



# МЕБЕЛЬ

Тренды и возможности  
категории

# Предупреждение

Настоящая презентация предоставлена ООО «Интернет Решения», дочерней компанией Ozon Holdings PLC. Содержание настоящей презентации является строго конфиденциальным и предназначено только для получателей данной презентации. Строго запрещено делиться любой частью настоящей презентации с любой третьей стороной, копировать или иным образом распространять настоящую презентацию в любой форме. Данное сообщение включает в себя заявления прогнозного характера по смыслу закона США от 1995 года «О реформе судопроизводства по частным ценным бумагам», которые отражают текущие взгляды Ozon Holdings PLC («мы», «нас», или «Компания») в отношении будущих событий и финансовых показателей. Такие слова, как «оценки», «ожидания», «прогнозы», «проекты», «планы», «намерения», «считает», «прогнозы» и вариации таких слов или аналогичных выражений, которые предсказывают или указывают на будущие события или тенденции или которые не имеют отношения к историческим событиям, определяют заявления прогнозного характера.

Заявления прогнозного характера в значительной степени основаны на наших текущих ожиданиях и прогнозах относительно будущих событий и финансовых тенденций, которые, по нашему мнению, могут повлиять на наше финансовое положение, результаты деятельности, бизнес-стратегию, краткосрочные и долгосрочные бизнес-операции и цели, а также на финансовые потребности. Заявления прогнозного характера связаны с известными и неизвестными рисками, неопределённостями, изменениями обстоятельств, которые трудно предсказать, и другими важными факторами, которые могут привести к тому, что наши фактические результаты, показатели или достижения будут существенно отличаться от любых будущих результатов, показателей или достижений, прямо выраженных или подразумеваемых в заявлении прогнозного характера. Более того, время от времени возникают новые риски. Наш менеджмент не может предсказать все риски, а также оценить влияние всех факторов на наш бизнес или степень, в которой любой фактор или сочетание факторов могут привести к тому, что фактические результаты будут существенно отличаться от тех, которые содержатся в любых заявлениях прогнозного характера, которые мы можем сделать. В свете этих рисков, неопределённостей и предположений прогнозируемые события и обстоятельства, обсуждаемые в настоящей презентации, могут не произойти, а фактические результаты могут существенно и негативно отличаться от тех, которые ожидаются или подразумеваются в заявлениях прогнозного характера. В результате чего мы предостерегаем вас не полагаться на заявления прогнозного характера, и мы распространяем данное предостережение на все такие заявления прогнозного характера.

Все заявления прогнозного характера сделаны на сегодняшний день, и мы отказываемся от любых обязательств по обновлению таких заявлений. Наши ожидания, убеждения и прогнозы сделаны добросовестно, и мы считаем, что для них есть разумные основания. Тем не менее мы не можем заверить вас в том, что ожидания, убеждения и прогнозы менеджмента произойдут или будут достигнуты. Инвесторам не следует полагаться на заявления прогнозного характера, поскольку они подвержены различным рискам, неопределённостям и другим факторам, которые могут привести к тому, что фактические результаты будут существенно отличаться от наших ожиданий. Пожалуйста, обращайтесь к документам, поданным нами в Комиссию по ценным бумагам и биржам США, относительно факторов, которые могут привести к тому, что фактические результаты будут существенно отличаться от тех, которые описаны в наших заявлениях прогнозного характера. Данная презентация включает некоторые финансовые показатели, не представленные в соответствии с МСФО, включая, но не ограничиваясь [xxx]. Такие финансовые показатели не являются показателями финансовых результатов в соответствии с МСФО и могут не содержать параметры, которые являются существенными для понимания и оценки наших финансовых результатов. Следовательно, такие показатели не должны рассматриваться отдельно или в качестве альтернативы убыткам за отчётный период или другим показателям рентабельности, ликвидности или результатов деятельности в соответствии с МСФО. Следует принимать во внимание, что представление Компанией таких показателей может быть несопоставимо с аналогично названными показателями, используемыми другими компаниями, которые могут определяться и рассчитываться по-другому. См. приложение для сравнения некоторых из таких показателей с наиболее прямо сопоставимыми показателями по МСФО. Товарные знаки, используемые в настоящей презентации, являются собственностью их владельцев и используются только в справочных целях. Такое использование не должно толковаться как одобрение продуктов или услуг Компании.

