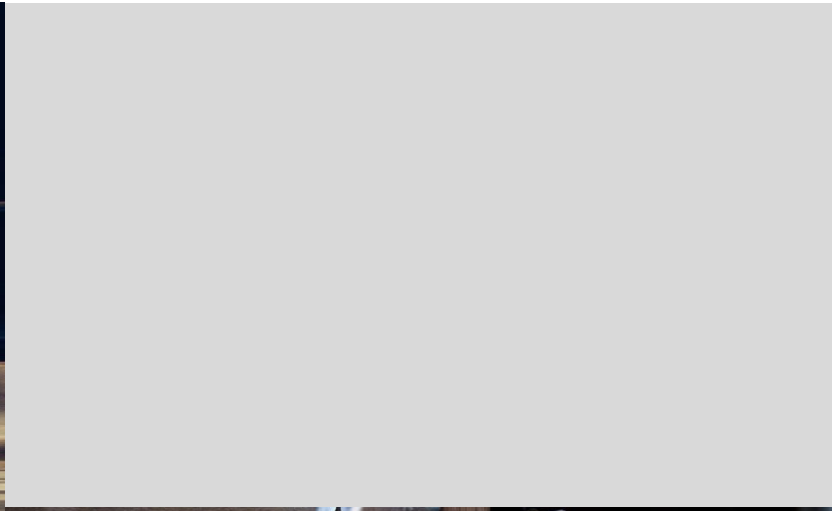


Новый Я. Трансформация современного покупателя



Я - МОБИЛЬНЫЙ



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

Ускорение жизни и мобильный образ жизни – доминирует потребность в скорости и удобстве.



Я - МОБИЛЬНЫЙ



Рост рынка FMCG в онлайн составил
32,2% в 2018 против 2017

50% доля людей,
покупающих FMCG онлайн в 2018

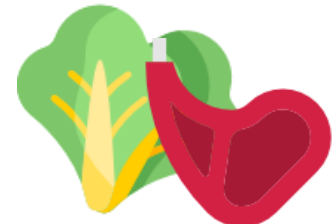
21% увеличение частоты
покупок онлайн в 2018

ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ



40,0%

FRESH



51,2%

НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ
ТОВАРЫ



31,2%

ОДЕЖДА



13,2%

Я - МОБИЛЬНЫЙ



ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ СТАНОВЯТСЯ ДРАЙВЕРОМ РОСТА

Объем рынка продуктов питания онлайн заметно вырос в 2018



В категории продуктов питания начинает работать непродуктовый ритейл



Оффлайн продуктовый ритейл выходит в онлайн



...и также покупатели могут совмещать онлайн заказ и оффлайн канал для выдачи заказа

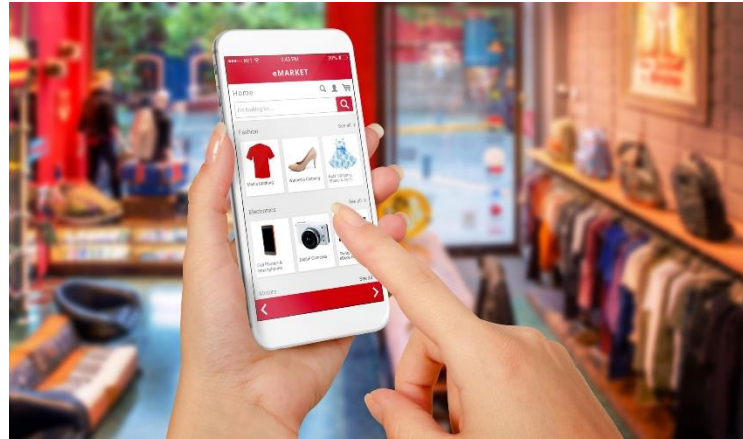


Я - МОБИЛЬНЫЙ

РАЗВИТИЕ МОБИЛЬНОЙ КОММЕРЦИИ



61% пользователей
Интернета выходят в
со смартфона



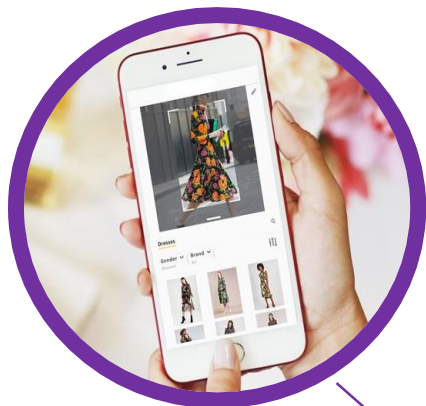
Около **50%**
покупателей в России
совершают покупки со своих
смартфонов



81% заказов еды
совершаются в мобильных
приложениях

Я - МОБИЛЬНЫЙ

Распознавание одежды?
SARAFAN AI



AR и макияж?
L'OREAL



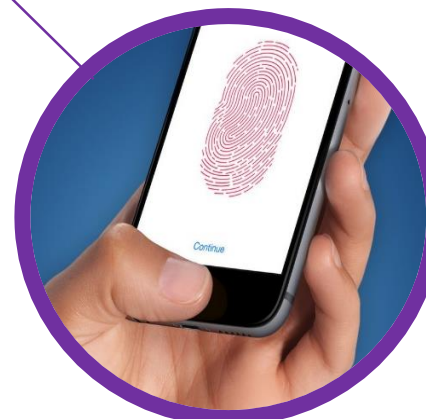
«Примерить» мебель?
IKEA



Онлайн кредит?
VKREDIT.ME



Заплатить без карты?
APPLE/GOOGLE PAY/
PHONE NUMBER



Я - МОБИЛЬНЫЙ



КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

Товары и услуги, для того чтобы сделать жизнь проще и сэкономить время.

Мобильная коммерция и приложения.



