

Мобильная аудитория e-commerce

Отчет по результатам исследования

Подготовлено ГФК-Русь для Яндекс

Метод: исследование проведено методом онлайн интервью (CAWI) на базе онлайн панелей ГФК и партнеров.

Сроки проведения онлайн-опроса: с 1 по 16 ноября 2016 года

Целевая группа опроса:

- онлайн-покупатели в возрасте от 16 до 55 лет
- покупали онлайн хотя бы одну из 17 основных категорий товаров за последние 12 месяцев
- пользуются смартфоном для поиска товаров в интернете

География: города России с населением от 100 тыс. жителей и больше.

Объем выборки: итоговая база данных включает 2022 полных интервью.

Взвешивание: данные были взвешены согласно статистике распределения онлайн-покупателей, имеющих смартфон, по данным ГФК Омнибус

Реализованная выборка

г. Москва	430
ЦФО	268
СЗФО	237
ЮФО+Кавказ	221
ПФО	373
УФО	148
СФО и ДВФО	345
ВСЕГО	2022

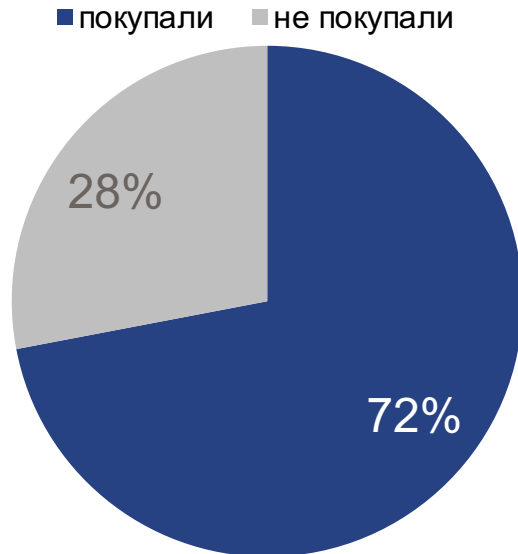
Онлайн-покупки в целом

(среди людей 16-55 лет, которые искали товары в интернете со смартфона)

72% тех, кто использовал смартфон для выбора товара, также совершали с него покупки

A2. Каким способом / способами Вы совершали покупку за последние 12 месяцев?

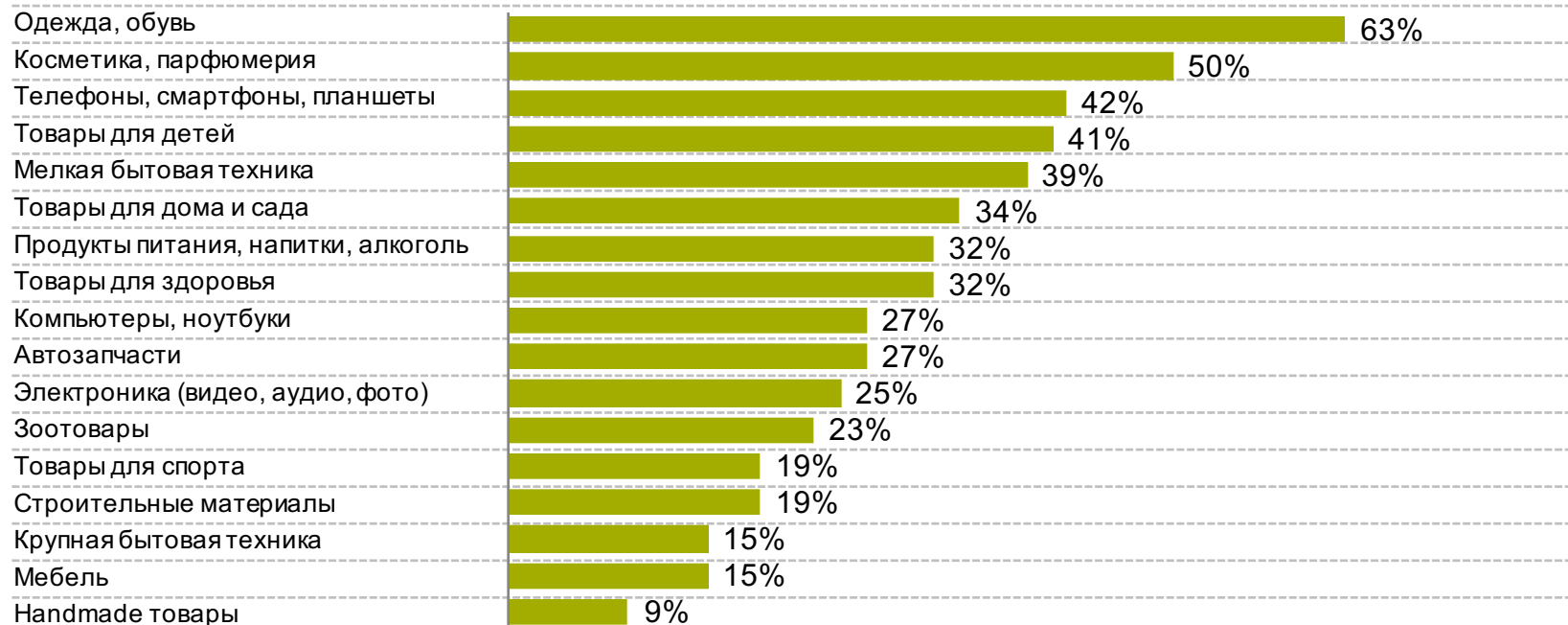
Доля пользователей, совершавших покупки со смартфона



Наиболее популярные категории для покупки в интернете: одежда и обувь, косметика и парфюмерия

A1. Какие категории товаров Вы покупали за последние 12 мес. в интернете?

