

ИНСТИТУТ ТРЕНИНГА
TRAINING INSTITUTE



Интернет-экономика: Возможности, тенденции и эффективные практики

Содержание



1 Динамика развития интернет-экономики

2 Возможности Интернета для бизнеса

3 Тенденции интернет-экономики

4 Действия «раз, два, три»

Вклад интернет-экономики в ВВП



Доля в ВВП

Объем

МИР



3,4%

>\$2,2 трлн.

РФ



1,8%

>\$25 млрд.

Доля РФ в мировом ВВП – 2,2%
Доля РФ в мировой интернет-экономике – 1,1%

Динамика развития интернет-экономики

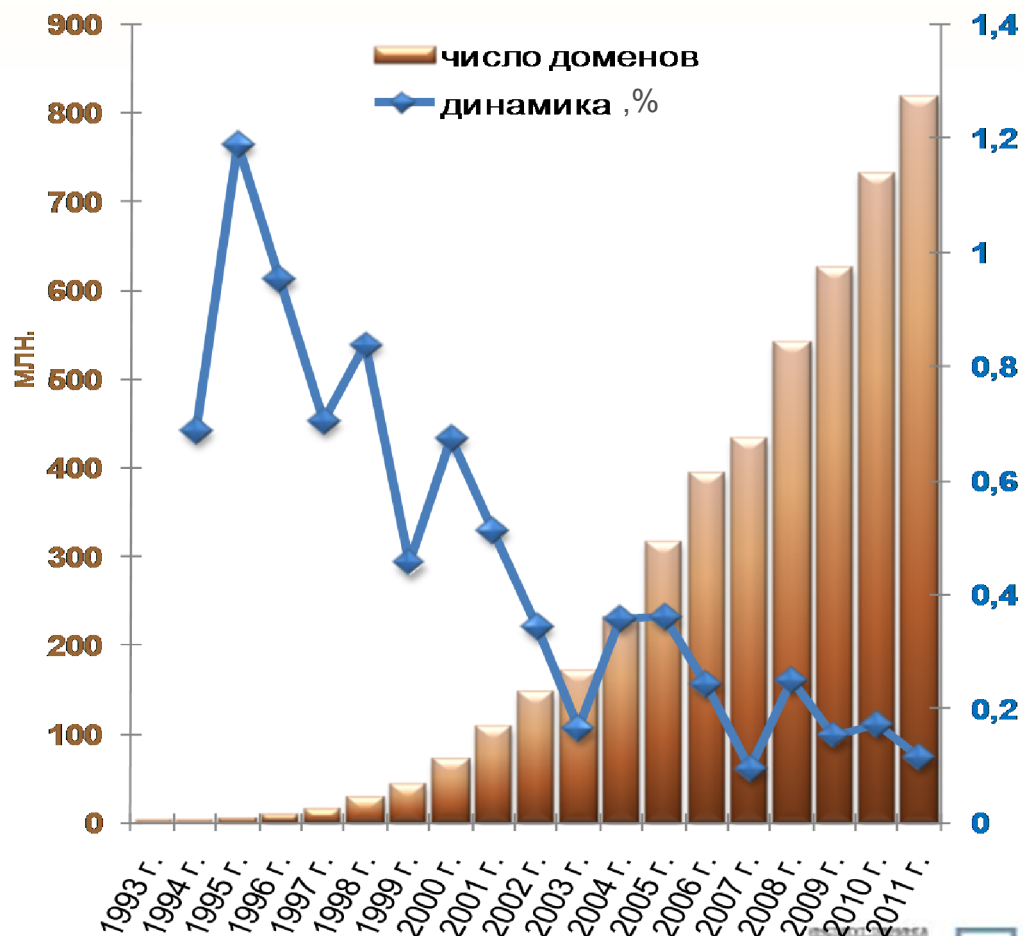
Динамика готовности стран на уровне государства к интернет-активности, 2005–2010 гг.

Страна	2005	2010	2012
Юж.Корея	5	1	1
Нидерланды	12	5	2
Великобритания	4	4	3
Дания	2	7	4
США	1	2	5
Франция	23	10	6
Швеция		12	7
Норвегия	10	6	8
Финляндия		19	9
Сингапур		11	10
Казахстан	65	46	38
Украина	48	54	68
РФ	50	59	27

- В концепцию развития российского рынка образования до 2020 включены нормативы по компьютеризации, дистанционному образованию, созданию электронных библиотек и других интернет-нормативов
- В проекте стратегии развития торговли в РФ до 2020 указаны целевые показатели по росту доли интернет-ритейла в РФ
- В ICANN готовятся документы с обоснованием запуска доменов **.MOSCOW**, **.МОСКВА** и **.ДЕТИ**.
Рассмотрение одной заявки – ок.\$185 тыс
- На март 2012 число доменов
 - в зоне **.RU** - более 3,7 млн.
 - в зоне **.РФ** – ок. 800 тыс.

Динамика развития интернет-экономики

Динамика зарегистрированных доменных имен





Тенденции интернет-экономики, РФ

1. **Растет доля пользователей**, использующих Интернет не только как средство коммуникации и получения информации, но и как канал **приобретения товаров и услуг**
2. Растет **число покупателей в возрасте старше 45 лет**
3. Основной **двигатель** интернет-экономики России – **сектор услуг**
4. **Нарастает прямая конкуренция ритейлеров и производителей** за потребителя. Все больше производителей будут продавать напрямую B2C через запуск собственных интернет-магазинов
5. Растет число **бесплатных сервисов для интернет-магазинов**
6. **Управление Life Time Value – фокус управления отношениями с клиентами**
 - Увеличение точек контакта с клиентом
 - Краудсорсинг

