

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2020 / № 47

23 Ноября 2020 - 29 Ноября 2020

В выпуске:

Россия:

Перспективные направления российского eCommerce в 2021 г.

В Черную пятницу россияне за день оформили заказов на 22,9 млрд руб.

Товары российских продавцов AliExpress выдадут в «Пятерочках»

Онлайн-продажи сети магазинов посуды Williams Et Oliver выросли на 600%

Яндекс.Маркет запустил прямые эфиры о товарах

Lamoda и «Делимобиль» стали партнерами по доставке в регионах

Ozon привлек \$990 млн в ходе IPO

Яндекс Go тестирует «доставку по клику»

Дмитрий Сергеев, AliExpress Россия: Малый и средний бизнес узнал слово «маркетплейс»

Сбер выделил индустрию электронной коммерции в отдельное направление

Спрос на курьерскую доставку существенно вырос

Юла: 67% мам покупают детские вещи через интернет

Digital Retail 2020. Онлайн-конференция от RetailCRM

Весь мир:

Американцы в Черную пятницу потратили онлайн рекордные \$9 млрд

В Черную пятницу продажи на платформе Shopify достигли \$2,4 млрд

Онлайн-продажи Ingka Group (IKEA) выросли на 60%

Приложение AliExpress заблокировали в Индии

На цифровые каналы пришлось 54% продаж Nordstrom в III квартале

Онлайн-продажи Gap выросли на 61% в III квартале

Яндекс.Лавка открылась в Израиле под брендом Deli

Amazon выдаст интернет-заказы в своих магазинах

ЮНКТАД: в НРС более устойчивыми к кризису оказались маркетплейсы

COVID-19: половину онлайн-продавцов в мире обманывают покупатели

Перспективные направления российского eCommerce в 2021 г.

Е-repper.ru, 28.11.2020

/новость

Главный редактор Е-repper.ru Игорь Бахарев и сооснователь EWDN Владислав Ширококов рассказали, куда шли деньги инвесторов в последнее время и какие направления e-commerce выглядят наиболее привлекательными в ближайшем будущем.

Склады и распределительные центры. По оценке Knight Frank, в 2020 году на рынке складской недвижимости в регионах России около 24% новых сделок приходится на сделки с участием представителей онлайн-торговли. По данным JLL, драйверы спроса на складском рынке в текущем году — сегменты продуктового ритейла (30% от общего объема сделок), eCommerce (26%), компании секторов дистрибуции и логистики (33%).



Ozon готовится заключить крупнейшую сделку в истории российского складского рынка: компания арендует 155 тыс. кв. м в подмосковном комплексе «Ориентир Запад». Параллельно отказывается от собственных складов.

Магазины малого формата. В офлайне наблюдается тренд на уменьшение площадей.

Новые концепции. Wildberries строит два производственно-распределительных комплекса, где не только будут перепаковываться и храниться товары, но также будет налажено производство. А в Казани появится бондовая зона с льготным режимом для кросс-бордера.

Дарксторы — сейчас их открывают почти все сети.

Логистические сети. В России всё четче выделяются ряд регионов, куда идёт активная экспансия со стороны крупного ритейла: Татарстан (Казань, Иннополис, Зеленодольск), Юг России (Ростов-на-Дону), Дальний Восток. Сбербанк строит собственную почтовую систему. Компания СберЛогистика уже работает в 54 городах и анонсировала 17 ключевых профессиональных хабов в городах-миллионниках.

Постаматы — ими уже пользовались хотя бы один раз 30-35% онлайн-покупателей. Постаматы уже появились или появятся в большинстве отделений Почты, Сбербанка, МФЦ, на станциях метро и т. д. Стоит ожидать инвестиций в этом направлении в следующие несколько лет.

Экспресс-доставка и бесконтактная доставка. Растет популярность экспресс-доставки (до 2-х часов) и on-demand доставки (от 15 до 30 минут). По данным СберЛогистики, спрос на бесконтактную доставку составляет 70%.

Маркетинг. На рынок пришел целый вал новых пользователей, лишенных опыта в eCommerce. Стремление всеми силами заманить клиента в магазин постепенно уходит. Сейчас важна лояльность и «срок жизни» покупателя. Вклад поколения Z в оборот российской интернет-торговли в 2020 году — в диапазоне от 10% до 12%.

Удалённый режим — многие торговые сети переводят на него сотрудников.

Источник:

eCommerce-2021: Куда польются финансовые потоки

В Черную пятницу россияне за день оформили заказов на 22,9 млрд руб.

Tass.ru, 28.11.2020 13:01:00

/новость

Оборот онлайн-ритейлеров в Черную пятницу 2020 года уже почти на 3% превысил объем продаж за все три дня акции в 2019 году, сообщил [ТАСС](#) президент Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ) Артем Соколов.

В первый день распродаж спрос на товары увеличился вдвое, россияне оформили заказов на сумму 22,9 млрд руб. В 2019 году за все три дня акции продажи составили 22,3 млрд руб.



Самые популярные товары: смартфоны и гаджеты, одежда и обувь, бьюти-товары и товары для здоровья, товары для дома и интерьера, товары для детей. Жители страны проявили интерес также к ювелирным изделиям, вырос спрос на товары для хобби и творчества. Самыми активными стали люди от 44 до 55 лет, покупатели 25-34 лишь на втором месте, в отличие от прошлых лет.

