

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2021 / № 22

07 Июня 2021 - 13 Июня 2021

В выпуске:

Россия:

Data Insight. Экосистема электронной торговли в России 2021

Маркетплейс позволил «М.Видео-Эльдорадо» за год утроить ассортимент

«Ашан» инвестирует более 20 млрд руб. в развитие цифровых сервисов

На «Утконос Онлайн» появились бытовая техника и электроника

Яндекс.Маркет закрывает раздел «Покупки» и объединяет витрины

Lightspeed покупает конструктор онлайн-магазинов Eswid за \$500 млн

Яндекс.Маркет открыл 10 сортировочных центров

Ozon представил витрину с квартирами

Wildberries запустил сервис покупки в кредит и рассрочку

Приложение AliExpress вошло в топ-10 по ежемесячной аудитории в России

Весь мир:

Финтех-стартап Klarna привлек \$639 млн и достиг оценки в \$45,6 млрд

Онлайн-продажи Inditex выросли на 67% в I кв. 2021 г.

Instagram позволит зарабатывать на размещении партнерских товаров

Alibaba запустила облачный продукт для e-commerce стриминга

Pinterest добавил список покупок с отслеживанием цен

Продажи топ-500 онлайн-ритейлеров Северной Америки выросли на 45,3%

В Индонезии доля e-commerce достигла 20% от всей розницы

JPMorgan: Amazon станет крупнейшим розничным продавцом США

Подкасты

Россия:

Data Insight. Экосистема электронной торговли в России 2021

Ecommerce.datainsight.ru, 09.06.2021

/новость

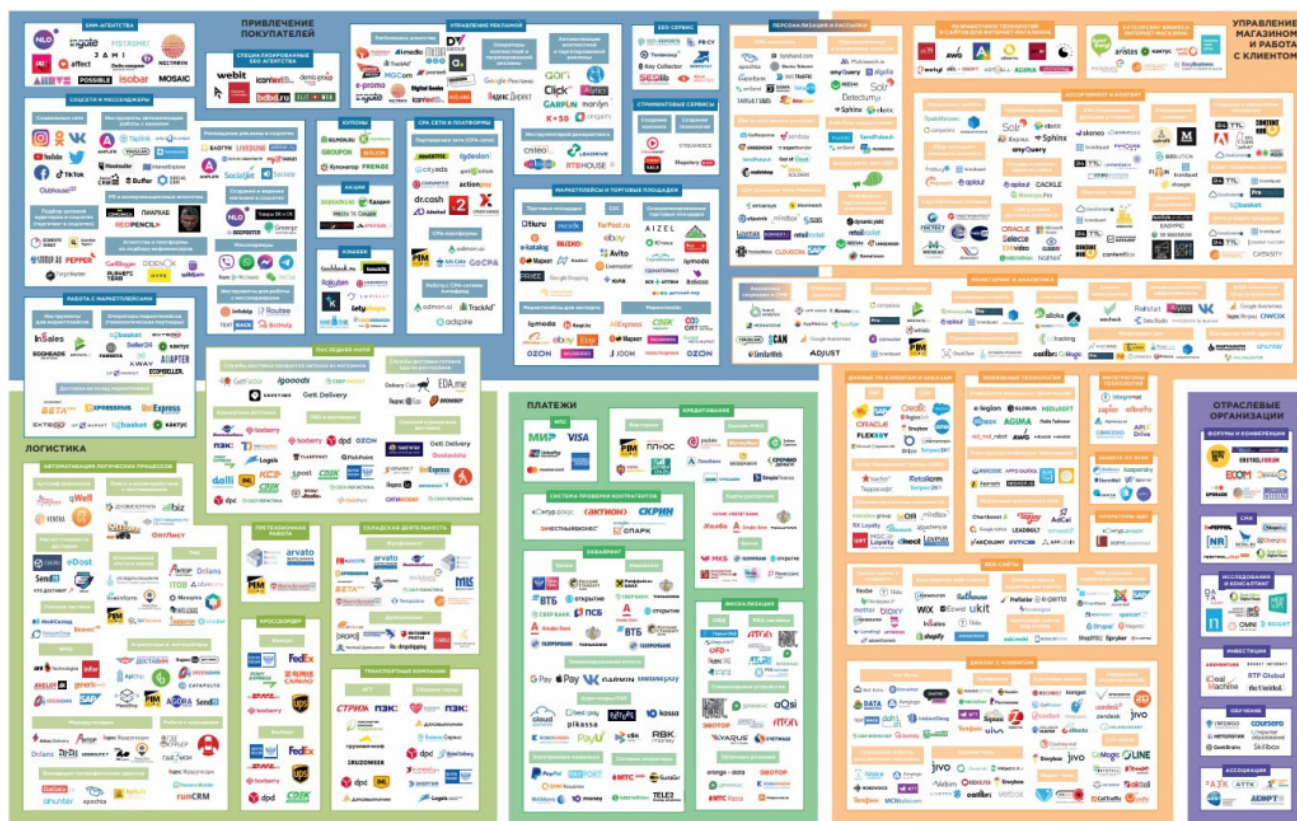
Data Insight при поддержке компаний RTB House, Boxberry, Dostavka.Guru, Global Rus Trade, Greensight, Inventive Retail Group, Mail.ru Group подготовили новую карту «Экосистема электронной торговли в России».