Какие категории товаров покупали в интернете за последние 12 месяцев?

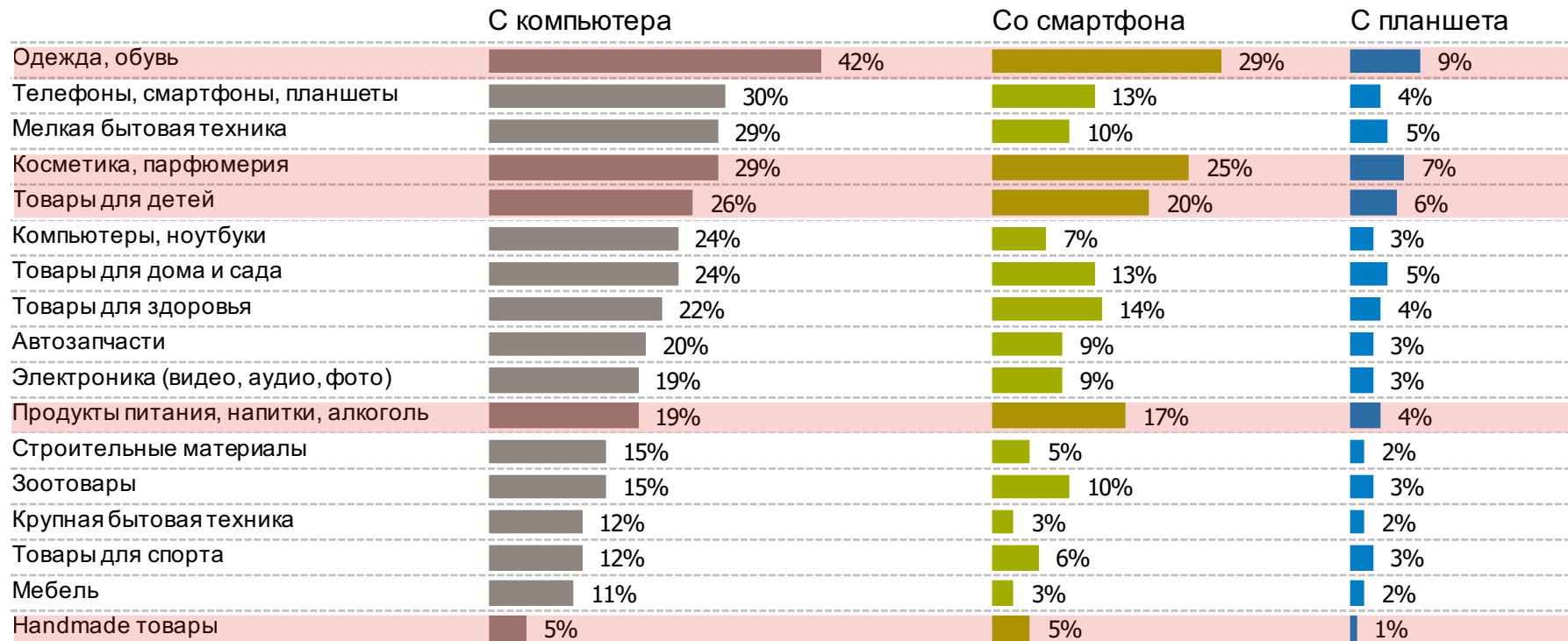


База: Вся выборка, N=2022

В категориях «одежда и обувь», «косметика и парфюмерия», «товары для детей», «продукты питания», «handmade товары» — покупают со смартфона примерно так же часто, как с обычного компьютера

A2. Каким способом / способами Вы совершали покупку за последние 12 месяцев?

Каким способом совершали покупку в следующих категориях?

