



ПУЛЬС МЕБЕЛЬНОГО РЫНКА: Результаты опроса предприятий мебельной отрасли



экспрессобзор  e-o.ru

Об исследовании

Цель опроса

Оценить реальное положение дел на мебельном рынке России во время самоизоляции, определить точки роста и способы решения проблем успешными компаниями.

Об исследовании

Вкратце

Организаторы опроса – компания «Экспресс-Обзор» и компания «МИР».

Опрос проводился онлайн с 9 по 23 апреля 2020 г. В нем приняли участие представители **226 компаний** из **59 регионов** России.

Основной отчет

Бесплатная
версия

Отчет по основной части опроса с итогами первых недель самоизоляции является бесплатным – это наш способ поддержки мебельного рынка.

Участники опроса получают также расширенную версию отчета со срезами по видам компаний: микро- и ИП, малые, средние и крупные.

Вы смотрите бесплатную версию отчета. Этот документ поможет вам комплексно оценить ситуацию на рынке мебели. Также доступны дополнительные отчеты на платной основе



Дополнительный отчет: Срез по видам компаний



Возможные срезы:

- Оптовые компании
- Производители
- ИП и микропредприятия
- Малые предприятия
- Средние и крупные предприятия

Сравните себя с рынком, оцените свою эффективность и найдите точки роста

30+ параметров для сравнения себя с рынком

- Падение продаж в вашей компании сопоставимо с рынком?
- Как продают конкуренты (оплата, доставка, каналы продаж: офлайн и онлайн)?
- Вы используете способы продвижения, которые используют конкуренты?
- На каком уровне у вас поступление заявок и отработка базы: лучше или хуже рынка?
- Сколько конкуренты тратят на рекламу?
- Все ли способы сокращения издержек вы использовали?
- Как решают проблемы с персоналом конкуренты?
- Как конкуренты решают проблемы с ростом цен?

Дополнительный отчет: Точки роста успешных компаний



Что делают и чем отличаются компании, у которых выручка не упала

30+ отличий от среднего по рынку

- Выводы и рекомендации, разложенные «по полочкам»: точки роста, которые вы можете использовать для роста выручки
- Как продают офлайн и онлайн
- Как привлекают клиентов (способы и каналы продвижения)
- Сколько тратят денег на рекламу и сколько заявок получают
- Как снижают затраты и работают с персоналом
- Как организована техническая сторона: он-лайн продажи, CRM-система

Дополнительные отчеты

Срез по 1 виду компании



Точки роста успешных компаний



Полный комплект: все срезы +
точки роста успешных компаний



**Специальное предложение
для участников группы в Telegram «ТОП-мебельщик в МИРе»**

Цена за один срез:

~~15 000 рублей~~

3 800 рублей

Цена отчета:

~~20 000 рублей~~

5 000 рублей

Цена комплекта:

~~76 000 рублей~~

19 200 рублей



Чтобы купить,
обращайтесь к нам:
<http://mirconsalt.ru/>

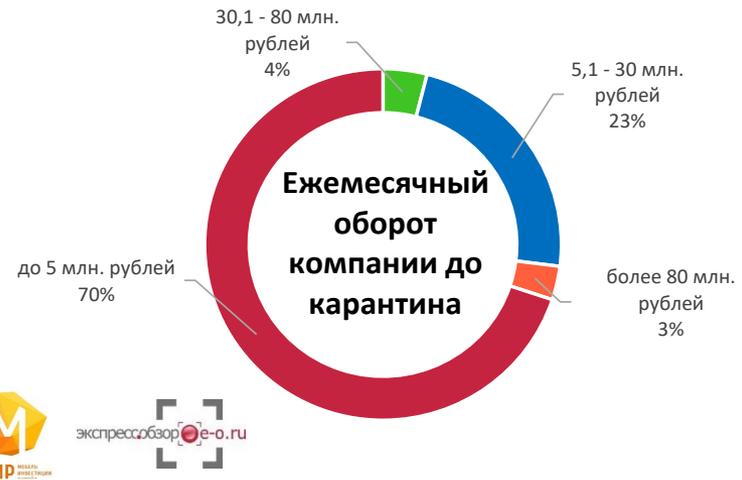
☎ 8 800 333-07-54
бесплатно по всей России

8 812 425-60-34

☎ 8 981 986-64-99
WhatsApp

Профиль респондентов

Профиль респондентов



Профиль респондентов

Продаете ли вы мебель в розницу через интернет-магазин или обычные магазины?



МИР
МЕБЕЛЬ
ИНВЕСТИЦИИ
РИТЕЙЛ

Своей розницы нет, но работаем под заказ для ритейлеров



93% опрошенных продают в розницу офлайн или онлайн

География респондентов

Регион	% от количества участников
Московская область	15,9%
г. Москва	10,2%
Свердловская область	6,2%
г. Санкт-Петербург	5,8%
Краснодарский край	3,5%
Пензенская область	2,7%
Нижегородская область	2,2%
Пермский Край	2,2%
Ростовская область	2,2%
Самарская область	2,2%
Ставропольский край	2,2%
Тверская область	2,2%
Архангельская область	1,8%
Владимирская область	1,8%
Иркутская область	1,8%
Ленинградская область	1,8%
Рязанская область	1,8%
Челябинская область	1,8%
Волгоградская область	1,3%
Вологодская область	1,3%
Воронежская область	1,3%
Новосибирская область	1,3%
Приморский край	1,3%
Смоленская область	1,3%
Томская область	1,3%
Удмуртская Республика	1,3%
Ульяновская область	1,3%
Хабаровский край	1,3%
Калининградская область	0,9%

Регион	% от количества участников
Красноярский край	0,9%
Липецкая область	0,9%
Оренбургская область	0,9%
Республика Башкортостан	0,9%
Республика Коми	0,9%
Республика Марий Эл	0,9%
Республика Мордовия	0,9%
Саратовская область	0,9%
Тульская область	0,9%
Тюменская область	0,9%
Ханты-Мансийский Авт. Округ	0,9%
Алтайский край	0,4%
Белгородская область	0,4%
Брянская область	0,4%
г. Севастополь	0,4%
Кабардино-Балкарская Республика	0,4%
Камчатский край	0,4%
Кировская область	0,4%
Курганская область	0,4%
Курская область	0,4%
Новгородская область	0,4%
Омская область	0,4%
Орловская область	0,4%
Псковская область	0,4%
Республика Дагестан	0,4%
Республика Крым	0,4%
Республика Татарстан	0,4%
Сахалинская область	0,4%
Ямало-Ненецкий Авт. Округ	0,4%

