

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2018 / № 7

05 Февраля 2018 - 11 Февраля 2018

В выпуске:

Россия:

Юла запустила продажу автомобилей

Одноклассники запускают онлайн-биржу услуг

Яндекс.Такси и Uber закрыли сделку по объединению бизнесов

ФАС все требовательнее к онлайн-торговле

Московский зоопарк запустил онлайн-магазин

Юлмарт не вернулся в Поволжье

Логистический центр Почты России открылся в Казани

ВТБ инвестирует 30 млрд рублей в Почту России

Количество отправок IML увеличилось на 52% в 2017 году

Почта России запустила выдачу посылок по электронной подписи

Aliexpress запустил в России новый бренд "Лоукостер"

Data Insight в Telegram

Fasten, Яндекс.Такси и Uber, Maxim и Gett заняли 33% рынка такси-перевозок

Федор Вирин о динамическом ценообразовании и сборе данных.

Весь мир:

WhatsApp тестирует собственную платежную систему

eBay меняет платежную систему PayPal на Adyen

Росздравнадзор сможет делать контрольные закупки лекарств в Сети

Amazon тестирует собственную доставку в Лос-Анджелесе

Twitter вышел на прибыль впервые за 12 лет

В мобильной выдаче Google появится бронирование отелей и авиабилетов

Google покажет рекламу в интернете сразу после теле-ролика

Google Adwords сертифицирует реселлеров билетов

Подарки ко Дню Влюбленных стали практичнее

17% мировой аудитории старше 15 лет покупает онлайн

70% европейцев покупают товары онлайн

Кейс:

Голосовой помощник Яндекса Алиса примет заказ пиццы

Курсы переподготовки по eCommerce в России

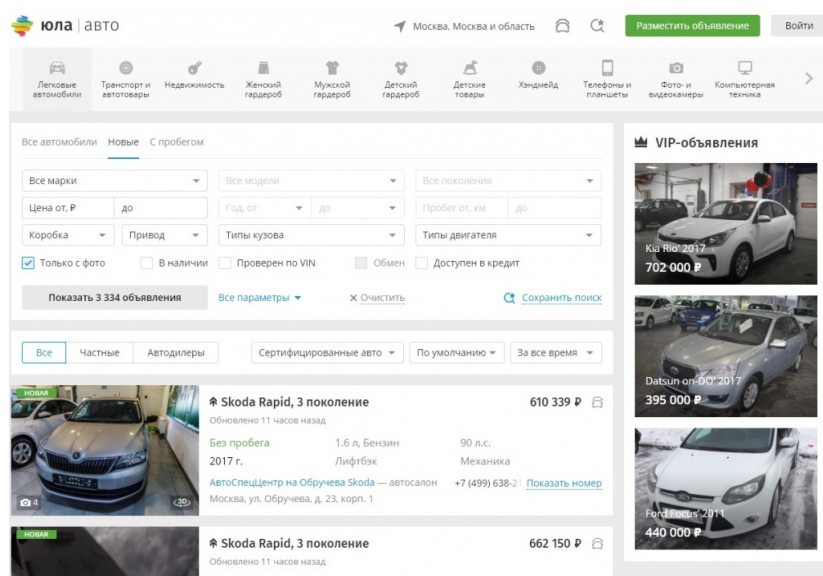
Конференции eCommerce в мире

Юла запустила продажу автомобилей

Oborot.ru, 05.02.2018

/новость

Сервис онлайн-объявлений Юла (принадлежит Mail.Ru Group) запускает раздел для продажи автомобилей "Юла Авто". Помимо размещения самой информации о машинах и фотографий, новый сервис будет предлагать клиентам площадки бесплатную диагностику и сертификацию, а также оформление и выдачу кредитов по упрощённой схеме. Партнёрами проекта, обеспечивающими эти направления, стали CarPrice и "Сетелем Банк".



Юла Авто будет базироваться на основе приобретенного Mail.ru Group за \$10 млн в прошлом году у Rambler&Co сервиса Am.ru. Наряду с направлениями "Недвижимость" и "Новые продукты" Юла Авто войдет в новое подразделение "Юла Вертикали", которое возглавит Олег Голубцов, управлявший Am.ru еще до того, как сервис купили у Rambler&Co.

По подсчетам компании, на момент запуска на площадке Юла Авто опубликовано

порядка 300 тысяч объявлений. Для сравнения, у конкурентов – Avito – почти 725 тысяч постов в этой тематике, у "Авто.ру" — 566 тысяч, у Drom.ru — более 467 тысяч.

Сервис объявлений Юла был открыт в августе 2016 года. На сегодняшний день аудитория площадки выросла до 22 млн пользователей. Юла зарабатывает на размещении и продвижении объявлений. К концу прошлого года, по итогам первого месяца монетизации Юлы, дневная выручка ресурса составила 2 млн рублей.

Источник:

"Юла" открыла продажу автомобилей

Одноклассники запускают онлайн-биржу услуг

Iz.ru, 06.02.2018

/новость

Социальная сеть Одноклассники (входит в Mail.Ru Group) запускает сервис по поиску исполнителя для мелких бытовых и разовых работ. Сервис будет доступен также в виде приложения для смартфона "Пчела".



Онлайн-биржа потребительских услуг является экспериментальным проектом, выполненным стажерами для Одноклассников. "Мы регулярно тестируем новые направления и первое время после запуска "Пчелы" будем наблюдать за результатами, анализировать обратную связь", – сообщил представитель компании.

Пользователь сможет указать, какую задачу должен выполнить подрядчик (например, убрать квартиру или перевезти мебель) и за какую стоимость. На опубликованное объявление будут откликаться потенциальные исполнители. При желании они смогут предложить более низкую стоимость выполнения задания. Заказчик выберет понравившегося специалиста и согласует с ним детали работы.

Сегодня самый крупный агрегатор пользовательских услуг в России — сервис YouDo. Глава компании Денис Кутергин рассказал, что он спокойно относится к появлению новых конкурентов на таком огромном рынке, даже если за ними стоят большие корпорации. «Секрета успеха у нас нет. Мы просто стартовали чуть раньше и успели получить главный актив — экспертизу в сфере продукта и рынка», - пояснил он.

У Mail.Ru есть шансы сделать популярным любой массовый сервис, считает старший аналитик инвестхолдинга «Финам» Леонид Делицын: «эта компания обладает такими каналами распространения рекламы и услуг, как социальные сети и почта. Ее конкуренты таким преимуществом не обладают. На рост с темпами 300% рассчитывать уже вряд ли придется. Тем не менее в перспективе трех-пяти лет миллиард рублей на этом рынке Mail.Ru Group заработать может.»

Источник:

[«Одноклассники» запускают онлайн-биржу потребительских услуг](#)

Яндекс.Такси и Uber закрыли сделку по объединению бизнесов

Tass.ru, 07.02.2018

/новость

Яндекс.Такси и Uber закрыли сделку по объединению бизнесов онлайн-заказа такси в России и соседних странах в составе новой компании. Они инвестировали в компанию около \$335 млн.



"На момент закрытия сделки Uber и "Яндекс" инвестировали в новую компанию соответственно \$225 млн и \$100 млн", - уточнили в Яндекс. В результате на балансе компании находится \$400 млн денежных средств. Компания на базе Яндекс.Такси и Uber оценивается свыше чем в \$3,8 млрд.

Контроль над бизнесом получает Яндекс - ему принадлежит 59,3%, Uber получил 36,9%. Остальные 3,8% будут принадлежать сотрудникам компании. Согласно

заявлению, генеральным директором объединенной компании стал Тигран Худавердян, ранее занимавший пост главы Яндекс.Такси. В состав совета директоров вошли три представителя от Uber и четыре представителя от Яндекс. Сервисы доставки еды UberEATS и Foodfox также перейдут в объединенную компанию, уточнили в Яндекс.

