

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2021 / № 20

24 Мая 2021 - 30 Мая 2021

В выпуске:

Россия:

Ozon закрыл сделку по покупке «Оней Банка»

Сбер купил крупный склад в Ростовской области

Ozon хочет за пять лет занять треть российского рынка e-commerce

Почта России зарегистрировала компанию в Гонконге

Крупнейший терминал DPD в Восточной Европе и СНГ строят в Подмосковье

«Утконос» экспериментирует с вендинговыми автоматами

Доля e-com сегмента в общем объеме российского фармрынка — 13,1%

Ромир: россияне доверяют Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркету

App Annie: приложение McDonald's — лидер категории «Еда и напитки»

Assist: число регулярных онлайн-покупателей выросло в 3 раза

Россияне нарастили онлайн-покупки в 2,3 раза за год

Конференция по продвижению на маркетплейсах для крупных брендов и продавцов

Как эффективно поработать и отдохнуть с Data Insight на ECOM Expo'21

Весь мир:

Glovo покупает у Delivery Hero три бренда доставки еды на Балканах

Выручка Pinduoduo выросла на 239% в I кв. 2021 г.

M&S спасают онлайн-продажи, Ocado и кросс-бордер

Amazon теперь доступен продавцам из 188 стран

YouGov: предметы первой необходимости чаще покупают офлайн

Стоимость доставки — ключевой фактор для онлайн-покупателей в Европе

App Annie: популярность приложений для заказа еды и продуктов растет

Шопинг в TikTok вырос на 553% за время пандемии

Кейс:

Каждый десятый заказ клиенты «М.Видео» и «Эльдорадо» получают за два часа

Подкасты о e-commerce

Россия:

Оzon закрыл сделку по покупке «Оней Банка»

Corp.ozon.ru, 26.05.2021

/новость

Ozon Holdings PLC объявила о закрытии сделки по приобретению 100% уставного капитала ООО «Оней Банк» у Совкомбанка. Общая сумма сделки составила около 615 млн руб. Сделка была одобрена Центральным Банком России 29 апреля 2021 года.



Стратегическое обоснование сделки — получение Ozon необходимой банковской лицензии для структурирования своих финансовых продуктов в соответствии с собственными требованиями компании. Сделка позволит расширить ассортимент и повысить качество финансовых продуктов и услуг.

В феврале основной владелец и генеральный директор Wildberries Татьяна Бакальчук стала владельцем 100% в ООО «Банк Стандарт-кредит». В компании отметили, что интеграция финансовой организации поможет развивать существующий платежный сервис, а также в целом повысить качество обслуживания покупателей и продавцов — в частности, улучшить для них скорость и удобство взаиморасчетов с площадкой.

Источник:

[Ozon объявляет о закрытии сделки по покупке ООО "Оней Банк"](#)

Сбер купил крупный склад в Ростовской области

Retail.ru, 28.05.2021 15:54:00

/новость

Структура Сбера «Сбер управление активами» приобрела склад общей площадью 38 200 кв. м в логистическом комплексе «Дорожный», расположенном в 30 км от Ростова-на-Дону.

Логистический комплекс предназначен для высокостеллажного хранения и обработки продовольственных и непродовольственных товаров, включая связанные с ними процессы выгрузки, приёмки, перемещения, хранения, комплектации, упаковки и подготовки товаров к реализации, отгрузке и прочей складской деятельности.



«Сбер управление активами» стала новым владельцем комплекса, основной арендатор которого — Ozon. Стоимость сделки оценивается в 1,5-2 млрд руб.

Ведутся переговоры о покупке последующих очередей «Дорожного» (160 тыс. кв м) и логопарка «Кольцово» в Екатеринбурге, где запланировано 90 тыс. кв. м.

Источник:

[«Сбер» стал владельцем крупнейшего склада в Ростовской области](#)

Оzon хочет за пять лет занять треть российского рынка e-commerce

Reuters.com, 27.05.2021 03:08:00

/новость

Операционный директор Ozon Даниил Фёдоров в интервью [Reuters](#) поделился приоритетами компании на пять лет. Основные тезисы:

- Треть рынка — такую долю Ozon хотел бы занять в российском e-commerce на горизонте пяти лет и иметь к этому времени годовой оборот около 2,5 трлн руб.
- Для этого будут продолжены активные инвестиции, в первую очередь в логистику в регионах.
- Россия остаётся приоритетным рынком. В этом году компания выйдет с логистикой на Дальний Восток — скоро там значительно улучшатся условия доставки.
- Ozon смотрит и на СНГ. В Беларуси уже с этого года компания будет развивать логистическую инфраструктуру, а на горизонте 5 лет хочет наладить процессы в большинстве стран СНГ.
- Компания будет и дальше активно развивать платформу и продукт для продавцов. В долгосрочной перспективе на Ozon может торговать порядка полумиллиона предпринимателей.
- Другими приоритетными вертикалями бизнеса остаются финтех, e-grocery, а также рекламная монетизация.



Источник:

[Russia's Ozon wants to achieve \\$34 bln in transaction volumes by 2026](#)

[Интервью Reuters: раскрываем планы на будущее](#)

Почта России зарегистрировала компанию в Гонконге

Pochta.ru, 27.05.2021

/НОВОСТЬ

Почта России создала вторую компанию в Китае — RP Logistics HK Co., Limited в Гонконге. Она будет оказывать услуги по доставке грузов из Азии в Россию, страны СНГ и Европы. Ключевые решения в портфеле — авиа- и мультимодальная доставка.

Офис позволит самостоятельно организовывать сбор грузов на территории Гонконга и оптимизировать сроки доставки и стоимость логистических решений за счет исключения посредников и контроля на «последней миле». Гонконг — логистический «хаб» Китая. В первом квартале 2021 года доля импортных отправок из Китая, которые доставила Почта России, выросла до 94%.



