

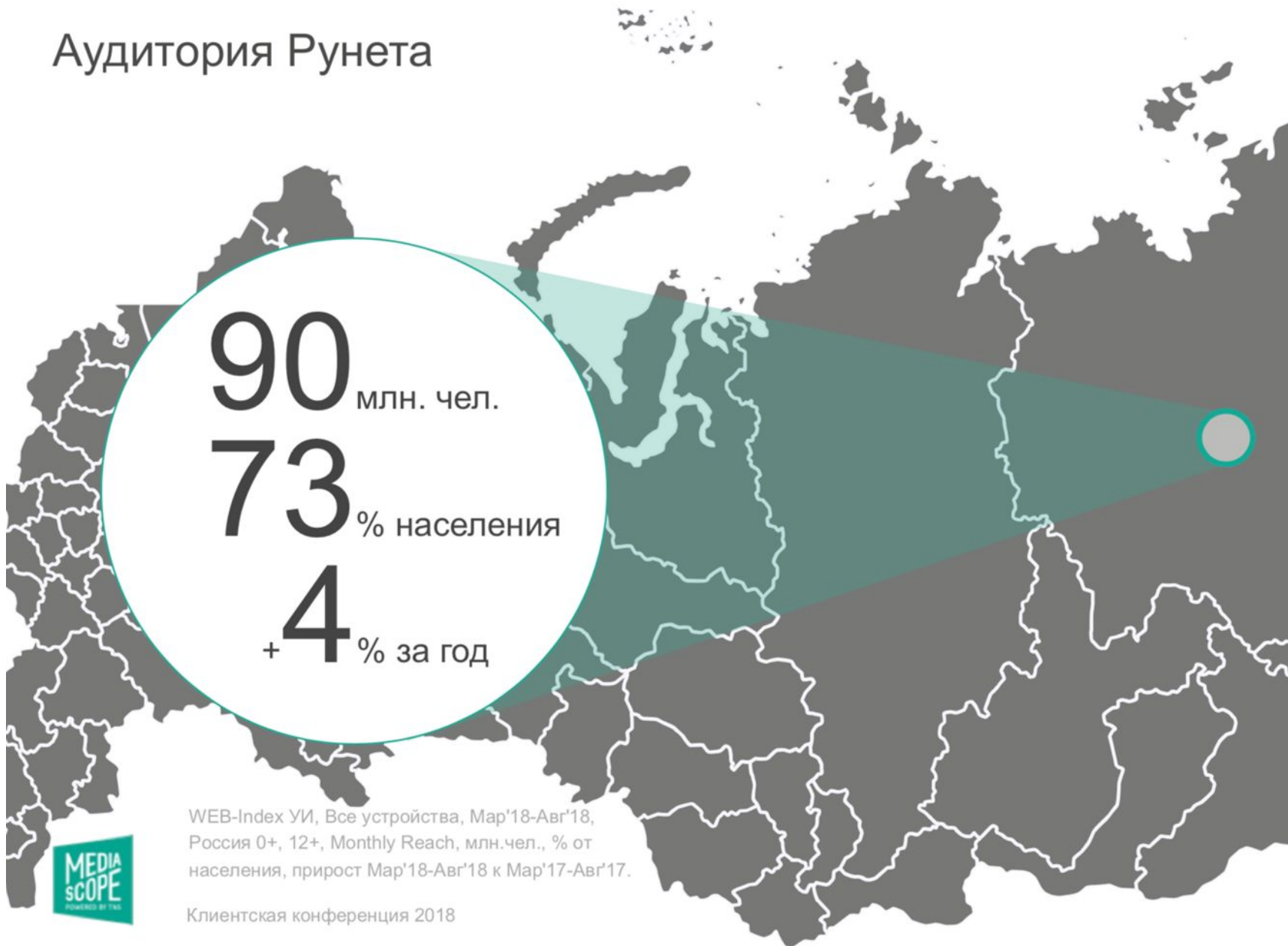


**ДАМИР
ХАЛИЛОВ**




**Занятие 1: Статистика
социальных сетей**

Аудитория Рунета



#SMM2019

Аудитория Рунета

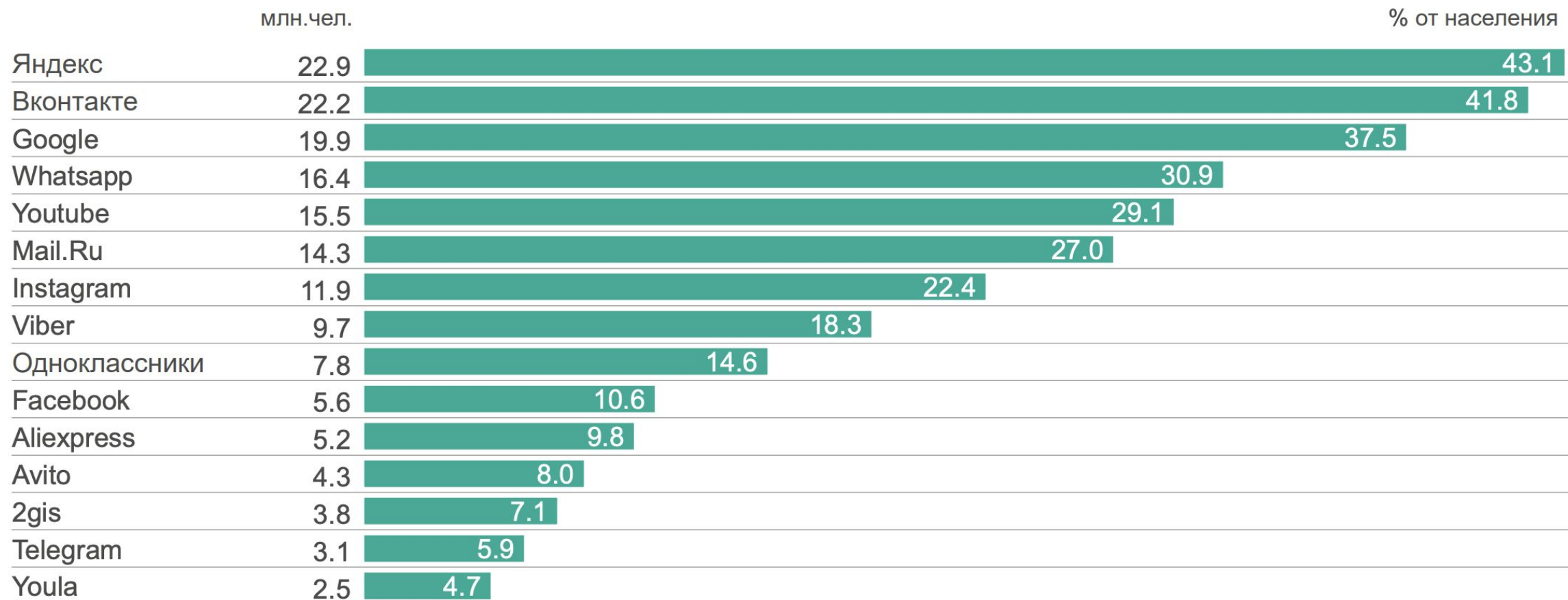


86% пользуются
каждый день

WEB-Index УИ, Все устройства, Апр'18-Сен'18,
Россия 0+, 12+, Monthly Reach, млн.чел.,
Daily Reach в % от Monthly Reach.



