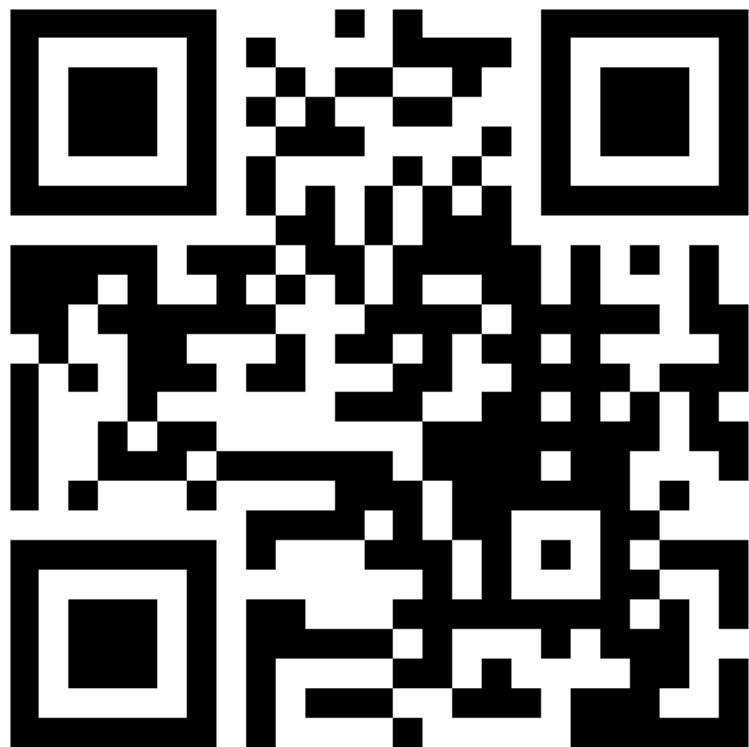


Как совершить успешную трансформацию
из лидера e-grocery в лидера E-com ?

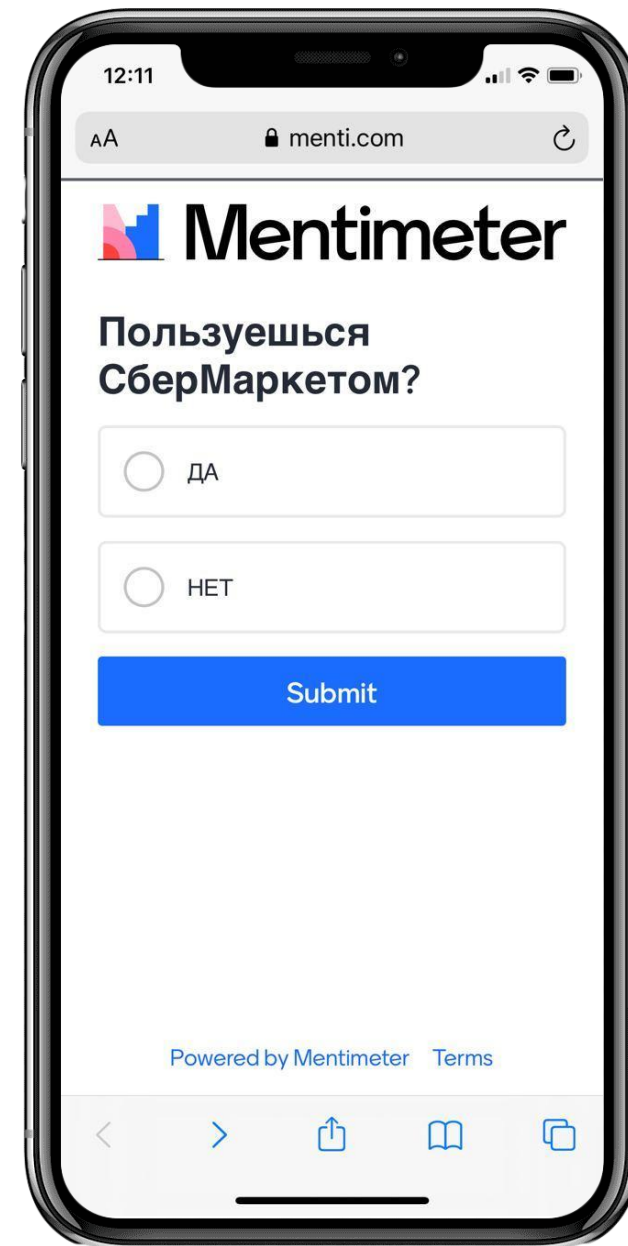
Команда №8



Наведи камеру телефона на QR код



И выбери ответ

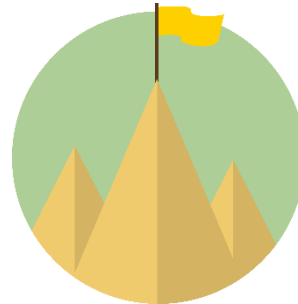


Продукт



СберМаркет

онлайн-сервис доставки продуктов и товаров первой необходимости из любимых магазинов.



