



**Уровень омниканальности
крупнейших розничных ритейлеров
глазами покупателя 2022-2023**



«Мы исследуем уровень омниканальности крупнейших российских ритейлеров»

Третий год ИТ-интегратор AWG и аналитическая компания Data Insight проводят совместное исследование рынка ритейла. На основании его результатов формируется рейтинг омниканальности: Omni retail rating, показывающий крупнейших розничных ритейлеров с точки зрения важнейших аспектов взаимодействия с потребителем.

Омниканальность – глобальный тренд российского ритейла в части взаимодействия с покупателями. Розничные продавцы многогранно используют офлайн- и онлайн-инструменты коммуникации с клиентами и развивают бесшовность перехода между каналами. Мы задались вопросом, как воспринимает обычный покупатель процесс покупки в разных форматах торговли? И что делают крупнейшие торговые сети для улучшения этого восприятия? Мы понимаем, что для потребителя нет онлайн и офлайн – у него есть пространство ритейла, с которым он взаимодействует через разные каналы.

Наше исследование направлено на анализ каналов с точки зрения покупателей, выявление удобства взаимодействия с магазином вне зависимости от формата покупки. Omni retail rating отражает слабые и сильные стороны ритейлеров на стыке онлайн и офлайн в торговле. Его результаты будут полезны и интересны как представителям розничных магазинов, так и обычным потребителям.

Чем выше компания в рейтинге, тем ближе она к омниканальной модели магазина, где все форматы покупки бесшовно взаимосвязаны между собой и пользователям доступен идеальный потребительский опыт.

Новый рейтинг оценивает изменение омниканальности компаний за 2 года – 2023 г. по отношению к 2021 г.

Ритейл – активно развивающаяся отрасль. Мы рассматриваем взаимосвязь каналов продаж на примере крупнейших представителей розничной торговли. Динамика позиций брендов в рейтинге и показателей качества взаимодействия с пользователем в ретроспективе способствуют анализу рынка. Поэтому исследование и выпуск Omni retail rating стали регулярными

AWG и Data Insight представляют рейтинг омниканальности



«Наш рейтинг – полезный инструмент замера скорости развития технологичности во взаимоотношении с клиентами. С его помощью становится возможным сравнение с коллегами по цеху. Результаты в рейтинге и их динамика служат отражением инвестиций в развитие омниканальности и технологий, из чего можно делать прогноз будущих показателей продаж, роста капитализации и положения среди прямых конкурентов. Данное исследование также является драйвером развития технологий российского ритейла за счет подсвечивания зон роста и возможности перенимать опыт у лучших.»

Никита Шабашкевич

генеральный директор AWG, сооснователь SkillStaff и TalentNations

«Омни – это уже не формат торговли – это уже сама торговля. Именно таким видит ритейл уже больше половины жителей страны, именно таким его представляет уже 80% всех крупнейших ритейлеров в стране. Мы составили рейтинг крупнейших ритейлеров по степени их вовлеченности и интегрированности в омни-ритейл, по тому, насколько существующее у ритейлера решение соответствует наилучшим на сегодняшний день практикам. Это третий рейтинг, который мы составляем. И в этом году мы впервые не просто показываем рейтинг, но и премируем лидеров рейтинга – тех, кто добился наилучших результатов и больше других способствует развитию всего рынка.»



Федор Вирин

Партнер аналитической компании Data Insight

Содержание

Результаты рейтинга	6
Участники	7
Общий рейтинг	9
Топ-10 общий	11
Топ-10 покупательский опыт	16
Топ-10 опыт взаимодействия с технологиями	17
Топ-10 опыт получения заказа	18
Рейтинг подкатегорий	19
Одежда, обувь и аксессуары	20
Продукты питания	24
Электроника и техника	28
Аптеки	32
Товары для дома и ремонта	36
Косметика, парфюмерия	40

Содержание

Украшения, часы	42
Победители в подкатегориях	44
Методика	45
О компаниях-составителях рейтинга	51

Результаты рейтинга

Лидеры прошлого рейтинга сохранили свои позиции в версии этого года: все три призера общего рейтинга 2021 года не опустились ниже 12-го места. При этом компания «ВкусВилл» стала двукратным победителем.

Среди лидеров рейтинга наблюдается преобладание компаний категории «Продукты питания». Четыре компании в топ10 и шесть – в топ20. По сравнению с рейтингом 2021 года - в топ10 и топ20 были всего две компании категории. Несомненно, на данный тренд повлияли как эпидемия Ковида19, из-за которой большинство сетей супермаркетов ускорили развитие своей онлайн-части продаж, так и сам формат взаимодействия с клиентом - покупатели нуждаются в товарах первой необходимости постоянно и готовы часто заказывать у понравившегося бренда.

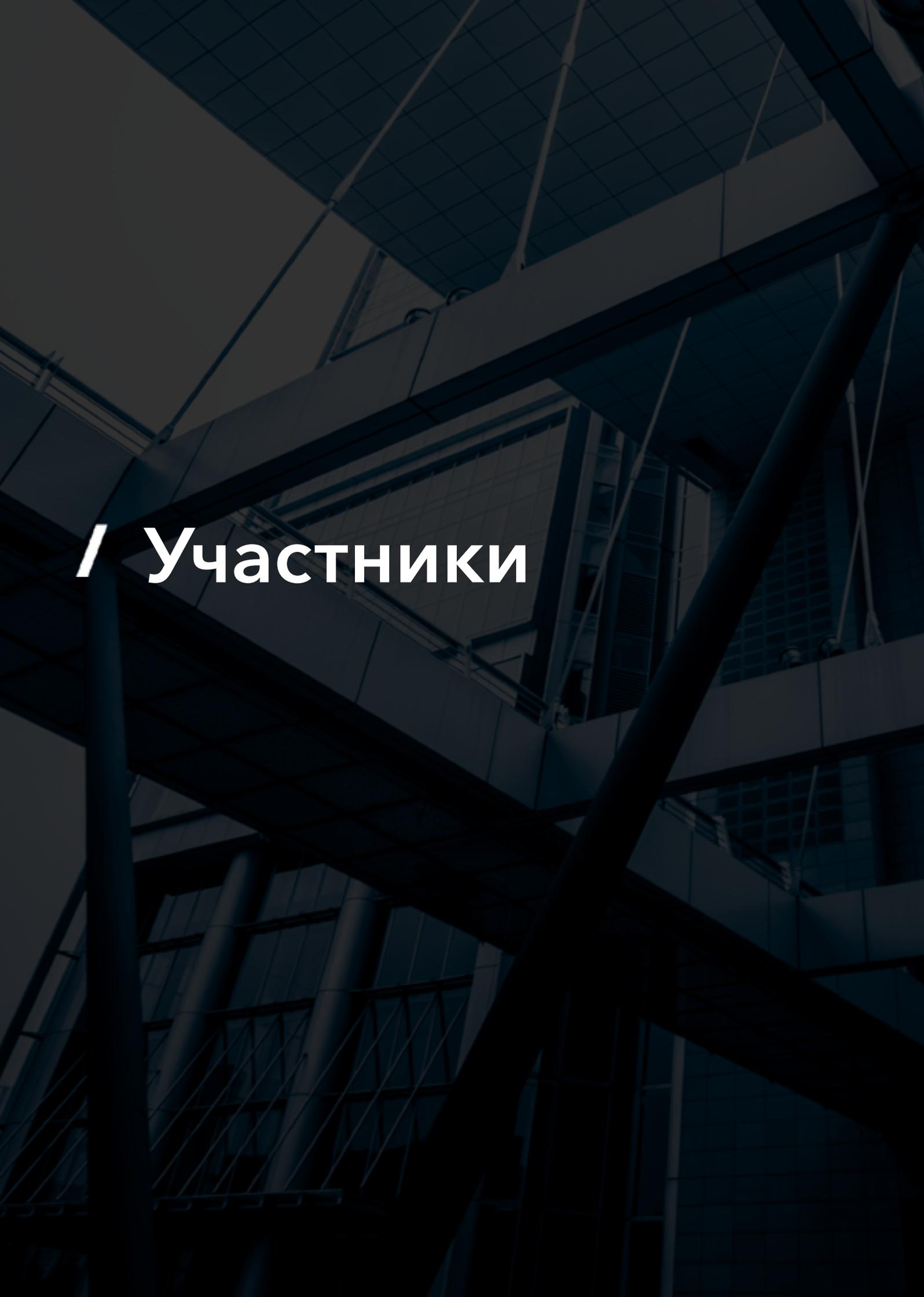
Фактор частоты заказа и сильной конкуренции между сетями явился, по мнению составителей, основным фактором преобладания компаний категории «Продукты питания» в рейтингах пользовательского опыта и опыта получения заказа. Сразу семь и десять компаний, соответственно, находятся в топ20 этих подрейтингов.

