

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2020 / № 37

14 Сентября 2020 - 20 Сентября 2020

В выпуске:

Россия:

Приложение Почты России стало витриной для маркетплейса goods.ru
Wildberries строит крупнейший распределительный центр в России
ВКонтакте запустила маркетплейс внутри соцсети
СберМаркет начал доставлять зоотовары из сети «Бетховен»
Директором по маркетингу Яндекс.Маркета стал Андрей Филатов
«Связной» вышел на AliExpress
AliExpress Россия запускает новый формат — супермагазины
Почта России: внутренний рынок интернет-торговли упал ниже показателей 2019
Россияне все еще предпочитают покупать лекарства офлайн
Тинькофф и AliExpress: в 2020 году средний чек онлайн-покупок вырос в 2 раза
Юла: 68% россиян на сервисах объявлений обращают внимание на цену
ТОП1000 российских интернет-магазинов

Весь мир:

Alibaba представила своего первого логистического робота для доставки заказов
Amazon запустил люксовый онлайн-магазин
Онлайн-продажи Inditex выросли на 74% в первом полугодии 2020 г.
В августе внемагазинные продажи в США выросли на 21%
Fevad: онлайн-продажи во Франции выросли на 5,3% во II кв. 2020 г.
Apple тестирует экспресс-магазины для выдачи онлайн-заказов
Ocado нарастил квартальную выручку на 52%
На онлайн пришлось 24,6% розничных продаж потребительских товаров в Китае
Uniqlo перестраивает логистику на eCommerce
36% интернет-пользователей в Украине совершают онлайн-покупки
GlobalData: розничная торговля — один большой рынок, а не отдельные каналы

Кейс:

Продукция собственных торговых марок есть в каждом 4-м заказе «Утконоса»

Россия:

Приложение Почты России стало витриной для маркетплейса goods.ru

Pochta.ru, 18.09.2020

/новость

Пользователям мобильного приложения Почты России в разделе «Товары» станет доступна витрина для товаров маркетплейса goods.ru, которая позволяет в «одном окне» делать заказ и выбирать удобный способ доставки.



Бета-тестирование запускается для 15% пользователей мобильного приложения на каждой из платформ iOS и Android. Почта и goods.ru планируют предоставить доступ 100% аудитории приложений в течение месяца. Витрина обладает полным функционалом товарного маркетплейса.

Пользователям предлагают 2 млн товаров из ассортимента goods.ru. Почта оказывает весь комплекс логистических услуг: фулфилмент, доставка курьером или до почтового отделения. О партнерстве Почты и goods.ru по модели white label объявлялось в 2019 году.

С января 2020 года число активных пользователей мобильного приложения Почты выросло на 16% и составляет 3,6 млн человек в неделю. Количество посылок, оформленных онлайн на сайте и в мобильном приложении Почты России, за последний год выросло в 10 раз.

Источник:

[Мобильное приложение Почты стало витриной для товаров маркетплейса goods.ru](#)

Wildberries строит крупнейший распределительный центр в России

Retail.ru, 18.09.2020 18:31:00

/новость

Wildberries строит распределительный центр площадью около 250 000 кв. м около деревни Коледино под Подольском в Московской области.

Ранее ритейлер построил комплекс площадью в 145 000 кв. м на участке в 30 га в Коледине. Сейчас возводится новая очередь объекта на 50 000 кв. м, планируется его ввести в эксплуатацию до конца года.

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

Новый РЦ станет крупнейшим складом для одной компании в России. До этого рекорд принадлежал IKEA: площадь ее дистрибуторского центра в подмосковном Есипове составляет порядка 200 000 кв. м.

Источник:

[Wildberries строит крупнейший логопарк в России](#)

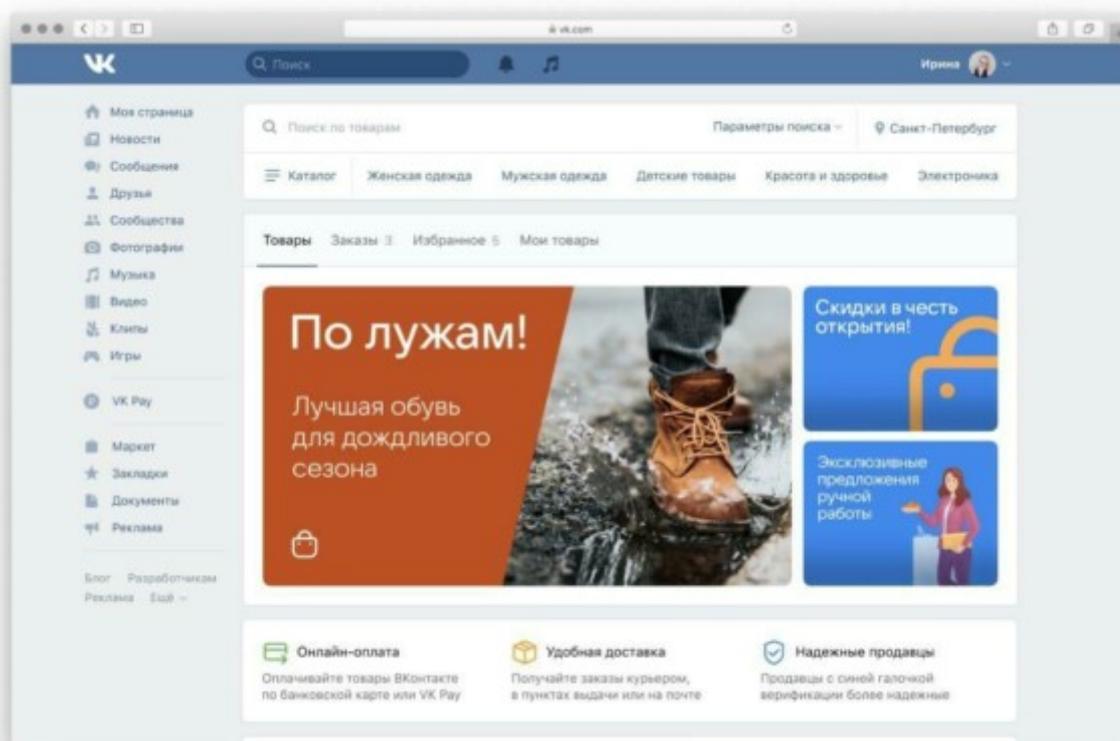
ВКонтакте запустила маркетплейс внутри соцсети

Vs.ru, 18.09.2020 11:00:00

/новость

Соцсеть ВКонтакте представила маркетплейс «Маркет», который работает как витрина для товаров от сообществ и друзей пользователя, сообщает vs.ru.

