

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2022 / № 1

27 Декабря 2021 - 09 Января 2022

В выпуске:

Россия:

Data Insight. Выпуск eGrocery бюллетеня Декабрь 2021

Покупатели приобрели на Wildberries в 2021 году более 1 млрд товаров

Яндекс.Объявления прекращают работу через год после запуска

СберМаркет за 2021 год доставил свыше 25 млн заказов по всей России

Avito получила 100% сервиса для автодилеров MaxPoster

«Самокат» открыл 1000-ый даркстор

Доля онлайн-сегмента в продажах бумажных книг достигла 40-45%

Ромир: рынок e-commerce активно растет с конца 2019 года

Продажи нелегальных электронных сигарет в онлайн удвоились

Банк Русский Стандарт: бум онлайн-шопинга проходит

СберИндекс: новогодний шопинг онлайн — уже привычка

Group-IB: Telegram — главный канал сбыта нелегального алкоголя в интернете

INFOline: рынок e-commerce в России вырос на 40-43% в 2021 г.

Mediascope: маркетплейсы стали опережать поисковики по товарным запросам

Эксперты: наиболее перспективные бизнес-модели — D2C и B2B e-com

Data Insight. Онлайн-рынок книг

Data Insight. География продаж зоотоваров

Весь мир:

Ubet Eats уйдет с рынка Бразилии

Walmart масштабирует доставку в холодильники покупателей

Tencent сокращает долю в технологической группе Sea

25,4% заказов по схеме click-and-collect в США приходится на Walmart

Delivery Hero покупает контрольную долю в Glovo

Meituan доставил дронами 19 000 обедов

Sokolov запустил собственный сайт в Германии

Accenture: глобальная социальная коммерция достигнет \$1,2 трлн к 2025 г.

На Европу будет приходиться 28% трансграничных онлайн-продаж в 2022 г.

Arptoria: Shopee — самое популярное в мире приложение для покупок в 2021 г.
Топ-10 трендов e-commerce Китая от Alibaba Group
5 трендов e-commerce 2022 по версии Semrush

Подкасты и видео

Россия:

Data Insight. Выпуск eGrocery бюллетеня Декабрь 2021

Datainsight.ru, 27.12.2021

/новость

Data Insight анонсирует **новый выпуск ежемесячного бюллетеня**, посвященного развитию eGrocery в России. В нем раскрываются основные цифры, характеризующие рынок онлайн-продажи продуктов за **ноябрь**, данные по крупнейшим игрокам рынка, прогнозы.

В ноябре 2021 года интернет-магазины и сервисы доставки продуктов питания выполнили 28,1 млн заказов (без учета маркетплейсов с несрочной доставкой). Это на 11% или 2,7 млн заказов больше, чем в октябре 2021 года. Количество заказов за год (по сравнению с ноябрем 2020) выросло в 2,6 раза (в денежном выражении рост меньше).



С учетом данных за ноябрь, по итогам года Data Insight ожидает в целом по рынку eGrocery за 2021 год 236 млн заказов и 322 млрд рублей. Это соответствует росту относительно 2020 года в 3,5 раза по количеству заказов и в 2,5 раза по объему онлайн-продаж.

Мы ожидаем, что по итогам 2021 года средний чек составит 1370 рублей, что на 26% ниже, чем годом ранее.

Обновленный прогноз по количеству заказов, среднему чеку и объему продаж за 2021 год включен в новый выпуск бюллетеня.

Бюллетень выходит ежемесячно и распространяется только по подписке.

Выберите период подписки и узнайте ее стоимость по [ссылке](#) или напишите на почту coordinator@datainsight.ru

Источник:

Выпуск eGrocery бюллетеня Декабрь 2021

Покупатели приобрели на Wildberries в 2021 году более 1 млрд товаров

Retail.ru, 31.12.2021 11:21:00

/НОВОСТЬ

В частности, посетители сайта купили 30 млн футболок и 15 млн баночек крема, 41 млн игрушек, 4 млн игрушек из категории 18+, 180 млн единиц шоколада. Также было доставлено 370 тыс. елок, 5 млн гирлянд и 2,2 млн елочных украшений.

Продано около 300 тыс. фигурок, игрушек и статуэток тигра — символа 2022 года. Покупатели также получили 1 млн поздравительных открыток. Всего покупатели приобрели на Wildberries за 2021 год более 1 млрд товаров.



Wildberries объединяет 90 000 человек — курьеров, сборщиков заказов, ИТ-специалистов, сотрудников пунктов выдачи, что почти вдвое больше, чем год назад. На площадку в 2021 году пришли 400 000 новых предпринимателей, а всего их уже более 500 000.