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

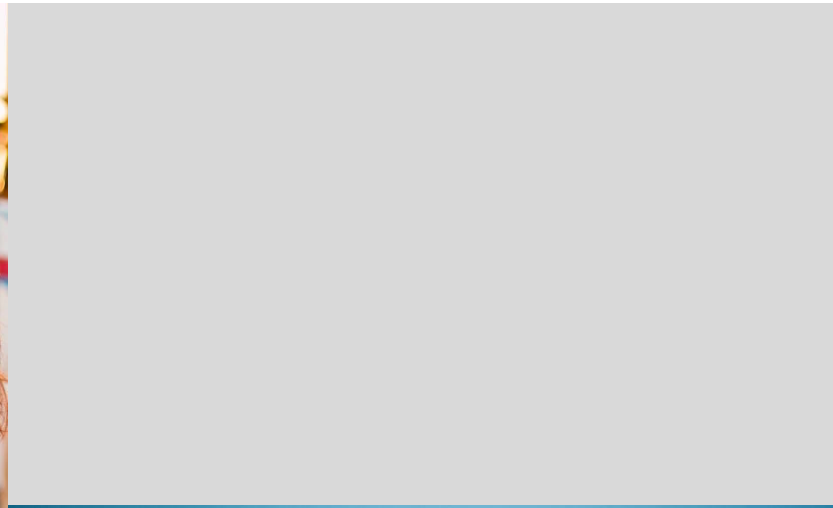
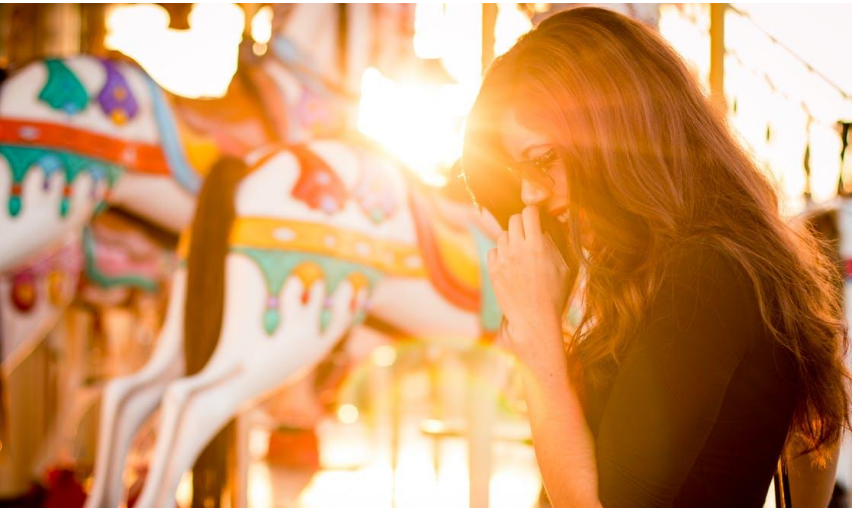
Ускорение жизни и мобильный образ жизни – доминирует потребность в скорости и удобстве.



ЧТО ДАЛЬШЕ?

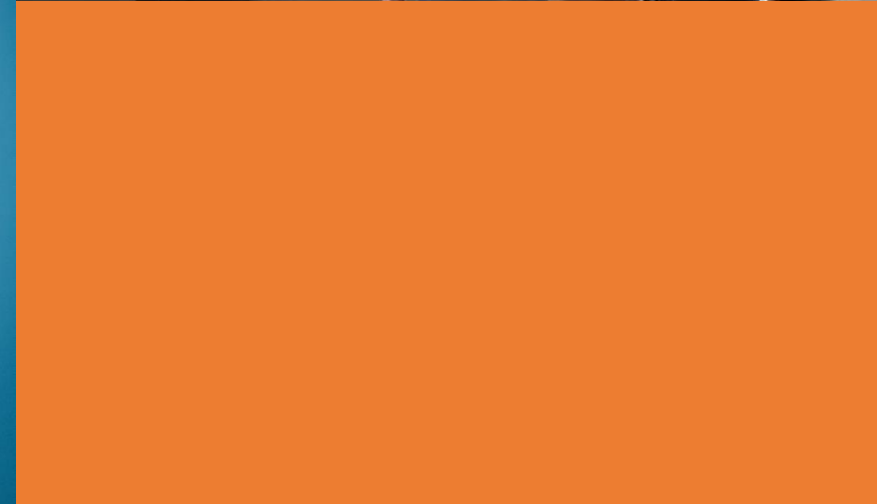
Уберизация и Интернет вещей.
Качественный скачок на рынке доставки.
Динамичные точки продаж.

Я - ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ



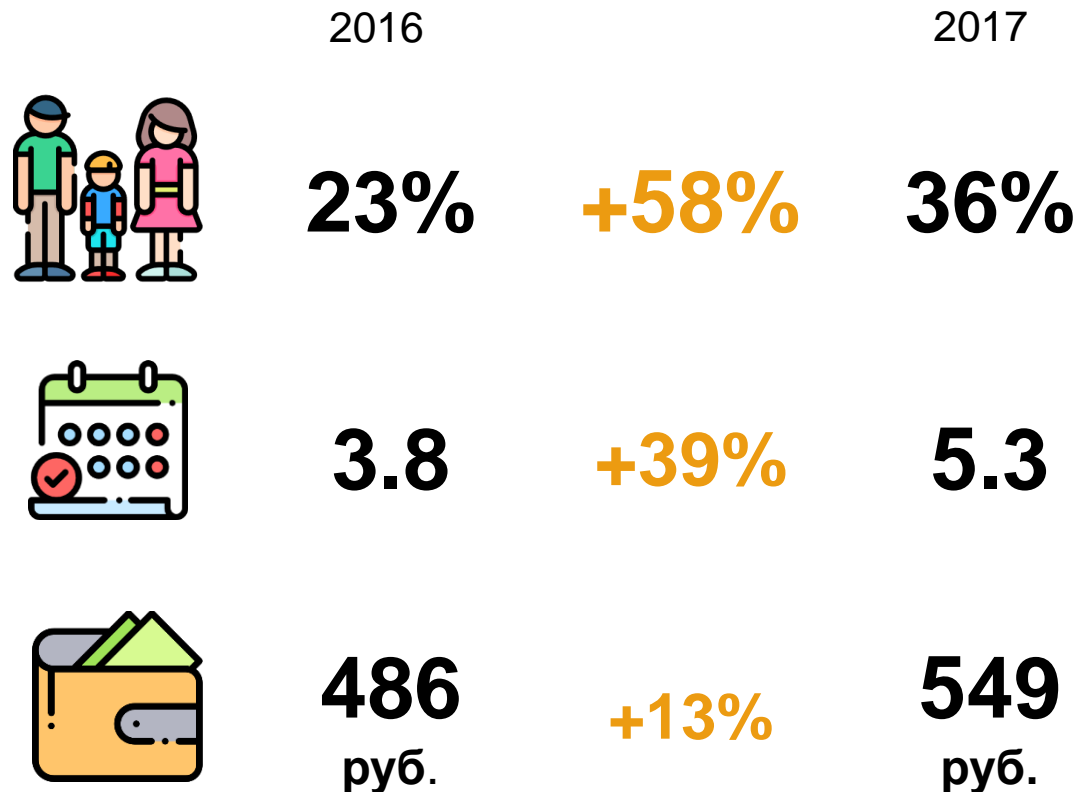
ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