Организация работы КОМПАНИИ

- **Маркетинг**

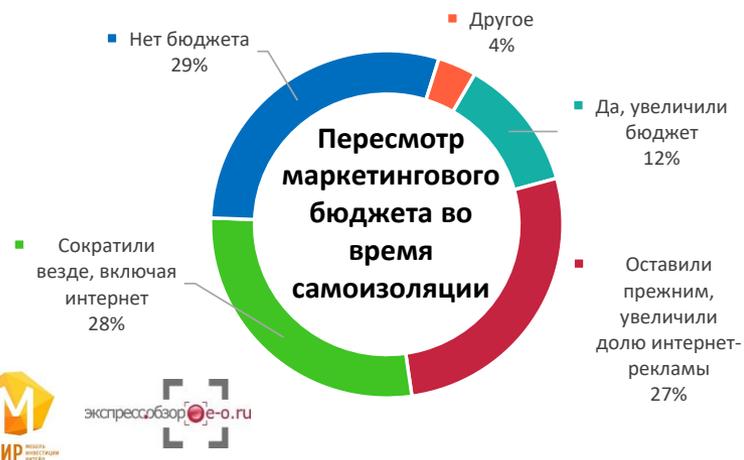
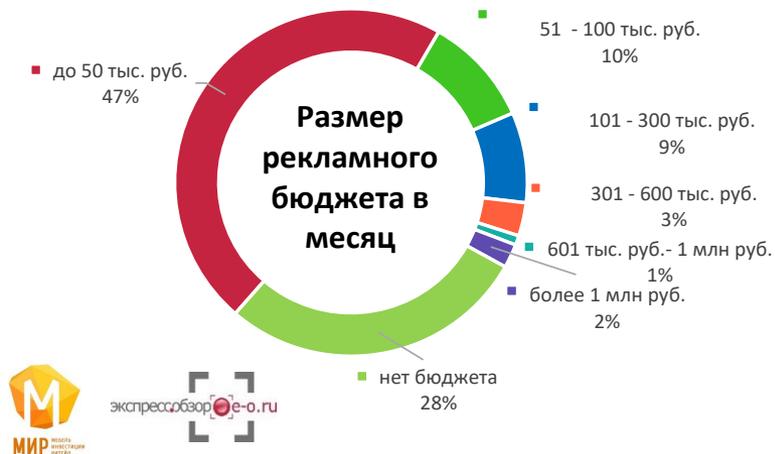
Маркетинг



Почти половина опрошенных тратила на рекламу **до 50 тыс. руб.** в месяц **до самоизоляции**, а **28%** не имело бюджета.

Компании либо сократили бюджет во время самоизоляции (**28%**) либо перераспределили его в пользу интернет-рекламы (**27%**). Увеличили затраты на рекламу **12%** компаний

Для проведения рекламных компаний **36%** использует фрилансеров и агентства.



Маркетинг. Меры привлечения покупателей

Что вы предпринимаете, чтобы привлечь покупателей в настоящее время?



Наиболее популярная мера привлечения покупателей в период самоизоляции – **рекламные кампании в социальных сетях** – их проводят **63%** компаний

Маркетинг. Методы продвижения

Какие методы продвижения вы использовали до введения самоизоляции/
используете сейчас?



Только **продвижение в социальных сетях** респонденты стали использовать чаще (+3 п.п.)

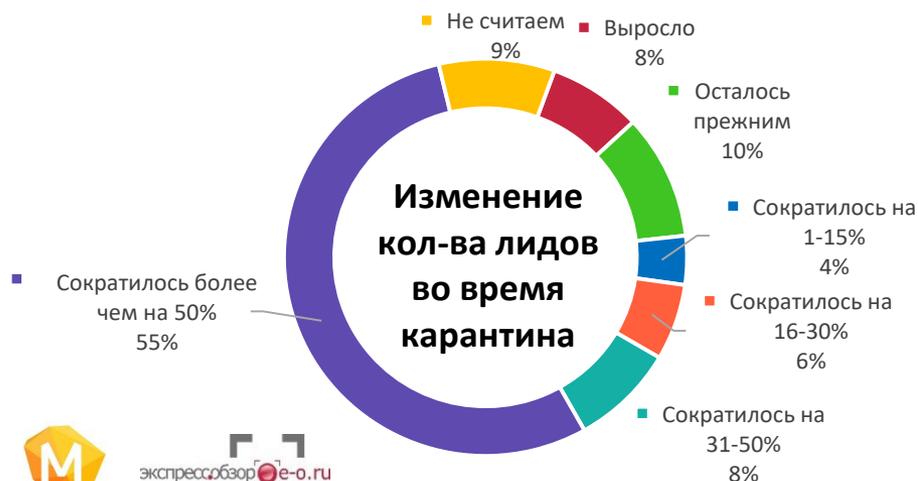
Особенно резко снизилось **использование печатной продукции (-33%)** и **наружной рекламы (-17%)**. Снижение по остальным методам – в пределах 6%.

Количество заявок (лидов)



экспресс-обзор e-o.ru

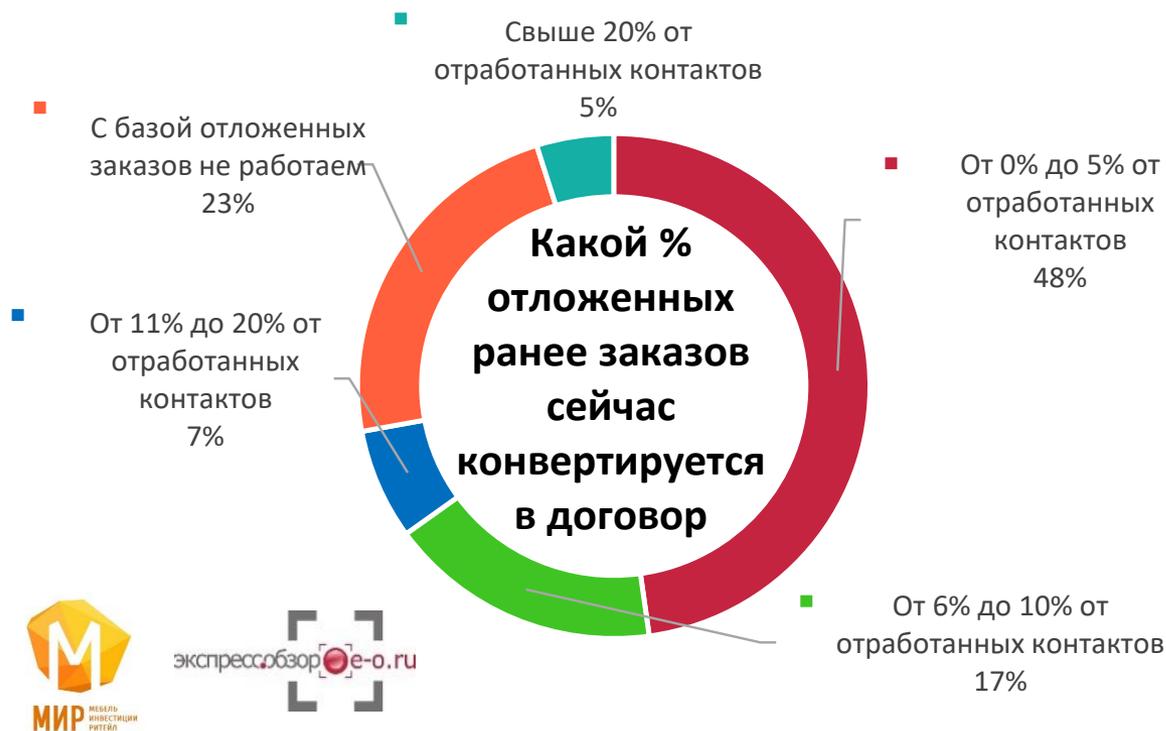
50% опрошенных компаний до самоизоляции в месяц получали **от 11 до 100 лидов**



