

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2020 / № 38

21 Сентября 2020 - 27 Сентября 2020

В выпуске:

Россия:

«ВкусВилл» запустил ассортимент только для интернет-магазина

SberDevices встроит товары Ozon и Lamoda в кинофильмы

Яндекс Go тестирует экспресс-доставку недовольственных товаров

В России создали маркетплейс для операторов общепита

«Магнит» открыл онлайн-аптеку

Иван Федяков: в 2023 г. лишь 10% потребителей будут покупать продукты онлайн

eBay запустил в России кэшбэк-сервис

Ozon тестирует доставку гаджетов от 40 минут

Woprix запустил курьерскую доставку с примеркой

Почта России: внутренний рынок интернет-торговли вернулся к росту

ЮKassa и Эвотор: максимальный рост оборота при онлайн-продажах — у БТиЭ

Assist: летом 52% онлайн-покупок совершали с мобильных устройств

Конференция "Электронная торговля 2020"

Весь мир:

Wildberries со скандалом вышел на рынок Украины

Walmart расширяет эксперимент по доставке дронами

John Lewis запускает рождественский онлайн-магазин в 3D

Онлайн-продажи составляют 30% всего бизнеса Nike

Электронная коммерция Венгрии выросла на 35%

Zalando начинает продавать секонд-хенд

Средняя стоимость онлайн-заказа в мире снизилась во II кв. 2020 г.

59% кросс-бордера в Европе приходится на маркетплейсы

Forrester: к 2024 г. онлайн-продажи составят 25% розницы в Северной Америке

Forrester: онлайн-продажи в АТР к 2024 г. составят \$2,5 трлн

Кейс:

Татьяна Умряева — о трансформации Яндекс.Маркета

Россия:

«ВкусВилл» запустил ассортимент только для интернет-магазина

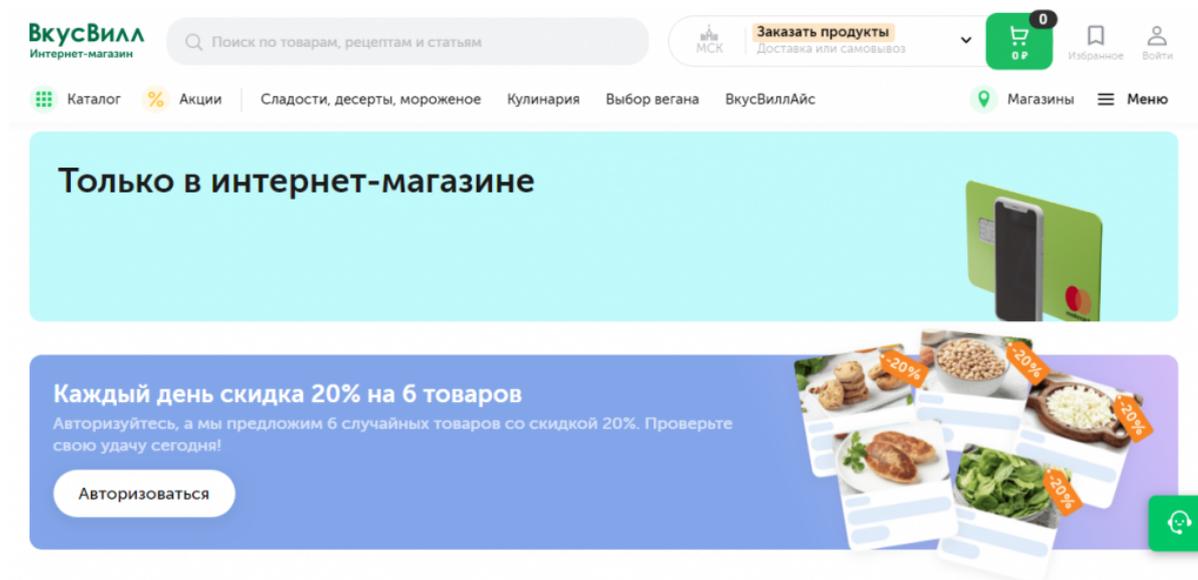
Vkusvill.ru, 25.09.2020 11:37:00

/новость

У «ВкусВилл» появился ассортимент, который можно заказать только в онлайн-магазине. При этом товары не представлены в магазинах сети.

Чтобы заказать их, необходимо в приложении «ВкусВилл» выбрать доставку на завтра и перейти во вкладку «все товары», далее выбрать раздел «только онлайн» или же перейти на него в [каталоге](#) на сайте.

Услуга доставки бесплатная. Предложение пока работает только в Москве.



Источник:

[Только онлайн! Секретный ассортимент ВкусВилл](#)

SberDevices встроит товары Ozon и Lamoda в кинофильмы

E-repper.ru, 24.09.2020

/новость

Ozon и Lamoda станут партнерами сервиса SberDevices, который интегрирует ассортимент маркетплейсов в видеоконтент ТВ-приставки. Это первый в России проект видеошопинга.



Пользователь при просмотре контента в режиме паузы будет видеть карточку товара и его основные характеристики. Например, подборки одежды с Lamoda, похожие на образы героев в кадре. С помощью QR-кода можно перейти в каталог для покупки.

На этапе запуска может быть доступно более 1 млн товаров из каталога Lamoda, в основном одежда. Ozon предоставит ассортимент категорий игрушки, книги, одежда, дом и сад, туризм, рыбалка и охота, электроника. В том числе будет доступна игровая атрибутика по мотивам кино и мультфильмов.

Источник:

[Ozon и Lamoda встраивают товары в кинофильмы](#)

Яндекс Go тестирует экспресс-доставку недовольственных товаров

Vedomosti.ru, 24.09.2020 00:19:00

/новость

На маркетплейсе «Беру» тестируют новый формат экспресс-доставки от Яндекс Go, сообщают [«Ведомости»](#). При покупке товара сообщается, что он будет доставлен на ближайший к клиенту локальный склад на следующий день.



В назначенный день покупатель получает sms-сообщение или push-уведомление, что товар рядом. Нужно в удобное время нажать кнопку «Доставить» — и курьер Яндекс Go принесет его за 15-20 минут. Услуга бесплатна при заказе от 2499 руб., при заказе на меньшую сумму стоит 249 руб. Пилот доступен в шести московских районах: Хамовниках, Дорогомилове, Тверском, Пресненском, Замоскворечье и Академическом. К концу года сервис будет масштабирован на всю Москву и в города-миллионники.

Такой точности компания добилась за счет использования локальных складов Яндекс.Лавки. Средняя площадь одного склада — 150 кв. м. В других городах России и СНГ развитие сети будет строиться на базе локальных логистических компаний.