В компании напомнили, что мобильные приложения Яндекс.Такси и Uber продолжат быть доступными для пользователей. В свою очередь таксопарки и водители перейдут на единую технологическую платформу. "Интеграция будет поэтапной и займет несколько месяцев. Обо всех изменениях мы будем информировать дополнительно. В ближайшее время оба сервиса для водителей продолжат работать так же, как и раньше", - прокомментировал руководитель пресс-службы Яндекс.Такси Владимир Исаев.

Инвесторами объединенной компании планируют стать партнеры Российского фонда прямых инвестиций, которые собираются вложить десятки миллионов долларов, говорил глава РФПИ Кирилл Дмитриев. По его словам, Российско-китайский инвестиционный фонд также может выступить инвестором совместного предприятия компаний.

Источник:

["Яндекс.Такси" и Uber закрыли сделку по объединению бизнесов в России и ряде стран](#)

ФАС все требовательнее к онлайн-торговле

Kommersant.ru, 09.02.2018

/новость

Вскоре на российском рынке интернет-торговли могут существенно измениться правила игры. Федеральная антимонопольная служба (ФАС) России разработала пятый антимонопольный пакет поправок к законодательству. И он почти полностью направлен на регулирование онлайн. Также чиновники попытаются закрепить свое право регулировать деятельность в России международных интернет-компаний.

Одна из главных идей пакета – для злоупотребления конкуренцией в Интернете не обязательно занимать монопольную долю на рынке какого-либо товара. Иногда достаточно поставить себе на пользу "ценовые алгоритмы" и "сетевые эффекты". Ранее таких понятий в отечественном законодательстве вообще не было.

Замглавы ФАС Сергей Пузыревский рассчитывает, что антимонопольный пакет будет внесен в правительство в течение весны 2018 года. Проект уже отправлен в целый ряд отраслевых ассоциаций. Предложения поддерживают в первую очередь малые и средние компании.

Поправки вводят в законодательство понятие "сетевого эффекта". Сетевой эффект – это получение экономических преимуществ от количества пользователей торговой платформы, в том числе за счет сбора и обработки данных. Сетевой эффект может стать основанием для признания компании доминирующей на рынке, даже в том случае, если она занимает меньше 35% в своей нише. И это непосредственно может коснуться таких платформ, как, например, Яндекс.Маркет.

Ужесточится согласование крупных сделок, предписания ФАС к которым придется строго соблюдать, особенно иностранным компаниям.

В законодательство предлагают ввести еще один термин «ценовой алгоритм». Это софт, с помощью которого компании могут мониторить цены на рынке или участвовать в торгах.

Использование ценовых роботов станет обстоятельством, отягчающим административную ответственность при злоупотреблении доминирующим положением, манипулировании ценами и при других нарушениях. Например, ФАС уже сейчас [готовится наказывать](#) за использование "ценовых роботов" ООО "ЛГ Электроникс РУС", российского филиала южнокорейской компании LG.

Источник:

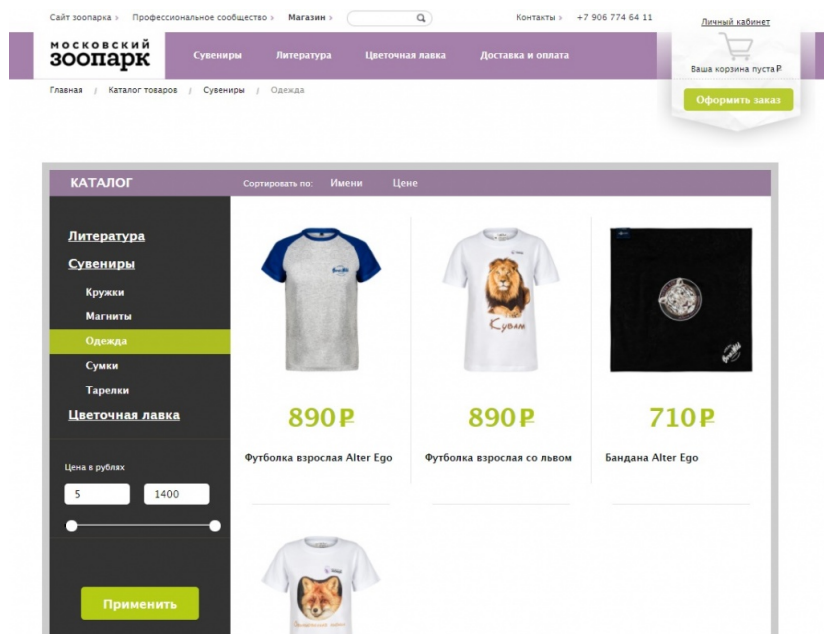
[Укрощение цифровых платформ](#)

Московский зоопарк запустил онлайн-магазин

Е-repper.ru, 08.02.2018

/новость

У Московского зоопарка открылся собственный онлайн-магазин. Он доступен по адресу Moscowzoo.ru/shop/, сообщается на странице зоопарка в социальной сети [ВКонтакте](#).



В магазине можно приобрести тематические сувениры, подарки, книги, украшения, экологичную коллекцию одежды и даже экзотические комнатные растения, которые были выращены в оранжерее зоопарка.

"Совершая покупки в нашем магазине, вы делаете свой вклад в будущее природы, ведь полученные средства идут на содержание спасенных и конфискованных животных", - говорят в магазине.

Ранее в зоопарке действовали только сувенирные лавки на

территории учреждения. Там с весны 2017 года продаются VR-очки, с помощью которых можно посмотреть панорамные ролики о животных с эффектом присутствия, которые снимает сам зоопарк. Доступны фильмы о выдрах, фламинго, журавлях, енотах, мангустах и о рогатом вороне.

Источник:

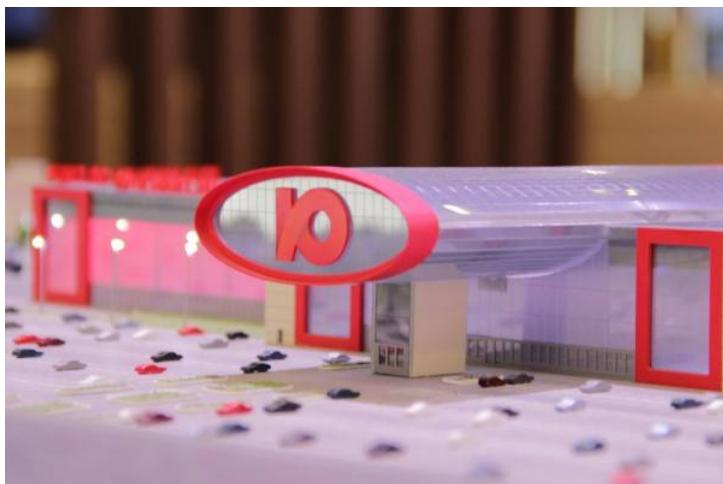
[У Московского Зоопарка появился онлайн-магазин](#)

Юлмарт не вернулся в Поволжье

Realty.interfax.ru, 08.02.2018

/новость

Интернет-ритейлер Юлмарт так и не открыл закрытые на модернизацию торговые объекты в регионах Поволжья. В конце прошлого года, в самый пик предновогодних продаж, в пресс-службе рассказали, что закрыли свои региональные магазины на "плановую инвентаризацию". Они обещали вернуть продажи после окончания "новогодних каникул". Теперь компания планирует возобновить работу в Поволжье в этом году.



В целом в Самаре, Саратове, Нижнем Новгороде и Казани закрыты шесть центров исполнения заказов и все пункты выдачи заказов "Юлмарт.Outpost".

В пресс-службе отметили, что реализация программы сокращения издержек подразумевает временное закрытие объектов на модернизацию с последующим возобновлением работы после выполнения необходимых мероприятий. При этом объекты, формат которых не соответствует стратегии развития

Юлмарта, будут закрыты окончательно. Вместо них в регионе компания запустит отделения малого формата, кроме того, ритейлер будет работать через партнерские пункты выдачи заказов.