# СПИКЕРЫ



**Виктор Иванов**

руководитель категории Мебель



**Анна Щербакова**

категорийный менеджер

# О ЧЕМ ГОВОРИМ СЕГОДНЯ

Обзор рынка мебели →



Мебель на Ozon: трафик, география, категории, события



Легкие продажи на Ozon

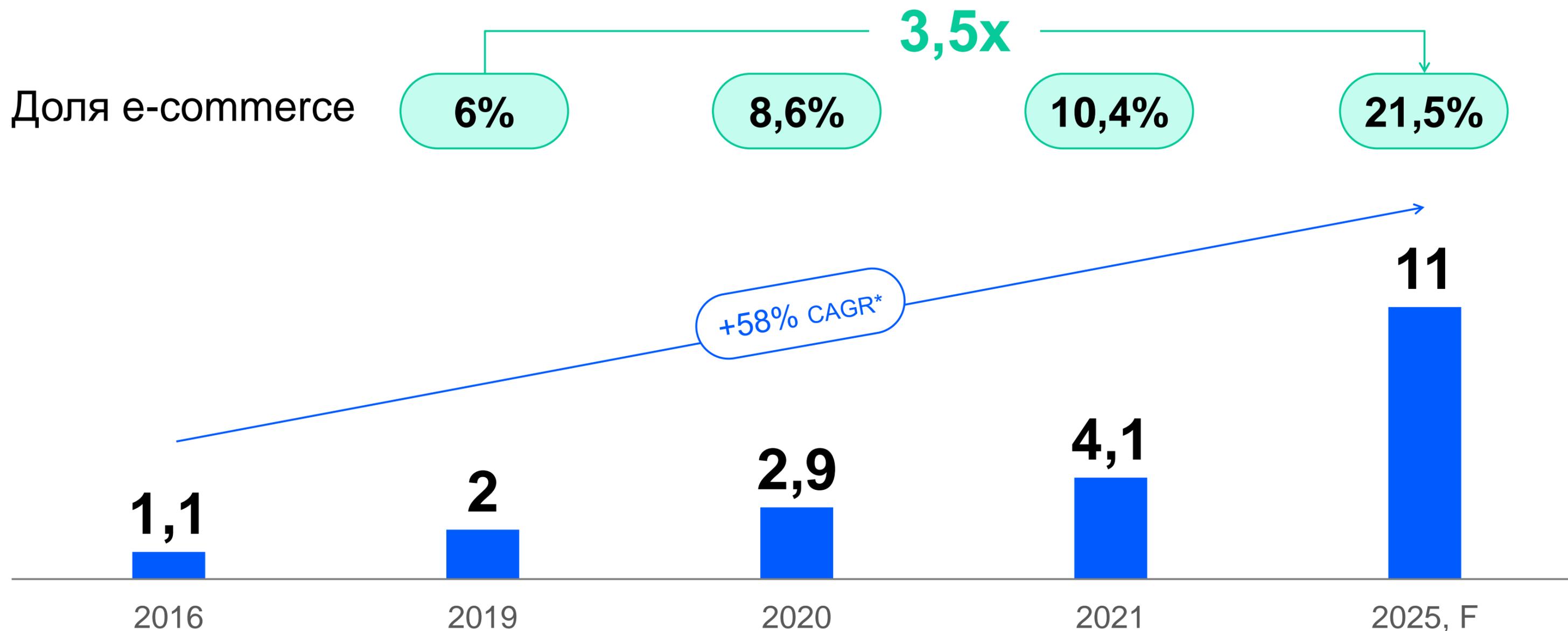
Истории успеха



OZON



# Российский рынок e-commerce: значимый рост

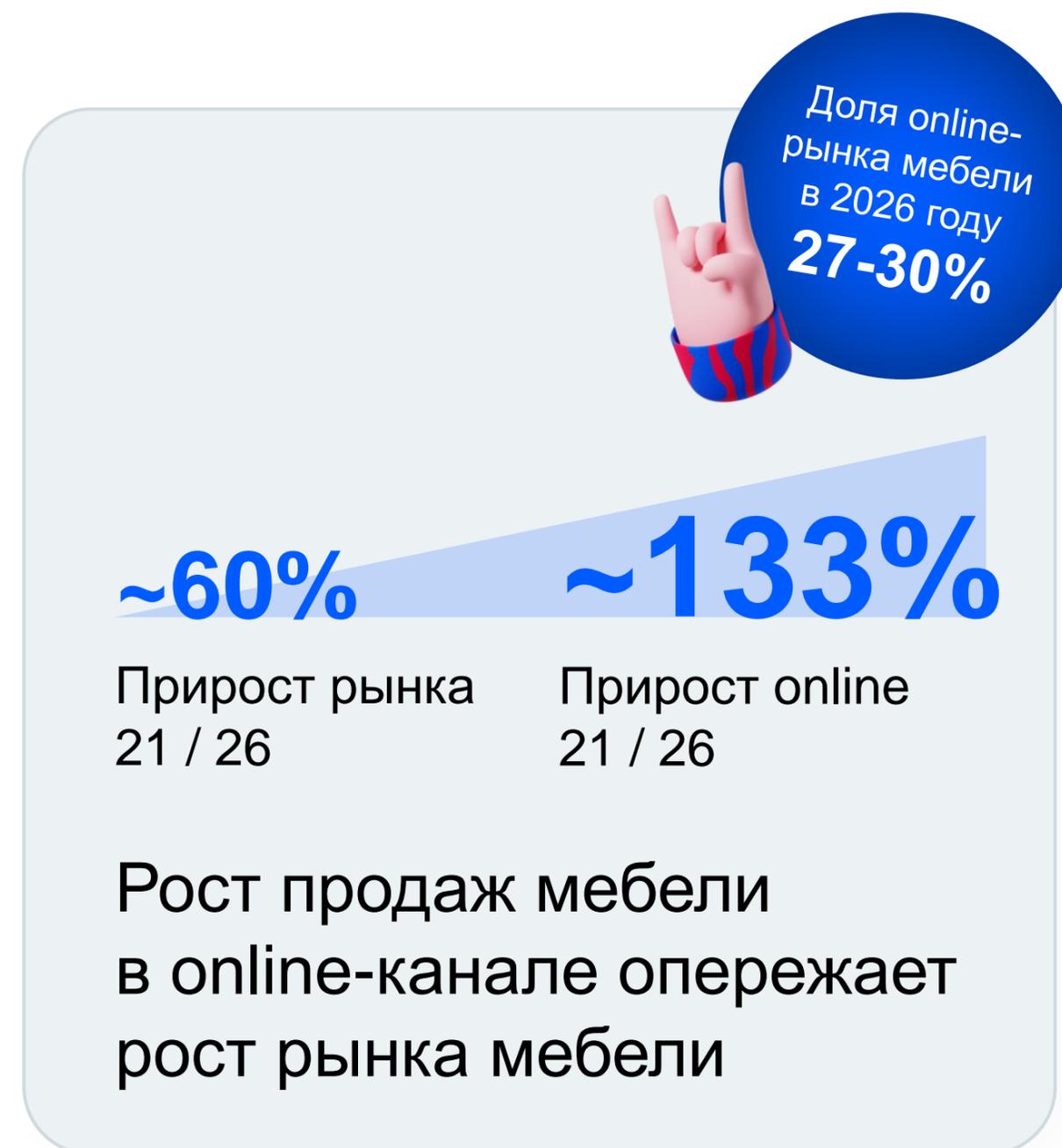
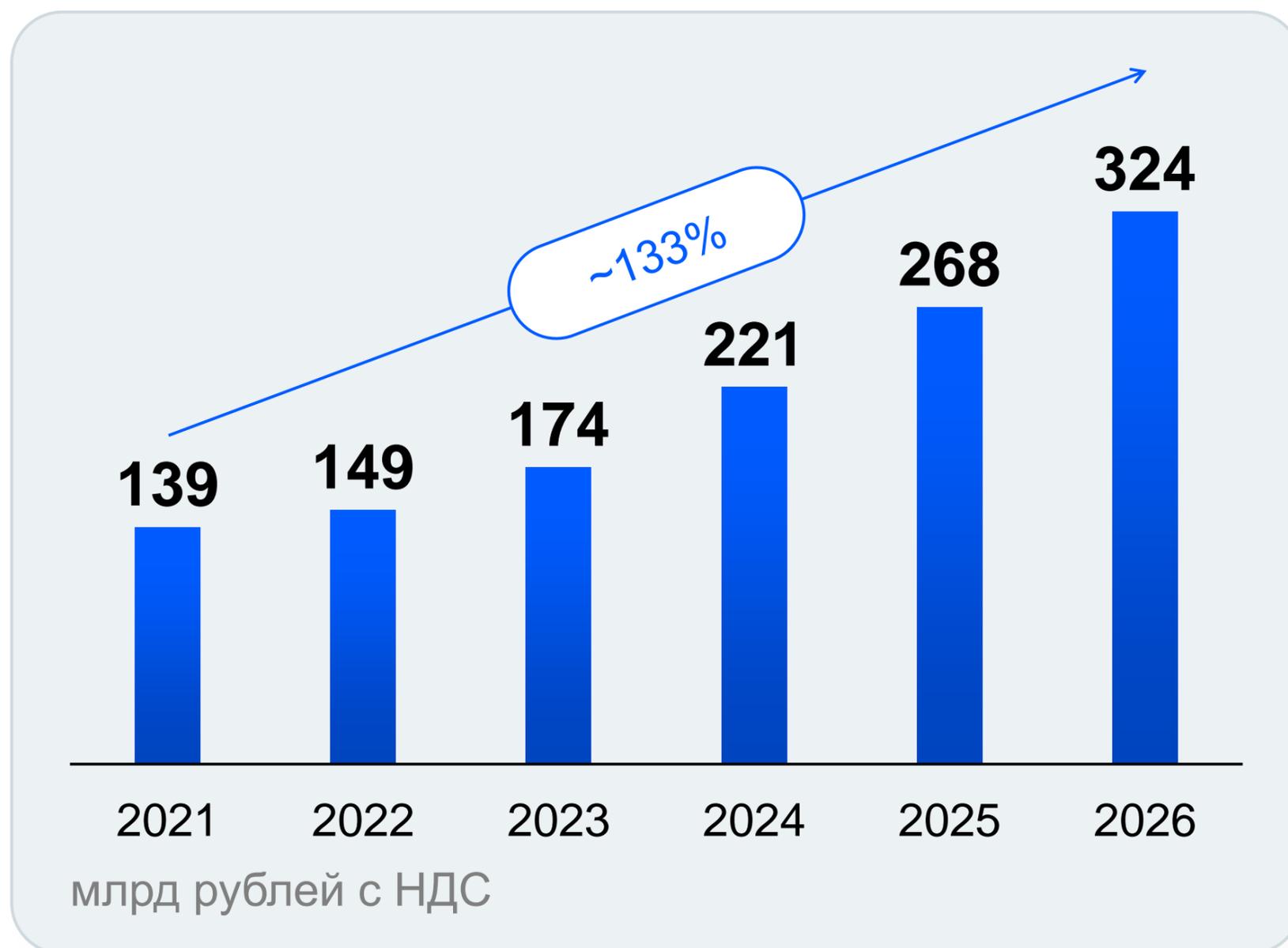


Размер рынка и доля e-commerce в общем рынок розничной торговли (трлн рублей)

Источник: INFOline Analytics, оценка Ozon. \*CAGR - усредненный темп роста в периоде