В 2021 году ритейлер вышел в 11 новых стран, а общая география работы составила 19 стран.

Самый дальний заказ по России был доставлен на Чукотку — расстояние составило около 6 тыс. км. Самый большой зарубежный путь преодолел заказ из России в США — свыше 8,6 тыс. км.

Источник:

[Первые итоги Wildberries: 1 млрд товаров, 31,5 млн кв км, 500 тысяч партнеров и 370 тысяч елок](#)

Яндекс.Объявления прекращают работу через год после запуска

Tjournal.ru, 30.12.2021

/новость

Сервис Яндекс.Объявления станет недоступен с 17 января 2022 года. Объявления нельзя публиковать и редактировать с 30 декабря. Компания планирует сосредоточиться на развитии других сервисов и продуктов.

Объявления были запущены 1 декабря 2020 года. Одной из особенностей сервиса был показатель активности продавцов и покупателей, который отображался в профиле.



Яндекс.Объявления прекращают работу

Здравствуйтесь,

Мы приняли решение сосредоточиться на развитии других сервисов и продуктов, поэтому Яндекс.Объявления станут недоступны с 17 января 2022 года.

С 30 декабря станет невозможно отредактировать свои объявления или добавить новые, а всё, что уже размещено, будет доступно на сервисе до 17 января.

Спасибо, что были с нами всё это время!

Команда Яндекс.Объявлений

Источник:

«Яндекс» через год после запуска закрывает сервис по продаже и обмену товаров «Объявления» — аналог Avito и «Юлы»

СберМаркет за 2021 год доставил свыше 25 млн заказов по всей России

Vc.ru, 30.12.2021

/новость

СберМаркет за год удвоил количество курьеров и сборщиков — сейчас их более 30 000 человек. Количество доставляемых заказов в 2020 году достигало 68 000 в день, а в 2021 году — 160 000 в пиковые дни. За весь год СберМаркет уже доставил больше 25 млн заказов по всей России.



Самые активные города в онлайн — Москва, Санкт-Петербург, Самара, Краснодар, Екатеринбург. Средний чек в 2021 году составил 2883 руб., традиционный рост наблюдается в декабре.

Самым популярным продуктом стали бананы. Также россияне часто клали в корзину свежие овощи и фрукты, молоко, хлеб, мясо птицы, сыры, яйца, сметану, творог, воду и печенье.

Чаще всего россияне заказывали из METRO, «Ленты», «Ашана», «Магнита», O'KEY, FIX PRICE, «Магнит Косметик». Общее количество ритейлеров за год удвоилось до 120 сетей, а количество торговых точек, из которых доставляет СберМаркет, превысило 6000. Сервис работает уже в 154 городах.

Источник:

[СберМаркет: как россияне заказывали продукты в 2021 году](#)

Avito получила 100% сервиса для автодилеров MaxPoster

Interfax.ru, 28.12.2021 14:07:00

/новость

По данным системы «СПАРК-Интерфакс», российское юрлицо сервиса объявлений Avito (ООО «Кех Екоммерц») консолидировало 100% ООО «Баер Макспостер» (бренд MaxPoster), разрабатывающего ИТ-решения для автоматизированного управления продажами автомобилей. Avito вошла в капитал проекта в январе 2020 года, получив 51%, сообщает «Интерфакс».

MaxPoster занимается оценкой стоимости автомобилей, управлением складов, выгрузкой на сайты и продвижением объявлений о продаже машин с пробегом, а также предоставляет решения для продажи новых автомобилей через сайты объявлений. Компания была зарегистрирована в Санкт-Петербурге в 2015 году. В 2020 году выручка ООО «Баер Макспостер» составила 1,18 млрд руб., чистый убыток — 16 млн руб.



Источник:

[Avito получила 100% сервиса для автодилеров MaxPoster](#)

«Самокат» открыл 1000-ый даркстор

Samokat.ru, 27.12.2021

/новость

Онлайн-ритейлер «Самокат» завершил вторую волну региональной экспансии и стал доступен в 43 городах России. В 2021 году компания вышла в 39 новых городов страны.

«Самокат» построил самую большую сеть дарксторов на Западе. За год их число увеличилось в 2,5 раза по сравнению с 2020 годом. Сейчас в 43 городах России действует 1000 магазинов, в которых работают более 30 000 курьеров-партнеров «Самоката», товароведов и администраторов.



