



Исследование Criteo: 71% мобильных продаж обеспечивают приложения и оптимизированные мобильные версии сайтов

Категория “Игрушки и гаджеты” стала самой популярной по доле мобильных продаж среди россиян: 47 % покупок совершаются через мобильные устройства

Последнее глобальное исследование рынка коммерции показало, что мобильных пользователей привлекает персонализированный кросс-девайс подход

Москва, 14 ноября, 2017 — [Criteo](#) S.A. (NASDAQ: CRTO), лидер в области маркетинговых технологий и услуг в сфере торговли, обнародовал результаты глобального исследования рынка коммерции, проведенного Criteo в III квартале 2017. Основная задача исследования: проанализировать запутанный и многогранный покупательский путь, который начинается с первых мыслей клиента о приобретении товара и заканчивается самой покупкой. С появлением различных технологичных устройств, браузеров и приложений, которыми пользуются клиенты, путь покупателя стал куда более сложным и извилистым, чем раньше. Главный вывод исследования: ритейлеры, у которых есть свое приложение и удобная мобильная версия сайта, имеют гораздо больше шансов привлечь мобильных пользователей — то есть тех, кто предпочитает покупать с портативных устройств.

«Современные клиенты ждут, что бренды и ритейлеры смогут в самый подходящий момент предложить им индивидуальный покупательский опыт, — комментирует Джонатан Опдаик, директор по стратегическому развитию Criteo. — Результаты нашего исследования не только доказали важность внедрения омниканальности, но и мотивировали нас развивать маркетинговую экосистему Criteo. Экосистема позволит брендам и ритейлерам анализировать огромные массивы данных и применять их на разных этапах покупательского пути — не только на экранах устройств, но и в физических магазинах. Это поможет транслировать верное сообщение клиенту в тот момент, когда он будет наиболее готов воспринимать информацию».

Основные выводы:

- 71% мобильных продаж обеспечивают оптимизированные мобильные версии сайтов и приложения;
- В Европе 63% всех мобильных продаж совершается в мобильных приложениях;
- В России 19% всех продаж через ПК начинаются с клика на мобильном устройстве.

Рост влияния мобильных устройств

Современные покупатели активно пользуются разными устройствами, их интересы безграничны, и они все чаще совершают покупки на ходу.

- Оптимизация приложения позволяет привлечь больше мобильных пользователей: в приложениях совершается 63% всех мобильных продаж, по данным ритейлеров, имеющих как мобильный сайт, так и приложение;
- Две категории ритейла с максимальной долей мобильных продаж в России: Игрушки/Гаджеты (47%) и Здоровье/Красота (38%). Также большую долю на российском рынке имеют: Дом и сад (28%), Мода/Люкс (26%) и Масс-маркет (24%);
- В России покупки с мобильных устройств совершаются преимущественно ночью и в выходные дни, а с ПК — в рабочее время.

Возможности приложений

- В Европе 63% всех мобильных продаж совершается в мобильных приложениях;
- В большинстве стран более 50% онлайн транзакций совершаются с мобильных устройств, и приложения преобладают над мобильными браузерами;
- В Европе 44% от всех продаж приходится на мобильные устройства;
- Глобально годовой прирост доли In-App транзакций составил 64%.

Использование кросс-девайс данных

- Кросс-девайс данные позволяют воспроизвести полную картину покупательского пути: в России 19% всех продаж через ПК начинаются с клика на мобильном устройстве, 29% всех пост-клик транзакций через ПК происходят при участии другого устройства;
- Кросс-девайс данные позволяют зарабатывать больше с каждой покупки конкретного пользователя: российские покупатели, идентифицированные на нескольких устройствах, тратят в среднем на 20% больше на каждый заказ.

Оmnиканальность имеет значение

- Офлайн продажи повышают узнаваемость бренда и увеличивают число покупок онлайн: в США omnikanальные ритейлеры, использующие онлайн и офлайн данные, имеют в своем распоряжении в 4 раза больше информации для оптимизации своих маркетинговых усилий.

Методология исследования

В ходе глобального исследования рынка коммерции было проанализировано более 5200 глобальных ритейлеров и миллиарды транзакций.

Более подробно с глобальным исследованием рынка коммерции можно ознакомиться по ссылке: <https://criteo-2421.docs.contently.com/v/global-commerce-review-q3-2017-russia-ru>

Интерактивная карта мира

Узнать о том, как пользователи по всему миру просматривают товары и совершают покупки, можно по ссылке:

<https://www.criteo.com/insights/global-commerce-review-map/>.

Контакты для прессы:

Татьяна Сердюкова, PR-manager

Tatiana_s@bumanmedia.ru

8-925-701-77-47

О Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO), лидер в области маркетинговых технологий и услуг в сфере торговли, обеспечивает эффективную и открытую коммерческую маркетинговую экосистему, стимулирующую прибыль и продажи розничных продавцов и брендов. 2 700 сотрудников Criteo взаимодействуя с 17 000 клиентов и тысячами рекламодателей по всему миру, обеспечивают масштабную производительность, соединяя покупателей и товары, в которых они нуждаются. Разработанная для эффективной коммерции маркетинговая экосистема Criteo оценивает уровень продаж в сфере розничной торговли в 550 млрд долларов ежегодно.