

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2021 / № 23

14 Июня 2021 - 20 Июня 2021

В выпуске:

Россия:

«Утконос» начал продавать товары для дачи, сада и огорода

Wildberries предложил свежие продукты и цветы с экспресс-доставкой

«Здравсити» запустил опцию «Забрать за час» во всех регионах присутствия

«Утконос» уходит из Санкт-Петербурга и передает склад «Ленте»

Voxberry: объем отправляемых в Казахстан и Беларусь заказов вырос в 3 раза

Яндекс.Еда заработала в Минске

Ozon Express вышел в Санкт-Петербург

Директором по развитию продукта Delivery Club назначен Денис Блинов

Лучший чекаут в веб-версии — у «М.Видео», в мобайле — у Яндекс.Маркета

E-com _Summer. Летние тренды интернет-торговли

Весь мир:

eMarketer: рынок e-commerce Канады — второй по темпам роста в 2020 г.

Онлайн-продажи в США выросли на 39% в I кв. 2021 г.

Shopify предложил свой инструмент оплаты всем продавцам в Facebook и Google

E-commerce в Швейцарии выросла на четверть в 2020 г.

74% европейских потребителей не сократят онлайн-шопинг после пандемии

В Украине рынок электронной коммерции вырос на 41% в 2020 г.

Juniper Research: онлайн-продажи в рассрочку составят \$266 млрд в 2021 г.

К 2025 году треть продаж розничных сетей будет происходить онлайн

Подкасты и видео

Россия:

«Утконос» начал продавать товары для дачи, сада и огорода

Е-repper.ru, 18.06.2021

/новость

В онлайн-магазине «Утконос» появилась категория «Товары для дачи, сада и огорода». До конца июня покупателям станет доступен ассортимент из 1500 различных товаров, а к концу года предложение расширится до 2000 наименований.



УТКОНОС:

и.. и.. онлайн

Новая категория присутствует на всех фулфилмент-центрах компании, а также доступна для заказа от двух часов.

На прошлой неделе ритейлер начал торговать бытовой техникой и электроникой. Всего в онлайн-магазине представлено 62 тыс. уникальных товаров, из которых 28 тыс. приходится на категорию Non-Food.

Источник:

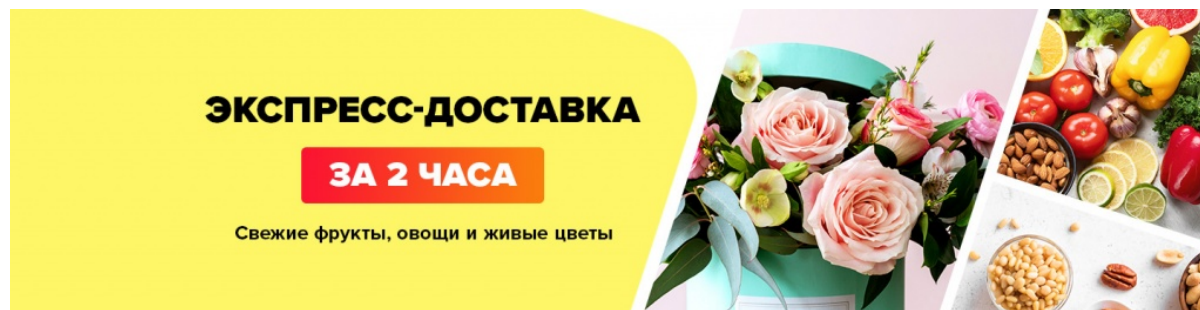
["Утконос" рвётся в Non-food](#)

Wildberries предложил свежие продукты и цветы с экспресс-доставкой

Kommersant.ru, 17.06.2021

/новость

Wildberries начал продажу свежих фруктов, овощей, зелени, рыбы, мяса, птицы, морепродуктов, а также готовых блюд и цветов, сообщает [«Коммерсантъ»](#).



Доставкой занимаются поставщики самостоятельно со своих складов, срок исполнения заказа — до двух часов. Первыми партнерами маркетплейса стали рынок «Фуд сити» и ритейлер «Цветочный ряд».

Вначале доставка возможна только в пределах МКАД и в поселках Мосрентген, Московский и Коммунарка. В планах Wildberries — расширить географию доставки и договориться с другими участниками продуктового рынка, в том числе с крупными сетями.

По оценкам Infoline, в первом квартале 2021 года продажи продуктов питания в онлайн-канале в России выросли в 4 раза, до 70 млрд руб.

Источник:

[Wildberries пошел на рынок](#)

«Здравсити» запустил опцию «Забрать за час» во всех регионах присутствия

Pharmvestnik.ru, 17.06.2021 13:34:00

/новость

Возможность забронировать товар на сайте «Здравсити» и забрать его за час стала доступна во всех регионах присутствия онлайн-ресурса, пишет [«Фармацевтический вестник»](#). Ранее услуга работала в тестовом режиме в Московском регионе.



