

# Отчет о состоянии мобильной коммерции

Leading mobile retailers dominate – and the gap is growing



Russia - Q4 2015

criteo.

# Основные показатели мобильной коммерции в 4 квартале



Проведенный компанией Criteo анализ данных за 4 квартал 2015 показывает, что мобильные устройства являются эффективным каналом для продаж. Как отмечается в очередном, пятом Mobile Commerce Report, мы видим что с ростом мобильной коммерции в ключевых отраслях ритейлеры все больше фокусируют свои стратегии на пользователе.

- **Лидеры ритейла отмечают быстрый рост доли транзакций с мобильных устройств** в сравнении со средними показателями десктопных продаж.
- **Почти половина потребителей в процессе покупки используют несколько устройств**, и каждый третий из них завершает покупку на мобильном устройстве.
- **Мобильные приложения превосходят по всем показателям мобильные версии сайтов**, на всех этапах покупки: от поиска товара до приобретения.
- **Япония, Великобритания и Южная Корея лидируют среди других стран по показателям использования мобильных устройств в eCommerce**, при этом смартфоны используются чаще планшетов.

# Ключевые рекомендации для увеличения мобильных продаж



- Специалисты Criteo проанализировали данные продаж за 4 квартал 2015 года и сформулировали несколько полезных рекомендаций для участников рынка.
- **Создайте возможность взаимодействия с самой быстрорастущей аудиторией мобильного интернета – пользователями смартфонов.**  
При совершении покупки смартфоны используются чаще, чем планшеты. Убедитесь, что дизайн вашего приложения и мобильной версии сайта отвечают потребностям большей части вашей аудитории.
- **Используйте преимущество кросс-девайс технологий, чтобы лучше понять своих покупателей.** При использовании качественного решения, обеспечивающего охват и точность, вы сможете связать данные о поведении одного и того же пользователя на разных устройствах в режиме реального времени для предоставления релевантной рекламы. 62% от всех транзакций в 4 квартале были совершены пользователями, которые просматривают товары и совершают покупки, используя несколько устройств.
- **Устраняйте барьеры при совершении покупок с мобильных устройств, используйте данные о покупках для прогнозирования и персональных рекомендаций в вашем приложении.** Приложения давно перестали использоваться только для поиска товара. Показатели конверсии и средний чек в приложениях превышают аналогичные показатели на ПК.

---

# Тренды мобильной коммерции в России

criteoL.



# #1

Рост доли  
мобильных продаж  
в eCommerce  
впечатляет

criteo.

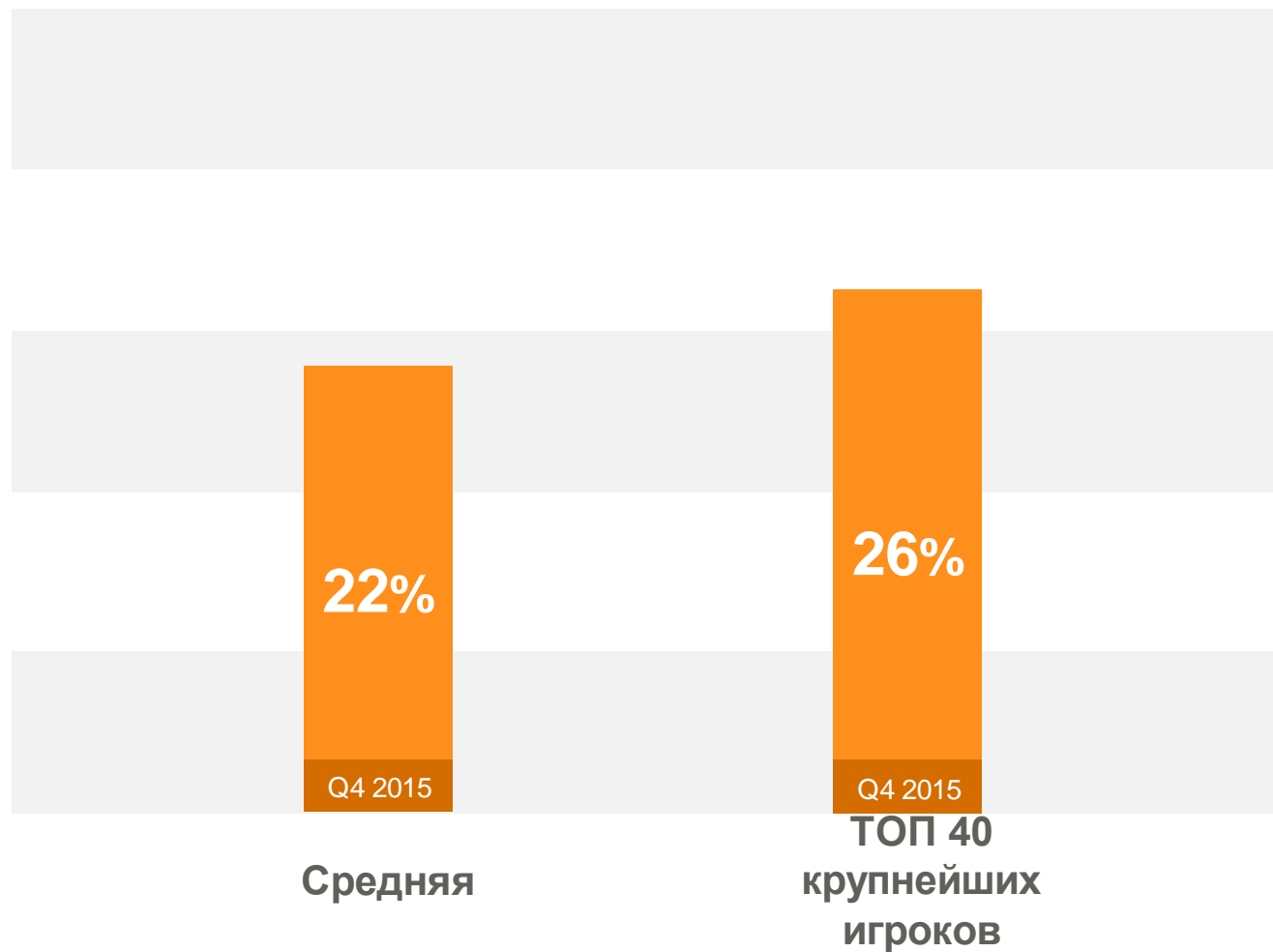


# Лидеры мобильной коммерции удваивают ставку

В 4 квартале 2015 года доля мобильных транзакций достигла 22% от общего количества совершенных продаж.

