

COVID-19. Угрозы и возможности

Россия 13.05.2020



Better decisions, faster.

После пика интереса в начале апреля интерес к теме Коронавируса продолжает снижаться, люди интересуются сроками окончания карантина



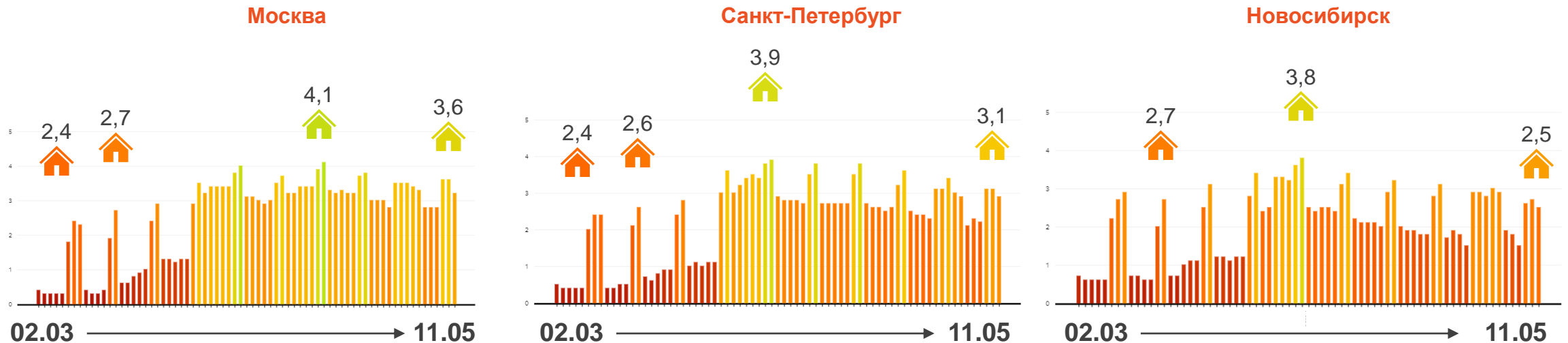
ТОП 10 регионов	Индекс
Республика Алтай	100
Тульская область	99
Смоленская область	93
Владимирская область	92
Костромская область	89
Томская область	88
Ярославская область	87
Кемеровская область	87
Чукотский АО	86
Алтайский край	85
...	
Санкт-Петербург (#62)	63
Москва (#68)	60

Усталость от самоизоляции проявляется в снижении индекса самоизоляции Яндекс даже в Москве несмотря на сохраняющуюся жесткость мер



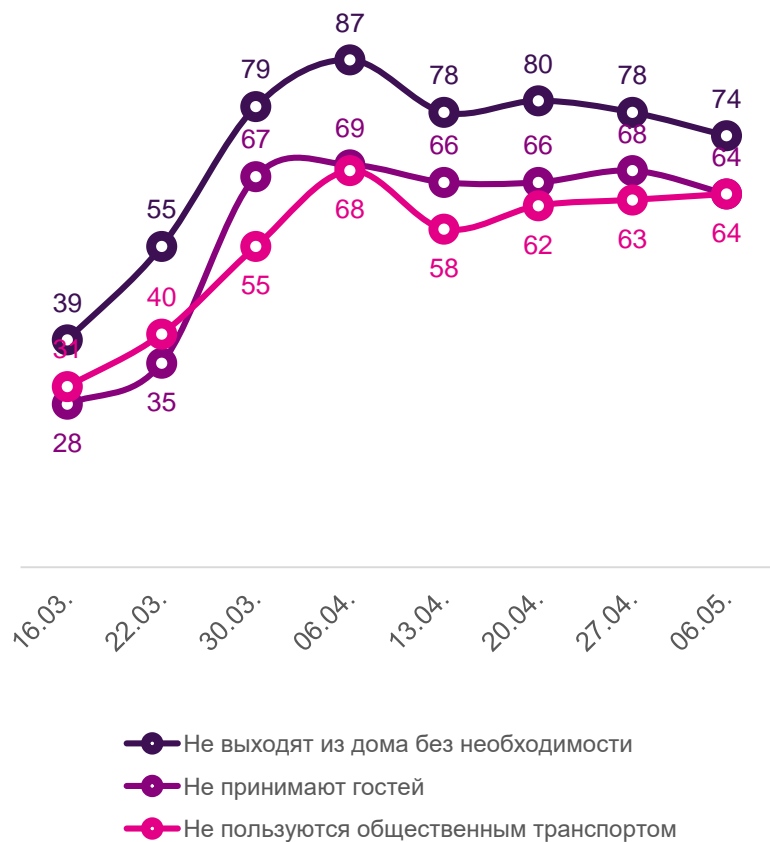
12 мая в России закончился период нерабочих дней, объявленный в конце марта из-за распространения коронавирусной инфекции. В последние дни власти регионов страны объявили о смягчении ограничений, введенных из-за эпидемии. Постепенно восстанавливается работа предприятий малого бизнеса.

