

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2021 / № 28

19 Июля 2021 - 25 Июля 2021

В выпуске:

Россия:

[Data Insight. Бюллетень eGrocery: июнь 2021](#)

[СберМаркет запустил доставку для бизнеса](#)

[«Азбука Вкуса» запустила click & collect в Москве](#)

[Онлайн-продажи «М.Видео-Эльдорадо» выросли на 35,7% во II кв. 2021 г.](#)

[Продажи МСП через приложение Wildberries выросли на 121%](#)

[Общая выручка Holodilnik.ru выросла на 6,3% в первом полугодии 2021 г.](#)

[Логистику и фулфилмент «М.Видео-Эльдорадо» будет развивать Андрей Павлович](#)

[Ozon запускает робототехническую лабораторию](#)

[Флориан Янсен покинул пост исполнительного директора «Магнита»](#)

[Wildberries запустил доставку электроники напрямую от продавцов](#)

[Соцсети — основной канал продаж для половины малого и среднего бизнеса](#)

[Такском: спрос на услугу доставки вырос на 34%](#)

[INFOline: рынок eGrocery вырос почти вдвое во II кв. 2021 г.](#)

[Конференция «Августовский бранч. Коммерческая недвижимость: перезагрузка»](#)

Весь мир:

[Индийский сервис доставки еды Zomato вышел на IPO](#)

[Twitter и Snapchat нацелились на социальную коммерцию](#)

[Яндекс зарегистрировал компанию по доставке продуктов в Великобритании](#)

[iHerb подал заявку на проведение IPO в США](#)

[Mercado Libre и BigCommerce начинают совместно развивать кросс-бордер](#)

[YouTube купил индийский стартап в сфере социальной коммерции Simsim](#)

[Inditex не откажется от магазинов ради онлайн](#)

[eMarketer: Австралия — в тройке лидеров по доле социальных покупателей](#)

[Salesforce: цифровая коммерция выросла на 3% во II кв. 2021 г.](#)

[Olx: 42% украинских покупателей регулярно совершают онлайн-заказы](#)

[Число пользователей цифровой коммерции в Европе превысит 500 млн в 2021 г.](#)

Подкасты

Data Insight. Бюллетень eGrocery: июнь 2021

Datainsight.ru, 22.07.2021

/новость

Data Insight анонсирует второй выпуск [ежемесячного бюллетеня](#), посвященного развитию eGrocery в России. В нем раскрываются основные цифры, характеризующие рынок онлайн-продажи продуктов за июнь, данные по крупнейшим игрокам рынка, прогнозы.

В июне 2021 года интернет-магазины и сервисы доставки продуктов питания выполнили 18,6 млн заказов. Это на 5% или 970 тыс. заказов больше, чем в мае 2021 года, и в 3,7 раза больше, чем в июне 2020 года.



Объем онлайн-продаж интернет-магазинов и сервисов доставки продуктов питания составил 26,5 млрд рублей (+150% к июню 2020 года), средний чек за год сократился с 2100 до 1420 рублей (-32%).

Data Insight прогнозирует, что в целом за 2021 год объем рынка eGrocery составит 242 млн заказов и 337 млрд рублей, что соответствует росту за год в 3,5 раза по количеству заказов и в 2,6 раза по объему онлайн-продаж.

[Подписаться на рассылку бюллетеня eGrocery](#)

Источник:

[Бюллетень eGrocery](#)

СберМаркет запустил доставку для бизнеса

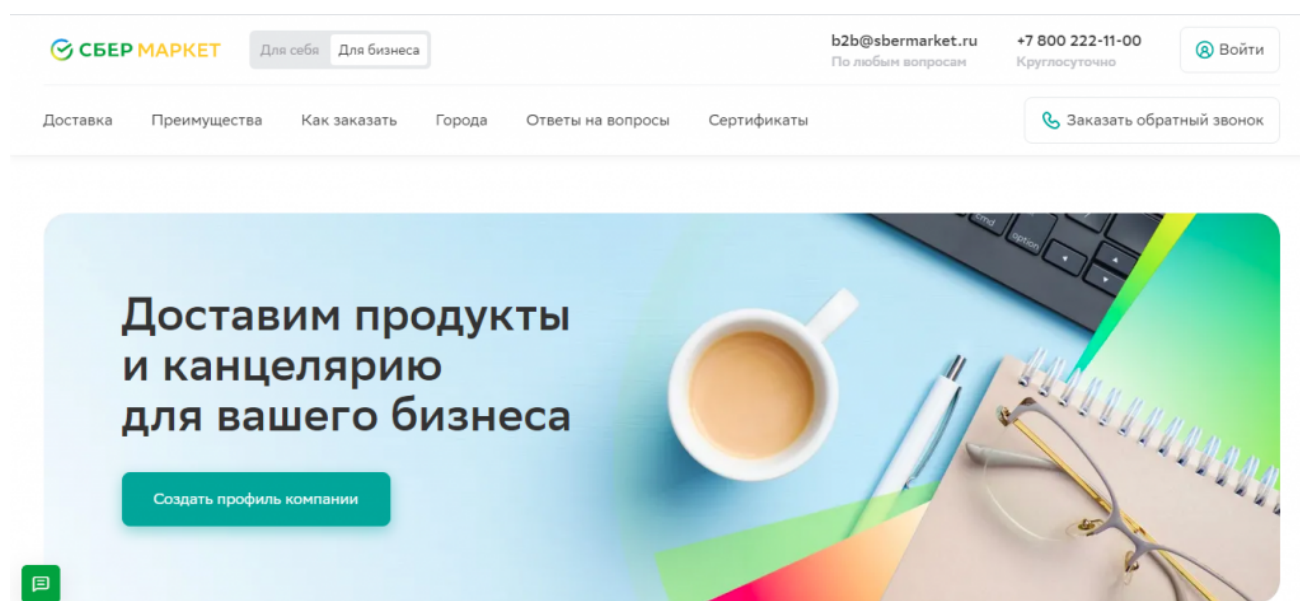
Sberbusiness.live, 23.07.2021

/новость

СберМаркет **запустил** доставку продуктов и канцелярии для юрлиц. Предприниматели смогут оформить и получить документы о заказе онлайн.

