АО «Райффайзенбанк»

20 мая 2020

**Личностный рост, комедии и курсы SMM: что читали, смотрели и изучали россияне на самоизоляции**

ЛитРес, MyBook, Okko, Skyeng, Нетология и Райффайзенбанк выяснили, насколько чаще россияне стали пользоваться различными онлайн-сервисами во время самоизоляции, и какой контент интересовал их больше всего. MyBook и ЛитРес зафиксировали двукратный рост числа пользователей в апреле-мае по сравнению с мартом. Самыми популярными были книги по психологии, мировой экономике и фантастическая литература. Аудитория онлайн-кинотеатра Okko выросла на 40%, россияне смотрели фильмы о вирусах, комедии и сериалы. Нетология и Skyeng зафиксировали рост интереса к онлайн-образованию. Так, количество регистраций в Нетологии в марте увеличилось на 345%, а к изучению английского языка в эти месяцы возвращалось в 2-3 раза больше студентов, чем прогнозировал Skyeng. Рост популярности онлайн-образования отмечает и Райффайзенбанк — в апреле 2020 года расходы клиентов в этой категории выросли на 22%, а количество операций — на 90%.

**Рост спроса на электронные и аудиокниги**

Статистика крупнейшего сервиса электронных и аудиокниг в России и странах СНГ ЛитРес подтверждает интерес россиян к литературе в период самоизоляции. Прирост новых покупателей во время карантина составил в среднем 52% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Высокие показатели — во многом результат сразу нескольких промо-предложений. Так, в апреле от издательской группы «Эксмо-АСТ» была подготовлена специальная коллекция, в которой книги были доступны со скидкой до 50%. Что касается жанров, то наибольшим интересом пользовались книги о мировой экономике (+129%), фантастике (+84%), сексе (+80%) и популярной психологии (+77%), наименьшим — произведения бизнес-тематики (в среднем -7-8%), а также путеводители (-48%).

Пользователи крупнейшего книжного сервиса по подписке **MyBook** за время карантина стали в 3,5 раза активнее добавлять к себе в аккаунт книги и начинать их чтение и прослушивание, чем в прошлом году. Во многом это результат акции, проведенной сервисом: с 17 марта по конец апреля по промокоду STAYHOME все желающие могли получить месяц подписки бесплатно. Из всех, кто воспользовался промокодом, 64% — новые пользователи. В целом пользователей MyBook за период карантина стало на 194% больше (по количеству регистраций) в сравнении с аналогичным периодом прошлого года, а выручка выросла почти в 2 раза. По сравнению с аналогичным периодом 2019 года вырос спрос на книги по психологии и личностному развитию, тогда как в прошлом году в это время лидировали зарубежная и классическая литература. Среди самых читаемых произведений — «НИ СЫ. Восточная мудрость, которая гласит: будь уверен в своих силах и не позволяй сомнениям мешать тебе двигаться вперед», Джен Синсеро; «Unfu\*k yourself. Парься меньше, живи больше», Гэри Джона Бишопа; «Тонкое искусство пофигизма», Марка Мэнсона.

**Фильмы об эпидемиях, комедии и live-трансляции**

В апреле смотрение в одном из крупнейших легальных онлайн-кинотеатров **Okko** выросло на 90%, а количество посетителей увеличилось примерно на 40% по сравнению с мартом. В первые две недели самоизоляции наблюдался небольшой всплеск интереса к фильмам об эпидемиях: чаще всего смотрели драму Стивена Содерберга «Заражение» и документальный фильм «Эпидемия коронавируса». Но тренд быстро сошёл на нет, и люди стали обращаться к развлекательному контенту. Причём речь идёт не только о фильмах и сериалах, но и о live-трансляциях шоу рок- и поп-исполнителей. Каждый из концертов, представленных в рамках проекта Okko и Сбербанка «Шоу ON!», в среднем получал от 3,5 до 4,5 миллионов просмотров. Топ самых популярных сериалов апреля возглавляют «Содержанки», «257 причин, чтобы жить» и «Мир Дикого Запада», а в майские праздники в топе зрительского смотрения оказались новые сериалы Okko Studios – «Нагиев на карантине» и «Все вместе».

