



Покупательское поведение на рынке зоотоваров

Основные тренды




Арина Виноградова

Бизнес-аналитик направлений
«Аналитика ассортимента» и «Панель Ритейл»
СберАналитика




СберАналитика в цифрах


СБЕР АНАЛИТИКА

 **108,2 млн**
физических лиц

 **6 млн**
юридических лиц

 **10 млн**
терминалов
*более 6 млн с эквайрингом Сбера

 **7,7 млн**
торговых точек

 **1,1 тыс.**
городов России
*с населением от 10 тыс. и более





 **все**
регионы России

900+ клиентов
в различных отраслях
бизнеса и госсектора

70+ источников данных
Обогащение собственных данных
из внешних источников и данными Экосистемы

60+ месяцев глубина аналитики
Ретроспектива данных с ежедневной
детализацией ключевых бизнес-показателей

Глубокая экспертиза для отраслей:

-  Ритейл
-  Недвижимость
-  FMCG
-  Фарма
-  Туризм
-  Исследования B2B

Высокая точность и технологии

- Big data, machine learning, AI
- Запатентованные алгоритмы
- Еженедельное обновление

Различные варианты представления исследований

- Инфопанели
- Статические отчеты в pdf и exl
- Датасеты

*При анализе используются только агрегированные обезличенные данные. Персональная информация и любая информация, составляющая коммерческую тайну, не раскрываются.

Большие данные

Аналитика трат населения и платежей организаций. Выявляет реальные потребительские предпочтения

Количественные и качественные исследования

Онлайн-опросы целевой аудитории. Выявляют эмоциональное состояние, потребности и планы населения

Специализированные магазины

Динамика оборота рынка в рублях



Увеличение спроса после ухода зарубежных брендов с российского рынка



Офлайн-формат вносит большой вклад в увеличение оборота специализированного сегмента

Рынок специалистов

2022 год

782,5 руб.

Средний чек на рынке зооспециалистов

1,67

Частота покупки в месяц

2023 год

800,4 руб.