Компании широкопредставленной категории «Аптеки» не заняли высоких мест рейтинга – наиболее высокое 16-е место занимает компания Здравсити, - что объясняется тем, что по настоящее время невозможна торговля рецептурными препаратами онлайн. То же самое относится к категории «Алкогольные напитки», лидер которой, компания SimpleWine, заняла 42-е место. В случае смягчения законодательства эксперты рейтинга прогнозируют улучшение показателей компаний данных категорий в следующих выпусках данного рейтинга.

Наиболее плотная конкуренция в топ10 по отношению ко всему подрейтингу встретилась в части рейтинга покупательского опыта.

Рейтинг сильно обновился по сравнению с 2021 годом в связи с уходом доли компаний с российского рынка.

**Поздравляем всех участников рейтинга.
Желаем успехов в реализации всех проектов!**



/ Участники

Участники (по алфавиту)

4 лапы 4lapy.ru		Zarina zarina.ru		Кантата cantata.ru		Планета здоровья planetazdorovo.ru	
585*Золотой 585zolotoy.ru		Азбука Вкуса av.ru		Комус komus.ru		Подружка podrygka.ru	
36,6 366.ru		Апрель apteka-april.ru		КуулКлевер coolclever.ru		Пятёрочка 5ka.ru	
Askona askona.ru		Аптека от Склада apteka-ot-sklada.ru		Лазурит lazurit.com		Рив Гош shop.rivegauche.ru	
Befree befree.ru		Ашан auchan.ru		Лента lenta.com		Ригла rigla.ru	
Bosco di Ciliegi bosco.ru		Бауцентр baucenter.ru		Леонардо leonardo.ru		Сантехника-онлайн santehnika-online.ru	
Castorama castorama.ru		Билайн shop.beeline.ru		Л'Этуаль letu.ru		Сатурн msk.saturn.net	
DNS dns-shop.ru		Бристоль bristol.ru		М.Видео mvideo.ru		Связной svyaznoy.ru	
Fix Price fix-price.ru		Будь здоров budz-dorov.ru		Магнит magnit.ru		Ситилинк citilink.ru	
Gloria Jeans gloria-jeans.ru		Буквоед bookvoed.ru		Магнит аптека apteka.magnit.ru		Снежная королева snowqueen.ru	
Hoff hoff.ru		ВинЛаб winelab.ru		Магнит Косметик cosmetic.magnit.ru		Соколов sokolov.ru	
HOLODILNIK.RU holodilnik.ru		Вита-Экспресс vitaexpress.ru		Максавит maksavit.ru		Спортмастер sportmaster.ru	
Kari kari.com		ВкусВилл vkusvill.ru		Максидом maxidom.ru		Столички stolichki.ru	
Leroy Merlin leroyermerlin.ru		Все инструменты vseinstrumenti.ru		Мегафон shop.megafon.ru		Строительный Двор sdvor.com	
LOVE REPUBLIC loverepublic.ru		Глобус globus.ru		Миницен minicen.ru		Твой Дом tvoydom.ru	
Mascotte mascotte.ru		Горздрав gorzdrav.org		Монастырёв.рф монастырёв.рф		Технопарк technopark.ru	
METRO metro-cc.ru		Детский мир detmir.ru		МТС shop.mts.ru		Улыбка Радуги r-ulybka.ru	
O'STIN ostin.com		Доктор Столетов stoletov.ru		О'КЕЙ okeydostavka.ru		Фармлэнд farmlend.ru	
RBT.ru rbt.ru		Еаптека eapteka.ru		ОБИ obi.ru		ЦУМ tsum.ru	
Re-Store re-store.ru		Живика zhivika.ru		Озерки ozerki.ru		ЧИП и ДИП chipdip.ru	
Rendez-vous rendez-vous.ru		Здоров.ру zdorov.ru		Орматек ormatek.com		Читай-город chitai-gorod.ru	
Sela sela.ru		ЗдравСити zdravcity.ru		Офисмаг officemag.ru		Экко ecco.ru	
SimpleWine simplewine.ru		Золотое яблоко goldapple.ru		Очкарик ochkarik.ru		Эконика ekonika.ru	
SPAR myspar.ru		Ив Роше yves-rocher.ru		Перекресток vprok.ru		Эльдорадо eldorado.ru	
Sunlight sunlight.net		Иль дэ Ботэ iledebeaute.ru		Петрович petrovich.ru		Ярче! ярче.рф	



/ Общий рейтинг

Общий рейтинг

«Совершая покупку, клиент не задумывается о формате взаимодействия с магазином. Он приобретает нужный товар там, где ему удобно. Границы между онлайн и офлайн стираются, развитие омниканальности сегодня – непрерывный процесс. Мы исследуем прогресс каналов взаимодействия с пользователями, развитие инструментов и их «бесшовность». Омниканальность влияет на многие бизнес-процессы, при этом важно учитывать, как она отражается на покупателях. Мы изучаем взаимодействие с крупнейшими игроками ритейла с точки зрения обычного розничного клиента, чтобы рынок имел актуальное представление о характере необходимых изменений, конкурентной среде и точках для развития.»



Александр Хачян

основатель AWG, SkillStaff и TalentNations



Общий рейтинг. ТОП-10

№	Название	Общие показатели	Покупательский опыт	Опыт взаимодействия с технологиями	Опыт получения заказа
1	ВкусВилл	31,90	7,93	11,84	10,3
2(+2)	Перекресток	31,53	6,88	12,35	10,80
3(+5)	М.Видео	31,13	7,81	12,46	9,20
4 _{new}	КуулКлевер	29,88	8,01	10,49	10,05
5 _{new}	Сантехника-онлайн	29,87	7,07	12,27	9,70
6(+24)	Эльдорадо	29,55	8,11	11,15	9,30
7(+41)	Чип и Дип	29,39	5,40	12,49	10,50
8(-6)	Детский мир	29,12	7,81	10,97	8,67
9 _{new}	4 лапы	28,99	7,31	11,72	8,63
10(+48)	METRO	28,96	5,89	12,28	9,80

Общий рейтинг. ТОП 11-30

№	Название	Общие показатели	Покупательский опыт	Опыт взаимодействия с технологиями	Опыт получения заказа
11 _{new}	Ситилинк	28,84	5,85	13,39	8,83
12 ₍₋₇₎	ВсеИнструменты.ру	28,77	7,37	12,26	8,00
13 ₍₊₆₅₎	Fix Price	28,69	6,14	10,83	9,50
14 ₍₋₄₎	Лэтуаль	28,63	7,04	11,46	8,50
15 ₍₊₁₈₎	Лента	28,56	6,75	11,10	9,20
16 ₍₋₃₎	Leroy Merlin	28,32	7,34	10,03	9,00
17 ₍₋₁₄₎	Sunlight	28,10	6,90	11,32	8,00
18 _{new}	Кантата	28,09	6,97	10,56	8,17
19 _{new}	ЗдравСити	27,94	8,31	9,98	8,00
20 ₍₊₁₆₎	SPAR	27,83	7,74	9,03	9,00
21 ₍₋₁₎	Петрович	27,72	7,87	9,47	9,50
22 ₍₊₉₎	Rendez-vous	27,47	6,92	10,25	9,50
23 ₍₊₁₁₎	Золотое яблоко	27,41	7,00	10,03	8,67
24 ₍₊₁₇₎	Горздрав	27,37	7,38	12,24	6,67
25 ₍₊₃₎	МТС	27,37	6,72	10,52	8,50
26 ₍₊₃₆₎	Азбука Вкуса	27,36	6,67	10,72	7,83
27 _{new}	Sela	27,25	7,90	9,07	8,17
28 ₍₊₂₅₎	LOVE REPUBLIC	27,08	5,43	10,78	8,83
29 _{new}	Соколов	27,05	6,52	11,05	7,63
30 _{new}	Снежная королева	26,89	6,54	8,56	9,33

