Малый бизнес ставит на Интернет

Аналитики прогнозируют, что в 2017 году объем частного предпринимательства и малого бизнеса на российском рынке услуг достигнет 5,5 трлн рублей. Эту сумму сгенерируют 2,4 млрд заказов. При этом как для продвижения своих услуг, так и в качестве основного инструмента контакта с клиентом предприниматели этой категории используют Интернет. Об этом говорится в совместном исследовании Data Insight и Avito.   
  
По данным исследования, более 80% выручки частных предпринимателей и малого бизнеса приходится на 5 крупнейших сфер: ремонт жилья, строительство, деловые услуги, транспорт и перевозки, а также ремонт автомобилей.   
  
Крупнейшей категорией по числу заказов являются пассажирские перевозки, на которые приходится 18,3% заказов или 440 млн заказов в год. Немногим меньше доля категории «Транспорт и перевозки» (15,5% и 370 млн заказов в год). Тем самым на долю различных транспортных услуг приходится треть всех заказов. При этом лидером по средней стоимости заказа является строительство, а пассажирские перевозки являются антилидером: здесь средняя стоимость заказа составляет 250 рублей.   
  
Основными источниками потока заказов для этой категории бизнеса являются рекомендации и повторные заказы. Однако сразу после них по популярности идут сайты объявлений, соцсети, а также отзывы и реклама в Сети. Каждый из этих каналов используют более чем 20% бизнесменов. Платные каналы для сбора заказов используют 40% опрошенных.   
  
На рекламу этот бизнес тратит порядка 18% выручки. Наиболее популярный канал продвижения для всех категорий предпринимателей – интернет-реклама. Активнее всего ею пользуются самозанятые исполнители – туда направляются 27% их рекламного бюджета. На нерекламное интернет-продвижение уходит в среднем 9% рекламных бюджетов.   
  
Платное размещение на сервисах объявлений – самый используемый из платных каналов: им пользуются 35% исполнителей. На втором месте реклама в соцсетях – 32%, на третьем – реклама в газетах с 29%. Самозанятые исполнители предпочитают SMM и сервисы объявлений, а компании – баннерную и контекстную рекламу, SMS и email-рассылки и SEO.   
  
*«Сайт объявлений Avito — лидер по доле приносимой выручки среди интернет-площадок, где исполнители публикуют предложения своих услуг. На долю Avito приходится 17,5% выручки, генерируемой площадками такого типа, а использует его 38% людей, занятых оказанием услуг, то есть 3,6 млн человек. Около 13,8% приносит размещение объявлений в социальной сети ВКонтакте, на третьем месте профильный сайт — Ремонтник.ру»*, - отмечают аналитики.