоппину. Респондентов попросили рассказать, на что они обращают внимание в процессе выбора товара на той или иной торговой площадке.

Наиболее важное значение при совершении покупки для россиян имеют «низкая цена» (77%), возможность вернуть товар с возвратом полной стоимости (76%), наличие скидок (73%), широкий ассортимент (70%), наличие бесплатной доставки (69%), возможность сравнивать цены (67%), наличие экспресс-доставки (67%), возможность оставить отзыв о товаре (64%), периодическое проведение больших распродаж (59%), возможность приобрести товар в рассрочку (54%) и наличие программ лояльности (53%).

Википедия страхования