Покупатели ищут нематериального опыта, новых ощущений, коллекционируют впечатления и эмоции.

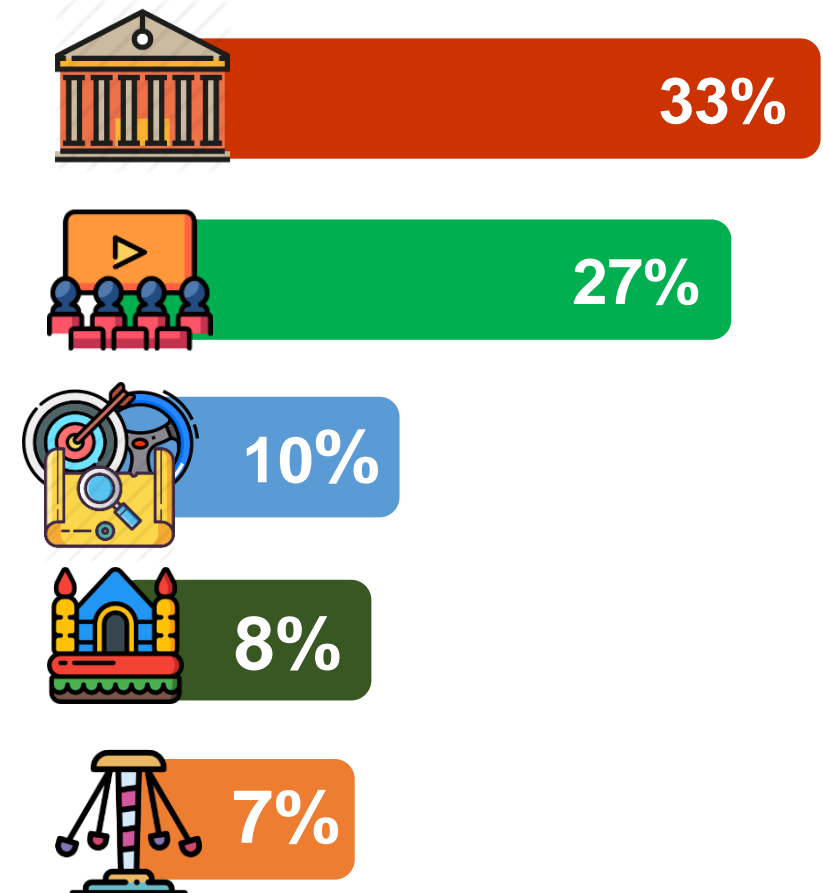


Я - ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ

Развлечения в России



Развлечения в Москве



Я - ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ

Покупатели увеличивают число брендов и СКЮ в портфеле, экспериментируют с сортами пива и новыми вкусами.



2+ сорта пива



На **19%**
выросла пенетрация фруктового
пива за последний год

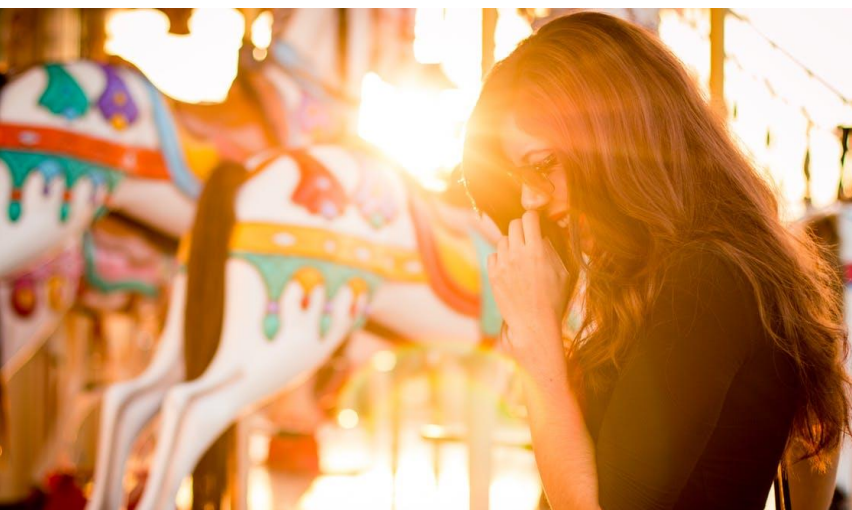


Экспериментируя с сортами
покупатели добавляют их в свой
репертуар сверх обычного
набора



На **54%**
увеличилась за год доля
новинки в портфеле
покупателей фруктового пива

Я - ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ



КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

Не просто продать товар или оказать услугу, превратить их во впечатление. Экономика впечатлений – ориентирована на ощущения потребителей.



