

X5 RETAIL GROUP



Управление покупательским поведением

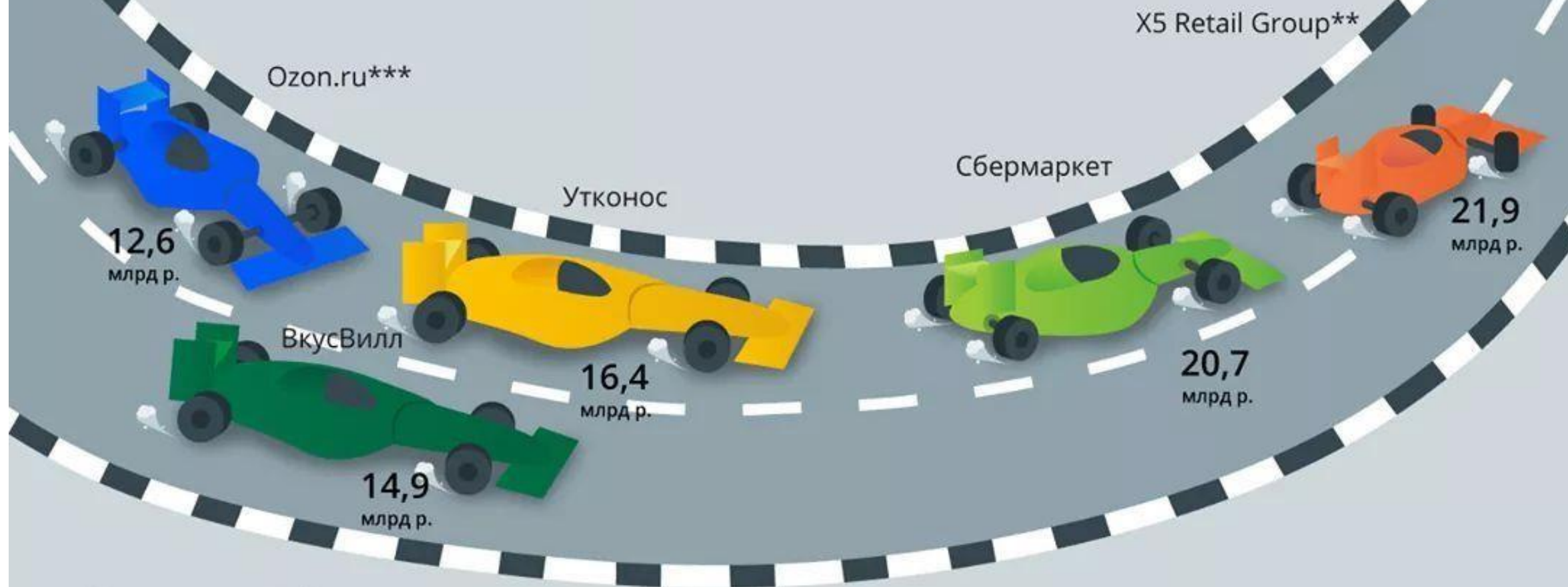


Онлайн-гипермаркет Vprok.ru Перекрёсток запущен в 2017 году в Москве. В октябре 2018 наш сервис вышел в Санкт-Петербург. Сегодня мы работаем в **15 регионах**, которые обслуживают **5 дарксторов**. Наша миссия – большая закупка впрок, мы стремимся стать FMCG-маркетплейсом, где наш клиент сможет найти всё необходимое для жизни.

За последний год мы:

- 1) стали **самостоятельной бизнес-единицей** внутри X5 Retail Group;
- 2) запустили **2 даркстора** и собственное мобильное приложение;
- 3) вышли в **6** новых регионов;
- 4) расширили команду **в несколько раз**;
- 5) А ГЛАВНОЕ – справились с **двукратным ростом спроса** во время пандемии. Вклад "Перекрёсток Впрок" в том числе поспособствовал тому, что X5 Retail Group **стали лидерами рынка e-grocery**, обогнав лидера прошлых лет.

