

Romir

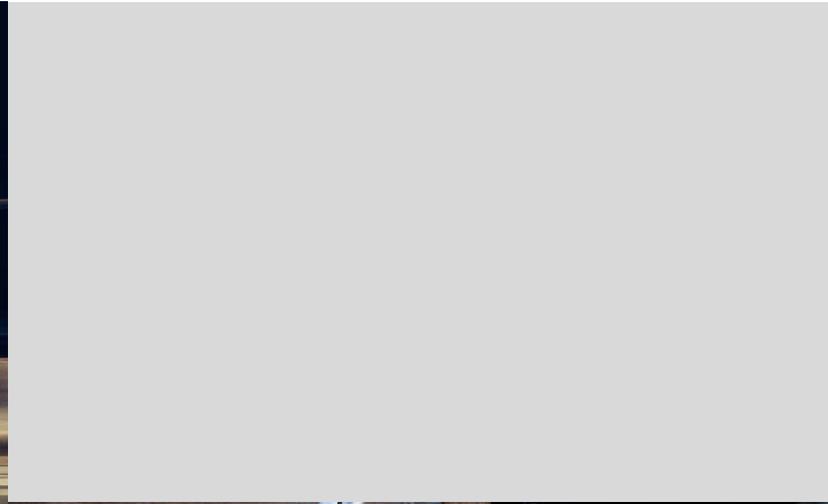
Как трансформация ритейла влияет на поведение потребителя

Москва, 2018





Я - МОБИЛЬНЫЙ



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

Ускорение жизни и мобильный образ жизни – доминирует потребность в скорости и удобстве.



Я - МОБИЛЬНЫЙ

РАЗВИТИЕ МОБИЛЬНОЙ КОММЕРЦИИ



61% пользователей
Интернета выходят в
со смартфона

Около **50%**
покупателей в России
совершают покупки со своих
смартфонов

81% заказов еды
совершаются в мобильных
приложениях

Я - МОБИЛЬНЫЙ



КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

Товары и услуги, для того чтобы сделать жизнь проще и сэкономить время.

Мобильная коммерция и приложения.



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

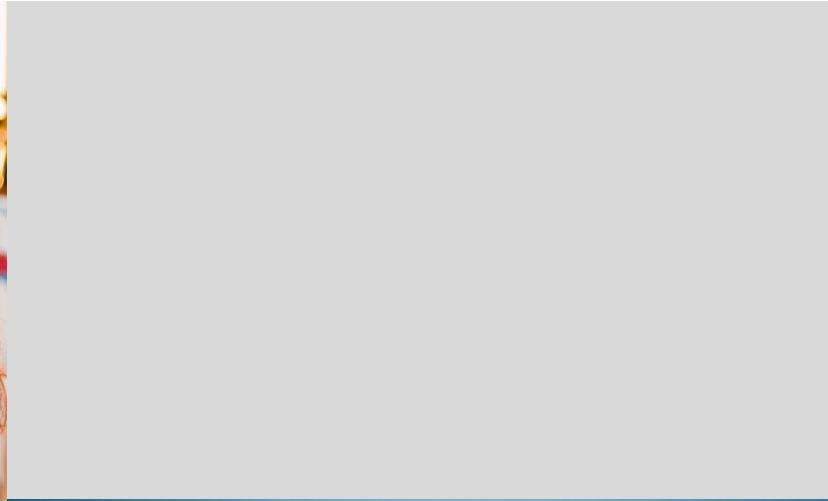
Ускорение жизни и мобильный образ жизни – доминирует потребность в скорости и удобстве.



ЧТО ДАЛЬШЕ?