Доля транзакций, совершенных через мобильные устройства у топовых ритейлеров выше, чем в среднем по рынку и составляет 26%

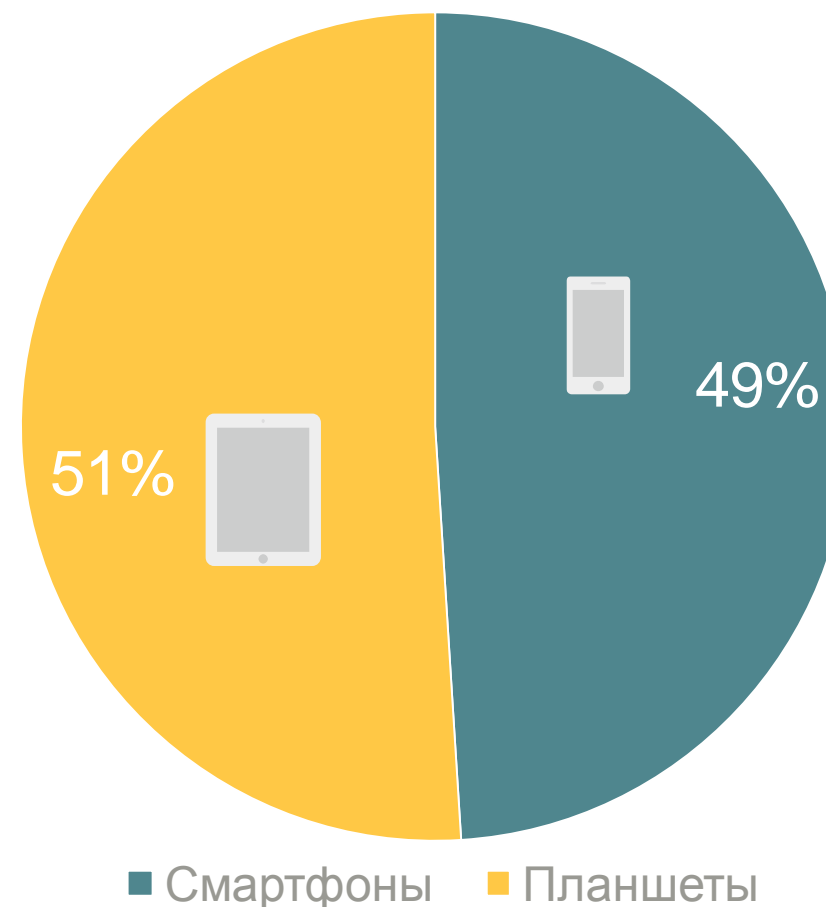
## Доля мобильных транзакций eCommerce в России



## Доля смартфонов будет расти

Доступность, разнообразие моделей, увеличенные яркие экраны и быстрый беспроводной интернет дают возможность ритейлерам сделать просмотр товаров и услуг на смартфонах более простым и привлекательным.

Доля транзакций через мобильные устройства в ритейле, в России (% всего)

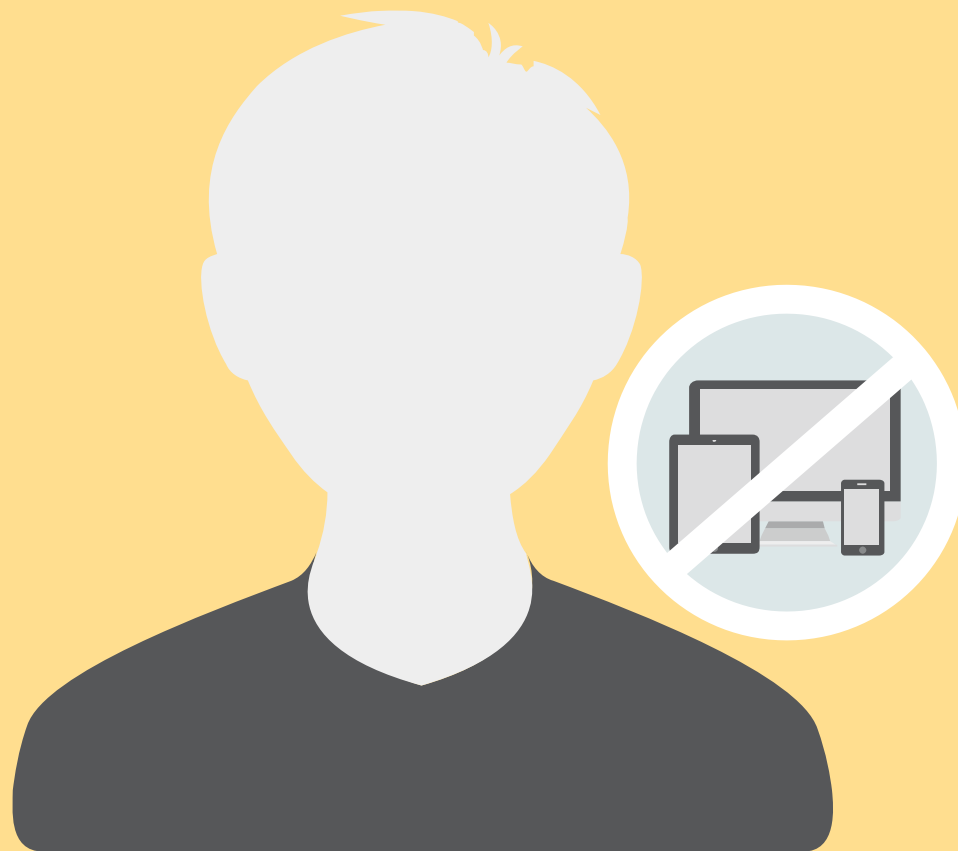


# #2

---

Ориентируйтесь  
на покупателей, а  
не на устройства.

criteo.

