



Убыточная интернет-торговля: работа над ошибками

Москва, 2011

ДУЖНИКОВА АННА



Параметры исследования

Инициативный всероссийский опрос ВЦИОМ проведён в сентябре 2011 г. Опрошено 1600 человек в 138 населенных пунктах в 46 областях, краях и республиках России. Статистическая погрешность не превышает 3,4%.

% опрошенных пользователей интернета - 50% от выборки

Покупали через интернет


Октябрь 2011

29%



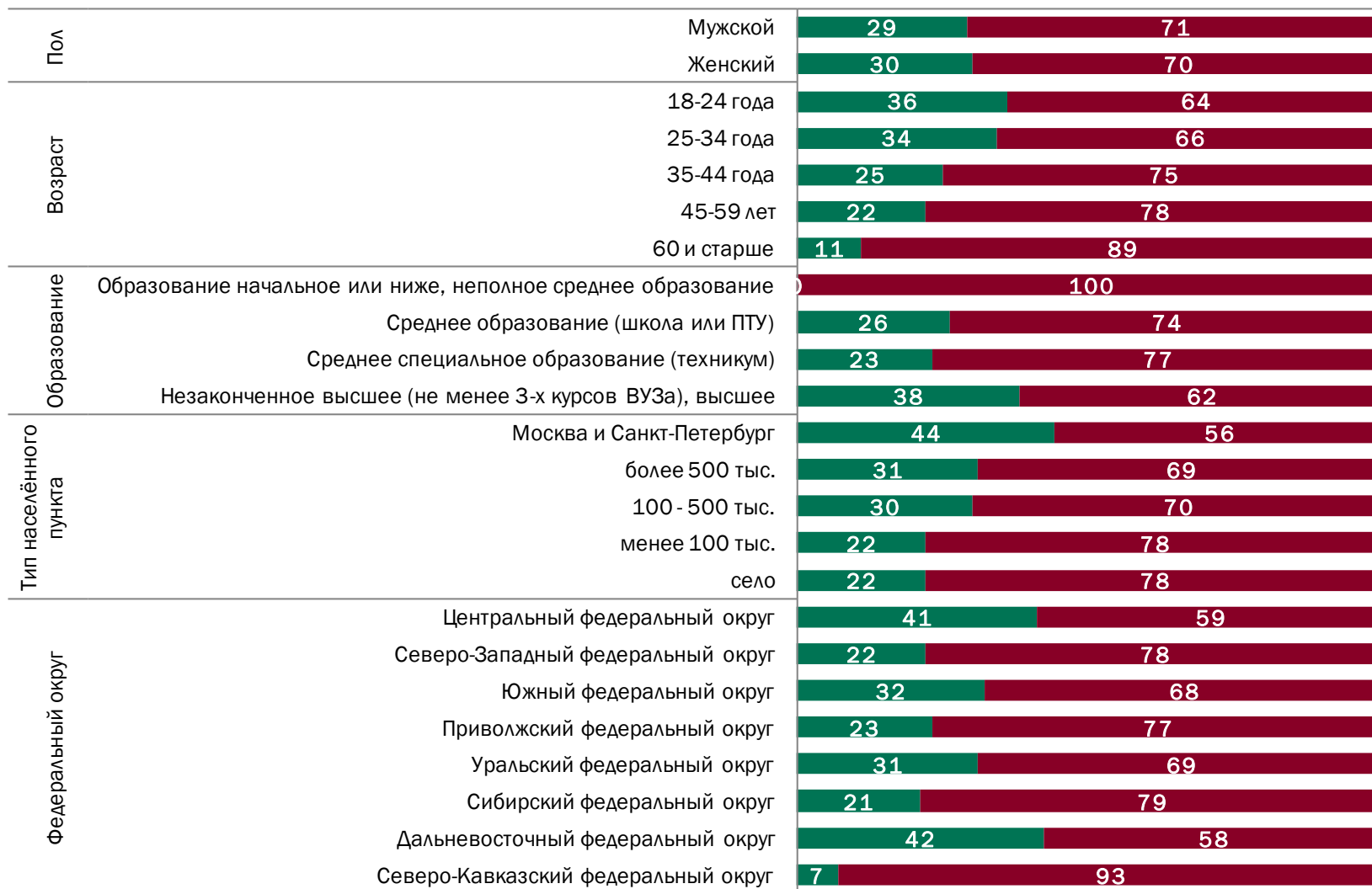
20%

Апрель 2011



9% пользователей интернета в России не знают о возможности приобретения товаров через Интернет

Кто покупает?



■ Есть опыт покупок ■ Нет опыта покупок

Что покупают?



% от тех, кто покупал что-либо в интернете

Зоны риска



Какие товары НЕ покупают?



