



ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ В РОССИИ: ТОВАРЫ ДЛЯ ОХОТЫ И РЫБАЛКИ



Демо-версия





© AnalyticResearchGroup

Данный материал предназначен для частного использования. Цитирование, копирование, публикация, продажа, рассылка по электронной почте, а также распространение другими средствами всего или части данного материала запрещены. Данные ограничения распространяются также на демонстрационные и сокращенные версии документов. Любые исключения из данных правил возможны только путем получения письменного разрешения от компании «AnalyticResearchGroup».

Информация данного отчета предоставляется без каких-либо гарантий.

«AnalyticResearchGroup» не несет ответственности за любой вред, моральный или материальный, понесенный в результате использования данной информации.

Содержание

Описание исследования

Резюме проекта

Развитие интернет-торговли в мире

Развитие Интернета и интернет-торговли в России

Основные характеристики русского сегмента Интернета

Ситуация на рынке интернет-торговли в России

Сегментация рынка интернет-торговли

Ситуация на рынке интернет-торговли товарами для охоты и рыбалки

Интернет-торговля в сегменте товаров для охоты и рыбалки

Анализ поисковых запросов в сфере интернет-торговли в сегменте товаров для охоты и рыбалки

Анализ ведущих игроков рынка

- Краткая справка об интернет-магазине
- Присутствие в социальных сетях
- Ассортимент продукции и тематические разделы
- Способы оплаты, доставки
- Программы лояльности
- Анализ сайта интернет-магазина
- Анализ поисковых запросов по интернет-магазину

Приложение. Список таблиц, диаграмм и рисунков

Описание исследования

Исследование российского рынка интернет-торговли в сегменте товаров для охоты и рыбалки включает анализ текущей ситуации на рынке интернет-торговли, характеристики сегмента. Отчет содержит информацию о популярности соответствующих тематических поисковых запросов в Google и Яндекс.

Ведущие интернет-магазины сегмента проанализированы по нескольким параметрам – способам оплаты и доставки, целевой аудитории, ассортименту, спецпредложениям и бонусным программам, методам коммуникации с клиентами. Изучено присутствие в социальных сетях, профили участников групп ВКонтакте, а также характеристики мобильных приложений игроков.

Профили интернет-магазинов содержат подробную информацию об ассортименте, способах доставки и оплаты, программах лояльности, а также аналитику по сайтам площадок: посещаемость, характеристики посетителей, ключевые запросы и другое.

Внимание! Исследование предоставляется в течение 3 рабочих дней.

Цель исследования

Анализ состояния и ведущих игроков на российском рынке интернет-торговли в сегменте товаров для охоты и рыбалки.

Задачи исследования:

- Описать общую ситуацию на российском рынке Интернета и интернет-торговли;
- Проанализировать сегменты рынка интернет-торговли;
- Охарактеризовать основных игроков рынка интернет-торговли товарами для охоты и рыбалки.

Методы исследования:

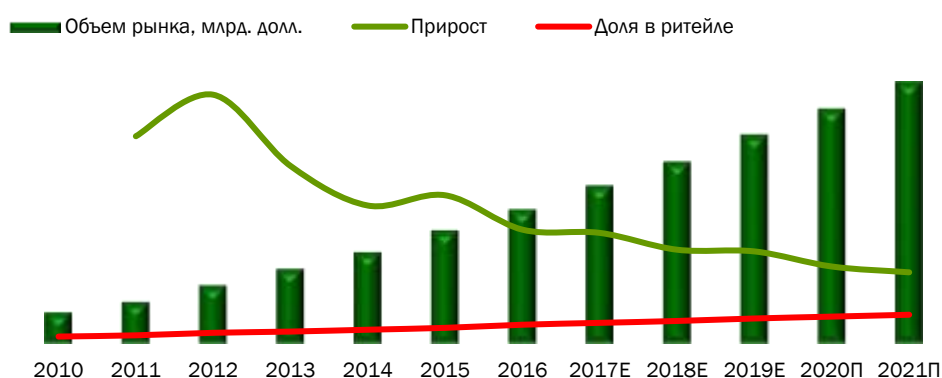
- Мониторинг материалов печатных и электронных деловых и специализированных изданий, аналитических обзоров рынка, материалов маркетинговых и консалтинговых компаний;
- Сбор и анализ информации, представленной на сайтах российских игроков рынка;
- Анализ показателей посещаемости и контента сайтов игроков рынка.

Ситуация на рынке интернет-торговли в России

Результаты исследований последних лет подтверждают, что российские потребители ***

По оценкам исследовательского агентства «***», объем рынка электронной торговли в России составил *** млрд. долл. Предполагается, что в 2021 году рынок вырастет до *** млрд. долл. Доля онлайн продаж в общем объеме ритейла составляла порядка ***%.