Общий рейтинг. ТОП 31-50

№	Название	Общие показатели	Покупательский опыт	Опыт взаимодействия с технологиями	Опыт получения заказа
31(+34)	Планета здоровья	26,88	6,93	9,81	8,80
32(+41)	Аптека 36,6	26,63	7,38	10,62	8,30
33(-15)	DNS	26,61	8,17	8,63	8,13
34(+8)	Рив Гош	26,50	7,24	9,70	8,23
35(-28)	Спортмастер	26,47	7,77	9,53	7,83
36(+7)	Леонардо	26,40	5,99	11,58	8,50
37(-26)	Читай-город	26,28	6,95	10,69	7,63
38(+16)	Mascotte	26,20	6,21	11,93	7,57
39(-16)	Hoff	26,19	6,69	9,63	8,53
40(+21)	Gloria Jeans & Gee Jay	26,02	6,72	10,07	8,23
41 new	Глобус	25,98	7,38	9,97	7,47
42(-28)	kari	25,90	7,44	12,17	5,63
43(+3)	Апрель	25,75	7,07	9,21	8,30
44(-25)	Ашан	25,54	7,41	7,23	9,73
45(-28)	Столички	25,48	6,74	9,85	7,90
46(-25)	Буквоед	25,45	6,45	11,13	7,53
47 new	Zarina	25,38	5,90	9,88	8,93
48 new	Технопарк	25,27	6,79	8,95	8,70
49(+20)	SimpleWine	25,16	6,97	10,80	6,73
50(+26)	Пятерочка	25,16	5,50	9,76	8,40

Общий рейтинг. ТОП 51-101

№	Название	Общие показатели	Покупательский опыт	Опыт взаимодействия с технологиями	Опыт получения заказа
51 _{new}	Озерки	24,94	4,43	11,05	8,13
52 _{new}	Ostin	24,57	5,90	9,13	8,53
53 _{new}	Монастыреф.ру	24,51	4,13	11,50	7,88
54 _{new}	Ярче!	24,45	4,66	8,99	10,80
55 ₍₋₃₀₎	585*Золотой	24,38	6,83	9,15	7,40
56 ₍₋₁₇₎	befree	24,34	4,09	11,12	8,47
57 ₍₋₂₅₎	Живика	24,21	5,83	8,58	8,80
58 ₍₊₁₉₎	Askona	24,02	6,92	9,11	7,00
59 _{new}	Еаптека	23,90	5,09	8,98	8,33
60 ₍₊₃₀₎	ВинЛаб	23,70	6,11	9,86	6,40
61 ₍₋₁₂₎	Фармлэнд	23,66	3,65	10,05	8,80
62 ₍₊₉₎	Аптека от склада	23,56	6,48	8,81	7,60
63 _{new}	Ив Роше	23,45	5,58	9,14	7,90
64 ₍₊₁₁₎	МегаФон	23,31	4,68	8,00	9,63
65 ₍₋₄₉₎	Ригла	23,25	4,76	10,19	7,13
66 ₍₋₄₀₎	HOLODILNIK.RU	23,19	4,86	9,80	7,53
67 ₍₊₂₁₎	Подружка	23,18	6,47	9,74	5,97
68 ₍₋₁₆₎	Будь здоров	23,16	5,83	9,36	6,80
69 _{new}	Бристоль	23,09	5,60	9,09	7,40
70 ₍₋₁₃₎	Bosco di Ciliegi	23,02	4,54	9,28	8,53
71 _{new}	Улыбка Радуги	23,01	4,22	9,75	8,37
72 ₍₋₂₁₎	Вита-Экспресс	22,97	4,06	8,61	9,30
73 ₍₊₈₎	Максавит	22,84	5,88	9,23	6,73
74 ₍₋₁₄₎	ЦУМ	22,78	5,59	8,58	7,78
75 ₍₋₃₎	Бауцентр	22,78	6,86	8,22	7,37
76 _{new}	Лазурит	22,72	5,99	8,76	7,30
77 _{new}	Экко	22,70	4,59	9,25	8,53
78 _{new}	Эконика	22,18	5,98	7,30	8,90
79 ₍₋₅₁₎	О'КЕЙ	22,18	5,36	6,58	9,23

Общий рейтинг. ТОП 51-101

80(-42)	re:Store	22,02	4,61	9,10	7,63
81(+7)	Максидом	21,93	5,74	8,60	6,60
82(+8)	Строительный двор	21,66	5,32	8,87	7,30
83(-23)	Очкарик	21,55	4,69	9,42	6,77
84 -	Магнит	21,52	3,55	8,17	8,47
85(-18)	Твой Дом	21,45	3,87	9,74	7,67
86(-45)	Комус	21,31	2,94	9,86	7,33
87 _{new}	Миницен	21,29	5,61	7,95	6,73
88(-58)	Связной	21,22	3,30	9,52	7,40
89(-4)	Здоров.ру	21,17	3,51	8,73	7,93
90 _{new}	Орматек	20,59	4,03	9,99	5,90
91(-54)	Иль де ботэ	20,23	4,45	8,75	6,70
92(-23)	Билайн	20,15	3,04	10,01	6,10
93 _{new}	ОБИ	20,09	3,66	9,30	6,97
94 _{new}	Доктор Столетов	18,58	3,93	7,28	6,37
95(-7)	Сатурн	17,93	3,99	6,90	6,70
96(+5)	RBT.ru	17,23	4,76	6,90	4,90
97 _{new}	Магнит аптека	17,05	5,65	5,33	6,07
98 _{new}	Магнит Косметик	16,49	3,46	6,17	6,87
99(-5)	Castorama	16,36	2,44	8,22	5,37
100(-3)	Офисмаг	14,61	2,76	7,82	2,70

ТОП-10. Покупательский опыт

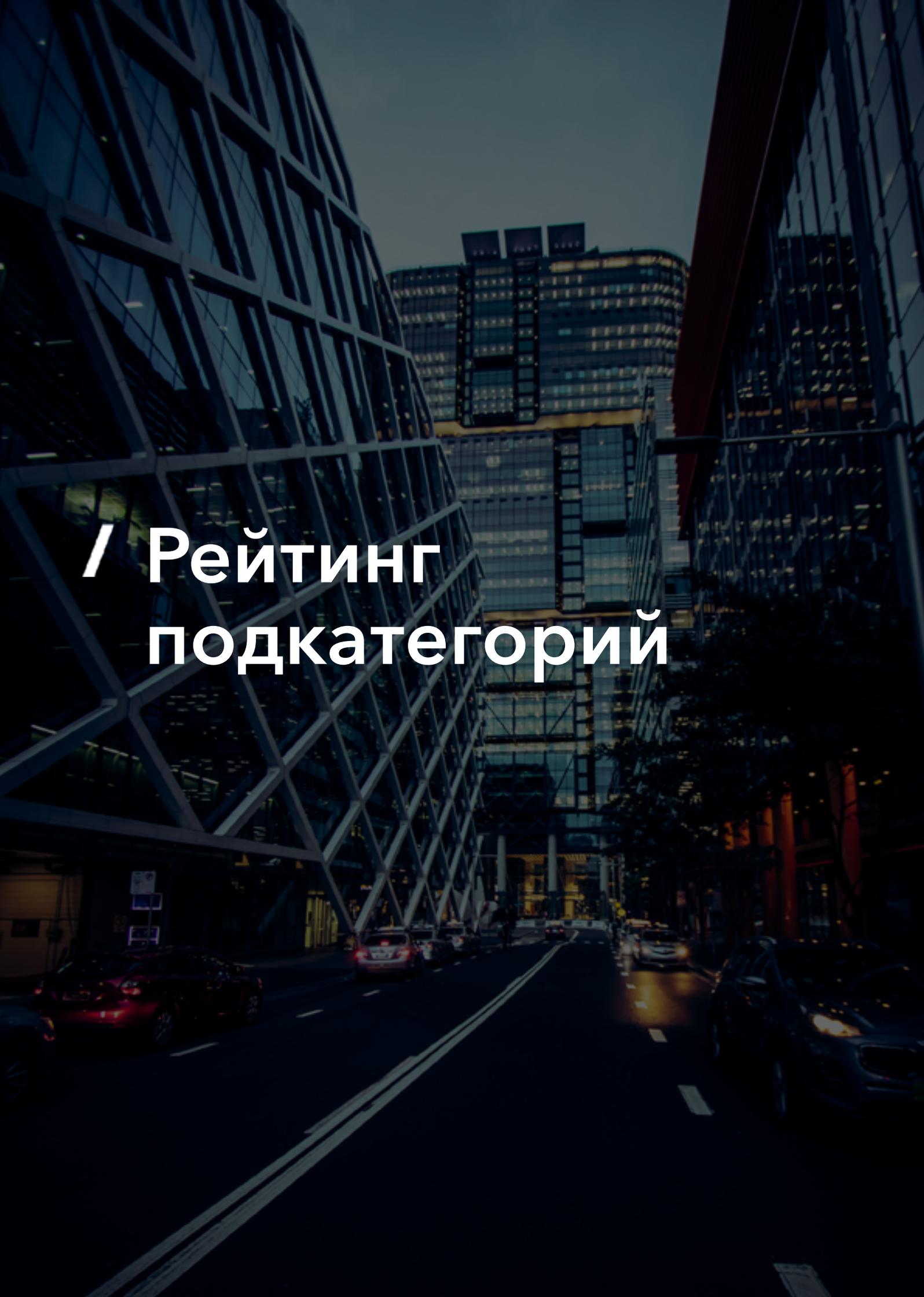
№	Название	Итого
1(+3)	Sunlight	8,27
2(+31)	Лэтуаль	8,24
3 _{new}	Ситилинк	8,23
4(+21)	DNS	8,17
5(+34)	Эльдорадо	8,11
6 _{new}	КуулКлевер	8,01
7(-6)	ВкусВилл	7,93
8 _{new}	Соколов	7,91
8 (+5)	Детский мир	7,81
10(-4)	М.Видео	7,81

