

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2020 / № 42

19 Октября 2020 - 25 Октября 2020

В выпуске:

Россия:

AliExpress Россия запускает «Школу продаж» и онлайн-журнал
«Глобус» и igoods запустили совместный интернет-магазин
Выручка «ВкусВилла» от онлайн-продаж составила 3,5 млрд руб. в III кв. 2020 г.
Сбербанк и Группа компаний «Р-Фарм» покупают 90% Еаптеки
Яндекс.Еда доставит кофе из Starbucks
Объем онлайн-продаж «Ленты» вырос на 551% в III кв. 2020 г.
Операционным директором «Перекрёстка Впрок» стал Андрей Павлович
«Петрович» выдаст интернет-заказ за одну минуту
«Детский мир» запустил собственный маркетплейс
Почта России начала сотрудничать со стартапами для развития eCommerce
AliExpress Россия: женщины тратят на одежду в 4,2 раза больше мужчин
Трудности маркетплейсов — привлечение клиентов и управление командой
Шестой международный бизнес-форум «Неделя Ритейла» пройдет 9-13 ноября
Минпромторг: доля интернет-продаж составит 19% к 2024 году

Весь мир:

Decathlon превращает бельгийский интернет-магазин в маркетплейс
Онлайн-продажи Unilever выросли на 76% в III кв. 2020 г.
WhatsApp увеличивает инвестиции в eCommerce-функции
eBay запустил раздел для восстановленной техники
Amazon заплатит пользователям за данные о покупках
Alibaba удвоила распродажу 11.11
Доля онлайн-торговли в Восточной Европе достигнет 10% в 2020 г.
Adobe Analytics: в сентябре онлайн-продажи в США выросли на 43%
В сентябре внемагазинные продажи в США выросли на 28%
Объем рынка eCommerce Китая больше ВВП Испании
58% мирового рынка eCommerce приходится на шесть компаний
Practicology: 83% жителей Западной Европы совершают онлайн-покупки

eMarketer: доля онлайн-торговли в Великобритании превысит 30% в 2020 г.

Кейс:

«ВсеИнструменты.ру» вывели на маркетплейс более 850 российских компаний
Metro нарастил канал e-grocery более чем в 3 раза в 2020 г.

Россия:

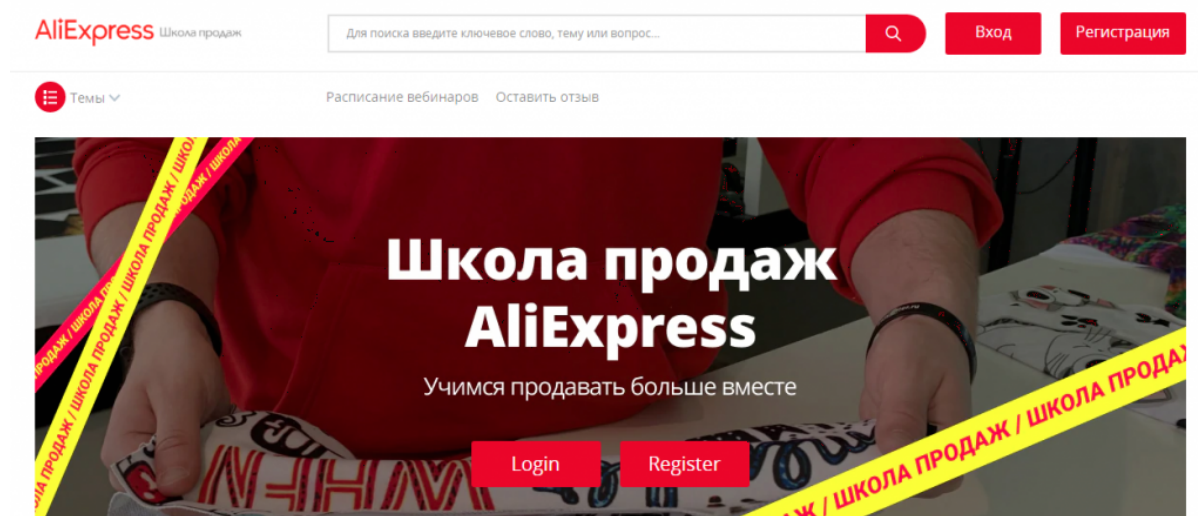
AliExpress Россия запускает «Школу продаж» и онлайн-журнал

T.me, 23.10.2020

/новость

AliExpress Россия запускает первый собственный образовательный проект для продавцов маркетплейса — «Школу продаж».

Учебные материалы будут бесплатны для продавцов вне зависимости от стажа работы с платформой. На первом этапе будут доступны видеоуроки, вебинары и подкасты, посвященные эффективному ведению бизнеса на маркетплейсе.



AliExpress Россия запускает в тестовом режиме [онлайн-журнал](#), посвященный lifestyle-покупкам, преимущественно в категориях мода, красота и товары для дома. Креативным редактором журнала стала Алина Вострикова.

В «Журнале» несколько постоянных рубрик: «Смотрите, что мы нашли» с необычными или полезными товарами платформы, «Тренды» — раздел-вдохновение от экспертов моды и бьюти, «Покупки» — сезонная подборка вещей. Периодически будут появляться интервью с разными героями, а в рубрике «Новости» будут публиковаться полезные сообщения для покупателей AliExpress.

Источник:

[AliExpress открывает «Школу продаж» для российских продавцов](#)
[Пресс-служба AliExpress Россия](#)

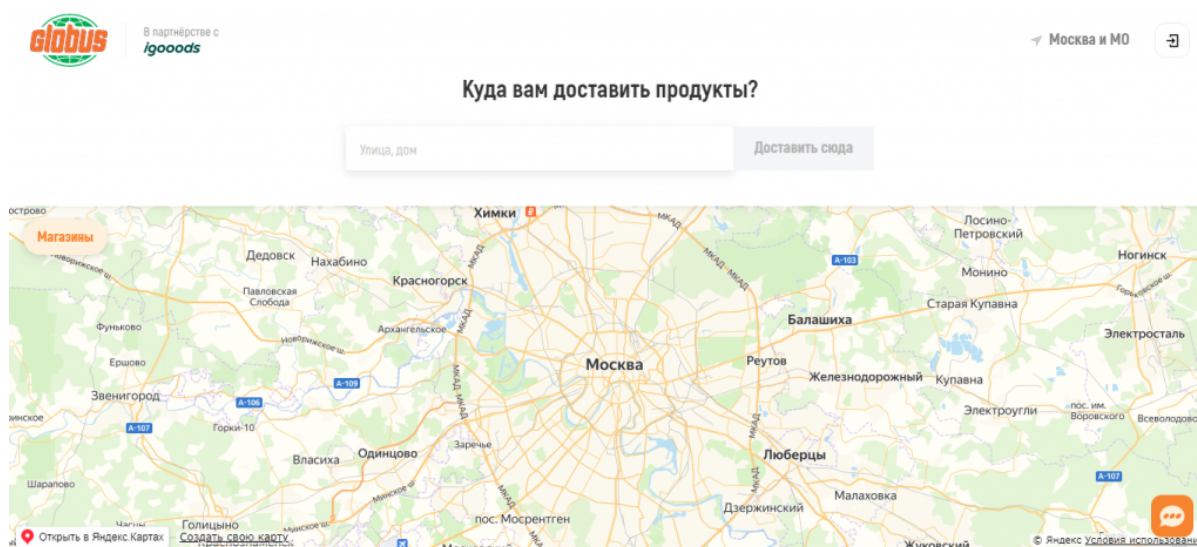
«Глобус» и igooods запустили совместный интернет-магазин

Е-repper.ru, 23.10.2020

/новость

Сеть гипермаркетов «Глобус» и сервис доставки продуктов igooods запустили интернет-магазин на основе технологии Whitelabel. Оформить заказ можно на сайте igooods.globus.ru. Сборку, доставку заказов и техподдержку сервиса берут на себя сотрудники igooods.

