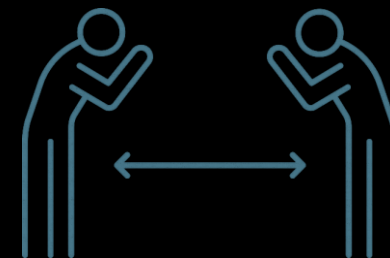




Изменившийся потребитель: как адаптировать бизнес к новым реалиям



26 Мая 2020

Подготовлено для:

**FUTURE
BUSINESS**
conference company



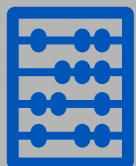
Тренды рынка

Что ждет бизнес в 2020-2021 гг.

Изменившиеся тенденции, что
является драйвером рынка
сейчас

Потребительские тренды 2020

DIGITALIZATION



Поиск выгоды

- Поиск выгодных, акционных цен
- Выбор более дешевых аналогов
- Из плохого выбираем лучшее



Технологичный потребитель

- Использование большего количества приложений
- QR коды в ритейле, селф-сканы, большее проникновение технологий



Персонализация предложений

- Machine learning или ИИ Обработка больших массивов данных, большинство покупателей не против делиться частью своей информации



Из оффлайна в онлайн

- Покупки все больше совершаются в онлайн (в период пандемии может не быть альтернативы)
- Покупки через Dark store, Dark kitchen, агрегаторы, маркетплейсы



Быстро



Бесконтактно



Персонализированно



Безопасно



ВСЕОБЩАЯ РЕЦЕССИЯ

Как малый бизнес справляется с
изменениями

Какие бизнесы активно развиваются
и наращивают объемы

**А будет
ли рынок
прежним?**

**И... что
делать
сейчас?**



Как пандемия повлияла на бизнес и как работать дальше?

Глобальная рецессия

-3% в 2020*

- ВВП России -5% в 2020**
- \$27 за баррель нефти в 2020-2021 году
- Докризисный уровень (2%) ВВП может быть достигнут к 2022 году

~60% ИП и малых предприятий
НЕ переживут кризис

Только
большие или
адаптировавшиеся
компании
останутся
на плаву

Даже в 2021 году
бизнес будет
отдавать
долги по
аренде

*По прогнозам Международного валютного фонда (Апрель 2020)

**По прогнозам Министерства экономического развития России

Коронакризис

Безработица в России
возросла на
+129,5%
за время
пандемии
COVID-19



1,66 млн

безработных

(официально зарегистрированных)

2,5 млн к

концу 2020*

- **Снижение покупательской способности**
- **Снижение среднего чека**
- **Падение доли среднего класса**
(более финансово независимых людей)

*По данным Министерства труда и социальной защиты РФ

Как пытаются справиться с изменениями



Рестораны,
Fast Food

- **Dark kitchen**
Несколько кухонь под одной крышей
- **Delivery Kitchen**



Киноиндустрия

- **Онлайн площадки не заменяют оффлайн по оборачиваемости**
- **Автокинотеатры**
(на время пандемии)



Магазины
одежды,
ритейл

- **Live streaming**
- **Персональные онлайн консультации**
- **Маркетплейсы**

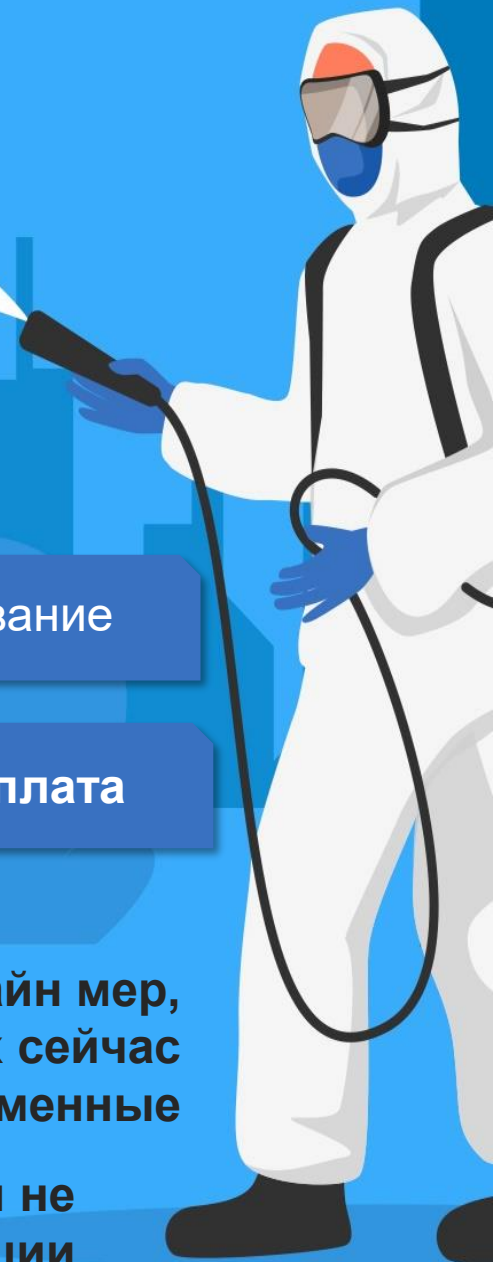
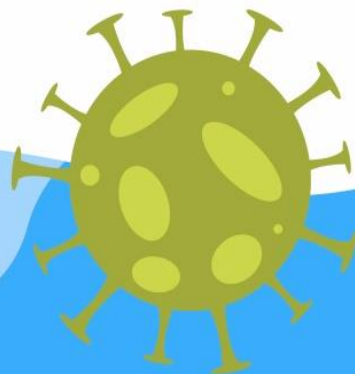
Социальное дистанцирование
между людьми, которые пришли
отдельно