**OZON**

# За 6 лет online-рынок мебели вырастет более чем в 2 раза



# О ЧЕМ ГОВОРИМ СЕГОДНЯ

Обзор рынка мебели



Мебель на Ozon: трафик, география, категории, события →



Легкие продажи на Ozon

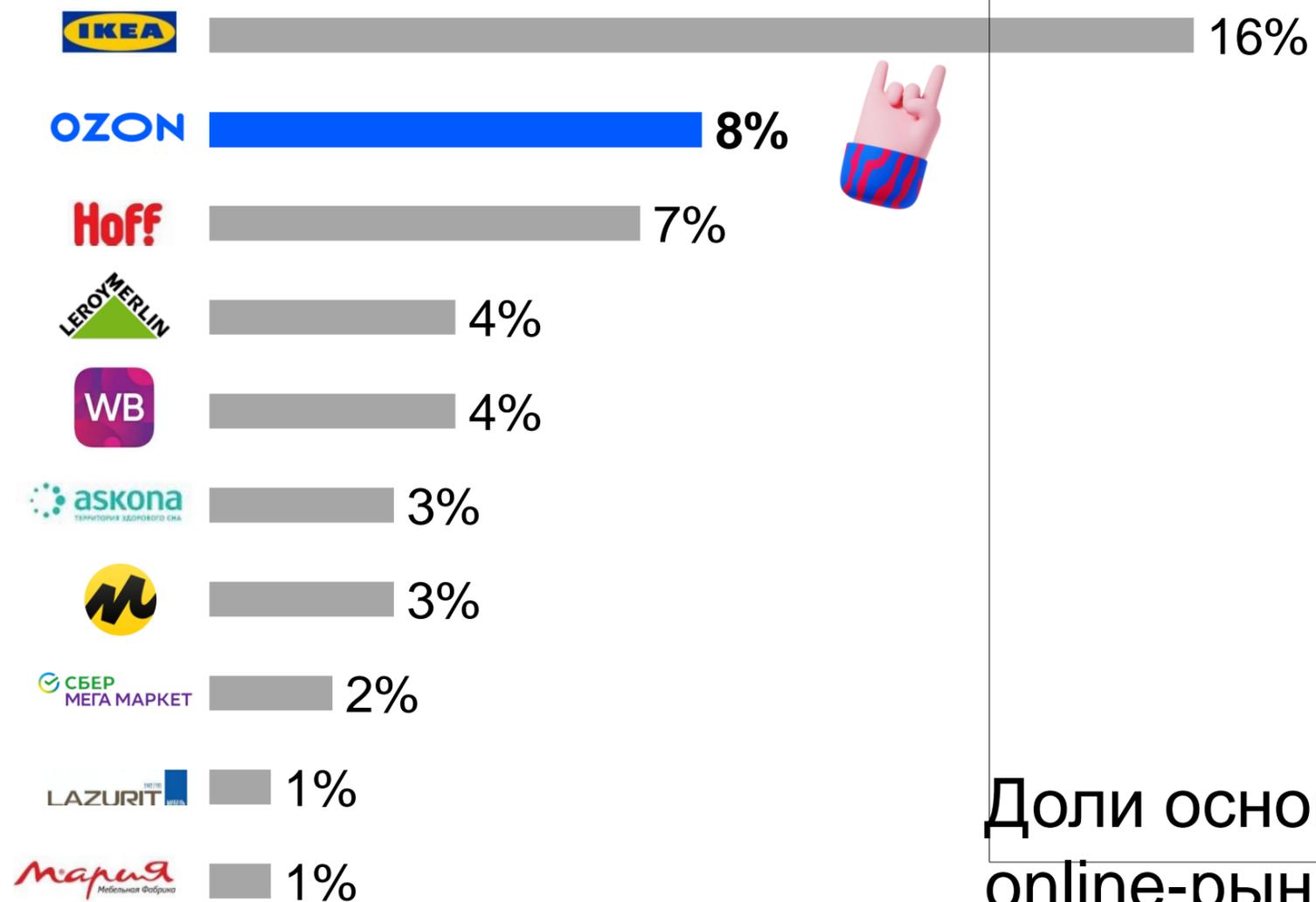
Истории успеха



OZON

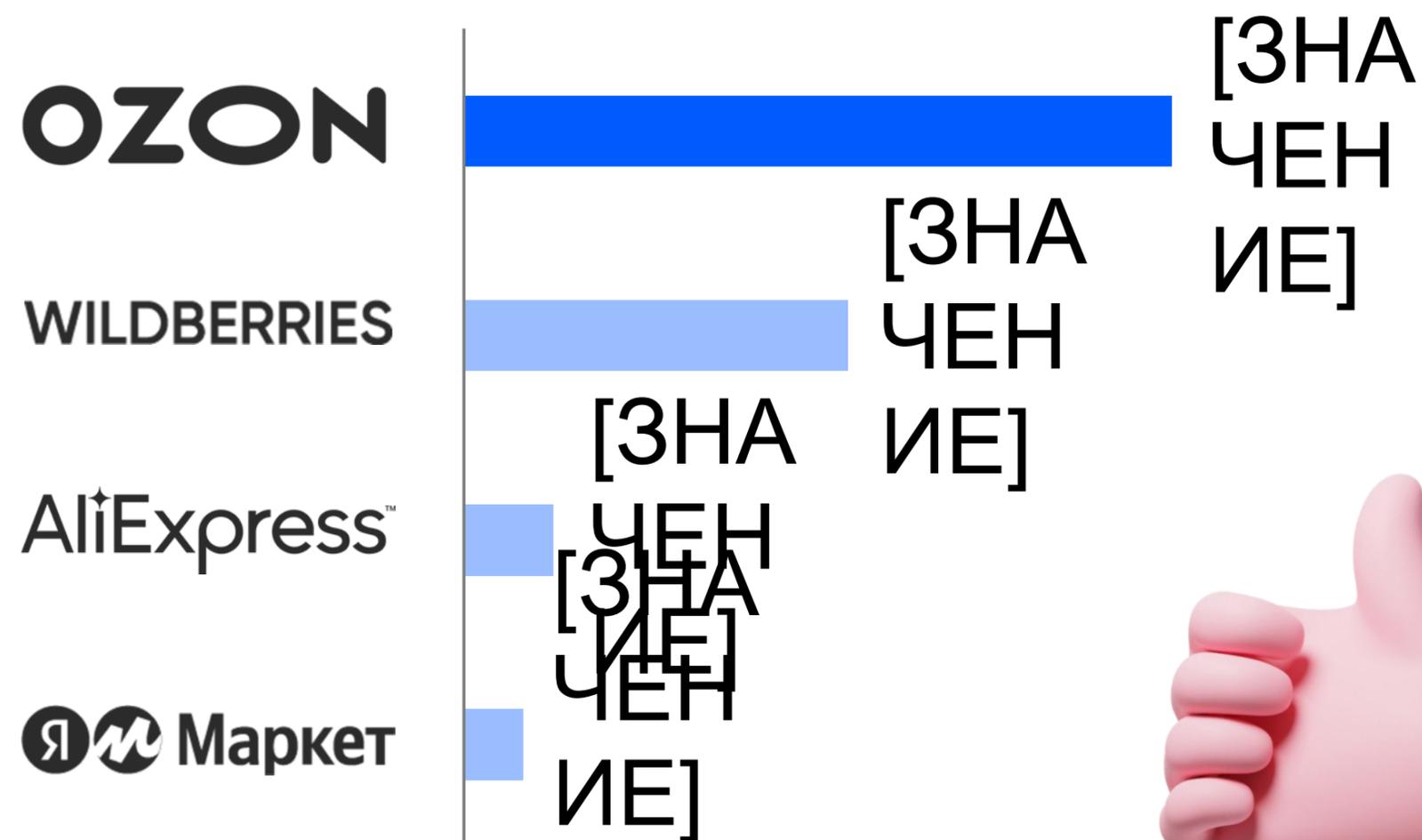


# Структура рынка мебели РФ



Доли основных игроков  
online-рынка мебели РФ, 2021

# Самый узнаваемый e-commerce бренд в России



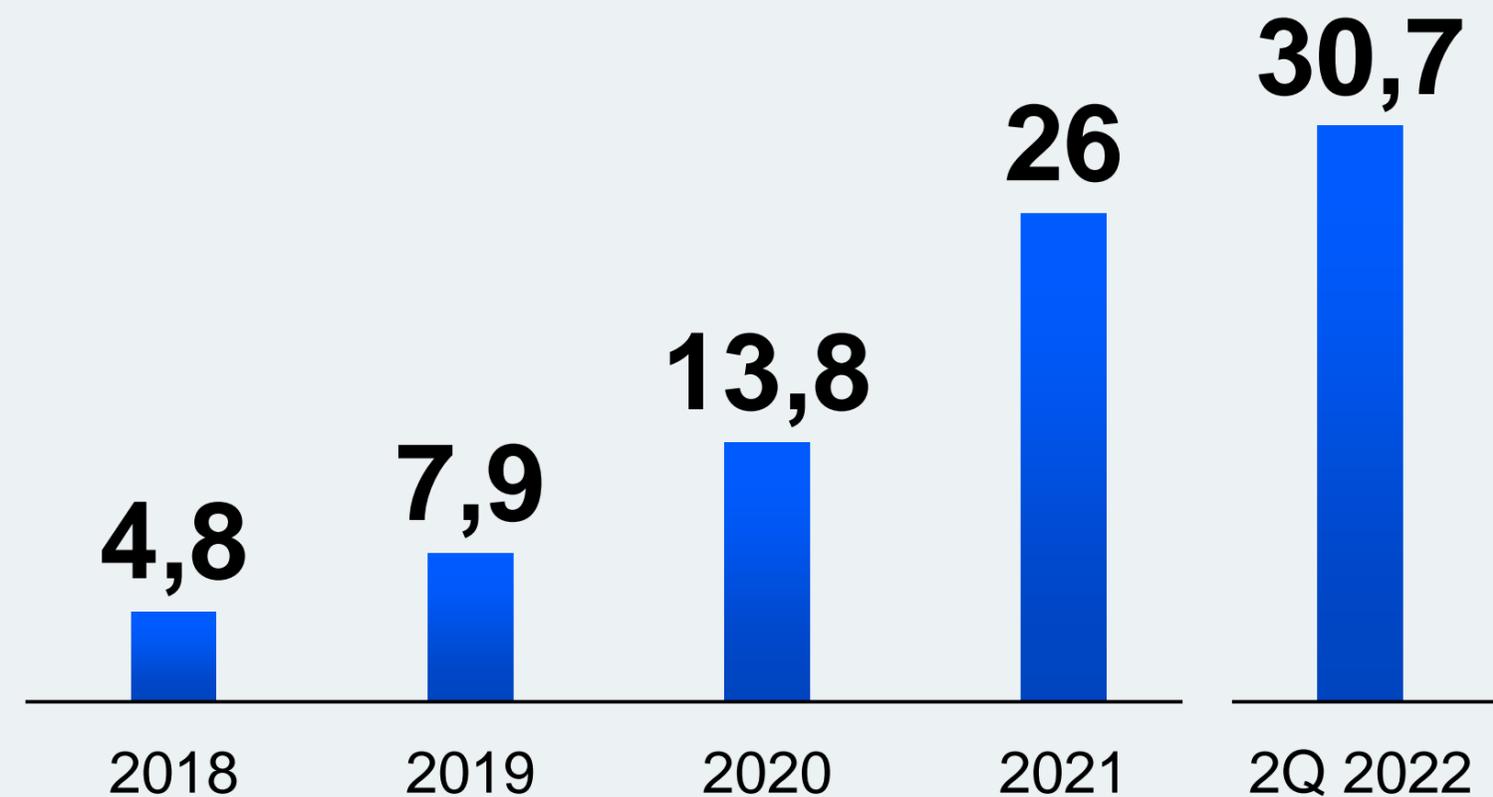
Источник: BBDO BrandScience Ozon BHT

\*Доля в top-of-mind на конец второго квартала 2022

OZON

# База лояльных покупателей

Активные покупатели,  
млн\*