Топ-5 компаний по обороту в онлайн-торговле продуктами в 2020 году*



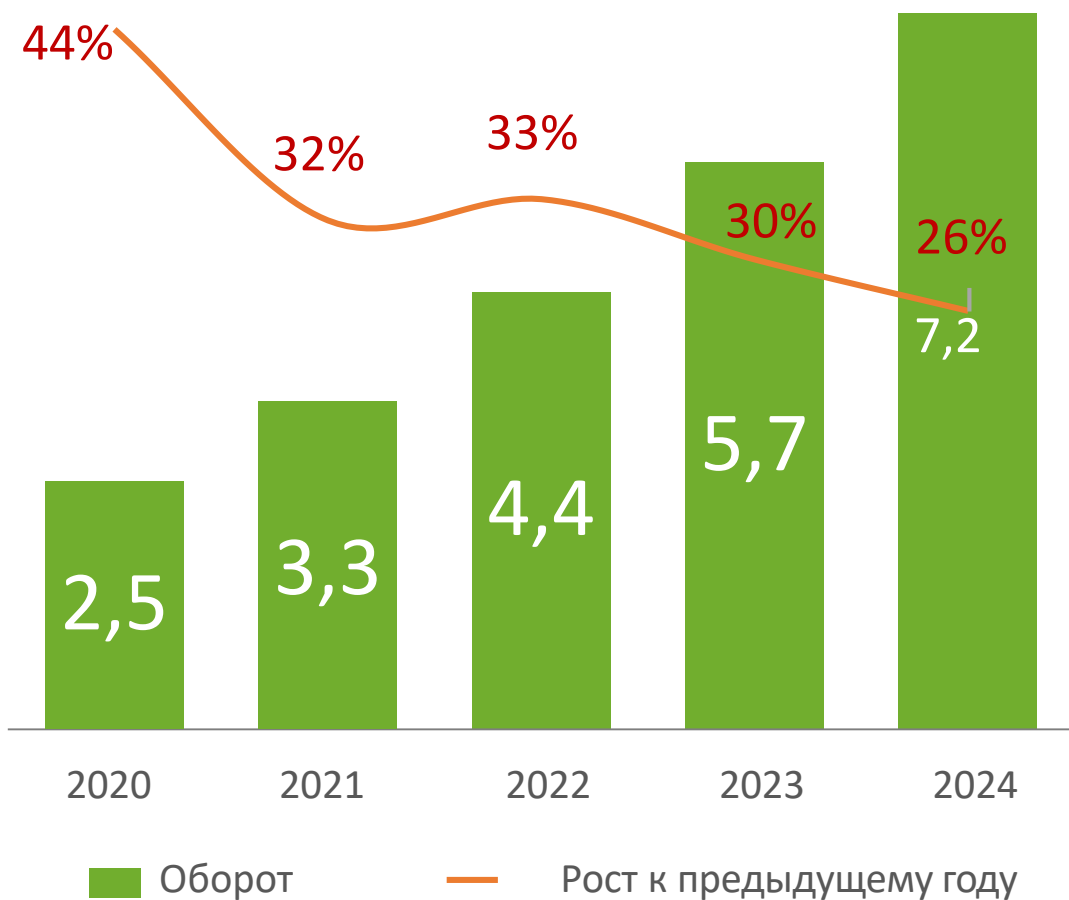
* По данным InfoLine

** «Перекрёсток Впрок» и экспресс-доставка из «Пятёрочки» и «Перекрёстка»

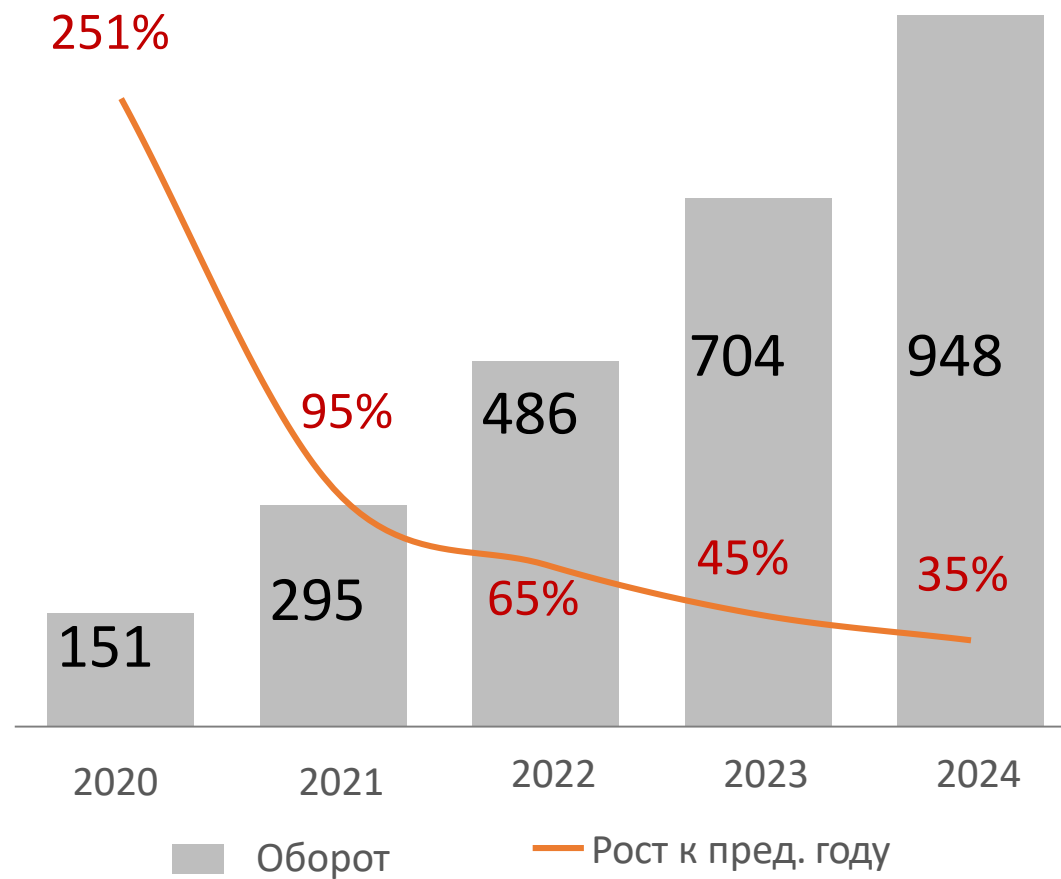
*** Категория food

Основные тренды

Развитие рынка e-commerce до 2024г. трлн. руб.



Развитие рынка e-grocery до 2024г, млрд. руб.



Дарксторы

- Что это? «Тёмные магазины» без покупателей, предназначенные только для сборки онлайн-заказов. Средняя площадь – 20 тыс. кв. м, вместимость – 30 тыс. SKU.
- Зачем? Благодаря нашим дарксторам мы доставляем около 13 тыс. заказов ежедневно. Мощности дарксторов позволяют работать с миссией большой закупки, постоянно расширять ассортимент, а главное – правильно его хранить. Например, благодаря запуску даркстора в Видном в разгар пандемии наша совокупная мощность возросла на 30%, а в Московском регионе - на 40%.

Оптимизация доставки

- Что это? Специальное внутреннее приложение для водителей-экспедиторов, которое подсказывает ему алгоритм действий на каждом этапе доставки.
- Зачем? Чтобы минимизировать количество ситуаций, где курьеру необходимо самостоятельно принимать решения и тем самым снизить риск влияния человеческого фактора, повысить качество сервиса. По результатам исследования, Data Insight, Vprok.ru Перекрёсток занял первое место среди продуктовых онлайн-ритейлеров по клиентскому опыту получения заказов.

Логистические технологии

- Что это? Система оптимизации маршрута водителя-экспедитора
- Зачем? Благодаря внедрению системы маршрутизации у одного водителя-экспедитора стало на 4-5 точек больше. По всем водителям - 2 000 точек в день. В результате точность доставки возросла до 95 %», и в четыре раза — с 8 % до 2 % — сократилось число опозданий и связанных с ними отказов со стороны клиентов.

Технологии для сборки заказов

- Что это? Каждый наш сборщик снабжен специальным терминалом сбора данных, который выстраивает ему оптимальный маршрут между полками и позволяет сканировать товар.
