

СЫТЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ — ДОВОЛЬНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ

Как ритейлу соответствовать
запросам клиентов





6 трлн

приблизительный розничный торговый
оборот индустрии Food



INFOLine, в категории Food в России, Q1'2024

× 2

рост доли потребителей, которые
выбирают электронные чеки

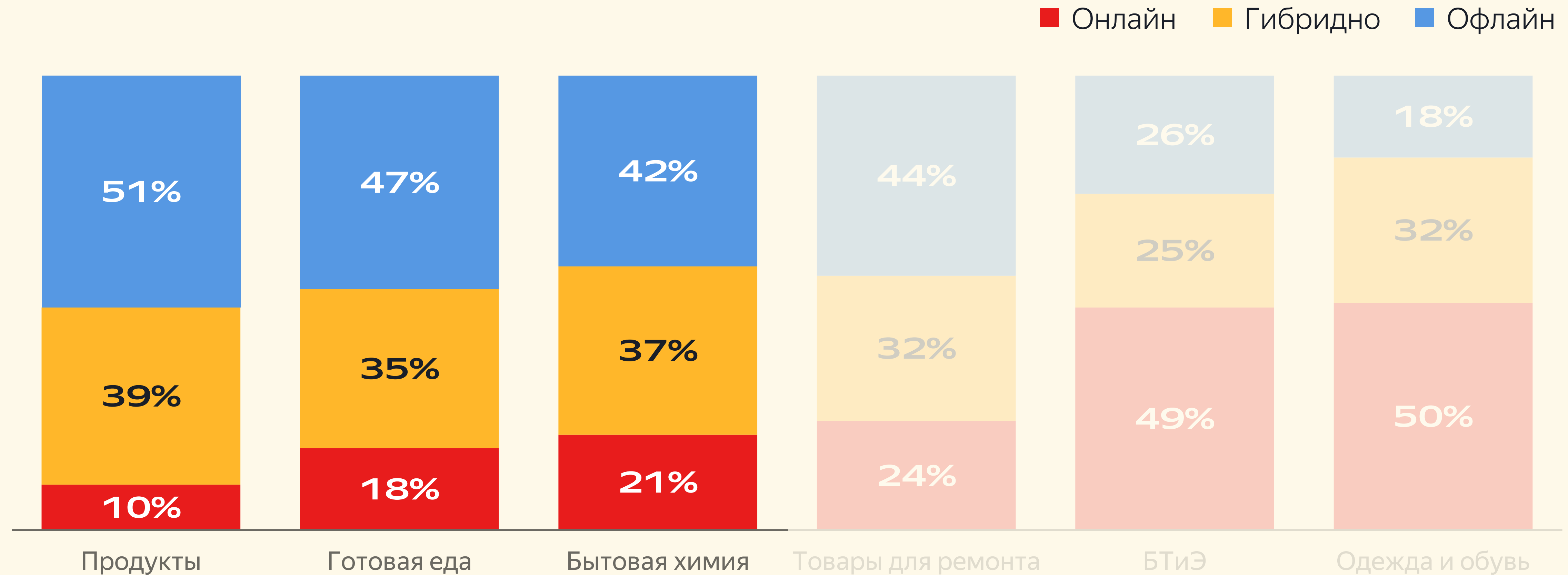
16 раз

в месяц россияне ходят
за продуктами

Тинькофф, ноябрь 2023 г.
РЭО и Известия, 2023 г. YoY

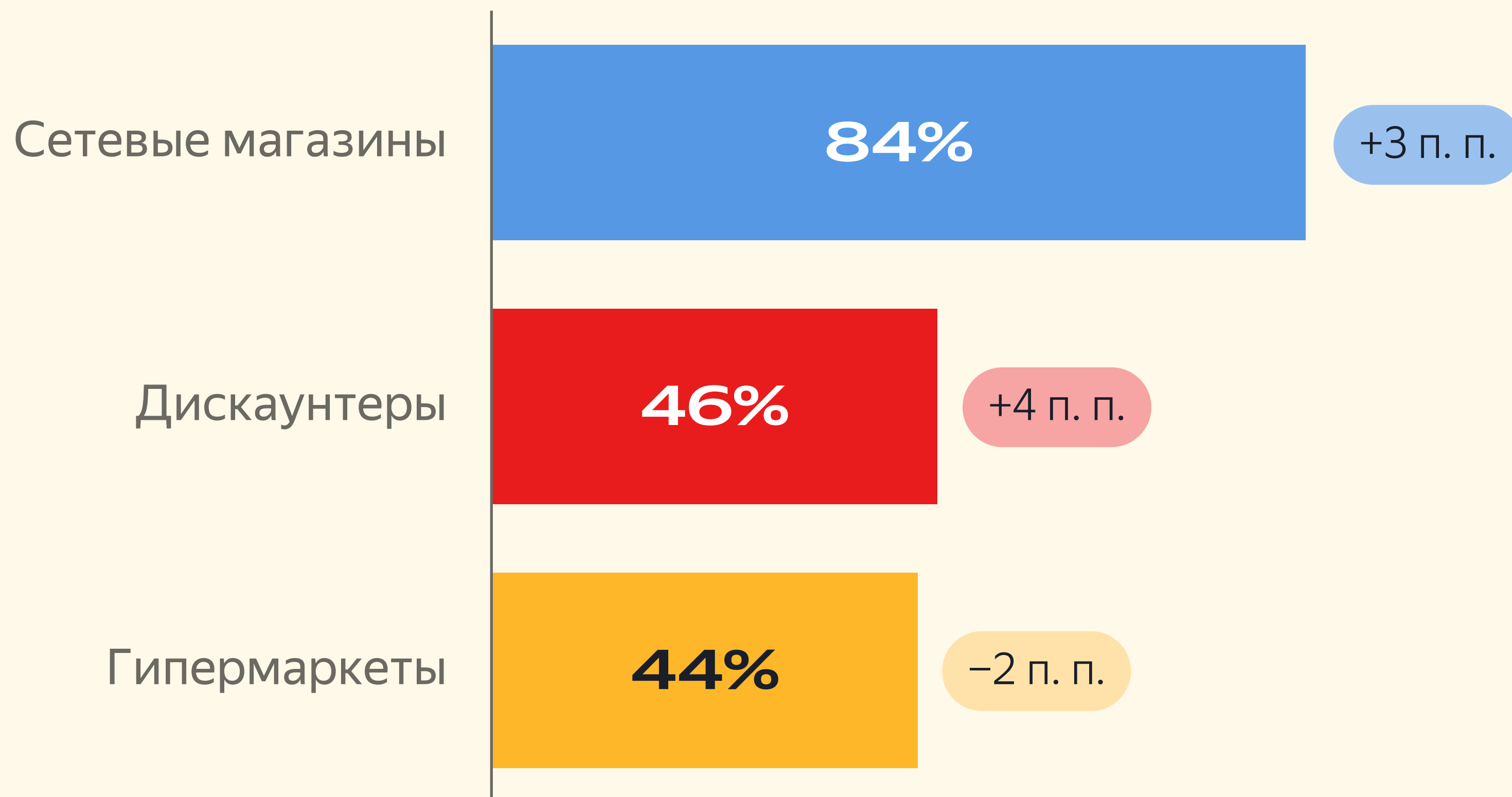


Офлайн сохраняет позиции в индустрии



Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели. Пользователи в возрасте 18–64 года из городов РФ с населением. 100 000+.
Период проведения опроса — Q2'2024. Q: Где вы совершали покупки продуктов за последний месяц?

Покупатели стали чаще ходить в магазины-дискаунтеры