Доставка бесплатна при заказе от 7000 руб. и осуществляется в тот же день в двухчасовой выбранный интервал. Сервис предоставит закрывающие документы о заказе в электронном и печатном виде. Предприниматели также смогут вернуть НДС при оплате по выставленному счёту.

В числе партнёров сервиса — АШАН, «Лента», METRO, «Магнит», IKEA, О'КЕЙ, Billa и другие магазины.



Источник:

СберМаркет запустил доставку продуктов и канцелярских товаров для юрлиц

«Азбука Вкуса» запустила click & collect в Москве

Oborot.ru, 23.07.2021

/НОВОСТЬ

Сеть «Азбука Вкуса» [запустила](#) в Москве услугу click & collect — самовывоз товаров из супермаркетов. Для этого покупателю необходимо оформить заказ на сайте или в мобильном приложении ритейлера.

Ограничений по минимальной сумме заказа или по количеству товаров нет. При отсутствии каких-либо наименований продукции можно оформить предзаказ. Получить заказ можно на стойке выдачи, нажав специальную кнопку, или на кассе.



Источник:

["Азбука вкуса" запустила услугу click and collect с размещением заказов через сайт и приложение](#)

Онлайн-продажи «М.Видео-Эльдорадо» выросли на 35,7% во II кв. 2021 г.

Mvideoeldorado.ru, 22.07.2021 09:30:00

/новость

Группа «М.Видео-Эльдорадо» сообщила объединённые неаудированные показатели общих продаж (GMV, gross merchandise value) за второй квартал и первое полугодие, окончившиеся 30 июня 2021 года.

М.ВидеоЭльдорадо

Во втором квартале 2021 года общие продажи (GMV) Группы выросли на 38,2% до 120,1 млрд руб. (с НДС). Общие онлайн-продажи компании выросли на 35,7% до 81,5 млрд руб. (с НДС), составив 67,9% от GMV Группы. Оборот мобильной платформы вырос на 231,7% до 52,1 млрд руб. и составил 63,9% от общих онлайн-продаж. Оборот веб-платформы снизился на 33,7% до 29,4 млрд руб.

Пользовательские мобильные приложения «М.Видео и Эльдорадо» во втором квартале были скачаны и установлены 5 млн раз, что является абсолютным квартальным рекордом для Группы. Среднемесячное количество активных пользователей приложений (MAU) увеличилось более чем в 2,5 раза к аналогичному периоду прошлого года, превысив 3,2 млн.

В первом полугодии 2021 года общие продажи (GMV) Группы выросли на 24,0% до 258,3 млрд руб. (с НДС). Общие онлайн-продажи выросли на 48,8% до 173,9 млрд руб. (с НДС), составив 67,3% от GMV Группы. Оборот мобильной платформы вырос на 139,5% до 108,9 млрд руб. и составил 62,6% от общих онлайн-продаж. Оборот веб-платформы снизился на 9,0% до 64,9 млрд руб.

Установки мобильных приложений составили 16,6 млн и выросли почти в 5 раз к прошлому году. Общее количество SKU на онлайн-платформах Группы и в магазинах увеличилось с начала года с 75 тыс. до почти 150 тыс.

Источник:

[М.Видео-Эльдорадо во втором квартале увеличила GMV на 38%, продажи через мобильную платформу – в 3,3 раза](#)

Продажи МСП через приложение Wildberries выросли на 121%

Tass.ru, 21.07.2021 14:27:00

/новость

В первом полугодии 2021 года продажи малого и среднего бизнеса через мобильное приложение Wildberries увеличились на 121% год к году, до 178 млрд руб., и на 134% в штучном выражении, пишет [ТАСС](#).

В компании это связывают с увеличением популярности онлайн-покупок. Количество заказов через мобильное приложение Wildberries в первой половине 2021 года выросло на 164%, до 273 млн.

Самую высокую динамику продаж через приложение Wildberries продемонстрировали предприниматели из Тувы (+946% год к году), Якутии (+790%), Вологодской (+500%), Брянской (+488%), Калининградской (+464%) областей.

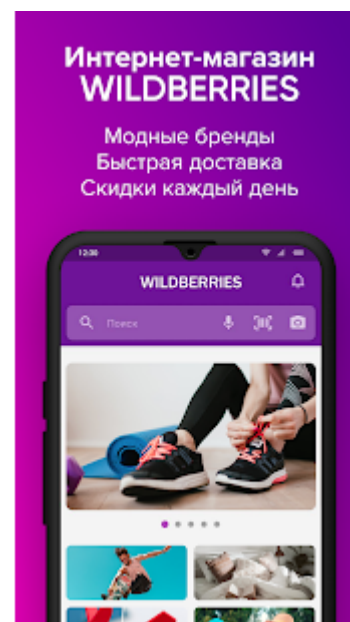
Наибольшие объемы продаж товаров представителей МСП и самозанятых отмечены в Московском регионе, Санкт-Петербурге, Краснодарском крае, Ивановской и Ростовской областях.

Самые востребованные товары от МСП и самозанятых в мобильном приложении Wildberries: одежда (+97% рост продаж в штучном товаре год к году), продукты питания (+154%), товары для дома (+137%), нижнее белье (+93%), игрушки (+110%).

На июль 2021 года через Wildberries реализуют товары около 200 тыс. представителей малого и среднего бизнеса и самозанятых.

Источник:

Продажи МСП через мобильное приложение Wildberries в I полугодии выросли более чем вдвое



Общая выручка Holodilnik.ru выросла на 6,3% в первом полугодии 2021 г.

Retail.ru, 21.07.2021 13:58:00

/НОВОСТЬ

Общая выручка Holodilnik.ru по всем каналам продаж в первом полугодии 2021 года превысила 11,5 млрд руб., увеличившись на 6,3% год к году. Собственный интернет-канал и направление B2B прибавили к аналогичному периоду прошлого года по 10%.

Трафик на сайте увеличился на 20% год к году. В первой половине 2021 года было зарегистрировано более 11,4 млн уникальных посетителей.



Средний чек увеличился в первом полугодии почти на 15%, превысив 30 тыс. руб.