Табу на покупки

26%

13%



40%

14%



Нет опыта покупок - 71%

Есть опыт покупок - 29%

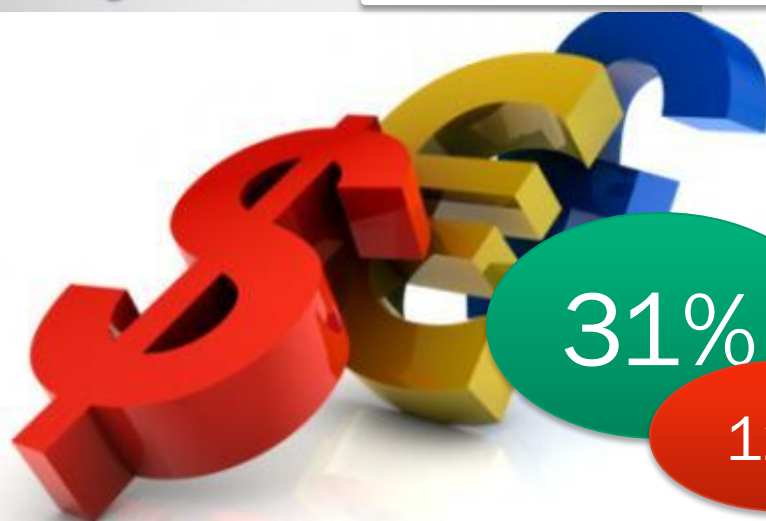
37%

18%

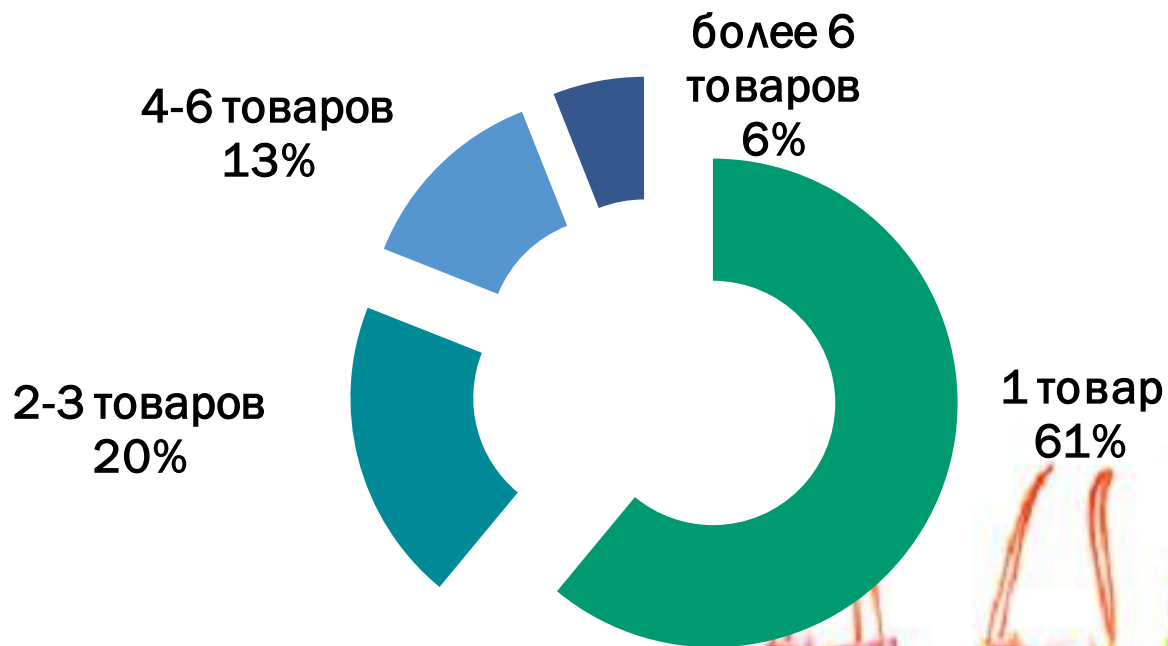


31%

12%



Диапазон запретных товаров



Портреты: ничего не хотят покупать

Старше 60 лет

71%



Живущие в селе

63%

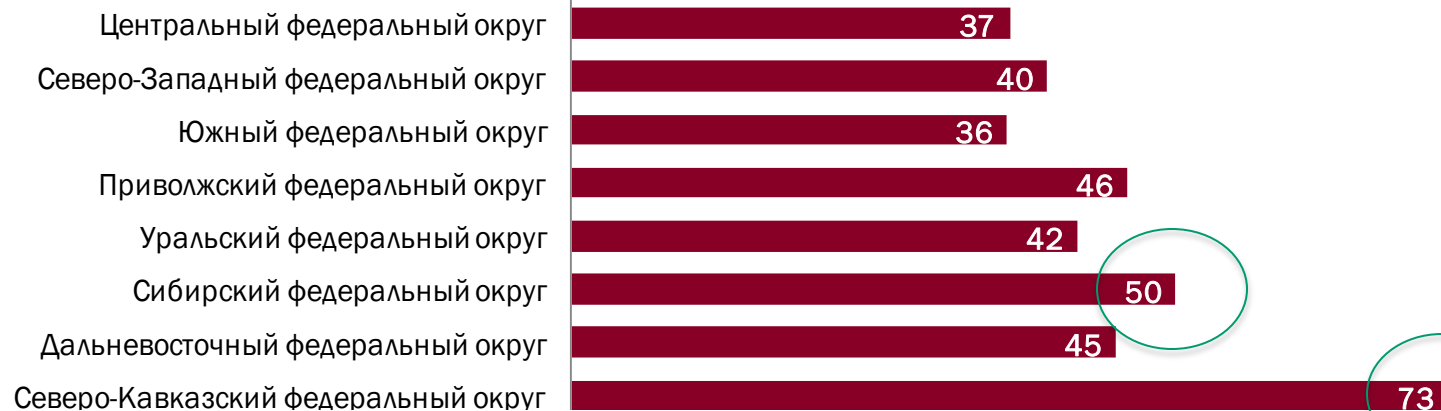


Мужчины

45%

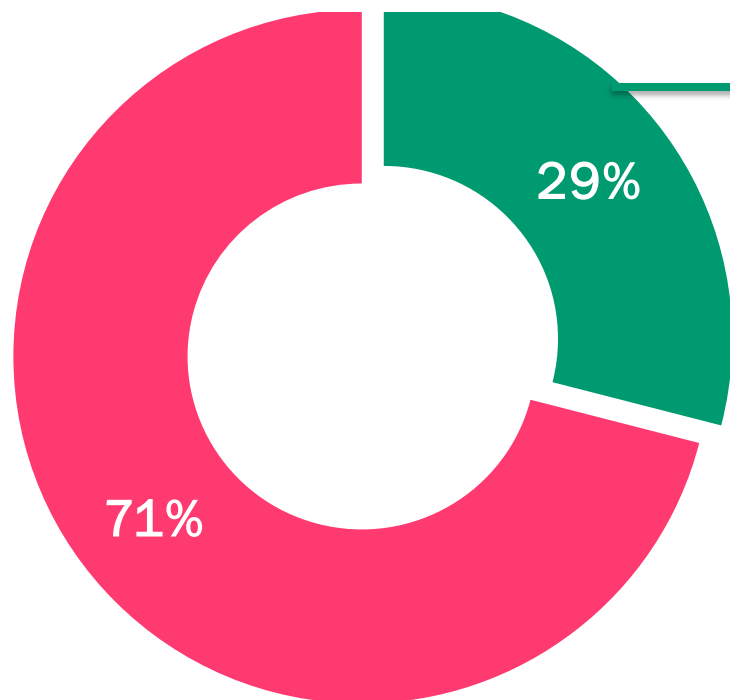


Больше всего не готовы совершать покупки в Северо-Кавказском ФО и Сибири



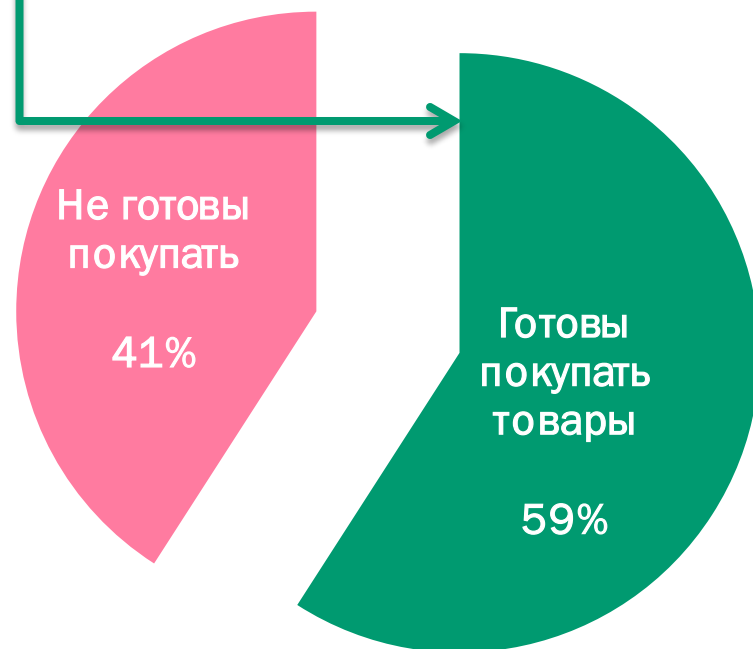
Потенциал рынка





■ Есть опыт покупок ■ Нет опыта покупок

30% - активная потенциальная аудитория.
У них нет опыта, но они готовы совершать покупки



Портреты. Высокий уровень лояльности – 30%

Возраст

25-34 года

66%



Образование

Не имеют В/О

65%



Материальное
Положение

Средний достаток

55%



54%

Женщины

Пол



28%

Менее 100 тыс.

Населенный
пункт



Имели опыт покупок и будут продолжать совершать покупки

26%

Не имели опыта покупок, но готовы их совершать

30%

3%

Имели опыт покупок, но не хотят их больше совершать

43%

Не имели опыта покупок, и не готовы их совершать





Спасибо за внимание!

**По всем вопросам обращаться
к Анне Дужниковой**

web@wciom.ru