«Юго-Восточная Азия для нас является одним из ключевых направлений, и мы продолжим наращивать бизнес и присутствие в этом регионе», — прокомментировал заместитель генерального директора по международному бизнесу Почты России Георгий Аликошвили.

Источник:

[Почта России создала компанию в Гонконге](#)

Крупнейший терминал DPD в Восточной Европе и СНГ строят в Подмосковье

Radiusrussia.ru, 27.05.2021

/новость

DPD и девелопер складской недвижимости Radius Group начали строительство крупнейшего в Восточной Европе и СНГ терминала, который будет расположен на территории индустриального парка «Южные Врата» в Подмосковье.

Площадь логистического комплекса составит около 30 тыс. кв. м, ее будет достаточно для операционной деятельности компании в течение последующих 12 лет. Новый хаб будет введен в эксплуатацию в первом квартале следующего года, начало операций запланировано на третий квартал.



Главное преимущество нового терминала — уникальная двухконтурная сортировочная линия производства FIVES Intralogistics, которая обеспечит сортировку до 25 тыс. посылок в час. Сортировочная линия от компании FIVES Intralogistics используется в Европе холдингом Geopost, головным офисом DPD.

Источник:

[DPD и Radius Group заложили первый камень в строительство высокотехнологичного логистического комплекса](#)

«Утконос» экспериментирует с вендинговыми автоматами

Vedomosti.ru, 26.05.2021 00:45:00

/новость

Онлайн-гипермаркет «Утконос» установит микромаркеты (разновидность вендинговых аппаратов) для продажи готовых блюд, сообщил [«Ведомостям»](#) его директор по развитию Михаил Часовников. Информацию подтвердил Глеб Харитонов, основатель компании Briskly, которая будет поставлять «Утконосу» оборудование.

На первом этапе восемь автоматов появятся в бизнес-центрах и на территории жилых комплексов Москвы. Если эксперимент окажется успешным, «Утконос» может расширить сеть до 100 точек и более.



УТКОНОС:
и.. и.. онлайн

По данным Data Insight, продажи «Утконоса» по итогам прошлого года выросли на 66%, составив 16,4 млрд руб. Чистый убыток за этот период вырос на 34,3%, до 3,9 млрд руб.

Источник:

[«Утконос» Алексея Мордашова создаст сеть вендинговых аппаратов](#)

Доля e-com сегмента в общем объеме российского фармрынка — 13,1%

Pharmvestnik.ru, 28.05.2021 16:50:00

/исследование

В первом квартале 2021 года суммарный объем онлайн-продаж/бронирования продукции аптечного ассортимента (лекарства + парафармацевтика) в России достиг 46,2 млрд руб. (в ценах конечного потребления, включая НДС), сообщает «Фармацевтический вестник» со ссылкой на доклад аналитической компании RNC Pharma.

Рублевая динамика относительно аналогичного периода 2020 года достигла 24%, в основном за счет нелекарственного ассортимента; динамика чисто по лекарствам достигла 13,4%. Доля e-com сегмента в общем объеме российского фармрынка, с учетом нелекарственного ассортимента составляет 13,1% по сравнению с 9,7% в первом квартале 2020 года. По мнению аналитиков, это закономерный процесс, в ходе которого онлайн фактически отбирает клиентов у классического фармритейла.

Выручка организаций, входящих в TOP20 e-com сегмента российского фармритейла, за первый квартал достигла 38,2 млрд руб. — это 82,7% от общего объема операций в рамках e-com сегмента в России за период. Общая доля лидеров по сравнению с показателями по итогам 2020 года корректируется вниз в результате активного развития игроков за пределами топа.

Абсолютный лидер — «Аптека.ру», которая по состоянию на первый квартал 2021 года занимала 4% от общего объема российской фармрозницы (с учетом парафармацевтического ассортимента). Компания демонстрирует динамику 13% — ниже общих темпов развития сегмента электронной коммерции на фармрынке. Рывок в развитии e-com направления обеспечили в основном нетоповые игроки.

Источник:

[Динамика e-com сегмента фармритейла в несколько раз превышает темпы развития розничного рынка](#)

№	Аптечная сеть	Центральный офис	Объем валовых e-com продаж в 1 кв 2021, млрд. руб.	Прирост продаж относительно 1 кв 2020, %, руб.	Доля ¹ на розничном-коммерческом фармрынке (ЛП + не ЛП) по итогам 1 кв 2021, %, руб.
1	Аптека.Ру	Новосибирск	14,2	13	4,0
2	Сбер Еаптека	Москва	2,8	78	0,8
3	АСНА	Москва	2,8	151	0,8
4	Ригла	Москва	2,5	228	0,7
5	ИРИС	Москва	2,3	33	0,7
6	Неофарм	Москва	2,0	54	0,6
7	Здравсити ²	Москва	1,7	-	0,5
8	Аптека-Таймер	Пермь	1,7	-23	0,5
9	ГК Эркафарм	Москва	1,5	8	0,4
10	Апрель	Краснодар	1,3	-	0,4
11	Аптечная сеть 36,6 ²	Москва	1,1	65	0,3
12	Фармлэнд	Уфа	1,1	168	0,3
13	Монастырев.рф	Владивосток	1,0	24	0,3
14	Имплозия ²	Самара	1,0	-	0,3
15	Планета Здоровья ²	Пермь	0,7	-	0,2
16	Ваша №1	Москва	0,2	367	0,1
17	Алоэ (Ранее Эдифарм)	С.-Петербург	0,1	-	0,03
18	Фармия	Воронеж	0,07	622	0,02
19	Социальная Аптека	Ростов-на-Дону	0,05	-	0,01
20	ОАС Челябинск	Челябинск	0,04	22	0,01

1 - доля рассчитана от суммарного объема коммерческого розничного рынка ЛП и парафармацевтики РФ
2 - экспертная оценка

Источник RNC Pharma®: Рейтинг российских аптечных сетей

Ромир: россияне доверяют Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркету

Romir.ru, 28.05.2021

/исследование

Ромир представил **индекс** заметности и доверия магазинам онлайн-ритейла с представленными food-категориями, присутствующим на территории России. Исследование проводится по международной методике GRI (Global Reputation Index), применяемой по всему миру.