Доставку по запросу Яндекс Go планирует предложить партнерам Яндекса на рынке электронной коммерции, среди которых «Леруа Мерлен», «Детский мир» и «Связной».

Суперапп Яндекс Go объединил все логистические, транспортные и фудтех-технологии Яндекса. Сегодня Яндекс Go доставляет несколько миллионов заказов в месяц. Сервис доступен в 600 городах России, на его линиях доставки работает более 75 000 пеших курьеров.

Источник:

[Логистический сервис «Яндекс Go» тестирует экспресс-доставку недовольственных товаров](#)

В России создали маркетплейс для операторов общепита

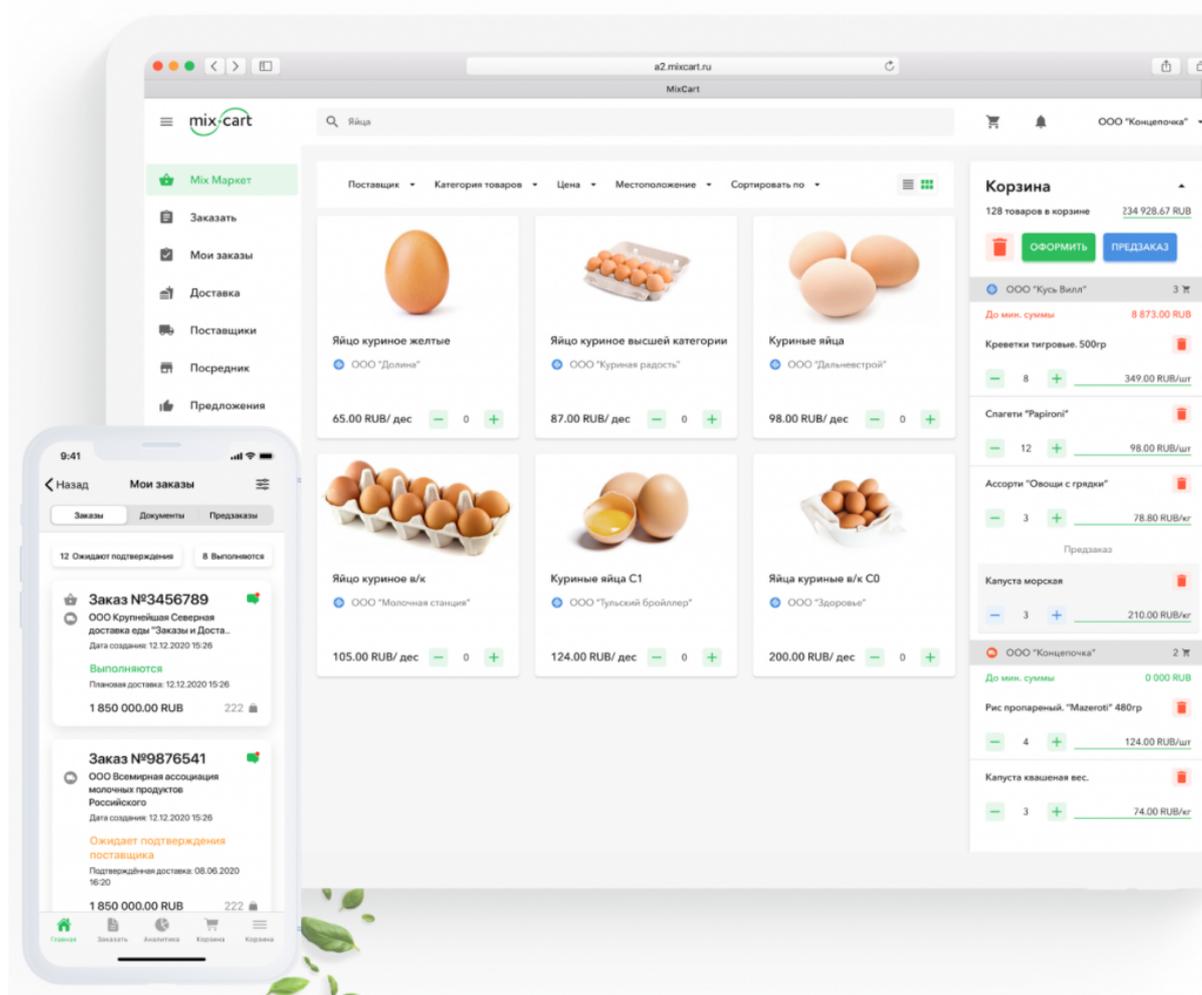
Kommersant.ru, 24.09.2020

/новость

Компания Mixcart запустила первый в России **маркетплейс** для операторов общепита, где можно выбрать самое дешевое предложение у поставщиков, сообщает «Коммерсантъ».

Комиссия для поставщиков составляет 2%, с 2021 года рестораторам также предстоит оплачивать годовую подписку за доступ к сервису. Среди поставщиков — «ВкусВилл», «Фуд Сити» и холдинг «Московский».

Компания Mixcart, основанная в 2016 году Ильдаром Хасановым и Артуром Шамаловым, специализируется на разработке системы управления закупками для предприятий общепита. В 2018 году сообщалось, что компания привлекла 40 млн руб. на развитие.



Источник:

[Рестораторов отправят на полку](#)

«Магнит» открыл онлайн-аптеку

Pharmvestnik.ru, 23.09.2020 12:36:00

/новость

«Магнит» запустил пилотный проект онлайн-аптеки в Москве и Московской области, сообщает [«Фармацевтический вестник»](#). Пока к проекту подключено около ста аптек. Онлайн-аптека также послужит операционной моделью для запуска сервиса по доставке продуктов питания.

Пользователям доступны бронирование товаров с оплатой и самовывозом через полчаса из удобной «Магнит Аптеки», а также заказ со склада из расширенного ассортимента и доставка до выбранной аптеки на следующий день. В будущем планируется запустить курьерскую доставку безрецептурных препаратов.



Источник:

[«Магнит» запустил онлайн-аптеку](#)

Иван Федяков: в 2023 г. лишь 10% потребителей будут покупать продукты онлайн

Dairynews.ru, 23.09.2020

/новость

Рынок онлайн-торговли в марте увеличился на 36% г/г, [отметил](#) Иван Федяков, генеральный директор InfoLine, в ходе аналитической сессии выставки WorldFood в Москве. Сильнее всего выросло количество заказов товаров для здоровья (в 5-10 раз), компьютерной техники, молочных смесей, кормов для животных.

