



Как ищут, выбирают и покупают мебель

Исследование Яндекса, июль 2019

Методология

Цель исследования:

1. Изучить поведение пользователей при выборе, сравнении и покупке мебели
2. Узнать больше о запросах пользователей про мебель: кто интересуется мебелью, какие стили интерьеров популярны, какую мебель и из каких материалов ищут в поиске Яндекса

Опрос пользователей:

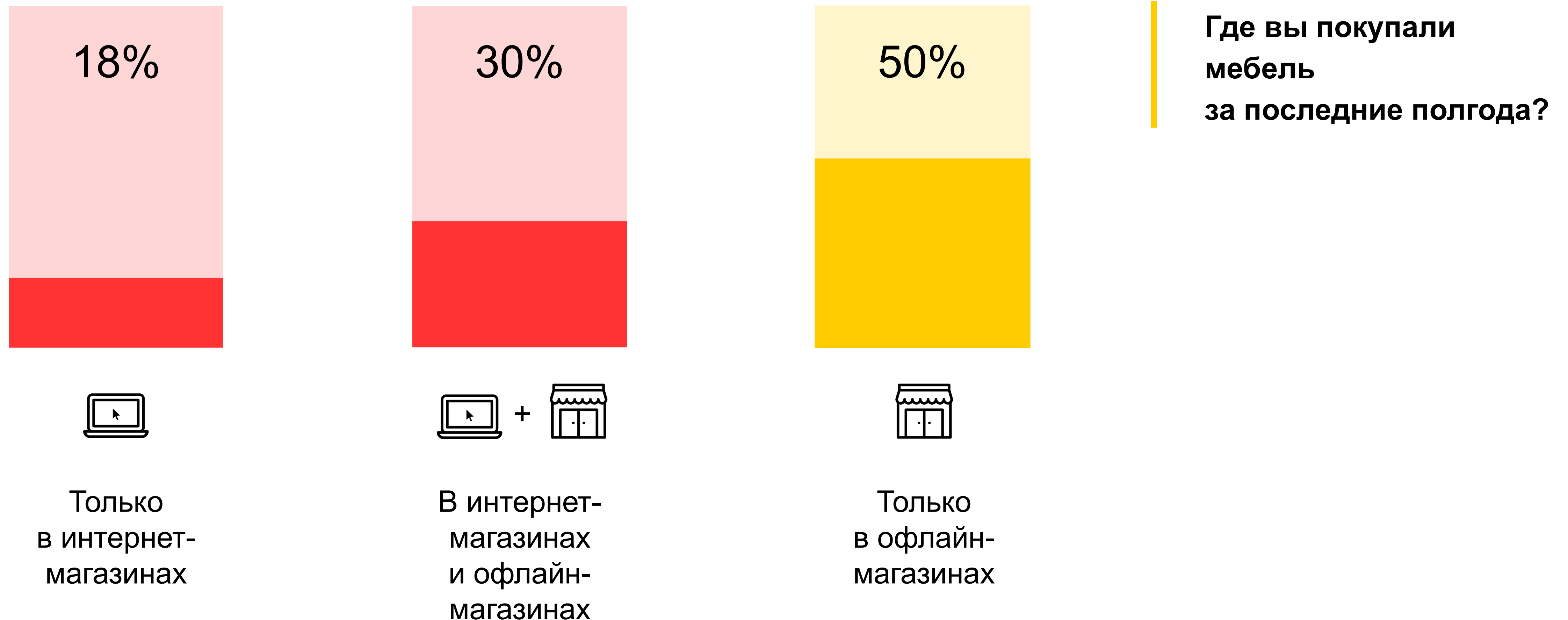
- › Инструмент: Яндекс.Взгляд
- › Дата проведения опроса: 12–15 февраля 2019
- › Объём выборки: 1055 заполненных анкет
- › Возраст респондентов: 18–74 года
- › Гео: Россия, города-миллионники
- › Критерии формирования выборки: квоты на пол, возраст, город

Запросы пользователей:

- › Инструмент: wordstat.yandex.ru
- › Запросы в категории «Мебель»
- › Период: июль 2018 – июнь 2019
- › Гео: Россия



48% тех, кто покупал мебель, при покупке использовали интернет

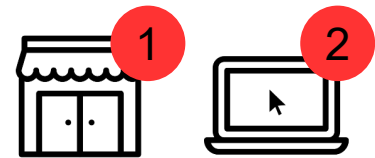


70% покупателей при выборе мебели использовали и интернет, и личный опыт



Выбирают в интернете, но едут смотреть в магазин

51%



Выбирают в магазине, а потом смотрят в интернете

19%



Выбирают, используя только информацию в интернете

15%

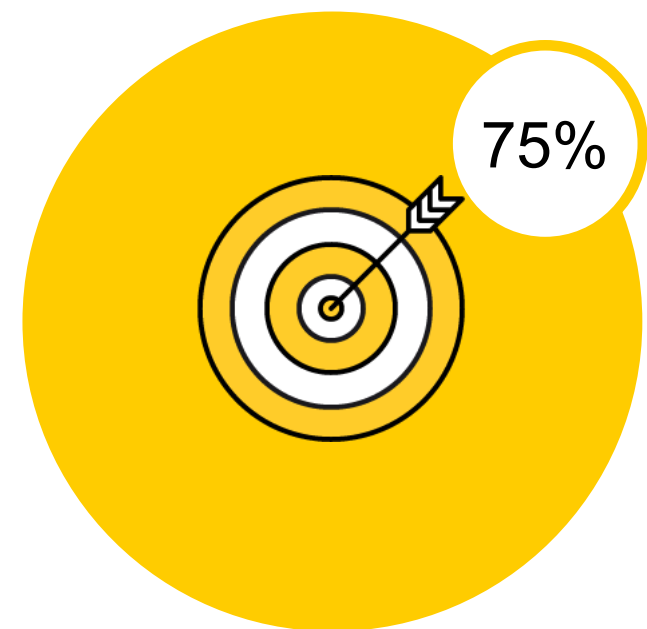


Выбирают только в офлайн-магазине

13%

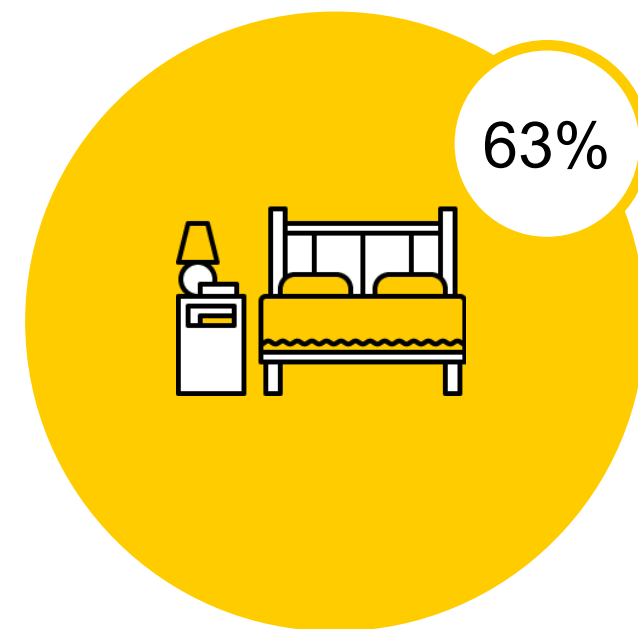
Главные плюсы покупок мебели онлайн: удобно и выгодно

Какие плюсы покупки мебели в интернете вы можете отметить?