Покупателям доступны 47 000 товаров, включая продукцию собственного производства «Глобуса», текстиль и электронику. Цены и акционные предложения аналогичны магазинным. Сайт будет работать для оформления заказов из гипермаркетов в Электростали, Владимире, Калуге, Рязани, Твери, Туле и Ярославле. Стоимость доставки заказа весом до 30 кг — от 199 до 299 руб., в зависимости от региона. Время доставки — 90 минут.



Источник:

["Глобус" запустил собственный сервис заказа продуктов](#)

Выручка «ВкусВилла» от онлайн-продаж составила 3,5 млрд руб. в III кв. 2020 г.

Retailer.ru, 22.10.2020 13:49:00

/новость

В третьем квартале 2020 года выручка сети «ВкусВилл» от онлайн-продаж составила 3,5 млрд руб., что равно показателям первой половины 2020 года. С учетом заказов, доставленных партнерами (Яндекс.Еда и Delivery Club), выручка «ВкусВилла» в онлайн-сегменте составила 3,8 млрд руб.

The logo for VkusVill, featuring the brand name in a bold, green, sans-serif font.

Число заказов достигло 2,6 млн — больше, чем за все первое полугодие. Установлен новый рекорд: служба доставки ритейлера 18 октября развезла за день более 55 000 заказов.

В третьем квартале доставка «ВкусВилла» стала более кастомизированной. Теперь доставка на один и тот же адрес может осуществляться из нескольких магазинов сети, от 2 до 5 разных торговых точек, в зависимости от того, что заказал клиент.

Источник:

[Выручка «ВкусВилла» от онлайн-продаж в 3 квартале составила 3,5 млрд](#)

Сбербанк и Группа компаний «Р-Фарм» покупают 90% Еаптеки

Sberbank.com, 22.10.2020

/новость

Сбербанк и Группа компаний «Р-Фарм» подписали соглашение о совместной покупке пакета акций компании Еаптека и инвестициях в её развитие. Компания будет осуществлять деятельность под брендом СБЕР ЕАПТЕКА.



В рамках сделки Сбербанк и Группа компаний «Р-Фарм» после получения необходимых антимонопольных одобрений приобретут по 45% акций компании, 10% сохранит за собой основатель и генеральный директор Еаптеки Антон Буздалин. Закрытие сделки ожидается в IV квартале 2020 года.

Сервисы СберЗдоровья объединяют телемедицинские консультации, запись к врачу, продукты по поддержке здоровья и по сопровождению лечения. Появление в этом ряду современной цифровой аптеки — последовательный шаг по развитию СберЗдоровья.

Ассортимент Еаптеки составляет около 70 000 товаров, ежемесячное число активных пользователей — более 4 млн, годовой оборот в 2019 году превысил 5,7 млрд руб. с учётом проекта франшизы. За 9 месяцев 2020 года продажи год к году через сайт выросли на 146%, через приложение — на 158%.

Источник:

[Сбербанк и Группа компаний «Р-Фарм» инвестируют в компанию Еаптека](#)

Яндекс.Еда доставит кофе из Starbucks

New-retail.ru, 21.10.2020 11:35:00

/новость

На сайте и в мобильных приложениях Яндекс.Еда и Яндекс Go появилась возможность заказать доставку напитков, блюд и фирменных кофейных зерен Starbucks.

Яндекс  Еда



Цены соответствуют ценам в кофейнях, минимальная стоимость отсутствует. Время доставки — 30 минут с момента оформления заказа, при этом доставка приготовленного напитка и блюд займет около 15 минут.

На первом этапе доставка осуществляется из двух кофейен в центре Москвы. До конца года планируется увеличить их количество до десяти, а с 2021 года запустить доставку из остальных кофейен в Москве и Санкт-Петербурге.

В меню Starbucks® Delivers доступно около 90% напитков и блюд, кроме позиций, которые невозможно доставить до клиента в состоянии, отвечающем высоким стандартам бренда. Яндекс.Еда предлагает клиентам уникальную многоуровневую кастомизацию напитков Starbucks.

Источник:

[Starbucks и Яндекс.Еда запускают доставку в России](#)

Объем онлайн-продаж «Ленты» вырос на 551% в III кв. 2020 г.

Lenta.com, 21.10.2020

/новость

В третьем квартале 2020 года розничные продажи сети «Лента» выросли на 4,6% год к году, до 102 млрд руб. Объем онлайн-продаж увеличился на 551%, до 1,311 млрд руб. Количество заказов выросло на 748,3% и составило 736 тыс. Онлайн-продажи осуществлялись в 82 городах.

	3 кв. 2020	3 кв. 2019	Изм.	Изм. (%)
Онлайн-выручка (млн руб.)	1 311	201	1 110	551,5%
Кол-во онлайн-заказов (тыс.)	736	87	649	748,3%
Города онлайн-присутствия				
Онлайн-партнеры	82	10	72	
«Ленточка»	26	0	26	
Click & Collect	13	0	13	

За 9 месяцев 2020 года розничная выручка компании выросла на 7,9% год к году, превысив 315 млрд руб. Объем онлайн-продаж увеличился на 395,1%, до 3,181 млрд руб. Количество заказов выросло на 485% и составило 1,576 млн.

В 2020 году компания запустила собственную службу экспресс-доставки «Ленточка» и новый сервис заказа и самовывоза Click & Collect.

Источник:

Розничные продажи «Ленты» выросли на 4,6% в 3 квартале и на 7,9% за 9 месяцев 2020 г.

Операционным директором «Перекрёстка Впрок» стал Андрей Павлович

Oborot.ru, 21.10.2020

/новость

Новым операционным директором «Перекрёстка Впрок» назначен Андрей Павлович. Он будет отвечать за операции, инфраструктуру, клиентский сервис и подчиняться непосредственно управляющему директору Леониду Довладбегану.

Предполагается дальнейшее развитие онлайн-канала X5 Retail Group в формате дарксторов. Задача Павловича и его команды — найти новые точки роста в рамках данной бизнес-модели, повысить операционную эффективность онлайн-гипермаркета «Перекрёсток Впрок» за счет автоматизации процессов, а также запустить на его базе маркетплейс.

С 2018 года Павлович работал в Ozon, где отвечал за операции, фулфилмент-направление, развитие первой и последней мили.



Источник:

["Перекресток Впрок" захантил топ-менеджера из Ozon](#)

«Петрович» выдаст интернет-заказ за одну минуту

New-retail.ru, 20.10.2020 13:59:00

/новость

DIY-ритейлер «Петрович» запустил в Москве и Санкт-Петербурге новый формат Click&Collect: заказ из интернет-магазина можно получить в розничной точке продаж за одну минуту.

Покупателю нужно собрать корзину, оплатить покупку на сайте или в приложении, выбрать соответствующий способ получения и удобный для посещения строительный торговый центр. Через полчаса с момента оплаты заказ будет собран, а получить его можно за минуту в отдельной зоне выдачи, без посещения магазина или склада.

Максимальный общий вес товаров — 49 кг, максимальная длина — 2,4 метра.