ИНСТИТУТ ТРЕНИНГА
TRAINING INSTITUTE

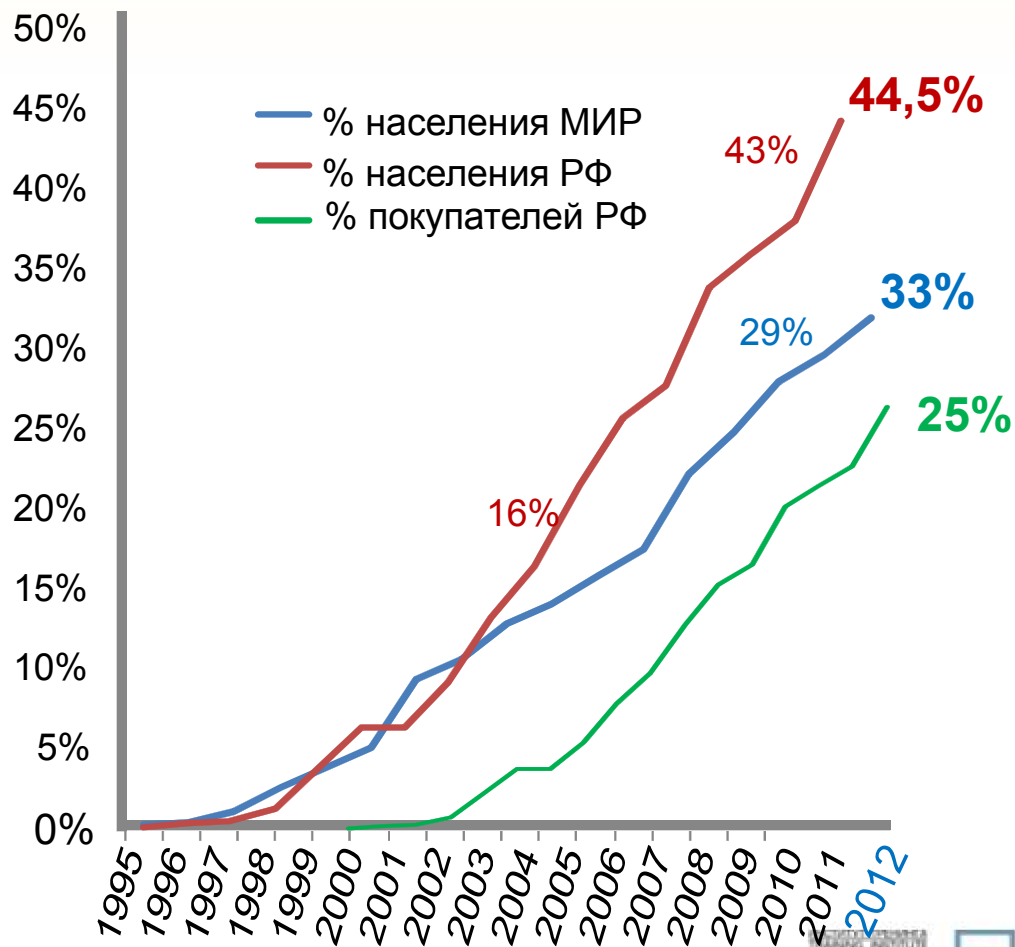


1. Растет доля пользователей, использующих Интернет не только как средство коммуникации и получения информации, но и как канал приобретения товаров и услуг

1. Растет доля пользователей, использующих Интернет, как канал приобретения/получения товаров и услуг



Динамика интернет-пользователей



1. Растет доля пользователей, использующих Интернет, как канал приобретения/получения товаров и услуг

Факторы

Развитие и ▲
безопасности
электронных
платежных
систем

Рост числа точек
продаж
(f-commerce)

Проникновение
Интернета в
регионах

Появление новых
типов игроков и
выгодных предложений

Стиль жизни
поколения Y

Рост мобильности
населения и числа
точек подключения
(мобайл, ТВ, e-
readers)

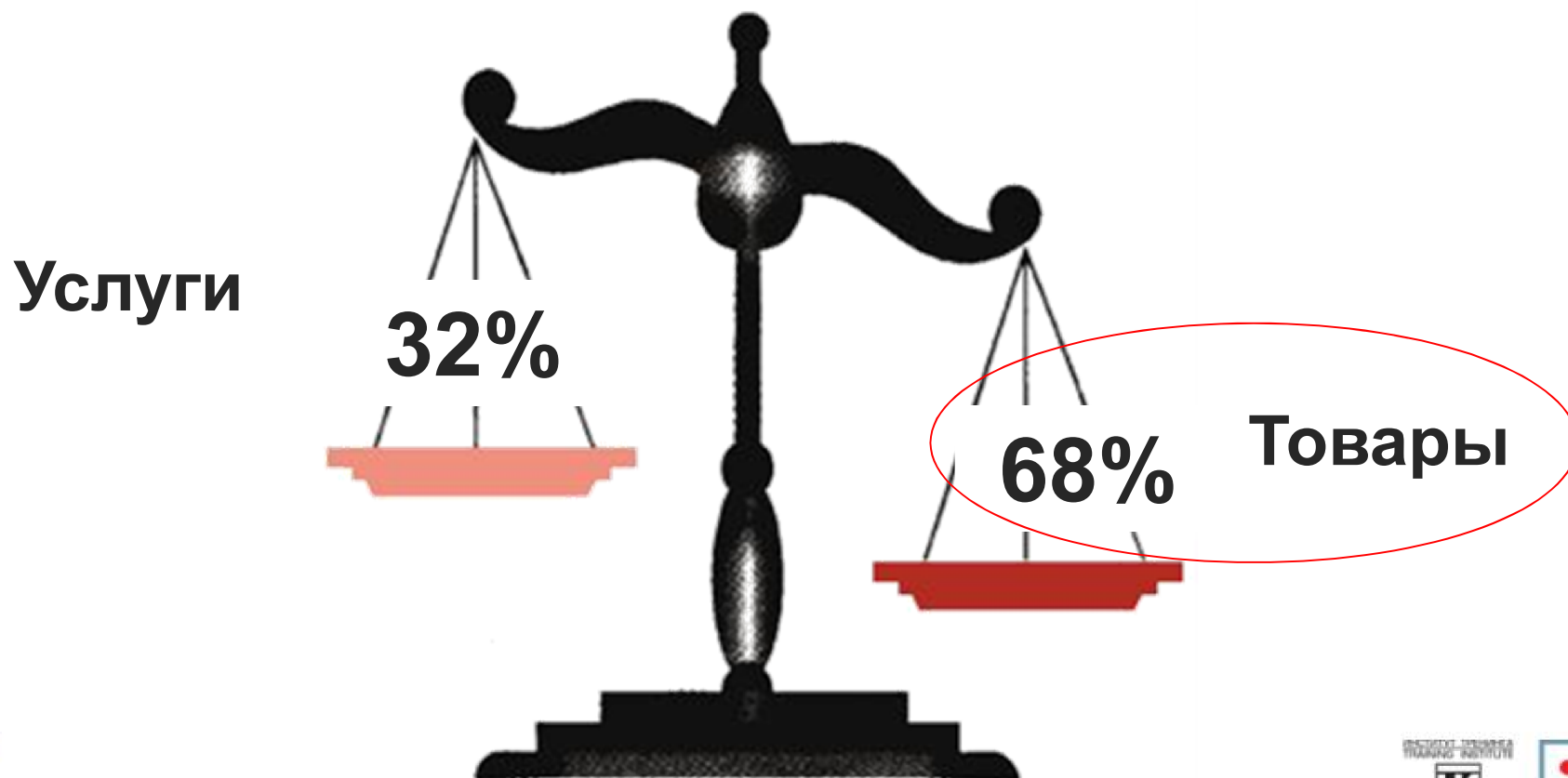
Рост **числа задач**, решаемых
человеком в единицу времени в
быту и на работе - дефицит
времени у более старшего
поколения

