

# Аудит розничных продаж

Рынок керамической плитки

Дмитрий Самородов



# Содержание

---

**1.** Портрет потребителя

---

**2.** Супермаркеты DIY

---

**3.** Плитка

---

**4.** Выводы

---

# О компании



## В мире:

- Основана в 1934 году
- Штаб-квартира в Нюрнберге, Германия
- 5<sup>ые</sup> на рынке маркетинговых исследований в мире
- Более 12,000 сотрудников, более, чем в 100 странах

## В России:

- 24 года на рынке России
- 400 человек в Москве и 25 в регионах
- 3300 компаний-участников исследования

GfK — Крупнейшая в России и 5<sup>ая</sup> в мире



# GfK. Growth from Knowledge

Consumer Choices › CC

Consumer Experiences › CE



Retail and Technology и Media

Custom Research и Ad Hoc

12 000 экспертов по всему миру исследуют то, как люди живут, думают и совершают покупки в 100 странах мира, каждый день

# ПОТРЕБИТЕЛЬ



# С точки зрения продавца Мы боремся за 5 тысяч рублей



## Структура основных расходов россиян



**85%**



Всех расходов россиян приходится на реализацию основных первоочередных потребностей



**5.100\***  
**РУБ.**

**33 900**  
**РУБ.**

Средний уровень ЗП

\*65% - процент постоянно работающего населения РФ в ноябре 2015

Покупатель  
Социальные  
и  
потребительские  
настроения

Ухудшение  
материального  
положения

Изменение  
материального  
положения за последние  
12 месяцев (%)

Продолжение  
роста цен

НЕ время для  
осуществления крупных  
покупок для дома (%)

Нестабильность  
экономической  
обстановки в  
стране

Время, чтобы делать  
сбережения (%)

3

ключевых  
страха

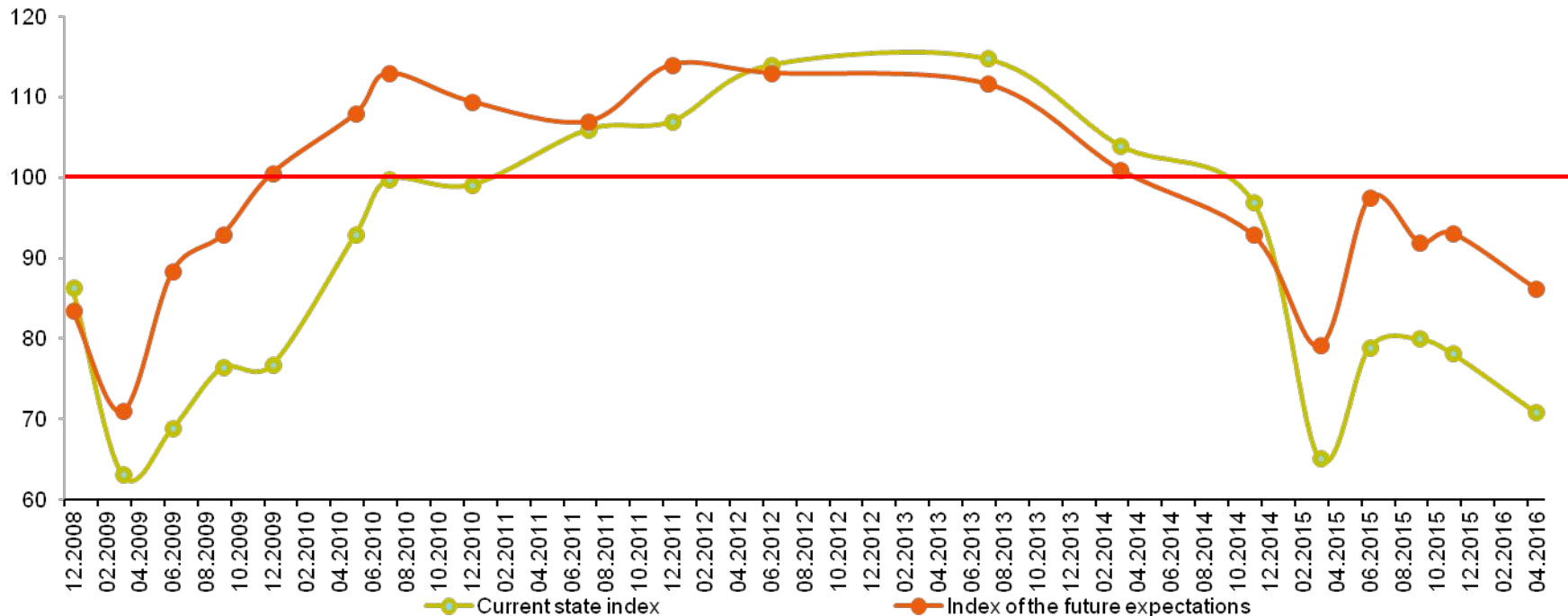
СТРАХ  
1  
93%

СТРАХ  
2  
79%

СТРАХ  
3

# Индекс потребительских настроений

Показывает настроения потребителя относительно настоящего будущего



Для волн мониторинга посчитаны составляющие ИПН: индекс текущего состояния (ИТС) и индекс потребительских ожиданий (ИПО). Хорошо видно, что в 2012 году индекс ожиданий опустился ниже уровня индекса текущего состояния. В 2014 году продолжил снижение. А к началу 2015 индекс ожидания стал выше индекса текущего состояния, который продолжил снижение.





Коснулся ли лично вас или членов вашей семьи **кризис** в нашей стране?