Итоги I полугодия 2020 г. Рейтинг INFOLine Russia TOP online food retail



В апреле и мае онлайн-продажи продуктов питания выросли в 4-5 раз, однако в июне рост замедлился с постепенным снятием ограничений. Крупнейшие FMCG-сети продолжали расти в онлайн в первом полугодии 2020 года двузначными темпами, за исключением «Ашана», у которого большинство магазинов находится в торговых центрах.

Консолидация eGrocery продолжается, доля топ-10 по итогам 2020 года составила порядка 75% (70% в 2019 году). К 2022 году онлайн-продажи продуктов питания приблизятся к 400 млрд руб., однако лишь 10% потребителей в 2023 году будут покупать продукты через онлайн-торговлю.

Иван Федяков [рассказал](#) сайту Retail.ru, что онлайн-покупки стали совершать 63 млн россиян. При этом 80% из них оценивают свой опыт как положительный и планируют к нему вернуться. Правильно говорить об омниканальной стратегии ритейлеров и поведении потребителя, когда покупателю в принципе неважно, через какие каналы совершать покупки.

Можно выделить такой тренд, как активное развитие маркетплейсов. «Я думаю, в ближайшие годы тренд будет активно развиваться и менять взаимодействие с потребителем, что в целом будет оказывать глобальную трансформацию на отрасль», — отметил Иван Федяков.

Источник:

[Иван Федяков: к 2022 году онлайн-продажи продуктов питания в России составят 400 млрд. рублей](#)

[Аудитория активных интернет-покупателей стала больше на 12 млн россиян](#)

eBay запустил в России кэшбэк-сервис

Vc.ru, 21.09.2020 18:32:00

/новость

eBay запускает кэшбэк-сервис [eBay Bonus](#) для пользователей из России. Покупатели могут копить кэшбэк до 50% при приобретении товаров на eBay.com и в более чем 600 магазинах и сервисах партнеров, среди которых Booking.com, iHerb, Литрес, IVI и др.

Только по результатам тестового периода в несколько недель более 150 000 человек начали регулярно пользоваться кэшбэк-сервисом eBay Bonus. Пользователи приобрели более 1 млн товаров и услуг и получили более 55 млн бонусных рублей.

The screenshot shows a dark purple banner for 'eBay social'. At the top left is the 'eBay social' logo and the text 'Официальный проект eBay Inc. в России'. The main headline reads 'Кэшбэк до 50% с покупок на eBay и в 600 популярных магазинах'. To the right is a graphic with the eBay logo and the number '25'. Below the headline, there is a button labeled 'Войти' and a line of text: 'Пользуясь сервисом ebaysocial.ru, вы подтверждаете, что ознакомились и согласны с Пользовательским соглашением'.



Очень высокие ставки

Лучшие условия кэшбэка в 600 магазинах, [убедитесь сами](#)



Начисляем за 3 дня

[Показываем](#) ваши переходы на магазины и начисляем кэшбэк за 3 дня после покупки



Кэшбэк до 50%

Регистрируйтесь и получайте [персональные предложения](#) на кэшбэк до 50% с покупок

Популярные товары

Хиты продаж среди наших пользователей. Новая подборка каждый день

Все товары **1,9 млн** →

Источник:

[eBay запустил кэшбэк-сервис для покупателей в России](#)

Ozon тестирует доставку гаджетов от 40 минут

Retail-loyalty.org, 21.09.2020 11:15:00

/новость

Ozon первым среди маркетплейсов запустил экспресс-доставку гаджетов. Более чем в 30 районах Москвы их будут доставлять в интервале от 40 минут, в других зонах — в день заказа, если он сделан до 15:00.

На этапе пилота можно заказать четыре модели iPhone, наушники, смарт-часы от Apple и аксессуары к ним. Гаджеты с быстрой доставкой помечены бейджем «экспресс». Доставка осуществляется из дарксторов в разных районах Москвы.

Запуск экспресс-доставки продуктов и товаров повседневного спроса увеличил продажи этих категорий на Ozon в 5 раз, отмечают в компании.

Доставим сегодня

Изображение	Экспресс	Скидка	Экспресс	Экспресс	Экспресс	Экспресс			
	Экспресс	-4%	Экспресс	-8%	Экспресс	-5%	Экспресс	-7%	Экспресс
Новинка 690 Р	Новинка 31 137 Р 32 490 Р	Новинка 59 680 Р 64 980 Р	Новинка 15 099 Р 15 990 Р	Новинка 46 290 Р 49 980 Р					
Адаптер Apple Lightning - 3.5 mm Jack (MMX62ZM/A), белый	Умные часы Apple Watch Series 5 GPS, 40mm Gold Aluminium Case with Pin...	Смартфон Apple iPhone 11 4/128GB, фиолетовый	Умные часы Apple Watch Series 3 GPS, 38mm Space Grey Aluminium Case wit...	Смартфон Apple iPhone XR 3/64GB, черный					
В корзину	В корзину	В корзину	В корзину	В корзину					

Источник:

Ozon запустил экспресс-доставку гаджетов от 40 минут в Москве и области

bonprix запустил курьерскую доставку с примеркой

New-retail.ru, 21.09.2020 17:15:00

/новость

Бренд bonprix вместе с курьерской доставкой логистической компании DHL предложил клиентам сервис примерки и частичного выкупа товара. Опция доступна в Москве, Санкт-Петербурге и еще более 80 городах.

Заказать с примеркой можно ограниченное количество вещей. Курьер дает 15 минут на примерку, понравившиеся товары остаются у клиента. Он оплачивает стоимость доставки и подошедших товаров, остальные можно сразу вернуть курьеру.



Источник:

[Бренд bonprix запустил для клиентов сервис примерки](#)

Почта России: внутренний рынок интернет-торговли вернулся к росту

Pochta.ru, 24.09.2020

/исследование

Выпуск 19 бюллетеня «Почта.Барометр» содержит информацию об объемах внутрироссийских и международных eCom-отправлений, которые Почта России обработала на неделе 14-20 сентября.

ВНУТРЕННИЙ РЫНОК

Внутренний рынок интернет-торговли на неделе вернулся к положительным темпам роста.