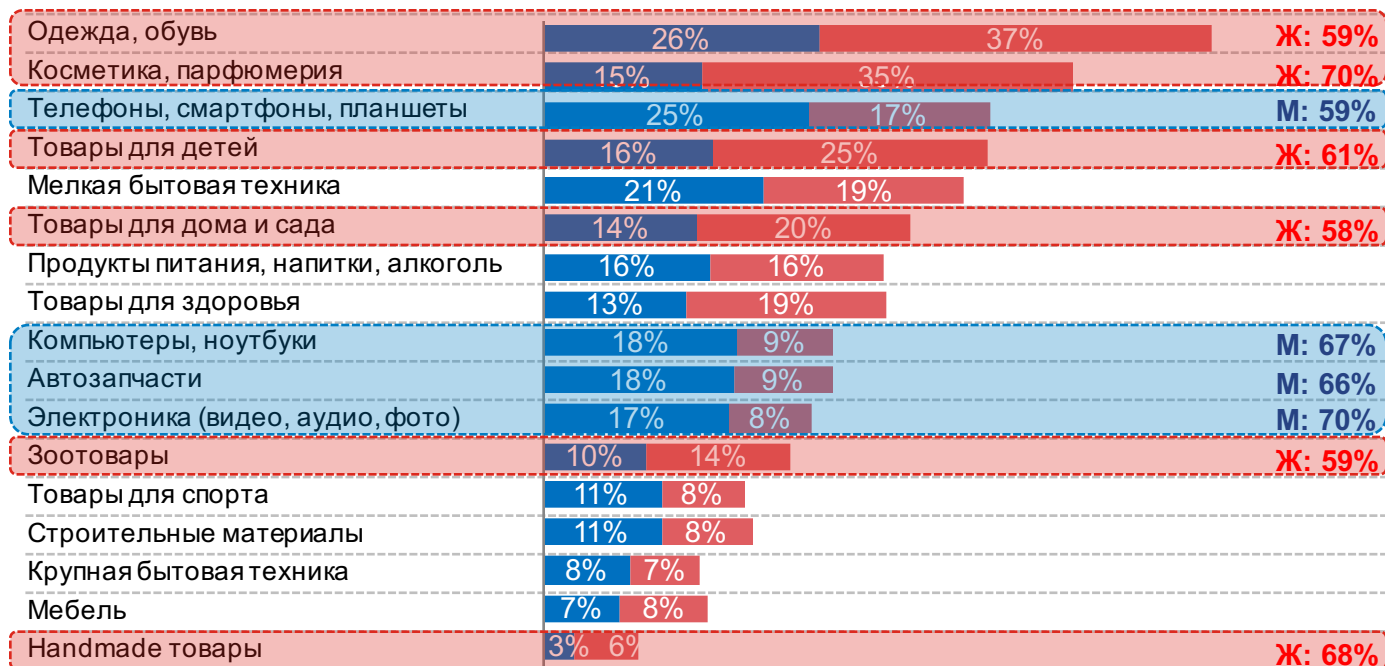


База: Вся выборка, N=2022

Наиболее популярные категории для покупки в интернете — одежда и обувь, косметика и парфюмерия. Покупатели этих категорий — преимущественно женщины

A1. Какие категории товаров Вы покупали за последние 12 мес. в Интернете?

Какие категории товаров покупали в интернете за последние 12 месяцев?



■ Мужчины
■ Женщины

□ Более «мужские» категории товаров (доля > 58%)

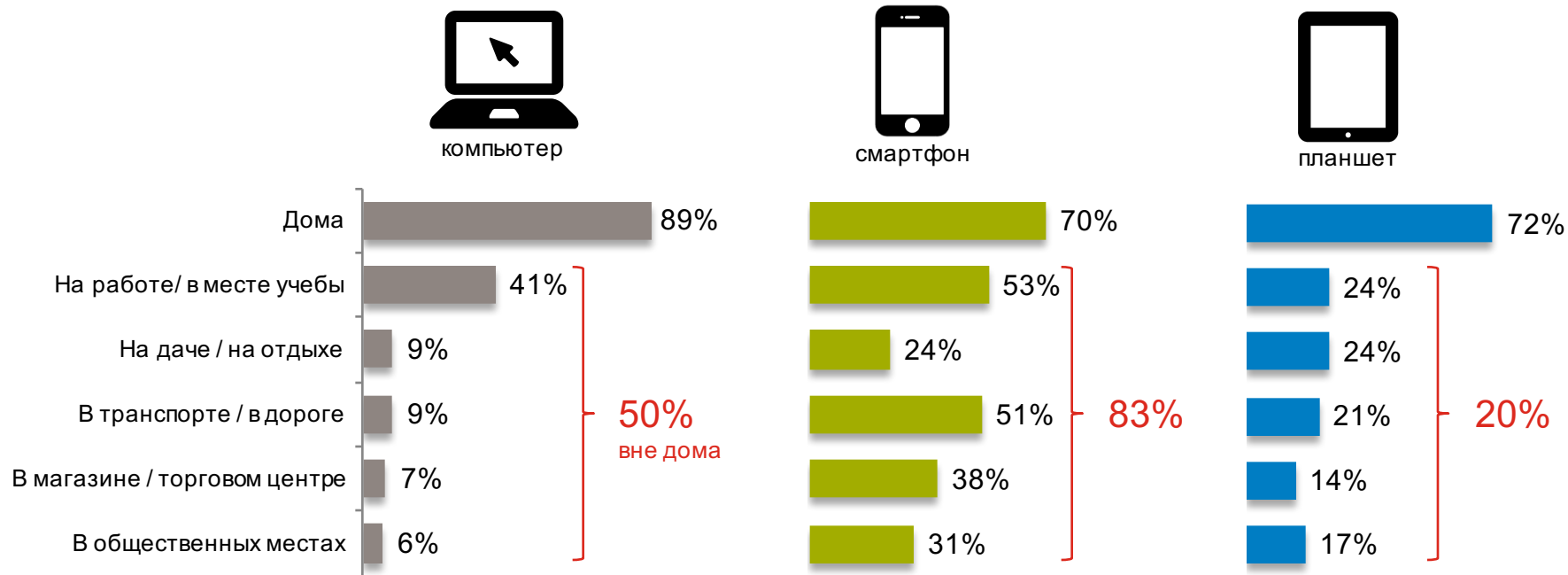
□ Более «женские» категории товаров (доля > 58%)

База: Вся выборка, N=2022

Планшет, как и компьютер — преимущественно домашнее устройство. Смартфоном пользуются везде

С1/С2/С3. За последние 3 месяца приходилось ли Вам искать товары или их характеристики на следующих устройствах?

Где пользуются устройствами для поиска товаров в интернете (среди пользователей данного типа устройств)



База: пользователи устройства (PC, смартфон, планшет; N=2022 / 2022 / 836)

Для планшетов более типичны, чем для смартфонов, такие действия как сравнение товаров или чтение статей о товарах

C4/C5/C6. За последние 3 месяца, что из перечисленного Вы делали в ходе поиска товаров на разных устройствах?

