

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2020 / № 32

10 Августа 2020 - 16 Августа 2020

В выпуске:

Россия:

Яндекс.Такси тестирует доставку из пунктов Vohberry в Москве

В России заработала Facebook Pay

Wildberries хочет увеличить число самозанятых на площадке в 100 раз

СберМаркет начал доставлять детские товары

Яндекс.Еда запустила самовывоз из ресторанов

Delivery Club доставит товары для животных

Wildberries запускает продажи со складов поставщиков

Wildberries стал премиальным спонсором футбольного клуба ЦСКА

44% российских потребителей роскоши будут охотнее покупать онлайн

Почта России: рост внутреннего рынка интернет-торговли г/г остановился

SberIndex: реже всего онлайн россияне оплачивают продукты в магазинах у дома

CBRE: большинство москвичей не решились покупать продукты онлайн во время пандемии

ТОП1000 российских интернет-магазинов

Весь мир:

Amazon ответит за бракованные товары своих продавцов

Африканская eCommerce-платформа Jumia сократила убыток

В июле внемагазинные продажи в США выросли на 26,7%

Farfetch запустил виртуальную примерку кроссовок

Farfetch нарастил выручку на 74,2% во II кв. 2020 г.

Выручка Zalando выросла на 27,4% во II кв. 2020 г.

Walmart и Instacart тестируют доставку в день заказа

Выручка MercadoLibre достигла \$878,4 млн во II кв. 2020 г.

Спрос на алкоголь в онлайнe снижается по мере снятия ограничений

Adobe Analytics: онлайн-продажи в США к октябрю достигнут уровня 2019 г.

Кейс:

Объем продаж «Глобуса» через онлайн-канал вырос в 3,5 раза за 6 месяцев

Гости Камчатки могут заказать местные товары на eBay прямо в аэропорту
B2B-раздел «Кухни на районе» во время карантина продал еды на 20 млн руб.
Косметические бренды уходят в онлайн

Россия:

Яндекс.Такси тестирует доставку из пунктов Vohberry в Москве

New-retail.ru, 14.08.2020 11:42:00

/новость

Яндекс.Такси предлагает курьерскую доставку посылок из пунктов выдачи Vohberry. Сервис проходит тестирование в Москве и вскоре заработает в других регионах. Доставка доступна только для предоплаченных заказов, которые выдаются по коду.



Чтобы воспользоваться услугой, нужно оформить доставку в пункт выдачи заказов Vohberry. Когда предоплаченная посылка туда приедет, заказчик получит сообщение о том, что она доступна для получения и ссылку на приложение Яндекс.Такси.

Дополнительно придет push-сообщение от Яндекс.Такси о возможности заказать доставку на удобный адрес. Больше никакой информации вводить не нужно — номер заказа, адрес пункта выдачи и другие детали приложение узнает автоматически.

Информация о прибывшем в пункт Vohberry заказе приходит в Яндекс.Такси в течение 15 минут. Все посылки, которые доставляют водители и курьеры, застрахованы Яндекс.Такси на сумму до 500 тыс. руб.

Служба доставки Vohberry сотрудничает с «Авито», Asos, «Ярмаркой мастеров» и многими другими.

Источник:

[Яндекс.Такси тестирует доставку из отделений Vohberry в Москве](#)

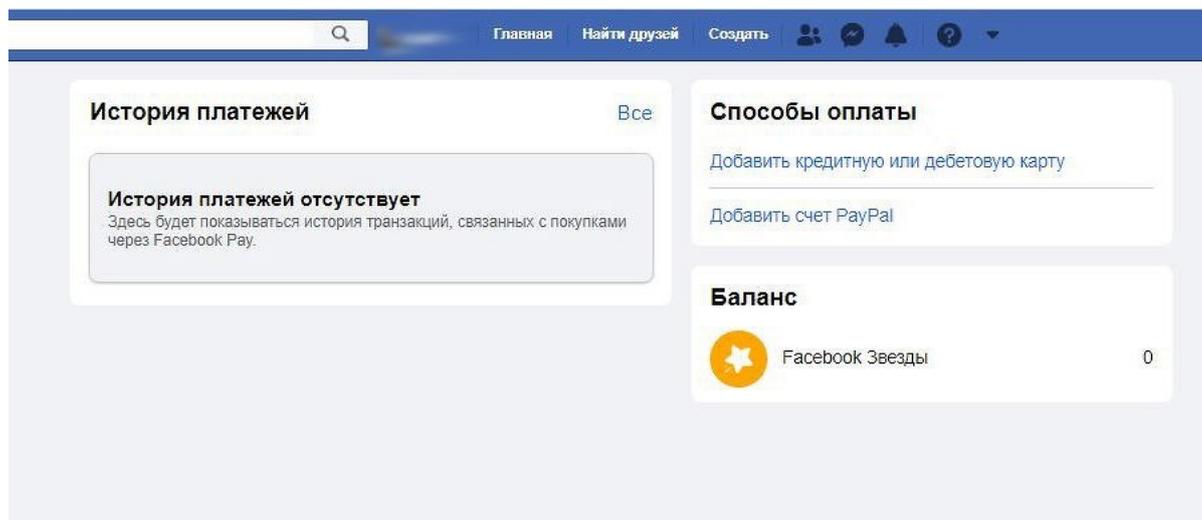
В России заработала Facebook Pay

Cnews.ru, 14.08.2020 09:41:00

/новость

В России стала [доступна](#) платежная система Facebook Pay, которую пока что можно использовать только внутри сети для покупки виртуальной валюты Stars, [сообщает](#) CNews.

Сервис позволяет отправлять деньги друзьям, покупать игры и внутриигровой контент, делать пожертвования на благотворительность или личные цели, покупать и продавать вещи в фирменном маркетплейсе и группах, приобретать билеты на различные мероприятия, продвигать мероприятие, товар или компанию с помощью рекламы в социальной сети. Можно привязать банковскую карту или счет в PayPal.



На момент публикации материала Facebook Pay в России можно было использовать исключительно внутри самой социальной сети и только для пожертвований при помощи внутренней валюты Stars.

Платежная система Facebook Pay была запущена в середине ноября 2019 года. Изначально проект создавался с целью упростить транзакции в собственных сервисах Facebook.

Источник:

[В России заработала платежная система Facebook Pay](#)

Wildberries хочет увеличить число самозанятых на площадке в 100 раз

Retail.ru, 14.08.2020 13:57:00

/новость

Wildberries представил новый функционал в приложении «WB партнеры». Благодаря новым сервисам планируется увеличить число самозанятых на онлайн-площадке в 100 раз до 200 тыс.

Новый комплексный сервис поможет зарегистрироваться на Wildberries, позволит управлять поставками, ценообразованием, продажами, отслеживать товарные остатки, взаимодействовать со службой поддержки онлайн-ритейлера, следить за электронной очередью приема в распределительных центрах, подавать отчетность в Федеральную налоговую службу (ФНС) благодаря интеграции с серверами ведомства. Приложение доступно в Google Play и AppStore.

The logo for Wildberries, featuring the word "WILDBERRIES" in white capital letters on a rectangular background with a vertical gradient from pink to purple.

На Wildberries работает более 2000 самозанятых граждан, которые производят одежду, обувь, сувениры, аксессуары, продукты питания и др.

Источник:

[Wildberries запустил новые сервисы для самозанятых](#)

СберМаркет начал доставлять детские товары

Retail.ru, 13.08.2020 15:04:00

/новость

Федеральный сервис доставки продуктов СберМаркет начал доставлять детские товары и подключил нового ритейлера — «Дочки-Сыночки».

