

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2020 / № 34

24 Августа 2020 - 30 Августа 2020

В выпуске:

Россия:

igooods: b2b-заказы продуктов вернулись на допандемийный уровень
Выручка ЛитРес выросла на 35,6% в первом полугодии 2020
Яндекс.Лавка доставит продукцию «Буше», а Яндекс.Еда — «Мираторга»
В пандемию онлайн-продажи в Подмосковье достигали 2,8 млрд руб. в сутки
Продажи видеокурсов и цифрового контента на Wildberries выросли на 58%
AliExpress на 65% нарастил продажи детской одежды от российских поставщиков
Самозанятые смогут открывать магазины на AliExpress Россия
5Post выдаст банковские продукты Тинькофф в «Пятёрочках»
«ЗдравСити» начал принимать заказы через Яндекс.Здоровье
Perekrestok.ru сменил название на «Перекрёсток Впрок»
Доля онлайн-продаж в общей выручке «Детского мира» во II кв. 2020 г. — 31,2%
На онлайн пришлось 56,1% продаж «М.Видео-Эльдорадо» в первом полугодии
Ozon начислит 8% годовых на остаток на пользовательском счете
«Цайня» сократит сроки доставки смартфонов в Россию вдвое
Wildberries запустил первую очередь крупного распределенного центра в Татарстане
Почта России: рост внутреннего рынка интернет-торговли г/г показал падение
ВШЭ: во II кв. 2020 г. выросла вовлеченность регионов в интернет-торговлю
BrandMonitor: оборот поддельного люкса в соцсетях России — более 23 млрд руб.
ТОП1000 российских интернет-магазинов

Весь мир:

Американские ритейлеры сообщают о рекордных онлайн-продажах
Объем розничного рынка eCommerce Индии превысит \$100 млрд к 2024 г.
Amazon запустил офлайн-супермаркет с «умными» тележками
Walmart распродает eCommerce-активы
Электронная торговля в Польше вырастет более чем на 30% в 2020 году
Глобальные онлайн-продажи выросли на 71% во II кв. 2020 г.
Amazon позволил виртуально разместить в интерьере сразу несколько предметов

Nike сделал акцент на онлайн и отказался от 9 оптовых партнеров
Williams-Sonoma нарастила квартальную выручку благодаря eCommerce
Цифровые продажи Nordstrom упали на 5% во II квартале
Facebook добавил в приложение раздел «Магазин»
7 из 10 взрослых американцев никогда не покупали в соцсетях

Кейс:

Леруа Мерлен: в пике «коронакризиса» доля онлайн-продаж доходила до 65%
«Петрович» интегрировал интернет-магазин в сервис для работы со сметами
Первый фестиваль шопинга в формате live commerce привлек 7 млн россиян
Половина клиентов «Перекрёсток Впрок» перешла на предоплату

Россия:

igooods: b2b-заказы продуктов вернулись на допандемийный уровень

E-reper.ru, 27.08.2020

/новость

Эксперты сервиса igoods отмечают, что заказы продуктов из гипермаркетов в b2b-сегменте в денежном выражении вернулись на допандемийный уровень. Более 80% заказов приходится на офисы и сегмент HoReCa.

igooods

В феврале доля заказов корпоративных клиентов в денежном выражении составляла 10% от общего оборота. В апреле она значительно сократилась, а заказы от физических лиц выросли в несколько раз. В первой половине 2020 года выручка сервиса выросла в 3,4 раза год к году, до 4,1 млрд руб.

В прошлом году большинство b2b-заказов приходилось на Москву и Санкт-Петербург. В этом году появились региональные корпоративные клиенты в Екатеринбурге, Новосибирске, Казани, Барнауле и Омске. Компании могут заказывать 2-3 раза в неделю (чаще по понедельникам, средам и пятницам), а частные клиенты — 2-4 раза в месяц по выходным. Средний чек среди юридических лиц — 5000-5600 руб.

Потенциал роста не исчерпан, поскольку еще не все компании вернулись с удаленной работы, считает управляющий и сооснователь igoods Григорий Кунис.

Источник:

[Igooods: b2b-заказы продуктов вышли на докризисный уровень](#)

Выручка ЛитРес выросла на 35,6% в первом полугодии 2020

Retail-loyalty.org, 27.08.2020 14:48:00

/новость

В первом полугодии 2020 года выручка ГК «ЛитРес» выросла на 35,6% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года. Всего было продано более 9,5 млн экземпляров книг, из них 22% — аудио.

«В целом, по нашим прогнозам, на конец этого года доля электронных и аудиокниг на рынке составит более 12,5%, а объем рынка цифровой книги будет на уровне 8,6 млрд руб., что на 28-30% больше, чем в прошлом году», — комментирует генеральный директор ГК «ЛитРес» Сергей Анурьев.

ЛитРес:
ОДИН КЛИК ДО КНИГ

Выручка издательской платформы ЛитРес: Самиздат выросла на 92% по сравнению с аналогичным периодом 2019 года.

Продажи книжного сервиса по подписке MyBook выросли на 74% в денежном выражении (выше темпов рынка), а количество регистраций — на 87%. Количество пользователей, оформивших премиум-подписку, в которую помимо электронных входят также аудиокниги, увеличилось втрое.

По данным Kantar TNS, доля ЛитРес в сегменте аудиокниг — 72%. В первом полугодии 2020 года выручка от продаж аудиокниг на сайте и в приложениях ЛитРес увеличилась более чем на 45,5% год к году. Продажи аудиокниг в приложениях на платформе Android выросли на 67% в денежном выражении.

Выручка проекта ЛитРес: Чтец, где каждый может озвучивать книги и получать за это роялти, выросла в 2,5 раза. В первом полугодии 2020 года в ЛитРес: Чтец было озвучено на 105% больше аудиокниг, чем годом ранее. В проекте участвуют более 1300 активных чтецов, которые создали и опубликовали на сервисе с начала года более 40% всех опубликованных на рынке аудиокниг.

Проект ЛитРес: Библиотека, с помощью которого государственные публичные библиотеки могут выдавать электронные и аудиокниги на 14 дней, за полгода выдал более 51 млн книг — на 74% больше, чем за аналогичный период 2019 года. Выручка проекта выросла на 87%, а количество активных читателей — на 54%.

Выручка от партнерских контрактов сервиса ЛитРес относительно первого полугодия 2019 выросла на 37%.

Доходы от продаж за пределами России составили более 16% от общей выручки сервиса ЛитРес. В лидерах — Германия, США, Украина, Беларусь, Казахстан, Израиль и Великобритания.

В конце мая 2019 года сервис ЛитРес появился на рынке Польши. В конце 2019 года компания вышла на рынок стран Балтии. На третий квартал 2020 года запланирован запуск сервиса MyBook в Эстонии.

Источник:

[Группа компаний «ЛитРес» подвела итоги первого полугодия 2020 года](#)

Яндекс.Лавка доставит продукцию «Буше», а Яндекс.Еда — «Мираторга»

E-repp.ru, 27.08.2020

/новость

Яндекс.Лавка будет развозить по Санкт-Петербургу хлеб, слойки и пирожные из сети булочных «Буше». Выпечку можно будет заказать даже в те районы города, где нет заведений сети. В меню доставки из Лавки включили 23 блюда.

Ассортимент для покупателей Лавки будет расширяться новыми категориями. Шеф-кондитеры «Буше» также рассматривают создание лимитированных позиций меню только для клиентов онлайн-сервиса. Заказ выпечки можно сделать в приложениях Яндекс.Лавка, Яндекс, Яндекс.Еда и Яндекс Go, а также на сайте eda.yandex. Доставка осуществляется круглосуточно за 10-15 минут.

Яндекс  Лавка

Суммарный объем рынка экспресс-доставки продуктов питания в 2020 году может увеличиться с 700 млн до 30 млрд руб., считают эксперты компании «Infoline-Аналитика». На рынке экспресс-доставки 95% оборота в 2020 году придется на четыре компании — X5 Retail, «ВкусВилл», Яндекс.Лавку и «Самокат».

Яндекс.Еда начала тестировать услугу комплектации заказов для магазинов. Первый партнер — «Мираторг», подключивший к сервису 5 магазинов в Москве. Сотрудники Яндекс.Еды соберут заказ в торговом зале, а в случае отсутствия товара подберут замену. Сейчас они работают через собственное приложение для курьеров, а не через единую платформу «Яндекс.Про».

Яндекс  Еда

Яндекс.Еда начала доставлять продукты из сторонних магазинов в апреле 2020 года. Услуга сборки заказов уже есть у СберМаркета и iGooods.