Источник:

«Петрович» начал предоставлять услугу выдачи товаров за одну минуту

«Детский мир» запустил собственный маркетплейс

Corp.detmir.ru, 19.10.2020

/новость

ГК «Детский мир» объявила о полномасштабном запуске собственного маркетплейса. Получить заказ можно с помощью самовывоза или курьерской доставки. Для заказов дороже 1900 руб. доставка бесплатная.



детский мир

В ноябре 2019 года был анонсирован запуск пилотной версии для категории «Одежда и обувь». За тестовый период ассортимент маркетплейса превысил 50 тыс. товарных наименований с учетом размерного ряда.

Почти год спустя компания развернула маркетплейс на все категории, в том числе зоотовары. В среднесрочной перспективе планируется увеличение ассортимента до 2,4 млн позиций. Компания уже начала долгосрочное сотрудничество с локальными и иностранными брендами, включая Acoola, Gulliver, Kapika, Kerry, «Котофей».

Поставщикам, заинтересованным в размещении своих товаров на маркетплейсе «Детского мира», необходимо пройти регистрацию по ссылке: <https://partner.detmir.market/>, заполнить карточку контрагента и анкету с необходимой информацией.

Источник:

ГК «ДЕТСКИЙ МИР» ОБЪЯВЛЯЕТ О ПОЛНОМАСШТАБНОМ ЗАПУСКЕ СОБСТВЕННОГО МАРКЕТПЛЕЙСА

Почта России начала сотрудничать со стартапами для развития eCommerce

Pochta.ru, 19.10.2020

/новость

Почта России договорилась о сотрудничестве с четырьмя стартапами из Сколково, чтобы найти источники новой выручки или инструменты сокращения издержек.



- Insurion страхует от задержек и потерь посылок, гарантируя клиентам выплаты в случае проблем с доставкой. Почта России и Insurion заключили договор на создание, развитие и продвижение продуктов страхования сроков доставки.
- «Союзгруз» — uber-like агрегатор грузового транспорта. Почта России и «Союзгруз» заключили договор по развитию сервиса внутригородской и междугородной доставки крупногабаритных товаров.
- «ГорСерв» — маркетплейс бытовых услуг. По договору с Почтой он выполняет заявки, поступающие от клиентов компании и посетителей портала pochta.ru.
- Гееско оказывает услуги по поиску и оценке ИТ-персонала. Почта подписала со стартапом договор на кадровое сопровождение «Почтовых технологий» — ИТ-филиала Почты, отвечающего за внутреннюю разработку.

«Для нашей компании цифровая повестка сейчас является ключевой, потому что в высококонкурентном мире e-commerce выживут лишь технологические компании с цифровой культурой», — отмечает гендиректор Почты России Максим Акимов.

Источник:

[Почта России выйдет на новые рынки вместе со стартапами из корпоративного акселератора](#)

AliExpress Россия: женщины тратят на одежду в 4,2 раза больше мужчин

Rbc.ru, 22.10.2020 05:00:00

/исследование

AliExpress Россия исследовал запросы своих клиентов из российских городов за пределами столичного региона и составил их примерные портреты, сообщает РБК. Почти везде девушки покупают теплые спортивные костюмы, молодые люди — худи из флиса. Главный аксессуар этого сезона — «ленивые шнурки». Женщины тратят на одежду в среднем в 4,2 раза больше мужчин.



- Санкт-Петербург: женщины потратили на одежду в 6 раз больше мужчин. Самой дорогой покупкой стала шуба, за которую в среднем заплатили 90 тыс. руб.
- Нижний Новгород: женщины потратили на модную одежду в 4,8 раза больше мужчин. Самой дорогой покупкой стала шуба в среднем за 20 тыс. руб.
- Казань: женщины потратили на модную одежду в 5,2 раза больше мужчин. Самая дорогая покупка: шуба за 90 тыс. руб.
- Самара: женщины потратили этой осенью на покупки в 3,5 раза больше мужчин. Самая дорогая покупка: шуба за 70 тыс. руб.
- Уфа: женщины потратили на одежду в 4,6 раза больше мужчин. Самая дорогая покупка — зимнее женское пальто стоимостью 22 тыс. руб.
- Челябинск: женщины потратили на одежду в 3,8 раза больше мужчин. Самая дорогая покупка: мужская зимняя куртка за 22 тыс. руб.
- Ростов-на-Дону: женщины потратили на одежду в 3,5 раза больше мужчин. Самая дорогая покупка: шуба стоимостью 115 тыс. руб.
- Омск: женщины тратили на одежду в 3,3 раза больше мужчин. Самая дорогая покупка: шуба за 30 тыс. руб.
- Новосибирск: женщины потратили этой осенью на одежду в 3,5 раза больше мужчин. Самая дорогая покупка: шуба за 20 тыс. руб.

Источник:

В AliExpress представили портрет типичного покупателя в регионах

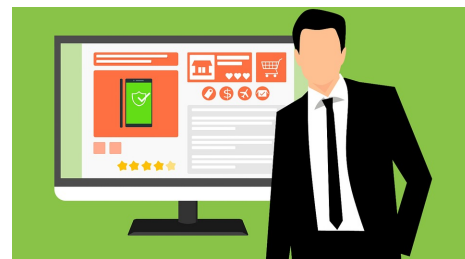
Трудности маркетплейсов — привлечение клиентов и управление командой

Retail.ru, 20.10.2020 14:00:00

/исследование

К числу главных сложностей при работе с маркетплейсами их руководители относят привлечение новых клиентов (62%) и эффективное управление командой (53%), следует из опроса консалтинговой компании Kontakt InterSearch Russia.

Для решения поставленных задач руководителю маркетплейса требуются: быстрота мышления (63% ответов), креативное мышление (59%) и эмоциональный интеллект (46%). Треть руководителей считают, что управленцу важнее *hard skills* — знания в сфере электронной торговли.



Интеграция всех сервисов для поставщиков в единую экосистему станет ключевым трендом следующих лет, считают почти 76% бизнес-игроков. Повышение скорости доставки как главную тенденцию отметили 63% респондентов. В ближайшем будущем будут упрощены интерфейсы для привлечения новых продавцов, полагают в более 56% компаний. О внедрении инструментов VR задумываются только 20% респондентов, а над голосовыми решениями для обработки заказов — 19%.

Более половины (54%) компаний считают, что на рынке будут выигрывать маркетплейсы, предлагающие товары в конкретной сфере, а 46% уверены, что надо оставаться «дженералистами».

«В 2021 году маркетплейсам необходимо менять самовосприятие, если они еще этого не сделали, и перестать стараться походить на ритейлеров», — считает старший консультант компании Kontakt InterSearch Russia Макар Лисицин.