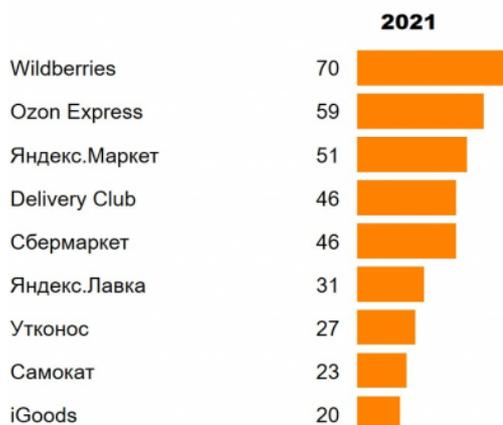
В рейтинге по индексу заметности лидируют Wildberries (знают 70% респондентов), Ozon (59%), Яндекс.Маркет (51%). Delivery Club и СберМаркет знают 46% россиян.

В индексе доверия, который основывается на разнице между долями респондентов, положительно и отрицательно относящихся к конкретному бренду, также лидируют Wildberries (78% всех опрошенных), Ozon (73%) и Яндекс.Маркет (70%). Delivery Club и СберМаркет выделили 66% россиян.



ИНДЕКС ЗАМЕТНОСТИ, %

(доля всех россиян знающих о компании)



ИНДЕКС ДОВЕРИЯ, п.п.

(рассчитывается как разница между положительными и отрицательными оценками компании россиянами)



Источник:

Wildberries, Ozon и Яндекс.Маркет заняли лидирующие позиции в рейтинге доверия россиян

App Annie: приложение McDonald's — лидер категории «Еда и напитки»

Appannie.com, 27.05.2021

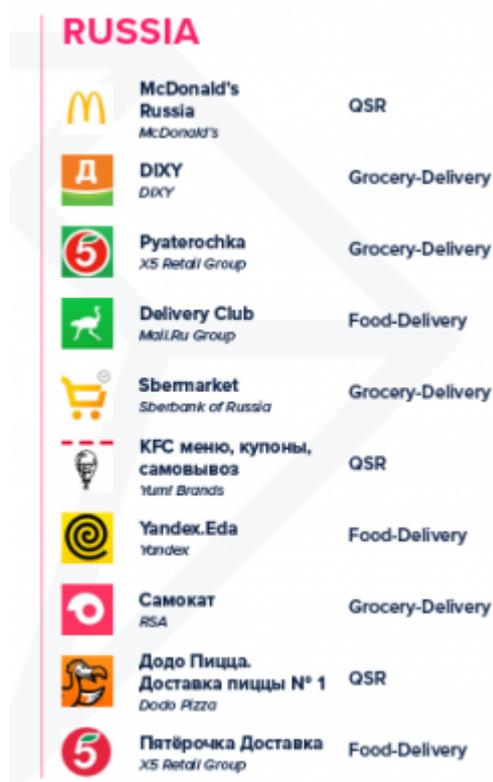
По данным аналитической компании App Annie, в первом квартале 2021 года лидером по скачиваниям в категории «Еда и напитки» в России стало приложение сети McDonald's.

Второе и третье места занимают приложения продуктовых ритейлеров «Дикси» и «Пятерочка». В топ-10 по числу скачиваний за квартал также входят сервисы доставки еды Delivery Club, СберМаркет, KFC, Яндекс.Еда, «Самокат», «Додо Пицца», «Пятерочка Доставка».

Источник:

[DoorDash Ranked #1 Among US Food Apps Despite Indoor Dining Reopening](#)

