



АИТ



ЦИФРОВАЯ ЖИЗНЬ

ПО ПОДПИСКЕ



Москва, март 2022 г.



Москвичи становятся еще более требовательными к разнообразию и качеству цифровых услуг и подталкивают город и бизнес к изменениям

2018 год

→ 2021 год

21,9 МБит/с

средняя скорость мобильного интернета

80%

Обладают смартфонами

>40 Мбит/с

средняя скорость мобильного интернета

>90%

обладают смартфонами

9 ГБ

потребление мобильного интернета в мес. на семью

Около **260** млн

успешных обращений за оказанием услуг через mos.ru за 2017 г.

40 ГБ

потребление мобильного интернета в мес. на семью

>470 млн

успешных обращений за оказанием услуг через mos.ru за 2021 г.

65%

заказывают услуги в сети интернет

26

количество проектов с ИИ

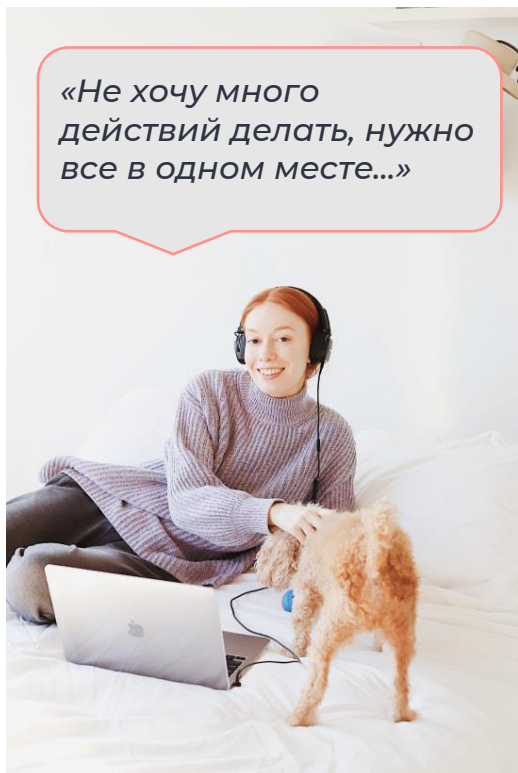
72%

заказывают услуги в сети интернет

>70

количество проектов с ИИ

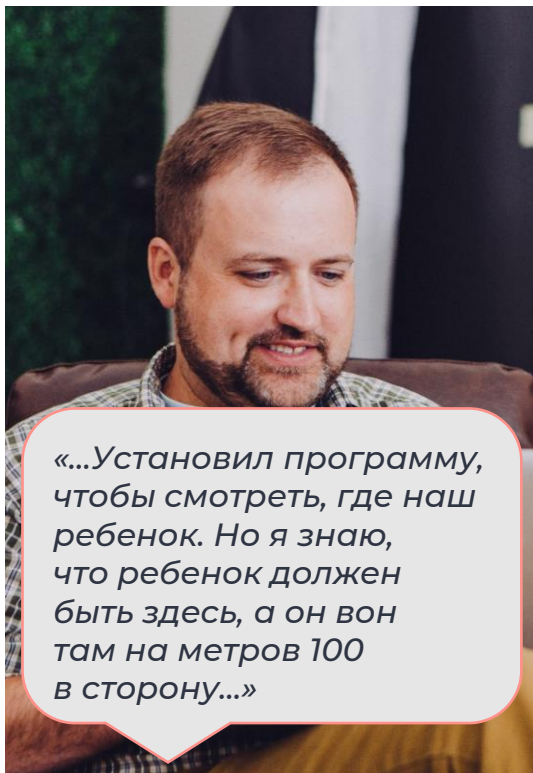
Ключевые ожидания москвичей в отношении цифровых сервисов в 2022 году



«Не хочу много действий делать, нужно все в одном месте...»

Гипер локальность

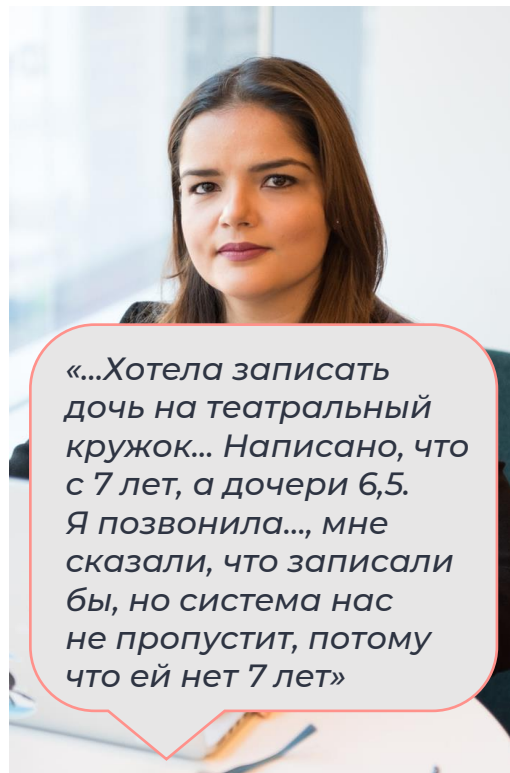
(не человек идет за услугами, а услуги приходят через смартфон)