Оформив заказ, клиент получает sms с уникальным номером и суммой заказа, адресом и контактами выбранной аптеки. Оплата производится при получении. При оформлении рецептурных препаратов провизору необходимо предъявить рецепт. Заказ хранится в аптеке 48 часов с момента бронирования. Опция доступна в 5 тыс. аптек.

«Здравсити» — онлайн-сервис ЦВ «ПРОТЕК» для заказа и доставки лекарственных препаратов, товаров для красоты и здоровья. Аудитория ресурса — более 9 млн чел. в месяц.

Источник:

[Опция «Забрать за час» заработала во всех регионах присутствия «Здравсити»](#)

«Утконос» уходит из Санкт-Петербурга и передает склад «Ленте»

Vc.ru, 17.06.2021 15:00:00

/новость

«Утконос» прекращает работу в Санкт-Петербурге, передав доставку продуктов и склад «Ленте», сообщает vc.ru. Обе компании принадлежат «Севергрупп» Алексея Мордашова. «Утконос» [предлагает](#) покупателям делать покупки в «Лента Онлайн» и дарит промокод на заказ.



С момента запуска «Утконос ОНЛАЙН» в Северной столице прошел почти год. За это время было доставлено 117 819 заказов 35 500 покупателям.

Пока стратегия «Утконоса» направлена на развитие в Москве и Московской области и общего проекта с «Лентой» в Петербурге. Компании уже объединены решениями в сфере IT, маркетинга и закупок.

Источник:

«Утконос» прекратит работу в Петербурге и передаст доставку продуктов и склад «Ленте»

Voxberry: объем отправляемых в Казахстан и Беларусь заказов вырос в 3 раза

New-retail.ru, 17.06.2021 12:25:00

/новость

По данным службы доставки Voxberry, с начала 2021 года объем заказов, отправляемых ими в Казахстан и Беларусь, вырос в 3 раза по сравнению со второй половиной 2020 года.



«Сейчас онлайн-экспорт в страны СНГ является одним из самых перспективных направлений e-commerce, востребованным как представителями малого бизнеса, так и крупными интернет-площадками, включая маркетплейсы», — отмечает Михаил Конев, руководитель направления Voxberry СНГ.

Беларусь и Казахстан в 2020 году вошли в топ-3 ключевых экспортных направлений. В них и в других странах СНГ стабильно увеличивается число интернет-покупателей. В странах СНГ покупатели проявляют большой интерес к товарам российских продавцов. Наибольшим спросом пользуются книги, товары для красоты и здоровья, одежда, обувь и аксессуары, зоотовары и товары для хобби. Voxberry доставляет онлайн-заказы также в Армению и Киргизию.

Источник:

[Российские интернет-магазины стали отправлять в СНГ в 3 раза больше заказов](#)

Яндекс.Еда заработала в Минске

Oborot.ru, 15.06.2021

/новость

Российский сервис Яндекс.Еда заработал в столице Беларуси. Сделать заказ можно в пределах МКАД из приложения Яндекс.Go или отдельного приложения Яндекс.Еды.

Яндекс © Еда

Яндекс сообщил, что к сервису уже подключены около сотни ресторанов. Однако приложение показывает пользователям только заведения, заказ из которых доступен по зоне покрытия. Список партнеров и зона доставки будут расширяться.

Доставкой займутся курьеры из партнерских логистических служб и собственные сотрудники ресторанов. Время доставки — в среднем 30 минут. Большинство курьеров сейчас пешие.

Источник:

[Яндекс.Еда заработала в Минске: почему местные пользователи видят там один ресторан вместо 100 и, вообще, каковы условия для белорусов](#)

