

# I Мобильные приложения для покупок (Россия)

Использование смартфонов для покупок

III кв. 2016 г.

# Об этом исследовании

**Общие сведения** Мобильные приложения и сайты – важнейший канал взаимодействия рекламодателей с клиентами. Специалисты Google стремятся помочь рекламодателям лучше понять поведение пользователей мобильных приложений и посетителей мобильных сайтов, что позволит разрабатывать наиболее эффективные стратегии мобильной рекламы.

**Цель** Помочь рекламодателям понять, для решения каких задач, связанных с покупками, применяют смартфоны и как находят и используют приложения из этой категории.

Методика	15-минутное онлайн-анкетирование по вопросам, связанным с покупками.	
Объекты исследования	Владельцы смартфонов в возрасте 18–64 лет, использовавшие устройство для покупок в прошлом месяце. Для данных по каждой сфере деятельности установлены квоты на возраст, пол, образование	
Размер выборки	N=300 для каждой тематической категории	
Страны	Россия (также изучались Великобритания, Израиль, Канада, Нидерланды, Саудовская Аравия, США, Турция, Франция и Швеция)	

# | Содержание



## Действия на смартфонах

Общие и специфические для категории



## Приложения на смартфоне пользователя

Привлечение клиентов и расширение клиентской базы, использование



## Предпочтения

Лучшие приложения, функции, уведомления



## Отказ от использования и возобновление и спользования

Причины

# Основные выводы

## 01

Примерно половина приложений для покупок используется еженедельно  
(слайд 17)

Для покупок мобильные приложения используют немного чаще, чем мобильные сайты (слайд 11)

## 02

## 03

Функциональные возможности имеют большое значение. Наиболее важные – сохранение персональных настроек и авторизация  
(слайд 28)

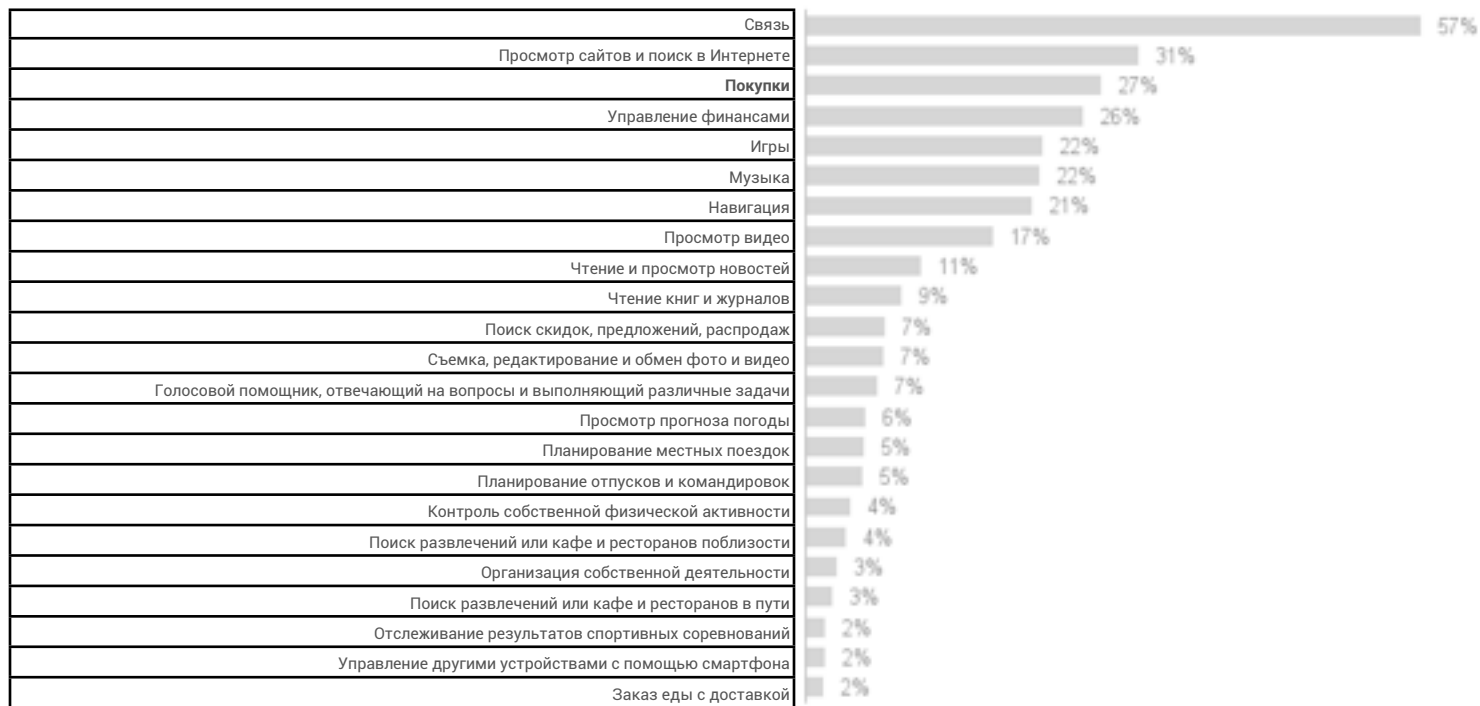
Новые функции, эксклюзивные предложения и скидки могут послужить стимулом к возобновлению использования  
(слайд 32)

## 04

# | Действия на смартфонах

# Основные действия на смартфонах

среди тех, кто использует их для покупок



База: 300

Вопрос 3. Если бы на смартфоне можно было выполнять только три действия, что бы Вы выбрали?