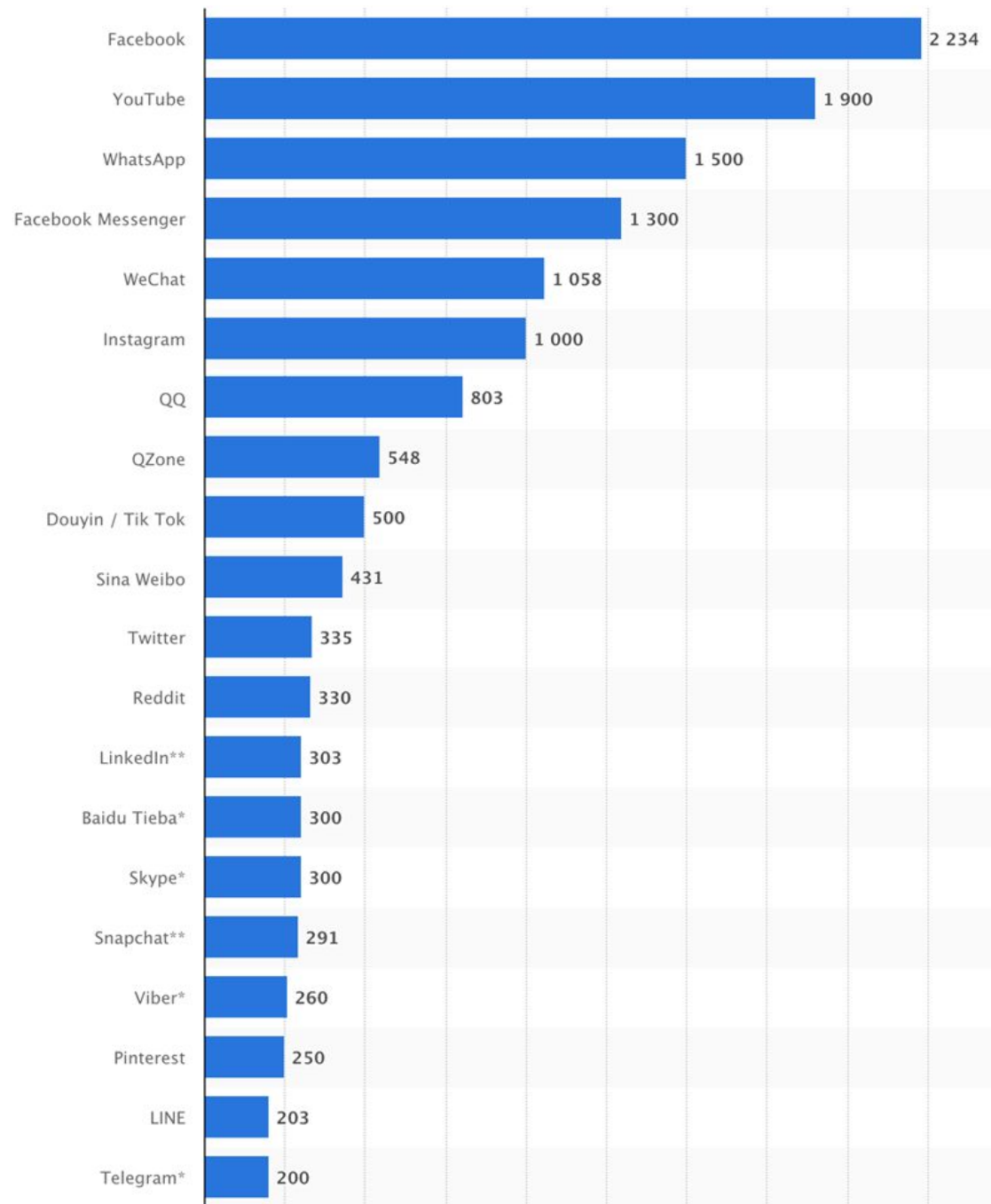
Крупнейшие ресурсы: десктоп & мобайл



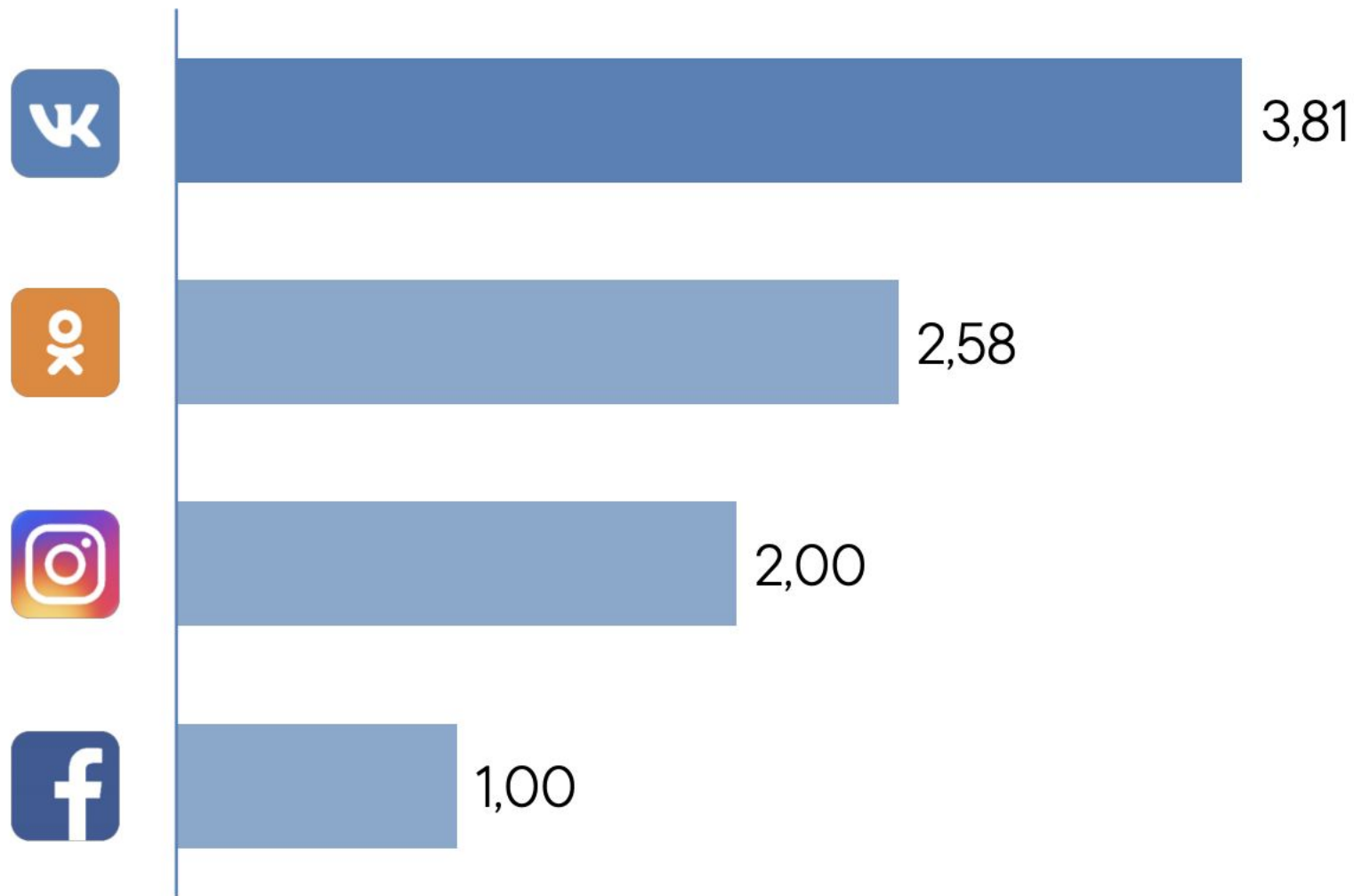
Удержание аудитории

	Desktop	Mobile
	27 минут	30 минут
	25 минут	11 минут
	6 минут	8 минут
	3 минуты	14 минут
	2 минуты	4 минуты