Индекс самоизоляции Яндекс

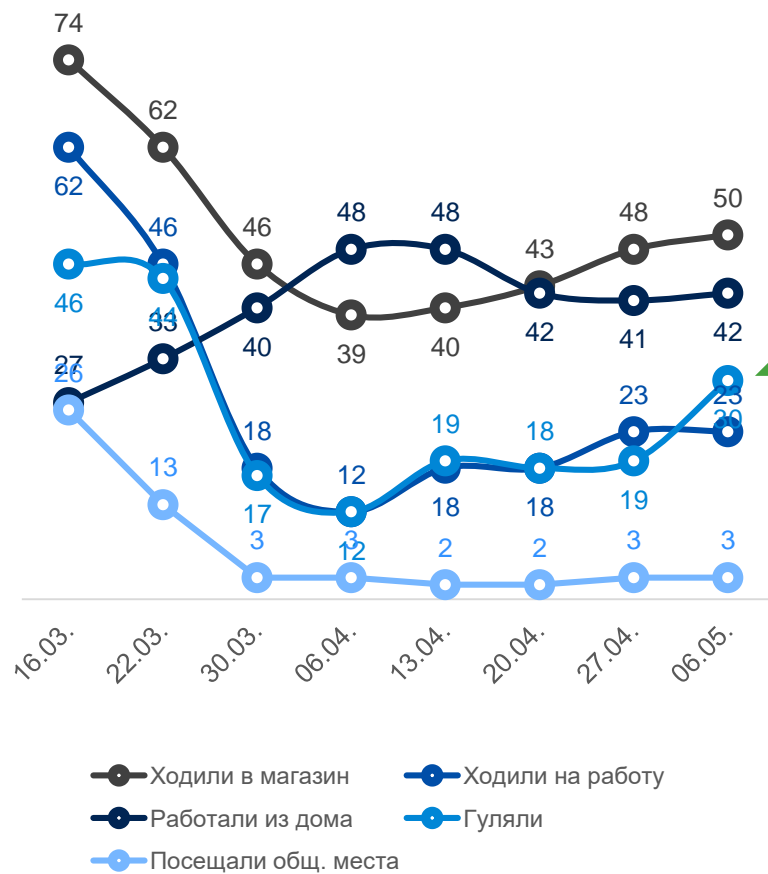


Прогулки на свежем воздухе и поход в магазин заметно улучшают настроение потребителей

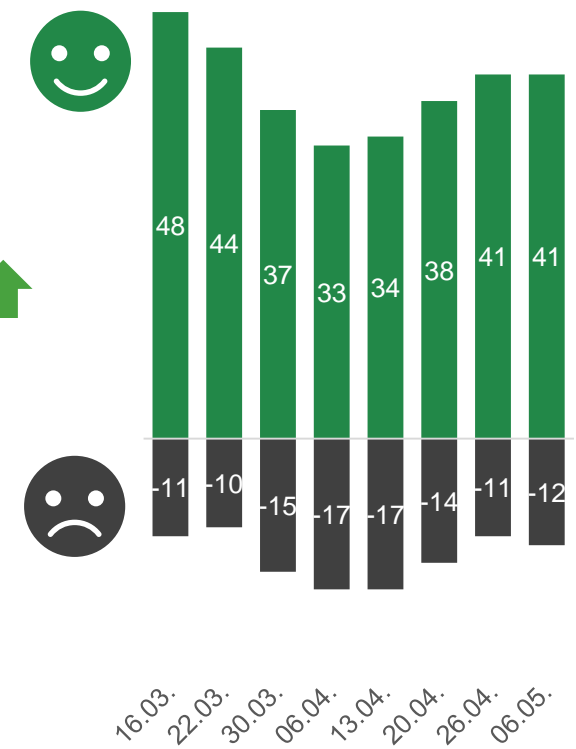
Изменение привычного поведения, %



Что делали сегодня, %



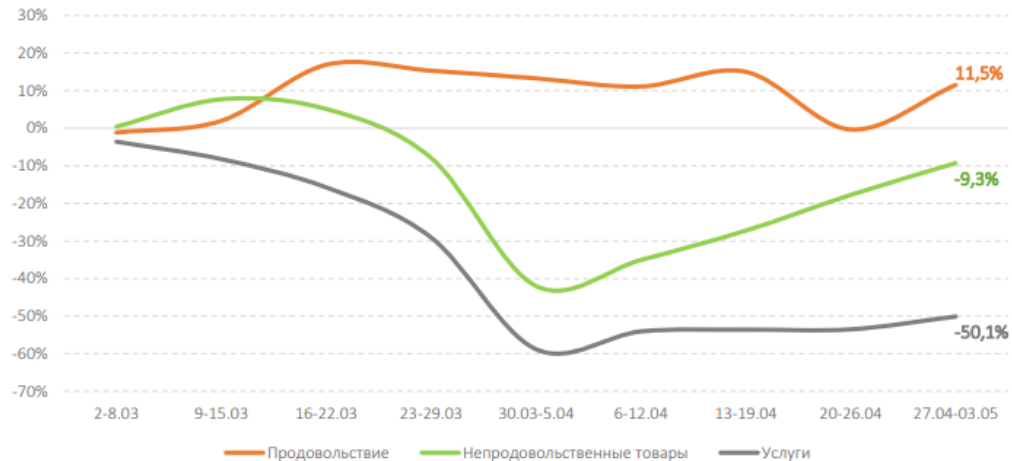
Настроение, %



По данным Сбербанка, на неделе 27.04-03.05 продолжается восстановление спроса в ряде категорий, траты в которых были «на паузе» три недели с начала карантина. Наибольший прирост показывают универсальные магазины в том числе за счет онлайн платформ

Изменение расходов в реальном выражении относительно сопоставимого периода 2019 г., %

График 2. Изменение спроса на товары (оценка динамики розничного товарооборота) и услуги, % г/г.