Источник:

["Яндекс.Лавка" займется скоростной доставкой булочек](#)
[«Яндекс.Еда» и «Мираторг» заключили соглашение о сотрудничестве](#)

В пандемию онлайн-продажи в Подмосковье достигали 2,8 млрд руб. в сутки

Riamo.ru, 27.08.2020 13:51:00

/новость

В Подмосковье онлайн-продажи составляли 2,7-2,8 млрд руб. в сутки в период введения максимальных ограничений из-за пандемии коронавируса, сообщил министр сельского хозяйства и продовольствия Московской области Андрей Разин.

До пандемии онлайн-торговля Московской области составляла примерно 200 млн руб. в сутки. Сейчас цифра держится на уровне 1-1,5 млрд. Это говорит о том, что люди привыкли к онлайн-покупкам.



Источник:

[Онлайн-торговля в период Covid-пандемии в Подмосковье составила свыше 2,5 млрд руб в сутки](#)

Продажи видеокурсов и цифрового контента на Wildberries выросли на 58%

Retail-loyalty.org, 26.08.2020 16:37:00

/новость

В июле-августе по сравнению с маем-июнем продажи видео-мастер-классов и онлайн-контента на площадке Wildberries выросли на 58%.



Цифровые товары



Спорт и ЗОЖ [Смотреть все](#)



В числе самых востребованных видеокурсов в мае-августе — видеоуроки по акварельной живописи для детей, профессиональный курс для мастеров маникюра, видеокурс тренировок со спортивными петлями.

Самые популярные у россиян обучающие видеокурсы находятся в ценовом сегменте от 300 до 1 500 руб.

В июле-августе россияне также приобретали такие цифровые товары, как чек-листы и расписания (+323%), аудиоучебники (+50%).

Wildberries обновил функционал онлайн-площадки, что позволит селлерам размещать не только видеоматериалы, но и аудиоконтент, текстовые файлы и графические изображения, а также смешанный контент: видеофайлы и текстовые документы, аудиоматериалы и визуальную графику и т.д.

Источник:

[Wildberries: Продажи обучающих видеокурсов и цифрового контента выросли на 58%](#)

AliExpress на 65% нарастил продажи детской одежды от российских поставщиков

Retail.ru, 26.08.2020 15:06:00

/новость

Во втором квартале 2020 года на AliExpress продажи детской одежды, представленной российскими брендами или продавцами, выросли на 65% по отношению к первому кварталу 2020 года.



В топе лидеров продаж вещи с изображениями героев известной игры Brawl stars от российского бренда Vsemauki. В тренде также вещи с героями популярных мультиков и игр. Во втором квартале 2020 года на 15% к первому кварталу выросли продажи детских игрушек, представленных российскими брендами или продавцами.

Чаще всего на платформе покупают развивающие игрушки из натуральных материалов. Среди трансграничных продаж наиболее популярны игрушки известных мультипликационных брендов, волчки от Takara Tomy и квадрокоптеры от Eachine.

Чаще всего детские товары покупают жители Москвы и Санкт-Петербурга, Республики Татарстан, Краснодарского Края и Свердловской области.

Источник:

[AliExpress: категория детских товаров выросла на 65% в период карантина](#)

Самозанятые смогут открывать магазины на AliExpress Россия

Т.me, 26.08.2020 10:30:00

/новость

Физические лица смогут открывать собственные магазины на AliExpress Россия. Для [регистрации](#) самозанятого требуется ИНН и контактные данные.



Новым продавцам будет доступна доставка Почтой России или через компанию «Цайняо». Самозанятые могут воспользоваться льготами от AliExpress: 0% комиссии на первые 100 товаров, субсидии на услуги логистики компании «Цайняо» в размере 60 руб. на каждую доставку, рекламное размещение у блогеров и партнеров площадки в рамках аффилиатной программы с комиссией от 3%.

Источник:

[Пресс-служба AliExpress Россия](#)

5Post выдаст банковские продукты Тинькофф в «Пятёрочках»

Vk.com, 26.08.2020 10:06:00

/новость

5Post, дочерняя компания X5 Retail Group, стала первым партнёром Тинькофф по доставке банковских продуктов, который позволяет сотрудникам компании получить заказные посылки в пунктах выдачи заказов.



Продукты Тинькофф и документы для представителей компании будут доставлять в постаматы 5Post и пункты выдачи в магазинах «Пятёрочка» во всех регионах присутствия сети. Ранее все документы и карты банка отправлялись через собственный отдел логистики или с помощью экспресс-доставки.

В рамках соглашения Тинькофф обеспечивает формирование необходимого пула заказов, а 5Post забирает их со склада компании и доставляет по стране до магазинов «Пятёрочка». Сейчас сервис охватывает более 10 700 пунктов выдачи в торговой сети «Пятёрочка» в 65 регионах присутствия.

5Post сотрудничает с крупнейшими компаниями, такими как «Беру», AliExpress, Joom, iHerb и др. Доставка осуществляется за счёт собственного логистического решения 5Post через 16 сортировочных центров компании.

Источник:

[5Post стал первым партнёром Тинькофф по доставке банковских продуктов](#)

«ЗдравСити» начал принимать заказы через Яндекс.Здоровье

E-rep.ru, 25.08.2020

/новость

Онлайн-сервис заказа лекарственных препаратов и товаров для красоты «ЗдравСити» интегрировался с проектом Яндекс.Здоровье и начал принимать заказы, размещенные через этот портал. Ранее опция была доступна только аптечным сетям.



Пользователь может найти товар на странице Яндекс.Здоровье, посмотреть цены и выбрать аптеку для доставки на Яндекс.Картах. После этого можно оформить заказ по номеру мобильного телефона, без перехода на сайт «ЗдравСити».

Доступен полный ассортимент лекарственных препаратов в 80 регионах РФ. Доставка осуществляется до ближайшей аптеки.

Подключение «ЗдравСити» помогло Яндекс.Здоровью запустить сервис почти по всем регионам России, а также увеличить товарный ассортимент по лекарствам на 20%.

Источник:

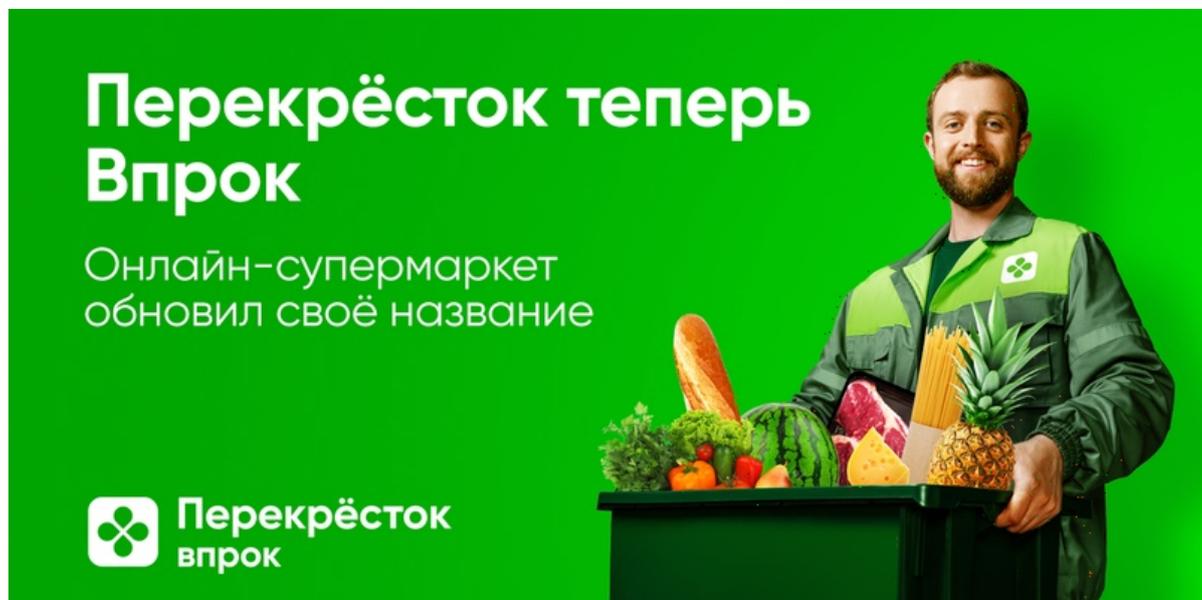
[Сервис "ЗдравСити" интегрировался с "Яндекс.Здоровье"](#)

Perекrestok.ru сменил название на «Перекрёсток Впрок»

Vk.com, 25.08.2020 12:17:00

/новость

Онлайн-супермаркет Perекrestok.ru сменил название на «Перекрёсток Впрок», что подчеркивает миссию сервиса — большой выбор товаров для закупки впрок по доступным ценам.