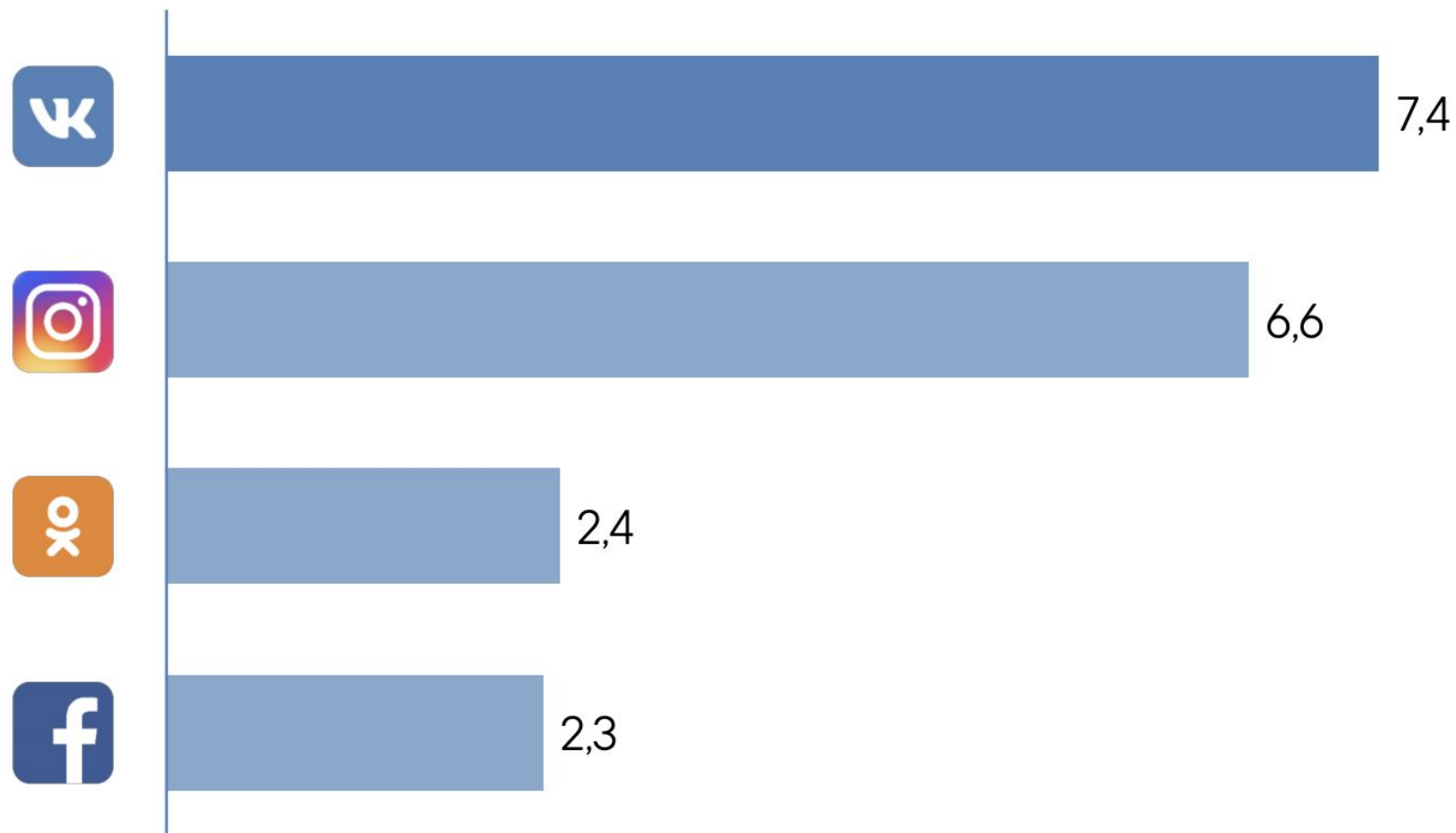
Популярность онлайн-проектов

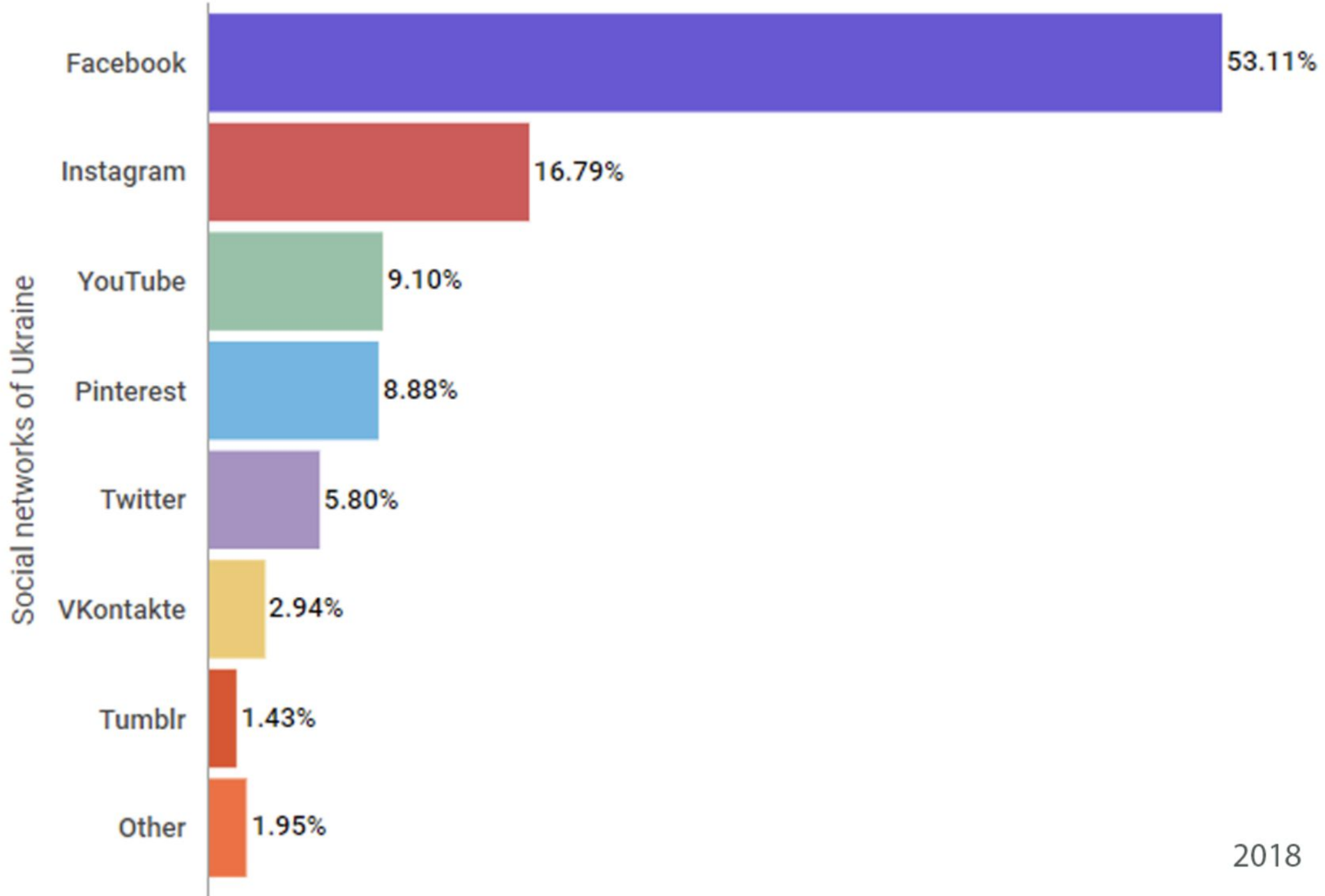


Охват социальных сервисов в Беларуси



Охват социальных сервисов в Казахстане





2018

Мобильные vs. Десктопы

Мобайл

61%

+9% за год

Смарт ТВ