После добавления продавцом «Товаров» в группе, они автоматически попадут на маркетплейс. Преимущество в поисковой выдаче получают магазины с онлайн-оплатой, доставкой заказов и верификацией.



В разделе собраны предложения от 190 тыс. продавцов в 13 основных категориях, также есть поиск, список заказов, информация об акциях, персональные подборки и рекомендации. При этом алгоритмы учитывают возраст, город, увлечения, сезон и т.д.

Логистику обеспечивает продавец, но ВКонтакте предлагает готовые решения, например, возможность подключить онлайн-оплату или доставку через Vohberry и СДЭК. В будущем планируется добавлять услуги для продавцов и покупателей.

ВКонтакте ранее запустила персональную ленту «Покупки» в мобильном приложении с товарами с AliExpress. В будущем «Маркет» объединится с «Покупками» в приложении.

Источник:

[«ВКонтакте» запустила маркетплейс внутри соцсети с товарами от сообществ и пользователей](#)

СберМаркет начал доставлять зоотовары из сети «Бетховен»

Retail.ru, 17.09.2020 13:19:00

/новость

К сервису доставки СберМаркет подключились 60 из 93 московских магазинов товаров для животных сети «Бетховен». Покупателям доступны 5000 наименований кормов, аксессуаров, средств по уходу.

Чтобы получить товар на дом, нужно оформить заказ в «Бетховене» через сайт или приложение сервиса. В дальнейшем планируется расширить доставку по всей Москве. Минимальная стоимость заказа — от 500 руб., клиентам доступна экспресс-доставка (от 20 минут).

The screenshot shows the SberMarket website interface. At the top, there is a navigation bar with the SberMarket logo and links for 'Для бизнеса', 'Как мы работаем', 'Контакты', 'Помощь', and 'Доставка и оплата'. Below this is a search bar with the text 'Найти в магазине Бетховен' and a search icon. To the right of the search bar are buttons for 'Войти', a heart icon, and 'Корзина'. The main content area is titled 'Популярные товары' and features a carousel of product cards. Each card displays a product image, its price, and a brief description. The products shown include cat treats, ZOLUX cat nail clippers, PRO PLAN sterilized cat food, ZOLUX cat nail clippers, and CAT CHOW cat food. Below the carousel, there is a section titled 'Для кошек' with a link to 'Показать 2030 товаров >'. At the bottom of the carousel, there is a red banner with the text 'Нужна помощь? Мы онлайн'.

Источник:

[Сеть «Бетховен» запустила экспресс-доставку товаров](#)

Директором по маркетингу Яндекс.Маркета стал Андрей Филатов

Sostav.ru, 17.09.2020 09:30:00

/новость

На должность директора по маркетингу группы компаний Яндекс.Маркет назначен Андрей Филатов, который будет отвечать за проработку маркетингового позиционирования, привлечение, удержание и возврат пользователей.

Филатов более 12 лет отвечал за маркетинг в различных технологических компаниях. До прихода в Маркет три года руководил глобальным маркетингом разработчика мобильных игр Wooga, до этого работал директором по маркетингу Wargaming.

С 1 октября маркетинг «Беру» войдет в состав Яндекс.Маркета, который станет единым сервисом для онлайн-покупок.

Ранее маркетинг Яндекс.Маркета возглавлял Владислав Свириденко. Он покинул компанию в мае и сейчас отвечает за маркетинг в группе «М.Видео-Эльдорадо».

Источник:

[Директором по маркетингу «Яндекс.Маркета» стал Андрей Филатов](#)



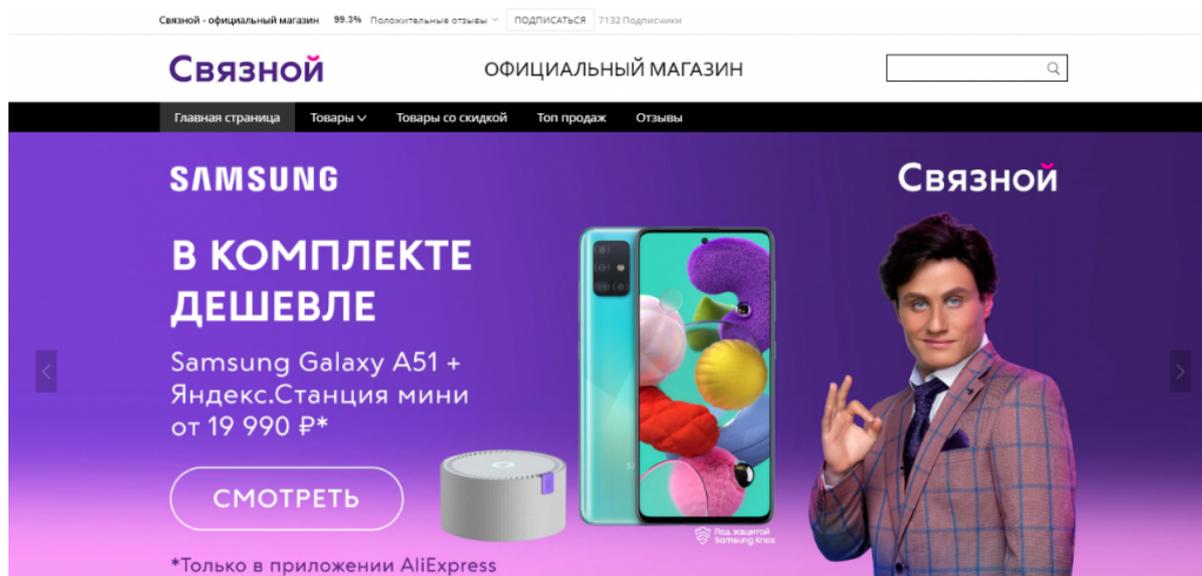
«Связной» вышел на AliExpress

E-reper.ru, 16.09.2020

/новость

«Связной» открыл [магазин](#) на AliExpress. Ранее компания работала только через собственный интернет-магазин svyaznoy.ru и сеть офлайн-точек.