Миссия СберМаркет

экономить время, энергию и деньги людей для чего-то более важного

СберМаркет в цифрах

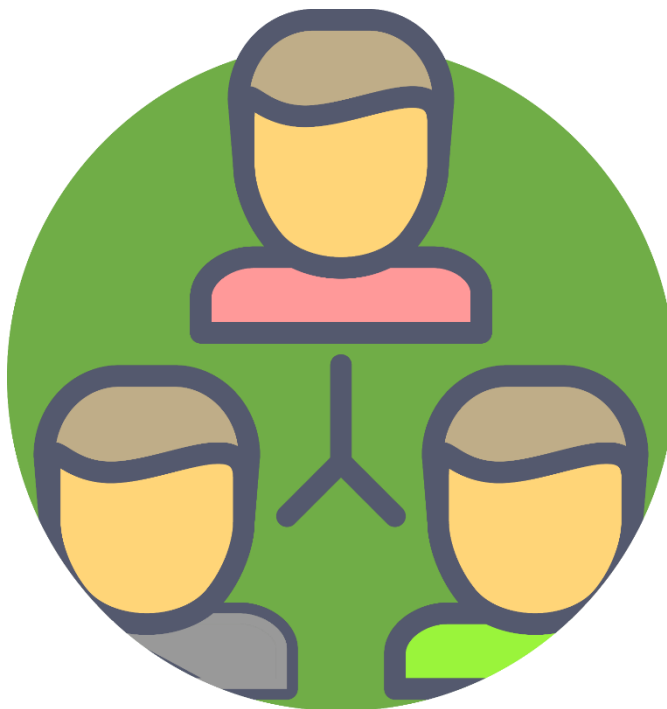
147

Городов России



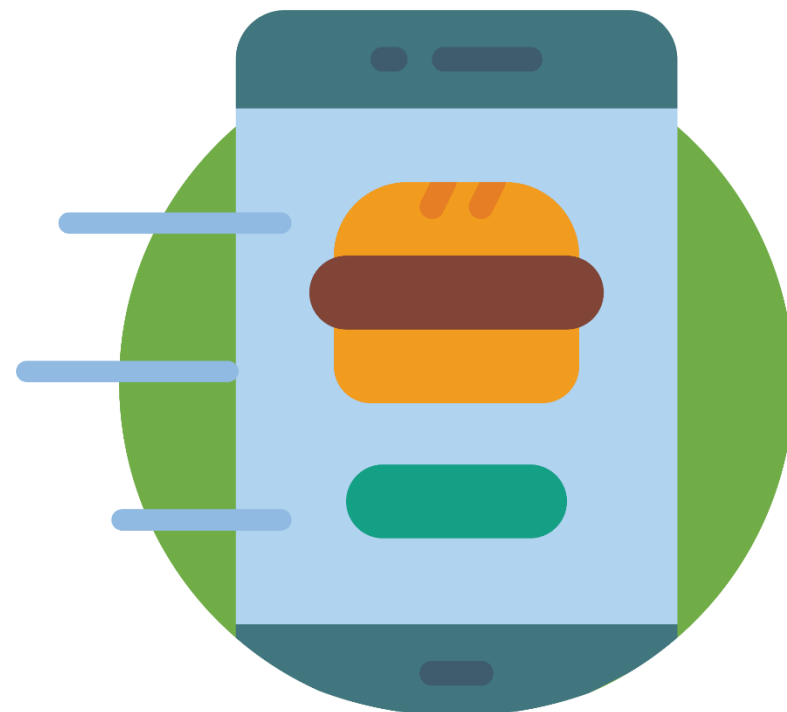
58

Федеральных и региональных
ритейл партнеров



14 000

заказов в месяц



Задача

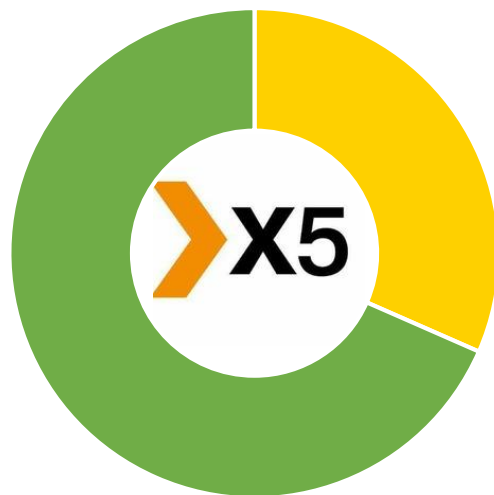
Придумать идею продукта, в котором ритейлеры из категорий food и essentials представлены идеально с точки зрения пользовательского опыта