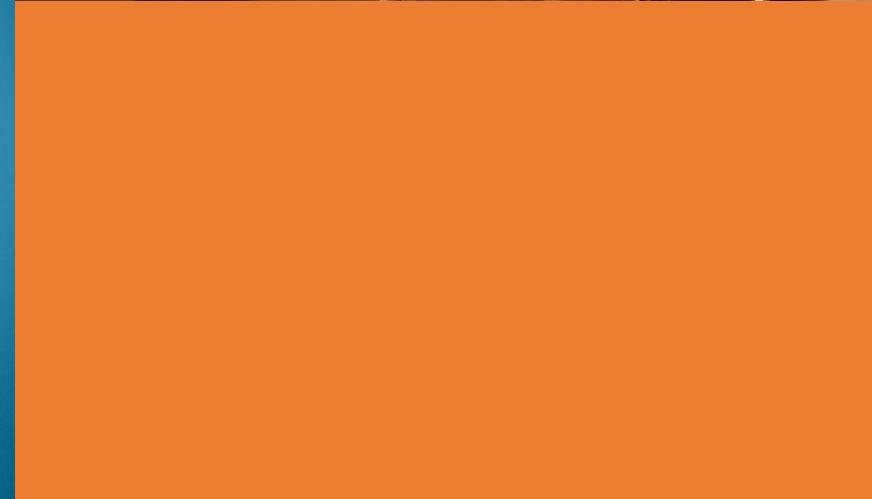
Уберизация и Интернет вещей.
Качественный скачок на рынке доставки.
Динамичные точки продаж.

Я - ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

Покупатели ищут нематериального опыта, новых ощущений, коллекционируют впечатления и эмоции.



Я - ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ

Покупатели увеличивают число брендов и СКЮ в портфеле, экспериментируют с сортами пива и новыми вкусами.



2+ сорта пива



На **19%**
выросла пенетрация фруктового
пива за последний год

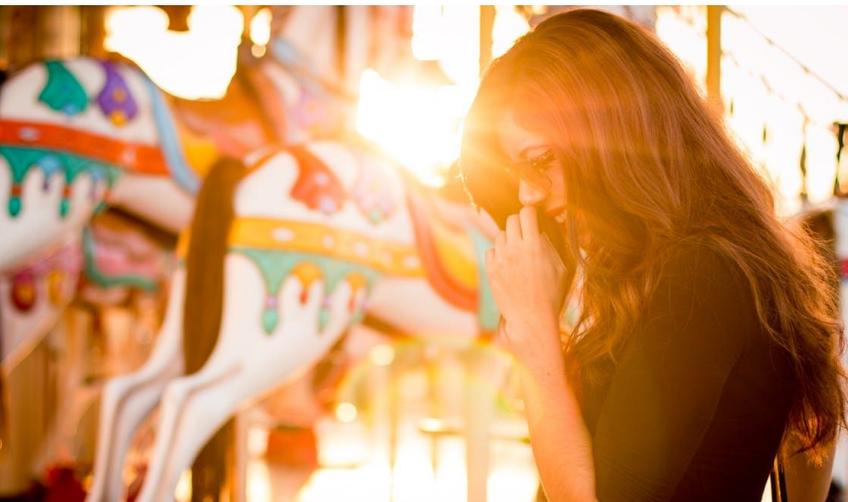


Экспериментируя с сортами
покупатели добавляют их в свой
репертуар сверх обычного
набора



На **54%**
увеличилась за год доля
новинки в портфеле
покупателей фруктового пива

Я - ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ



КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

Не просто продать товар или оказать услугу, превратить их во впечатление. Экономика впечатлений – ориентирована на ощущения потребителей.



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

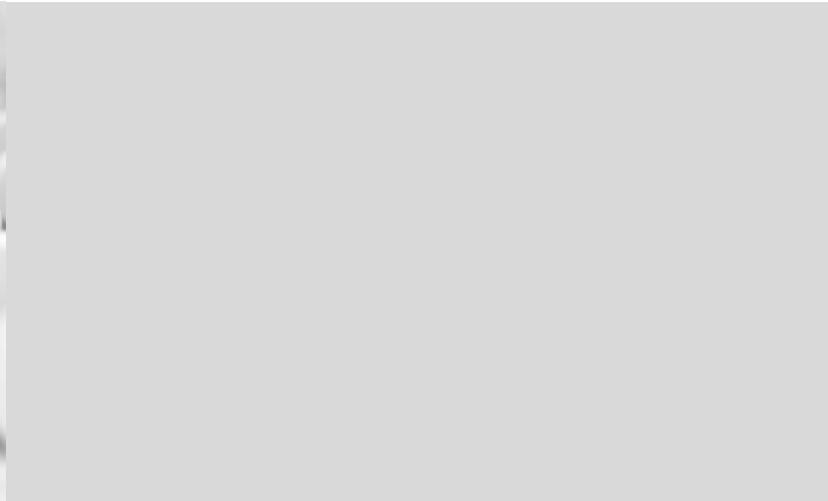
Покупатели ищут нематериального опыта, новых ощущений, коллекционируют впечатления и эмоции.