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

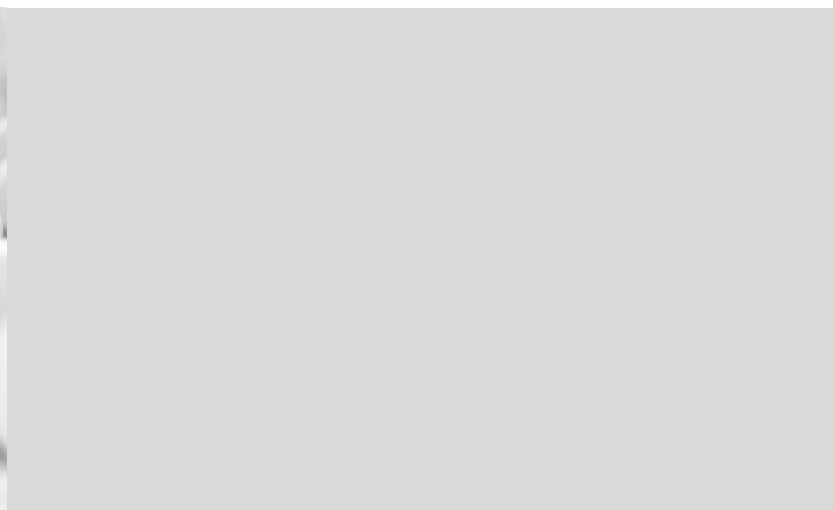
Покупатели ищут нематериального опыта, новых ощущений, коллекционируют впечатления и эмоции.



ЧТО ДАЛЬШЕ?

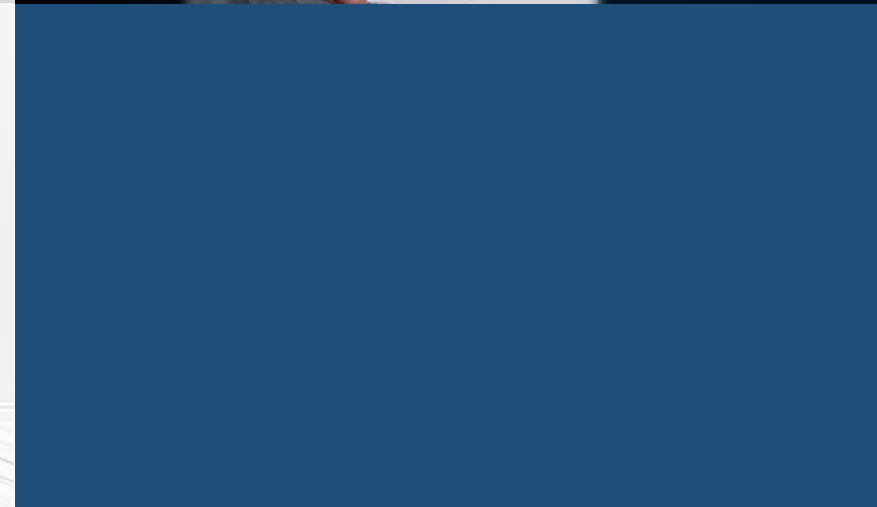
Шоппинг – интерактивная игра с помощью технологий дополненной реальности.
Гейм-маркетинг.

Я - ОСОБЕННЫЙ



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

Ценно получить то, что создано специально для тебя, отвечает твоим уникальным потребностям.



Я - ОСОБЕННЫЙ

Товар-услуга



Массовая персонализация



Персонализация в социальных сетях

7%

ИНТЕРНЕТ-
ТОРГОВЛИ —
ПРОДАЖИ ЧЕРЕЗ
СОЦИАЛЬНЫЕ
СЕТИ:

$\frac{1}{2}$ - сегмента — продажи одежды
15% - украшения
10% - косметика



Я - ОСОБЕННЫЙ



КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

Через персонализацию потребители и клиенты чувствуют сервис и вещи «личными»:
товар-услуга;
массовая персонализация.



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

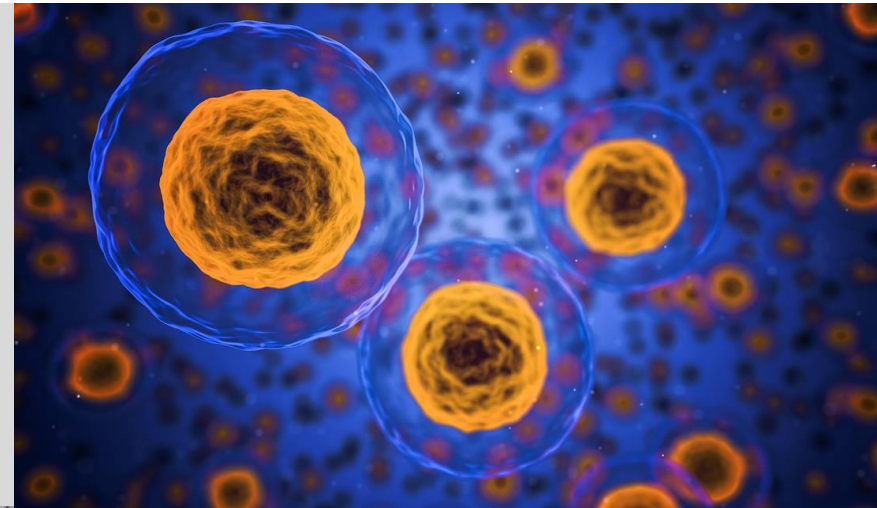
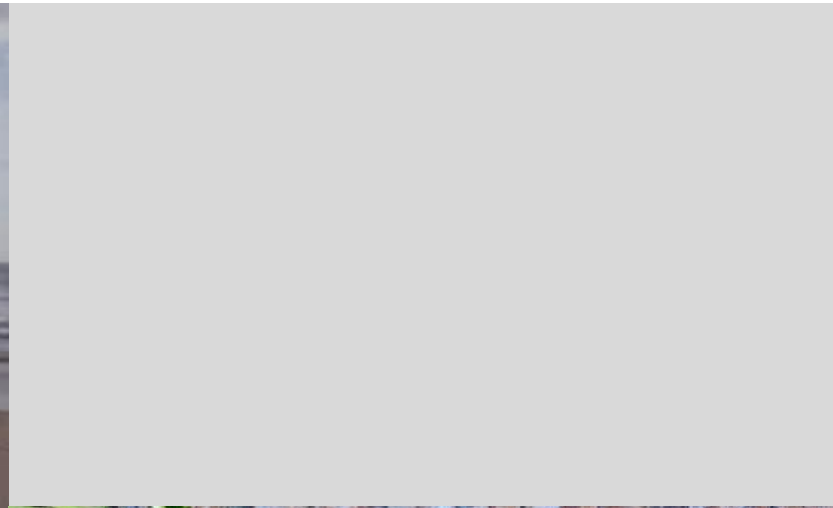
Ценно получить то, что создано специально для тебя, отвечает твоим уникальным потребностям.