Средний чек на рынке зооспециалистов

1,69

Частота покупки в месяц

 СБЕР АНАЛИТИКА



Наблюдается рост среднего чека на рынке специализированных зоомагазинов

*Исследование проводилось на базе транзакционной аналитики по всей России

Онлайн-специалисты

27%

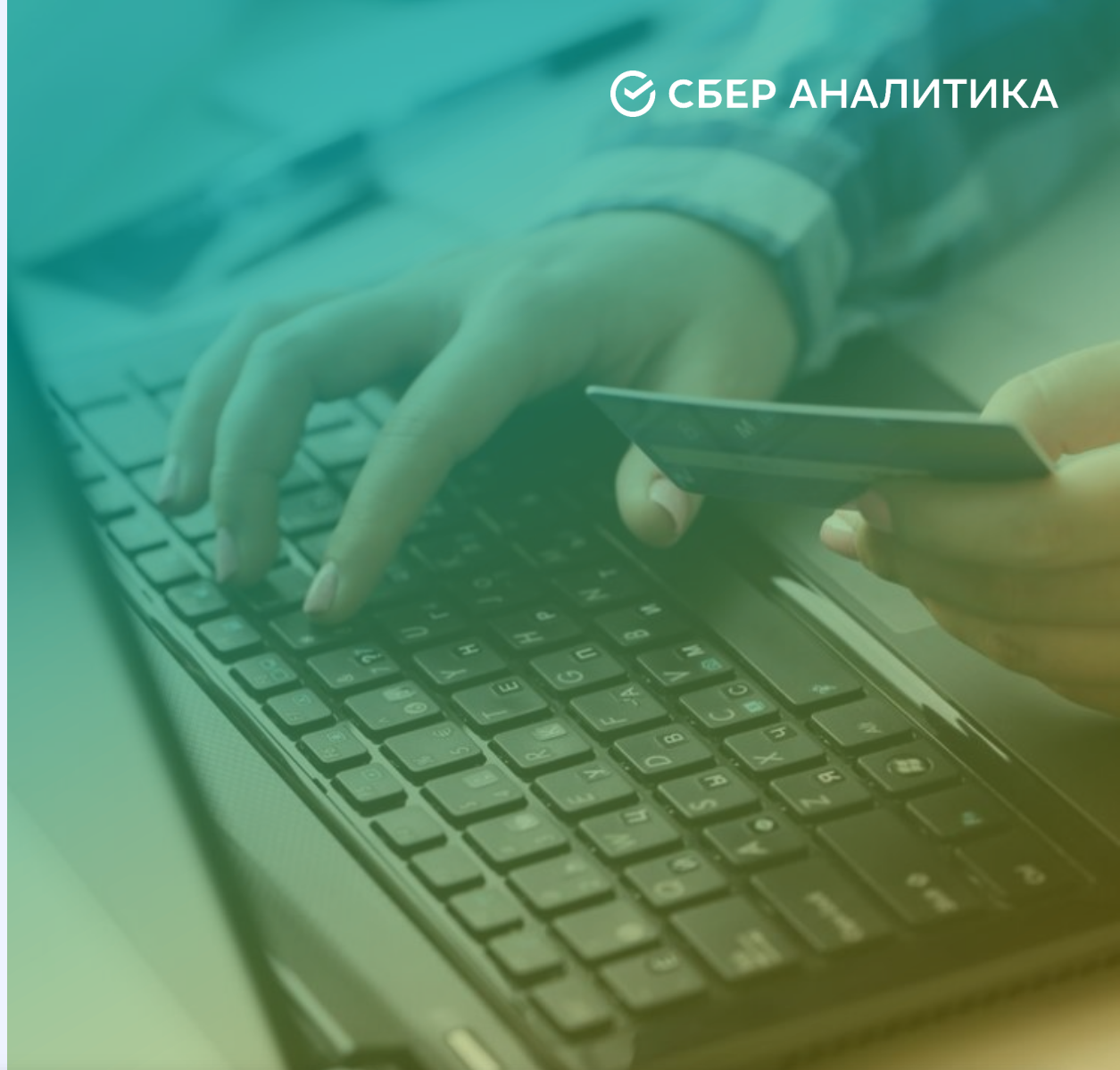
Доля онлайн в 2023 году

в 3,4

раза средний чек в онлайн-специалистах выше, чем в среднем по категории

1506 руб.

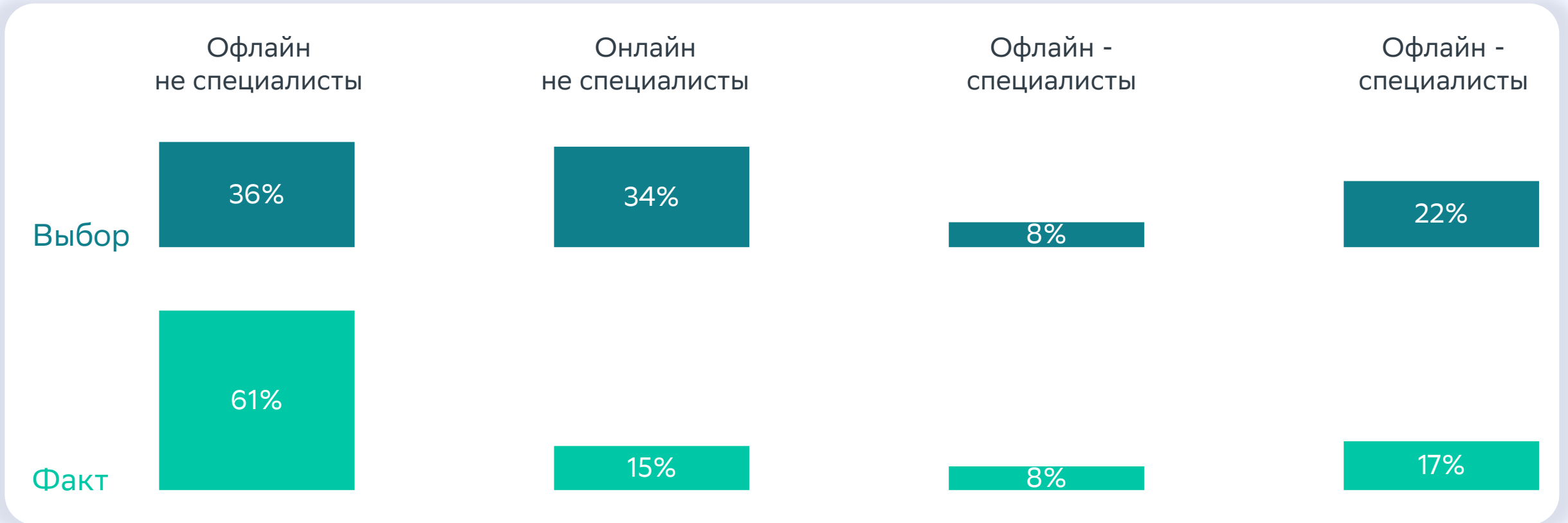
Средний чек в онлайн зоомагазинах в 2023 году