**Курсы по интернет-маркетингу и SMM — на пике популярности**

В период карантина образовательная компания **Нетология** предоставляла скидку до 40% на многие платные курсы, а также открыла бесплатный доступ к ряду видеокурсов по промокоду STAYHOME. За период действия акций им воспользовались 40% всех пользователей. Количество регистраций с начала карантина выросло на 345% в марте, в апреле рост составил 112% по сравнению с периодом до карантина. Чаще всего россияне хотели освоить профессии интернет-маркетолога, SMM-менеджера, тестировщика и веб-дизайнера. Интересно, что за период карантина число пользователей в возрастной категории 45-54 увеличилось на 104%, аудитория 35-44 приросла на 80%, на третьем месте по динамике пользователи в возрасте 18-24 — этот сегмент вырос на 77%.

**Школа уходит в онлайн**

К началу учебной четверти компания **Skyeng** совместно с АО "Издательство "Просвещение" запустила новый продукт — интерактивную рабочую тетрадь Skysmart, которая помогает учителям 1–11 классов и их ученикам бесплатно продолжать обучение по основным школьным предметам и готовиться к ОГЭ и ЕГЭ, не выходя из дома. При этом задания на сервисе проверяются автоматически, что экономит время не только учителей, но и родителей, которые вынуждены были вручную фотографировать и отправлять учителям домашние задания детей. За месяц существования тетради ею воспользовались 78 233 учителей и 1 516 142 учеников, было выполнено 6 738 596 заданий, и эти числа ежедневно увеличиваются. Что касается онлайн-уроков английского языка, то спрос на них также вырос. В этом году все весенние месяцы к обучению возвращалось в 2-3 раза больше студентов, чем прогнозировал Skyeng. Новые пользователи, в свою очередь, быстрее принимали решение о покупке: обычно срок принятия решения — около недели, сейчас — 3-5 дней. Так же вырос запрос на срочный старт занятий «готовы начать уже завтра». В обычной жизни старт обучения может откладываться на неделю-другую.

**Интерес растет, а расходы снижаются**

Количество россиян, использующих контентные сервисы в период самоизоляции, заметно выросло, но их расходы снизились. Об этом свидетельствует статистика **Райффайзенбанка**. Расходы в категории кино сократились на 75%, а в категории книги – на 42%. Исключение составило онлайн-образование, где общие траты выросли на 22%, а количество операций на 90%. Это говорит о том, что пользователи предпочитали бесплатные промо-предложения и акции от контент-платформ. При этом книги покупали все-таки больше — средний чек в этой категории увеличился на 41% и составил 1042 рубля.

«Интерес к онлайн-образованию заметно вырос этой весной, равно как и к покупке книг онлайн. Снижение среднего чека на онлайн-образование связано с запуском сервисами программ лояльности для своих клиентов. А вот средний чек при покупке книг растет — и в связи с интересом к электронным изданиям, и из-за роста онлайн-заказов печатных книг, когда клиент покупает сразу несколько позиций. Большой плюс в том, что оплатить такой заказ можно онлайн – это просто и безопасно, к тому же отсутствует комиссия. Онлайн-образование, книги и фильмы помогают многим сохранять элементы привычной жизни на самоизоляции», — отметил Максим Степочкин, руководитель управления некредитных продуктов Райффайзенбанка.

\*\*\*

Райффайзенбанк является дочерней структурой Райффайзен Банк Интернациональ АГ. Райффайзенбанк – один из самых надежных российских банков, который создает финансовые решения для частных и корпоративных клиентов, резидентов и нерезидентов Российской Федерации. Согласно данным «Интерфакс-ЦЭА», Райффайзенбанк занимает 10-е место по размеру активов по итогам 1 квартала 2020 года, 7-е по объему средств частных лиц и 10-е по объему кредитов для частных лиц. По данным журнала Forbes, Райффайзенбанк признан самым надежным банком в России в 2020 году.

Райффайзен Банк Интернациональ АГ является ведущим корпоративным и инвестиционным банком на финансовых рынках Австрии и в странах Центральной и Восточной Европы. В Центральной и Восточной Европе Райффайзен Банк Интернациональ представлен на 13 рынках и предоставляет широкий спектр финансовых услуг, включая лизинг, управление активами и сопровождение сделок по слиянию и поглощению. Более чем 47 000 сотрудников обслуживают 16,8 млн клиентов более чем в 2 000 подразделениях, основная часть которых расположена в странах Центральной и Восточной Европы. Акции Райффайзен Банк Интернациональ зарегистрированы на Венской фондовой бирже.