ЧТО ДАЛЬШЕ?

Курируемый шоппинг.
3D принтинг для Luxury сегмента.

Я - ЗДОРОВЫЙ



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

Все более актуальны забота о себе и своем самочувствии, вопросы функциональности организма и качества жизни, гармония тела.



Я - ЗДОРОВЫЙ



73%

считают качественными продукты без искусственных добавок и красителей



35%

готовы переплачивать за экологически чистые продукты

Важное в питании

Очень важно (ТОР 1, 5 баллов)

	2012	2018
Чтобы еда была полезной	21%	38%
Чтобы еда состояла из натуральных продуктов, ингредиентов	20%	33%
Чтобы еда содержала все необходимые полезные вещества, минералы, витамины	23%	30%

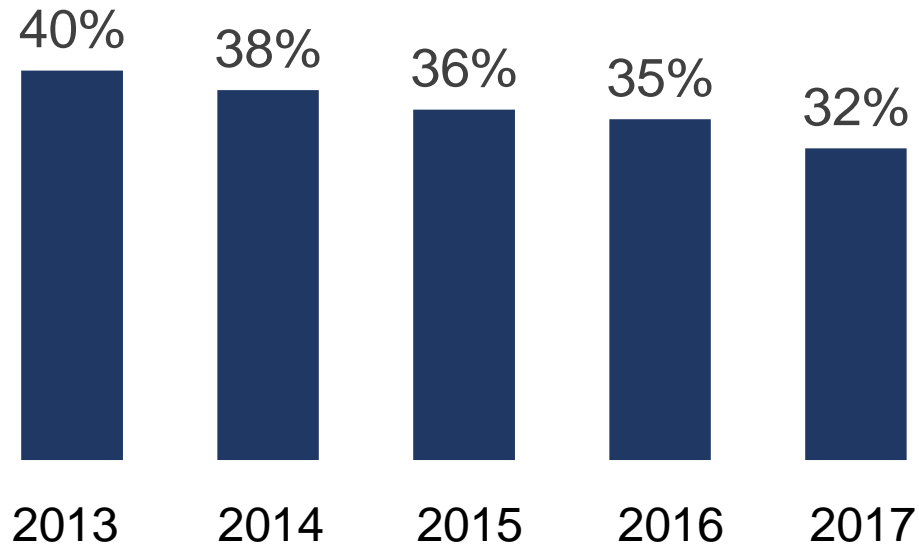
Линейки продуктов

BIO + **FITNESS**



	2012	2018
	65%	76%
	5.3	6.3

Я - ЗДОРОВЫЙ



на **40%** за последний год
увеличилась пенетрация
безалкогольного
пива.



Причины отказа от курения

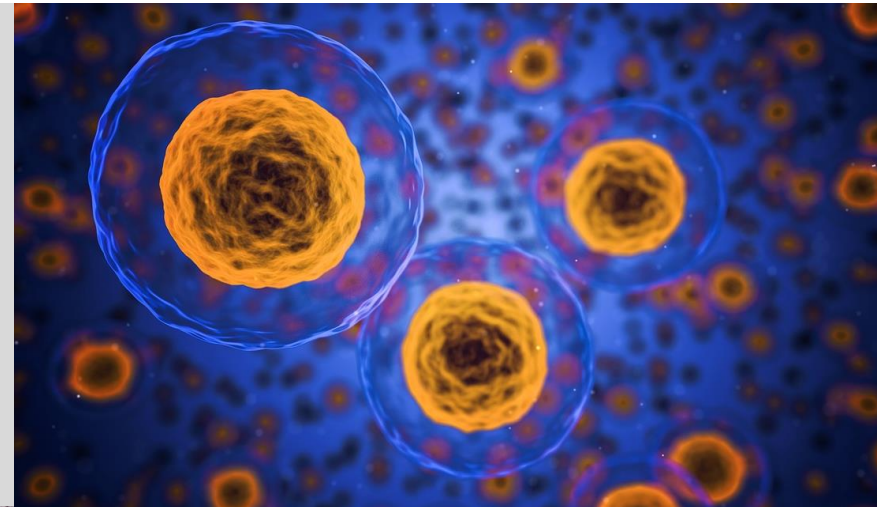
Забота о собственном здоровье	92%
Экономические причины	48%
Забота о здоровье окружающих	30%
Бытовые неудобства, связанные с курением	26%
Под влиянием окружающих	20%
Курение мешает мое работе/ хобби/ образу жизни	11%
Законодательные ограничения курения	8%

Я - ЗДОРОВЫЙ



КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

Использовать тренд и находить его новые грани для планирования инноваций и маркетинговых коммуникаций.



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

Все более актуальны забота о себе и своем самочувствии, вопросы функциональности организма и качества жизни.



ЧТО ДАЛЬШЕ?

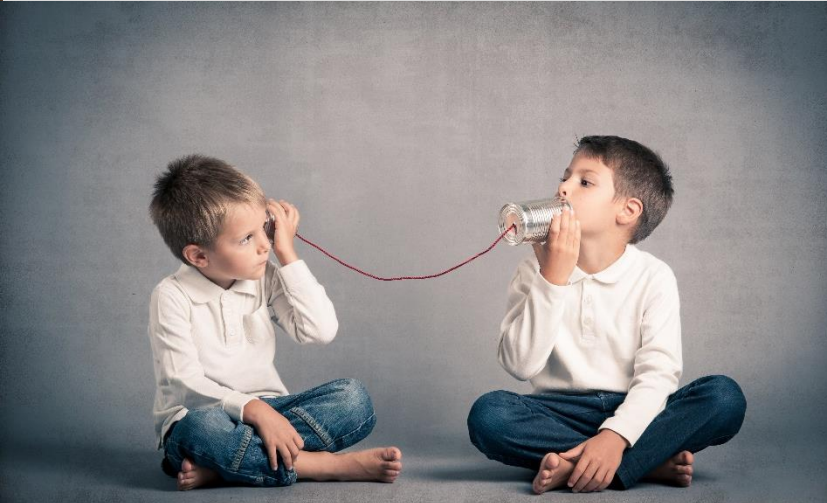
Новые вызовы для человеческого организма дадут импульс для развития новых продуктов и услуг.