Усиление клининга, вентилирование

Бесконтактная оплата

Множество онлайн мер,
предпринимаемых сейчас
– временные

Многие маркетплейсы не
выдержат конкуренции



FMCG ритейл

Типы оффлайн магазинов, где покупали за последние 7 дней



- 40%

Падение оборота
Оффлайн FMCG
магазинов в апреле-
мае 2020

- Dark Store
- Онлайн магазины
- Агрегаторы доставки



ИНДУСТРИИ НА ПОДЪЁМЕ

Что растёт и надолго ли?

Что развивать сейчас и в
будущем?

Недетские игры

Мировой рынок игр
принесет

\$159,3 млрд

выручки в 2020 году*

К 2023 году
выручка превысит

\$200
миллиардов

+9%
к прошлому
году



Негативный эффект от
пандемии игровая
индустрия ощутит только
к лету 2021 года
(но быстро восстановится)

*Согласно отчету старшего аналитика рынка Newzoo Тома Ваймана

Цифровая экономика – драйвер роста



Рост экономики идёт и будет идти от цифровой экономики:

Экономика впечатлений

Игровая индустрия, театральные, музыкальные постановки, онлайн концерты, эксклюзивный контент

Образование, культура

Онлайн курсы, дистанционное образование, онлайн экскурсии (музеи), специальный контент и т.д.

Здравоохранение

Телемедицина (дистанционное консультирование)

Здоровый образ жизни

Онлайн тренинг сессии, онлайн инструктор, приложения, тренинги

Онлайн платформы и обучение

Платформы для организации конференций



300 млн ежедневных пользователей Zoom
(+50% к Апрелью 2020)

- **Сбербанк, Yandex** выходят на рынок образовательных программ
- **Конкуренция** в сфере онлайн тренингов, вебинаров, курсов **обостряется**

Дистанционное образование (школы, ВУЗы)

- Многие учащиеся **не дослушивают лекции до конца**
- **Большая доля недовольных снижением качества образования, вовлеченности преподавателей**
- **Меньше эмоционального контакта**
- **Усталость от компьютера**

После пандемии возможна **гибридная система** или чуть большее использование онлайн платформ

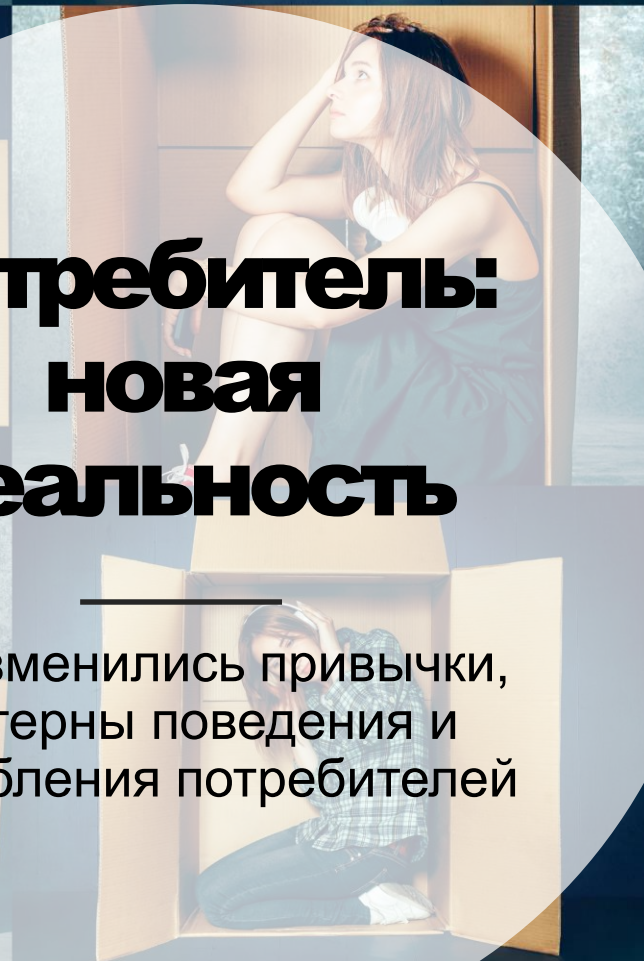




Потребитель: новая реальность



Как изменились привычки,
паттерны поведения и
потребления потребителей



How is covid-19 impacting people?