Курьеры-партнеры «Самоката» доставляют более 300 000 заказов ежедневно, и это число растет в среднем на 10-15% каждый месяц. Всего за 2021 год «Самокат» обработал около 70 000 000 заказов, что в 4 раза превышает показатели 2020 года.

Источник:

[Самокат открыл 1000-ый даркстор](#)

Доля онлайн-сегмента в продажах бумажных книг достигла 40-45%

Kommersant.ru, 27.12.2021 04:34:00

/новость

Онлайн-продажи бумажных книг в России по итогам 2021 года увеличатся до 29,5 млрд руб. против 26,4 млрд руб. в 2020 году, ожидают в издательской группе «Эксмо-АСТ». В 2019 году показатель оценивался в 23 млрд руб., сообщает [«Коммерсантъ»](#).

Доля онлайн в общем объеме продаж книг через все каналы, включая книжные магазины, FMCG, киоски и др., составила рекордные 40–45%. В 2020 году показатель был на уровне 36%, а в 2019 году — 24%.

В «Альпине» доля онлайн в общих продажах составила 60% против 56% в 2020 году и 37% в 2019 году. В издательстве МИФ на онлайн-канал в продажах приходится около 50%.

По [оценке](#) Data Insight, количество онлайн-заказов бумажных книг в интернет-магазинах в период с июля 2020 по июнь 2021 года увеличилось на 38%, до 42,6 млн штук. В топ-3 онлайн-магазинов по продажам книг вошли Ozon, «Лабиринт» и Wildberries.

В Ozon продажи бумажных книг за третий квартал 2021 года выросли на 40% год к году. На регионы в маркетплейсе приходится порядка 60% продаж книг.

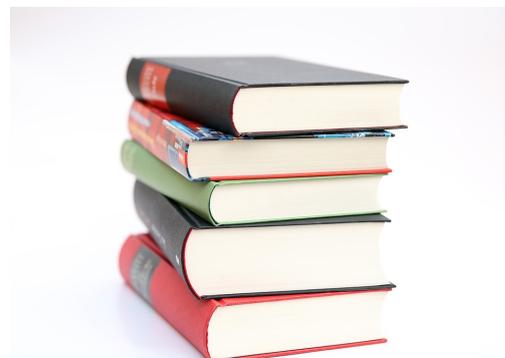
В Wildberries по итогам одиннадцати месяцев спрос на книгопечатную продукцию увеличился на 72% год к году. Рост связывают с расширением ассортимента. Динамичнее всего увеличивался спрос на книги на иностранных языках (продажи выросли на 353%), а также на учебники (рост на 253%).

В «Республике» число заказов через интернет-магазин увеличилось вдвое.

Минимальный план прироста «Альпины» на следующий год только в интернет-магазине издательства — 30%, по остальным онлайн-площадкам — минимум 25%. В «Эксмо-АСТ» прогнозируют, что в целом по рынку рост онлайн-продаж в 2022 году составит 20%.

Источник:

[Книги переставили на онлайн-полки](#)



Ромир: рынок e-commerce активно растет с конца 2019 года

Romir.ru, 29.12.2021

/исследование

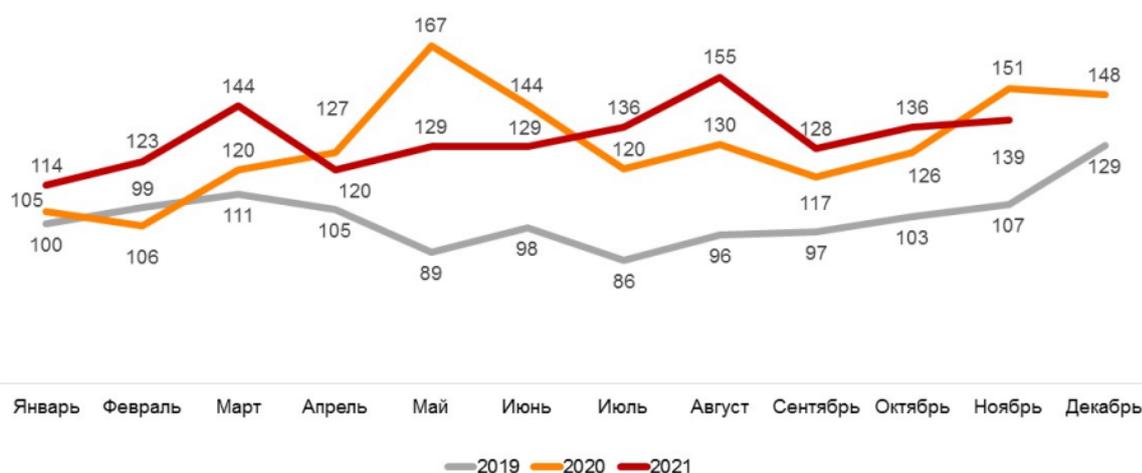
Исследовательский холдинг Ромир публикует [E-comm индекс](#), отражающий динамику покупательской активности россиян в интернет-магазинах.