Потребитель может сделать заказ весом до полтонны на основе ассортимента в 40 тыс. позиций. До конца 2020 года ассортимент будет расширен до 50 тыс. позиций.

Доставка «Перекрёсток Впрок» осуществляется в день заказа или на следующий день из дарксторов. Три таких склада находятся в Москве и по одному в Санкт-Петербурге и Нижнем Новгороде. Минимальная сумма заказа — от 1000 до 3000 руб. в зависимости от города. Средний чек по итогам второго квартала — 4587 руб. Средний вес заказа — 30-35 кг.

В мобильном приложении «Перекрёсток Впрок» будут действовать акции программы лояльности «Клуб Перекрёсток», опции бесконтактной доставки и доставки для пенсионеров.

Источник:

[Онлайн-супермаркет «Перекрёсток» расширяет ассортимент и меняет название на «Перекрёсток Впрок»](#)

Доля онлайн-продаж в общей выручке «Детского мира» во II кв. 2020 г. — 31,2%

Corp.detmir.ru, 25.08.2020

/новость

ГК «Детский мир» объявила неаудированные финансовые результаты по МСФО (IFRS) за второй квартал и первое полугодие, завершившееся 30 июня 2020 года.

Во втором квартале 2020 года объем консолидированной неаудированной выручки Группы увеличился на 2,9% до 28,8 млрд руб. Выручка онлайн-сегмента выросла в 3,2 раза год к году до 8,7 млрд руб.



Доля онлайн-продаж в общей выручке сети «Детский мир» в России увеличилась до 31,2%, или в 3,1 раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Доля курьерской доставки онлайн-заказов выросла на 10,8 п.п. до 23%.

Валовая прибыль снизилась на 6,6% до 8,9 млрд руб. Показатель скорректированная EBITDA вырос на 2,9% до 3,6 млрд руб. Показатель EBITDA составил 3,5 млрд руб. (+4,4% г/г). Показатель скорректированная прибыль за период составил 1,4 млрд руб. (-29,4% г/г). Прибыль за период без учета корректировок — 1,4 млрд руб. (-28,6% г/г).

В первом полугодии 2020 года объем консолидированной неаудированной выручки Группы увеличился на 7,1% до 59,9 млрд руб. Выручка онлайн-сегмента выросла в 2,7 раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года до 14,1 млрд руб.

Доля онлайн-продаж в общей выручке сети «Детский мир» в России увеличилась до 24,6%, или в 2,5 раза год к году. Доля курьерской доставки онлайн-заказов выросла на 4,6 п.п. до 19,9% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года.

Валовая прибыль увеличилась на 2,1% до 18 млрд руб. Показатель скорректированная EBITDA вырос на 9,1% до 5,8 млрд руб. Показатель EBITDA составил 5,4 млрд руб. (+8,4% г/г). Показатель скорректированная прибыль за период составил 1,4 млрд руб. (-42,5% г/г). Прибыль за период без учета корректировок — 1,1 млрд руб. (-49,7% г/г).

Компания ожидает в среднесрочной перспективе сохранить двузначный темп роста общих продаж за счет развития омниканальной бизнес-модели, при этом доля онлайн-канала может достигнуть 45% в категории «Детство» и 30% в категории «Товары для животных». Цель — лидерство на обоих рынках. Компания стремится обеспечить доставку на следующий день не менее 80% всех онлайн-заказов за счет построения эффективной региональной логистической сети.

Стратегический приоритет — доступный и широкий ассортимент товаров, в том числе за счет развития собственных торговых марок и полномасштабного запуска маркетплейса. В течение 3-5 лет ассортимент в «Детстве» будет увеличен со 150 тыс. до 2,4 млн SKU.

К концу 2024 года планируется открыть не менее 800 магазинов нового сверхмалого формата «ПВЗ Детмир», что позволит одновременно увеличить проникновение в малые города и населенные пункты и улучшить сервис доставки онлайн-заказов.

Источник:

[«ДЕТСКИЙ МИР» УВЕЛИЧИЛ СКОРРЕКТИРОВАННУЮ EBITDA НА 48% В ИЮНЕ 2020 ГОДА](#)

На онлайн пришлось 56,1% продаж «М.Видео-Эльдорадо» в первом полугодии

Invest.mvideo.ru, 24.08.2020 10:05:00

/новость

«Группа М.Видео-Эльдорадо» опубликовала сокращенные неаудированные консолидированные финансовые итоги, подготовленные в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (МСФО) за шесть месяцев, закончившихся 30 июня 2020 года.

М.ВидеоЭльдорадо

Выручка выросла на 7,8% год к году до 173 934 млн руб. благодаря почти двукратному росту общих онлайн-продаж. В результате успешного ускоренного масштабирования онлайн-бизнеса общие онлайн-продажи компании выросли на 97,5% год к году до 116 829 млн руб. (с НДС), составив 56,1% от общих продаж Группы.

Валовая прибыль увеличилась на 7% год к году, до 44 651 млн руб. (44 681 млн руб. по «МСФО 16»), валовая маржа составила 25,7%. Показатель EBITDA по Группе вырос на 20,3% год к году и достиг 13 354 млн руб. (21 983 млн руб. по «МСФО 16»), а рентабельность по показателю EBITDA увеличилась на 0,8 п.п. год к году до 7,7% (12,6% по «МСФО 16»). Скорректированная чистая прибыль Группы выросла на 44,2% год к году до 5 327 млн руб. (3 777 млн рублей по «МСФО 16»).

«Пожалуй, можно сказать, что мы являемся одним из немногих российских онлайн-ритейлеров с эффективной бизнес-моделью, которая обеспечивает не только рост продаж, но и стабильную рентабельность, а также рост прибыли», — отметил президент и председатель правления «Группы М.Видео-Эльдорадо» Александр Тынкован.

Источник:

[Группа М.Видео-Эльдорадо в первом полугодии 2020 года увеличила EBITDA на 20,3% до 13,3 млрд рублей](#)

Озон начислит 8% годовых на остаток на пользовательском счете

Plusworld.ru, 24.08.2020 12:29:00

/новость

Озон добавил к программе лояльности сервис Ozon.Счет, который позволяет любому клиенту вносить на пользовательский счет деньги в виде авансового платежа за покупки и получать Ozon.Рубли в размере 8% годовых от суммы остатка.



Если на пользовательском счете клиента будет храниться больше 10 тыс. руб., он будет получать еще 2% кэшбэка с каждой покупки. Ozon.Рублями можно оплачивать до 99% стоимости покупок, тратить их можно только на Ozon.

Озон начал тестировать сервис Ozon.Счет в июле. По результатам участники теста с механикой «8% годовых» пополняли счет в среднем на 12 тыс. руб., а покупки делали чаще членов других групп.

За два дня после выхода Ozon.Счет на открытый рынок к новому сервису подключились больше 60 тыс. пользователей.

Источник:

[Интернет-платформа Ozon запустила сервис Ozon.Счет](#)

«Цайняо» сократит сроки доставки смартфонов в Россию вдвое

Rb.ru, 24.08.2020 10:36:00

/новость

«Цайняо», логистический оператор Alibaba Group, запустил специальные авиарейсы из Гонконга в Москву, которые позволят сократить среднее время ожидания посылок со смартфонами и планшетами из Китая для жителей крупнейших городов с 30 до 15 дней.

Новые трансграничные маршруты перевозят смартфоны, планшеты, дроны и другие устройства с литий-ионными аккумуляторами объемом до 20 тысяч mAh. Ноутбуки и портативные средства зарядки все еще будут доставляться наземным транспортом.



За май-июнь объем грузоперевозок с заказами в Россию вырос на 25% в сравнении с прошлым годом. На электронику приходится около трети всех доставок «Цайняо» в Россию. В числе наиболее востребованных категорий — одежда, товары для дома и косметика.

Средний объем ежедневных отправок «Цайняо» составляет около 2 млн посылок в день. Более 25% всех посылок приходится на Россию.

Источник:

[Alibaba Group сократит срок доставки смартфонов в Россию вдвое](#)

Wildberries запустил первую очередь крупного распределительного центра в Татарстане

Mert.tatarstan.ru, 24.08.2020

/новость

Wildberries запустил первую очередь (площадью 50 тыс. кв. м) распределительного центра на территории промышленной площадки ТОСЭР «Зеленодольск». Это крупнейший действующий региональный логистический центр ритейлера за пределами Московского региона.