- Зачем? Позволяет собирать большие заказы с 30-40 позициями за минимальный срок.

Мобильное приложение «Впрок»

- Собственное мобильное приложение было запущено с нуля за 4,5 месяца силами собственной команды разработчиков.
- Доля мобайла растёт. Главная задача приложения - привлекать и удерживать новую аудиторию, а также повысить частотность заказов в сервисе. Сегодня через мобильное приложение оформляется уже 63% заказов нашего онлайн-гипермаркета и через него в феврале пришло 60% новых клиентов нашего сервиса.

Сайт Vprok.ru

- В 2020 году мы выделились в отдельную бизнес-единицу и создали отдельный бренд. Одним из этапов ребрендинга стал переезд на новый домен.
- Мы постоянно совершенствуем наш сайт. Например, во время пандемии, чтобы максимально упростить процесс заказа и удержать клиентов мы приняли следующие меры:
 - 1) Ввели возможность начать заказ без указания точного адреса для новых клиентов, чтобы начать заказ, достаточно было указать примерную зону доставки на автоматически всплывающей карте. Точный адрес вводился после оформления заказа.
 - 2) Отображение на витрине товара, фактически находящегося на складе, для того, чтобы покупателю довозился максимальный объем товаров исходя из их точного наличия.

Кроме того, мы каждый день улучшаем cross-sale систему (продажа дополнительного, сопутствующего товара), что ведёт к росту среднего чека пользователей. Для этого мы внедряем алгоритм работы с навигацией и рекомендациями с учётом ценового сегмента, совместимости продуктов и коллаборативной фильтрации товаров.

Какие услуги мы запускаем для клиентов?

Доставка для пенсионеров

- Что это? Бесплатная доставка для пенсионеров с выделенной горячей линией. Услуга доступна до сих пор.
- Зачем? Во время самоизоляции в 2020 году количество пользователей сайта в категории 55+ выросло вдвое, а количество покупателей 65+ увеличилось на 18%. Услуга пользовалась спросом и в среднем нам оставляли по 4-5 тыс. заявок ежедневно.