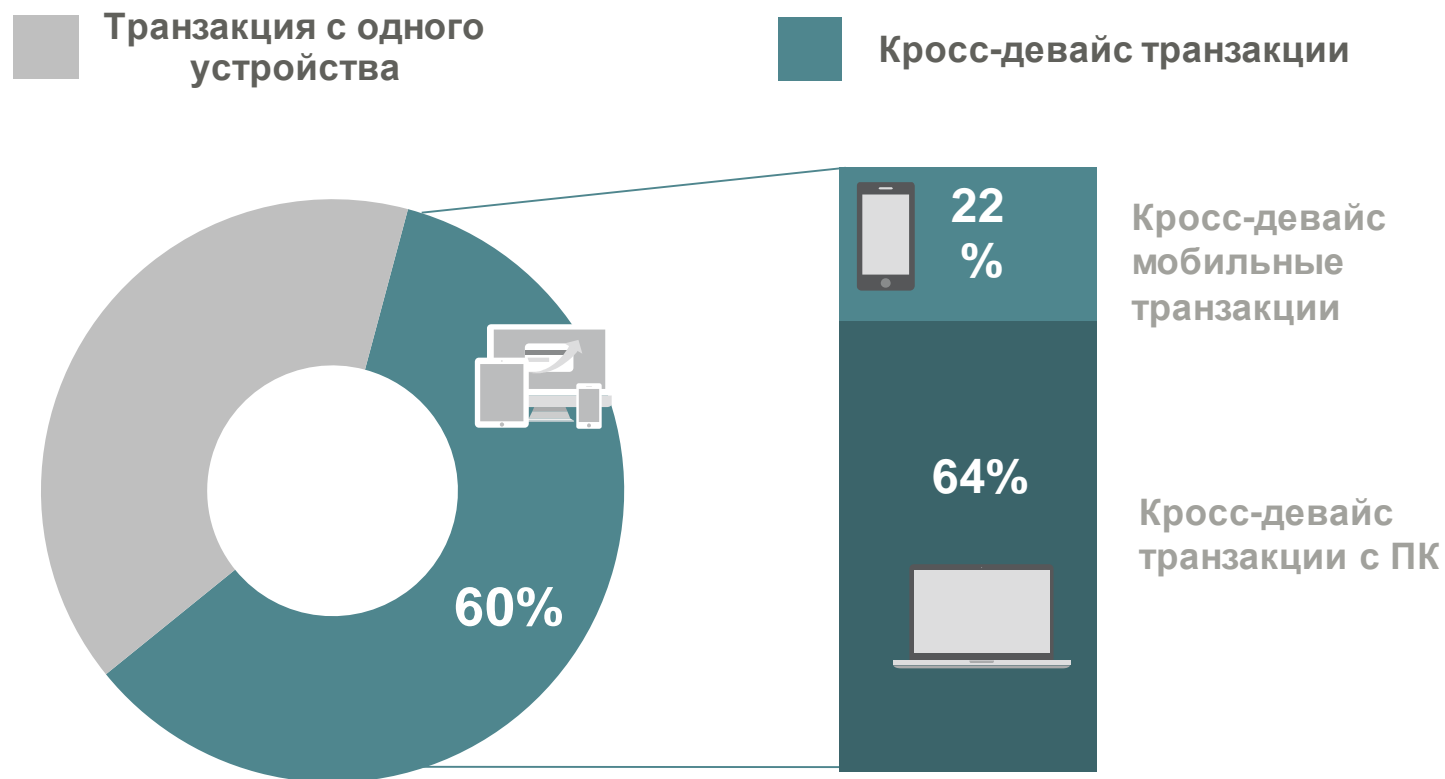




Покупки с использованием нескольких устройств составляют 60% от всех онлайн покупок

В 4 квартале 2015 года почти половина транзакций (покупок) была совершена с использованием нескольких устройств или каналов. Из них на кросс-девайс приходится 22%.

## Доля кросс-девайс продаж и продаж с использованием мобильных устройств



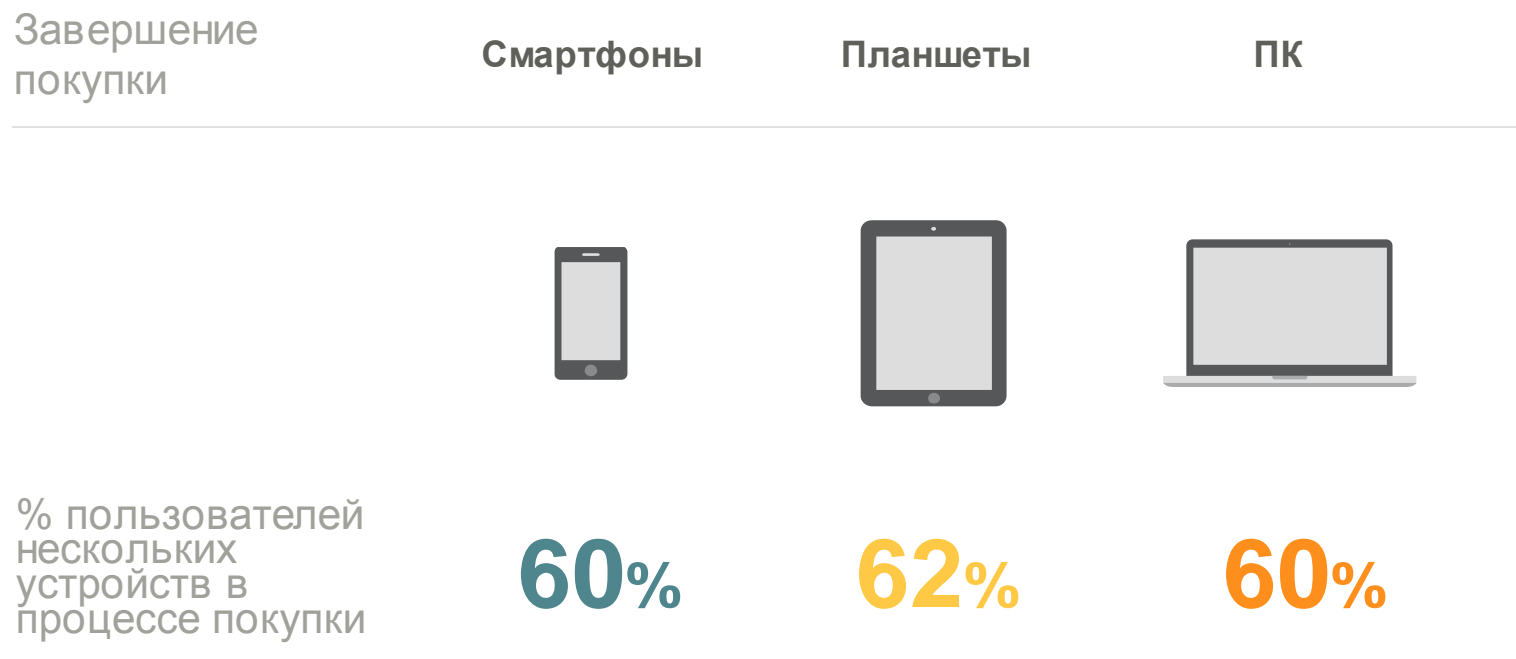
# Покупатели используют несколько устройств. Все ли вы используете для продажи?

Исследование Criteo показало, что половина покупок была совершена после того, как покупатель посетил сайт как минимум с двух разных устройств.

Транзакциям через смартфоны предшествовал просмотр товаров на десктопе и планшетах.