Среди товарных категорий, которые выросли больше остальных, выделились: климатическая техника, товары для дома и сада, цифровая техника, встраиваемая техника, фитнес и умный дом.

Хорошие показатели демонстрирует новая для онлайн-гипермаркета категория «спорт». Продажи бассейнов в первом полугодии выросли на 140%, товаров для фитнеса — на 288%. Рекордный рост на 1006% показал электротранспорт: электрические самокаты и скейтборды.

Источник:

[Онлайн-гипермаркет Holodilnik.ru подвел итоги 1 полугодия 2021 года](#)

Логистику и фулфилмент «М.Видео-Эльдорадо» будет развивать Андрей Павлович

Mvideoeldorado.ru, 20.07.2021 15:07:00

/новость

Группа «М.Видео-Эльдорадо» назначила директором по логистике и фулфилменту Андрея Павловича, который сфокусируется на цифровизации всех логистических процессов и построении фулфилмент-инфраструктуры, использующей развитую сеть магазинов как основу «капиллярной» логистики.

В числе ключевых задач — развитие новых продуктов и бизнес-моделей последней мили для повышения качества клиентского сервиса и выстраивание глубокой и детальной аналитики и прозрачной системы мониторинга на каждом этапе движения товара.

Директор по логистике и фулфилменту подчиняется генеральному директору «М.Видео-Эльдорадо» Александру Изосимову.



Андрей Павлович почти 20 лет работает в сфере управления дистрибуцией. Занимал позиции директора цепи поставок в Ozon, до прихода в «М.Видео-Эльдорадо» был директором по логистике в «Перекрёсток Впрок».

Источник:

[М.Видео-Эльдорадо объявляет о назначении директора по логистике и фулфилменту](#)

Оzon запускает робототехническую лабораторию

Retail.ru, 20.07.2021 09:42:00

/НОВОСТЬ

Оzon запускает на территории особой экономической зоны Иннополис собственную робототехническую лабораторию, руководителем которой назначен Салимжан Гафуров.

Команда из 40 инженеров будет работать над созданием решений для роботизации фулфилмент-центров и сортировочных хабов, робототехнических систем для эффективного хранения, обработки и доставки заказов.



У Ozon свыше 250 тыс. кв. м фулфилмент-площадей, более 50 сортировочных центров по всей стране, а число брендированных точек выдачи заказов превысило 12 тыс. В среднесрочной перспективе фулфилмент-площади Ozon вырастут до 1 млн квадратных метров, а мощности сортировочных хабов и последней мили увеличатся в разы, отметил Антон Степаненко, технический директор Ozon.

Источник:

[Ozon запускает собственную робототехническую лабораторию](#)

Флориан Янсен покинул пост исполнительного директора «Магнита»

Magnit.com, 19.07.2021

/новость

Флориан Янсен принял решение покинуть должность заместителя генерального директора, исполнительного директора розничной сети «Магнит», чтобы сосредоточиться на работе над собственным проектом в сфере высоких технологий.

К команде «Магнита» он присоединился в мае 2020 года, возглавив работу над цифровой трансформацией компании. До этого входил в состав совета директоров «Магнита» в качестве независимого директора.

«Ведомости» сообщают, что Флориан Янсен войдет в состав совета директоров девелопера Glorax и будет курировать направление инноваций, а также займется рядом вопросов, связанных с технологиями, включая инвестиции в технологические стартапы.



Источник:

[Флориан Янсен покидает «Магнит»](#)

[Основатель Lamoda Флориан Янсен войдет в совет директоров девелопера Glorax](#)

Wildberries запустил доставку электроники напрямую от продавцов

Forbes.ru, 19.07.2021 08:03:00

/новость

Онлайн-ритейлер Wildberries запустил прямую доставку от продавцов электроники, сообщает [Forbes](#). Первым партнером, работающим по новой модели, станет интернет-гипермаркет электроники и бытовой техники «Холодильник.Ру».

На первом этапе ассортимент магазина на маркетплейсе будет включать 1500 наименований, а доставка будет осуществляться на следующий день в Москве в пределах МКАД. В планах — увеличить ассортимент в 10 раз, а географию доставки — до всех регионов присутствия «Холодильник.Ру».

The Wildberries logo is a rectangular box with a vertical gradient from pink on the left to purple on the right. The word "WILDBERRIES" is written in white, uppercase, sans-serif font in the center.

Комиссия для продавцов, которые будут самостоятельно осуществлять доставку, составит 5%. В компании полагают, что это позволит «оптимизировать операционные издержки, а также сократить логистическое плечо между продавцом и покупателем, что ускорит сроки доставки».

Оборот продавцов Wildberries в категориях бытовой техники и электроники за первую половину 2021 года составил 28,6 млрд руб., а продажи крупной бытовой техники выросли на 893%.

Источник:

[Wildberries запустил доставку электроники напрямую от продавцов](#)

Соцсети — основной канал продаж для половины малого и среднего бизнеса

Е-reppер.ru, 24.07.2021

/исследование

В опросе облачного сервиса управления торговлей «МойСклад» 51,5% отечественных ритейлеров назвали соцсети основным каналом продаж. 17,8% в качестве основного ресурса для продажи используют сайты, 15,4% — маркетплейсы, а 15,2% — розничные магазины. В исследовании приняли участие 1617 представителей малого и среднего бизнеса из всех регионов страны.

Предприниматели продвигают свой бизнес в Instagram (44,2% респондентов), ВКонтакте (42,3%), Facebook (30,3%), Одноклассниках (18,2%), Telegram (16,9%), TikTok (11,8%), Twitter (6,8%) и Pinterest (4,5%).



68,7% участников опроса считают, что необходимо иметь собственный сайт и соцсети для продаж; 18,4% уверены в том, что соцсетей в 2021 году более чем достаточно; 13% заявили, что сайт нужен в первую очередь.

Основной недостаток соцсетей, по мнению предпринимателей — необходимость регулярно пополнять и обновлять контент (39,6%). 20,8% пожаловались на то, что в соцсетях неудобно получать и обрабатывать заказы. Лишь 4,5% ответили, что не видят никаких недостатков в социальных сетях для продаж.