																
	AU	BR	CA	CN	DE	ES	FR	IN	IT	JP	MX	RU	KR	UK	US	ZA
Insomnia	12%	26%	17%	16%	14%	25%	18%	14%	22%	6%	38%	17%	10%	16%	15%	25%
Anxiety	23%	41%	30%	23%	7%	26%	19%	20%	25%	6%	35%	32%	15%	28%	28%	31%
Depression	17%	11%	17%	4%	8%	10%	5%	19%	12%	5%	15%	18%	13%	16%	19%	20%
Migraines	7%	14%	7%	6%	5%	10%	7%	11%	11%	6%	14%	8%	8%	7%	9%	10%
Over eating	19%	39%	29%	14%	10%	23%	9%	19%	19%	9%	30%	23%	14%	25%	19%	29%
Under eating	4%	8%	4%	8%	1%	6%	2%	14%	4%	1%	9%	4%	5%	4%	7%	7%
Increased smoking	7%	10%	7%	7%	9%	13%	6%	10%	11%	5%	12%	14%	9%	7%	9%	8%
Over exercising	2%	4%	3%	5%	2%	10%	3%	14%	11%	2%	5%	2%	3%	3%	5%	4%
Under exercising	20%	35%	29%	31%	25%	29%	17%	18%	34%	39%	30%	30%	38%	25%	19%	29%
Increasing alcohol use	10%	9%	13%	8%	8%	9%	6%	10%	6%	9%	5%	9%	9%	13%	10%	3%
Decreasing alcohol use	5%	6%	4%	9%	3%	5%	3%	11%	5%	1%	13%	4%	4%	4%	4%	17%
None of these	43%	22%	36%	37%	53%	29%	52%	37%	27%	44%	22%	28%	37%	38%	41%	30%
Prefer not to answer	6%	5%	4%	6%	4%	5%	4%	11%	3%	6%	6%	7%	4%	4%	5%	3%

Q: Are you suffering from any of the following as a result of COVID-19?

16,038 adults polled in 16 countries from May 7-10, 2020

How is covid-19 impacting people by gender?

M – Male

F – Female

																																
	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F
Insomnia	8%	15%	19%	33%	13%	20%	15%	16%	12%	15%	23%	27%	15%	21%	9%	18%	18%	26%	5%	7%	30%	46%	13%	21%	10%	9%	11%	20%	12%	17%	19%	30%
Anxiety	18%	27%	33%	49%	24%	35%	24%	21%	5%	8%	22%	29%	14%	24%	15%	24%	19%	31%	4%	8%	31%	39%	24%	40%	14%	16%	21%	34%	23%	32%	22%	40%
Depression	15%	19%	7%	14%	14%	20%	4%	3%	7%	9%	10%	9%	3%	6%	17%	21%	11%	13%	5%	5%	11%	19%	14%	21%	10%	16%	13%	19%	16%	21%	18%	21%
Migraines	5%	8%	9%	18%	5%	9%	5%	6%	4%	6%	8%	12%	5%	8%	8%	13%	7%	15%	4%	7%	9%	18%	5%	10%	5%	10%	4%	9%	8%	9%	7%	13%
Over eating	14%	23%	36%	42%	22%	35%	14%	13%	10%	10%	22%	24%	7%	11%	14%	24%	15%	23%	6%	12%	26%	33%	16%	29%	9%	18%	19%	31%	14%	23%	25%	33%
Under eating	3%	5%	8%	7%	3%	4%	9%	7%	1%	1%	5%	7%	2%	1%	11%	17%	3%	5%	1%	1%	7%	10%	3%	4%	5%	5%	4%	4%	6%	8%	6%	8%
Increased smoking	7%	7%	10%	9%	6%	7%	13%	1%	9%	8%	15%	11%	5%	6%	7%	12%	12%	9%	7%	3%	12%	12%	16%	11%	13%	5%	5%	8%	10%	8%	9%	7%
Over exercising	1%	2%	5%	3%	2%	3%	5%	4%	3%	1%	10%	10%	2%	3%	9%	18%	10%	11%	2%	2%	5%	5%	3%	1%	4%	2%	3%	3%	5%	4%	4%	4%
Under exercising	18%	21%	37%	33%	24%	33%	32%	30%	24%	25%	31%	27%	16%	17%	16%	19%	32%	35%	35%	42%	30%	30%	28%	32%	32%	44%	22%	28%	17%	21%	26%	32%
Increasing alcohol use	10%	10%	11%	7%	12%	14%	10%	5%	9%	6%	10%	7%	7%	4%	7%	13%	7%	4%	12%	5%	5%	5%	9%	8%	12%	5%	14%	11%	10%	10%	3%	2%
Decreasing alcohol use	5%	4%	9%	3%	4%	3%	12%	5%	3%	2%	7%	3%	3%	2%	10%	12%	6%	3%	1%	1%	18%	8%	5%	2%	5%	3%	3%	4%	5%	2%	19%	14%
None of these	48%	37%	23%	20%	42%	29%	30%	43%	53%	53%	29%	29%	55%	49%	42%	31%	32%	22%	45%	42%	25%	18%	31%	25%	41%	32%	44%	31%	43%	38%	33%	27%
Prefer not to answer	6%	6%	6%	3%	3%	4%	7%	5%	3%	4%	5%	4%	4%	4%	10%	11%	3%	3%	7%	5%	7%	4%	8%	6%	4%	4%	4%	3%	6%	3%	5%	1%

