

# АЗИАТСКИЙ РИТЕЙЛ, CHINA БЕЗ ЦЕРЕМОНИЙ



**Анна Блинова**

Директор по стратегии  
**Mediasystem**



**Елизавета Сорокина**

Директор по электронной  
Коммерции **era**

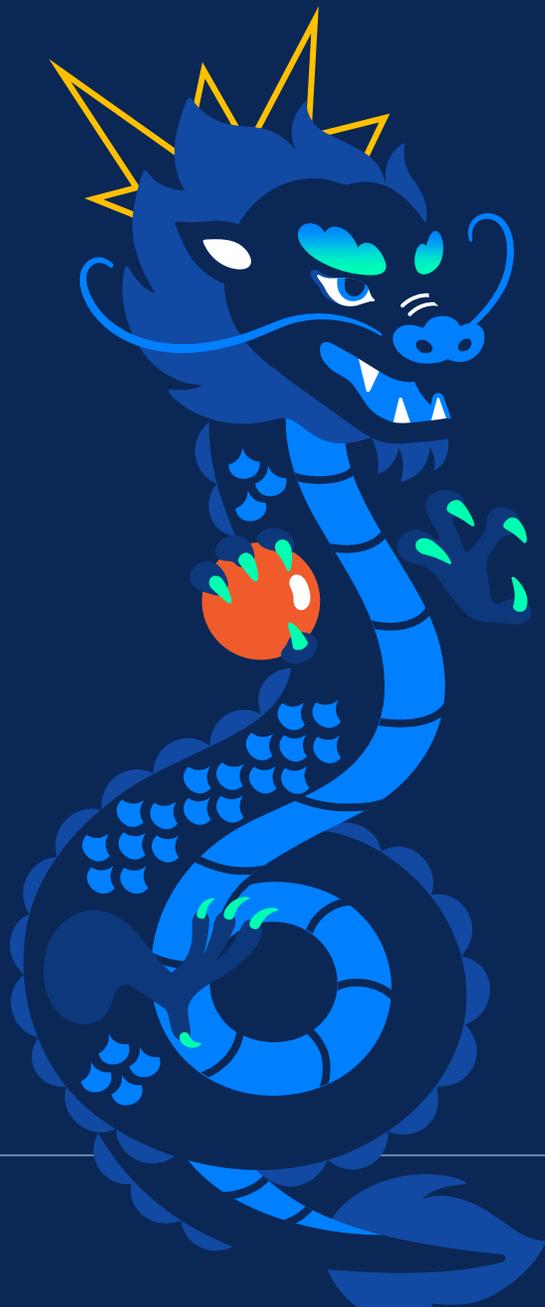
КОНФЕРЕНЦИЯ

**group4media**

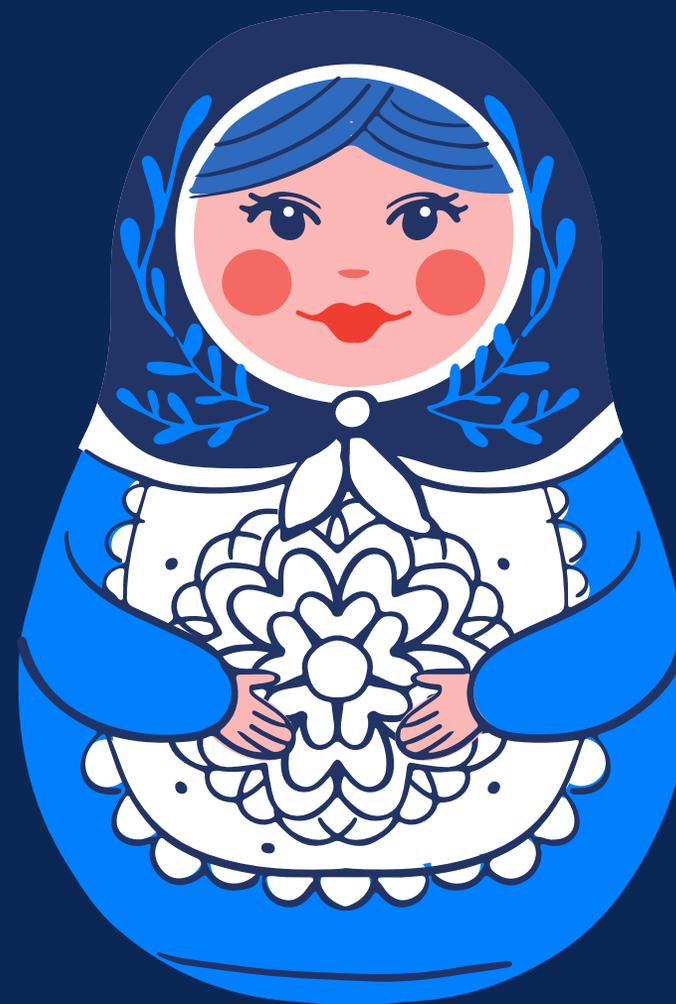
РЕЗУЛЬТАТ КАК ОБРАЗ МЫШЛЕНИЯ



**КИТАЙ**



group4media



**РОССИЯ**

# КИТАЙ – ЭТО

group4media

# 50%

Мирового рынка  
e-commerce

**32%**

мирового  
производства

**80%**

молодых китайских  
потребителей –  
онлайн-шопоголики

**Шоппинг**

удовольствие,  
а не бытовая  
задача



# ДИДЖИТАЛ ПРОНИЗАН ШОППИНГОМ

group4media

ТОЛЬКО КОНТЕНТ И ОБЩЕНИЕ

+ ВОЗМОЖНОСТЬ ПОКУПКИ

SOCIAL											
VIDEO											
STREAMING											
E-COM											



# СТРУКТУРА РЫНКА КИТАЯ ОТЛИЧАЕТСЯ

group4media

## РОССИЯ: МАРКЕТПЛЕЙСЫ ДОМИНИРУЮТ



## КИТАЙ: ДЕНЬГИ ПЕРЕТЕКАЮТ ИЗ МАРКЕТПЛЕЙСОВ В SOCIAL COMMERCE



# SOCIAL COMMERCE ЗАВОЕВЫВАЕТ ДОЛЮ РЫНКА

group4media



45%

Динамика доли лидеров рынка, объем продаж



39%



## МАРКЕТПЛЕЙСЫ

JD.COM

17%

Pinduoduo

14%



19%

17%

14%

Pinduoduo



SOCIAL  
COMMERCE

Социальное  
взаимодействие

---

СЛИЯНИЕ  
E-COMMERCE  
И SOCIAL MEDIA  
В ЕДИНОМ КОНТУРЕ



Покупка

---



**ВСЕ  
ОПРЕДЕЛЯЕТ**

group4media



**“Можно только по ошибке  
купить, но нельзя по  
ошибке продать”**

**КУЛЬТУРА**

# ГЛАВНЫЕ ДРАЙВЕРЫ РАЗВИТИЯ SOCIAL COMMERCE В КИТАЕ

group4media



# 無聊

СКУКА

[Wúliáo]

