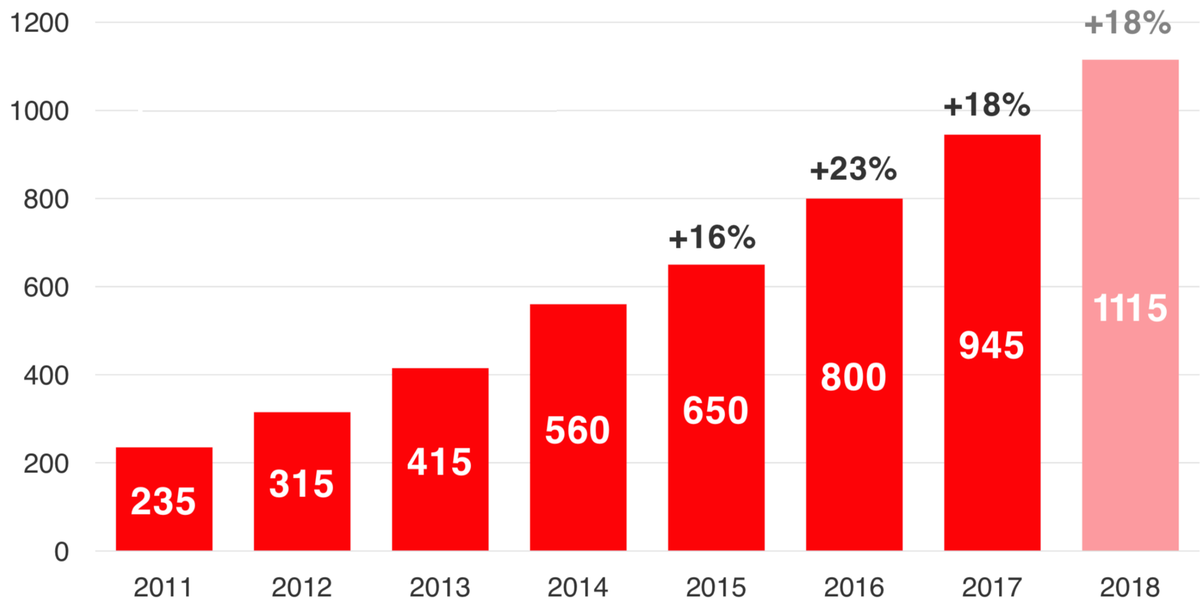
Прогноз российского рынка eCommerce на 2018



Рост объема рынка на 18%
в денежном выражении
(внутрироссийсский продажи)

Сохранение темпов роста
количества заказов на 22%
(аналогично 2017)

Слабое падение среднего чека
(из-за быстрого роста количества заказов)

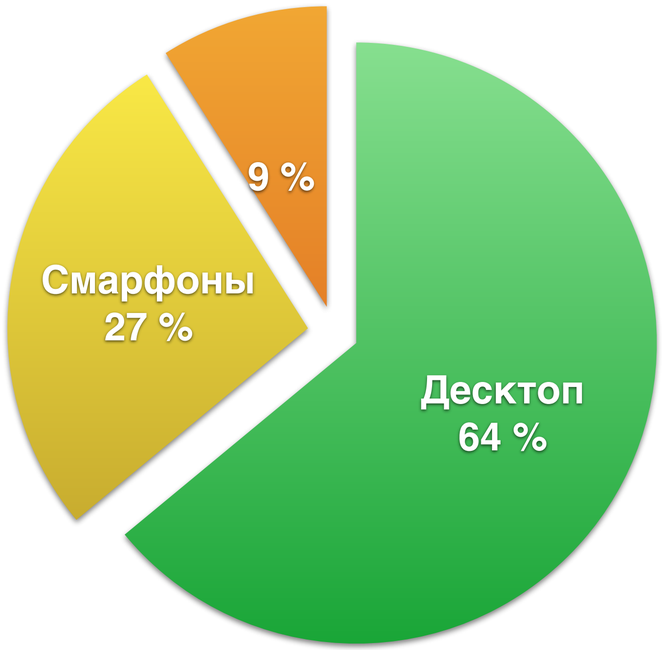
Саша Куценко

Дизайн-директор и основатель Aidem

mediascope
powered by TNS

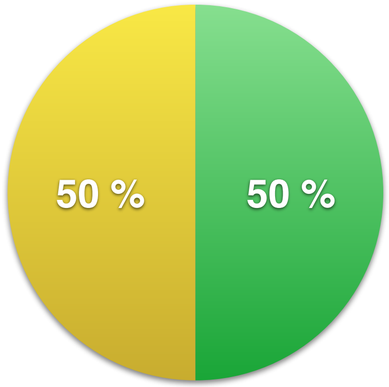
66 000 000 российских пользователей используют мобильный интернет наряду с десктопным, а **20 000 000 уже выходят в интернет только с мобильных устройств** – это на 15% больше, чем год назад (2016)

«Медиаскоуп – мировой лидер в предоставлении комплексной медиа- и маркетинговой информации.» Короче, можно верить.

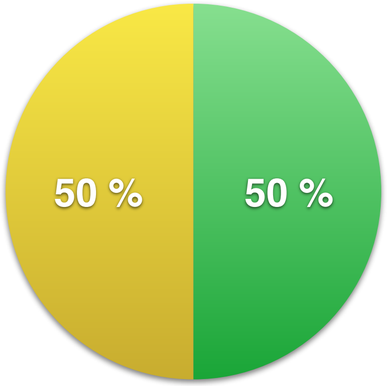


Каждый третья покупка – со смартфона

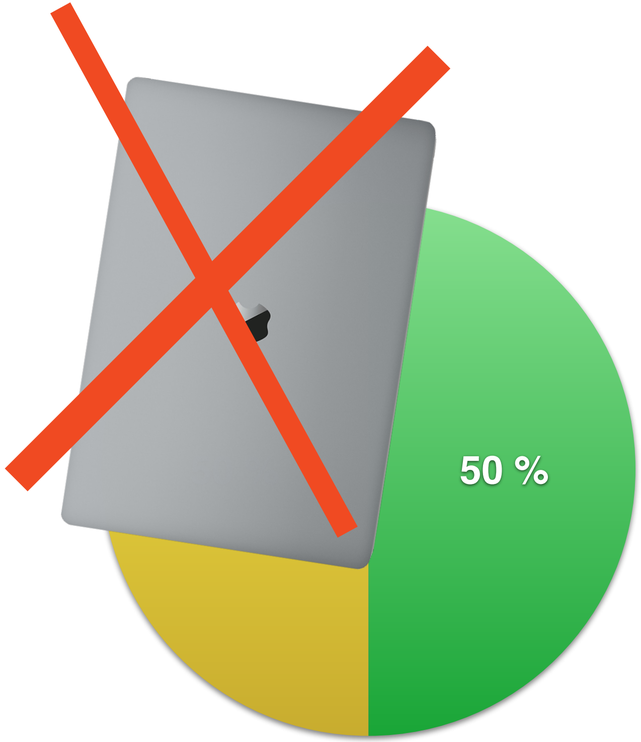
Сделанные заказы, мобильный сайт
+ приложения, 2017