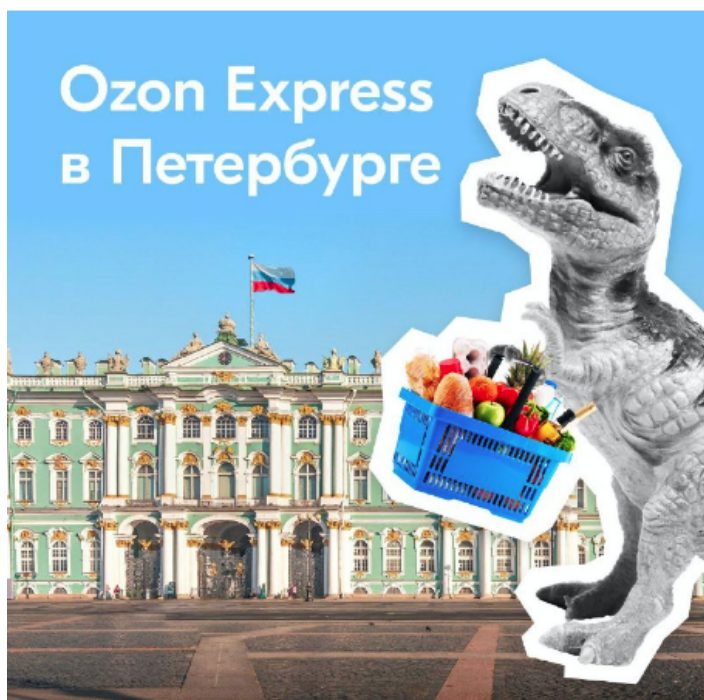
Ozon Express вышел в Санкт-Петербург

T.me, 15.06.2021 11:08:00

/новость

Ozon Express начал региональную экспансию с Санкт-Петербурга, где открылся первый даркстор сервиса. В начале июля откроются новые дарксторы, и Ozon Express покроет весь Петербург, а также Пушкин, Павловск, Колпино, Парголово и другие районы.

Для заказа доступны порядка 10 тыс. наименований товаров. Кроме стандартного набора продуктов Ozon доставляет редкие фрукты, соусы, необычную бакалею, широкую линейку FMCG и косметики, электронику, товары для мам и детей, одежду. Ассортимент вскоре будет расширен, в том числе за счет локальных производителей продуктов и поставщиков готовой еды.



Источник:

[Ozon Express теперь в Петербурге](#)

Директором по развитию продукта Delivery Club назначен Денис Блинов

Dc-club.tilda.ws, 15.06.2021

/НОВОСТЬ

Должность директора по развитию продукта (CPO) сервиса доставки готовой еды Delivery Club занял Денис Блинов. Ранее он возглавлял продуктовый департамент Яндекс.Лавки, до этого работал в сингапурской финтех-компании Osome, а также Qlean и Авито.

Приоритетной задачей Дениса Блинова станет продолжение трансформации Delivery Club в универсальное приложение, позволяющее пользователю решить любые вопросы, связанные с едой. Он займётся также развитием доставки продуктов питания и комплекса in-store сервисов — заказов навынос, бронирования столов, безналичных чаевых.



Источник:

Директором по развитию продукта Delivery Club назначен ex-CPO Яндекс.Лавки Денис Блинов

Лучший чекаут в веб-версии — у «М.Видео», в мобайле — у Яндекс.Маркета

Retail-loyalty.org, 16.06.2021 13:00:00

/исследование

Markswebb в рамках E-commerce Checkout Rank 2021 изучил корзины 25 крупнейших онлайн-ритейлеров из 5 категорий непродовольственной розницы.

Самый удобный чекаут в веб-версиях предлагают интернет-магазины «М.Видео» и DNS, которые организуют корзину на одной странице, что позволяет начать заполнение формы с любого шага, а объем данных для ввода минимальный.

Интернет-магазины, занявшие с 3 по 5 места, дают в целом хороший опыт, но у них встречаются критичные недостатки на одном из этапов оформления заказа. Ozon удачно организует страницу чекаута, но на момент исследования не предлагает постоплаты. В Lamoda сложная идентификация.

У ритейлеров, занявших с 15 по 25 место, возникают проблемы с пользовательским опытом на каждом этапе чекаута.

Лучший опыт чекаута в мобайле предлагает Яндекс.Маркет. В его приложении корзина удобнее, чем на сайте, благодаря идентификации по номеру телефона. Приложения Lamoda, «М.Видео» и Wildberries получили оценки ниже, чем веб-версии.

Наибольших успехов в разработке корзин добились интернет-магазины техники и электроники — 4 из 5 попали в топ-10 рейтинга.

Международные компании проигрывают российским в качестве пользовательского опыта.

Источник:

Корзины в российских интернет-магазинах удобнее, чем в зарубежных

В КАКИХ ОНЛАЙН-МАГАЗИНАХ ПРОЩЕ ОФОРМИТЬ ЗАКАЗ

Бенчмарк 25 крупнейших онлайн-магазинов в России по качеству клиентского опыта на этапе оформления покупки. Расчет по результатам сравнительного исследования Markswebb E-commerce Checkout Rank 2021.