Средний чек в онлайн в 3 раза превышает показатель по категории

*Исследование проводилось на базе транзакционной аналитики по всей России

Каналы продаж категории



Неспециализированные офлайн-магазины остаются основным каналом продаж

*Исследование проводилось на основе онлайн-панели в ноябре 2023 года по всей России, а также на базе чековой аналитики по всей России

Причины выбора каналов

Офлайн
не специалисты

68%

Недалеко от дома

53%

Доступные цены

40%

Нужные товары всегда
в наличии

Онлайн
не специалисты

58%

Доступные цены

50%

Удобная доставка

48%

Нужные товары всегда
в наличии

Офлайн
специалисты

56%

Недалеко от дома

46%

Нужные товары всегда
в наличии

27%

Доверяю сети

Офлайн
специалисты

48%

Нужные товары всегда
в наличии

38%

Доступные цены

34%

Удобная доставка



Удобство и доступность – ключевые драйверы выбора
неспециализированных каналов

*Исследование проводилось на основе онлайн-панели в январе 2024 г. по всей России. Выборка составляет 1000 респондентов

73%

россиян являются
владельцами животных

 СБЕР АНАЛИТИКА



61% Владельцы кошек



31% Владельцы собак



7% Владельцы рыбок



Домашние животные есть у большинства россиян, кошки – самые часто встречающиеся питомцы

*Исследование проводилось на основе онлайн-панели в январе 2024 г. по всей России. Выборка составляет 1000 респондентов