Анализ рынка

ТОП 3 участника рынка доставки продуктов

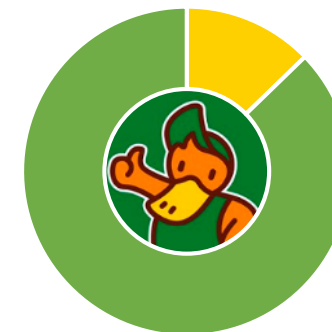
40 млрд. руб



X5 retail group



СберМаркет



Утконос

Оборот (млрд. руб)

 **2,37**

Кол-во заказов (тыс)

 **714**

Средний чек (руб)

 **3319**

 **2,028**

 **505**

 **4015**

 **1,9**

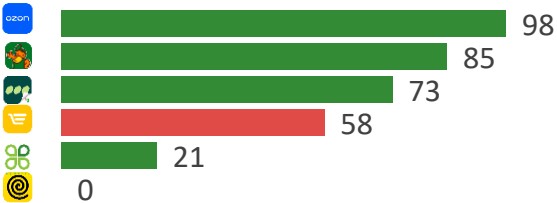
 **295**

 **6450**

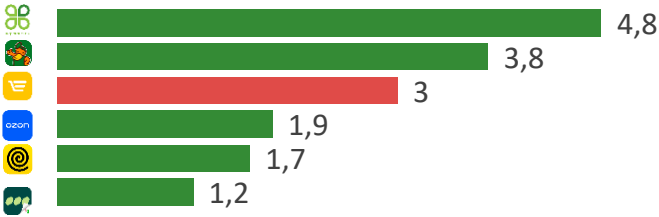
Технический анализ

-  СберМаркет
-  OZON
-  Яндекс Доставка
-  Igoods
-  Утконос
-  Перекресток

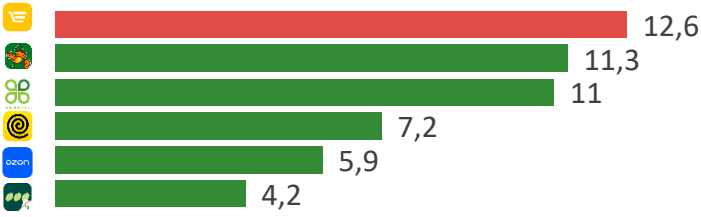
Уровень доверия к сайту (SEO)



Длительность загрузки с компа (сек)








Длительность загрузки с мобильного (сек)











Наличие социальных сетей






| |  |  |  |  |  |  |
|-----------|---|---|---|---|---|---|
| Vkontakte | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Facebook | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Instagram | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| Twitter | ✗ | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |

Позиция по ключевым словам сайта

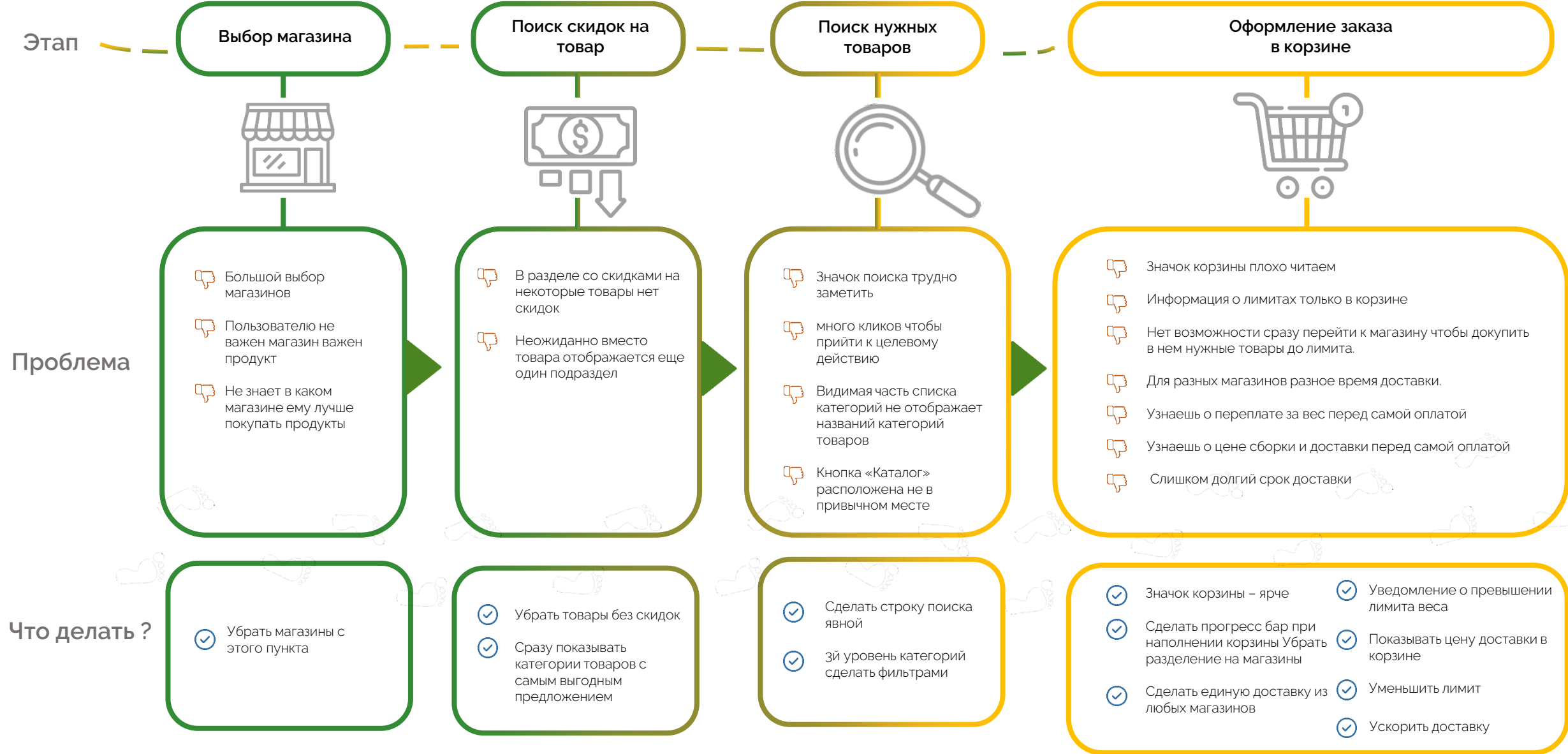
| | Яндекс (запросы ТОП 3) | Количество Ключевых слов |
|---|------------------------|--------------------------|
|  | ● 141 | ● 351 541 |
|  | ● 167 723 | ● 10 700 242 |
|  | ● 99 | ● 482 |
|  | ● 23 | ● 61 912 |
|  | ● 3 595 | ● 560 064 |
|  | ● 1 324 | ● 477 944 |

Анализ конкурентов

-  Поиск товаров
-  Фильтр по свойствам
-  сравнение товаров
-  стоимость доставки
-  Процесс сборки заказа
-  оплата
-  минимальная сумма заказа
-  карточка товара

| | Поиск товаров | Фильтр по свойствам | сравнение товаров | стоимость доставки | Процесс сборки заказа | оплата | минимальная сумма заказа | карточка товара |
|--|---|--|---|---|-----------------------------------|--------------------|--------------------------|---|
|  СберМаркет | | | | 1-ый заказ - 98 р., последующие 158р. >30 кг +5 р. за каждый кг) | | | | |
|  OZON | возможен по штрих коду | | | | | возможна рассрочка | | есть опция "подарить товар", есть отзывы покупателей |
|  Wildberries | | | | доставка бесплатная в пункт выдачи, курьером от суммы 3500р. | | нет | | |
|  Aliexpress | предлагает все имеющиеся варианты похожие на ваш запрос | | Большой выбор одного и того же товара по разным ценам | | можно четко отследить путь товара | | нет | большое кол-во отзывов с фотографиями |
|  Яндекс.Доставка | | Есть фильтр «Со склада Яндекс Маркета» | опция сравнения выбранных товаров | | | | | |

User flow



Сегменты Аудитории



Пользуются СберМаркетом

Покупали хоть раз
непродуктовые товары



Пользуются СберМаркетом

Но не покупали
непродуктовые товары



Не пользуются СберМаркетом

Не покупают товары онлайн,
но являются клиентами
Сбербанка

Татьяна – менеджер среднего звена в IT компании



Возраст

30 лет



Покупка продуктов

2-3 раза в месяц



Дети

Мальчик, 3 года



Цель

купить привычные продукты по низкой цене

История



Хорошо знает ассортимент и порядок цен в магазинах, которые посещает.



Отдает предпочтение проверенным магазинам, но готова покупать и в других, если цена будет привлекательной.