Wildberries: акция проходила с 16 по 29 ноября. Пик покупательской активности пришелся на пятницу, по сравнению с аналогичным днем в 2019 году число покупателей и заказов выросло практически вдвое, до 1,3 млн. В компании считают, что в этой Черной пятнице на Wildberries примут участие не менее 8 млн пользователей — более чем вдвое больше показателя прошлого года. Самым высоким спросом пользуются товары для красоты, одежда и электроника

«М.Видео» и «Эльдорадо»: Черная пятница длилась по 30 ноября. Спрос в этом году вырос вдвое по сравнению с обычным уикендом октября-ноября. Повышенным спросом в сетях пользуются ноутбуки и смартфоны. Россияне по сравнению с прошлым годом чаще покупают холодильники, стиральные машины, встраиваемую технику, ТВ с большими диагоналями, а также пылесосы, микроволновки и другую мелкую бытовую технику для дома. Растет популярность видеоконсультаций с экспертами в магазине, а также оплат через приложение и доставок на такси.

Яндекс.Маркет: количество заказов в эту распродажу (5-27 ноября) выросло на 178% год к году, а денежный прирост составил 154%. Всплеск спроса пришелся на 27 ноября. Больше всего денег клиенты потратили на покупку электроники (мобильных телефонов и телевизоров). В целом россияне чаще всего покупали товары для дома (бытовую химию, посуду и кухонные принадлежности), товары для красоты, а также детские товары.

Ozon: продажи и количество заказов удвоились в основной день распродажи — 27 ноября. Продажи товаров для дома выросли на 161% относительно показателей Черной пятницы 2019 года, продажи мелкой бытовой техники и одежды — на 116% и 143% соответственно к тому же периоду. Пользователи активно приобретали электронику (+104%) и товары для мам и детей (+85%). Средний чек за 27 ноября вырос на 2,2% к показателю прошлогодней акции. Драйвером роста продаж стали регионы.

Источник:

[Интернет-ритейлеры оценили объем продаж в "черную пятницу"](#)

Товары российских продавцов AliExpress выдадут в «Пятерочках»

Retail.ru, 27.11.2020 11:22:00

/новость

Cainiao Network (принадлежит Alibaba Group) и AliExpress Россия запустили выдачу заказов локальных продавцов AliExpress в постаматах и пунктах выдачи 5Post в магазинах «Пятерочка». Ранее там можно было забрать заказы от продавцов из Китая, Турции и стран Европы.



Продавцам и покупателям AliExpress в России доступно более 18 000 постаматов «Цайняо» и партнерской сети в 600 городах страны. Наибольшее их количество приходится на магазины X5 Retail Group.

Доля доставок в постаматные сети в зависимости от сезона составляет до 15% от общего количества доставок «Цайняо» в Россию. За время распродажи года 11 ноября «Цайняо» обработал на 35% больше заказов от российских продавцов AliExpress, чем в аналогичном периоде прошлого года.

Источник:

[Российские продавцы AliExpress доставят заказы в магазины «Пятерочка»](#)

Онлайн-продажи сети магазинов посуды Williams Et Oliver выросли на 600%

Retail.ru, 27.11.2020 11:31:00

/новость

Интернет-продажи сети магазинов посуды и аксессуаров для кухни Williams Et Oliver за время локдауна выросли на 600%, результивная посещаемость (посетители интернет-магазина, сделавшие покупки) — в 4 раза. Доля интернет-продаж к ноябрю 2020 года увеличилась с 6 до 17%.

Продажи категории товаров для выпечки выросли на 60%, для сервировки стола — на 20%. После открытия розницы количество посетителей офлайн-магазинов сети выросло на 6%, покупателей — на 3%.

За июнь-ноябрь 2020 года товарооборот сети увеличился на 20% по сравнению с аналогичным периодом 2019 года. Средний чек в e-commerce вырос на 8%, в офлайн-рознице — на 12%.



Источник:

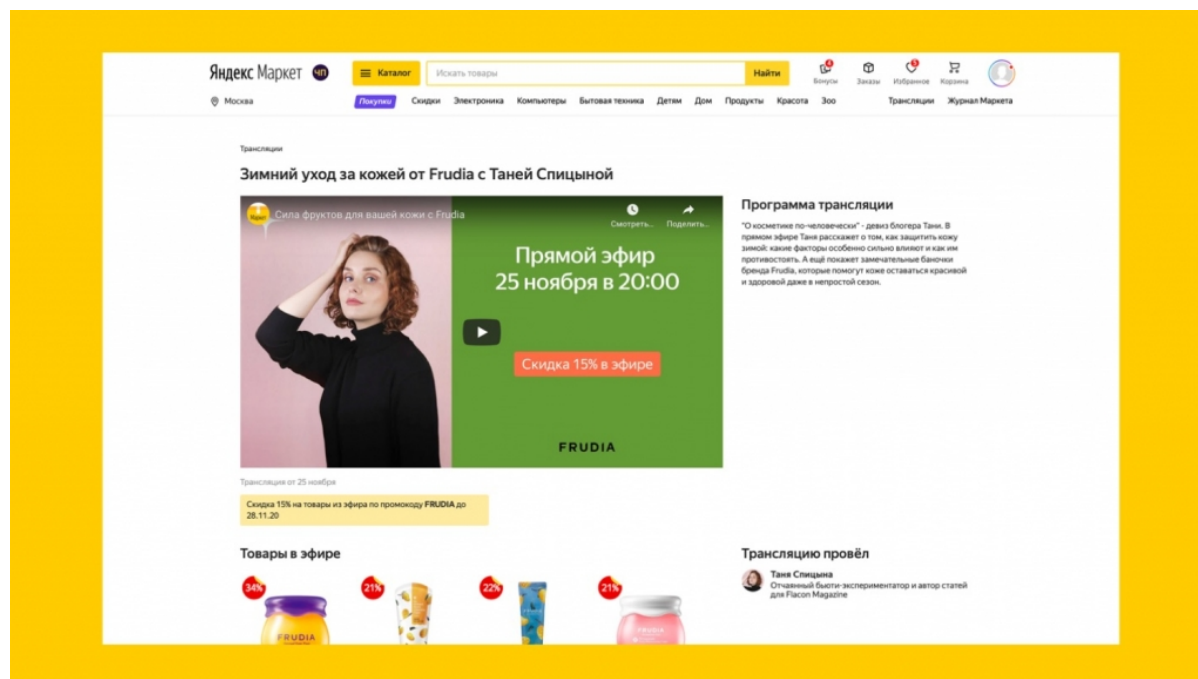
Онлайн-продажи сети кухонной утвари Williams&Oliver выросли на 600%

Яндекс.Маркет запустил прямые эфиры о товарах

Retail-loyalty.org, 27.11.2020 11:09:00

/новость

Яндекс.Маркет запустил на десктопной и мобильной версиях сайта прямые трансляции, во время которых магазины и производители могут самостоятельно или с помощью блогеров рассказывать о своих товарах. Прямые эфиры на Маркете проходят каждую неделю в разных категориях.



Первыми ведущими стали блогеры Яндекс.Дзена, которые во время эфира общаются со зрителями в чате и могут давать скидку на товары партнера. Маркет планирует развивать промоинструменты, доступные партнерам во время прямых эфиров. Например, возможность дарить покупателю подарок к заказу или установить специальную цену на товар для первых покупателей.

Маркет также хочет увеличить аудиторию трансляций за счет интеграции с другими сервисами экосистемы Яндекса. Планируется, что эфиры будут проводиться на платформе Яндекс.Дзена, аудитория которого составляет 19 млн человек в день.

Источник:

[Яндекс.Маркет запустил трансляции о товарах для продавцов и производителей](#)

Lamoda и «Делимобиль» стали партнерами по доставке в регионах

New-retail.ru, 26.11.2020 12:55:00

/новость

Онлайн-площадка Lamoda и сервис поминутной аренды автомобилей «Делимобиль» договорились о сотрудничестве в регионах. Торговые представители ритейлера смогут доставлять заказы на арендованных автомобилях.

Партнерство позволит Lamoda усилить собственную службу доставки в периоды повышенного спроса и быстрее решать вопрос с подачей автомобиля и своевременностью доставки в случае непредвиденных ситуаций.

Арендованные автомобили можно будет использовать для доставки заказов во всех городах работы «Делимобиля», кроме Москвы. В столице Lamoda располагает собственными мощностями, поэтому дополнительный автопарк не потребуется.



Источник:

[Lamoda и Делимобиль договорились о партнёрстве в регионах](#)

Ozon привлек \$990 млн в ходе IPO

Rbc.ru, 25.11.2020 11:45:00

/новость

Ozon провел первичное размещение (IPO) своих американских депозитарных акций (ADS) на бирже NASDAQ. Компания разместила 33 млн ADS по цене \$30 и привлекла \$990 млн, сообщает [РБК](#). Сразу после начала торгов стоимость ADS Ozon на NASDAQ превышала \$40 за штуку, что более чем на 33% больше цены размещения. Капитализация превысила \$7,4 млрд.

Андеррайтерами IPO выступили Morgan Stanley, Goldman Sachs, Citigroup, UBS, Sberbank CIB, «Ренессанс Капитал» и «ВТБ Капитал». Они получили 30-дневный опцион на покупку до 4,95 млн ценных бумаг после размещения.



Baring Vostok и АФК «Система», крупнейшие акционеры Ozon, одновременно с IPO купили у компании по 67,5 млн акций в рамках частного размещения, заплатив в сумме \$135 млн. В итоге доли «Системы» и Baring составили по 37,2%, еще 6,2% — у группы топ-менеджеров и членов совета директоров компании, 4,7% — у фонда Index Ventures, 4,5% — у Princeville Global.

На Московской бирже во вторник стоимость бумаг Ozon [выросла](#) с 2395 до 2820 руб., а на следующей день выросла до 3030 руб. На Санкт-Петербургской бирже цена ADS после 21:00 превысила \$43,1, к закрытию этот показатель снизился до \$39,85, а на следующей день вырос до \$40,11.

Привлеченные средства компания намерена направить на продолжение строительства фулфилмент-центров и увеличение штата ИТ-инженеров. «Мы убыточная компания и останемся такой еще пару лет, потому что рынок активно растет и нужно инвестировать», — отметил гендиректор Ozon Александр Шульгин. По его словам, в ближайшее время компания продолжит быть «крайне сфокусирована на российском рынке», но в будущем не исключает выход на рынки других стран.