Источник:

Исследование: одна из главных проблем маркетплейсов – управление командой

Материал размещен на правах рекламы

Шестой международный бизнес-форум «Неделя Ритейла» пройдет 9-13 ноября

Retailweek.ru, 28.10.2020

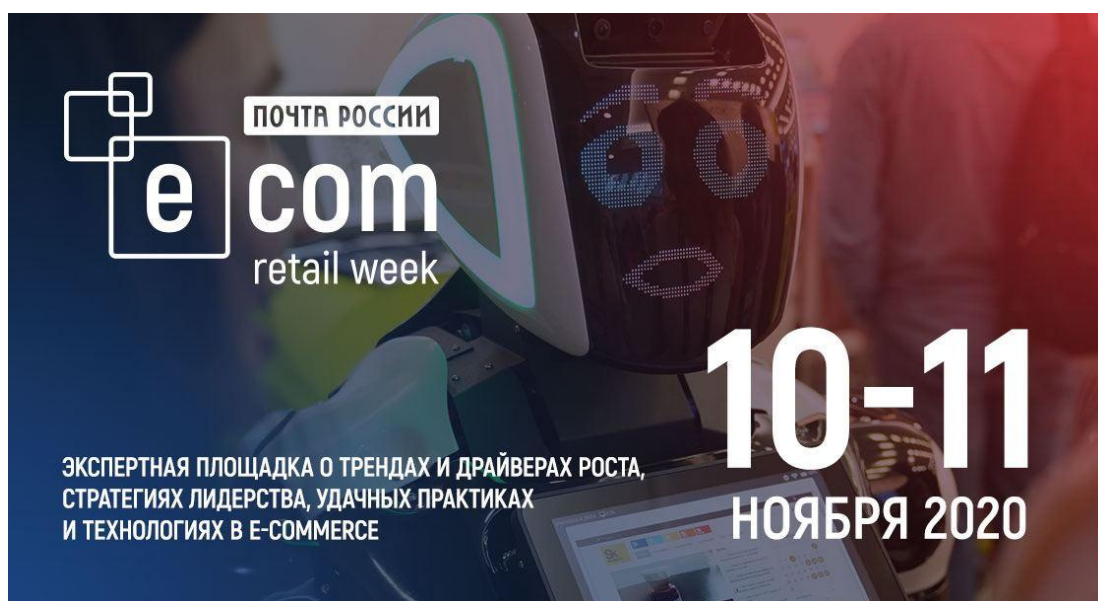
/реклама

Шестой международный бизнес-форум «Неделя Ритейла» пройдет 9-13 ноября. Форум впервые пройдет в онлайн формате. К событиям можно присоединиться через digital платформу на retailweek.ru. Онлайн-участие бесплатное.

Здесь обмениваются идеями и опытом. Здесь лидеры отрасли говорят о своих успехах и делятся актуальными кейсами. Ищите партнеров, решения для вашего бизнеса и новые идеи.

В этом году запланирована обширная пятидневная деловая программа на двух языках – русском и английском с синхронным переводом.

Участников ждут десятки конференций, круглых столов и вебинаров, где выступят главные эксперты розничной торговли и представители власти. В том числе, с 10 по 11 ноября пройдет масштабное событие об онлайн-торговле ECOM Retail Week.



Воспользуйтесь уникальной возможностью нетворкинга и работы на форуме в онлайн-формате.

Регистрация и подробности на retailweek.ru.

Источник:

[Неделя ритейла 2020](https://retailweek.ru)

Минпромторг: доля интернет-продаж составит 19% к 2024 году

Е-реппер.ru, 20.10.2020

/мнение

По прогнозу Минпромторга, через три года оборот в отрасли интернет-торговли превысит 7 трлн руб. Соответственно, доля интернет-продаж в общем обороте к 2024 году составит 19%. Важным толчком к развитию онлайн-торговли станет снятие ограничений на доступ к режиму самозанятых в этой сфере, сообщил замдиректора департамента развития внутренней торговли министерства Сергей Лобанов.

Эти цифры примерно соответствуют прогнозу Data Insight: средний рост интернет-торговли с 2019 по 2024 год (CAGR) составит 33,2%. За эти годы рынок продаж материальных товаров через интернет вырастет с 1,7 до 7,2 трлн руб.



Основные драйверы такого роста: новые онлайн-покупатели, изоляция дома, увеличение частоты покупок, переход части людей на удаленную работу, рост онлайн-продаж FMCG, падение покупательской способности и потребительской активности.

В 2019 году рынок интернет-торговли увеличился на 22% и составил 2 трлн руб.

Источник:

[Минпромторг: доля интернет-продаж составит 19% к 2024 году](#)

Decathlon превращает бельгийский интернет-магазин в маркетплейс

Retaildetail.eu, 22.10.2020

/новость

Decathlon превращает свой бельгийский интернет-магазин в платформу, на которой другие бренды и партнеры смогут продавать свои спортивные товары. Проект планируют уже в начале следующего года расширить на другие европейские страны группы, включая Нидерланды, Испанию, Германию и Великобританию.



С конца этого года на бельгийском сайте Decathlon будут представлены товары более сотни других брендов, в числе которых Adidas, Santini, Shak & Kai, Innerme.

Для Decathlon это новая бизнес-модель, в которой классическая дистрибуция уступает место прямой поставке и платформенной экономике. На практике все транзакции координирует ритейлер, а партнеры несут ответственность за доставку и обработку заказанных товаров. Однако они также могут передать логистику на аутсорсинг Decathlon.

За счет маркетплейса Decathlon хочет в 4 раза увеличить свой ассортимент с 40 000-50 000 наименований продукции до более чем 200 000. Со временем на площадке можно будет заказывать не только товары, но и такие услуги, как путешествия или семинары. Сегодня бельгийский интернет-магазин ритейлера посещают около 13 млн уникальных посетителей.

Источник:

[Decathlon turns web shop into marketplace](#)

Онлайн-продажи Unilever выросли на 76% в III кв. 2020 г.

Unilever.com, 22.10.2020

/НОВОСТЬ

По итогам третьего квартала 2020 года онлайн-продажи FMCG-компании Unilever выросли на 76%.

В целом базовые продажи компании выросли на 4,4%. Рост продаж на развивающихся рынках составил 5,3%, а на развитых — 3,1%. Оборот снизился на 2,4%.

Рост продаж наблюдался во всех подразделениях компании, включая косметику и средства личной гигиены (+3,8%), товары для дома (+6,7%), продукты питания и прохладительные напитки (+3,7%).



В первой половине 2020 года онлайн-продажи Unilever выросли на 49%.

Источник:

[Strong third-quarter performance shows resilience and agility](#)

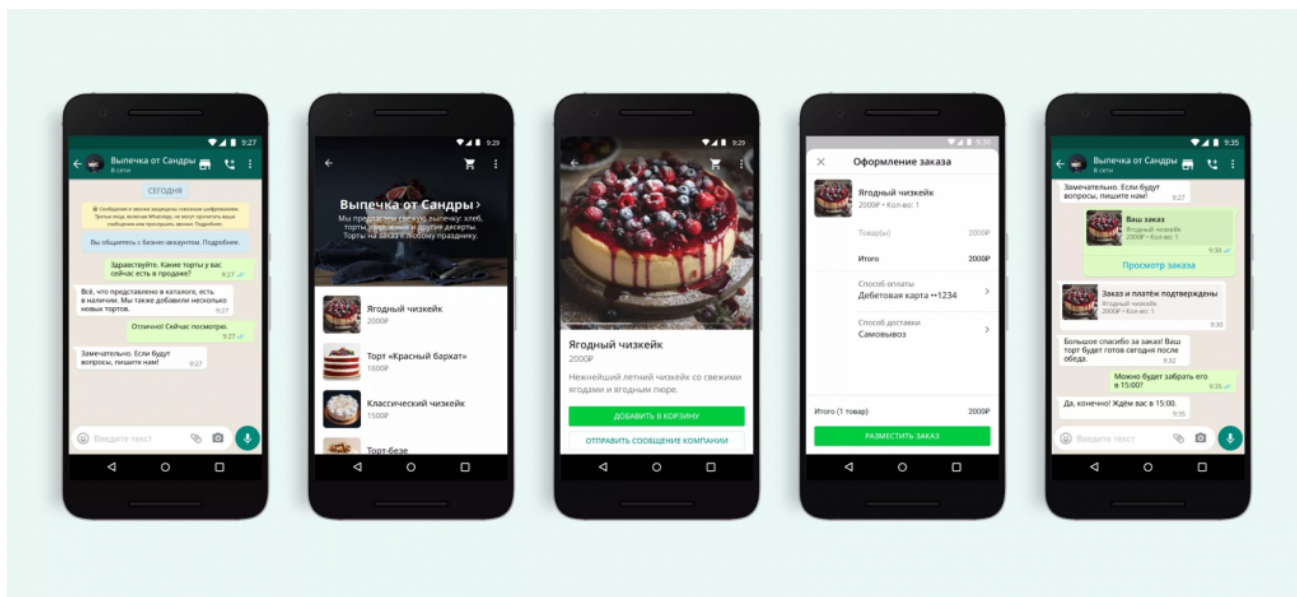
WhatsApp увеличивает инвестиции в eCommerce-функции