Веб-сайт			Мобильное приложение		
Насколько просто и удобно организован чекаут на десктоп-версии сайта онлайн-магазина.			Насколько просто и удобно организован чекаут в приложении онлайн-магазина на Android.		
1	М.Видео	67,8	1	Яндекс.Маркет	66,1
2	DNS	67,6	2	DNS	64,3
3	Ozon	62,6	3	Лабиринт	60,8
4	Лабиринт	62,3	4	Детский мир	60,0
5	Lamoda	62,0	5	Ozon	58,5
6	Связной	61,0	6	СберМегаМаркет	57,6
7	СберМегаМаркет	58,2	7	ВсеИнструменты.ру	57,3
8	Ситилинк	57,2	8	Связной	56,3
9	Детский мир	56,8	9	Петрович	55,3
10	Яндекс.Маркет	56,8	10	Эльдорадо	54,0
11	Wildberries	56,6	11	220 Вольт	52,3
12	Эльдорадо	54,4	12	Спортмастер	51,9
13	Спортмастер	52,2	13	М.Видео	51,4
14	ВсеИнструменты.ру	51,3	14	Lamoda	50,9
15	ОНЛАЙН ТРЕЙД.РУ	49,9	15	Wildberries	48,5
16	Петрович	49,4	16	AliExpress	46,6
17	220 Вольт	48,8	17	ОНЛАЙН ТРЕЙД.РУ	46,4
18	Mamsy	46,3	18	Леруа Мерлен	44,6
19	AliExpress	45,8	19	Л'Этуаль	43,6
20	Л'Этуаль	44,7	20	Rendez-Vous	42,6
21	Rendez-Vous	43,5	21	Mamsy	42,3
22	ИКЕА	40,3	22	ИКЕА	40,2
23	bonprix	39,1	23	bonprix	36,6
24	Леруа Мерлен	38,6	24	Exist.ru	26,7
25	Exist.ru	33,0			

Оценки клиентского опыта по шкале от 0 до 100 баллов. Подробнее на markswebb.ru

markswebb

MW

Е-com _Summer. Летние тренды интернет-торговли

Kommersant.ru, 23.06.2021

/реклама

Уважаемые дамы и господа!

ИД «Коммерсантъ» рад пригласить вас принять участие в **конференции «Е-com _Summer. Летние тренды интернет-торговли»**, которая состоится **23 июня 2021г, Москва, 1-й Красногвардейский пр-д, 21 стр.2, ресторан «На свежем воздухе»**.

Электронная коммерция и все сопутствующие отрасли показали взрывной рост благодаря пандемии. Но все ли оказались готовы к такому бурному развитию?

Как отрасль справляется с возросшими объемами и какие инновации помогают выстроить процессы, как выдержать конкуренцию и какими методами повысить лояльность онлайн и офлайн – поделятся эксперты рынка е-соста и логистики 23 июня.

Темы дискуссии:

- Что ожидает рынок электронной коммерции после года взрывного роста?
- Какие требования к складской инфраструктуре предъявляет е-состав?
- Городская логистика и последняя миля: перспективы развития.
- Инновации в е-составе. Новые эффективные решения.
- Международный опыт и лучшие российские практики.
- Лучшие кейсы российского е-соста.
- Технологии рекламы.

Время проведения мероприятия: 10:00 – 12:30

По вопросам регистрации: Евгения Сауткина sautkina@kommersant.ru
+7 (903) 527-63-54

Подробнее: <https://www.kommersant.ru/conference/833>

Источник:

[ИД «Коммерсантъ»](#)

eMarketer: рынок e-commerce Канады — второй по темпам роста в 2020 г.

Emarketer.com, 16.06.2021

/НОВОСТЬ

Пандемия привела к значительному росту рынка электронной коммерции Канады в 2020 году — на 75%, что сделало страну второй по темпам розничных онлайн-продаж в мире после Аргентины (на 100,6%).

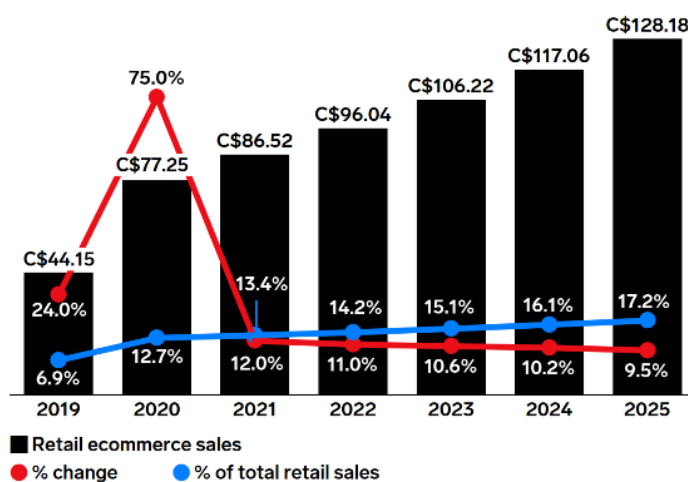
Переход к онлайн-покупкам в Канаде происходил медленнее, чем в других странах (особенно в США), поэтому открылось много возможностей для роста, отмечает eMarketer. Онлайн-коммерция в прошлом году резко выросла и в 2021 году является основным драйвером роста розничной торговли в Канаде.