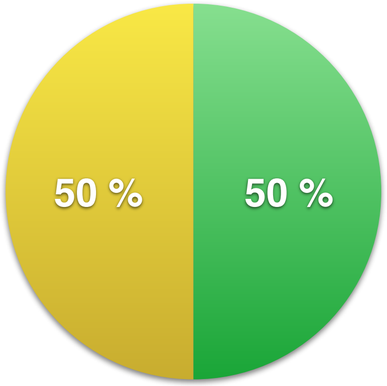
50% покупали со смартфона



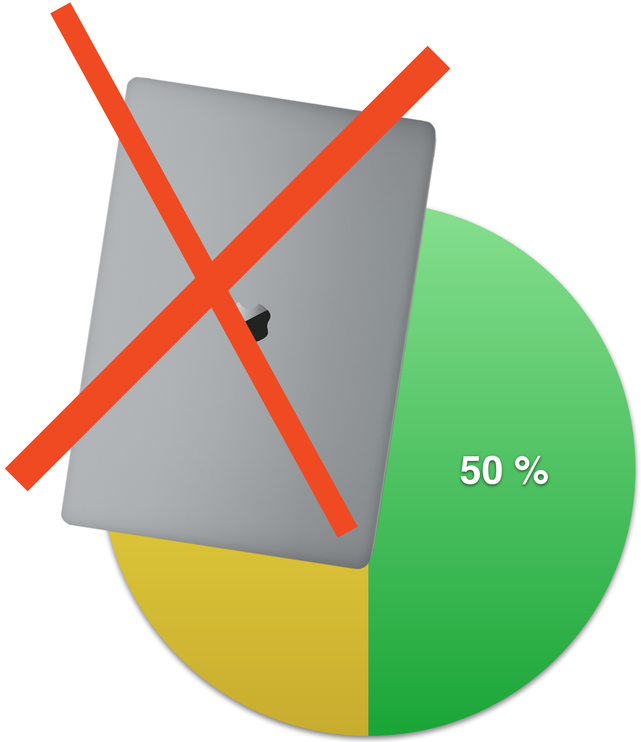
50% **покупали со смартфона**



55% тех, кто покупают со смартфона, **не используют комп вообще** 😱



50% **покупали со смартфона**



55% тех, кто покупают со смартфона, **не используют комп вообще** 😱

Для молодежи **до 25 лет** **смартфон – устройство №1** для онлайн-покупок 🤟

Mobile first?

субъективный взгляд на всем известную
парадигму из 2018 года

Mobile.
Not the first and not the second

Короткий доклад про то какую роль сегодня
играет представление бизнеса на смартфоне

2018 год на дворе так-то

В среднем россиянин в 2017 обращается к своему смартфону **более 62 раз в день**

Исходя из статистики у детей, показатель будет расти

В среднем россиянин в 2017 обращается к своему смартфону **более 62 раз в день**

Исходя из статистики у детей, показатель будет расти

Смартфоны позволяют **купить сразу**

Подтверждается ростом спонтанных покупок

В среднем россиянин в 2017 обращается к своему смартфону **более 62 раз в день**

Исходя из статистики у детей, показатель будет расти

Смартфоны позволяют **купить сразу**

Подтверждается ростом спонтанных покупок

Смартфон есть у всех, а комп нет = больше аудитория!

Большая доля молодежи не планируют покупать компьютер

В среднем россиянин в 2017 обращается к своему смартфону **более 62 раз в день**

Исходя из статистики у детей, показатель будет расти

Смартфоны позволяют **купить сразу**

Подтверждается ростом спонтанных покупок

Смартфон есть у всех, а комп нет = больше аудитория!

Большая доля молодежи не планируют покупать компьютер

За смартфоном **всё время – личное**

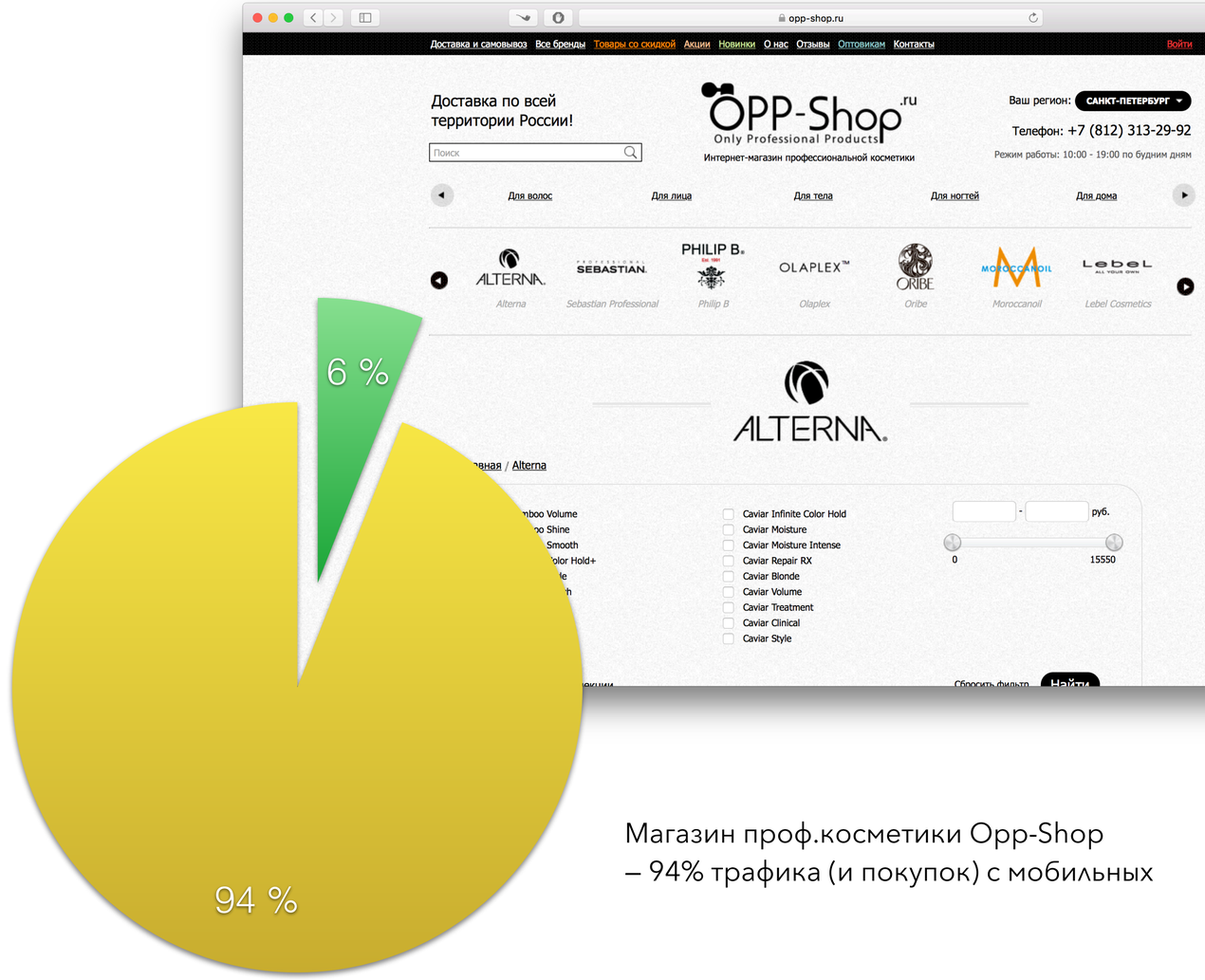
Что надо делать 💪🏻

не отставать

Смотреть какая у вас ЦА

и исходя из этого распределять ресурсы и расставлять приоритеты

ЦА – сотрудницы салонов красоты: заказы всегда с работы (вижу, что кончилось), дома нет компьютера (а зачем)

