Аудитория интернет-торговли: что предпочитают онлайн-покупатели и как они выбирают

Data Insight

2015

Об исследовании

Проект **Электронная торговля в России. 2014. Годовой отчет**

Комплексное исследование: «матрица данных» для ответа почти на все вопросы про ecommerce

Совместный проект:

Исследовательское агентство Data Insight

CMS-платформа InSales

Процессинговая компания PayU

Уникальная методика

оффлайн-опрос

онлайн-опрос

октябрь-декабрь 2014

928 пользователей интернета (18-64 лет)

Доля онлайн-покупателей
Профиль онлайн-покупателей
Частота онлайн-покупок
Стаж онлайн-покупок

3472 онлайн-покупателя (18-64)

Опыт онлайн-покупок
Параметры последнего заказа
Критерии выбора магазина
и многое другое

Репрезентативные данные
по поведению пользователей.
Более 400 переменных.
Погрешность ±1.7%

DATA insight

InSales

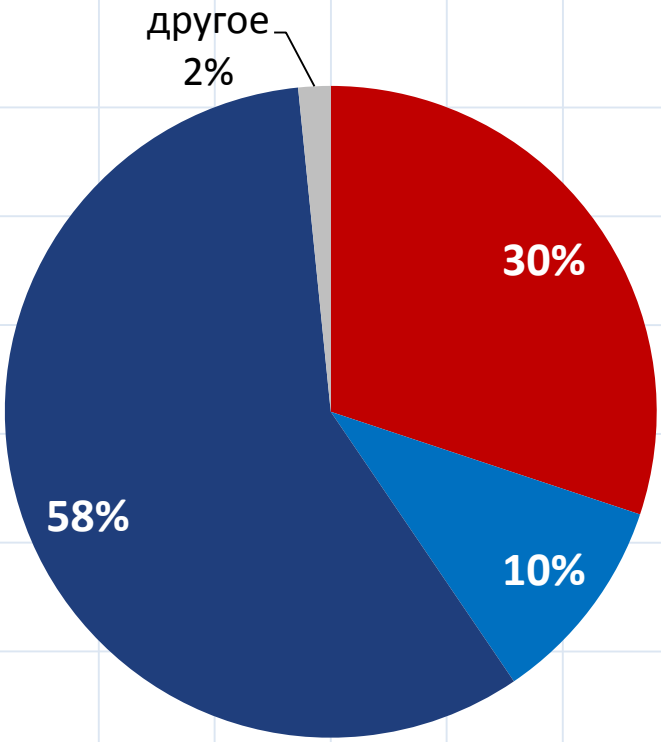
PayU

Модели покупки

40% онлайн-заказов – это

(полностью или частично) спонтанные покупки

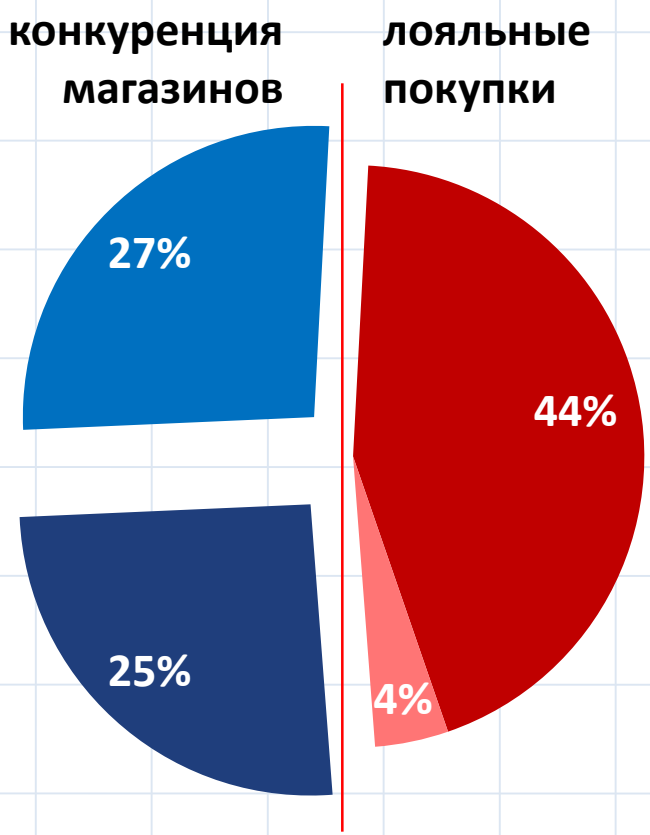
Какое утверждение в наибольшей степени подходит для вашей последней по времени покупки в интернет-магазине?