Q: Are you suffering from any of the following as a result of COVID-19?

16,038 adults polled in 16 countries from May 7-10, 2020



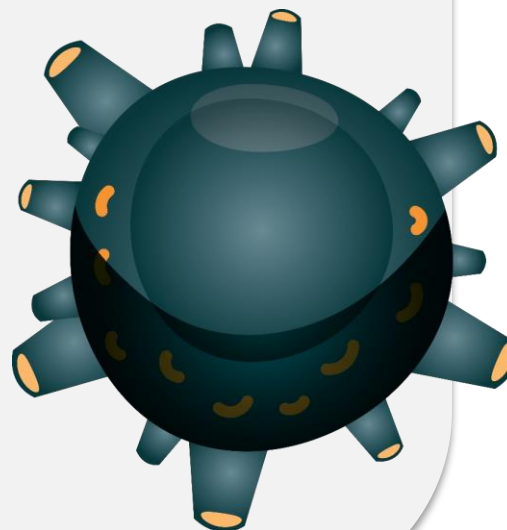
**Люди не уйдут от личного общения,
но оно будет только тогда, когда оно...**

НЕОБХОДИМО

ЦЕЛЕСООБРАЗНО

КОМФОРТНО

Как себя чувствуют люди во время эпидемии коронавируса

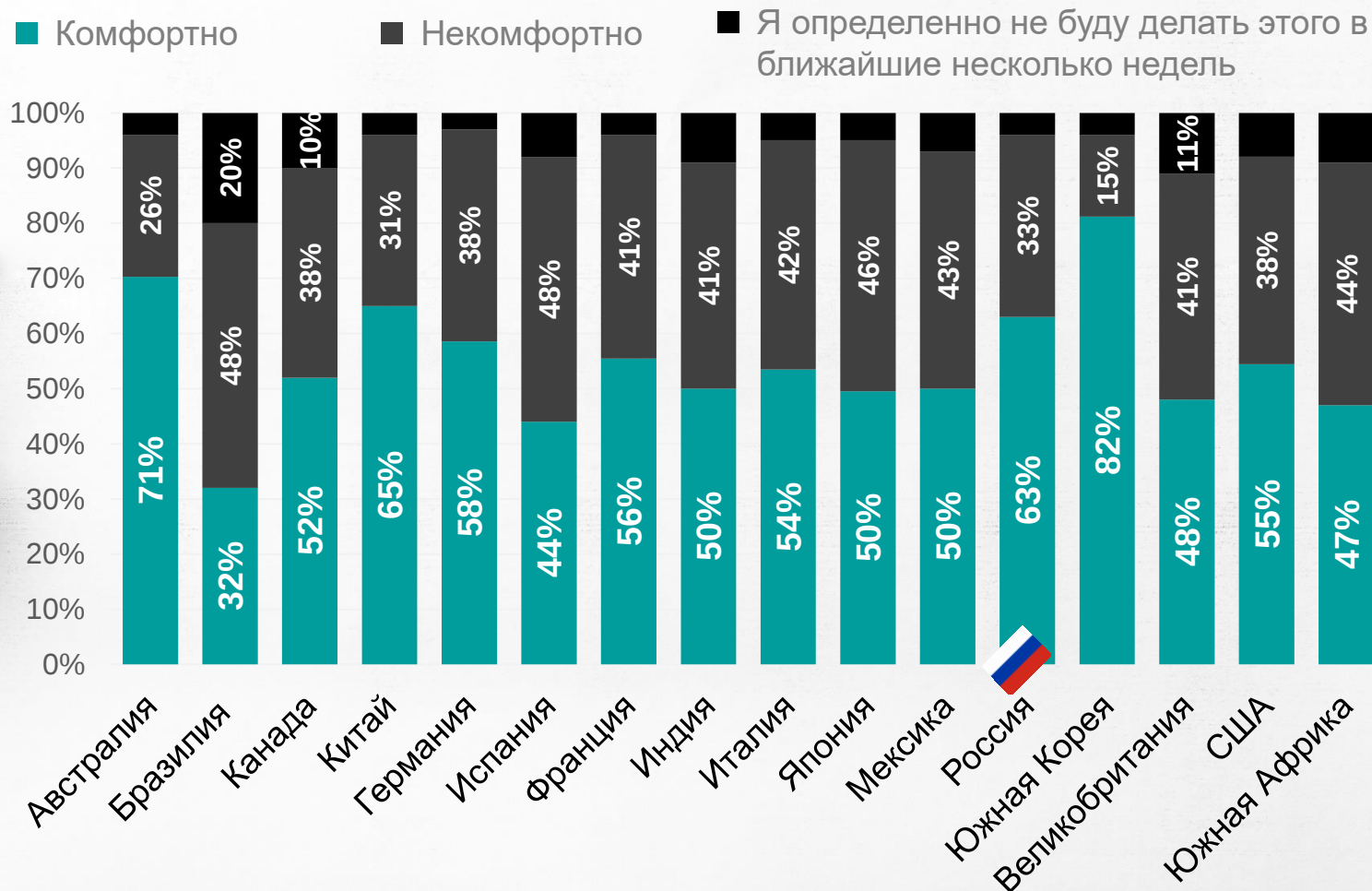