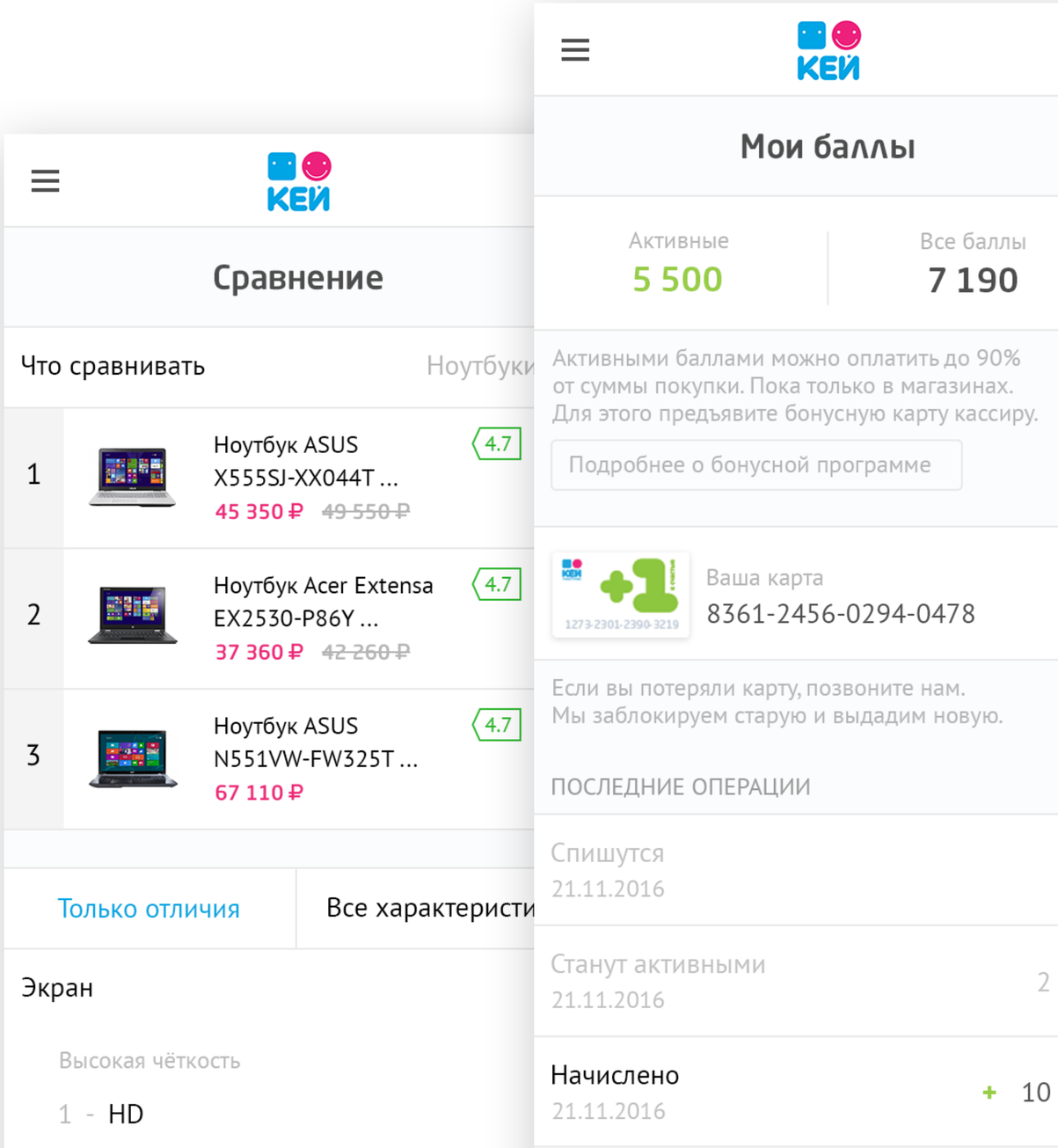


Магазин проф.косметики Opp-Shop – 94% трафика (и покупок) с мобильных

Не урезать функционал

20% покупок — только с мобильных, и у людей нет компов

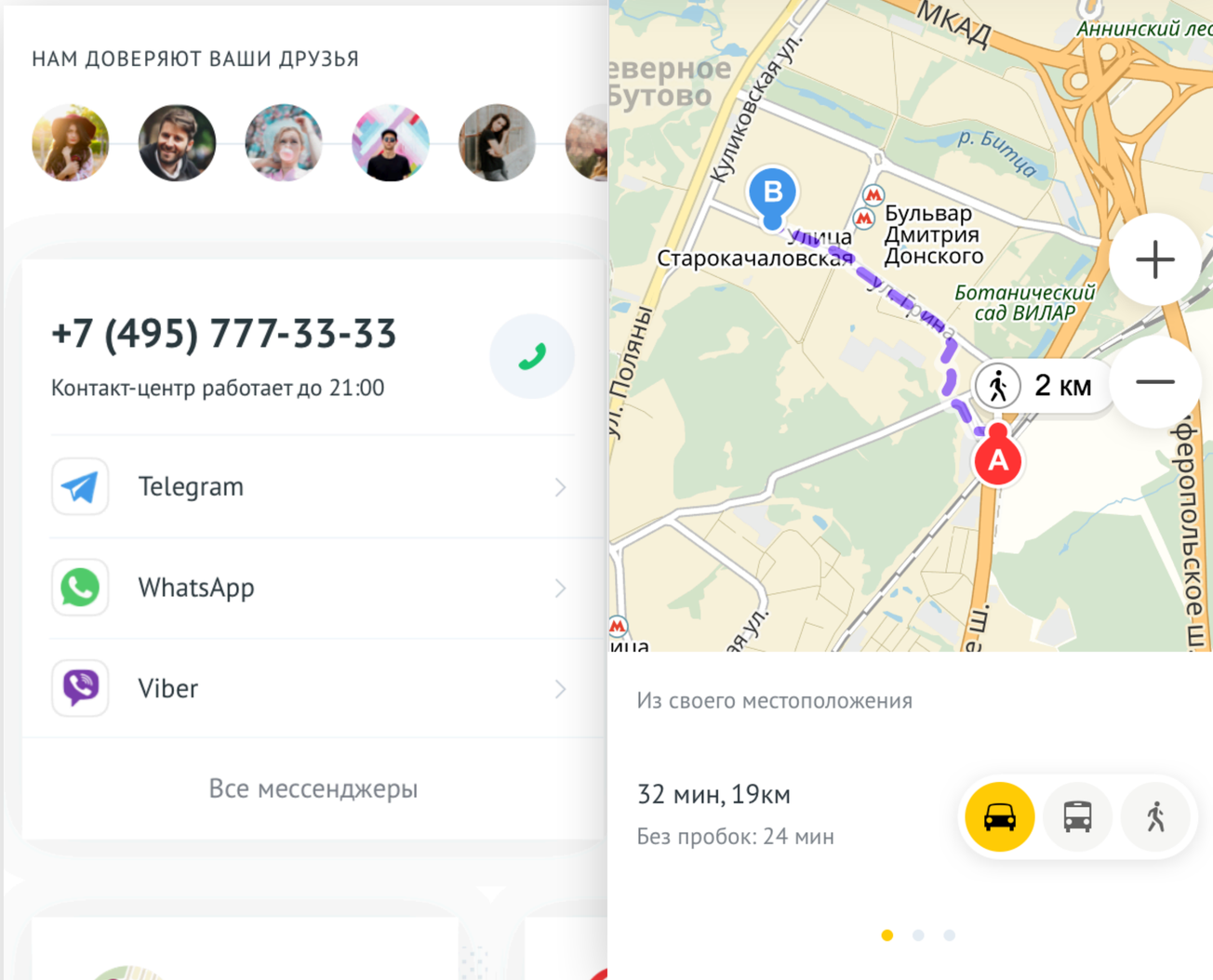
Смартфон уже не альтернативный способ покупки