экспресс-обзор e-o.ru

73% опрошенных отметили **сокращение** количества лидов во время самоизоляции. При этом **55%** опрошенных отметили сокращение количества **больше чем на половину**

Работа со вторичным трафиком



77% опрошенных **ведет работу с базой отложенных заказов.**

Почти половина опрошенных конвертирует в договор **до 5%** отложенных ранее заказов. **12%** - конвертирует более **11%** контактов

Организация работы КОМПАНИИ

- Доставка и сборка

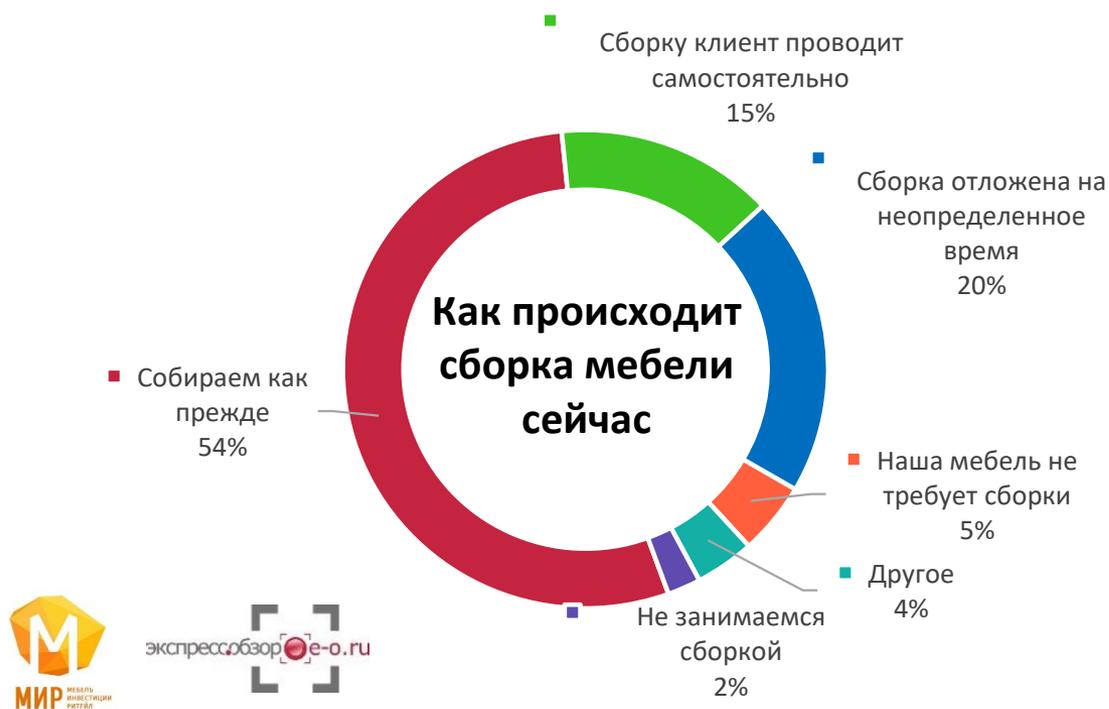
Доставка и сборка в период самоизоляции

Как организована доставка мебели покупателям в вашей компании во время самоизоляции?



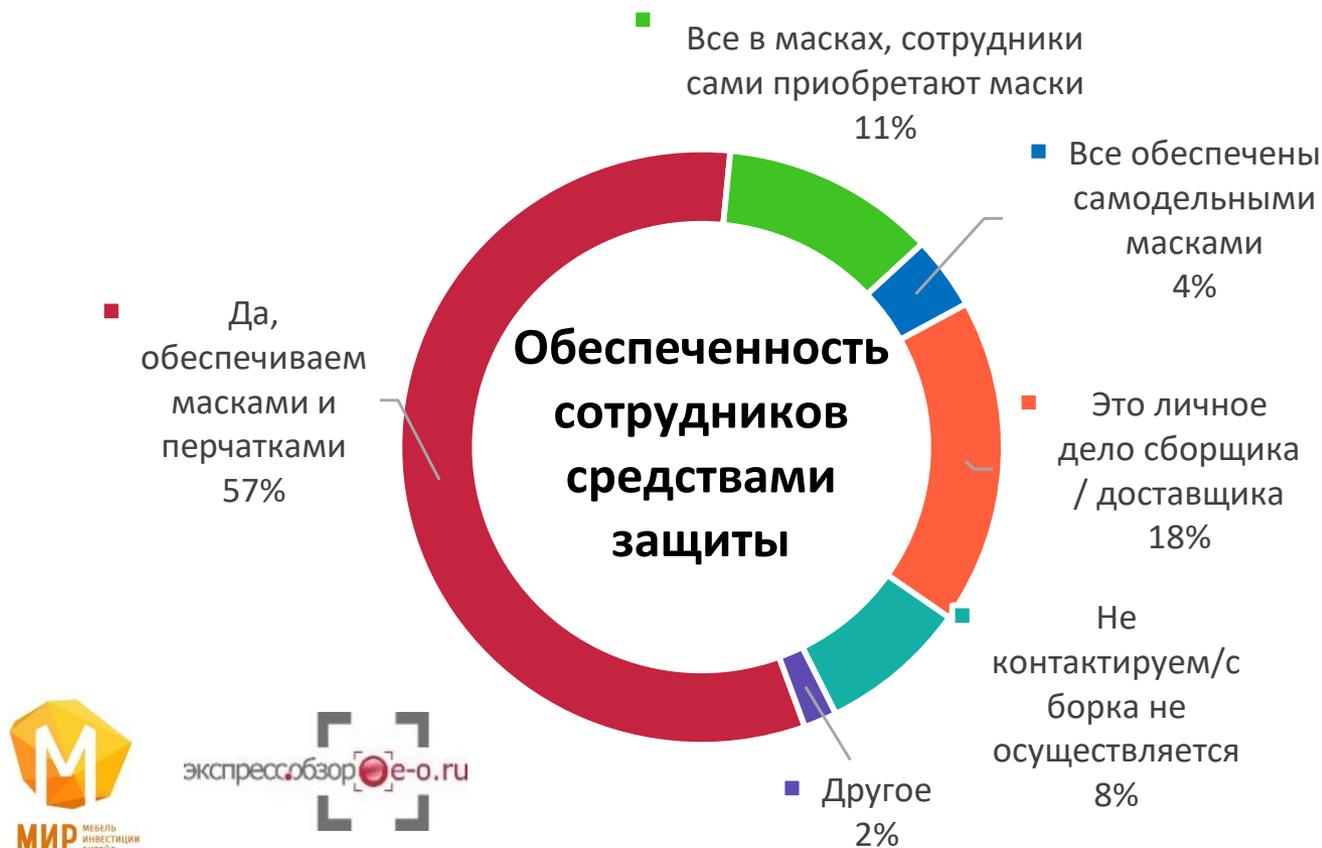
Большее половины, **68%**, имеет **собственную службу доставки**

