**Победит ли онлайн торговля традиционную розницу?**

**Этот вопрос не дает покоя многим бизнесам, выстраивающим цепочку продаж в современных непростых реалиях.

Есть основания утверждать, что в ближайшие пять лет этого точно не произойдет. Однако процент роста онлайн увеличится со стандартных 15–20% до 35% в год.**

**Мировая ситуация с пандемией изменила соотношение онлайн- и офлайн-торговли. В период карантина доля интернет - покупок возросла в разы. По данным «Яндекс.Касса» в первую нерабочую неделю с 30 марта по 5 апреля количество онлайн-заказов в кафе и ресторанах выросло на 78%. В период самоизоляции у российских онлайн-магазинов стало минимум на 10 миллионов клиентов больше, посчитали аналитики DataInsight. При этом более чем в четыре раза выросли онлайн-продажи товаров повседневного спроса - каждый четвертый (26 процентов) заказывал доставку продуктов питания на дом.**

**По мнению аналитиков, в 2020 году Российский рынок онлайн-ретейла превысит $41 млрд, или 3,2 трлн руб., что на 17% выше, чем в 2019 году. Однако, возможно, цифры будут даже выше. При этом 70% всех онлайн-продаж будут сконцентрированы у десяти крупнейших игроков.**

**К 2024 году, как прогнозируют в DataInsight, продажи через онлайн-каналы будут расти на 33 процента ежегодно, а их объем превысит 7 триллионов рублей.**

**Каковы же последние тренды онлайн торговли?**

* **Люди привыкли покупать онлайн. Устойчивая привычка формируется через 21 день. Таким образом, за три месяца карантина у большинства населения привычка покупать онлайн уже появилась. Крупные ретейлеры за это время «заточили» свою инфраструктуру и бизнес-процессы под онлайн.**
* **Онлайн-ритейлеры станут в ближайшие годы лидерами в сфере торговли. например, через этот канал активно продаются SIM-карты. В Tele2 отмечают беспрецедентную популярность онлайн-канала продаж - в интернет-магазине оператора количество заказов SIM-карт с доставкой на дом за период с апреля по июнь выросло в 2,5 раза по сравнению с тем же периодом прошлого года. После отмены карантинных ограничений спрос на заказы SIM-карт через интернет-магазин сохранился.**
* **Новые бизнес-модели. Например, появились приложения, позволяющие примерить одежду на свою фотографию, а затем запостить новый образ в своем аккаунте. Таким образом, уже созданы первые прецеденты полной цифровизации потребления.**
* **Минимизация потребления. Произошла переоценка ценностей — на первый план выходят более важные для жизни вещи.**
* **Экологичность. Мы все столкнулись с вопросом загрязнения окружающей среды и уже есть мощный запрос от общества на восстановление экологической ситуации, и в ретейле в первую очередь. В понятие «экологичность» входит цифровизация всех маркетинговых инициатив в виде печати буклетов, баннеров, наклеек. Все предложения и бонусы доступны в мобильных приложениях, и покупатель может воспользоваться ими как онлайн, так и офлайн.**
* **Индивидуальное моделирование покупок и создание экосистем, когда в одном приложении покупателю доступны предложения не только от ретейл-сети, но и от ее партнеров: банков, телеком-операторов, ресторанов и т д. Здесь все построено на хорошем знании своего клиента ретейлером, и онлайн со знанием истории не только покупок, но и поиска имеет существенные преимущества перед офлайн-форматом.**

**А что же будет с офлайн?**

**Он будет также продолжать развиваться, поскольку:**

* **Люди истосковались по привычным ощущениям от покупок и реальному общению;**
* **Есть направления, где онлайн не дает полноты потребительских ощущений**
* **Качество многих продуктов лучше всего определять вживую, духи надо ощущать на коже, при покупке дорогой одежды нам надо ощущать качество ткани и смотреть, как вещь сидит на фигуре.**
* **Книги и музыка, техника, хозяйственные товары почти полностью уйдут в онлайн.**

**Таким образом, доля онлайна будет неуклонно расти, однако и традиционная розница не собирается сдавать свои позиции в силу потребительских предпочтений и психологии покупок.**

**А что думаете Вы? Как чувствует себя розница в вашем регионе?**

##### [**СТАТЬ УЧАСТНИКОМ СКРЕПКА ЭКСПО 2021**](https://skrepkaexpo.ru/zayavka-na-uchastie/)

[**СПИСОК УЧАСТНИКОВ СКРЕПКА ЭКСПО 2021**](https://skrepkaexpo.ru/exhibitors2021_2/)

###