Отдельный дизайн, мобильные приемы

не просто адаптив и ОК,
не по остаточному принципу

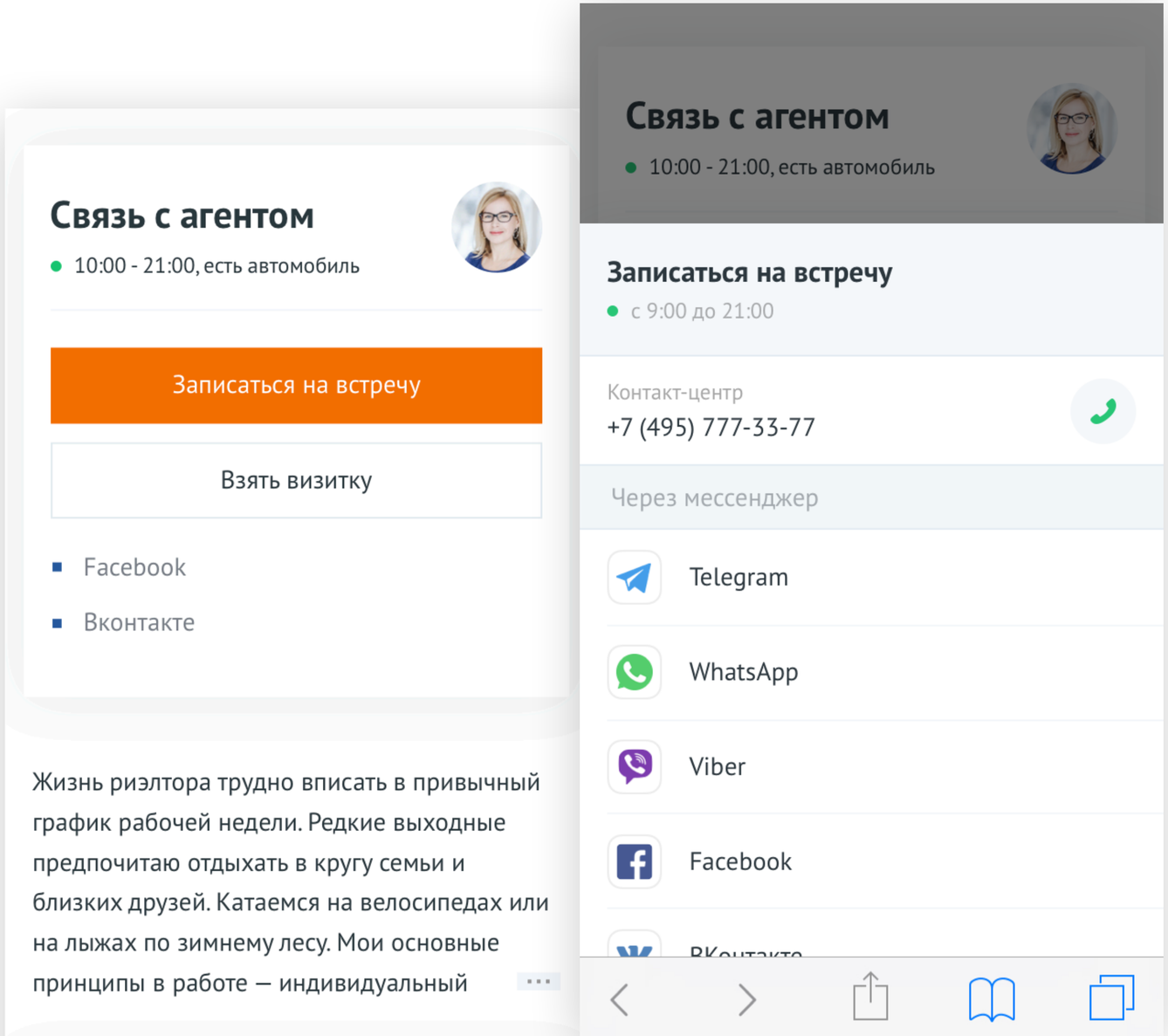
Сайт на смартфоне бессознательно сравнивается с приложениями = ожидания выше + совсем другой контекст: на ходу, мало времени и т.д.



Помнить, что это телефон

Один клик до звонка, один клик до мессенджера

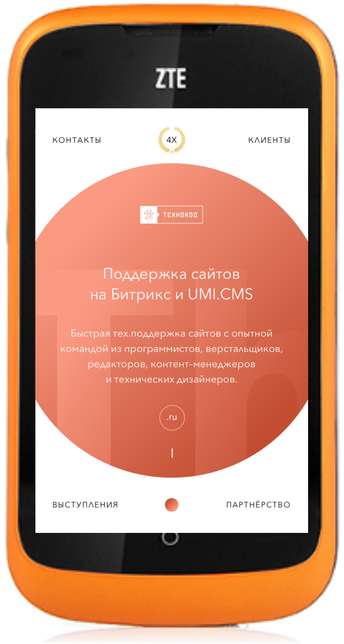
Не надо тащить пользователя в удобный вам канал, принимайте ег ов любом с равным удовольствием.

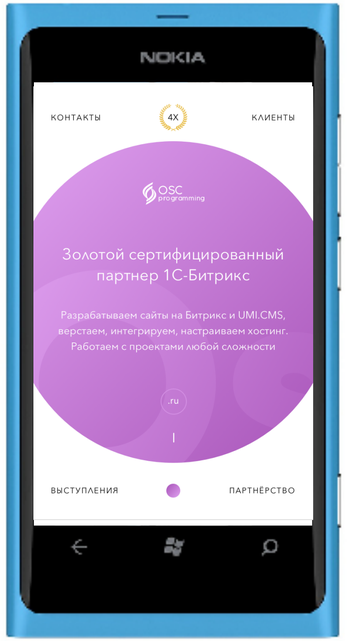


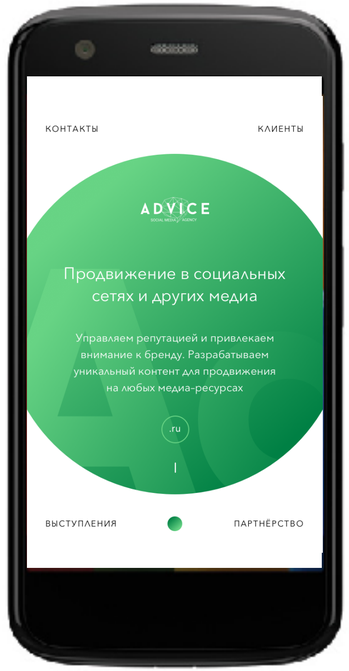
Тестировать
на всех смартфонах

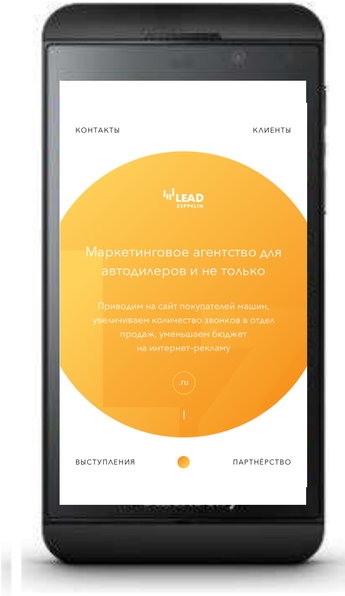
Это этап, он должен быть в смете, плане. Вы должны хотеть его больше, чем подрядчик.

