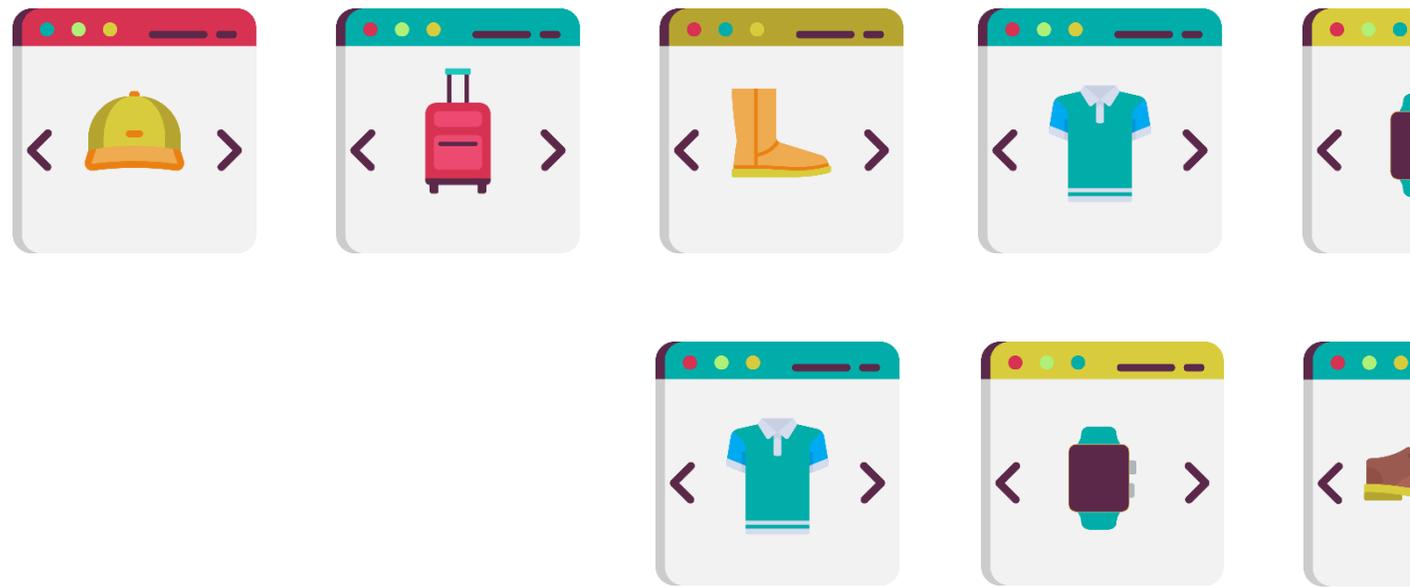




Департамент
информационных
технологий
города Москвы

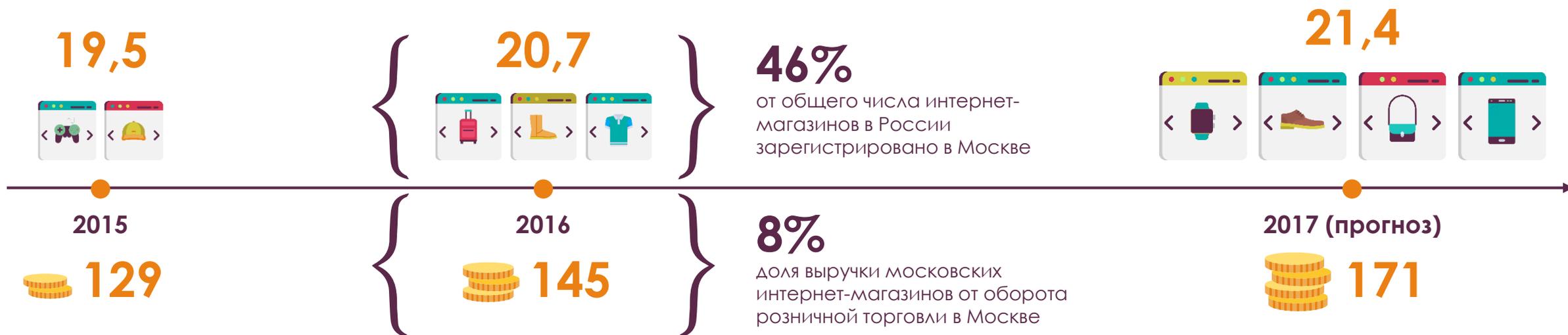


Интернет торговля в Москве, 2015 - 2017





Оценка общего числа участников в Москве, тыс.



Оценка объема рынка: московские компании от московских потребителей, млрд руб.



Call-центр



61%

операторов
женщины

25с

среднее время
ожидания
ответа



3 из 10 отвечают
на звонки 24 часа



8 из 10 предлагают
возможность обратного
звонка

Доставка

420

средняя стоимость
доставки по Москве,
руб.*

*В пределах МКАД



9 из 10 доставляют товары в выходные
дни или предлагают самовывоз



1 из 10 доставляют товары 24 часа

Способы оплаты



9 из 10 безналичная
оплата на сайте



7 из 10 Сбербанк



5 из 10 Электронные
деньги (Webmoney,
Яндекс.Деньги и др.)