- не знали заранее, что именно купят, и выбрали товар уже в процессе изучения ассортимента интернет-магазинов
- кроме того, что собирались купить заранее, купили заодно еще и другие товары
- знали заранее, что именно купят

Критерии выбора

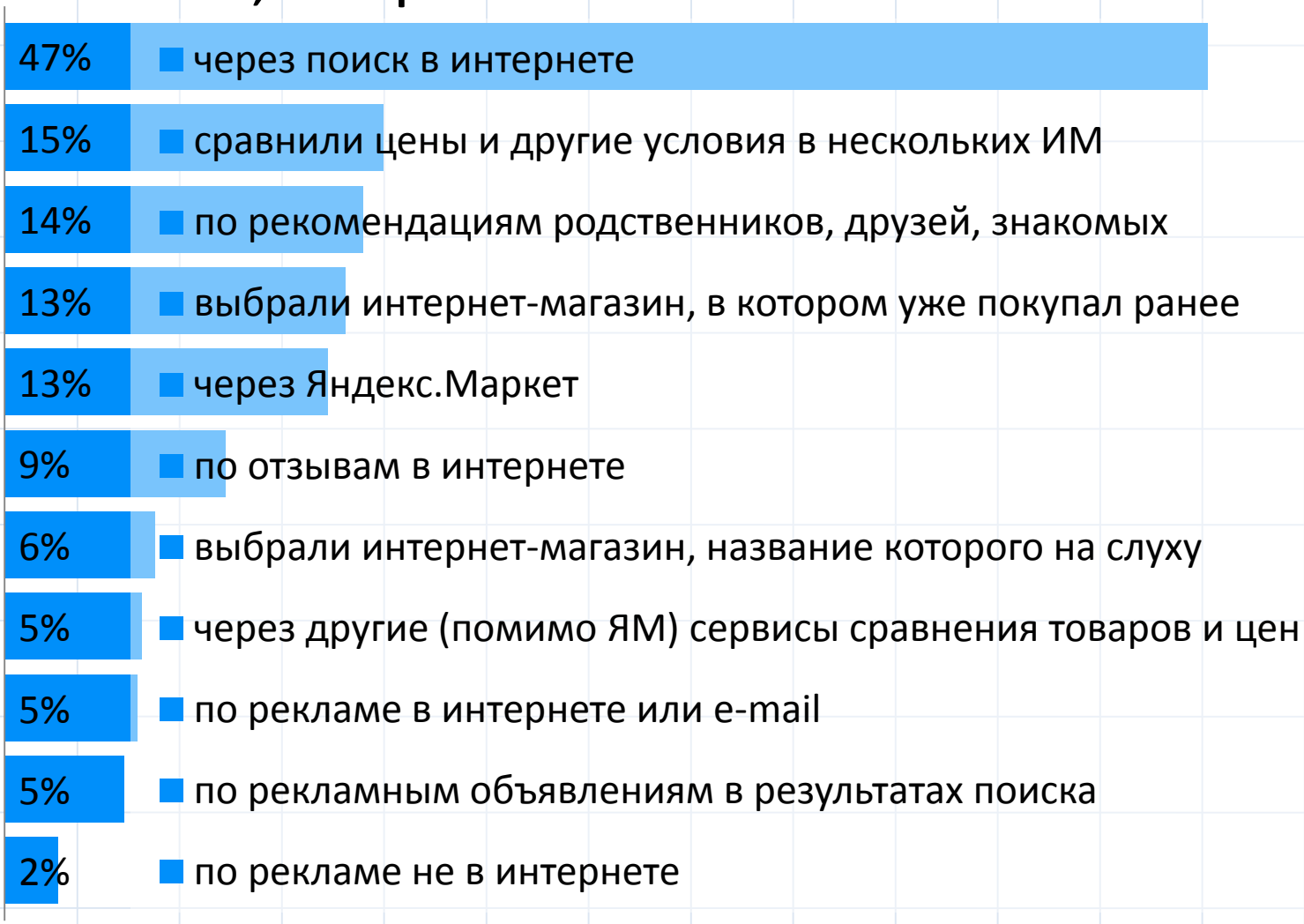
Место покупки (интернет-магазин) «предопределено» для половины заказов



- заранее знали, в каком именно интернет-магазине сделают данную покупку
- не планировали данную покупку - интернет-магазин сам предложил/ рекомендовал этот товар
- заранее знали несколько интернет-магазинов, где можно купить такие товары, и выбирали один из них
- заранее не знали, где можно купить нужный товар, и искали место, где продаются с наилучшими условиями подобные товары