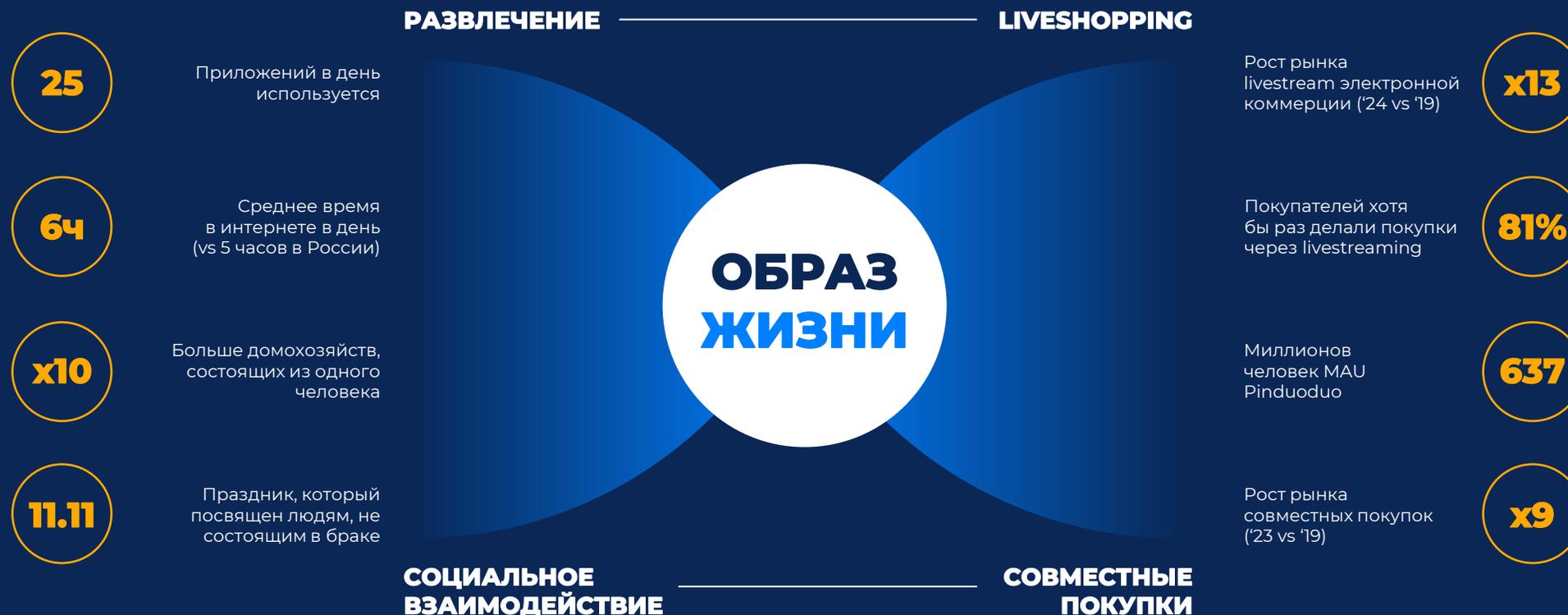
# 孤獨

ОДИНОЧЕСТВО

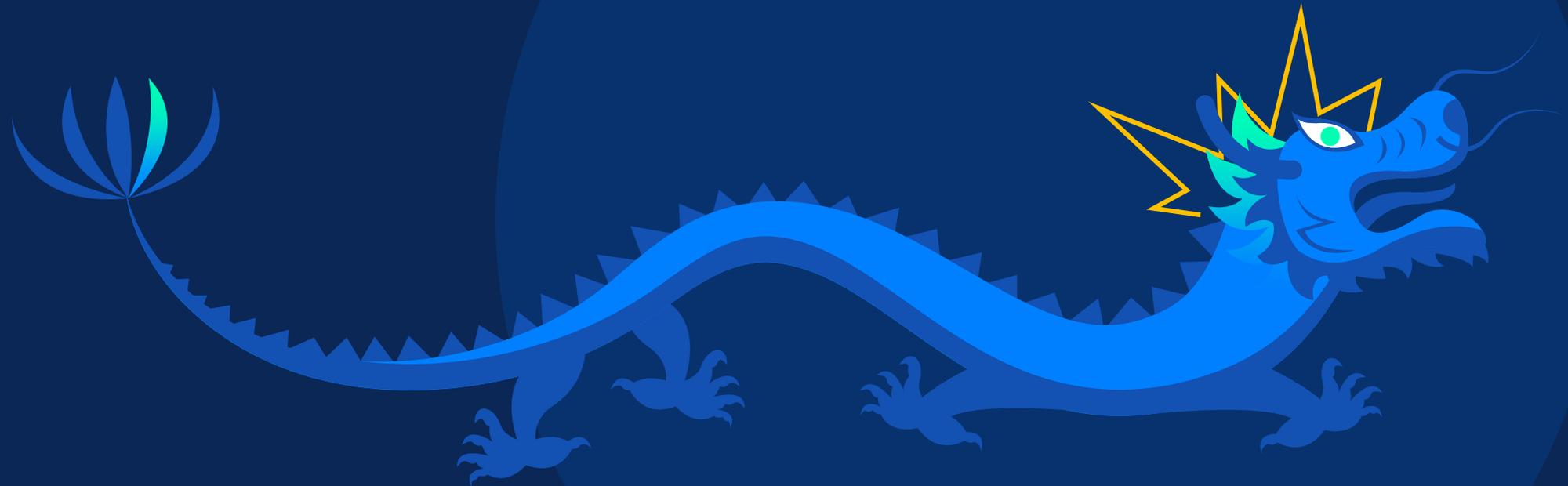
[Gūdú]