ТОП-10. Опыт взаимодействия с технологиями

№	Название	Итого
1 _{new}	Снежная королева	12,80
2 ₍₊₁₃₎	Чип и Дип	12,49
3 ₍₊₂₅₎	М.Видео	12,46
4 ₍₊₆₄₎	Fix Price	12,37
5 ₍₊₃₉₎	Перекресток	12,35
6 ₍₊₅₎	ВсеИнструменты.ру	12,34
7 ₍₊₅₃₎	METRO	12,28
8 _{new}	Сантехника-онлайн	12,27
9 ₍₊₃₎	kari	12,17
10 ₍₊₃₂₎	Mascotte	11,93

ТОП-10. Опыт получения заказа

№	Название	Итого
1(+2)	Перекресток	10,80
2 _{new}	Ярче!	10,80
3(+52)	Чип и Дип	10,50
4 _{new}	Кантата	10,40
5(-4)	ВкусВилл	10,30
6(+20)	МТС	10,30
7(-1)	Leroy Merlin	10,23
8(+28)	Лента	10,13
9(+51)	LOVE REPUBLIC	10,10
10 _{new}	КуулКлевер	10,05



/ Рейтинг подкатегорий

Рейтинг компаний сегмента «Одежда, обувь и аксессуары»

Общий рейтинг. ТОП-10

№	Название	Общие показатели	Покупательский опыт	Опыт взаимодействия с технологиями	Опыт получения заказа
1(+4)	Rendez-vous	27,47	7,69	10,85	7,93
2 _{new}	Sela	27,25	6,20	11,65	8,73
3(+7)	LOVE REPUBLIC	27,08	5,08	11,24	10,10
4 _{new}	Снежная королева	26,89	5,69	12,80	7,73
5(+6)	Mascotte	26,20	6,21	11,93	7,57
6(+8)	Gloria Jeans & Gee Jay	26,02	6,72	10,07	8,23
7(-4)	kari	25,90	7,44	12,17	5,63
8 _{new}	Zarina	25,38	5,90	9,88	8,93
9 _{new}	Ostin	24,57	5,90	9,13	8,53
10(-3)	befree	24,34	5,90	9,88	8,93



ТОП-10. Покупательский опыт

№	Название	Итого
1(+6)	Rendez-vous	7,69
2 -	kari	7,44
3(+11)	Gloria Jeans & Gee Jay	6,72
4(+6)	Mascotte	6,21
5 _{new}	Sela	6,20
6 _{new}	Эконика	5,98
7 _{new}	Ostin	5,90
8 _{new}	Zarina	5,90
9 _{new}	Снежная королева	5,69
10(-4)	LOVE REPUBLIC	5,08

ТОП-10. Опыт взаимодействия с технологиями

№	Название	Итого
1 _{new}	Снежная королева	12,80
2(+2)	kari	12,17
3(+9)	Mascotte	11,93
4 _{new}	Sela	11,65
5(+8)	LOVE REPUBLIC	11,24
6(+4)	Befree	11,12
7(+2)	Rendez-vous	10,85
8(+8)	Gloria Jeans & Gee Jay	10,07
9 _{new}	Zarina	9,88
10(+10)	Bosco di Ciliegi	9,28

ТОП-10. Опыт получения заказа

№	Название	Итого
1(+14)	LOVE REPUBLIC	10,10
2 _{new}	Zarina	8,93
3 _{new}	Эконика	8,90
4 _{new}	Sela	8,73
5(+1)	Bosco di Ciliegi	8,53
6 _{new}	Экко	8,53
7 _{new}	Ostin	8,53
8(-7)	Befree	8,47
9(-2)	Gloria Jeans & Gee Jay	8,23
10 -	Rendez-vous	7,93

Рейтинг компаний сегмента «Продукты питания»

Общий рейтинг. ТОП-10

№	Название	Общие показатели	Покупательский опыт	Опыт взаимодействия с технологиями	Опыт получения заказа
1 -	ВкусВилл	31,90	7,93	11,84	10,30
2 -	Перекресток	31,53	6,88	12,35	10,80
3 _{new}	КуулКлевер	29,88	8,01	10,49	10,05
4 ₍₊₄₎	METRO	5,89	12,28	9,80	6,67
5 ₍₊₁₎	Лента	28,56	7,10	9,65	10,13
6 _{new}	Кантата	28,09	6,83	9,86	10,40
7 -	SPAR	27,83	7,57	9,67	9,43
8 ₍₊₁₎	Азбука Вкуса	27,36	7,39	10,17	8,80
9 _{new}	Глобус	25,98	7,38	9,97	7,47
10 ₍₋₇₎	Ашан	25,54	7,41	7,23	9,73



ТОП-10. Покупательский опыт

№	Название	Итого
1 _{new}	КуулКлевер	8,01
2 ₍₋₁₎	ВкусВилл	7,93
3 ₍₊₅₎	SPAR	7,57
4 ₍₋₂₎	Ашан	7,41
5 ₍₊₅₎	Азбука Вкуса	7,39
6 _{new}	Глобус	7,38
7 ₍₊₂₎	Лента	7,10
8 ₍₋₂₎	SimpleWine	6,97
9 ₍₋₆₎	Перекресток	6,88
10 _{new}	Кантата	6,83

ТОП-10. Опыт взаимодействия с технологиями

№	Название	Итого
1(+4)	Перекресток	12,35
2(+5)	METRO	12,28
3(-1)	ВкусВилл	11,84
4(+8)	SimpleWine	10,80
5 _{new}	КуулКлевер	10,49
6(+3)	Азбука Вкуса	10,17
7 _{new}	Глобус	9,97
8 _{new}	Кантата	9,86
9(+4)	ВинЛаб	9,86
10 -	Пятерочка	9,76

ТОП-10. Опыт получения заказа

№	Название	Итого
1(+1)	Перекресток	10,80
2 _{new}	Ярче!	10,80
3 _{new}	Кантата	10,40
4(-3)	ВкусВилл	10,30
5(-1)	Лента	10,13
6 _{new}	КуулКлевер	10,05
7 -	METRO	9,80
8(-2)	Ашан	9,73
9(-6)	SPAR	9,43
10(-5)	О'КЕЙ	9,23