**45%**

Нет, не коснулся

**22%**

Да, сократили/стали задерживать  
зарботную плату



Брать или не брать **кредит**...?

**81%**

Не планировали

# 65%



Подавляющее большинство респондентов придерживается мнения, что последствия **кризиса** в нашей стране продлятся **от 3 до 4 лет**.

# Оборот товарных групп в панели GfK в локальной валюте

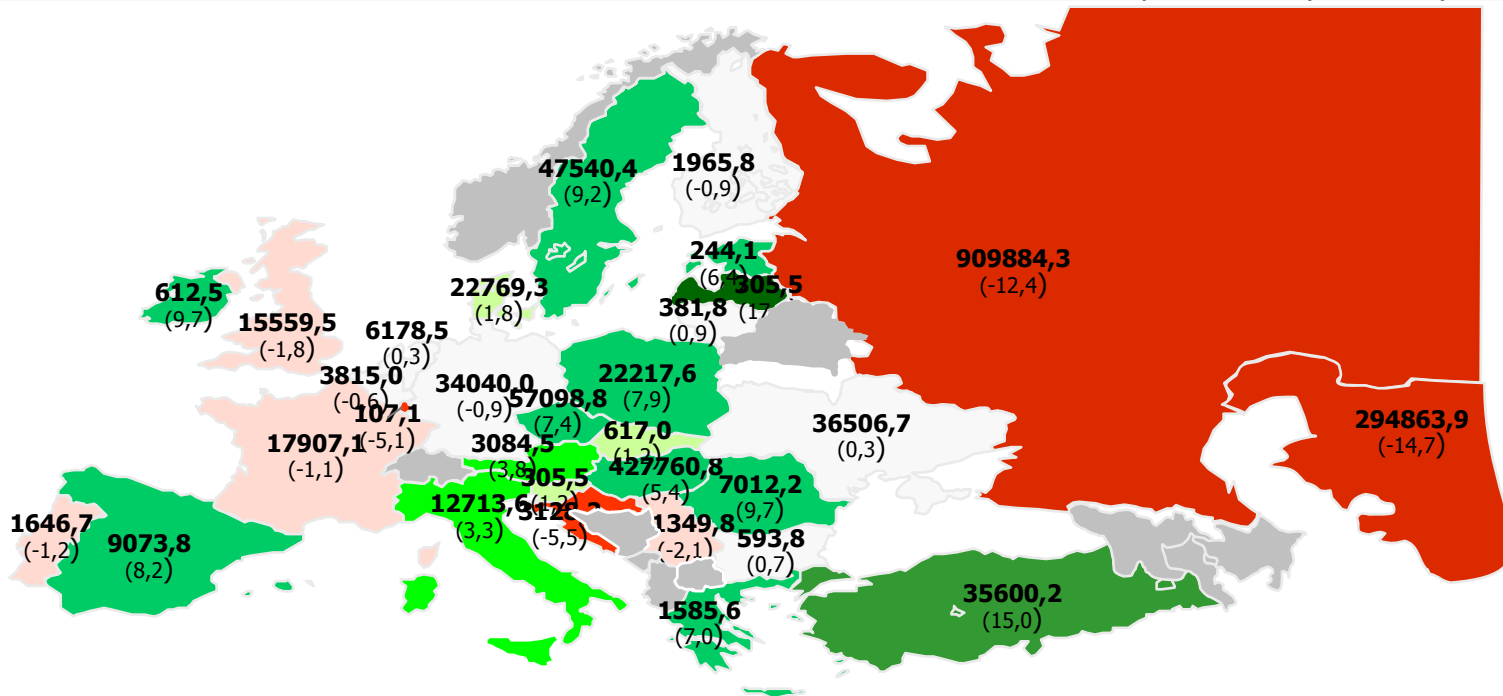
## Россия и Казахстан заметно выделяются на фоне Европы