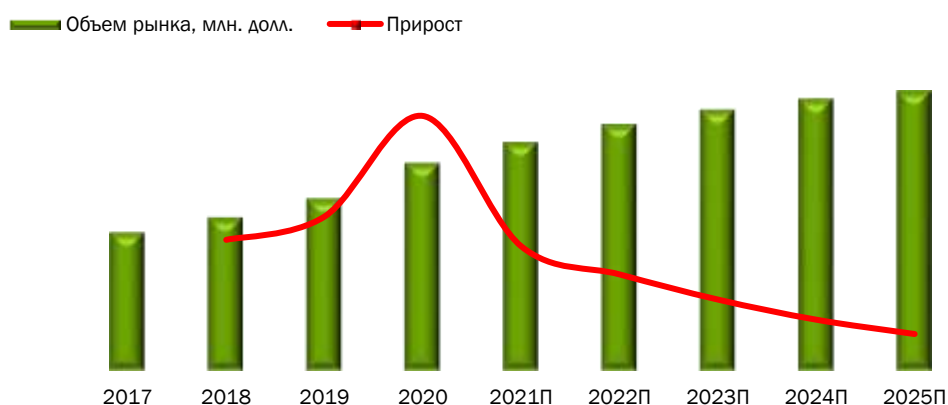
Диаграмма 13. Объем рынка электронной торговли в России, 2010–2021П



Источник: «***»

По последним данным, в 2020 году рынок оценивался в *** долл., т.е. порядка *** руб., в 2021 году показатель вырастет еще на ***%.

Диаграмма 1. Объем рынка электронной торговли в сегменте B2C в России, 2017–2025П



Источник: ***

Сегментация рынка интернет-торговли

По данным компании «***», совокупная выручка 100 крупнейших интернет-магазинов составила *** млрд. руб., количество заказов – *** млн. ед., а средний чек – *** руб. Наиболее популярным был сегмент ***, на который приходится ***% от общего объема онлайн-продаж в ведущих интернет-магазинах. На втором месте в рейтинге по объему выручки расположились интернет-магазины по продаже ***

Диаграмма 29. Структура сегментов электронной торговли в интернет-магазинах (топ-100), 2020

Количество магазинов



Объем выручки



Количество заказов



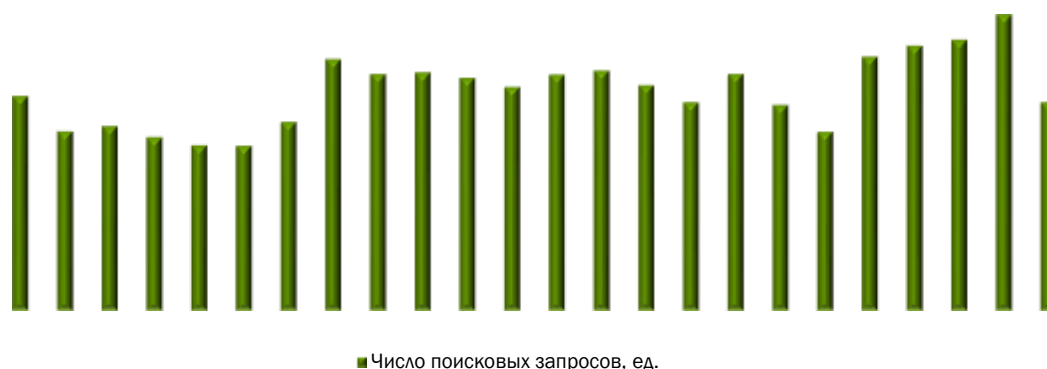
Источник: «***»

Ситуация на рынке интернет-торговли товарами для охоты и рыбалки

Анализ поисковых запросов в сфере интернет-торговли в сегменте товаров для охоты и рыбалки

Согласно данным системы ***, за последние 2 года число тематических поисковых запросов изменялось от *** ед. в *** года до *** ед. в *** года. В марте 2020 года число запросов составило *** ед. (+***% к предыдущему месяцу).

Диаграмма 35. Динамика числа запросов «интернет магазин товары для охоты и рыбалки» в Яндексе, июнь 2019 – май 2021



Источник: ***

Больше всего показов по запросу «интернет магазин товары для охоты и рыбалки» за последний месяц (по данным на ***) было зафиксировано в *** (***) ед.). На втором месте находился *** (***) ед.), на третьем – *** (***) ед.).