2. Растет доля покупателей в возрасте старше 45 лет

Интернет-магазин	Специализация	Доля покупателей в возрасте старше 45 лет
Potpourri Group	Одежда, подарки и цветы	61%
Orchard Brands	Одежда и аксессуары	60%
Christopher & Banks	Одежда и аксессуары	59%
OmahaSteacks.com	Продукты питания, лекарства	58%
Miles Kimball	Товары для дома	58%
AmeriMark Direct	Одежда и аксессуары	58%
Lancome-USA.com	Красота и Здоровье	58%
Coldwater Creek	Одежда и аксессуары	58%
FTD Group	Цветы и подарки	57%
Drs.Foster and Smith	Товары для животных	54%
Jewelry Television	Ювелирные изделия	54%
American Greetings	Цветы и подарки	54%
Cooking.com	Продукты питания, напитки	54%
Lakeside Collection	Товары для дома	54%
Replacements	Товары для дома, одежда	53%

3. Основной двигатель интернет-экономики России – сектор услуг

Структура российской интернет-экономики.
Общий рынок – \$25 млрд



3. Основной двигатель интернет-экономики России ближайшие 5 лет – сектор услуг – оплата и заказ

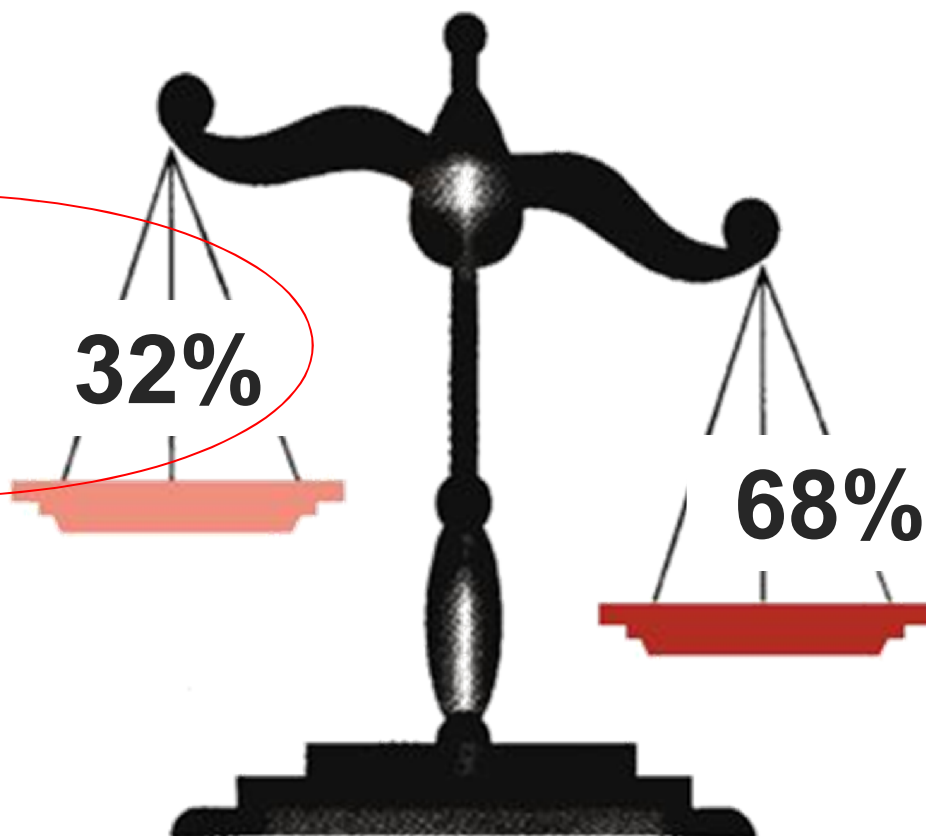
ТОВАРЫ	2011 год
Бытовая, фото электроника, смартфоны	34%
Книги, CD, DVD	19%
Одежда и Обувь	12%
Красота и уход	7%
Игры, игрушки, товары для хобби	7%
Стройтовары, профоборуд-ние, DIY	6%
Товары для дома, кухни, сада	4%
Витамины и БАД	2%
Продукты питания и напитки	2%
Электротовары	0,3%
Хоз.товары	0,2%
Другое	6%