Цель экосистемы — показать общую картину, ключевые разделы рынка и важнейших игроков, создать у участников понимание структуры рынка и вариации услуг, а также показать области перспективного развития.

Изменения по сравнению с предыдущей версией карты 2019 года:

- Количество компаний, вошедших в карту, выросло с 690 до 856 сервисов.
- Количество подкатегорий также увеличилось. В 2021 году на карте представлено 134 подкатегории, а в 2019 году их было 30.

Электронная версия карты [на сайте](https://ecommerce.datainsight.ru)



Источник:

Карта экосистемы электронной торговли в России

Маркетплейс позволил «М.Видео-Эльдорадо» за год утроить ассортимент

Mvideoeldorado.ru, 10.06.2021 13:46:00

/новость

Группа «М.Видео-Эльдорадо» предлагает на своих онлайн-площадках и в магазинах порядка 130 000 товаров, что втрое больше, чем годом ранее. Это позволило дополнительно привлекать 150 000 покупок в месяц.

М.ВидеоЭльдорадо

В рамках масштабирования онлайн-платформы Группа развивает собственный маркетплейс электроники и комплементарных товарных категорий по модели 3P — продажа товаров партнеров за комиссию без создания товарных запасов. Среднемесячная посещаемость сайтов «М.Видео» и «Эльдорадо» превышает 70 млн человек, приложения брендов совокупно установили порядка 8 млн раз. Доля партнерских товаров на маркетплейсе составляет порядка 15% от общего онлайн-трафика.

Группа сотрудничает более чем со 100 крупными поставщиками. Среди партнеров маркетплейса «Холодильник.ру», «Марвел-Дистрибуция», «Евротюнинг», «Ресанта», «Сима-ленд», «Альфа-Медика». Группа также сотрудничает со СберМегаМаркетом по модели white label.

«М.Видео» в формате маркетплейса расширяет ассортимент основных категорий электроники, добавив редко востребованные модели. В «Эльдорадо» дополнительно появились позиции из электроники и комплементарных категорий.

В среднесрочной перспективе планируется расширить доступный на площадках ассортимент электроники и техники до 250 000 наименований.

Источник:

[М.Видео-Эльдорадо расширила ассортимент втрое за год в рамках развития собственного маркетплейса электроники](#)

«Ашан» инвестирует более 20 млрд руб. в развитие цифровых сервисов

Reuters.com, 09.06.2021 03:46:00

/новость

Французский ритейлер «Ашан» собирается к 2024 году потратить более 20 млрд руб. на развитие цифровых сервисов в России, чтобы увеличить онлайн-продажи, рассказал в интервью [Reuters](#) глава подразделения Филипп Брошар. Средства пойдут на техническую платформу, стратегическое партнерство, информационные технологии и т.д.

«Ашан» столкнулся с возросшей конкуренцией со стороны быстрорастущих российских ритейлеров и компаний, развивающих доставку, включая «Магнит» и «Ленту». В период пандемии «Ашан» нарастил долю онлайн-продаж в России практически с нуля до 6-10% от оборота. В течение двух лет руководство ритейлера собирается довести этот показатель до 20%.



Помимо расширения в интернете, компания модернизирует свои гипермаркеты и переключает внимание на более мелкие круглосуточные магазины, чтобы решить проблему изменения потребительских привычек.

Источник:

[French retailer Auchan outlines online expansion in Russia](#)

На «Утконос Онлайн» появились бытовая техника и электроника

Retail.ru, 08.06.2021 13:18:00

/новость

«Утконос Онлайн» добавил на свою онлайн-витрину бытовую технику и электронику — всего более 400 SKU. До конца года предложение будет расширено до 4300 наименований, при этом доля категории составит 7% от всего направления Non-Food «Утконос Онлайн».

Ранее товары данной категории не были представлены в онлайн-магазине. По первым результатам мая средний чек, включающий товары данной категории, вырос на 72%.



УТКОНОС:
и.. и.. онлайн

Ежемесячный рост категории «Мелкая бытовая техника» в денежном выражении составляет 30%, и компания продолжает наращивать предложение до ассортимента уровня специализированных магазинов.