В начале мая ЦБ сообщил, что в апреле в России с 28% до **44% выросла доля тех, кто вынужден был отказаться от привычных покупок** или сократить расходы

В апреле ВЦИОМ сообщил, что **84% россиян испытывают тревогу из-за экономического кризиса**, вызванного распространением COVID-19, а **70% уверены, что самые трудные времена еще впереди**

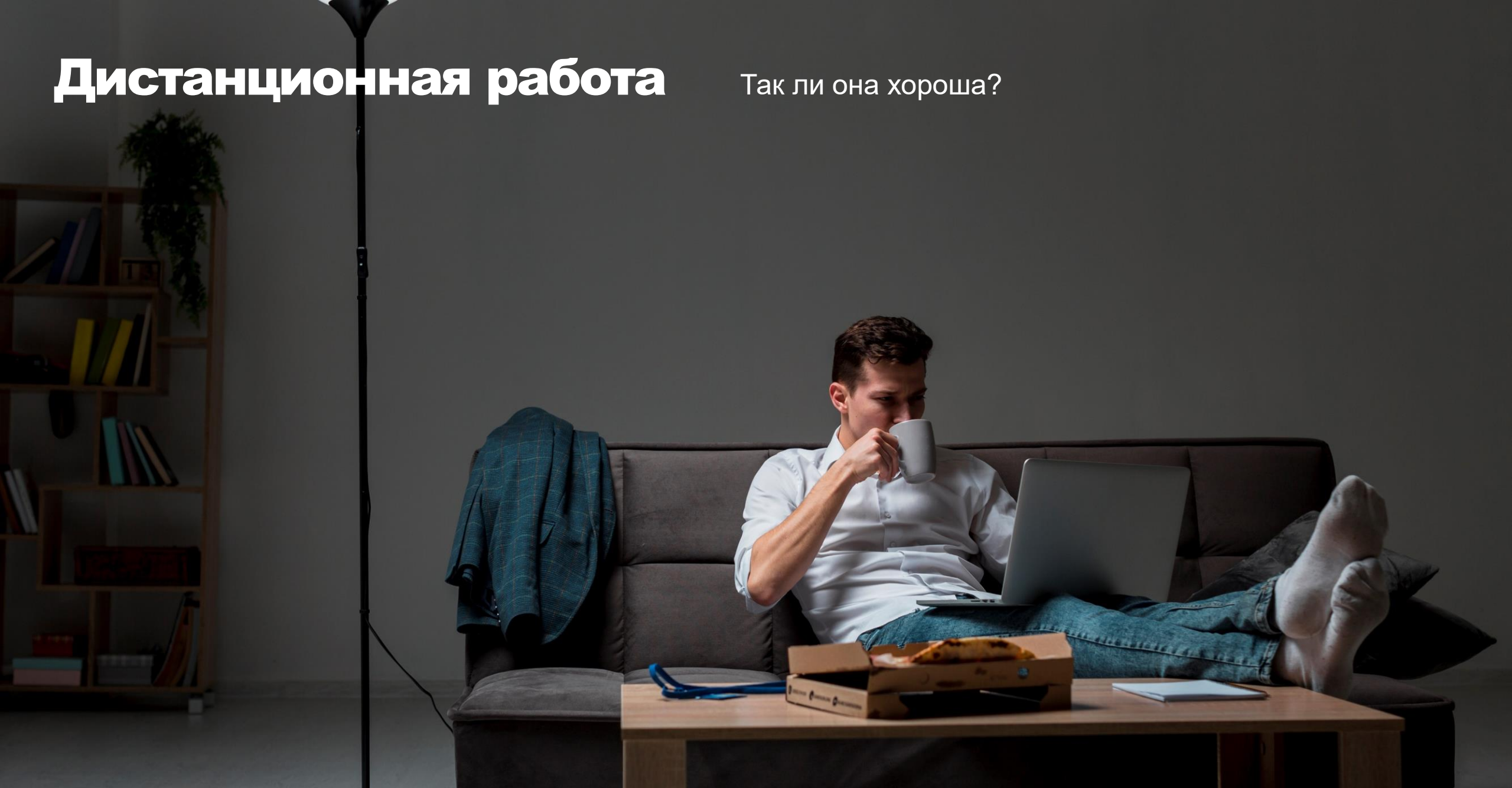
Насколько комфортно Вам будет вернуться на работу в течение следующих недель?

