Дмитро Деревицький, АЛЛО: український ритейл вратив до 30% продажів під час Чорної п’ятниці через атаки росії

Що купували українці під час Чорної п’ятниці 2022?

В останній тиждень листопада, коли українські ритейл та е-комерс очікували на найбільшу купівельну активність року під час Чорної п’ятниці, наймасштабніша ракетна атака росії вразила енергосистему України. Через це мільйони українців залишилися без електроенергії та зв’язку, а компанії – без можливості працювати. Через це тиждень акції «Чорна п’ятниця 2022» для національного маркетплейса АЛЛО видався чи не найскладнішим за весь час роботи компанії. Цьогоріч до звичайних задач щодо стабільної роботи сайту та оптимізації логістики додалася нова – забезпечити автономну роботу магазинів під час відключення електроенергії.

«За нашою оцінкою, українські е-комерс та ритейл недоотримали приблизно 25-30% виторгу через атаки росії та вимушені блекаути. Це було спричинено недоотриманням онлайн-трафіку (до 30% по ринку) та офлайн-трафіку (до 20%). Такого удару по українському бізнесу не було навіть під час локдауна. Коли в клієнтів немає електроенергії та зв’язку, шопінг відкладається із зрозумілих причин. Тож ми в АЛЛО продовжуємо збільшувати кількість магазинів, обладнаних зарядними станціями та генераторами», – зазначив **Дмитро Деревицький, голова ради директорів ГК «АЛЛО».**

Кількість чеків знизилася на 15% порівняно з 2021 роком

Середній чек в АЛЛО та на маркетплейсі allo.ua поступово зростав впродовж тижня та сягнув максимуму у неділю, 27 листопада – 4909 гривень. Середньотижнева вартість кошика збільшилася лише на 6% порівняно з минулим роком та становила 3761 грн.

У п’ятницю, 25 листопада, кількість чеків зросла найбільше – на 109% порівняно з попереднім тижнем. В цілому за тиждень розпродажу кількість чеків була на 41% більшою за попередній тиждень листопада, але все одно це було на 15% менше, ніж минулого року.

Попит на павербанки в АЛЛО зріс у 36 разів

Якщо раніше під час Чорної п’ятниці клієнти купували здебільшого дорогі товари, на які діє велика знижка в гривнях, то цьогоріч українці віддали перевагу найнеобхіднішим у воєнний час товарам. Найбільше зростання в АЛЛО показали павербанки: їх продажі зросли у 36 разів порівняно з минулим роком. Вони також стали і найбільш затребуваним товаром в АЛЛО в Чорну п’ятницю 2022 року.

Зростання в 4 рази за тиждень продемонстрували телевізори, удвічі та більше зросли планшети, ноутбуки, генератори, зарядні станції. Клієнти купували також смартфони, навушники, аксесуари, носимі гаджети, дрібну побутову техніку.

Найдорожчим товаром, який придбали під час розпродажу на маркетплейсі allo.ua, стала зарядна станція Bluetti AC200MAXAC200MAX-EU-GY-BL-00 за 129 999 грн.

Через атаки рф онлайн-трафік недоотримав 30%

Онлайн-трафік на allo.ua почав зростати вже з 20 листопада порівняно з попереднім тижнем. У понеділок-вівторок він зріс на 60-70%, а з середи впав до рівня попереднього тижня. Піковим днем на allo.ua стала саме п'ятниця. В цілому, якби не атаки росії на енергоінфраструктуру та не вимушений блекаут, онлайн-трафік мав би бути на 30% вищим.

Офлайн-трафік в магазинах АЛЛО найбільше зріс порівняно зі звичайним днем листопада у середу – у 2,5 рази, а наступного дня стрімко впав. У п'ятницю, 25 листопада, кількість відвідувачів збільшилася маже вдвічі в порівнянні зі звичайною п'ятницею листопада. Але піковим днем тижня стала субота. Порівняно з 2021 роком офлайн-трафік в АЛЛО за цьогорічний тиждень був меншим на 15%. Щоб продовжити роботу, компанія під час блекаутів забезпечила безперебійну роботу понад 100 шоурумів та точок видачі маркетплейсу по вісй Україні.

Частка жінок серед покупців впала

Цьогоріч активно робили покупки 65% чоловіків та 35% жінок. При цьому частка жінок-покупців зменшилася порівняно з минулим роком (42% у 2021), що пояснюється їхньою вимушеною евакуацією. Найактивніші покупці в АЛЛО – молодь: 31-40 років (36%) та 21-30 років (31%). Клієнти, які робили покупки, знаходяться в усіх куточках України, проте найбільш активними виявилися покупці у Київській, Дніпропетровській, Харківській, Львівській та Одеській областях.

Після тижня Чорної п'ятниці мережа шоурумів АЛЛО та маркетплейс allo.ua проводить тижневу акцію «Кібертиждень», під час якої ще можна встигнути придбати товар за суперціною.

Довідка

АЛЛО — маркетплейс національного масштабу з товарами від електроніки, косметики та інструментів до одягу та меблів, з доставленням замовлень додому, на пошту або в магазини у понад 100 містах України.

***allo.ua** – тицяй що хочеш!*