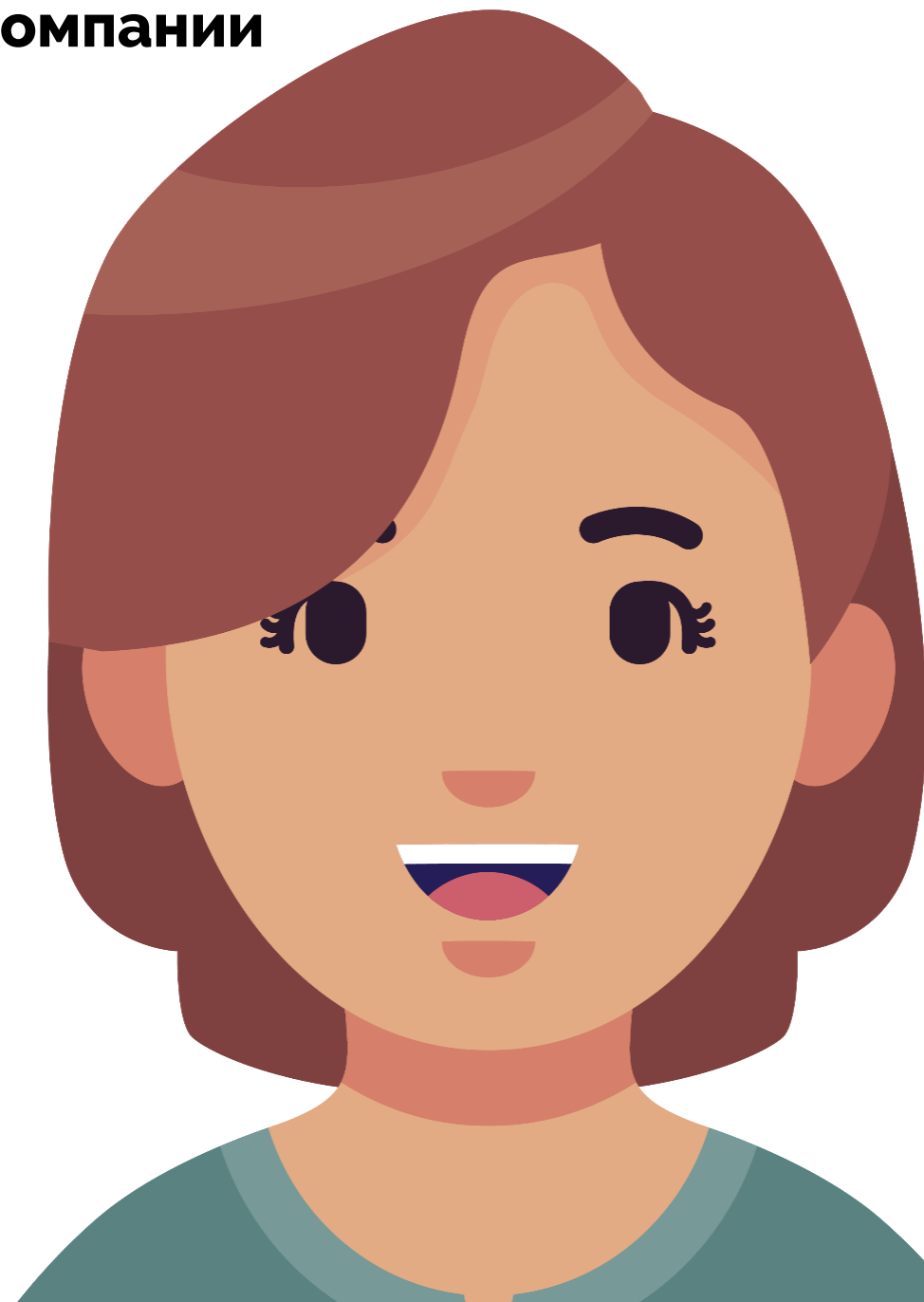
Предпочитает экономить, покупая товары по акциям и скидкам, поэтому имеет карты лояльности из всех любимых магазинов.



Предпочитает закупаться впрок, поэтому обращает внимание на срок годности и свежесть овощей и фруктов.



Ей нравится ходить по магазинам, но очень не нравится тащить оттуда тяжелые сумки.





Рустам – программист



Возраст

27 лет



Покупка продуктов

3-4 раза в месяц



Дети

Нет



Цель

Быстро получить желаемые товары

История



Продвинутый пользователь интернета, поэтому если ему что-то нужно, первым делом ищет это в онлайн магазинах.



На его телефоне установлены все популярные маркетплейсы с непродуктовыми товарами.