Источник: рассчитано по данным Сбербанка

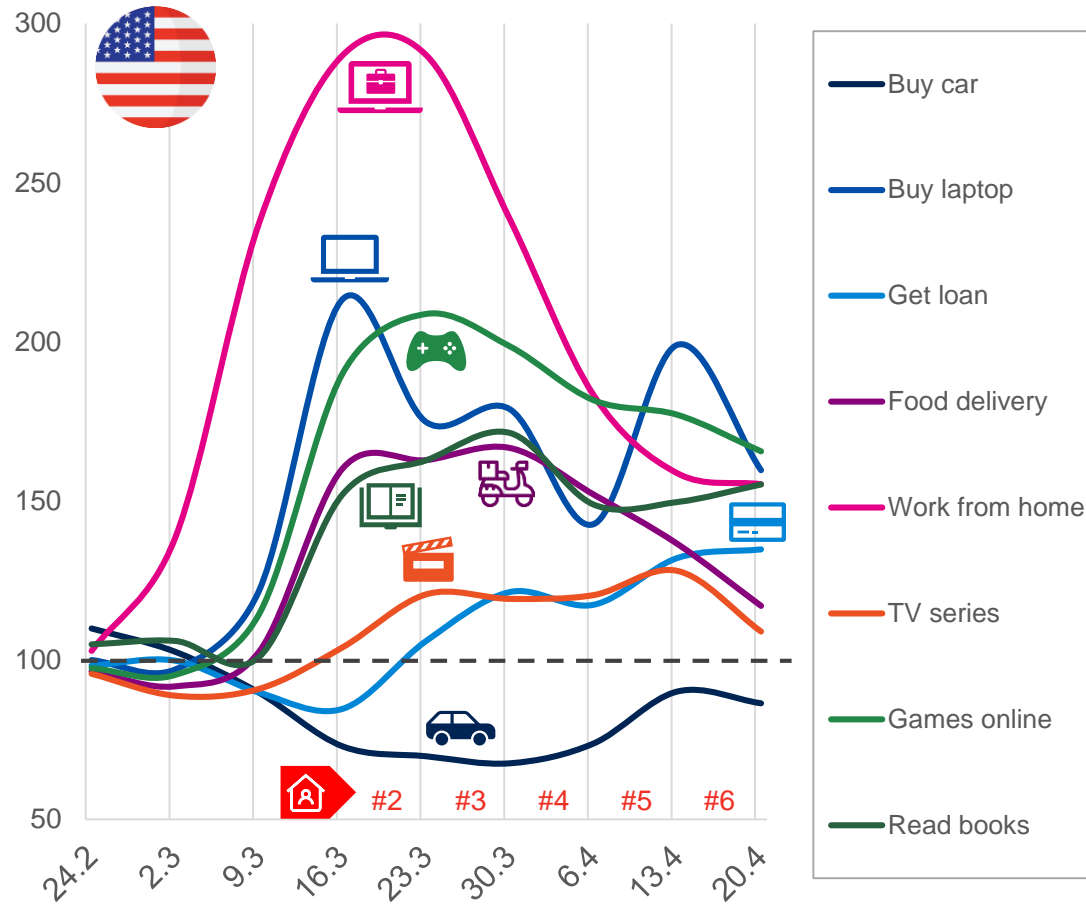
Растущие категории 20-26.04	
Универсальные магазины	+67%
Бытовая техника и электроника	+22%
Цифровые товары	+21%
Винные магазины	+16%
Телекоммуникационное оборудование	+15%

Растущие категории 27.04-03.05	
Универсальные магазины	+71%
Цифровые товары	+66%
Бытовая техника и электроника	+26%
Винные магазины	+19%
Продуктовые магазины	+11%

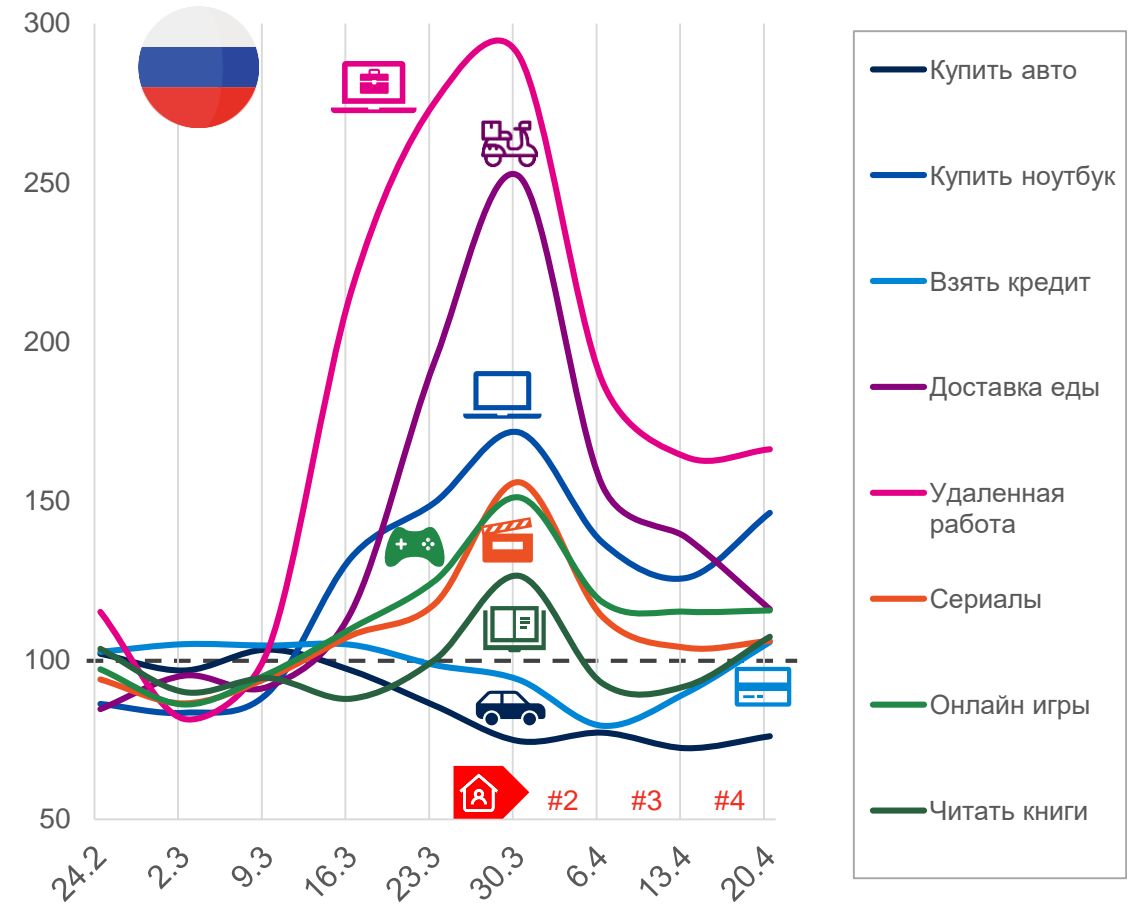
- Продукты и винные магазины – рост в связи с предстоящими майскими праздниками.
- Рост доли онлайн платежей в большинстве категорий по итогам апреля составил от 20 до 40 п.п. против 1 кв 2020