«Юлмарт восстановит работу в регионе, начав с объектов малого формата: партнерских пунктов выдачи заказов и пунктов Юлмарт.Outpost. В целом в компании будут работать всего более 300 пунктов вывоза, а также центры исполнения заказов», - добавили в пресс-службе.

Как сообщалось ранее, в 2016 году начался конфликт между акционерами "Юлмарта" Михаилом Васинкевичем с одной стороны и Дмитрием Костыгиным и Августом Мейером с другой. Его основная причина - разница подходов к развитию бизнеса в условиях, когда компании требовались средства. Фондам А.Мейера и Д.Костыгина принадлежит порядка 60% в Ulmart Holding Limited, компании Donna Union Foundation (контролируется М.Васинкевичем - ИФ) - около 40%.

Источник:

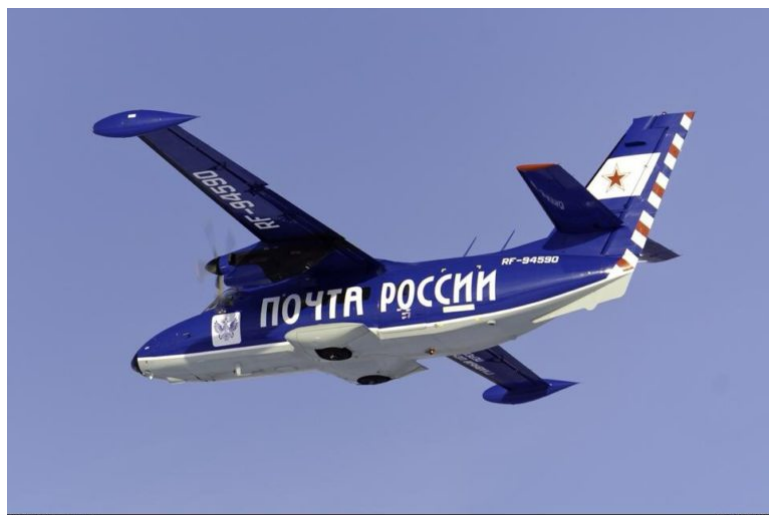
["Юлмарт" закрыл на модернизацию все торговые точки в Поволжье](#)

Логистический центр Почты России открылся в Казани

Realnoevremya.ru, 05.02.2018

/новость

Новый логистический центр Почты России открылся в Казани. Стоимость логотарпа составила около 4 млрд рублей.



Центр будет обслуживать около 12 млн жителей сразу шести регионов России: теперь все товары, заказанные жителями Татарстана, Марий Эл, Чувашии, Удмуртии, Самарской и Ульяновской областей, будут приходить не в Москву, а в Казань.

Расположение логистического центра на территории международного аэропорта Казани позволит сократить время транспортировки почтовых отправлений, повысить скорость обработки входящей и исходящей

почты, а также сократить время доставки отправлений до адресатов. Мощности нового логистического центра позволят обрабатывать до 1,2 млн отправлений в сутки. Объем международных отправлений вырос в 15 раз за последние 5 лет и будет расти, несмотря на снижение лимита беспошлинного ввоза.

В международном аэропорту "Казань" уже приняли первый самолёт с посылками из китайских интернет-магазинов для жителей региона.

Источник:

[Окно в Китай: в Казани открыли логотарп «Почты России» за 4 миллиарда](#)

ВТБ инвестирует 30 млрд рублей в Почту России

Kremlin.ru, 06.02.2018

/новость

ВТБ собирается инвестировать около 30 млрд рублей в создание 40 логистических распределительных центров Почты России.



О планах рассказал председатель правления банка Андрей Костин на встрече с Путиным: «Наше взаимодействие с Почтой России не ограничивается только «Почта Банком». Хотел бы предложить наши новые инициативы, которые сейчас мы начали внедрять, – это создание современной общероссийской высокотехнологичной логистической платформы для интернет-торговли. Не секрет, что интернет-торговля сейчас развивается очень активно. Мы готовы инвестировать 30 миллиардов рублей для строительства 40 современных логистических распределительных центров почты, которые будут работать как для почты, так и для интернет-торговли».

Параллельно ВТБ ведет переговоры и с возможными иностранными участниками, в частности из Китая. В течение ближайших двух-трех лет проект планируют реализовать.

Источник:

[Встреча с президентом – председателем правления Банка ВТБ Андреем Костиным](#)

Количество отправок IML увеличилось на 52% в 2017 году

Retail-loyalty.org, 07.02.2018

/новость

За 2017 год сеть логистического оператора IML увеличилась в 2,5 раза, и сейчас составляет более 600 пунктов выдачи по всей России. География внутрироссийской курьерской доставки выросла в 2 раза. По сравнению с 2016 годом количество отправок увеличилось на 52%.



Драйвером роста стали регионы, которые сфокусировались на локальных интернет-магазинах, внутри-региональной доставке и обратном трафике из региона в мегаполисы, поднявшие основные финансово-логистические показатели в 2,5 раза относительно 2016 года. Наиболее активно в 2017 году развивался Южный федеральный округ.

В 2017 году, помимо расширения географии доставки, IML уделил большое внимание выводу новых логистических продуктов и сервисов, а также улучшению их качества. Для удобства клиентов, в Москве была введена доставка по городу «День-в-День» и доставка в течение одного дня по Центральному федеральному округу. Были запущены новые собственные магистрали по направлениям Урал и Юг России. В 2017 году все курьеры компании были оснащены мобильными планшетами и mPOS-терминалами, что открыло новые возможности для приема оплаты заказов.

В 2017 году логистический оператор IML отметил десятилетие работы на рынке комплексной логистики для интернет-магазинов.

«В ближайшем будущем планируется расширить продуктовую линейку и вывести на рынок услугу доставки крупногабаритных отправок, востребованную среди продавцов детских товаров, DIY, бытовой техники. Мы собираемся сфокусироваться на дальнейшем развитии онлайн сервисов как для интернет-магазинов, так и для конечных потребителей. К концу 2018 компания планирует расширить географию покрытия до 82% всего городского населения России» - рассказал CEO компании IML Геннадий Ольшанский.

Источник:

[IML увеличила свою сеть пунктов выдачи в 2,5 раза](#)

Почта России запустила выдачу посылок по электронной подписи

Kommersant.ru, 05.02.2018

/новость

Почта России запустила выдачу посылок по электронной подписи. Заказные письма и посылки, не требующие оплаты, будут выдаваться получателям в отделениях Почты России без бумажных квитанций. Интернет-покупателю будет достаточно только сообщить код, высланный госоператором в SMS-сообщении.



Чтобы получать такие сообщения, россиянам всё-таки придётся ещё раз посетить почтовое отделение и заполнить регистрационную форму с указанием данных паспорта и номера мобильного телефона для связи. Пока что нововведением могут пользоваться только жители столицы. Но к началу лета услуга будет распространена и на другие регионы нашей страны.

Сервис тестировался пять месяцев в девяти московских отделениях. По словам замгендиректора предприятия по посылочному бизнесу Сергея Малышева, новая система позволила сократить выдачу посылок в пять раз.

Источник:

[«Почта России» оцифровала квитанции](#)

Aliexpress запустил в России новый бренд "Лоукостер"

Rbc.ru, 05.02.2018

/новость

С 5 февраля, китайская торговая площадка AliExpress запустит в России новый суббренд — «Лоукостер». Это дискаунтер, который специализируется только на товарах стоимостью до 600 рублей. На такие категории сейчас приходится примерно 6 из 20 популярных запросов на AliExpress. Новый формат был разработан специально для России и фактически станет здесь третьим брендом Alibaba Group — после AliExpress и Tmall.



Новый бренд рассчитан в первую очередь на молодую «малобюджетную» аудиторию, поэтому сначала его запустят в мобильном приложении AliExpress — его основную аудиторию составляют именно пользователи до 25 лет. Кроме того, новый канал ориентирован на тех, кто еще никогда не делал покупки на площадке.