Европа  
Техника и электроника

2015

Оборот и темп роста к прошлому году



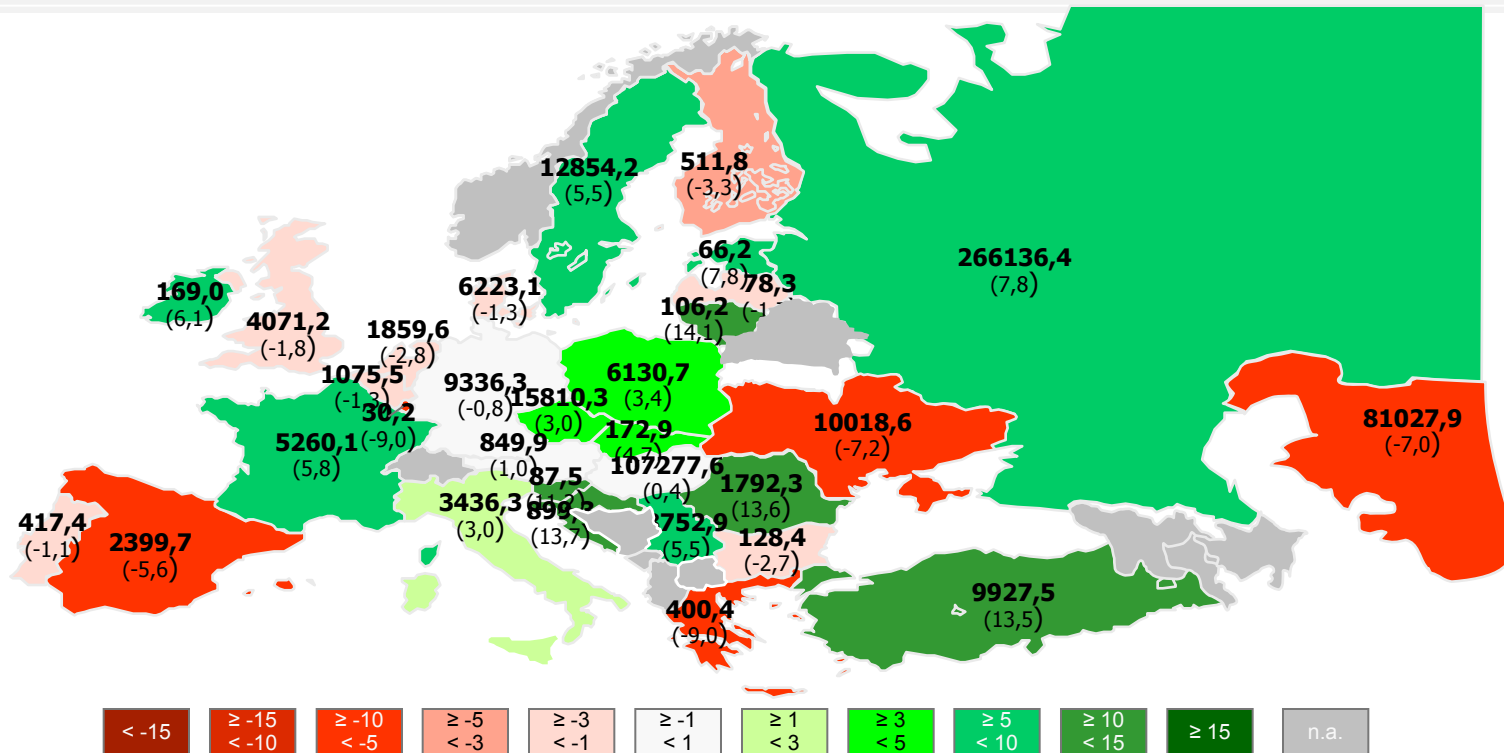
# Оборот товарных групп в панели GfK в локальной валюте

## Первый квартал 2016 показывает положительную динамику



Европа  
Продажи электроники и техники

Первый квартал 2016  
Оборот и темп роста к прошлому году



На что планирует потратить свои свободные средства покупатель в ближайший год?



## Ремонт и обустройство дома

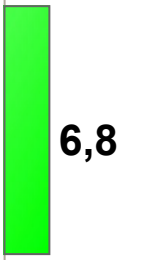
36%

Россия



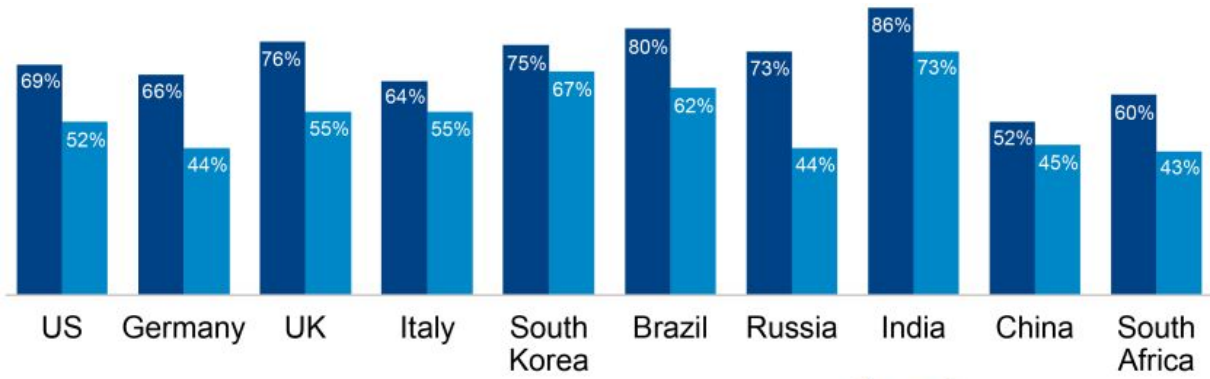
18%

Глобально



# Покупательское поведение: Web-rooming больше чем showrooming

## Доля источников поиска потребителей: онлайн против офлайн



- Я искал информацию онлайн перед покупкой в магазине
- Я смотрел товар в магазине, перед покупкой в онлайн



**Большая доля потребителей ищет информацию в онлайн и затем покупают в офлайне**

A large blue circle containing the word 'РЫНОК' is positioned on the left side of the slide. A blue line extends from the bottom of the circle, moving left, then down, then right, and finally up to the right edge of the slide.

РЫНОК



# Количественное исследование продаж



**ПАНЕЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОДАЖ  
КОНЕЧНОМУ ПОТРЕБИТЕЛЮ**

# Панель Супермаркетов DIY



## GfK DIY PANELMARKET

- Торговая площадь > 1000 м2
- 721 городов с населением 20 тыс.+
- Ежемесячный сбор данных
- История данных с 2011
- Изучаемые направления: TSR, Электроинструмент, Садовый Инструмент, Лакокрасочные материалы, Освещение, Строительная химия, Посуда, Настенные\Напольные покрытия.