Схожая динамика изменения поведения потребителя наблюдается во всех странах. В ближайшие недели можно ожидать роста интереса к технике, автомобилям и кредитам

Индекс популярности запросов vs 1-23.02, США



Индекс популярности запросов vs 1-23.02, Россия



Однако путешествия скорее всего откладываются до следующего года, расходы на отдых будут перераспределены

Планы на отпуск, %

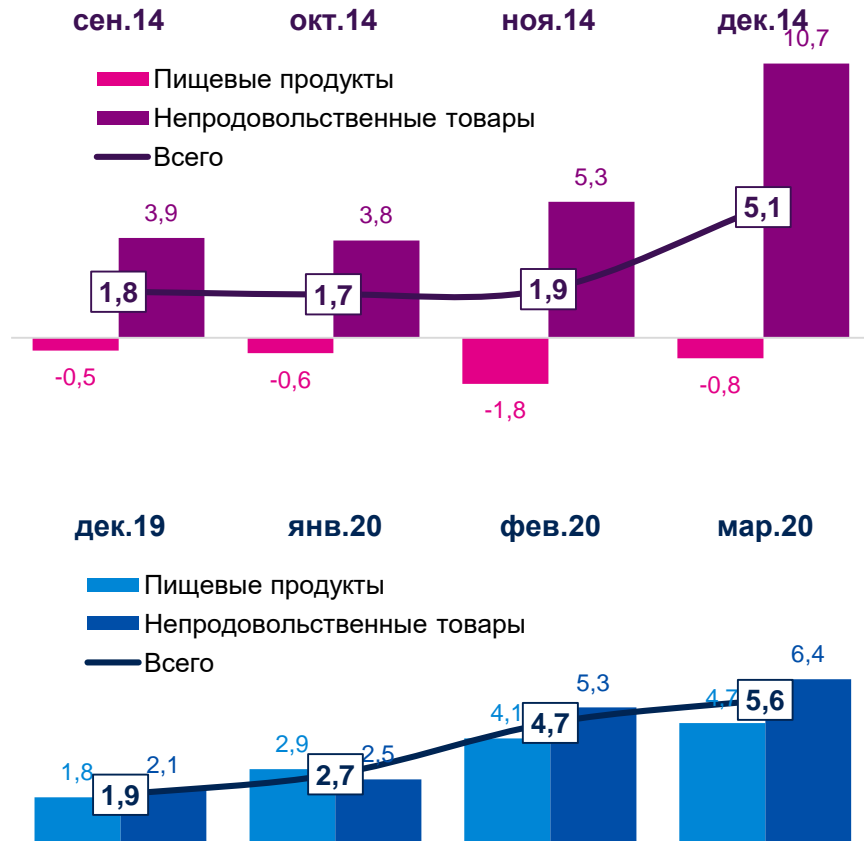


Что планируют сделать с деньгами «зарезервированными» на отпуск, %



Благодаря повышенному спросу на продукты в марте рост оборота розничной торговли оказался выше декабря 2014, но падение в 2020 неизбежно в большинстве категорий

Динамика оборота розничной торговли



- В 1 кв. 2020 рост оборота розничной торговли составил 4,3% к 1 кв. 2019
- Карантинные товары обеспечили рост пищевого сектора (X5 Retail Group: 16% рост выручки в 1 кв.)
- Девальвация рубля подстегнула продажи техники. Рост смартфонов – +15%, а дорогой сегмент показал рост в 100-300% (М.Видео-Эльдорадо, МТС). Ноутбуки +21% (GfK)
- По итогам года оборот в рознице может упасть на 3,8% (2 кв. -5%, 3 кв. -3%, 4 кв. -1,5%) (BCS Global Markets)

На что потребители готовы увеличить траты в 2020

Домашний интернет

Мобильная связь

Безрецептурные лекарства

Свежие продукты

Онлайн видеосервисы

+ Москва Товары для дома



Витамины

~90% категорий ожидает падение потребительского спроса; больше всего - индустрии развлечений и досуга