Покупатели, завершающие покупку на смартфоне чаще используют другие устройства на предыдущих этапах покупки

## Доля устройств, задействованных в онлайн-покупках в России



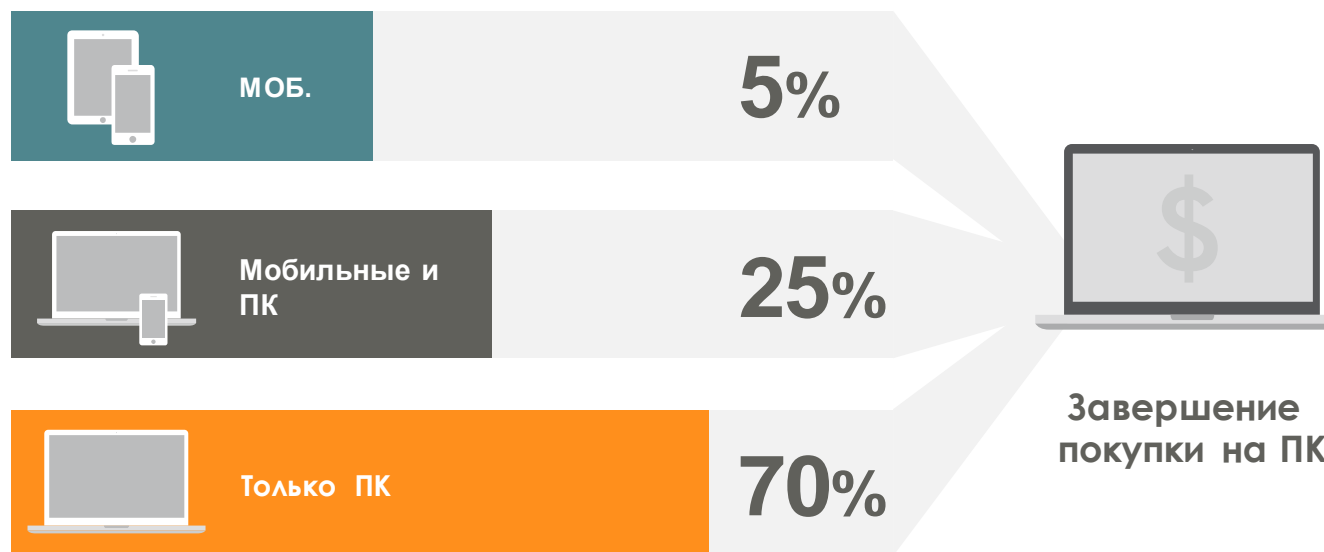
Каждой третьей транзакции с десктопа предшествует просмотр товаров через мобильные устройства

Основная доля онлайн продаж по-прежнему принадлежит десктопу, но мобильные устройства играют существенную роль на этапе выбора товара.

Каждый третий покупатель, использовавший при покупке несколько устройств и завершивший покупку на ПК, использовал до этого как минимум одно мобильное устройство.

Убедитесь, что ваши товары отображаются корректно на экранах любых устройств

## Устройства, используемые для посещения сайта перед завершением покупки на ПК

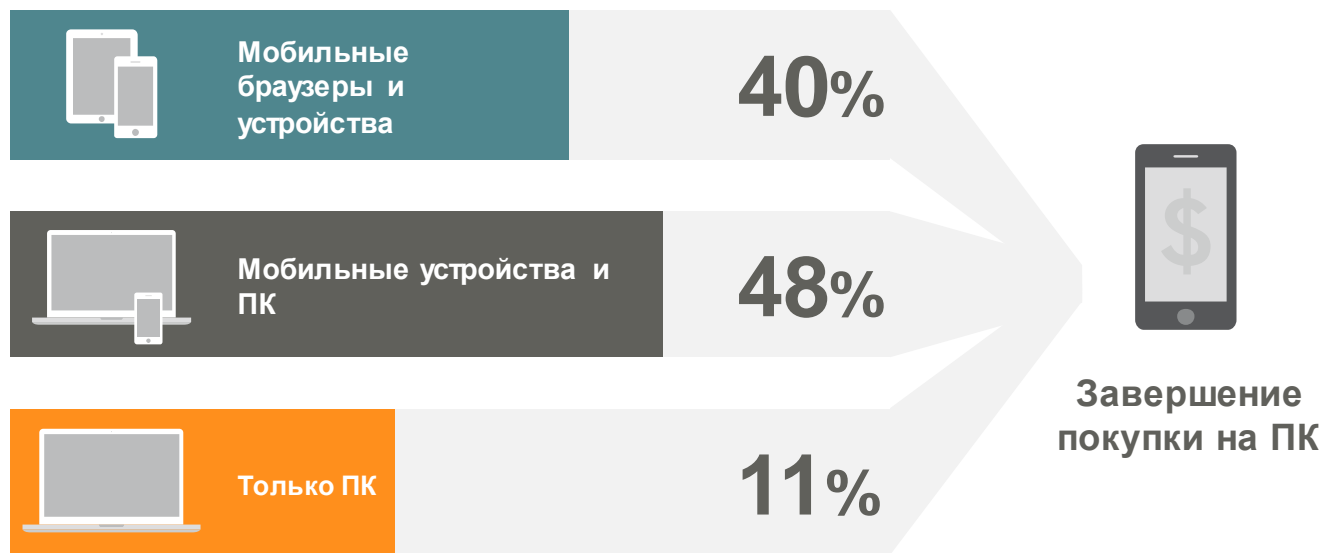


40% покупателей, использовавших несколько устройств и завершивших покупку на мобильном, использовали только мобильный браузер.

Больше половины покупателей, завершивших покупку на мобильном, использовали на разных этапах покупки только мобильные устройства, тогда как 48% использовали как мобильные, так и ПК

Данные указывают, что основная часть покупателей, которые завершают покупку на мобильных устройствах, пользуются только ими и не просматривают сайт на ПК перед покупкой

## Устройства, используемые для посещения сайта перед завершением покупки на мобильном устройстве



# #3

Приложения  
генерируют все  
больше продаж,  
устраняя  
большинство  
барьеров на пути к  
покупке

criteo.