# Периодичность использования мобильных приложений для покупок

24%

Каждую неделю или чаще

59%

Каждую неделю или чаще

# Категории товаров, покупаемых со смартфонов

Покупки за последние 30 дней

56%



Одежда,  
обувь,  
аксессуары

35%



Косметика

26%



Спортивные товары

48%



Электроника

28%



Продукты

22%



Товары для дома  
и приусадебного  
участка

База: 300  
Вопрос 7. Что из перечисленного Вы покупали за последние 30 дней (в приложении или на сайте)?





# Действия на смартфонах, связанные с покупками

Действия за последние 30 дней



База: 300

Вопрос 8. Какие из перечисленных действий Вы выполняли на смартфоне за последние 30 дней (в приложении или на сайте)?

Вопрос 9. Как часто Вы выполняете эти действия на смартфоне?



# Действия на смартфонах в магазине

# 97%

пользователей выполняли на смартфоне действия во время посещения магазина, которые привели к последующему оформлению покупки

## Действия за последние 30 дней



# Использование приложений и сайтов для покупок

Покупки за последние 30 дней

56%

использовали приложение

51%

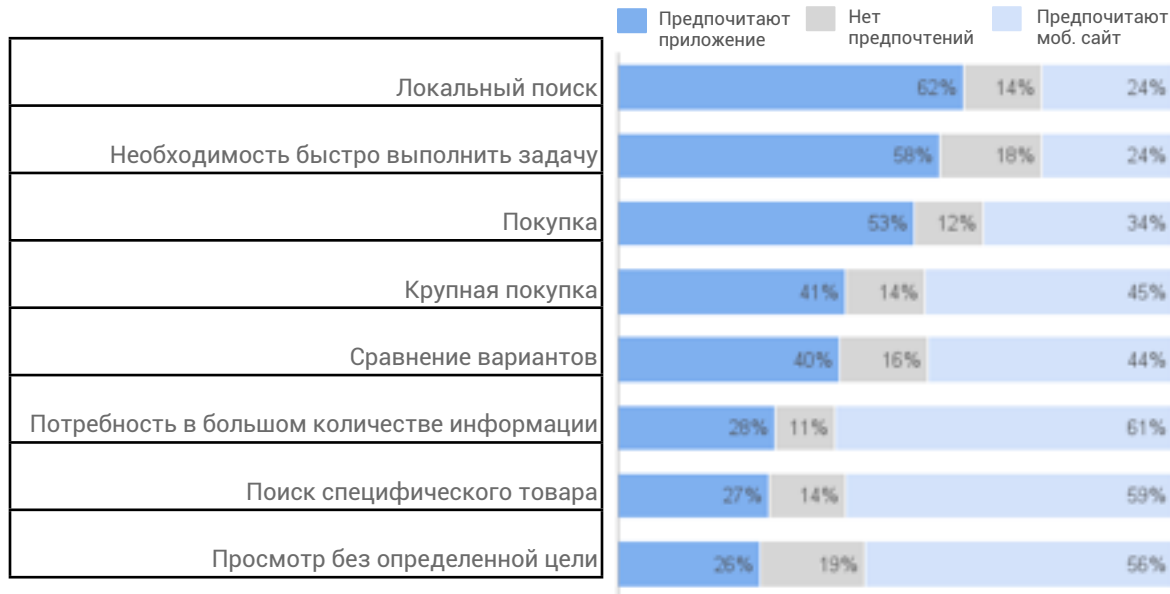
использовал мобильный сайт

Предпочтения в отношении самых популярных действий, связанных с покупками, среди выполнявших их за последние 30 дней



База: 300  
Вопрос 5. Использовали ли Вы мобильный сайт или приложение для выполнения каждого из этих действий за последние 30 дней? – Оформление покупок.  
База: пользователи, выполнявшие действие на смартфоне за последние 30 дней (показаны результаты по базе n>30).  
Вопрос 11. Для каких из перечисленных действий Вы предпочли бы использовать приложение, а для каких – мобильный сайт?

# Предпочтения по платформам для различных ситуаций, связанных с оформлением покупок



- Приложения гораздо предпочтительнее для покупок и несложных локальных задач.
- Мобильные сайты предпочитают для изучения – когда нужно найти большое количество информации, а также для просмотра страниц с определенной целью или без нее.

База: 300  
Вопрос Q12. Представьте себя в каждой из описанных ситуаций. Предпочли бы Вы использовать приложение для покупок, мобильный сайт или ни то ни другое?



# Основные причины предпочтения приложений и мобильных сайтов

## Основные причины предпочтения приложений

Удобство навигации (79%) Быстро загружается (60%)
Удобство навигации (68%) Поиск скидок и предложений
Удобство навигации (71%) Быстро загружается (59%)
Быстро загружается (63%)

## Ситуация

Необходимость быстро выполнить задачу
Крупная покупка
Локальный поиск
Просмотр без определенной цели

## Основные причины предпочтения мобильных сайтов

Содержит больше информации (53%) Выше вероятность попасть на нужную страницу (50%)
Содержит больше информации (53%)
Не занимает память устройства (47%)* Удобство навигации (45%)*
Содержит больше информации (64%)

База: пользователи, предпочитающие приложение или мобильный сайт для решения определенной задачи (показаны результаты по базе n>30).  
Вопрос 13a/b. Почему Вы предпочли бы использовать приложение для?... / Почему Вы предпочли бы использовать мобильный сайт для?..

