

Мобильная коммерция вытесняет персональный компьютер – главный тренд 2017 года по версии Criteo

XX,XX 2017 г. - **Criteo**, лидер мирового рейтинга по размещению персонализированной эффективной медийной рекламы, выпустил исследование, в котором обозначил главные тренды цифровой коммерции. Среди них использование товарных объявлений, видео рекламы и все большая трансформация в сторону мобильной коммерции.

Потребители будут использовать мобильные телефоны для дорогостоящих покупок

Ожидается, что в 2017 через мобильные телефоны будет совершено больше покупок товаров высокой ценовой категории. Некогда лидером среди дорогостоящих покупок являлся персональный компьютер, однако в будущем году покупателям будет так же комфортно совершать покупки со смартфона. Стоит отметить, что средняя стоимость заказа (AOV) через мобильные приложения во втором квартале 2016 была на 27% выше, чем через персональный компьютер (ПК). В свою очередь, AOV через мобильные браузеры была лишь на 9% ниже, чем через ПК в тот же период.

Исходя из этого тренда, ритейлерам придётся обратить внимание на безопасность и удобство онлайн покупок через мобильный телефон. Простая навигация по сайту и более короткий процесс оформления заказа и оплаты сподвигнут покупателей тратить большие суммы с помощью смартфонов.

Ритейлеры будут объединять капиталы в борьбе с крупными игроками

В 2017 году розничные торговцы будут искать возможности для объединения капиталов с другими компаниями. Это вызвано тем, что крупные игроки, такие как Amazon, усиливают свои позиции на рынке. Растущее количество независимых компаний даст доступ ритейлерам к новым ресурсам (данным о клиентах) для конкурирования с Amazon и уменьшения зависимости от Facebook и Google. Таким образом, ритейлерам в этом году стоит искать новых партнеров, в частности среди технологических компаний.

Товарные объявления станут главным каналом привлечения клиентов

В 2016 47% ритейлеров в США пользовались товарными объявлениями (Product Listing Ads or PLAs) и только 19% обычной рекламой. В этом году именно товарные объявления будут набирать популярность на рынке. Такой канал привлечения новых клиентов выделяется на фоне обычной рекламы наличием картинки, информации о стоимости товара, а также названием магазина или компании. На

данный момент главным провайдером такого вида рекламы является Google, поэтому ожидается, что в 2017 именно в него будут в большей степени инвестировать ритейлеры, одновременно стремясь к расширению возможностей по улучшению потребительской конверсии.

Удачным шагом для ритейлеров будет инвестирование в поисковые каналы, такие как PLA, и другие технологии, привлекающие клиентов с помощью информации. Также стратегически верным решением для компаний станет концентрация на обнаружении бренда и эффективности. Это обусловлено тем, что платный поиск приобретает все более конкурентоспособный характер, и рекламодатели совершенствуют структуры по сегментации рынка и идентификации.

Видео реклама будет использовать весь потенциал программной инвентаризации

Сегодня большое количество рекламного инвентаря приобретается с помощью специализированного программного обеспечения, однако в 2017 программы будут использованы не только для покупки рекламных видео, но и для автоматизации их разработки и оптимизации. Тысячи динамически развивающихся вариаций рекламных роликов позволят игрокам рынка воплощать интересующие их кампании, оптимизированные под каждого потребителя в режиме реального времени.

Производители брендов будут требовать точной оценки финансовых показателей

В 2017 году производители станут требовать более точных и объективных методов измерения окупаемости инвестиций в рамках розничной торговли. Производственные продажи и маркетинговые бюджеты сравниваются, так как потребителей становится легче идентифицировать с помощью платформ и медиа. Бюджеты будут перестраиваться, чтобы достичь задачи брендинга и производительности, вследствие чего расходы компаний будут увеличиваться. Для производителей это означает, что бюджет следует направить на разработку программного обеспечения, которое сможет объективно оценивать темпы роста продаж и другие финансовые показатели.

Развитые рынки сделают упор на мобильную коммерцию

Так же как и на развивающихся рынках, большинство онлайн-ритейлеров на развитых рынках определяют мобильное направление как ключевое в 2017 году. Согласно статистике, число пользователей Facebook, заходящих в сеть со смартфона в последнем квартале 2016 года превысило миллиард человек. Отмечается, что лидеры рынка в мобильном интернете имеют на 39% больше конверсии чем те, кто только начинают развивать это направление. Стоит сказать, что Азия, Китай в частности, занимают первое место по доле мобильных продаж и инноваций.



О компании Criteo:

Criteo (NASDAQ: CRTO) предоставляет услуги по размещению персонализированной эффективной медийной рекламы. Компания измеряет эффективность размещений по пост-клик продажам, что делает ROI прозрачным и простым в отслеживании. Criteo насчитывает 2000 сотрудников в 31 офисе по всему миру и обслуживает 12 000 рекламодателей, а также имеет прямые связи с 17 000 площадок. Более подробную информацию о компании вы можете найти на сайте: www.criteo.com/ru