Примеры ритейлеров в этом формате:



# Супермаркеты DIY в цифрах



**68 компаний**

**547 магазинов**

**2,9 миллионов кв.м.  
торговых площадей**

**Более половины из всех  
сетей предлагают  
возможность онлайн заказа**

# Количество точек по регионам



**СФО30**  
142 stores  
600 ths. m2

**ЦФО**  
118 stores  
750 ths. m2

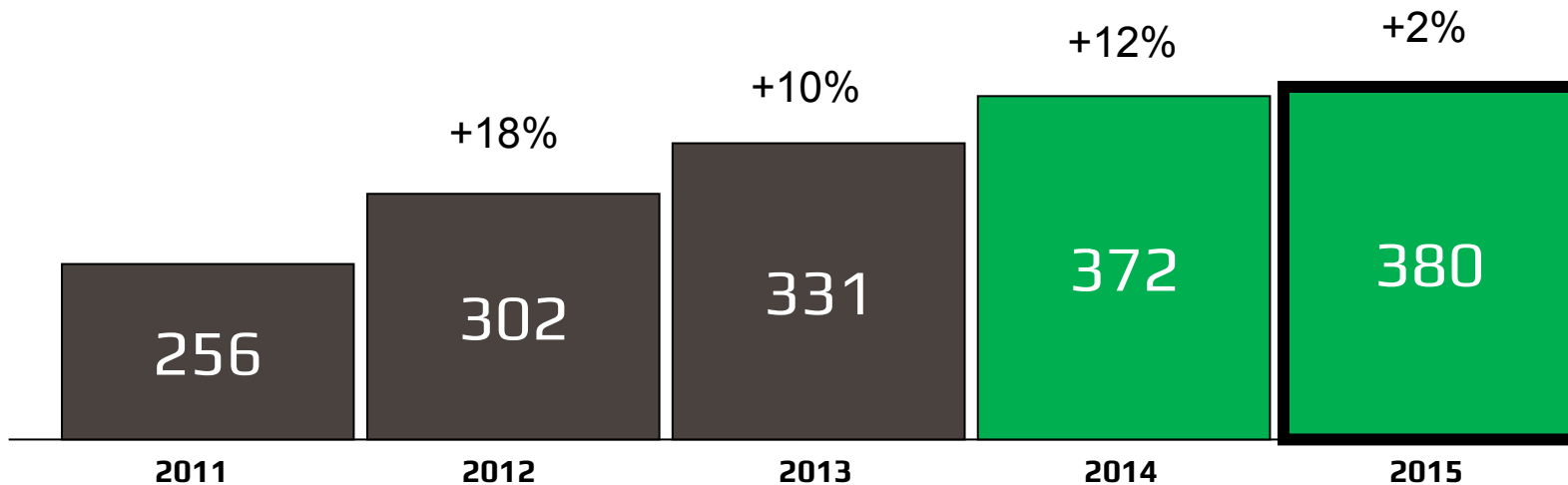
**ПФО**  
150 stores  
700 ths. m2

**ЮФО**  
18 stores  
200 ths. m2

**УФО**  
46 stores  
260 ths. m2

**СФО и ДВФО**  
79 stores  
330 ths. m2

## Оборот DIY SS в миллиардах рублей



- Экспертная оценка на основе панели
- Данные исследования полного ассортимента

В 2015 оборот DIY SS вырос, в то время как рынок в целом упал

# TSR: Продажи DIY SS по секторам

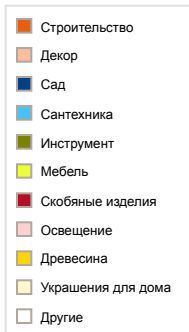
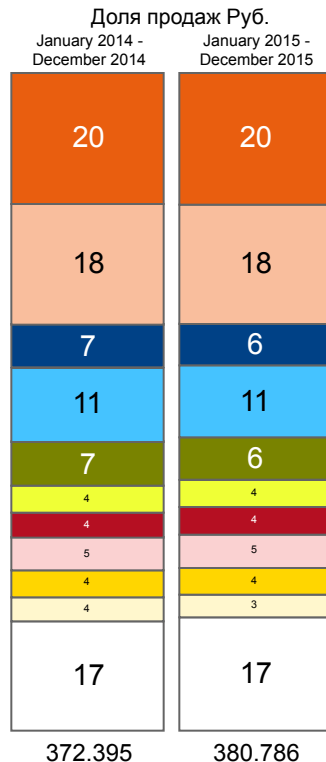