3. Основной двигатель интернет-экономики России – сектор услуг

Структура российской интернет-экономики.
Общий рынок – \$25 млрд

Услуги

32%



Товары

3. Основной двигатель интернет-экономики России ближайшие 5 лет – сектор услуг – оплата и заказ



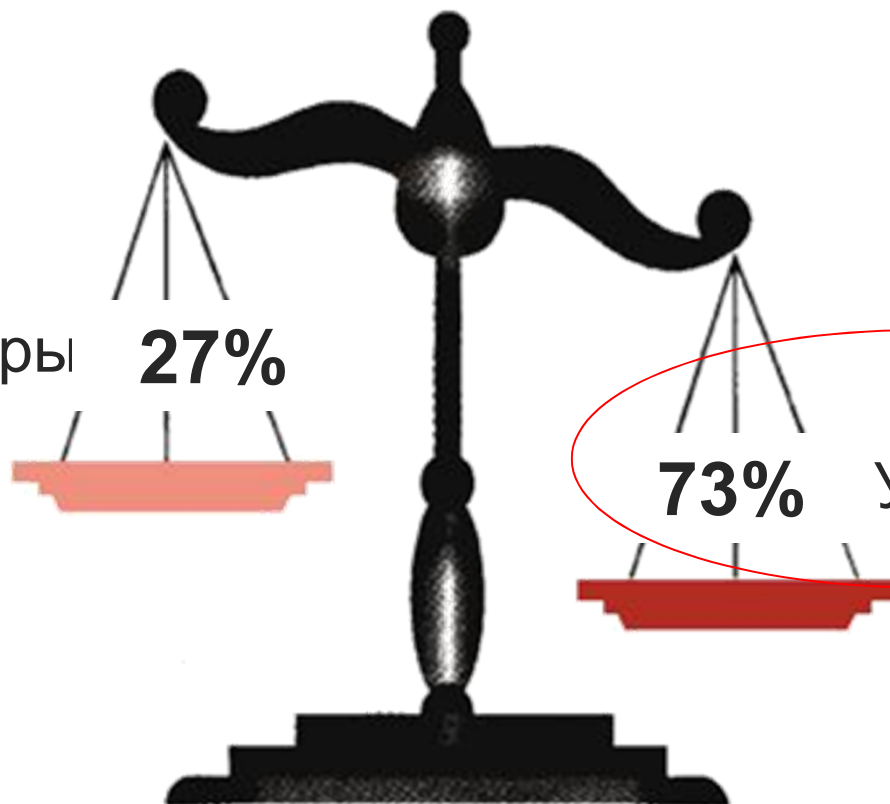
УСЛУГИ	2011 год
Онлайн туризм (билеты, отели)	\$4,6 млрд.
Дистанционное образование и обучение	\$1,3 млрд
Онлайн игры	\$300 млн.
Пополнение счета телефона	\$46 млн
Погашение кредита	\$42 млн.
Услуги ЖКХ	\$40 млн
Бронирование столиков	>100 тыс
Запись на прием	> 1 млн.
Снять квартиру	> 1 млн.

3. Основной двигатель интернет-экономики России ближайшие 5 лет – сектор услуг – оплата и заказ

Структура мировой интернет-экономики

\$592 млрд

Товары **27%**



\$1,6 трлн.

3. Основной двигатель интернет-экономики России ближайшие 5 лет – сектор услуг



1. Туристические услуги (авиа/жд билеты, гостиницы, аренда авто, круизы, туры)
2. Банкинг (погашение кредита, денежный перевод и т.п.)
3. Музыка, видео, ПО
4. Игры
5. ЖКХ, мобильная связь и другие виды платежей
6. Образование
7. Услуги печати
8. Медицина
9. Бухгалтерия

Дистанционное обучение



Moscow Business School в сен.2011 -
запуск акции **«Моя мама тоже учится»** -
45% скидка на обучение по программе
MBA Start для мам, дистанционная форма

Позиционирование: MBS открывает
возможность современным мамам
продвигаться вверх по карьерной
лестнице и при этом иметь достаточно
времени для воспитания своего малыша



14 врачей-специалистов –
медицинский экспертный совет
портала **Baby Center Россия** –
публикуют тематические статьи и
отвечают на вопросы посетителей



«Наши эксперты – это акушер-гинекологи, неонатологи, педиатры, консультанты по грудному вскармливанию, и другие специалисты, чей опыт и советы помогут вам в течение вашей беременности и при уходе за малышом»

Структура интернет-ритейла по типам игроков, мир

Универсальные ритейлеры	221 421	37%
Компьютеры и электроника	99 654	17%
Одежда и аксессуары	96 433	16%
Товары для офиса	60 100	10%
Книги, музыка, видео	21 121	3,6%
Мебель, бытовая техника, товары для дома и сада	17 772	3,0%
Товары для красоты и здоровья	13 359	2,3%
Оборудование и техника для дома, сада, ремонта	12 297	1,8%
Товары для спорта	10908	1,3%
Игры, игрушки, товары для хобби	7 849	1,2%
БАД, лекарства, витамины	7 295	1,1%
Продукты питания	6 667	1,0%
Цветы и подарки	6 154	0,7%
Ювелирные изделия	4 349	0,6%
Автокомплектующие и аксессуары	3 462	0,5%
Товары для животных	2 679	0,0%
Другие (окна, лаки и краски и др.)	103	2,1%
ИТОГО	591 621	100,0%

Продажи товаров и услуг через Интернет

ТОВАРЫ



- динамика выручки
- динамика числа покупателей
- динамика уровня конверсии
- динамика среднего чека
- динамика лояльных покупателей
- динамика переходов с партнерских сайтов

УСЛУГИ



- динамика посетителей, зашедших на страницу «контакты»
- динамика посетителей, оставивших заявку, контакты
- число обращений после просмотра в Интернете
- динамика рекомендаций и упоминаний на сайте и на партнерских сайтах

4. Все больше производителей будут продавать напрямую B2C через собственные интернет-магазины



Из 1 000 крупнейших по выручке компаний в Интернете

Число интернет-магазинов производственных компаний, *доля*

11%

Выручка интернет-магазинов производственных компаний

~23%

4. Все больше производителей будут продавать напрямую B2C через собственные интернет-магазины



\$5,2 млрд.