Это не удорожание проекта, это понимание того, как получать рабочий digital-продукт – требовать качества, досконального понимания, всесторонней проверки





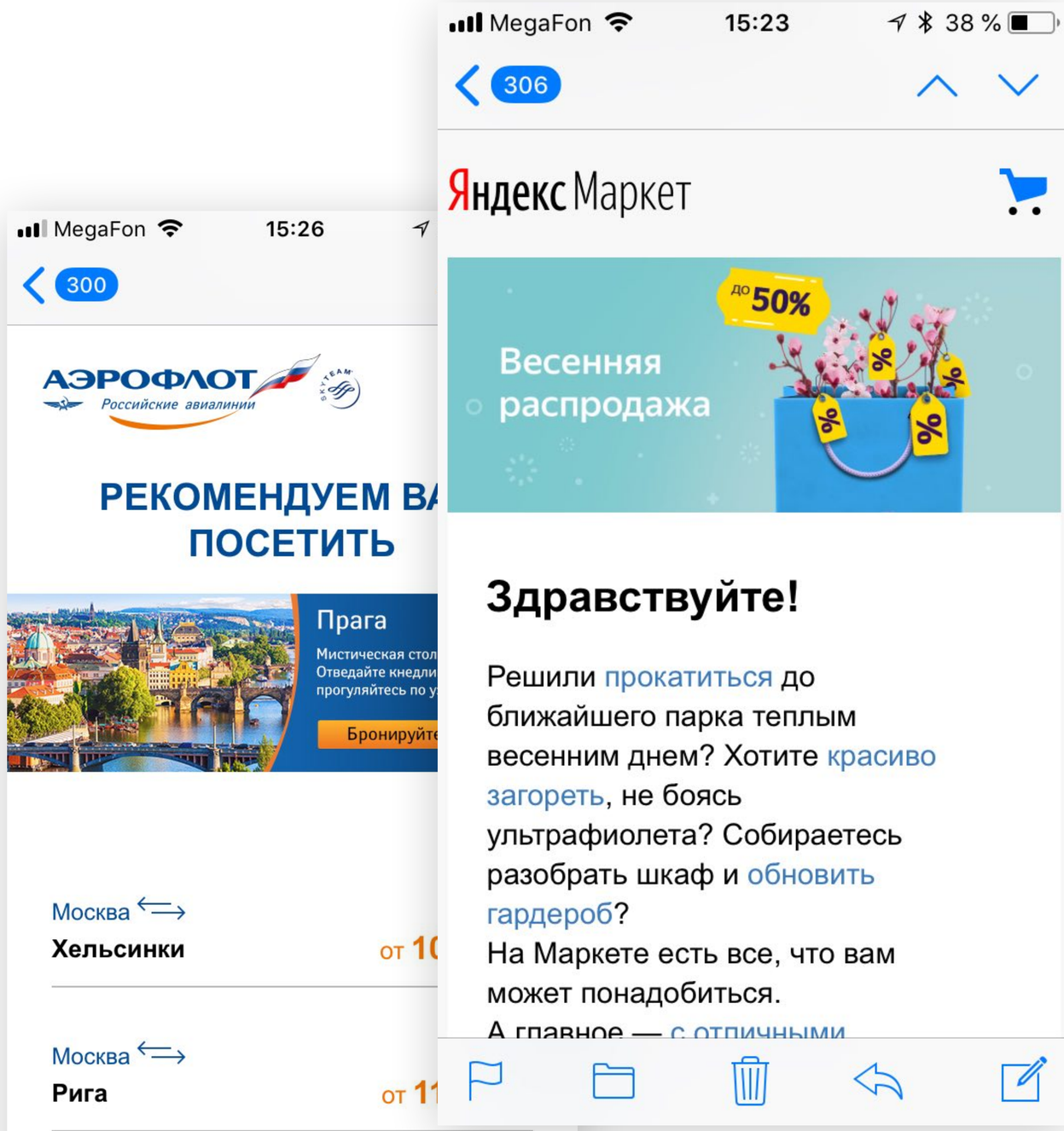




Делать адаптивные письма

50% писем в мире открываются
с мобильных (это считая рабочие)

С десктопным письмом на мобильном ожидать
конверсию как-то даже странно.



Итого
Делать моб.версию надо

Адаптив, если мало функционала,
мобильная версия, если много

Адаптив легче поддерживать, моб.версия дает больше возможностей, быстрее работает, но дороже в поддержке.
(FYI Яндекс делает моб.версии)

Яндекс.Турбо и **AMP**, где это возможно

Спецификацию технологий расширяются, уже можно подключать страницы товара, не говоря о блоге и информационных страницах

Новый тренд – **PWA**
прогрессивные веб-приложения

Ваш сайт становится приложением на смартфоне покупателя (с иконкой) большая часть которого работает без интернета, может использовать GPS, push-уведомления