Рейтинг компаний сегмента «Электроника и техника»

Общий рейтинг. ТОП-10

№	Название	Общие показатели	Покупательский опыт	Опыт взаимодействия с технологиями	Опыт получения заказа
1 –	М.Видео	31,13	7,81	12,46	9,20
2(+4)	Эльдорадо	29,55	8,11	11,15	9,30
3(+5)	Чип и Дип	29,39	5,40	12,49	10,50
4 _{new}	Ситилинк	28,84	8,23	10,11	9,00
5(-1)	МТС	27,37	6,15	9,92	10,30
6(-4)	DNS	26,61	8,17	8,63	8,13
7 _{new}	Технопарк	25,27	6,79	8,95	8,70
8(+3)	МегаФон	23,31	4,68	8,00	9,63
9(-6)	HOLODILNIK.RU	23,19	4,86	9,80	7,53
10(-3)	re:Store	22,02	4,61	9,10	7,63



ТОП-10. Покупательский опыт

№	Название	Итого
1 _{new}	Ситилинк	8,23
2 –	DNS	8,17
3 ₍₊₁₎	Эльдорадо	8,11
4 ₍₋₃₎	М.Видео	7,81
5 _{new}	Технопарк	6,79
6 ₍₊₁₎	МТС	6,15
7 ₍₊₂₎	Чип и Дип	5,40
8 ₍₋₅₎	HOLODILNIK.RU	4,86
9 ₍₊₃₎	RBT.ru	4,76
10 ₍₊₁₎	МегаФон	4,68

ТОП-10. Опыт взаимодействия с технологиями

№	Название	Итого
1(+1)	Чип и Дип	12,49
2(+5)	М.Видео	12,46
3(+8)	Эльдорадо	11,15
4 _{new}	Ситилинк	10,11
5(-4)	Билайн	10,01
6(-1)	МТС	9,92
7(-1)	HOLODILNIK.RU	9,80
8(-5)	Связной	9,52
9 –	re:Store	9,10
10 _{new}	Технопарк	8,95

ТОП-10. Опыт получения заказа

№	Название	Итого
1(+8)	Чип и Дип	10,50
2(+2)	МТС	10,30
3(+12)	МегаФон	9,63
4(-1)	Эльдорадо	9,30
5(-3)	М.Видео	9,20
6 _{new}	Ситилинк	9,00
7 _{new}	Технопарк	8,70
8(-2)	DNS	8,13
9(-8)	re:Store	7,63
10(-3)	HOLODILNIK.RU	7,53

Рейтинг компаний сегмента «Аптека»

Общий рейтинг. ТОП-10

№	Название	Общие показатели	Покупательский опыт	Опыт взаимодействия с технологиями	Опыт получения заказа
1 _{new}	ЗдравСити	27,94	7,19	10,72	8,70
2 ₍₊₂₎	Горздрав	27,37	6,41	10,80	9,00
3 ₍₊₇₎	Планета здоровья	26,88	6,93	9,81	8,80
4 ₍₊₈₎	Аптека 36,6	26,63	7,38	10,62	8,30
5 ₍₊₁₎	Апрель	25,75	7,07	9,21	8,30
6 ₍₋₄₎	Столички	25,48	6,74	9,85	7,90
7 _{new}	Озерки	24,94	4,43	11,05	8,13
8 _{new}	Монастыреф.ру	24,51	4,13	11,50	7,88
9 ₍₋₆₎	Живика	24,21	5,83	8,58	8,80
10 _{new}	Еаптека	23,90	5,09	8,98	8,33



ТОП-10. Покупательский опыт

№	Название	Итого
1 ⁽⁺⁷⁾	Аптека 36,6	7,38
2 ^{new}	ЗдравСити	7,19
3 ⁽⁺⁴⁾	Апрель	7,07
4 ⁽⁺¹⁰⁾	Планета здоровья	6,93
5 –	Столички	6,74
6 ⁽⁻³⁾	Аптека от склада	6,48
7 ⁽⁺²⁾	Горздрав	6,41
8 ⁽⁺⁴⁾	Максавит	5,88
9 ⁽⁻³⁾	Будь здоров	5,83
10 ⁽⁻⁸⁾	Живика	5,83

ТОП-10. Опыт взаимодействия с технологиями

№	Название	Итого
1 _{new}	Монастыреф.ру	11,50
2 _{new}	Озерки	11,05
3 ₍₊₇₎	Горздрав	10,80
4 _{new}	ЗдравСити	10,72
5 ₍₊₃₎	Аптека 36,6	10,62
6 ₍₋₁₎	Ригла	10,19
7 ₍₊₂₎	Фармленд	10,05
8 ₍₋₇₎	Столички	9,85
9 ₍₋₆₎	Планета здоровья	9,81
10 ₍₋₆₎	Будь здоров	9,36

ТОП-10. Опыт получения заказа

№	Название	Итого
1(+11)	Вита-Экспресс	9,30
2(-1)	Горздрав	9,00
3(+1)	Фармленд	8,80
4(+5)	Планета здоровья	8,80
5(+3)	Живика	8,80
6 _{new}	ЗдравСити	8,70
7 _{new}	Еаптека	8,33
8(+7)	Аптека 36,6	8,30
9(-6)	Апрель	8,30
10 _{new}	Озерки	8,13

Рейтинг компаний сегмента «Товары для дома и ремонта»

Общий рейтинг. ТОП-10

№	Название	Общие показатели	Покупательский опыт	Опыт взаимодействия с технологиями	Опыт получения заказа
1 ^{new}	Сантехника-онлайн	29,87	7,07	12,27	9,70
2 ⁽⁻¹⁾	ВсеИнструменты.ру	28,77	7,10	12,34	7,67
3 –	Leroy Merlin	28,32	7,15	9,60	10,23
4 –	Петрович	27,72	6,63	10,13	9,30
5 ⁽⁺²⁾	Леонардо	26,40	5,99	11,58	8,50
6 –	Hoff	26,19	6,69	9,63	8,53
7 ⁽⁺³⁾	Askona	24,02	6,92	9,11	7,00
8 ⁽⁺¹⁾	Бауцентр	22,78	6,86	8,22	7,37
9 ^{new}	Лазурит	22,72	5,99	8,76	7,30
10 ⁽⁺¹⁾	Максидом	21,93	5,32	8,87	7,30



ТОП-10. Покупательский опыт

№	Название	Итого
1 (+6)	Leroy Merlin	7,15
2(+1)	ВсеИнструменты.ру	7,10
3 _{new}	Сантехника-онлайн	7,07
4(+6)	Askona	6,92
5(+3)	Бауцентр	6,86
6(-2)	Hoff	6,69
7(-6)	Петрович	6,63
8 _{new}	Лазурит	5,99
9(-7)	Леонардо	5,74
10(+1)	Максидом	5,32

ТОП-10. Опыт взаимодействия с технологиями

№	Название	Итого
1 ⁽⁺¹⁾	ВсеИнструменты.ру	12,34
2 ^{new}	Сантехника-онлайн	12,27
3 ⁽⁺³⁾	Леонардо	11,58
4 ⁽⁺³⁾	Петрович	10,13
5 ^{new}	Орматек	9,99
6 ⁽⁺⁵⁾	Твой Дом	9,74
7 ⁽⁻²⁾	Hoff	9,63
8 ⁽⁻⁵⁾	Leroy Merlin	9,60
9 ⁽⁻⁵⁾	ОБИ	9,30
10 ⁽⁻²⁾	Askona	9,11

ТОП-10. Опыт получения заказа

№	Название	Итого
1 ⁽⁺¹⁾	Leroy Merlin	10,23
2 ^{new}	Сантехника-онлайн	9,70
3 ⁽⁺²⁾	Петрович	9,30
4 ⁽⁺²⁾	Hoff	8,53
5 ⁽⁺²⁾	Леонардо	8,50
6 ⁽⁻⁵⁾	ВсеИнструменты.ру	7,67
7 ⁽⁺⁴⁾	Твой Дом	7,67
8 ⁽⁺⁴⁾	Бауцентр	7,37
9 ⁽⁺²⁾	Строительный двор	7,30
10 ^{new}	Лазурит	7,30