**+86%**

13,8 млн 2020      26 млн 2021

За год количество покупателей Ozon почти удвоилось

\*Включая сервисы, без учёта Ozon Travel

# Аудитория, ищущая мебель на Ozon, значительно увеличилась



**67%**  
женщины



**33%**  
мужчины

**+29%**

Прирост трафика  
на Ozon

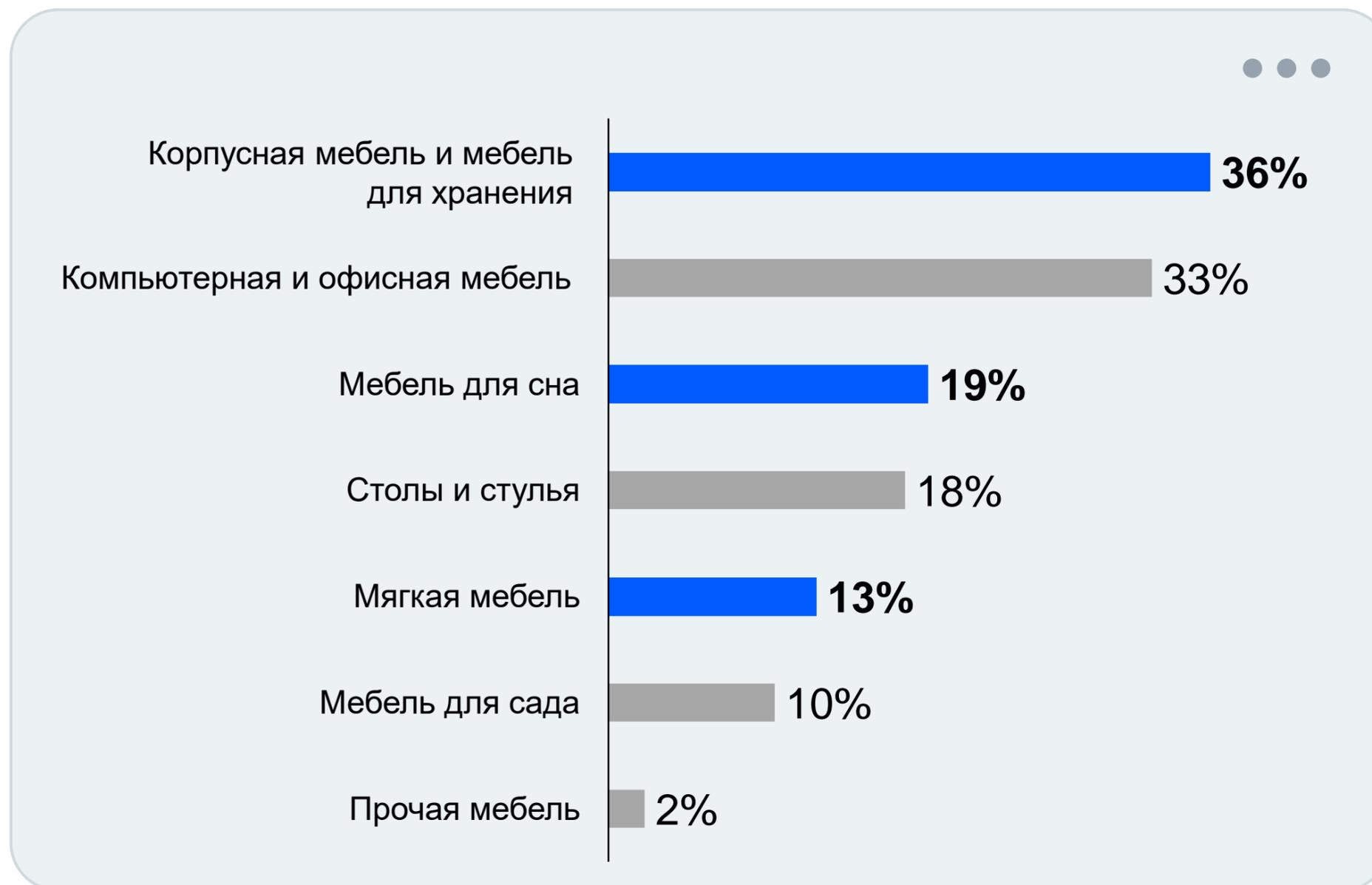
**+101%**

Прирост трафика  
в категории мебель

**x1,5**

Увеличилась доля  
трафика категории  
мебель внутри Ozon

# В 2022 году покупатель приходит за более сложными типами товаров



# Прирост продаж в регионах



Сравнение суммы продаж категории "Мебель" на Ozon за первое полугодие 2021 и 2022 гг. География поставок Ozon