ЧТО ДАЛЬШЕ?

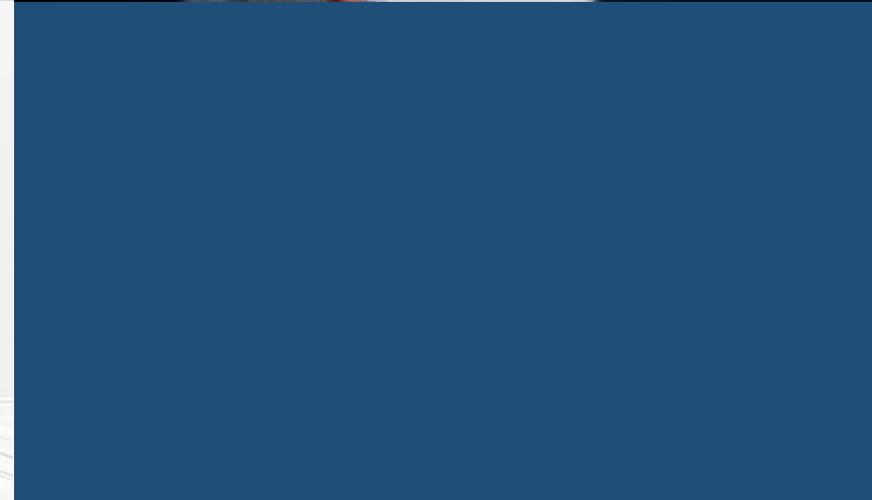
Шоппинг – интерактивная игра с помощью технологий дополненной реальности.
Гейм-маркетинг.

Я - ОСОБЕННЫЙ



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

Ценно получить то, что создано специально для тебя, отвечает твоим уникальным потребностям.



Я - ОСОБЕННЫЙ

Товар-услуга



Массовая персонализация



Персонализация в социальных сетях

7%

ИНТЕРНЕТ-
ТОРГОВЛИ —
ПРОДАЖИ ЧЕРЕЗ
СОЦИАЛЬНЫЕ
СЕТИ:

- 1/2 - сегмента – продажи одежды
- 15% - украшения
- 10% - косметика



Я - ОСОБЕННЫЙ



КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

Через персонализацию потребители и клиенты чувствуют сервис и вещи «личными»:
товар-услуга;
массовая персонализация.