Строительство распределительного центра Wildberries в Зеленодольске площадью 100 тыс. кв. м началось в ноябре 2019 года. Сроки реализации проекта запланированы на 2019-2022 гг. Совокупный размер инвестиций Wildberries — около 5 млрд руб.

Ответственный за реализацию инвестиционного проекта по строительству логистического комплекса — компания ООО «ВБ ВОСТОК».

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

Благодаря открытию распределительного центра вырастет скорость доставки заказов Wildberries в Татарстане: товары с локального склада будут доставляться уже на следующий день. Оборот Wildberries в Татарстане с января по июль 2020 года вырос на 190% год к году, в штуках — на 270%. Наиболее значительный рост отмечен в категориях здоровье — в 29 раз, инструменты — в 26 раз, детское питание и продукты — в 14 раз, спорт — в 7 раз, электроника — в 6 раз.

За январь-июль 2020 года оборот предпринимателей из Татарстана на Wildberries вырос в 4,5 раза, до 900 млн руб. год к году, а за 3 года — в 28 раз. На онлайн-площадке работают свыше 500 предпринимателей и компаний из региона.

За время режима самоизоляции зафиксирован двукратный рост республиканских продавцов на торговых онлайн-площадках, в настоящее время их насчитывается более 2000, отметил министр экономики Татарстана Мидхат Шагиахметов.

Источник:

[Wildberries запустил первую очередь крупного распределительного центра в Татарстане](#)

Почта России: рост внутреннего рынка интернет-торговли г/г показал падение

Рochta.ru, 27.08.2020

/исследование

Пятнадцатый выпуск бюллетеня «Почта.Барометр» содержит информацию об объемах внутрироссийских и международных eCom-отправлений, которые Почта России обработала на неделе 17-23 августа.

ВНУТРЕННИЙ РЫНОК

Рост внутреннего рынка интернет-торговли г/г показал падение.

Изменение роста B2X доставок относительно предыдущей недели составило -12 п.п. до +2% в сравнении с 2019 г.

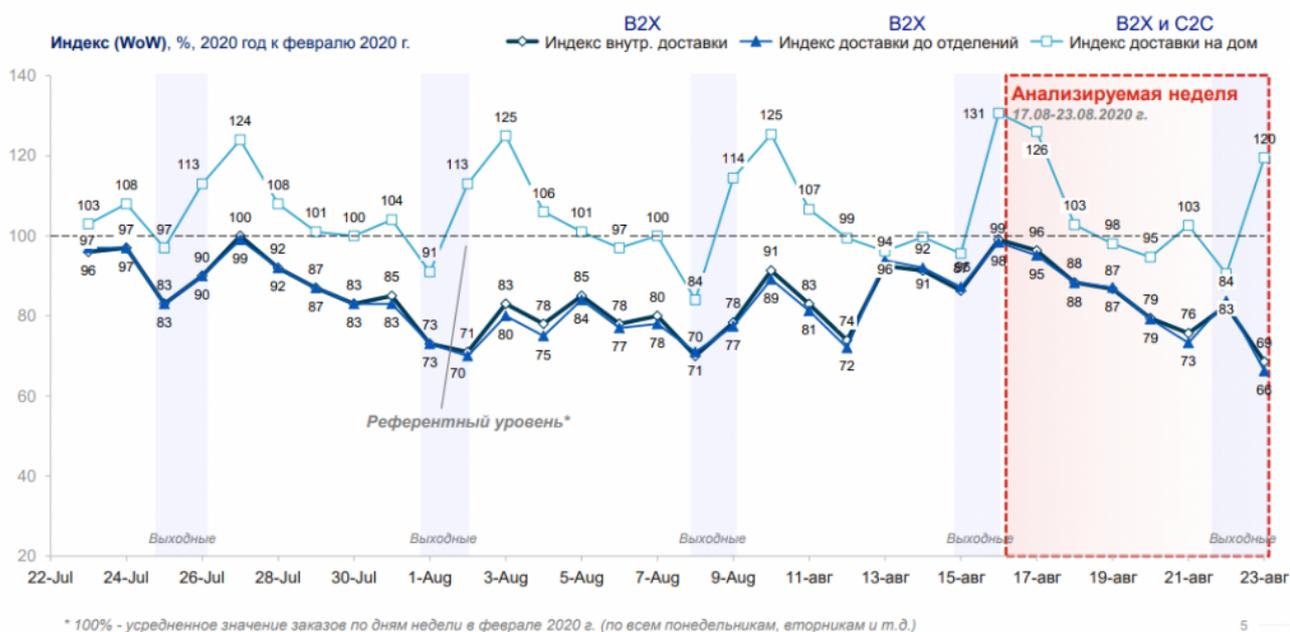
Изменение объемов доставки за период 17-23 августа составило -17% относительно февраля 2020 г.

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

Рост объемов доставок на дом в сравнении с 2019 г. на неделе упал на -2 п.п. до +24% относительно предыдущей недели с 17 по 23 августа.

Аналогичный показатель в сравнении с февралем 2020 г. снизился на -3 п.п. до +5%.

Динамика индексов доставки на внутреннем рынке к февралю 2020 г.
Период: 23 июля – 23 августа 2020 г.



ИМПОРТ

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

-30% среднее снижение кол-ва ежедневных заказов за неделю 17-23 августа в сравнении с 2019 г.

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

+32% на неделе 17-23 августа для Ближнего Востока и Центральной Азии в сравнении с 2019 г.

-4% на неделе 17-23 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 -4% по весу отправок 17-23 августа в сравнении с 2019 г.

Общее среднее снижение в -18% по кол-ву отправок 17-23 августа в сравнении с 2019 г.

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

+12% по количеству емкостей на неделе 17-23 августа в сравнении с 2019 г.

+32% по весу на неделе 17-23 августа в сравнении с 2019 г.

ЭКСПОРТ

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

+32% средний прирост по количеству отправок за неделю к неделе 17-23 августа к соответствующему периоду 2019 г.

Рынок экспортных отправок в Европейские страны демонстрирует лидирующий рост. Максимальный прирост по кол-ву отправок в данные страны за неделю 17-23 августа составил +41% к соответствующему периоду 2019 г.

Источник:

«Почта.Барометр». Выпуск №15

ВШЭ: во II кв. 2020 г. выросла вовлеченность регионов в интернет-торговлю

Oborot.ru, 26.08.2020

/исследование

Во втором квартале 2020 года заметно выросла вовлеченность регионов в интернет-торговлю, говорится в обзоре Центра конъюнктурных исследований ИСИЭЗ НИУ ВШЭ. Эксперты ВШЭ поделили все регионы России на группы по критерию проникновения онлайн-торговли:

1. В группе с «очень высокой активностью» — Москва, Брянская, Владимирская, Кировская и Сахалинская области. Средний удельный вес товаров, проданных онлайн, в них достигает 31,8%.
2. Группа с «высокой активностью» включила 21 субъект РФ (на 11 больше, чем в первом полугодии прошлого года).
3. «Средний уровень» показали еще 14 регионов (на 2 больше, чем в прошлом году)
4. «Низкий уровень активности» интернет-торговли продемонстрировали 15 областей и краев.
5. «Очень низкой активностью» отличаются 25 субъектов. Среди них: республики Марий Эл и Тува, Чукотский автономный округ, Хабаровский и Алтайский край, Астраханская, Ярославская, Псковская, Архангельская, Оренбургская области и др. Из общего числа проданных товаров через интернет здесь приобрели только 7,6%.



Причины того, что жители этих регионов неохотно делают заказы в Сети:

- Территориальная удаленность.
- Большое количество сельских территорий с низким проникновением высокоскоростного интернета.
- Возрастная структура жителей глубинки. Тем не менее, многие ритейлеры отмечают заметно возросшую активность населения 55+ в интернет-магазинах во время пандемии.
- Неразвитость инфраструктуры (включая дороги и транспорт).
- Неготовность потребителя пользоваться данной услугой.
- Низкие доходы. Все регионы со слабым уровнем развития интернет-торговли, кроме Чукотки, отстают и по среднему уровню доходов жителей.

Ключевой фактор для этих регионов — невысокая деловая активность в розничной торговле.