\$116 млн.



\$4,8 млрд.

SONY

\$1,9 млрд.



ESTÉE LAUDER

\$107 млн.



\$12,5 млн.

Clinique – производитель ухаживающей косметики (США)



- Осенью 2011 г. запустил русскоязычный интернет-магазин

CLINIQUE

Проверено на аллергию. 100% без отдушек.

Войти · Рассылка · Помощь · В корзине: 0

▶ ДИАГНОСТИКА КОЖИ ▶ ПОЧЕМУ CLINIQUE ▶ СОВЕТЫ ЭКСПЕРТОВ И СЕЗОННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ▶ МАГАЗИНЫ И АКЦИИ

НОВИНКИ · 3-СТУПЕНЧАТАЯ СИСТЕМА · **УХОД ЗА КОЖЕЙ** · МАКИЯЖ · АРОМАТЫ · МУЖСКАЯ ЛИНИЯ · СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЯ · Поиск **ПЕРЕЙТИ**

[Главная](#)

Уход за кожей

- Средства для снятия макияжа и очищение >
- Отшелушивание и маски >
- Сыворотки >
- Увлажняющие средства >
- Уход за кожей вокруг глаз и губами >
- Уход за телом >
- Защита от солнца и автозагары >
- Антивозрастной уход >
- Прыщи >
- Покраснения >
- Расширенные поры >
- Тусклость >
- Неровный тон кожи >

При покупке сыворотки Even Better Clinical Dark Spot Corrector

Увлажняющий крем Even Better Skin Tone Correcting Moisturizer SPF 20(15мл) в ПОДАРОК*

Промо-код не требуется

КУПИТЬ



МОЙ CLINIQUE

Специализированный ритейлер vs. производитель



Розн. цена – 1905 руб.

Цена в ИМ – 1 429 руб.

Доставка по Москве – 150 руб. при сумме покупок от 1000 руб. до 1999 руб.

Бесплатная доставка при сумме заказа от 3 000 руб.



Парфюм
Clinique Happy,
30 мл



Цена в ИМ – 1 850 руб.

Доставка по Москве – 250 руб.

Бесплатная доставка при сумме заказа от 3 000 руб.

P&G – производитель товаров FMCG



- В мае 2010 г. запустил интернет-магазин eStore

- **Ассортимент:**
вся линейка продукции
P&G – свыше 50 брендов

Welcome to the eStore

Designed with you, for you. Your opinion matters. To help us improve, [tell us what you think](#).

FREE SHIPPING on orders over \$25
\$6 FLAT RATE ON ALL OTHER ORDERS

WOMEN | MEN | HEALTH | BABY | PETS | HOME CARE | GIFT GUIDE

Discover the secrets of convenience with P&G Timesaver products.

Shop by: Brands | New Arrivals | Special Offers

eStore featuring P&G brands

ESTORE TIMESAVER REVEAL MORE SHINE

Swiffer WETJET

Swiffer Wet Jet Starter Kit

★★★★★

ADD TO CART

\$21.99

COVERGIRL Women

Gillette Men

Pampers Baby

Crest Health

Tide Home Care

IAMS Pets

ESTORE TIMESAVER THE SECRETS OF CONVENIENCE REVEALED

Discover how you can save time, money & effort with P&G products.

NEW! Fuziwin PROGLIDE STYLER

Get precision styling with our all new 3-in-1 power groomer.

Get your P&G Favorites, even the hard-to-find items, delivered to your door.

Специализированный ритейлер vs. производитель



Walgreens

Цена в ИМ – \$6,49

Доставка – \$5,49

Бесплатная доставка при сумме заказа от \$25



Шампунь
Pantene Pro-V
Natural Fusion

eStore

Цена в ИМ – \$6,99

+ в подарок пробники
Dawn Power Clean (д/мытья
посуды) и Tide PODS (д/стирки)

Доставка – \$5

Бесплатная доставка при
сумме заказа от \$25

OZ3 LED – производитель светодиодных ламп и светильников (Австралия)



- В сент. 2011 г. запустил собственный интернет-магазин
- Ассортимент: лампы и осветительные приборы – для домашнего и промышленного использования

The screenshot shows the OZ3 LED website interface. At the top, the logo 'OZ3 LED' is displayed. Navigation links include HOME, CATALOGUE, MY ACCOUNT, VIEW CART, and BLOG. A search bar is present with a dropdown menu for 'All categories' and an 'Advanced search' button. On the right, there are links for 'Sign in or Register', 'Cart is empty', and 'Checkout'. The main content area features a 'CATEGORIES' sidebar with options like STRIP LIGHTING, FLOODLIGHTS, and GENERAL BULBS. The central banner promotes 'OZ3LED STRIPLIGHT KIT OFFERS INCLUDE...' with three featured products: '3528 White striplight kit', '5050 rgb OZ3 kit', and '3528 Colour striplight kit'. Each product has a 'SPECIAL OFFER' badge and a 'VIEW' button. A 'SHOPPING OPTIONS' sidebar is visible at the bottom left, and a 'MY ACCOUNT' sidebar is on the right.