В 2021 году доля e-commerce в общем объеме розничной торговли Канады увеличится до 13,4% и достигнет 17,2% к концу прогнозируемого периода в 2025 году. Несмотря на прошлогоднее снижение, общие розничные продажи в Канаде увеличатся на 6,4% в годовом исчислении, до \$481,4 млрд, что превысит допандемийный уровень.

Источник:

In 2020, Canada's retail ecommerce sales had the second-highest growth globally behind Argentina

Retail Ecommerce Sales in Canada, 2019-2025
billions of C\$, % change, and % of total retail sales



Note: includes products or services ordered using the internet, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets, payments such as bill pay, taxes, or money transfers, food services and drinking place sales, gambling, and other vice goods sales
Source: eMarketer, May 2021

T11658

eMarketer | InsiderIntelligence.com

Онлайн-продажи в США выросли на 39% в I кв. 2021 г.

Digitalcommerce360.com, 16.06.2021

/новость

Согласно данным Министерства торговли США, в 2020 году онлайн-продажи в стране достигли \$791,7 млрд, что на 32,4% больше, чем в предыдущем году. Это самый высокий годовой рост онлайн-продаж за все время анализа данных.

Электронная торговля процветала в 2020 году из-за закрытия магазинов и опасений покупателей заразиться коронавирусом в общественных местах. Цифры за первый квартал 2021 года показывают, что коронавирус по-прежнему влияет на розничные расходы: интернет-продажи выросли на 39%, что почти втрое больше, чем 14% в первом квартале 2020 года и быстрее, чем в третьем и четвертом кварталах 2020 года.



Источник:

[Coronavirus adds \\$105 billion to US ecommerce in 2020](#)

Shopify предложил свой инструмент оплаты всем продавцам в Facebook и Google

Finance.yahoo.com, 15.06.2021 09:43:00

/новость

Shopify откроет свою систему чекаута для всех ритейлеров, которые продают товары через сервисы Google и Facebook, включая Instagram, YouTube и Google Maps, сообщает [Bloomberg](#). Продавцам при этом необязательно быть клиентами Shopify.

С июля покупатели смогут быстро оплачивать покупки с помощью Shop Pay — сервиса, который хранит информацию о пользователях, что ускоряет онлайн-транзакции. Сейчас доступ к этому инструменту через Google и Facebook есть только у продавцов Shopify.



По информации Shopify, более 1 млн продавцов реализуют товары на платформах Facebook и Google; каждый день более 1,8 млрд человек входят в Facebook, а через Google проходит миллиард сеансов покупок.

В компании утверждают, что Shop Pay — самая быстрая в мире система оплаты с лучшим коэффициентом конверсии.

Источник:

[Shopify Expands E-Commerce Pact With Google and Facebook](#)

Е-commerce в Швейцарии выросла на четверть в 2020 г.

Ecommercenews.eu, 17.06.2021

/исследование

Согласно исследованию Datatrans, рынок электронной торговли в Швейцарии в 2020 году увеличился на 25,8% и составил 12,18 млрд евро.

Темп роста e-commerce Швейцарии в прошлом году был примерно в три раза выше, чем в предыдущие годы. В общем объеме розничных продаж электронная торговля внутри страны и за рубежом составила 14,2%, годом ранее — 11,5%.

В зависимости от сектора доля рынка варьируется от 3% для продуктов до почти 19% для непродовольственных товаров. Согласно данным GfK Switzerland, сегмент домашней электроники имеет самое высокое проникновение онлайн — 48%.



Иностранные интернет-магазины не смогли извлечь выгоду из вызванного пандемией онлайн-бума в Швейцарии. Их рост составил всего около 1%, а без Zalando, который в 2020 году вырос в Швейцарии на 13%, иностранные ритейлеры не смогли бы даже достичь уровня предыдущего года.

В совокупности топ-30 онлайн-магазинов B2C в Швейцарии смогли увеличить свой оборот на 25,7% в 2020 году по сравнению с 2019 годом. При этом многие компании, не входящие в топ-30, достигли трехзначных показателей роста.

Источник:

[Ecommerce in Switzerland grows 25.8% to 12.2 billion euros](#)