Я - АКТИВНЫЙ



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

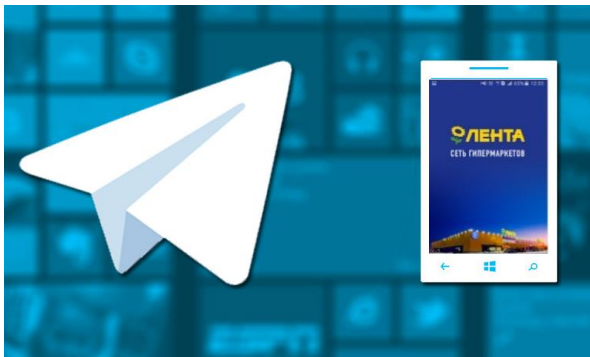
Возможность мгновенного публичного выражения своего мнения – покупатель почувствовал его силу, активно дает обратную связь и ожидает реакции.



Я - АКТИВНЫЙ



“MAGNIT PULSE” APP



“LENTA” КАНАЛ В TELEGRAM



+15%

+25%

+10%

+26%



+18%

+26%

+15%

+18%



+29%

+40%

+62%

+30%

Я - АКТИВНЫЙ



КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

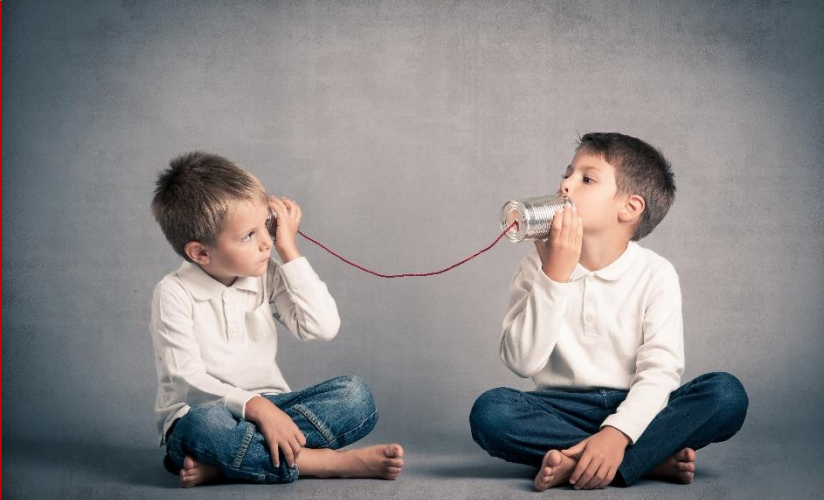
Взаимодействие с покупателем в режиме реального времени.

Вовлечение потребителей в формирование маркетингового микса.



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

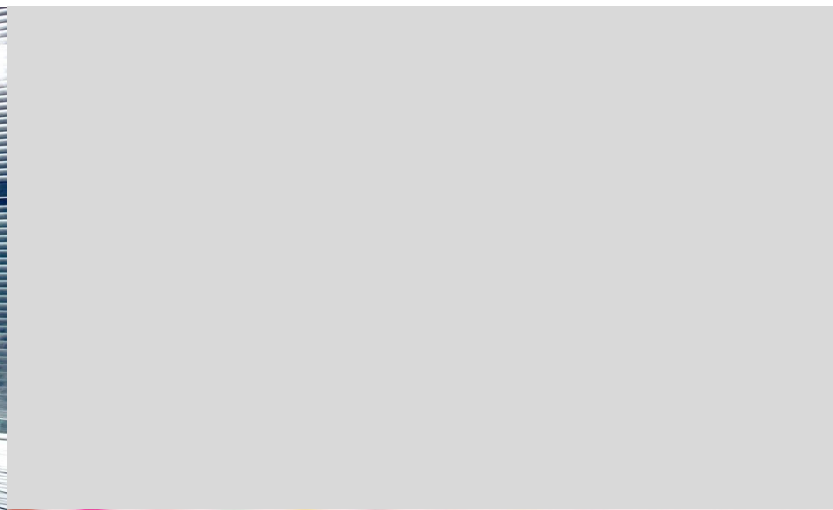
Возможность мгновенного публичного выражения своего мнения – покупатель почувствовал его силу, активно дает обратную связь и ожидает реакции.



ЧТО ДАЛЬШЕ?

Прямой личный диалог с потребителем и клиентом за счет развития технологий: от текста к голосу; AI (искусственный интеллект).

Я - ТРЕБОВАТЕЛЬНЫЙ



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

Забота о собственном комфорте:
высокие требования к качеству и
сервису, ожидание заботы.