На старте в магазине будет представлено около 100 товаров, но вскоре ассортимент вырастет до 10 тыс. позиций. Получить заказ можно будет в срок от 2 до 10 дней в любую точку страны, товары привезут курьером до двери покупателя.



Спрос на фитнес-браслеты, умные часы и прочие носимые устройства на AliExpress после окончания периода самоизоляции вырос на 80%, на наушники — на 30%.

Источник:

["Связной" начал продажи через AliExpress](#)

AliExpress Россия запускает новый формат — супермагазины

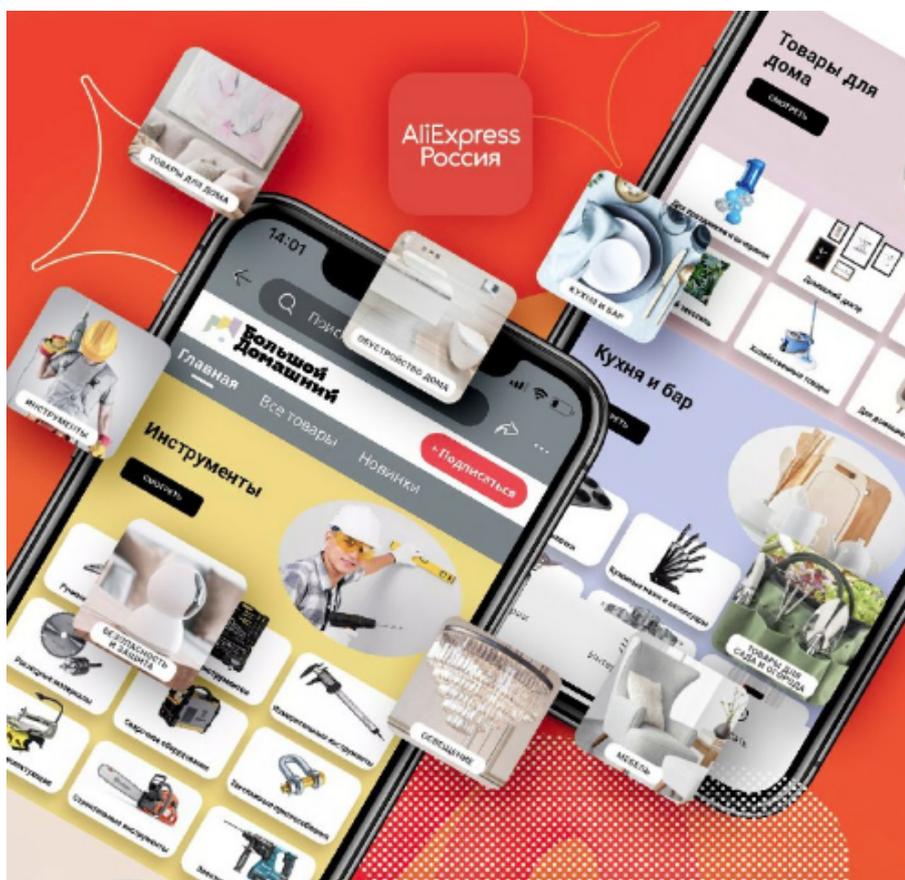
Т.me, 14.09.2020 13:54:00

/новость

AliExpress Россия представил супермагазины, которые позволят локальным производителям и продавцам продавать на маркетплейсе, не открывая собственный магазин и не занимаясь операционными вопросами. Покупатели смогут заказывать товары одной категории с общей корзиной и быстрой доставкой по выгодным ценам.

Одним из первых супермагазинов станет «**Большой Домашний**» — гипермаркет товаров для дома. В планах — привлечь к работе с ним порядка 1000 локальных продавцов, представить ассортимент из более чем 300 тыс. товаров для дома, запустить супермагазины в других товарных категориях.

Покупателям супермагазина будет доступна единая корзина, куда могут войти товары как от одного, так и от разных поставщиков. Доставка займет менее 10 дней по России — до двери или пункта выдачи заказов. Стоимость доставки — от 0 до 399 руб. в зависимости от стоимости заказа.



Источник:

[На AliExpress появятся супермагазины](#)

Почта России: внутренний рынок интернет-торговли упал ниже показателей 2019

Рochta.ru, 17.09.2020

/исследование

Выпуск №18 бюллетеня «Почта.Барометр» содержит информацию об объемах внутрироссийских и международных eCom-отправлений, которые Почта России обработала на неделе 7-13 сентября.

ВНУТРЕННИЙ РЫНОК

Внутренний рынок интернет-торговли на неделе упал ниже показателей 2019 года. Изменение роста B2X доставок 7-13 сентября относительно прошлой недели (31 августа - 6 сентября) составило -5 п.п. до -1% в сравнении с 2019 г.

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

Рост объемов доставок на дом в сравнении с 2019 г. на неделе 7-13 сентября упал на -2 п.п. до +13% относительно предыдущей недели.

Аналогичный показатель в сравнении с февралем 2020 г. вырос на +3 п.п. до +3%.



ИМПОРТ

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

-14% среднее снижение кол-ва ежедневных заказов за неделю в сравнении с 2019 г.