74% европейских потребителей не сократят онлайн-шопинг после пандемии

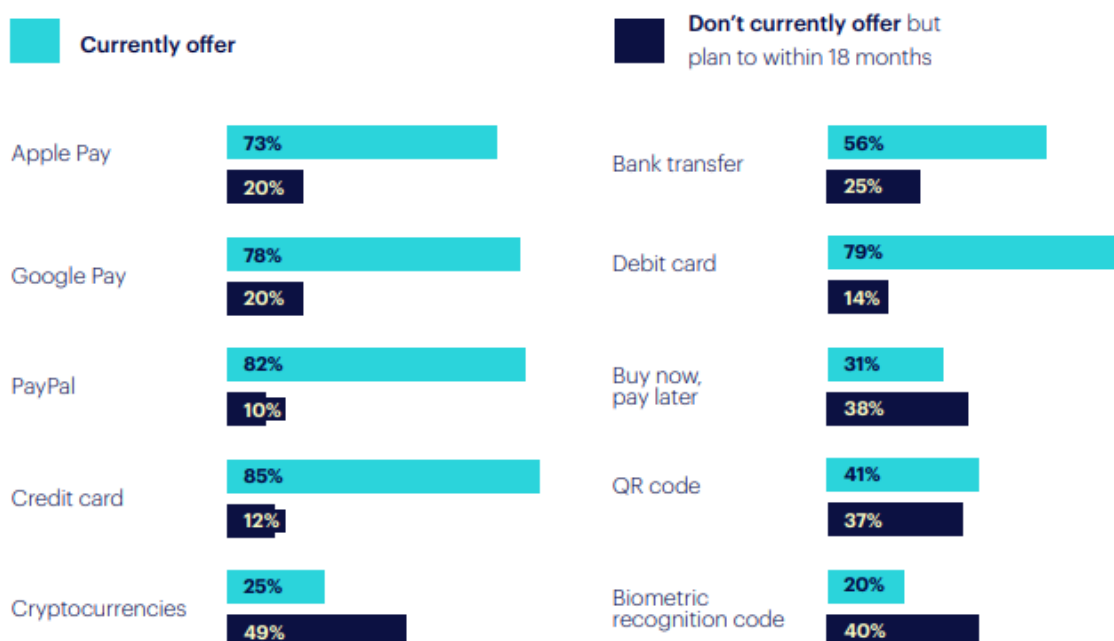
Ecommercenews.eu, 15.06.2021

/исследование

Согласно опросу [The new state of retail](#), проведенному Checkout.com, 74% европейских потребителей не собираются сокращать объем онлайн-покупок даже после открытия физических магазинов. Во время локдауна покупки в интернете делали 96% потребителей в Европе — на 60% больше, чем годом ранее.

При этом 43% ритейлеров заявили, что не были готовы к всплеску международных платежей в Европе. У них не было необходимых способов оплаты, чтобы удовлетворить спрос на новых рынках, и это привело к потере дохода. В то же время 80% потребителей ожидают оплаты с использованием кредитов и рассрочки, криптовалюты и цифровых кошельков.

Merchants expanding their payments to match demand



Опрос проведен в мае 2021 года среди 10 000 европейских потребителей и 550 руководителей высшего звена ведущих розничных организаций в сфере e-commerce в Европе. Опрос потребителей охватывает респондентов в возрасте от 18 до 75+ лет в Великобритании, Ирландии, Франции, Бельгии, Нидерландах, Германии, Австрии, Швейцарии, Португалии, Италии, Испании, Греции, Польше, Дании, Швеции и Норвегии.

Источник:

[74% of Europeans won't reduce online shopping](#)

В Украине рынок электронной коммерции вырос на 41% в 2020 г.

Psm7.com, 14.06.2021 14:41:00

/исследование

Согласно исследованию Baker Tilly, Soul Partners и Aequo, объем рынка электронной коммерции в Украине в 2020 году составил \$4 млрд. В дальнейшем ожидается ежегодный рост на 15%. Доля электронной коммерции в розничной торговле в 2020 году составила 8,8%.

Украинский рынок электронной коммерции в 2020 году имел самый высокий темп роста (41%) и наименьшие затраты на одного человека в год (\$104) по сравнению с ближайшими соседями. В топ-3 стран по темпам роста электронной коммерции также вошли Польша и Чехия (37% и 29% соответственно). Доля электронной коммерции в ВВП Украины составляет 2,6%. Самый высокий уровень е-ВВП среди соседей Украины — в Чехии (3,7%), а самый низкий — в Латвии (1,1%).

Наибольшую долю в структуре электронной торговли Украины занимает электроника. Среди других категорий, имеющих существенную долю и высокие перспективы роста — одежда, мебель, игрушки и косметика. Перспективные направления — лекарства и продукты питания.

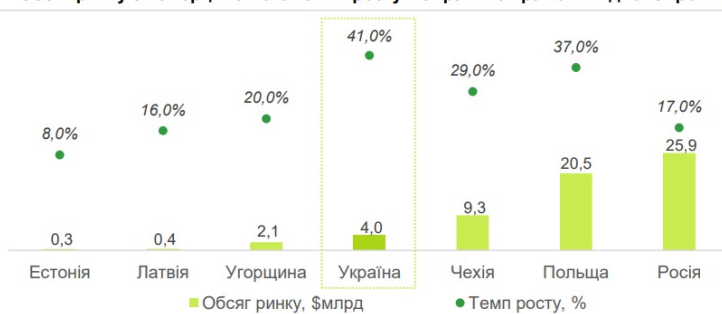
Объем e-commerce экспорта в 2020 году составил \$450 млн, а США стали самым большим экспортером украинской продукции с долей 33%. Ключевой характеристикой украинского e-экспорта является то, что транзакции выполняются через международные онлайн-платформы. Е-экспорт преимущественно представлен продажами продукции украинских компаний через международные платформы электронной коммерции (Amazon, Etsy).