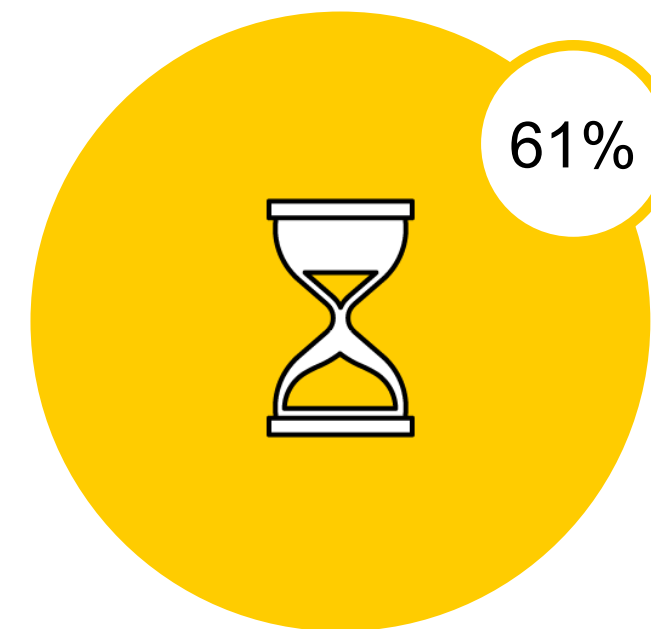
Сравнение

Удобно сравнивать
цены товаров



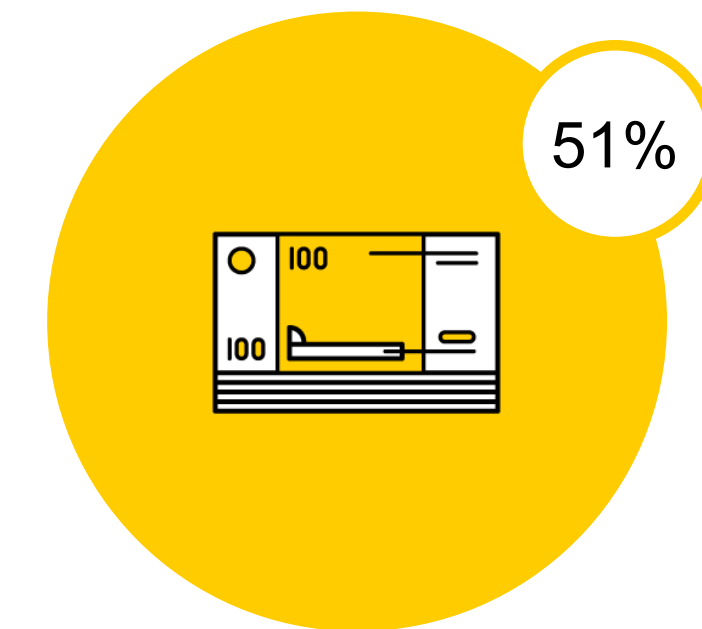
Выбор

Большой выбор товаров



Время

Возможность
сэкономить время

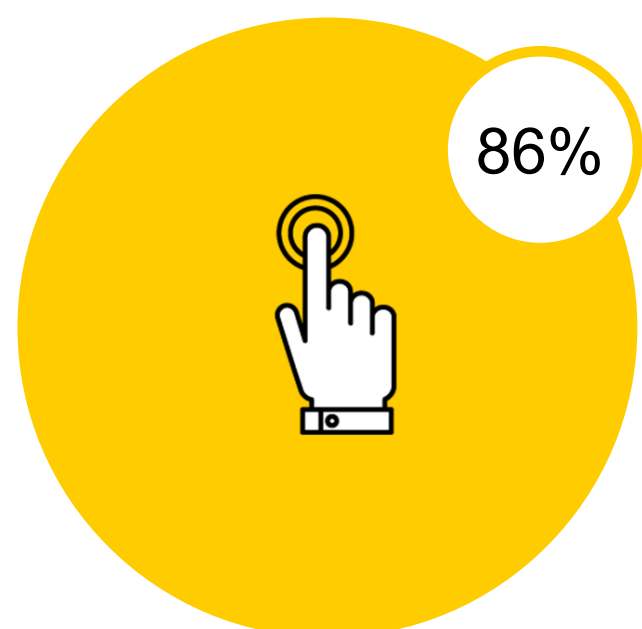


Выгода

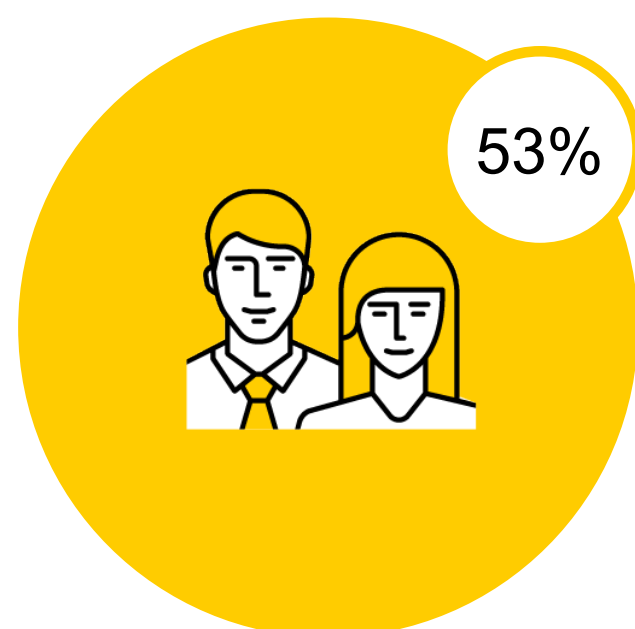
В интернете дешевле

Главные плюсы покупок мебели офлайн: можно потрогать и проконсультироваться

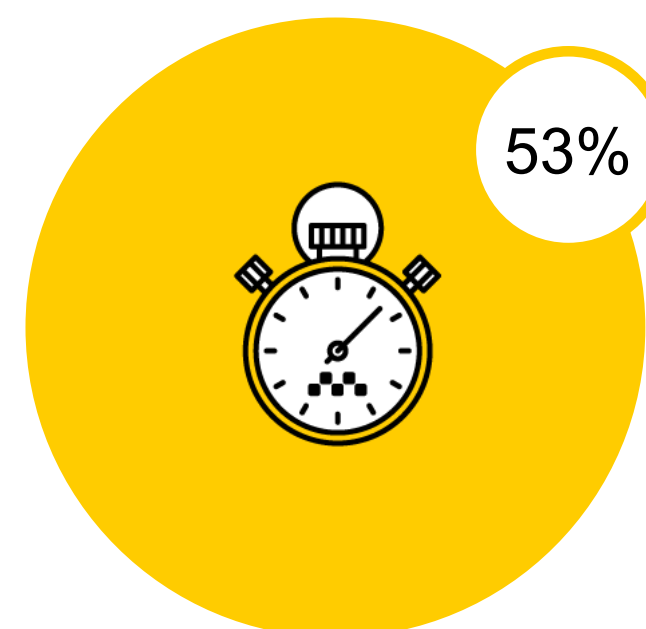
Какие плюсы покупки мебели в офлайн-магазине вы можете отметить?