Яндекс Маркет



Что делают на устройствах в ходе поиска товара?

(среди пользовавшихся данным типом устройств для поиска товаров за последние 3 мес.)



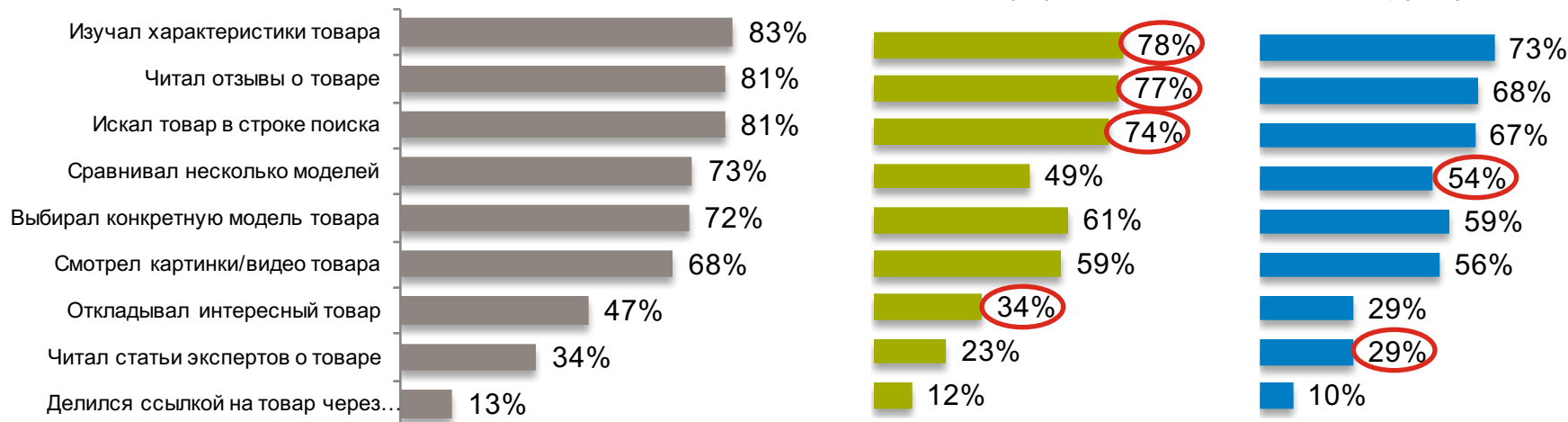
компьютер



смартфон



планшет



База: пользователи устройством для поиска товара за 3 мес. (PC, смартфон, планшет; N=1909 / 1954 / 719)

© GfK 2016 | Исследование мобильной аудитории e-commerce

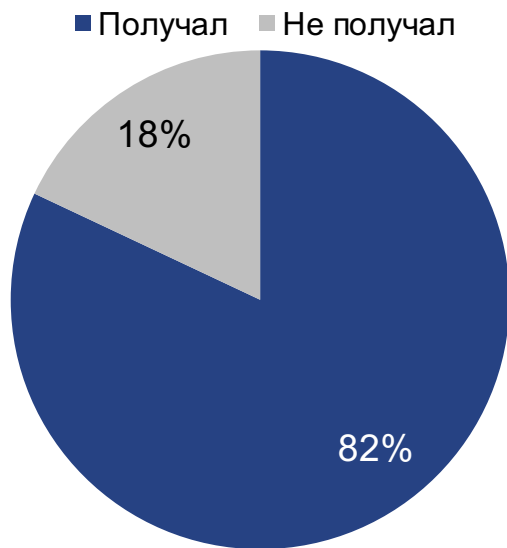
Значимые отличия смартфон vs. планшет 9

Push-уведомления

Большинство пользователей смартфонов получали push-уведомления.
Самая распространенная тема push-уведомлений — информация об акциях и скидках

В9. Вспомните, какие push-уведомления Вы получали на своем смартфоне или планшете от МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ

Push-уведомления на смартфоне или планшете



Какие push-уведомления получали?



Позитивные эмоции вызывает уведомление с информацией о заказе.
Негативные — просьба оценить магазин или товар, оставить отзыв

B10. Какие эмоции у Вас чаще всего вызывает данный тип рассылки <ИЗ B9> Отметьте все подходящие характеристики.

Какие эмоции вызывают разные push-уведомления

	Интерес	Желание посетить сайт приложение	Радость	Удивление	Сомнение, недоверие	Безразличие	Раздражение, недовольство	Желание отказаться от рассылки
Просьба оценить магазин / товар или оставить отзыв	19	15	4	5	4	36	27	25
Информация о Вашем заказе: состав, статус заказа	57	31	29	3	2	10	2	3
Новости сервиса: новый функционал и продукты	38	23	5	8	8	31	14	17
Напоминание об отложенных Вами товарах	34	33	8	9	4	24	13	12
Обновление информации о товарах, которые Вы искали	46	39	9	6	4	20	9	11
Информация об акциях, скидках, купонах	47	37	10	5	7	19	9	11
Информация о товарных новинках	46	33	8	4	4	22	11	19
Подборки товаров	38	29	9	6	6	25	12	20
Статьи о товарах	35	31	9	11	16	32	18	16

ПОЛОЖИТЕЛЬНАЯ эмоция
 ОТРИЦАТЕЛЬНАЯ эмоция
 НЕЙТРАЛЬНАЯ эмоция

Соответствует данному высказыванию

Push-уведомления со «статусом доставки» и «информацией о заказе» готовы получать более 75% покупателей

B11. Вы хотели бы получать следующие push-уведомления от Интернет-магазинов на Ваш смартфон?