В 2020 году 63% украинских онлайн-покупателей отдавали предпочтение маркетплейсам, а 37% — специализированным платформам (онлайн-магазинам товаров для дома, косметики, одежды, игрушек).

Источник:

[Как изменился рынок электронной коммерции в Украине за 2020 год: исследование](#)

Обсяг ринку е-комерції та його темпи росту в Україні та країнах Східної Європи



Обсяг витрат однієї людини на е-комерцію та рівень е-GDP в Україні та країнах Східної Європи



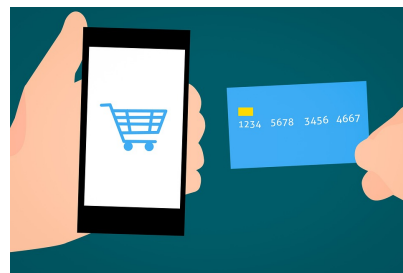
Juniper Research: онлайн-продажи в рассрочку составят \$266 млрд в 2021 г.

Businesswire.com, 14.06.2021 02:00:00

/исследование

Расходы с помощью сервисов «купи сейчас, плати потом», интегрированных в оформление онлайн-заказов, включая фиксированную рассрочку и гибкие кредитные счета, вырастут с \$266 млрд в 2021 году до \$995 млрд в 2026 году, говорится в исследовании Juniper Research. Рост на 274% будет обусловлен повышенным интересом пользователей к кредитам для распределения затрат, особенно после пандемии, которая оказала огромное давление на финансы пользователей.

Во всем мире количество пользователей, которые используют оплату онлайн-покупок с помощью инструментов рассрочки, достигнет 340 млн в 2021 году и превысит 1,5 млрд в 2026 году. В отчете онлайн-ритейлерам рекомендуется немедленно интегрировать услуги «купи сейчас, плати потом», чтобы не потерять транзакции.



Источник:

[Juniper Research: Buy Now Pay Later Spend to Reach \\$995 Billion Globally in 2026, Despite Increasing Regulation](#)

К 2025 году треть продаж розничных сетей будет происходить онлайн

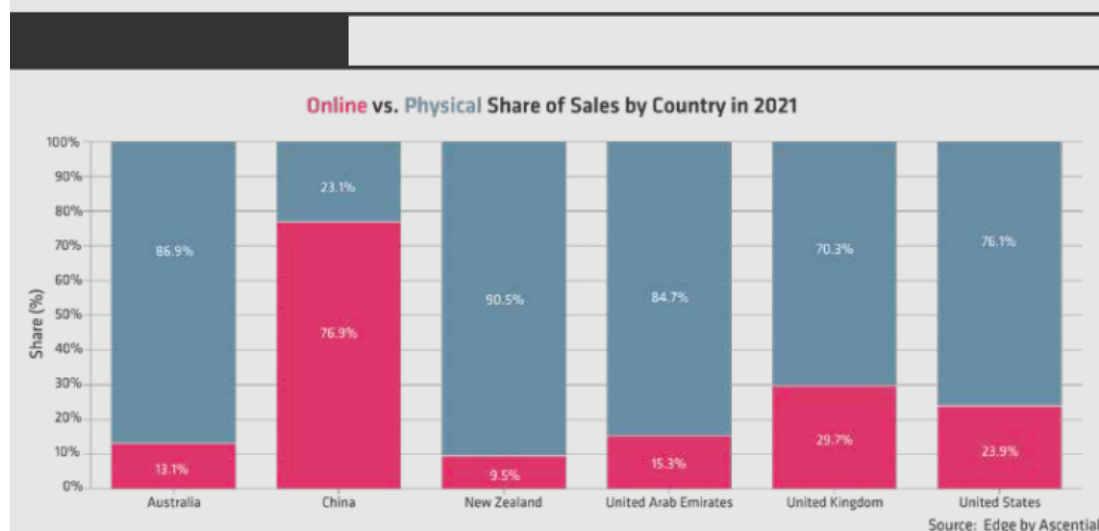
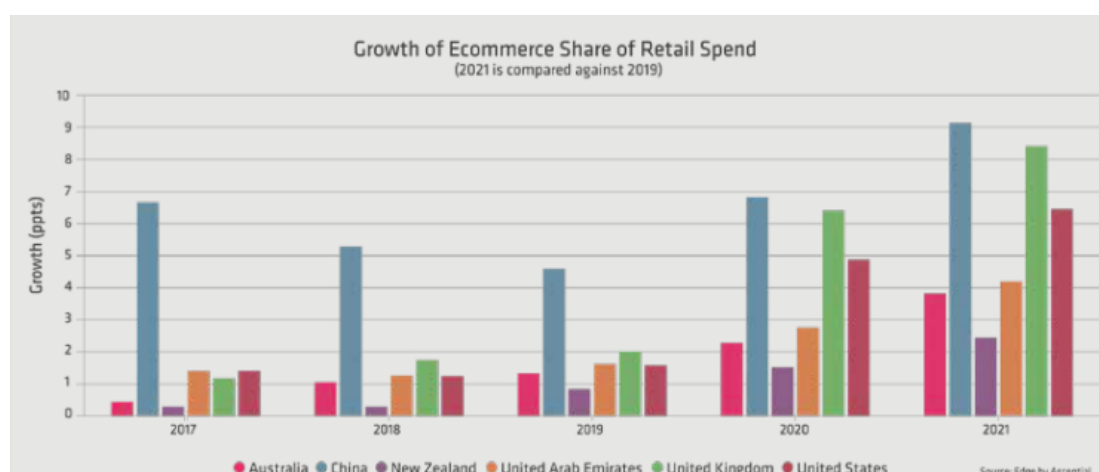
Worldretailcongress.com, 16.06.2021

