

Пример из практики: Электронная коммерция

Результаты 2021 г.

62 274

среднее количество заказов в день*

11,2 млрд руб.

общий онлайн-оборот товаров за 2021 г.

4 490

офлайн-магазинов в 301 населенном пункте подключены к сервисам e-commerce «Магнита»

* в IV квартале 2021 г.

Развитие мощного мультиканального бизнеса с целью дальнейшего расширения ценностного предложения для покупателей

«Магнит» приступил к реализации пилотных проектов в сфере электронной торговли во втором полугодии 2020 г., и уже сегодня канал онлайн-продаж показывает устойчивые результаты. Сейчас Компания предлагает собственные услуги доставки через приложение «Магнит Доставка» и сотрудничает с сервисами «Яндекс.Еда», Delivery Club, «СберМаркет» и Wildberries. В онлайн-сегменте представлены как продуктовые, так и непродуктовые форматы «Магнита», что позволяет удовлетворить все потребности покупателей:

- Продукты питания и косметика
- Закупка впрок (от 2 часов) – покупки на большую сумму
- Экспресс-доставка (30 минут) – небольшие ежедневные покупки
- Онлайн-аптеки – текущие потребности и регулярные покупки

Сегодня сервисы электронной торговли «Магнита» охватывают 4 490 офлайн-магазинов и 20 дарксторов в 301 населенном пункте и 64 регионах Российской Федерации, при этом 66% текущей выручки генерируется за пределами Москвы и Санкт-Петербурга.

Наша цель – оперативно использовать возможности на региональных рынках с низким уровнем проникновения за счет перевода лояльных клиентов «Магнита» в онлайн-сегмент, а также обеспечить приток новых покупателей в глубоко цифровизованных регионах Москвы и Санкт-Петербурга.

При этом в регионах с весомым физическим присутствием Компания планирует задействовать существующую инфраструктуру, в то время как в Москве и Санкт-Петербурге возможно открытие новых дарксторов в дополнение к офлайн-магазинам для повышения доступности услуг доставки.

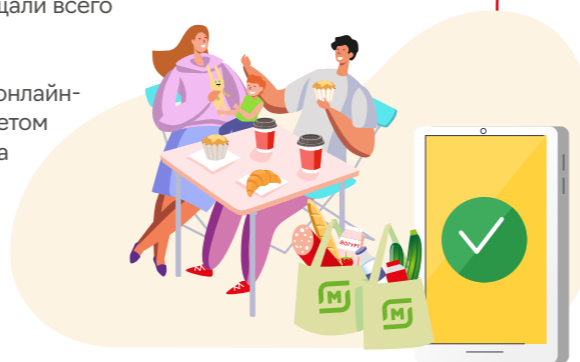
Результаты

Несмотря на то, что онлайн-продажи «Магнита» стартовали только во втором полугодии 2020 г., сегмент уже демонстрирует отличные результаты.

В 2021 г. общий оборот товаров (GMV) в сфере электронной коммерции составил 11,2 млрд руб. К концу декабря 2021 г. показатель GMV в онлайн-сегменте превысил 1% от общей выручки, в то время как за полный год его доля в общей выручке составила 0,6%.

В течение 2021 г. продолжился поступательный рост среднего количества заказов в день, и в IV квартале этот показатель составил 62 274 по сравнению с 3 959 годом ранее (рост в 15,7 раз). 30 декабря 2021 г. количество заказов превысило рекордную отметку в 100 тыс., при том что в декабре 2020 г. клиенты за сутки размещали всего 7 тыс. заказов.

Средняя стоимость заказа по всем онлайн-сервисам составила 1 045 руб. (с учетом НДС), что приблизительно в 2,8 раза выше чека в магазинах у дома (371 руб.). В основном это связано с большим количеством товаров, приобретаемых в рамках одного заказа. Средний чек в собственном сервисе доставки «Магнита» составил 1 239 руб.



Основные события

В отчетном году продолжалась работа по развитию партнерских отношений с рядом игроков. Компания начала сотрудничество со «СберМаркетом» и крупнейшим в России онлайн-ритейлером Wildberries, приступив к реализации совместного проекта доставки товаров в российских городах. В декабре 2021 г. «Магнит» запустил сервис экспресс-доставки продуктов за 30 минут через платформу Delivery Club, опираясь на предыдущий опыт работы с этим партнером. «Магнит» также начал развивать партнерские отношения с аптечными маркетплейсами «Ютека» и «Мегаптека», разместив на их площадках ассортимент «Магнит Аптеки». Этот проект стал важным дополнением к собственным онлайн-сервисам Компании.