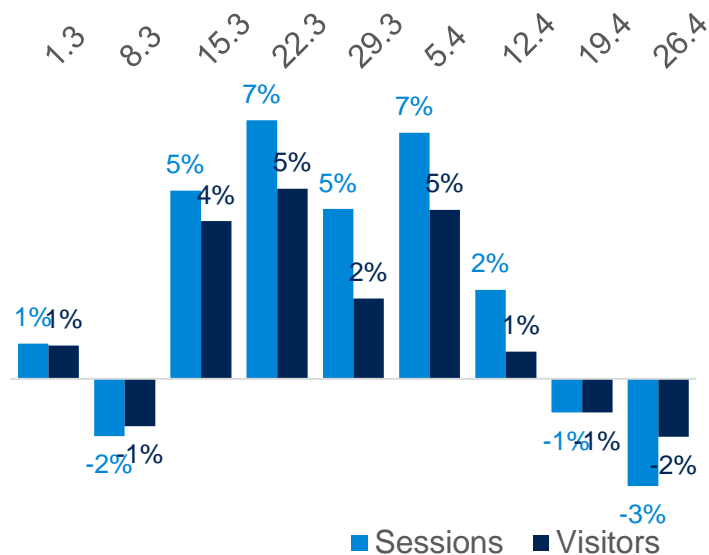


Социальный эффект пандемии: акселерация больших трендов

				
<h2 data-bbox="122 401 524 439">УДАЛЕННАЯ РАБОТА</h2> <ul data-bbox="137 486 524 1048" style="list-style-type: none"> ● Сокращение офисных работников на 1/3 ● Отмирание традиционного распорядка дня: время начала работы, длительность ланча, рабочая неделя ● Усиление контроля за результатом труда ● Рождение и воспитание ребенка – не основание прерывать карьеру 	<h2 data-bbox="608 401 996 439">ШОПИНГ – ОНЛАЙН</h2> <ul data-bbox="614 486 996 1200" style="list-style-type: none"> ● Использование интернета – больше не опция, а необходимость (как электричество) ● Традиционная торговля остается в формате супермаркетов и дорогих бутиков ● Резкий рост индустрии доставки ● Торговые центры – центры семейных развлечений, фудкорты, шоурумы, коворкинги (временная альтернатива офису) 	<h2 data-bbox="1085 401 1472 439">«МЕДИКАЛИЗАЦИЯ»</h2> <ul data-bbox="1075 486 1485 1315" style="list-style-type: none"> ● Расширение полномочий международных организаций здравоохранения (ВОЗ ≈ ООН) ● Готовность граждан идти на ограничительные меры ради безопасности (измеряющие температуру рамки в публичных местах, обязательные маски для заболевших и т.п.) ● Повышение масштаба ответственности государства за жизнь и здоровье граждан ● Новые стандарты гигиены (санитайзеры в магазинах, такси и т.п.) 	<h2 data-bbox="1587 401 1931 439">ОНЛАЙН ДИПЛОМ</h2> <ul data-bbox="1556 486 1967 1276" style="list-style-type: none"> ● Замена традиционных лекций онлайн-курсами ● Комбинированные научные степени ● Появление агрегаторов курсов различных университетов ● Уроки и самостоятельная работа в любое время в любом месте <ul data-bbox="1556 1019 1967 1276" style="list-style-type: none"> ● В производство образовательного контента вовлечены все IT-гиганты (в России эту сферу уже развивают 1С, Mail.ru Group, Сбербанк и «Яндекс») 	<h2 data-bbox="2063 401 2423 439">ВЗАИМОВЫРУЧКА</h2> <ul data-bbox="2040 486 2446 1236" style="list-style-type: none"> ● Глобальный рост гражданского участия, добровольного взаимодействия людей, НКО наблюдался 10-20 лет ● Общая беда активизировала соседские комьюнити, волонтерство ● Участие брендов в благотворительности – новая норма ● Рост горизонтального взаимодействия между гражданами станет основным механизмом снижения уровня насилия в обществе

Впервые с середины марта небольшое снижение потребления интернета (относительно предыдущей недели)