/исследование



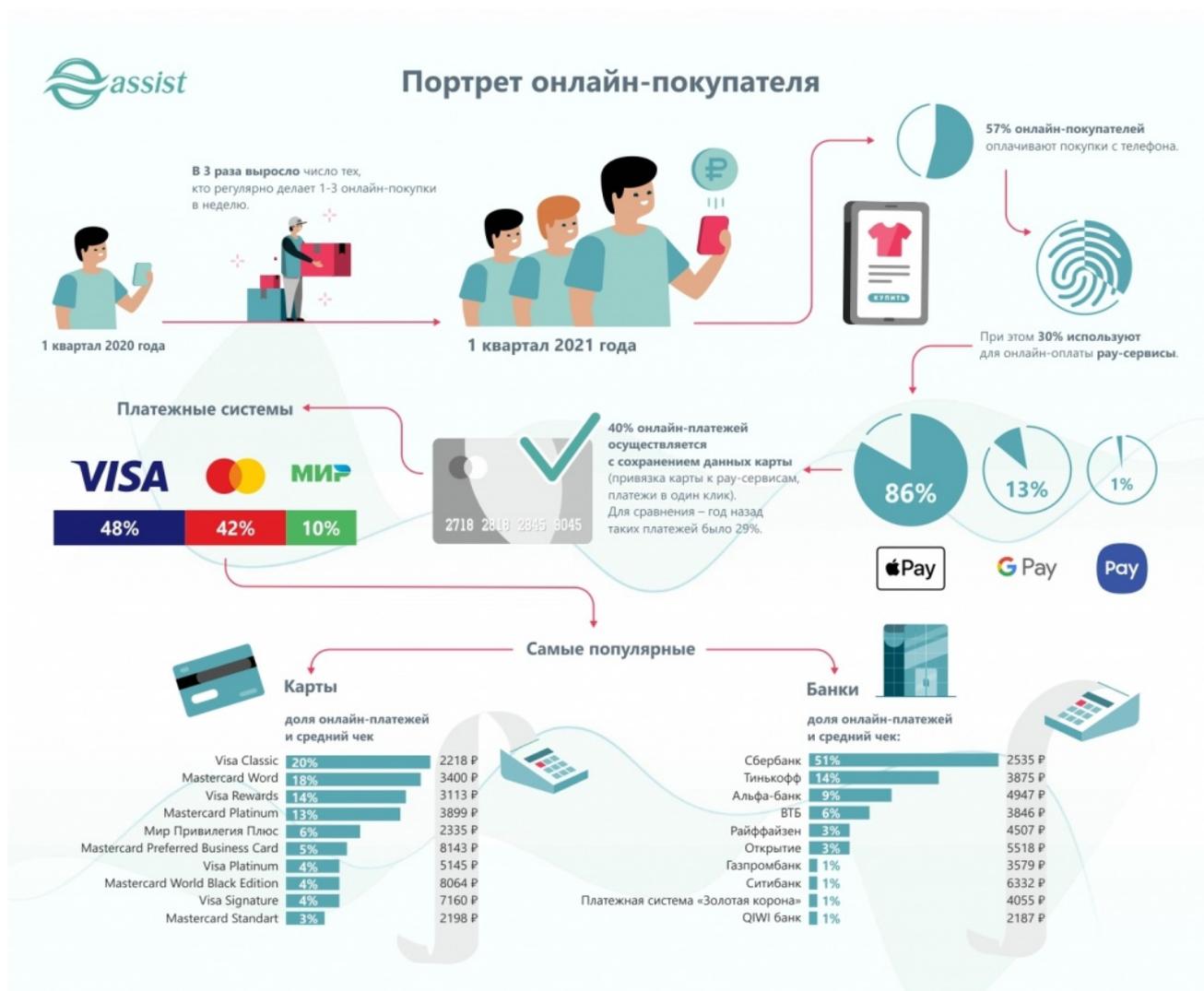
Assist: число регулярных онлайн-покупателей выросло в 3 раза

Assist.ru, 26.05.2021

/исследование

Assist проанализировал портрет онлайн-покупателя в первом квартале 2021 года.

- В 3 раза выросло число тех, кто регулярно делает 1-3 онлайн-покупки в неделю, по сравнению с первым кварталом 2020 года.
- 57% онлайн-покупателей оплачивают покупки с телефона.
- При этом 30% используют для онлайн-оплаты рау-сервисы (Apple Pay, Google Pay, Samsung Pay).
- Самый популярный рау-сервис — Apple Pay (86%), затем Google Pay (13%).
- 40% онлайн-платежей осуществляется с сохранением данных карты (привязка карты к рау-сервисам, платежи в один клик). Для сравнения – год назад таких платежей было 29%.
- 48% онлайн-покупателей расплачиваются картой Visa, 42% — Mastercard, 10% — «Мир».
- Самые популярные банки: Сбербанк (51%), Тинькофф (14%), Альфа-Банк (9%).



Источник:

Портрет онлайн-покупателя

Россияне нарастили онлайн-покупки в 2,3 раза за год

Checkindex.ru, 24.05.2021

/исследование

Согласно данным Чек Индекса, аналитического ресурса «Платформы ОФД», в первом квартале 2021 года объем онлайн-покупок в массовых сегментах розницы в денежном выражении вырос на 126% (в 2,3 раза) год к году.

Особенно заметные показатели демонстрируют foodtech-сегмент (рост в 5 раз год к году), электронная техника (рост свыше 2 раз), ремонтно-строительные товары (рост более чем в 2 раза). Однако со снятием большинства ограничений в стране и восстановлением привычного ритма трат, весной фиксируется постепенное снижение доли ecom-сектора.

Доля онлайн-шопинга в массовых сегментах изменилась с 5% (февраль 2020) до 9% (апрель 2021). При этом в апреле 2020 года доля онлайн-шопинга составляла 23-25%.

Топ-5 категорий по объему продаж в онлайн за апрель 2021 года:

Средний чек, апрель 2021 / 2020 гг.



	Ср. чек, руб.	Изм. ср. чека, %
Товары для ремонта, дома, хозяйства и сада	11940	95
Электроника, гаджеты, бытовая техника	12110	34
Парфюмерия и косметические средства	4100	1
Одежда и обувь	6700	18
Товары для спорта, активного отдыха и ЗОЖ	4580	1

Источник:

Шопинг раскинул Сеть. Россияне нарастили онлайн-покупки в 2,3 раза за год

Материал размещен на правах рекламы

Конференция по продвижению на маркетплейсах для крупных брендов и продавцов

Mrconf.pro, 02.06.2021

/реклама

Marketplace Conf 2021

8 июня пройдёт конференция по продвижению на маркетплейсах [MarketplaceConf2021](#), где спикеры-практики поделятся своим опытом в e-commerce. Участники конференции смогут обсудить самые горячие темы на маркетплейсах за круглыми столами, найти единомышленников и записаться на персональную встречу с ментором-экспертом.

В программе:

- Поиск перспективной ниши на маркетплейсах
- Грамотное планирование поставок, как инструмент продвижения
- Алгоритмы оптимизации поисковой выдачи
- Поиск инвестиций. Оценка и возможность дальнейшей продажи бизнеса
- Распространённые ошибки при работе с маркетплейсами и способы их предотвращения
- Отзывы и вопросы, стратегии управления репутацией на платформе
- SEO-оптимизация карточек товара и бенчмарк контента

Среди хедлайнеров мероприятия директора e-commerce топовых компаний и предприниматели, запустившие успешные бренды на российских маркетплейсах с оборотом в месяц более 10 млн руб. Узнайте больше о спикерах и менторах на сайте конференции, а также в Telegram чат-боте MRConf 2021.