Рейтинг компаний сегмента «Косметика, парфюмерия»

Общий рейтинг

№	Название	Общие показатели	Покупательский опыт	Опыт взаимодействия с технологиями	Опыт получения заказа
1 -	Лэтуаль	28,63	8,24	10,55	8,50
2 -	Золотое яблоко	27,41	6,36	9,72	9,83
3(+1)	Рив Гош	26,50	7,24	9,70	8,23
4 _{new}	Ив Роше	23,45	5,58	9,14	7,90
5(-3)	Подружка	23,18	6,47	9,74	5,97



ТОП. Покупательский опыт

№	Название	Итого
1(+1)	Лэтуаль	8,24
2(+1)	Рив Гош	7,24
3(+15)	Подружка	6,47
4(-3)	Золотое яблоко	6,36
5 _{new}	Ив Роше	5,58

ТОП. Опыт взаимодействия с технологиями

№	Название	Итого
1-	Лэтуаль	10,55
2 _{new}	Улыбка Радуги	9,75
3(+18)	Подружка	9,74
4(-1)	Золотое яблоко	9,72
5(-1)	Рив Гош	9,70

ТОП. Опыт получения заказа

№	Название	Итого
1(+3)	Золотое яблоко	9,83
2-	Лэтуаль	8,50
3 _{new}	Улыбка Радуги	8,37
4(-1)	Рив Гош	8,23
5 _{new}	Ив Роше	7,90

Рейтинг компаний сегмента «Украшения, часы»

Общий рейтинг

№	Название	Общие показатели	Покупательский опыт	Опыт взаимодействия с технологиями	Опыт получения заказа
1 –	Sunlight	28,10	8,27	11,46	7,03
2 _{new}	Соколов	27,05	7,91	11,61	6,37
3 ₍₋₁₎	585*Золотой	24,38	6,83	9,15	7,40



ТОП. Покупательский опыт

№	Название	Итого
1 –	Sunlight	8,27
2 _{new}	Соколов	7,91
3 ₍₋₁₎	585*Золотой	6,83

ТОП. Опыт взаимодействия с технологиями

№	Название	Итого
1 _{new}	Соколов	11,61
2 ₍₋₁₎	Sunlight	11,46
3 ₍₋₁₎	585*Золотой	9,15

ТОП. Опыт получения заказа

№	Название	Итого
1 ₍₊₁₎	585*Золотой	7,40
2 ₍₋₁₎	Sunlight	7,03
3 _{new}	Соколов	6,37

Победители в специальных номинациях



«Прорыв года»
«Технологический
прорыв»



«Лидер в фарме»



«Стабильность»



«Открытие года»



«Потенциал»



«Лидер в продуктах
питания»



«Онлайн взлет»
«Технологический
прорыв»

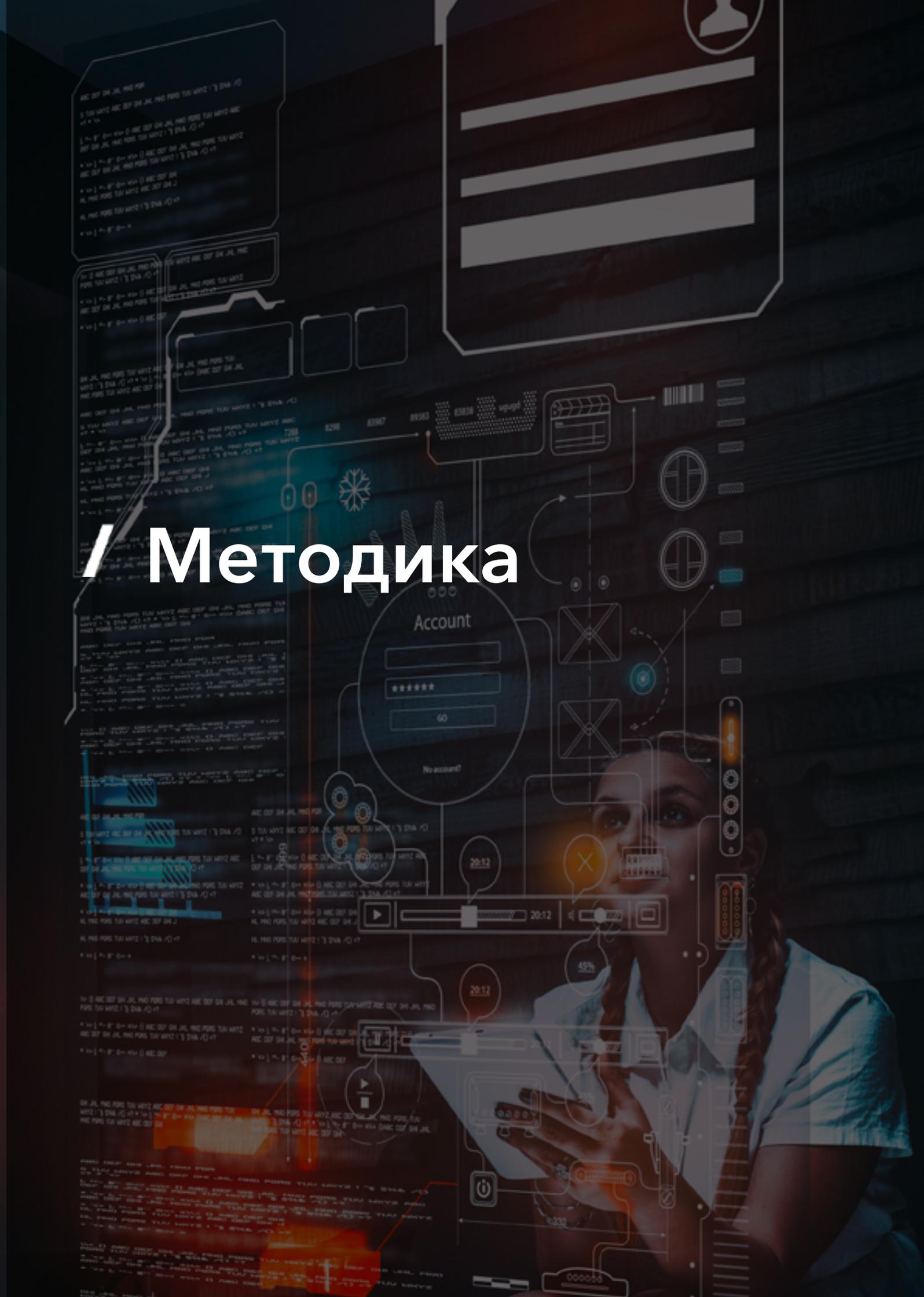


«Технологический
прорыв»



«Технологический
прорыв»

Методика



Методика исследования

Участники рейтинга

В рейтинге участвуют крупнейшие российские ритейлеры, осуществляющие розничную онлайн и офлайн-продажу материальных товаров. Размер участника подсчитан по общему обороту (в руб.) за предыдущий до исследования год, определенному на основании публичных данных, а также экспертной оценки, сделанной компаниями-разработчиками рейтинга.

Что подразумевается под рейтингом омниканальности глазами покупателя

Под рейтингом омниканальности понимается оценка «бесшовности» опыта покупателя вне зависимости от того, как происходит процесс покупки – в офлайн-магазине, через сайт, мобильное приложение или при контакте с сотрудником поддержки (колл-центра и пр.). Так как в основе омниканальности выступают два основных сценария продаж: «обычный» – когда покупка происходит в офлайн-магазине и более новый для большинства ритейлеров «электронный» – когда покупка происходит онлайн, то при оценке особое место занимает развитость онлайн-канала. В рейтинге оцениваются следующие характеристики:

1. Интегральный показатель онлайн-продаж, основанный на взвешенной оценке объема и динамики онлайн-продаж;
2. Метрики, объединенные в рейтинг покупательского опыта, отражающие «бесшовность» процесса заказа, сделанного в офлайне или онлайн, наличие единой программы лояльности, знания сотрудников об «омни»-возможностях магазина, наличие информации о товаре в онлайн, возможность покупки в офлайн-магазине без помощи сотрудника;
3. Метрики, объединенные в рейтинг опыта взаимодействия покупателя с технологиями, которые служат оценке технологической развитости онлайн-продаж и включают качество и быстроту загрузки сайта, адаптированность сайта к нагрузке, его устойчивость, качество и функционал мобильных приложений, вовлеченность в процесс продаж социальных сетей.
4. Метрики, объединенные в рейтинг опыта получения заказа, объединяющие опыт покупателя в процессе доставки сделанного заказа. Этот рейтинг включает разнообразие способов доставки, присутствие трекинга заказа, качество доставляемого товара и комфортность доставки «до двери», выражающаяся в предлагаемых временных интервалах. Рейтинг также отражает соответствие выполнения заказа заявленным бенчмаркам.