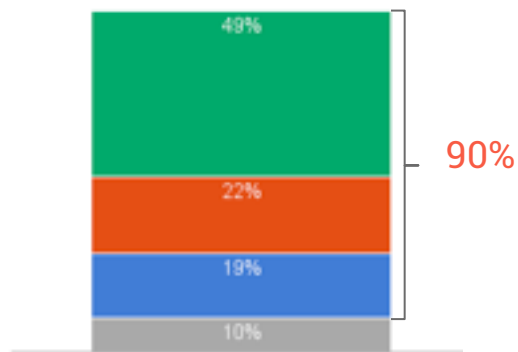


# Приложения на смартфоне пользователя

# Количество установленных приложений для покупок

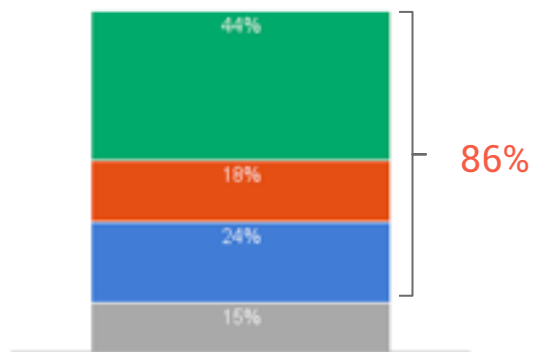
Установлено в настоящее время

Ср. значение = 3,6



Установлено за последние 3 месяца

Ср. значение = 3,7



■ Ни одного ■ 1 приложение ■ 2 приложения ■ 3 или более

База: 300

Вопрос 14. Сколько приложений для покупок установлено на Вашем смартфоне (включая установленные перед покупкой)?

Вопрос 18. Сколько приложений для покупок Вы установили на смартфон за последние 3 месяца (включая те, которые Вы впоследствии удалили)?



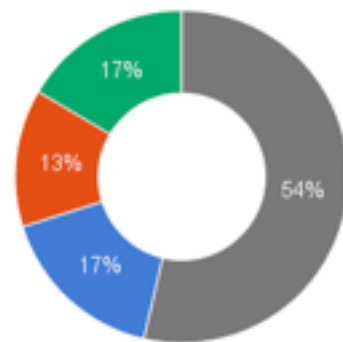
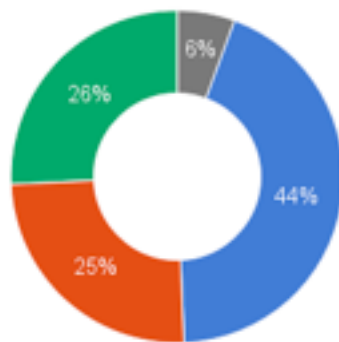
# Жизненный цикл новых приложений для покупок

Респонденты, удалявшие приложения для покупок за последние 3 месяца, в среднем **удалили 4,4 приложения** за этот период.

Запущенных хотя бы раз: 3,5  
в среднем

Используемых сейчас: 2,7  
в среднем

Удалено: 2,0  
в среднем



База: пользователи, устанавливавшие финансовые приложения за последние 3 месяца (n=256).

Вопрос 19. Из установленных Вами за последние 3 месяца приложений категории "[VERTICAL]" сколько Вы запустили хотя бы раз после установки?

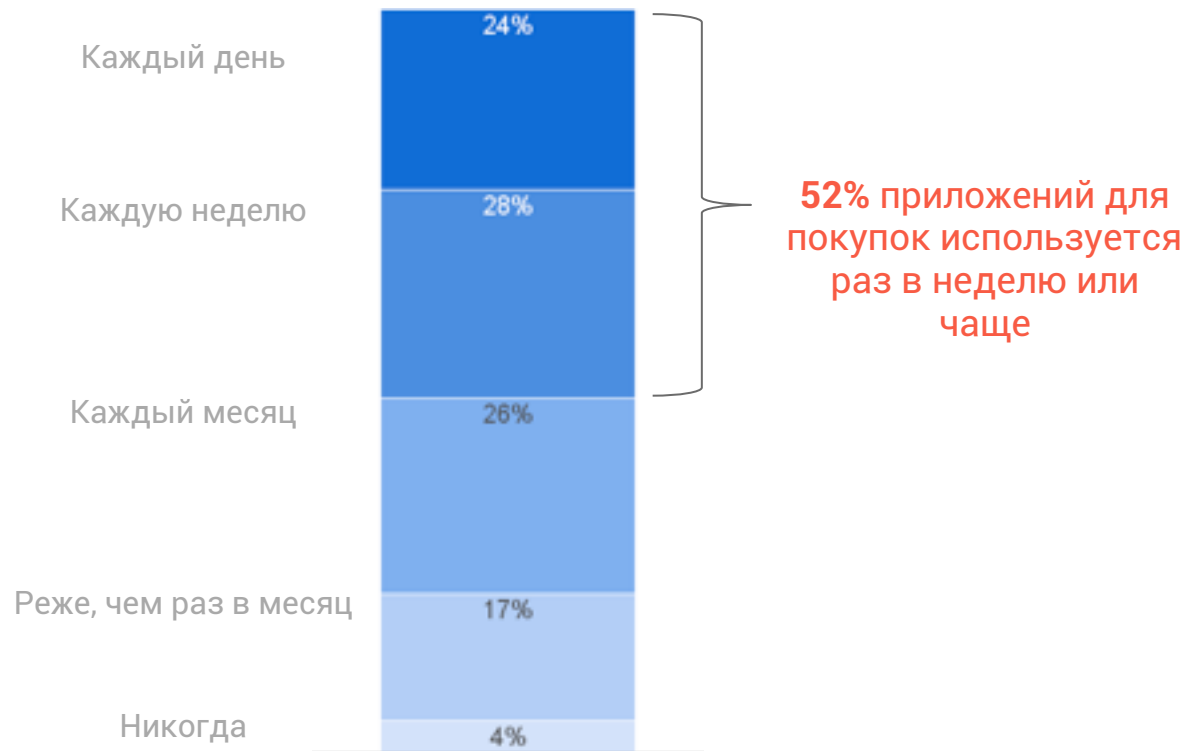
Вопрос 20. Из установленных Вами за последние 3 месяца приложений категории "[VERTICAL]" сколько Вы используете в настоящее время?