Источник:

[AliExpress запустит в России новую площадку с товарами до 600 руб](#)

Data Insight в Telegram

Datainsight.ru, 06.02.2018

/НОВОСТЬ

У исследовательского агентства [Data Insight](#) есть канал в Telegram!



Мы создали [канал в Telegram](#) специально для того, чтобы вы получали информацию о новых исследованиях и акциях, успешных кейсах, тенденциях и трендах рынка интернет-торговли в режиме онлайн!

Для того чтобы подписаться на наш канал, достаточно иметь аккаунт в Telegram, набрать в поиске "Data Insight" или просто перейти по [ссылке](#)

Мы есть и в социальных сетях!

Fb: <https://www.facebook.com/DataInsight/>

VK: https://vk.com/data_insight

Источник:

[Пресс-релизы компании](#)

Fasten, Яндекс.Такси и Uber, Maxim и Gett заняли 33% рынка такси-перевозок

Ac.gov.ru, 06.02.2018

/исследование

Агрегаторы заказов и диспетчерские службы такси: Fasten, Яндекс.Такси и Uber, Maxim и Gett заняли 33% рынка такси-перевозок. Об этом говорится в исследовании аналитического центра при Правительстве России. С дальнейшим ростом проникновения мобильного интернета, как в малых, так и в средних городах России, число онлайн-заказов будет только расти, считают эксперты. Поездки на такси становятся более доступными для населения и более привлекательными по отношению к другим видам общественного транспорта, что снижает нагрузку на них. Так, средняя стоимость поездки по Москве с 2014 по 2017 год снизилась почти на 35%, время подачи снизилось с 10 до 4-5 минут.

Количество официально занятых в отрасли Такси на 2017 год составляет 584 тысяч человек, при этом в течение года в этой сфере временно работало еще порядка 117 тысяч, что в сумме дает порядка 700 тысяч работников, связанных со сферой такси. Относительно 2015 года число водителей растет на 25% ежегодно – по данному показателю рынок такси опережает многие традиционные сектора малого и среднего бизнеса.

В целом по стране доля водителей, для которых работа в такси является неосновным видом деятельности, составляет 40%.

Рынок такси выстраивается вокруг цифровых платформ, которые оказывают на него существенное влияние. При этом важным элементом конкурентоспособной цифровой экономики является адекватное регулирование. В частности, для более четкого введения цифровых платформ в правовое поле необходимо введение безбумажного учета и цифровых средств контроля.

Крупные игроки рынка самостоятельно предпринимают шаги по усилению безопасности поездок своих пассажиров. Так, у Яндекс. Такси, Такси Максим, Wheely существуют программы страхования, которые позволяют обеспечить страхование водителей и пассажиров в случае ДТП без увеличения тарифа на поездки.

Дальнейшее развитие отрасли эксперты связывают с цифровизацией средств контроля и развитием самозанятости.

Источник:

[Рынку такси нужна цифровизация](#)

Федор Вирин о динамическом ценообразовании и сборе данных.

Kommersant.ru, 09.02.2018

/мнение

Партнер аналитического агентства [Data Insight](#) Федор Вирин рассказал о динамическом ценообразовании и о сборе данных.

Опытные путешественники знают, что лучшее время для покупки авиабилетов — ночь со вторника на среду, именно в этот момент можно поймать самый дешевый билет. А внимательные покупатели заметят, что один и тот же билет утром и вечером может различаться в цене на пару сотен рублей. Совсем внимательные отметят, что тот же самый билет стоит по-разному, если его искать на планшете или в компьютере. Все это называется динамическим ценообразованием. И в основе его лежат данные.

Например, данные о том, что если утром человек только ищет билет, то вечером он готов его купить и будет менее чувствителен к цене. Или данные о том, что пользователи планшетов готовы покупать чуть дороже, чем пользователи ноутбуков. Когда мы обрабатываем миллионы и десятки миллионов записей о пользовательском поведении, результаты достаточно однозначны. Преимущество в том, что при анализе больших данных нет необходимости анализировать ответы: если мы знаем, что пользователь планшета готов потратить на билет на 200 руб. больше, то не надо понимать почему — мы просто продадим билет дороже. Точно так же наличие собаки в семье увеличивает количество потребляемого кофе, что может поставить в тупик исследователя, но при управлении на основе данных нас это не волнует — достаточно дать скидку на кофе покупателям собачьего корма.

Данные и методы их обработки — самое важное, что сейчас происходит в ритейле. Часть этих данных была всегда, часть появилась совсем недавно, но, безусловно, за последние несколько лет технологии резко упростили их сбор и обработку.

Построенные на основе собранных данных модели позволяют очень точно управлять ценами (а в интернет-магазине еще и индивидуально для каждого клиента), что дает существенный прирост прибыли. Динамическое управление ценами позволяет увеличить цену для покупателей, которые нечувствительны к цене, или предоставить небольшую скидку там, где цена важна. По мере совершенствования технологий преимущество такого управления ценами только растет. Когда компания понимает это, начинается гонка за данными, как внутренними (собираемыми внутри компании), так и внешними (приобретаемыми у поставщиков). По числу запросов на консалтинг мы видим огромный интерес клиентов к построению систем данных.

Чем крупнее по числу магазинов и покупателей компания и чем активнее она использует онлайн-канал, включая мобильные устройства, тем больше данных она может собрать, тем более эффективной будет ее работа. Это означает, что крупные компании выигрывают в этой гонке не только за счет количества денег, которые они могут инвестировать в развитие технологий, но также за счет доступа к принципиально большому объему данных. В условиях ужесточения законов о защите пользовательских данных (что происходит во всем мире) это преимущество будет только расти, потому что для сетевой компании эти данные являются своими, а следовательно, их обработка менее зарегулирована.

И именно поэтому важнейшим конкурентным преимуществом ритейла сегодня является ИТ-инфраструктура, связывающая воедино процессы и потоки, и, конечно, аналитическая система поверх этой инфраструктуры, поставляющая взаимосвязанные данные для управления компанией. Превращаясь в компании, управляемые данными (data-driven company), ритейл (особенно сетевой) меняется в очень большой степени, а вслед за этим существенно меняется и весь ландшафт розничной торговли.

Источник:

[Цена вопроса](#)

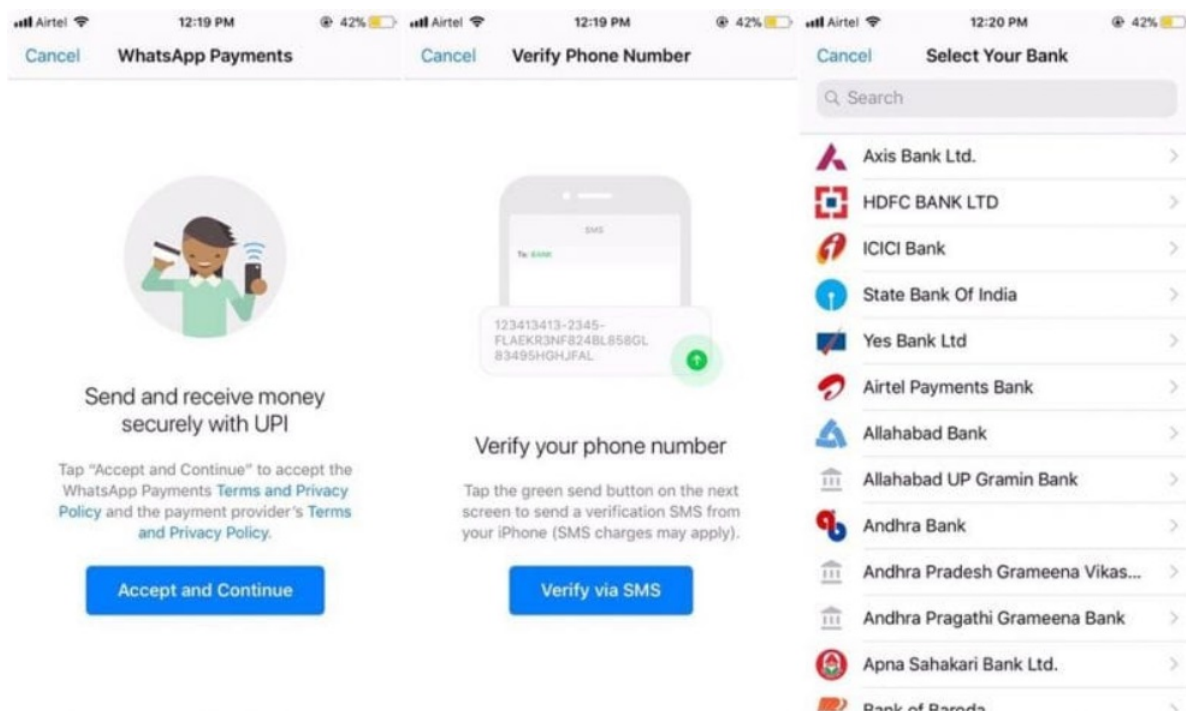
Весь мир:

WhatsApp тестирует собственную платежную систему

Telecomtalk.info, 09.02.2018

/новость

Мессенджер WhatsApp запустил тестирование своей платежной системы под названием WhatsApp Pay. С помощью нового сервиса пользователи популярного мессенджера смогут оплачивать услуги и покупки через смартфон.



Известно, что функция уже доступна в бета-версии приложения для смартфонов на базе iOS и Android в Индии. При этом денежные переводы возможны исключительно между кошельками WhatsApp Pay. Разработчики намерены снять это ограничение, чтобы платежная система могла взаимодействовать и с другими сервисами.

Компания уже заключила партнерские контракты с ведущими банками Индии. К примеру, пользователи получили возможность синхронизировать платежную систему мессенджера со своей банковской картой.

Источник:

[WhatsApp Pay Service Now Available for Select Users on Android and iOS Platforms in India](#)
[WhatsApp тестирует собственную платежную систему](#)

eBay меняет платежную систему PayPal на Adyen

Ebayinc.com, 05.02.2018

/новость

Интернет-аукцион eBay подписал соглашение с нидерландской компанией Adyen, которая предоставит маркетплейсу основной платежный сервис. В eBay объясняют этот ход желанием сделать сервис более удобным для покупателей и продавцов, в том числе и в плане издержек.



Система PayPal перестанет быть основным сервисом интернет-аукциона. Договор между компаниями был подписан до 2020 года. eBay и PayPal согласовали условия, на которых старая платежная система будет оставаться одним из вариантов, который сможет выбрать клиент вплоть до июля 2023 года.

В eBay пояснили, что для них наибольшим приоритетом является удобство покупателей и продавцов. Учитывая, что компания работает сейчас на 190 местных рынках, для нее очень важна локализация. В частности, возможность платить в местной валюте и пользоваться местными банковскими картами или удобными на местных рынках способами расчета.

Также в eBay обещают, что с переходом на новую платежную систему у продавцов появится много других преимуществ, к примеру, упрощенная структура ценообразования и легкий доступ к собственным средствам. Также маркетплейс планирует собрать всю информацию для продавцов в одном месте, чтобы тем было удобнее управлять всеми своими транзакциями и расчетами с клиентами. Для этого продавцам не нужно будет менять свои аккаунты на eBay. Пароли-логины и все прочее останется прежним, разве что появятся модернизированные информационные панели и более технологичная отчетность о всех платежах.

Предлагая покупателям больше вариантов оплаты, в eBay полагают, что таким образом привлекут больше пользователей и улучшат конверсию. Adyen уже сотрудничает с рядом ведущих мировых площадок (Facebook, Netflix, Spotify, Airbnb, Uber) и обладает легко масштабируемой платформой. Платежная система Adyen работает примерно со 150 валютами и предоставляет более 200 способов платежей.

Сейчас, по сведениям из разных источников, доля сделок интернет-аукциона в общем числе транзакций PayPal составляет всего лишь 13%. Тем не менее, на фоне сообщения о смене сервисов стоимость акций PayPal упала более чем на 10%.

Источник:

[eBay to Intermediate Payments on its Marketplace Platform](#)

[eBay сменит основную платежную систему](#)

Росздравнадзор сможет делать контрольные закупки лекарств в Сети

Regnum.ru, 07.02.2018

/новость

Госдума приняла в первом чтении законопроект о контрольной закупке лекарств и медуслуг. Устанавливаются случаи, когда допустимо использовать такую меру проверки.



Росздравнадзор сможет проводить контрольную закупку при проверке соблюдения установленного порядка предоставления платных медицинских услуг, а также при проверке правил торговли препаратами и медизделиями — с тем, чтобы исключить продажу фальсификата или контрафакта.

Законопроект - еще один шаг в борьбе с недоброкачественными, незарегистрированными и фальсифицированными лекарственными препаратами и медицинскими изделиями, а также

с нарушениями правил предоставления медицинских услуг, в первую очередь, платных, отметил зампред комитета Госдумы по охране здоровья Леонид Огуль («Единая Россия»).

Он указал на то, что Росздравнадзор также наделяется дополнительными контрольными полномочиями в сфере интернет-торговли.

«Дополнительные полномочия Росздравнадзора будут способствовать эффективной борьбе с нарушениями в розничной торговле медпрепаратами и предоставлении медицинских услуг в частных клиниках. И очень важно при этом исключить даже малейшую возможность для злоупотребления новыми полномочиями».

Как известно, торговля лекарствами в Интернете в России законодательно запрещена. Однако она производится, пусть и без тех оборотов, которые могли бы быть в случае легальности. Учитывая, что лекарства в Интернете продаются незаконно, никто не следит за их качеством, не проверяет происхождение.

Источник:

[Росздравнадзор сможет проводить контрольные закупки и в интернете](#)

Amazon тестирует собственную доставку в Лос-Анджелесе

Businessinsider.com, 11.02.2018

/новость

Американский интернет-ритейлер Amazon запускает собственный сервис доставки FBA Onsite, который станет прямым конкурентом United Parcel Service Inc. и FedEx Corp. Предполагается, что товары сторонних продавцов, минуя склады компании, смогут, с помощью этого сервиса, попадать непосредственно покупателям.

Amazon Online Stores Net Sales

Billions (\$), global



Уже в течение ближайших недель такой вид доставки будут развернут для компаний-партнеров Amazon в Лос-Анджелесе. Позже сервис откроется и в других городах.

Amazon фактически становится логистической службой, при этом компания обещает более выгодные цены, чем UPS и FedEx, но пока точная тарифная сетка еще неизвестна. В Amazon говорят, что система доставки FBA Onsite дает возможность партнерам компании значительно сократить затраты на программное обеспечение для логистики, инспекцию и хранение товаров. Сам Amazon сможет

увеличить ассортимент товаров, сократить сроки доставки и снизить затраты.

В перспективе руководство интернет-ритейлера планирует полностью отказаться от услуг сторонних курьерских служб. Впрочем, пока руководство компании не намерено полностью отказываться от услуг FedEx и UPS, которые перевозят большую долю заказов.

Amazon уже тестировал собственную доставку в Индии. Сейчас тестирование системы доставки осуществляется компанией на Западном побережье США. Уже в 2018 году проект будет запущен компанией на всей территории страны.

Источник:

[Amazon is launching its own delivery service to compete with UPS and FedEx](#)

Amazon запустит новый логистический сервис

Twitter вышел на прибыль впервые за 12 лет

Online.flippingbook.com, 08.02.2018 /новость

Социальная сеть Twitter отчиталась о чистой прибыли в \$91 млн в IV квартале 2017 года против убытков в \$167,1 млн в 2016 году. Ее выручка за тот же период выросла на 2% по сравнению с 2016 годом и составила \$731,6 млн. Акции компании на бирже в Нью-Йорке выросли на 30% - это наибольший рост с момента IPO в 2013 году. До этого каждый квартал компания заканчивала с убытками. Рост выручки частично обеспечили доходы от видеорекламы.