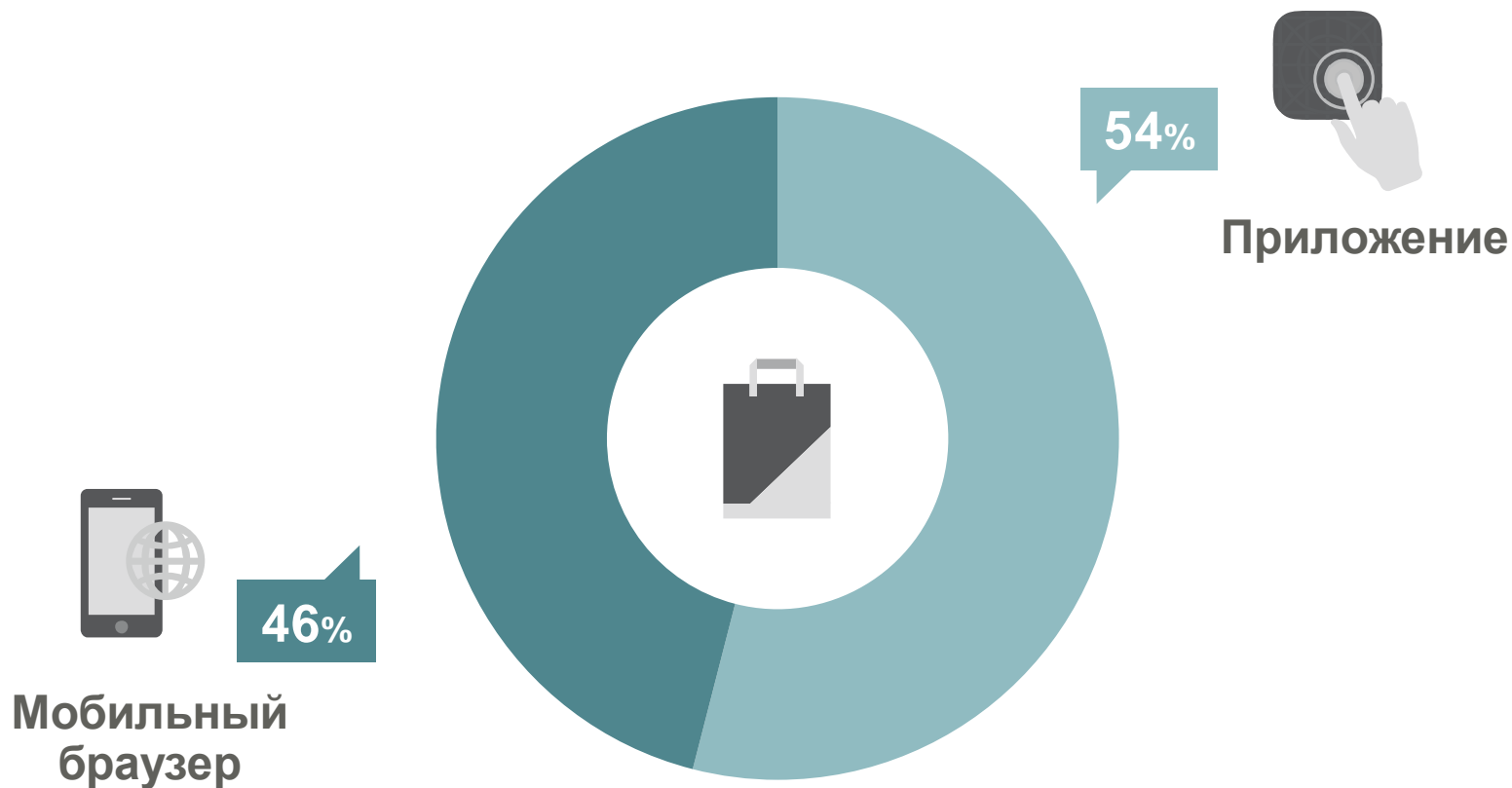


Инвестируйте в приложения с возможностями индивидуальных рекомендаций товаров для каждого клиента

Ритейлеры, которые создают приложения с возможностью персонализированных рекомендаций и устраняют барьеры для совершения покупки внутри приложения, достигают больших объемов продаж по сравнению с мобильными версиями сайта

Как и в прошлом квартале, общая доля продаж из приложений составляет половину от всех продаж с мобильных устройств

## Средняя доля покупок из приложений и браузеров мобильных устройств за 4 квартал



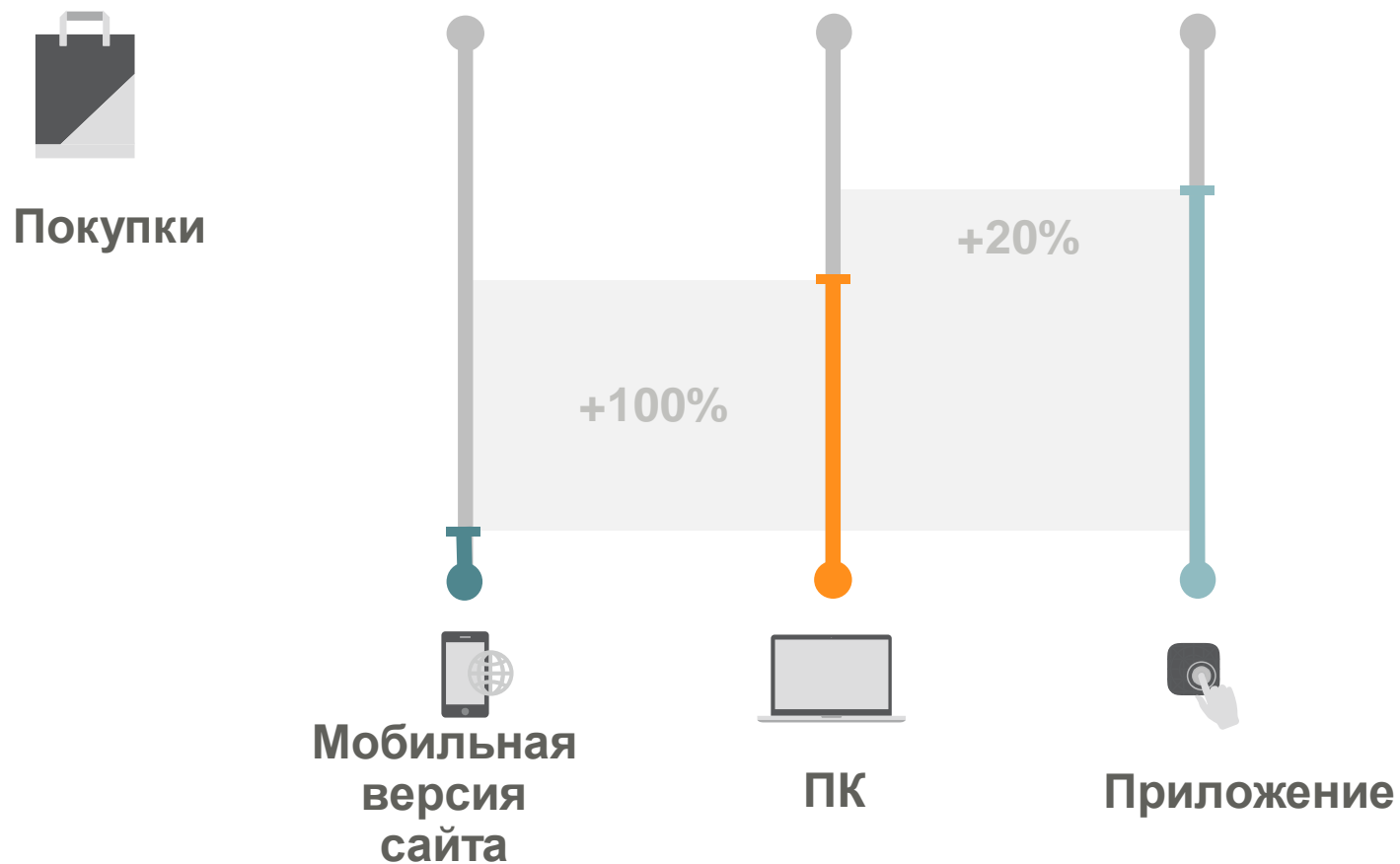
Включая сайты где более 25% сделок совершены с помощью мобильных устройств. Из этих мобильных покупок более 10% совершены с помощью мобильных приложений.