С 3 августа доставка товаров сети доступна жителям Рязани и Иркутска, а с 7 августа — Нижнего Новгорода и Екатеринбурга. При успехе пилотного запуска партнеры расширят количество подключенных магазинов и географию проекта.

Клиенты СберМаркета могут оформить заказ на сайте или в приложении. Стоимость сборки и доставки заказа — 98 руб. за первый, 158 руб. — за последующие. Через СберМаркет можно приобрести все товары из розничных магазинов в городах, участвующих в пилотном проекте.

Цена	Наименование	Описание
1 799,00 ₽	Ранец школьный Just For Fun Единорог	
699,00 ₽	Рюкзак Volu Kids цвет голубой	
199,00 ₽	Пенал School Формат Нежные цветы	
509,00 ₽	Молочная смесь Similac Gold 10-6 месяцев, 400 г	
81,00 ₽	Пюре Бабушкино лукошко семга-овощи, с 8 месяцев, 100 г	
126,00 ₽	Каша Heinz безмолочная кукурузная с 5 месяцев, 200 г	

СберМаркет также начал сотрудничество с торговой сетью Selgros Cash&Carry. Клиентам доступен выбор из более чем 40 тыс. наименований продовольственного и непродовольственного ассортимента. Доставка заказов из торговых центров Selgros доступна во всех городах присутствия ритейлера: в Москве, Московской области, Волгограде, Казани, Туле, Ростове-на-Дону и Рязани.

Источник:

[«СберМаркет» вышел на рынок детских товаров](#)

[«СберМаркет» начал сотрудничество с торговой сетью Selgros](#)

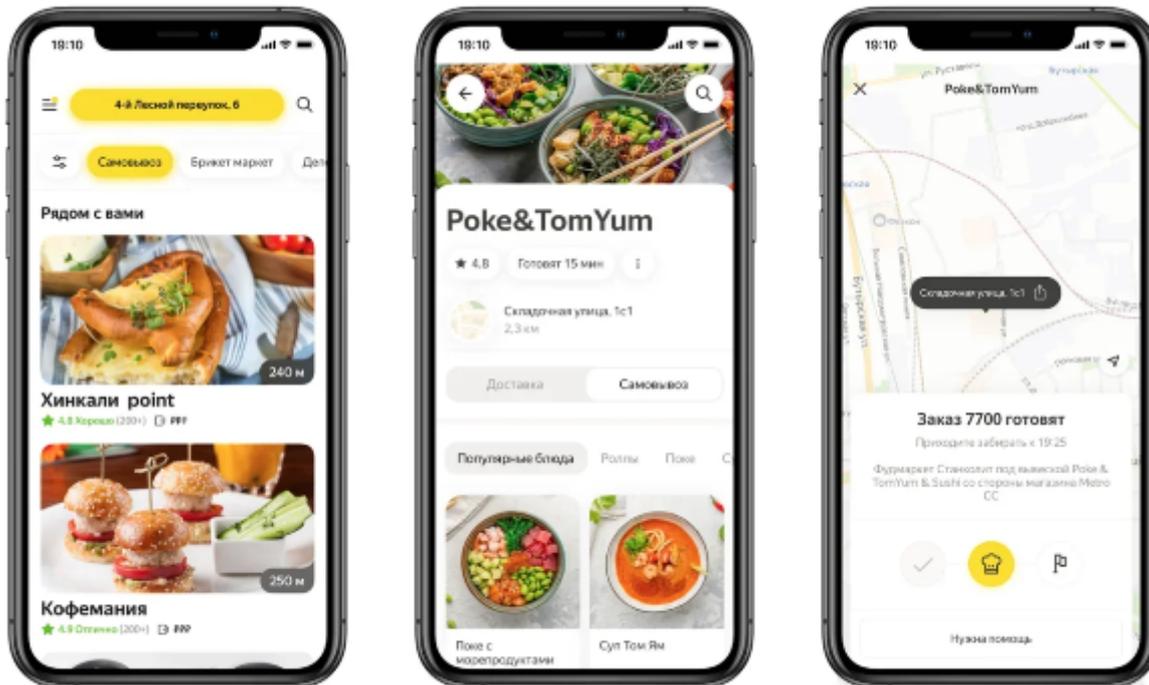
Яндекс.Еда запустила самовывоз из ресторанов

New-retail.ru, 13.08.2020 11:15:00

/новость

Пользователи Яндекс.Еды смогут сами забрать свои заказы из ресторанов. Самовывоз уже доступен в 1500 ресторанов по всей Москве, в Санкт-Петербурге и Екатеринбурге. Услуга бесплатная.

Оформить заказ с самовывозом можно в приложениях Яндекс, Яндекс.Еда или Яндекс.Такси. Чтобы забрать блюда, нужно назвать сотруднику номер заказа.



Самовывоз поможет ресторанам получить дополнительные заказы и сократить расходы на логистику, а также расширить меню блюдами, которые сложно доставлять. С запуском самовывоза на витрине сервиса впервые появятся заведения, которые не работают с доставкой.

Позже самовывоз станет доступен и в других городах присутствия Яндекс.Еды, а также в магазинах, которые сотрудничают с платформой.

Источник:

[В Яндекс.Еде появился самовывоз](#)

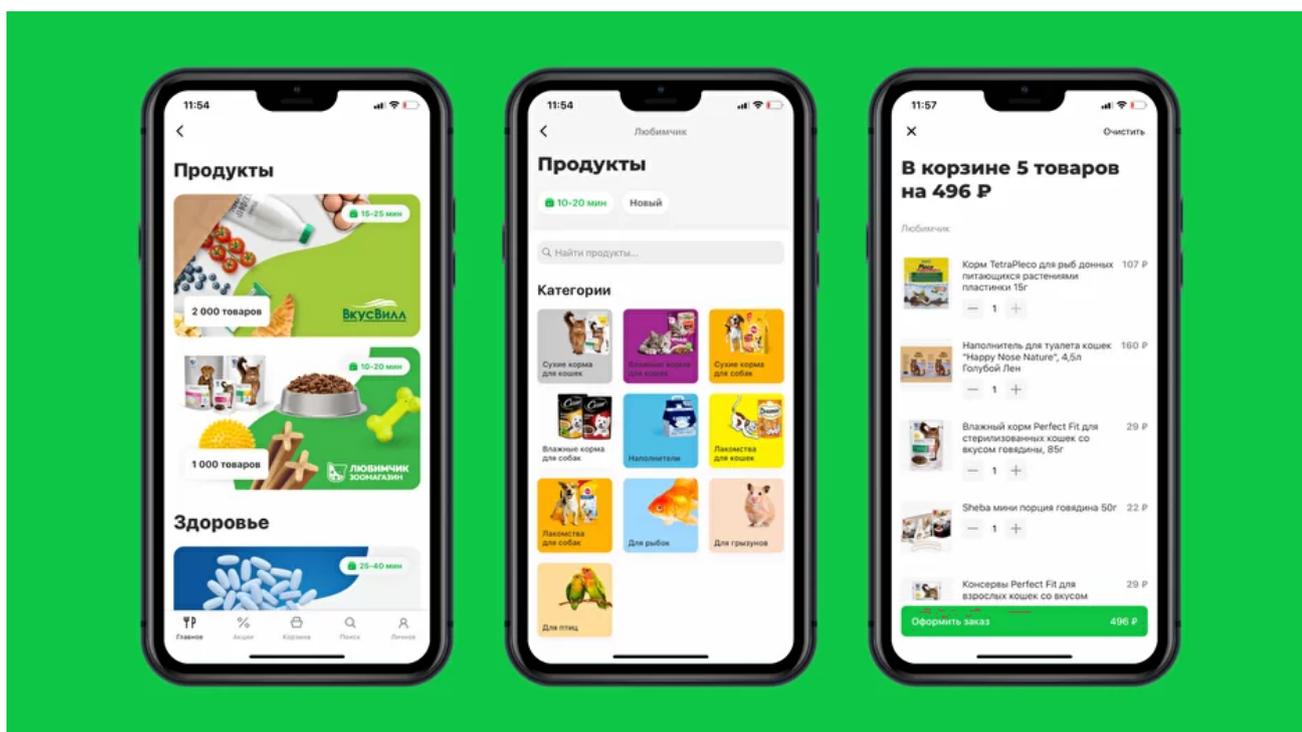
Delivery Club доставит товары для животных