**OZON**



**+300%**

Прирост продаж  
крупногабаритной мебели

**+40%**

Прирост доли  
крупногабаритной мебели  
в структуре продаж

## В 2022 году продажи мебели увеличились



# С Ozon легко развивать продажи мебели



Прирост количества продавцов с регулярными продажами



Самая платёжеспособная категория покупателей 18-44 лет



Покупатели готовы ожидать свои заказы до 9 дней

Растёт число продавцов



Увеличивается средний чек

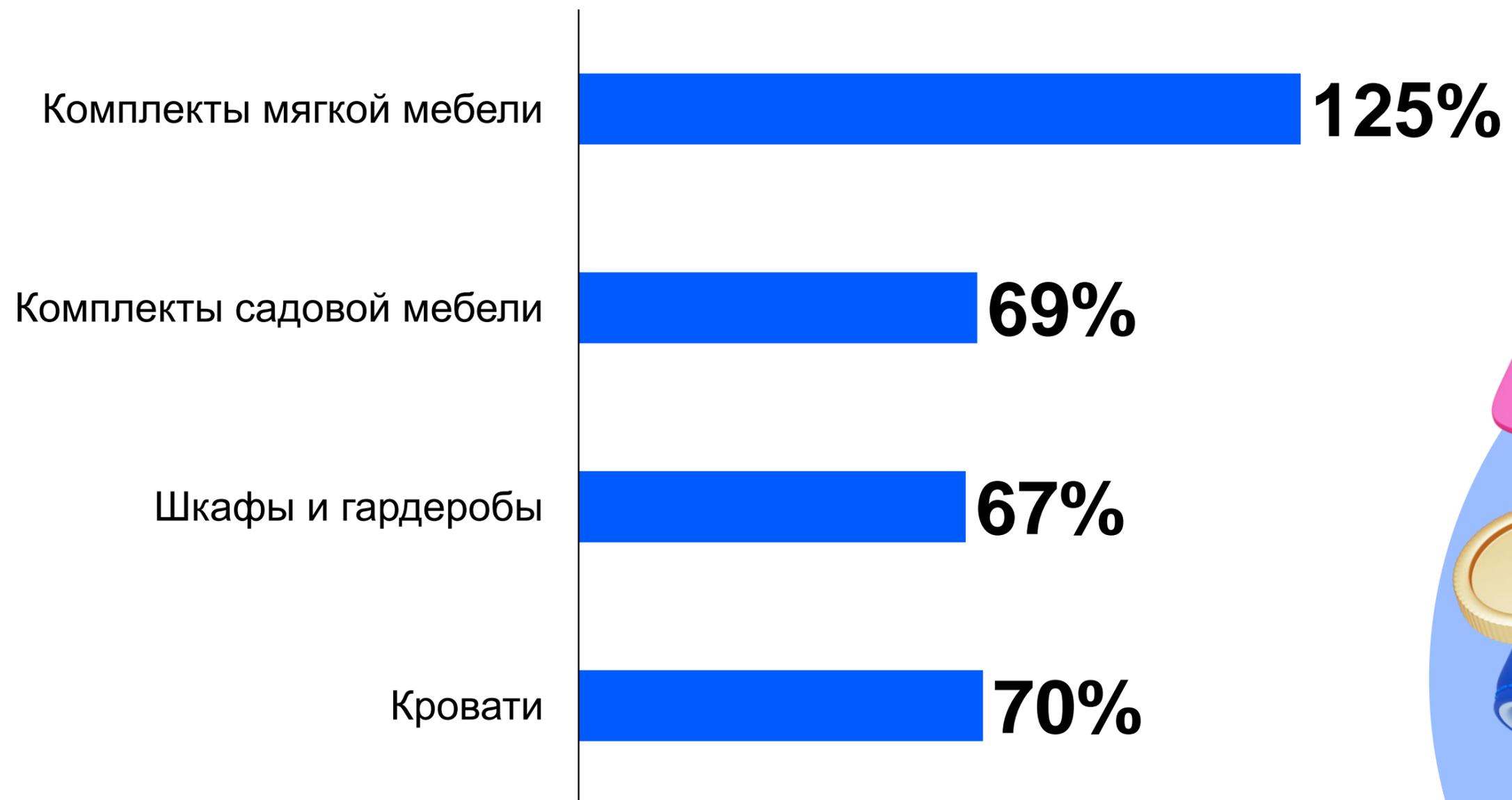


Повышается сложность продаваемых товаров

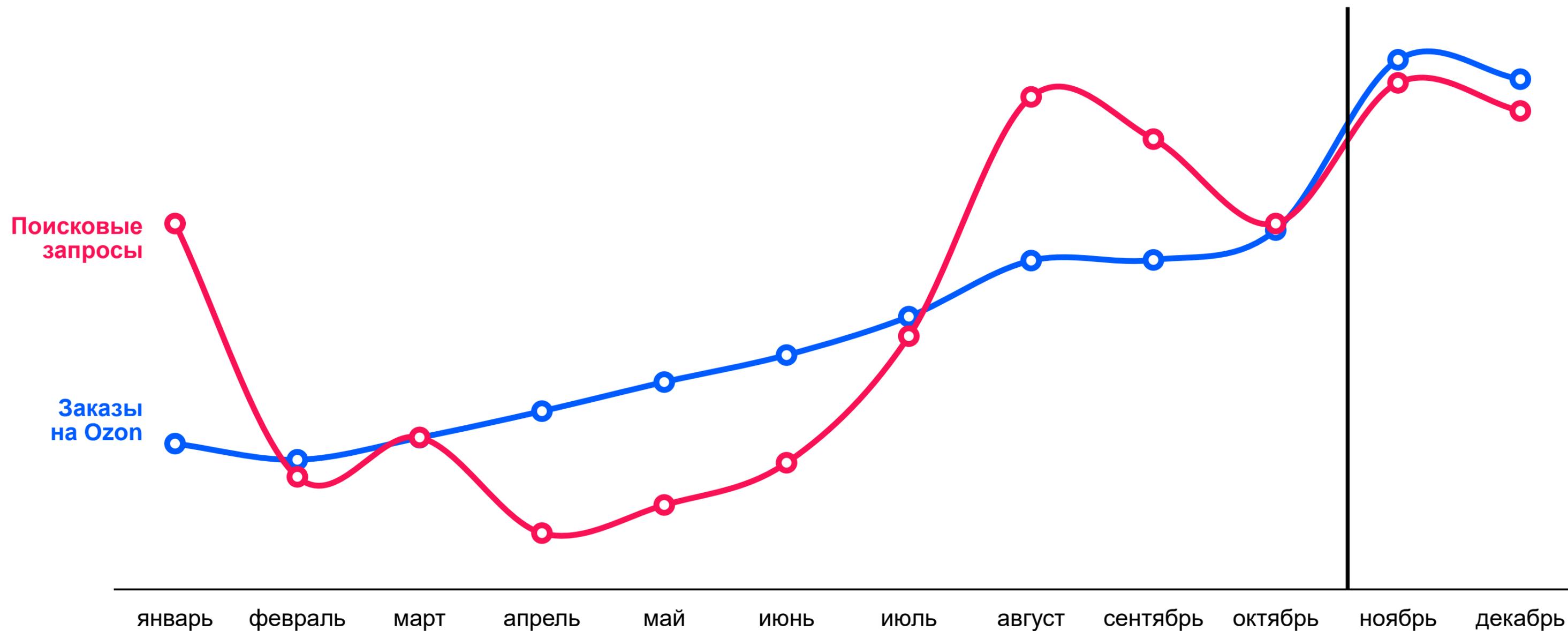


**Категория развивает специализацию**

# Растущий средний чек



# Высокий сезон



# САМЫЕ БОЛЬШИЕ РАСПРОДАЖИ ГОДА



в **3–6** раз  
рост GMV

**11.11**

10–14 ноября



**Черная пятница**

24–28 ноября



**Новогодний SALE**

1–12 декабря / 13 декабря – 12 ноября



**OZON**



# Мебель на Ozon

**x2**  
трафик

Рост в категории  
мебель с начала  
2022 года

**200** секунд  
пользователь в среднем  
проводит в категории Мебель



**81%**  
доля самой  
платёжеспособной  
группы покупателей



**67%** женщин  
**32%** мужчин



**32%** мужчин

**x2,9** Увеличился оборот категории  
в первом полугодии 2021 года  
к первому полугодю 2022 года

**300%**

увеличение продаж  
крупногабаритных  
товаров в категории  
в 2022 году

**>85 000 000**  
жителей России

охвачены доставкой Ozon  
или пунктами самовывоза  
в пешей доступности



**65%**

покупателей  
готовы ожидать  
свои заказы

**до 9 дней**



**4** схемы поставки доступно  
продавцу на площадке Ozon



**+30%**

рост среднего  
чека в категории  
мебель в 2022 году



**60** дней

максимальный срок отгрузки  
товара при продаже товара  
"под заказ"

**+59%**

увеличилось  
количество заказов  
в категории



**x3** Увеличилось количество  
продавцов с продажами на Ozon

каждые **6** секунд  
на Ozon покупают мебель

Продавайте на **OZON**

**OZON**

# О ЧЕМ ГОВОРИМ СЕГОДНЯ

Обзор рынка мебели



Мебель на Ozon: трафик, география, категории, события



Легкие продажи на Ozon



Истории успеха



# Легкие продажи на Ozon

## Правильный товар

Ценовая политика

Взаимодействие  
с покупателем

Диверсифицированная  
логистика

Работа с брендом

Аналитика



Бестселлеры группы А,  
отвечающие трендам рынка



Наличие на складе или быстрое  
производство



Простой в сборке, не требующий  
доработок



Легкий для понимания  
и восприятия с одной фотографии

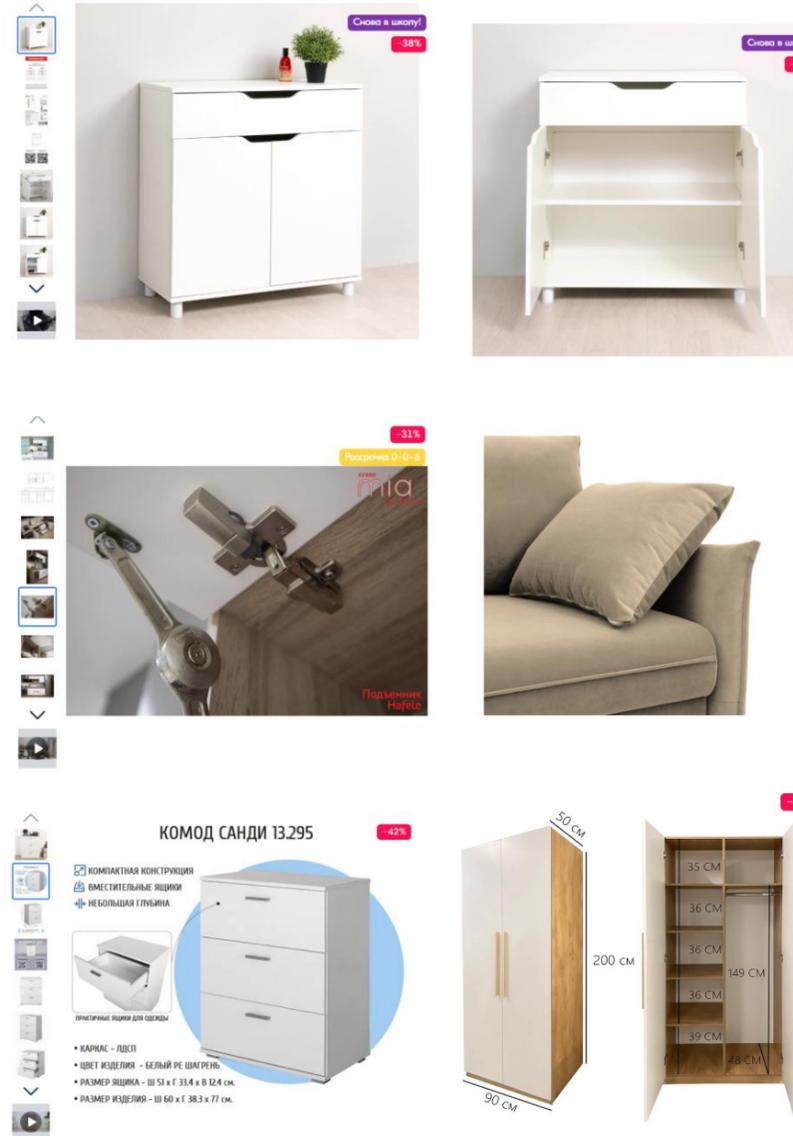


Контент

# Контент, который продает



- Несколько фото (среднее по категории: 6)
- Close-up\* — крупные ракурсы интересных деталей и текстуры
