

Мобильная коммерция: статистика для размышлений

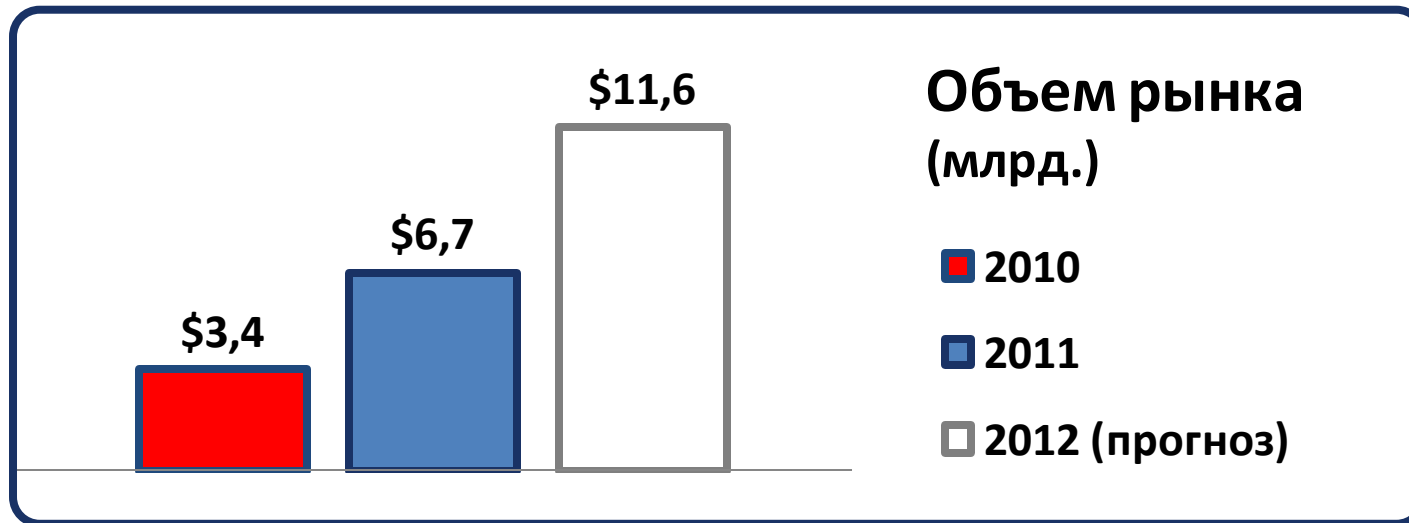
Data Insight / 22.05.2012

для Digital Business Russia 2012

Объем рынка: пример США

- доля мобильных устройств (конец 2011):
18% трафика интернет-магазинов
и 14% продаж
- это более чем в 3 раза выше показателей конца 2010 г.

Оценки eMarketer в целом по году:



Доля мобильных продаж

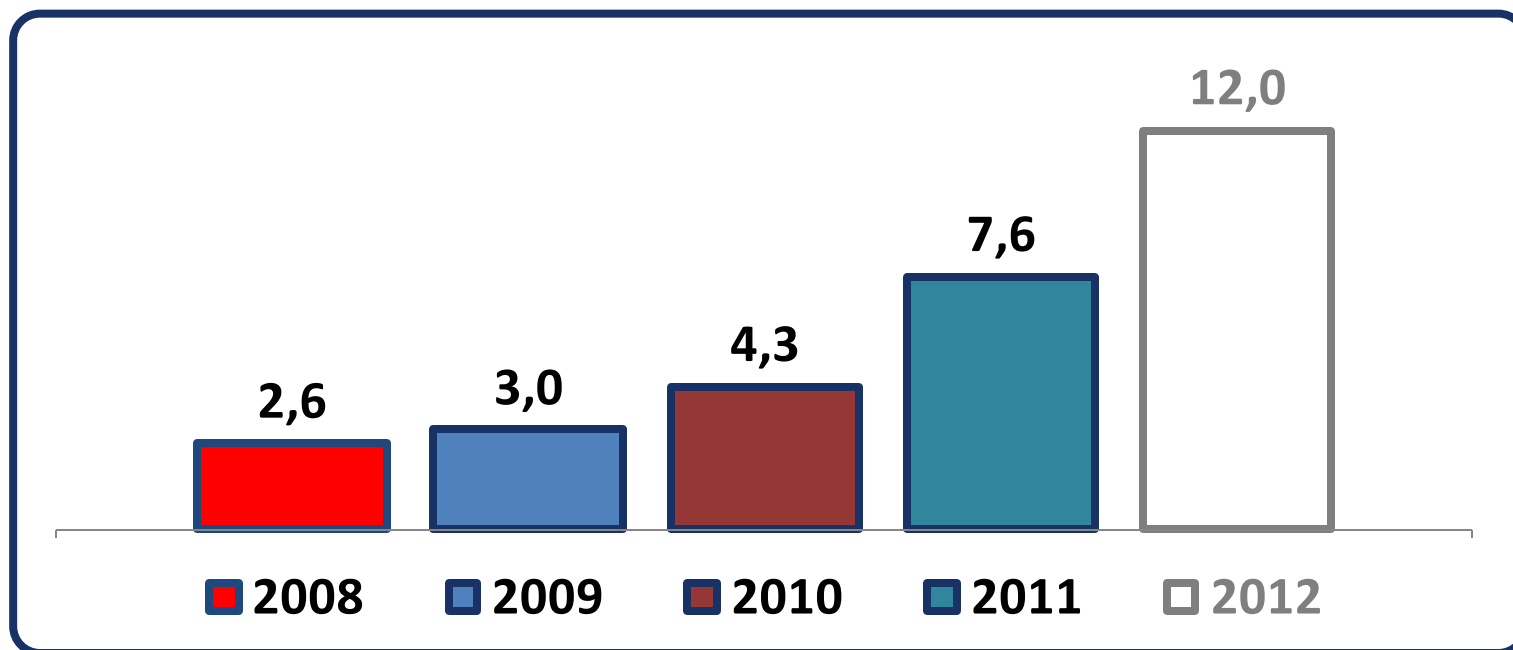
Чем динамичнее предложение и большая частота использования, тем выше доля мобильных продаж:

- Groupon в Северной Америке – 25% в декабре 2011, 30% в апреле 2012
- eBay – 8% в 2011 г. (4% в 2010 г.)
- Amazon – 4% в 2011 г. (рост на 100% за год)

Россия: основания роста

Рост парка умных телефонов:

- продажи смартфонов – 7,6 млн. штук в 2011 г.
2,6 млн. за I квартал 2012 г.
- темпы роста продаж: как минимум +75% в год
- доля смартфонов в продажах мобильных телефонов: 27-28%



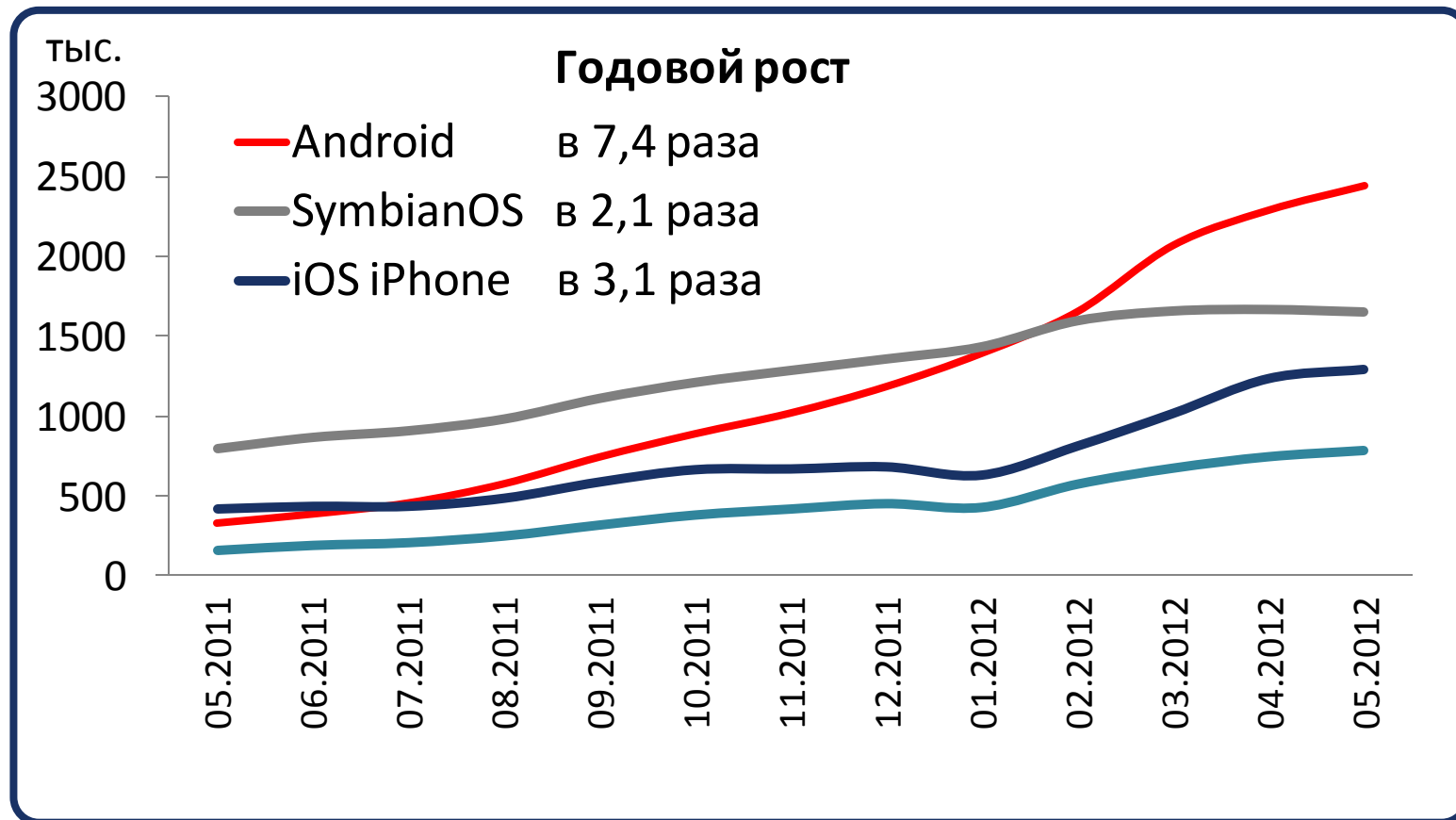
Россия: основания роста

Проникновение смартфонов:

- смартфоны есть у ~12% пользователей сотовой связи
- используемый парк - 10-15 млн. смартфонов
- Российский интернет:
6.2 млн. мобильных устройств ежедневно (данные LiveInternet), рост за год более чем в 3,5 раза

Динамика количества пользователей

Среднесуточное количество мобильных посетителей российских интернет-сайтов



Россия – не Китай

Главное «но» российского рынка – мобильный Интернет вторичен:

- только 2-5% интернет-пользователей выходят в Сеть исключительно с мобильных устройств
- для сравнения – в Китае это 38%