Раньше не задумывался что и продукты можно покупать онлайн, но пандемия внесла свой вклад. Теперь самостоятельно в магазин ходит очень редко.

Виктория – домохозяйка



Возраст

35 лет



Покупка продуктов

5-6 раза в месяц



Дети

мальчик 5 и девочка 7 лет



Цель

погулять и купить что-то вкусненькое для семьи

История



Ей важно чтобы дети и муж были обеспечены вкусной и полезной домашней едой.



Поэтому, она часто придумывает на ужин что-то новенькое, а днем ходит по магазинам в поисках ингредиентов для этого. Пока дети учатся, а муж на работе, она может часами ходить по магазинам.



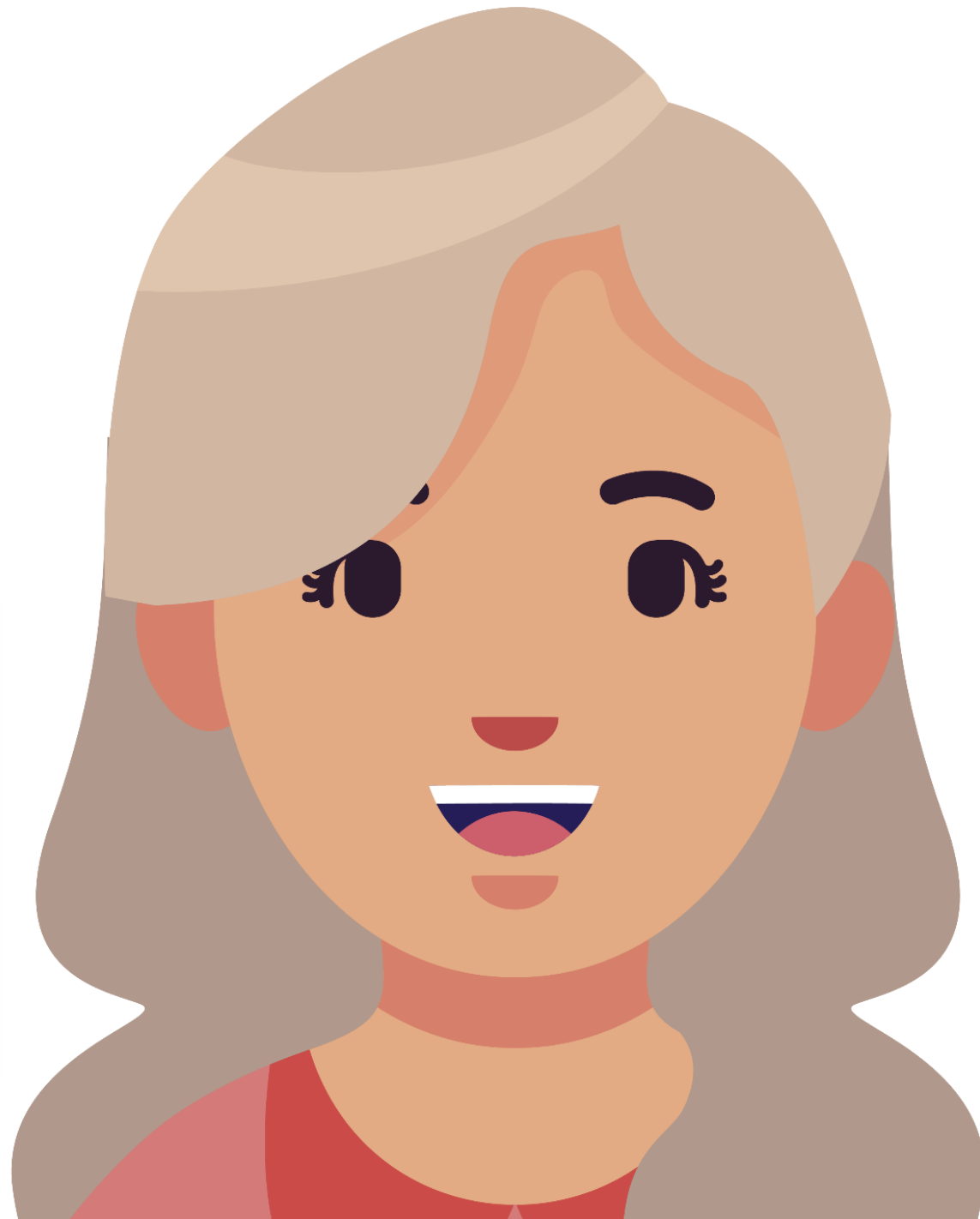
Для нее это не обязанность, а возможность отвлечься от домашних дел и просто погулять с пользой для семьи.