- Корректно заполненные характеристики
- Инфографика с размерами и/или конкурентными преимуществами



- Загрузить одну карточку товара, чтобы «посмотреть»
- Загрузить «все, что есть»
- Товар с непонятным сроком производства
- Товар с палитрой из 100 цветов

# Легкие продажи на Ozon

Правильный товар

**Ценовая политика**

Взаимодействие  
с покупателем

Диверсифицированная  
логистика

Работа с брендом

Аналитика



Прайс-индекс



Рыночная цена



Участие в маркетинговых  
промо

# Легкие продажи на Ozon

Правильный товар

Ценовая политика

**Взаимодействие  
с покупателем**

Диверсифицированная  
логистика

Работа с брендом

Аналитика



Работа с отзывами



Диалог с покупателем —  
будьте на связи!



Уровень сервиса

# Легкие продажи на Ozon

Правильный товар

Ценовая политика

Взаимодействие с покупателем

**Диверсифицированная логистика**

Работа с брендом

Аналитика



## FBO

- ✔ Товар категории А
- ✔ Малогабаритный
- ✔ Индивидуальная упаковка
- ✔ 1 грузовое место
- ✔ Новинка
- ✔ Крупногабаритный
- ✔ Объемный и легкий товар

- ✘ Низкооборотиваемый товар
- ✘ Несколько коробок на 1 изделие



## FBS

- ✔ Товар категории В и С, Новинки
- ✔ 1 грузовое место
- ✔ Индивидуальная упаковка
- ✔ Страховка ассортимента FBO

- ✘ Несколько коробок на 1 изделие
- ✘ Сверхгабаритные товары



## RFBS

- ✔ Товары с возможностью экспресс доставки по региону
- ✔ Несколько грузовых мест
- ✔ Сверхгабаритные и тяжелые товары

# Легкие продажи на Ozon

Правильный товар

Ценовая политика

Взаимодействие  
с покупателем

**Диверсифицированная  
логистика**

Работа с брендом

Аналитика



Распределение  
товара по регионам



Тарификатор



Агрегированные 3PL  
операторы

# Легкие продажи на Ozon

Правильный товар

Ценовая политика

Взаимодействие с покупателем

Диверсифицированная логистика

Работа с брендом

Аналитика

## Витрина магазина

Десктоп

The desktop storefront for Mebel Impex features a clean, modern layout. At the top, the store's logo and name are displayed, along with a 'Premium-продавец' badge and a subscriber count of 3000+. Below this, a navigation bar includes a search bar, a rating of 4.6/5, and a 99% on-time delivery guarantee. The main banner highlights a 'Practical choice for cleanliness and comfort' with a focus on pet-friendly fabrics. A category grid offers options like 'Soft furniture', 'Storage furniture', 'Tables and chairs', and 'Decor and interior'. Two detailed product cards showcase the 'Leset Oscar' rocking chair, emphasizing its ergonomic base and smooth movement. The bottom section features video reviews for various furniture items.