Источник:

[«Утконос Онлайн» начал продавать бытовую технику и электронику](#)

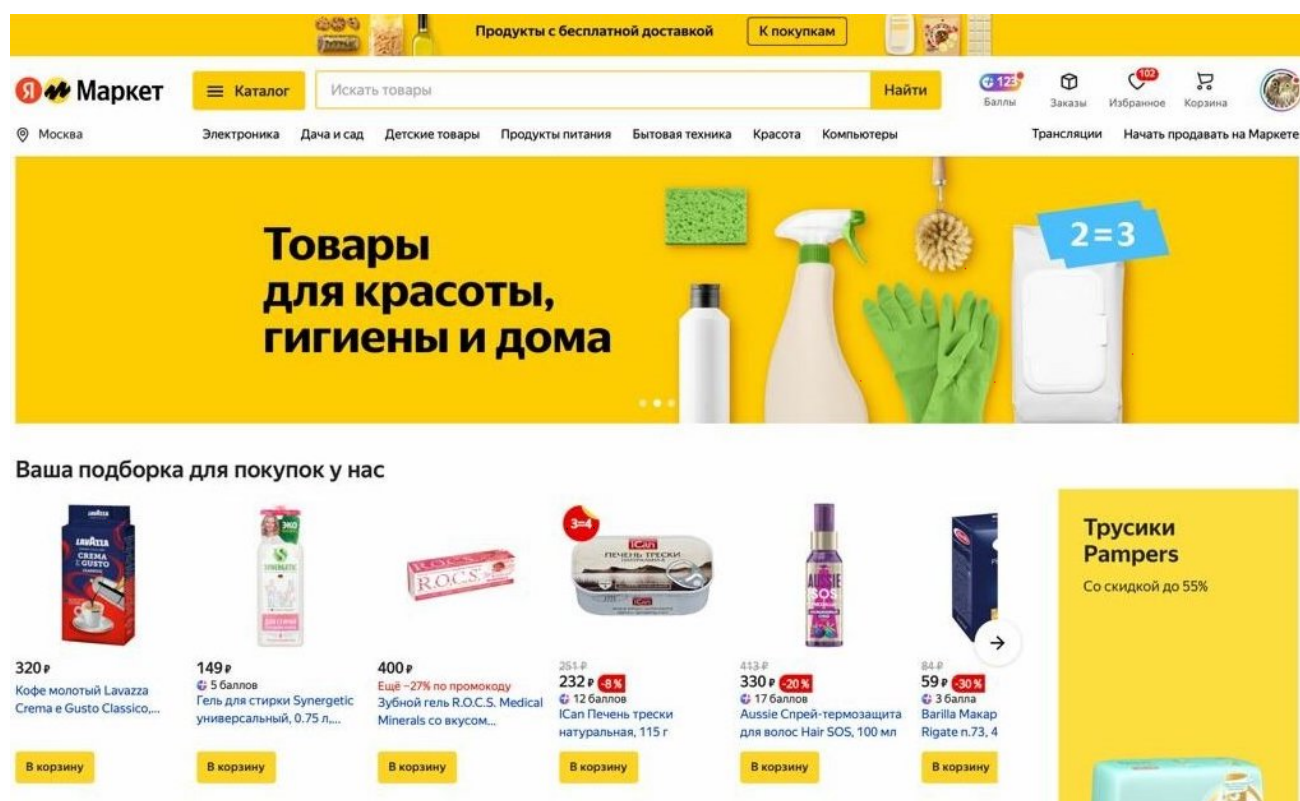
Яндекс.Маркет закрывает раздел «Покупки» и объединяет витрины

Market.yandex.ru, 08.06.2021

/новость

Яндекс.Маркет становится единой площадкой для выбора и покупки товаров и закрывает раздел «Покупки», в котором находился маркетплейс «Беру». Маркет продолжит развиваться как маркетплейс и рекламная платформа.

Некоторые категории (электроника, бытовая техника, компьютеры и детские коляски) полностью перейдут в формат маркетплейса до конца июня. Покупатели будут перенаправлены на сайты магазинов, только если не найдется подходящих товаров для заказа прямо на Маркете.



В веб-версии маркетплейс начнет перенаправлять посетителей «Покупок» на Маркет, в приложении сервиса и приложении Яндекс.Цены ничего не поменяется.

Тарифы, порядок работы с витриной, заказами, складами и сортировочными центрами, личный кабинет и мобильные приложения остаются прежними. Все рекламные услуги раздела «Покупки» уже доступны на Маркете и продолжают там работать.

Источник:

[Объединяем витрины: закрываем раздел «Покупки»](#)

Lightspeed покупает конструктор онлайн-магазинов Eswid за \$500 млн

Rb.ru, 07.06.2021

/новость

Международная облачная компания Lightspeed покупает российский конструктор интернет-магазинов Eswid Руслана Фазлыева за \$500 млн, из которых \$175 млн будут выплачены наличными, а \$325 млн — в виде акций. Сделку планируют закрыть к концу третьего квартала 2021 года.



Основанный в 2009 году Eswid обслуживает более 130 тыс. клиентов в более чем 100 странах. Выручка компании за последний год выросла на 50% и составила \$20 млн. Lightspeed разрабатывает облачные решения для рынка e-commerce. Компания базируется в Канаде, имеет представительства в США, Европе и работает по всему миру.

Источник:

[Российский e-commerce стартап Eswid купили за \\$500 млн](#)

Яндекс.Маркет открыл 10 сортировочных центров

Retail.ru, 07.06.2021 11:22:00

/новость

Яндекс.Маркет открыл 10 новых сортировочных центров по России: впервые — в Волгограде, Ярославле, Пензе, Оренбурге, Великом Новгороде, Уфе и Воронеже; дополнительные — в Нижнем Новгороде, Самаре, Екатеринбурге.