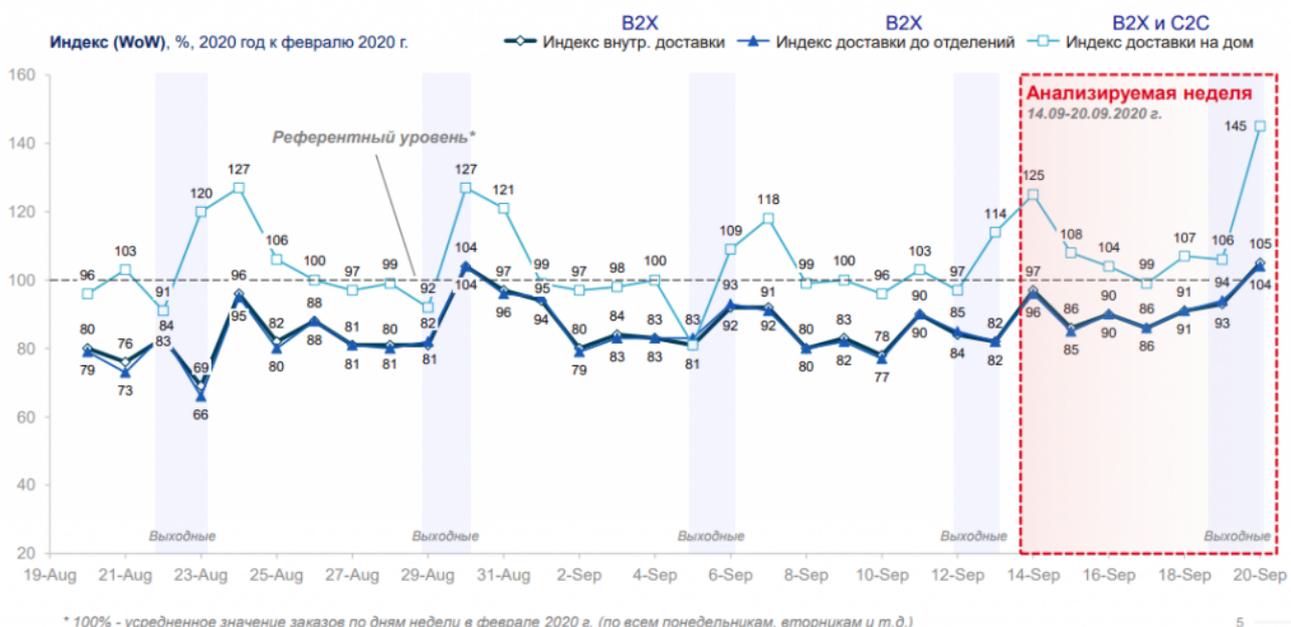
Изменение роста B2X доставок 14-20 сентября относительно недели 7-13 сентября составило +10 п.п. до +9% в сравнении с 2019 г.

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

Рост объемов доставок на дом в сравнении с 2019 г. на неделе 14-20 сентября вырос на +4 п.п. до +17% относительно предыдущей недели.

Аналогичный показатель в сравнении с февралем 2020 г. вырос на +10 п.п. до +13%.

Динамика индексов доставки на внутреннем рынке к февралю 2020 г.
Период: 20 августа – 20 сентября 2020 г.



ИМПОРТ

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

24% среднее снижение кол-ва ежедневных заказов за неделю 14-20.09 в сравнении с 2019 г.

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

+33% на неделе 14-20.09 для Ближнего Востока и Центр. Азии в сравнении с 2019 г.

+29% неделе 14-20.09 для стран Европейского направления в сравнении с 2019 г.

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

Общий рост в +4% по весу отправок 14-20 сентября в сравнении с 2019 г.

Общее среднее снижение в -8% по кол-ву отправок 14-20 сентября в сравнении с 2019 г.

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

+37% по количеству емкостей на неделе 14-20 сентября в сравнении с 2019 г.

+33% по весу на неделе 14-20 сентября 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 14-20 сентября к соотв. периоду 2019 г.

Рынок экспортных отправок в Европейские страны демонстрирует лидирующий рост.

Максимальный прирост по количеству отправок в данные страны за неделю 14-20 сентября составил +39% к соотв. периоду 2019 г.

Источник:

[Почта России публикует еженедельную аналитику по рынку e-com. Выпуск 19](#)

ЮKassa и Эвотор: максимальный рост оборота при онлайн-продажах — у БТиЭ

Evotor.ru, 21.09.2020

/исследование

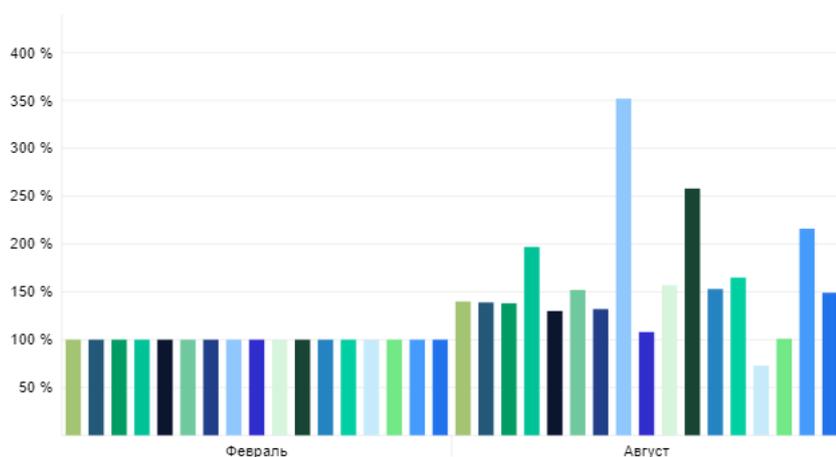
«Эвотор» и ЮKassa (прежнее название — Яндекс.Касса) сравнили покупательское поведение в реальной жизни и в онлайн за период с февраля по август 2020 года. Россияне продолжают активно оплачивать онлайн товары и услуги даже после отмены режима самоизоляции.

Оборот и количество платежей в офлайне в апреле упали во всех отраслях, но с мая начали восстанавливаться. Онлайн-покупки особенно сильно выросли в большинстве отраслей в апреле и мае. Но с открытием непродовольственной розницы люди начали возвращаться в обычные магазины.

В большинстве онлайн-категорий средний чек во время самоизоляции после небольшого снижения в апреле начал расти — от цветов и товаров для хобби до секс-шопов и бытовой техники. При офлайн-покупках средний чек в этих категориях за последние семь месяцев менялся незначительно.