Источник:

[Неожиданный ТОП-5: какие регионы "прониклись" онлайн-покупками](#)

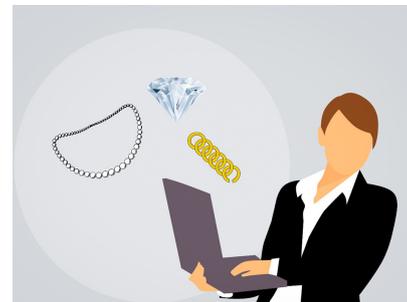
BrandMonitor: оборот поддельного люкса в соцсетях России — более 23 млрд руб.

1prime.ru, 25.08.2020 21:59:00

/исследование

Согласно исследованию BrandMonitor, объем продаж поддельных товаров класса люкс в российских социальных сетях в 2020 году превысил 23 млрд руб., сообщает ПРАЙМ.

Основные каналы сбыта — Instagram, ВКонтакте, Telegram. В России насчитывается 192 тыс. аккаунтов, торгующих репликами известных марок. В среднем аккаунт с 10 тыс. подписчиков зарабатывает до 450 тыс. руб. в месяц. Оплачивают подделки, как правило, наличными курьеру или переводом на карту. Основной канал связи с подписчиками — WhatsApp.



Ежемесячно появляется почти 9000 новых аккаунтов с фейковыми товарами, что примерно вдвое больше, чем годом ранее. Около 80% таких аккаунтов в соцсетях и на маркетплейсах специализируются на одном бренде и работают не дольше года. Остальные 20% — страницы, живущие от полутора до двух лет и продающие реплики товаров разных марок.

При покупке люксовых марок в соцсетях не менее 7 товаров из 10 оказываются подделкой. С июня 2018 года по июнь 2020 было опубликовано примерно 5 млн постов о продаже брендовых вещей, из них не менее 3,5 млн — контрафакт.

У каждого третьего онлайн-поставщика также есть шоурум в Москве, у каждого десятого — офлайн-магазины в Санкт-Петербурге и Краснодаре, у 3-7% продавцов — шоурумы в других городах-миллионниках.

К 2025 году оборот теневого рынка товаров класса люкс в мире может достичь 320-365 млрд евро.

Источник:

[Оборот поддельного люкса в соцсетях России в 2020 году превысил 23 млрд рублей](#)

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](#)

Американские ритейлеры сообщают о рекордных онлайн-продажах

Cnbc.com, 30.08.2020 09:00:00

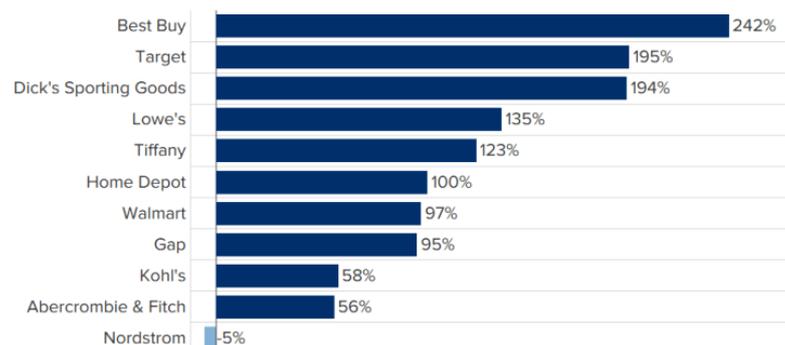
/новость

Ритейлеры в США сообщают об одном из самых больших приростов онлайн-продаж в своей истории «благодаря» пандемии коронавируса.

Best Buy нарастил онлайн-продажи на 242% во втором финансовом квартале. Target, Dick's Sporting Goods, Lowe's, Tiffany и Home Depot также сообщили о трехзначном росте в интернете. Общие онлайн-продажи Gap выросли на 95% по сравнению с прошлым годом, причем интернет-направление бренда Old Navy увеличилось на 136%.

Year-over-year online sales growth

Q2 2020



SOURCE: Company statements



Некоторые компании не раскрывают точных цифр, но говорят об

устойчивом росте выручки. В течение последнего квартала косметический ритейлер Ulta сообщил о росте цифрового бизнеса на более чем 200%; Urban Outfitters, владелец Free People и Anthropologie, заявил о «сильном двузначном росте» в интернете; Tapestry, материнская компания Coach и Kate Spade, также отметила трехзначный показатель роста онлайн-продаж.

Abercrombie & Fitch и Dick's Sporting Goods удалось увеличить выручку от электронной торговли, а также повысить прибыльность — заметное достижение, учитывая, что цифровая торговля с дополнительными расходами для компаний, такими как обработка возвратов, упаковка и доставка. Во время пандемии ритейлеры сокращают рабочие места и часы сотрудников, закрывают неэффективные магазины и урезают рекламу. В течение последнего квартала, закончившегося 1 августа, расходы Abercrombie на магазины и дистрибуцию снизились почти на 18%, а траты на маркетинг — на 16%.

Валовая прибыль Tapestry за период, закончившийся 27 июня, улучшилась по каждому из брендов, отчасти благодаря меньшим скидкам на сумки и ювелирные изделия. Компания надеется сохранить высокую рентабельность за счет снижения уровня запасов. Бренд Coach будет предлагать покупателям в половину меньше сумок и вещей на выбор в предстоящий праздничный сезон. Компания Gap получила квартальный убыток из-за высоких расходов на доставку товаров из магазинов клиентам.

Аналитики ожидают, что некоторые ритейлеры продолжат наращивать онлайн-продажи, причем в выигрыше те, кто инвестировал в онлайн еще до пандемии. Ключевые факторы — самовывоз с парковок, доставка в день заказа и бесконтактная оплата.

Источник:

[Retailers are reporting record online sales during the pandemic. But it won't last forever](#)

Объем розничного рынка eCommerce Индии превысит \$100 млрд к 2024 г.

Yourstory.com, 28.08.2020

/новость

Розничный рынок электронной коммерции в Индии, который в 2019 году составлял \$30 млрд, к 2024 году превысит отметку в \$100 млрд.

В индийской розничной торговле за последние 10 лет произошли коренные изменения: в 2019 году отрасль в целом выросла до \$915 млрд. Розничная электронная коммерция, на которую приходилось менее \$1 млрд в 2010 году, в 2019 году превысила \$30 млрд.



Эксперты объясняют рост проникновением интернета, внедрением смартфонов и расширением категорий. В таких секторах, как электроника, лидируют маркетплейсы, в то время как в продуктах питания, мебели, лекарствах и косметике — специализированные магазины.

Проникновение электронной коммерции в розничную торговлю на зрелых рынках, таких как США и Китай, к 2019 году достигло примерно 15% и 20% соответственно, а в Индии к 2024 году может составить около 6%.

Основная часть объемов электронной коммерции поступает из 30 крупнейших городов, но в ближайшие пять лет более 60% объемов, вероятно, будет приходиться на города уровня II и III.

Следующая волна драйверов роста розничной онлайн-торговли в категориях FMCG, бакалея и одежда, — социальные сети, чаты и боты с искусственным интеллектом.

Источник:

[Ecommerce retail market expected to cross \\$100B by 2024](#)

Amazon запустил офлайн-супермаркет с «умными» тележками

Blog.aboutamazon.com, 27.08.2020

/новость

Amazon расширяет офлайн-присутствие: в Калифорнии открыт супермаркет [Amazon Fresh](#) с тележками для покупок [Amazon Dash Cart](#), которые позволяют избежать очередей к кассе.

Клиенты кладут сумки в корзину, подключаются к системе с помощью QR-кода в приложении Amazon, выбирают товары, а затем выходят через специальную линию, чтобы автоматически завершить платеж. Тележка использует комбинацию алгоритмов компьютерного зрения и датчиков для идентификации помещенных в нее предметов. Оплата списывается с кредитной карты, привязанной к аккаунту, чек приходит на электронную почту.



Покупатели смогут быстрее находить товары в магазине с помощью виртуального помощника Alexa. Посетитель может получить доступ к своему списку покупок в Alexa через приложение Amazon или Amazon Dash Cart. По всему магазину размещены устройства Amazon Echo Show, к которым можно обратиться за помощью.

Источник:

[Introducing the first Amazon Fresh grocery store](#)

Walmart распродает eCommerce-активы

Bloomberg.com, 27.08.2020 22:15:00

/новость

Walmart продает два своих онлайн-бренда: Shoes.com и Bare Necessities. Компания отказывается от некоторых цифровых активов, приобретенных в последние годы, чтобы сосредоточиться на своем основном сайте, сообщает [Bloomberg](#).