+8 п. п. YoY

63%

покупают продукты
в дискаунтерах **1 раз**
в неделю и чаще

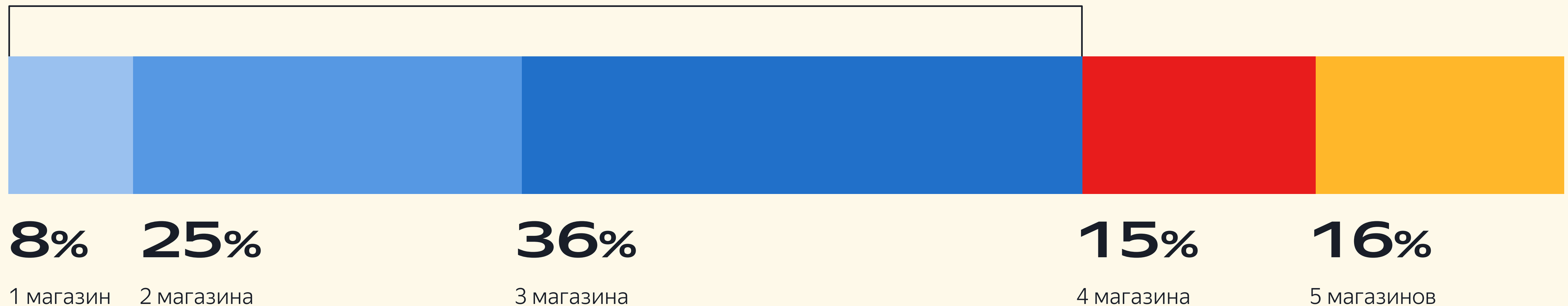
85% покупателей знают, где именно они купят продукты

Подход к выбору	Продукты	Готовая еда	Бытовая химия	БТиЭ	Товары для ремонта	Одежда и обувь
Совершают запланированные покупки	65%	58%	76%	79%	79%	65%
Знают, где именно совершить покупку	85%	78%	75%	61%	71%	60%
Знают, какой товар купят	70%	83%	80%	74%	71%	69%
Сразу знают бренд, который купят	61%	67%	63%	53%	48%	43%

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели. Пользователи в возрасте 18–64 года из городов РФ с населением. 100 000+.
Период проведения опроса — Q2'2024

Войдите в топ-3 брендов для рассмотрения к покупке

69% посещают не более
3-х офлайн-магазинов



Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, июль 2024 г.
Сколько офлайн-магазинов посещают регулярно?