12%

+19% за год



Десктоп

51%

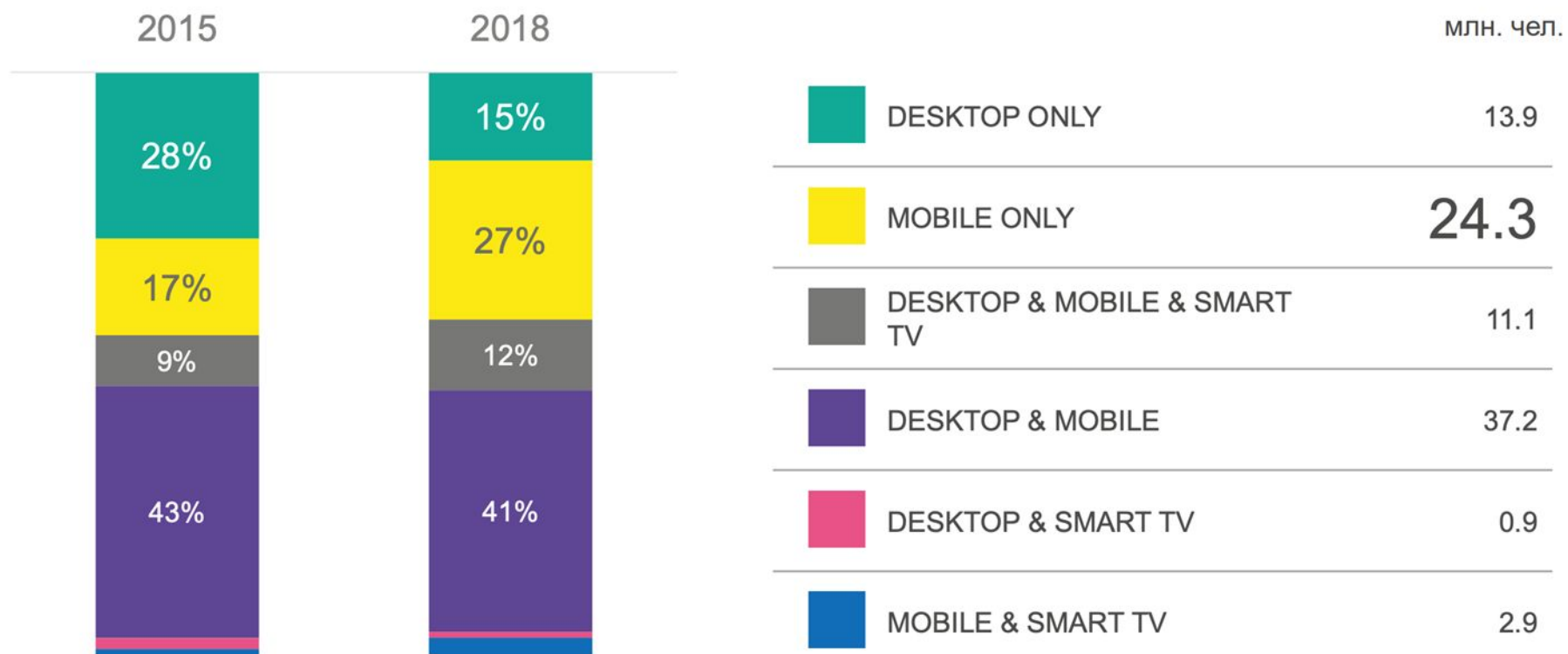
-2% за год

Не в сети

27%

-9% за год

Мобильные vs. Десктопы



WEB-Index УИ, Россия 0+, Апр'15-Сен'15, Апр'18-Сен'18. Все 12+ лет, Monthly Reach, % от пользователей интернета за месяц