Вопрос 21. Из установленных Вами за последние 3 месяца приложений категории "[VERTICAL]" сколько Вы удалили?





# Распределение по периодичности использования



База: пользователи, у которых на смартфоне есть приложения для покупок (n=268).  
Вопрос 15. Примерно какой процент приложений для покупок, установленных на смартфоне, Вы используете?..



# Способы получения информации о новых приложениях для покупок

3 самых популярных способа



База: 300

Вопрос 32. Как Вы обычно узнаете о новом мобильном приложении для покупок?

Вопрос 33. Получали ли Вы информацию о новом приложении для покупок одним из перечисленных способов?

Вопрос 34. Укажите 3 самых частых для Вас способа получения информации о новых мобильных приложениях для покупок.



# Источники информации о приложениях для покупок



# Факторы, влияющие на решение о скачивании приложения из магазина

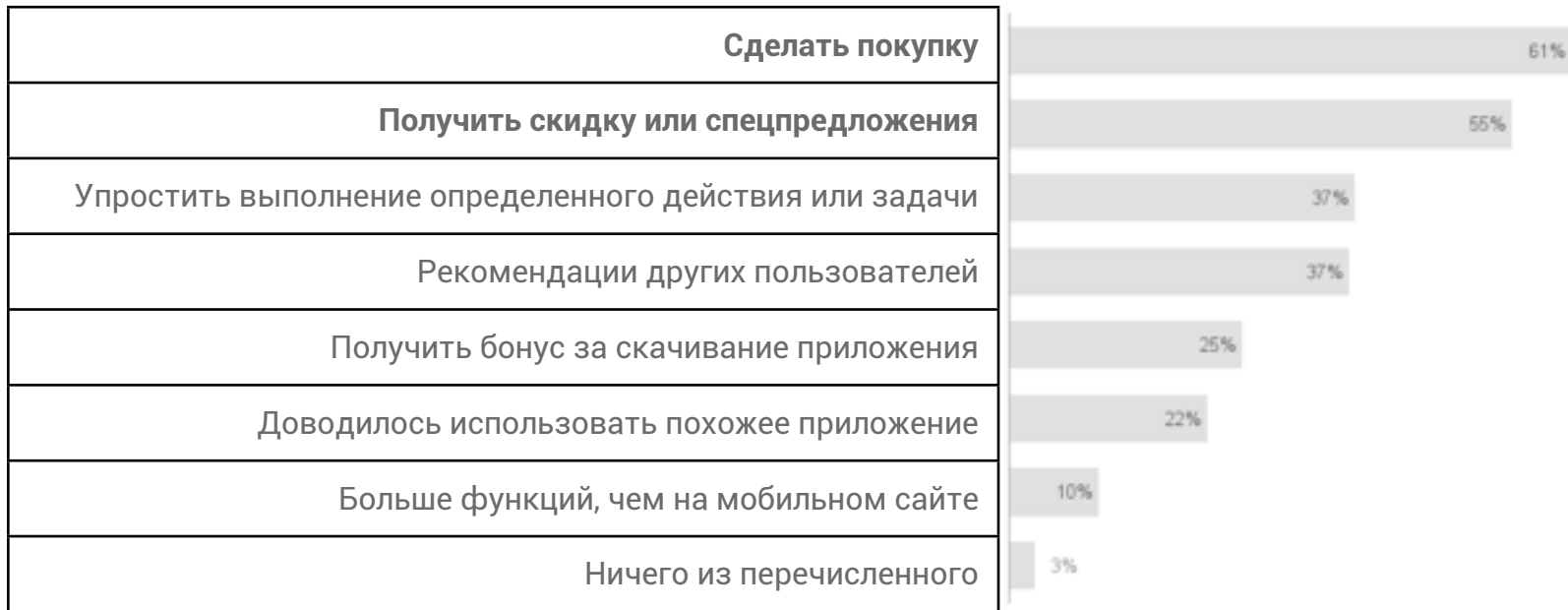


База: пользователи, выполнявшие поиск в магазине приложений (n=187).

Вопрос 38. При поиске в магазине приложений насколько важны перечисленные факторы для выбора программного продукта?