Я - ТРЕБОВАТЕЛЬНЫЙ

Удобное расположение 65%

Низкие цены 51%

Акции и скидки 49%

Чистота 36%

Качество и свежесть 34%

Нет очередей 30%

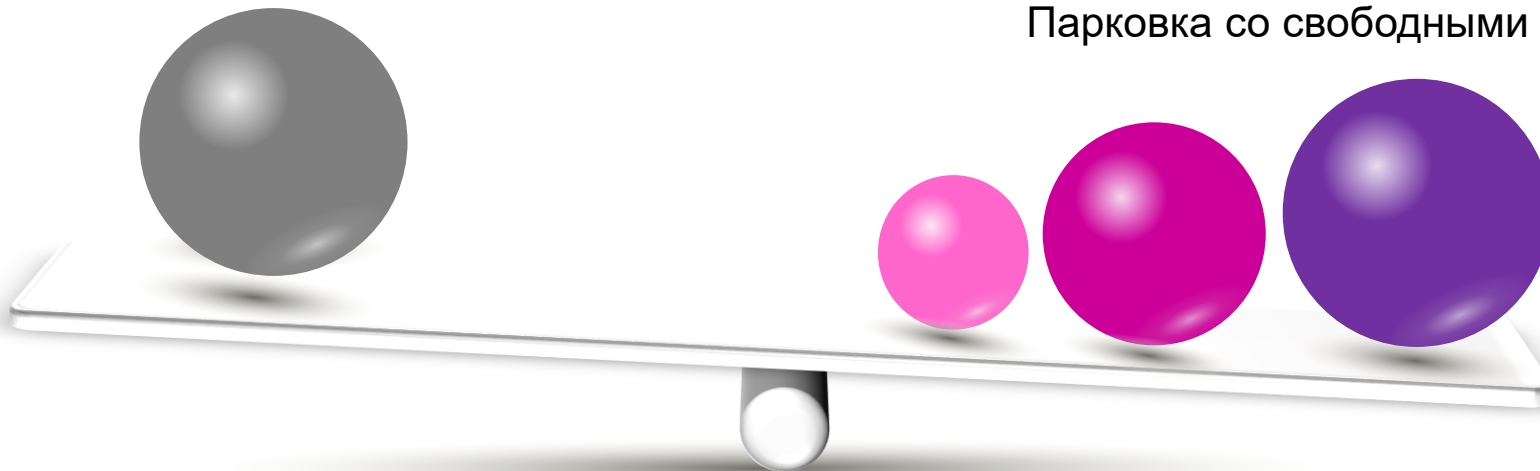
Просторно 30%

Вежливость персонала 27%

Удобная навигация 27%

Крупные и понятные ценники 25%

Парковка со свободными местами 23%



Я - ТРЕБОВАТЕЛЬНЫЙ

ОФФЛАЙН МАГАЗИН СЕГОДНЯ – НЕ ТОЛЬКО МЕСТО, ГДЕ ПРОДАЮТСЯ ТОВАРЫ, НО И МЕСТО, ГДЕ ЗАБОТЯТСЯ О ПОКУПАТЕЛЕ

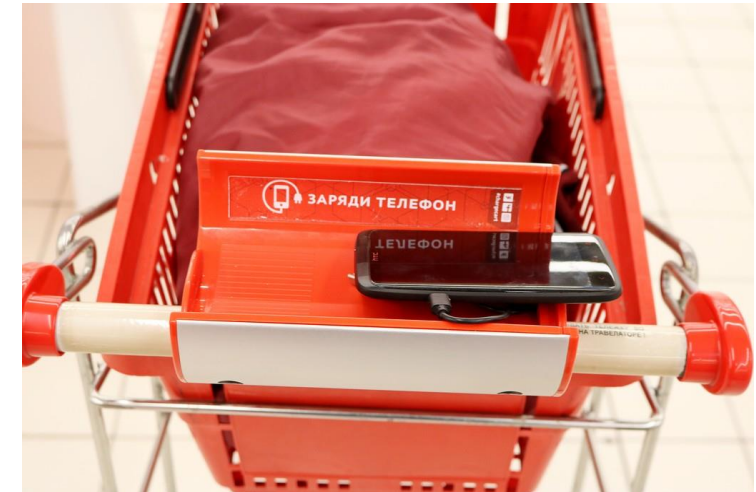
Комфорт и отдых



AR/VR технологии для вовлечения и информирования



Дополнительные удобства



Я - ТРЕБОВАТЕЛЬНЫЙ



УСКОРЕНИЕ ПРОЦЕССА, НЕТ НЕОБХОДИМОСТИ ОЖИДАНИЯ

Кассы самообслуживания



О'КЕЙ
ОТЛИЧНО ЖИТЬ ПРАКТИЧНО

Перекресток
СУПЕРМАРКЕТ

ЛЕНТА
СУПЕРМАРКЕТ

Пятёрочка

Самостоятельный
заказ



Сканирование



О'КЕЙ
ОТЛИЧНО ЖИТЬ ПРАКТИЧНО

Перекресток
СУПЕРМАРКЕТ

Ашан

Я - ТРЕБОВАТЕЛЬНЫЙ



КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

Комфорт и забота на всех этапах пути потребителя и клиента.



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

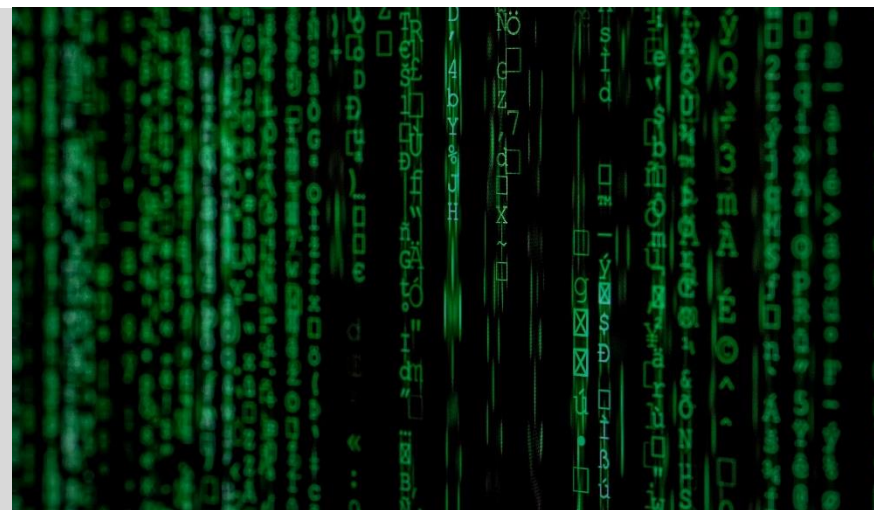
Забота о собственном комфорте: высокие требования к качеству и сервису, ожидание заботы.



ЧТО ДАЛЬШЕ?

Торговые форматы будущего (Amazon.go).