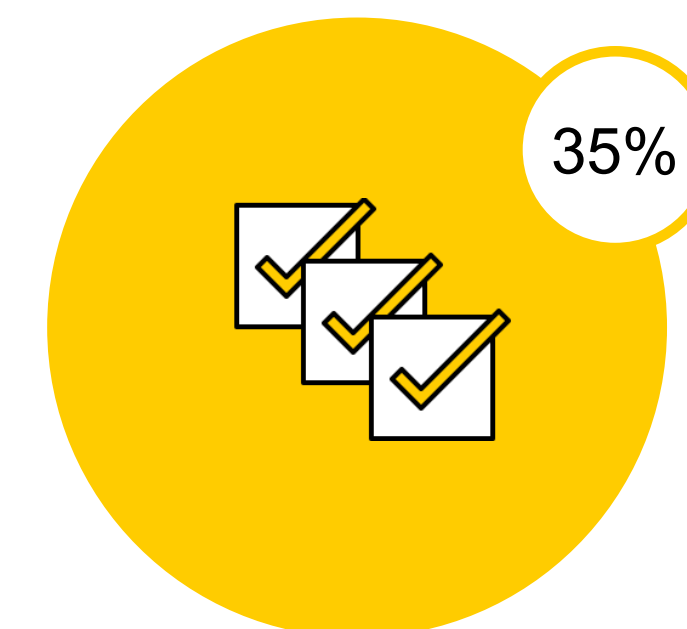
Тест-драйв
Можно потрогать
и проверить



Консультант
Можно получить
консультацию



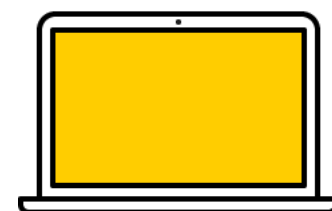
Скорость
Можно забрать
товар сразу



Отличия
Удобно сравнивать
характеристики товаров

Исследование Яндекса «Как ищут, выбирают и покупают мебель». Россия. Июль 2019.
Все респонденты, которые покупали мебель за последние полгода и делали покупку или выбор товара в офлайн-магазине.
Вопрос предполагал несколько вариантов ответов

Онлайн-покупка мебели — устойчивый тренд поведения



Одним из источников покупки мебели является интернет

48%

Почему?



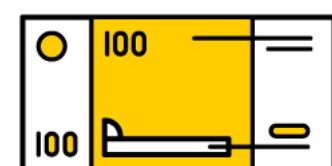
Удобно сравнивать цены на предметы мебели

75%



Возможность сэкономить время

61%



В интернете выгодней

51%

Исследование Яндекса «Как ищут, выбирают и покупают мебель». Россия. Июль 2019.

Все респонденты, которые покупали мебель за последние полгода и делали покупку или выбор товара в интернет-магазине.

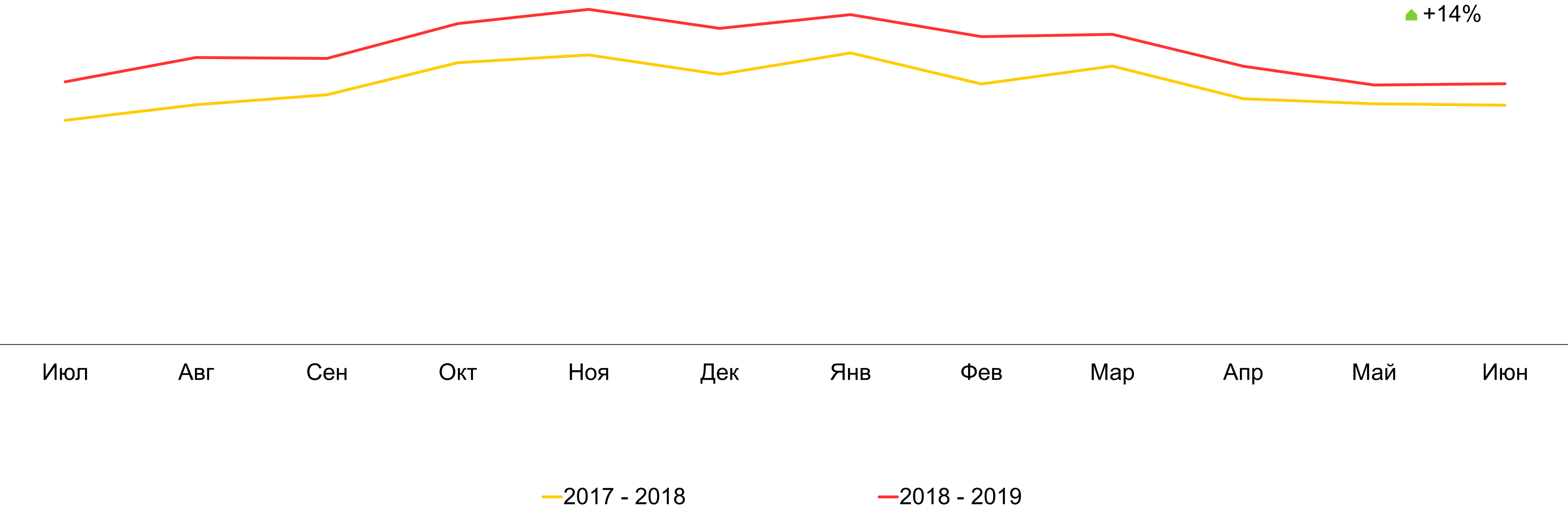
Вопрос предполагал несколько вариантов ответов

Как пользователи ищут мебель?

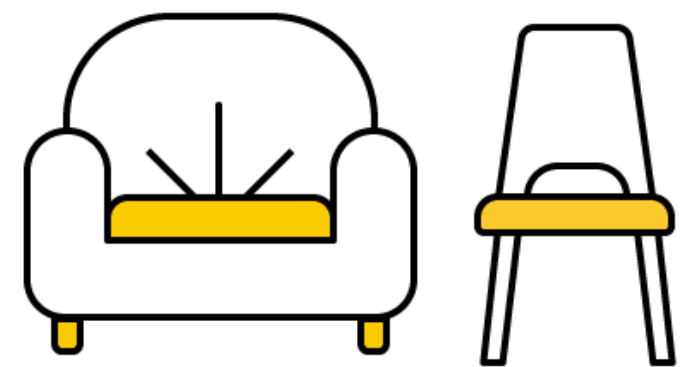


Количество людей, ищущих мебель в интернете, увеличилось на 14%

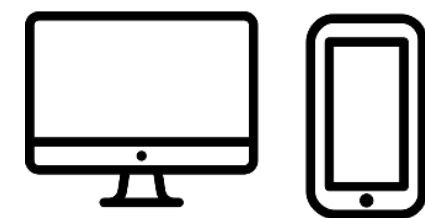
Динамика уникальных пользователей в категории «Мебель»



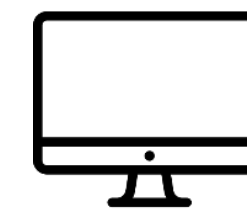
Запросы в категории «Мебель» растут за счёт мобильных устройств



Число запросов
в категории
«Мебель»



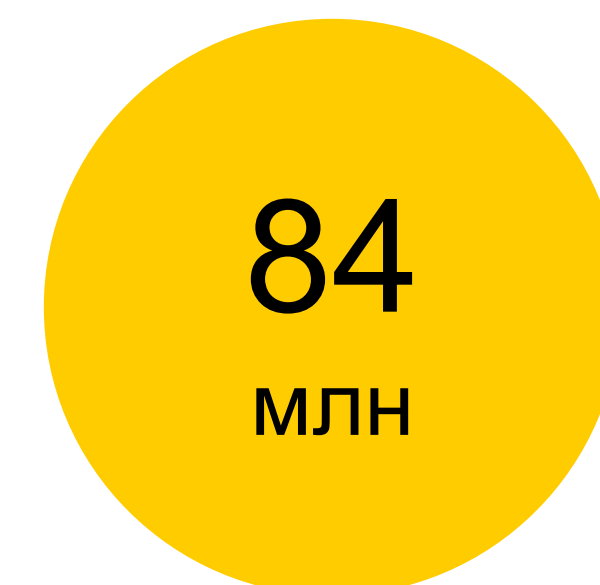
▲ +4%



▼ -17%

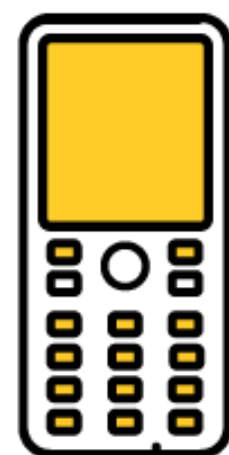


▲ +39%



Все больше людей предпочитают искать мебель с мобильных устройств

39%



Н1 2018

Доля мобильных
запросов в категории «Мебель»