Что продают посредством соцсетей:

- одежду и обувь — 26,8%
- товары для красоты и здоровья — 19,8%
- детские товары — 18,1%
- подарочную продукцию и ювелирные изделия — 17,5%
- спортивные товары — 11,5%
- смартфоны, фото- и видеотехнику — 8,2%
- товары для хобби и увлечений, музыкальные товары, книги — 7,2%
- товары для строительства и ремонта — 6,8%
- мебель и товары для дома — 6,4%
- автотовары и запчасти — 4,7%
- продукты питания — 2,7%
- цветы — 2,5%
- услуги — 1%

Источник:

Малый и средний бизнес выбрал социальную коммерцию

Такском: спрос на услугу доставки вырос на 34%

New-retail.ru, 24.07.2021 10:45:00

/исследование

Согласно данным IT-компании «Такском», по сравнению с июлем прошлого года спрос на доставку продуктов вырос на 23%, готовой еды — на 41%, одежды и обуви — на 45%.

Средняя цена на доставку за период январь-июль текущего года составила 386 руб. — на 33% выше показателя 2020 года.

Спрос на услугу доставки в этом году вырос на 34%. В мае рост составил 38% в сравнении с аналогичным периодом 2020 года. В июле 2021 года спрос на доставку вырос на 42% по сравнению с июлем 2020-го.



Источник:

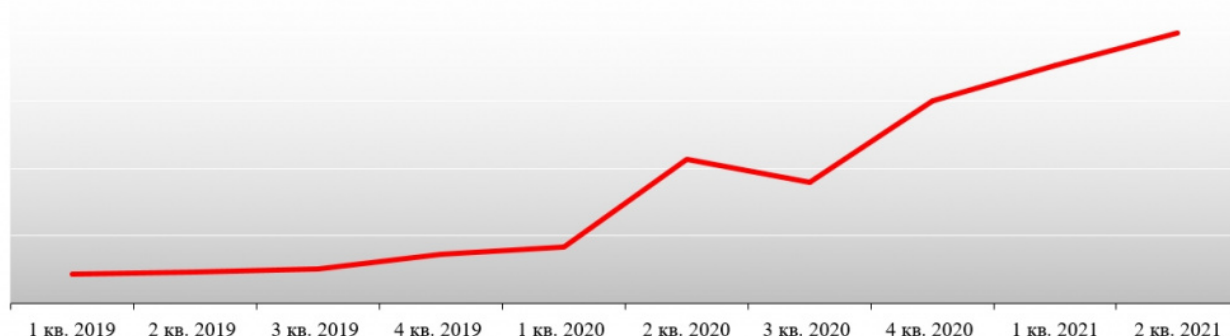
[Россияне стали чаще заказывать еду и продукты на дом](#)

INFOLine: рынок eGrocery вырос почти вдвое во II кв. 2021 г.

Infoline.spb.ru, 21.07.2021

/исследование

Согласно данным INFOLine, во втором квартале 2021 года рынок eGrocery вырос примерно на 15% к первому кварталу 2021 года и почти вдвое ко второму кварталу 2020-го. По итогам первого полугодия 2021 года, по предварительным оценкам INFOLine, интернет-продажи продуктов питания могут вырасти более чем в 2,5 раза к аналогичному показателю прошлого года.



Эксперты INFOLine отмечают активизацию маркетплейсов в продовольственном секторе: Wildberries договорился о сотрудничестве с «Фуд сити», Ozon начал расширение сервиса Ozon Express на Санкт-Петербург.

СберМаркет начнет работать в тестовом режиме с дарксторами. Первым партнером компании по проекту стала сеть METRO. «Пилот» запустят в регионах, где у ритейлера отсутствуют торговые центры.

X5 Group выделяет цифровые бизнесы (Vprok.ru Перекресток, сервисы экспресс-доставки и «Около») в отдельный департамент. Этому направлению компания уделяет значимое место в стратегии развития до 2023 года, и потому рассматривает несколько перспективных опций.

Из интересных новаций в сфере госрегулирования рынка Foodtech — эксперимент по онлайн-торговле продукцией российских виноделов силами Почты России, который стартует 1 сентября 2021 года. Пилотный проект запустят в Мордовии и Московской области.

Госорганы уточнили требования к аптечным организациям, которые могут заниматься дистанционной продажей фармпрепаратов: вести интернет-торговлю лекарствами позволят несетевым аптекам, а покупать безрецептурные медикаменты потребители станут на маркетплейсах.

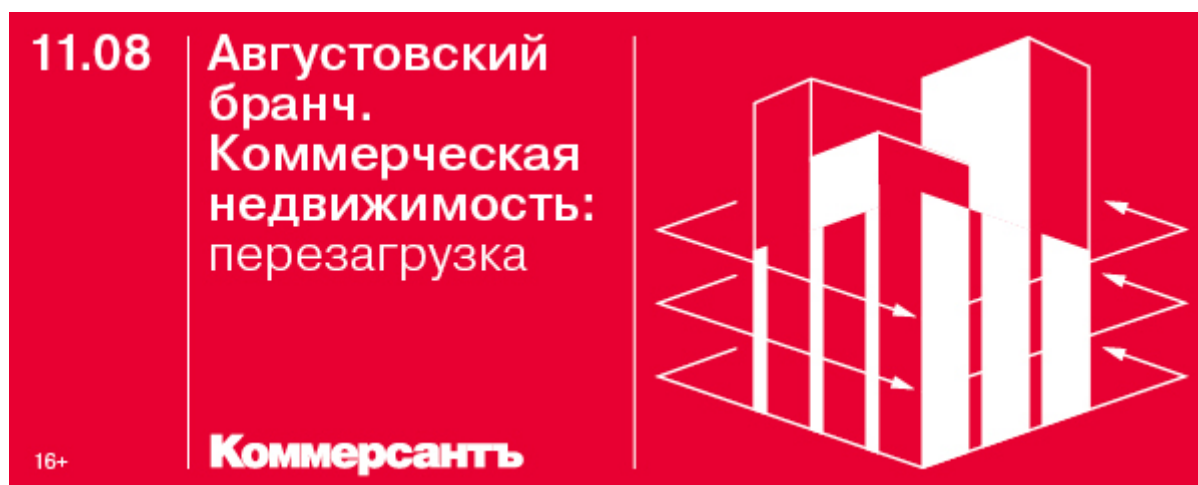
Источник:

[Online-торговля и службы доставки: итоги полугодия от INFOLine](#)

Конференция «Августовский branч. Коммерческая недвижимость: перезагрузка»

Kommersant.ru, 28.07.2021

/реклама



Уважаемые дамы и господа!