Blog.whatsapp.com, 22.10.2020

/новость

WhatsApp в течение последних двух лет разработал приложение WhatsApp Business и WhatsApp Business API, которые помогают компаниям вести общение с клиентами в чатах. Принято решение увеличить инвестиции в следующие сферы:

- Магазины. WhatsApp предоставляет пользователям дополнительные возможности для ознакомления с ассортиментом продукции, позволяя совершать покупки в чате. В планах — упростить интеграцию этих функций в текущие коммерческие и клиентские решения компаний.
- Услуги хостинга на Facebook. Планируется расширить партнерские отношения с поставщиками бизнес-решений, а также предложить компаниям новый вариант управления чатами в WhatsApp на базе услуг хостинга от Facebook.
- Бизнес-продажи. Некоторые из предлагаемых услуг будут платными для бизнес-клиентов, что поможет WhatsApp в развитии собственного бизнеса.



Источник:

[Покупки, платежи и поддержка клиентов в WhatsApp](#)

еBay запустил раздел для восстановленной техники

Ebayinc.com, 21.10.2020

/новость

еBay запускает раздел [Certified Refurbished](#) для продажи официально восстановленных товаров от популярных брендов электроники. В нем будут представлены ноутбуки, портативная аудиосистема, электроинструменты, небольшая кухонная техника и пылесосы.

Проект стал возможным благодаря расширению партнерских отношений с такими брендами, как De'Longhi, Dirt Devil, Hoover, Makita, Philips и Razer. Новая программа, предлагающая скидку до 50%, стартует к праздникам.

В компании отмечают, что спрос на восстановленную технику вырос. На участие в программе могут претендовать только бренды, которые соответствуют критериям еBay. Товар должен быть рабочим, в состоянии «как новый», профессионально осмотрен, очищен и официально отремонтирован. Кроме того, товар должен быть в новой упаковке, с оригинальными или новыми аксессуарами. Проект доступен в США.

Новое исследование показало, что в 2020 году американские покупатели более склонны дарить и получать в подарок восстановленную электронику.

Источник:

[eBay Launches New Destination to Meet Surging Demand for Certified Refurbished Products from Top Brands](#)

The banner features a dark blue header with the text 'Up to 50% off the brands you love. Shop eBay Certified Refurbished.' Below this is a light blue section with a definition of 'Certified Refurbished'. The middle section is dark blue and contains three icons: a clock for 'Two-year warranty', a dollar sign for 'Money Back Guarantee', and a return icon for 'Hassle-free returns'. Below the icons is a row of five product images: a robotic vacuum, wireless earbuds, a red stand mixer, a laptop, and a power drill. The footer is dark blue with the URL 'eBay.com/CertifiedRefurbishedHub' and the eBay logo.

Up to 50% off the brands you love.
Shop eBay Certified Refurbished.

Certified Refurbished means an item that is in a pristine, like-new condition; that has been professionally inspected, cleaned, and refurbished by the manufacturer or a manufacturer-approved vendor to meet manufacturer specifications and the item is in new packaging with original or new accessories.

Two-year warranty Money Back Guarantee Hassle-free returns

eBay.com/CertifiedRefurbishedHub ebay

Amazon заплатит пользователям за данные о покупках

Pymnts.com, 20.10.2020

Amazon запустил новую [программу](#) для сбора информации о покупательской активности — Amazon Shopper Panel, в рамках которой будет платить пользователям за данные и прохождение коротких опросов.

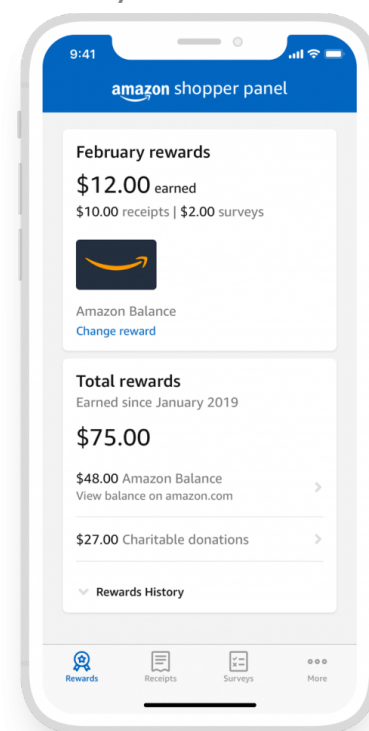
Участники могут заработать до \$10 в месяц, загружая в приложение фотографии 10 чеков за покупки, совершенные не на Amazon, а также получать дополнительное вознаграждение за прохождение опросов.

Деньги могут пойти на баланс Amazon или на благотворительное пожертвование. Цель программы — «помочь брендам предлагать более качественные продукты и сделать рекламу более актуальной». Участие в программе будет анонимным и добровольным, его можно прекратить в любой момент.

Источник:

[Amazon To Pay Consumers For Their Shopping Data](#)

/НОВОСТЬ



Alibaba удвоила распродажу 11.11

Alizila.com, 20.10.2020

/новость

Alibaba провела церемонию открытия крупнейшего в мире фестиваля шопинга 11.11. Компания рассматривает его как важный фактор роста для местных и международных продавцов, чей бизнес в 2020 году пострадал от COVID-19.

В распродаже примут участие более 250 000 брендов, а количество новых продуктов, дебютирующих на платформе Tmall, превысит 2 млн. Это вдвое больше, чем в прошлом году. Кроме того, покупатели предметов роскоши увидят акции почти 200 брендов, включая Cartier, Montblanc, Piaget, Balenciaga, Vacheron Constantin и Chloé.



Ожидается, что в распродаже примут участие около 800 млн пользователей. В отличие от предыдущих лет, фестиваль шопинга пройдет в два периода (с 1 по 3 ноября и 11 ноября) и будет включать предложения и скидки в нетрадиционных категориях, таких как автомобили, предметы интерьера и др.

Благодаря двум периодам продаж потребители, совершившие покупки на первом этапе, получают свои заказы раньше. У пользователей будет больше времени для просмотра предложений и заключения сделок.

Во время официального периода продаж 11.11 более 400 руководителей компаний и 300 знаменитостей выйдут в прямые эфиры, чтобы пообщаться со своими клиентами и поклонниками.

Источник:

[WHAT TO EXPECT FROM ALIBABA'S 2020 11.11 GLOBAL SHOPPING FESTIVAL](#)

Доля онлайн-торговли в Восточной Европе достигнет 10% в 2020 г.