Какие push-уведомления Вы бы хотели получать?

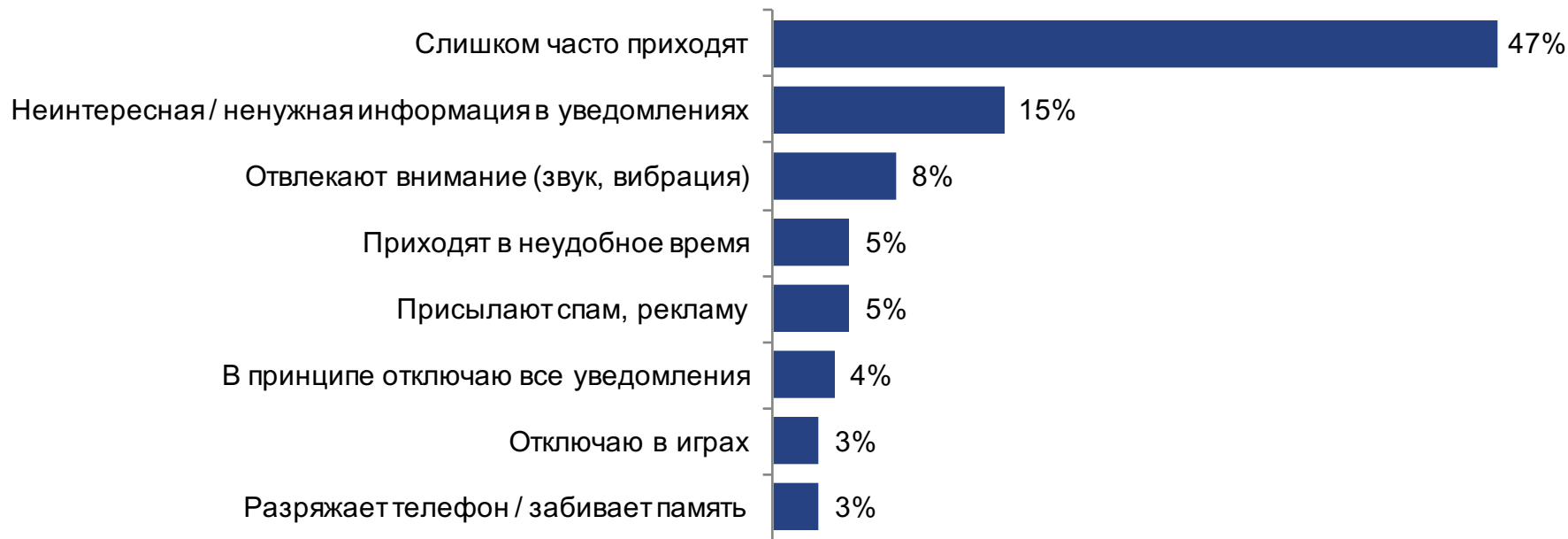
■ Точно нет ■ Скорее нет ■ Возможно да, возможно нет ■ Скорее да ■ Точно да



Основные причины отказа от push-уведомлений — слишком частая рассылка, неактуальная информация в уведомлениях

В14. Ответьте по возможности подробно, почему / в каких ситуациях Вы выключаете / выставляете запрет на получение push-уведомлений от мобильных приложений ?

Почему отключают push-уведомления?