# Конверсия в приложениях выше чем с ПК

Благодаря нативному дизайну и дополнительному контролю над процессом совершения покупки ритейлеры видят более высокий уровень конверсии в приложениях по сравнению с мобильной или десктопной версией сайта

Технология Deep Linking и мобильного ретаргетинга позволяет ритейлерам наращивать вовлеченность пользователей и стимулировать их покупательскую активность

## Уровни конверсии по различным каналам продаж



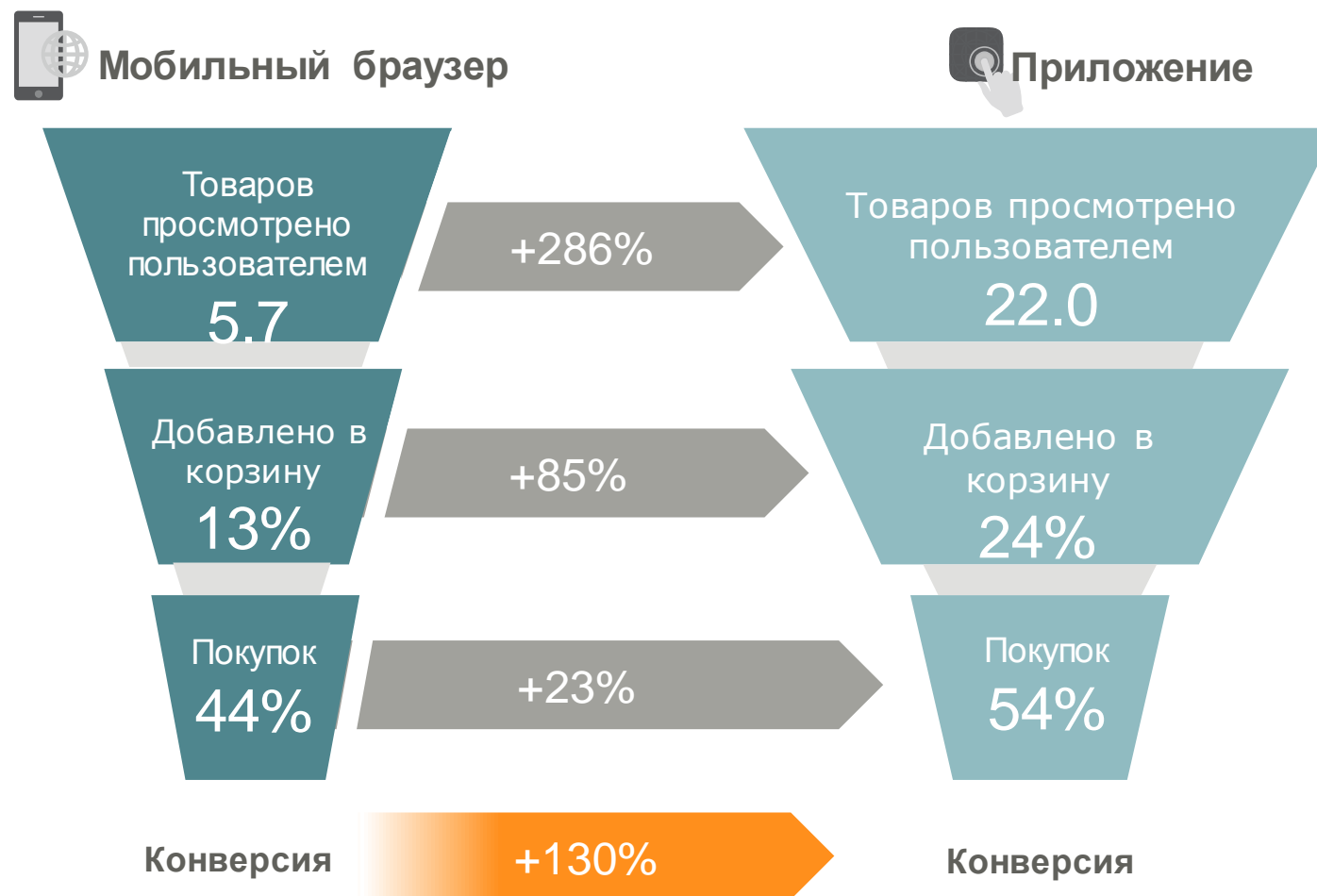
Включая сайты где более 25% сделок совершены с помощью мобильных устройств. Из этих мобильных покупок более 10% совершены с помощью мобильных приложений.

# Конверсия в приложениях превосходит конверсию в мобильных браузерах на каждом этапе

Воронка конверсии у приложений шире чем у мобильных браузеров на каждом этапе. Это свидетельствует о том, что пользователи приложений более лояльные покупатели

В частности, пользователи приложений просматривают в 4 раза больше товаров, чем пользователи мобильных браузеров, и в два раза чаще добавляют товар в корзину

## Воронка конверсии по различным каналам



Включая сайты где более 25% сделок совершены с помощью мобильных устройств. Из этих мобильных покупок более 10% совершены с помощью мобильных приложений.



Средний чек в приложениях выше, чем в браузере на ПК или мобильном устройстве

Приложение позволяет добиться не только более высокого % конверсии, но и увеличить стоимость среднего чека

## Средняя цена заказа по различным каналам продаж



Включая сайты где более 25% сделок совершены с помощью мобильных устройств. Из этих мобильных покупок более 10% совершены с помощью мобильных приложений.

# Глобальные тренды мобильной коммерции

criteoL.