Открытие новых сортировочных центров в регионах позволяет местным магазинам продавать на маркетплейсе по модели FBS (Fulfillment by Seller).

Продавец хранит товары у себя, сам упаковывает и привозит в сортировочный центр, а Маркет доставляет их покупателям. Заказы из новых сортировочных центров будут развозить по всему домашнему региону, а в ближайший месяц — и по другим регионам.



В дополнение к четырем складам общей площадью в 120 тыс. кв. м Яндекс.Маркет уже запустил 30 сортировочных центров в разных городах. Благодаря развитию инфраструктуры общее число магазинов на сервисе выросло с начала года более чем в 2 раза, а ассортимент маркетплейса — втрое. Общее число сортировочных центров Яндекс.Маркета с начала года выросло более чем в 5 раз.

Источник:

[«Яндекс. Маркет» открыл сортировочные центры в десяти городах](#)

Ozon представил витрину с квартирами

T.me, 07.06.2021 10:19:00

/новость

На Ozon появилась [витрина](#) с квартирами от застройщика ГК «КОРТРОС», где можно забронировать эксклюзивные объекты, которых нет нигде, кроме как на Ozon. Это первый подобный российский проект — раньше застройщики не сотрудничали с маркетплейсами.

Механика отличается от традиционной модели классифайда. Ozon будем продавать платное бронирование, которое в среднем составляет 2% от стоимости. 25% от цены брони будут зачислены покупателю баллами Ozon, которые можно потратить на маркетплейсе.

На старте проекта доступны 30 квартир в московских жилых комплексах бизнес-класса. В карточки товаров для недвижимости встроены видеообзоры, панорамные фотографии и схемы планировки.

Выбрать и забронировать!
В цену услуги входит только платное бронирование

Кешбэк 25%

Доставка на эл. почту

457 032 P
434 180 P с Premium
Новинка
Квартира 81,54 м2 (2 к.) в ЖК Headliner, м.Шелепиха. Услуга бронирования!

В корзину

Кешбэк 25%

Доставка на эл. почту

505 120 P
479 864 P с Premium
Новинка
Квартира 93,61 м2 (3 к.) в ЖК Headliner, м.Шелепиха. Услуга бронирования!

В корзину

Кешбэк 25%

Доставка на эл. почту

528 352 P
501 934 P с Premium
Новинка
Квартира 81,31 м2 (2 к.) в ЖК Headliner, м.Шелепиха. Услуга бронирования!

В корзину

Кешбэк 25%

Доставка на эл. почту

412 020 P
391 419 P с Premium
Новинка
Квартира 45,97 м2 (1 к.) в ЖК Headliner, м.Шелепиха. Услуга бронирования!

В корзину

Смотреть видео про жилой комплекс

Преимущества ЖК Headliner
430 м до Москвы

Источник:

На Ozon появились квартиры и большой кешбэк за их покупку

Wildberries запустил сервис покупки в кредит и рассрочку

Interfax.ru, 07.06.2021 09:07:00

/новость

Интернет-ритейлер Wildberries запустил возможность покупки в кредит и рассрочку, сообщает [«Интерфакс»](#). Партнеры финтех-сервиса — брокерская компания Direct Credit, несколько банков (самый крупный — Тинькофф) и микрофинансовых организаций.

В кредит покупатели в РФ смогут приобрести 11 млн наименований товаров. Беспроцентная рассрочка доступна для ряда товаров из категории «Бытовая техника и электроника». В будущем ассортимент товаров для покупки в рассрочку расширится.



Минимальная стоимость покупки — 5000 руб., срок предоставления займа — от 6 до 24 месяцев. Кредитные условия зависят от категории товаров и индивидуальны для каждого покупателя. Скоринг осуществляют кредитные организации.

Источник:

[Wildberries запустил услугу покупки в кредит и рассрочку](#)

Приложение AliExpress вошло в топ-10 по ежемесячной аудитории в России

Appannie.com, 10.06.2021

/исследование

Согласно [отчету](#) аналитического сервиса App Annie, в 2020 году приложение AliExpress вошло в топ-10 по мобильной аудитории в России, став единственным приложением для покупок в списке.

В России время использования мобильных шопинг-приложений выросло с 25,8 млн часов в неделю в декабре 2019 года до пика в 51,8 млн часов в неделю в ноябре 2020 года.

По времени, проведенному в приложениях для шопинга, в 2020 году лидируют Avito, Wildberries, AliExpress, Ozon, «Юла». В категории еды и напитков в 2020 году пользователи больше всего времени провели в приложениях «Пятерочка», Delivery Club, Яндекс.Еда, «ВкусВилл», «Едадил».

В апреле 2021 года в топ по затраченному пользователями времени вошли Avito, AliExpress, Wildberries, Ozon. В десятку также попали приложения Яндекс.Маркета и Почты России.