5 из 10 безналичная
оплата при получении



4 из 10 предлагают
покупки в кредит



2 из 10 наложенным
платежом на почте

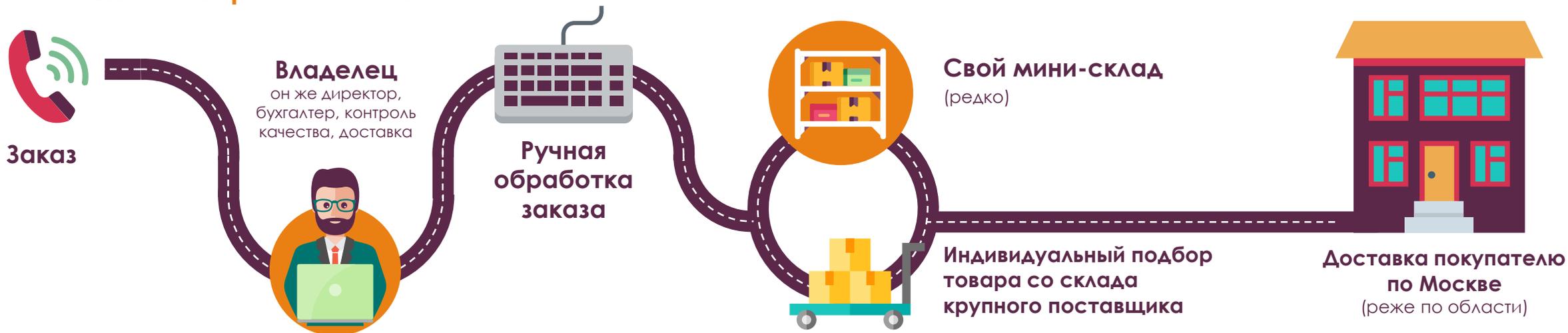
Мобильные приложения

4 из 10 магазинов предлагают заказ
через мобильные приложения





Маленький интернет-магазин



Крупный интернет-магазин



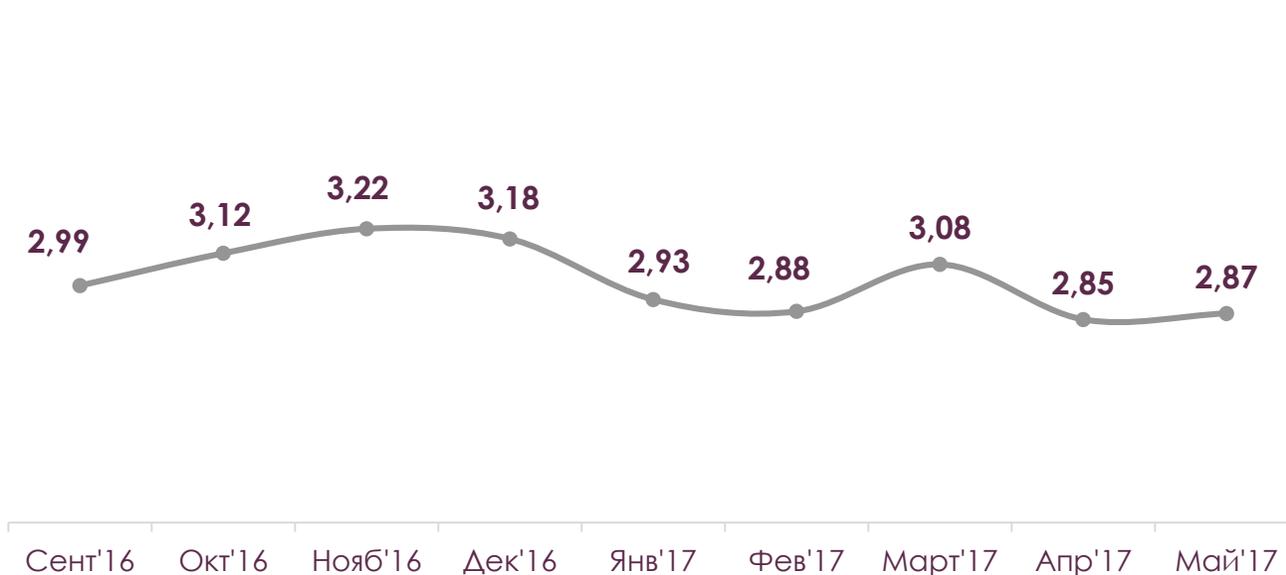
Покупатели интернет-магазинов*



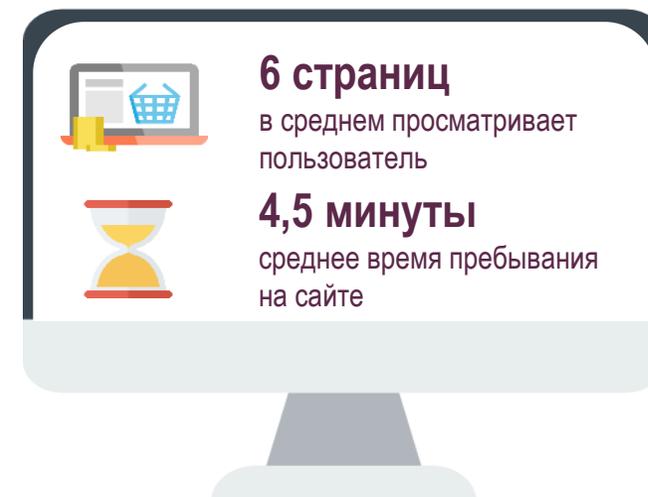
* Результаты телефонного опроса москвичей старше 18 лет. Опрос проведен в апреле 2017 года. В опросе приняли участие 417 человек.



3,01 - среднее число визитов на сайт*, млн в мес.



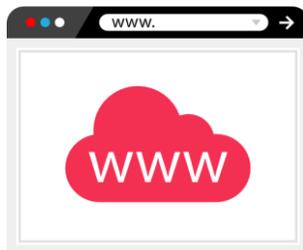
Пик визитов на сайты интернет-магазинов приходится на ноябрь – декабрь, в январе – феврале наблюдается спад посещаемости интернет-магазинов и всплеск визитов в марте



В среднем за один визит посетитель проводит на сайте интернет-магазина 4,5 минуты и за это время успевает просмотреть 6 страниц сайта