/мнение

К 2025 году на e-commerce будет приходиться треть (35,5%) продаж мировых розничных сетей. Это более чем вдвое больше, чем в 2015 году (13,5%), говорится в отчете Retailing in a time of crisis, подготовленном в рамках World Retail Congress. Цифровая коммерция к 2025 году обеспечит 57% дополнительных розничных продаж.

Китай отражает цифровое будущее, с ожидаемой долей онлайн-продаж на уровне 77% в 2021 году. В Великобритании, уже развитом онлайн-рынке, наблюдается аналогичная тенденция. Доля онлайн-магазинов продуктов удвоилась в течение года до примерно 17%. Ожидается, что в этом году почти треть общего объема продаж в стране будет осуществляться через интернет. Далее следует США с показателем 24%. ОАЭ, Австралия и Новая Зеландия также демонстрируют быстрый рост в рамках канала, хотя и с более низкой базы.

Поскольку цифровые технологии продолжают стимулировать рост, в центре внимания многоканальных ритейлеров будет цифровизация и более тесная интеграция магазинов в многоканальную экосистему. Для большинства розничных продавцов цифровые каналы теперь будут отражать весь возможный рост.



Источник:

ISSUE 11: THE RETAIL WORLD 2021 - A MID-YEAR REVIEW

Подкасты и видео

В один клик

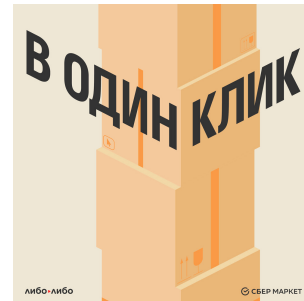
«Нас попросили перевезти зайца, а он оказался живой». Наталья Плетнёва из DPD — о том, как организовать доставку для интернет-бизнесов

Беседуют: Федор Вирин и Аяна Бабасанова

Гость: Наталья Плетнёва, директор по продажам DPD

Что такое лайнхоллы и челноки, чем посылка отличается от отправления и как довезти груз в Ханты-Мансийск и не замерзнуть.

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



Digital Voice

Леонид Довладбеян — Даркстор, роботизация, маркетплейс еды, как конкурировать с экосистемами

Гость: Леонид Довладбеян, управляющий директор Vprok.ru

Перекресток

Как работает и по каким правилам живет даркстор, почему в России не актуальна роботизация, на каких ошибках построен бизнес Vprok, как компания собирается противостоять натиску крупных маркетплейсов и экосистем и планирует ли сама становиться маркетплейсом.

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



Русские норм!

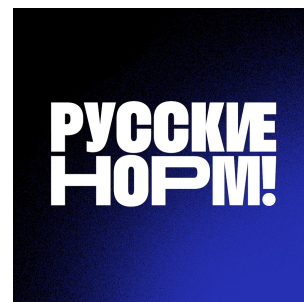
«Есть стартапы, созданные в гаражах. Наш — из мусоропровода». Вячеслав Бочаров («Самокат») в проекте «Русские норм!»

Беседует: Елизавета Осетинская

Гость: Вячеслав Бочаров, кофаундер сервиса экспресс-доставки «Самокат»

Как была придумана бизнес-модель, без которой сегодня трудно представить жизнь в мегаполисе, кого «Самокат» видит главными конкурентами и чем собирается покорить американский рынок, где уже этим летом стартует под брендом Buuk.

[The Bell](#) | [YouTube](#)



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.