Note: Android phones, Apps from the Shopping categories across iOS and Google Play. Rankings are based on App Annie Intelligence estimates as of June 2, 2021.

Источник:

[The State of Mobile 2021](#)

[Рейтинг приложений для шопинга: данные App Annie](#)

[AliExpress стал единственным шопинг-приложением в России, вошедшим в топ по ежемесячной аудитории](#)

Весь мир:

Финтех-стартап Klarna привлек \$639 млн и достиг оценки в \$45,6 млрд

Klarna.com, 10.06.2021

/НОВОСТЬ

Шведский финтех-стартап Klarna, который предлагает прямые платежи, варианты оплаты покупок после доставки и в рассрочку, привлек \$639 млн. Оценка компании выросла до \$45,6 млрд, что сделало Klarna самым дорогим стартапом Европы.

Раунд возглавил SoftBank, средства также вложили уже существующие инвесторы Adit Ventures, Honeycomb Asset Management и WestCap Group. Финансирование будет направлено на дальнейший рост на американском рынке, а также запуск в новых странах.

The Klarna logo is displayed in a large, bold, black sans-serif font.

С помощью приложения Klarna пользователи могут просматривать товары и делать покупки у брендов в рассрочку, управлять расходами, инициировать возврат средств, получать доступ к индивидуальным скидкам и уведомления о снижении цен. Klarna работает в 17 странах и в 2021 году выйдет в новые. Услугами компании пользуются 90 млн активных потребителей и 250 000 розничных партнеров по всему миру, включая H&M, IKEA, Expedia Group, Samsung, ASOS, Peloton, Abercrombie & Fitch, Nike и AliExpress.

Источник:

[Klarna secures additional funding as consumers demand smarter alternatives to shop, bank, & pay](#)

Онлайн-продажи Inditex выросли на 67% в I кв. 2021 г.

Inditex.com, 09.06.2021

/НОВОСТЬ

В первом квартале 2021 года (с 1 февраля по 30 апреля) продажи испанской Inditex Group, которая управляет брендами Zara и Zara Home, Pull & Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho и Uterque, выросли на 50% и составили 4,9 млрд евро. Без учета изменения курсов обмена валют показатель вырос на 56%.

INDITEX

Онлайн-продажи без учета изменения курсов обмена валют выросли на 67%. В период с 1 мая по 6 июня 2021 года в магазинах и онлайн был зарегистрирован рост продаж на 102% в годовом исчислении по сравнению с аналогичным периодом 2020 года и на 5% по сравнению с 2019 годом.

За 2020 год в целом онлайн-продажи составили чуть менее трети всех продаж Inditex по сравнению с 14% в 2019 году.

Источник:

[Inditex sales grow 50% in 1Q21, with May sales above 2019 levels](#)