Среднее число активных пользователей в месяц по итогам квартала составило 330 млн человек, что оказалось ниже ожидаемого. В компании объяснили это борьбой со спамом и фейковыми аккаунтами.



Общая выручка за 2017 год составила \$2,4 млрд, упала на 3% по сравнению с 2016 годом. Чистый убыток по GAAP составил \$108 млн, чистая маржа 4% против 18% в 2016 году. Скорректированная EBITDA достигла \$863 млн, выросла на 15% по сравнению с предыдущим годом.

Источник:

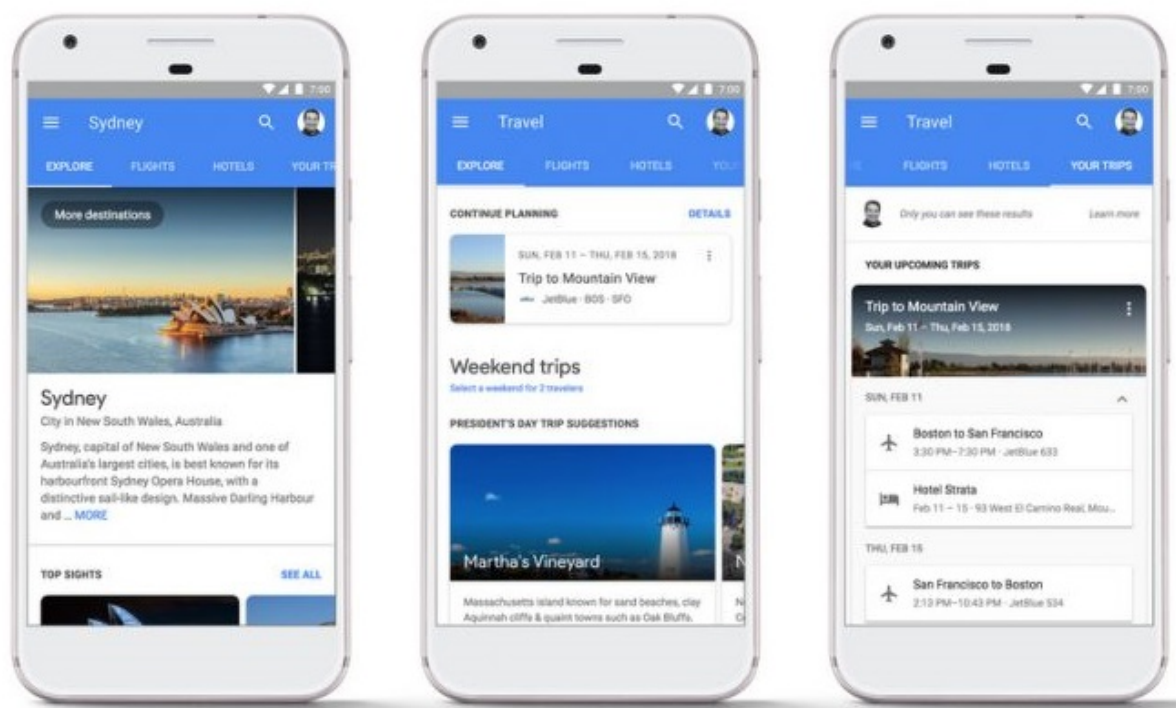
Twitter вышел на прибыль впервые за 12 лет

В мобильной выдаче Google появится бронирование отелей и авиабилетов

Blog.google, 07.02.2018 10:53:00

/новость

Google разрешит пользователям [бронировать отели и авиабилеты в мобильной версии поиска](#). Также компания усовершенствует фильтрацию цен и покажет больше дополнительной информации о жилье и удобных рейсах. При поиске конкретного города сервис позволит легко переключаться между вкладками «Полёты» и «Отели». Нажав на «Больше направлений» в левом верхнем углу экрана, пользователь сможет ознакомиться с другими персонализированными вариантами, куда отправиться во время отпуска.



Также Google добавит инструмент «Ваши путешествия», который определит и отобразит предстоящие и прошедшие поездки человека по письмам в Gmail. В компании заверили, что данные будут строго конфиденциальны — их видит только владелец учётной записи. Эту же информацию пользователи [Android](#) и [iOS](#) смогут посмотреть в автономном приложении Google Путешествия.

В ближайшие дни новые опции станут доступны «в ряде стран», однако пока неясно, будет ли среди них Россия.

Источник:

[Planning travel on the go just got easier](#)

Google покажет рекламу в интернете сразу после теле-ролика

Mediapost.com, 05.02.2018 10:33:00

/новость

Бренды смогут запускать в Google дисплейную и видеорекламу на основе триггеров и событий, которые произойдут в прямом телеэфире или в реальном мире. Например, сразу после выхода телерекламы бренда или когда игрок Superbowl заработает тачдаун. Онлайн-объявление будет показано через несколько секунд после выбранного события.



Новый инструмент доступен в системе автозакупки рекламы DoubleClick Bid Manager (DBM). В дополнение к триггерам реального времени Google создал панель управления отчетами TV Ad Explore, которая позволит покупателям цифровых медиа измерить свои ТВ-кампании наряду с диджитальными. Инструмент поможет брендам проверить эффективность объявлений и покажет, как реклама отразилась на поисковых запросах пользователей.

В дальнейшем Google планирует создать единый медиапланировщик для онлайн и телевидения. Главная цель нововведения – достроить ТВ-охват с помощью Google.

Источник:

[Google Real-Time Triggers Close Gap Between Digital And TV Advertising](#)

Google Adwords сертифицирует реселлеров билетов

Support.google.com, 06.02.2018

/исследование

Google AdWords запретит размещать рекламу билетов на мероприятия несертифицированным реселлерам. Сертифицировать продавцов будет сам поисковик. Под действие новых правил Google попадают: агрегаторы мероприятий, аукционы и торговые площадки, где возможна продажа билетов; компании, которые перепродают билеты на мероприятия. Касается это и тех фирм, которые одновременно являются и реселлерами, и исходными поставщиками билетов. Исходные поставщики, не занимающиеся перепродажей, не должны будут проходить никаких сертификаций.

Для прохождения сертификации рекламодатели должны будут указывать на своем сайте или в приложении тот факт, что они занимаются перепродажей билета и не являются исходными продавцами. Эта информация должна быть размещена в верхней части сайта (20% пространства), а точнее – на главной и на всех целевых страницах. Таким образом поисковик пытается избежать мошенничества и двусмысленных ситуаций.

Также реселлеры не смогут косвенно или прямо указывать на то, что являются исходными поставщиками, то есть использовать слова типа "официально". Запрещено будет использовать в доменном имени сайта имя исполнителя или название площадки. Например, Beyonce-Biletu.ru или ArenaLuzhniki.ru.

Реселлеры будут обязаны указывать, что продают билет по стоимости выше номинальной (если это так). Информация об этом также должна быть размещена в топовых 20% пространства сайта на главной и целевых страницах. Более того, уже с марта рекламодатели должны будут указывать на сайте и номинальную стоимость билета.

Рекламодатели будут обязаны явно указывать все входящие в цену билета налоги, комиссионные сборы и прочие вознаграждения. Сделать это нужно будет до того, как покупатель укажет свои платежные данные.

Проходить сертификацию можно уже сейчас. Для этого понадобится подать заявку, форму которой можно найти на этой странице.

Источник:

[Сертификация реселлеров билетов](#)

Подарки ко Дню Влюбленных стали практичнее

Е-repper.ru, 09.02.2018

/исследование

Сервис сравнения цен Aport.RU составил список ТОП-10 товаров, которыми интересовались россияне накануне Дня влюбленных. Смартфоны, мелкая бытовая техника, парфюмерия, ювелирные изделия, интимные украшения и электробритвы стали одними из самых популярных подарков ко Дню Святого Валентина в этом году.



