



ПРИВЫЧКА ЗАКАЗЫВАТЬ

АНДРЕЙ ЛУКАШЕВИЧ,
УПРАВЛЯЮЩИЙ ДИРЕКТОР DELIVERY CLUB



ИЗМЕНЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

рационализация потребления



за 3 года доля интернет-
покупателей выросла почти
на

15%

«интернетизация»
потребления



ПОКОЛЕНИЯ

Y & Z



COOL
MATTERS



онлайн –
измерение
реальности,
а соцсети
формируют
образ потока

нет устойчивых
предпочтений,
все меняется
быстро



первое
поколение,
которое не
будет готовить
дома



ассортимент –
не решающий
фактор для
покупки

КАК ВСЕ НАЧИНАЛОСЬ

01



заказ
по телефону
из ресторанов

02



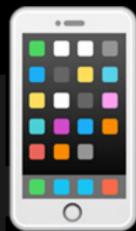
сайты
ресторанов

03



маркетплейсы

04



мобильные
приложения

05



new
delivery

ДВА ГЛАВНЫХ ФОРМАТА



**агрегаторы =
маркетплейсы**

Delivery Hero,
Just Eat,
Yemeksepeti



**new delivery =
сервисы с добавленной
СТОИМОСТЬЮ**

Deliveroo,
Uber Eats

Key Players	Market valuation	Foundation	Life Cycle Stage	Classic Delivery	New Delivery
Just Eat	 € 5.2 bn	2001	IPO (2014)	●	
Grubhub	 € 5.3 bn	2004	IPO (2014)	●	
Delivery Hero	 € 6.6 bn	2011	IPO (2017)	●	●
Deliveroo	 € 1,7 bn	2012	Series F (2017)		●
Takeaway.com	 € 1,8 bn	2000	IPO (2016)	●	●

РАЗВИТИЕ РЫНКА



> 70%

доля заказов,
сделанных через
мобильные сервисы



глубокая интеграция
в value chain



соцсети интегрируются
с сервисами доставки еды
(Facebook и Delivery.com,
ВКонтакте и Delivery Club)

big data в работе
с ресторанами



РОССИЯ



6,5%

доля доставки
в обороте общепита



формируется несколькими
крупными игроками

рост на 5,7% за 2016 год – самый
активный среди сегментов рынка
общепита; прогноз на 2017

17%

регионы
подтягиваются



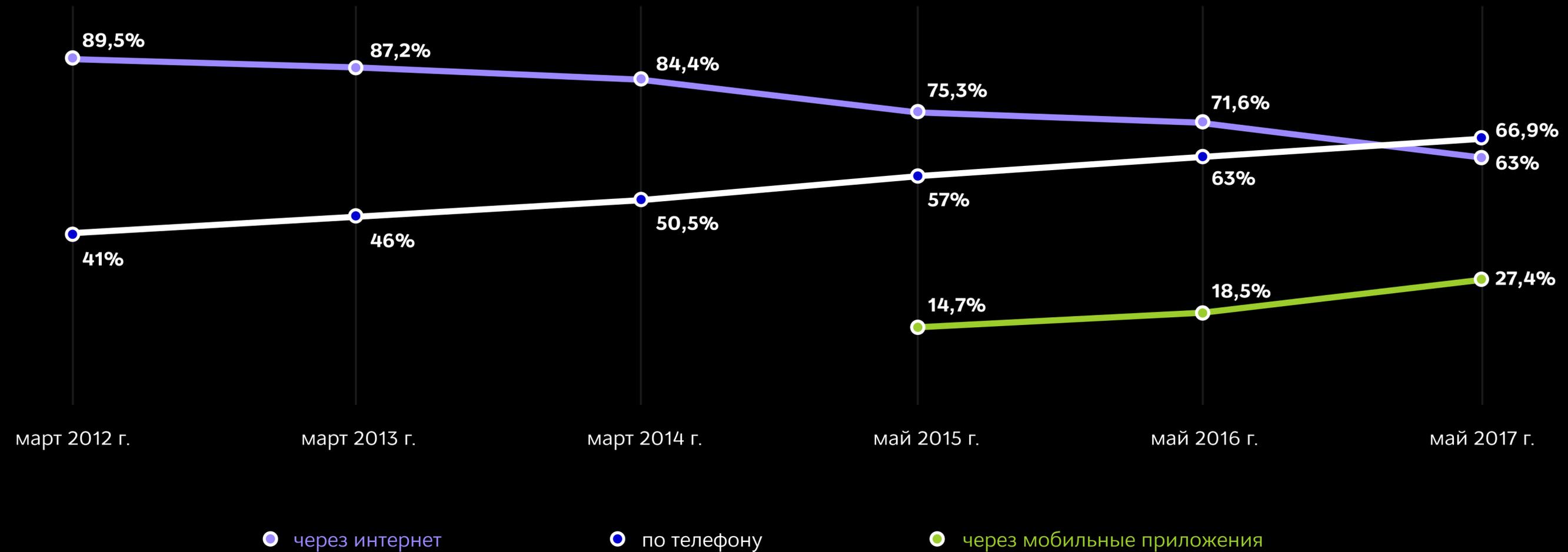
ключевая задача – развитие
самой категории