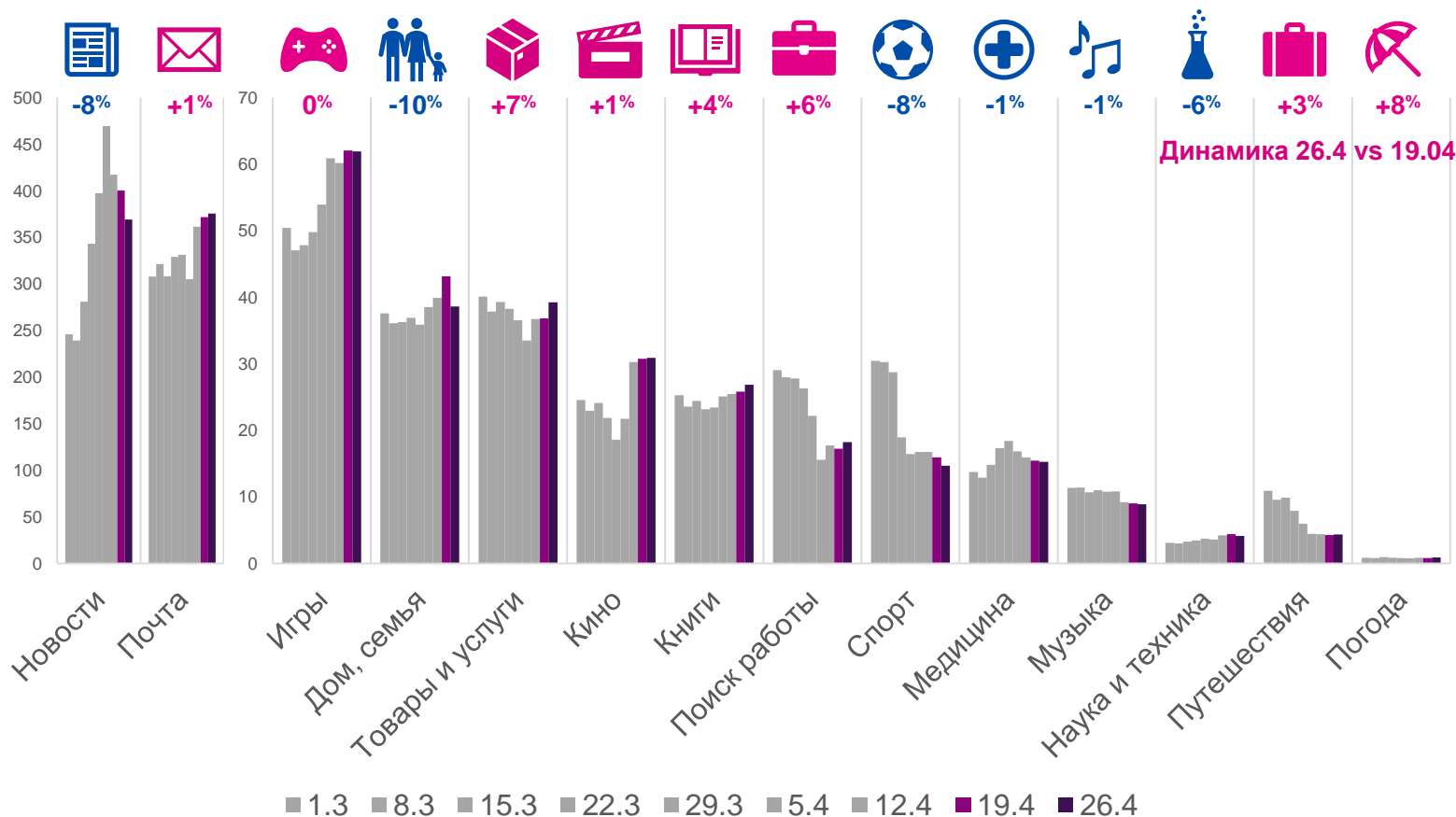
Динамика к предыдущей неделе



апрель
(vs март)

+21% sessions
+13% visitors

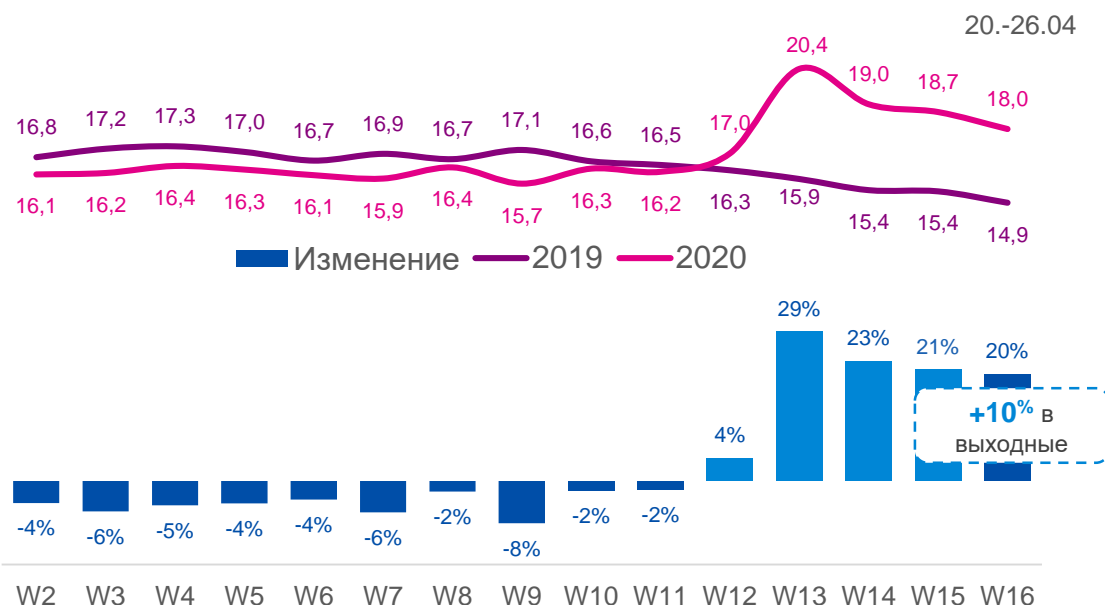
Тематики, Количество просмотров, млн.



Динамика 26.4 vs 19.04

Снижение телесмотрения относительно первой недели самоизоляции продолжается

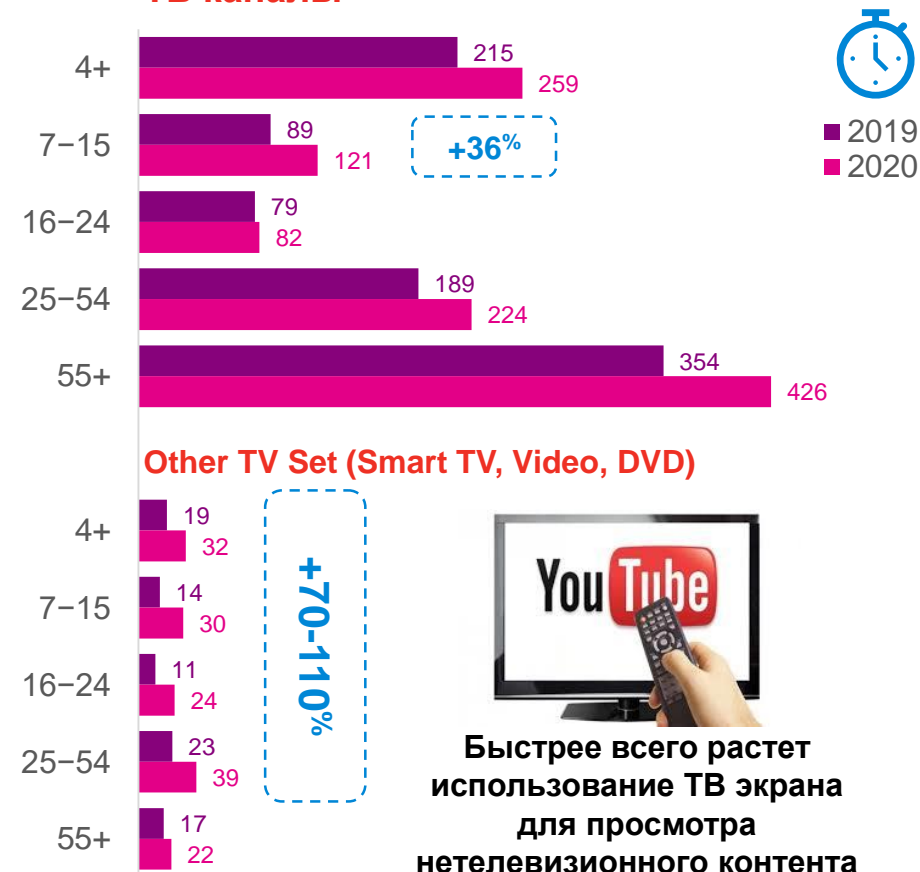
Средний рейтинг, 4+, ТВ каналы



На неделе с 20 апреля охват превысил прошлогоднее значение на 1 п.п. и составил – **67,7%**

Наибольший прирост охвата среди 55+ (+1,6 п.п.) и 25-54 (+1,5 п.п.)