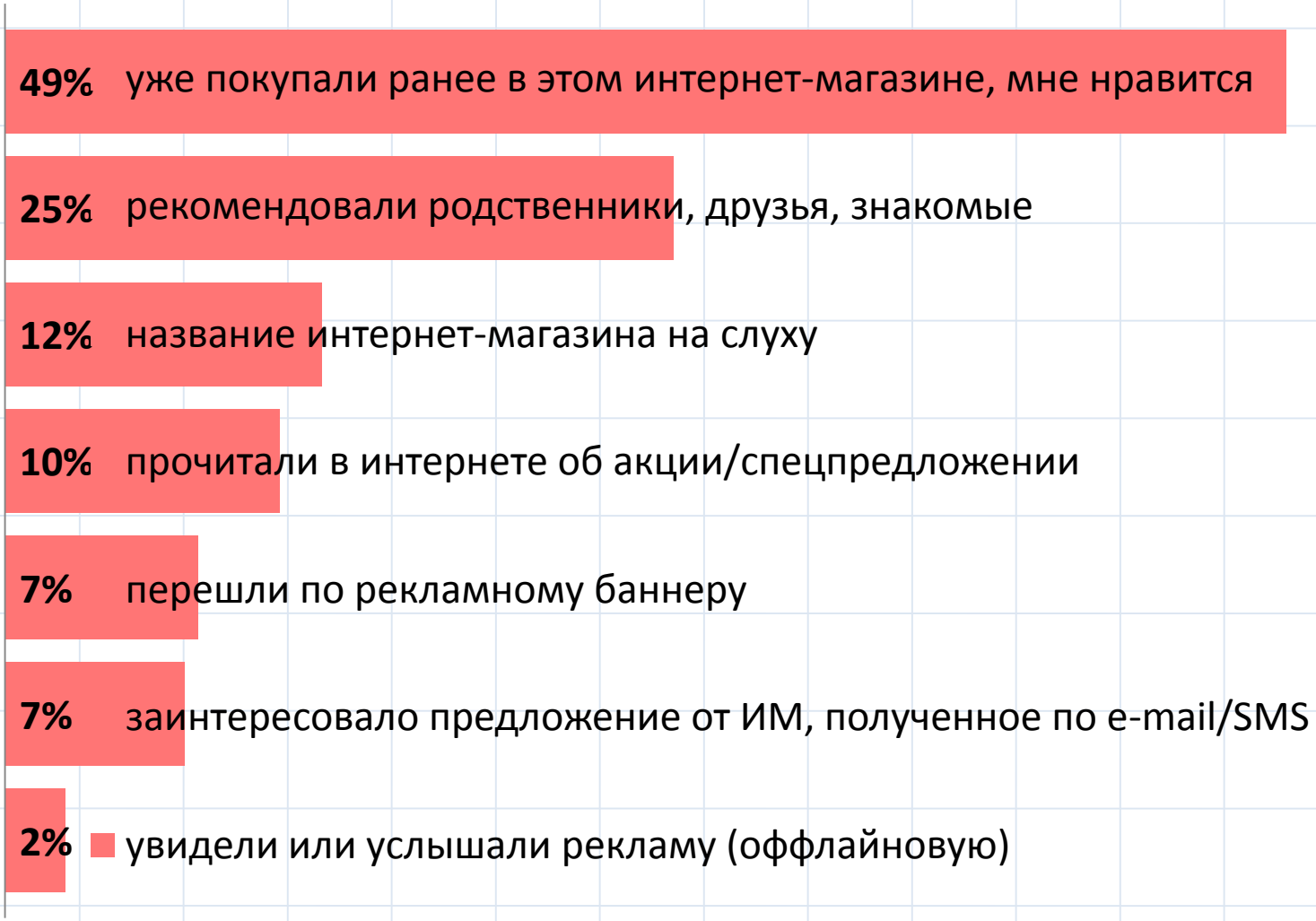
Критерии выбора: конкуренция

Как выбирали интернет-магазин?
Ответы тех, кто заранее не знал магазин

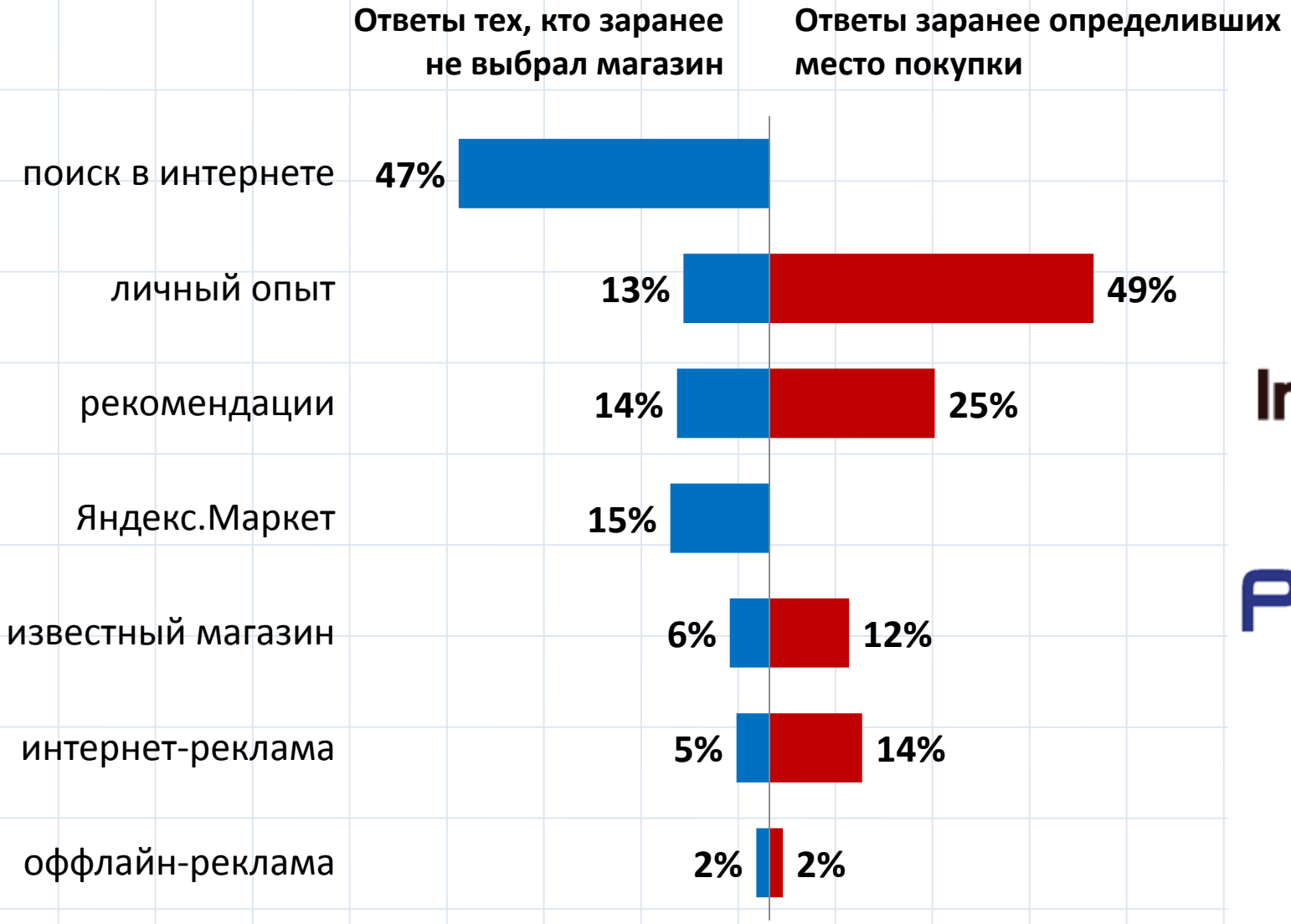


Критерии выбора: лояльные покупки

Почему зашли именно в этот интернет-магазин?
Ответы заранее определивших место покупки