ИД «Коммерсантъ» рад пригласить вас принять участие в конференции «**Августовский branч. Коммерческая недвижимость: перезагрузка**», которая состоится **11 августа 2021г, Москва**.

Российскую экономику, которая начала оживать в начале года, продолжает потряхивать от ковидных волн и ограничительных мер, которые то вводятся, то снимаются во всех городах России. Как это отражается на рынке коммерческой недвижимости в целом и на каждом ее сегменте в частности, обсудим 11 августа на традиционном Августовском branче девелоперов коммерческой недвижимости. Обсудим итоги первого полугодия и прогноз на вторую половину года, поделимся последними трендами, новостями, сделками и проектами на рынке коммерческой недвижимости.

Темы дискуссии:

- Складской рынок. Достигнут ли пик? В каких направлениях надо строить и что строить? Портрет современного арендатора.
- Офисный рынок. Как поменялась вакансия? Что делать с освобождающимися квадратными метрами?
- Торговая недвижимость. Кто выживет: моллы, районники или аутлеты? Как заработать на общественных пространствах и развлечениях?
- Гостиничная недвижимость. На чем зарабатывают гостиницы в отсутствии туристов? Внутренний туризм: результаты прошедшего года. Успешные форматы гостиниц.

Время проведения мероприятия: 09:30 – 12:00

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

Подробнее: <https://www.kommersant.ru/conference/834>

Источник:

[ИД «Коммерсантъ»](#)

Индийский сервис доставки еды Zomato вышел на IPO

Edition.cnn.com, 23.07.2021

/НОВОСТЬ

Индийский сервис доставки еды Zomato запустил IPO, чтобы привлечь \$1,3 млрд на дальнейшее развитие. В первый же день торгов на фондовой бирже Мумбаи акции компании выросли на 80%, [сообщает](#) CNN Business. Оценка сервиса составляет \$13 млрд.

Zomato — первый индийский «единорог» (стартап стоимостью более \$1 млрд), ставший публичным. По итогам финансового года, который завершился в марте, выручка компании составила \$266 млн, а убыток — \$109 млн.

The Zomato logo is displayed in a bold, red, sans-serif font.

Вскоре на IPO планирует выйти другой индийский «единорог» — сервис электронных платежей Paytm, который намерен привлечь \$2,2 млрд. Возможность IPO рассматривает ритейлер Flipkart, принадлежащий американскому Walmart.

Источник:

[Zomato shares soar in red-hot start for first Indian unicorn to go public](#)

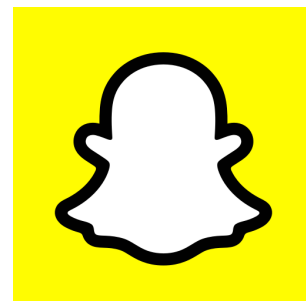
Twitter и Snapchat нацелились на социальную коммерцию

Pymnts.com, 23.07.2021

/новость

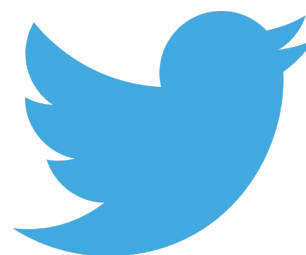
Twitter и Snapchat сообщили о самом сильном росте за последние годы, сокращении убытков, значительном увеличении количества активных пользователей и стремлении расширять деятельность на рынке социальной коммерции.

Snapchat с аудиторией 293 млн пользователей продолжает превращаться из соцсети в суперприложение. Перед пандемией компания запустила инструменты для разработчиков в сфере e-commerce и AR-сервисы, чтобы расширить возможности цифровой торговли для потребителей. В апреле компания приобрела стартап Screenshot, позволяющий пользователям загружать изображения понравившихся им образов и получать рекомендации для аналогичных покупок в приложении.



В отчете о прибылях и убытках компания продолжила подчеркивать свое расширение в мире коммерции. Snap также объявила об интеграции с Salesforce для показа релевантной рекламы и партнерстве с Verishop для запуска социальной коммерции в своем приложении.

Twitter также рассматривает планы по расширению в мире коммерции. Глава компании Джек Дорси подчеркнул новую и растущую приверженность компании биткойнам, указав, что криптовалюта является «лучшим кандидатом» на роль «национальной валюты» интернета. Соцсеть также объявила о запуске функций, которые позволяют напрямую поддерживать создателей, давать чаевые, оплачивать доступ к эксклюзивному контенту по ежемесячной подписке.



Источник:

[Snapchat, Twitter Gains Reflect Social Media's Growing Commerce Ambitions](#)

Яндекс зарегистрировал компанию по доставке продуктов в Великобритании

Tass.ru, 22.07.2021 17:19:00

/новость

Яндекс зарегистрировал в Великобритании компанию по доставке продуктов с локальных складов, сообщает [ТАСС](#). По сути, это Яндекс.Лавка, но под международным брендом Yango Deli.

Сейчас компания активно нанимает команду и ищет помещения под дарксторы.

Ранее Яндекс зарегистрировал компанию по доставке под международным брендом во Франции.

The logo for Yandex, featuring a red 'Я' followed by the word 'ндекс' in black.

Источник:

["Яндекс" зарегистрировал компанию по доставке продуктов в Великобритании](#)

iHerb подал заявку на проведение IPO в США

Prnewswire.com, 22.07.2021 06:00:00

/новость

Компания iHerb, крупнейший в мире маркетплейс в категории «Витамины, минералы, БАД», подает заявку на регистрацию по форме S-1 в Комиссию по ценным бумагам и биржам (SEC) в конфиденциальном режиме в связи с планируемым первичным публичным размещением своих обыкновенных акций (IPO).