41% посетителей переходят на сайт через поисковики



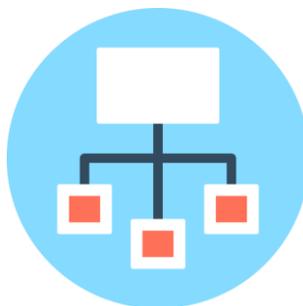
24% знают адрес сайта и вводят его в браузер



21% переходят на сайт по ссылкам с сайтов товарных агрегаторов*. Причем, **35%** из них приходят из Яндекс Маркета



7% посетителей переходят в интернет-магазин из почтовых рассылок



3% посетителей переходят на сайт через объекты медийной рекламы



3% посетителей переходят на сайты из социальных сетей. Причем, **55%** из них приходят их VKontakte

* Включая сайты с объявлениями (к примеру, avito.ru), интернет-сервисы с купонами и интернет-каталоги

Ассортимент интернет-магазинов

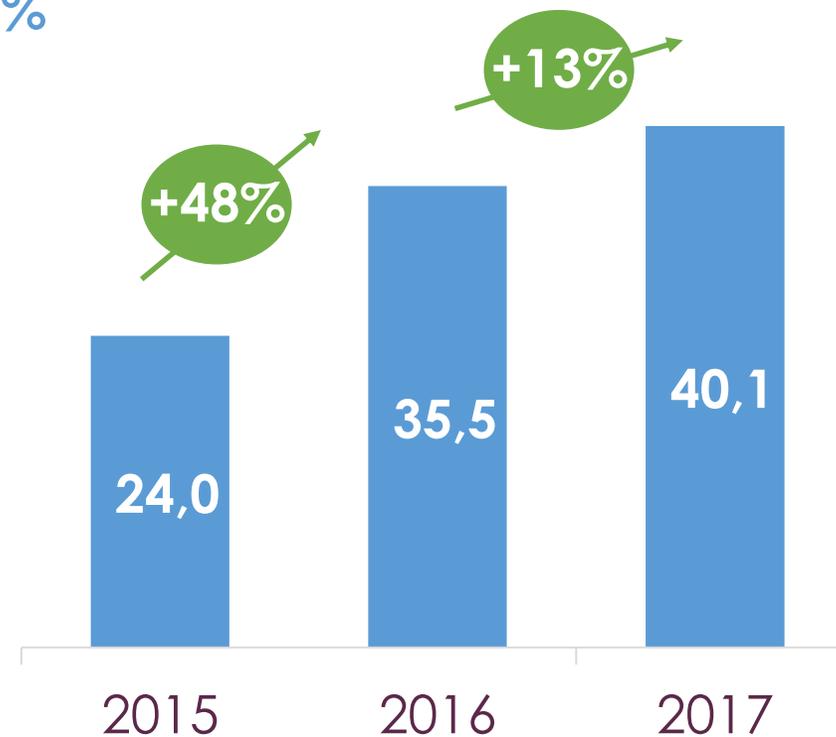


Изменение числа доступных товарных предложений в представленных категориях в 2017 году по сравнению с 2016 годом



Товарные категории

Число товарных предложений* доступных в московских интернет-магазинах, млн



* На основе данных сайтов товарных агрегаторов



25%

покупателей в интернете чаще всего приобретают компьютерную технику и электронику¹



71% мужчины¹



8 400 руб.
средний чек¹

Предпочтения по способам оплаты¹



6 из 10 наличными



2 из 10 картой на сайте

2 из 10 картой при получении

Мобильные приложения интернет-магазинов³

в том числе

есть у
25%



23%



24%



4%

7,3 млн в месяц - среднее
число визитов на сайт^{2,3}



5 страниц

в среднем просматривает пользователь



4 минуты

среднее время пребывания на сайте

¹ На основе данных телефонного опроса

² Рассчитано на основе данных similarweb.com о посещаемости специализированных сайтов по продаже товаров данной категории за период с 09.2016 по 02.2017