# Мировая доля мобильных продаж составляет 35%

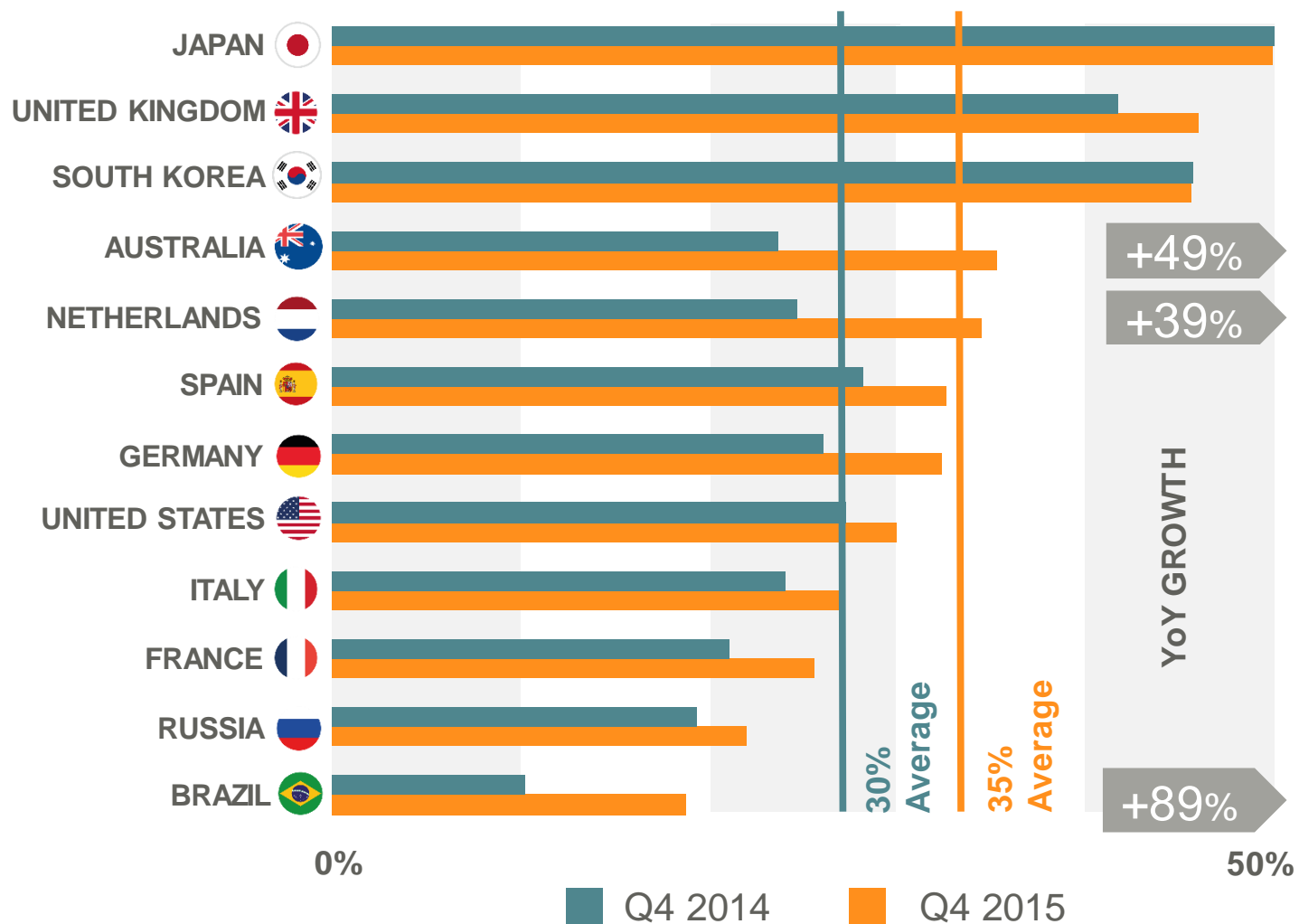
Япония, Великобритания и Южная Корея лидируют среди других стран по показателям использования мобильных устройств в онлайн продажах. Страны с наиболее высокими коэффициентами использования мобильных устройств стабильны, в то время как малоосвоенные пока рынки показывают высокую динамику роста.

Наибольший рост показали Великобритания, которая обошла Южную Корею и Австралию, которая поднялась с 9 на 4 место глобального рейтинга.

США занимают средние строчки рейтинга наряду с Германией Францией и Испанией.

Copyright © 2016 Criteo

## Доля мобильных транзакций в eCommerce, по странам

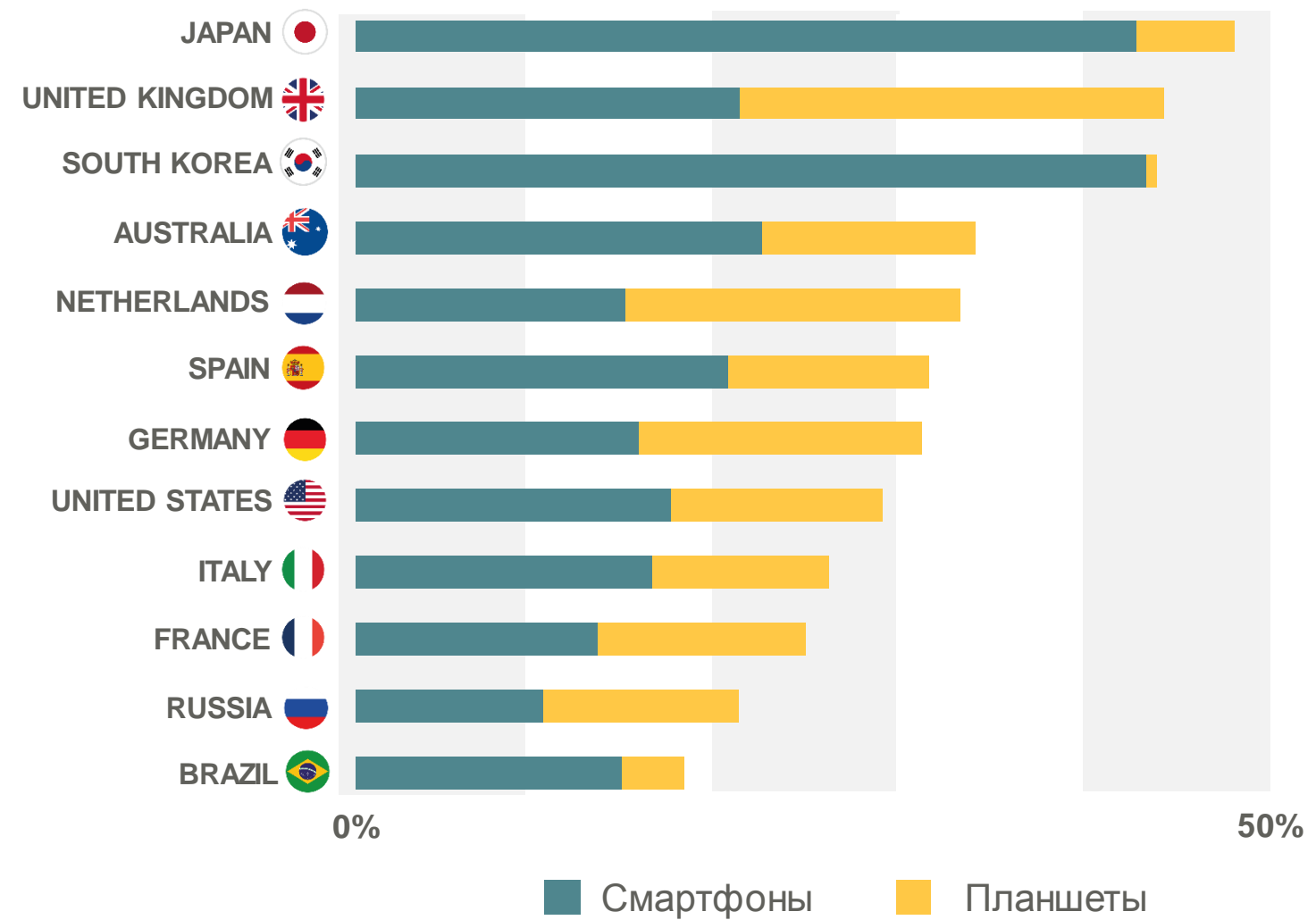


## Смартфоны занимают лидирующие позиции в мобильных транзакциях на основных мировых рынках

По всему миру смартфоны используются чаще при совершении мобильных покупок, не смотря на то что планшеты считаются более популярными устройствами среди покупателей интернет магазинов. Эта тенденция наиболее заметна в Японии и Южной Корее, занимающих верхние позиции по доле мобильных транзакций в мире.