Доставка и сборка в период самоизоляции



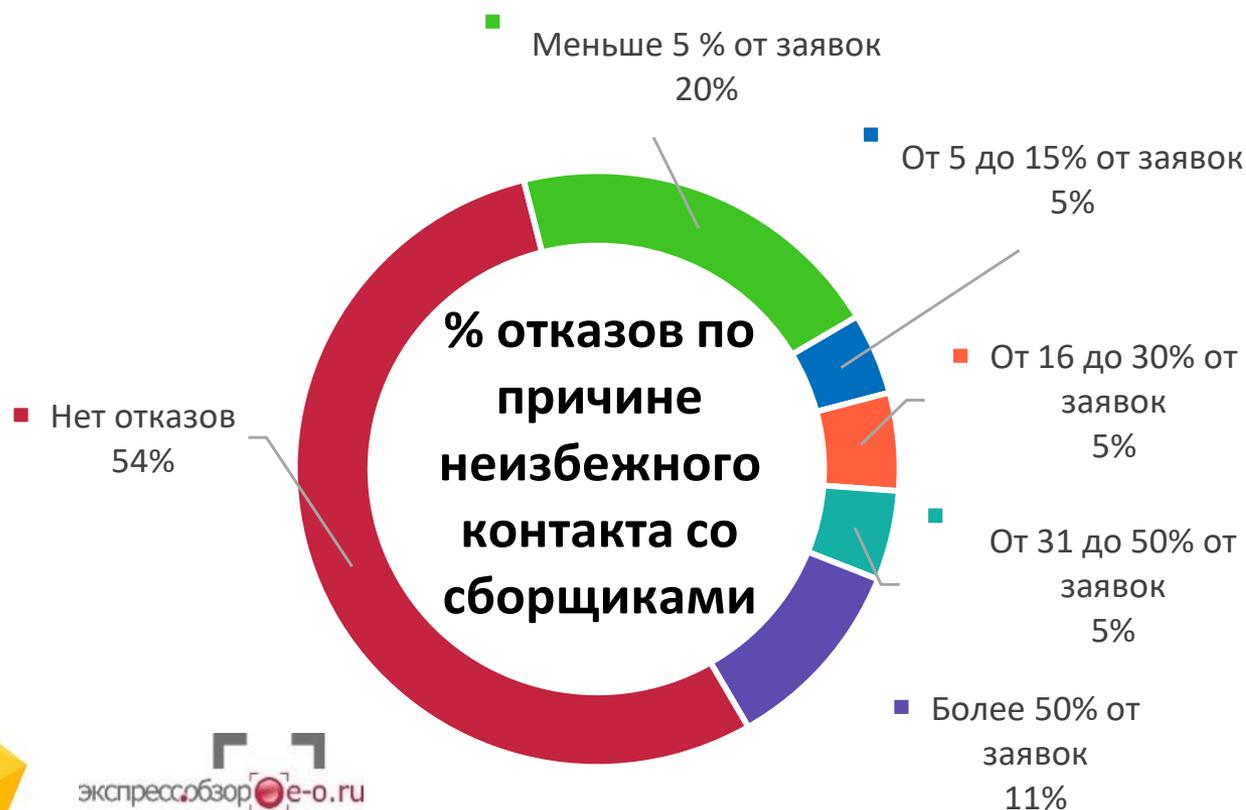
Более половины опрошенных компаний продолжает сборку мебели в обычном режиме

Доставка и сборка. Безопасность для клиента и сотрудника



Более половины опрошенных компаний обеспечивает контактирующих с клиентами сотрудников средствами защиты.

Доставка и сборка. Отказы

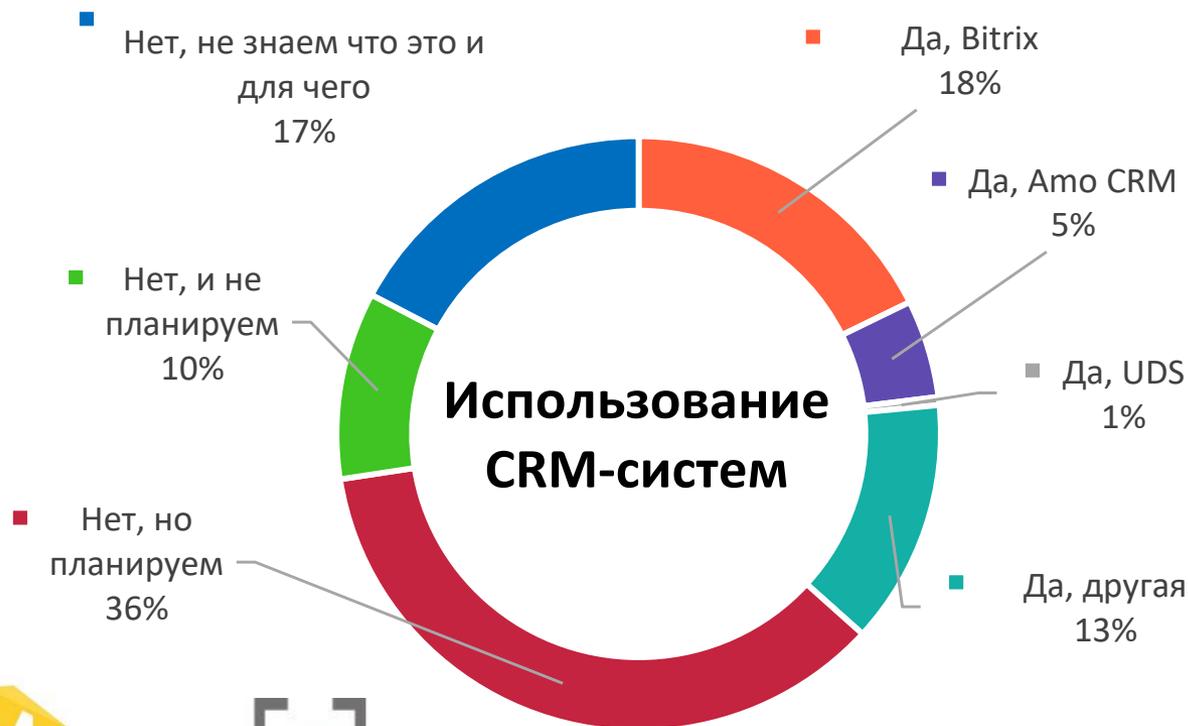


46% респондентов отметили **«контакт со сборщиками»** причиной отказа от покупки

Организация работы КОМПАНИИ

- CRM-системы

CRM-системы

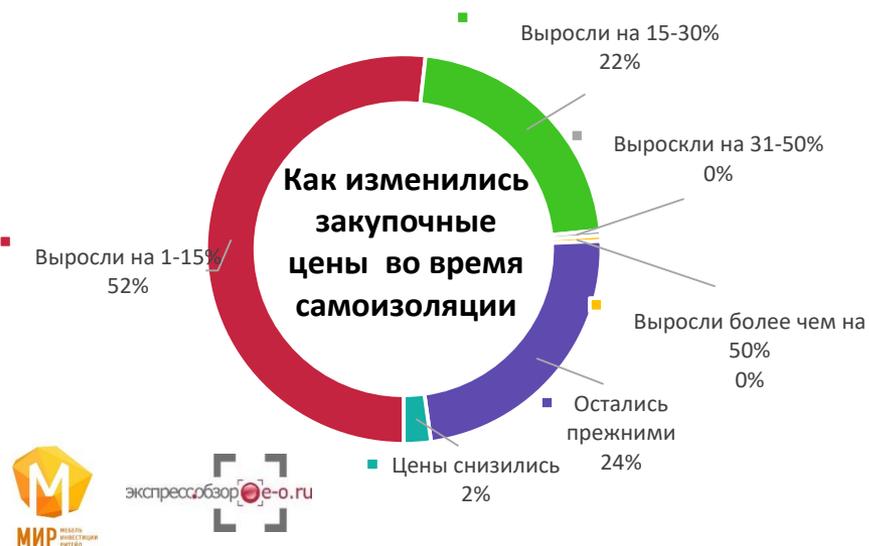


37% опрошенных использует в работе CRM-системы (системы управления взаимоотношениями с клиентами). Почти **столько же** планирует их использование в будущем.