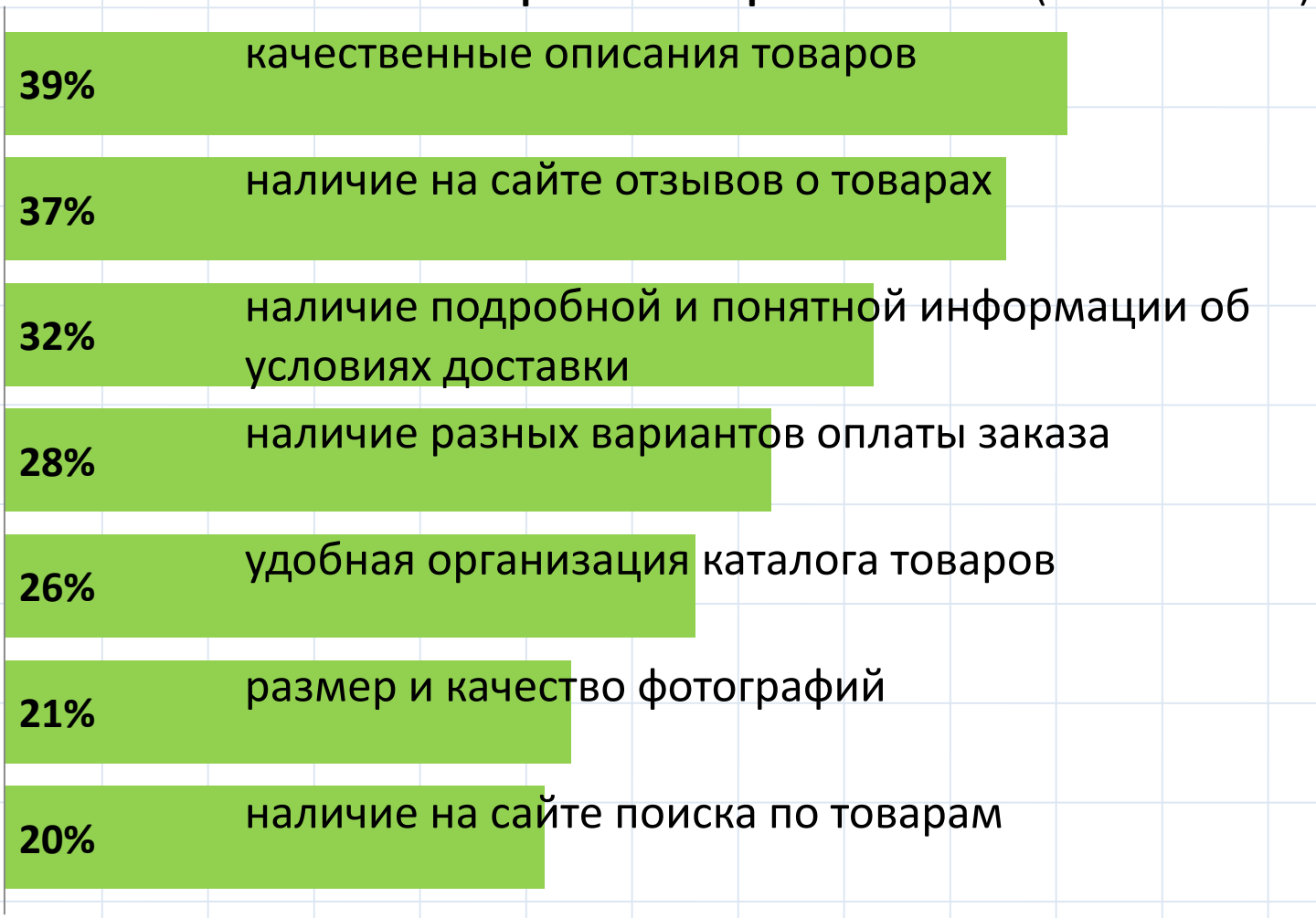


Критерии выбора места: сравнение



Удобный магазин

Что из перечисленного важнее всего для сайта интернет-магазина? Что нужно, чтобы вы решили, что это удобный сайт и хороший интернет-магазин? (топ-5 ответов)