Примечание: Метки данных менее 10% не отображаются



Дистанционная работа

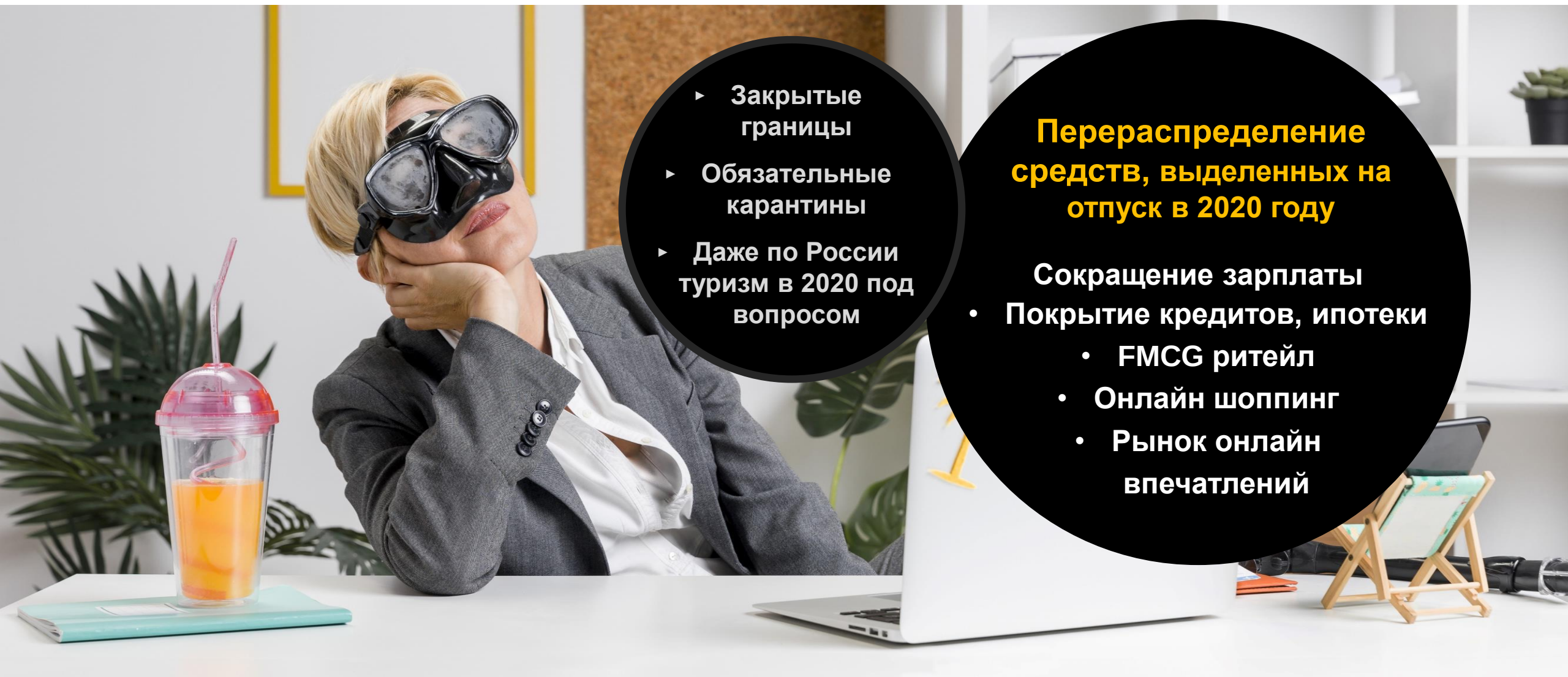
Так ли она хороша?