Instagram позволит зарабатывать на размещении партнерских товаров

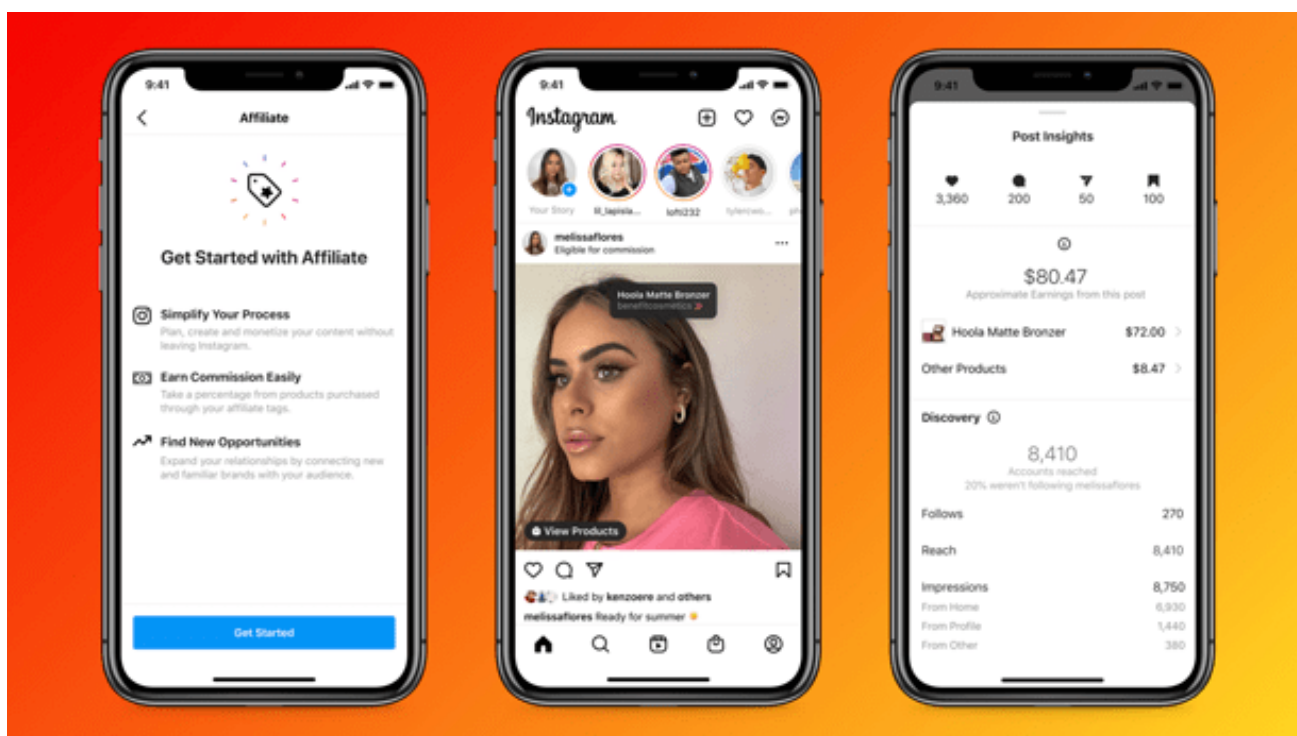
About.instagram.com, 08.06.2021

/новость

Instagram анонсировал тестирование нативного партнерского инструмента, который позволит авторам делиться информацией о товарах со своими пользователями и получать комиссию за совершенные в приложении покупки.

Публикации с партнерскими товарами будут содержать пометку Eligible for commission. Тестирование пройдет с небольшой группой авторов и компаний из США, включая Benefit, Kopari, MAC, Pat McGrath Labs и Sephora, и в будущем расширится до большего числа партнеров.

Кроме того, для авторов, которые хотят продавать свои собственные товары, упрощается добавление существующего магазина или открытие нового в своем профиле.



Источник:

[New ways for creators to make a living](#)

Alibaba запустила облачный продукт для e-commerce стриминга

Cnbc.com, 08.06.2021 04:08:00

/новость

Компания Alibaba запустила облачный продукт для прямых трансляций в сфере электронной коммерции. Это позволит онлайн-ритейлерам реализовывать функцию покупок в режиме реального времени на своих сайтах или в приложениях, размещенных в облаке Alibaba.

Шопинг во время прямых эфиров стал очень популярным в Китае и растет в других частях Азии. Alibaba надеется, что такой продукт поможет ей выделиться на облачном рынке среди американских конкурентов, включая Microsoft и Amazon.



Источник:

[Alibaba expands cloud products with livestream shopping in its battle against Amazon](#)

Pinterest добавил список покупок с отслеживанием цен

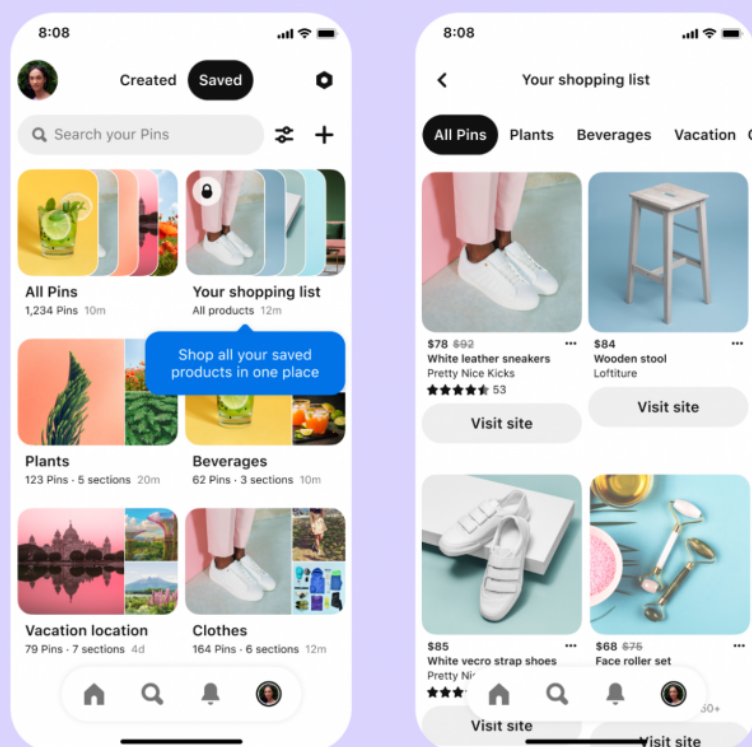
Newsroom.pinterest.com, 07.06.2021

/новость

Пользователи в 7 раз чаще покупают товары, которые сохранили на Pinterest, согласно внутренним данным сервиса по состоянию на май 2021 года. В связи с этим платформа запустила новую функцию «Список покупок», позволяющую автоматически сохранять товарные пины в одном месте и получать уведомления об изменении цен.

Pinterest также предоставил возможность покупать товары на своей платформе пользователям в Австралии, Канаде, Франции и Германии. Опция составления списка покупок сначала будет доступна в США и Великобритании, а до конца года появится и на новых рынках.

Пользователи Pinterest тратят каждый месяц вдвое больше, чем те, кто не использует сервис, а размер корзины у них больше на 85%.