Регистрируйтесь [по ссылке](#) на MarketplaceConf2021 и получите бонус от нашего партнёра – чек-лист для качественной аналитики на маркетплейсах.

Количество мест офлайн ограничено.

Ждем вас 8 июня на MRConf2021!

Источник:
[mrconf.pro](#)

Материал размещен на правах рекламы

Как эффективно поработать и отдохнуть с Data Insight на ECOM Expo'21

Expo.oborot.ru, 02.06.2021

/реклама

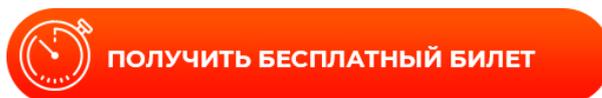


Выставка [ECOM Expo'21](#) — 9-10 июня. И это отличный повод найти новые идеи для интернет-магазина. Здесь будет всё для агрессивного расширения бизнеса и для повышения выручки без новых вложений, оптимизировав уже имеющиеся у вас ресурсы. Улучшайте сервис, предоставляйте выбор вариантов доставки, а также управляйте наличием ассортимента товаров под запросы покупателей. Технологии в интернет-торговле сделали колоссальный рывок за последний год и способны дать вам настоящее конкурентное преимущество.

Кстати, концепция выставки в этом году — гонки, конкуренция, скорости. Ведь своевременное внедрение инноваций, технологий и разумный выбор сервисов для интернет-торговли очень важны сейчас, чтобы набрать максимальные скорости. Все крупные интернет-магазины стоят в большой и единой пробке, а победить в гонке сможет технически-мобилизованный и юркий мотоциклист.

Выставку организуют наши коллеги, [Oborot.ru](#) — 9 и 10 июня в [ЦВК "Экспоцентр"](#). Мы сами там будем и вам горячо рекомендуем её посетить.

В конференц-пакет всем участникам вложен полезный подарок от Data Insight — карта "Экосистемы российского рынка электронной торговли 2021" в печатном виде. Приглашение бесплатное только для интернет-магазинов, retail-компаний. Достаточно предварительно зарегистрироваться на сайте. Регистрация на месте будет платной для всех. До встречи на выставке!



Источник:
expo.oborot.ru

Весь мир:

Glovo покупает у Delivery Hero три бренда доставки еды на Балканах

Techcrunch.com, 26.05.2021 02:42:00

/новость

Компания Glovo из Барселоны покупает у компании Delivery Hero три бренда доставки еды в Центральной и Восточной Европе: foodpanda в Румынии и Болгарии; Donesi в Сербии, Черногории, Боснии и Герцеговине; Pauza в Хорватии. Общая стоимость сделок оценивается в 170 млн евро.

В прошлом году Delivery Hero приобрела за \$272 млн несколько брендов в Латинской Америке у Glovo, которая решила уйти из региона и сосредоточиться на своих ключевых рынках.



Ранее в этом месяце Glovo также объявила о приобретении Ehrana — компании по доставке в Словении. Glovo уже присутствует на рынках Юго-Западной и Восточной Европы, а также Африки к югу от Сахары. Внимание к Балканам предполагает, что компания видит потенциал и в большей части Центральной Европы.

Delivery Hero в свою очередь решила вернуться на внутренний рынок Германии под брендом foodpanda. В 2018 году Delivery Hero продала свои подразделения в Германии другому конкуренту по доставке еды — гиганту Takeaway.com.

Источник:

[Glovo splurges \\$208M on three Delivery Hero brands in the Balkans](#)

Выручка Pinduoduo выросла на 239% в I кв. 2021 г.

Investor.pinduoduo.com, 26.05.2021

/новость

Китайская платформа электронной коммерции Pinduoduo объявила неаудированные финансовые результаты за первый квартал, закончившийся 31 марта 2021 года.

Общая выручка компании выросла на 239%, до \$3,38 млрд. Выручка от продажи товаров составила \$782,1 млн, от услуг онлайн-маркетинга и других сервисов — \$2,15 млрд, от транзакционных услуг — \$447,4 млн.

Операционный убыток составил \$633 млн. Чистый убыток, приходящийся на долю держателей обыкновенных акций, составил \$443,5 млн.

Среднее число пользователей в месяц выросло на 49% и достигло 724,6 млн. За 12 месяцев количество активных покупателей увеличилось на 31%, до 823,8 млн.

Источник:

[Pinduoduo Announces First Quarter 2021 Unaudited Financial Results](#)



M&S спасают онлайн-продажи, Ocado и кросс-бордер

Corporate.marksandspencer.com, 26.05.2021

/новость

По итогам 53 недель 2020/21 финансового года, завершившегося 3 апреля 2021 года, британский ритейлер M&S (Marks & Spencer) зафиксировал рекордный убыток в размере 201,2 млн фунтов стерлингов и признал необходимость радикальных преобразований. Компания планирует закрыть еще 30 магазинов, расширить партнерство с онлайн-ритейлером Ocado и наладить зарубежные партнерские отношения для интернет-продаж.

Выручка M&S от продаж одежды и товаров для дома снизилась на 31,5%. При этом рост онлайн-продаж на 53,9% частично компенсировал снижение продаж в магазинах на 56,2%. Онлайн-выручка группы за исключением Ocado составила 1,5 млрд фунтов стерлингов.

M&S

EST. 1884

Продукты под брендом M&S продаются в онлайн-магазине Ocado, составляя более 25% корзины и около половины продаж категории свежих продуктов. Следующим этапом является активное наращивание производственных мощностей и создание дополнительных возможностей для партнеров по совместному предпринятию. Доля Ocado Retail в чистой прибыли M&S составила 78,4 млн фунтов стерлингов.