После окончания самоизоляции Вы будете посещать следующие места чаще или реже?



Отдых. В этом году разнообразия не предвидится



- ▶ Закрытые границы
- ▶ Обязательные карантины
- ▶ Даже по России туризм в 2020 под вопросом

Перераспределение средств, выделенных на отпуск в 2020 году

Сокращение зарплаты

- **Покрытие кредитов, ипотеки**
 - FMCG ритейл
 - Онлайн шоппинг
 - Рынок онлайн впечатлений

А что же **Luxury**?



Более
высокий
ценовой сегмент
нуждается в
консультации

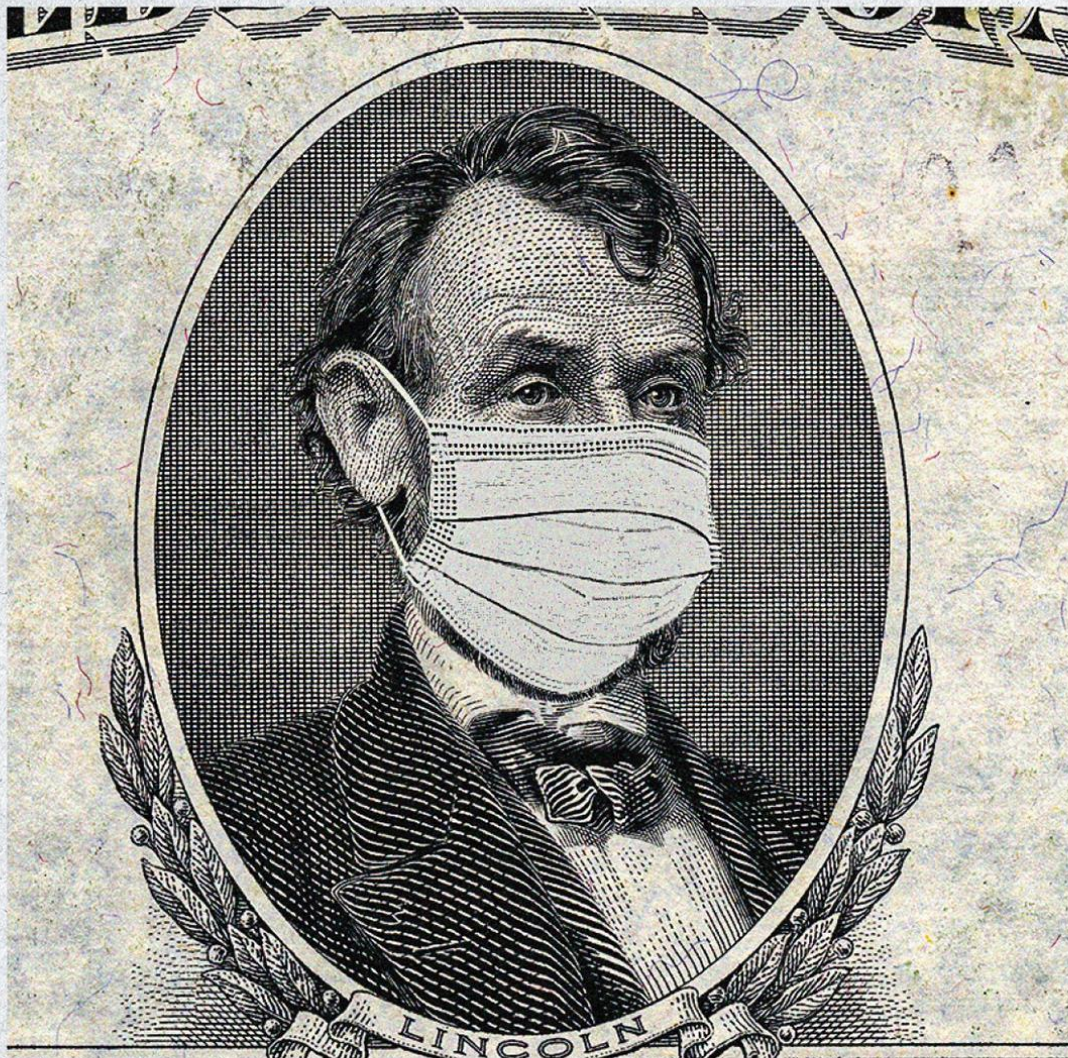
Возрастание
времени обработки
одного клиента

Рост конкуренции за денежные
средства потребителя

A young man and woman are sitting on a couch in a living room. The man, wearing a red and black plaid shirt over a grey t-shirt, is holding a small cup and looking down at it. The woman, with long brown hair, is leaning her head on his shoulder and looking towards him. A brown and white dog is sitting on the couch between them, looking at the camera. In the background, there is a white shelf with various items, a window, and a dining area with a green wall and white chairs.