В рейтинге не анализируются внутренние процессы магазинов, так как они не видны покупателю: их CRM, процессы фулфилмента, автоматизация колл-центра и др. Анализ происходил именно по тем характеристикам, которые отражают качество контакта покупателя и магазина.

В рейтинге не анализируются качественные характеристики, то есть параметры, сильно зависящие от субъективного восприятия, поэтому дизайн, юзабилити сайта и мобильного приложения, а также удобство заказа в оффлайне и онлайн и подобные характеристики не оценивались. Единственным параметром, оцененным качественно, являлись полнота и информативность контакта с сотрудниками магазинов.

Критерий выстраивания рейтинга

Рейтинг строится по суммарной оценке всех показателей метрик. При этом каждая метрика оценивается по двухбалльной шкале (от 0 до 2, с точностью от 0,1). Все метрики имеют одинаковый вес (одинаково важны) в итоговой оценке.

Объективность и субъективность критериев оценки

Создатели рейтинга постарались сделать измерение каждой из метрик максимально объективным, что отразилось в перепроверке результатов, «отсечении» нелогичных показателей и применении других методик. Однако, само название рейтинга – «глазами покупателя», – подразумевает некоторую субъективность, так как покупательский опыт может отличаться от клиента к клиенту.

Методика выбора топ100

1. Для формирования списка участников в рейтинг включены крупнейшие ритейлеры РФ по общему обороту за предыдущий год, имеющие развитые офлайн и онлайн источники продаж;
2. В рейтинг не включаются онлайн-игроки (pureonline), так как к ним на момент работы над проектом не были применимы критерии омниканальности (например, Ozon.ru);
3. В рейтинг не включаются офлайн-игроки, онлайн-решения которых не позволяют оформить онлайн-заказ;
4. В рейтинг не вошли крупные офлайн и онлайн-игроки (Ozon.ru, Lamoda, и др.) по причине явно выраженного развития только одного из каналов продаж – либо офлайна, либо онлайн на момент проведения исследования и подготовки рейтинга (до сентября предыдущего года);
5. В рейтинг не включены компании, использующие или ранее использовавшие модель продаж через распространителей. Это связано с ограничениями применения используемых компаниями-составителями рейтинга методик, прежде всего, к данной модели онлайн-продаж (например, Oriflame);
6. В публичный рейтинг включены компании, занявшие первые 100 мест. В ходе исследования было проанализировано больше компаний, в соответствии с описанными выше правилами формирования списка участников

Используемые источники

1. Данные интернет-магазинов по скорости и способам доставки, кол-ву и составу ПВЗ, информативности карточек товара в онлайн, объему онлайн-продаж;
2. Оценки AWG и Data Insight на основе накопленных данных и/или полученные с помощью собственных технологических решений;
3. Данные, полученные в результате исследования «тайный покупатель»: информация о возможностях программы лояльности, связность онлайн- и офлайн-заказов, скорость и качество ответов сотрудников магазинов;
4. Данные сторонних сервисов по оценкам (рейтингу) и количеству загрузок мобильных приложений, времени недоступности продающих сайтов компаний-участников рейтинга («downtime»), качеству загрузки страниц сайта.

В целях обеспечения конфиденциальности взаимодействия с участниками рынка компании не во всех случаях раскрывают, какие источники использовались.

Методика «тайного покупателя» заключалась в проведении тестовых заказов в офлайн-магазинах и в онлайн-среде, а также в получении и оценке информации, полученной от сотрудников магазинов. Тестовые заказы оформлялись из популярных товаров магазинов со стандартной доставкой с обычными условиями (крупногабаритный товар в заказы не входил, экспресс-доставка не применялась и не учитывалась).