Чистая выручка компании от размещения должна составить от \$922 млн до \$1,06 млрд, если андеррайтеры реализуют свои опционы.

По [оценке](#) INFOLine, объем российского рынка электронной коммерции в 2020 году достигнет 2,7 трлн руб., что на 34% больше, чем годом ранее. На внутренний рынок (без учета трансграничной торговли) придется 2,1 трлн руб. против 1,4 трлн руб. в 2019-м. К 2025 году весь российский рынок e-commerce может достичь 7,64 трлн руб., из которых 6,8 трлн руб. составит внутренний рынок, то есть последний показатель будет расти в среднем на 29,7% в год, а трансграничный сегмент — всего на 6%.

Источник:

[Бумаги Ozon выросли более чем на 30% на открытии торгов в США](#)
[Акционер Ozon назвал «сумасшедшим успехом» IPO компании](#)

Яндекс Go тестирует «доставку по клику»

Tass.ru, 25.11.2020 11:28:00

/новость

Яндекс Go начинает масштабное тестирование «доставки по клику», которая позволит выбирать точное время получения товара из интернет-магазина, сообщает [ТАСС](#). На этапе тестирования доставка по клику работает примерно в 100 Яндекс.Лавках Москвы и пока только для Яндекс.Маркета.



Пользователь делает заказ в интернет-магазине, на следующий день товар приезжает в ближайшую Яндекс.Лавку. В любой момент оттуда можно вызвать курьера, который за 15-20 минут доставит товар точно по адресу.

Все посылки доставляют пешие курьеры, поэтому вес и габариты товаров ограничены, по крайней мере на время тестирования. Каждый заказ застрахован на сумму до 500 тыс. руб.

Источник:

["Яндекс Go" начал тестирование "доставки по клику"](#)

Дмитрий Сергеев, AliExpress Россия: Малый и средний бизнес узнал слово «маркетплейс»

Hightech.fm, 24.11.2020

/НОВОСТЬ

Генеральный директор AliExpress Россия Дмитрий Сергеев в рамках конференции Callday 2020 рассказал о трендах онлайн-коммерции, COVID-кризисе и гибридной модели работы корпораций в условиях пандемии.

На рынке в целом доля онлайн выросла, по разным оценкам, от 50%. Если до COVID-19 доля e-commerce в России составляла 4-5% от общего ритейла, то сейчас выросла до 8-10%. Если рост сохранится, то самая нижняя оценка — 15% от всего товарооборота будет в онлайн. Из-за пандемии произошла консолидация рынка.



Доля трех крупнейших игроков в России составила 24% от всего онлайн-рынка. В Китае доля топ-игроков составляет 84% от всего рынка, в США — 63%, даже в Бразилии есть свой лидер MercadoLibre — 49% этого рынка контролируется топ-игроками. В России рынок был очень фрагментирован, но сейчас будет сильно консолидирован. По оценкам AliExpress Россия, доля топ-игроков составит сильно больше 50% к 2024 году. Рост российского рынка точно продолжится и после 2024 года, причем очень высокими темпами.

Малый и средний бизнес испытал на себе все сложности пандемии, но узнал такое слово, как «маркетплейс». По этой модели развивается весь рынок e-com. Рынок маркетплейса во многом похож на выход в ТРЦ. С момента начала пандемии количество локальных продавцов на AliExpress Россия выросло больше чем в три раза.

Еще один тренд — социальная коммерция, когда покупки осуществляются прямо на платформах соцсетей. AliExpress Россия входит в экосистему Mail.ru, которая в том числе включает в себя крупнейшие российские социальные сети и имеет большой опыт в Китае, где топ-блогеры в лайвстримах продают больше, чем крупнейшие российские e-com площадки.

Благодаря social commerce многим бизнесам даже не нужна собственная площадка, достаточно Instagram. AliExpress активно работает над этим направлением вместе с «ВКонтакте» и «Одноклассниками». Через лайвстримы, которые запустили в пандемию, продали товаров почти на миллиард рублей.

С точки зрения бизнеса AliExpress первый на себе испытал COVID-шок, потому что китайские продавцы технически не работали. AliExpress — самая лидирующая с точки зрения трафика по России e-com площадка, поэтому постарались сделать все, чтобы всем покупателям представить российскую продукцию, обнулили комиссию для российских продавцов, ввели меры поддержки для особо малого и среднего бизнеса — сами оплачивали фулфилмент для них. Если раньше доля чисто российского бизнеса была 10%, то сейчас приближается к 25%. В локализации очень сильно COVID-19 помог.

Источник:

[Дмитрий Сергеев, AliExpress Russia — о маркетплейсах и постковидном шоке e-commerce](#)

Сбер выделил индустрию электронной коммерции в отдельное направление

Press.sber.ru, 24.11.2020 12:23:00

/новость

В него войдут СберМаркет, СберЛогистика и вновь создаваемые в экосистеме Сбера активы в области e-commerce. Направление электронной коммерции является стратегически значимым для развития экосистемы Сбера, отмечает Лев Хасис, первый заместитель Председателя Правления Сбербанка.