Press.delivery-club.ru, 13.08.2020

/новость

Delivery Club запустил доставку товаров для животных при участии Mars Petcare, мирового производителя кормов для домашних животных. Первый партнер — сеть зоомагазинов «Любимчик» (права на бренд принадлежат компании Mars).

На первом этапе пользователям будут доступны более 800 самых востребованных товаров из ассортимента «Любимчика»: преимущественно корма для животных, лакомства и наполнители. После тестового периода ассортимент будет увеличен. Курьеры уже доставляют заказы из «Любимчика» жителям нескольких районов Москвы и Московской области, в будущем услуга появится в части других районов и городов присутствия магазинов сети.



Источник:

[Delivery Club запустил доставку товаров для животных](#)

Wildberries запускает продажи со складов поставщиков

E-pepper.ru, 12.08.2020

/новость

Wildberries начинает работать по схеме FBS (продажа товара со склада поставщика). Ранее товары отгружались только из распределительных центров онлайн-ритейлера. Проект позволяет значительно увеличить ассортимент на витрине площадки, а также предложить покупателям ранее недоступные крупногабаритные товары.

Новый формат сотрудничества подразумевает размещение практически любого ассортимента на Wildberries, консолидацию клиентских заказов в течение дня, ежедневную доставку консолидированного заказа на склад WB, доставку до клиента силами Wildberries. В рамках проекта партнеры будут поставлять товары только под оформленные и уже оплаченные заказы.

The logo for Wildberries, featuring the word "WILDBERRIES" in white capital letters on a purple-to-pink gradient rectangular background.

«FBS даст селлерам гибкость условий, которой сейчас у WB особенно для мелких поставщиков нет. Крупногабарит, товары с низкой оборачиваемостью, товары, которым нужны специальные условия хранения — все это дорого или невозможно хранить на собственных складах WB», — полагает партнёр Data Insight Фёдор Вирин.

Первым маркетплейсом на российском рынке, который запустил как работу со склада, так и работу с собственного склада продавца, стал Ozon.

Источник:

[WildBerries открыл поставщикам их склады](#)

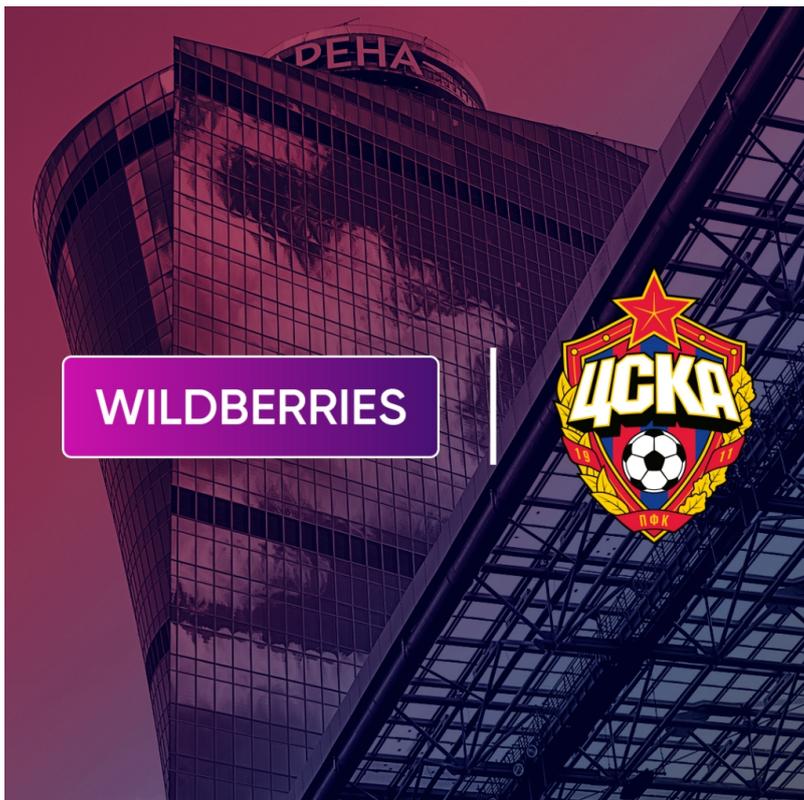
Wildberries стал премиальным спонсором футбольного клуба ЦСКА

Sostav.ru, 10.08.2020

/новость

Wildberries стала первой компанией в своей отрасли, заключившей спонсорский контракт с футбольным клубом Российской премьер-лиги — ЦСКА. Интернет-ритейлер получил статус премиального партнера основного состава клуба, а также молодежной и женской команд ПФК ЦСКА.

Заключение партнерского договора позволит вывести сотрудничество на новый уровень. Большой ассортимент брендированных товаров клуба уже представлен на онлайн-платформе.



Источник:

[Wildberries стал премиальным спонсором футбольного клуба ЦСКА](#)

44% российских потребителей роскоши будут охотнее покупать онлайн

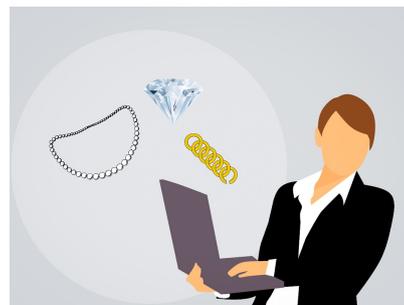
Rbc.ru, 14.08.2020 00:01:00

/исследование

Более охотно, чем прежде, будут приобретать товары онлайн 44% российских потребителей роскоши, сообщает РБК со ссылкой на исследование Boston Consulting Group (BCG) и Altagamma. Еще 23% опрошенных даже после полного снятия карантинных ограничений продолжат наращивать долю онлайн-покупок. В целом по миру 48% потребителей люкса будут покупать больше онлайн, чем ранее.

После снятия всех ограничений лишь 3,7% отечественных потребителей готовы положиться исключительно на онлайн-покупки, а 14,3% покупателей роскоши полностью откажутся от онлайн в пользу офлайн-магазинов.

Если в 2019 году на интернет-продажи персональных предметов роскоши (одежды, сумок, обуви, часов и украшений) приходилось 12% рынка, который оценивают в €350 млрд, то к 2022 году их доля вырастет до 20%, прогнозируют эксперты. В целом даже самый оптимистичный сценарий предполагает падение мировых продаж люксовых товаров в 2020 году на 35-45%. Восстановление мировой отрасли будет постепенным, продажи в большинстве категорий вернуться к докризисным показателям только в 2023 году.