Международные онлайн-продажи удвоились в 2020/21 году, и теперь M&S инвестирует во все более локализованный фулфилмент, расширяя свое присутствие на таких торговых площадках, как Zalando, а также запускает дополнительные сайты — в марте компания вышла сразу на 46 рынков.

Усовершенствование цифровой торговли, модернизация партнерских магазинов и развитие цепочки поставок позволяют M&S восстанавливаться после окончания карантина.

Источник:

[MARKS AND SPENCER GROUP PLC FULL YEAR RESULTS FOR 53 WEEKS ENDED 3 APRIL 2021 Online, Ocado and overseas selling now crucial for survival as M&S records a £201.2m pre-tax loss](#)

Amazon теперь доступен продавцам из 188 стран

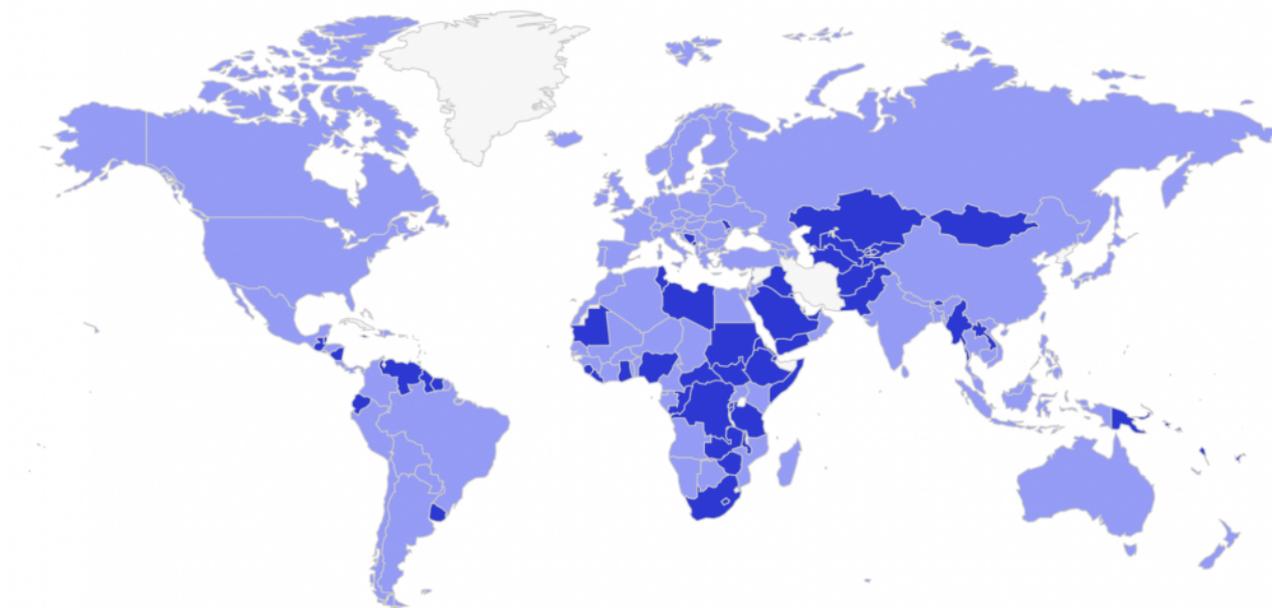
Marketplacepulse.com, 26.05.2021

/новость

Amazon позволил регистрироваться на своей платформе продавцам еще из 85 стран, в основном из Средней Азии, Ближнего Востока, Южной Америки и Африки. Теперь Amazon доступен продавцам из 188 стран.

Использовать Amazon не могут продавцы из стран, находящихся под строгими санкциями, таких как Куба, Иран и Северная Корея. Несмотря на попытки Amazon стимулировать трансграничную электронную торговлю, международные продавцы за пределами Китая составляют небольшую долю. Только девять стран — Канада, Великобритания, Индия, Япония, Австралия, Вьетнам, Таиланд, Южная Корея и Украина — насчитывают более 10 000 продавцов на Amazon.com.

Countries Accepted for Seller Registration on Amazon



Источник:

[Amazon Opens Doors to Sellers From Nearly 100 More Countries](#)

YouGov: предметы первой необходимости чаще покупают офлайн

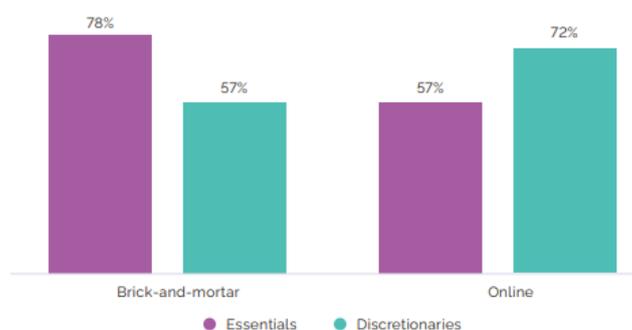
Business.yougov.com, 28.05.2021

/исследование

Согласно отчету YouGov International Omni-Channel Retail Report 2021, как обычные, так и онлайн-каналы широко распространены среди потребителей. 74% покупателей во всем мире совершали покупки через оба канала за последние три месяца.

Предметы первой необходимости чаще покупаются в офлайн-магазинах (78%), чем в интернете (57%), в то время как дополнительные товары предпочитают приобретать онлайн (72%), а не в магазине (57%).

Global product penetration (past 90 days) by type of goods (% of respondents)



Хотя во время пандемии шопинг переместился в интернет, многие потребители по-прежнему предпочитают делать покупки лично.