Время просмотра на неделе №16, минут в день ТВ каналы

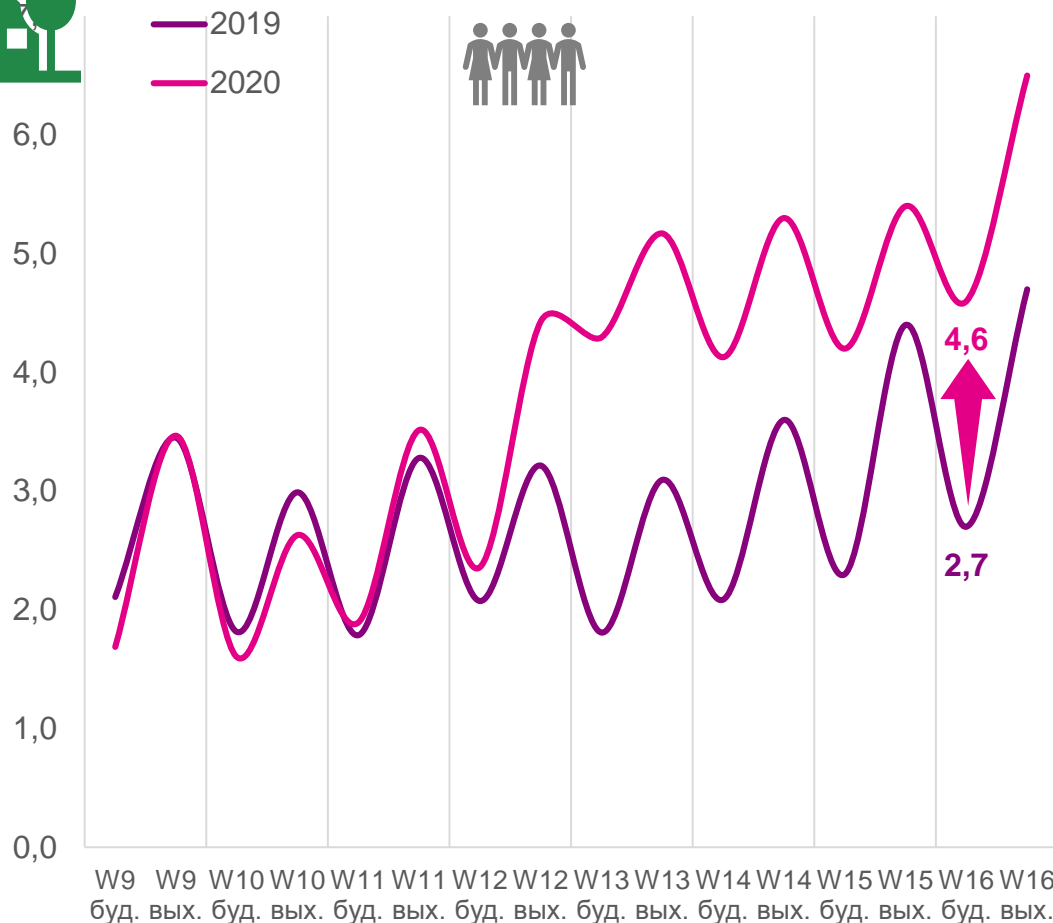


Быстрее всего растет использование ТВ экрана для просмотра нетелевизионного контента

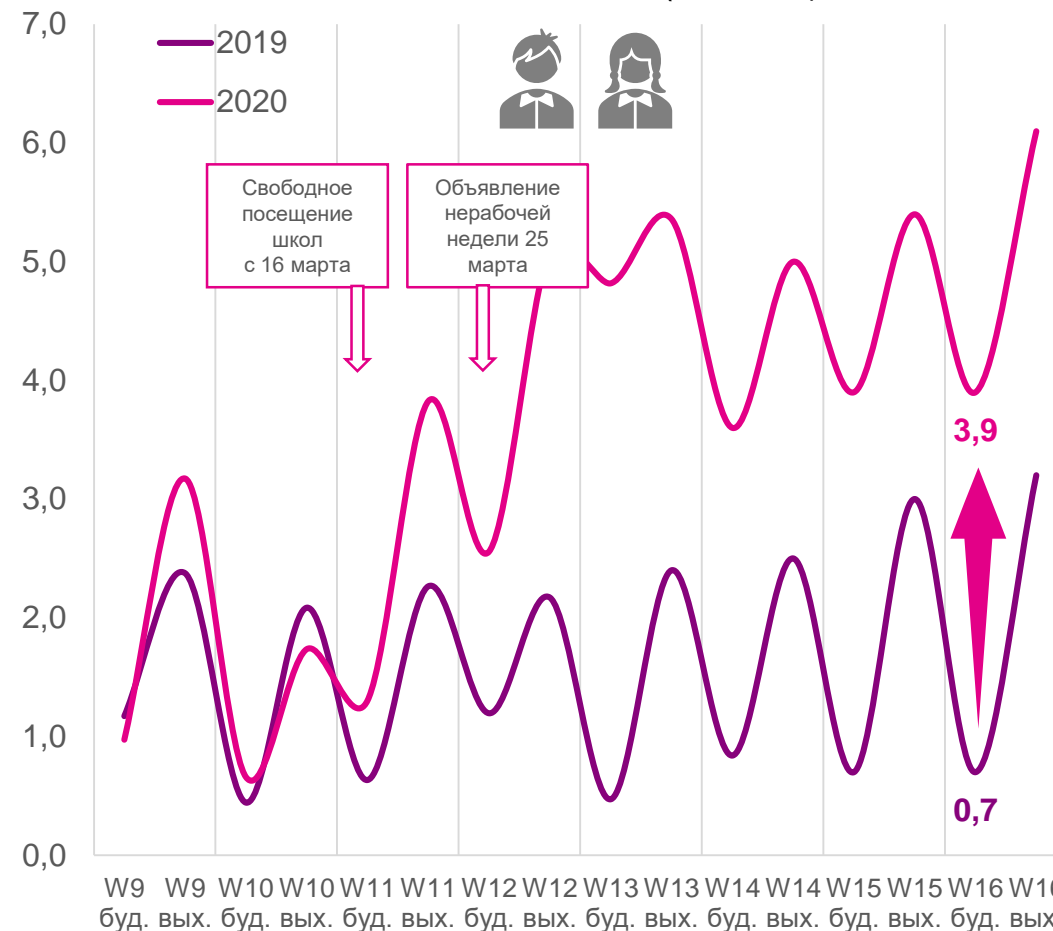
Дача как более комфортное место для самоизоляции, прежде всего для детей