В первом квартале 2020 года интернет-продажи ЦУМа выросли на 57%, а во втором — на 151%. В целом за полугодие продажи выросли на 103%. Во время пика пандемии ежедневно онлайн-покупки совершали 250-300 клиентов, которые ранее предпочитали шопинг в универмаге.

Оборот (GMV) Farfetch во втором квартале увеличился на 48%, превысив \$721 млн, по всему миру у компании появилось более полумиллиона новых клиентов.

Тренд с переходом в онлайн позволяет брендам ответить на запрос потребителей на персонализацию, считает партнер в московском офисе BCG Максим Бахтин. Клиенты хотят онлайн получать тот же сервис, что и в традиционных магазинах. Некоторые бренды добавили при интернет-продажах подобные услуги уже в ходе режима самоизоляции. Gucci и Galeries Lafayette открыли видеоконсультации для клиентов.

54% российских респондентов ожидают, что люксовые бренды будут помогать им с подбором гардероба в соответствии с предыдущими покупками и общими fashion-трендами, предоставлять другие дополнительные услуги подобного рода онлайн. Более половины опрошенных готовы делиться своими данными и хотели бы, чтобы бренды поддерживали с ними связь с помощью информационных рассылок и более персонализированных инструментов.

Источник:

[Коронавирус усилил онлайн-продажи на рынке роскоши. Но от обвала на 35–40% к концу года это не спасет](#)

Почта России: рост внутреннего рынка интернет-торговли г/г остановился

Рochta.ru, 13.08.2020

/исследование

Тринадцатый выпуск бюллетеня «Почта.Барометр» содержит информацию об объемах внутрироссийских и международных eCom-отправлений, которые Почта России обработала на неделе **3-9 августа**.

ВНУТРЕННИЙ РЫНОК

Рост внутреннего рынка интернет-торговли г/г остановился.

Изменение роста B2X доставок относительно предыдущей недели составило **-1 п.п. до 0%** в сравнении с 2019 г.

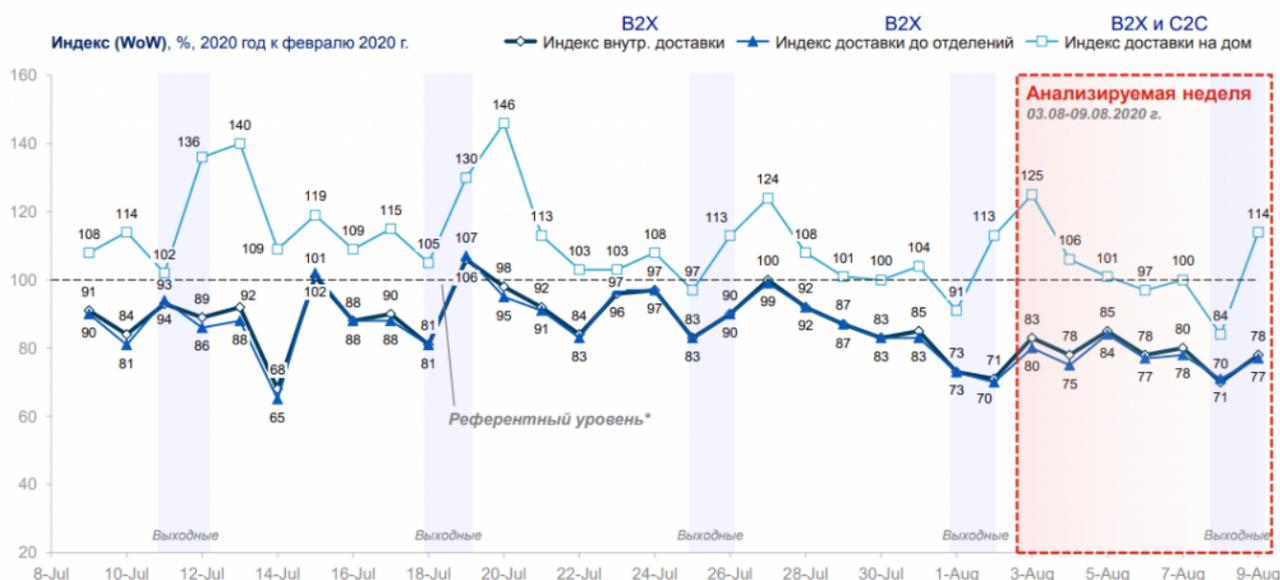
Изменение объемов доставки за период с 3 по 9 августа составило **-21%** относительно февраля 2020 г.

Объемы доставок на дом ускорили г/г рост на прошедшей неделе.

Рост объемов доставок на дом в сравнении с 2019 г. на неделе вырос **на 2 п.п. до +29%** относительно предыдущей недели с 3 по 9 августа.

Аналогичный показатель в сравнении с февралем 2020 г. снизился **на 2 п.п. до +4%**.

Динамика индексов доставки на внутреннем рынке к февралю 2020 г.
Период: 9 июля – 9 августа 2020 г.



* 100% - усредненное значение заказов по дням недели в феврале 2020 г. (по всем понедельникам, вторникам и т.д.)

ИМПОРТ

Количество импортных отправок в РФ продолжает снижение в результате изменения структуры импортного товаропотока (переход на более маргинальные регистрируемые отправления).

-41% среднее снижение кол-ва ежедневных заказов за неделю 3-9 августа в сравнении с 2019 г.

Вес отправок вновь продемонстрировал рост на Ближнем Востоке и Центральной Азии и Европейском направлении.

+60% на неделе 3-9 августа для Ближнего Востока и Центральной Азии в сравнении с 2019 г.

+5% на неделе 3-9 августа для стран Европейского направления в сравнении с 2019 г.

На неделе произошло снижение общего веса импортных товаров и снижение их количества.

Общий рост в **-10%** по весу отправок 3-9 августа в сравнении с 2019 г.

Общее среднее снижение в **-22%** по кол-ву отправок в сравнении с 2019 г.

Импорт отправок из Ближнего Востока и Центральной Азии на неделе вновь показал лидирующий рост среди всех направлений.

+60% по количеству емкостей на неделе 3-9 августа в сравнении с 2019 г.

+60% по весу на неделе 3-9 августа в сравнении с 2019 г.

ЭКСПОРТ

Рынок экспортных отправок показывает положительную динамику вследствие постепенного восстановления мирового рынка эл. коммерции.

+33% средний прирост по количеству отправок за неделю к неделе 3-9 августа к соответствующему периоду 2019 г.

Рынок экспортных отправок в страны Ближнего Востока и Центральной Азии демонстрирует лидирующий рост.

Максимальный прирост по количеству отправок в данные страны за неделю 3-9 августа составил **+41%** к соответствующему периоду 2019 г.

Источник:

«Почта.Барометр». Выпуск №13

SberIndex: реже всего онлайн россияне оплачивают продукты в магазинах у дома

Sberbank.ru, 13.08.2020

/исследование

По данным аналитического портала SberIndex.ru, чаще всего онлайн россияне оплачивают поездки на такси, а реже — продукты в магазинах у дома.

С 3 по 9 августа россияне оплачивали в Сети практически все поездки на такси (97%), цифровые товары, к которым относятся мобильные приложения, игры и проч. (97,4%), компьютеры и софт (95,2%), авиабилеты и телекоммуникационные услуги (по 93,9% обе категории). За развлечения в 66% случаев тоже платили онлайн.