Я - ОТВЕТСТВЕННЫЙ

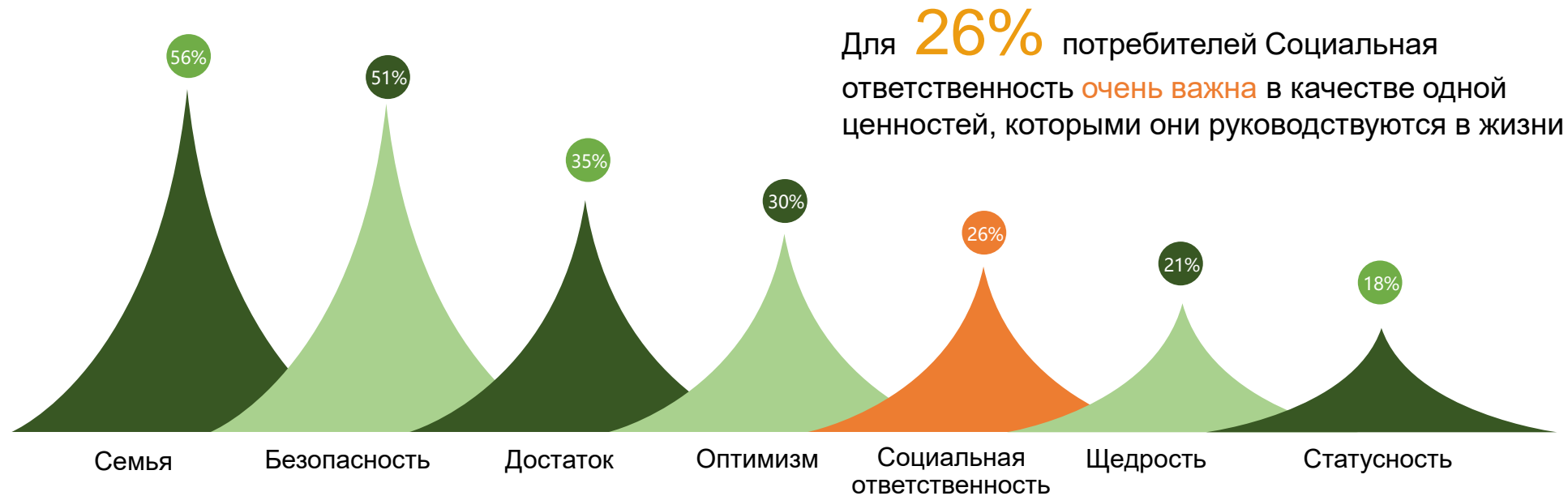


ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

Большее внимание к вопросам экологии и социальной ответственности. Этический аспект покупательского выбора. Развитие волонтерства.



Я - ОТВЕТСТВЕННЫЙ



на **11%** за пять лет
уменьшилось количество
покупаемых целлофановых
пакетов



на **20%** в 2017 году
увеличилось число волонтеров
и составило
1,4 млн чел.

Я - ОТВЕТСТВЕННЫЙ



КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

Не только следовать принципам социальной ответственности и коммуницировать прозрачность, но и вовлекать потребителей в совместное создание социальной ценности.



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

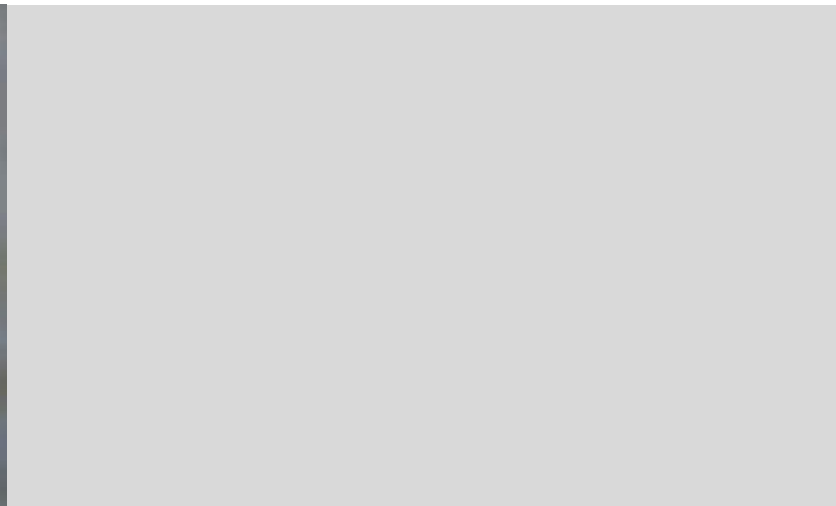
Большее внимание к вопросам экологии и социальной ответственности. Этический аспект покупательского выбора. Развитие волонтерства.



ЧТО ДАЛЬШЕ?

Развитие виртуального волонтерства – социальная активность тех, кто не может пожертвовать большим количеством своего времени.

Я - ПРАКТИЧНЫЙ



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

Покупатели настроены
максимально эффективно
использовать свои ресурсы:
максимизировать ценность при
минимизации затрат.



Я - ПРАКТИЧНЫЙ



От **18** до **57%**
покупок в среднем делается
по специальной цене
в зависимости от сегмента
покупателей



Начиная с 2012 года доля покупок
по промо растет в среднем на
14% В ГОД

Промо стимулирует переключение между сетями

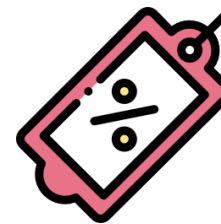


10,1

среднее количество сетей в
портфеле тех, кто покупает со
скидкой в более чем 57%
случаев (cherry pickers)

...и размывает лояльность к маркам

Количество марок в репертуаре покупателей



Покупки по
регулярной цене

Покупки
по промо

2,1



4,5

4,5



12,4

Я - ПРАКТИЧНЫЙ



КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

Повышать ценность
Новые форматы акций и программ
лояльности (геймификация,
неосвязаемость)



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

Покупатели настроены
максимально эффективно
использовать свои ресурсы:
максимизировать ценность при
минимизации затрат.



ЧТО ДАЛЬШЕ?

Экономика обмена и «Шэринг» –
экономия и оптимизация
использования ресурсов с помощью
обмена, повторного и совместного
использования



Спасибо, за внимание!

Команда Ромир

www.romir.ru

Москва, 2018

