

Ключевые факты о рынке онлайн-торговли FMCG в России



Фрагментация покупательских потребностей, необходимость управления продажами с учетом состава корзин, географии и времени шопинга, а также корректировка механик дополнительного продвижения — основные тренды, которые заслуживают внимания со стороны FMCG-ритейлеров и производителей.

Самые популярные типы покупательских корзин

24%

Уход за собой

88% чека — товары личной гигиены

9%

Закупка впрок

25% корзин — чек выше 8500 рублей

15%

Фреш-лояльные

78% чека — свежие и ультрасвежие категории

10%

Бакалея

74% чека — продукты бакалеи

10%

Зоотовары

94% чека — товары для животных

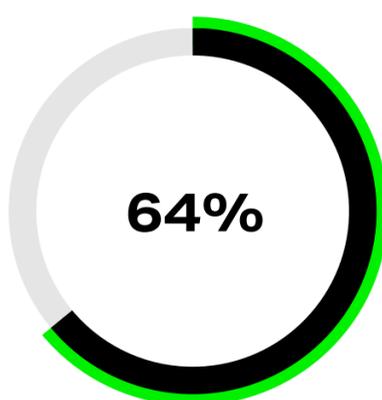
Динамика покупательской активности в сегменте онлайн-торговли FMCG



в 4 раза

за год выросло число онлайн-заказов FMCG. **В три раза** выросли продажи в рублях.

- за год средний чек заказа сократился **на 39%** за счет активного развития сервисов экспресс-доставки



опрошенных NielsenIQ потребителей в России **не планируют сокращать частоту онлайн-покупок** после стабилизации ситуации с COVID-19

Суббота

является самым популярным днем онлайн-шопинга FMCG, на нее приходится пик продаж как в рублях, так и в количестве заказов

- тренд дневных продаж варьируется в зависимости от категории. Например, пик продаж газированных напитков равномерно распределен по выходным дням
- другой пример: продажи дезодорантов равномерно растут в течение недели, но сокращаются в пятницу

Тренды промо на рынке онлайн-торговли FMCG

Категории с наибольшей долей промопродаж

| | |
|--------------------------|-----|
| Кондиционеры для белья | 88% |
| Отбеливатели | 85% |
| Средства для стирки | 85% |
| Средства для посудомойки | 84% |
| Подгузники | 82% |
| Холодный чай | 81% |
| Кофе молотый и зерновой | 80% |
| Растворимый кофе | 79% |
| Шоколадные плитки | 76% |
| Шоколадные батончики | 74% |

70%

составляет **доля онлайн-продаж FMCG со скидками** в среднем — больше, чем на офлайн-рынке

34%

FMCG-ритейлеров, опрошенных NielsenIQ, считают промоакции наиболее **эффективным инструментом увеличения выручки** в онлайн-магазине

64%

покупателей в России планируют совершать покупки FMCG **чаще при снижении цен**