³ На основе данных мониторинга 200 крупнейших московских интернет-магазинов



23%

покупателей в интернете
чаще всего приобретают
бытовую технику¹

53% мужчины¹

10 000 руб.
средний чек¹

Предпочтения по способам оплаты¹



7 из 10 наличными



1 из 10 картой на сайте

2 из 10 картой при получении

Мобильные приложения интернет-магазинов³

в том числе

есть у
25%

23%



25%



3%

7,75 млн в месяц - среднее
число визитов на сайт^{2,3}



6 страниц

в среднем просматривает
пользователь



5 минут

среднее время пребывания
на сайте

¹ На основе данных телефонного опроса

² Рассчитано на основе данных similarweb.com о посещаемости специализированных сайтов по продаже товаров данной категории за период с 09.2016 по 02.2017

³ На основе данных мониторинга 200 крупнейших московских интернет-магазинов

Одежда, обувь и аксессуары



21%

покупателей в интернете чаще всего приобретают одежду, обувь и аксессуары¹



76% женщины¹



5 400 руб.
средний чек¹

Предпочтения по способам оплаты¹



6 из 10 наличными



3 из 10 картой на сайте

1 из 10 картой при получении

Мобильные приложения интернет-магазинов³

в том числе

есть у
52%



47%



44%



8%

2,41 млн в месяц - среднее
число визитов на сайт^{2,3}



8 страниц

в среднем просматривает пользователь



6 минут

среднее время пребывания на сайте

¹ На основе данных телефонного опроса

² Рассчитано на основе данных similarweb.com о посещаемости специализированных сайтов по продаже товаров данной категории за период с 09.2016 по 02.2017

³ На основе данных мониторинга 200 крупнейших московских интернет-магазинов



покупателей в интернете чаще всего приобретают товары для красоты и здоровья¹



94% женщины¹



5 500 руб.
средний чек¹

Предпочтения по способам оплаты¹



6 из 10 наличными



2 из 10 картой на сайте

1 из 10 картой при получении



1 из 10 электронными деньгами

Мобильные приложения интернет-магазинов³

в том числе



есть у
38%



32%



34%



9%

1,04 млн в месяц - среднее
число визитов на сайт^{2,3}



5 страниц

в среднем просматривает пользователь



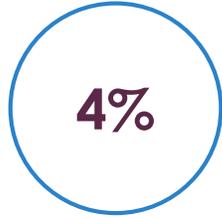
3,5 минуты

среднее время пребывания на сайте

¹ На основе данных телефонного опроса

² Рассчитано на основе данных similarweb.com о посещаемости специализированных сайтов по продаже товаров данной категории за период с 09.2016 по 02.2017

³ На основе данных мониторинга 200 крупнейших московских интернет-магазинов



покупателей в интернете
чаще всего приобретают
товары авто и
мототехники¹



88% мужчины¹



9 300 руб.
средний чек¹

Предпочтения по способам оплаты¹



6 из 10 наличными



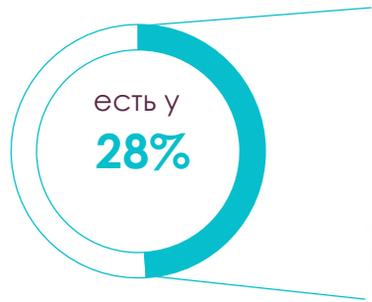
3 из 10 картой на сайте



1 из 10 электронными
деньгами

Мобильные приложения интернет-магазинов³

в том числе



есть у
28%



26%



26%



3%

1,95 млн в месяц - среднее
число визитов на сайт^{2,3}



5 страниц

в среднем просматривает
пользователь



4,5 минуты

среднее время пребывания
на сайте

¹ На основе данных телефонного опроса

² Рассчитано на основе данных similarweb.com о посещаемости специализированных сайтов по продаже товаров данной категории за период с 09.2016 по 02.2017