Вице-президентом - руководителем индустрии электронной коммерции назначен Сергей Малышев, главный исполнительный директор по логистическим сервисам Сбера, генеральный директор СберЛогистики. Он будет отвечать за стратегию и реализацию планов экосистемы Сбера в направлении электронной коммерции под руководством первого заместителя Председателя Правления Льва Хасиса.

Руководителем компании СберЛогистика будет назначен Александр Трапезников, ранее работавший заместителем генерального директора компании.

Источник:

[Сбер выделил индустрию электронной коммерции в отдельное направление, которое возглавил Сергей Малышев](#)

Спрос на курьерскую доставку существенно вырос

Е-реpper.ru, 24.11.2020

/новость

По данным магазина vsemauki.ru, в 2020 году покупатели в 61% случаев сделали заказ, оформив курьерскую доставку. Годом ранее этот показатель был на уровне 28%. Способ получения товаров с помощью Почты России в этом году составил всего 8%.

Чаще всего курьерскую доставку выбирают жители Центральной России, Сибири и Урала — средний показатель превышает 60%. На пункты выдачи приходится порядка 25%, а доля Почты России не превышает 5%.

По данным «Первой экспедиционной компании», в первую волну пандемии объем курьерской доставки «до двери» вырос в 2,5 раза. При этом ее стоимость в среднем в 5 раз превосходила самовывоз.



При снятии режима повышенной санитарно-эпидемиологической готовности в ряде регионов спрос на курьерскую доставку «до двери» уменьшился в среднем на 10% по сравнению с апрелем-маем 2020.

По данным IML, услуга «шопинг налегке» (курьерская служба доставляет покупки либо до машины на парковке торгового центра, либо до двери покупателя) в 2020 году особенно популярна. При этом удельный вес курьерских доставок в общем объеме заказов сохраняется. Во время пандемии и до нее процент выкупа в ПВЗ составлял 22-29%. Сейчас этот показатель существенно не изменился.

Источник:

[Доставка до двери вошла в моду](#)

Юла: 67% мам покупают детские вещи через интернет

Notion.so, 29.11.2020

/исследование

Согласно исследованию сервиса объявлений «Юла» и агентства ResearchMe, 67% опрошенных мам покупают детские вещи через интернет, каждая шестая мама покупала что-то своему ребенку через сервисы объявлений.

Чаще всего с рук покупают детскую одежду (57%), коляски и детскую мебель (40%), игрушки (30%), детский транспорт и автокресла (34%), а также товары для учебы (13%). Реже всего — технику (5%) и детское питание (3%).

41%

мам больше доверяют
другим родителям,
совершая покупки
на сервисах объявлений



Большинству опрошенных (72%) родителей важно, чтобы покупатель или продавец находился недалеко, в пределах их района. Почти половина мам при покупках на сервисах объявлений больше доверяют другим родителям.

Исследование проведено методом количественного онлайн-опроса среди 764 российских родителей, у которых есть хотя бы один ребенок. Половина опрошенных имеет ребенка в возрасте 7-13 лет.

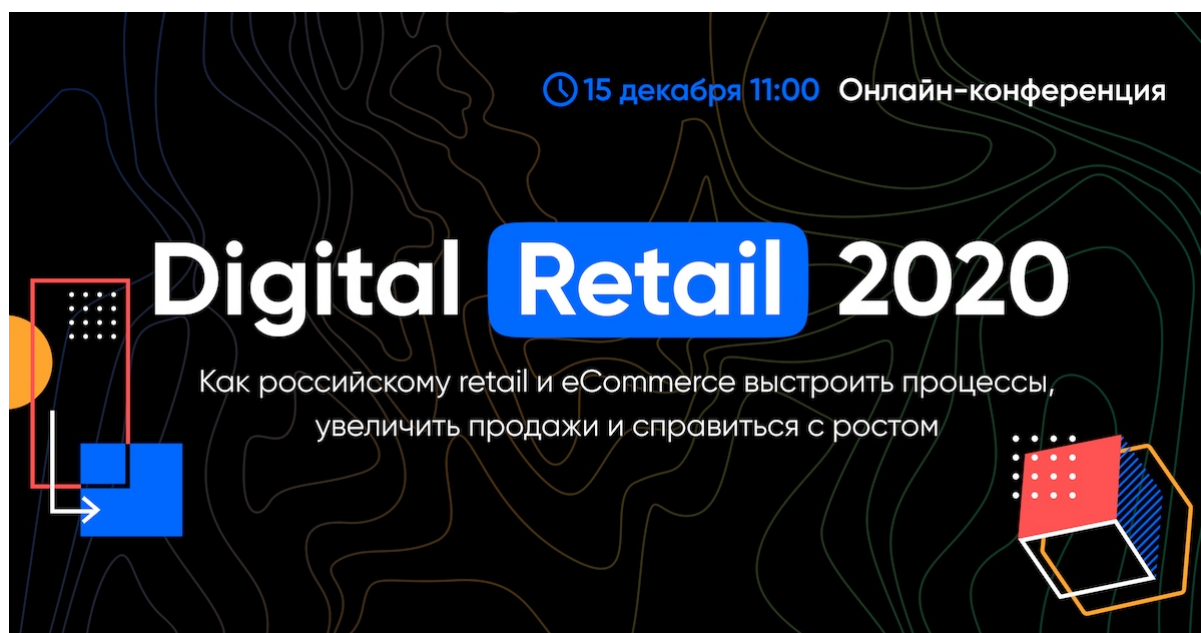
Источник:

[Исследование Юлы: каким продавцам доверяют родители при покупке детских товаров](#)

Digital Retail 2020. Онлайн-конференция от RetailCRM

Retailcrm.ru, 18.11.2020

/реклама



🚀 А ваш eCommerce эффективен?