Оборот Средний чек Количество платежей

Сравнение февраля и августа 2020 года [Посмотреть все месяцы](#)



Тип бизнеса

- Выбрать все
- Магазины одежды и обуви
- Ювелирные украшения
- Электроника и бытовая техника
- Образование
- Товары для дома
- Поликлиники
- Медицинские товары
- Строительные материалы
- Косметика
- Магазины подарков и хобби
- Спортивные товары
- Детские товары
- Супермаркеты
- Цветы
- Секс-шопы
- Турагентства
- Гостиницы

- Одежда и обувь: оборот онлайн-продаж в апреле вырос на 51%, что вдвое больше уровня февраля. В июне произошел спад до 8%. Уровень оборота в августе аналогичен апрельскому.
- Детские магазины, игрушки: онлайн-чек в апреле вырос на 16% и почти не менялся до сентября. В среднем за последние пять месяцев на заказ тратили 4433 руб.
- Турагентства и гостиницы: в онлайн оборот и количество платежей сильно упали еще в марте, но в мае уже начали восстанавливаться. У гостиниц оборот онлайн-продаж вышел на «доковидный» уровень в июле и добавил еще 30% в августе. По итогам августа средний чек при оплате онлайн-услуг турагентств составлял 9592 руб., что на 47% ниже «доковидного» февральского уровня.
- Ювелирные магазины: в онлайн оборот в мае вырос на 47% к апрелю, количество платежей — на 66%. С открытием магазинов оборот онлайн снизился, но превышает «доковидные» показатели.

- Стройматериалы: оборот онлайн-продаж вырос на 89% в апреле, что в 3 раза превышало показатели февраля. В августе оборот превышал февральские показатели в 2,5 раза. Количество платежей в апреле также было в 3 раза выше, чем в феврале, а в августе — в 1,7 раз выше. В апреле средний чек онлайн снизился на 17% к марту и отыграл падение в июне до 9809 руб.
- Товары для спорта и активного отдыха: выручка от онлайн-продаж спортивных товаров росла на 35-40% с апреля по июнь, в пике превысив показатели февраля в 2,5 раза. Количество платежей росло на 25-29% с апреля по май, но уже летом началось снижение. Онлайн средний чек рос на 8% с апреля по июнь — до 8874 руб., затем стал снижаться аналогичными темпами.
- Электроника и бытовая техника: зафиксирован максимальный рост оборота при онлайн-продажах — плюс 116% по сравнению с мартом, что в 4 раза выше уровня февраля. Количество платежей выросло на 186%, средний чек упал на 25%. К концу лета онлайн-оборот стабилизировался, но продолжает превышать «доковидные» значения в 2 раза. Средний чек существенно не менялся и составил в августе 2832 руб.

Источник:

[Онлайн- и офлайн-продажи: аналитика ЮKassa и Эвотора](#)

Assist: летом 52% онлайн-покупок совершали с мобильных устройств

Assist.ru, 21.09.2020

/исследование

Assist изучил поведение пользователей при оплате онлайн-заказов летом 2020 года. Для обзора использованы данные онлайн-платежей компаний — клиентов Assist.

С мобильных устройств совершали больше онлайн-покупок, чем со стационарных: 52% и 48% соответственно.

Число покупок уникальных покупателей, оплачивающих товары и услуги еженедельно, выросло на 109%, один раз в две недели — на 65%, один раз в месяц — на 26%. Количество тех, кто делает покупки раз в три месяца, сократилось на 5%.



Продукты питания этим летом заказывали и оплачивали через интернет в среднем в 3-4 раза чаще, чем летом 2019 года. У покупок с частотой один раз в месяц прирост на 421%, один раз в две недели — на 374%. Количество заказов, оплачиваемых один раз в неделю и один раз в три месяца, выросло на 160% в обоих случаях.

Число еженедельных покупок одежды и обуви увеличилось на 160%, покупок раз в две недели — на 107%, раз в месяц — на 78%, раз в три месяца — на 66%.

Товары для дома и мебель показали наибольший прирост ежемесячных покупок — на 271%. Заказов, оплачиваемых раз в две недели, прибавилось на 147%, раз в три месяца — на 126%, еженедельных покупок — на 97%.

Количество покупок билетов на мероприятия упало: один-два раза в две недели — на 69%, один раз в месяц — на 73%, один раз в три месяца — на 78%.

Число заказов авиа- и ж/д билетов, бронирования гостиниц, поездок на такси также сократилось: еженедельных — на 76%, раз в две недели — на 64%, раз в месяц — на 50%, один раз в три месяца — на 40%.

Источник:

[Как ecom провел это лето](#)

Конференция "Электронная торговля 2020"

Conf.oborot.ru, 29.09.2020 12:46:00

/реклама



Как в 2020 году обойти конкурентов по интернет-торговле на вираже? Не только преодолеть кризис и выжить, а вырваться в лидеры по своему направлению?

Используйте в своем бизнесе успешный опыт коллег. Все самые эффективные кейсы, решения и подходы прозвучат на конференции "Электронная торговля — 2020",

15-16 октября. Учитывая все события первой половины года, компаниям будет, что рассказать вам.

В программе спикеры из DNS, Otto Group Russia, Hoff, Петровича, BMW, 220 Вольт, Ленты, McDonalds, eApteka, METRO, Детского Мира и многие другие.

В секции "Барометр электронной торговли" выступает Федор Вирин, Партнер Data Insight с темой «Электронная торговля: как изменился рынок и куда он движется» .

Для наших читателей, при регистрации на конференцию—скидка по промо-коду **datainsight2020**

Регистрация на конференцию по ссылке - <https://bit.ly/3kPUVZ8>

Источник:

[Электронная торговля 2020](#)

Весь мир:

Wildberries со скандалом вышел на рынок Украины

Oborot.ru, 25.09.2020

/новость

Wildberries запустил продажи на территории Украины. Покупателям доступны 3 млн товаров 32 тыс. брендов, ассортимент планируют расширять. Клиенты смогут получить заказы в 8000 партнерских точках выдачи или с помощью курьерской доставки на дом.

На новом рынке компания работает через европейское подразделение: на украинском сайте в разделе «О нас» указана польская фирма WILDBERRIES Sp.z.o.o. с адресом в Варшаве. В качестве контактов — адреса электронной почты на домене wildberries.eu.



Премьер-министр Украины Денис Шмыгаль распорядился рассмотреть возможность введения ограничений для интернет-магазина Wildberries. Основные претензии состоят в том, что на украинском сайте обнаружили продукцию с символикой России и СССР, а также книги российских издательств АСТ и «Эксмо», которым уже полтора года запрещено вести бизнес на украинском рынке.

Wildberries объяснил сложившуюся ситуацию недостаточной скоростью проверки товаров, которые выставляют продавцы маркетплейса. Спорные товары были убраны с площадки в первые же сутки. Тем не менее, прецедент стал причиной для призывов к пересмотру некоторых пунктов законодательства Украины (например, закона «О санкциях»), а также к запуску механизма запрета российских онлайн-ресурсов.