Allretail.ua, 19.10.2020

/новость

По прогнозу Euromonitor International, в 2020 году впервые на онлайн-продажи придется более 10% оборота розничной торговли в странах Восточной Европы, сообщает [AllRetail](#).

Самая значительная доля онлайн-продаж среди стран региона будет зафиксирована в Чехии — почти 16%. В Украине доля онлайн-продаж достигнет 8% по итогам года, при этом в 2025 году приблизится к отметке в 11%. В 2015 году доля интернет-торговли в Украине составляла всего 3%.



Источник:

[Доля онлайн-торговли в Украине достигнет 8% в текущем году](#)

Adobe Analytics: в сентябре онлайн-продажи в США выросли на 43%

Digitalcommerce360.com, 19.10.2020

/новость

По данным Adobe Analytics, онлайн-продажи в США в сентябре увеличились на 43% год к году, достигнув \$60,4 млрд. В августе онлайн-продажи увеличились на 42% в годовом исчислении.

В октябре онлайн-продажи могут вырасти еще больше с учетом Amazon Prime Day, который прошел 13-14 октября. За 48 часов мероприятия онлайн-продажи превысили \$10 млрд — это на 45,2% больше, чем во время Prime Day 2019 года.



По мере приближения праздников, ритейлеры готовятся к активным онлайн-продажам из-за закрытия магазинов в условиях пандемии. 33% ритейлеров прогнозируют рост интернет-продаж в этот праздничный сезон на 24%, еще 34% ожидают роста на 25% и более. Остальные ритейлеры прогнозируют неизменность продаж (11%) или тенденцию к снижению (22%).

Более 35% потребителей продолжают делать покупки на сайтах Walmart, Target, The Home Depot, Lowe's и eBay вместо Amazon из-за отсутствия товаров на его складах и задержки доставки. Кроме того, потребители продолжают использовать омниканальные возможности для получения покупок в этих розничных сетях даже после того, как коронавирус утихнет.

Источник:

[US online sales rise 43% amid pandemic in September](#)

В сентябре внемагазинные продажи в США выросли на 28%

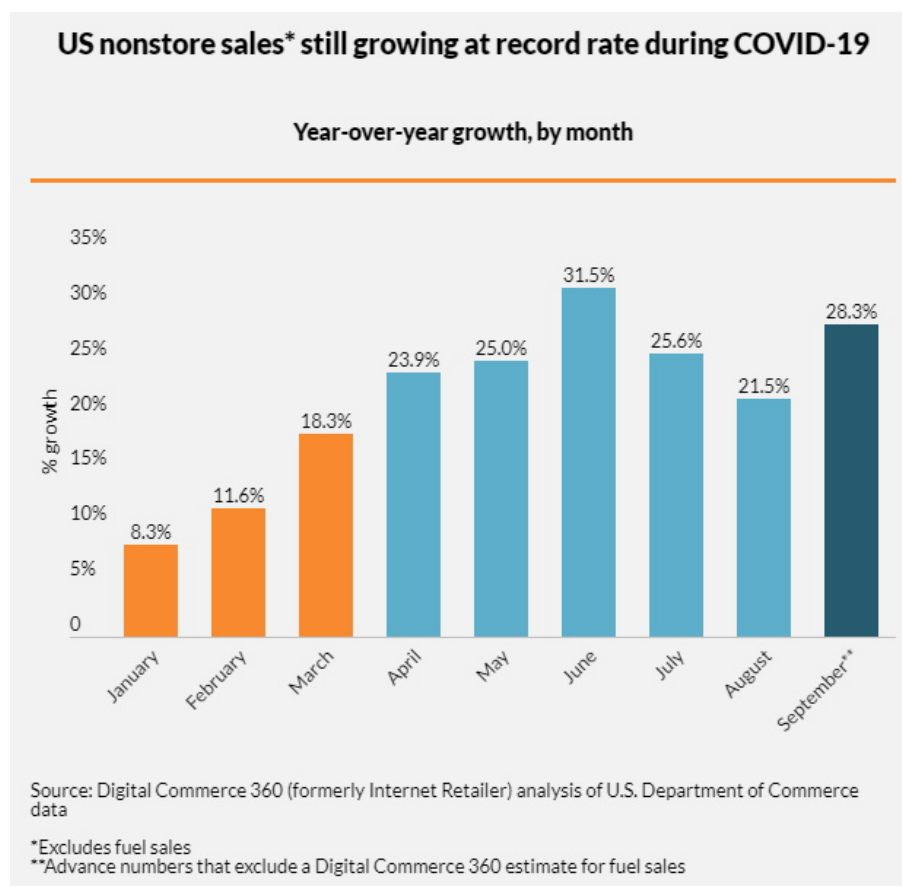
Digitalcommerce360.com, 19.10.2020

/новость

По данным Министерства торговли США, в сентябре потребительские расходы через каналы, не связанные с магазинами, выросли на 28,3% год к году. Цифры не включают предполагаемые продажи топлива. Это самый высокий рост в годовом исчислении за сентябрь по крайней мере с 1992 года.

Внемагазинные продажи неуклонно росли в 2020 году, увеличившись почти в четыре раза с января по июнь, когда месячный рост год к году достиг пика. С тех пор рост замедлялся в течение двух месяцев подряд.

Внемагазинные продажи в основном осуществляются онлайн, но включают в себя также заказы через колл-центры, каталоги, личные визиты и торговые автоматы. За первые три квартала 2020 года эти продажи в США выросли на 21,9% год к году.



Источник:

[Record-breaking September sees US nonstore retail sales surge 28%](#)

Объем рынка eCommerce Китая больше ВВП Испании

Chozan.co, 23.10.2020

/исследование

Компания ChoZan и агентство Alarice представили обширный отчет [China Ecommerce + Marketing Q4 Outlook](#) — первый в серии квартальных прогнозных отчетов об электронной торговле и цифровом маркетинге Китая.

В 2019 году объем цифровой экономики Китая достиг \$5,11 трлн и составил 36,2% ВВП, по данным White Paper on the Development of China's Digital Economy (2020) CAICT. С 2014 года на цифровую экономику приходилось более 50% экономического роста Китая, а в 2019 году — около 67,7%.

В 2019 году цифровая экономика Китая выросла на 15,6%, тогда как общий темп экономического роста составил всего 6,1%. Это сравнение показывает, что цифровая трансформация Китая ускоряется.

Всемирный банк ожидает замедления роста экономики Китая до 1,6% в этом году и называет это самым медленным ростом с 1976 года. Однако Китай быстро восстановился и является одной из немногих стран в мире с положительным ростом ВВП в 2020 году.

В августе 2020 года произошел первый положительный рост розничных продаж — на 0,5% по сравнению с прошлым годом. С января по август 2020 года розничные онлайн-продажи достигли \$727,36 млрд, что означает рост на 7,3% г/г.

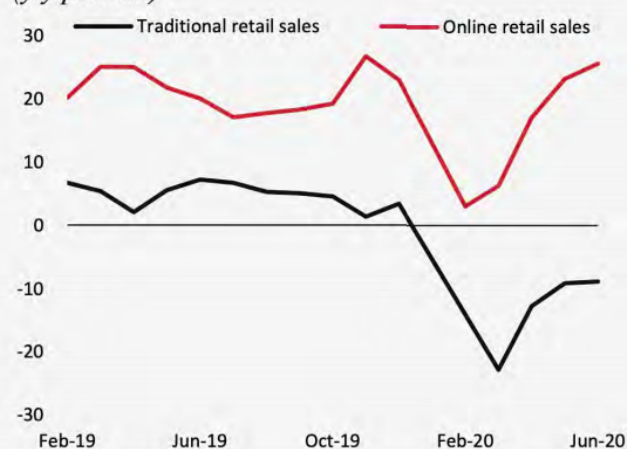
В то время как традиционные розничные продажи потребительских товаров сократились на 17,9% г/г в первой половине 2020 года в номинальном выражении, розничные онлайн-продажи выросли на 14,3% за тот же период.