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

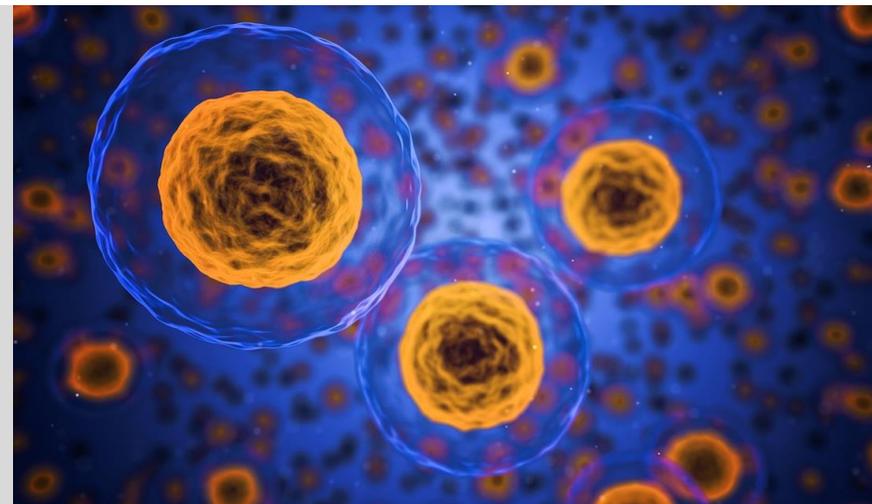
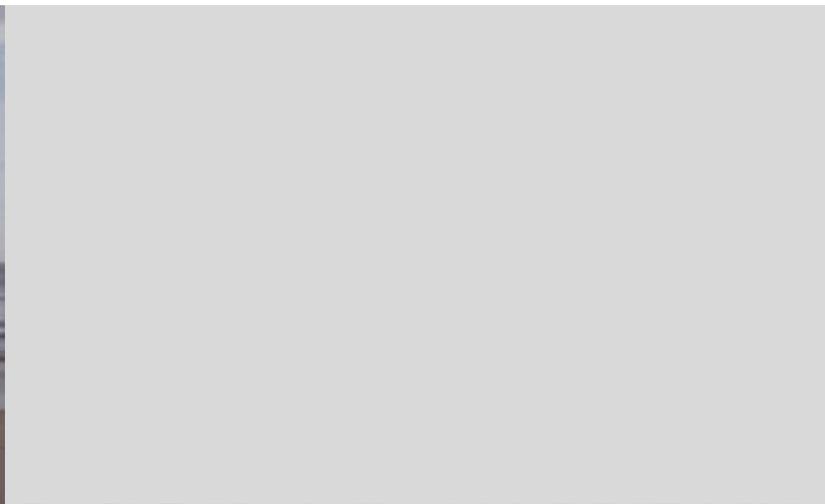
Ценно получить то, что создано специально для тебя, отвечает твоим уникальным потребностям.



ЧТО ДАЛЬШЕ?

Курируемый шоппинг.
3D принтинг для Luxury сегмента.

Я - ЗДОРОВЫЙ

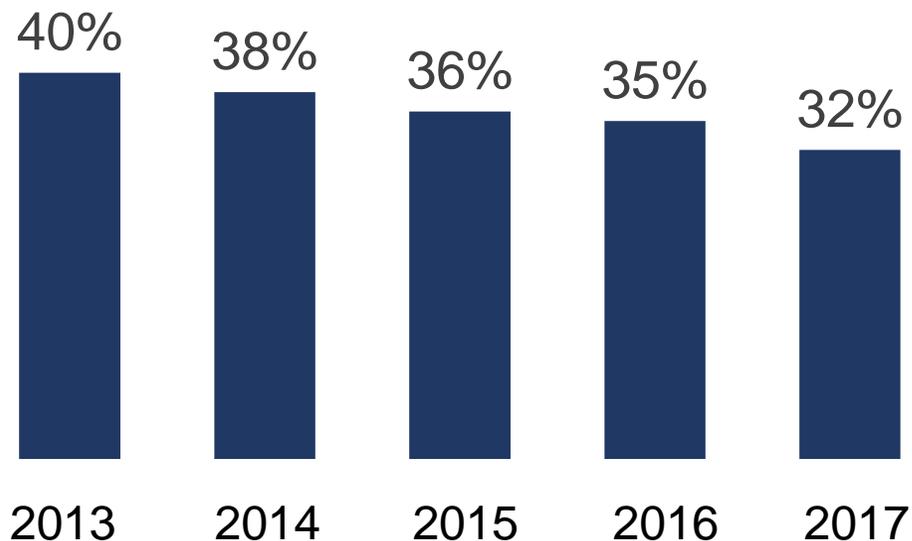


ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

Все более актуальны забота о себе и своем самочувствии, вопросы функциональности организма и качества жизни, гармония тела.



Я - ЗДОРОВЫЙ



на **40%** за последний год
увеличилась пенетрация
безалкогольного
ПИВА.