52%

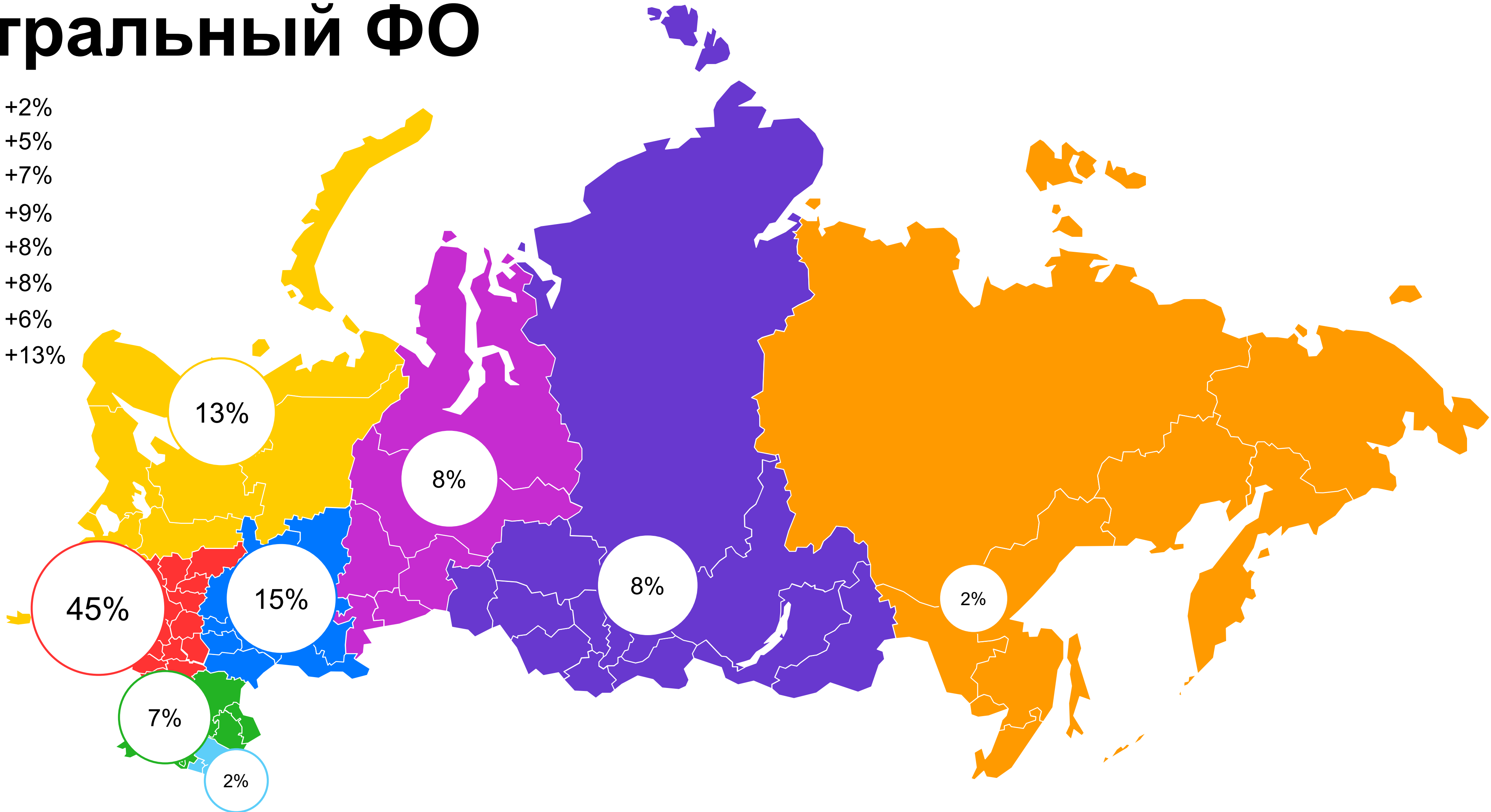


Н1 2019

Доля мобильных
запросов в категории «Мебель»

45% всех запросов приходится на Центральный ФО

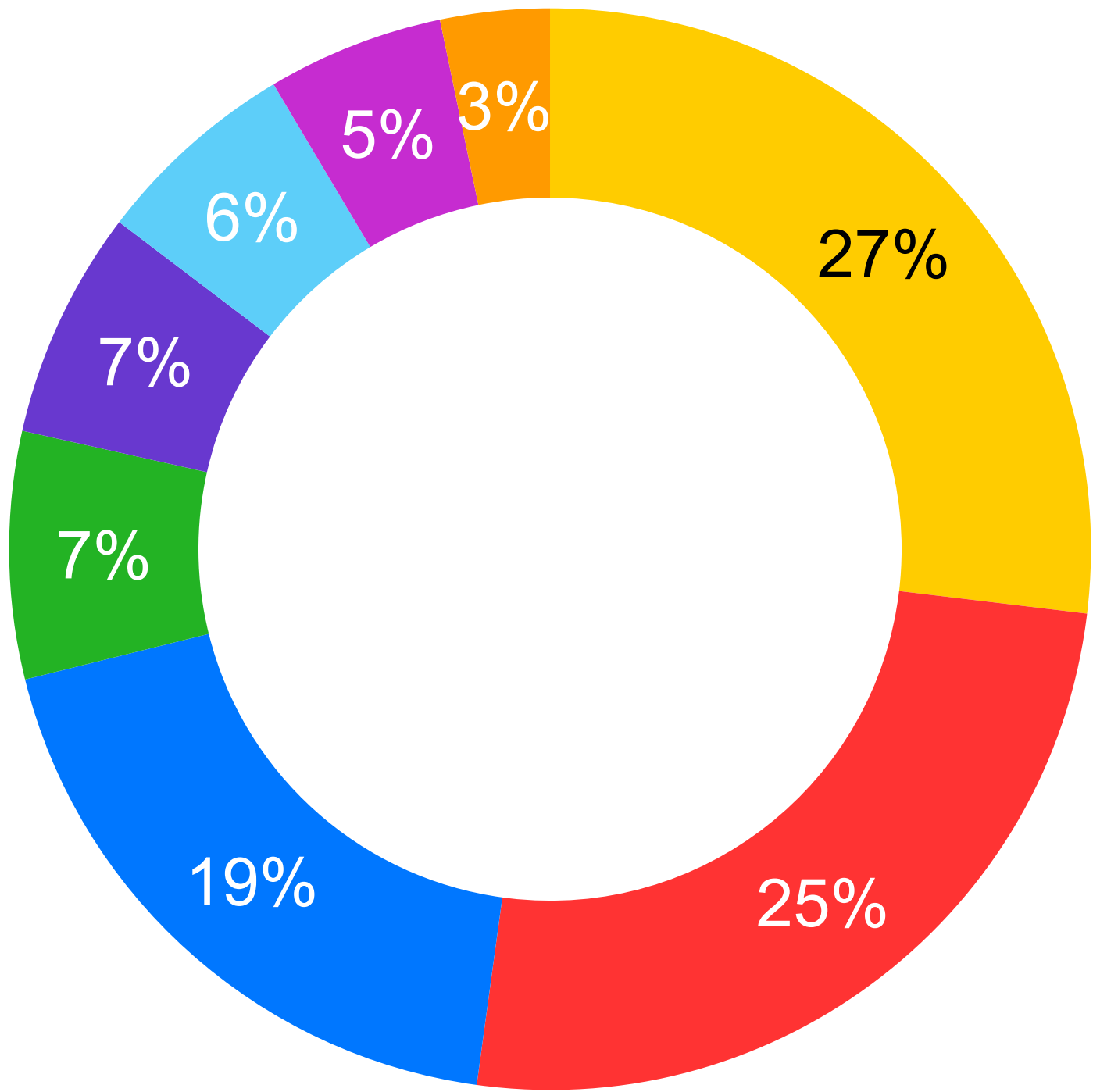
Центральный	+2%
Северо-Западный	+5%
Приволжский	+7%
Южный	+9%
Сибирский	+8%
Северо-Кавказский	+8%
Уральский	+6%
Дальневосточный	+13%



Какую мебель
ищут пользователи?