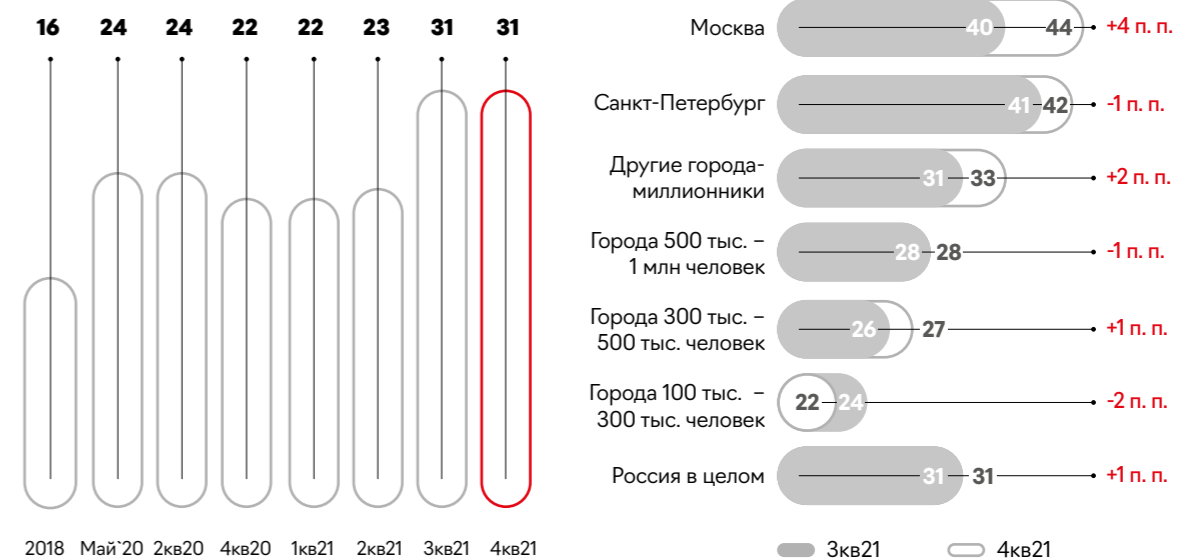
В 2021 г. Компания начала открывать дарксторы по всей стране для дальнейшего повышения операционной эффективности своего онлайн-сегмента. В частности, был запущен первый аптечный даркстор.

В июле 2021 г. «Магнит» назначил Андрея Лукашевича на должность директора по электронной коммерции. Он отвечал за формирование стратегии цифровых каналов продаж, масштабирование цифровых каналов продаж, формирование и развитие инфраструктуры электронной коммерции, а также за обеспечение выполнения ключевых финансовых показателей электронной коммерции. Андрей Лукашевич имеет обширный опыт в сфере развития интернет-сервисов. Он занимал управленческие позиции в Delivery Club, Mail.Ru Foodtech Ventures и агрегаторе такси «Везёт». 12 апреля 2022 г. Андрей Лукашевич принял решение покинуть Компанию по семейным обстоятельствам.

Рост онлайн-торговли продуктами питания в России, %

Доля Ивановых, которые регулярно покупают продукты в интернет-магазинах, % от всех Ивановых

Доля Ивановых, которые регулярно покупают продукты в интернет-магазинах, % от всех Ивановых, по регионам



ПРИМЕЧАНИЕ: МАЙ 2020 ГОДА ОТНОСИТСЯ К НАШЕМУ ОТДЕЛЬНОМУ ОБЗОРУ, ПОСВЯЩЕННОМУ ОГРАНИЧИТЕЛЬНЫМ МЕРАМ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ COVID-19

ИСТОЧНИК: ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ИНДЕКС ИВАНОВА ОТ SBERBANK CIB

Мультиканальная модель розничной торговли как основа будущей экосистемы «Магнита»

Мы стремимся создать экосистему дополнительных сервисов на базе бренда «Магнит» и эффективной мультиканальной модели, лежащей в его основе. Важным шагом в этом направлении стал запуск платежного сервиса Magnit Pay в декабре 2020 г. в рамках первого этапа формирования единого суперприложения розничной сети. С помощью инструмента Magnit Pay можно оплачивать покупки

в любом магазине (как в сети «Магнит», так и в других точках продаж), в том числе онлайн.

По состоянию на конец 2021 г. Компания выпустила 7,5 млн виртуальных платежных карт. Примерно 51% держателей используют их для покупок за пределами экосистемы «Магнит». Чаще всего виртуальные карты используются в продуктовых магазинах, а также для оплаты транспорта, абонентских услуг и доставки.