«...Установил программу, чтобы смотреть, где наш ребенок. Но я знаю, что ребенок должен быть здесь, а он вон там на метров 100 в сторону...»

Мгновенность

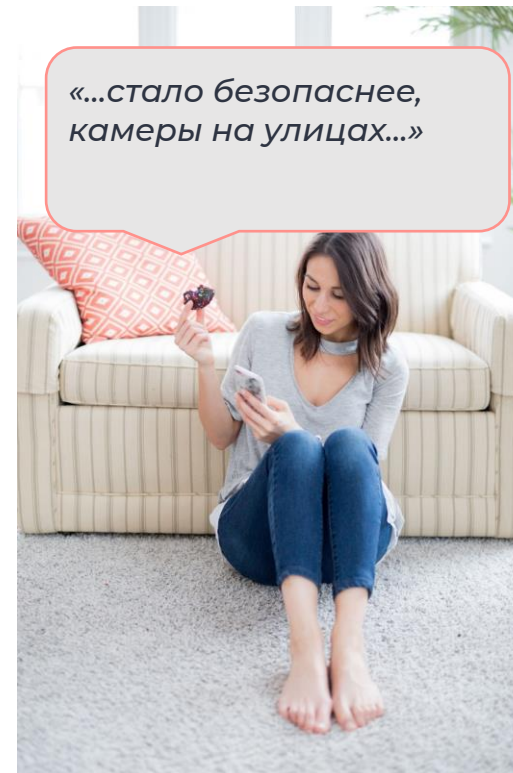
(низкая толерантность к ожиданию чего-либо)



«...Хотела записать дочь на театральный кружок... Написано, что с 7 лет, а дочери 6,5. Я позвонила..., мне сказали, что записали бы, но система нас не пропустит, потому что ей нет 7 лет»

Присутствие человека

(цифровые технологии — это «помощники» человека)



«...стало безопаснее, камеры на улицах...»

Безопасность

(взломы аккаунтов, утечки данных, социальный инжиниринг)



Платная подписка:

- получение услуг и/или товаров, оплата которых осуществляется регулярно повторяющимися платежами, автоматически списываемыми с карты пользователя

Методика:

- телефонный и онлайн опросы жителей города Москвы об использовании интернет-сервисов по подписке (> 1 тыс. респондентов)
- опрашивались жители города от 18 до 65 лет, пользующиеся интернетом, выборка репрезентативна по возрастной структуре населения

Всего были рассмотрены подписки по 8 направлениям:

 пакеты услуг (экосистемы)