РЕКОМЕНДАЦИИ БИЗНЕСУ

Как адаптировать бизнес под
новые реалии



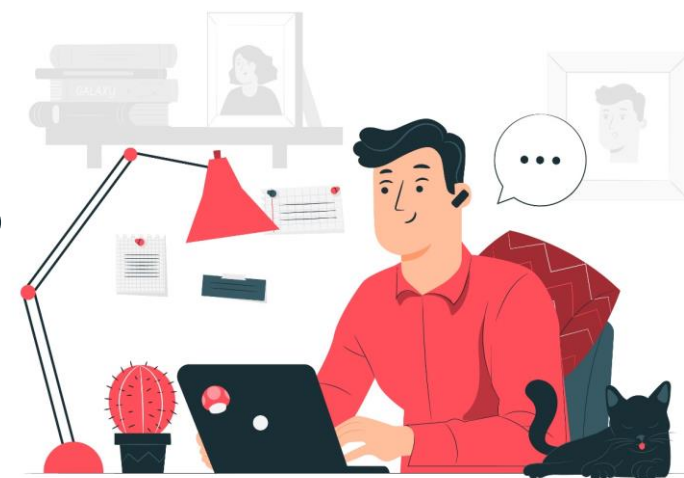
Для ИП, которые безвозмездно помогают организациям, ИП и социально ориентированным НКО в борьбе с пандемией, **снизятся налоги.**

Рекомендации бизнесу

- Гибкость
- Взаимодействие
- Командная работа
- Быстрая обратная связь

Клиентский сервис важен
как никогда

Стандарты
обслуживания
меняются и важно
следить за их
выполнением



Когда всё это кончится?

Прогнозы 2020-2021

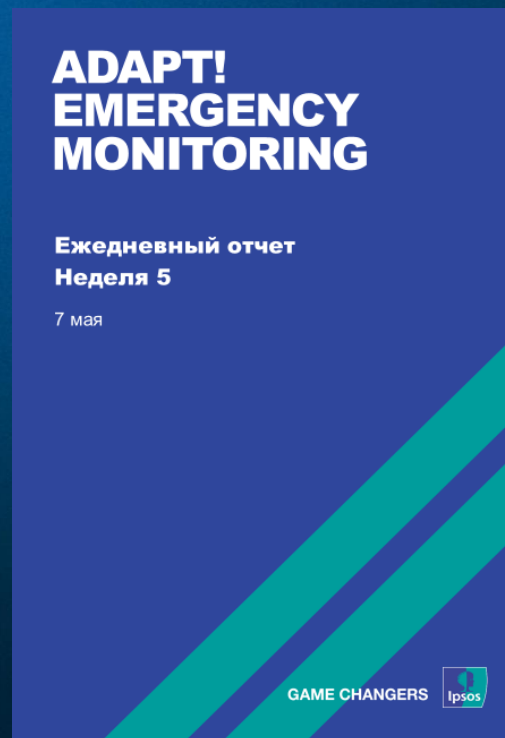


- **Повторные волны заболеваемости до появления вакцины**
- **Череда карантинов вплоть до 2021 года**
- При наиболее правдоподобном сценарии карантинных циклов **ВВП России упадет на 7–10%***

Что дальше?



- Насколько эффективен мой бизнес в текущих условиях?
- Следует ли он стандартам обслуживания клиентов?



- Что происходит в различных индустриях во время пандемии?
- Как меняется покупатель и его мнение?

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

КОНТАКТЫ



ООО «Ипсос Комкон»

107140, Россия, Москва, Верхняя Красносельская ул., 3, стр. 2



Ольга Корчагина

Директор отдела исследований
клиентского сервиса и аудита
каналов продаж

Channel Performance

Mystery Shopping, Retail Performance,
Retail & Consumer Intelligence

✉ Olga.Korchagina@ipsos.com

☎ +7 495 981 56 46 (ext. 2121)
+7 916 809 08 13



ООО «Ипсос Комкон» осуществляет исследовательские проекты в соответствии с международным стандартом оказания услуг в сфере маркетинговых исследований ISO 20252:2012. Сертификат №RU228308MR, от 14.04.2017