Nissan – автопроизводитель (Япония)



- В марте 2012 г. запустил продажи автокомпонентов и аксессуаров через платформу eBay
- Бесплатная доставка, 1 год гарантии

The screenshot displays the eBay.co.uk website interface for the Nissan GB Official Store. At the top, the eBay logo and navigation links are visible. The main header features the Nissan logo and the text 'THE FEELING OF PARTS & ACCESSORIES'. Below this, there is a search bar with 'Model', 'Sort By', and 'Keywords' fields, and a 'SEARCH' button. The page is divided into several sections: a left sidebar with 'CAR PARTS' and 'ROUTINE MAINTENANCE' categories, a main content area with a large banner for 'NISSAN JUKE PERFORMANCE' featuring a car image, and three smaller category tiles for 'NISSAN PARTS', 'NISSAN WHEELS', and 'NISSAN ACCESSORIES'. At the bottom, it shows '510 results found in all categories' and options to 'View as: Gallery' and 'Sort by: Best Match'. A 'Portage to UK' link is also present in the bottom right corner.

Ключевые факторы успеха и возможности



Ключевые факторы успеха для производителей

Сильный бренд, эксклюзивный товар

Возможности для игроков рынка

Аутсорсинг (от логистики до управления интернет-магазином)

5. Управление Life Time Value



Непрерывное поддержание отношений с клиентами, в т.ч. благодаря интернет-технологиям

- **Увеличение точек контакта с клиентом - мультиканальная стратегия продвижения**
- **Краудсорсинг**

Управление Life Time Value – непрерывное поддержание отношений с клиентами



E-mail рассылка

В период между бронированием туристической путевки и непосредственно отъездом, клиент получает от компании несколько e-mail:

- Благодарность за подтверждение бронирования
- ТОП-10 мест, куда сходить, что посмотреть
- Советы, как комфортно перенести долгий полет
- Информация об отеле
- Информация об экскурсиях
- Советы о том, как сэкономить на путешествии
- Описание дороги в аэропорт
- Советы о том, что не забыть сделать перед отъездом: взять деньги и документы, покормить кота и пожелание хорошего отдыха



Управление Life Time Value – непрерывное поддержание отношений с клиентами



для
беременных
и мам

бесплатный
СМС сервис

получай СМС
поддержку
во время и после
беременности

- «СМС маме» – бесплатная СМС рассылка с полезной информацией о том, как заботиться о здоровье мамы и ребенка

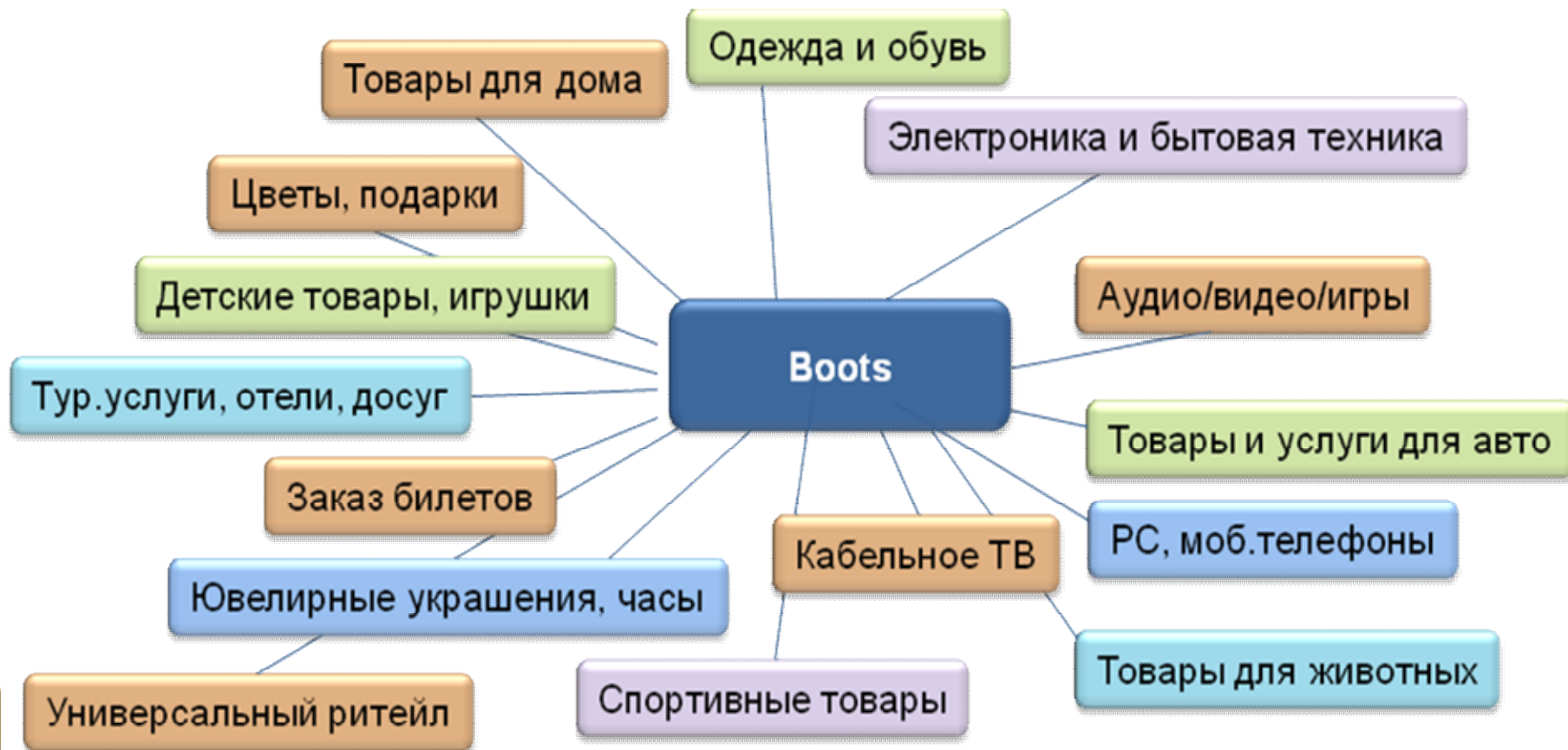


- Рассылка 2-3 раза в неделю в течение беременности и первый год после родов

Управление Life Time Value – непрерывное поддержание отношений с клиентами

Аффилированные порталы

Партнерская сеть интернет-аптеки Boots - >60 порталов
20 отраслей



Управление Life Time Value – непрерывное поддержание отношений с клиентами



Краудсорсинг



>2 млн. пользователей
из 160 стран
>10 000 решений и идей.