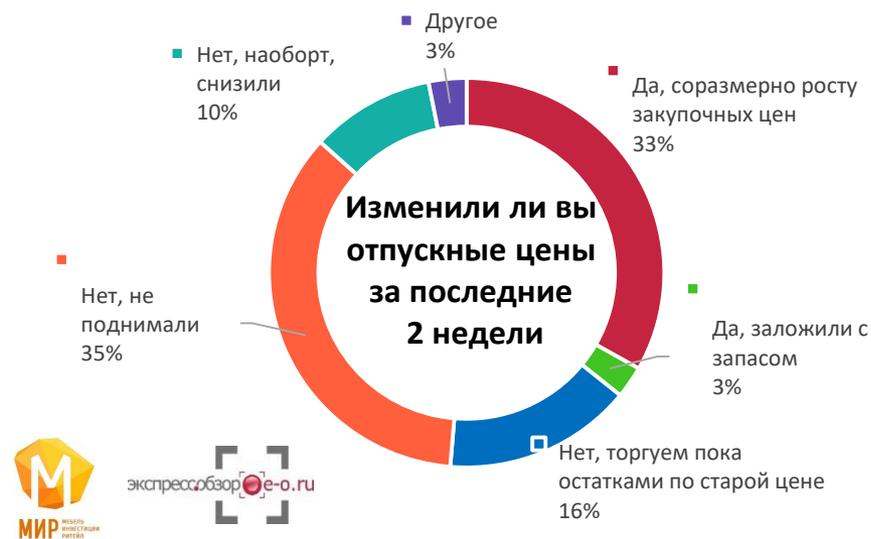
Организация работы КОМПАНИИ

- Цены

Цены



74% опрошенных компаний отметили рост закупочных цен



И только **36%** компаний подняли отпускные цены

Сокращение издержек в период самоизоляции

Сокращение издержек

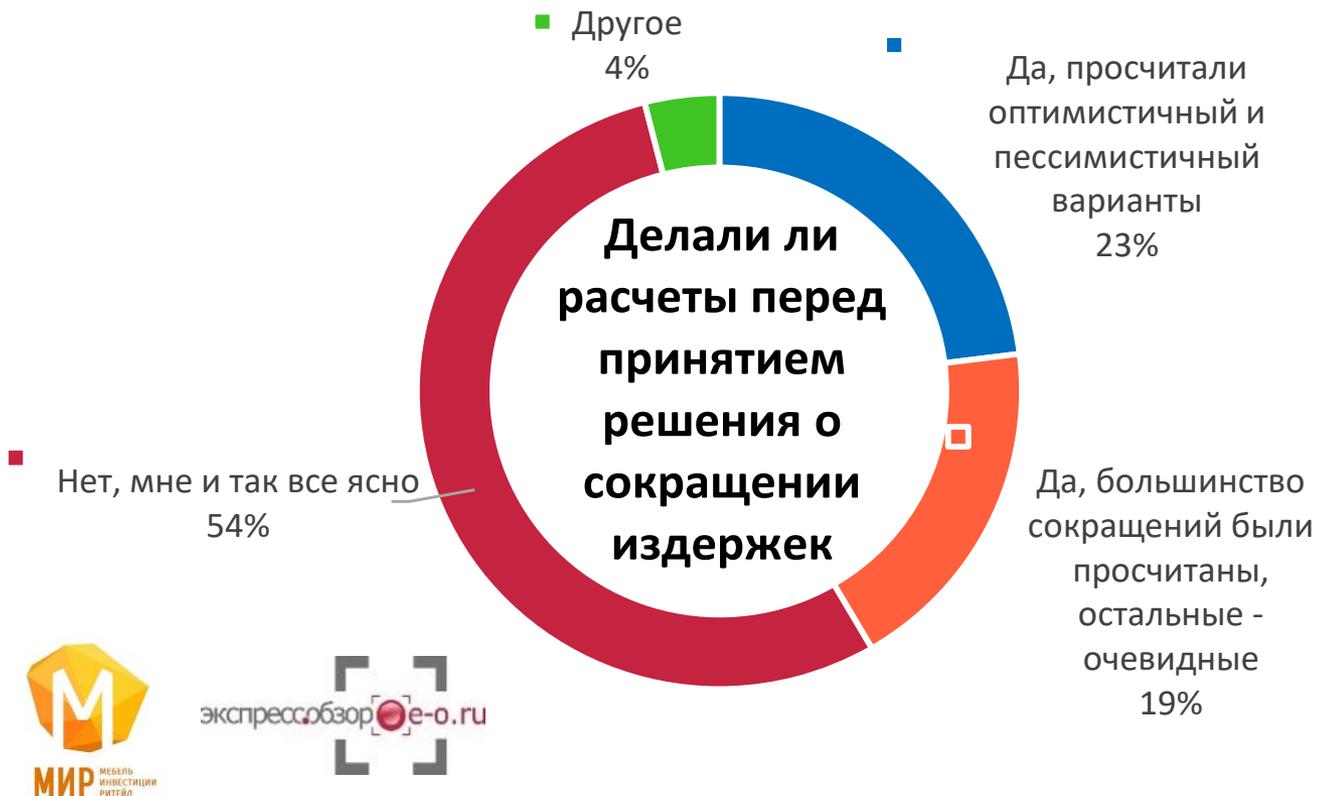
Как вы работаете над сокращением издержек в период самоизоляции?