# СКУКА И ОДИНОЧЕСТВО ФОРМИРУЮТ ОПРЕДЕЛЕННЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ

group4media



# LIVE SHOPPING



# КАК УСТРОЕН LIVE SHOPPING

group4media



## ДЕМОНСТРАЦИЯ ТОВАРА СТРИМЕРОМ

Стример демонстрирует товар, отвечает на вопросы пользователей и может показывать его по их просьбе определенным образом, раздавать промокоды и подарки



## ССЫЛКА НА ТОВАР

Во время стрима при показе определенного товара на экране появляется ссылка на него (текстовая и в формате баннера) В стриме может быть более одного товара



## КАРТОЧКА ТОВАРА

При переходе по ссылке / баннеру пользователь видит описание продукта в рамках платформы



## ПОКУПКА И ОПЛАТА

При нажатии на кнопку «Купить» пользователь выбирает необходимые параметры и оплачивает покупку, не выходя из приложения, через Alipay, WePay или банковские данные внутри приложения



# “ЛЕГОК ПОДАРОК, ДА ДОРОГО ВНИМАНИЕ”

group4media

ТЩЕСЛАВИЕ

ЩЕДРОСТЬ

ТЩЕСЛАВИЕ

ЩЕДРОСТЬ

ТЩЕСЛАВИЕ

ЩЕДРОСТЬ



# СОВМЕСТИМЫЕ ПОКУПКИ



# “ЕСЛИ ТРОЕ БУДУТ ЕДИНЫ, СДЕЛАЮТ ЗОЛОТО ДАЖЕ ИЗ ГЛИНЫ”

group4media



## ВЫБОР ТОВАРА И ВЫГОДА

Покупатель  
выбирает товар  
покупки

**24 999 руб.**

Цена

**19 230 руб.** -30%

Цена



## СОЗДАНИЕ СООБЩЕСТВА

Покупатель  
создает группу  
или вступает  
в существующую



## СБОР УЧАСТНИКОВ

Инициатор группы  
приглашает  
участников  
и общается с ними



## ОПЛАТА И ДОСТАВКА

Инициатор группы  
подтверждает заказ  
и все покупатели  
оплачивают