Все размещенные предложения каталогизируются и изучаются инженерами компании.

Fiat Mio - первый автомобиль, созданный с привлечением инструмента краудсорсинга



СБЕРБАНК

>100 тыс. пользователей
>2 500 идей за 1 месяц

В окт. 2011 г. запустил краудсорс-проект.

Задача:

обмен идеями и моделирование
будущего Сбербанка,
будущего России и будущего
краудсорсинга

Управление Life Time Value – непрерывное поддержание отношений с клиентами



Краудсорсинг

Опрос на сайте интернет-магазина Компании

Сколько вы готовы платить за экспресс-доставку товара(2-4 дня) в ваш регион?

- 500 рублей
- 800 рублей
- 1000 рублей
- 1500 рублей

Голосовать

Результаты

Управление Life Time Value – непрерывное поддержание отношений с клиентами



Краудсорсинг

Опрос на сайте интернет-магазина Компании

Сколько вы готовы платить за экспресс-доставку товара (2-4 дня) в ваш регион?

500 рублей

566 82.7%



800 рублей

46 6.7%



1500 рублей

44 6.4%



1000 рублей

28 4.1%



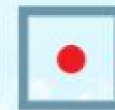
Управление Life Time Value – непрерывное поддержание отношений с клиентами



Выработаны 3 пути снижения стоимости доставки:

- Смена поставщика по доставке
- Доставка в регионы силами франчайзинговой сети «Экспедиция» данного региона
- Самовывоз из франчайзинговых магазинов

ИНСТИТУТ ТРЕНИНГА
TRAINING INSTITUTE



АРБ ПРО

Раз, два, три...
***Действия, направленные на
повышение отдачи портала
поставленным задачам***

1. Пишите на языке клиента. Избегайте специальных слов



Из раздела для частных клиентов интернет-провайдера:

..При использовании технологии "Оптика в каждый дом" (**FTTB - Fiber To The Building**) в каждое здание подается отдельная **оптическая магистраль** пропускной способностью 1 Гбит. Оптическое волокно заводится в дом, и подключается к устройству **ONU (Optical Network Unit)**. На стороне оператора связи устанавливается терминал оптической линии **OLT (Optical Line Terminal)**. OLT определяет параметры обмена трафика (например, интервалы времени приема/передачи сигнала) с абонентскими устройствами ONU..

1. Пишите на языке клиента. Избегайте специальных слов



ВРАЧИ

Цены на медицинские услуги

Аллерголог-иммунолог (прайс не полный)

Гастроэнтеролог (прайс не полный)

Акушер-гинеколог (прайс не полный)

Дерматовенеролог (прайс не полный)

Невролог (прайс не полный)

Онколог-маммолог (прайс не полный)

Отоларинголог (прайс не полный)

Офтальмолог (прайс не полный)

Проктолог (прайс не полный)

Психотерапевт (прайс не полный)

Пульмонолог (прайс не полный)

Терапевт (прайс не полный)