Почему в одних магазинах клиенты становятся лояльными после первой покупки, а в другие больше не приходят, пытаюсь забыть их, как страшный сон? Что делать, если клиенты в соцсетях просят продавать товар, но потом пропадают, ничего не оформив?

Об этом и не только расскажут на [онлайн-конференции Digital Retail 2020](#), которая пройдет 🕒 15 декабря в 11:00.

Вот некоторые из 🙋 спикеров:

- ▲ Федор Вирин, партнёр Data Insight. 💬 Обсудит, как пользователи используют рекомендации и отзывы в процессе покупок
- ▲ Роман Кумар Виас, сооснователь Qlean и QMarketing. 💬 Расскажет, как продвигать онлайн-ритейл
- ▲ Максим Ильяхов, Соавтор книги «Пиши, сокращай» и основатель сервиса «Главред». 💬 Поделится, какими должны быть соцсети и блог, чтобы люди оставались с вами и хотели у вас покупать

[Зарегистрируйтесь](#) на Digital Retail 2020 прямо сейчас

Источник:

[Digital Retail 2020](#)

РЫНОК ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

МОНИТОРИНГ / 23 Ноября 2020 - 29 Ноября 2020

Американцы в Черную пятницу потратили онлайн рекордные \$9 млрд

Cnbc.com, 28.11.2020 10:00:00

/новость

По данным Adobe Analytics, в Черную пятницу 2020 года в США потребители потратили онлайн \$9 млрд — на 21,6% больше, чем в прошлом году.

Черная пятница 2020 года стала вторым днем по онлайн-расходам в истории США после Киберпонедельника прошлого года. Киберпонедельник в 2020 году станет крупнейшим днем цифровых продаж за всю историю — расходы в интернете вырастут на 15-35% год к году и составят от \$10,8 млрд до \$12,7 млрд.

Консоли, телефоны, смарт-устройства и телевизоры, которые являются традиционными покупками в Черную пятницу, в этом году делят онлайн-корзины с продуктами, одеждой и алкоголем, которые ранее приобрели бы в обычном магазине.

Многие ритейлеры начали свои праздничные распродажи в октябре из-за переноса распродажи Amazon Prime Day и стали размещать больше сделок в интернете, поэтому у покупателей было меньше причин ходить в магазины в Черную пятницу.

По данным Adobe, потребители в Черную пятницу тратили \$6,3 млн за минуту в интернете, или в среднем \$27,5 на человека. На смартфоны в онлайн потратили \$3,6 млрд — на 25,3% больше, чем в прошлом году.

В этот праздничный сезон люди также обращаются к интернету за свежими продуктами и закусками. Количество покупок в интернет-магазинах в Черную пятницу выросло на 397% по сравнению со средними дневными показателями октября. Продажи средств личной гигиены выросли на 556%, онлайн-расходы на товары для животных — на 254%.

Источник:

[Black Friday 2020 online shopping surges 22% to record \\$9 billion, Adobe says](#)



В Черную пятницу продажи на платформе Shopify достигли \$2,4 млрд

News.shopify.com, 28.11.2020

/новость

Продажи компаний, работающих через платформу Shopify в почти 175 странах мира, в Черную пятницу составили рекордные \$2,4 млрд — на 75% больше, чем в период акции 2019 года.



Городами-лидерам по продажам стали Нью-Йорк, Лондон и Лос-Анджелес, а странами-лидерами — США, Великобритания и Канада.

Доля мобильных продаж в Черную пятницу составила 67% против 69% в 2019 году.

Главными товарными категориями во всем мире были одежда и аксессуары, за ними следовали товары для здоровья и красоты, а также для дома и сада.

Средняя цена корзины в Черную пятницу в мире составила \$90,7 — на 11% больше, чем в прошлом году. Доля кросс-бордерных заказов составила 14%.

Источник:

[Shopify announces record global Black Friday sales of \\$2.4 billion](#)

Онлайн-продажи Ingka Group (IKEA) выросли на 60%

Retaildetail.eu, 25.11.2020

/новость

Ingka Group, владелец большинства магазинов IKEA, объявила финансовые результаты за 2019-2020 финансовый год, который закончился 31 августа.



Оборот ритейлера снизился на 4,8%, до 37,4 млрд евро. Вследствие пандемии коронавируса 75% магазинов были закрыты в среднем на семь недель. Поскольку операционные расходы также увеличились, чистая прибыль упала до 1,2 млрд евро (с 1,8 млрд евро годом ранее).

В то же время компания превратила свои магазины в центры выполнения заказов и запустила сервисы click & collect с бесконтактными пунктами выдачи заказов. Это привело к увеличению онлайн-продаж на 60% за весь финансовый год. На электронную торговлю сейчас приходится 18% от общего объема продаж.