Закупаться впрок она предпочитает в крупных гипермаркетах, куда они ездят всей семьей в выходные на своей машине.



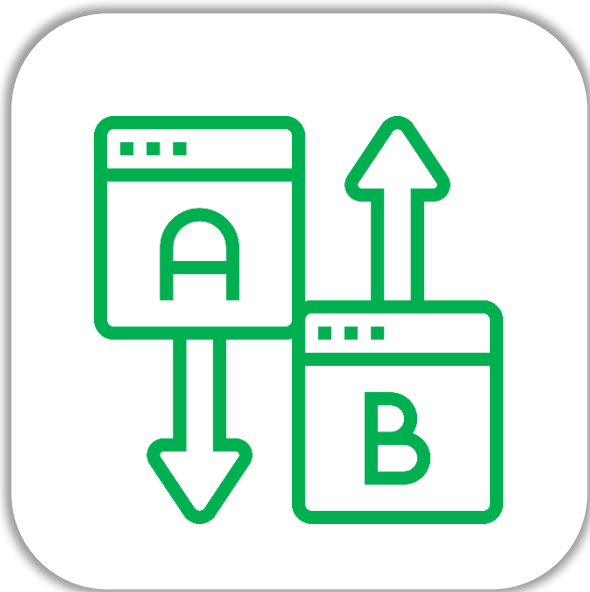
Бюджетом в семье владеет муж и не ограничивает ее в тратах на продукты и товары для семьи и дома так как полностью ей доверяет.



Главные проблемы выявленные в ходе интервью

Проблема выбора

хочу продукт по самой
низкой цене, но не хочу
искать



Проблема стоимости

хочу покупать много товаров, но
не хочу переплачивать за
большой вес



Проблема времени

хочу купить товар, но не
хочу ждать доставку долго



Проблема выбора

хочу продукт по самой низкой цене, но не хочу искать



- Сравнение всех товаров данной категории по всем магазинам
- Сортировка товаров одной категории по цене
- Добавить в корзину функцию "Не забыли купить?"
- Сохранять сформированные продуктовые корзины и иметь возможность купить именно готовые корзины товаров
- Убрать выбор магазинов

Проблема стоимости

хочу покупать много товаров, но не хочу переплачивать за большой вес



Увеличение допустимого
бесплатного веса доставки
с 30 кг до 50 кг

Проблема времени

хочу купить товар, но не хочу ждать доставку долго



Расширить сеть dark store для того что бы охватывать как можно большее количество районов



Иметь постоянный запас самых популярных товаров



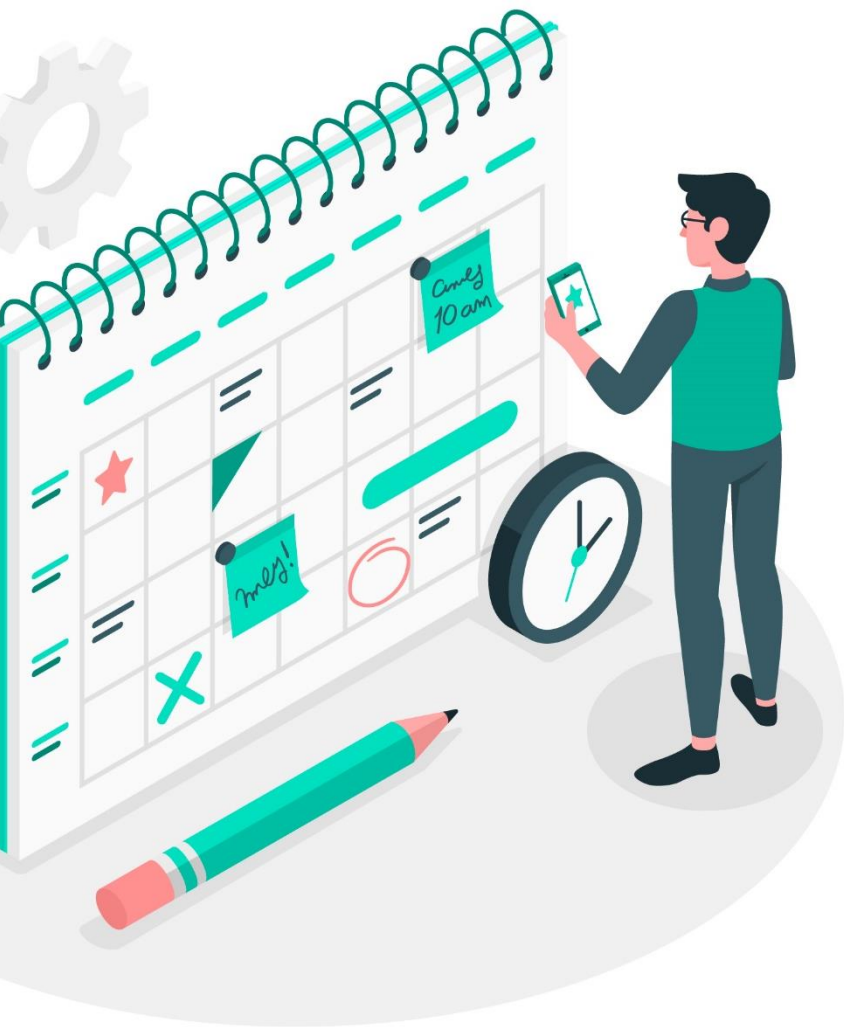
Подключить систему напоминаний о покупке постоянных товаров основанную на машинном обучении