Таблица 7. Число показов по запросу «интернет магазин товары для охоты и рыбалки» в месяц в Яндексе по регионам (топ-30 регионов)

№	Регион	Число показов в месяц, ед.	Региональная популярность

Источник: ***








Интернет-магазины были проанализированы по нескольким параметрам – способам оплаты, доставки и возврата, методам коммуникации с клиентами и присутствию в социальных сетях.

У *** рассмотренных ресурсов имеются официальные группы в ВКонтакте (кроме площадок ***), у *** в Facebook (кроме ***). Также довольно популярен Instagram (** из 10). Группы в соцсети Одноклассники встречаются довольно редко - *** из 10 (***). Собственный канал на YouTube есть у *** рассмотренных игроков, аккаунт в Twitter – у ***-х. «***» имеет аккаунт в социальной сети Pinterest.

В наибольшем числе социальных сетей представлены *** (по *** соцсетей). По данным сайтов, в соцсетях в принципе не представлены ***

Мессенджеры для коммуникации с клиентами использует лишь «***» (Skype и ICQ), *** и «***» (Skype).

Таблица 12. Присутствие ведущих интернет-магазинов в социальных сетях

Интернет-магазин							




Источник: «AnalyticResearchGroup» по данным ***

Исследование показало, что оплату наличными принимают все рассмотренные игроки, кроме магазина «***». Картой клиент может оплатить заказ прямо в интернет-магазине или расплатиться по карте с курьером в *** магазинах (за исключением ресурса «***»).

Электронные деньги при оплате товаров имеют *** популярность: Ю.Мoney и WebMoney принимают по *** ресурса, PayPal и QIWI-кошелек – по *** ресурса.

Оплатить заказ подарочной картой или сертификатом можно в магазинах ***.

Таблица 16. Варианты оплаты в ведущих интернет-магазинах

Интернет-магазин	Наличный расчет	Банковские карты	Банковский перевод	Электронные платежи			
							
	■	■					
	■	■		■		■	
	■	■		■			
		■		■			
	■	■	■				
	■	■					
	■	■			■	■	
	■	■			■	■	
	■	■	■	■			
	■	■					

Источник: «AnalyticResearchGroup» по данным официальных сайтов интернет-магазинов

«»

Профиль компании

Веб-сайт: [***](#)

Стартовав в 2011 году, компания «***» успешно заняла лидирующую позицию на рынке и продолжает развиваться, расширяя ассортимент и географию присутствия. Сегодня ***