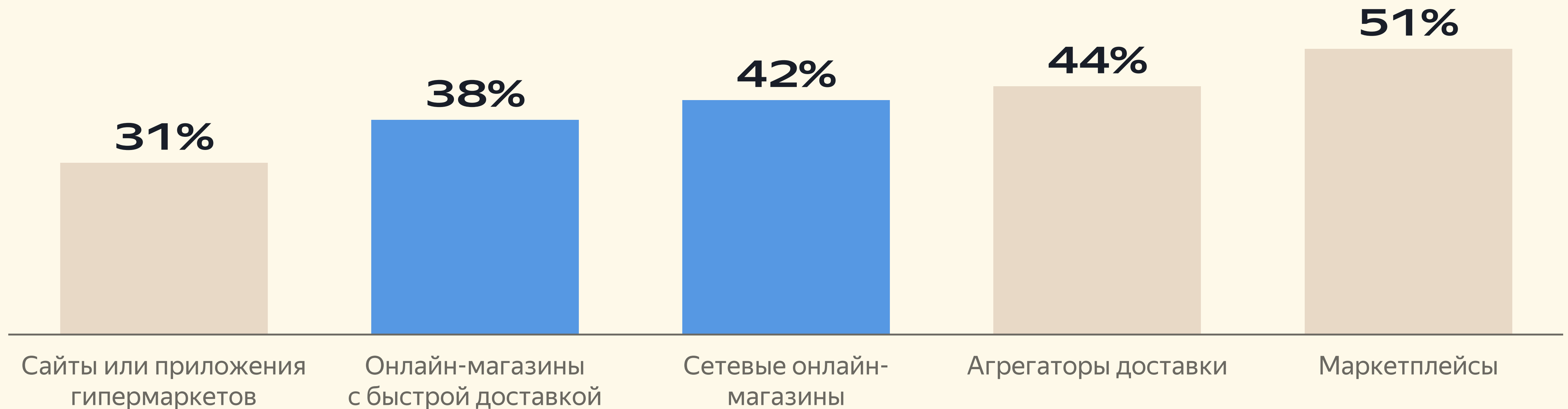
64%

покупают онлайн в тех же
брендах магазинов, в которые
ходят за офлайн-покупками

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, июль 2024 г.



2–3 онлайн-магазина в среднем используют за 3 месяца



Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, июль 2024 г.
% — доля покупателей в онлайн-магазинах за 3 месяца

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, июль 2024 г.
Данные Яндекса, поисковые запросы H1'2024 YoY

12,6 млн

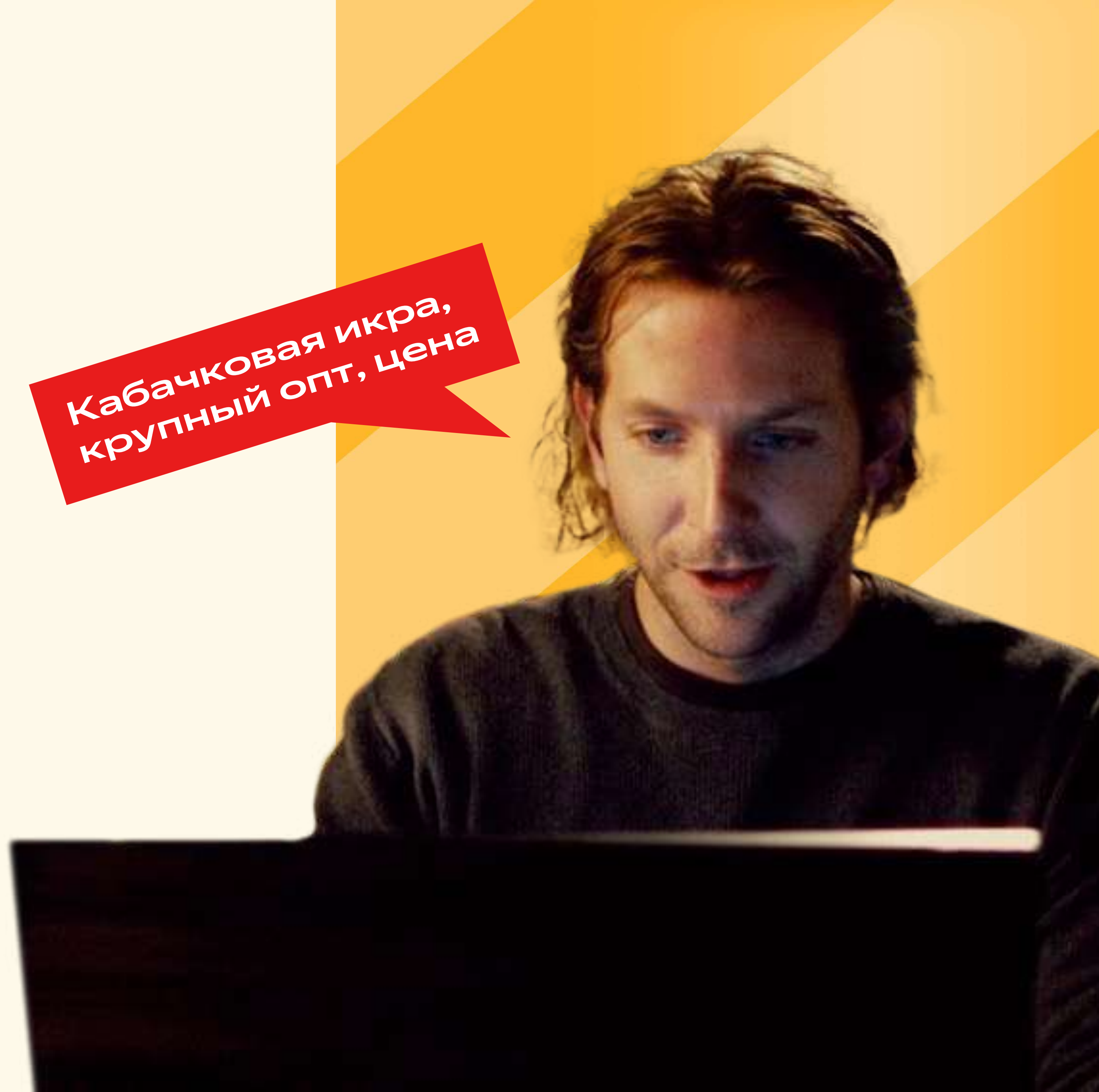
поисковых запросов магазинов,
связанных с видами продуктов в год