Больше всего запросов в категории «Мебель для спальни»

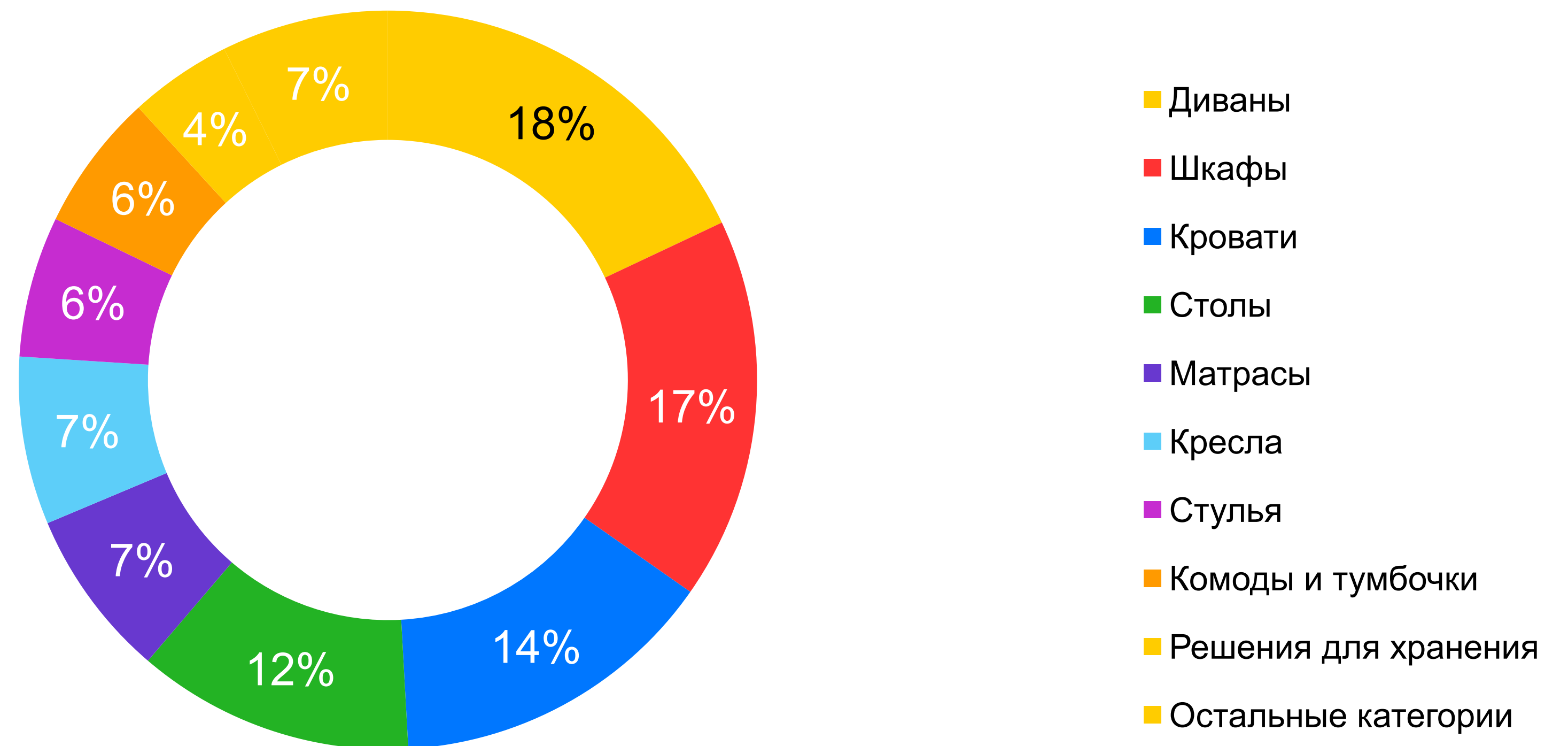


- Мебель для спальни
- Мебель для кухни
- Мебель для детской
- Мебель для прихожей
- Мебель для гостиной
- Мебель для ванных комнат
- Садовая мебель
- Офисная мебель

«Мебель для прихожей» показала наибольший рост кликов

	Запросы	Клики	Бюджет	Цена клика
Мебель для спальни	+6%	+13%	+8%	-4%
Мебель для кухни	+3%	+9%	+11%	+2%
Мебель для детской	-2%	+13%	+12%	-1%
Мебель для прихожей	+7%	+22%	+22%	0%

Более половины всех запросов — про диваны, шкафы и кровати



Категория «Шкафы» показала наибольший рост бюджетов

	Запросы	Клики	Бюджет	Цена клика
Диваны	+7%	+14%	+13%	-1%
Шкафы	+6%	+11%	+19%	+7%
Кровати	+6%	+14%	+8%	-6%
Матрасы	+7%	+12%	+7%	-4%

Исследование Яндекса
«Как ищут, выбирают и покупают мебель».
Россия. Июль 2019.
Приросты H1 2019/H1 2018

Популярные стили в интерьере



+40% запросов за H1 2019 — скандинавский стиль в тренде



Скандинавский

247 тыс. ▲ +40%

- 92 тыс. кухни
- 60 тыс. квартиры/комнаты
- 24 тыс. гостиные



Лофт

434 тыс. ▲ +19%

- 158 тыс. кухни
- 132 квартиры/комнаты
- 40 тыс. гостиные



Минимализм

124 тыс. ▲ +15%

- 32 тыс. кухни
- 26 тыс. квартиры
- 22 тыс. гостиные

Основные тренды поискового поведения 2019

Модные стили в интерьере

- › Скандинавия
- › Лофт
- › Минимализм

Серый – лидер цветового решения в интерьере

- › Серый
- › Бежевый
- › Белый
- › Зеленый

Размеры помещений*

- › Однокомнатные квартиры
- › Квартиры-студии
- › Маленькие квартиры

Исследование Яндекса «Как ищут, выбирают и покупают мебель». Россия. Июль 2019.

Данные за H1 2019

*Размеры помещений, которые чаще запрашивают пользователи, интересовавшиеся интерьером и дизайном квартир

Популярные материалы для мебели



Мебель из ЛДСП набирает популярность: +26% запросов

+11%



Ротанг

527 тыс.

+15%



Дуб

347 тыс.

+26%



ЛДСП

162 тыс.

+9%



Камень

161 тыс.