 фильмы/сериалы


 музыка

 игры

 облачные хранилища

 ПО

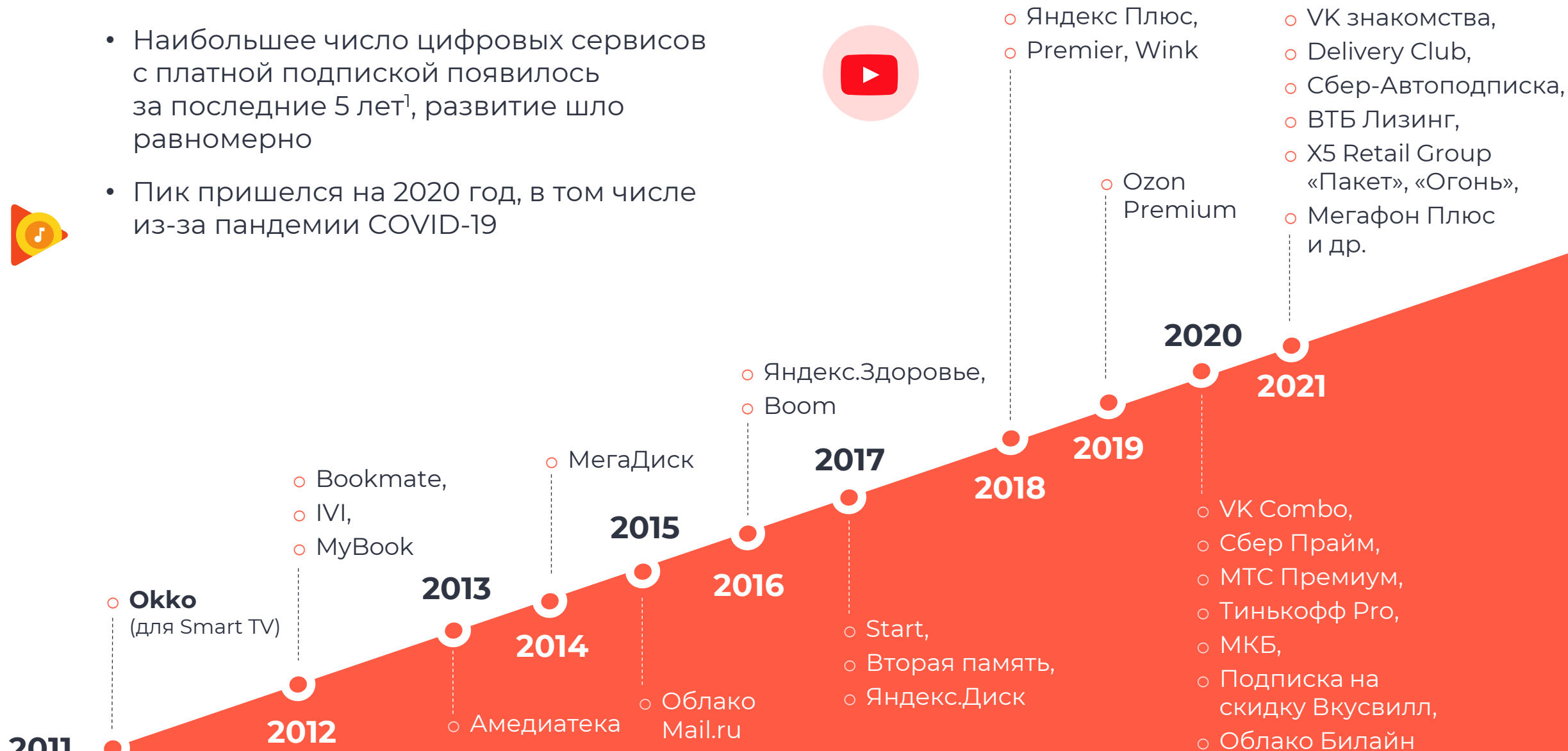
 книги

 новости



Появление цифровых сервисов по подписке в Москве

- Наибольшее число цифровых сервисов с платной подпиской появилось за последние 5 лет¹, развитие шло равномерно
- Пик пришелся на 2020 год, в том числе из-за пандемии COVID-19



¹. Рассмотрены наиболее популярные сервисы по подписке. Перечень не исчерпывающий



За что готовы платить москвичи?¹



46% всех москвичей пользуются хотя бы одной платной подпиской

- Чаще всего жители платят за просмотр фильмов/сериалов (**28%**) и за музыкальные сервисы (**22%**)
- Рынок платных подписок на фильмы и сериалы в Москве находится в стадии роста. Например, в США уже 45.7% жителей имеют подписку на видеосервисы, Канаде – 37.4%, Норвегии – 35.8%, Великобритании – 35.5% (общественные показатели)²

до 15 млрд руб.

оценка платежей пользователей за подписки на видеосервисы в Москве за год

1. Респондент мог выбрать несколько вариантов ответа
 2. По данным AMPERE ANALYSIS, statista, www.businesswire.com



Как давно москвичи подписаны на цифровые сервисы?

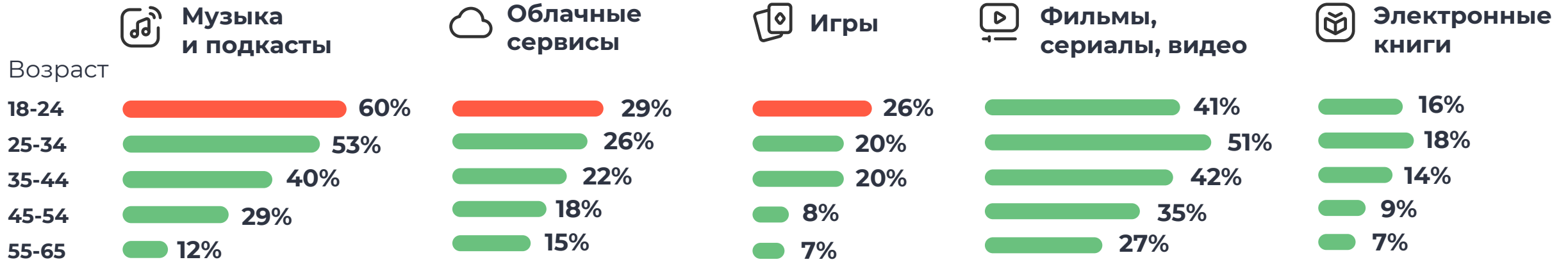


- Последний год москвичи **активнее всего подписываются на пакеты услуг** (подписки на экосистемы)
- **В данном исследовании рассматриваются новые цифровые сервисы**