Источник:

[Pinterest takes the best of offline shopping and brings it online](#)

Продажи топ-500 онлайн-ритейлеров Северной Америки выросли на 45,3%

Digitalcommerce360.com, 09.06.2021

/исследование

Согласно свежему отчету Digital Commerce 360, продажи топ-500 ведущих онлайн-магазинов Северной Америки в совокупности выросли в 2020 году на 45,3%, до \$849,46 млрд. Темпы роста выше, чем у рынков США (на 32,4%) и Северной Америки в целом (34,2%).

Самый быстрый рост наблюдался среди продавцов, занимающих места с 1 по 100 — на 47,4%. В 2019 году самый быстрый рост фиксировали ритейлеры, занимающие места с 401 по 500 — 18,9%, а в 2020 году они были самой медленно растущей группой — 27,9%.

Десять крупнейших интернет-магазинов росли даже быстрее, чем 100 крупнейших — на 52,5%. На этих ритейлеров пришлось 62,8% продаж топ-500 по сравнению с 59,9% в 2019. Топ-10 в этом году изменился: Walmart оказался на втором месте, впервые в десятку попали Kroger и Costco.

Amazon с большим отрывом сохраняет позицию интернет-магазина №1 в Северной Америке. На него пришлось 35,7% от всех продаж топ-500. Доля снизилась с 36,7% в 2019 году.

Розничные продавцы игрушек и товаров для хобби поднялись в среднем на 24 позиции в рейтинге. Ритейлеры одежды опустились в среднем на 15 позиций в топ-500. Продавцы продуктов питания и напитков поднялись в среднем на 23 позиции, а ритейлеры ювелирных изделий опустились в среднем на 10 позиций.

Объем продаж розничных продавцов продуктов питания и напитков в интернете вырос на 104,8%. Розничные продажи игрушек и товаров для хобби подскочили на 68,2% в годовом исчислении.

Источник:

[Meet the 500 largest online retailers in North America](#)

LEADERS			
Ranked by 2020 web sales			
2021 Rank	Retailer	2020 Web Sales	2020 Rank
1	Amazon		1
2	Walmart		3
3	Apple		2
4	Home Depot		4
5	Best Buy		6
6	Target		5
7	Wayfair		12
8	Kroger		6
9	Staples		13
10	Costco		8

Source: Digital Commerce 360, Data as of April 2021.

В Индонезии доля e-commerce достигла 20% от всей розницы

Techinasia.com, 07.06.2021

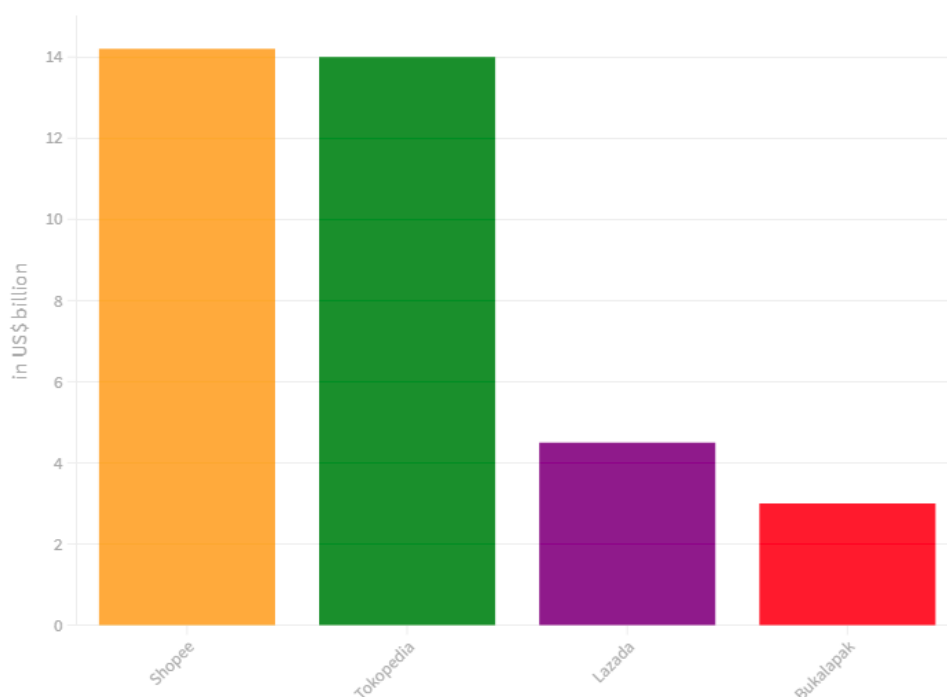
/исследование

По данным исследовательской компании Momentum Works, доля электронной торговли в Индонезии выросла с 2% от общего объема розничных продаж в 2016 году до 20% в 2020 году. В отчете отмечается, что это больше, чем в США, Франции, Дании, Норвегии, Швеции и Испании.