+12%

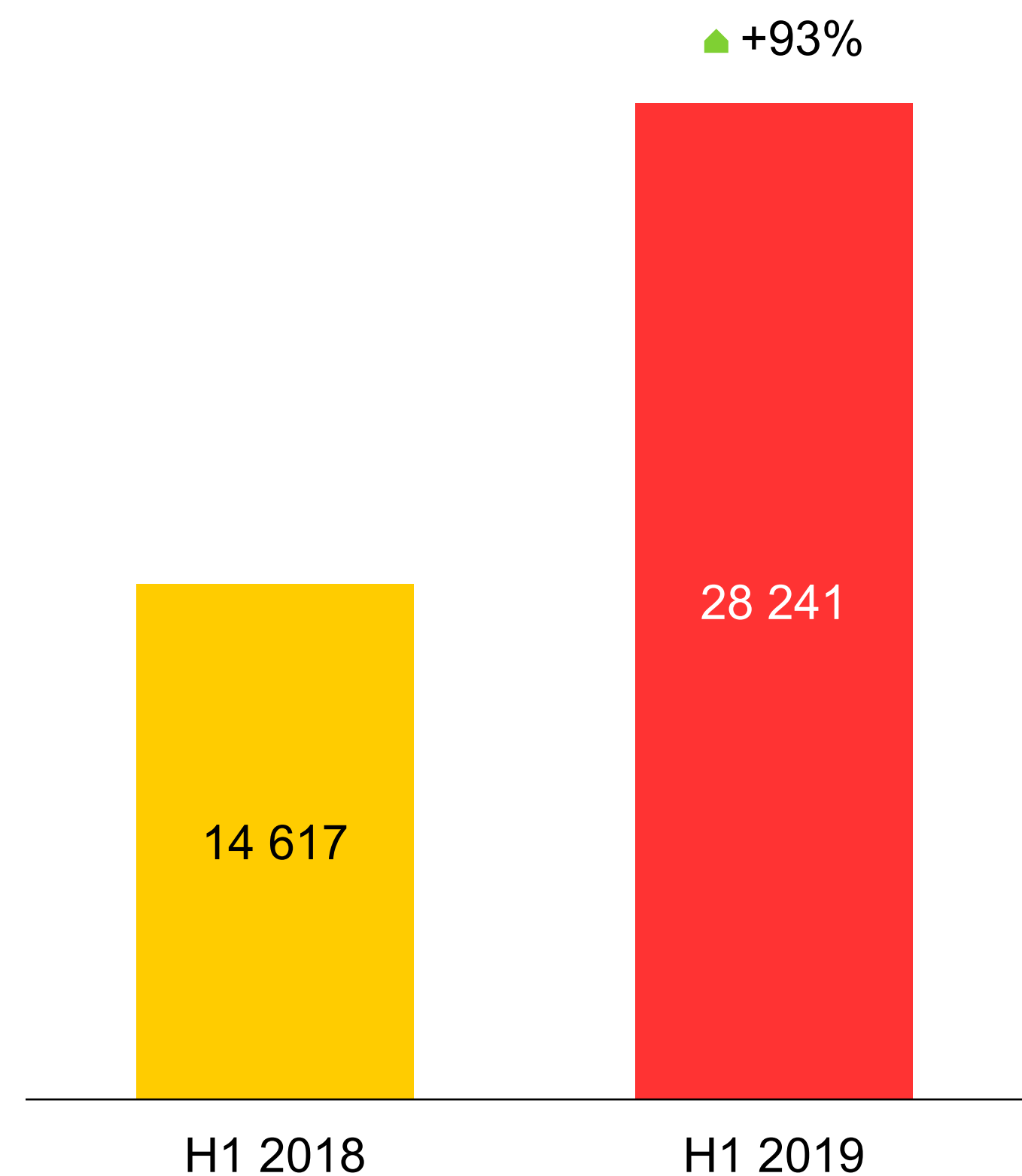


Ясень

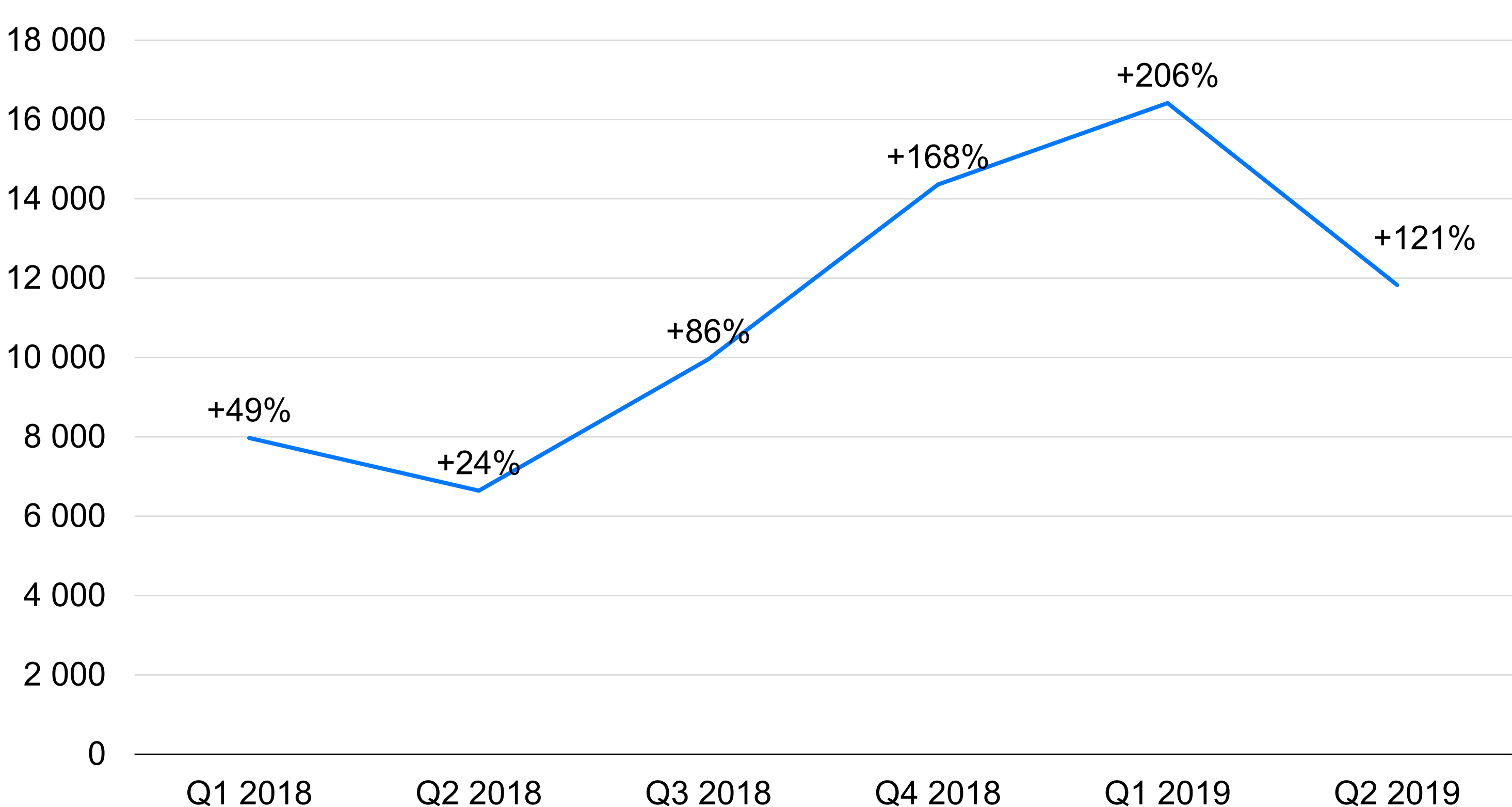
95 тыс.

