

# Новая эра потребления

31 марта 2020



# Что происходит с ретейлерами по всему миру

A world map with six callout boxes pointing to different regions. The boxes contain text in Russian describing retail trends. The map is in grayscale with red text boxes.

**Сложности при работе в рамках текущих цепочек поставок**

**Продукция уходит в онлайн-каналы**

**Ретейлеры закрывают оффлайн магазины**

**Люди могут начать терять работу**

**Онлайн-торговля создает рабочие места**

**Ретейлеры предлагают скидки и отказываются от платы за доставку в онлайн**

# Что происходит с ретейлерами в России

## Что происходит в оффлайн-магазинах?

- Рост спроса на товары базовых потребностей
- Сокращение спроса на люксовые товары

## Забота о покупателе

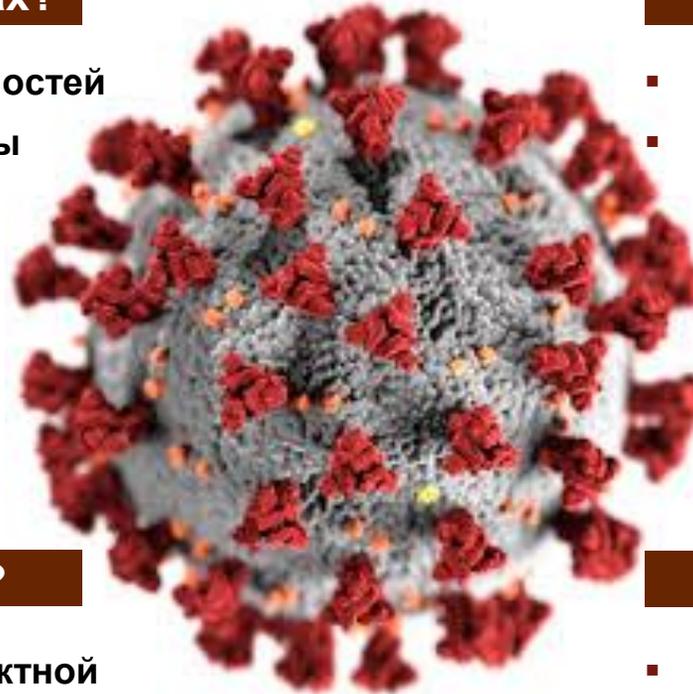
- Более целенаправленная выкладка товаров
- Безопасная среда для совершения покупок

## Что происходит в онлайн-каналах?

- Фокус на интернет-торговле и бесконтактной доставке

## Непрерывная работа бизнеса

- Обеспечение достаточного объема поставок продукции
- Адаптация цепочки поставок
- Обеспечение достаточной численности персонала



# Поведение покупателей и реакция торговых сетей

У некоторых покупателей паранойя, вызванная вирусом, продолжится

***«Я могу заразиться при покупке, даже не прикасаясь к товарам»***

**Ретейлеры должны обеспечить больше прозрачности и ясности по всей цепочке создания продукта для успокоения таких покупателей**

Некоторые будут осторожны в отношении трат и обязательств

***«Я могу остаться без привычных доходов, поэтому начну экономить»***

**Для осторожных покупателей потребуются другие продукты и предложения, позволяющие им отложить траты или купить товар иным способом**

Впечатления от последних нескольких недель еще долго будет оказывать влияние на мышление покупателей

***«Мне нужно то, что я хочу и когда хочу»***

**Изменение привычек покупателей потребует пересмотра ассортимента, процессов внутри магазина и работы всей цепочки поставок**

# Основные покупки в России

Некоторых покупателей охватила коронавирусная паранойя, и они увеличили объем покупок, особенно в онлайн-каналах

*В течение второй недели марта россияне потратили 80,1 млрд рублей на спонтанные покупки. Аналитики Сбербанка отметили самое большое увеличение расходов в сегменте электроники и бытовой техники*



Объем онлайн-покупок потребительских товаров в реальном выражении вырос на 81%\*

Объем оффлайн-покупок увеличился на 8,3%\*

**53%**

россиян в той или иной степени боятся коронавируса

## Какими товарами запасаются в первую очередь?

**87%**  
Крупы

**79%**  
Консервы

**75%**  
Макароны

**62%**  
Кофе и чай

**35%**  
Вода

**76%**  
Маски

**67%**  
Влажные салфетки

**65%**  
Антисептики

**49%**  
Мыло

**31%**  
Туалетная бумага

# О чем стоит подумать игрокам рынка?

Пересмотр набора услуг и правил работы с готовыми/свежими продуктами

Работа с возрастающей нагрузкой на логистику для удовлетворения базовых потребностей

Обеспечение прозрачной коммуникации и управление ожиданиями покупателей

Популярность онлайн развлечений и сервисов доставки для товаров повседневного спроса

Партнерства в части доставки и аренды персонала

Работа с давлением на трудовые ресурсы и ИТ возможности