Возврат пластиковых пакетов

- Что это? Мы используем много пакетов в одном заказе, потому что строго соблюдаем нормы СанПин. Клиенты могут сразу после получения заказа вернуть пакеты курьеру. Пакеты отправятся на переработку.
- Зачем? Во-первых, это удобно для клиентов, можно не складировать пакеты дома. Во-вторых, таким образом мы увеличиваем количество пластиковых отходов, которые отправятся на переработку вместо свалки. Несмотря на временную приостановку акции весной из-за пандемии, в прошлом году сотрудники Vprok.ru собрали 2 тонны пластиковых пакетов: 28 тыс. покупателей вернули 248 тыс. пакетов.

Бесконтактная доставка

- Что это? Безопасная доставка, исключая физический контакт с водителем-экспедитором.
- Зачем? Безопасность клиентов и высокий уровень сервиса – абсолютный приоритет для нас. Поэтому с 19 марта 2020 года мы ввели бесконтактную доставку для всех регионов присутствия Vprok.ru. За время режима самоизоляции мы осуществили более 130 тыс. бесконтактных доставок.

Готовые наборы и большие упаковки

- Что это? Возможность в один клик добавить в корзину большую упаковку (паллет) нужного товара (например, сразу 6 пачек гречки) или целый набор продуктов.
- Зачем? Услуга покупки готовых наборов была доступна нашим клиентам во время пандемии, чтобы оптимизировать время оформления заказа в условиях ограниченного количества слотов на доставку. В первую же неделю ими заинтересовалось более 50 тыс. наших клиентов. Опция покупки паллетами доступна и сейчас.

Акция «Товары по рублю»

- В ноябре 2020 года мы впервые запустили акцию «Товары за 1 рубль». Она хорошо зарекомендовала себя среди наших клиентов и стала регулярной. За это время мы продали свыше 70 тыс. товаров по рублю, акцией воспользовалось 50 тыс. наших клиентов. Данная активность помогла увеличить конверсию в новых пользователей на 15%.

Программа лояльности

- У нас общая с розничной сетью программа лояльности, это удобно для клиентов, которые пользуются и нашей закупкой впрок, и быстрой дозакупкой коллег из сервиса «Быстро». Однако мы регулярно тестируем дополнительные привилегии для своих клиентов.
- Например, с середины февраля по март мы предлагали клиентам на выбор 10% дополнительной скидки и бесплатную доставку или двойные баллы с бесплатной доставкой. В результате двойные баллы в сочетании с бесплатной доставкой более замотивировали наших клиентов, чем дополнительная 10% скидка. А мы изначально думали, что будет наоборот.

В основе работы с продуктами лежат **цифры и аналитика** (web-аналитика, бэкэнд-аналитика и онлайн-аналитика).

У Vprok.ru порядка **20 продуктовых команд**. Каждая из них отвечает за свой блок, например, у нас есть команда, отвечающая только за оформление заказа.

Основной инструмент работы с потребительским поведением - **метрики здоровья продукта**. Таких метрик у нас – несколько десятков.

Каждая метрика распадается на несколько составляющих, в зависимости от региона доставки, типа пользователя, платформы (web-сайт, мобильная версия сайта, приложение iOS или Android).

Мы регулярно проверяем все процессы, влияющие на метрики. Для этого мы используем пользовательские интервью и исследования воронки продаж.

Было: до пандемии 85% онлайн-заказов оплачивалось картой или наличными при получении.

Стало: во время пандемии Vprok.ru временно отключил возможность оплаты при получении, следуя рекомендациям ВОЗ.

Гипотеза: проверить, какая доля клиентов захочет пользоваться опцией предоплаты после снятия ограничений, сократится ли выкупаемость заказа.

Как проверяли: тестовая группа — 5% пользователей сайта в Московском регионе, постепенно увеличилась до 50%. Для этих клиентов были доступны 2 опции: предоплата и постоплата. Что показал тест:

1. Конверсия в заказы в тестовой группе увеличилась почти на 19%;
2. Гипотеза по сокращению выкупаемости подтвердилась только отчасти, т.к. формально показатель сократился на ~2%, но фактически это коснулось только тех товаров, которые и до этого влияли на потребительскую лояльность. Например, в случае замены товара, которую покупатель не хочет получать.
3. Количество обращений, связанных с предоплатой, почти не изменилось. Мы это связываем с двумя факторами: с одной стороны, до этого уже было сделано много улучшений в части удобства пользования онлайн-оплатой, а с другой стороны, само «ядро» активных пользователей, которые сами обращаются в клиентский сервис осталось почти неизменным.
4. Потребительские привычки кардинально изменились: доля заказов, которые были предоплачены, увеличилась с 15% (до пандемии) до почти 50%.

Спасибо!