Интерес к мебели из эпоксидной смолы вырос на 93% за Н1 2019

Сравнение периодов

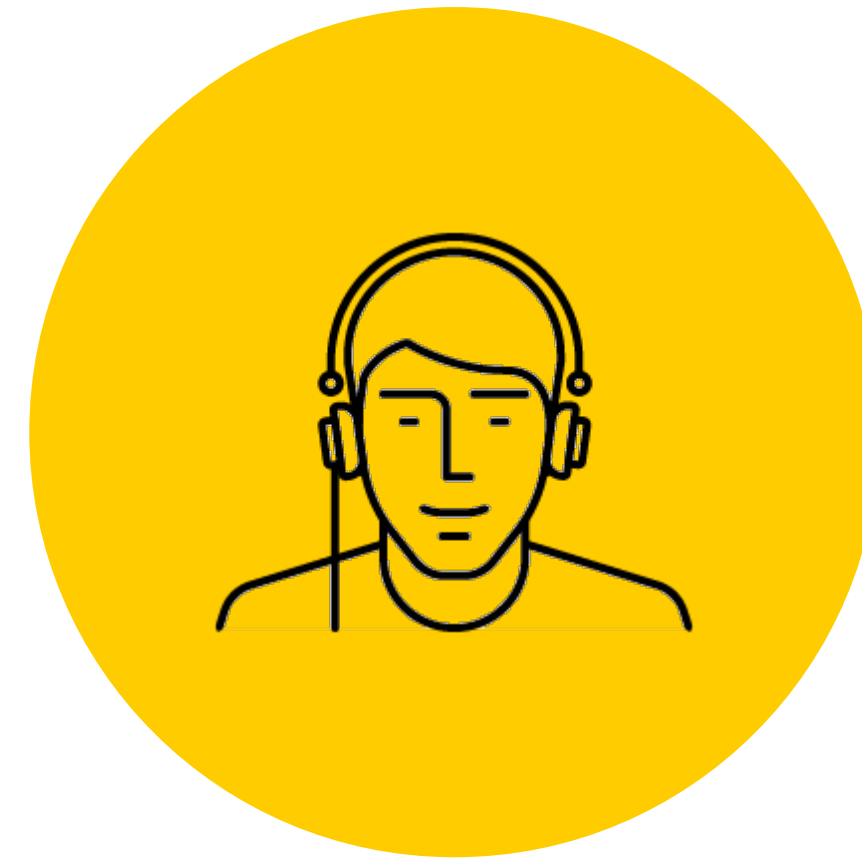


Рост числа запросов про мебель из эпоксидной смолы*



Исследование Яндекса «Как ищут, выбирают и покупают мебель». Россия. Июль 2019.
* Приросты кол-ва запросов относительно Q4 2017

Что ещё мы знаем
про аудиторию?