TSR

DIY SS Russia

January 2015 - December 2015

Growth Rate PY

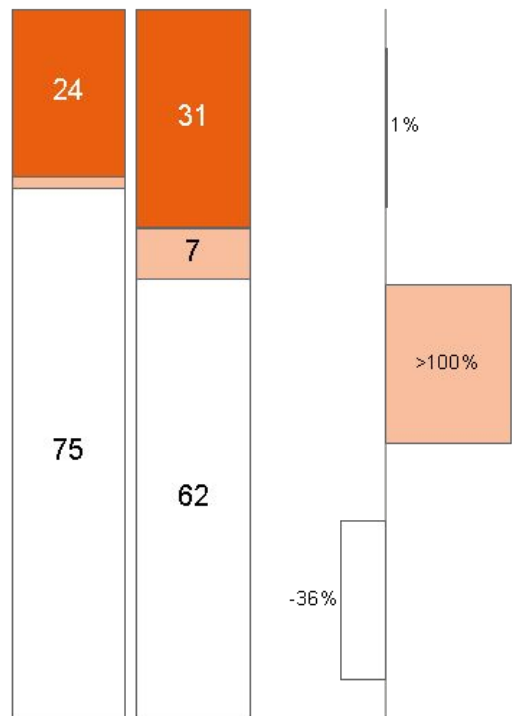


Темп роста к прошлому году Руб.  
January 2015 - December 2015

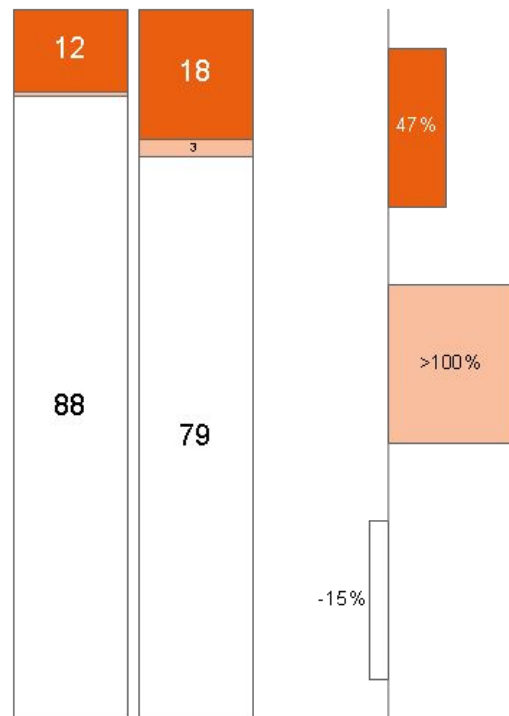


Million

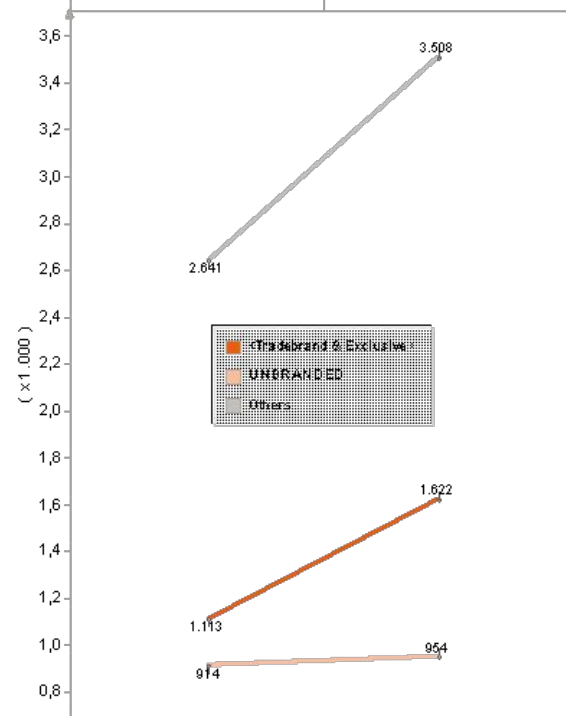
Sales Piece/Litre/Kilos  
Jan 14-Dec 14 Jan 15-Dec 15 Jan 14-Dec 14 : Jan 15-Dec 15