# ДОП. ЗВЕНО = ДОП. ЦЕННОСТЬ ДЛЯ ВСЕХ

group4media

→ КАК РАБОТАЮТ  
МАРКЕТПЛЕЙСЫ



→ КАК РАБОТАЕТ  
PINDUODUO



- Ниже цены
- Больше отзывов
- Социализация
- Интерактив

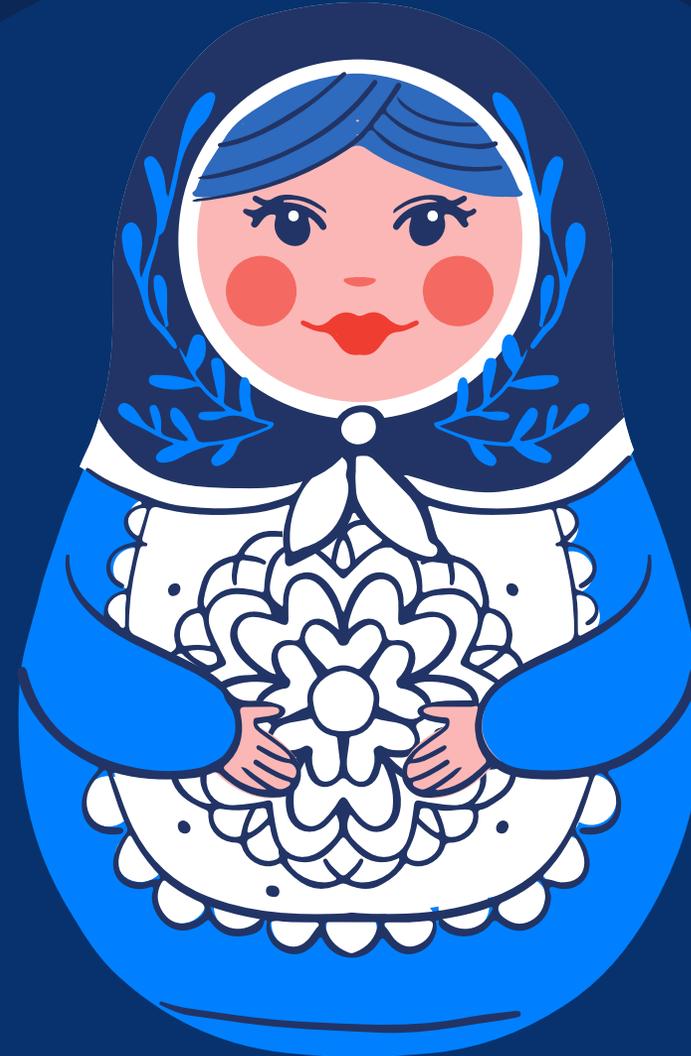
- Меньше издержек
- Шире база клиентов
- Рост узнаваемости товаров



ВЫГОДА И КОЛЛЕКТИВНОЕ БЛАГО

# А ЧТО В РОССИИ?

group4media



# ШОППИНГ ЕЩЕ НЕ ПРОНИК В ДИДЖИТАЛ-ПЛАТФОРМЫ

group4media

## ТОЛЬКО КОНТЕНТ И ОБЩЕНИЕ

## + ВОЗМОЖНОСТЬ ПОКУПКИ

SOCIAL													
VIDEO													
ОНЛАЙН КИНОТЕАТРЫ													
E-COM													



Компания Meta (Whatsapp, Facebook, Instagram) признана в РФ экстремистской организацией и запрещена

# РОССИЯНЕ ИСПЫТЫВАЮТ БЛАГОДАРНОСТЬ ЗА ПОЛЕЗНЫЙ И НАТИВНЫЙ КОНТЕНТ

group4media



## НАВЯЗЧИВОСТЬ

НАТИВНОСТЬ

65%

Россиянам неприятна любая навязчивая реклама  
Товар ≠ Контент, товар – часть контента

## ТЩЕСЛАВИЕ И ЩЕДРОСТЬ

БЛАГОДАРНОСТЬ

36%

Россияне готовы платить  
за уникальный и интересный материал

Анкетолог, Готовы ли россияне платить блогерам.

# А СООБЩЕСТВО ПОКУПАТЕЛЕЙ – ИСТОЧНИК НЕ ТОЛЬКО ВЫГОДЫ, НО И **ОСНОВА ДОВЕРИЯ**

group4media

**ВЫГОДА**



ВЫГОДА

**56%**

Россиян склонны считать себя экономными  
в повседневной жизни

**СТРЕМЛЕНИЕ К ОБЩЕМУ БЛАГУ**



ДОВЕРИЕ К ГРУППЕ



Шкала «Индивидуализм»  
Хофстеде



ГРУППА ЛЮДЕЙ

=

ЗНАК КАЧЕСТВА

=

**ДОВЕРИЕ**

# РАЗВЛЕЧЕНИЕ И СОЦИАЛЬНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ — УНИВЕРСАЛЬНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ



# НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ЕСТЬ ТЕНДЕНЦИЯ К РАСШИРЕНИЮ ФУНКЦИОНАЛА ПЛАТФОРМ

group4media

## ТАМ, ГДЕ ЛЮДИ СОВЕРШАЮТ ПОКУПКИ

МАГАЗИНЫ

МАРКЕТПЛЕЙСЫ

QUICK COMMERCE

Развлечения и социальное  
взаимодействие = новая ценность



## ТАМ, ГДЕ ЛЮДИ ОБЩАЮТСЯ И РАЗВЛЕКАЮТСЯ

СОЦСЕТИ

ВИДЕО

МЕССЕНДЖЕРЫ

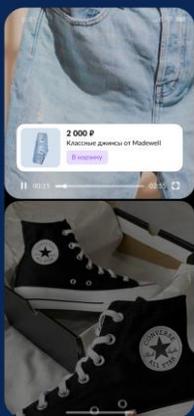
Интеграция функции покупки  
для усиления вовлечения

# ТАМ, ГДЕ ЛЮДИ СОВЕРШАЮТ ПОКУПКИ ТОВАР СТАНОВИТСЯ КОНТЕНТОМ

group4media

## ТОВАР ЛИЦОМ В СТИЛЕ ЛЕНТЫ СОЦСЕТЕЙ

Лента продуктовых видео / изображений с возможностью перехода в магазин / к продавцу