Причины отказа от курения

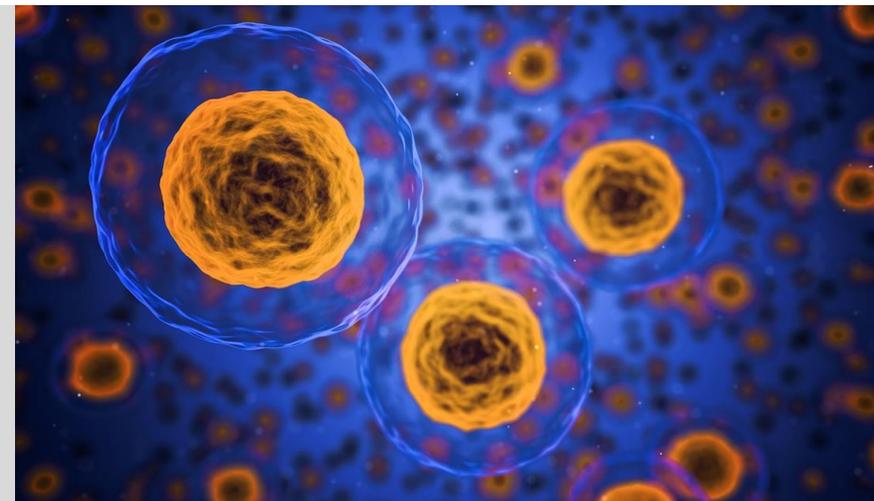
Забота о собственном здоровье	92%
Экономические причины	48%
Забота о здоровье окружающих	30%
Бытовые неудобства, связанные с курением	26%
Под влиянием окружающих	20%
Курение мешает мое работе/ хобби/ образу жизни	11%
Законодательные ограничения курения	8%

Я - ЗДОРОВЫЙ



КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

Использовать тренд и находить его новые грани для планирования инноваций и маркетинговых коммуникаций.



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

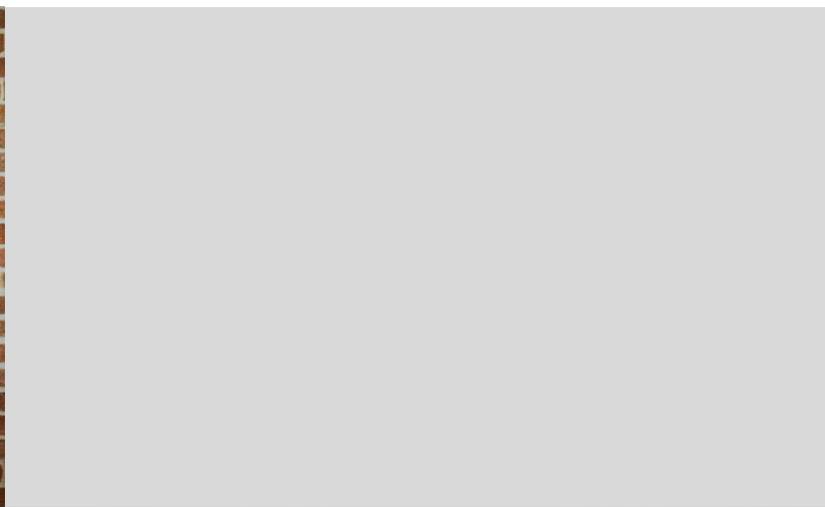
Все более актуальны забота о себе и своем самочувствии, вопросы функциональности организма и качества жизни.



ЧТО ДАЛЬШЕ?

Новые вызовы для человеческого организма дадут импульс для развития новых продуктов и услуг.

Я - АКТИВНЫЙ



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

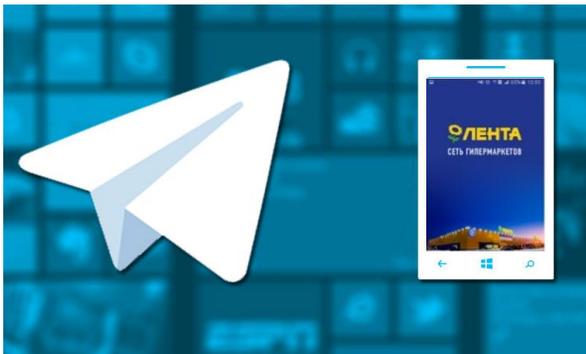
Возможность мгновенного публичного выражения своего мнения – покупатель почувствовал его силу, активно дает обратную связь и ожидает реакции.