Позиционирование

СберМаркет- ассортимент любимых магазинов у вас дома за час.



План продвижения продаж не продовольственных товаров



1

Увеличение продаж непродовольственных товаров сегменту который покупает e-commerce товары

2

Продажа непродовольственных товаров тем кто не покупает e-commerce товары

3

Привлечение аудитории, которая не пользуется доставкой СберМаркета

Пользователи, которые покупают не продовольственные товары



Цель

Увеличить количество не продовольственных товаров в корзине



Апгрейд юзабилити сайта

- Напоминания клиенту через месяц после заказа, о том что возможно у вас заканчивается товар. Пора закупиться.
- Поиск товара без выбора магазина
- Напоминание в корзине о непродовольственных товаров
- Улучшение визуальной части отображения категорий
- Купон на скидку непродовольственных товаров новому клиенту.



Контекстная реклама

- увеличиваем органический трафик на сайт
- оптимизация скорости загрузки сайта с различных устройств
- повышаем узнаваемость бренда
- Коррекция семантического ядра



Расширение партнерской сети

- Добавляем новые магазины партнеры которые ориентированы на продажу непродовольственных товаров

Пользователи, которые не покупают e-com товары



Цель

привлечь сегмент к покупкам непродовольственных товаров.



Таргетированная реклама



Точечная таргетированная реклама в социальных сетях
"СБЕРМАРКЕТ. НЕ ТОЛЬКО ЕДА"



E-mail маркетинг



Уведомлять клиента по почте или всплывающими уведомлениями, когда на товар, который клиент уже заказывал, снижена цена.



Работа с базой клиентов по почте (рассылка о возможности покупок не только продуктов, но и e-com товаров)



Реклама через экосистему Сбербанк



Push-уведомления с акциями и промокодами на непродовольственные Товары



Трансляция акций на непродовольственные товары Сбермаркета в личном кабинете Сбербанка



Анализ покупок клиентов Сбербанка и реклама тех товаров, которые покупает клиент



Акция сразу на всю продуктовую корзину клиента

Пользователи, которые не пользуются СберМаркетом



Цель

Повысить узнаваемость и привлечь новых покупателей



Интеграция со экосистемой сбербанка

- Выпускаем кобрендовые карты Сбербанк+Сбермаркет.
- Спецтариф для всех клиентов Сбербанка, в виде небольшой скидки (1-2%) на покупки в Сбермаркете
- Возможность оплачивать товар бонусами "Спасибо от Сбербанка"
- Начисление повышенных бонусов за покупку e-commerce товаров
- Трансляция акций Сбермаркета в личном кабинете Сбербанка.
Переход в магазин в один клик, без доп. авторизаций и ввода данных карты.
- Анализ покупок клиентов Сбербанка



Онлайн


- Реклама через инфлюенсеров
- Ограниченным сроком действия предоставления скидки на следующую покупку



Оффлайн

- Рекламу в партнерских сетях
- Выдача купона на скидку на заказ непрод. товаров в Сбермаркете в кассах магазинов-партнеров, при заказе свыше N-ой суммы.
- Билборды у крупных магазинов-партнеров
- Конкурс на радиостанции


3 простых шага для трансформации в лидеры e-com



Улучшаем пользовательский
опыт тех кто уже покупает



Увеличиваем число партнеров



Внедряем Сбермакрет
в экосистему Сбербанка

Команда №8



Михаил Виноградов
Product Manager



Анастасия Струкова
Marketing



Артем Портнов
Project Manager



Людмила Чистякова
Product Manager



Сергей Тилюпо
Product Manager

Так сколько пользователей СберМаркет среди нас?



Все материалы находятся здесь



[Ссылка на папку в Google Drive](#)