Источник:

[Ingka Group \(Ikea\) sees turnover drop but e-commerce booms](#)

Приложение AliExpress заблокировали в Индии

Ft.com, 24.11.2020

/новость

В Индии заблокировали 43 китайских приложения за «участие в деятельности, которая наносит ущерб суверенитету и целостности Индии». Среди них четыре мобильных приложения Alibaba, в том числе AliExpress.



Это не первые блокировки китайских приложений в Индии. Отношения между двумя странами ухудшились в июне после столкновения на границе. Всего правительство Индии запретило более 200 китайских приложений.

Запреты коснулись крупных китайских технологических компаний, включая Alibaba, Tencent и ByteDance, которые инвестировали в индийский рынок. Alibaba инвестировала в индийскую платежную компанию Paytm и стартап по доставке еды Zomato, а Tencent поддержала образовательное приложение Vuji и платформу фэнтези-спорта Dream11.

Источник:

[India bans 43 more Chinese apps including AliExpress](#)

На цифровые каналы пришлось 54% продаж Nordstrom в III квартале

Press.nordstrom.com, 24.11.2020

/новость

Nordstrom, Inc., ведущий розничный продавец модной одежды в США, опубликовал результаты за третий квартал, который завершился 31 октября 2020 года.

NORDSTROM

Чистый объем продаж компании упал на 16%, до \$3,09 млрд, учитывая положительное влияние примерно на 10 п. п. из-за переноса юбилейной распродажи Nordstrom со второго квартала на третий.

Цифровые продажи выросли на 37%, до \$1,6 млрд, и составили 54% бизнеса Nordstrom. Если исключить влияние сдвига юбилейной распродажи, в третьем квартале цифровые продажи выросли на 10%, что соответствует тенденциям первой половины года.

Источник:

[Nordstrom Reports Third Quarter 2020 Earnings](#)

Онлайн-продажи Gap выросли на 61% в III квартале

Gapinc.com, 24.11.2020

/новость

Gap Inc., крупнейшая компания по производству одежды и второй по величине бизнес в сфере электронной торговли одеждой в США, представила финансовые результаты за третий квартал 2020 финансового года, который закончился 31 октября.

Сопоставимые продажи Gap Inc. за третий квартал увеличились на 5%. При этом продажи в магазинах упали на 20%, а в онлайн выросли на 61% и составили 40% от общего объема продаж.

Бизнес электронной коммерции Gap за квартал привлек более 3,4 млн новых клиентов — на 145% больше, чем в прошлом году.

The Gap logo, consisting of the word "GAP" in a bold, blue, serif typeface.

Источник:

[Gap Inc. Reports Third Quarter Results](#)

Яндекс.Лавка открылась в Израиле под брендом Deli

Kommersant.ru, 23.11.2020

/новость

Сервис доставки Яндекс.Лавка впервые вышел за рубеж — на израильский рынок, сообщает «Ъ». Компания запустилась под брендом Deli и будет встроена в экосистему Yango — международный бренд Яндекс.Такси, работающий в Израиле с 2018 года.

Deli открыл две точки в агломерации Гуш-Дан, включающей Тель-Авив. Сервисом будет управлять израильский менеджмент, ассортимент тоже локальный. В отличие от России, Deli также будет доставлять алкоголь и сигареты.

Конкурентов у Яндекс.Лавки в Израиле в сущности и не будет, считает гендиректор «Infoline-Аналитики» Михаил Бурмистров.



by Yango

DELI
הכי טרי שיש

בסניפים של Deli by Yango אנחנו מאחסנים את המוצרים הכי טריים והכי טעימים! גבינות, פירות, ירקות, חטיפים, פיצוחים ועוד מגוון רחב של מוצרים. המשלוחים שלנו יוצאים תוך מספר דקות.

Источник:

«Яндекс.Лавка» открылась в Израиле

Amazon выдаст интернет-заказы в своих магазинах

Chainstoreage.com, 23.11.2020

/новость

Перед праздниками клиенты Amazon смогут забрать онлайн-заказы в его физических магазинах 4-star и Amazon Books. Они дополнят существующую службу самовывоза Counter (часть омниканальной платформы Amazon Hub), которая работает со сторонними розничными партнерами. Таким образом ритейлер готовится к наплыву онлайн-заказов.



Чтобы получить товар в физическом магазине Amazon или в филиале Amazon Hub, клиенты выбирают удобное для них место при оформлении заказа. Как только посылка будет доставлена, клиент получит уведомление по электронной почте с подробной информацией о том, как и где забрать заказ. Получить посылку можно в период от трех до 15 дней в зависимости от локации.

Amazon также представляет несколько других услуг по доставке, отправке и отслеживанию праздничных пакетов, в том числе:

- Amazon Map Tracking позволяет отслеживать ход доставки на цифровой карте в режиме реального времени.
- Amazon Share Tracking дает возможность отправлять информацию об отслеживании друзьям или родственникам, чтобы они знали, когда ожидать свою посылку.
- Amazon Photo-On-Delivery обеспечивает визуальное подтверждение доставки, показывая, куда водитель поместил посылку.
- Amazon Estimated Delivery Window предоставляет клиентам ориентировочное окно доставки продолжительностью от двух до четырех часов.
- Чтобы не испортить сюрприз, голосовое устройство Amazon Alexa будет скрывать названия предметов, которые могут быть подарками.