Количество предлагаемых акций и диапазон цен для ожидаемого предложения пока не определены. Первичное публичное размещение должно начаться после завершения процесса рассмотрения в SEC с учетом рыночных и других условий.



Источник:

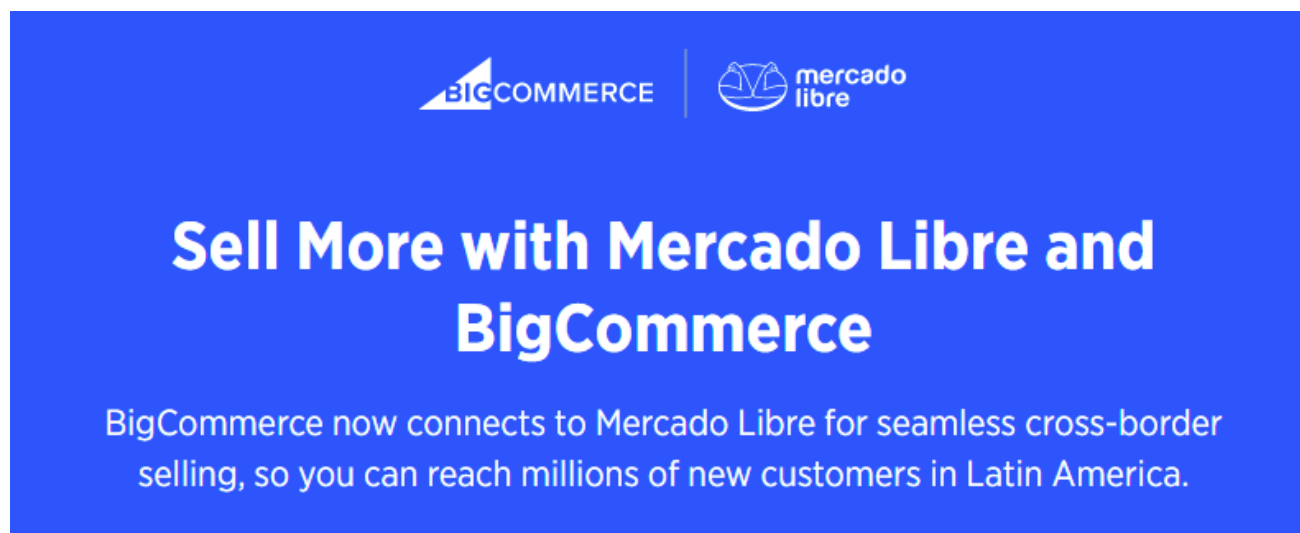
[iHerb Announces Confidential Submission of Draft Registration Statement for Proposed Initial Public Offering](#)

Mercado Libre и BigCommerce начинают совместно развивать кросс-бордер

Businesswire.com, 20.07.2021 08:00:00

/НОВОСТЬ

BigCommerce, ведущая SaaS-платформа электронной коммерции, объявила о партнерстве с латиноамериканским маркетплейсом Mercado Libre. В рамках сотрудничества продавцы BigCommerce получают возможность продавать товары почти 133 млн уникальных потребителей по всей Латинской Америке. Это первое партнерство Mercado Libre с крупной платформой электронной коммерции в Северной Америке.



Латинская Америка в 2020 году стала одним из самых быстрорастущих рынков электронной коммерции в мире. Mercado Libre продает товары в 18 странах региона и ведет глобальные торговые операции в Аргентине, Бразилии, Чили, Колумбии, Венесуэле, Перу и Мексике. По прогнозам, к концу 2021 года на площадку будет приходиться четверть всех онлайн-продаж в Латинской Америке.

Источник:

[BigCommerce and Mercado Libre Partner to Power Cross-Border Ecommerce Growth](#)

YouTube купил индийский стартап в сфере социальной коммерции Simsim

Techcrunch.com, 20.07.2021 07:39:00

/новость

YouTube объявил о приобретении Simsim — индийского стартапа в области социальной коммерции. По данным TechCrunch, Simsim ранее привлёк около \$17 млн и был оценён в \$50,1 млн в рамках раунда финансирования серии B 2020 года.



Стартап помогает малому бизнесу в Индии перейти к электронной коммерции, используя возможности видео и авторов. Приложение стартапа выступает платформой для связи местного бизнеса, инфлюенсеров и потребителей.

По словам представителя YouTube, приобретение позволит помочь малому бизнесу и ритейлерам в Индии привлечь новых клиентов. YouTube, которым ежемесячно пользуются более 450 млн активных пользователей в Индии, не планирует вносить какие-либо немедленные изменения в Simsim — приложение продолжит работать независимо.

Источник:

[YouTube acquires Indian social commerce startup Simsim](#)

Inditex не откажется от магазинов ради онлайн

Ft.com, 19.07.2021

/новость

Интернет-продажи должны быть полностью интегрированы с магазинами, рассказал [FT](#) председатель совета директоров и главный исполнительный директор испанского ритейлера Inditex Пабло Исла. Он отмечает: «Мы никогда не хотели вести отдельный бизнес в интернете, даже несмотря на то, что с онлайн-продажами, которые принесли нам в прошлом году 6,6 млрд евро, мы являемся мировым лидером в области онлайн-моды»».

INDITEX

Inditex использует технологию радиочастотной идентификации или RFID, благодаря которой вещи можно отслеживать по всему миру до тех пор, пока они не окажутся в руках покупателей. Это позволило ритейлеру превратить магазины в мини-центры дистрибуции, объединив присутствие в интернете и физические точки. В результате сеть магазинов эквивалентна более 6000 местных складов, которые могут отправлять заказы быстрее и с меньшими затратами, поскольку находятся близко к покупателям.

Zara начала принимать онлайн-заказы в 2010 году. К 2019-му доля e-commerce от всей выручки бренда в 28 млрд евро составила лишь 14%. В 2020 году она выросла до 32%, а заказы, сделанные на сайте и в мобильном приложении Zara, принесли около 1,2 млрд евро.

К концу 2020 года выручка от онлайн-продаж Inditex выросла на 77%, что более чем втрое превышает 22%-ный общий рост мирового онлайн-рынка одежды и обуви.

В Inditex считают, что будущее отрасли — за гибридной моделью, которая сочетает привычные торговые точки и мобильные приложения.