Магазин обуви Shoes.com планирует купить частная инвестиционная компания CriticalPoint Capital, а бренд нижнего белья Bare Necessities — израильский производитель одежды Delta Galil Industries Ltd.

В октябре Walmart продал бренд одежды ModCloth и ранее в этом году принял решение закрыть онлайн-магазин Jet.com.

Walmart пока не думает о продаже каких-либо из оставшихся интернет-магазинов. Кроме того, вместе с Microsoft Corp. компания рассматривает возможность приобрести приложение TikTok.

Источник:

[Walmart Sells Two More E-Commerce Brands in Digital Reshuffle](#)

Электронная торговля в Польше вырастет более чем на 30% в 2020 году

Ecommercenews.eu, 27.08.2020

/новость

В первом полугодии 2020 года в Польше было зарегистрировано около 5500 новых интернет-магазинов, и в то же время было закрыто 2000.

Потребление в Польше стремительно растет. В июне розничные продажи выросли на 8,4% в месячном исчислении.

Потребители покупают в основном в обычных магазинах, но эта тенденция менялась во время изоляции. Однако потребители перестали покупать продукты питания и лекарства в интернете, хотя это уже относительно слабые категории в общем объеме продаж, отмечает эксперт по экономике Соня Бухгольц.

Самые популярные категории в интернете возвращаются к уровню 2019 года. «Таким образом, мы делаем вывод, что пандемия существенно не изменила покупательские привычки поляков», — утверждает Бухгольц.

Центральное статистическое управление Польши сообщает, что доля электронной торговли в общем объеме ритейла снизилась на 7,7% в июне по сравнению с маем. Похоже, что доля электронной коммерции в общем объеме продаж достигла 10%-ной отметки, хотя в феврале составляла 5,6%.

Прогнозируется, что электронная торговля в Польше вырастет более чем на 30% и даже превысит отметку в 100 млрд злотых в этом году. Это означает, что в 2020 году объем электронной торговли в Польше может превысить 22,73 млрд евро.

Уменьшение количества физических магазинов в Польше наблюдается уже много лет. В первом полугодии насчитывалось 257 тыс. магазинов, однако в 2009 году их было более 371 тыс.

В последние годы эта тенденция несколько замедлилась, но все же многие ритейлеры, торгующие одеждой и текстилем, электроникой или книгами, закрывают свои двери. В этих секторах, особенно в последние месяцы, произошел определенный сдвиг в сторону электронной коммерции.

Источник:

[Poland: 5,500 new online stores in first half year](#)

Глобальные онлайн-продажи выросли на 71% во II кв. 2020 г.

Cnbc.com, 25.08.2020 08:52:00

/новость

Согласно данным Salesforce's Shopping Index, онлайн-продажи в мире во втором квартале 2020 года взлетели на 71% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Несмотря на значительный рост продаж в интернете, ритейлеры несут значительные затраты на сбор, упаковку и доставку. Кроме того, люди возвращают от 15% до 40% того, что покупают онлайн (и лишь 5-10% при покупках в магазине).



Эксперты считают выгодным для ритейлеров самовывоз с парковки, потому что при этом не нужно покрывать стоимость доставки на последней миле. Такие магазины, как Target, успешно использовали этот вариант доставки во время пандемии.

«Чтобы добиться успеха в электронной коммерции, необходимо иметь правильный ассортимент, а затем упростить поиск, покупку и доставку», — считает Мишель Уилан, генеральный директор агентства Geometry U.K. Сделать покупки в интернете более «увлекательными» можно с помощью прямых трансляций, AR (дополненной реальности) и других средств.

Использование изображений и видео, сделанных покупателями, — еще один способ повысить продажи в электронной коммерции, считает Роб Гарф, вице-президент по отраслевой стратегии и аналитике Salesforce. Google представил эту функцию в обзорах покупок в прошлом году. 50% онлайн-покупателей заявили, что фотографии помогли им в процессе покупки.

Лайвстриминг, когда лидеры мнений продают продукты во время живых онлайн-демонстраций, набирает обороты в Китае. Taobao Live, подразделение Alibaba, в феврале впервые увеличило количество продавцов, продающих через платформу, на 719% по сравнению с предыдущим месяцем. Все чаще используются продажи через такие платформы, как TikTok. Люди скорее купят то, что носит инфлюенсер, чем перейдут на сайт бренда или продавца для вдохновения.

И хотя цифры, свидетельствующие о росте онлайн-покупок, выглядят впечатляюще, во многих частях мира электронная коммерция все еще развивается. Global Fashion Group, управляющая такими сайтами, как Zalora в Юго-Восточной Азии и Dafiti в Южной Америке, во время пандемии привлекла 2,5 млн новых клиентов, в общей сложности количество покупателей составило почти 15 млн человек за последние 12 месяцев.

«Мы действительно переживаем переломный момент в электронной коммерции во всем мире», — говорит со-генеральный директор Global Fashion Group Кристоф Барщевец. На рынках компании, которые также включают Россию и Восточную Европу, онлайн-шопинг в сферах fashion и lifestyle почти на десять лет отстает от более развитых рынков.

Источник:

[E-commerce experts on how the industry can capitalize from a coronavirus-led boom in online sales](#)

Amazon позволил виртуально разместить в интерьере сразу несколько предметов

Techcrunch.com, 25.08.2020

/новость

Amazon запускает новый инструмент с дополненной реальностью (AR), позволяющий покупателям виртуально размещать в своем доме сразу несколько предметов мебели и декора, прежде чем совершить покупку — Room Decorator.



Товары можно добавить в корзину прямо из сервиса, при этом будет предложен ряд аналогичных и дополнительных продуктов. С помощью Room Decorator можно не только просматривать несколько предметов вместе, но и сохранять AR-снимки комнаты, чтобы использовать функцию вне дома.

Amazon реализовал более простую версию покупок в дополненной реальности AR View еще в 2017 году в своем приложении для iOS. Но, как и многие другие аналогичные инструменты, AR View в основном помогает визуализировать предмет в комнате и увидеть, как он сочетается с уже существующим декором.

Источник:

[Amazon rolls out a new AR shopping feature for viewing multiple items at once](#)

Nike сделал акцент на онлайн и отказался от 9 оптовых партнеров

Chargedretail.co.uk, 26.08.2020

/новость

Компания Nike разрывает отношения с девятью крупными оптовыми партнерами: Zappos, Belk, Dillards, Boscov's, Bob's Stores, Fred Meyer, EBLens, VIM и City Blue. В результате продукция бренда больше не будет продаваться в более чем 1000 магазинах. Новая стратегия Nike предполагает переход к цифровой модели прямых продаж потребителю.

В июне Nike заявил, что благодаря инвестициям в цифровые услуги онлайн-продажи впервые составили 30% от выручки. Количество новых пользователей приложений за квартал увеличилось более чем вдвое до 25 млн. Гендиректор Nike Джон Донахью заявил, что доля онлайн-продаж достигнет 50% от всех продаж Nike «в обозримом будущем».



Донахью, который в январе занял пост генерального директора, сделал акцент на прямых цифровых продажах, что заставило компанию отказаться от модели, ориентированной на оптовые продажи.

Ранее компания обещала удвоить прямые продажи потребителям до \$16 млрд к концу этого года, однако в конце текущего финансового года они составят \$12,4 млрд.

Источник:

[Nike slashes ties with 9 major wholesalers as it pushes to "create the marketplace of the future"](#)

Williams-Sonoma нарастила квартальную выручку благодаря eCommerce

Ir.williams-sonomainc.com, 26.08.2020

/НОВОСТЬ

Компания Williams-Sonoma, Inc. объявила операционные результаты за второй финансовый квартал, закончившийся 2 августа 2020 года (Q2 2020).

Чистая выручка компании выросла на 8,8% до \$1,491 млрд за счет роста доходов от электронной торговли примерно на 46%. Проникновение электронной коммерции достигло рекордного уровня — почти 76% от общей выручки.



Компания планирует ускорить цифровой рост и в корне изменить структуру каналов бизнеса. «Наша стратегия, ориентированная на цифровые технологии, наши надежные и тщательно отобранные бренды, наш многоканальный подход и наша приверженность устойчивому развитию будут и впредь обеспечивать мощный источник дифференциации и конкурентного преимущества, поскольку мы работаем над этими приоритетами», — сказала Лаура Альбер, президент и главный исполнительный директор Williams-Sonoma.