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

+61% на неделе 07-13.09 для Ближнего Востока и Центральной Азии в сравнении с 2019 г.

+20% неделе 07-13.09 для стран Европейского направления в сравнении с 2019 г.

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

Общий рост в +7% по весу отправок 07-13.09 в сравнении с 2019 г.

Общее среднее снижение в -6% по кол-ву отправок 07-13.09 в сравнении с 2019 г.

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

+51% по количеству емкостей в сравнении с 2019 г.

+61% по весу 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 7-13 сентября к соответствующему периоду 2019 г.

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

Максимальный прирост по количеству отправок в данные страны за неделю 7-13 сентября составил +42% к соответствующему периоду 2019 г.

Источник:

[«Почта.Барометр». Выпуск №18](#)

Россияне все еще предпочитают покупать лекарства офлайн

E-rep.ru, 15.09.2020

/исследование

Во втором квартале 2020 года 18% россиян покупали лекарства через интернет, согласно данным Ipsos. Все равно, где покупать лекарства, 42% респондентов.

Почти 40% опрошенных требуется помощь фармацевта при выборе лекарства. 61% респондентов согласились, что онлайн-торговля лекарствами — это удобно, а 65% указали, что такая возможность необходима не только во время пандемии.

Покупали лекарства в интернет-аптеках (Аптека.ру, Здравсити, eАптека и пр.) 67,8% респондентов, к сайтам аптечных сетей обратились 35,8%, оставшиеся 12,3% обратились за лекарствами в онлайн-магазины (Ozon, Wildberries, «Беру»).

Почти 60% из тех, кто обратился в интернет-аптеки и на сайты сетей, воспользовались пунктами выдачи (включая выкуп заказа в офлайн-аптеке), и лишь 40% — доставкой.

Nielsen: во время режима самоизоляции 48% россиян предпочитали покупать безрецептурные лекарства в интернете.

«Ромир»: 47% россиян не пользуются услугами онлайн-покупки лекарств и продолжают ходить в аптеку, а 31% стали иногда покупать препараты онлайн. 13% респондентов теперь в основном совершают онлайн-покупки лекарств, а 10% россиян не знакомы с такой возможностью и продолжают посещать аптеки.

AlphaRM: в мае-июле онлайн было приобретено чуть более 8% лекарств от общих продаж, а к июлю показатель снизился.



DSM Group: совокупно ТОП-3 самых крупных онлайн-площадок занимают по итогам первого полугодия 4,5% рынка.

«Еаптека»: в первые три недели августа 2020 года российские покупатели вновь начали активно скупать товары и препараты, высокий спрос на которые характерен для периода пандемии. По сравнению с августом прошлого года, на 190% выросли продажи противовирусных препаратов, в 60 раз — масок, более чем на 600% — витамина D.

Источник:

[Россияне оказались не готовы к онлайн-продаже лекарств?](#)

Тинькофф и AliExpress: в 2020 году средний чек онлайн-покупок вырос в 2 раза

Notion.so, 15.09.2020

/исследование

AliExpress Россия и эквайринговый сервис Тинькофф Оплата провели исследование покупок россиян на платформе в 2019-2020 гг.

В 2020 году россияне стали тратить больше денег на AliExpress. Средний чек покупок вырос почти в 2 раза и составил 1500 руб.

На фоне роста доли российских продавцов заметно выросла и доля «дорогих покупок». В 2020 году 41% оборота приходится на покупки от 10 до 100 тыс. руб.

Самая частая сумма покупки на AliExpress — до 1000 руб. На нее приходится 70% от всего количества транзакций, преимущественно в категории товаров из Китая. Средний чек в этой категории вырос по сравнению с 2019 годом почти на 11%.



За последний год на AliExpress на 21% выросла доля покупателей до 18 лет, но пока эта группа занимает 0,8% среди пользователей. Самой многочисленной группой пользователей остаются люди в возрасте от 25 до 34 лет (36%), при этом за последний год их количество выросло на 3,6%.

Смартфоны и бытовая электроника — самые востребованные категории товаров.

Бестселлер у покупателей до 45 лет — товары для красоты, а у покупателей от 55 лет — товары для рыбалки.

Во время самоизоляции весной 2020 года на AliExpress на 40% увеличилось количество российских продавцов. Рост доли российских продавцов повлиял на рост среднего чека. Количество отечественных продавцов на AliExpress превысило 14 тыс.

Источник:

[Исследование Тинькофф и AliExpress: в 2020 году средний чек онлайн-покупок вырос в 2 раза](#)

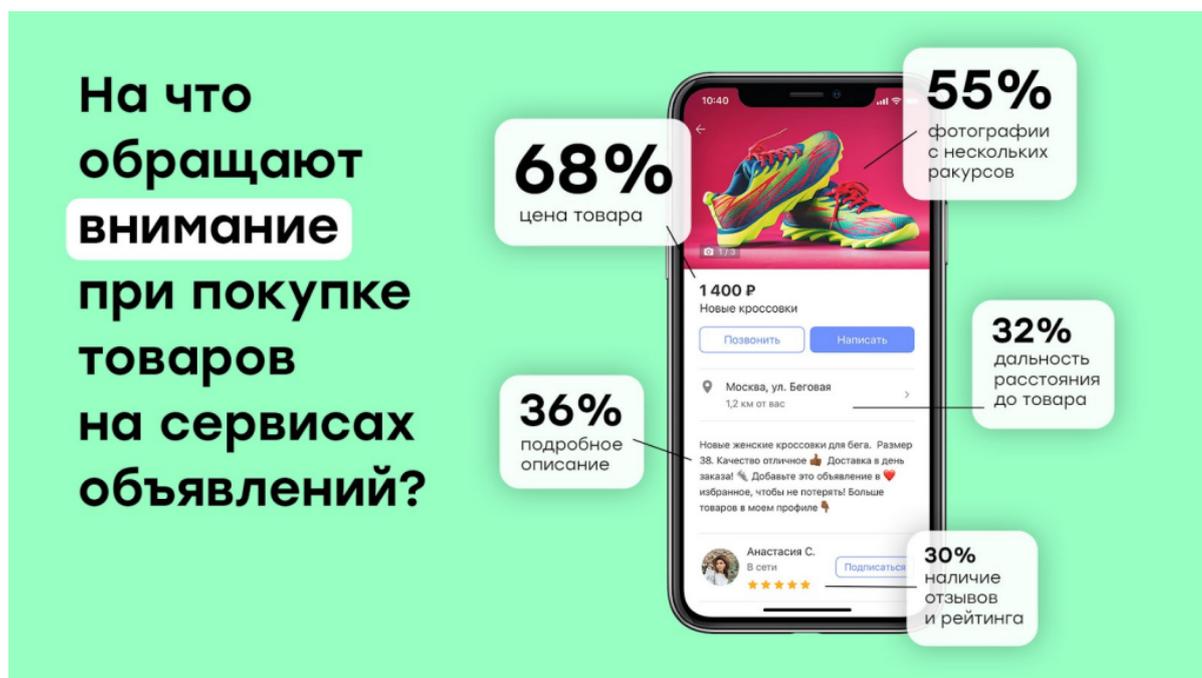
Юла: 68% россиян на сервисах объявлений обращают внимание на цену