Крайне редко на той же неделе были оплачены в Сети топливо и автосервис (1,2%), медицинские услуги (1,8%), ювелирные изделия (2,2%), канцтовары (3,2%) и услуги салонов красоты (3,2%).

Доля онлайн-приобретений за это время составила 15,9% от всех трат россиян, на услуги пришлось 32,5%.



Источник:

Покупки уходят в онлайн. SberIndex.ru узнал, что россияне чаще всего оплачивают в Сети

CBRE: большинство москвичей не решились покупать продукты онлайн во время пандемии

Cbre.ru, 11.08.2020

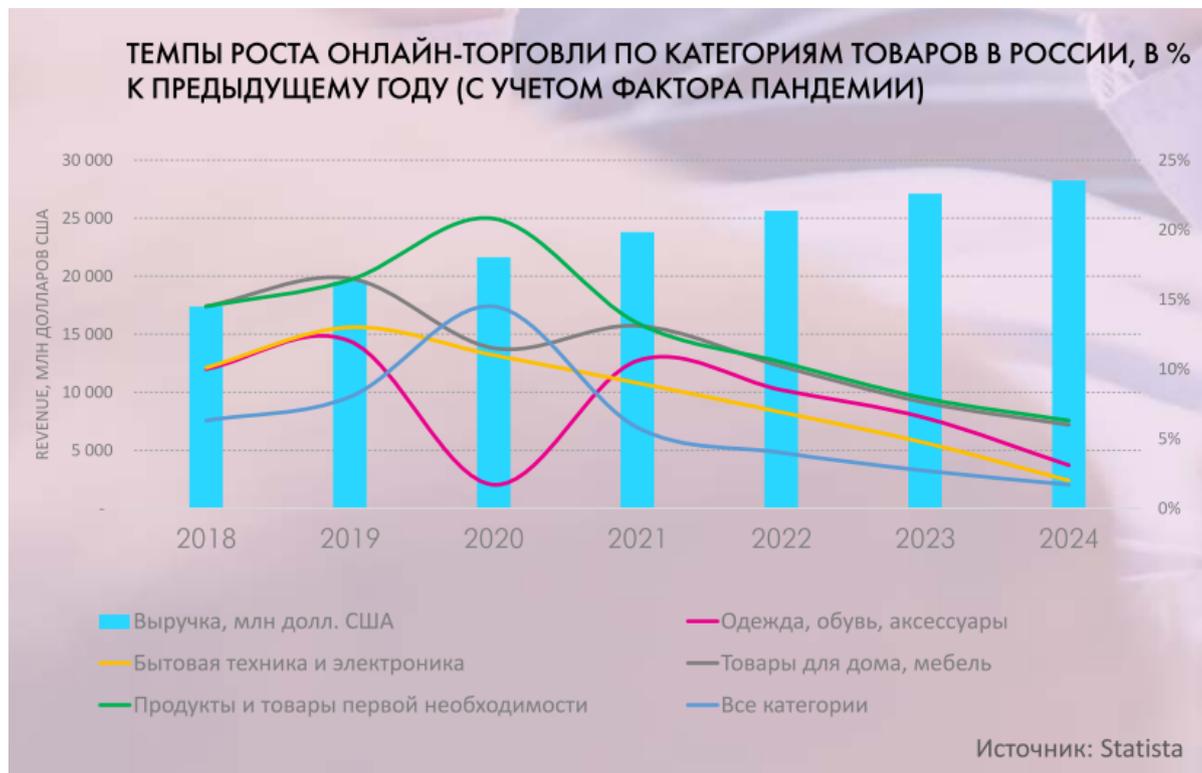
/исследование

Консалтинговая компания CBRE исследовала потребительское поведение жителей Москвы с 6 по 15 мая 2020 года.

Онлайн-канал для покупки продуктов и товаров первой необходимости в Москве не был широко востребованным, 49% респондентов относятся к данной категории. Большинство респондентов не решилось перейти в онлайн — 57% продолжили покупать продукты в магазине у дома. Респонденты, приобретавшие продукты онлайн во время самоизоляции впервые (40%), остались довольны новым опытом с точки зрения условий доставки, интерфейса и скорости оформления.

Пандемия ускорила принятие закона об онлайн-торговле лекарствами. Половина респондентов заявила, что будут использовать онлайн-канал для покупки лекарств. Законопроект о продаже алкоголя в интернете еще рассматривается, но 17% респондентов отметили, что это позволило бы им полностью перейти на покупки продуктов онлайн, 22% сохранили бы традиционный подход.

Согласно данным Statista, годовой прирост рынка e-grocery в 2020 г. составит 20,8%. Сегмент демонстрирует наибольшие темпы роста в сравнении с другими сегментами. Согласно результатам исследования CBRE, большинство респондентов во время самоизоляции отказались от покупок непродовольственных товаров онлайн.



Источник:

[Изменение потребительского поведения, Июнь 2020](#)

Материал размещен на правах рекламы

ТОП1000 российских интернет-магазинов

Datainsight.ru, 09.07.2020

/реклама

Отчет Топ-1000 интернет-магазинов Рунета уже в продаже!

ТОП 1000

Полная таблица 1000 крупнейших интернет-магазинов включает в себя:

1. URL магазина
2. Товарная категория
3. Посещаемость
4. Конверсия
5. Количество заказов в месяц в среднем за год

Дополнительные данные:

1. Контакты (только публичные, с сайта интернет-магазина)
2. Динамика посещаемости
3. Динамика заказов

Формат: xlsx таблица

Период: отчет включает данные за 2019 год

Срок подготовки: 10 рабочих дней после оплаты

Контакты для заказа отчета:

Ксения Сакибаева, coordinator@datainsight.ru

+7 (495) 540-59-06

или оставьте заявку на нашем [сайте](#)

Источник:

[Data Insight](#)

Весь мир:

Amazon ответит за бракованные товары своих продавцов

Cnbc.com, 13.08.2020 06:44:00

/новость

Четвертый окружной апелляционный суд Калифорнии постановил, что Amazon теперь может быть привлечен к ответственности за некачественные товары, продаваемые сторонними продавцами на его платформе.



Решение было вынесено в связи с иском клиентки, которая получила ожоги из-за возгорания аккумулятора для ноутбука, купленного на маркетплейсе.

Суд постановил, что Amazon входит в «цепочку распространения» неисправной батареи, храня товар на своих складах, получая оплату и отправляя его, а также устанавливая «условия сотрудничества» со сторонним продавцом и требуя «существенных комиссий за каждую покупку».

«Какой бы термин мы не использовали для описания роли Amazon, будь то “розничный продавец”, “дистрибьютор” или просто “посредник”, он сыграл решающую роль в получении продукта потребителем», — заявили в суде.

Источник:

[California court rules Amazon can be liable for defective goods sold on its marketplace](#)

Африканская eCommerce-платформа Jumia сократила убыток

Nairametrics.com, 15.08.2020

/новость

Одна из ведущих африканских компаний в сфере электронной коммерции, Jumia Technologies AG, столкнулась с новой конкуренцией со стороны стартапов на рынке eCommerce и логистики после того, как пандемия коронавируса повысила спрос на онлайн-доставку.



Jumia сообщила об убытке после уплаты налогов в размере 37,6 млн евро во втором квартале 2020 года. Тем не менее, компания улучшила результаты с прошлого года, когда убыток за второй квартал составил 66,7 млн евро.