Мобильная версия

The mobile storefront for Mebel Impex is optimized for a smaller screen. It includes a search bar at the top, the store's logo, and a mission statement: 'Our mission is to create comfort, warmth, and happiness in every home. Help us make your living space beautiful and soulful.' The main banner is identical to the desktop version. Below it, a grid of category images is shown, followed by two detailed product cards for the 'Leset Oscar' chair, highlighting its ergonomic features. The bottom section displays video reviews for furniture items.

# Легкие продажи на Ozon

Правильный товар

Ценовая политика

Взаимодействие с покупателем

Диверсифицированная логистика

Работа с брендом

Аналитика

Аналитика Продвижение Рейтинги Отзывы

Аналитика продавца	Аналитика площадки	Что продавать на Ozon
Графики	Тренды	Популярные товары
Акции	Конкурентная позиция	Недостающие товары
Поиск	Портрет покупателя	Распродано
Кластеры	Поисковые запросы	Запросы без результата
Внешний трафик		Недостающие бренды
Отчеты		

### Портрет покупателя

Прочитать о разделе Пройти обучение Оставить отзыв

Сохраненные сегменты Конструктор сегментов

Мой покупатель **Базовый сегмент** Сравнить с «Моим покупателем»

Хочу найти людей, которые **Купили ≥ 1 раз мои товары за предыдущие 365 дней** + Фильтр + Условие

+ Подсегмент Сохранить изменения Сохранить как новый Запустить продвижение

Охват сегмента ~ 24 000  
Примерное количество человек в сегменте

В сегменте на 7.84% больше женщин, чем мужчин  
Возраст большинства покупателей сегмента: от 35 до 44 лет

Возраст	Мужчины	Женщины
До 18	0.09%	0.09%
18 - 24	10.42%	10.42%
25 - 34	36.37%	36.37%
35 - 44	39.18%	39.18%
45 - 54	10.75%	10.75%
55+	3.19%	3.19%

Данные о 99.83% покупателей сегмента

# О ЧЕМ ГОВОРИМ СЕГОДНЯ

Обзор рынка мебели



Мебель на Ozon: трафик, география, категории, события



Легкие продажи на Ozon

Истории успеха



OZON





# А-Мебель

Продает на Ozon:  
с марта 2022 года

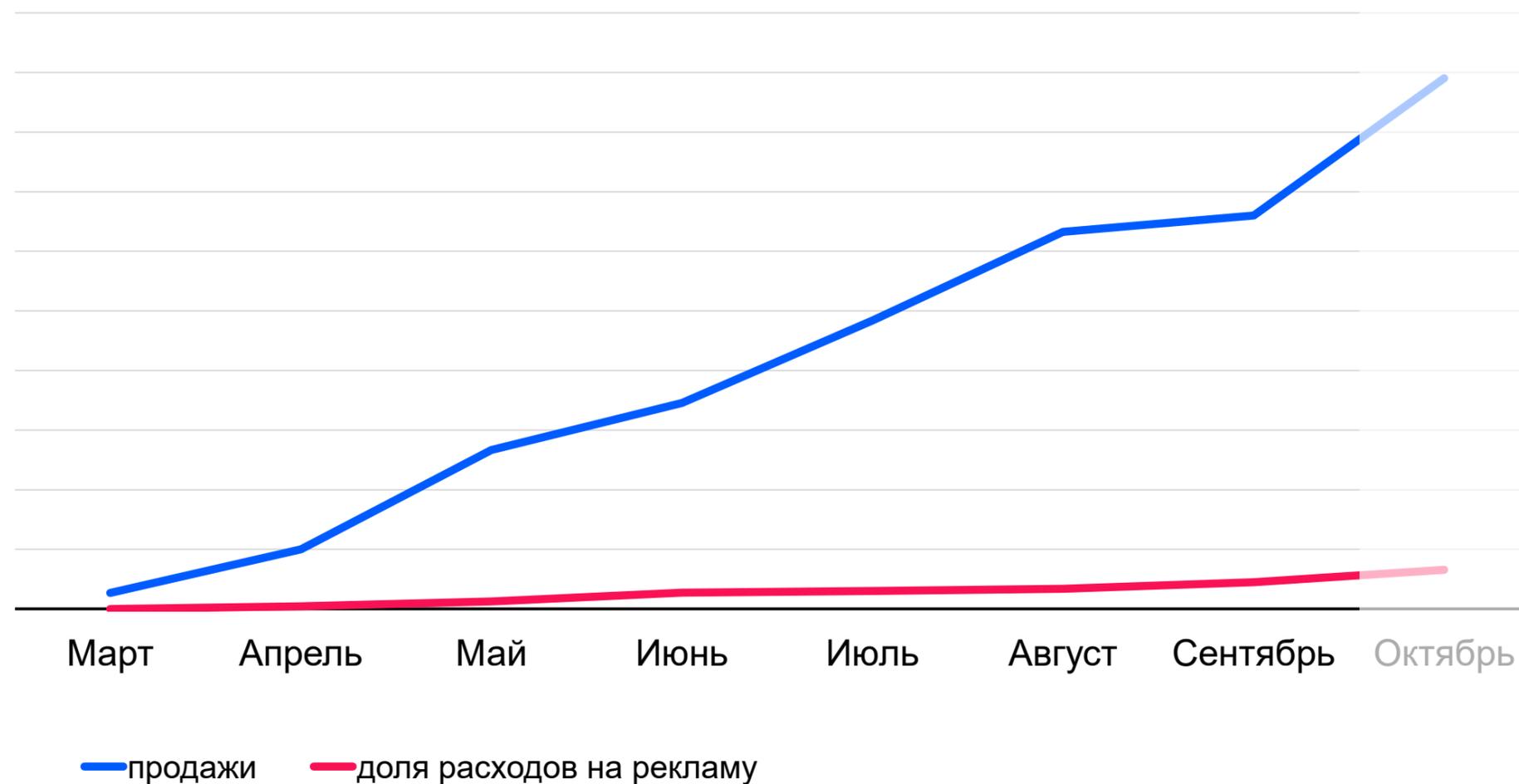
Локация:  
г. Волгодонск (Ростовская обл.)