Пример 🔥

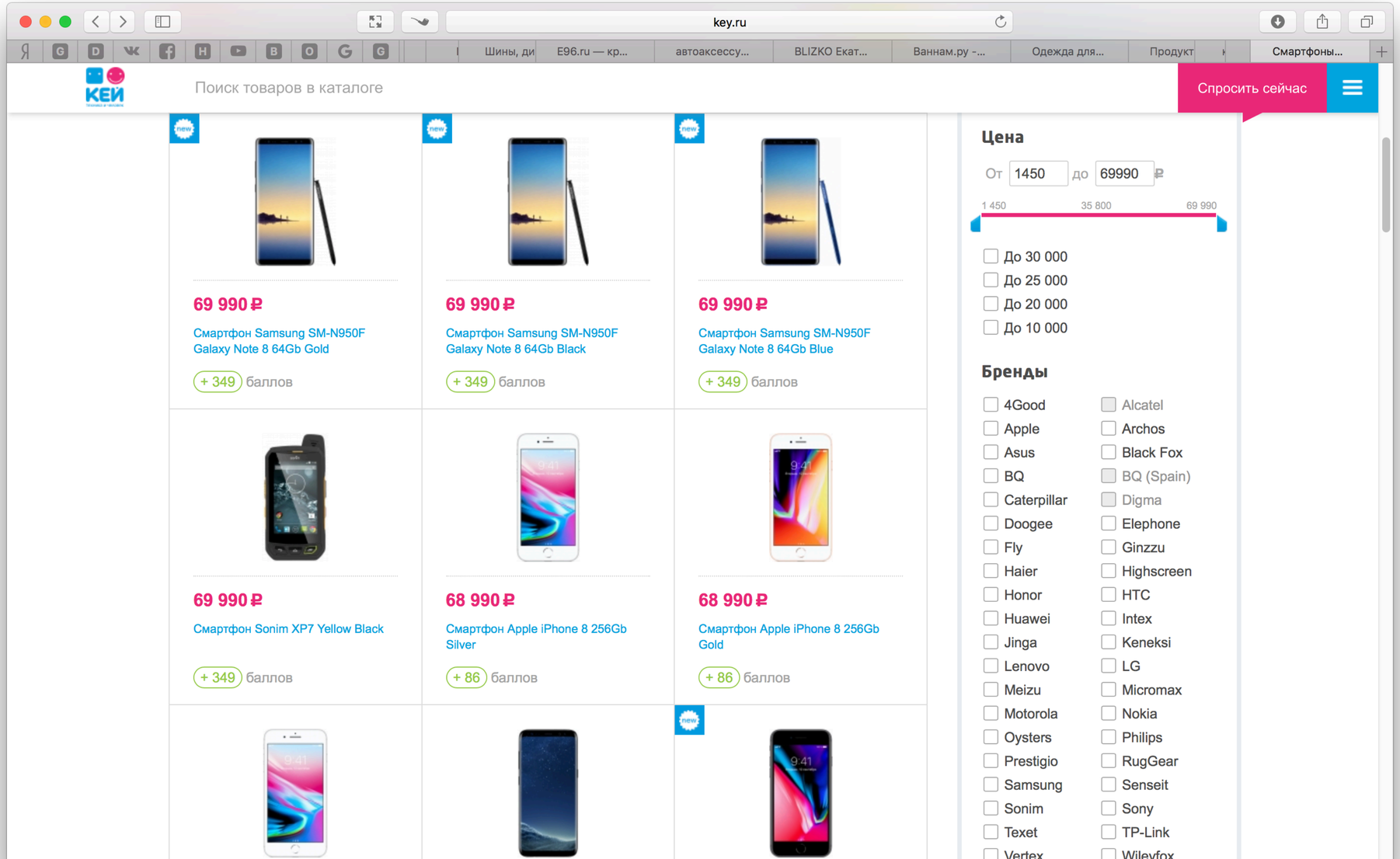
2016 год

КЕЙ

ТОП 30 магазинов России

в 2015-2016 году

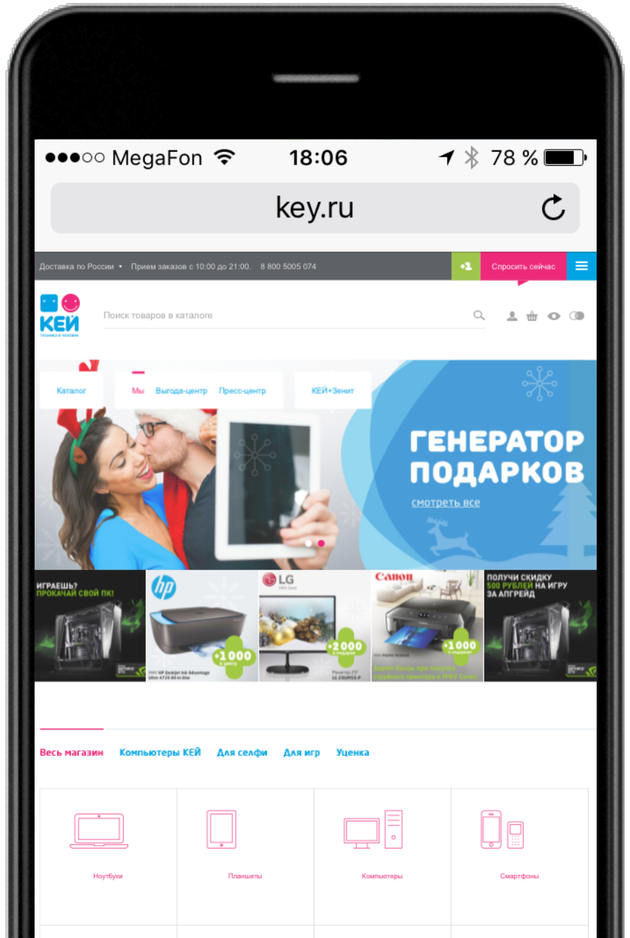
20 000+ посетителей / день 25 000 SKU

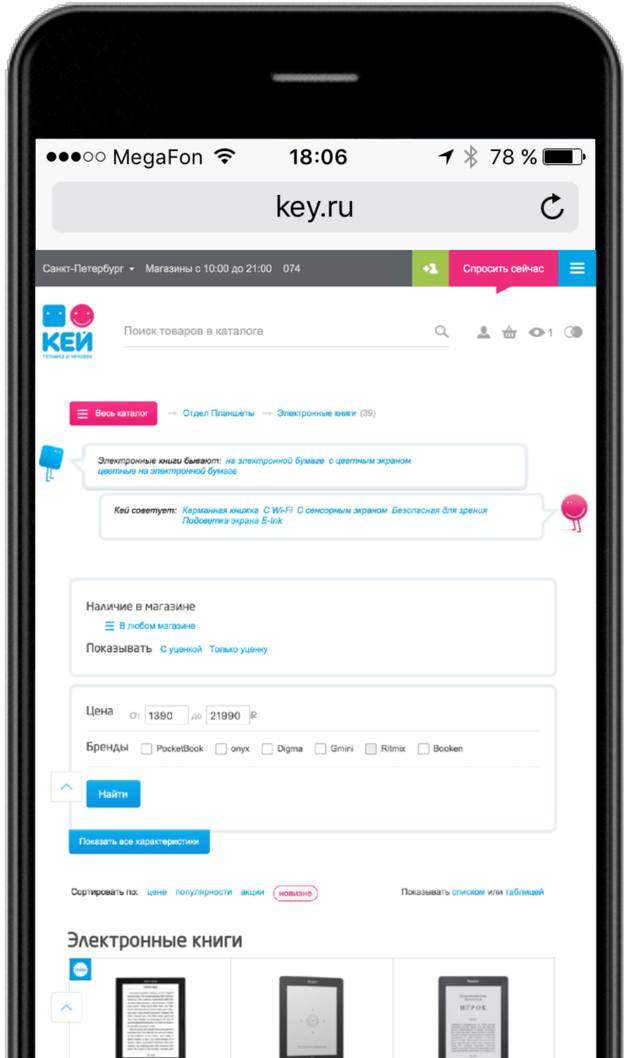


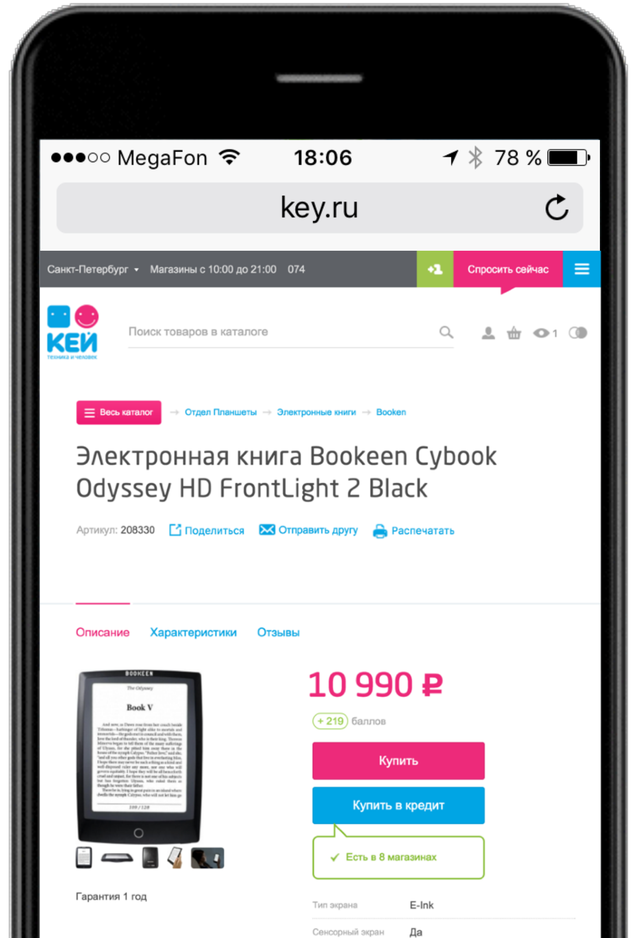
КЕЙ

2014–2017 год

Попытка быть адаптивным