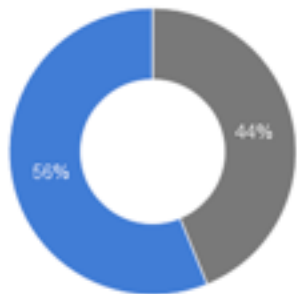


# Цели установки приложений для покупок



# Максимальные суммы оплаты и мотивы покупки

Максимальная цена приложения (в среднем\*)  
179,30 руб.

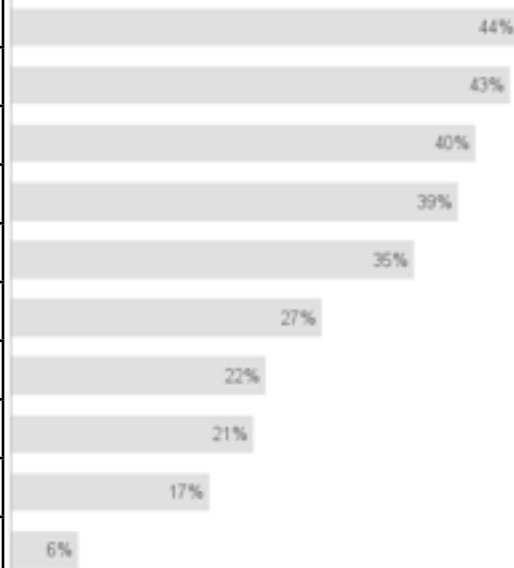


Никогда не платили за приложения для покупок

Скачивали платные приложения для покупок

Отсутствие рекламы	44%
Наличие в приложении нужного контента	43%
Выгодные предложения или скидки доступны только в платном приложении	40%
Наличие функций или возможностей, недоступных в бесплатных приложениях	39%
Хорошие отзывы	36%
Бесплатной альтернативы не было	27%
Мне показалось, что платный вариант проще в использовании	22%
Я постоянный клиент бренда или компании, разработавшей приложение	21%
Желание иметь такое же приложение, как у моих друзей	17%
Ничего из перечисленного	6%

## Мотивы покупки



База: 300 \*Медиана.

Вопрос 22. Укажите максимальную сумму, которую Вы когда-либо платили за приложение для покупок (округлите ее до целого значения).

База: пользователи, платившие за скачивание приложений для покупок (n=170).

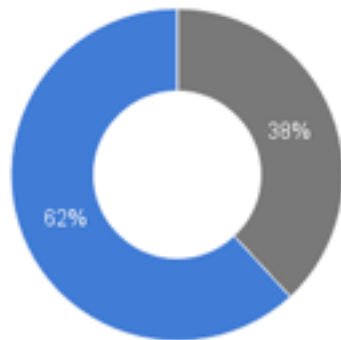
Вопрос 23. Почему Вы предпочли заплатить за приложение, а не воспользовались бесплатными продуктами?



# Расходы на продукты и услуги через смартфон

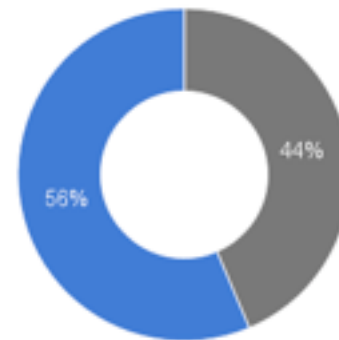
За последние 3 месяца

Средняя  
сумма\* =  
19749.50



За последние 7 дней

Средняя  
сумма\* =  
1924.50



■ Не было расходов

■ Делали покупки

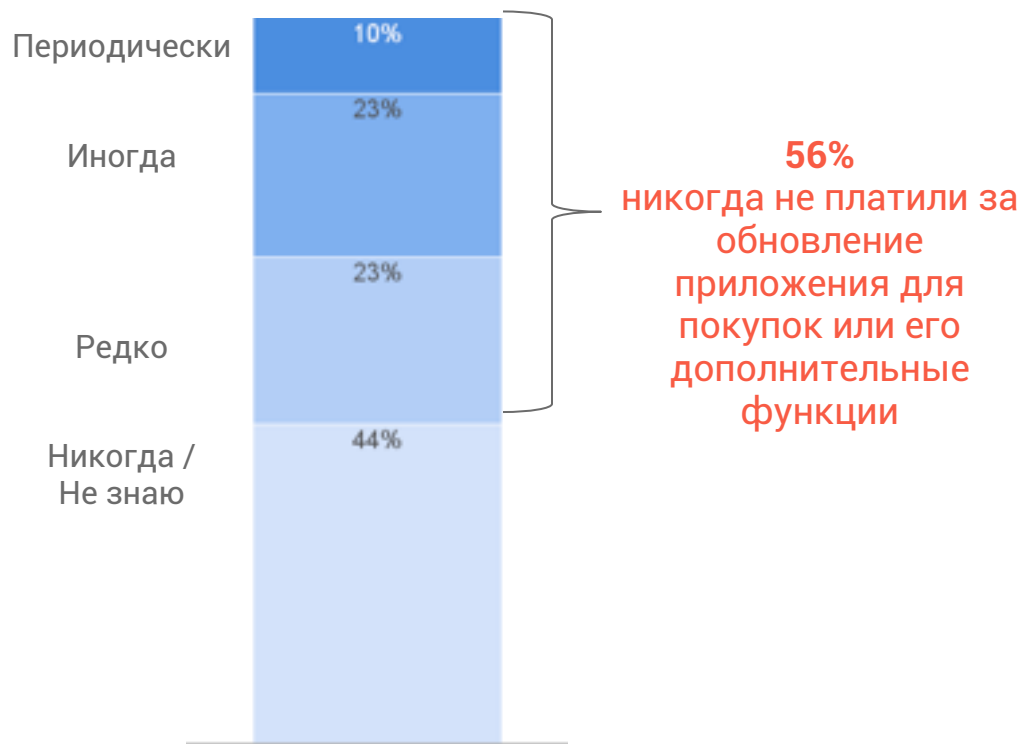
База: 300 \*Медиана.