Источник:

[Wildberries выходит на рынок Украины. Почему-то через Варшаву](#)

[Wildberries хотят прогнать с украинского рынка](#)

[Wildberries.ua снимает с продажи спорные товары](#)

Walmart расширяет эксперимент по доставке дронами

Businessinsider.com, 25.09.2020 11:06:00

/новость

Walmart расширяет пилотный проект по доставке товаров беспилотниками.

Американский ритейлер сотрудничает с тремя компаниями в сфере производства дронов: DroneUp, Flytrex и Zipline.

Walmart владеет 4700 магазинами, до которых 90% жителей США могут добраться за 10 минут. Компания все чаще использует свои торговые точки в качестве «узлов дистрибуции для электронной коммерции»: предлагает самовывоз из магазинов и с парковок, традиционную доставку, экспресс-доставку, а теперь и доставку дроном.



В рамках эксперимента по доставке дронами Walmart сосредоточит внимание на различных услугах партнеров. Каждый стартап предлагает что-то свое с точки зрения региональных возможностей, технологий, грузоподъемности и механизма доставки.

- Walmart заключил партнерство с Quest Diagnostics и DroneUp, чтобы обеспечить бесконтактную доставку наборов для тестирования на COVID-19 в Северном Лас-Вегасе, а также Чиктогаге, штат Нью-Йорк.
- Flytrex будет доставлять продукты и товары для дома в Фейетвилле, Северная Каролина.
- Испытание Zipline в Арканзасе будет сосредоточено на доставке товаров для здоровья с использованием биоразлагаемой парашютной технологии. Тест стартует не раньше начала 2021 года.

Walmart также недавно объявил о намерении нанять 20 000 сезонных рабочих на период праздников. С марта Walmart принял 500 000 новых сотрудников, чему способствовал всплеск онлайн-продаж, произошедший в связи с обострением пандемии коронавируса.

Источник:

[Early Walmart drone program pilots will deliver groceries and COVID-19 tests to customers. Here's everything you need to know about the retailer's delivery trials.](#)

John Lewis запускает рождественский онлайн-магазин в 3D

Chargedretail.co.uk, 25.09.2020

/новость

Британский бренд высококлассных универмагов John Lewis впервые открыл свой рождественский магазин в [онлайн-формате](#), который позволяет покупателям совершить 3D-тур по флагманскому магазину, не выходя из дома.

Реальный рождественский магазин расположен на Оксфорд-стрит. Покупатели могут «перемещаться» по залам с помощью смартфона, планшета или компьютера. Во время виртуального тура можно будет сделать покупки.

Открытие онлайн-магазина произошло на фоне резкого роста спроса на рождественские покупки: продажи выросли на 112% по сравнению с 2019 годом.



Источник:

[John Lewis launches first ever virtual Christmas store](#)

Онлайн-продажи составляют 30% всего бизнеса Nike

Digitalcommerce360.com, 24.09.2020

/новость

За финансовый квартал, закончившийся 31 августа 2020 года, выручка Nike составила \$10,59 млрд — на 1% меньше, чем годом ранее. Валовая прибыль снизилась на 3%, до \$4,74 млрд. Чистая прибыль выросла на 11%, до \$1,51 млрд.

Продажи в цифровом формате выросли на 83%, что привело к увеличению выручки почти на \$900 млн по сравнению с предыдущим годом. Онлайн-продажи сейчас составляют 30% всего бизнеса Nike. Число пользователей коммерческого приложения Nike выросло втрое.



Компания добавила больше робототехники и автоматизации в логистические операции, ускорив внедрение цифровых технологий и сократив время цикла выполнения заказов до 50%. Nike также активизировал усилия по продаже товаров напрямую потребителям — инициатива привела к сокращению рабочих мест.

Продажи Nike в Китае выросли на 6%, до \$1,78 млрд. Nike заявляет, что розничный трафик там восстанавливается лучше, чем где-либо, и достиг уровня прошлого года. Цифровые продажи в Китае увеличились на 30% год к году.

Источник:

[Digital remains strong and growing for Nike](#)

Электронная коммерция Венгрии выросла на 35%

Ecommercenews.eu, 21.09.2020

/новость

Объем электронной торговли в Венгрии вырос до 355 млрд форинтов, что соответствует 984 млн евро. Это почти на 35% больше, чем в первой половине 2019 года.

Данные института экономических исследований GKI показывают, что вспышка коронавируса привела к росту электронной торговли в Венгрии. Только за первые шесть недель периода изоляции в стране появилось более 50 000 новых онлайн-покупателей, в результате чего количество местных жителей, совершающих покупки в интернете, приблизилось к 3,5 млн.



По данным Mastercard, почти 58% онлайн-покупателей недовольны своим опытом. Каждый пятый испытывает дискомфорт при оплате.

Источник:

[58% of Hungarians frustrated with ecommerce](#)

Zalando начинает продавать секонд-хенд

Chargedretail.co.uk, 21.09.2020

/новость

Европейский онлайн-ритейлер Zalando запустил новую платформу для перепродажи подержанной одежды. Zalando будет тщательно отбирать вещи, проверять качество, фотографировать и продавать их. Коллекция на данный момент насчитывает около 20 000 единиц.



Платформа нацелена на клиентов, которых привлекают цены и экологичность покупки подержанной одежды, но отпугивает отсутствие контроля качества на платформах по перепродаже.

Первоначально Zalando будет собирать товары непосредственно у клиентов, каждый из которых сможет продать 20 предметов Zalando в обмен на кредит магазина или благотворительное пожертвование.