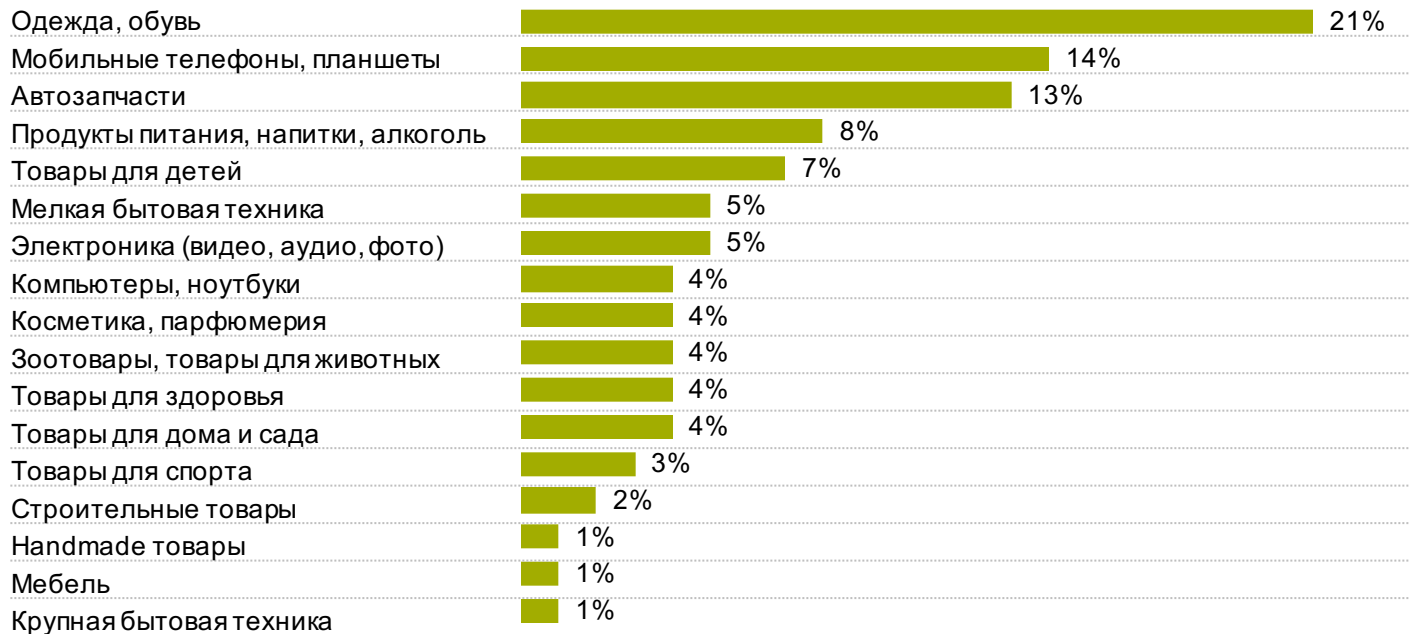


Последняя по времени покупка со смартфона

В топ последней покупки со смартфона попали одежда, мобильные телефоны и автозапчасти

R1. Вспомните, товар какой категории Вы покупали в интернете со своего СМАРТФОНА последним?

Какой товар купили при последней покупке со смартфона?



База: совершили онлайн-покупку со смартфона (N=1454)

«Одежда», «товары для детей» и «косметика и парфюмерия» – более женские категории. «Автозапчасти» и вся техника – более мужские категории

R1. Вспомните, товар какой категории Вы покупали в интернете со своего СМАРТФОНА последним?

Какой товар купили при последней покупке со смартфона?

ЖЕНЩИНЫ

МУЖЧИНЫ



База: совершили онлайн-покупку со смартфона (N=1454)

© GfK 2016 | Исследование мобильной аудитории e-commerce

Значимые различия от других подгрупп

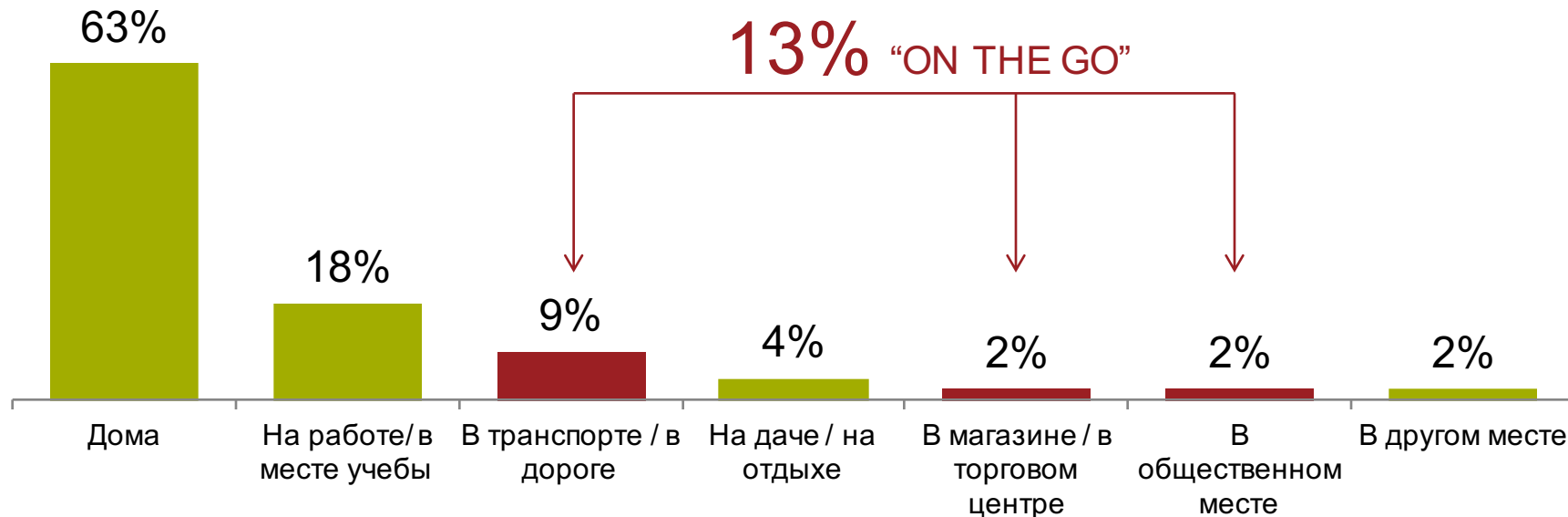
При последней покупке со смартфона только 13% покупок были сделаны «в дороге»

Яндекс Маркет



R5. Где Вы находились в момент покупки товара ... ?

Где находились в момент совершения последней покупки со смартфона?