СПОСОБЫ ЗАКАЗА ГОТОВОЙ ЕДЫ



с марта 2012 г. по май 2017 г.

% опрошенных клиентов служб доставки



Источник: РБК.Исследования рынков, дата актуализации – июнь 2017 года
Сумма не равна 100%, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа

ДОЛЯ ЛЮДЕЙ

обычно заказывающих еду через Delivery Club
% от опрошенных жителей городов России 100 тыс.+,
пользующихся услугами доставки готовой еды



12,1%

2015

14,7%

2016

23,4%

2017

ВЕЛИКОБРИТАНИЯ



LONDON IS THE CAPITAL OF FOODTECH

✓ доставка еды появилась
как социальная служба
во время Второй мировой
войны



самое
популярное
блюдо

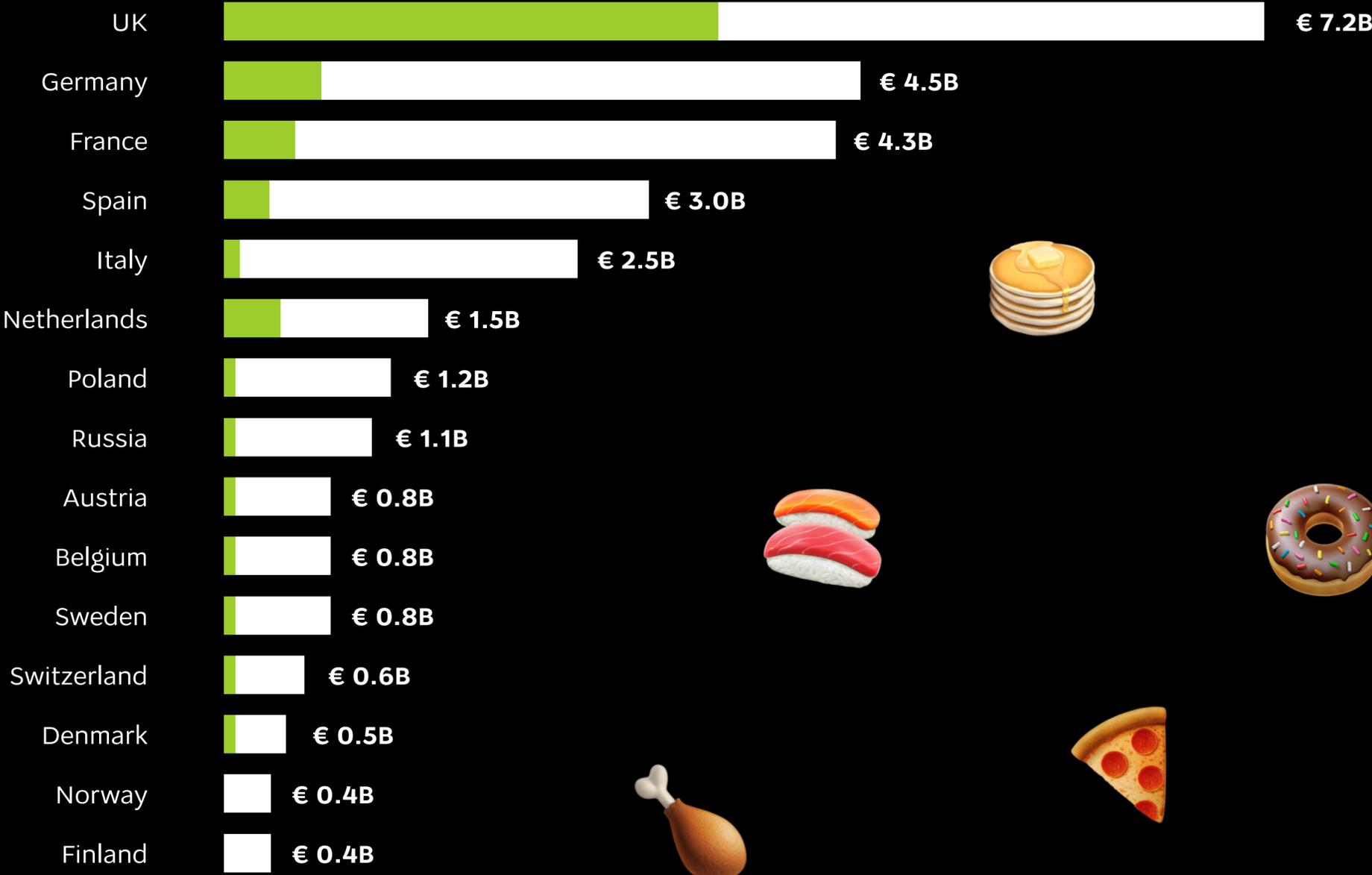
самый
развитый
и большой
рынок



у крупнейшего Just Eat **370** тыс.
заказов в день, **75** тыс.
подключенных ресторанов,
375 млн фунтов **revenue**

компании с наибольшей
капитализацией: **UberEATS,**
Just Eat, Deliveroo

MARKET SIZE (GMV)



● Online
● Offline

Источник: отчет Dealroom Food Delivery Tech: Battle for the European Consumer, март 2017 года

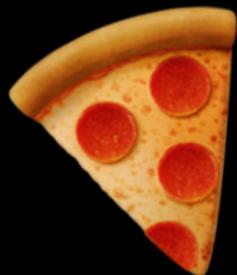
США