Corp.mail.ru, 14.09.2020

/исследование

Юла совместно с исследовательским агентством ResearchMe провели опрос 2050 респондентов со всей России и выяснили, что вызывает доверие у пользователей сервисов объявлений, и на что они обращают внимание при покупке товаров.

Чаще всего при покупке товаров и услуг на сервисах объявлений россияне обращают внимание на цену (68%), наличие фотографий товара с нескольких ракурсов (55%), подробного описания (36%). Меньше всего интересует число просмотров или добавлений товаров в избранное (5%), наличие аватара у продавца (6%) и то, находится ли пользователь онлайн (3%).



Объявления, которые размещаются рядом с местоположением пользователей, вызывают доверие у 32% опрошенных. 92% опрошенных считают надежными продавцами и покупателями людей из своего района или округа. Довериться пользователям из другого города готовы только 42% респондентов.

Чаще всего поблизости ищут товары для дома и дачи, бытовую технику, детские товары, хендмейд, стройматериалы и инструменты. Предложения о продаже легковых автомобилей, фото- и видеокамер, запчастей и автотоваров пользователи сервиса готовы рассматривать в радиусе более 200 км.

Почти половина респондентов (48%) пишут в чат, чтобы выяснить дополнительную информацию о товаре.

Источник:

[Куплю у соседа: Юла выяснила, кому доверяют россияне](#)

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:

Alibaba представила своего первого логистического робота для доставки заказов

Pandaily.com, 18.09.2020

/новость

Alibaba Group представила своего первого логистического робота Xiaomanlv для более эффективной доставки на последней миле.

Xiaomanlv, что означает «ослик», оснащен технологиями искусственного интеллекта и автономного вождения. Он умеет безопасно обходить препятствия, выполнять повороты, аварийные остановки и т.д. Робот способен проехать без подзарядки более 100 км и может совершать до 500 экспресс-доставок в день. Максимальная скорость робота — 20 км/ч.



До Alibaba компания по производству беспилотных автомобилей Zhixingzhe, гигант электронной коммерции JD. com, Inc. и поставщик розничных услуг Suning Holdings Group Co., Ltd. запустили низкоскоростные беспилотные транспортные средства для логистики и распределения.

Источник:

[Alibaba Debuts First Logistics Robot For More Efficient Last-Mile Delivery](#)

Amazon запустил люксовый онлайн-магазин

Retaildetail.eu, 17.09.2020

/новость

Amazon запустил в приложении онлайн-магазин товаров класса «люкс» в формате «магазина в магазине» — Luxury Stores. Первым партнером стал бренд Oscar de la Renta. В ближайшие недели присоединятся новые бренды.



Магазины отличаются от остальной части маркетплейса внешним видом. Покупатели смогут найти в них видео и другой контент, а также интерактивный обзор на 360 градусов. Продавцы получают больше контроля над ассортиментом, ценообразованием, обслуживанием клиентов. Новая платформа также не публикует отзывы покупателей. Более того, участвующие бренды могут, но не обязаны использовать склады Amazon.

Приглашение в новый магазин получили 150 млн членов программы Prime. Выбор в пользу мобильного запуска был продиктован тем фактом, что клиенты Amazon заказали более миллиарда модных товаров через свои мобильные устройства в прошлом году.

Источник:

[Amazon luxury platform launched with Oscar de la Renta](#)

Онлайн-продажи Inditex выросли на 74% в первом полугодии 2020 г.

Inditex.com, 16.09.2020

/НОВОСТЬ

Чистая прибыль Inditex Group во втором квартале 2020 года (с 1 мая по 31 июля) достигла 214 млн евро по сравнению с убытком в 409 млн евро, зафиксированным в первом квартале из-за пандемии COVID-19.

INDITEX

Продажи снизились на 44% в первом квартале и на 31% во втором. При этом 87% магазинов Группы все еще были закрыты в мае. Сегодня 98% магазинов Inditex открыты, но на некоторых рынках действуют ограничения. Рост онлайн-продаж оставался очень высоким, составив в среднем 74% в первом полугодии. Впервые был зафиксирован миллион заказов за день.

В течение первого полугодия, но особенно во втором квартале, компания углубила свою стратегию цифровой трансформации и интеграции магазинов и онлайн-платформ, начатую в 2012 году. Стратегия цифровой трансформации приведет к увеличению онлайн-продаж до более чем 25% от общего объема к 2022 году по сравнению с 14% в 2019 году.

С февраля по август сайты брендов Inditex посетили около 3 млрд пользователей, а в социальных сетях набралось 190 млн подписчиков.