База: совершили онлайн-покупку со смартфона (N=1454)

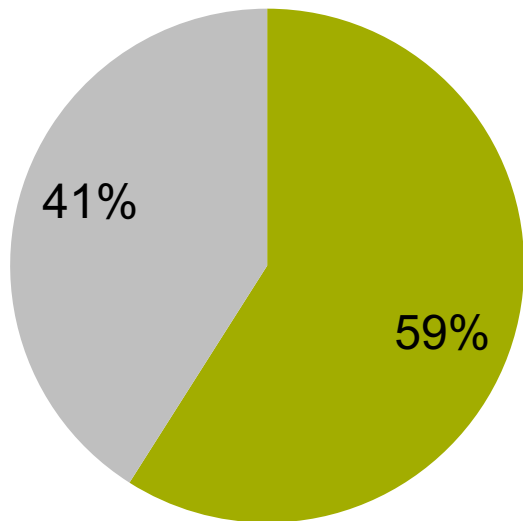
© GfK 2016 | Исследование мобильной аудитории e-commerce

Доля «добровольных» покупок со смартфона превышает долю «вынужденных» покупок (когда не было доступа к компьютеру)

R6. Вспомните, был ли у Вас доступ к персональному компьютеру или ноутбуку с выходом в интернет, в момент покупки ... ?
R7. Почему Вы совершили покупку через интернет именно со смартфона, а не воспользовались компьютером или ноутбуком ?

Был ли доступ к PC на момент совершения последней покупки со смартфона?

■ Был доступ к PC ■ НЕ было доступа



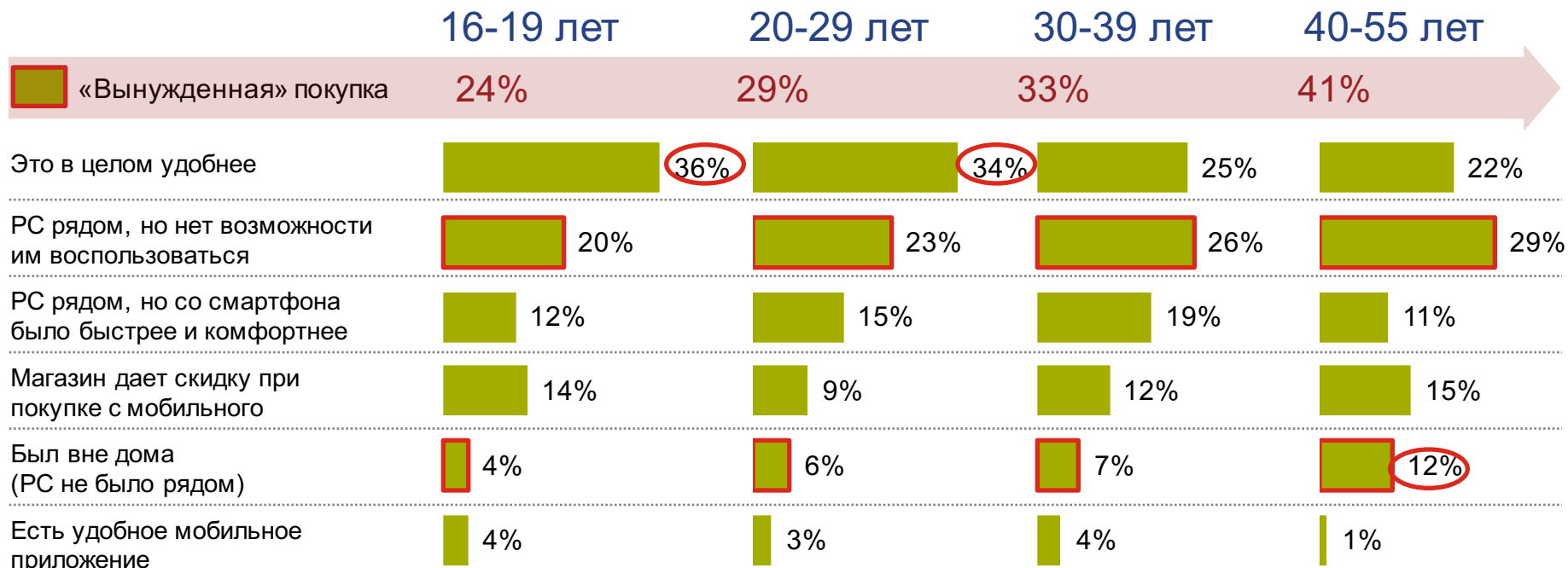
Почему совершили покупку именно со смартфона?



Существенная доля (41%) «вынужденных» покупок со смартфона (когда рс нет рядом) — только в старшей возрастной группе. Большинство покупает со смартфона, потому что это удобно

R7. Почему Вы совершили покупку через интернет именно со смартфона, а не воспользовались компьютером или ноутбуком?

Почему совершили покупку именно со смартфона?