Основная аудитория – женщины 25-34 лет

Основной возраст аудитории

- › 25-34 года – 35%
- › 35-44 года – 26%
- › 45-54 года – 15%

Устройство поиска

- › Смартфон – 51%
- › Десктоп – 44%
- › Планшет – 5%

Женщины



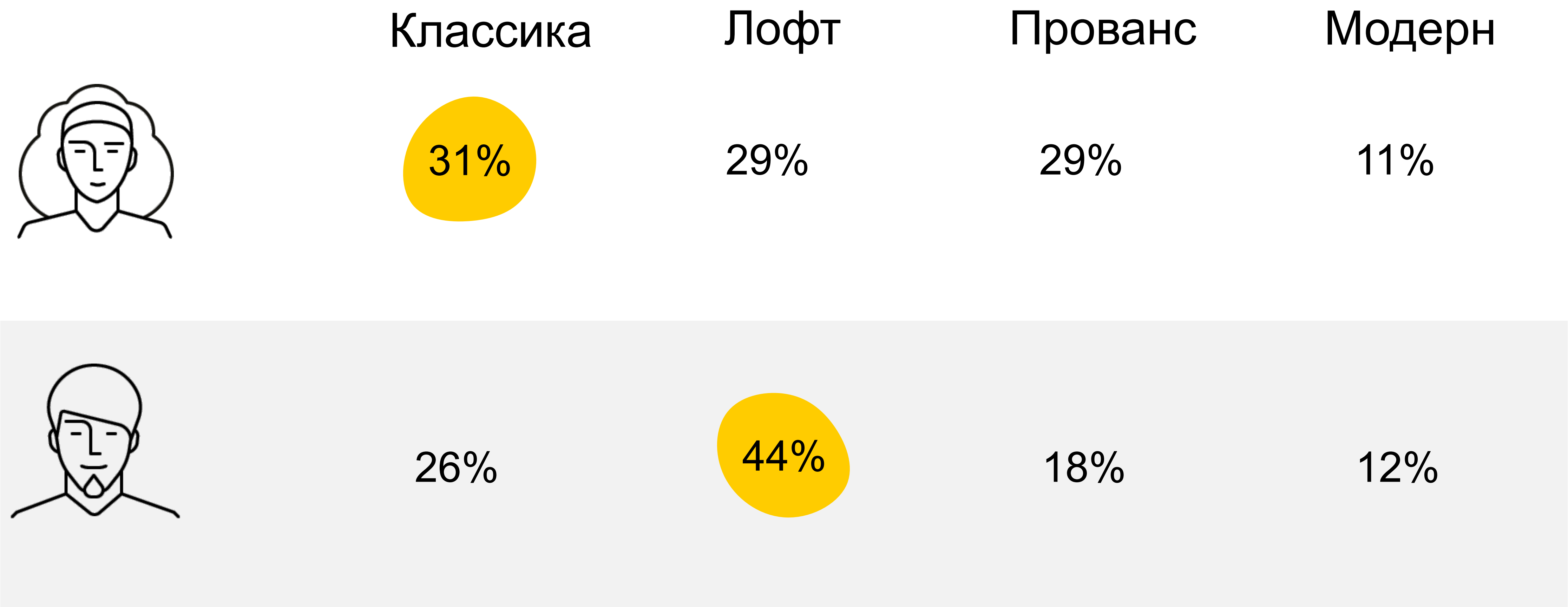
63%

Мужчины

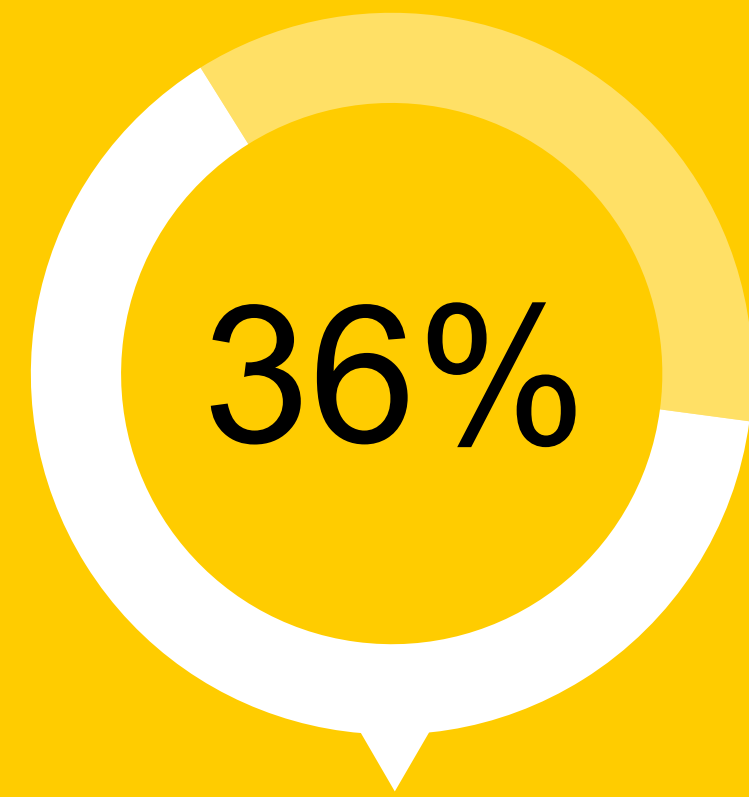


34%

Мужчины выбирают стиль лофт, женщины — классику

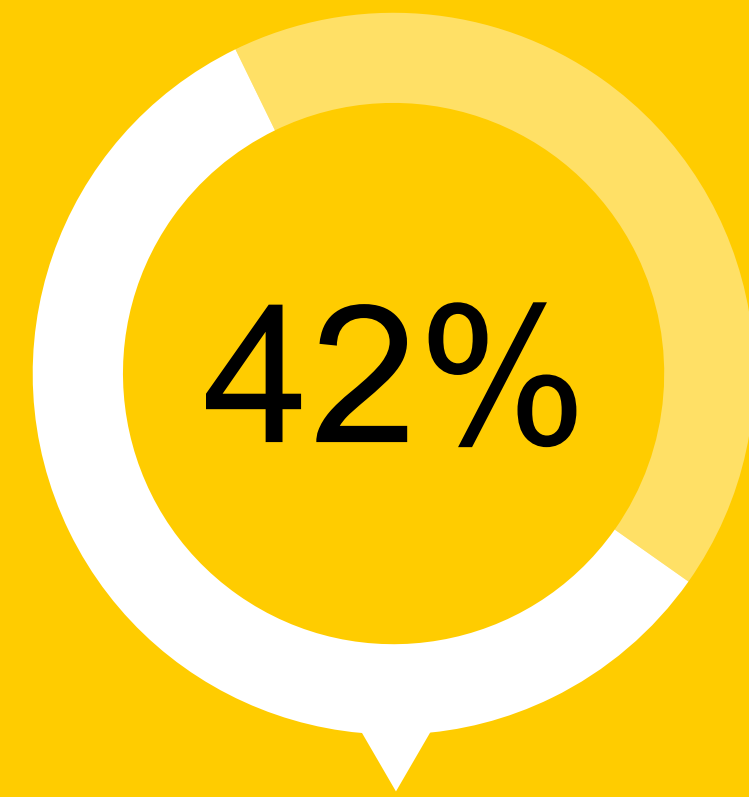


Молодёжь выбирает лофт и модерн, старшее поколение —классику и прованс



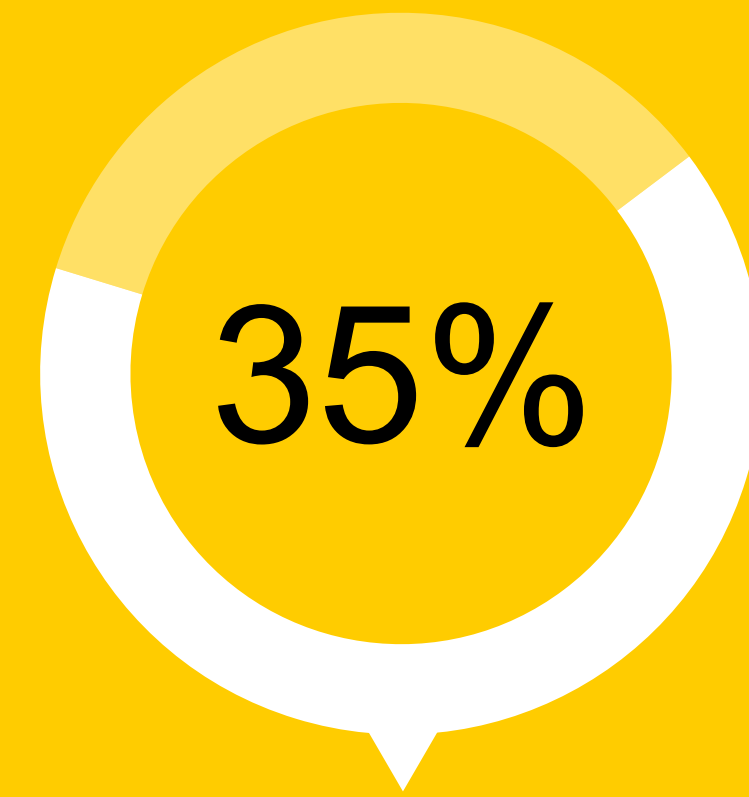
Классика

Возраст 55+



Лофт

Возраст 25-34



Прованс

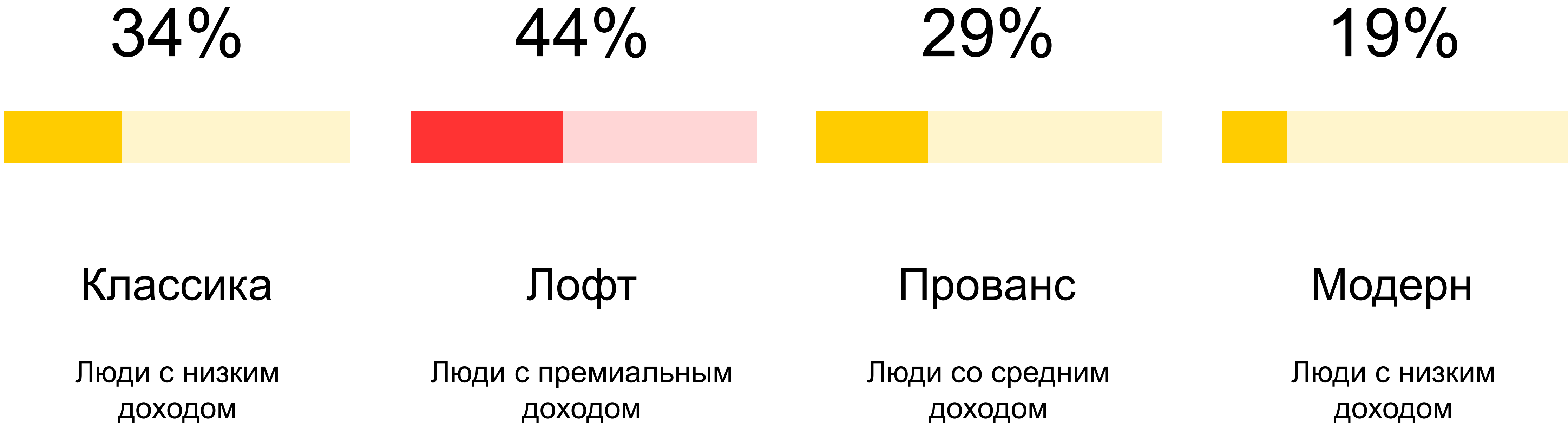
Возраст 55+



Модерн

Возраст 18-24

Обеспеченные люди выбирают лофт



A close-up photograph of a workspace. A silver smartphone lies on a dark, textured notebook. A silver pen with a gold-colored clip is positioned diagonally in the foreground. The background is softly blurred, showing more of the desk and some papers.

Рекомендации для повышения эффективности Директа

- 48% при покупке мебели используют интернет
Самый распространенный сценарий —
выбрать в интернете, посмотреть в магазине.
Пользователю должно быть просто найти ваше
предложение на ранних этапах поиска.
- 63% тех, кто выбирает мебель — женщины
Используйте корректировки ставок по соцдему,
создавайте креативы под разные сегменты
целевой аудитории.
- На 39% выросли запросы с мобильных
Адаптируйте креативы и лендинги под
восприятие со смартфона, используйте
корректировки для мобильных устройств.
- Скандинавский стиль, ЛДСП, серый цвет —
тренды 2019 г. Используйте востребованные
у аудитории интерьерные решения, чтобы
заинтересовать потенциальных клиентов.