Структура рынка: гаджеты



Мобильная
коммерция

iPad и другие
планшеты

Смартфоны и
телефоны

формально – m-commerce
реально – просто еще один
формат компьютера

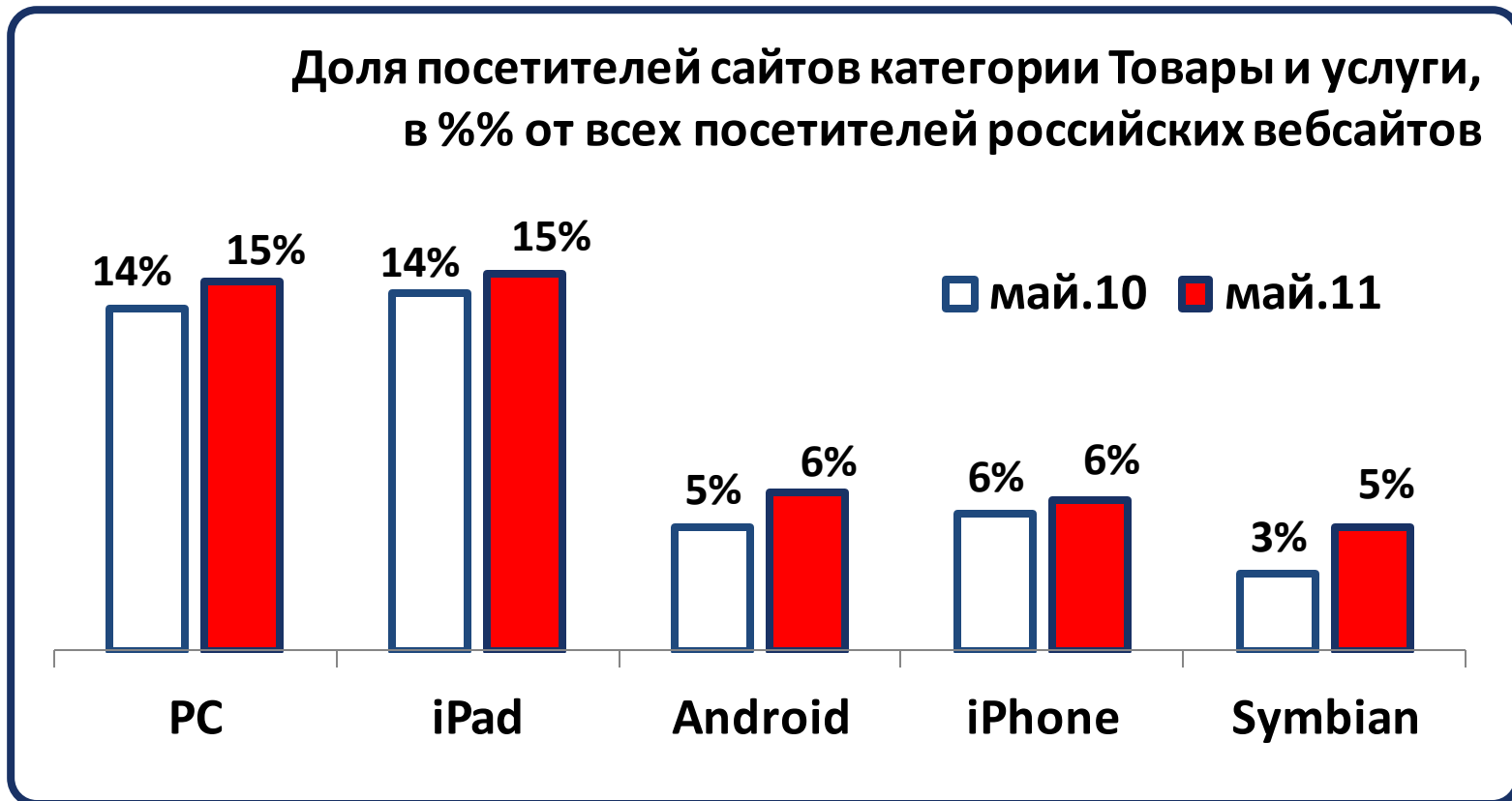
(опыт США) основное место
покупок - дом

мобильные продажи? Нет

Скорее - дополнительный
канал коммуникации
в процессе покупки

Мобильное посещение сайтов

Посещение e-commerce-сайтов не очень характерно для пользователей «настоящего» мобильного Интернета



Мобильное посещение сайтов

Мобильный трафик на сайтах интернет-магазинов:

- в среднем 3% аудитории (максимум 5%)
- пока слабо зависит от товарной категории
- слабо зависит от наличия и качества мобильной версии
- конверсия «мобильных» посещений в разы ниже средней – заказы делаются с компьютера (или с планшета)

Мобильные приложения

Количество установок мобильных приложений (за все время) на 1-2 порядка меньше месячной аудитории сайта

Количество активных пользователей е-commerce-приложений еще меньше

Количество установок (Android)	Примеры
100-500 тыс.	Яндекс.Маркет
50-100 тыс.	AVITO, Biglion
10-50 тыс.	OZON.RU, М.Видео, Молоток, Скидкофон, Купонатор, Шоптимус

Мобильные приложения

Почему не востребованы?

- рынок e-commerce в России фрагментирован – нет любимых регулярно используемых интернет-магазинов
- поиск товаров и магазинов с мобильного устройства носит обычно спонтанный характер – проще через сайт/поиск