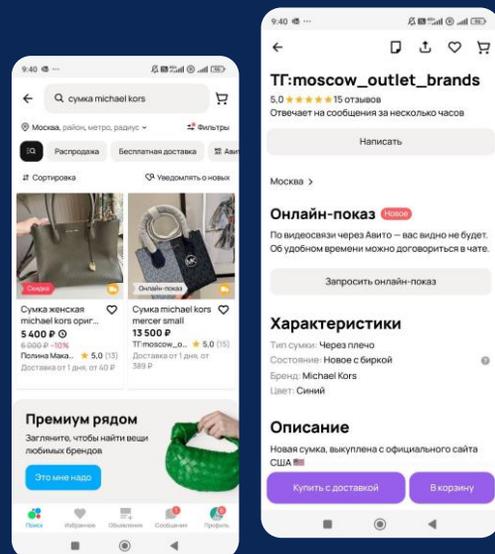
ЯНДЕКС  
РИТМ



АВИТО  
ВИДЕОЛЕНТА

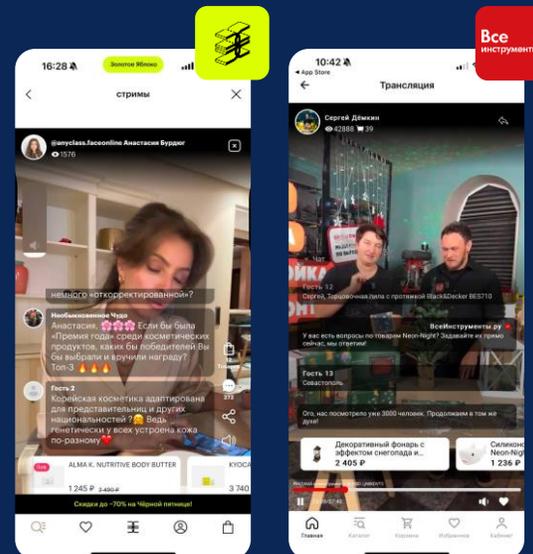
## ОНЛАЙН ПОКАЗ ТОВАРА

В дополнение к функции чата в Авито появилась функция видеозвонка



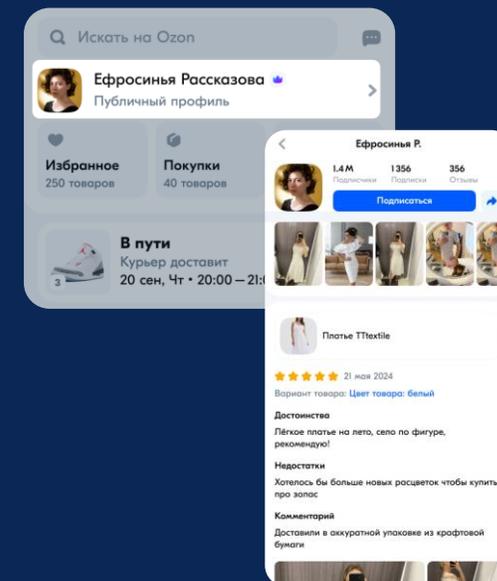
## ТЕМАТИЧЕСКИЕ ЛАЙВСТРИМЫ

Тематические эфиры с экспертами бренда и ассортиментом продуктов



## ОТЗЫВЫ О ТОВАРЕ ПРИБРЕТАЮТ ЛИЦО

Ozon тестирует публичные профили



# ТАМ, ГДЕ ЛЮДИ ОБЩАЮТСЯ И РАЗВЛЕКАЮТСЯ: КОНТЕНТ ОТ БЛОГЕРОВ ПРОДОЛЖАЕТ ПРОДАВАТЬ

group4media

## РЫНОК БЛОГЕРОВ РАСТЕТ

# +42%

По итогам 2024 года  
объём рынка инфлюенс-  
маркетинга вырастет

# 64%

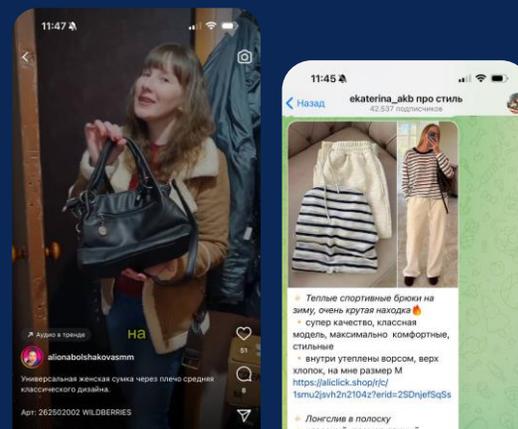