Sales Value <LC>  
Jan 14-Dec 14 Jan 15-Dec 15 Jan 14-Dec 14 : Jan 15-Dec 15



Price RUB  
Jan 14-Dec 14 Jan 15-Dec 15



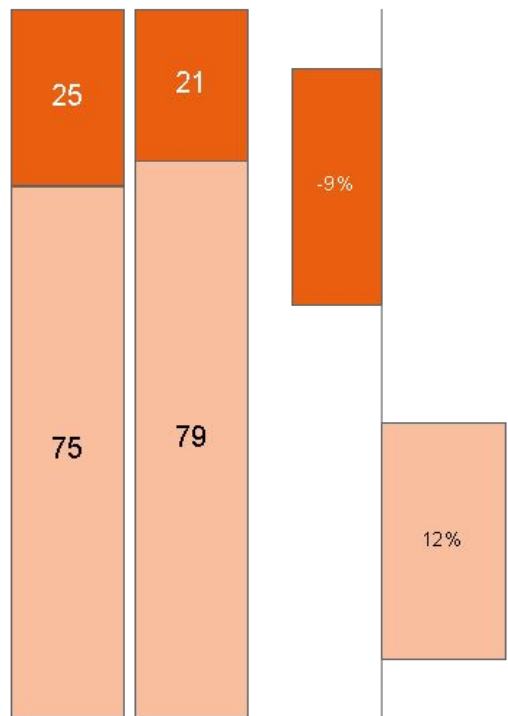
CoatingMaterial

Russia RU - DIY Superstores

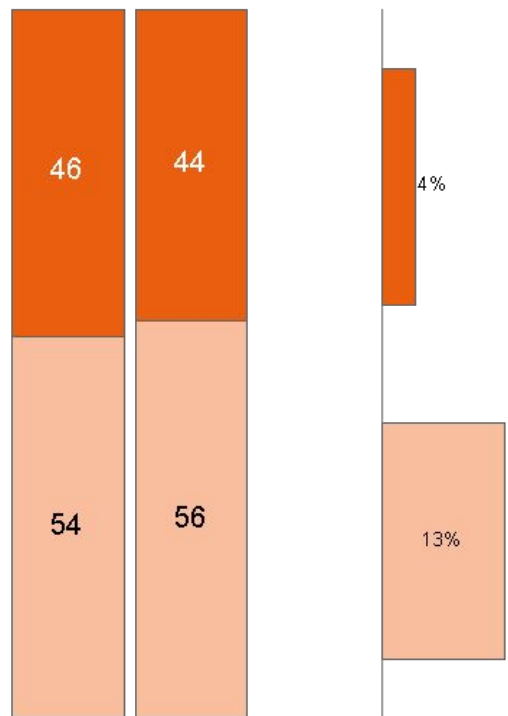
January 2014 - December 2015

Sales Piece/Litre/Kilos, Sales Value <LC>, Price Piece/Litre/Kilos RUB

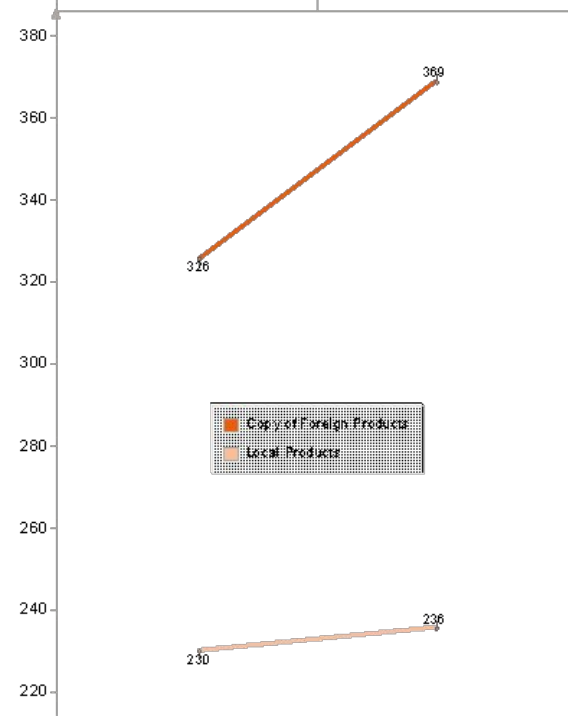
Sales Piece/Litre/Kilos  
Jan 14-Dec 14 Jan 15-Dec 15 Jan 14-Dec 14 : Jan 15-Dec 15



Sales Value <LC>  
Jan 14-Dec 14 Jan 15-Dec 15 Jan 14-Dec 14 : Jan 15-Dec 15



Price Piece/Litre/Kilos RUB  
Jan 14-Dec 14 Jan 15-Dec 15





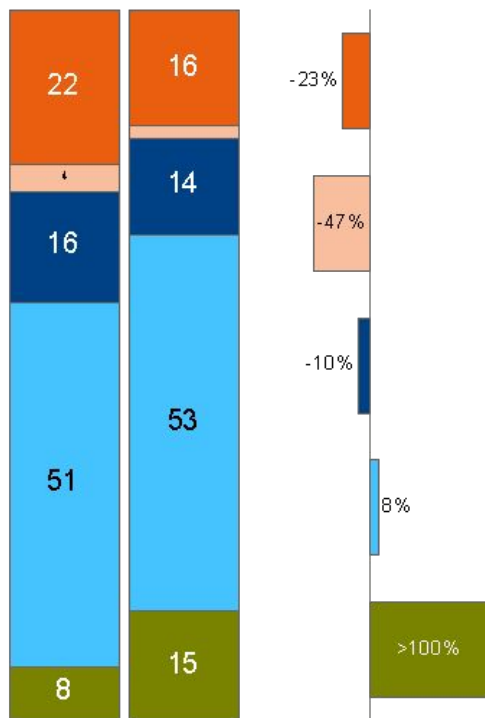
Lamps Total

Russia RU - DIY Superstores

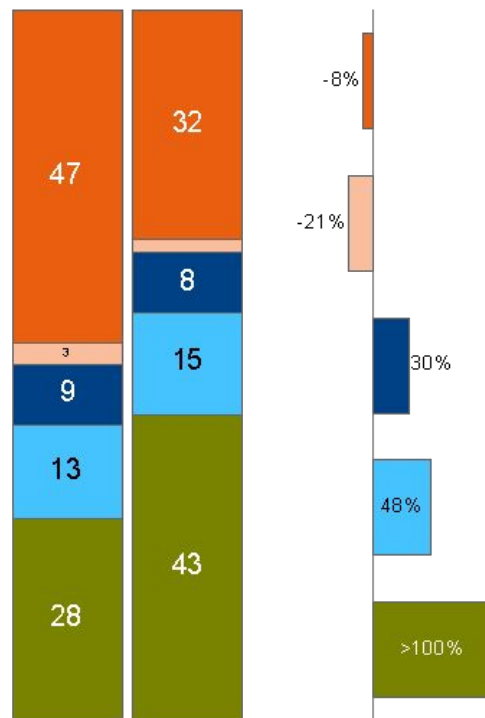
January 2014 - December 2015

Sales Piece/Litre/Kilos, Sales Value <LC>, Price Piece/Litre/Kilos RUB

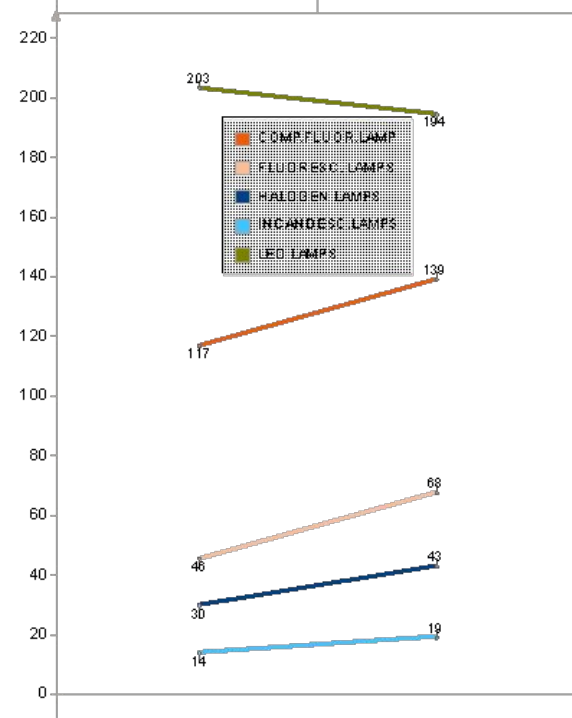
Sales Piece/Litre/Kilos  
Jan 14-Dec 14 Jan 15-Dec 15 Jan 14-Dec 14 : Jan 15-Dec 15