14,7 млн

поисковых запросов магазинов,
связанных с ценой

Кабачковая икра,
крупный опт, цена

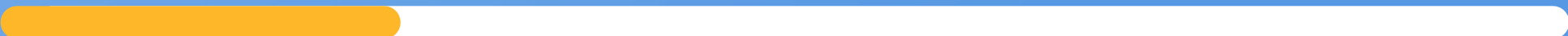
Данные Яндекс, поисковые запросы 2023-2024
Кадр из х/ф «Области тьмы», 2011 г. (реж. Н. Бёргер)



Какие виды питания набирают популярность

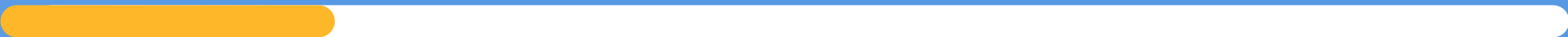
Вечная классика

КБЖУ **+30%**



Для гурманов

Средиземноморская диета **+28%**



Для смелых

Питание без сахара **+18%**



Данные Яндекса, поисковые запросы, 12 мес. YoY

А к каким ажиотаж стихает

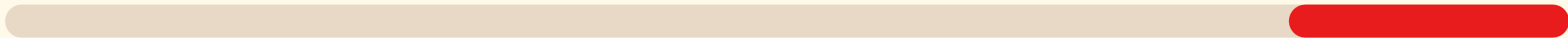
Слушай своё тело

Интуитивное питание **−28%**



Пескетарианство

Не едят только мясо **−24%**



Джусинг

Голодание на соках **−22%**



Больше половины пользователей покупают в мобильном приложении



52%

Покупают
в приложении

28%

Покупают и на сайте,
и в приложении

20%

Покупают на сайте

В регулярном использовании у потребителя не больше **двух** **приложений**

Кол-во приложений	Установлено	Используют
1	16%	34%
2	21%	32%
3–4	40%	26%
5+	22%	7%

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, июль 2024 г.



Буду покупать
в разных местах,
чтобы не вызывать
подозрений

A collection of small, stylized human figures in various poses and outfits are scattered around the central text. Some are walking, some are standing, some are holding phones, and one is carrying a briefcase. They are all rendered in a simple, illustrative style with soft shadows.

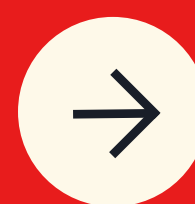
13 млн

людей не имеют в своём телефоне
приложения по доставке продуктов

Данные Яндекс
Аудитория в возрасте 18–65 лет в городах 100+ тыс.

Как расти и развиваться:

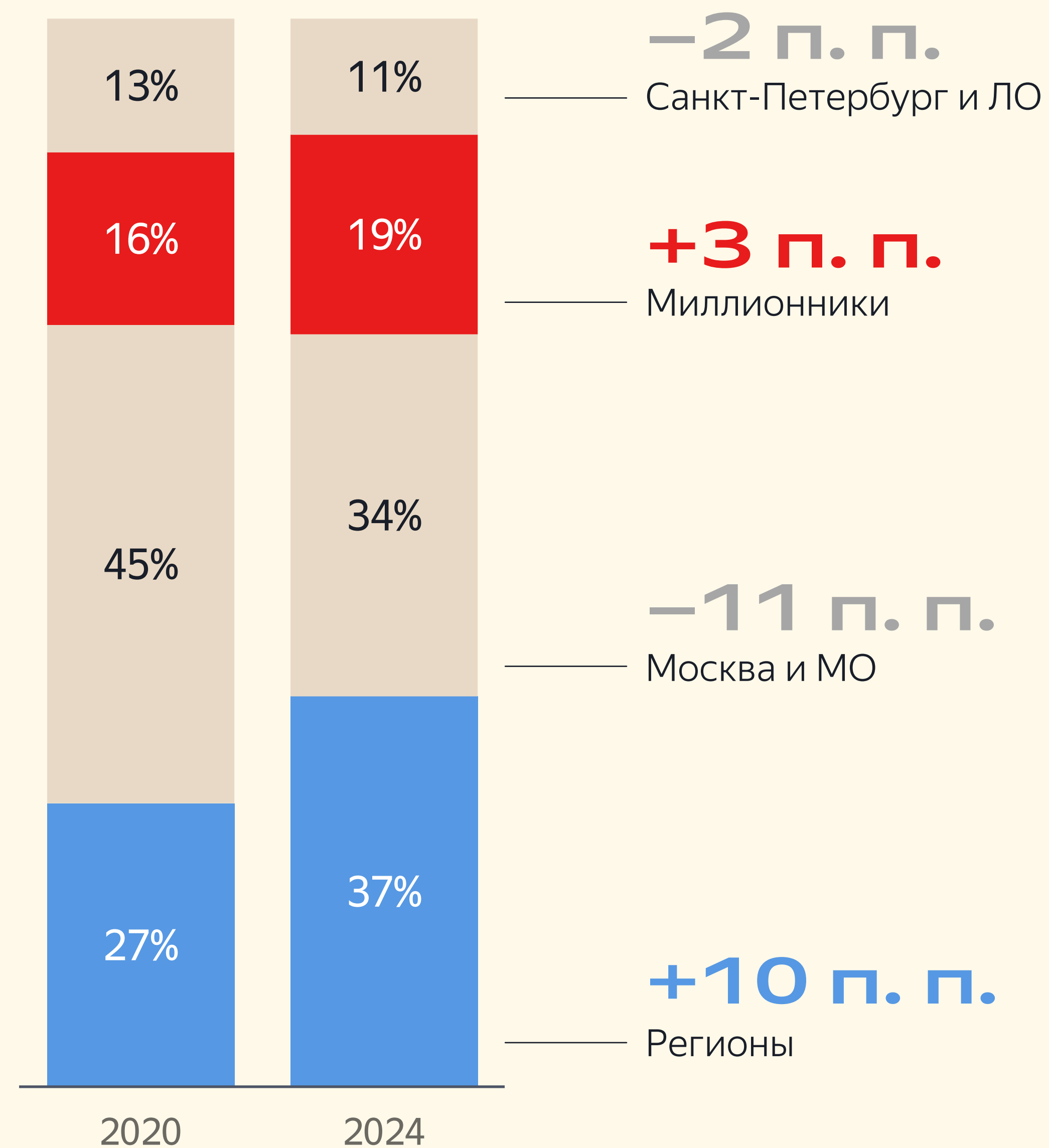
- ✓ Региональные особенности



Доля запросов по доставке продуктов в регионах растёт

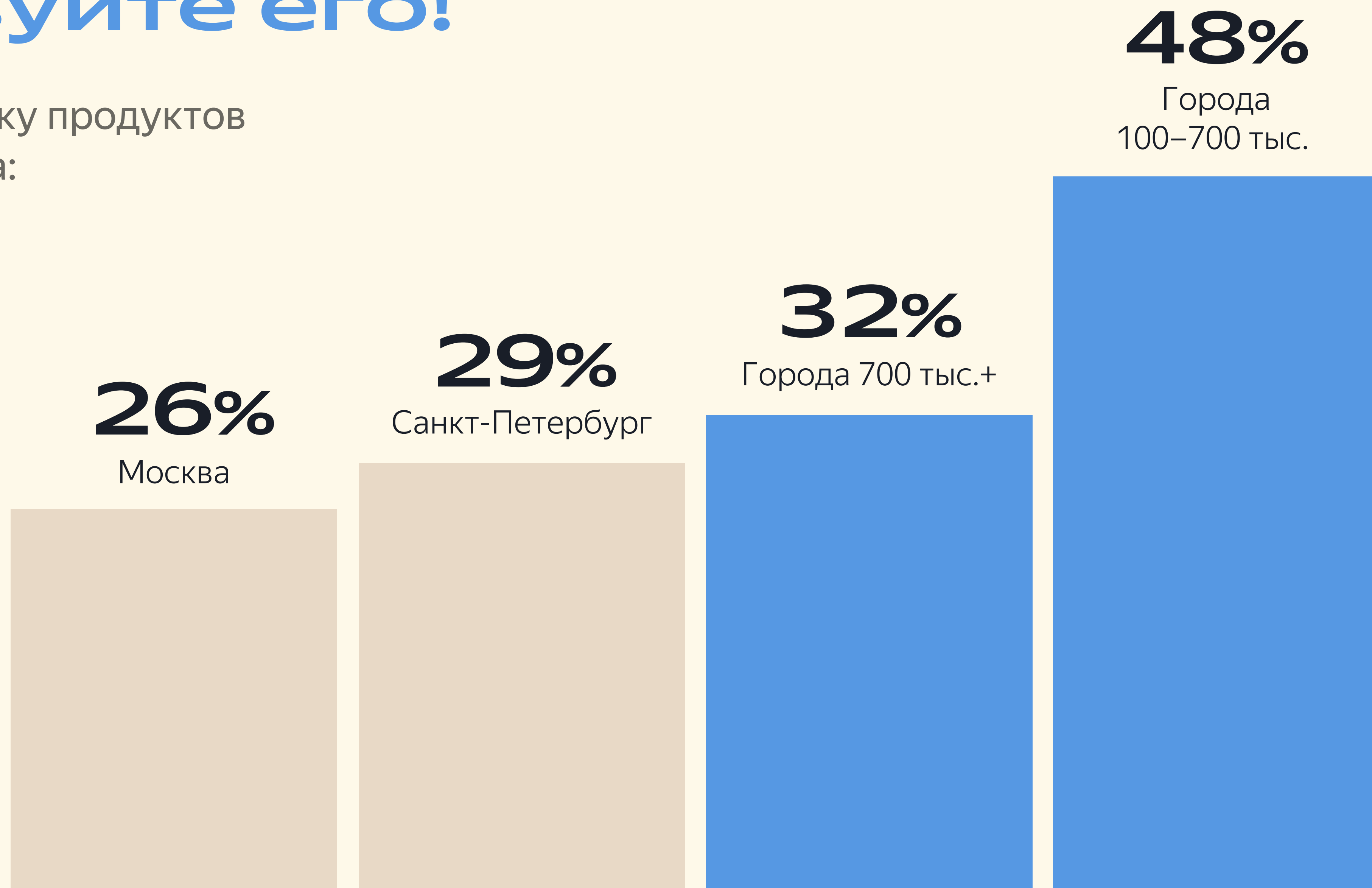


Наши люди
в булочную на
такси не ездят



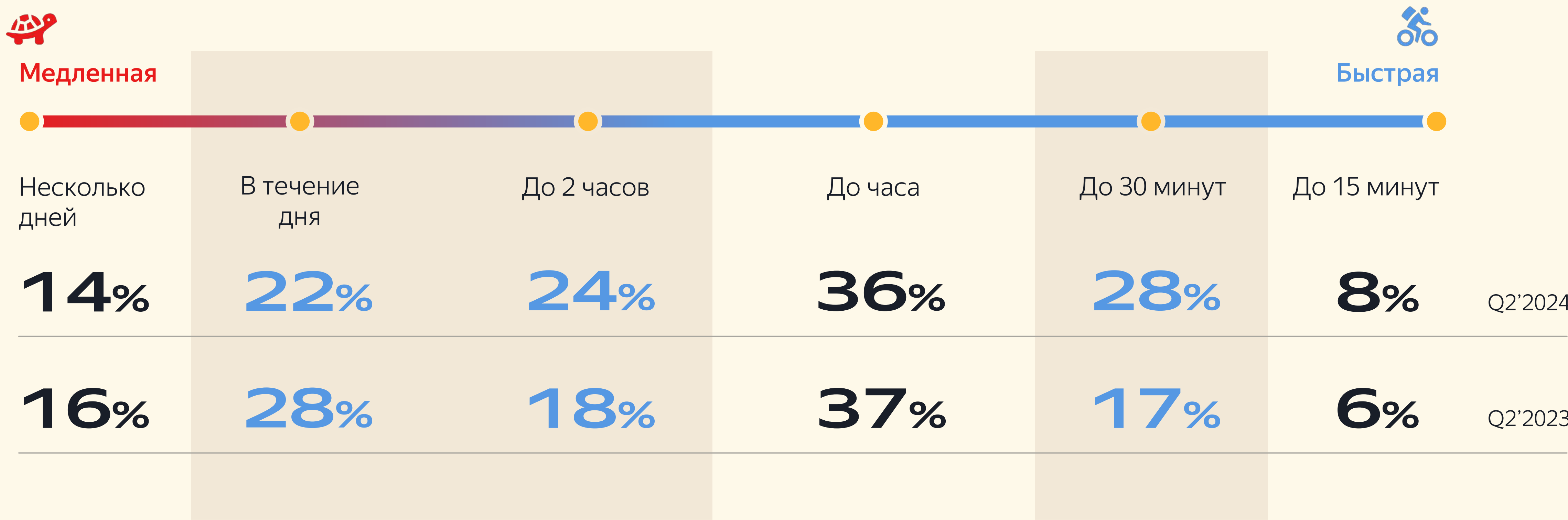
В регионах есть потенциал. Используйте его!

Не заказывали доставку продуктов
за последние 3 месяца:



Данные онлайн-опроса Яндекса
на access-панели, июль 2024 г.

Быстрая доставка — необходимость, а не прихоть



Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, июль 2024. Города с населением 100–700 тыс. чел.
Какие виды доставки вы использовали за последние 3 месяца?

–8 п. п YoY

Жители регионов **стали реже посещать** несетевые магазины

× 2,8

рост инвестиций федеральных сетей
в медийную рекламу в регионах

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, 2024 г. YoY. 34% vs 26%

Поход в магазин
теперь — всегда
праздник



на 13%

чаще в регионах выбирают продукты
от местных производителей



Как думаете, какие продукты ищут покупатели в этих округах?