Продажи в социальных сетях

Годовой объём рынка



394 миллиона
сделок



591 миллиард
рублей



39 миллионов
покупателей

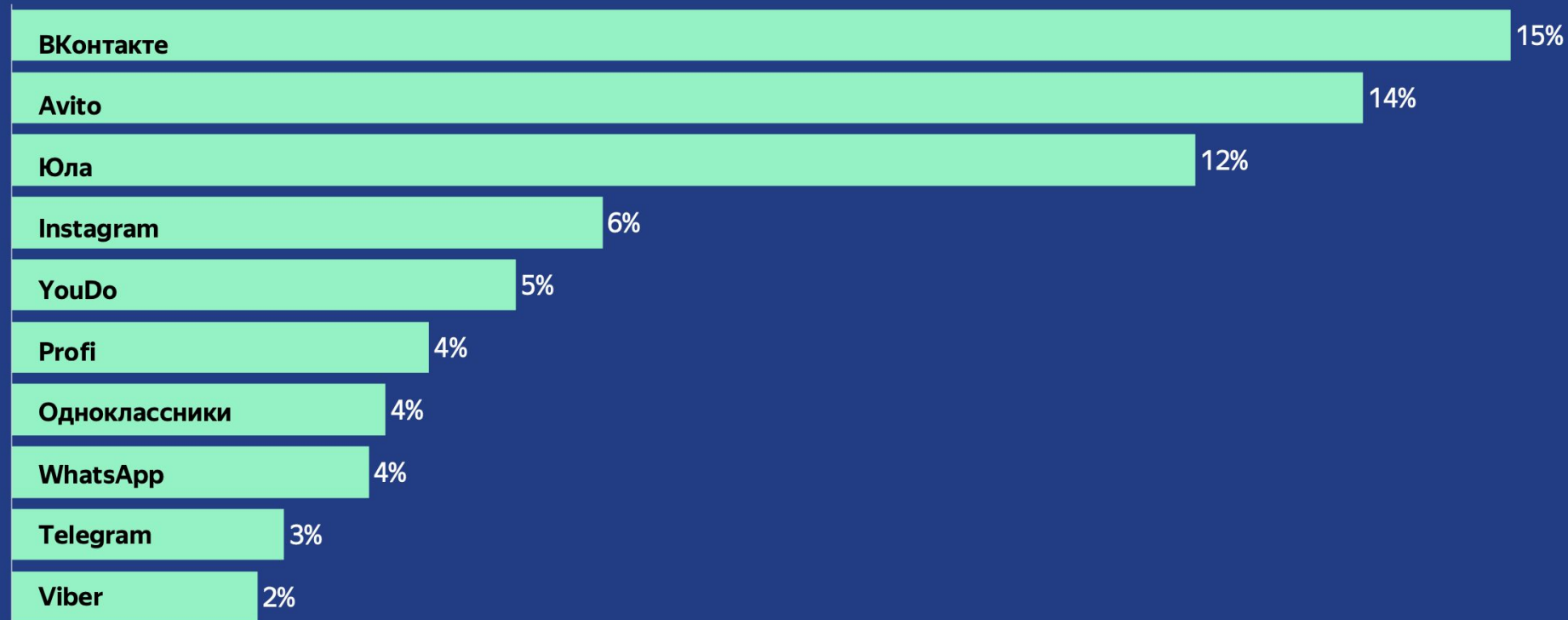


22 миллиона
продавцов

Продажи в социальных сетях

Крупнейшие площадки по объёму социальных B2C- и C2C-сделок

В процентах от общего объема



Онлайн-опрос интернет-пользователей, 3014 ответов. Вопрос: Пожалуйста, вспомните, делали ли вы за последние 12 месяцев покупки товаров или услуг через какой-либо из перечисленных интернет-сервисов? Оценки основаны исключительно на данных опроса пользователей и не проверялись по альтернативным источникам/методикам в виду отсутствия данных для такой проверки.

Продажи в социальных сетях

Основные результаты исследования



591 млрд ₪