Онлайн-платформа Zara во втором квартале была запущена в Аргентине, Уругвае, Парагвае, Перу и Алжире. В третьем квартале Zara добавила онлайн-продажи на интегрированные локальные платформы в Чили, Северной Македонии, Черногории, Тунисе и Андорре, будут запущены новые платформы в Никарагуа, Гондурасе, Коста-Рике и Гватемале. Stradivarius открыл свою интегрированную онлайн-платформу в Саудовской Аравии и Израиле.

Inditex представил проект Store Mode, охватывающий 25 магазинов Zara в Испании. Новая функция позволяет покупателям получать доступ к выбранному ими магазину: просмотреть коллекции, сделать онлайн-заказ и забрать его в магазине через 30 минут, забронировать примерочную, узнать о наличии товара.

Источник:

[Inditex returns to profitability and generates €734 million net cash in the second quarter](#)

В августе внемагазинные продажи в США выросли на 21%

Digitalcommerce360.com, 16.09.2020

/новость

В августе общие расходы на розничную торговлю в США увеличились на 5,7% в годовом исчислении. При этом расходы через каналы, не связанные с магазинами, снизились по сравнению с июлем, но все же подскочили на 21,2% г/г. Цифры не включают предполагаемые продажи топлива.

Показатель является вторым по величине годовым приростом за август, уступая лишь 23,2% в августе 1994 года, и значительно превышает 15,1% в августе 2019 года. Тем не менее, в июле 2020 года рост составил 25,5% год к году. Таким образом, августовский рост стал самым низким за любой полный месяц периода COVID-19.

Исследовательские фирмы и вендоры, отслеживающие данные электронной коммерции, также заметили сокращение онлайн-продаж в течение лета, хотя годовой рост оставался значительным в августе.

Согласно данным Adobe Analytics, онлайн-продажи в августе в США выросли на 42% по сравнению с прошлым годом. Июльский рост онлайн-продаж год к году составил 55%, а июньский — 76%. Падение доходов от онлайн-продаж в августе частично объясняется повторным открытием большего числа магазинов. Кроме того, потребители чувствовали себя более комфортно, посещая обычные магазины, чем в июле.

Источник:

[US nonstore retail sales jump 21% in August](#)



Fevad: онлайн-продажи во Франции выросли на 5,3% во II кв. 2020 г.

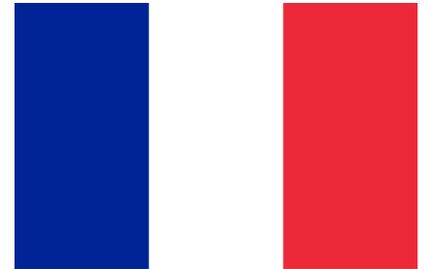
Reuters.com, 15.09.2020 11:00:00

/новость

По данным Федерации электронной коммерции Франции (Fevad), во втором квартале 2020 года розничные онлайн-продажи в стране выросли на 5,3% г/г до 25,9 млрд евро.

Квартальные показатели отражают неоднозначную картину, поскольку ограничения на поездки по всему миру снизили спрос на туристические услуги, особенно в апреле. В заявлении говорится, что это было компенсировано всплеском спроса на продукты и услуги в мае и июне.

Франция ввела строгую изоляцию в марте в разгар кризиса с коронавирусом. Это нанесло серьезный удар по второй по величине экономике еврозоны.



Источник:

[French Q2 online retail sales up 5.3% - Fevad](#)

Apple тестирует экспресс-магазины для выдачи онлайн-заказов

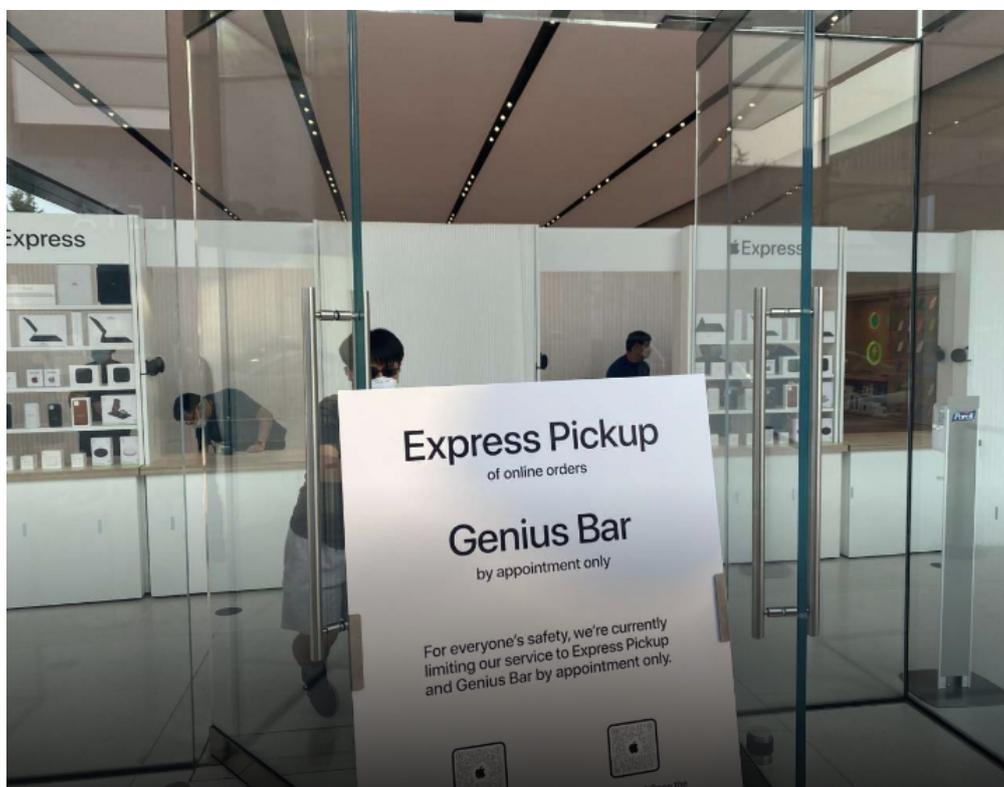
Retaildetail.eu, 15.09.2020

/новость

Apple тестирует в Калифорнии формат мини-магазинов Apple Express, где клиенты могут забрать свои онлайн-заказы или посетить секции Genius по предварительной записи.