Электронная коммерция широко использовалась потребителями, особенно во время карантина. Еще до COVID-19 в Китае был один из крупнейших и наиболее быстрорастущих рынков электронной коммерции в мире: онлайн-продажи товаров и услуг составляли более 20% от общего объема розничных продаж в 2019 году. В первой половине 2020 года проникновение онлайн-торговли превысило 25%.

В 2019 году розничные онлайн-продажи в Китае достигли около \$1,5 трлн, что почти втрое больше, чем в США, втором по величине рынке электронной коммерции в мире. Объем рынка eCommerce Китая больше ВВП Испании (\$1,397 трлн). Интернет-гиганты — основная сила, стоящая за успехом электронной коммерции.

Процветает концепция New Retail, возглавляемая Alibaba, Pinduoduo и JD.com, — бизнес-модели нацелены на широкое объединение розничной онлайн- и офлайн-торговли.

Figure 6. Nominal growth in retail sales of goods
(y/y percent)



Source: NBS.

Эксперты выделили 8 трендов на рынке Китая в 2021 году:

- Частный трафик — когда бренды полностью контролируют группу онлайн-аудитории в своих частных пулах на платформах. Это может быть трафик на сайт, приложения и социальные сети бренда, такие как WeChat и Weibo.
- Лайвстриминг — по данным iiMedia, в 2019 году рынок eCommerce-стримов составил 433,8 млрд юаней (\$64,68 млрд), что на 226% больше, чем в предыдущем году. В 2020 году объем рынка удвоится до 961 млрд юаней (\$143,29 млрд). В Китае 40% населения и 62% интернет-пользователей смотрят стримы. Среди них почти половина (265 млн) — зрители eCommerce-стримов.
- Все больше брендов будут "растить" собственных лидеров мнений.
- Бренды будут включать больше китайских элементов и культурных компонентов в дизайн продукции и кампании.
- Кросс-промоушн — в 2021 году намечается больше коллабораций брендов, чем когда-либо.
- E-commerce и социальные сети становятся все более похожими. Платформы электронной коммерции будут создавать более качественный контент для поддержки продаж. Соцсети будут ориентированы на создание собственных платежных систем. Оба типа платформ пытаются сделать свои системы более комплексными.
- Внимание на новые группы потребителей — миллениалов, Gen Z, супермам, любителей животных и т.п.
- Создание отличного контента. Популярные форматы: короткие видео, визуалы, интерактивный и эмоциональный контент.

Источник:

[CHINA ECOMMERCE + MARKETING Q4 OUTLOOK](#)

58% мирового рынка eCommerce приходится на шесть компаний

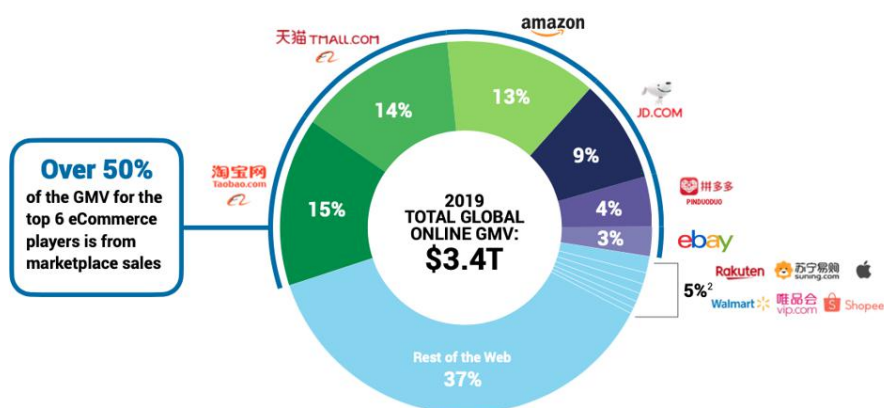
Forbes.com, 21.10.2020 07:53:00

/исследование

Около 58% глобальной электронной коммерции (порядка \$3,4 трлн) приходится на шесть крупных компаний, пишет [Forbes](#) со ссылкой на отчет Activate Consulting. Более 40% оборота генерируют четыре китайские компании.

Крупнейшие компании по доле на мировом рынке электронной коммерции:

- Taobao.com: 15%
- TMall.com: 14%
- Amazon: 13%
- JD.com: 9%
- Pinduoduo: 4%
- eBay: 3%



Большая часть выручки приходится на продажи по модели маркетплейса, а не на традиционную розничную торговлю.

Около 5% мировой электронной коммерции занимает небольшая группа крупных компаний: Rakuten, Walmart, VIP.com, Sunning.com, Apple, Shopee.

По прогнозам, к 2024 году объем электронной торговли в мире увеличится почти вдвое и вырастет до \$6,5 трлн с \$3,4 трлн в прошлом году. И хотя электронная коммерция будет опережать офлайн-розницу по темпам роста, физическая розничная торговля также будет расти и по-прежнему будет затмевать электронную и мобильную коммерцию.

По оценкам Activate, объем продаж физических товаров в рознице в 2020 году составит \$18,5 трлн, а в 2024 году — \$21,4 трлн. Согласно прогнозам компании, доля цифровой торговли в общих розничных продажах составит 18% в 2020 году и 23% в 2024 году.

Драйвер этого роста — около четверти людей, которые никогда раньше не делали покупок с помощью методов цифровой торговли в таких ключевых категориях, как одежда, обувь, товары для дома и средства личной гигиены. А 43% впервые купили продукты в интернете из-за пандемии.

Источник:

[44% Of Global eCommerce Is Owned By 4 Chinese Companies](#)

Practicology: 83% жителей Западной Европы совершают онлайн-покупки

Practicology.com, 20.10.2020

/исследование

По данным Practicology, онлайн-покупки совершают 83% населения Западной Европы, 79% жителей Северной Европы, 69% — Центральной Европы, 55% — Южной Европы, 36% — Восточной Европы. Эксперты составили отчет о развитии электронной коммерции до и во время пандемии COVID-19 в некоторых европейских странах.

Великобритания: в марте 2020 года произошел огромный сдвиг в трафике и расходах в сторону онлайн-каналов. В августе онлайн-продажи выросли на 43,5% год к году, при этом интернет-продажи омниканальных ритейлеров выросли на 70,5%. Онлайн-покупки совершает 87% населения страны, на интернет приходится 19,7% продаж. Три eCommerce-сайта с наибольшим трафиком: Amazon.co.uk, eBay, Argos.

В **Германии** онлайн-покупки совершает 79% населения. В 2020 году розничные продажи в стране упадут на 8,2% из-за снижения офлайн-продаж. Розничные онлайн-продажи вырастут на 16,2%, в основном за счет роста онлайн-покупок во время изоляции в марте и апреле. Доля онлайн в продажах — 15,9%. Топ интернет-магазинов по трафику: Amazon.de, eBay, Otto.