³ На основе данных мониторинга 200 крупнейших московских интернет-магазинов



покупателей в интернете чаще всего приобретают продукты и напитки¹



83% женщины¹



5 800 руб.
средний чек¹

Предпочтения по способам оплаты¹



7 из 10 наличными



2 из 10 картой на сайте

1 из 10 картой при получении

Мобильные приложения интернет-магазинов³

в том числе



есть у
60%



60%



55%



15%

0,6 млн в месяц - среднее
число визитов на сайт^{2,3}



7,5 страниц

в среднем просматривает
пользователь



6 минут

среднее время пребывания
на сайте

¹ На основе данных телефонного опроса

² Рассчитано на основе данных similarweb.com о посещаемости специализированных сайтов по продаже товаров данной категории за период с 09.2016 по 02.2017

³ На основе данных мониторинга 200 крупнейших московских интернет-магазинов

Товары для животных



3%

покупателей в интернете чаще всего приобретают товары для животных¹



85% женщины¹



3 600 руб.
средний чек¹

Предпочтения по способам оплаты¹



8 из 10 наличными



1 из 10 картой на сайте

1 из 10 картой при получении

Мобильные приложения интернет-магазинов³

в том числе

есть у
46%



42%

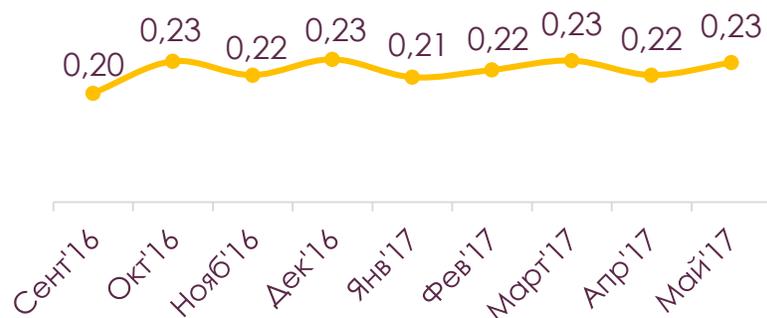


38%



8%

0,22 млн в месяц - среднее
число визитов на сайт^{2,3}



6 страниц

в среднем просматривает
пользователь



5 минут

среднее время пребывания
на сайте

¹ На основе данных телефонного опроса

² Рассчитано на основе данных similarweb.com о посещаемости специализированных сайтов по продаже товаров данной категории за период с 09.2016 по 02.2017