Маркетплейс был одним из пионеров интернет-торговли в странах Африки к югу от Сахары. Но показатели компании отстают от конкурентов по всему миру из-за различных проблем: от плохого подключения к интернету до нынешней конкуренции. Развитие бизнеса по доставке еды помогло Jumia увеличить продажи и расширить присутствие на африканских рынках.

Логистическое подразделение Jumia является еще одним источником доходов, поскольку теперь открыто для сторонних партнеров, которые могут привлекать водителей компании к доставке посылок.

Источник:

[Jumia sees competition from startups in growing African e-commerce market](#)

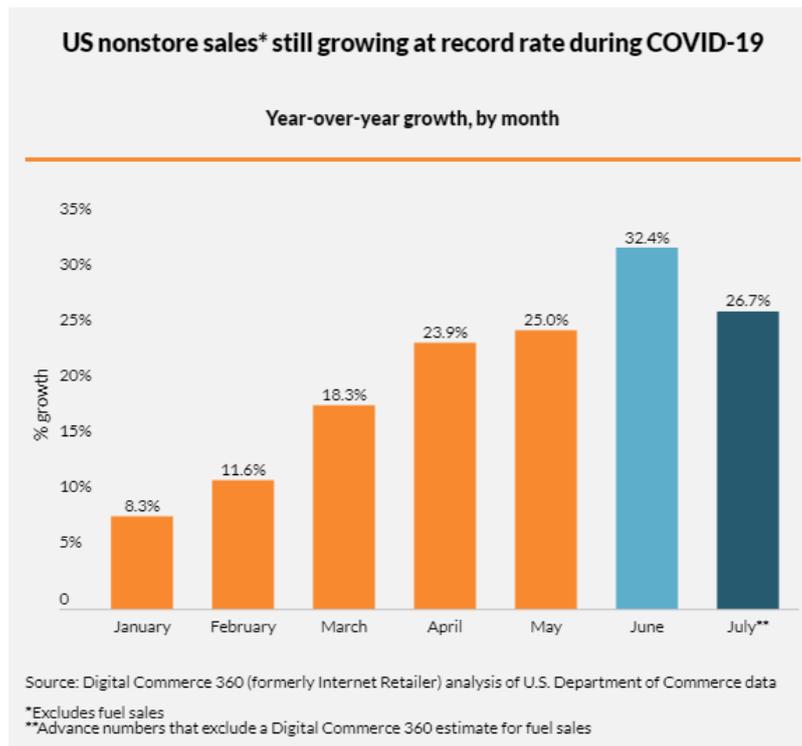
В июле внемагазинные продажи в США выросли на 26,7%

Digitalcommerce360.com, 14.08.2020

/новость

Согласно данным Министерства торговли США, продажи через внемагазинные каналы в июле снизились по сравнению с июнем, но все же выросли на 26,7% в годовом исчислении. Цифры не включают предполагаемые продажи топлива.

Июльский всплеск является вторым по величине годовым показателем за любой месяц в истории, уступая только 32,4% в июне 2020 года. Четыре из пяти самых высоких месячных темпов роста в годовом исчислении наблюдались в период COVID-19.



В июле 2019 года рост составил 19,4%. В прошлом месяце рост продаж вне магазинов составил 53,3% от всех розничных доходов.

Внемагазинные продажи в основном включают продажи через интернет, а также заказы через колл-центры, каталоги, личные визиты, торговые автоматы и т.п.

Источник:

[US nonstore retail sales increase nearly 27% in July](#)

Farfetch запустил виртуальную примерку кроссовок

Esquiresg.com, 14.08.2020

Farfetch запустил виртуальную примерку кроссовок Off-White в приложении для iOS.

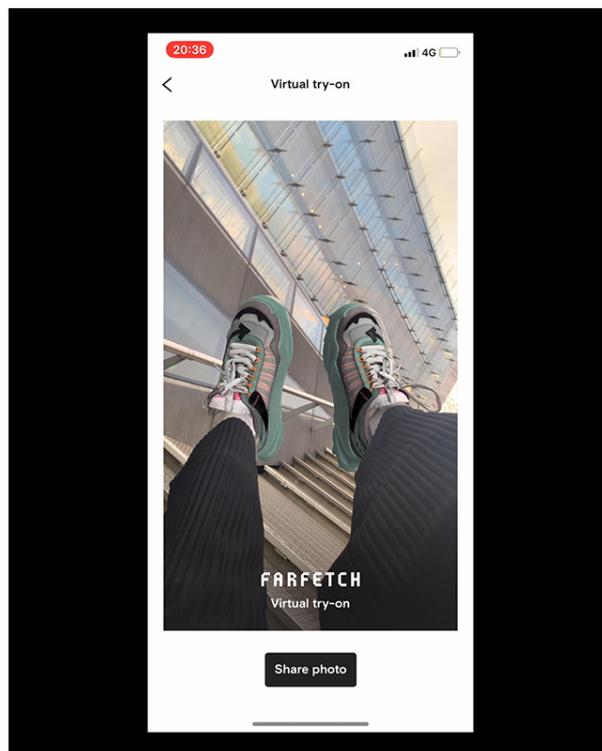
Функция реализована в партнерстве с компанией Wannaby, которая занимается технологиями дополненной реальности (AR). Пользователи теперь могут примерить кроссовки дома, до их покупки.

Чтобы воспользоваться сервисом, необходимо открыть желаемую пару в приложении, запустить камеру смартфона и навести ее на ноги.

Источник:

[Try on Off-White sneakers virtually with the Farfetch app](#)

/НОВОСТЬ



Farfetch нарастил выручку на 74,2% во II кв. 2020 г.

Farfetchinvestors.com, 13.08.2020

/новость

Farfetch Limited, ведущая глобальная платформа в индустрии роскошной моды, представила финансовые результаты за второй квартал, закончившийся 30 июня 2020 года.

FARFETCH

Общий объем оборота товаров (GMV) компании вырос на 47,7% год к году и достиг \$721,3 млн. GMV цифровой платформы вырос на 34,4%, до \$651 млн.

Выручка компании выросла на 74,2%, до \$364,7 млн, причем выручка от услуг цифровой платформы увеличилась на 34,6%, до \$237,6 млн. Выручка в физических магазинах снизилась на 7,1%, до \$3,9 млн, в основном из-за закрытия магазинов, связанного с COVID-19.

Количество активных пользователей цифровой платформы выросло на 42% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, а количество установок приложений увеличилось более чем вдвое.

Источник:

[Farfetch Announces Second Quarter 2020 Results](#)

Выручка Zalando выросла на 27,4% во II кв. 2020 г.

Corporate.zalando.com, 13.08.2020

/новость

Европейский интернет-ритейлер Zalando представил отчет за второй квартал и первую половину 2020 года.



Во втором квартале 2020 года общий объем оборота товаров (GMV) компании вырос на 33%, до 2,69 млрд евро. Выручка выросла на 27,4% год к году, до 2,03 млрд евро. С апреля по июнь к платформе присоединились 180 розничных продавцов. Свой первый заказ разместили более 3 млн новых клиентов.

В первом полугодии GMV вырос на 25,1%, до 4,71 млрд евро, а выручка — на 19,6%, до 3,56 млрд евро. К июню количество активных клиентов выросло на 20,4% и составило 34,1 млн. В первые шесть месяцев года в среднем покупатели тратили на свои корзины 56 евро.

Источник:

[Half-Year Report 2020](#)

Walmart и Instacart тестируют доставку в день заказа

Cnbc.com, 11.08.2020 11:10:00

/новость

Walmart в партнерстве с сервисом Instacart запустил пилотный проект доставки продуктов в день заказа в Лос-Анджелесе, Сан-Франциско, Сан-Диего (Калифорния) и Талсе (Оклахома).