Россиян покупали товары или  
пользовались услугами, которые  
рекламировали блогеры

## СТМ ОТ БЛОГЕРОВ

Блогеры продолжают создавать  
собственные FMCC продукт.  
Бренды начинают выходить  
в большее количество сегментов



## РАЗВИВАЕТСЯ «ПРОДУКТОВОЕ» LIFESTYLE НАПРАВЛЕНИЕ



## РИТЕЙЛ ОЦЕНИВАЕТ ЭФФЕКТ БЛОГЕРОВ НА ПРОДАЖИ

X5BLOGGER

Активно до 12.12.2023  
Перекрёсток - 20% скидка на первый  
заказ из приложения

Блогеры Подробнее

20	1 250	50	1 000
Откликов на модерации	Всего откликов	Креативов на модерации	Публикаций подтверждено

Статистика Подробнее

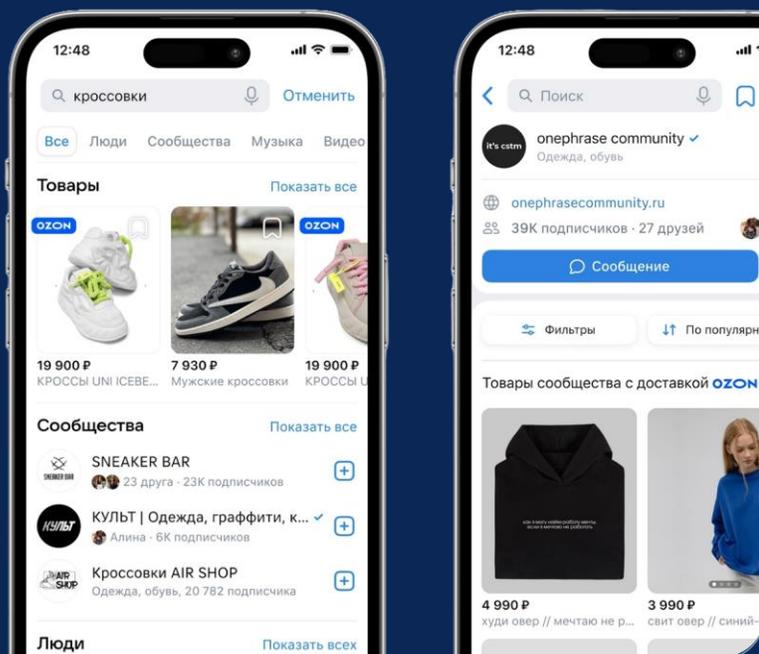
3 250	12 250	1 250	1 020 113
Публикаций	Переходов	Конверсий	Охват аудитории