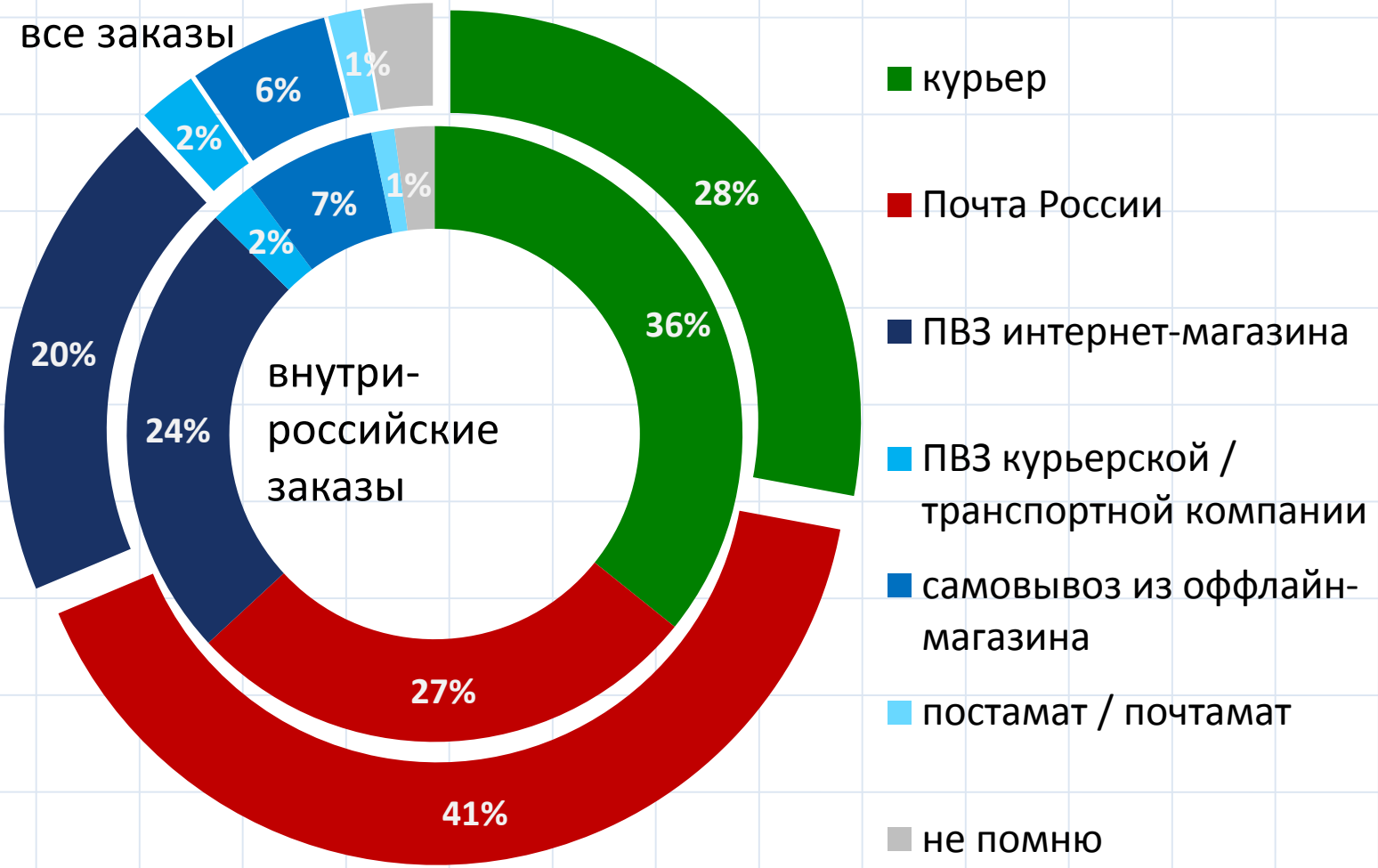


Удобный магазин: что не важно

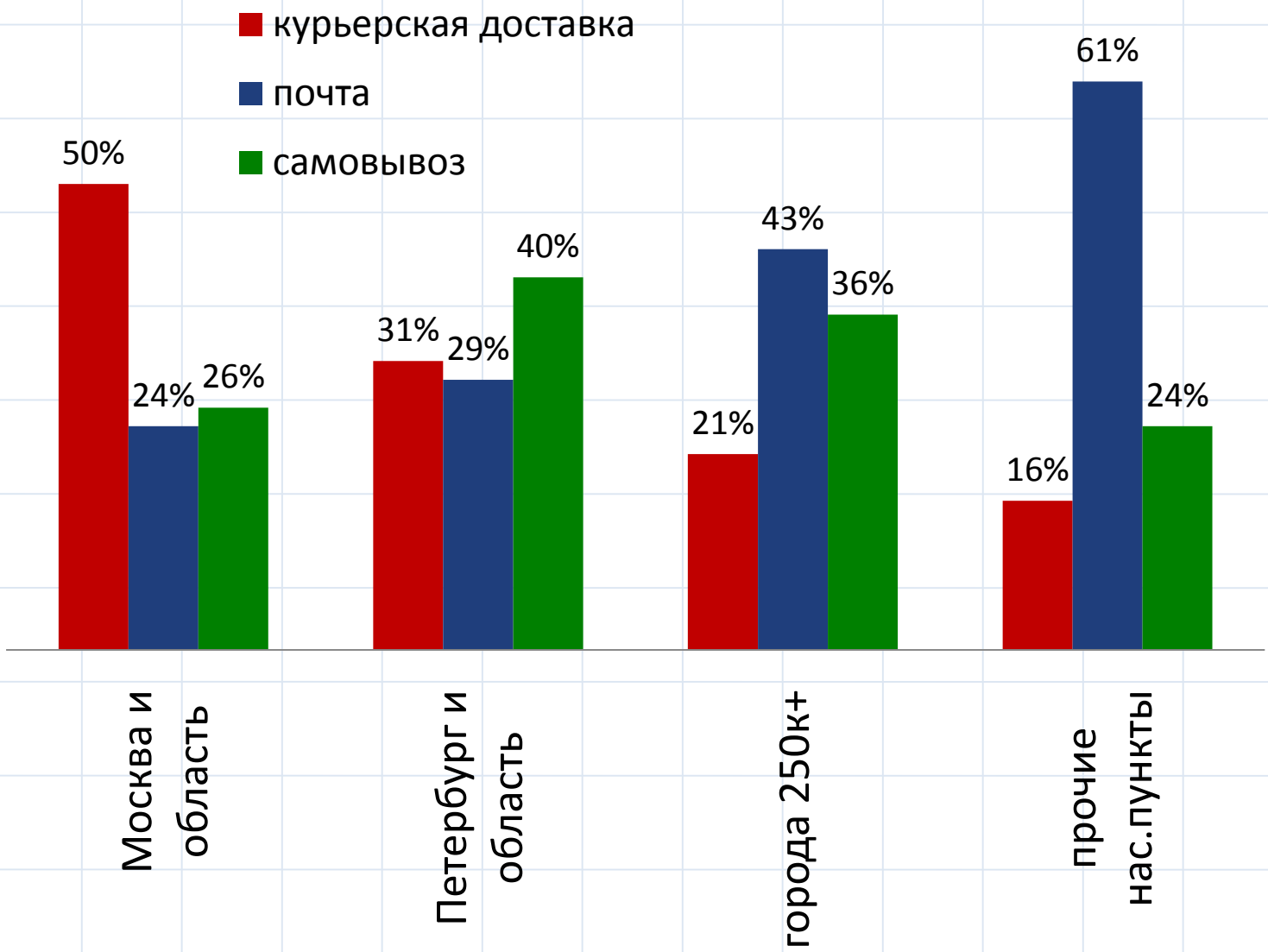
Что из перечисленного важнее всего для сайта интернет-магазина? Что нужно, чтобы вы решили, что это удобный сайт и хороший интернет-магазин? (непопулярные ответы)

наличие информации об адресе интернет-магазина (компании, владеющей сайтом)	15%
наличие сертификатов на продаваемые товары	13%
возможность получения онлайн-консультаций на сайте	11%
возможность посмотреть историю заказов и список ранее просмотренных товаров	8%
аккуратный и качественный дизайн сайта	8%
наличие персонализированных рекомендаций по товарам и аксессуарам	5%