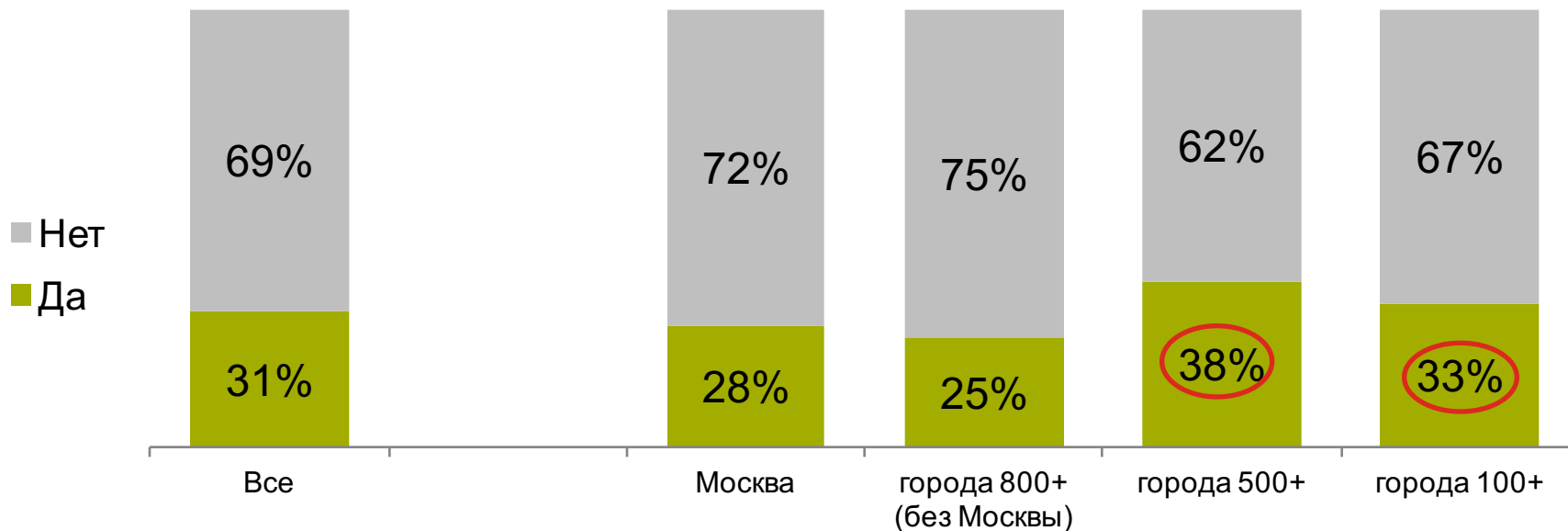


База: совершили онлайн-покупку со смартфона (N=1454)

Доля посетивших оффлайн-магазин перед покупкой в интернете со смартфона – выше в малых и средних городах

R8. Вы посещали оффлайн магазин / торговый центр в процессе поиска или выбора ... , перед тем как купить его в интернете со смартфона?

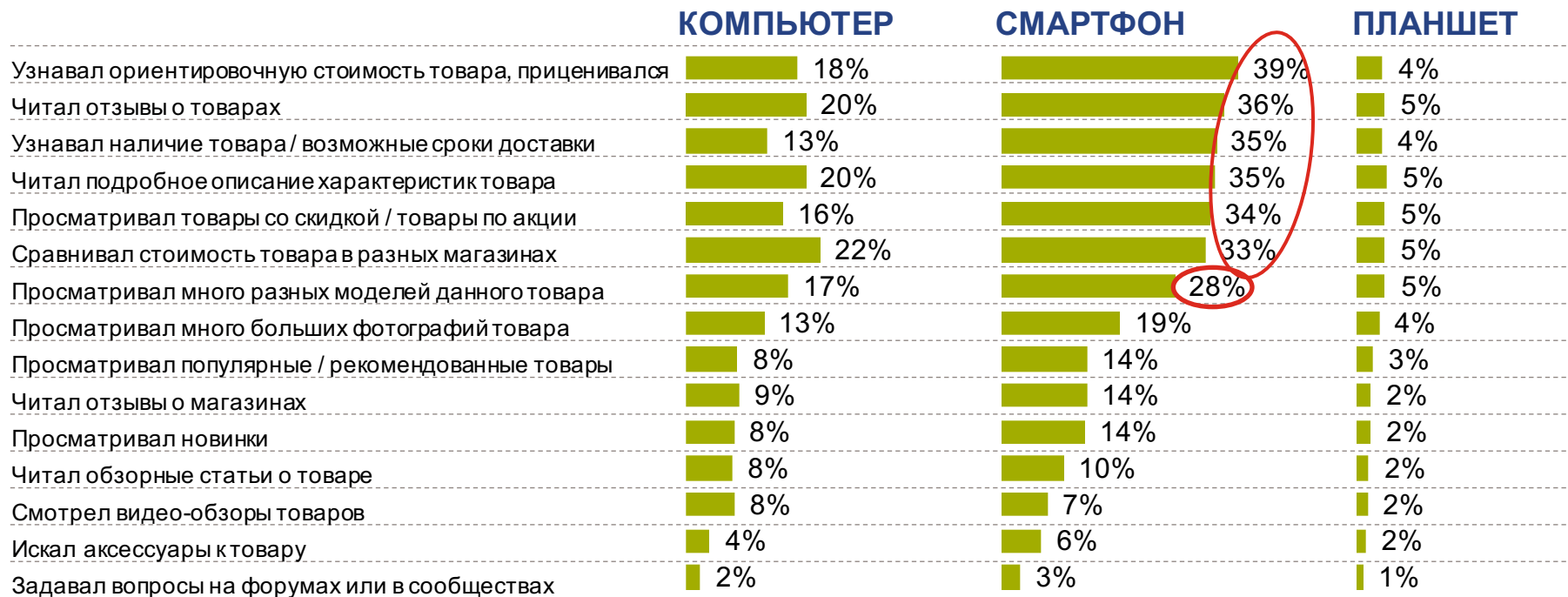
Посещали ли оффлайн магазин, перед последней покупкой со смартфона



При покупке со смартфона, предварительный поиск осуществляется тоже в основном на смартфоне

R10. Что из перечисленного Вы делали в интернете на разных устройствах в процессе поиска / выбора <ТОВАР ИЗ R2>, перед тем как купить товар?

Что делали в интернете на разных устройствах перед последней покупкой со смартфона



База: совершили онлайн-покупку со смартфона (N=1454)

© GfK 2016 | Исследование мобильной аудитории e-commerce

○ Значимые различия от других подгрупп