³ На основе данных мониторинга 200 крупнейших московских интернет-магазинов

Точки продаж



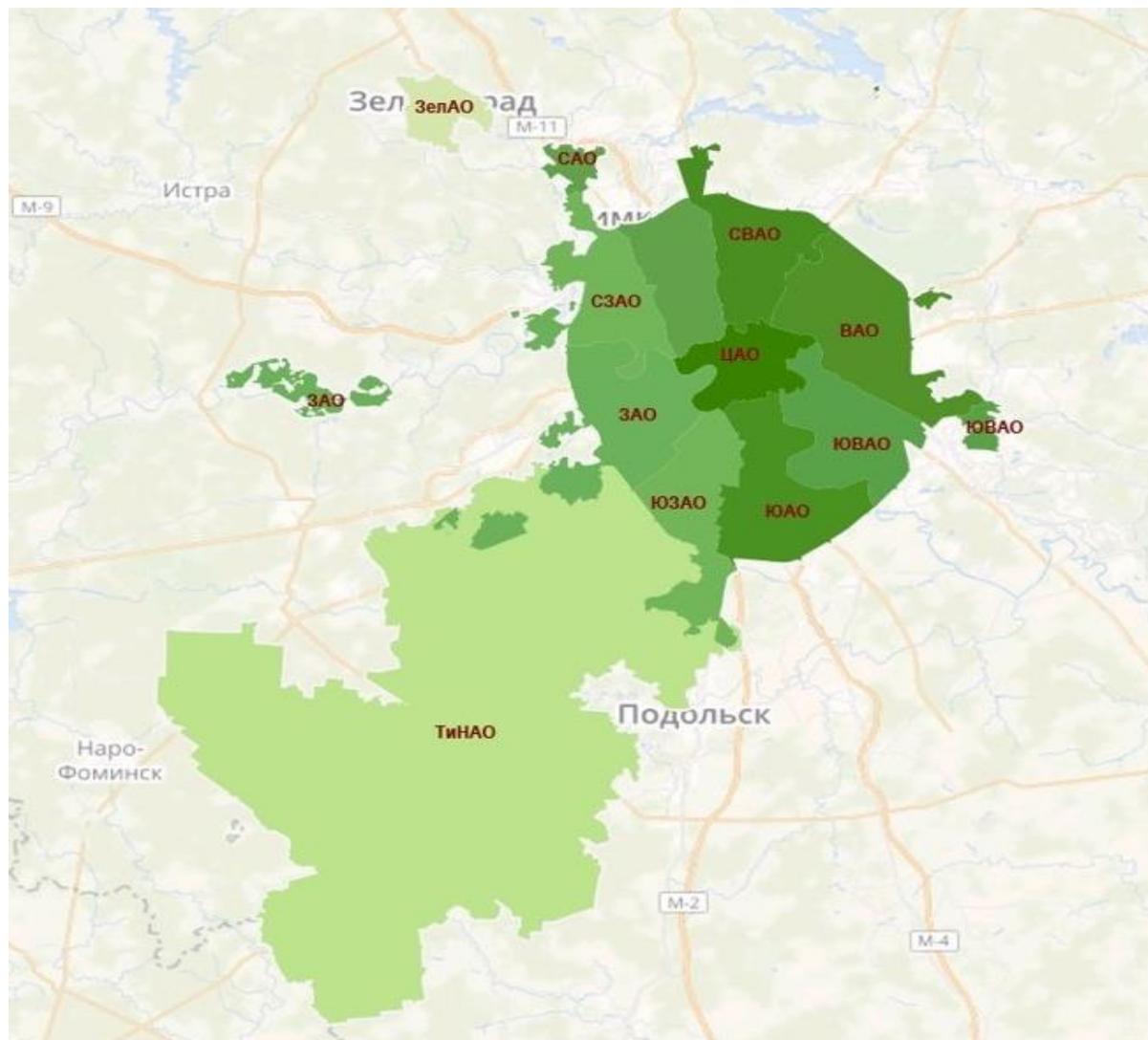
Существенно

сократилась доля точек продаж в ЦАО (с 20% до 14%)

3 точки продаж в среднем на один интернет-магазин

Только у каждого **4-ого** интернет-магазина есть **магазин-салон**

70% имеют пункты выдачи заказов



2015 г.	2017 г.	Округ
20%	14%	ЦАО
12%	13%	СВАО
13%	12%	ВАО
11%	12%	ЮВАО
10%	10%	ЮВАО
9%	10%	САО
8%	9%	ЗАО
8%	8%	ЮЗАО
7%	8%	СЗАО
1%	2%	ТиНАО
1%	1%	ЗелАО

0% 14%



Проблемы интернет-магазинов в Москве



- ✓ Экспансия крупных зарубежных игроков,
- ✓ Рост объема и популярности трансграничной торговли у населения

Решения ДИТ

План мероприятий по поддержке отрасли ИТ и связи (обновление - раз в полгода)



Например:

портал поставщиков (использование портала поставщиков в качестве агрегатора предложений интернет-магазинов), социальная адаптация кадров (работа в сфере интернет идеально подходит для людей с ограниченными возможностями)



ВСЕГДА НА СВЯЗИ