# ТАМ, ГДЕ ЛЮДИ ОБЩАЮТСЯ И РАЗВЛЕКАЮТСЯ: РАЗВИВАЮТСЯ ФОРМАТЫ ПОКУПКИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

group4media

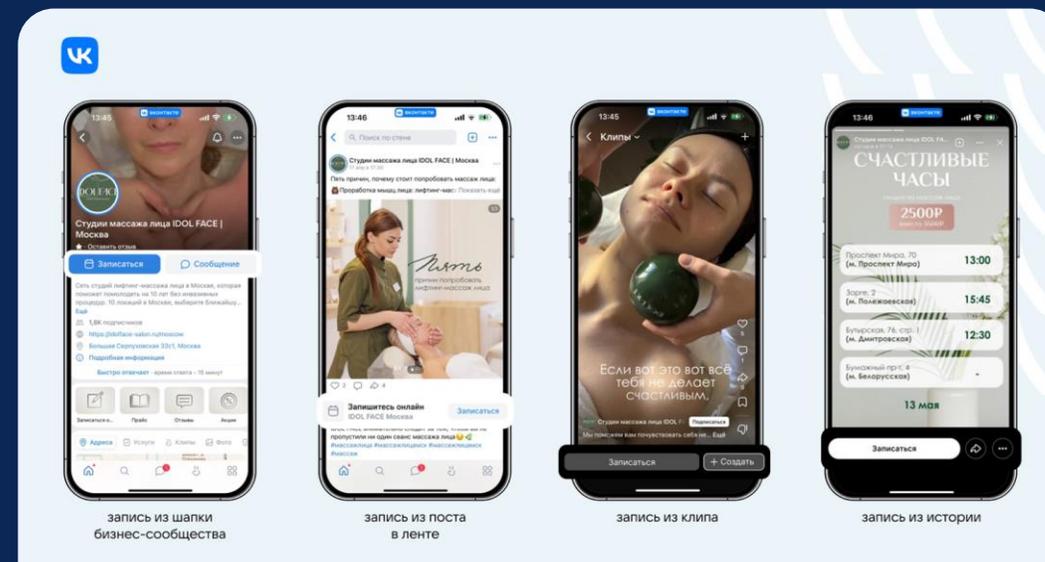
## ИНТЕГРАЦИЯ OZON И VK

Пользователи  
ВКонтакте могут  
бесшовно совершать  
покупки с Ozon  
внутри соцсети



## ИНТЕГРАЦИЯ YCLIENTS И VK

Пользователи ВКонтате могут записываться  
на услуги напрямую из соцсети



# ЕСТЬ ЛИ У SOCIAL COMMERCE ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ?

group4media

ДЕФИЦИТ  
КАЧЕСТВЕННОГО  
ИНВЕНТАРЯ



СОЦИАЛЬНОЕ  
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ



ПОКУПКА



ПРЕДПОЧТЕНИЯ  
МОЛОДОГО  
ПОКОЛЕНИЯ

# ЧТО МОЖНО ДЕЛАТЬ УЖЕ В 2025?

group4media

## ТАМ, ГДЕ ЛЮДИ СОВЕРШАЮТ ПОКУПКИ

МАГАЗИНЫ

МАРКЕТПЛЕЙСЫ

QUICK COMMERCE

Развлечения и социальное  
взаимодействие = новая ценность

- Строить продуктовый storytelling по всем точкам касания в ритейле
- Задействовать новые пространства для общения покупателей бренда
- Активировать “Новый Вовлекающий Охват” для брендов



## ТАМ, ГДЕ ЛЮДИ ОБЩАЮТСЯ И РАЗВЛЕКАЮТСЯ

СОЦСЕТИ

ВИДЕО

МЕССЕНДЖЕРЫ

Интеграция функции покупки  
для усиления вовлечения

- Активировать shoppable форматы
- Развивать сообщества ранних последователей бренда через активацию блогеров
- Задействовать весь потенциал блогеров через контент про продукт и покупательский опыт