Вопрос 24. Какую сумму в среднем Вы потратили на оформление покупок через смартфон за последние 3 месяца?

Вопрос 24a\_1. Сколько в среднем Вы потратили на оформление покупок через смартфон за последние 7 дней?



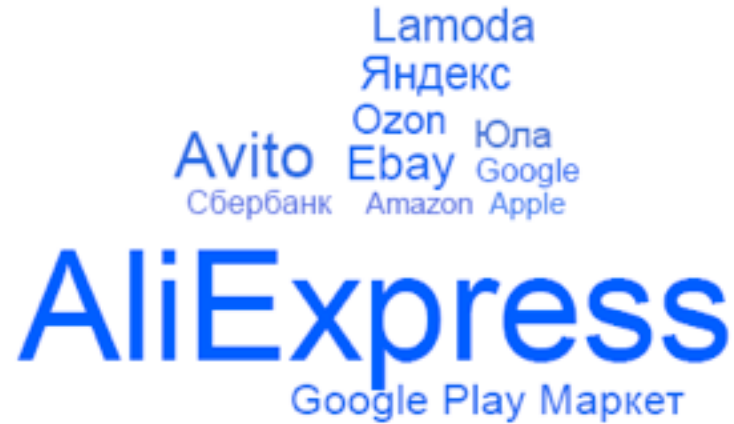
# Периодичность платежей за обновление приложения или расширение его функциональности





# | Предпочтения

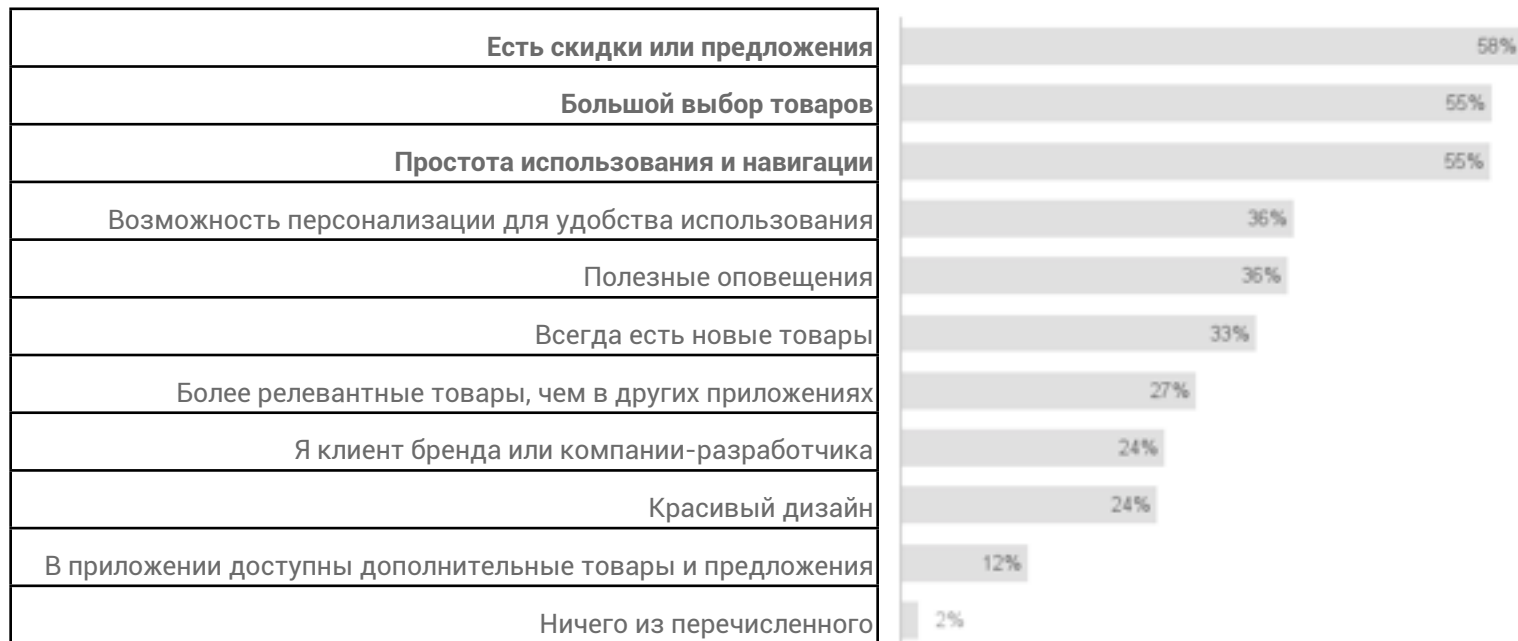
# Наиболее популярные приложения для покупок