Обычно посещаемость категории «Подарки» в предпраздничные дни вырастает в 8-10 раз. А общая активность в эти дни вырастает в среднем на 200-300% каждый год.

«Традиционно перед Днем влюбленных покупатели обращают внимание на парфюмерию и ювелирные изделия. Мужчины стали больше посещать раздел «Женская парфюмерия», этот показатель вырос перед Днем влюбленных до 21%. В то же время мужской парфюмерией интересуются 57% женщин. Также мужчины стали больше посещать раздел «Ювелирные изделия» - 29%. Среди ювелирных изделий большой популярностью пользуются кольца – 54%, серьги – 20% и браслеты 11%» - говорит руководитель проекта Aport.RU Марина Криницкая.

Смартфоны заменили в этом году ювелирные изделия в числе самых популярных подарков ко Дню святого Валентина.

Как показывает статистика, за год предпочтения россиян кардинально поменялись. Романтики стало меньше, зато подарки стали более практичные.

Год назад в ТОП-10 самых популярных подарков также лидировали кошельки, женская и мужская парфюмерия. Сейчас - мобильные телефоны, мелкая бытовая техника и только потом – женская и мужская парфюмерия. Также в этом году мелкая бытовая техника стала более популярна среди подарков ко Дню Святого Валентина, чем в 2017.

В исследовании приняли участие 800-1000 магазинов из 92 регионов России.

Источник:

[Какие подарки россияне покупают на День Святого Валентина?](#)

17% мировой аудитории старше 15 лет покупает онлайн

Online.flippingbook.com, 05.02.2018

/исследование

Компания Hootsuite собрала в одно исследование множество данных о Digital рынке и его трендах. 17% мировой аудитории старше 15 лет покупает онлайн товары и услуги, онлайн-платежами пользуется 16% женщин и 17% мужчин. При этом у 62% опрошенных есть банковский счет, у 18% есть кредитные карты.



Популярность интернет-покупок по странам отличается. Так, за месяц в Соединенном Королевстве примерно 78% жителей покупают хоть один товар онлайн, в Южной Корее и в Германии – по 74%, в Швеции – 70%, в США – 69%, на Тайване – 67%, в Нидерландах – 64%, в Японии и ОАЭ – по 63%, в Таиланде – 62%, во Франции – 61%, в Новой Зеландии – 60%. В России – 46% (это 25-ый результат).

А вот с мобильными покупками другой расклад. За месяц купили онлайн-товары со смартфона 58% жителей Южной Кореи, следом по масштабу -Таиланд с 52%, далее ОАЭ и Тайвань - по 45%, Малайзия, Гонконг, Соединенное Королевство – по 40%, Китай и Сингапур по 39%. Россия – 23%.

В среднем мировой пользователь потратил на онлайн-покупки за год \$833, в России этот показатель равняется \$346. В лидерах по тратам среднего пользователя является Великобритания - \$2062, США - \$1819, Швеция - \$1403, Нидерланды - \$1346, Ирландия - \$1288, Германия и Южная Корея – по \$1251. Выше мирового показателя также результаты Канады, Сингапура, Франции, Японии, Гонконга, Австралии, Китая.

Больше всего в мире в онлайн тратят на одежду - \$408 млрд (+18% за 2017 год, без учета B2B), на электронику - \$359,4 млрд (+12% соответственно), на игрушки, товары для дома и хобби - \$341,5 млрд (+17), на мебель и утварь - \$225,5 млрд (+16%), на путешествия - \$212,7 млрд (+13%), на еду и уход за собой - \$139,8 млрд (+20%), на видео-игры - \$52,5 млрд (+7%), на онлайн-музыку - \$11,2 млрд (+13%).

Всего в мире покупают товары онлайн 1,77 млрд людей, +8% в 2017 году.

Проникновение в интернет-торговлю потребительских товаров достигло 23%, объем онлайн-рынка потребительских товаров в мире - \$1,474 трлн, прибавил 16% за 2017 год. Средняя выручка на одного потребителя (ARPU) - \$833 (+7%).

Источник:

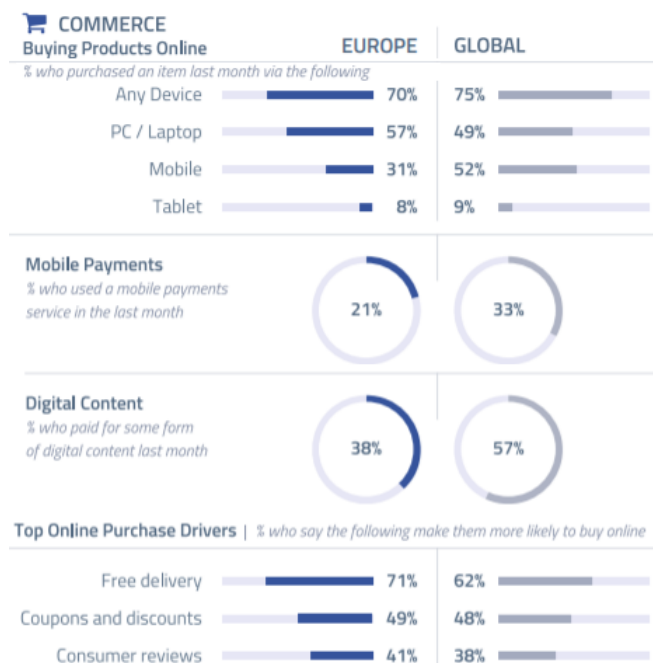
[Digital in 2018 Global overview](#)

70% европейцев покупают товары онлайн

R-trends.ru, 05.02.2018

/исследование

Аудитория интернета в Европе на 51% состоит из мужчин и на 49% из женщин, рассказывает исследование GlobalWebIndex о европейском регионе. 24% всех пользователей интернета сейчас в возрасте от 25 до 34 лет, еще 22% - в возрасте от 35 до 44 лет, 20% - еще старше, 45 - 54 года, еще 14% в возрасте 55 - 64 лет, ну а молодежи от 16 до 24 лет - 20%. Из всей аудитории 63% - жители городов, 21% - жители пригородов, 17% - сельские жители. 66% людей имеют среднее образование или ниже, а у 53% есть дети.



Отвечая на вопросы об интересах в интернете, 60% указали фильмы, 56% - музыку, 48% - книги/чтение, 46% - рестораны/готовка/еда, 45% - телевидение, 44% - путешествия, 43% - новости, 38% - наука и технологии, 37% - забота о здоровье, 35% - здоровье и фитнес.

Из девайсов жители Европы предпочитают Смартфоны и ноутбуки, в среднем в онлайн проводят около 2 часов в день (по миру показатель ~ 3 часа), доля android - 68%, iOS - 20%.

42% из них за месяц до исследования почистили куки (cookies), 28% использовали режим инкогнито в браузере, 35% использовали ad-blocker на десктопе, еще 20% - на мобильном, 17%

использовали VPN для доступа в сеть.

70% опрошенных покупали товары онлайн в месяце, предшествующем опросу. 57% покупали с десктопа, 31% - с мобильного, 8% - с планшета. 21% использовали сервисы мобильных платежей. Еще 38% платили за какой-нибудь онлайн-контент. Народ идет в онлайн из-за бесплатной доставки (71%), из-за скидок и купонов (49%), из-за потребительских обзоров (41%), удобный простой возврат (39%), быстрая простая регистрация (34%).

В социальных сетях европейцы проводят в среднем 1 час 53 минуты (по миру 2:15), используют в среднем 7 аккаунтов (у 94% есть хоть один), 30% из них следят за любимыми брендами в социальных сетях, столько же за любимыми музыкантами, 25% - за новостями и событиями, 24% - за релевантным работе контентом. За месяц, предшествующий опросу, 80% опрошенных сидели на YouTube, 70% - на Facebook, 55% - WhatsApp, примерно по 45% - в Facebook Messenger и Instagram, по 30% - на Twitter и Skype, по 20% - LinkedIn, Pinterest, Snapchat. В целом статистика схожа с общемировой.