Интернет-магазин предлагает ***

<...>

Оплата и доставка

Способы оплаты

1. <...>
2. <...>

Способы доставки

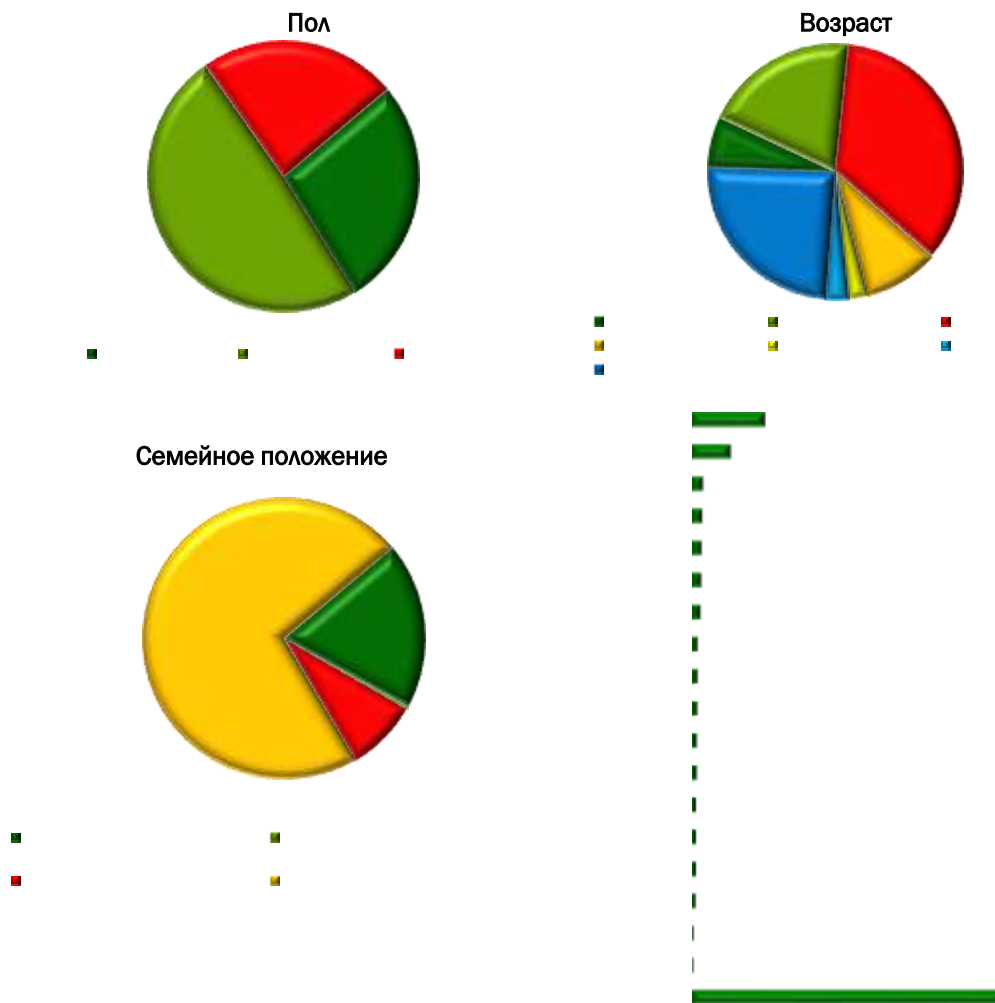
1. <...>
2. <...>

Присутствие в социальных сетях



По данным на ***, в официальной группе магазина «***» ВКонтакте состояло *** пользователей. В группе преобладали *** (***)%, возраст пользователей чаще всего составлял от *** до *** лет (***)%. Москвичей среди участников группы было ***%, жителей Санкт-Петербурга – ***%.

Диаграмма 57. Характеристики пользователей группы «*» ВКонтакте**



Источник: «AnalyticResearchGroup» по данным ***

Анализ сайта интернет-магазина

По данным интернет-статистики, по веб-сайту *** в Яндексе индексируется *** страниц, в Google – *** страниц. На него ссылаются около *** сайтов. В российском рейтинге Alexa ресурс занимает *** строчку, а на одного посетителя приходится в среднем *** страниц.

Таблица 16. Показатели сайта ***

	Показатель	Значение
1	Яндекс ИКС	
2	Наличие в Яндекс.Каталоге	
3	Индексация в Яндекс	
4	Индексация в Google	
5	Количество ссылающихся страниц	
6	Возраст домена	
7	Место в рейтинге Alexa (мир)	
8	Место в рейтинге Alexa (Россия)	
9	Показатель «ненужных просмотров»	
10	Число страниц на посетителя	
11	Среднее время, проведенное на сайте в день	

Источник: ***, «***»

По данным ресурса ***, ежемесячная аудитория *** составляет около *** чел., при этом количество просмотров оценивается в *** ед.

Таблица 23. Показатели аудитории сайта ***

	Показатель	Данные за день	Данные за неделю	Данные за месяц
1	Число посетителей, чел.			
2	Число просмотров, ед.			

Источник: ***

Согласно статистике сайта ***, в структуре пользователей сайта *** преобладали *** (***)%. Соответственно, на *** приходилось ***% от общей аудитории.

Анализ поисковых запросов по интернет-магазину

Согласно данным интернет-статистики, по сайту *** в поисковых системах Яндекс и Google ведущие позиции занимал запрос «***». Среди запросов, которые для этой площадки занимали наиболее высокие места в выдаче, для Яндекса самым популярным был «***», для Google – «***».

Таблица 24. Топ-10 ключевых слов * по позициям в Яндексе и Google**

	Ключевое слово	Позиции	Число показов	Ключевое слово	Позиции	Число показов
Топ по числу показов						
	Яндекс			Google		
1						
2						
3						
4						
Топ по позициям в выдаче						
	Яндекс			Google		
1						
2						
3						
4						






AnalyticResearchGroup – одна из ведущих компаний на рынке маркетинговых исследований, созданная в конце 2008 года.

На сегодняшний день AnalyticResearchGroup реализует исследовательские проекты различной степени сложности, используя широкий спектр методов сбора и анализа данных.











География исследований компании охватывает все субъекты РФ, а также некоторые страны Европы и США.

В компании работают специалисты различных уровней из банковских структур, лизинговых, аудиторских, инвестиционных и консалтинговых компаний.

Анализируемые рынки:

-  Финансы и страхование;
-  Недвижимость и строительство;
-  Промышленность;
-  IT и телеком;
-  Сфера услуг.

Виды исследований:

-  обзор рынка;
-  исследование инвестиционной привлекательности;
-  бизнес-план;
-  аналитическая записка;
-  информационная справка;
-  анализ спроса на рынке;
-  анализ профиля игроков рынка;
-  маркетинговое обоснование проекта;
-  мониторинг состояния рынка;
-  базы данных показателей рынка.



Клиенты компании