Категории товаров:  
Компьютерная  
и офисная мебель — 13,6%  
Корпусная мебель — 74,8%  
Мягкая мебель — 5,8%  
Мебель для сна — 5,7%

Схемы работы:  
RFBS — 100%

Средняя доля  
расходов на рекламу — 5,36%

## Динамика оборота и рекламных расходов





# НОМЕ мебель

Продает на Ozon:  
с февраля 2022 года

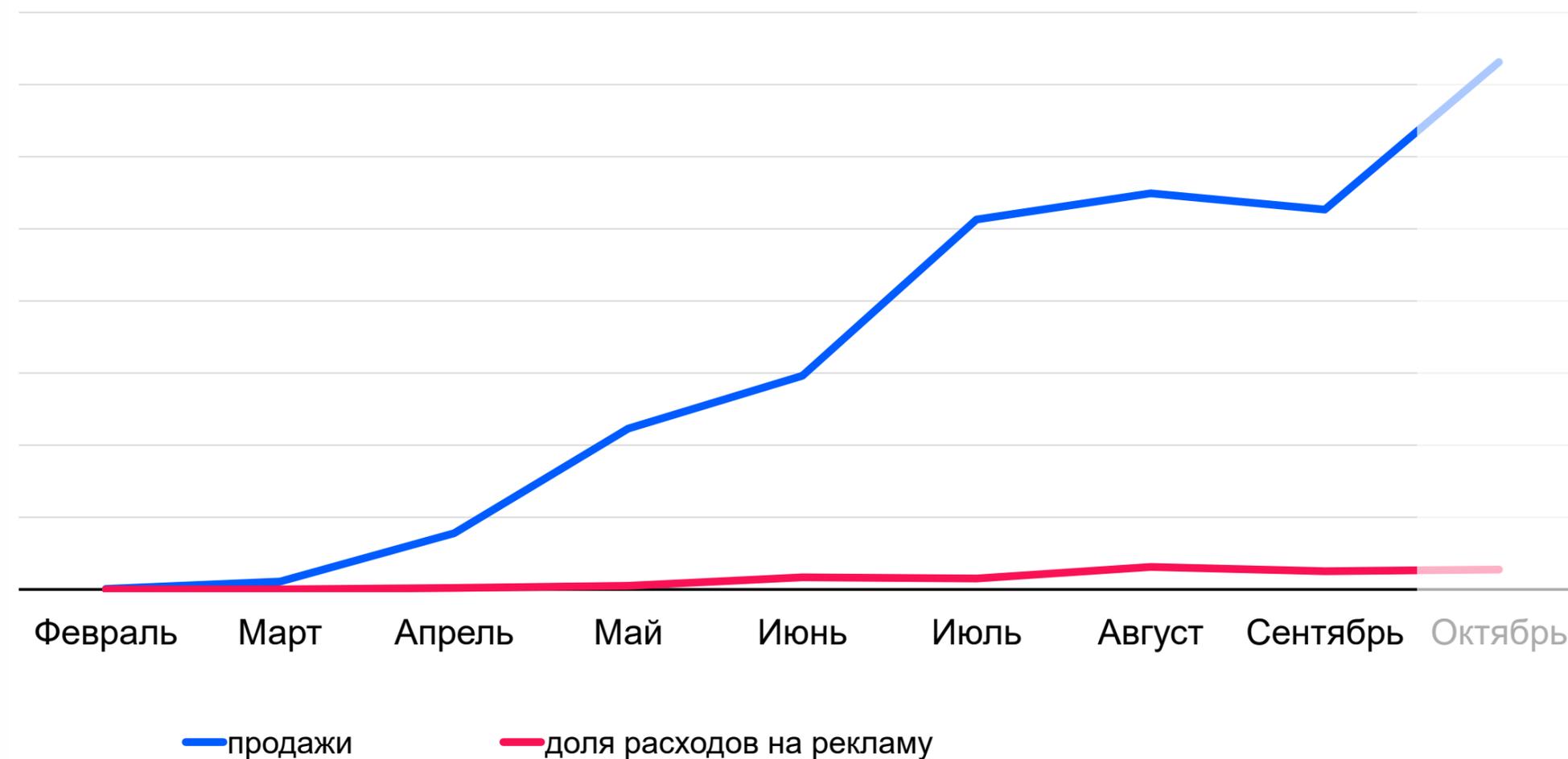
Локация:  
г. Челябинск

Категории товаров:  
Компьютерная  
и офисная мебель — 6,3%  
Корпусная мебель — 6,6%  
Мягкая мебель — 83,4%  
Стол и стулья — 3,9%

Схемы работы:  
FBS — 2,7%, RFBS — 97,3%

Средняя доля  
расходов на рекламу — 3,42%

## Динамика оборота и рекламных расходов





# ЗМИ

Продает на Ozon:  
с октября 2021 года

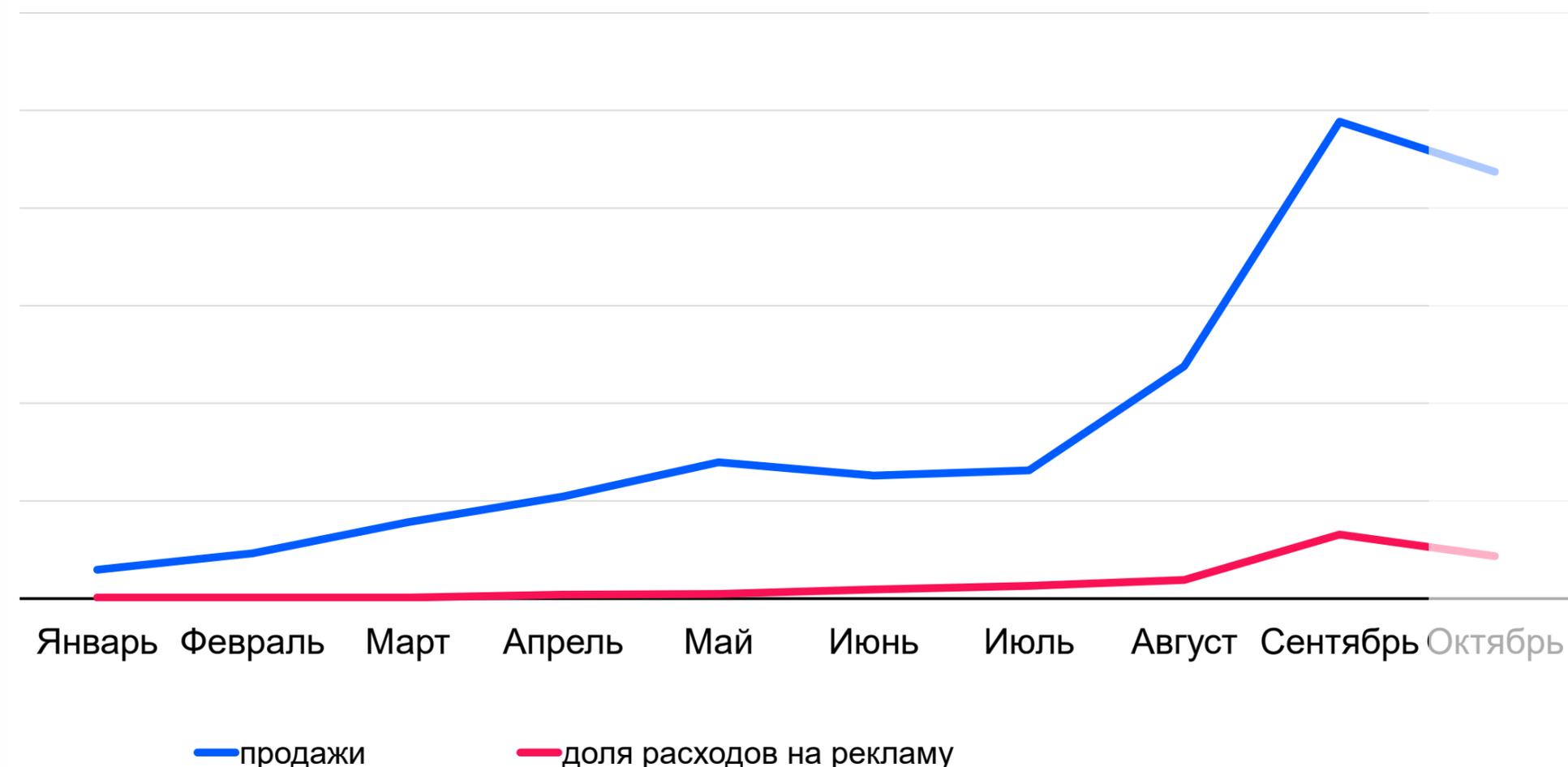
Локация:  
г. Соликамск (Пермский край)

Категории товаров:  
Компьютерная  
и офисная мебель — 98,3%  
Столбы и стулья — 1,7%

Схемы работы:  
FBO — 100%

Средняя доля  
расходов на рекламу — 6,6%

## Динамика оборота и рекламных расходов



# OZON

Всегда онлайн

