

Развитие и трансформация экосистемы цифровых сервисов Fin Tech и интернет-торговли в Казахстане

Фёдор Вирин

 **Data Insight**

 **CROSS
INSIGHTS**



Машина в каршеринг – это еще и заправка, мойка, ремонт, перегон, окраска, регистрация ...



Исследование «Свободные ниши в экосистеме интернет-торговли Казахстана»

Мы выбрали экосистемы интернет-торговле в России, Казахстане, европейских странах и США и проанализировали разницу между экосистемами с учетом особенностей развития каждой из стран

Результат исследования – сгруппированные по блокам ниши, которые будут активно развиваться, и которые сегодня недооценены.

Итого: **инструкция для предпринимателей**

- IT
- Логистика
- Платежи и финансы
- Управление магазином и диалог с клиентом
- Привлечение покупателей
- Отраслевые организации
- Торговые площадки



Как развивается eCommerce



Рынок

- Рост рынка, увеличение нагрузки, усложнение задач, усложнение связей
- Развитие структуры, появление все более и более специализированных игроков



Компании

- Специализация: новые роли компаний, дробление существующих ролей на более мелкие
- Интеграция. Сотрудничество. Партнерства и альянсы
- Локализация и приземление (когда и где это требуется)



Государство

- Госпроекты как драйвер, госрегулирование как барьер



Покупатель

- Сервис как конкурентное преимущество. Когда в цене уже нет «пространства для маневра»
- Новые каналы коммуникации. Где искать нового покупателя



Инвестиции



eCommerce в Казахстане

	Страновые особенности	Тренды eCommerce
1	Большая территория, низкая и неравномерная плотность населения	Высокие требования к логистике и маркетингу
2	Большие домохозяйства, Hi-context культура	Большой вес личных рекомендаций в покупках и в карьере
3	Потребление, как демонстрация статуса в обществе	Большой вес личных рекомендаций в покупках и в карьере
4	Основной период роста интернета пришелся на период смартфонов	Высокая доля носимых гаджетов и мобильного интернета



eCommerce в Казахстане

	Особенности государства	Тренды eCommerce
5	Значительное присутствие государства в экономике	Госрегулирование как барьер, государство еще «плохо видит» онлайн-торговлю
6	Большая доля населения страны с низким доходом, большое расслоение в обществе, быстро растущий средний класс	Востребованность разнообразных платежных инструментов (кредитование, рассрочка) для покупки дорогих товаров
7	Страна активно закрывалась во время COVID-19: карантины в крупнейших городах, ограничения достаточно продолжительные	Темпы роста существенно выросли в 20-21 году, сейчас снизились обратно
8	В 2022 инфраструктура России стала непригодной для использования в стране. Собственной инфраструктуры пока недостаточно	Нехватка квалифицированных кадров – появились перспективы, связанные с притоком профессионалов из соседних стран



Исследование «Экосистема электронной торговли Казахстана»

Карта рынка электронной торговли, отражающая структуру услуг и сервисов поддержки и развития онлайн-продаж в республике Казахстан.



Кейс: Ритейлеры – новые медиа

Изменение потребительского паттерна: пользователи выбирают онлайн

Маркетплейсы становятся площадками первого поиска и выбора товаров

Что будет:

- Торговые площадки станут и рекламными
- Появится внутреннее продвижение на маркетплейсах
- Возникнут компании, которые умеют этим управлять

Что нужно:

- Развивать компетенцию рекламы на маркетплейсах
- Развивать инструментарий рекламы на маркетплейсах



Кейс: инфраструктура логистики

Сложение двух факторов развития рынка:

+ Специализация. Рост рынка открывает возможности для специализации

+ При росте среднего класса сервис становится важнее цены

Потребители могут позволить себе платить чуть-чуть больше и в этот момент они хотят хороший сервис

Что будет:

- Склады «пойдут» ближе к потребителю
- Развитие «последней мили»: курьерские компании, ПВЗ, постаматы
- Появление фулфилментов

Что нужно:

- Создавать склады разных форматов, в первую очередь фулфилмент-центры
- Создавать службы доставки
- Создавать / привлекать IT-системы управления складами и доставкой



Кейс: фулфилмент

Новая роль. Новая специализация. Свободная ниша.