Как получают заказы

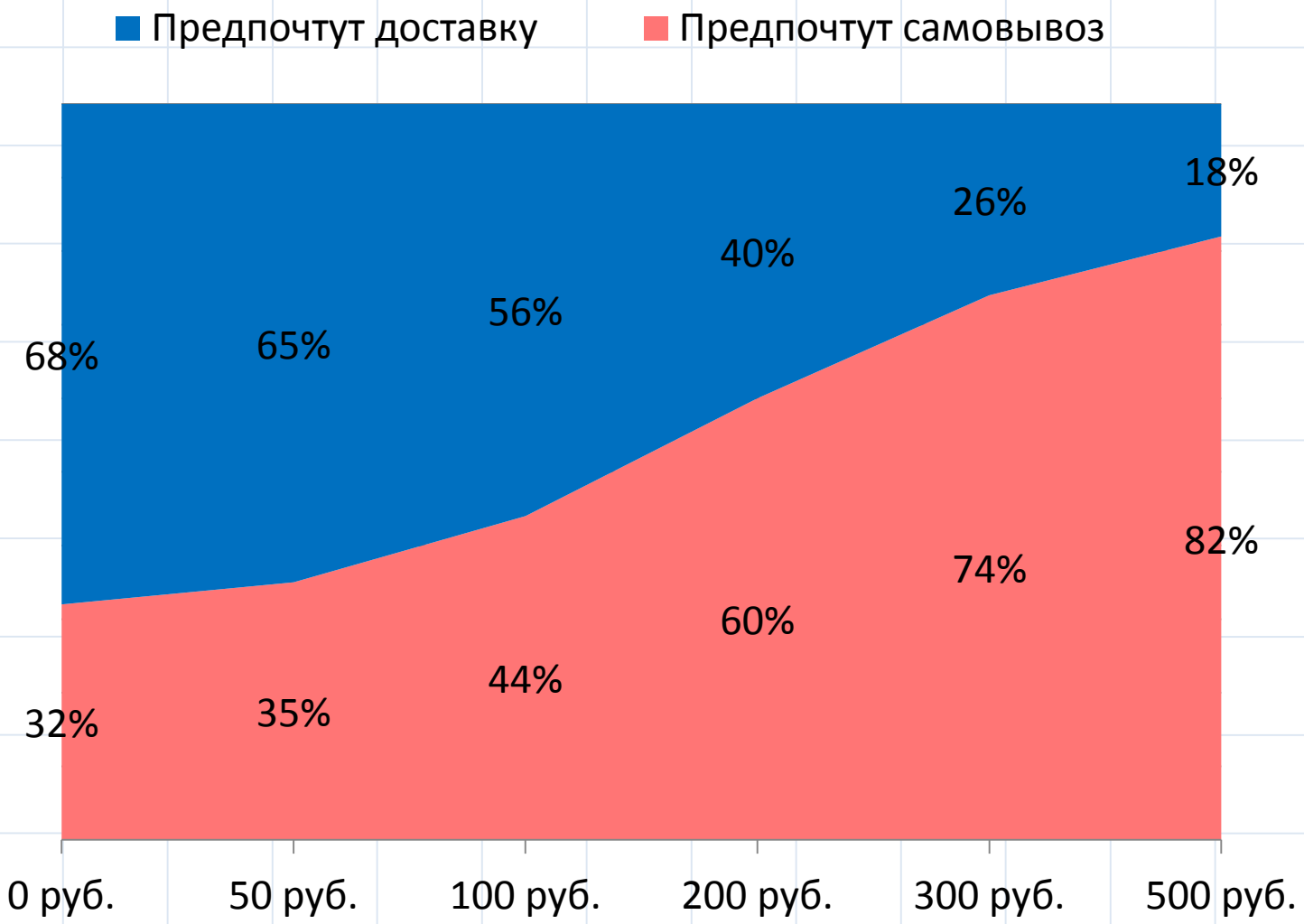


Различия в предпочтениях



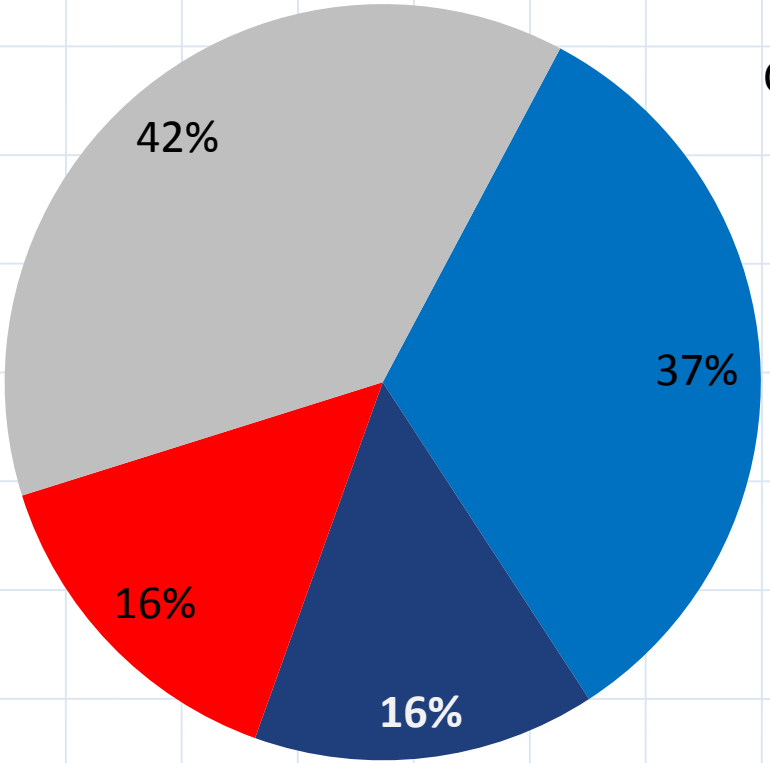
Самовывоз или доставка

Выбор между самовывозом и доставкой в зависимости от стоимости доставки

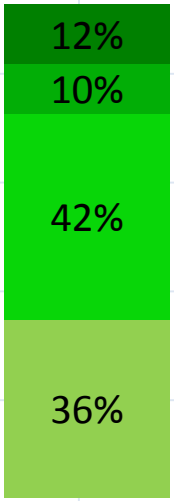


Доплата за срочную доставку?

Готовы ли вы доплачивать (если не всегда, то хотя бы при некоторых заказах) за экспресс-доставку из интернет-магазинов?



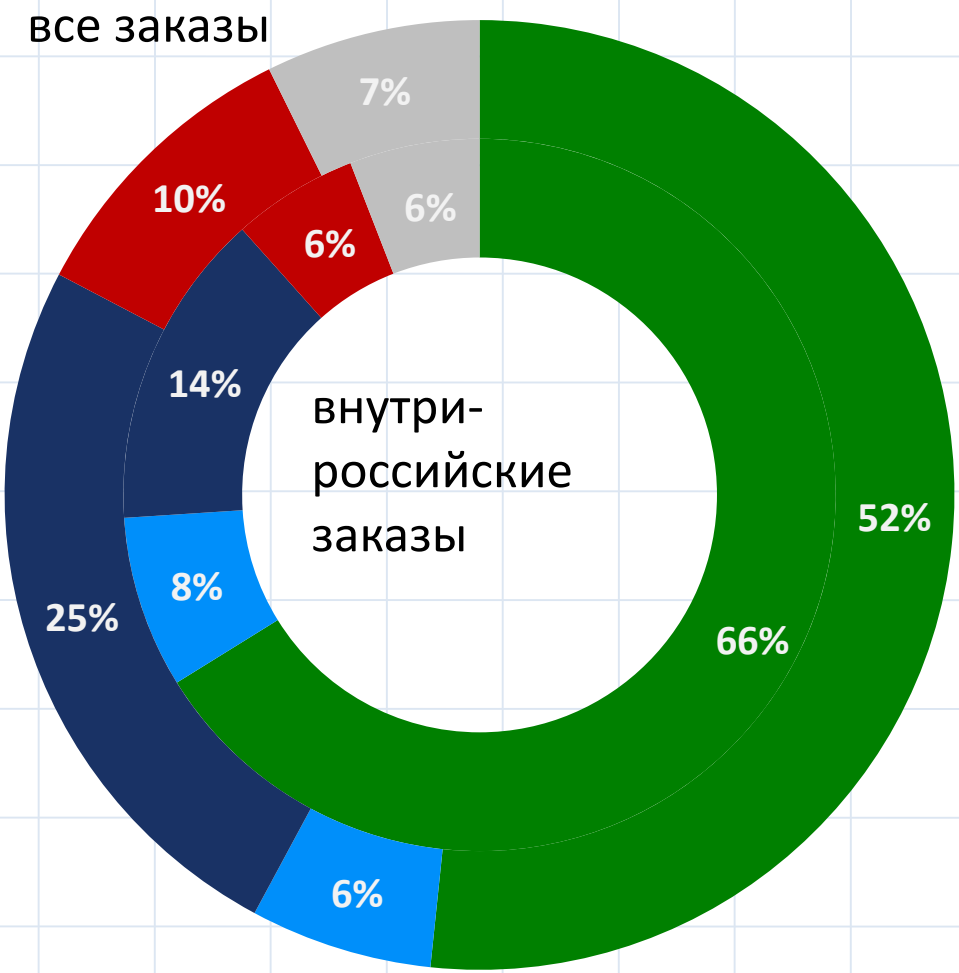
Срок доставки, за который готовы доплачивать 100-200 рублей



7 дней и более
4-6 дней
2-3 дня
1 день

- да, готов доплатить 100-200 рублей за быструю доставку
- да, готов доплатить более 200 рублей за еще более быструю доставку
- нет, не готов доплачивать за более быструю доставку
- затрудняюсь ответить

Как оплачивают



- наличными при получении
- банковской картой при получении
- банковской картой в момент оформления заказа
- через ЭПС
- другое

Что такое Data Insight?

Первое в России агентство, специализирующееся на исследованиях, консалтинге и аналитике в области Интернета

Где все это можно узнать:

a@datainsight.ru +7 495 5405906

Борис Овчинников b@datainsight.ru

Федор Вирин f@datainsight.ru