Источник:

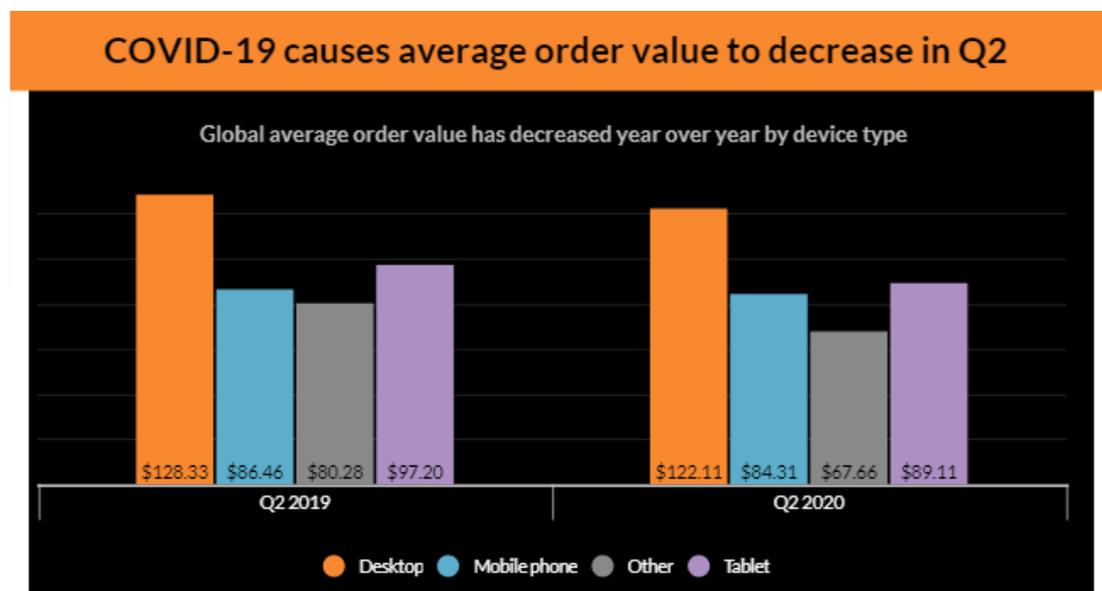
[Zalando launches re-sale platform to "bring pre-owned to the mainstream consumer"](#)

Средняя стоимость онлайн-заказа в мире снизилась во II кв. 2020 г.

Digitalcommerce360.com, 25.09.2020

/исследование

Согласно [исследованию](#) Kibo, во втором квартале 2020 года средняя стоимость онлайн-заказа в мире составила \$101,04 против \$107,51 во втором квартале 2019 года. В первом квартале 2020 года показатель также был выше — \$101,61.



Самые дорогие покупки совершают с десктопов — средняя стоимость составляет \$122,11. С мобильного — \$84,31. При этом на всех устройствах произошло снижение показателя по сравнению со вторым кварталом 2019 года.

В США средняя стоимость заказа во втором квартале 2020 года снизилась на 6% г/г — со \$118,18 до \$111,27. В Великобритании снижение составило 3% — с £72,57 до £70,25.

Во втором квартале во всем мире также снизились показатели конверсии в сравнении с аналогичным периодом 2019 года: на десктопах — с 3,9% до 2,38%, на планшетах — с 3,49% до 3,38%. На мобильных устройствах показатели конверсии выросли с 1,82% до 2,12%, на других устройствах — с 0,06% до 0,14%.

Год к году выросли посещения сайтов с десктопов — с 31,1% до 40,6%. А вот число визитов с мобильных снизилось с 60,2% до 55,1%.

Источник:

[Average order value and conversion rates decrease in Q2 2020](#)

59% кросс-бордера в Европе приходится на маркетплейсы

Cbcommerce.eu, 24.09.2020

/исследование

Объем трансграничной электронной торговли в Европе в 2019 году составил 143 млрд евро (не включает туризм). И 59% этого рынка, 84 млрд евро, генерируют маркетплейсы.

На Amazon приходится 22% рынка, а на торговые площадки с европейским капиталом — 11%. По сравнению с 2018 годом рыночная доля Amazon выросла на 18,5%, а европейских маркетплейсов (включая Vinted, G2A, Farfetch и Zalando) — на 17%.

ТОП-10 глобальных трансграничных торговых площадок, работающих в Европе:

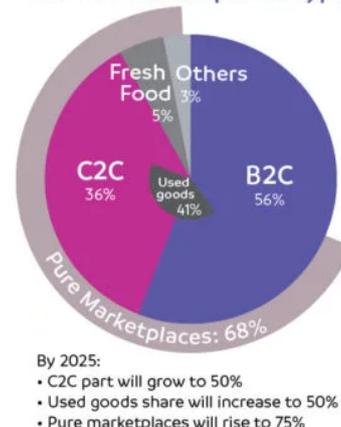
1. Amazon (США)
2. eBay (США)
3. AliExpress (Китай)
4. Etsy (США)
5. Discogs (США)
6. Wish (США)
7. Vinted (Литва)
8. G2A (Польша)
9. Farfetch (Великобритания)
10. Bandcamp (США)

Global Marketplaces Cross-Border EU Turnover: € 84bn

Marketplaces market share



TOP 100 marketplaces types



Среди топ-100 маркетплейсов 56% занимают B2C-площадки, почти половина которых продает и собственные товары; 68% — это «чистые» маркетплейсы, которые продают только продукты третьих сторон. Торговые площадки C2C составляют 36% от топ-100. Более 10% приходится на аукционы. Подержанные товары продает 41% площадок из топ-100.

В электронную коммерцию прорываются контентные и социальные платформы. Потребители становятся инфлюенсерами и взаимодействуют друг с другом с помощью кнопки покупки на американских платформах, таких как Instagram, Pinterest, Snapchat и Facebook. Китай лидирует с мобильными приложениями, из которых самым популярным является TikTok, запущенный в 2016 году.

По прогнозу, к 2025 году доля рынка глобальных маркетплейсов вырастет до 65%, доля «чистых» маркетплейсов увеличится до 75%, а продажи подержанных вещей в 1,5 раза превысят продажи товаров категории «быстрой моды». Доля C2C в подержанных товарах снизится с 41% до 50%.

Источник:

[PRESS RELEASE – TOP 100 CROSS-BORDER MARKETPLACES EUROPE. AN ANNUAL ANALYSIS OF THE BEST GLOBAL CROSS-BORDER PLATFORMS OPERATING IN EUROPE, EU 28 INCLUDING UK](#)

Forrester: к 2024 г. онлайн-продажи составят 25% розницы в Северной Америке

Chainstoreage.com, 23.09.2020

/исследование

Согласно отчету Forrester, онлайн-продажи в Северной Америке вырастут на 18,5% в 2020 году, а проникновение онлайн вырастет с 16,6% до 20,2%. К 2024 году более 25% всех розничных продаж будут осуществляться через интернет. Общий объем розничных продаж упадет в этом году на 2,5%.

По мере роста онлайн-продаж ритейлеры будут ощущать значительное давление на свою маржу в 2020 году, поскольку затраты на логистику электронной коммерции увеличивают издержки. Например, расходы Urban Outfitters в первом квартале увеличились в основном из-за роста затрат на доставку по мере роста продаж через интернет.



Эти повышенные расходы вынудят многих продавцов уйти с рынка, особенно из-за того, что эти компании зависели от онлайн-продаж в течение первой половины 2020 года. Поскольку в течение следующих пяти лет тенденции к онлайн-покупкам останутся сильными, розничным торговцам придется найти баланс, чтобы уменьшить давление на маржу.

