

Интернет-сервис **прозрачных цен**

Сравнение потребительских корзин по
гипермаркетам Минска

17.04.2010

Комаровский
Баханов **Андрей**

Команда

Комаровский Андрей, социолог



Баханов Андрей, социолог

Мальченков Игорь, маркетолог-консультант

Калиновский Александр, программист-консультант

ПроблемЫ

Тяжело выбрать?

???



Гипермаркет X



Гипермаркет Y

- А если много покупок?
- А я не переплачиваю?
- Опять забыл что-то купить?
- Опять забыл, где лежат эти сосиски?
- А как бы эти продукты сами домой прискакали?

Решения

Интернет-витрина

Шопинг-листы

Шопинг-гиды

Сравнение корзин

Онлайн-заказ



интеллектуальный набор
целевых корзин

лист покупок по целевой
корзине

«оптимальный» маршрут
для мерчендайзинга

одинаковые корзины из
разных гипермаркетов

забираю сам или доставка

Исследование

А выгодно ли это гипермаркетам? А покупателям это выгодно?



Нет ли *перекоса* в чью-то пользу?



А достаточно ли разницы цен?

Проведен пилотажный **мониторинг** цен в **Gippo, Bigzz, Prostore** (более 400 товаров).

Выводы

Euroopt вне конкуренции: их цены ниже, а прайс-лист доступен онлайн.
Gippo, Bigzz, Prostore находятся в одном ценовом сегменте: перекоса нет.

Да, это выгодно!

- Светить цены безопасно!
- Есть разница для покупателя!

Тенденции

Стабильность расходов на продукты >>> около 40% семейного бюджета.
Смена поведения покупателей >>> меньше покупок «день в день»: Минск - 16%.
Интернет-реклама FMCG растет >>> 4 место: кварталы 4%•4%•6%•7%,
Мерник-2009.

2 целевые группы (данные МАСМИ, март 2010)

Молодые, довольно обеспеченные, имеющие детей семьи

73% >>> в возрасте до 44 лет.

47% >>> в возрасте 25-44 лет.

27% >>> доход от 700 тыс. руб. на члена в семье.

22% >>> топ-менеджмент и руководители среднего уровня.

Менее обеспеченные, экономящие, реагирующие на скидки

60% >>> готовы поехать в другой магазин из-за скидок

Бизнес-модель

Монетизация

Реклама (продуктов, брендов, компаний)

Продажа мест (Топ-3, Топ-5, Топ-10)

Информационное обслуживание клиентов



изюминки!

Продвижение сервиса

Контекстная и медийная реклама

Наружная реклама

Скрытая реклама

Финансы

Объем инвестиций • \$ 71000 • 3 месяца

Базовая версия • \$ 16000 • 1 месяц

Продвижение • \$ 55000 • 2 месяца

Барьеры и Альтернативы

О, ужас!

Гипермаркеты **НЕ** захотят
сравниваться
(быть в одном Каталоге)

Выходы

Светить не цены товаров, а итоговые цены корзины

Общий мониторинг цен по основным продуктам

Иные пути

Интернет-справочник о продуктах

B2B платформа для продовольственного рынка

Спасибо

Реплики!

Критика?

Замечания!