Я - АКТИВНЫЙ



“MAGNIT PULSE” APP



“ЛЕНТА” КАНАЛ В TELEGRAM



 +15%

 +25%

 +10%

 +26%



 +18%

 +26%

 +15%

 +18%



 +29%

 +40%

 +62%

 +30%

Я - АКТИВНЫЙ



КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

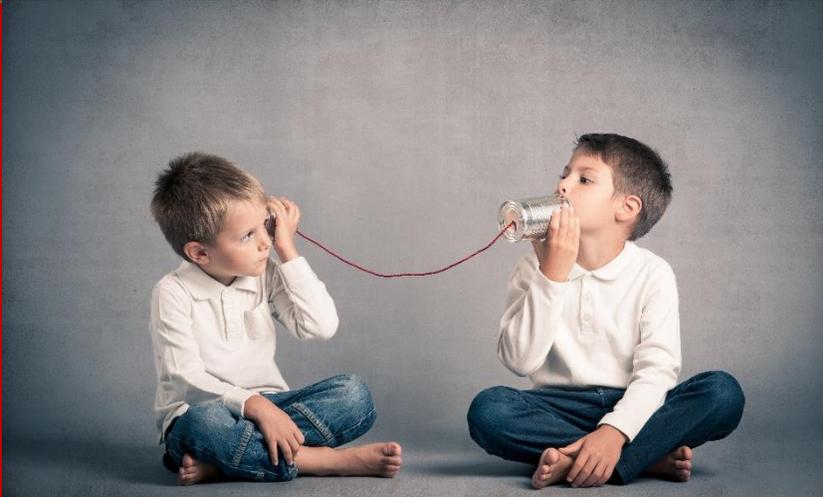
Взаимодействие с покупателем в режиме реального времени.

Вовлечение потребителей в формирование маркетингового микса.



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

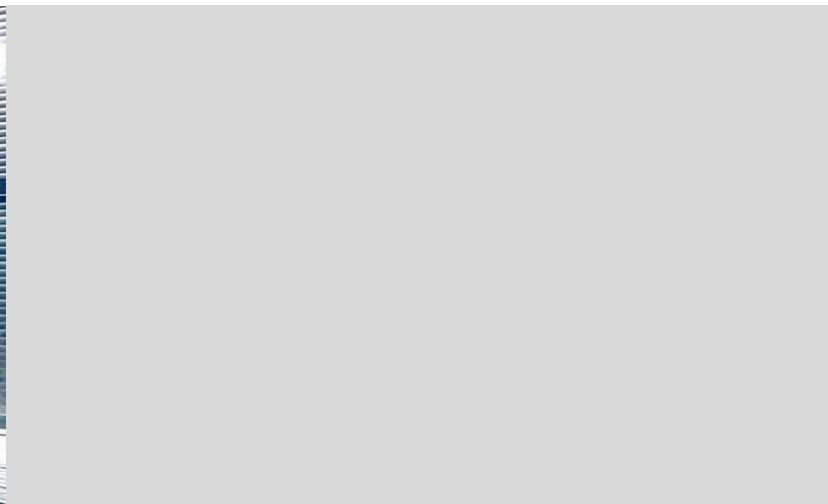
Возможность мгновенного публичного выражения своего мнения – покупатель почувствовал его силу, активно дает обратную связь и ожидает реакции.



ЧТО ДАЛЬШЕ?

Прямой личный диалог с потребителем и клиентом за счет развития технологий: от текста к голосу; AI (искусственный интеллект).

Я - ТРЕБОВАТЕЛЬНЫЙ



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

Забота о собственном комфорте:
высокие требования к качеству и
сервису, ожидание заботы.