Источник:

[More than 25% of all retail sales will take place online by 2024](#)

Forrester: онлайн-продажи в АТР к 2024 г. составят \$2,5 трлн

Warc.com, 22.09.2020

/исследование

Согласно новому прогнозу Forrester, розничные онлайн-продажи в Азиатско-Тихоокеанском регионе вырастут с \$1,5 трлн в 2019 году до \$2,5 трлн к 2024 году при совокупном среднегодовом темпе роста (CAGR) 11,3%.

Розничные онлайн-продажи в АТР вырастут за счет новых покупателей на фоне пандемии COVID-19, но в то же время потребительские расходы пострадают из-за замедления экономического роста. Поскольку потребители тратят меньше на второстепенные товары, а ВВП падает больше, чем в финансовый кризис 2009 года, общий объем розничных продаж в Азии сократится на 4,7%, а в 2020 году убыток составит \$762 млрд.

В 2020 году 75,8% розничных онлайн-продаж в Азии будет приходиться на смартфоны. Ожидается, что розничные онлайн-продажи со смартфонов будут расти с совокупным среднегодовым темпом 13,6% и к 2024 году достигнут \$2 трлн.

Потребительская электроника — крупнейшая розничная категория в Азии: в 2019 году на нее пришлось \$260 млрд розничных онлайн-продаж.

По прогнозам, процентная доля онлайн-продаж от общего объема продаж бытовой электроники, вырастет с 54% в 2019 году до 75% к 2024 году.

Продукты питания — самая быстрорастущая категория в регионе на фоне COVID-19. Проникновение eGrocery удвоится с 5,1% в 2020 году до 10,6% в 2024.

Социальная коммерция — новый ключевой конкурент традиционных интернет-магазинов. Forrester прогнозирует, что к 2023 году эта категория достигнет \$684 млрд. COVID-19 также ускорит внедрение каналов социальной коммерции за пределами Китая.

Прогноз включает данные для 11 стран АТР: Австралии, Китая, Индии, Индонезии, Японии, Малайзии, Филиппин, Сингапура, Южной Кореи, Таиланда и Вьетнама. При этом Китай остается крупнейшим рынком, который достигнет \$2 трлн к 2024 году и составит 50% мировых розничных онлайн-продаж в 2020 году.

Источник:

[Groceries and electronics will drive APAC's online retail rebound](#)

COVID-19 impact on retail	IMF forecast for 2020 real GDP growth ¹	E-commerce penetration 2020	Fiscal stimulus as a % of GDP ³
 COVID-19 impact on China retail	1.0% Private consumption as a % of GDP ² 39%	32.6% Online retail growth 2020 11.9%	4.5% Retail growth 2020 -5.8%
 COVID-19 impact on Japan retail	-5.8% Private consumption as a % of GDP ² 54%	11.3% Online retail growth 2020 19.3%	21.1% Retail growth 2020 -2.6%
 COVID-19 impact on Australia retail	-4.5% Private consumption as a % of GDP ² 55%	14.1% Online retail growth 2020 12.9%	8.6% Retail growth 2020 -1.4%
 COVID-19 impact on India retail	-4.5% Private consumption as a % of GDP ² 60%	4.1% Online retail growth 2020 7.3%	4.9% Retail growth 2020 -5.2%
 COVID-19 impact on South Korea retail	-2.1% Private consumption as a % of GDP ² 48%	31.9% Online retail growth 2020 19.9%	2.2% Retail growth 2020 -1.2%

1. Source: "World Economic Outlook Update, June 2020: A Crisis Like No Other, An Uncertain Recovery," International Monetary Fund, June 24, 2020

2. Source: CEIC

3. Fiscal stimulus data includes all steps taken by the government and is not limited to direct individual cash transfers. Source: "Policy Responses to COVID-19," International Monetary Fund

162240

Source: Forrester Research, Inc. Unauthorized reproduction, citation, or distribution prohibited.

Кейс:

Татьяна Умряева — о трансформации Яндекс.Маркета

E-repper.ru, 22.09.2020

/кейс

Директор Яндекс.Маркета Татьяна Умряева рассказала [E-repper.ru](https://e-repper.ru), как будет происходить трансформация платформы.

Яндекс.Маркет вернулся на 100% в Яндекс, было принято решение перестать развивать другие бренды. Бренд «Беру» с 1 октября перестанет существовать, но все логистические продукты, склады и прочие офлайн-процессы получат дальнейшее развитие.

Десктопные и мобильные версии сайта «Беру» во всей своей функциональности «переедут» на сайт Яндекс.Маркета в раздел «Покупки». Пользователям будут доступны все товарные предложения текущих партнёров «Беру».



Приложение «Беру» 1 октября будет переименовано в Яндекс.Маркет. Приложение Яндекс.Маркет переименуют в Яндекс.Цены, после чего оно просуществует ещё какое-то время в виде площадки сравнения цен. Сервисы после объединения продолжают существовать достаточно независимо.

Личные профили пользователей Маркета и «Беру» будут объединены в один раздел, куда войдут заказы, истории просмотров, избранное, списки сравнения и т.д. Все «Беру-бонусы» сохранятся и будут доступны в новом разделе, их название поменяется на «Маркет-бонусы».

У Яндекса есть уникальная экосистема лояльности. Предложение Яндекс.Плюс затрагивает практически все сферы коммерческих интересов жизнедеятельности человека. Сразу после ребрендинга кэшбэк в виде начисления и списания баллов будет доступен и в разделе Яндекс.Маркет.Покупки.

Запуск раздела «Покупки» не повлияет на ранжирование выдачи в Маркете. Единственное, где будет возможность купить товар прямо на Маркете — это на текущих местах предложений «Беру».

В Яндекс.Дзен прорастает контент в виде товарных подборок, рекомендаций и т.д. Были запущены товарные виджеты Маркета в Дзене в виде видеообзоров, типичных блогов с ценами в текстовых подборках и пр.

Партнёр Data Insight Фёдор Вирин убеждён, что практически при любых перестройках интерфейса трафик сначала падает. «Трафик Маркета сейчас в 7 раз больше, чем трафик «Беру», плотная интеграция сервисов долгосрочно может дать огромный выигрыш в продажах», — добавляет он. Эксперт поддерживает введение кэшбэка как отличный способ привязать к площадке пользователей.

Источник:

[Директор "Яндекс.Маркет" Татьяна Умряева о том, как будет происходить трансформация компании](#)

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.