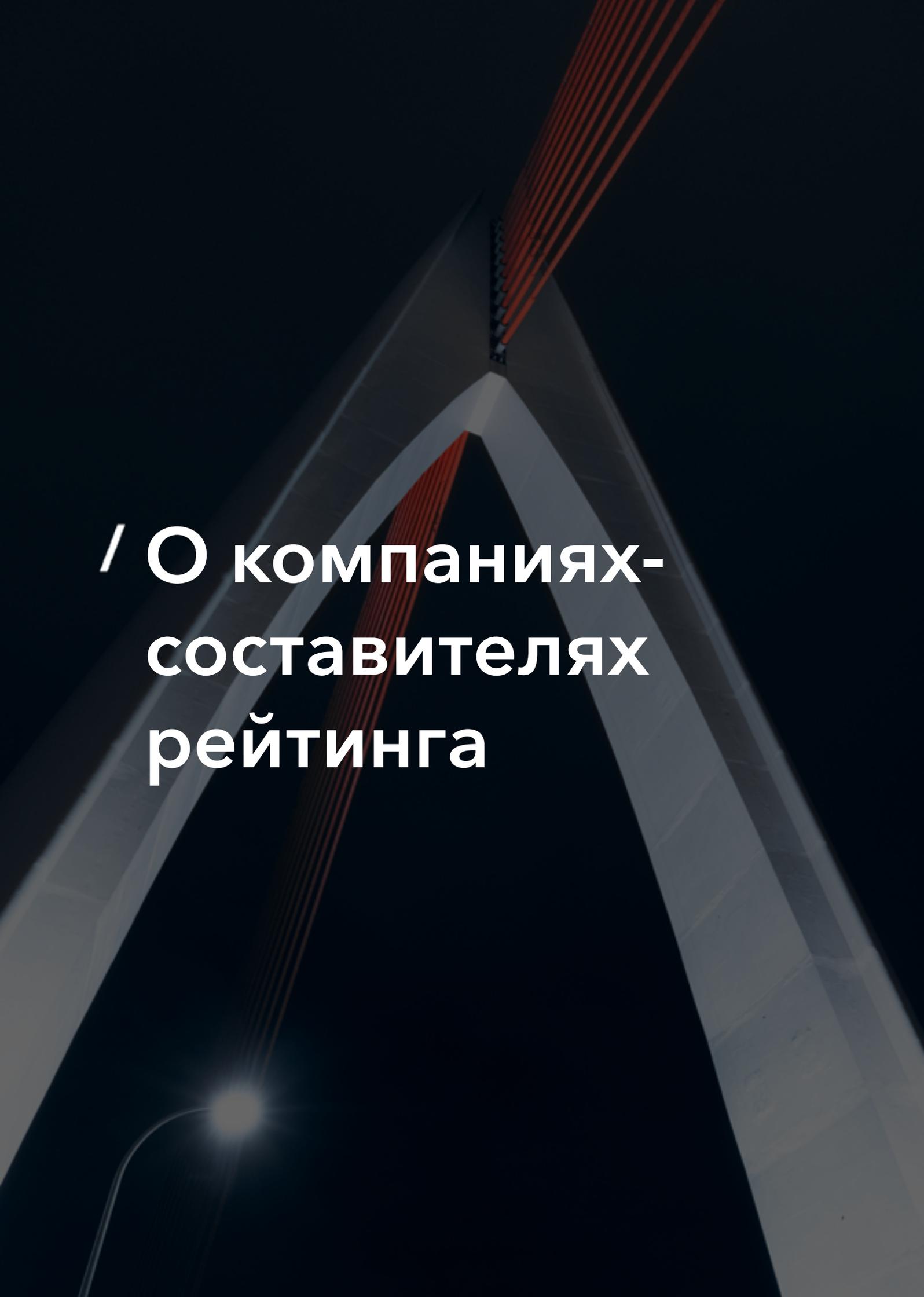
Общие принципы

1. В рейтинг включаются актуальные на момент публикации оценки, основанные на оптимальной комбинации методик и данных, доступных в этот момент; AWG и Data Insight прилагают все разумные усилия для обеспечения максимально возможной точности рейтинга и единообразия оценки каждого участника рейтинга;
2. При этом ограничения, связанные с ограниченной прозрачностью оцениваемого рынка и различиями в используемых участниками рейтинга бизнес-моделях не позволяют гарантировать абсолютную полноту и точность рейтинга, и компании AWG и Data Insight не несут юридической ответственности за любые негативные последствия, связанные с входением или не входением любой компании в рейтинг или с несоответствием представленных в рейтинге оценок фактическим данным;
3. После публикации рейтинга на сайтах datainsight.ru и omnirating.ru состав рейтинга, порядок расположения участников в рейтинге и влияющие на этот порядок количественные данные, публикуемые в составе рейтинга, не подлежат изменениям независимо от новых полученных данных;
4. В будущих исследованиях AWG и Data Insight могут публиковать отличающиеся от данных рейтинга оценки по тем же интернет-магазинам – это может определяться как отличиями методик и определений, используемых в других исследованиях компании, так и получением новых данных за период между публикацией рейтинга и публикацией другого исследования.

Список метрик рейтинга омниканальности

	Показатели (метрики)	Пояснения
I. Покупательский опыт		
1	Есть ли единая программа лояльности	Если покупатель совершил заказ в офлайне, начислят ему баллы в онлайн и наоборот.
2	Где/какие действия можно совершить с программой лояльности	Где можно списать/зачислить бонусы, воспользоваться преимуществами (в т.ч. скидками).
3	Где можно оформить программу лояльности	В офлайн-магазине/на сайте/в КЦ/в мобильном приложении.
4	Как оценивается контакт с сотрудниками магазина	В офлайн магазине/при общении с КЦ (в чат-боксе).
5	Есть ли общая корзина	Можно ли начать оформлять заказ на сайте, а закончить в мобильном приложении и наоборот (проверяется через общую корзину).
6	Где видна информация о заказе, сделанном в офлайне/через колл-центр (КЦ)/в мобильном приложении/на сайте	Если покупатель сделал заказ, например, в офлайне, видна ли эта информация в колл-центре/на сайте/ в мобильном приложении и т.д. Рассматривается информация, появляющаяся как сразу после сделанного заказа, так и после его получения.
7	Возможность самостоятельной покупки в онлайн-магазине	Проверяется возможность самостоятельного «пробития» товаров без помощи сотрудника магазина (кассира).
8	Полнота карточки товара	Оценивается объем информации о продукте на карточке товара.
II. Опыт взаимодействия с технологиями		
9	Качество загрузки сайта	Анализируются три показателя: быстрота загрузки основного контента сайта, задержка перед загрузкой, величина сдвига контента при загрузке (это основополагающие показатели, характеризующие качество загрузки, по сервису GooglePageSpeed Insights).
10	Путь заказа	Быстрота загрузки основных страниц интернет-магазина (главная - каталог - поиск товара - карточка товара - корзина).
11	Безопасность	Рейтинг безопасности сайта по сервису «Web of trust».
12	Устойчивость сайта	Процент времени постоянной работы (без «обрушений» сайта).
13	Поведение сайта под нагрузкой	Насколько замедляется сайт при увеличении нагрузки (кол-во пользователей).
14	Мобильный функционал	Характеризует развитость мобильного приложения магазина (кол-во функций: каталог, возможность заказа, возможность заказать в ближайшем магазине и т.д.).
15	Мобильные приложения. Оценки и популярность	-
16	Вовлеченность в социальные сети	Какие соцсети магазин использует.
III. Опыт получения заказа		
17	Скорость доставки	Стандартная доставка в различные города - Москва, Санкт-Петербург, Самара, Новосибирск. Если магазин не работает в каких-либо городах, делается замена на похожий город (город-миллионник из Европейской части РФ, например, при замене Самары). Показатель измеряется с момента оформления до получения заказа тайным покупателем.
18	Интервалы доставки	Интервалы стандартной доставки, также по умолчанию для четырех городов. Показатель берется при общении с сотрудниками либо с сайта.
19	Наличие трекинга заказа	Есть ли возможность трекинга на сайте и в мобильном приложении.
20	Способы доставки	Исследуется вариативность способов доставки - «до двери», до пункта выдачи заказов (ПВЗ), до постамата, до собственного магазина.

	Показатели (метрики)	Пояснения
21	Своевременность доставки	Оценивается, насколько время получения соответствует заявленному.
22	Качество полученного заказа	Оценивается состояние купленного товара при доставке – целостность упаковки, хорошие характеристики купленного товара.
IV. Финансы		
23	Финансовый показатель	Высчитывается, исходя из объема онлайн-продаж и динамики предыдущего до исследования года.

The background features a dark, almost black, space filled with abstract, geometric shapes. Several bright, glowing lines radiate from the top right corner, creating a sense of depth and movement. The overall aesthetic is modern and technological.

**/ О компаниях-
составителях
рейтинга**



Разрабатываем и внедряем сложные проекты для крупного бизнеса

AWG - один из ведущих ИТ-интеграторов, специализирующийся на проектах по цифровой трансформации и омниканальных решениях для ритейла. Компания оказывает услуги по комплексному консалтингу, разработке, интеграции и внедрению ИТ-решений для бизнеса, подбору ИТ-персонала по модели аутстаффинга клиентов крупного бизнеса из сфер торговли, недвижимости, банкинга, страхования, логистики и других отраслей.

40+

клиентов из рейтинга РБК 100

270+

специалистов в Москве и регионах

2015

год основания

100+

завершенных проектов

Достижения



Три года среди лидеров в ИТ-номинациях



Три года среди лидеров в ИТ-номинациях рейтинга Tagline



A+ разработчик Ruward

Forbes

Входит в рейтинг Forbes «Лучшие работодатели России»



Золотой партнер Битрикса



Обладатель премии «Большой оборот» 2019,2020,2022г



В сотне лучших работодателей России 2022 г. по версии HH.ru

РАЭК

Член Российской ассоциации электронных коммуникаций

+7 495 278-07-08

info@awg.ru

Москва, Малая Якиманка, 22с2

Data Insight

Data Insight – первое в России агентство, специализирующееся на исследованиях и консалтинге в области eCommerce и digital рынков.

Наша ключевая компетенция – анализ неоднородной информации, поиск источников, сопоставление различных данных, порой несовместимых.

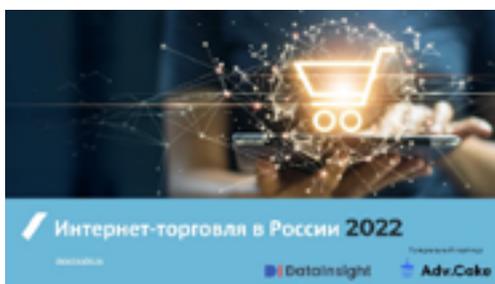
Все данные, которые мы выпускаем на рынок, проверяются различными методиками таким образом, чтобы получить непротиворечивые результаты.

С 2016 года Data Insight ежегодно публикует свой рейтинг крупнейших российских интернет-магазинов top100.datainsight.ru, а также проводит награждение лидеров российской электронной коммерции на Ecommerce Index Top100.

Публичные исследования Data Insight



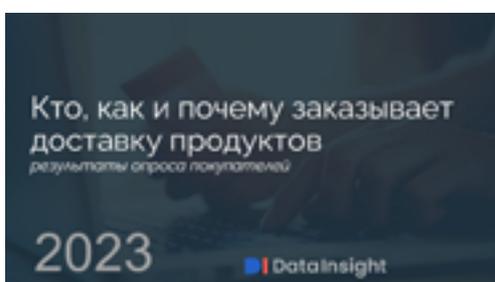
[Экосистема электронной торговли – 2023v2](#)



[Интернет-торговля в России 2022](#)



[Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей. 2023 год](#)



[Кто, как и почему заказывает доставку продуктов 2023](#)

Связаться с нами:

-  datainsight.ru
-  a@datainsight.ru
-  +7 (495) 540 59 06

 t.me/DataInsight