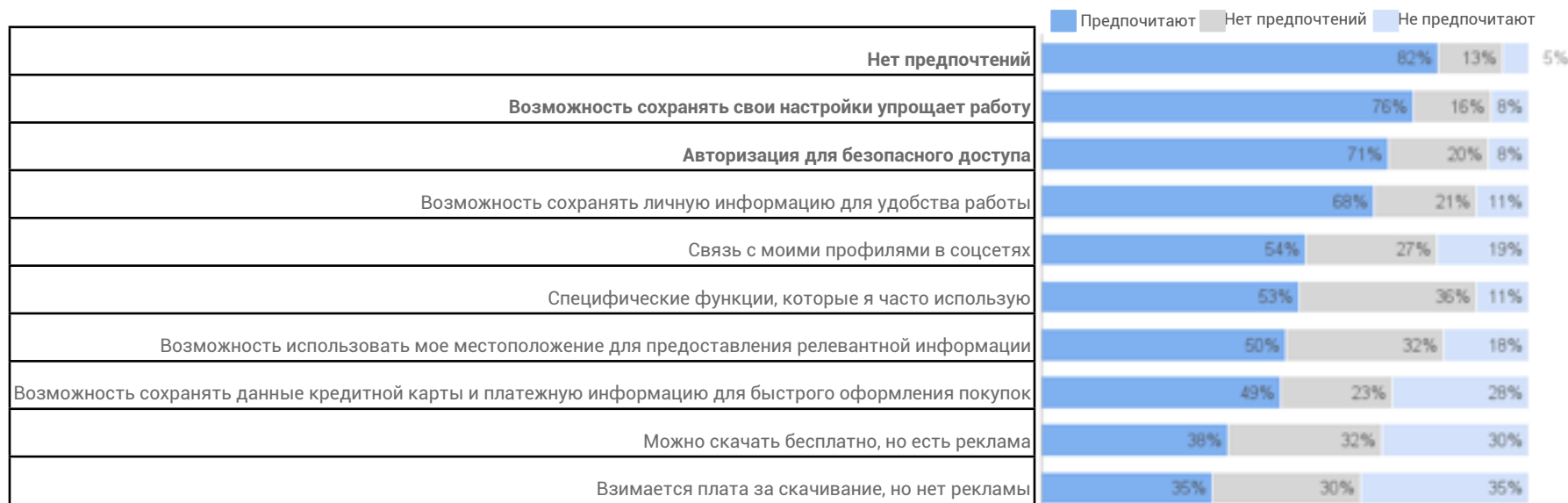
База: 300  
Вопрос 26. Назовите свои любимые мобильные приложения для покупок, которыми Вы сейчас пользуетесь. \*Перечислены приложения, упомянутые не менее 5 раз.



# Характеристики популярных приложений



# Самые важные функции приложений для покупок



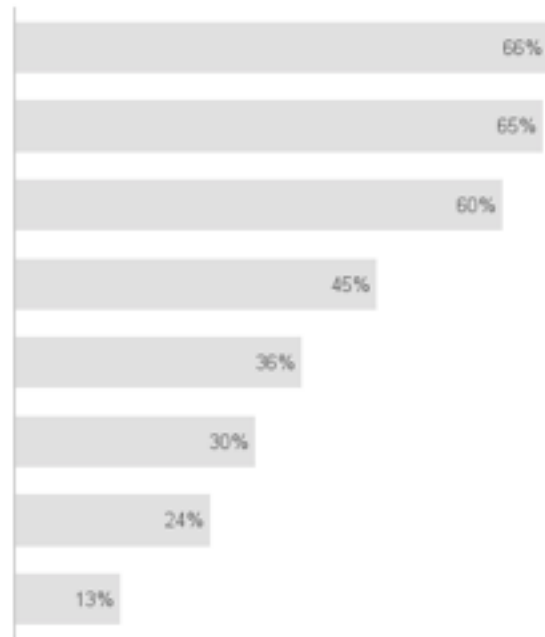
# Полезные оповещения на телефоне

98%

пользователей  
считают, что  
оповещения на  
смартфоне  
удобны.

Об отправке или доставке товара
О снижении цены на интересующий меня товар
О новой скидке или предложении
О появлении нового товара
Об обновлениях в приложении или на сайте
О неоплаченном товаре в корзине
Рекомендации новых товаров или услуг
О покупке товара знакомым или родственником

## Самые важные оповещения



База: 300

Вопрос 29. Работая с приложениями и сайтами на смартфоне, Вы можете получать оповещения о различных обновлениях, сообщениях, событиях и т. д. Какие оповещения, связанные с покупками, Вы считаете важными?