Покупатель зоотоваров



63% Женщины

18 – 24 лет 4%

25 – 34 лет 17%

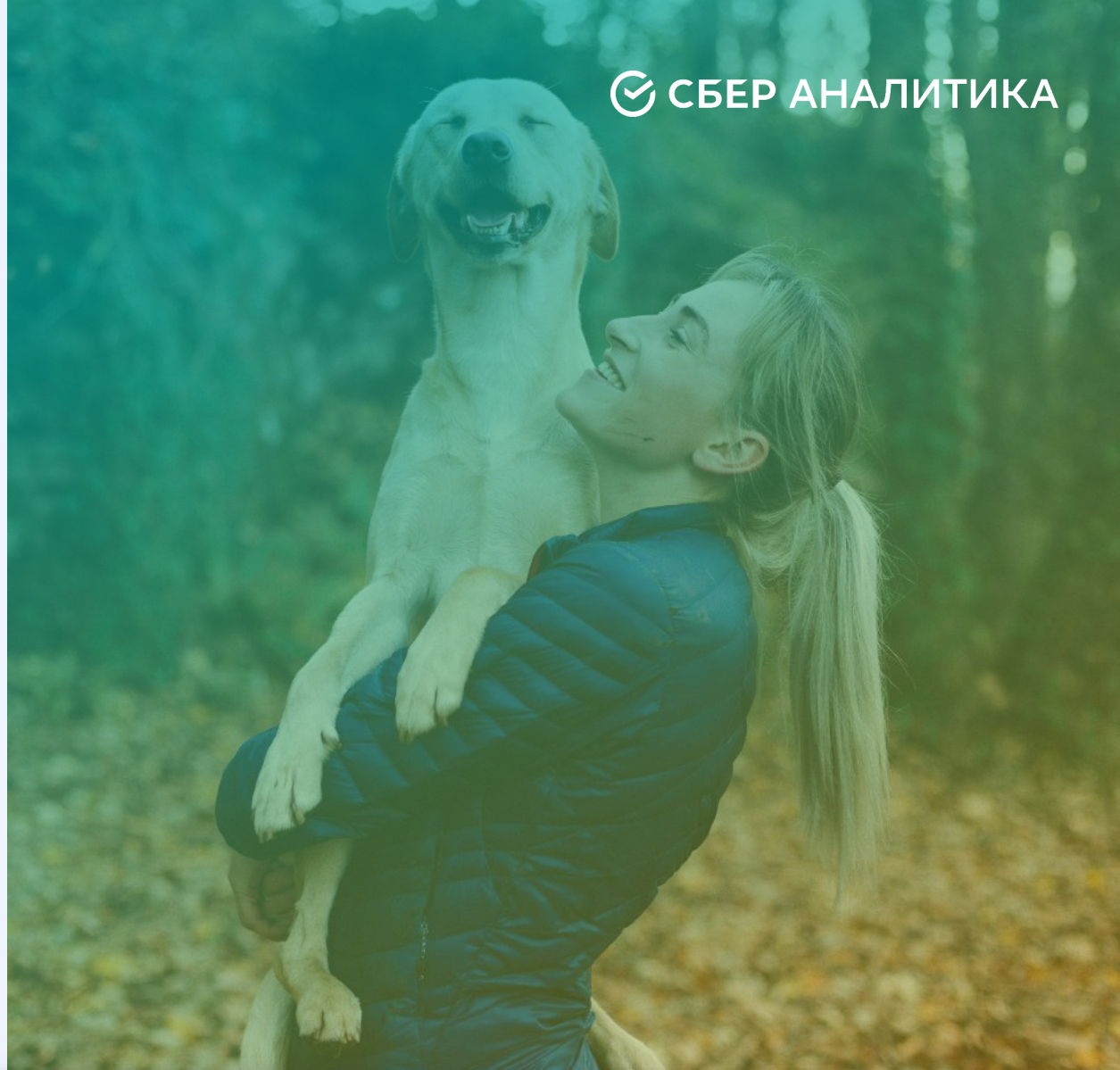
35 – 44 лет 27%

45 – 60 лет 31%

60 лет + 22%

55% Есть авто

28% Есть дети



Покупатели зоотоваров – это женщины. Возраст – 35 лет и старше, без детей

*Исследование проводилось на базе чековой аналитики по всей России

Структура категории зоотоваров

78%

Корма для животных

7,5%

Бытовая химия для животных

7,2%

Наполнители для туалетов

7,0%

Аксессуары для животных



Корма для животных – ключевой товар в категории

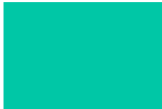
*Исследование проводилось на базе чековой аналитики по всей России


Форматы кормов для животных



49% корма для кошек

Сухие корма  **56%** 568 руб.

Влажные корма  **40%** 233 руб.

Лакомства  **3,4%** 157 руб.



23% корма для собак

Сухие корма  **83%** 1 434 руб.

Влажные корма  **13%** 172 руб.

Лакомства  **4,0%** 261 руб.



Влажные корма пользуются бОльшим спросом у владельцев кошек

Консолидация рынка и лояльность

Любимые бренды

77%

Корма для кошек

65%

Корма для собак

37%

Наполнители для туалетов

18%

Бытовая химия для животных

17%

Аксессуары для животных

Топ-5 брендов

64%

Доля топ-5 в кормах для кошек

56%

Доля топ-5 в кормах для собак

32%

Доля топ-5 в наполнителях

20%

Доля топ-5 в бытовой химии

24%

Доля топ-5 в аксессуарах

Заключение

01

Неспециализированный офлайн – лидирующий канал покупки категории.

02

Ключевой драйвер выбора неспециализированного канала – доступность цен. В специалистах ищут конкретный товар.

03

Товары для кошек – основная категория на рынке зоотоваров.

04

Структура кормов для кошек и собак различается по спросу на форматы: сухой корм в большей степени востребован владельцами собак.

05

Лояльность на рынке зоотоваров прослеживается в категории кормов, остальные категории – ниша без ярко выраженного лидера.

Спасибо за внимание!



sberanalytics.ru
8 800 707-00-82



Арина Виноградова
Бизнес-аналитик СберАналитики
AAlekseevVinogradova@sberbank.ru