Сервис доставки Instacart сотрудничает с сетями Aldi, Target, Costco, Albertsons, Kroger и Sam's Club (принадлежит Walmart), а также с более мелкими продуктовыми магазинами и аптеками.

Предлагая быструю доставку, крупные сетевые продуктовые магазины укрепляют позиции по отношению к Amazon, который предлагает услуги доставки продуктов Amazon Fresh и Amazon Prime Now со своих складов и магазинов Whole Foods.

Ранее глава Amazon Джефф Безос сказал, что такие компании, как Shopify и Instacart, становятся конкурентами Amazon.

Источник:

[Walmart and Instacart partner for same-day U.S. delivery in fight against Amazon's Whole Foods](#)

Выручка MercadoLibre достигла \$878,4 млн во II кв. 2020 г.

Investor.mercadolibre.com, 10.08.2020

/новость

MercadoLibre, Inc., ведущая компания в области технологий электронной коммерции в Латинской Америке, опубликовала финансовые результаты за квартал, закончившийся 30 июня 2020 года.

Чистая выручка за второй квартал составила \$878,4 млн, что на 61,1% больше, чем годом ранее, в долларах США и на 123,4% без учета колебаний курсов валют. Чистая прибыль компании составила \$55,9 млн, прибыль на акцию — \$1,11.

Выручка от коммерческой деятельности увеличилась на 79,5% год к году в долларах США, достигнув \$581,7 млн, а выручка финтех-направления выросла на 34,1% в долларах США, до \$296,7 млн.

База активных клиентов выросла на 45,2%, до 51,5 млн.

Источник:

[MercadoLibre, Inc. Reports Second Quarter 2020 Financial Results](#)



Спрос на алкоголь в онлайне снижается по мере снятия ограничений

Chargedretail.co.uk, 13.08.2020

/исследование

Интернет-продажи вина пережили массовый бум во время режима ограничений, но всплеск спроса замедляется, поскольку пабы и рестораны снова открываются. Согласно данным Wine Searcher, количество поисковых запросов о покупке вина в июле снизилось на 17% в годовом исчислении, при том, что в июне выросло на 45%. Число запросов в апреле выросло на 111%, а в июле на 7%.

В Великобритании количество запросов о вине и спиртных напитках за последние две недели июля выросло на 25%, а о пиве на 47%.

В Китае поисковые запросы о вине, спиртных напитках и пиве в интернете упали на 26%, 34% и 38% соответственно. Число переходов по ссылкам на вино в Великобритании выросло на 20% за последние две недели июля, а в Китае снизилось на 53%.



В США количество переходов на спиртные напитки увеличилось на 24% благодаря росту на 120% потенциальных клиентов Indian Whisky. Британская компания Naked Wines сообщила, что во время ограничений количество заказов на вино резко возросло, и ожидается, что продажи в июле вырастут на 73% в годовом исчислении.

Источник:

[Online wine boom during lockdown is coming to an end according to new research](#)

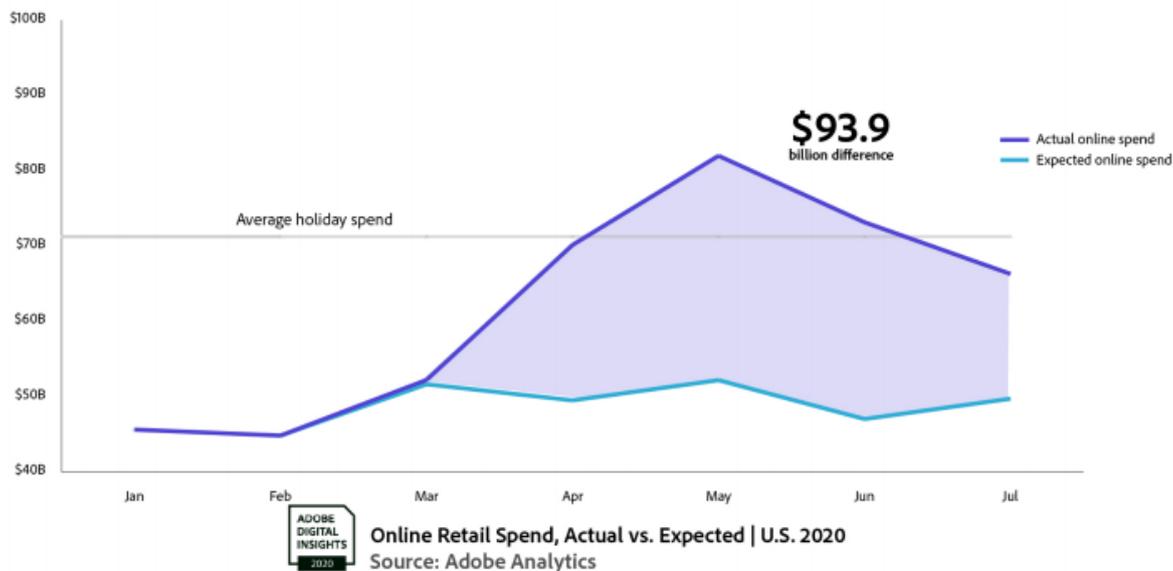
Adobe Analytics: онлайн-продажи в США к октябрю достигнут уровня 2019 г.

Adobe.com, 11.08.2020

/исследование

По данным Adobe Analytics, с января по июль онлайн-продажи в США составили \$434,5 млрд. В июне продажи в интернете выросли на 76% год к году, до \$73,2 млрд, в июле — на 55%, до \$66,3 млрд.

С марта онлайн-расходы превысили прогнозы на \$93,9 млрд. Эксперты Adobe ожидают, что при сохранении текущего уровня роста онлайн-расходы в 2020 году могут уже к 5 октября превысить показатели всего 2019 года.



Популярность онлайн-покупок с самовывозом из магазина в июле выросла на 23,3% по сравнению с июнем на фоне второй волны роста случаев COVID-19 в США.

Ежедневные онлайн-продажи продуктов в июле по сравнению с июнем снизился на 3%.

Ежедневные продажи одежды через интернет в июле упали на 8% к июню, но выросли на 33% год к году, что значительно ниже пикового роста, наблюдавшегося в этой категории в мае.

В июне продажи бытовой электроники выросли на 5% по сравнению с предыдущим месяцем, в июле они почти не изменились.

Источник:

[Adobe Digital Economy Index](#)

Кейс:

Объем продаж «Глобуса» через онлайн-канал вырос в 3,5 раза за 6 месяцев

Retail.ru, 14.08.2020 07:00:00

/кейс

Руководитель отдела электронной коммерции сети «Глобус» Ирина Загорская [рассказала](#) Retail.ru о работе интернет-магазина сети.

Собственный интернет-магазин сети осуществляет доставку при помощи партнеров — iGooods, Gett-такси, Яндекс.Такси. Сеть развивает онлайн-канал в России 2,5 года и начинала с 9 заказов в день. В пандемию количество ежедневных заказов достигло 2000. В первые шесть месяцев этого года совокупный объем продаж через онлайн-канал вырос в 3,5 раза.



В середине марта резко увеличилось количество заказов и артикулов в них. На пике в среднем в одном заказе было 80 штук товара. Стали открывать таймслоты ежедневно на ближайшие дни, поэтому не было заказов, сделанных на неделю-две вперед. Средний чек вырос на 40%. Первое снижение спроса и нормализацию корзины покупателей увидели в начале майских праздников. Сейчас средний чек закономерно снижается, тем не менее остается выше, чем до пандемии.