- iOS и даже связка iOS+Android охватывают только часть целевой аудитории

Мобильные продажи

Единицы процентов в лучшем случае

- Anywayanyday – 7%
- Молоток.ру - ~3%
- обычные интернет-магазины – менее 1%

«Оффлайновый» m-commerce

M-commerce интереснее не как продолжение e-commerce, а как новый фактор оффлайновой розницы

- более 10% покупателей в среднестатистическом магазине – пользователи мобильного Интернета (а в некоторых >50%)
- сканирование штрих-кодов, сравнение цен, изучение отзывов, получение дополнительной информации о товаре – пока экзотика в России. Ключевое слово – «пока»
- пример США: более 50% владельцев смартфонов использовали его в процессе оффлайн-шопинга, в т.ч. 12% сравнивали цены (comScore, 2011)

Резюме

- Мобильный трафик на е-commerce-сайтах уже заметен
- ... но стопроцентно «мобильных» продаж мало
- Исключение: планшеты – просто еще один формат компьютеров
- В авангарде «мобилизации» сервисы «быстрых» покупок:
 - сервисы онлайн-продаж билетов
 - купонные сервисы
 - сервисы объявлений и аукционов
- Главные события следует ожидать в сегменте мобильных сервисов для оффлайн-покупателей

Спасибо за внимание !

Исследовательская компания **Data Insight**

Наша специализация: исследования рынков
e-commerce и **интернет-рекламы**

Основатели

Федор Вирин, Борис Овчинников

a@datainsight.ru +7 495 5405906

www.facebook.com/DataInsight