Основные меры сокращения издержек:

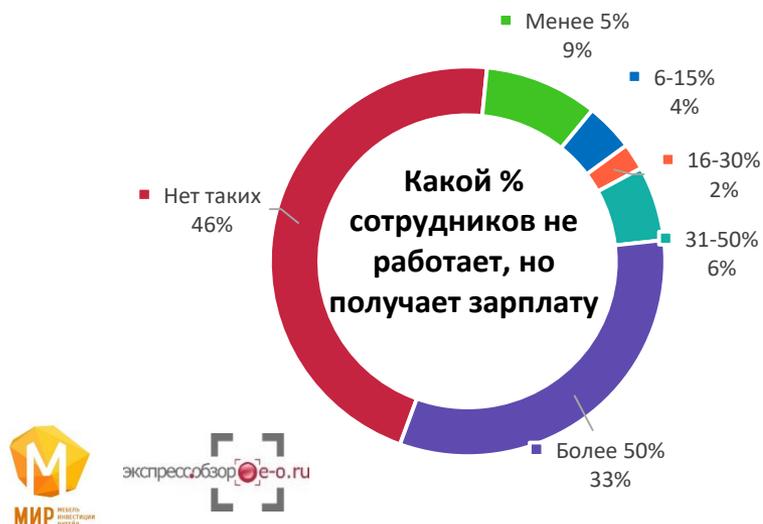
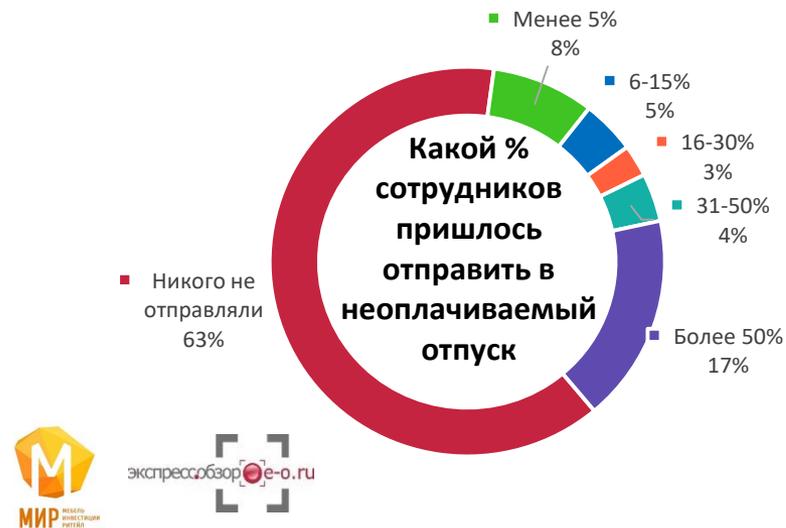
- *Снижение зарплаты сотрудников – 48%;*
- *Снижение арендной платы – 40%*
- *Арендные каникулы – 30%*

Сокращение издержек



Более половины опрошенных компаний не делает расчеты перед принятием решения о сокращении издержек.

Сотрудники



26% опрошенных уволили часть сотрудников

37% опрошенных отправили часть сотрудников в неоплачиваемый отпуск

54% опрошенных отметили, что часть сотрудников не работает, но получают зарплату, при этом у **33%** опрошенных таких сотрудников более **половины**

Розничные продажи в период самоизоляции

Что делают компании, продажи в которых не сократились – в отдельном отчете



Розничные продажи

Продаете ли вы мебель в розницу через интернет-магазин или обычные магазины?



Подавляющее большинство (93%) опрошенных компаний продают в розницу

Розничные продажи



Больше половины опрошенных имеет **нулевую выручку**, **У четверти (26%)** компаний выручка сократилась более чем на **50%**. Суммарно у **79%** продажи упали на **50-100%**.

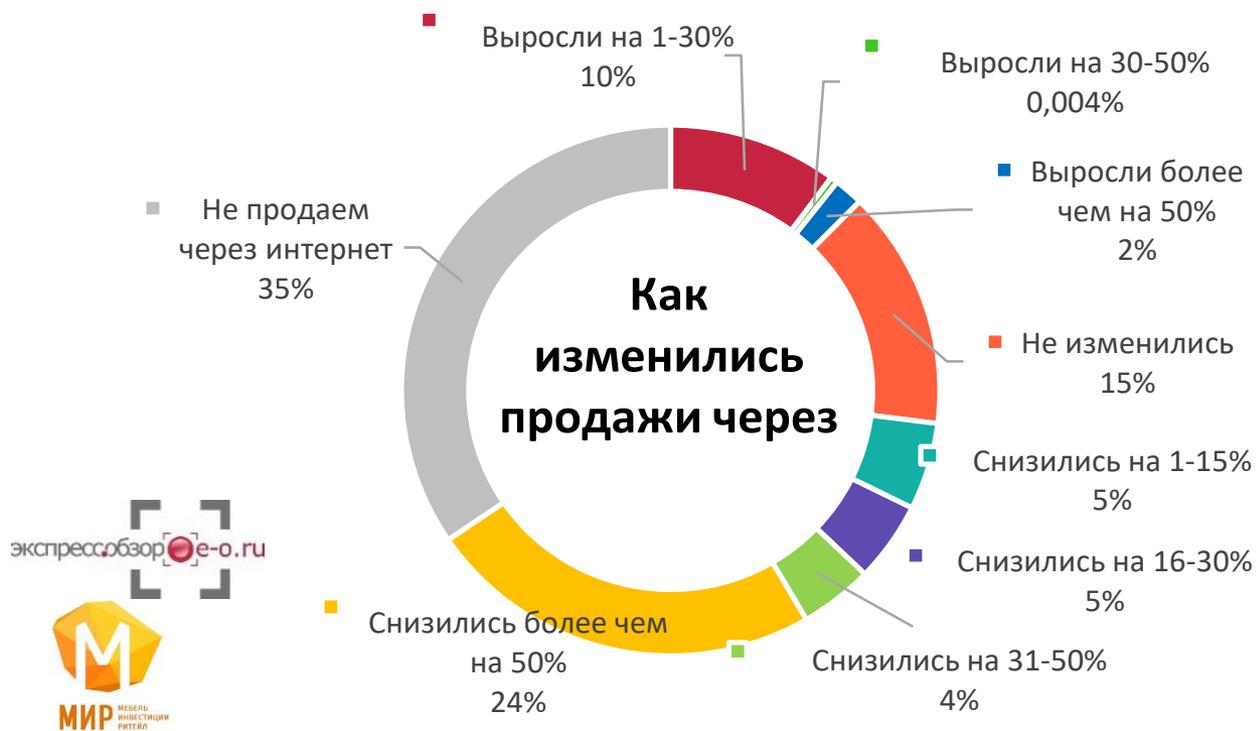
Каналы розничных продаж

Какие каналы розничных продаж использует компания в период самоизоляции?