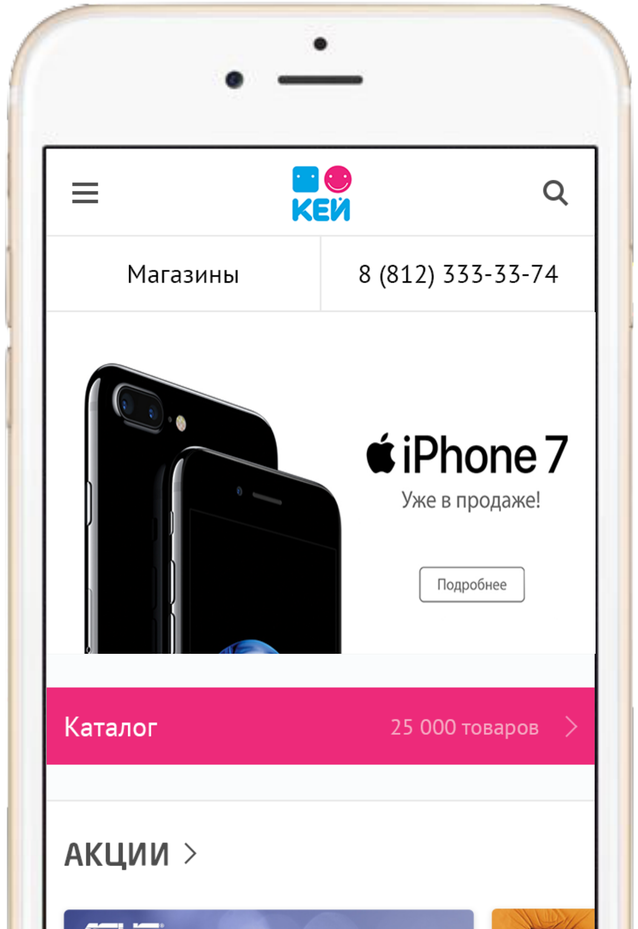


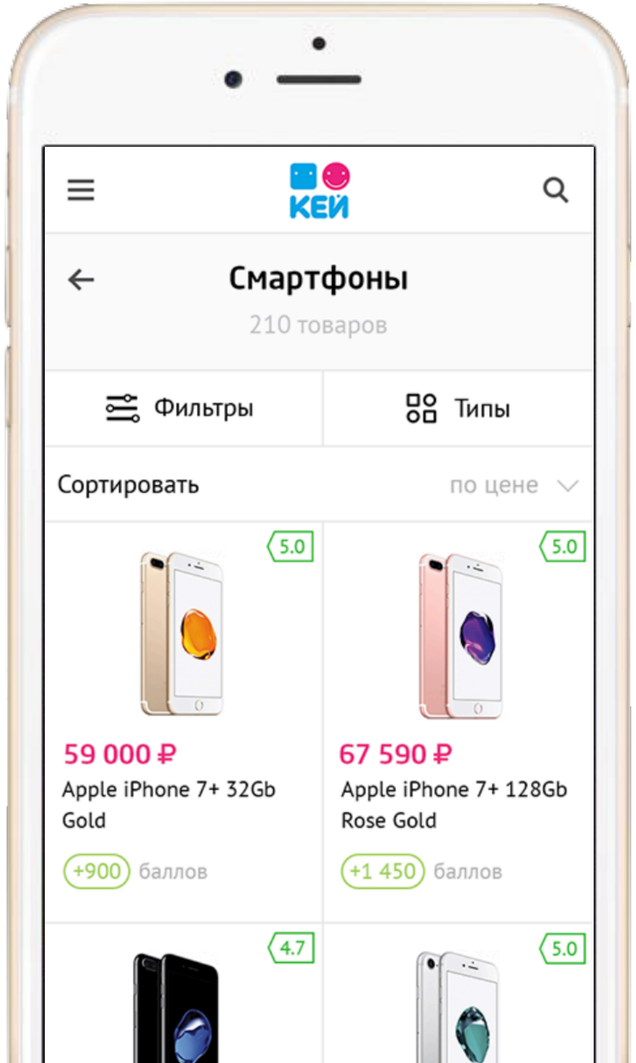


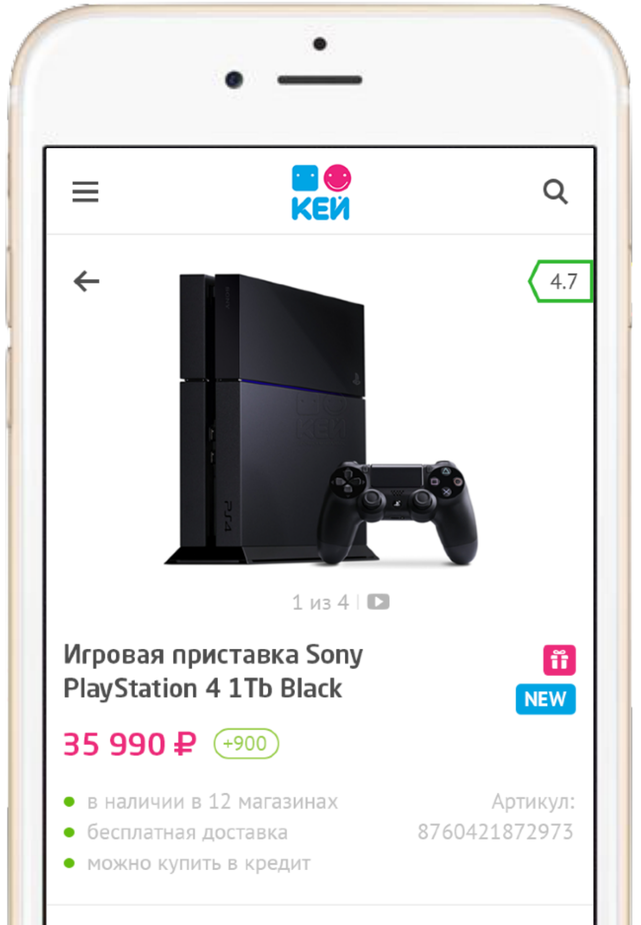
КЕЙ

с 2017 – и на 5 лет минимум

Полноценная мобильная версия

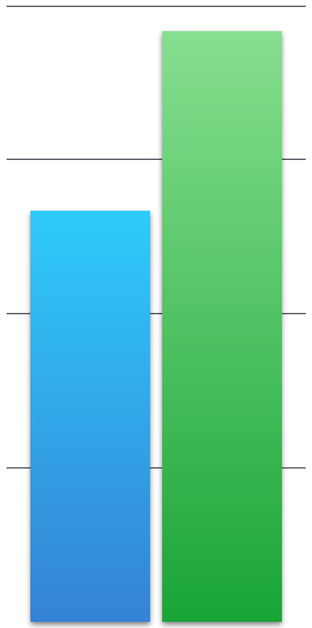






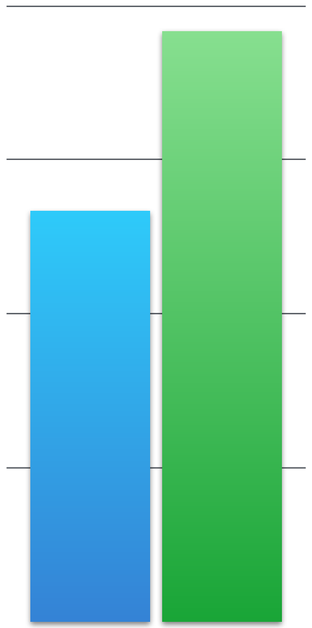
Итоги запуска
(по всему магазину)