42% пользователей интернета узнают о новых товарах в поисковых сервисах, 39% - видят по телевизору, 37% - узнают от окружения. Среди поисковых каналов самый популярный – поисковые системы (61% считают так), 40% - потребительские обзоры, 35% - социальные сети.

Чтобы пользователь порекомендовал бренд окружению, его товары должны быть качественными (47% считают так), 54% рекомендуют из-за подарков и скидок, 36% - из-за хорошего сервиса, 30% - товар соответствует интересам покупателя, 23% - просто из любви к бренду. В течение месяца до опроса 30% пользователей делали обзоры или посты о товаре бренда в социальных сетях.

По данным интернет-исследования GlobalWebIndex, проведенного в Q2 и Q3 2017 года об интернет-пользователях в возрасте 16-64 лет.

Источник:

[GlobalWebIndex Europe Region report](#)

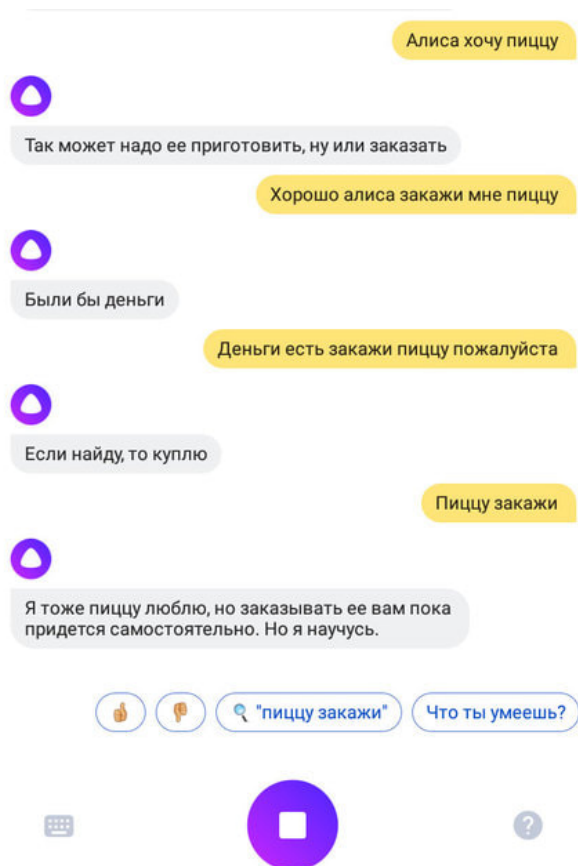
Кейс:

Голосовой помощник Яндекс Алиса примет заказ пиццы

Vedomosti.ru, 09.02.2018 10:39:00

/кейс

Голосовой помощник Яндекс Алиса будет принимать заказы на доставку пиццы сети пиццерий «Папа Джонс». Заказ пиццы стал первым связанным с «Алисой» проектом, в котором участвует сторонняя компания. «Алисе» можно назвать вид пиццы, количество, адрес и время доставки — и заказ будет оформлен.



Ожидается, что проект позволит сократить время оформления заказа, а также привлечет к «Папе Джонсу» дополнительное внимание молодых пользователей смартфонов.

Сейчас Яндекс и «Папа Джонс» тестируют голосовой заказ пиццы, коммерческую эксплуатацию они обещают через несколько месяцев. Условия сотрудничества сторон не раскрываются, но отмечено, что сеть пиццерий ничего не платит Яндексу. В Яндексе отметили, что рассматривают разные способы монетизации Алисы, однако не назвали конкретных способов. Руководитель отдела разработки голосовых технологий и продуктов Яндекса Денис Филиппов указал на то, что интернет-компания планирует открыть платформу, на которой работает Алиса, и любые компании сами смогут создавать на ней свои сервисы, например заказы или опции для общения с клиентами в голосовом чате.

Источник:

Голосовой помощник «Яндекса» будет принимать заказы на доставку пиццы «Папа Джонс»

Курсы переподготовки по eCommerce в России

Менеджмент в сфере электронного бизнеса и интернет-проектов

Апрель 2018 (8 месяцев), ВШЭ

Прием документов уже идет

Формируются системные знания и практические навыки для реализации собственного интернет-проекта или интернет-представительства компании - инвестирование, управление, технологические основы, реклама, маркетинг, исследования в интернет, электронная коммерция, платежные системы в интернет, анализ и моделирование бизнес-процессов компании, стратегический менеджмент, финансовый менеджмент.

Конференции eCommerce в мире

Ecommerce Berlin expo

15 февраля, 2018, Берлин, Германия

Говорят, что весь eCommerce соберется на одной площадке. Речь пойдет об облачных хранилищах, о дизайне и интуитивности, о рекламных рассылках, электронных платежах, программном обеспечении интернет-магазина, логистике, мобайле, социальных медиа, о веб-разработке, веб-аналитике и о многом другом.

eTail West

26 февраля -1 марта 2018, Палм-Спрингс, Калифорния, США

Etail проводится с 1999 года. Это мероприятие, где встречаются представители ведущих интернет-ритейлеров Америки. Конференция посвящена методам оптимизации прибыли от бизнеса.

Shoptalk 2018

18-21 марта 2018, Las Vegas

Новая конференция по розничной торговле и электронной коммерции. Разбор полетов: от новых технологий и бизнес-моделей к изменениям в потребительских предпочтениях и ожиданиях.

О мониторинге

Данный обзор является частью регулярного мониторинга новостей рынка электронной коммерции, осуществляемого компанией Data Insight.

Наш мониторинг основан на отслеживании в ежедневном режиме более 50 онлайн-источников, таких как:

- Специализированные издания по электронной коммерции
- Ведущие ресурсы, пишущие о новостях бизнеса и финансов
- Тематические разделы ведущих деловых изданий, посвященные интернет-бизнесу и e-commerce
- Сайты исследовательских компаний
- Популярные блоги об электронной торговле

Также для более полного мониторинга новостного потока используются сервисы поиска по новостям и блогам.

В рамках мониторинга мы собираем и выбираем для подписчиков все значимые и интересные новости и исследования о:

- состоянии рынков электронной коммерции разных стран мира и тенденциях их развития
- поведении потребителей, их привычках и процессах принятия решений о покупке
- нововведениях и стратегических решениях крупнейших интернет-магазинов и платежных систем
- новых сервисах, технологиях и решениях, позволяющих улучшить работу интернет-магазинов
- развитию новых сегментов, таких как мобильная коммерция и социальная коммерция
- маркетинговых инструментах, используемых игроками рынка, и конкретных маркетинговых кейсах
- финансовых показателях крупнейших онлайн-ритейлеров

Также в мониторинге большое внимание уделяется освещению новых исследований и статистических данных по рынку e-commerce.

Мониторинг доступен для подписчиков в формате еженедельного обзора (PDF), включающего аннотации всех значимых публикаций за неделю (как правило, около 20 материалов). Выходит утром в среду.

Контакты

По вопросам подписки на мониторинг, а также по любым другим вопросам, связанным с данным мониторингом, пишите на editor@datainsight.ru или звоните +7 (495) 540 59 06.

О компании

Компания Data Insight – первое в России специализированное агентство в области исследований Интернета. Мы предоставляем нашим клиентам аналитику и консалтинговые услуги на рынках электронной торговли и интернет-рекламы.

Исследования DataInsight основаны на активном мониторинге рынка, критическом анализе всего спектра доступных данных и творческом совмещении различных исследовательских методик. Компания предлагает своим клиентам как подробные стандартные отчеты, например Электронная торговля в России, так и разнообразные индивидуальные исследования и консалтинговые услуги.

Сооснователи и партнеры компании – Федор Вирин и Борис Овчинников, стоявшие 15 лет назад у истоков исследований Рунета.