Источник:

[Inditex and the future of retail: 'Don't believe in the death of the high street'](#)

eMarketer: Австралия — в тройке лидеров по доле социальных покупателей

Emarketer.com, 23.07.2021

/исследование

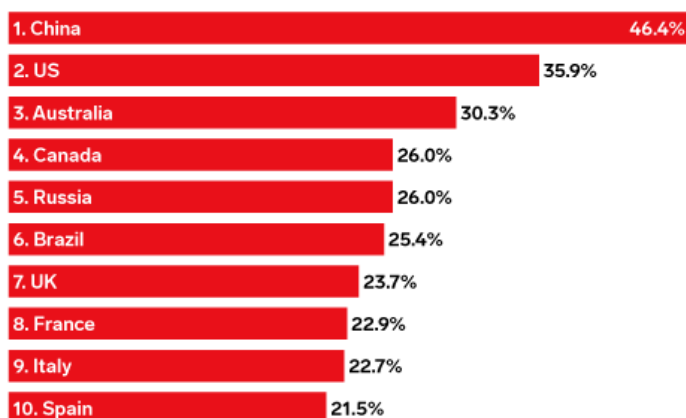
По оценкам eMarketer, доля социальных покупателей среди интернет-пользователей в Китае и США в 2021 году составит 46,7% и 35,9% соответственно. Однако другие страны также набирают обороты — и среди них Австралия, которая займет третье место в мире по доле социальных покупателей.

В 2020 году в Австралии наблюдался бум онлайн-продаж (рост на 53%). По данным PayPal, расходы покупателей в сфере социальной коммерции увеличились в 5 раз. Общее количество социальных покупателей в Австралии выросло на 17,9%, благодаря чему страна вошла в число мировых лидеров по популярности социальных сетей как канала электронной коммерции.

По прогнозу eMarketer, Австралия в 2021 году займет третье место в мире по доле пользователей интернета, вовлеченных в социальную коммерцию — 30,3%. В целом 26,8% населения страны будут тратить деньги через социальную коммерцию. Основные платформы: Facebook, Instagram, Snap и Pinterest.

Top 10 Countries, Ranked by Social Buyers as a Percent of Internet Users, 2021

% of internet users



Note: ages 14+; social network users who have made at least one purchase via any social channel (such as Facebook, Instagram, Pinterest, Line, WeChat, VK, and others) during the calendar year, including links and transactions on the platform itself, and including online, mobile, and tablet purchases
Source: eMarketer, May 2021

266705

eMarketer | InsiderIntelligence.com

В топ-5 стран по доле социальных покупателей в 2021 году войдут также Канада и Россия — по 26% от общего числа пользователей интернета.

Источник:

[Social Commerce Is on the Rise Down Under](#)

Salesforce: цифровая коммерция выросла на 3% во II кв. 2021 г.

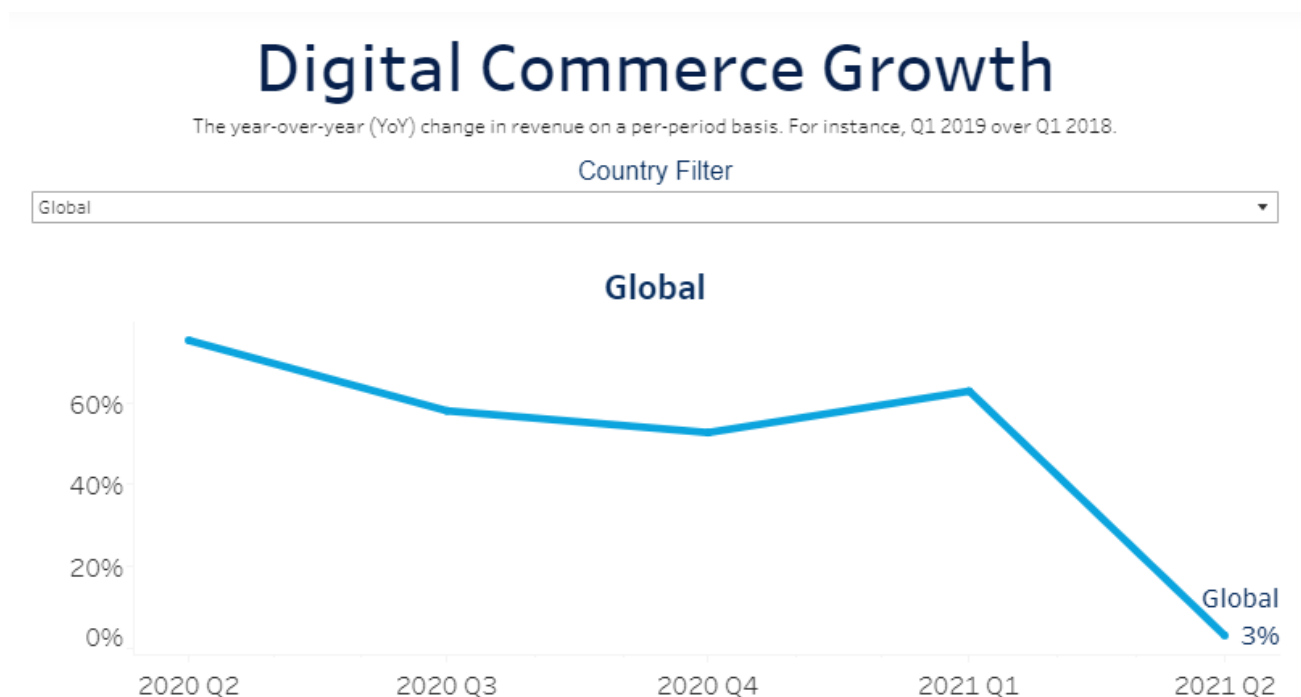
Salesforce.com, 20.07.2021

/исследование

Согласно Salesforce Shopping Index за второй квартал 2021 года, глобальная выручка от цифровой коммерции выросла на 3% после того, как четыре квартала подряд ее рост превышал 50%. Выручка от онлайн-продаж в США упала на 2% год к году.