Дальневосточный ФО

Энергетические напитки

Морепродукты

Яйца

Приволжский ФО

Шашлык

Горчица

Соки/морсы

Уральский ФО

Пельмени

Майонез

Заморож. овощи/фрукты/грибы

на

vs Москва

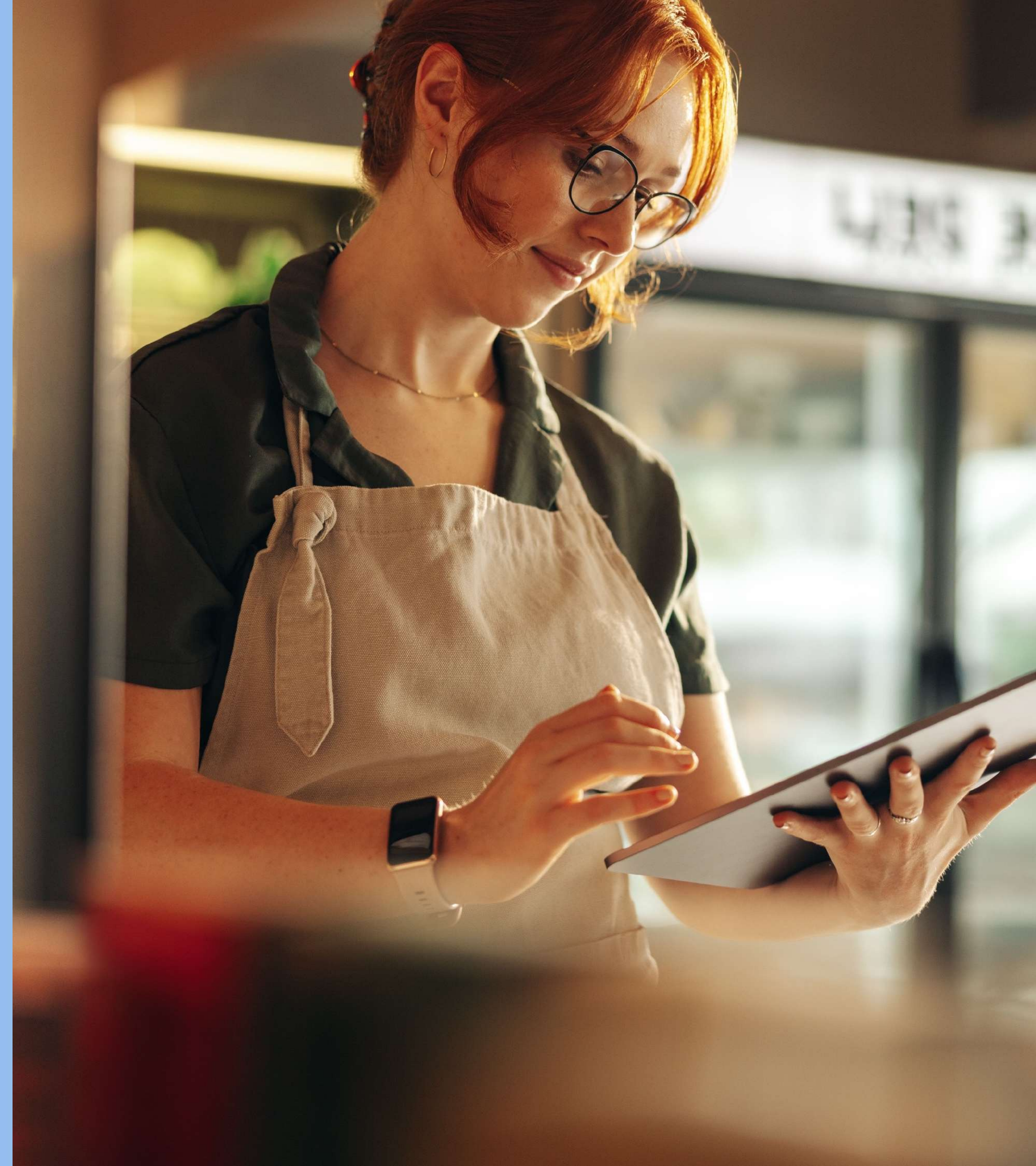
47%

выше доля покупателей без
программы лояльности в регионах

25%

покупателей в регионах готовы
оформить платную подписку
на программу лояльности

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, июль 2024 г.



Как расти и развиваться:

- ✓ Региональные особенности
- ✓ Ассортимент: СТМ,
готовая еда и Non-food



88%

+4 п. п. YoY

покупают товары собственных
торговых марок ритейлеров



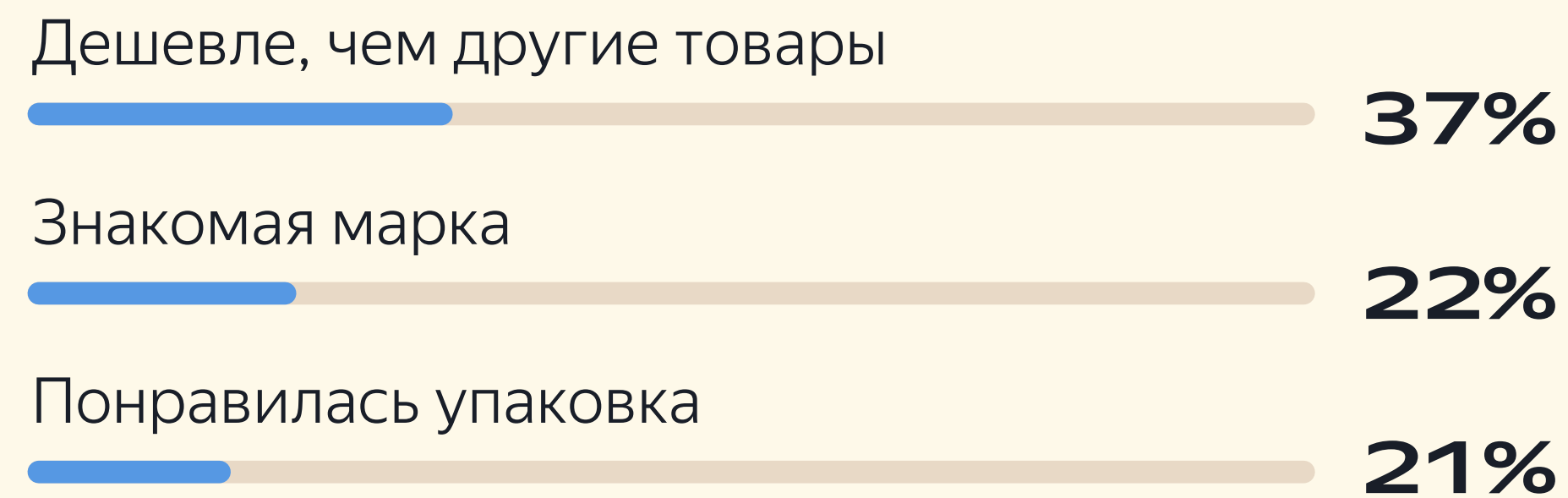
Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, июль 2024 г.

СТМ — «лицо» магазина

Топ-3 факторов к рассмотрению



Другие факторы



Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, июль 2024 г.