Фулфилмент: комплекс операций по хранению товара, подготовке и отгрузке его розничному покупателю, включает в себя не только хранение, но и все операции по обработке товаров для продажи их через онлайн-каналы

Куда смотреть:

- Сами фулфилменты – как склады площадью от нескольких сотен до тысяч метров
- Специализированные ФФ-операторы: одежда, еда, дорогие товары ...
- Фото- и видеосъемка товаров
- Подготовка описаний товаров
- Хранение и управление
- Системы учета и интеграции между селлерами и торговыми площадками
- Службы обработки возвратов: проверка, ремонт, чистка, переупаковка ...
- Создание бандлов
- ...



Инвестиции

Двузначные цифры роста – более чем интересный повод для инвестиций.

Малое число стратегов на рынке – более чем важный повод не спешить с инвестициями

Куда смотреть:

- Технологии для торговли на торговых площадках: прайс-аналитика, рекламные технологии, аналитика продаж
- Логистика и фулфилмент, включая службы доставки из магазинов и ТЦ
- Бренды/торговые марки, созданные специально для онлайн-продаж



Исследования Data Insight и Cross Insights



Исследование «Свободные ниши в экосистеме интернет-торговли Казахстана»

Пандемия сформировала большой спрос на онлайн, покупатели научились заказывать товары через интернет во всем мире и Казахстан тут не исключение.

Онлайн рынок Казахстана переживает период бурного роста, возникают новые торговые площадки, на них приходят новые селлеры – десятки тысяч крупных, средних и малых бизнесов. Многие из них ещё учатся управлять своими продажами, осваивают технологии, необходимые для успешной организации продаж. Онлайн-торговля — это большое количество логистических, финансовых, операционных процессов по подготовке товаров к продаже, их упаковке, доставке на маркетплейсы или до покупателя, продвижению, управлению ценой. И все эти процессы, или часть из них, можно делегировать профессионалам. Мировой опыт показывает, что на определенном этапе развития рынка электронной коммерции специализированные сервисные компании начинают активно поддерживать продавцов и предоставлять им отдельные или комплексные услуги на всех этапах бизнес-процесса.

Формат:

Pdf-отчет, показывающий, в каких нишах экосистемы интернет-торговли Казахстана более всего не хватает компаний сегодня или будет не хватать в ближайшее время.



Исследование Чек–лист

«Готовность к интернет-торговле для производителей и поставщиков товаров»

Цель исследования: показать алгоритм шагов для выхода на рынок онлайн-торговли, особенности подготовки и продаж товаров в онлайн.

Отчет представлен в формате чек-листа. Вопросы в чек-листе «разложены» по четырем блокам, соответствующим этапам подготовки и старта онлайн-продаж в компании.

Этап I. Исследование. Что, как и кому продавать в онлайн.

Этап II. Подготовка к онлайн-продажам. Тест продаж.

Этап III Онбординг и анализ результатов теста.

Этап IV. Управление эффективностью.

Формат: лонгрид, включает более 300 вопросов с комментариями, подводками и объяснениями, перечень законов, регулирующих дистанционную торговлю в Казахстане, список полезных исследований.



Исследование

«Экосистема электронной торговли Казахстана»

Интернет-торговля требует для своей работы огромное количество специализированных сервисов, компаний, инструментов, данных.

Карта экосистемы интернет-торговли, с одной стороны, определяет здоровье отрасли, а с другой – инвестиционные ниши рынка. Карта работает источником информации о возможностях аутсорса для участников рынка.

Формат:

карта рынка электронной торговли, отражающая структуру услуг и сервисов поддержки и развития онлайн-продаж в республике Казахстан.



Партнеры Data Insight



Контакты Data Insight и Cross Insights



 datainsight.ru

 +7 (495) 540 59 06

 a@datainsight.ru

 [T.me/DataInsight](https://t.me/DataInsight)

 [YouTube](https://www.youtube.com/DataInsight)



 crossinsights.pro



[ecommerce_kz](https://www.ecommerce.kz)