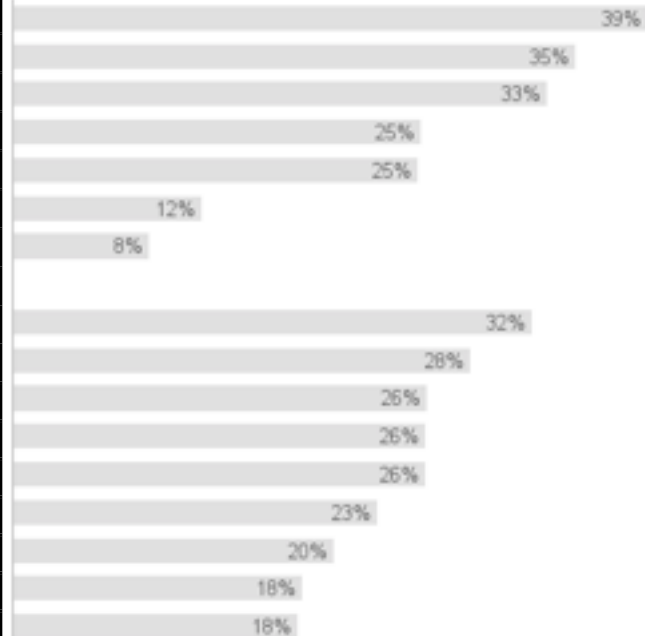


# Отказ от использования и возобновление использования

# Причины отказа от использования

## Причины удаления

Приложение оказалось недостаточно функциональным	39%
У меня больше не было потребности в этом приложении	35%
У меня было похожее, но более функциональное приложение	33%
У меня было похожее, но более удобное приложение	25%
Нужно было освободить память смартфона	25%
Я забыл(а), что у меня есть это приложение	12%
Мои друзья перестали его использовать	8%
Слишком много рекламы в приложении	32%
Работу в приложении усложняла реклама	28%
Технические проблемы в приложении	26%
Приложение занимало много памяти	26%
Приложение не соответствовало описанию	26%
Слишком много оповещений в приложении	23%
Сложности в использовании или навигации	20%
Нерелевантная реклама	18%
Необходимость слишком часто обновлять приложение	18%



Наличие похожих функций в других приложениях – 67%

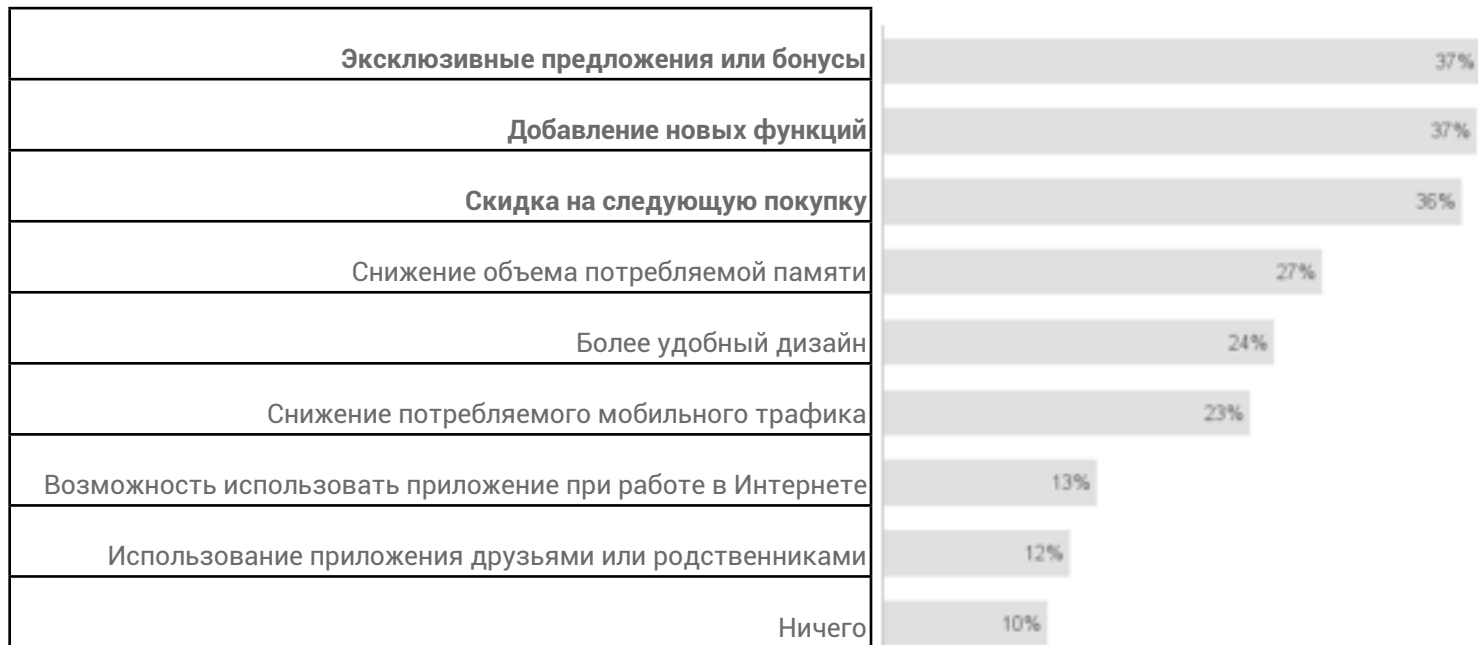
Было установлено для одноразового действия – 36%

Пользователь перестал быть клиентом компании или бренда – 18%

База: 300  
Вопрос 40. Отказывались ли Вы от использования мобильных приложений для покупок по любой из указанных причин? Выберите все подходящие варианты.  
Вопрос 41. Отказывались ли Вы от использования мобильных приложений для покупок по любой из этих причин?  
База: пользователи, отказавшиеся от определенного приложения (n=102).  
Вопрос 42. Вы указали, что перестали использовать приложение для покупок, поскольку необходимость в нем отпала. Почему?



# Причины возобновления использования





# I Мобильные приложения для покупок (Россия)

Ipsos-Google III кв. 2016 г.

Контакты: [alyahazell@](mailto:alyahazell@)