ПОТРЕБНОСТИ

Сдать анализы

Сделать прививку

Сделать УЗИ

Психологическая помощь

Пройти курс массажа

Услуги для детей

Услуги для беременных

Заказать сиделку для близких

Вызвать врача на дом

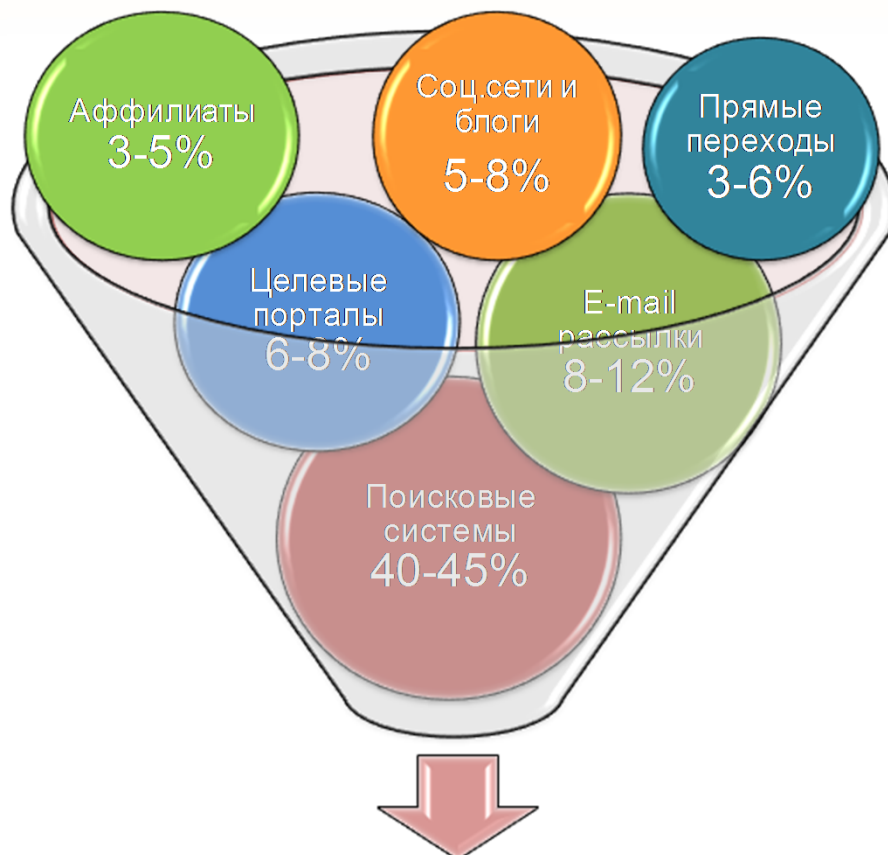
Профессиональные осмотры

2. Увеличивайте точки контакта с клиентами. Соблюдайте баланс источников трафика

Интернет-магазин	Специализация	Нормативы по доле пришедших из поисковых систем пользователей
Amazon.com	Универсальный ритейлер	37%
Staples	Товары для офиса	29%
Apple	Компьютеры и электроника	20%
Dell	Компьютеры и электроника	26%
Office Depot	Товары для офиса	37%
Walmart.com	Универсальный ритейлер	32%
Sears Holdings	Универсальный ритейлер	37%
Liberty Media	Универсальный ритейлер	26%
OfficeMax	Товары для офиса	36%
CDW	Компьютеры и электроника	36%

2. Увеличивайте точки контакта с клиентами. Соблюдайте баланс источников трафика

Целевые показатели трафика сайта



Посетители портала Компании
(в т.ч. с мобильных устройств)

3. Предлагайте не менее 4-х способов оплаты



4. Развивайте дополнительные продажи



Возле каждого SKU размещаем комбинацию из 3-х кнопок с услугами в зависимости от категории

Пример допродаж интернет-магазина подарков и гравировки

Придать
индивидуальность

Добавить открытку

Заказать
аудиоверсию на
красивой флешке

Посвятить стих или
музыкальную
композицию

Заказать необычную
упаковку

5. Используйте бесплатные сервисы

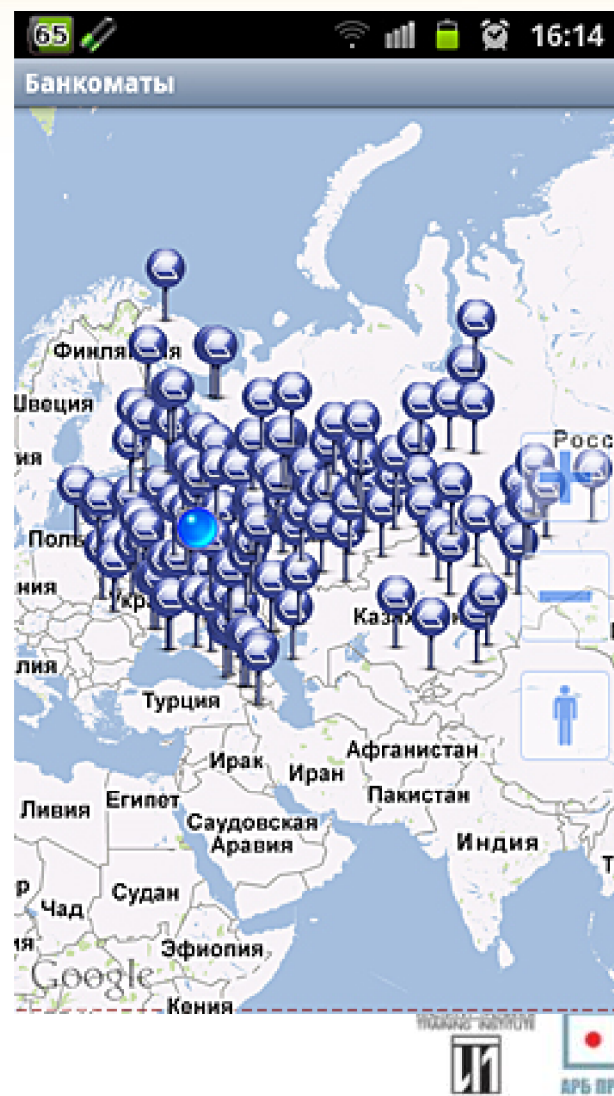


- **Яндекс Speller** - программа автоматического исправления ошибок
- **Яндекс-поиск по блогам** - следите за тем, что пишут Вас и о конкурентах
- **API Яндекс.Карт** – позвольте клиенту указать адрес (доставки, самовывоза и т.п.) на карте
- **Яндекс поиск по сайту** – посетитель сможет легко найти нужную информацию на Вашем сайте
- **Яндекс-конструктор схем проезда** с функцией распечатки картинки
- **Виджеты Яндекс** - создайте свой виджет для пользователей яндекса

Яндекс

6. Регистрируйтесь в отраслевых справочниках, картах и геосервисах

- ВТБ в марте 2012 запустил сервис **мобильной геолокации банкоматов** для Android и iPhone
- Приложения доступны для загрузки в Google Play и AppStore.



Раз, два, три...

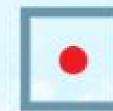
Действия



7. Вовлекайте посетителей в оптимизацию сайта и компании
8. Уменьшайте количество кликов, требуемых для просмотра продуктов и оформления заказа
9. Не заменяйте текст изображениями, чтобы попасть в результаты поиска
10. Обновляйте новостную ленту минимум 3 раза в неделю , чтобы попасть в результаты поиска
11. Следите за соответствием ключевых слов сайта ключевым запросам пользователей. Избегайте ошибок - орфографические ошибки на сайте снижают позиции в поисковой выдаче и создают негативный отклик у посетителей
12. Пишите контакты корректно. Указывайте на сайте индекс, город, полный адрес и телефон с кодом города для корректного определения региона поисковой системой
13. Предлагайте не менее 3-х вариантов доставки
14. Установите счетчик и анализируйте полученную информацию



ИНСТИТУТ ТРЕНИНГА
TRAINING INSTITUTE



АРБ ПРО

Спасибо за внимание!