Это особенно верно в отношении таких категорий, как одежда, где взаимодействие с продуктом важно для покупок.

Физические магазины более предпочтительны, когда есть срочная необходимость в покупке или важно испытать продукты физически. Покупки онлайн совершают, чтобы не выходить из дома, из-за социального дистанцирования, более широкого ассортимента и наличия подробной информации о продукте.

Страны с самыми строгими социальными ограничениями, например, Великобритания и Германия, демонстрируют гораздо более высокие показатели проникновения онлайн по сравнению с обычными магазинами, особенно в отношении предметов личного пользования.

Выгоды и препятствия, которые покупатели ощущают при совершении покупок в интернете и в обычных условиях, различаются на развитых и развивающихся рынках. Например, покупатели на развивающихся рынках чаще упоминают безопасность данных, способы оплаты и время доставки как препятствия для совершения покупок онлайн.

В глобальном масштабе покупательское поведение в интернете мало различается между возрастными категориями, за некоторыми исключениями. Так, люди старше 55 лет чаще покупают лекарства и книги, а самые молодые группы тратят меньше на мебель.

Чем моложе покупатель, тем больше у него шансов проявить интерес к виртуальной или дополненной реальности.

В опросе приняли участие потребители из 17 стран, включая Австралию, Китай, США, Германию, Испанию, Индию, ОАЭ и др.

Источник:

[INTERNATIONAL OMNI-CHANNEL RETAIL REPORT 2021](#)

Стоимость доставки — ключевой фактор для онлайн-покупателей в Европе

Ecommercenews.eu, 28.05.2021

/исследование

В большей части Европы стоимость доставки является наиболее важным фактором при выборе интернет-магазина для 55% онлайн-покупателей. Совместно с исследовательским агентством YouGov компания Seven Senders опросила 8602 онлайн-покупателя в Германии, Франции, Великобритании, Нидерландах, Бельгии, Италии, Испании, Австрии и Швейцарии.

39% испанских и 32% французских клиентов разместят заказ, только если доставка бесплатна. В Великобритании эта цифра составляет всего 17%. Для 52% британцев готовность платить за доставку зависит от продукта и его доступности.

Если потребители в Великобритании ищут нишевый продукт, который продается только несколькими интернет-магазинами, стоимость доставки играет незначительную роль или не важна вообще. В Нидерландах так думают лишь 21% респондентов, что является самым низким показателем среди всех опрошенных стран.

В Нидерландах 34% потребителей ожидают бесплатной доставки при заказе от 20 евро и более. В Италии — всего 6% при той же стоимости заказа.

Во всех странах более четверти респондентов считают, что доставка всегда должна быть бесплатной; для 30% это зависит от суммы заказа; для каждого третьего это зависит от продукта и его доступности.

Доставка на дом по-прежнему остается наиболее предпочтительным методом. В Великобритании ее выбирают 90% респондентов, а во Франции — 63%, при этом 22% французских покупателей любят забирать посылки в почтовом отделении или в пункте доставки.

Выбор удобной даты или времени доставки особенно популярен в Нидерландах — 49% потребителей использовали этот способ хотя бы раз для своих последних пяти заказов. Во Франции так делали 36% опрошенных, в Бельгии — 35%, в Италии — 19%.

Источник:

[Delivery costs most important factor when choosing online stores](#)

Respondents willing to pay extra for sustainable delivery.



39%
Between
EUR 0.10 and
EUR 1



2%
More than EUR 1



17%
Amount depends
on the value of the
package

App Annie: популярность приложений для заказа еды и продуктов растет

Appannie.com, 27.05.2021

/исследование

Аналитическая компания App Annie отмечает рост популярности приложений для заказа еды и продуктов во всем мире в первом квартале 2021 года, несмотря на открытие заведений общепита после снятия коронавирусных ограничений.

Топ-3 приложений категории «Еда и напитки» в разных странах:

- США: DoorDash, UberEATS, McDonald's
- Бразилия: iFood Delivery de Comida, McDonald's App - Caribe/Latam, Ze Delivery de Bebidas
- Канада: Tim Nortons, UberEATS, DoorDash
- Франция: UberEATS, Deliveroo, McDo France
- Германия: Lieferando, McDonald's Germany, REWE
- Россия: McDonald's Russia, «Дикси», «Пятерочка»
- Великобритания: UberEATS, Deliveroo, McDonald's UK
- Китай: Meituan Waimai, Dianping, ele.me
- Япония: Demae-can, UberEats, KURASHIRU
- Южная Корея: Coupang Eats, Baedal Minjoc, Yogiyo
- Австралия: UberEATS, Menulog-Order Takeaway Online, DoorDash
- Гонконг: McDonald's Hong Kong, foodpanda, Deliveroo
- Индия: Zomato, Swiggy Food Delivery, Domino's Pizza India
- Индонезия: McDonald's App, Pizza Hut Delivery Indonesia, GrabMerchant