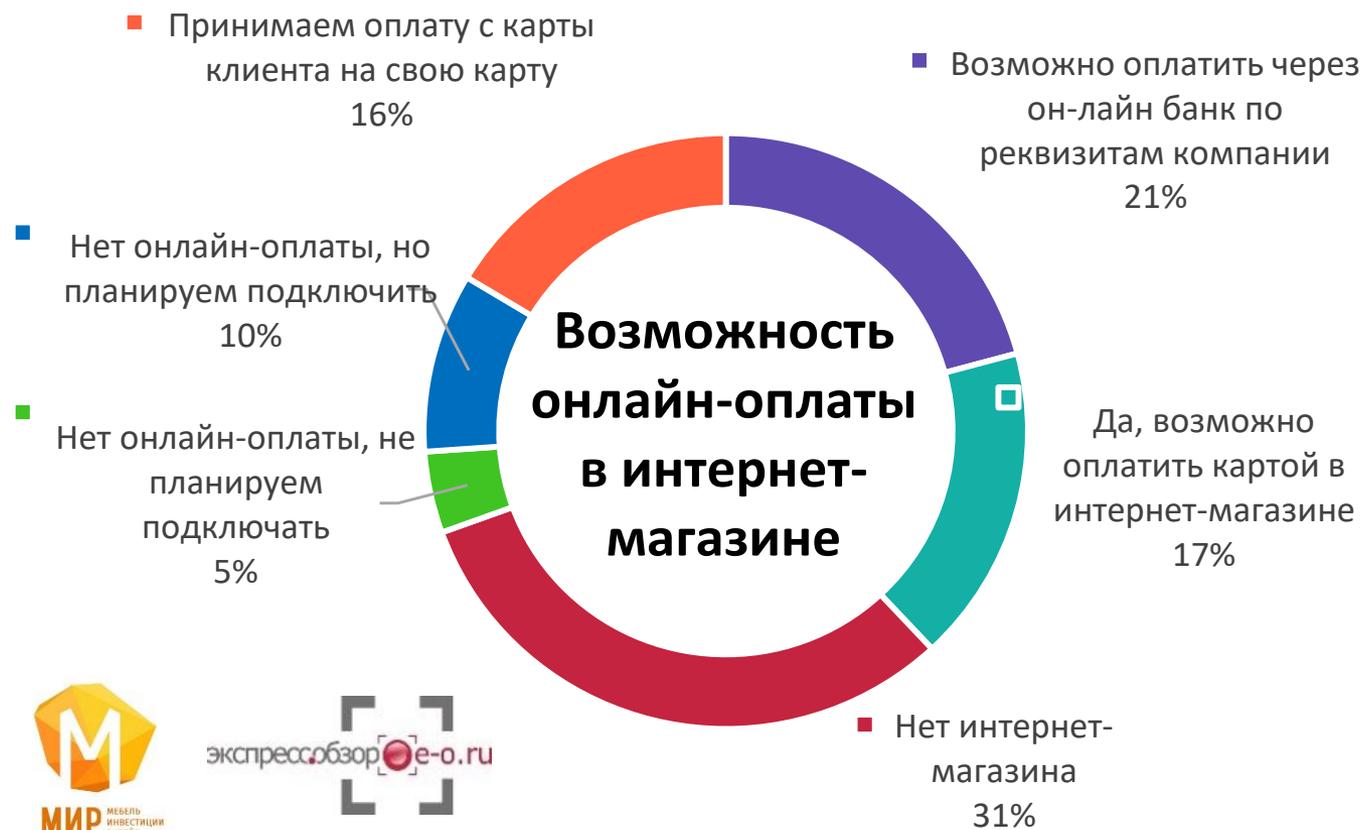
36% компаний ведут продажи через **собственный интернет-магазин**.

Продажи через интернет



38% компаний-респондентов отметили **снижение** объема интернет-продаж в период самоизоляции.
Рост отметили около **13%** опрошенных.

Возможность онлайн-оплаты



Лишь **17%** компаний могут принимать оплату картой в интернет-магазине. Чаще всего (**21%**) компании используют оплату через онлайн-банк по реквизитам.

Оптовые продажи в период самоизоляции

Полный срез ответов оптовых компаний – в отдельном отчете:

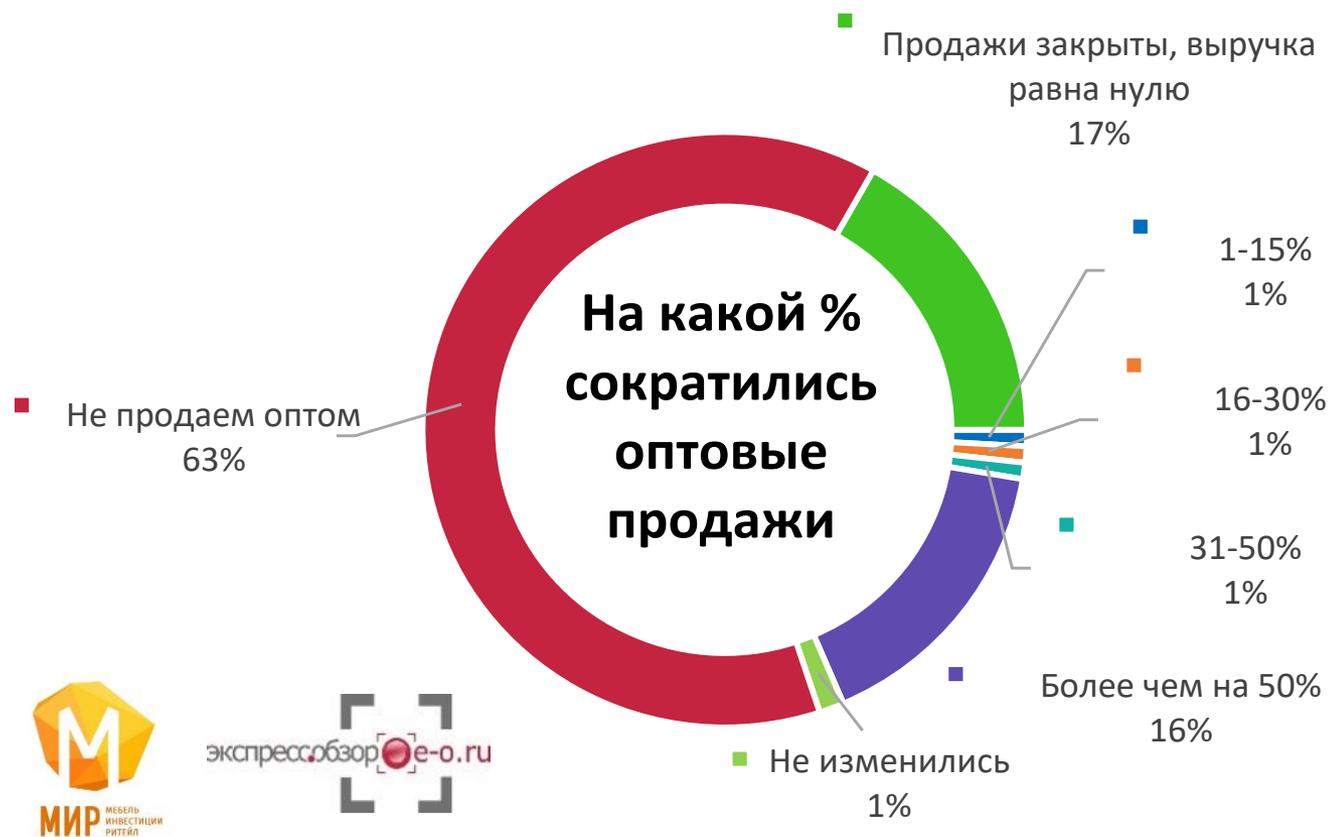


Оптовые продажи



35% опрошенных компаний продают **оптом**.

Оптовые продажи



20% опрошенных отметили сокращение оптовых продаж (при этом оптом торгует 35-37% опрошенных)

Опт. Каналы продаж

Какие каналы оптовых продаж использует компания в период самоизоляции?



22% компаний-респондентов в период самоизоляции продолжают оптовые продажи мебели через офис продаж (при этом оптом торгуют 35% опрошенных)

Производство в период самоизоляции

Полный срез ответов
производственных компаний
– в отдельном отчете:



Производство



46% опрошенных компаний производят мебель

Производство



41% опрошенных отметили сокращение производства за последние 2 недели (производят мебель 46% компаний), при этом у **26%** производство **остановлено** или **сократилось более чем на половину**.