Дневной охват ТВ на даче (Total TV), 4+, %

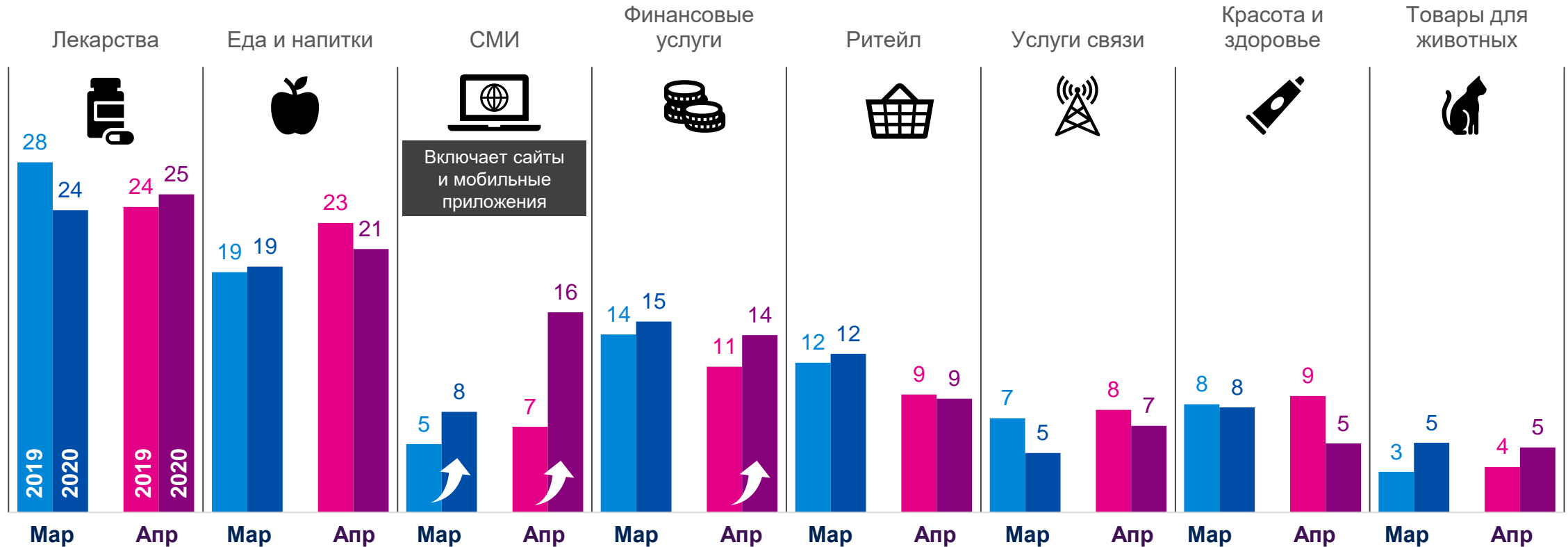


Дневной охват ТВ на даче (Total TV), 7-15, %



Взрывной рост присутствия веб-сайтов на ТВ в апреле, при этом доли Фармы и Финансовых услуг также увеличились

Динамика SOV, основные категории, St.TVR 18+



Текущие рекомендации



Присутствие на ТВ с заметной кампанией позволит стимулировать спрос, а также поможет вашему бренду нарастить долю за счет «молчащих конкурентов»



Потребители большую часть времени проводят онлайн, переведя туда и покупки, и работу, и отдых. Адаптируйте сигналы онлайн поведения, чтобы точнее таргетироваться на свою ЦА



И после эпидемии внимание к здоровью и безопасности останется повышенным. То, что укрепляет иммунитет, чистит и дезинфицирует будет оценено потребителем



Люди устали от карантина и негативной информации. Используйте сайты с легальным контентом, чтобы стоять в более позитивном окружении



Покупательская способность падает, негативно влияя на продажи. Стимулируя спрос, не фокусируйтесь только на промо – построение долгосрочных отношений с потребителем позволяет увеличивать прибыльность бизнеса



Помогайте людям легко пройти через карантин:

- Нарращивайте присутствие онлайн торговле
- Развлекайте людей дома (контент, блогеры, игры)
- Удовлетворяйте желания потребителя порадовать себя в трудное время



Потребители выйдут из карантина более технически подкованными
 Возрастающее количество диджитал сервисов, которые все хотят использовать (включая 55+)



Посмотрите на текущую ситуацию как на возможность принести пользу потребителям
 Такой подход позволит контролировать спад и выйти из кризиса более сильным, чем до