Источник:

[Williams-Sonoma, Inc. announces second quarter 2020 results](#)

Цифровые продажи Nordstrom упали на 5% во II квартале

Press.nordstrom.com, 25.08.2020

/новость

Nordstrom, Inc. представила результаты за квартал, завершившийся 1 августа 2020 года. Чистый объем продаж компании снизился на 53% по сравнению с прошлым годом, до \$1,78 млрд.

NORDSTROM

На снижение продаж повлияло временное закрытие почти половины магазинов в течение квартала из-за COVID-19, а также перенесение юбилейной распродажи Nordstrom со второго квартала на третий. Чистый убыток сети универмагов составил \$255 млн по сравнению с чистой прибылью в размере \$141 млн за аналогичный период 2019 финансового года.

Общий объем цифровых продаж компании снизился на 5%, в то время как без учета переноса юбилейной распродажи они выросли примерно на 20% в годовом исчислении. В сфере электронной коммерции продолжился значительный рост числа новых клиентов Nordstrom — более чем на 50%.

Цифровые продажи включают онлайн-продажи и продажи в магазинах с цифровой поддержкой.

Источник:

[Nordstrom Reports Second Quarter 2020 Earnings](#)

Facebook добавил в приложение раздел «Магазин»

About.fb.com, 25.08.2020

/новость

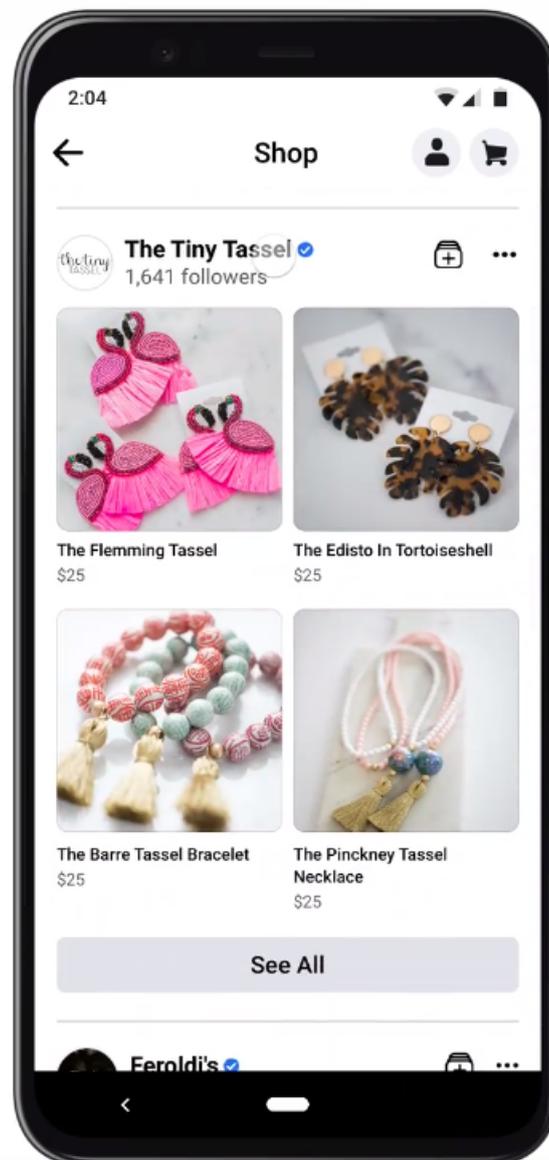
Facebook добавил в приложение соцсети сервис для поиска продавцов и покупки товаров Facebook Shop. Сейчас он доступен в США. В июле компания запустила Instagram Shop.

Shop дает возможность создавать единый интернет-магазин, к которому клиенты могут получить доступ как в Facebook, так и в Instagram. Новые функции дают компаниям больше контроля над внешним видом цифровой витрины и упрощают создание новых коллекций. Facebook Shop позволяет обмениваться сообщениями и вести прямые трансляции с демонстрацией продуктов.

Кроме того, в ближайшие недели все продавцы в США, соответствующие требованиям платформы, смогут получать оплату за товары в Instagram. Функция Checkout позволяет совершать покупки, не выходя из приложения. Facebook также отменил комиссии за продажу до конца года, чтобы снизить затраты на ведение бизнеса в интернете, особенно с учетом текущего экономического кризиса.

Источник:

[Making It Easier to Shop and Sell on Our Apps](#)



7 из 10 взрослых американцев никогда не покупали в соцсетях

Emarketer.com, 27.08.2020

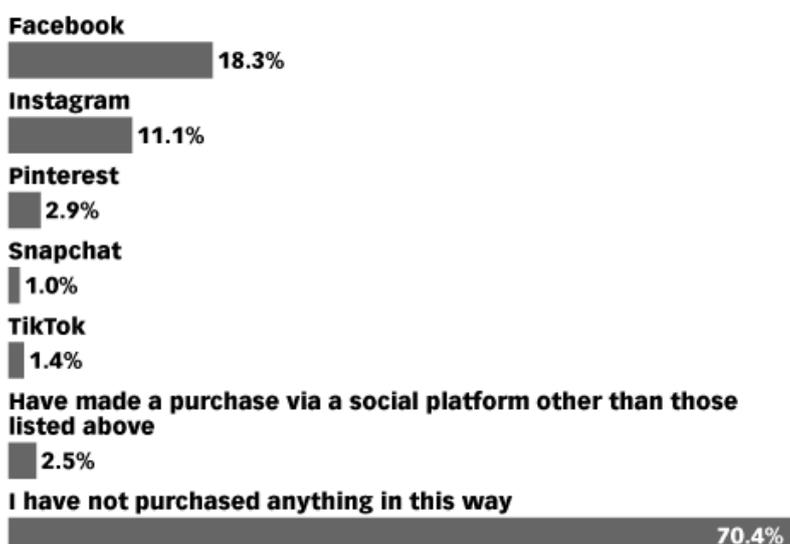
/исследование

Согласно исследованию Bizrate Insights, проведенному в июне 2020 года для eMarketer, 70,4% взрослых американцев никогда не совершали покупок через платформы социальных сетей.

Наиболее распространенной платформой для покупок в соцсетях является Facebook. Его использовали для этой цели 18,3% взрослых в США. В ТОП-3 также вошли Instagram (11,1%) и Pinterest (2,9%).

Have US Adults Made a Purchase via Select Social Media Platforms?

% of respondents, June 2020



Note: ages 18+; in the past year

Source: "The eMarketer Facebook Flash Survey" conducted in June 2020 by Bizrate Insights, June 29, 2020

256615

www.eMarketer.com

Источник:

[Seven in 10 US Adults Haven't Bought Anything via Social](#)

Кейс:

Леруа Мерлен: в пике «коронакризиса» доля онлайн-продаж доходила до 65%

Retail.ru, 27.08.2020 09:00:00

/кейс

Директор по онлайн-бизнесу «Леруа Мерлен» Максим Трухин рассказал Retail.ru о работе компании во время коронакризиса.

До введения режима самоизоляции у «Леруа Мерлен» были центры, которые работали без «живых» клиентов. Например, даркстор в Санкт-Петербурге, Центр исполнения заказов (ЦИЗ) в Москве.



После объявления режима самоизоляции компания оперативно перестроилась на работу в формате дарксторов, чтобы максимально сохранить функционирование магазинов, рабочие места и при этом оставаться максимально безопасными и полезными всем клиентам.

Дарксторы разделили на **3 клиентские зоны**: клиент без оплаты, клиент с оплаченным заказом и клиент B2B. Определили **основные процессы, которые осуществляются в дарксторе**: прием на парковку и электронная очередь, оформление заказов и ожидание бесконтактной оплаты, бесконтактная оплата и консультация, ожидание оплаченных интернет-заказов, отгрузка заказов и ожидание B2B-заказов. Все зоны и процессы были продуманы так, чтобы минимизировать контакт клиентов между собой и с сотрудниками магазина.

Два основных фокуса работы магазинов-дарксторов во время кризиса: 1) обеспечить безопасность сотрудников и клиентов, которые приезжали забирать товары самовывозом; 2) процессы, системность сборки, хранения, выдачи и отправки заказов.

В обычной жизни отдельная команда полностью отвечает за онлайн-направление. Во время кризиса все сотрудники перешли на обеспечение эффективной работы даркстора. Продавцы-консультанты занимались в основном сборкой онлайн-заказов. Руководил процессом директор магазина. Некоторое количество людей было определено на работу так называемой третьей линии — колл-центра.