Согласно отчету E-commerce SEA 2020 от Google, Temasek и Bain & Company, общий объем оборота товаров (GMV) в электронной торговле Индонезии в прошлом году достиг \$32 млрд. Momentum Works оценивает чистый объем онлайн-продаж в стране за 2020 год в \$32,2 млрд.

Маркетплейсы Tokopedia и Shopee по-прежнему находятся в авангарде борьбы за сектор электронной коммерции страны. Shopee обладает замкнутой экосистемой с собственными платежными и логистическими услугами, а слияние Tokopedia с суперприложением Gojek увеличит его ресурсы. Компании нарастили свое преимущество перед другими претендентами, такими как Lazada, Bukalapak, Blibli и JD.com Indonesia.

GMV of Indonesia's leading ecommerce firms



Source: Momentum Works

Источник:

Report: Ecommerce penetration in Indonesia higher than in the US, France

JPMorgan: Amazon станет крупнейшим розничным продавцом США

Cnbc.com, 11.06.2021 10:47:00

/мнение

Согласно исследованию JPMorgan, Amazon в 2022 году обгонит Walmart в качестве крупнейшего розничного продавца в США. По мнению аналитиков компании, розничный бизнес Amazon в США является «самым быстрорастущим в масштабах». В период с 2014 по 2020 год общий объем оборота товаров Amazon в США, или GMV, рос «значительно быстрее», чем скорректированные розничные продажи и электронная торговля в США.

JPMorgan считает, что GMV Amazon растет быстрее, чем у его крупнейшего розничного конкурента Walmart. Оборот Amazon в 2020 году вырос на 41%, до \$316 млрд, в то время у Walmart на 10% в годовом исчислении, до \$439 млрд. Основываясь на текущих оценках, аналитики считают, что Amazon может превзойти Walmart и стать крупнейшим ритейлером США в 2022 году.



Всплеск продаж Amazon, вызванный пандемией, помог ему расширить свою долю рынка. По оценкам JPMorgan, доля Amazon на рынке e-commerce в США выросла с 24% в 2014 году до 39% в 2020 году.

Аналитики Bank of America отметили, что Amazon на пути к тому, чтобы стать «одной из крупнейших компаний по доставке» в США. По оценкам, Amazon доставит 7 млрд посылок в 2021 году, что превзойдет примерно 6 млрд посылок, которые должна доставить в США UPS. В последние годы Amazon построил службу доставки, которая конкурирует с UPS, FedEx и почтовой службой США. Ритейлер поддерживает постоянно растущую сеть складов и станций доставки «последней мили», а также обширную логистическую сеть с самолетами, грузовиками и фургонами.

Источник:

[Amazon will overtake Walmart as the largest U.S. retailer in 2022, JPMorgan predicts](#)

Подкасты

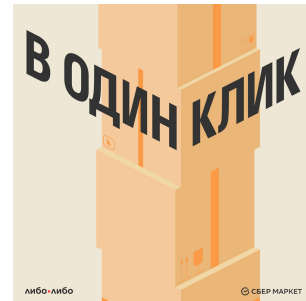
В один клик

«Потребитель хочет всего и сразу, здесь и сейчас». Наталья Баскинд из PepsiCo в России — о том, как корпорации продают в интернете

Беседуют: Федор Вирин и Аяна Бабасанова

Гость: Наталья Баскинд, digital & e-commerce директор PepsiCo в России

Как компания со столетней историей адаптируется к интернет-маркетингу, что такое покупательские миссии и зачем продавать Lay's в коробках за 2 тысячи рублей.



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

Digital Voice

Татьяна Умряева — Экосистема Яндекса, роботы в доставке и покупка KupiVip

Гость: Татьяна Умряева, директор Яндекс.Маркета

Зачем понадобилось покупать площадку KupiVip и что с ней будет, как расти в условиях нехватки трафика и одинаковости предложения, как экосистема Яндекса поможет Маркету, какие новые технологии тестируют в Маркете и очень верят в их успех.



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

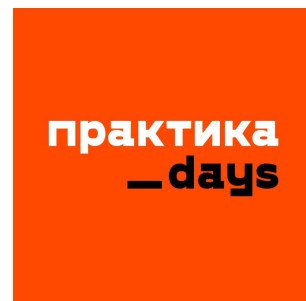
Практика_days

Сможет ли AliExpress стать маркетплейсом №1 в России? Дмитрий Селихов

Беседует: Борис Преображенский

Гость: Дмитрий Селихов, директор по развитию бизнеса AliExpress Россия

Как развивается локальный маркетплейс AliExpress Россия, в чем его УТП и ключевые цели, а также о Live Streaming-шопинге, социальной коммерции, экспортном проекте и многом другом.



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

Как и почему X5 развивает свой онлайн-бизнес. Леонид Довладбегян, Vprok.ru «Перекрёсток»

Беседует: Борис Преображенский

Гость: Леонид Довладбемян, управляющий директор онлайн-гипермаркета Vprok.ru
«Перекрёсток»

О Vprok.ru, агрегаторе «Около», ключевых целях и планах по выходу на IPO, гиперлокальной доставке и построении собственной экосистемы.

[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
- 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.