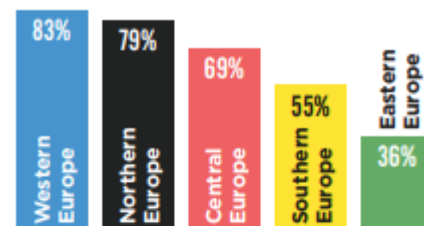
Франция — еще один зрелый рынок электронной коммерции, где 70% населения покупает товары в интернете. По оценкам, розничные онлайн-продажи в стране вырастут на 17,1% к концу года. На онлайн приходится 10,9% всех розничных продаж. Популярные интернет-магазины: Amazon.fr, Cdiscount, eBay.

В **Италии** до пандемии только 3,7% розничных продаж приходилось на онлайн. Покупки в интернете делает лишь 38% населения. Топ eCommerce-сайтов: Amazon.it, eBay, AliExpress. Ограничения заставили многих сделать покупки в интернете впервые. Пик розничных онлайн-продаж в Италии пришелся на первые недели марта — рост на 90% год к году.

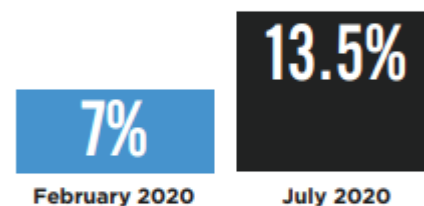
В **Испании** рынок онлайн-коммерции развивается медленно. До пандемии покупки в интернете совершали 58% населения, онлайн происходило 5,4% продаж. С тех пор как в Испании началась изоляция населения из-за COVID-19, онлайн-продажи выросли примерно на 55%. Топ интернет-магазинов: Amazon.es, AliExpress, El Corte Ingles.

Нидерланды: в прошлом году 81% населения покупали товары в интернете, при этом мобильная коммерция является ключевым фактором. В стране большое количество интернет-магазинов на душу населения, хорошо развиты доставка и логистика. Доля онлайн-продаж в рознице — 9%. Топ eCommerce-площадок: Bol.com, AliExpress, Coolblue.

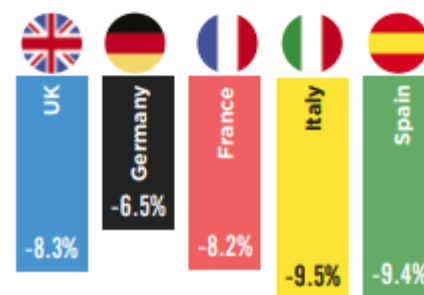
PERCENTAGE OF EUROPEANS WHO SHOP ONLINE



PERCENTAGE OF UK GROCERY SHOPPING THAT'S ONLINE



PREDICTED 2020 GDP GROWTH BY MARKET



Sources:
Eurostat, Retail Week, European Commission

В **Швеции** онлайн-покупки совершает 82% населения. Доля интернет-торговли в общем объеме продаж — 10,3%. Топ-3 шопинг-сайта: Cdon, Clas Ohlson, Amazon. Поскольку это единственная страна ЕС, которая не вводит меры изоляции, ее экономика из-за пандемии сократилась гораздо меньше, чем другие.

В **Польше** до пандемии 54% населения покупали товары в интернете, доля онлайн от общего объема розничных продаж составляла 7,2%. Рост электронной торговли в 2021 году будет выражаться двузначными числами, что противоречит общей экономической тенденции. Самые посещаемые интернет-магазины: Allegro, AliExpress, Empik.

Источник:

[European Ecommerce Report 2020](#)

eMarketer: доля онлайн-торговли в Великобритании превысит 30% в 2020 г.

Emarketer.com, 19.10.2020

/исследование

По прогнозу eMarketer, британские потребители потратят в интернете в 2020 году 141,33 млрд фунтов стерлингов (\$180,39 млрд), что на 34,7% больше, чем в 2019 году. Впервые на электронную торговлю будет приходиться более 30% от общего объема розничных продаж. В 2019 году эта доля составляла 21,8%.

Однако этот всплеск не сохранится. Если рынок оправится, в 2021 году объем розничной онлайн-торговли в Великобритании сократится на 6,3%. Потребуется несколько лет, чтобы общий объем розничных продаж в электронной коммерции достиг пика 2020 года. Но в 2023 году показатель достигнет 143,51 млрд фунтов стерлингов (\$183,17 млрд).

В течение года тенденции к цифровым покупкам усилились среди британских потребителей старше 65 лет. Согласно отчету ChannelAdvisor за сентябрь 2020 года, намерение делать покупки онлайн усилилось даже после того, как магазины снова открылись. В мае этого года, в разгар карантина, 42% онлайн-покупателей в Великобритании заявили, что в будущем планируют больше покупать в интернете. К августу их доля выросла до 55%.

В 2020 году в Великобритании будет 45,4 млн онлайн-покупателей — это 81,1% населения.

Источник:

[Pandemic Pushes UK Retail Ecommerce Past 30% of Total Retail Sales in 2020](#)



Кейс:

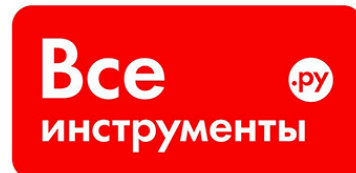
«ВсеИнструменты.ру» вывели на маркетплейс более 850 российских компаний

Е-repper.ru, 20.10.2020

/кейс

В апреле 2020 года онлайн-гипермаркет «ВсеИнструменты.ру» первым в сегменте товаров DIY запустил собственный маркетплейс.

По итогам полугода работы на маркетплейс выведено более 215 000 новых наименований товаров и свыше 850 российских компаний малого-среднего бизнеса из сегмента DIY. Выручка от работы с новыми поставщиками через маркетплейс за полгода составила 845 млн руб.



Лидерами среди новых поставщиков по количеству новых товаров стали категории «Электрика и свет» (17%), «Сантехника» (16%) и «Крепеж» (15%).

В планах — нарастить количество SKU до 1 млн.

Источник:

"ВсеИнструменты.ру" раскрыли показатели маркетплейса за полгода

Metro нарастил канал e-grocery более чем в 3 раза в 2020 г.

Retail.ru, 19.10.2020 13:00:00

/кейс

За 9 месяцев 2020 года у сети Metro канал e-grocery вырос более чем в 3 раза год к году. Одним из драйверов роста онлайн-продаж является категория свежих продуктов (fresh), доля которой в корзине клиентов достигает до 40%.



Уровень онлайн-продаж сети Metro на конечных потребителей достиг 6% в структуре всех продаж компании в России. В пиковые периоды этот показатель доходил до 9%.

- Собственный онлайн-магазин Metro, запущенный в феврале 2019 года, работает на основе white label решения СберМаркет.
- В Metro объясняют рост онлайн-продаж развитием сайта и мобильного приложения для частных заказов, а также работой с разветвленной сетью партнеров по b2c доставке и маркетплейсами.
- Metro выделил в большинстве гипермаркетов специальные операционные зоны площадью от 500 кв. м для работы доставочных сервисов.
- На территории гипермаркетов запущены дарксторы небольшого формата, которые предназначены для хранения товара исключительно для канала онлайн-продаж. Основу ассортимента дарксторов составляют мелкооптовые упаковки и товары повышенного спроса — ассортимент формируется на основе аналитики поиска и наиболее частых запросов клиентов на сайте.

Директор по маркетингу Metro в России Александр Федосов ожидает, что в ближайшие годы сегмент e-grocery будет расти по экспоненте и может достичь 5% всего рынка продуктов питания.

Источник:

[Онлайн-продажи Metro выросли в 2020 году более чем в три раза](#)

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
- развитии 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.