Исключение составляют Великобритания, Нидерланды и Россия, в которых планшеты все еще опережают смартфоны в доле мобильных транзакций

## Доля транзакций со смартфонов и планшетов в eCommerce, по странам



# США задает тенденцию по мобильной конверсии в мире

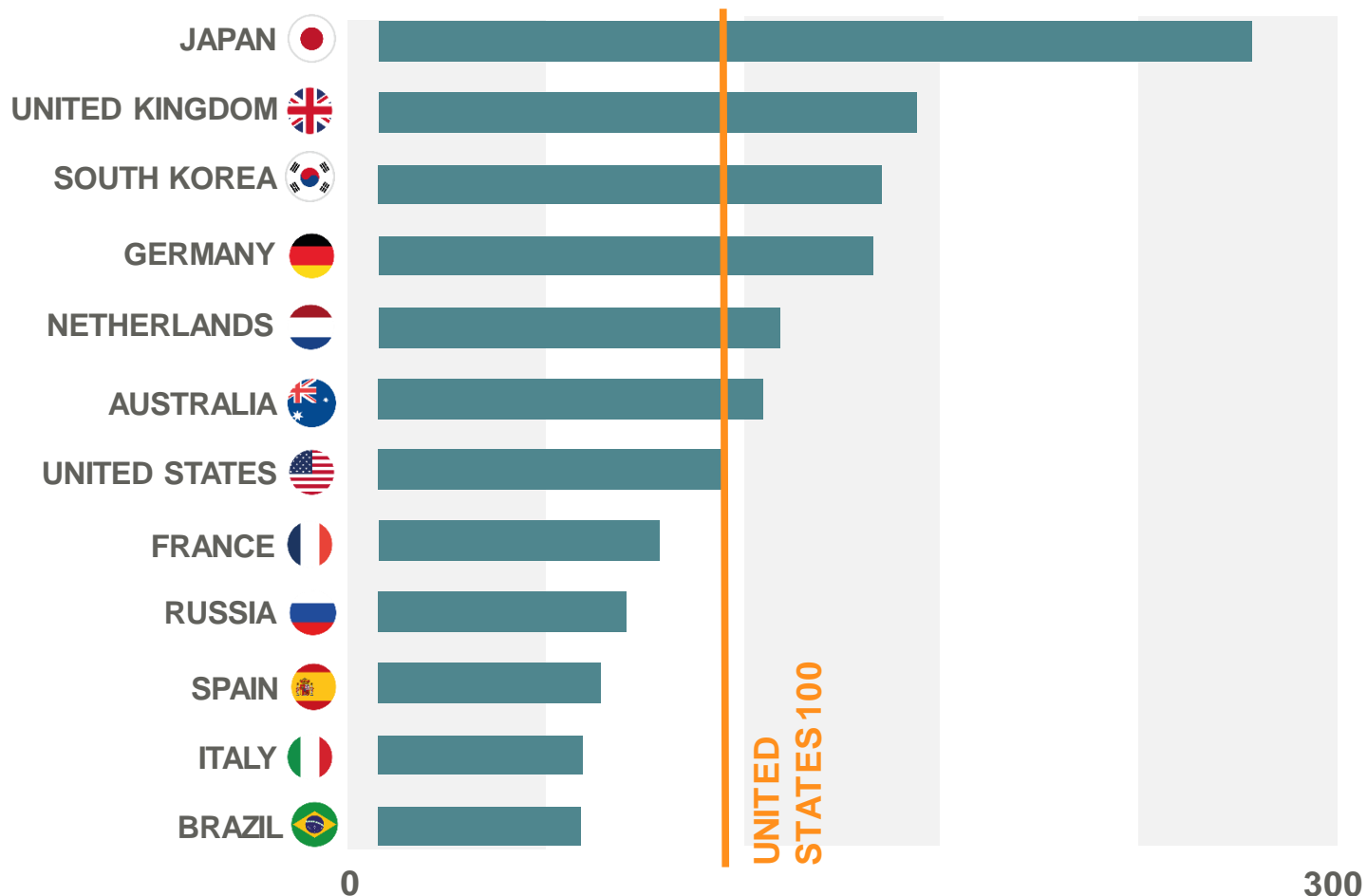
США по показателю мобильной конверсии занимает среднюю позицию в общемировом рейтинге, где верхние позиции по-прежнему занимают три лидера по доле мобильных транзакций (Япония, Великобритания и Южная Корея)

Япония, Южная Корея, Великобритания – международные лидеры по доле транзакций, совершаемых с мобильных устройств.

В целом наблюдается глобальный тренд по увеличению продаж с мобильных устройств.

Наиболее активно по доли мобильного трафика росла Великобритания, Южная Корея – на втором месте.

## Конверсия мобильных устройств в мире (в сравнении с США)



---

# Взгляд в будущее

criteo.



# Что ожидает нас в будущем?

- Мы видим четыре основных тенденции:
- **Рост в мобильной коммерции продолжается.** Количество мобильных продаж увеличивается и приближается к уровню продаж с десктопов, благодаря тому, что ритейлеры создают более удобные, повышающие вовлеченность пользователей мобильные приложения.
- **Благодаря большим экранам, быстрому беспроводному интернету и удобной синхронизации между сайтом и приложением,** смартфоны повышают долю продаж с мобильных устройств, тем самым вытесняя ПК.
- **Мобильные приложения стали неотъемлемой частью бизнеса и продолжают повышать эффективность.** Приложения стали важным каналом продаж, который будет развиваться, увеличивая текущую конверсию и среднюю стоимость одного заказа.
- **Оптимизация и улучшение приложений позволит еще больше ориентироваться на пользователей.** В 2015 году компании были сосредоточены на поиске лучших решений. В 2016 - время для внедрения решений в жизнь. И определяющее значение теперь играет пользователь, а не устройство.

- Анализируются данные отдельных сделок



Свыше **3300** ритейл и туристических компаний



**1,7 миллиарда сделок** в год на основных и мобильных версиях сайтов



**720 млрд долларов** ежегодных продаж

Как участники рынка могут воспользоваться этими данными?



**Сравните свои показатели с соответствующими KPI** для мобильного браузера, мобильного приложения и cross-device каналов



# О Criteo

Criteo занимается широкомасштабным индивидуализированным performance-маркетингом. Оценивая доход с пост-клик продаж, Criteo обеспечивает прозрачность и простоту измерения доходов с вложений (ROI). В Criteo работают более 1800 человек в 27 отделениях в Северной и Южной Америке, Европе и Азиатско-Тихоокеанском регионе, обслуживая более 1000 рекламных организаций по всему миру с прямыми связями с более чем 14000 издательств.

- **Рекламу Criteo видят свыше 1,1 миллиарда уникальных Интернет-пользователей** (comScore, сентябрь 2015 г.).

Этот и другие доклады о мобильной коммерции можно найти на:

[www.criteo.com/resources/mobile-commerce-report/](http://www.criteo.com/resources/mobile-commerce-report/)