Я - ТРЕБОВАТЕЛЬНЫЙ

Удобное расположение **65%**

Низкие цены **51%**

Акции и скидки **49%**

Чистота **36%**

Качество и свежесть **34%**

Нет очередей **30%**

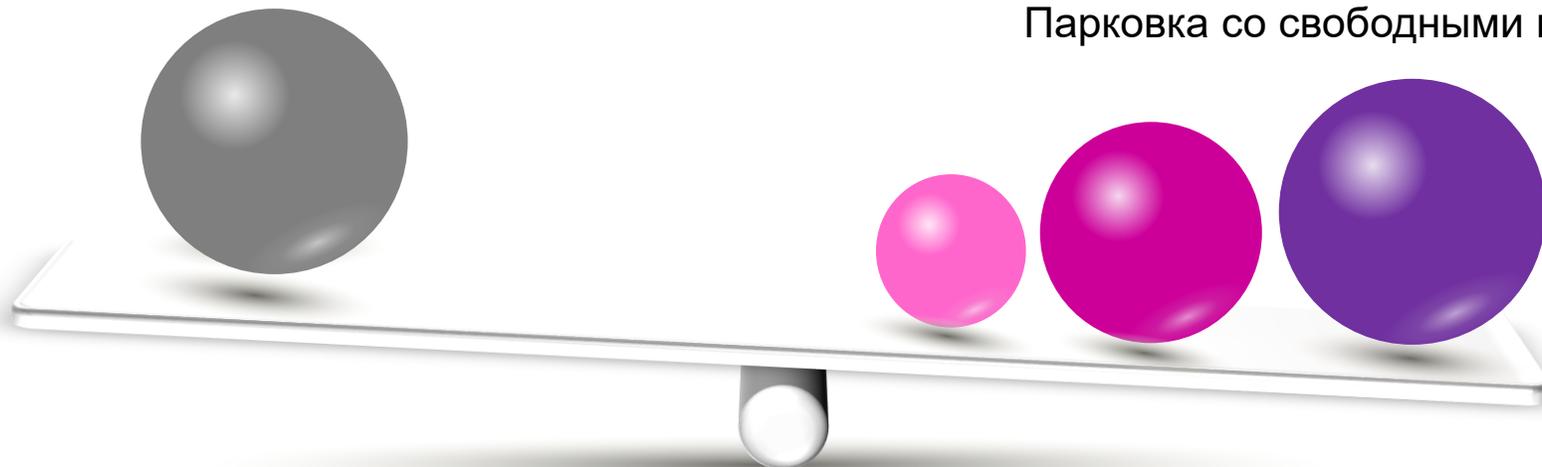
Просторно **30%**

Вежливость персонала **27%**

Удобная навигация **27%**

Крупные и понятные ценники **25%**

Парковка со свободными местами **23%**



Я - ТРЕБОВАТЕЛЬНЫЙ



УСКОРЕНИЕ ПРОЦЕССА, НЕТ НЕОБХОДИМОСТИ ОЖИДАНИЯ

Кассы самообслуживания



О'КЕЙ
ОТЛИЧНО ЖИТЬ ПРАКТИЧНО

Перекресток
СУПЕРМАРКЕТ

ЛЕНТА
СУПЕРМАРКЕТ

Пятёрочка

Самостоятельный
заказ



Сканирование



О'КЕЙ
ОТЛИЧНО ЖИТЬ ПРАКТИЧНО

Перекресток
СУПЕРМАРКЕТ

Ашан

Я - ТРЕБОВАТЕЛЬНЫЙ



КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

Комфорт и забота на всех этапах пути потребителя и клиента.



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

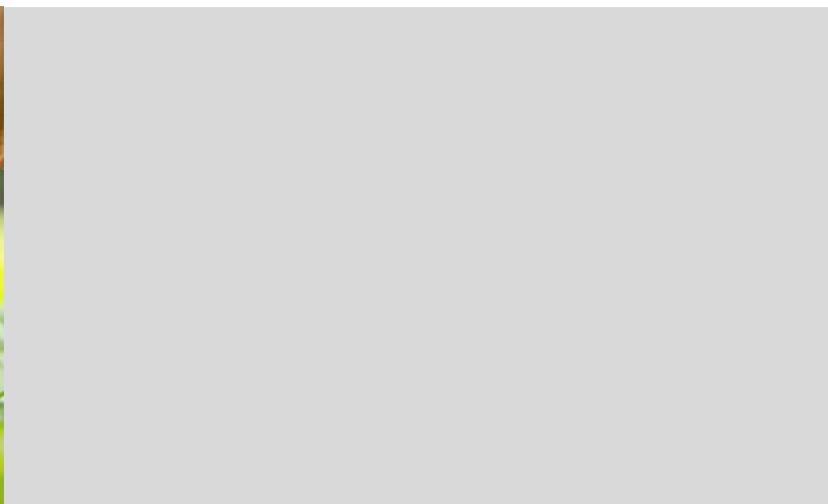
Забота о собственном комфорте: высокие требования к качеству и сервису, ожидание заботы.