Sales Value <LC>  
Jan 14-Dec 14 Jan 15-Dec 15 Jan 14-Dec 14 : Jan 15-Dec 15



Price Piece/Litre/Kilos RUB  
Jan 14-Dec 14 Jan 15-Dec 15



# Оборот плитки в супермаркетах DIY

Продажи в первом квартале рублях упали на 4%, за счет высокой базы первого квартала прошлого года, растет мозаика

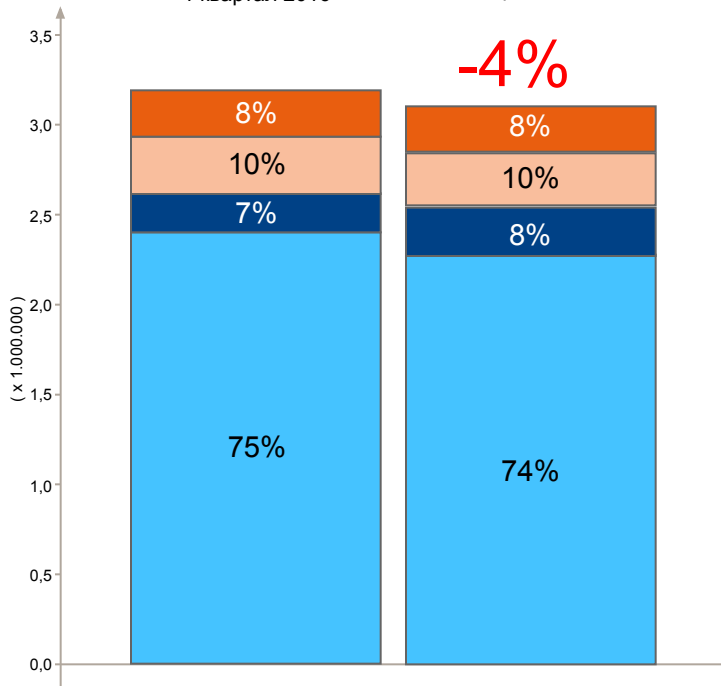


Плитка

Супермаркеты DIY Россия

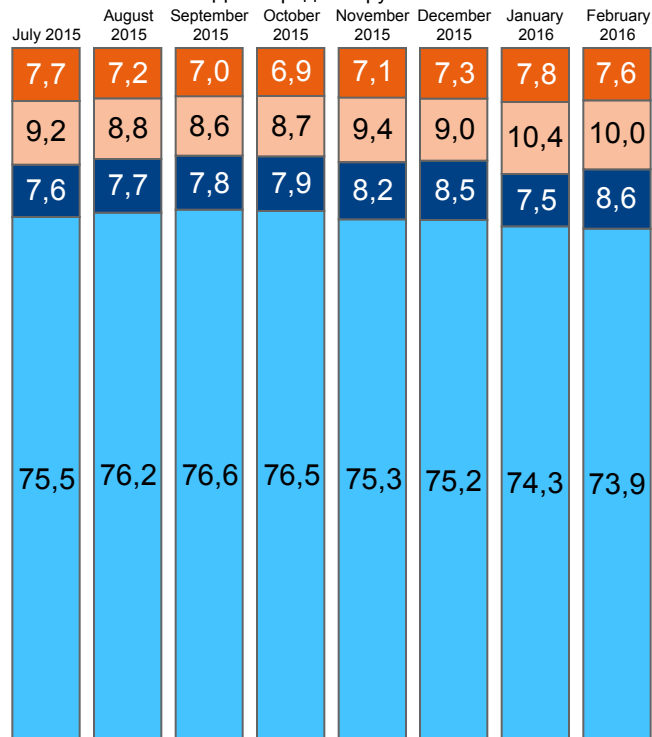
Январь 2015 – Март 2016

Доля  
Продажи тыс. руб.  
1 квартал 2016      1 Квартал 2016



-4%

Доля продаж в рубл. %



# Доли плитки по характеристикам

## Растет камень, цветная и белая плитка



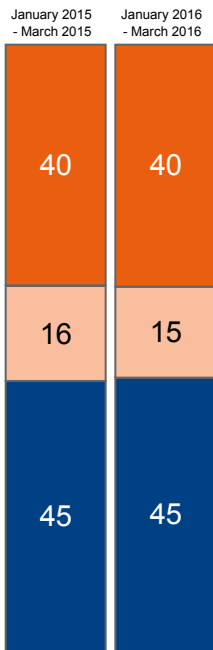
TILES

RU - DIY Superstores Russia Panelmarket

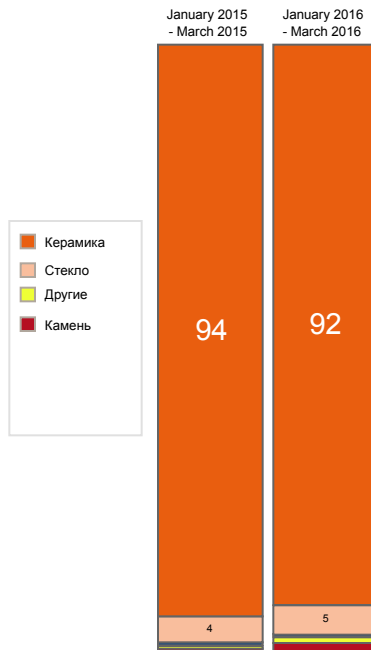
January 2015 - December 2016

Sales Value RUB

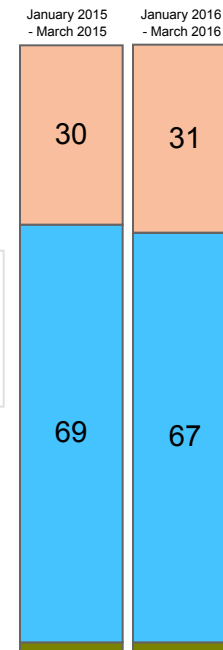