Спустя долгие
годы я нашёл её





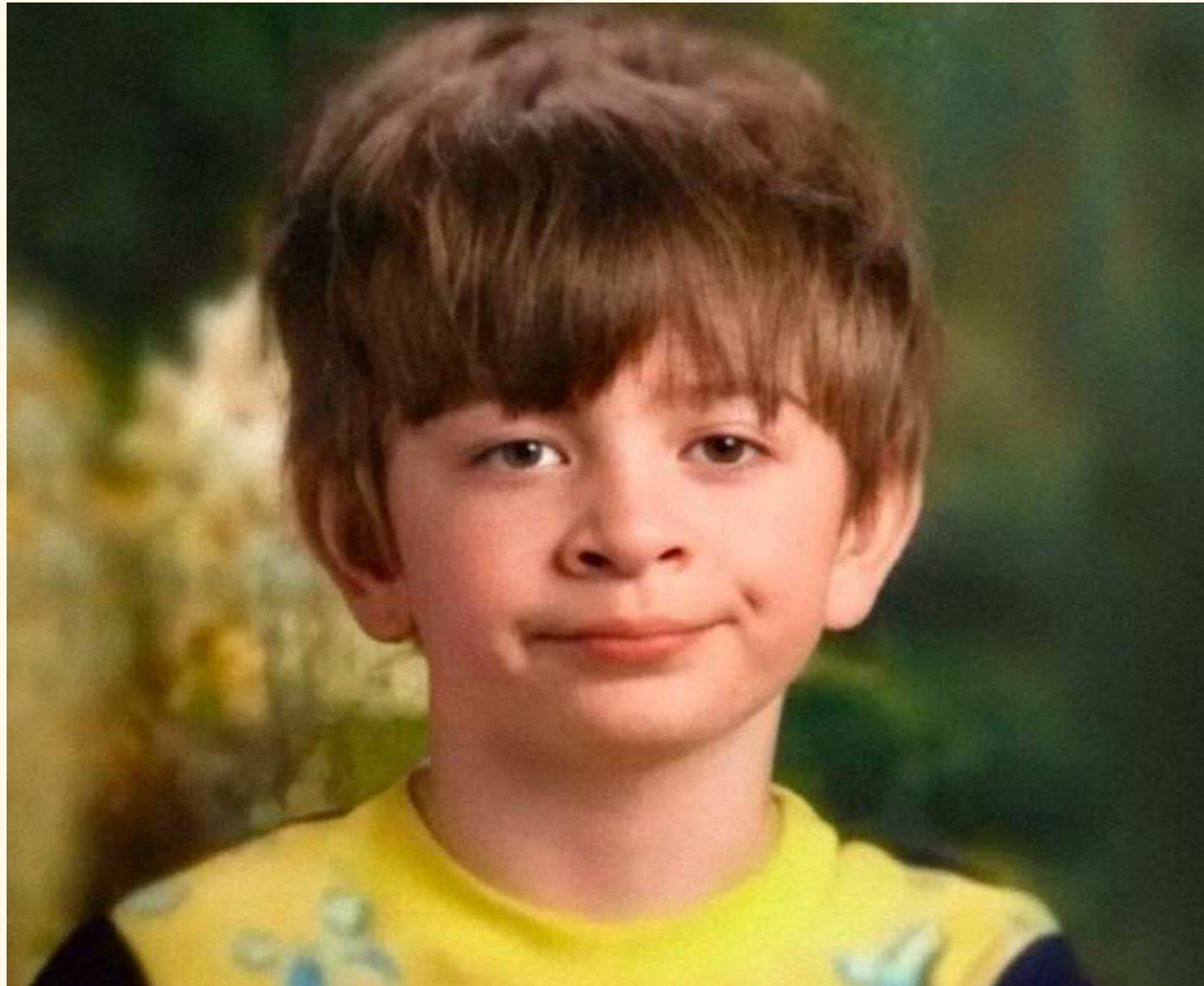
62%

покупают готовую еду вместе
с продуктами питания

Данные Яндекса, 2023 г.; данные онлайн-опроса Яндекса
на access-панели, январь 2024 г.



Почему **не покупают** готовую еду?



18–34 года

Состав не сбалансирован

Незнакомый бренд



35–44 года

Неудачный опыт покупки



45+ лет

Не доверяют производителям

Не доверяют качеству продукции

Готовое чаще покупают **для себя**



75% приобретают готовую еду
для себя и кого-то ещё

39% приобретают готовую еду
для детей

63% вместе с продуктами приобретают товары Non-food

Пора на майские
закупаться...

Какие новые категории пробовали?

Товары для животных

Мелкие товары для дома

Товары для уборки дома

Товары личной гигиены

Сезонные товары (мангал, жидкость, уголь)

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, июль 2024 г. За последние 3 месяца



Как расти и развиваться:

- ✓ Региональные особенности
- ✓ Ассортимент: СТМ,
готовая еда и Non-food
- ✓ Новые сегменты аудитории:
альфа и зумеры





Гениальное
сочетание
вкусов!

Чем моложе потребитель, тем больше он открыт новому

Чем может заинтересовать молодого
потребителя новый сервис или магазин?

Хороший выбор готовых блюд

Продукты из других стран

Необычные продукты, деликатесы

Какие новые категории пробовали?

Чипсы, сухарики, снеки

Безалкогольные напитки

Кондитерские изделия

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, июль 2024 г.

Кадр из х/ф «Один Дома 2: Затерянный в Нью-Йорке», 1992 г. (реж. К. Коламбус)

6 из 10 детей получают личные деньги уже в 7–12 лет



Говорят, у Лэйс
новый вкус
появился...



Исследование родителей детей от 5 до 16 лет от Анкетолога (2024)
Кадр из х/ф «Богатенький Ричи», 1994 г. (реж. Дональд Питри)

Как расти и развиваться:

- ✓ Региональные особенности
- ✓ Ассортимент: СТМ, готовая еда и Non-food
- ✓ Новые сегменты аудитории: альфа и зумеры
- ✓ Трансформация офлайн-пространств





Globus РЕСТОРАН

Дорогая, я же
обещал ресторан
на годовщину...

Кафе — новый драйвер выбора магазина

47%

доступные
цены

38%

пробовать блюда, которые
не приготовишь сам

32%

близко к дому

31%

больше разнообразных
блюд

27%

блюда в таких кафе
обычно вкусные

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, июль 2024 г.

38% покупателей выбирают магазин, потому что в нём есть кафе

сеть Sela, vigge café



сеть Lime



сеть 2MOOD



сеть ВкусВилл



сеть Перекрёсток



сеть Магнит



Запомним главное:



- 1 Развивайтесь и укрепляйте позиции в регионах
- 2 Предлагайте уникальный ассортимент
- 3 Подстраивайтесь под новую аудиторию с помощью новых форматов



Продавайте СО ВКУСОМ!

по QR дайджест индустрии
Food Retail за Q2'24