Top Food & Drink Apps by Downloads | Q1 2021

FRANCE	GERMANY	RUSSIA	UNITED KINGDOM
1 UberEATS Uber Technologies Food-Delivery	1 Lieferando Just Eat Takeaway Food-Delivery	1 McDonald's Russia McDonald's QSR	1 UberEATS Uber Technologies Food-Delivery
2 Deliveroo Deliveroo Food-Delivery	2 McDonald's Germany McDonald's QSR	2 DIXY DIXY Grocery-Delivery	2 Deliveroo Deliveroo Food-Delivery
3 McDo France McDonald's QSR	3 REWE REWE Group Retail-Brick	3 Pyaterochka XS Retail Group Grocery-Delivery	3 McDonald's UK McDonald's QSR
4 Too Good To Go Too Good To Go Food-Waste	4 Too Good To Go Too Good To Go Food-Waste	4 Delivery Club Mail.Ru Group Food-Delivery	4 Just Eat UK Just Eat Takeaway Food-Delivery
5 Just Eat France Just Eat Takeaway Food-Delivery	5 Burger King Germany Burger King Deutschland QSR	5 Sbermarket Sberbank of Russia Grocery-Delivery	5 Too Good To Go Too Good To Go Food-Waste
6 Jow JOW QSR	6 KptnCook KptnCook Cooking-Recipes	6 KFC меню, купоны, самовывоз Yum! Brands QSR	6 KFC UK: Mobile Ordering Yum! Brands QSR
7 Burger King France Burger King France QSR	7 KFC German Yum! Brands QSR	7 Yandex.Eda Yandex Food-Delivery	7 Domino's Pizza UK Domino's Pizza QSR
8 Phenix courses anti-gaspi PHENIX Food-Waste	8 EDEKA Genuss+ Edeka Retail-Brick	8 Самокат RSA Grocery-Delivery	8 Morrisons Match & More Morrisons Retail-Brick
9 Mon Cookoo SEB Development Cooking-Recipes	9 Pam Fitness & Food PLR UG Cooking-Recipes	9 Додо Пицца Доставка пиццы №1 Dodo PIZZA QSR	9 Costa Coffee Club Coco-Cola QSR
10 Vivino Wine Scanner Vivino APS Grocery-Delivery	10 Cookidoo Vorwerk Cooking-Recipes	10 Пятерочка Доставка XS Retail Group Food-Delivery	10 Morrisons Groceries Morrisons Retail-Brick

Note: iOS and Google Play combined; Among apps from the Food and Drink categories on iOS and Google Play. Rankings are based on App Annie Intelligence estimates as of April 16, 2021.

Источник:

[DoorDash Ranked #1 Among US Food Apps Despite Indoor Dining Reopening](#)

Шопинг в TikTok вырос на 553% за время пандемии

Tamebay.com, 27.05.2021 06:15:00

/исследование

Согласно исследованию Vazaarvoice, популярность покупок с использованием сервиса коротких видео TikTok за последние 12 месяцев выросла на 553%, что почти в три раза превышает аналогичный показатель для Instagram (189%) и Facebook (160%).

Instagram лидирует в сфере социальной коммерции: за последний год через платформу делали покупки 64% потребителей, затем следуют Facebook (45%) и TikTok (24%). В Pinterest за последние 12 месяцев число потребителей, совершающих покупки, выросло на 356%.



Исследование 3272 британских потребителей показало, что влияние социальных сетей на покупательские предпочтения значительно выросло за последний год, при этом социальные платформы все чаще становятся первой точкой входа для покупателей. 79% потребителей теперь больше склонны совершать покупки на социальных платформах, чем год назад. Количество тех, кто «всегда» делает покупки со своего смартфона, увеличилось на 214%, а количество тех, кто «всегда» делает покупки в социальных сетях, — на 146%.

Источник:

[TikTok Shopping increases 553% during pandemic](#)

Кейс:

Каждый десятый заказ клиенты «М.Видео» и «Эльдорадо» получают за два часа

Mvideoeldorado.ru, 28.05.2021 15:28:00

/кейс

Группа «М.Видео-Эльдорадо» доставила более 450 000 онлайн-заказов при помощи крупнейших агрегаторов такси с момента запуска сервиса быстрой доставки в апреле прошлого года. Доля экспресс-доставки составляет порядка 10% от общего числа курьерских отправок, а общее количество доставок на дом клиентам за последний год выросло вдвое.

Доставка в течение двух часов доступна почти в 300 городах присутствия «М.Видео» и «Эльдорадо». Среднее время ожидания с учётом сборки и доставки онлайн-заказа — около 1,5 часов, минимальное — 30 минут. Чаще других товаров с доставкой на такси заказывают смартфоны, ноутбуки, телевизоры до 43 дюймов, пылесосы и смарт-часы.



Высокую скорость исполнения онлайн-заказов обеспечивает разветвлённая сеть магазинов, где уже хранится нужный ассортимент. Более 15% клиентов воспользовались услугой больше одного раза.

Все доступные для покупки с доставкой на такси товары отмечены специальным значком. Минимальная стоимость заказа составляет 1990 руб., он должен быть оплачен онлайн, а общий вес не превышать 20 кг.

Источник:

Каждый десятый заказ покупателя М.Видео и Эльдорадо получают уже через два часа

Подкасты о e-commerce

В один клик

«Твой размер 39, зачем ты заказываешь 36». Коммерческий директор Lamoda — о том, как продавать одежду в интернете

Беседуют: Федор Вирин и Аяна Бабасанова

Гость: Александра Артюшкина, коммерческий директор Lamoda

Как Lamoda отбирает бренды, почему экология в тренде, и чем торговые представители лучше курьера.

[Apple Podcasts](#) | [Google Подкасты](#) | [Яндекс.Музыка](#) | [Castbox](#)



Практика_days

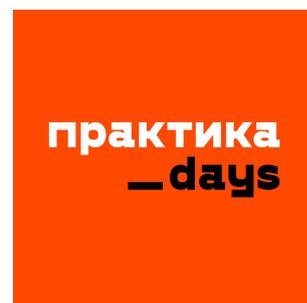
Как развивается нишевый аптечный маркетплейс «Ютека». Кирилл Якобенко

Беседует: Борис Преображенский

Гость: Кирилл Якобенко, CEO&Co-Founder «Ютека»

200 млн рублей инвестиций, IPO как мечта, положительная экономика при минимальной комиссии для продавцов — разговор о первом аптечном маркетплейсе в России.

[Apple Podcasts](#) | [Google Подкасты](#) | [Яндекс.Музыка](#) | [Castbox](#)
[YouTube](#) | [Facebook](#) | [ВКонтакте](#)



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.