### ТИП ПЛИТКИ



### МАТЕРИАЛ ИЗГОТОВЛЕНИЯ



### ЦВЕТ/УЗОР



# Доли плитки по производству

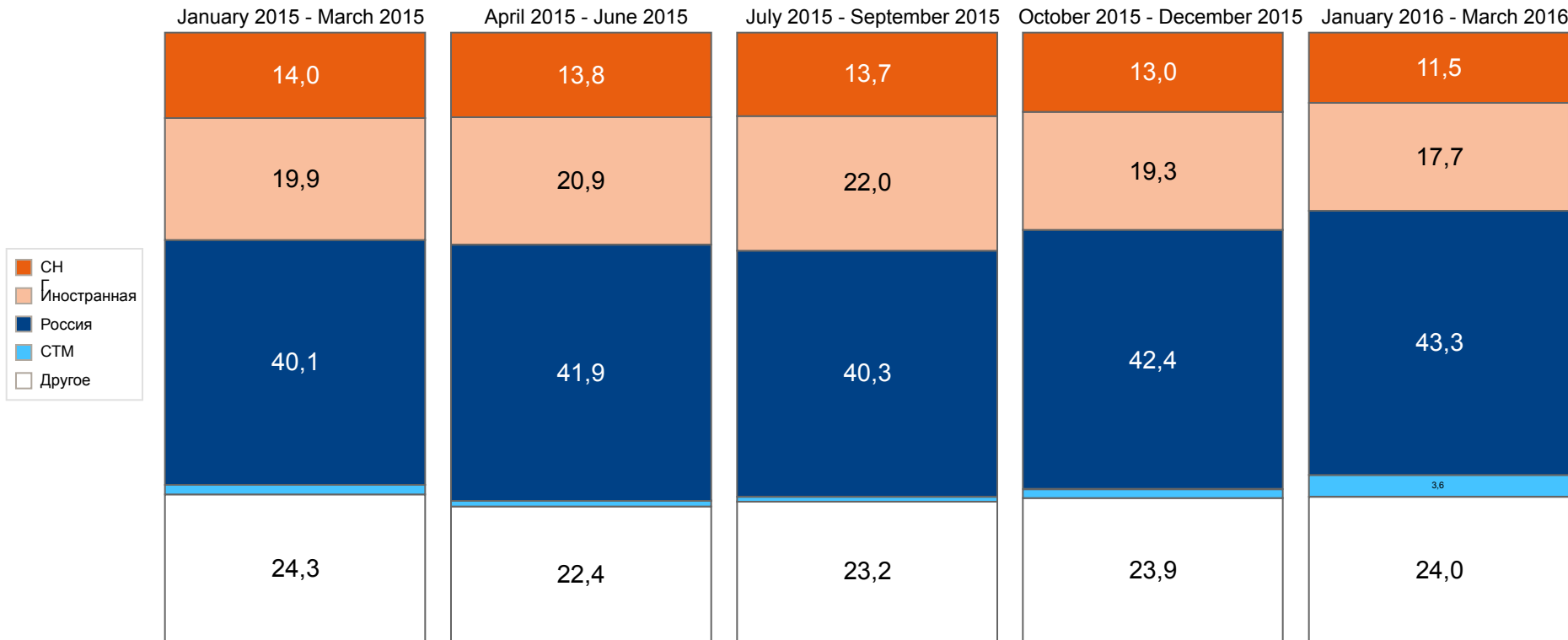
Падает доля производства СНГ и иностранной плитки, растет локальное производство и СТМ



Плитка

Супермаркеты DIY Россия

Январь 2015 – Март 2016



# Выводы



## Потребитель

Ждет роста

Опасается за свое экономическое положение  
Не готов тратить деньги  
Планирует ремонт, и ищет цены в интернете

## Супермаркеты DIY

Развиваются

Растут быстрее рынка  
Начинают развивать интернет продажи  
Планируют захватывать регионы

## Плитка (в DIY SS)

Меняется структура продаж

Объем продаж в 2016 будет выше 2015  
Растет камень и одноцветная плитка  
Увеличивается доля локального производства

# Dmitry Samorodov

*Home and Living Sector Manager*

T +7 495 937-72-22

GfK Rus | Ryazansky prospekt 8a | 109428 Moscow | Russia  
[www.gfk.com](http://www.gfk.com)