После огромного всплеска онлайн-шопинга, произошедшего во втором квартале 2020 года, потребители остались онлайн и продолжили увеличивать онлайн-доходы розничных продавцов. Онлайн-трафик в мире вырос на 8%, а траты одного пользователя снизились на 5%. Средние расходы за один визит составили \$2,91.

Индекс включает данные, полученные от 2276 сайтов и 1 млрд покупателей из 54 стран.



Источник:

[Consumer Spending Is Up as Prices Spike 11% YoY: New Data from Q2 Shopping Index](#)

Olх: 42% украинских покупателей регулярно совершают онлайн-заказы

Retailers.ua, 19.07.2021

/исследование

Согласно исследованию Olх Доставка и CBR, в 2021 году 42% украинских покупателей стали регулярно совершать покупки в онлайн. В третьем квартале 2020 года их было 33%. Всего же онлайн покупают примерно 11 млн украинцев.

Осенью 2020 года от 5 до 20 покупок совершал каждый второй украинец. А в апреле-мае 2021 года — уже почти 60% потребителей. Украинцы оформляют покупки на смартфоне в 71% случаев, через ноутбук — в 42% случаев.



Наиболее популярной категорией с ноября по апрель стала электроника. Продажи за полгода в этой категории выросли на 40%.

Расходы потребителей остались на том же уровне, как и с мая по октябрь 2020 года. Средний чек почти не изменился.

Наиболее популярный способ получения покупки — в почтовом отделении.

Источник:

В 2021 году 42% украинских покупателей регулярно совершают покупки в онлайн — исследование Olх

Число пользователей цифровой коммерции в Европе превысит 500 млн в 2021 г.

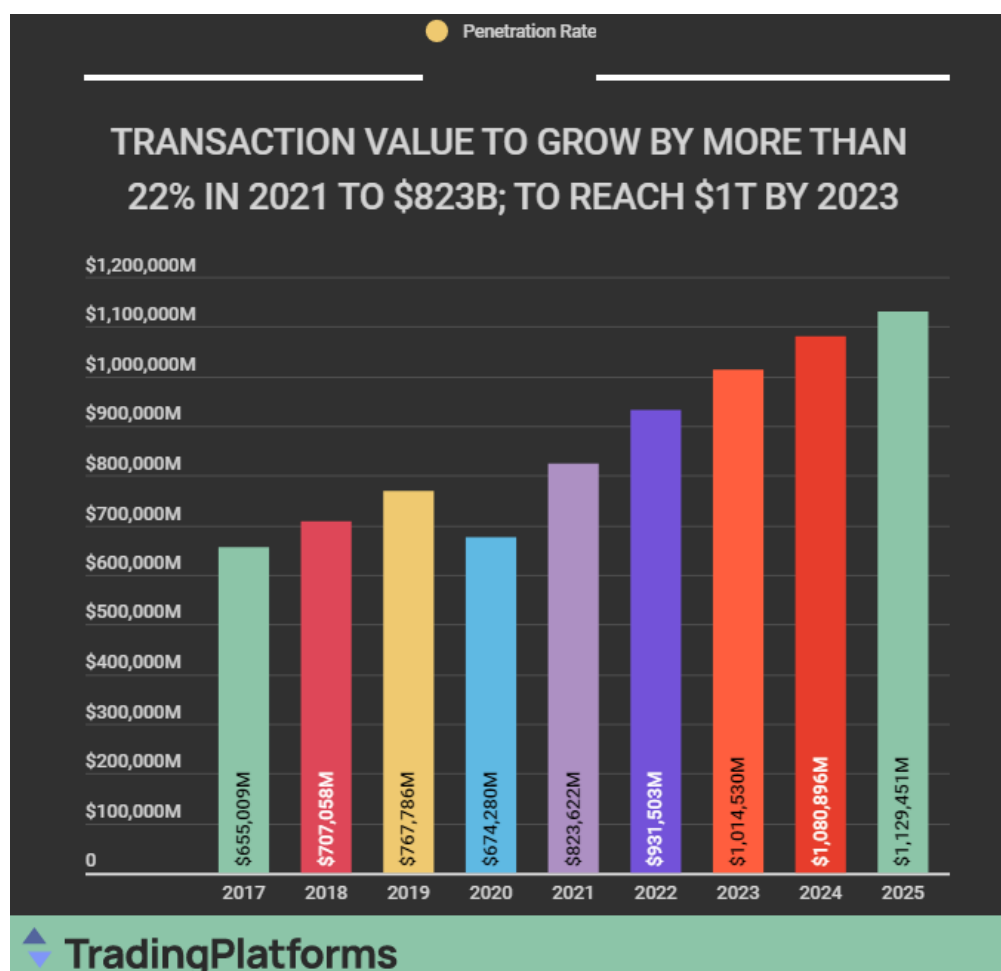
Ecommercenews.eu, 19.07.2021

/исследование

По прогнозу TradingPlatforms, в 2021 году в Европе количество пользователей цифровой коммерции превысит 500 млн, а уровень ее проникновения — 59,7%. Последний показатель превысил отметку в 50% три года назад и, как ожидается, к 2025 году достигнет 67,1%.

TradingPlatforms определяет цифровую коммерцию как все потребительские транзакции, которые совершаются через интернет и напрямую связаны с покупками товаров и услуг в интернете.

По данным TradingPlatforms, общий объем всех операций в сфере цифровой коммерции в Европе в прошлом году составил около \$674,28 млрд. Ожидается, что в этом году индустрия вырастет на 22,15%, достигнув \$823,62 млрд.



Источник:

Over 500 million ecommerce users in Europe in 2021

Подкасты

Digital Voice

Почта строит сервис круче Яндекса? — Леонид Зондберг (Коммерческий Директор Почты)

Беседует: Филипп Лабковский

Гость: Леонид Зондберг, коммерческий директор Почты России

Почтаматы в каждый подъезд, дарксторы на базе отделений Почты, доставка в один клик, доставка дронами, платформа для селлеров маркетплейсов, продажа лекарств, примерочные в отделениях и много другого. Почта может стать новым лидером логистики в интернет-торговле.

A blue square logo with the text "DigitalVoice" in white. The word "Digital" is in a sans-serif font, and "Voice" is in a script font.

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