Проблемы с поставщиками



48% опрошенных столкнулись с проблемами поставки материалов и комплектующих для производства (при этом занимаются производством 46% компаний-респондентов)

Проблемы с поставщиками

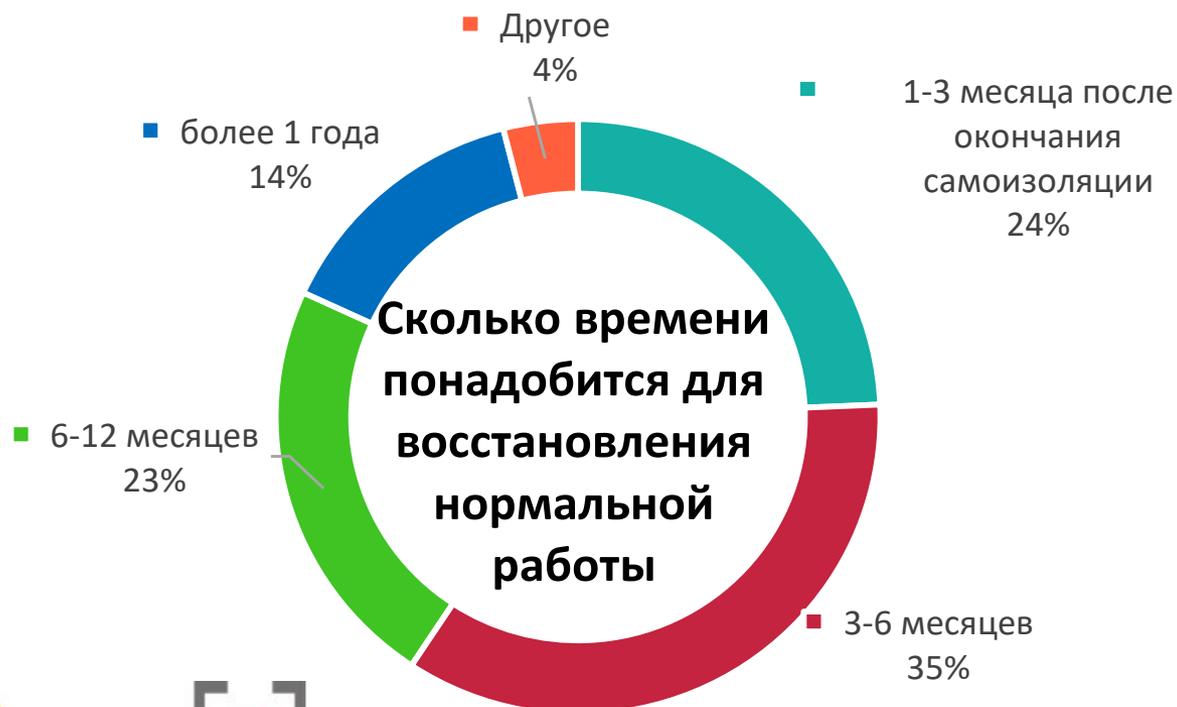
Как вы решали возникшие проблемы с поставщиками?



51% опрошенных ждут окончания режима самоизоляции для решения проблем с поставщиками

Перспективы и господдержка

Перспективы



59% опрошенных считает, что период восстановления до нормальной работы займет **до полугода**.

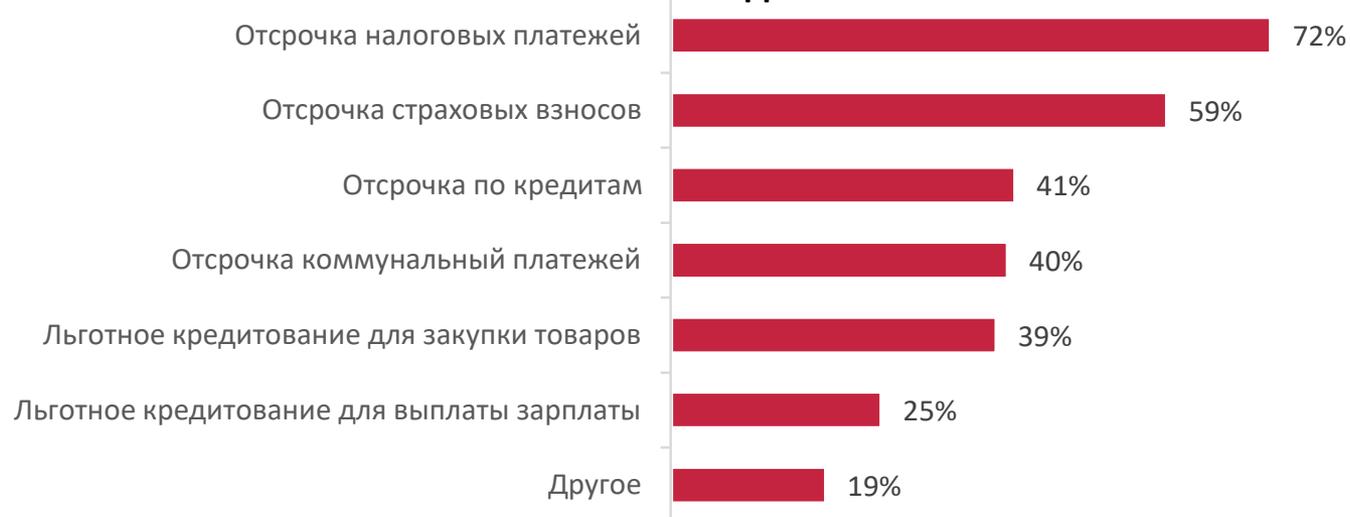
Перспективы



67% опрошенных при продлении режима самоизоляции смогут просуществовать не более 2 месяцев.

Меры господдержки бизнеса

Какими мерами поддержки государства вы бы воспользовались, если бы они были введены?



Наиболее востребованные среди мебельщиков меры господдержки - Отсрочка налоговых платежей и отсрочка страховых взносов.

Контактная информация



ООО «МИР». Мебель Инвестиции Ритейл



Санкт-Петербург

График работы: пн-пт 9:00-18:00, время московское



8 800 333-07-54 бесплатно по России

8 812 425-60-34



8 981 986-64-99 WhatsApp



mirconsalt.ru



ООО «Экспресс-Обзор»



Москва



+7 495 961-65-40

info@e-o.ru



e-o.ru



Копирование, распространение, а также публикация этого документа или его части в любых целях запрещены без письменного разрешения «Экспресс-Обзор» и «МИР».

Представленные в данном отчете данные носят исключительно ознакомительный характер. Содержащаяся в настоящем отчете информация была получена из источников, которые, по мнению «Экспресс-Обзор» и «МИР», являются надежными, однако «Экспресс-Обзор» и «МИР» не гарантируют точности и полноты информации для любых целей. Все мнения и оценки, содержащиеся в настоящем отчете, отражают мнение авторов на день публикации. «Экспресс-Обзор» и «МИР» не несут ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в настоящем отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации.