Источник:

[Amazon physical stores now serve as online package pickup points](#)

ЮНКТАД: в НРС более устойчивыми к кризису оказались маркетплейсы

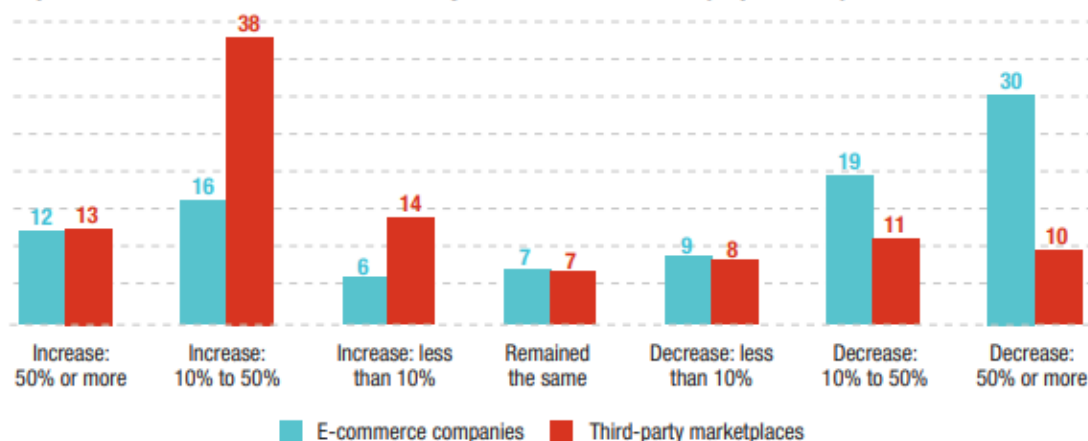
Unctad.org, 23.11.2020

/исследование

Исследование Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) показывает воздействие пандемии COVID-19 на участников цифровой экономики в 23 странах, в основном наименее развитых (НРС), в Африке и Азиатско-Тихоокеанском регионе.

Полностью цифровые модели, в частности маркетплейсы, оказались более устойчивыми к кризису. У 58% предприятий, продающих собственные продукты или услуги в интернете, доходы снизились, при этом у 64% маркетплейсов продажи выросли.

Impact of COVID-19 crisis on monthly e-commerce sales (in per cent)⁹



Note: 180 responses for the e-commerce business track, 72 responses for the third-party marketplace track. Based on the questions "Since the outbreak of the COVID-19 crisis, how have your monthly e-commerce sales been affected?" and "Since the outbreak of the COVID-19 crisis, how have the monthly sales on your third-party marketplace been affected?". Results are expressed in per cent of the respondents to each question.

Несмотря на новые возможности для цифровых бизнес-моделей, две трети компаний сообщили о росте операционных расходов, а 44% ожидают сокращения штата.

Заметно выросло использования цифровых финансовых услуг — преимущественно в НРС. Тем не менее, оплата при получении заказа остается предпочтительным вариантом.

Е-commerce компании столкнулись с рядом проблем, в частности, нарушением цепочек поставок, логистическими трудностями, высокими затратами на широкополосный доступ в интернет. В НРС только 19% населения пользуются интернетом (по сравнению с 87% в развитых странах) и только 40% имеют доступ к высокоскоростной мобильной сети.

Около половины участников опроса заявили, что правительства уделяли недостаточно внимания сектору электронной коммерции в своих усилиях по реагированию на COVID-19 и планах восстановления. Но некоторые меры помогли снизить препятствия для использования услуг электронной коммерции.

Например, в Камбодже правительство приняло закон, упрощающий регистрацию предприятий электронной торговли. В Мьянме электронная коммерция и цифровая экономика включены в правительственный план оказания помощи в связи с COVID-19.

Источник:

[New survey shows COVID-19's impact on e-commerce in poorer nations](#)

COVID-19: половину онлайн-продавцов в мире обманывают покупатели

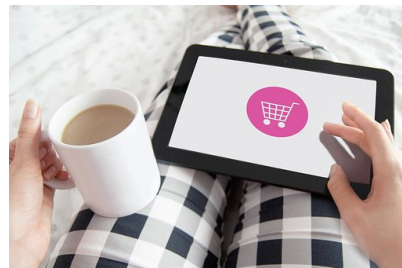
Internetretailing.net, 25.11.2020

/исследование

Согласно исследованию компании Ravelin, из-за COVID-19 и связанного с ним перехода к электронной коммерции, половина онлайн-продавцов в мире столкнулась со злоупотреблениями со стороны покупателей.

Потребители ложно заявляют, что не получали заказанный в интернете товар, чтобы вернуть средства. Таких случаев стало больше у 51% продавцов во всем мире.

Почти половина продавцов (49%) зафиксировали рост случаев, когда потребители использовали промокод для получения скидок, которые не были предназначены для них. Ситуацию усугубляет огромное количество регистрационных и реферальных бонусов и легко угадываемых кодов, используемых для привлечения клиентов.



Больше всего от злоупотреблений пострадала туристическая и гостиничная сферы.

Источник:

[Covid-19 drives refund and promotion abuse for online merchants globally](#)

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.