ЧТО ДАЛЬШЕ?

Торговые форматы будущего (Amazon.go).

Я - ОТВЕТСТВЕННЫЙ

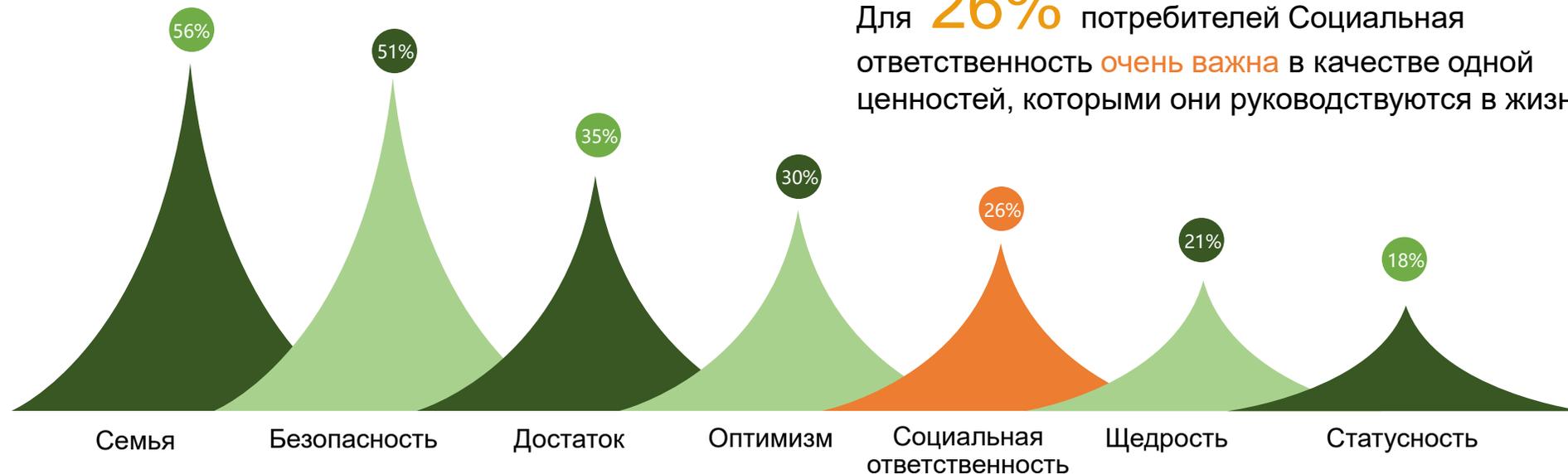


ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

Большее внимание к вопросам экологии и социальной ответственности. Этический аспект покупательского выбора. Развитие волонтерства.



Я - ОТВЕТСТВЕННЫЙ



Для **26%** потребителей Социальная ответственность **очень важна** в качестве одной ценностей, которыми они руководствуются в жизни



на **11%** за пять лет уменьшилось количество покупаемых целлофановых пакетов



на **20%** в 2017 году увеличилось число волонтеров и составило

1,4 млн чел.

Я - ОТВЕТСТВЕННЫЙ



КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

Не только следовать принципам социальной ответственности и коммуницировать прозрачность, но и вовлекать потребителей в совместное создание социальной ценности.



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

Большее внимание к вопросам экологии и социальной ответственности. Этический аспект покупательского выбора. Развитие волонтерства.



ЧТО ДАЛЬШЕ?

Развитие виртуального волонтерства – социальная активность тех, кто не может пожертвовать большим количеством своего времени.

Я - ПРАКТИЧНЫЙ



КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

Повышать ценность
Новые форматы акций и программ
лояльности (геймификация,
неосвязаемость)



ЧТО ОЗНАЧАЕТ?

Покупатели настроены
максимально эффективно
использовать свои ресурсы:
максимизировать ценность при
минимизации затрат.



ЧТО ДАЛЬШЕ?

Экономика обмена и «Шэринг» –
экономия и оптимизация
использования ресурсов с помощью
обмена, повторного и совместного
использования

Спасибо, за внимание!

Команда Ромир

www.romir.ru

Москва, 2018