В первую очередь были задействованы сотрудники ресторанов Globus, которые временно пришлось закрыть. Брали сотрудников других компаний, оставшихся в карантин без работы, например, «Спортмастера». Нанимали и дополнительный персонал.

Пришлось адаптировать бизнес-процессы под работу в режиме постоянно высокого спроса. Второй вызов — обеспечение эпидемиологической безопасности. Некоторые решения принимались не в пользу объема продаж, а в пользу безопасности.

Самовывоз всегда был популярнее доставки. Но в карантин повысился спрос на доставку. Интернет-магазин вначале рассматривался как пилотный проект. Самовывоз был развернут на базе одного гипермаркета — в Красногорске.

Сейчас готовится открытие еще двух пунктов самовывоза — в гипермаркетах в Пушкине и Климовске, которые будут работать в формате самовывоза без выхода из автомобиля. В специально отведенной зоне парковки установлены терминалы, на которых припарковавшиеся клиенты смогут зарегистрироваться, введя номер заказа или телефона. Заказ вывозится к машине.

Пока возможность подключения дополнительных партнеров по доставке не рассматривается. Но решение может измениться.

Основная политика компании — обеспечить максимально широкий ассортимент. В интернет-магазине на базе гипермаркета в Красногорске — около 40 тыс. наименований, половина из которых — продукты питания. Ассортимент может различаться от канала к каналу в зависимости от ограничений и условий партнерских сервисов.

Источник:

[Ирина Загорская, «Глобус»](#): «Пандемия дала опыт быстрого разворачивания процессов»

Гости Камчатки могут заказать местные товары на eBay прямо в аэропорту

Kamchatinfo.com, 13.08.2020 16:41:00

/кейс

В аэропорту города Елизово появились информационные лайтбоксы с активными QR-кодами, ведущими на страницы маркетплейса eBay с камчатскими товарами.

На маркетплейсе eBay представлено 10 камчатских компаний с постоянно расширяющимся товарным ассортиментом.

Проект реализован благодаря совместной работе Министерства инвестиций и предпринимательства Камчатского края, Российского экспортного центра, регионального Центра поддержки экспорта, АО «Международный аэропорт Петропавловск-Камчатский (Елизово)» и маркетплейса eBay.



Источник:

[Гости Камчатки могут заказать местные товары на eBay в «один клик» с доставкой по всему миру](#)

В2В-раздел «Кухни на районе» во время карантина продал еды на 20 млн руб.

E-repper.ru, 10.08.2020

За время карантина сервис «Кухня на районе» продал через b2b-раздел «Фудмаркет» еды на более чем 20 млн руб. Средний чек составил 900 руб.

Проект был запущен в начале апреля с целью поддержать московские заведения во время изоляции. К сервису было подключено 16 ресторанов и кафе, в числе которых — «Дом Культур», кафе Музея «Гараж», Dizengof99, Powerhouse, PHO Fighters, RA'MEN, Touch of Matcha, GOKOS, J'Pan, «Осторожно Слон» и др.

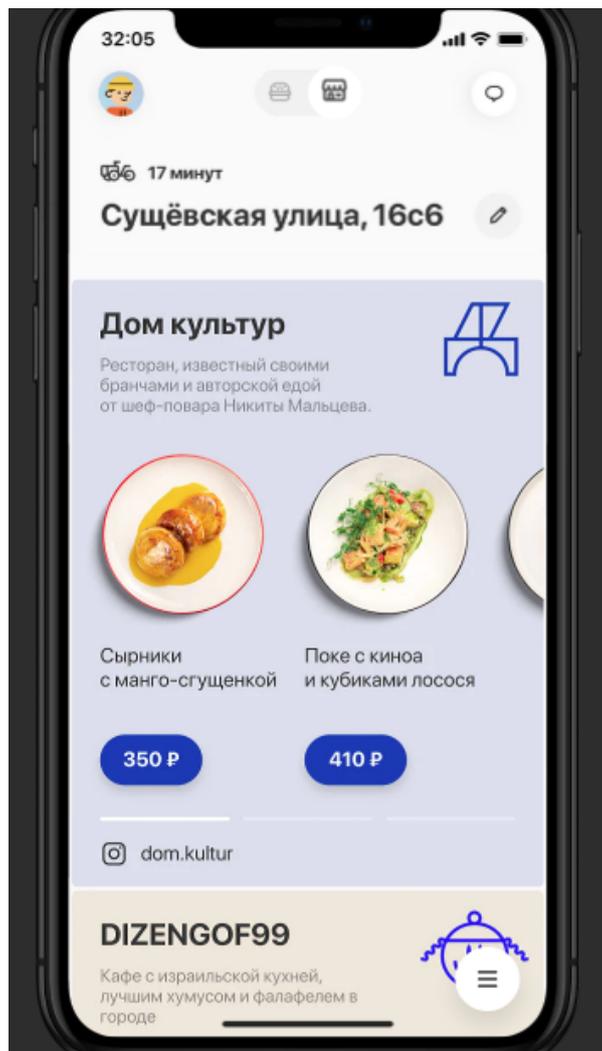
Шеф-повара заведений готовят блюда, а сервис обеспечивает их продуктами и доставляет готовые заказы клиентам. С каждого заказа рестораны получают 10% стоимости. Каждый ресторан мог подключиться к проекту на 2 недели.

Активнее всего в «Фудмаркете» заказывали в Останкинском и Алексеевском районах Москвы, наибольшей популярностью пользовались блюда из меню ресторана Dizengof99.

Источник:

"Кухня на районе" отчиталась о работе сервиса "Фудмаркет"

/кейс



Косметические бренды уходят в онлайн

Wsj.com, 10.08.2020

/кейс

Косметические компании Estée Lauder Cos., Amorepacific Group Inc. и Kao Corp. стремятся управлять рисками и диверсифицировать продажи. Универмаги, приносящие значительную долю их доходов, были вынуждены закрыться во время пандемии коронавируса, [сообщает](#) The Wall Street Journal.



В квартале, который закончился 31 марта, 46% чистых продаж Estée Lauder в Северной Америке пришлось на универмаги. Компания сообщила об убытке в размере \$6 млн по сравнению с прибылью в \$555 млн за тот же квартал прошлого года.

Во время пандемии Estée Lauder добилась большого роста онлайн-продаж. Компания привлекла сотрудников и консультантов по красоте из магазинов к проведению онлайн-уроков и консультаций. Продукты клиенты могут купить на сайте бренда.

Южнокорейская косметическая компания Amorepacific выделила большую часть своего маркетингового бюджета на цифровые продажи и планирует расширить партнерские отношения с онлайн-ритейлерами в Азии и Северной Америке. Общая выручка компании в первом квартале упала на 28,3%.

Японская косметическая компания Kao увеличивает свои онлайн-продажи за счет привлечения клиентов и совершенствования онлайн-консультаций по красоте. Чистая выручка Kao в первом полугодии снизилась на 7,5%.

Универмаги имеют свои преимущества, говорит Синдзи Касуга, исполнительный директор дочерней компании Kao Kanebo Cosmetics Inc. Покупатели, которые хотят приобрести продукты высокого класса, по-прежнему предпочитают получать личные консультации.

Источник:

[Cosmetics Brands Face Revenue Drop as Department Stores Close](#)

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.