394 млн сделок
(годовой
объём продаж)

Взяты B2C- и C2C-продажи товаров и услуг через социальные интернет-каналы в России (март 2017 — март 2018)



33% продаж
в деньгах —
на сервисах
объявлений

В сделках это 27%. На соцсети приходится 32% сделок — с более низким средним чеком



1 500 ₪
средний чек
в социальной
коммерции

При этом 73% социальных покупок стоят 3 000 ₪ или меньше



100 млрд ₪
приходится на
продажу одежды
и обуви

Это самая крупная категория. На втором месте — электроника и бытовая техника, на третьем — услуги по аренде недвижимости

Продажи в социальных сетях

Что продаётся в социальных каналах

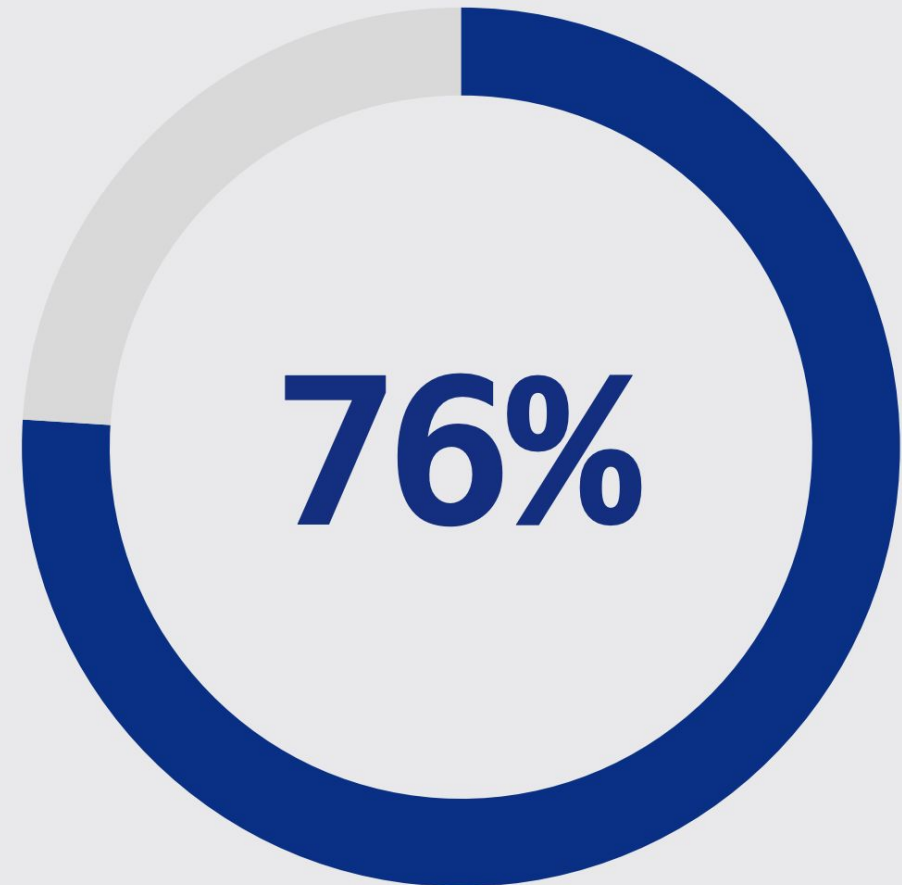
Самая популярная категория — одежда и обувь.
Приносит больше 100 млрд ₽ в год