Взаимодействие с клиентом, который приехал забрать заказ в дарксторе:

1. Сотрудник «Леруа Мерлен» встречал его на парковке и регистрировал через мобильный киоск. Дальше клиент перемещался в соответствующую зону и парковался там в ожидании обслуживания.
2. Оператор очереди находил заявку на получение и сообщал ее менеджеру выдачи.
3. Сотрудники собирали заказ, менеджер выдачи передавал оператору очереди номер заказа.
4. Оператор очереди вызывал клиента через систему управления очередью через СМС, клиент проезжал в соответствующую зону получения, где происходила бесконтактная выдача, после чего оператор очереди завершал работу с клиентом в системе.

Трудности:

- Для поддержания резкого роста онлайн-спроса были вынуждены ограничивать минимальные суммы заказа и отказываться в возможности доставки заказов ниже определенной суммы.
- Первоначально рук и колес не хватало. Понадобилось время, чтобы отладить работу сайта, улучшить маршрутизацию заказов.
- В среднем по стране заказы доставлялись через день-два после оформления, но были и задержки, особенно на начальном этапе. Сейчас большинство заказов доставляются на следующий день, часть — день в день. Что касается самовывоза, старались, чтобы клиент смог забрать свой товар в день заказа или на следующий день.
- Сайт также испытывал перебои. Объем трафика во время кризиса увеличился почти вдвое. Объем заказов вырос в 10 раз по сравнению с докризисным уровнем.

По России суммарно в пике коронакризиса общее количество заказов достигало почти 60 тыс. в день. В начале года, до кризиса, доля онлайн-продаж была в районе 3% от всего товарооборота компании. Перед кризисом — 4-4,5%. В пике «коронакризиса» доходила до 65%. Сейчас — 6-7%.

Источник:

[«Леруа Мерлен»: «Единственным правильным решением в период пандемии был переход на режим дарксторв»](#)

«Петрович» интегрировал интернет-магазин в сервис для работы со сметами

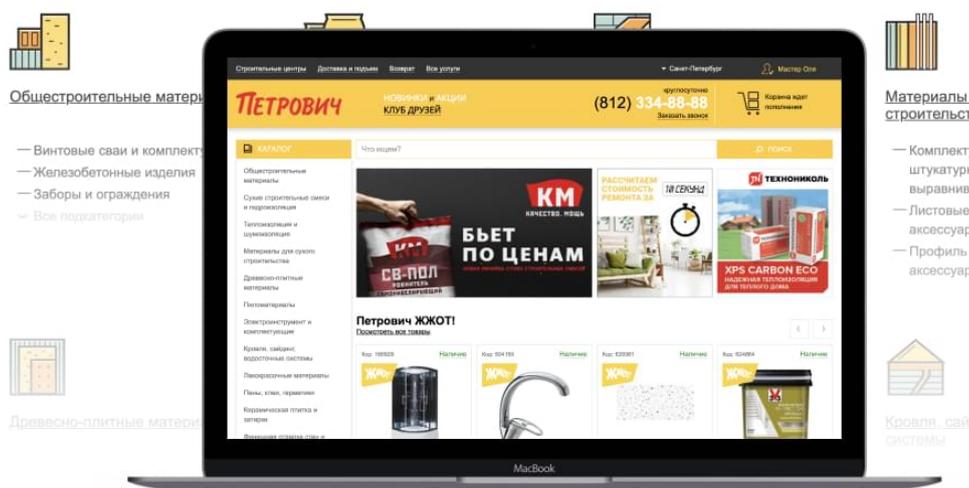
Retail.ru, 24.08.2020 12:41:00

/кейс

Оmnиканальный DIY-ритейлер «Петрович» создал универсальный инструмент для прорабов — сервис «Петрович. BRO». Он помогает составлять сметы, координировать работу бригад, контролировать этапы проектов, вести финансовый учет предприятия и объектов, коммуницировать с клиентами.

Интеграция с интернет-магазином «Петровича» позволяет добавлять в сметы товары из каталога и покупать их в один клик. Сервис гарантирует актуальные цены, показывает остаток товаров на складе, предупреждает о наличии ассортимента.

Каталог товаров Петрович в Санкт-Петербурге



С 2019 года компания выстраивает собственную экосистему сервисов «Петрович. Дом», которая отвечает потребностям клиента на всех этапах строительства и ремонта.

Источник:

[«Петрович» создал бесплатного помощника для прораба](#)

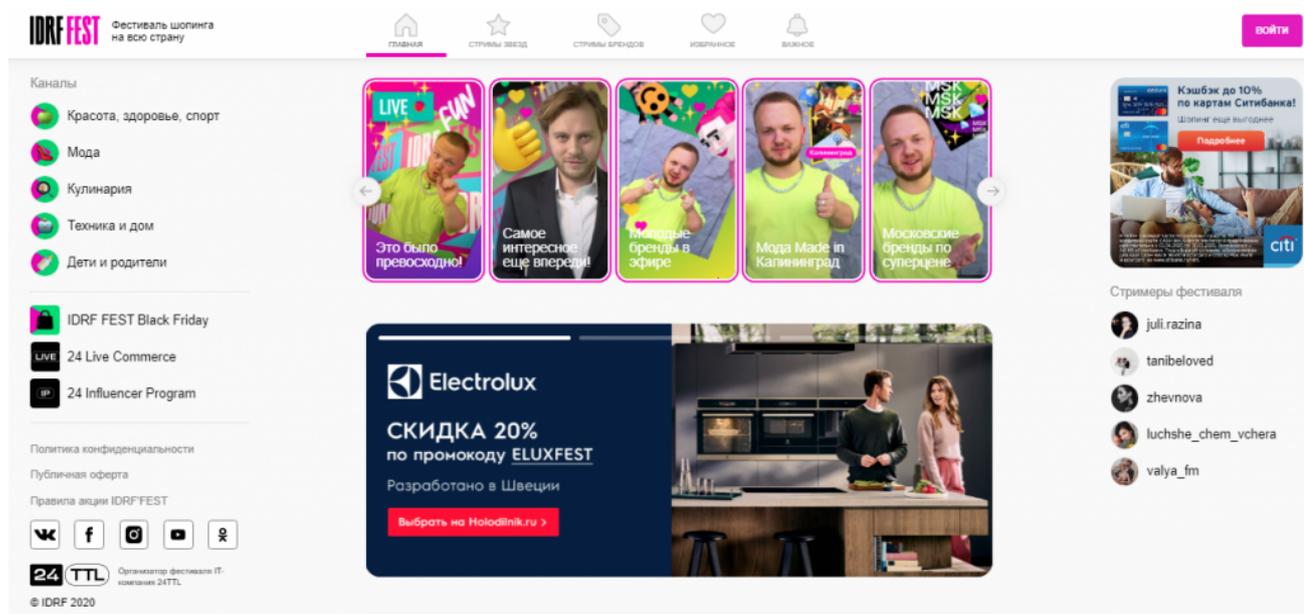
Первый фестиваль шопинга в формате live commerce привлек 7 млн россиян

Lenta.ru, 28.08.2020 09:57:00

/кейс

Первый онлайн-фестиваль шопинга **IDRF FEST** в формате live commerce прошел с 22 по 23 августа при поддержке Департамента предпринимательства и инновационного развития Москвы.

Мероприятие объединило 7 млн россиян. Проведено свыше 100 онлайн-стримов с известными блогерами и инфлюенсерами, которые в режиме реального времени общались с аудиторией и продавали товары 1000 брендов-участников, среди которых были большие компании и молодые локальные бренды.



Источник:

[Первый онлайн-фестиваль шопинга объединил 7 миллионов россиян](#)

Половина клиентов «Перекрёсток Впрок» перешла на предоплату

Retail-loyalty.org, 27.08.2020 11:30:00

/кейс

Порядка 50% покупателей онлайн-гипермаркета «Перекрёсток Впрок» (новое название Perekrestok.ru) пользуются предоплатой. До введения режима самоизоляции лишь 15% клиентов оплачивали покупки во время оформления заказа, а остальные 85% делали это при получении.



Средний чек у покупателей, предпочитающих предоплату, выше на 10%, чем у тех, кто выбирает оплату курьеру при получении. Клиенты из Москвы и Московской области в среднем используют предоплату на 10% чаще покупателей из других регионов присутствия «Перекрёсток Впрок».

Минимальная стоимость заказа снижена до 1000 руб., при этом средний чек составляет 4587 руб. Интернет-магазин сделал бесплатной доставку на все заказы через новое мобильное приложение «Перекрёсток Впрок» до конца августа.

Источник:

[Половина клиентов «Перекрёсток Впрок» перешла на предоплату после пандемии](#)

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.