Концепцию можно сравнить с почтовым или банковским отделением: у входа в магазин создано небольшое пространство с двумя стойками для обслуживания клиентов. В магазине также есть две стойки с популярными аксессуарами, которые можно купить на сайте.

Чтобы получить доступ к магазину Express, покупатель должен отсканировать QR-код с подтверждением заказа на входе и предъявить удостоверение личности. При заказе в интернет-магазине или приложении Apple онлайн-покупатели должны заранее выбрать экспресс-самовывоз.



Источник:

[Apple tests Express store concept for click&collect](#)

Оcado нарастил квартальную выручку на 52%

Digitalcommerce360.com, 15.09.2020

/новость

В квартале, который завершился 30 августа 2020 года, розничная выручка британского онлайн-магазина продуктов Ocado выросла на 52%.



Рост розничного подразделения, которое начало продавать продукты питания от Marks & Spencer Group Plc в этом месяце, должен привести к увеличению годовой прибыли как минимум до 40 млн фунтов стерлингов (\$51,5 млн). В начале месяца подразделение перешло с продажи продукции Waitrose компании John Lewis Partnership Plc на продукцию M&S.

До пандемии Ocado насчитывал около 800 тыс. клиентов из Великобритании. За первые две недели с момента запуска продуктов M&S средний размер потребительской корзины увеличился примерно на пять позиций. Почти никто из клиентов не покинул Ocado.

Ocado Retail планирует увеличить свои мощности примерно на 40% к следующему году.

Источник:

[Ocado sales surge as pandemic boosts grocery deliveries](#)

На онлайн пришлось 24,6% розничных продаж потребительских товаров в Китае

Stats.gov.cn, 15.09.2020 10:00:00

/новость

По данным Национального статистического бюро Китая, объём розничных продаж в стране в августе вырос на 0,5% год к году. Первые восемь месяцев розничные продажи снижались на 8,6% год к году.

Объём национальных розничных онлайн-продаж за первые восемь месяцев вырос на 9,5% год к году. При этом розничные онлайн-продажи физических товаров выросли на 15,8% и составили 24,6% от общего объёма розничных продаж потребительских товаров.



Источник:

[The National Economy Sustained Steady Recovery in August](#)

Uniqlo перестраивает логистику на eCommerce

Asia.nikkei.com, 15.09.2020 13:15:00

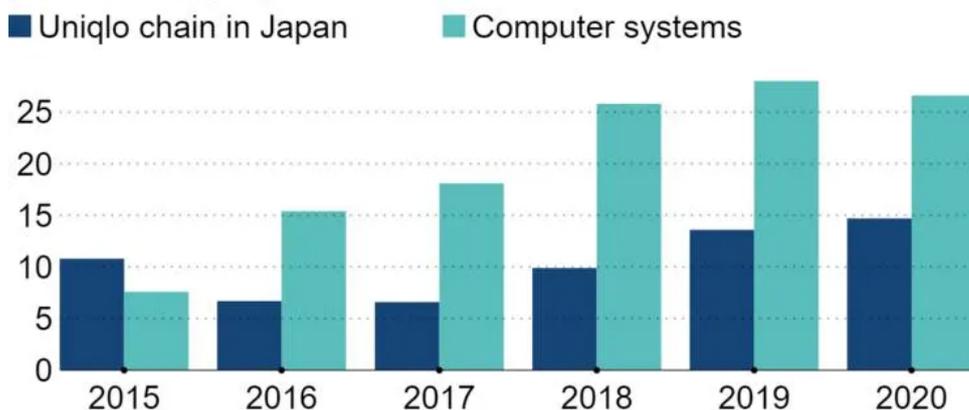
/новость

Fast Retailing, владелец бренда Uniqlo, меняет логистику и увеличивает инвестиции, чтобы расширить онлайн-бизнес в Японии, Китае, Юго-Восточной Азии и США.

Компания завершает строительство автоматизированного склада в префектуре Осака и ускорит доставку заказов в регионе до трех дней. Fast Retailing планирует увеличить долю онлайн-продаж в Японии с 10% до 30%.

Fast Retailing spending more on e-commerce

(In billions of yen)



Note: Financial years end in August. 2020 is estimate Source: Company

Uniqlo делает ставку на инвестиции в электронную коммерцию, а не в физические магазины. В году, который завершился в августе, компания потратила примерно 26,6 млрд иен (\$250 млн) на компьютерные системы для электронной коммерции и других операций, что на 80% больше, чем 14,7 млрд иен, потраченных на внутреннюю сеть.

Fast Retailing планирует потратить в общей сложности 100 млрд иен на строительство автоматизированных складов не только в Осаке, но и в Китае, Юго-Восточной Азии и США.

Уровень использования интернета в некоторых странах Азии выше, чем в Японии, и интернет может стать важным средством связи с клиентами за рубежом. По состоянию на конец августа 2019 года доля онлайн-продаж в Большом Китае составляла около 20%, что вдвое больше, чем в Японии.

Помимо строительства автоматизированных складов в Азии, компания будет продвигать услугу click & collect. Она уже широко распространена в Большом Китае и в некоторых случаях бывает быстрее доставки на дом.

По данным Boston Consulting Group, после отмены в Японии чрезвычайного положения 46% потребителей заявили, что продолжат или будут больше покупать онлайн одежду, а 14% — скоропортящиеся продукты.