Категория социальных продаж	Млрд ₽ в год	Средний чек, ₽ *	Доля в сделках, %
Одежда и обувь	101,4	1950	15,7
Электроника и бытовая техника	97,6	3600	8,2
Аренда недвижимости	79,9	6500	3,7
Другие услуги	74,9	1500	17,6
Животные и растения	63,5	3000	6,4
Детские товары	31,0	1370	6,9
Билеты (транспорт, мероприятия)	22,8	1111	6,2
Товары для дома и ремонта	21,0	1500	4,2
Товары для хобби и рукоделия	18,1	1800	3,0
Подарки, украшения	15,3	1300	3,6
Продукты питания	12,3	1000	3,7
Персонажи и объекты для игр	11,6	350	10,1
Автозапчасти и аксессуары	9,1	2500	1,1
Другое	30,5	-	7,7

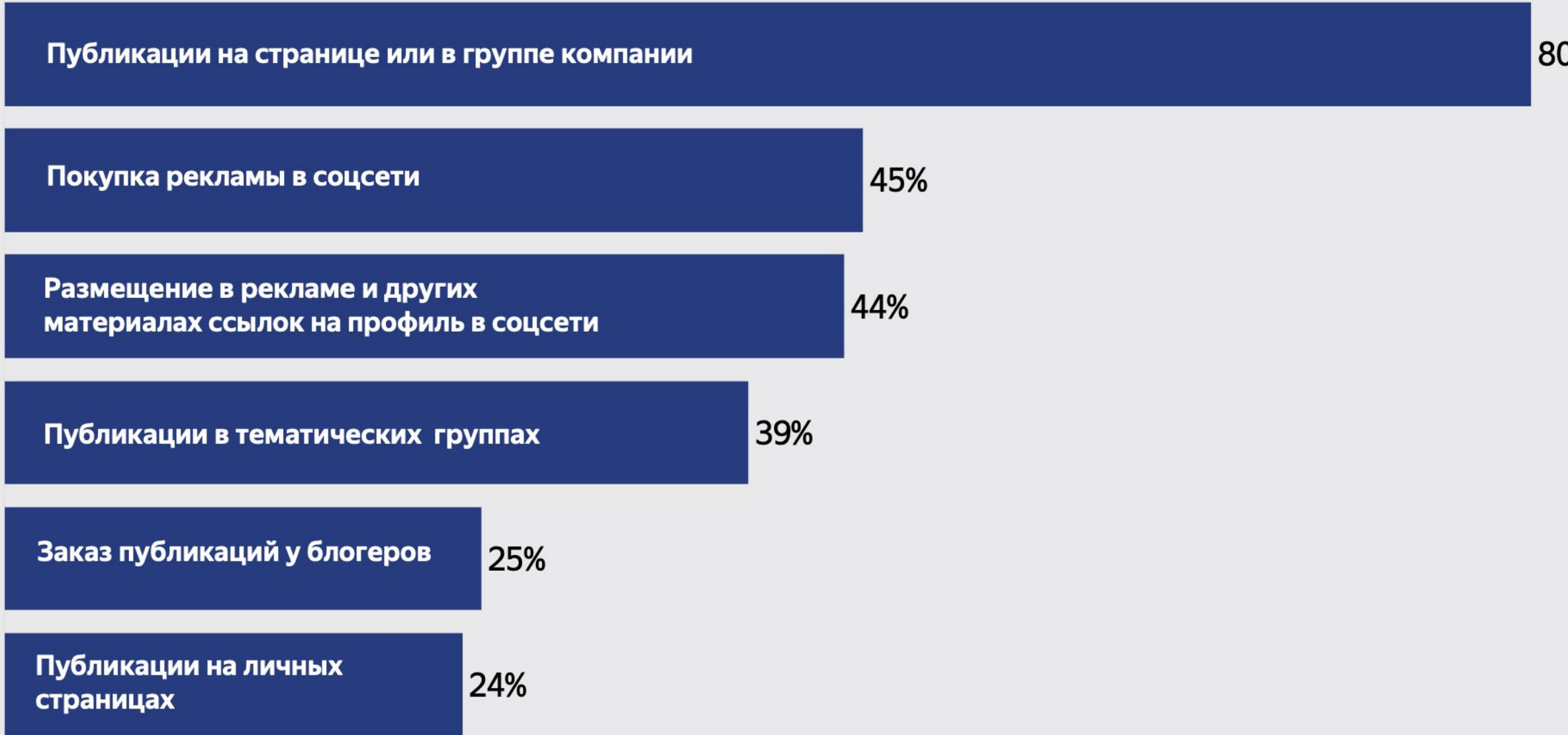
Продажи в социальных сетях

В2С. Проникновение социальной коммерции

Столько мерчантов
продавали в социальных
каналах за последние
12 месяцев



Продажи в социальных сетях



Продажи в социальных сетях

Медианный
чек, руб.

1350

2000

1500

2250

1000

Доля в сделках