первая доставка появилась
в 1950-х годах для людей
с ограниченными
возможностями



у крупнейшей Grubhub **274** тыс.
заказов в день, **55,5** тыс.
ресторанов, **493** млн \$ **revenue**



самое
популярное
блюдо

компании с наибольшей
капитализацией: **Grubhub,**
UberEATS, Eat24

ТУРЦИЯ



один сильный игрок:
YEMEKSEPETI

10^{тыс.}
ресторанов

150^{тыс.}
заказов в день



по инфраструктуре
рынок похож
на российский



самая
популярная
опция

СИНГАПУР



несколько крупных игроков,
среди них Foodpanda с  **7** ТЫС.
заказов в день

самая популярная опция – фастфуд,
 около **60%** - **BURGER KING**



ОБЩИЕ ТРЕНДЫ



01 ВАЖНОСТЬ
УДОБСТВА
ПЛАТФОРМЫ

02 ЛОЯЛЬНОСТЬ
К ПЛАТФОРМЕ



03 КРИТИЧНОСТЬ
ВРЕМЕНИ
ДОСТАВКИ



04 ДОМАШНЯЯ ЕДА,
А НЕ ТОЛЬКО
СОБЫТИЙНАЯ

ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ



01

РАЗВИТИЕ
BIG DATA
ДЛЯ B2B

02

ПРОДОЛЖЕНИЕ РОСТА
СЕКМЕНТА И ИНТЕРЕСА
РАЗЛИЧНЫХ ИГРОКОВ
К РАЗВИВАЮЩЕМУСЯ
РЫНКУ ЕДЫ



03

ФОРМИРОВАНИЕ
ПРИВЫЧКИ (доставка
еды = такси-сервисы
в перспективе развития)

04

ИНТЕГРАЦИЯ
С НОВЫМИ
ПЛАТФОРМАМИ



СПАСИБО!