Источник:

[Uniqlo boosts investment in e-commerce in Japan and China](#)

36% интернет-пользователей в Украине совершают онлайн-покупки

Biz.liga.net, 17.09.2020 18:24:00

/исследование

Согласно опросу, проведенному платформой OLX и компанией CBR, украинцы чаще всего покупают онлайн одежду (47%), бытовую технику и электронику (46%), косметику и парфюмерию (37%).

Интернетом пользуются около 80% украинцев старше 16 лет. Из них примерно 36% делают покупки онлайн. За последний год 49% покупателей совершали онлайн от 5 до 20 покупок, а 18% — более 20 покупок. Внутри страны украинцы чаще всего осуществляют покупки через платформу OLX, за рубежом — через AliExpress.



Больше всего онлайн-покупателей — на западе и в центре страны (по 24%). Жители крупных городов чаще жителей меньших населенных пунктов покупают в интернете косметику, бытовую химию, медицинские препараты, готовые блюда, продукты питания или товары для животных.

Среди онлайн-покупателей больше всего людей в возрасте 26-45 лет, самые активные — молодежь в возрасте 16-25 лет. Мужчины чаще женщин покупают технику и автотовары. Женщины чаще покупают одежду, обувь, косметику и парфюмерию, товары для детей, аксессуары и подарки, книги в печатном виде.

В 58% случаев онлайн-покупки осуществляются на смартфоне. Около 51% покупателей при этом используют приложения. Самый популярный способ доставки — в офис курьерской службой (35%). Наибольший средний чек — в категории «Электроника».

В ходе исследования было проведено 1019 онлайн-интервью с интернет-пользователями в возрасте 16 лет и старше.

Источник:

[Что чаще всего украинцы покупают онлайн – исследование](#)

GlobalData: розничная торговля — один большой рынок, а не отдельные каналы

Globaldata.com, 15.09.2020

/исследование

Компания GlobalData при поддержке Amazon выпустила исследование Multichannel retail and Covid-19. Аналитики пришли к выводу, что пандемия увеличивает связи между онлайн и физическими каналами и демонстрирует, что розничная торговля, по сути, — один большой рынок, а не отдельные каналы.

Наилучшие темпы роста онлайн-каналов как в США, так и в Европе были достигнуты продавцами, использующими многоканальный подход. Это традиционные ритейлеры, такие как Best Buy, Target, Dick's и Walmart, и небольшие продавцы, поддерживаемые такими сервисами, как Shopify. Многие из них сейчас растут быстрее магазинов, ориентированных только на онлайн.

Точка транзакции не существует изолированно. Значительное количество транзакций — это часть более широкого цикла покупок, который включает в себя несколько этапов. На каждом из них потребитель может использовать множество различных каналов для удовлетворения своих потребностей. Существует огромное количество вариантов пути, что усложняет отображение поведения потребителей.

В США в течение 2020 года почти 36% недовольных онлайн-расходов будет приходиться на физические магазины. Это на 2,6% больше, чем в начале года. 68% покупателей в США в будущем собираются активнее использовать самовывоз с парковки, и почти 60% — самовывоз из магазинов.

Физические магазины будут стимулировать продажи так же или даже больше, как и до пандемии, считают 89% руководителей розничной торговли в США. И 87% планируют в течение следующих пяти лет больше инвестировать в многоканальность.

Около 8 из 10 потребителей в США, Великобритании и Франции и 7 из 10 в Германии соскучились по социальному взаимодействию в магазинах.

В каждой стране, включенной в исследование, проникновение онлайн уже начало снижаться с пикового уровня. В разгар самоизоляции онлайн-продажи в США составляли 21,4% розничных продаж, что на 7,5% больше, чем в 2019 году. Тем не менее, через два месяца после окончания карантина онлайн-продажи в процентах от всей розницы упали на 3,9 п.п. до 17,5%.

Источник:

[Multichannel retail and COVID-19 Report](#)



Кейс:

Продукция собственных торговых марок есть в каждом 4-м заказе «Утконоса»

Retail.ru, 14.09.2020 07:00:00

/кейс

«Утконос Онлайн» владеет четырьмя собственными торговыми марками (СТМ), под которыми продаются 138 SKU в 12 товарных категориях, рассказала руководитель отдела СТМ компании Анна Жданова.

Первая СТМ была представлена в январе 2019 года. К концу 2020 года планируется расширить портфель СТМ до 8 марок, а ассортимент — до 20 товарных категорий и 340 SKU.



Продукция СТМ есть в каждом 4-м заказе, 35,5% клиентов хотя бы раз покупали товары СТМ, 20,3% покупателей приобретают продукцию СТМ повторно. В рамках стратегии компании СТМ должны расширять ассортимент, предлагая то, чего нет в линейках других производителей, должны дифференцироваться на базе ключевых отличий.

В ассортименте ритейлера — одна классическая марка FMCG-товаров и три селективные:

- SUPER — классическая ТМ value for money («соотношение цены и качества»).
- Pchelove — первый и успешный опыт «Утконоса» в создании селективной коллекции автохтонных сортов меда и терруаров. В коллекции 14 позиций. Линейка востребована в качестве подарочного ассортимента, является высокомаржинальной. На ТМ приходится почти 30% товарооборота в своем сегменте. Заведение торговой марки и ее продвижение стимулировало рост продаж всей категории более чем в 2 раза по сравнению с предыдущим годом.
- Fruit&Good появилась в портфеле «Утконоса» в июле, пока под ней продается только 2 позиции. В ее ассортимент будут включены премиальные экзотические фрукты и отборные ягоды.
- «Наша пекарня» предлагает небольшой выбор хлеба и выпечки, которых нет в ассортименте хлебозаводов.

Из-за пандемии пришлось временно отложить планы по выводу на рынок новых СТМ. Одна из них — собственная кулинария. Два новых фулфилмент-центра «Утконоса» в формате «мини», обеспечивающие доставку по Москве в течение 2 часов, позволят оперативно работать с этой категорией. Линейку запустят с сокращенным ассортиментом, пристально отслеживая продажи.

Источник:

СТМ «Утконоса»: бренды новые и старые

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.