Глубина просмотров
+ 44%

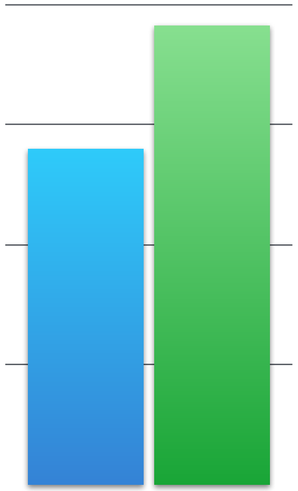


Итоги запуска
(по всему магазину)

Глубина просмотров
+ 44%

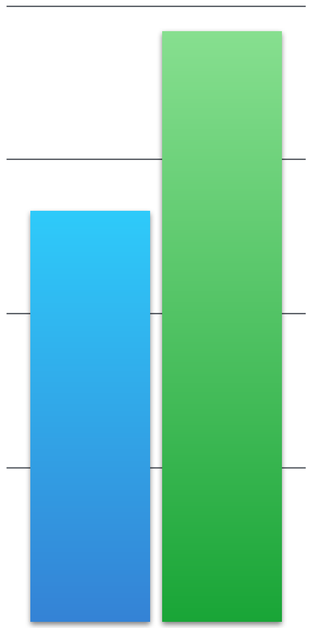


Количество **заказов**
+ 36%

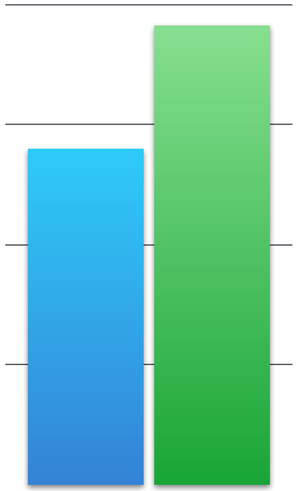


Итоги запуска
(по всему магазину)

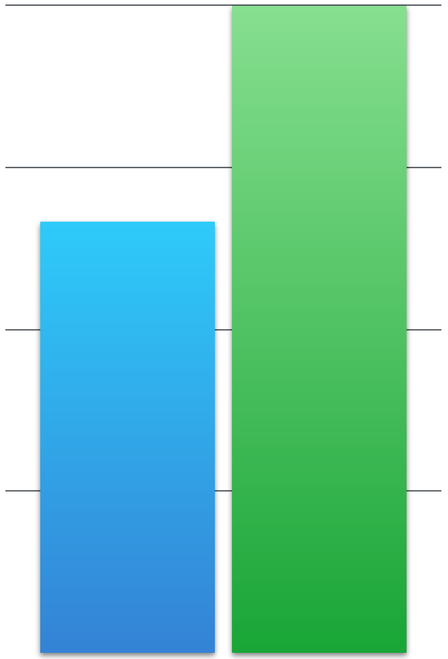
Глубина просмотров
+ 44%



Количество **заказов**
+ 36%



Конверсия
+ 50%



Итого ⚡

чтобы запомнилось

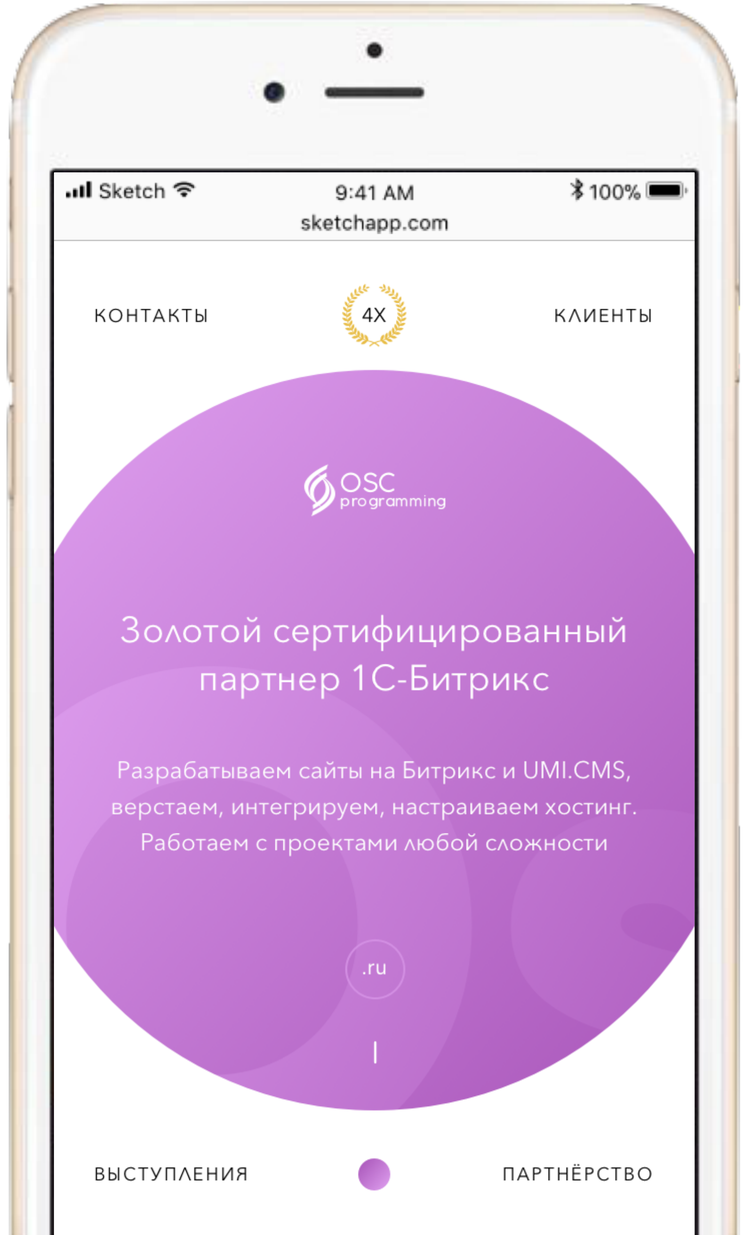
Делать моб.версию

- Смотреть какая у вас ЦА
- Не урезать функционал
- Делать отдельный дизайн
- Помнить, что это телефон
- Тестировать на всех смартфонах
- Делать адаптивные письма

Саша Куценко

Группа компаний «СНЕГ»

info@gk-sneg.ru

+7 (812) 715-17-67

- дизайн
- разработка
- брендинг
- маркетинг
- продвижение
- SMM
- техподжержка