ДИТ

Кто чаще платит за подписку? (среди всех пользователей)



Потенциальный тренд на будущую **стабилизацию спроса на видео-контент и рост спроса на игры и музыку**: жители от 18 до 24 лет значительно больше заинтересованы в подписке на музыкальные сервисы и игры, чем жители старше



ДИТ

Количество оформленных подписок

9



● Одна ● Две ● Три и более

x1,3 подписки приходится в среднем на одного платного подписчика

- Если человек подписывается на **экосистему услуг**, с большой долей вероятности **подписка будет только одна**
- **В остальных случаях** (например, подписка на фильмы и сериалы), при наличии уникального контента или продукта в другом схожем сервисе **более вероятно оформление еще одной подписки**



Причины покупки платной подписки¹



1/3

москвичей, имеющих платные подписки, начали пользоваться сервисом благодаря бесплатному пробному периоду или акции

- **Качество, эксклюзивность контента и отсутствие бесплатных аналогов** – не всегда определяющие причины оформления платной подписки
- **Экономия** – также не основной драйвер. На экономию обращает внимание в основном старшее поколение
- **Наибольшее значение имеют отсутствие рекламы, удобство получения услуг и бесплатный пробный период**

1. Респондент мог выбрать несколько вариантов ответа



Причины отмены платной подписки¹



- Частая причина отмены подписки – потеря потребности в сервисе.
- Жители успевали воспользоваться нужным сервисом за определенный срок и далее не продлевали подписку

1. Респондент мог выбрать несколько вариантов ответа



ДИТ

Нишевые виды подписок



- Подписочная бизнес-модель распространяется и на другие виды услуг и сервисов, в том числе и на нецифровые товары



В каких новых нишах уже появились подписки



Подписка на одежду



Подписка на гаджеты



Подписка на автомобиль



Подписка на тренажеры



Подписка на кофе и чай



Подписка на подарки



Подписка на самокат



Подписка на алкоголь

2014

Подписка на доставку продуктов

2019

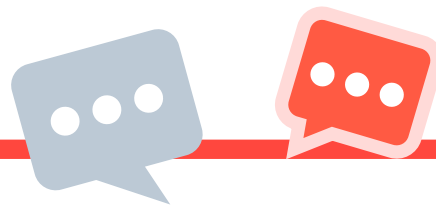
Подписка на онлайн знакомства

2020

Подписка на банковские переводы



Появление в Москве



- Основной **пик развития** сервисов по подписке пришелся на 2020 год, в т.ч. **из-за пандемии COVID-19 и ускорения процессов цифровизации сервисов и услуг**
 - ❖ **каждый третий москвич пользуется подпиской на экосистему услуг и сервисов** (16% платят за подписку, 13% — пользуются подпиской в рамках пробного периода или семейного аккаунта)
- Постепенно **формируется культура платить за контент и сервисы в интернете:**
 - **Почти каждый второй москвич имеет платную подписку** на какой-либо цифровой сервис
 - Уже половина всех, кто смотрит фильмы/сериалы и слушает музыку с помощью онлайн сервисов **либо платит за подписку, либо разово покупает определенный контент**
- **Ожидается рост спроса на подписки на музыку и игры**, и стабилизация спроса на видео-контент: жители **18-24 лет значительно чаще платят за подписку** на музыкальные сервисы и игры, чем жители старше
- Для удержания пользователя **нужны** не идеальные продукты и сервисы, а **постоянно обновляющийся ассортимент услуг и хорошо работающий сервис**, позволяющий мгновенно получать услуги и решать все возникающие вопросы:
 - **Москвичи требовательны к качеству работы цифровых сервисов** — жители подписываются на удобные сервисы с бесплатным пробным периодом
 - **Наиболее частая причина отмены подписки — потеря потребности в услуге:** качество и эксклюзивность контента могут быть преимуществом в конкурентной борьбе, хотя и не являются определяющими причинами оформления подписки

Всегда на связи!



twitter.com/ditmos



vk.com/ditmos



www.mos.ru/dit/



facebook.com/ditmos



ok.com/ditmos