



## Исследование Criteo: мужчинам дарят косметику, а женщинам — электронику

*Компания проанализировала покупательское поведение жителей России в период  
гендерных праздников*

**26 февраля 2018**, — В преддверии Международного женского дня 2018 компания **Criteo S, A**, (NASDAQ: CRTO), лидер в области маркетинговых технологий и услуг в сфере торговли, представляет результаты исследования покупательского поведения в России во время гендерных праздников. Эти данные призваны помочь онлайн-ритейлерам своевременно адаптировать свои стратегии под условия, которые диктует рынок, — и встретить клиентов во всеоружии.

Конверсия интернет-магазинов во время гендерных праздников продолжает расти: в сравнении с началом февраля в 2017 она увеличилась на 36% в День защитника Отечества и на 59% в Международный женский день. Многие россияне заказывают подарки для своих близких заранее, поэтому эксперты начинали фиксировать рост конверсии еще накануне: 14 февраля (за 10 дней до мужского праздника) и 28 февраля (за 9 дней до женского). Рост онлайн-продаж составил 24% в феврале и 16% в марте.

Наиболее популярным подарком стали различные электронные устройства, ритейлеры из hi-tech сегмента отметили увеличение продаж на 37% в феврале и на 66% в марте. Из этого можно сделать интересный вывод: женщины предпочитают в подарок электронику. По данным Criteo, тенденция будет усиливаться: в феврале 2017 рост продаж электронных устройств по сравнению с предыдущим годом был незначительным, в то время как уровень мартовских продаж увеличился на 27%.

В связи с Международным женским днем традиционно демонстрируют рост аксессуары, одежда и товары люкс (общий прирост составил 39%) и косметические и медицинские товары (+17%). Интересно, что косметику активнее дарят мужчинам, на День защитника Отечества продажи увеличились на 23%. Эксперты считают, что тренд сохранится и в дальнейшем.

«Поведение покупателей во время гендерных праздников схоже с их поведением в Черную пятницу, — прокомментировал **Эмин Алиев**, Управляющий директор Criteo в России. — С той лишь разницей, что шоппинг в честь Черной пятницы носит более массовый характер. В целом, у России отличный потенциал для становления и развития своей собственной культуры распродаж, и каждый год мы отмечаем положительные изменения в этой сфере, что не может не радовать».

### **Контакты для прессы:**

Валерия Святова, PR-manager  
valeria\_s@bumanmedia.ru  
8-905-792-44-80

## **O 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. 2 800 сотрудников Criteo взаимодействуя с 18 000 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 600 млрд долларов ежегодно.