Рынок e-comm активно растет, начиная с конца 2019 года. Еще до пандемии в этом секторе наблюдается существенный прирост аудитории, но самые высокие показатели отмечены в 2020 и 2021 годах.

Индекс покупательской активности в интернет-магазинах показывал значимый прирост уже на второй месяц ввода карантинных мер. В 2020 году индекс ситуативно достигал больших значений (167% в мае), а 2021 год отличается большей стабильностью. Максимальная амплитуда достигала 41 п.п., в то время как в 2020 — 62 п.п.

Romir

Индекс покупательской активности в интернет магазинах (%)



Постоянный прирост аудитории характерен в целом по России. В крупных городах ядро аудитории можно назвать сформированным, что отражается в отсутствии значимых колебаний количества покупателей относительно базового значения в январе 2019 года.

Доля трат в интернет-магазинах в доковидный 2019-й год была меньше, но росла равномернее. В 2020 году наблюдались пиковые значения e-comm share индекса, которые коррелируют с введением ограничительных мер по борьбе с пандемией. Максимальные значения были зафиксированы в мае и июне 2020 (11,3% и 10,4% соответственно), в ноябре 2020 (10%), в августе 2021 (10,1%).

Источник:

[E-comm индекс Ромир: динамика онлайн-покупок россиян за три года](#)

Продажи нелегальных электронных сигарет в онлайн удвоились

Kommersant.ru, 29.12.2021 02:07:00

/исследование

Онлайн-продажи нелегальных электронных систем доставки никотина (ЭСДН) в 2021 году достигнут 46 млн устройств на общую сумму 23 млрд руб., что вдвое больше, чем годом ранее, пишет [«Коммерсантъ»](#) со ссылкой на исследование сервиса Gorodissky IP Security. В следующем году нелегальный онлайн-рынок ЭСДН может вырасти до 28,9 млрд руб.

К нелегальным аналитики относили продажи электронных сигарет с содержанием никотина через интернет. По действующему законодательству онлайн-торговля ими запрещена, в отличие от устройств для курения, где никотин не содержится, но их нельзя продавать несовершеннолетним. В подсчеты аналитиков вошли и сами устройства, но контрафактные. Бизнес по реализации в интернете нелегальной продукции высокорентабелен — наценки продавцов достигают 150%.

Основные каналы продаж нелегальных ЭСДН — сайты и соцсети. Совокупная аудитория специализированных площадок превышает 30 млн пользователей. В соцсетях аналитики обнаружили 4,7 тыс. сообществ и аккаунтов, реализующих вейпы и электронные сигареты. Наибольшая аудитория у ресурсов в «ВКонтакте» (77,1%) и в Instagram (13,7%), а в Telegram распространены оптовые продажи нелегальных ЭСДН.

Партнер Data Insight Борис Овчинников считает, что потенциальная легализация онлайн-продаж электронных сигарет с соблюдением всех требований законодательства могла бы быть интересной для маркетплейсов и для онлайн-ритейла.

Источник:

[Вейп на весь интернет](#)



Банк Русский Стандарт: бум онлайн-шопинга проходит

Rsb.ru, 29.12.2021

/исследование

По данным эквайринговой сети Банка Русский Стандарт, доля покупок в интернете сократилась до 44% за три квартала 2021 года против 61% в том же периоде 2020 года.

Число покупок в традиционных магазинах выросло на 56% за три квартала 2021 года. В то же время количество онлайн-заказов снизилось на 12% (по сравнению с аналогичным периодом 2020 года). В интернете стали покупать на 16% меньше, а оборот офлайн-магазинов увеличился на 60% по сравнению с тем же периодом прошлого года.



Пока средняя сумма одного платежа в онлайне остается выше, чем в офлайне. Но средний чек онлайн-заказов снизился до 1290 руб. за три квартала текущего года против 1357 руб. в 2020 году. Средняя сумма одной покупки в традиционных магазинах выросла до 1108 руб. с 1081 руб. в аналогичном периоде прошлого года.

В офлайне россияне чаще всего делают покупки по картам в супермаркетах (средний чек 578 руб.), точках быстрого питания (637 руб.), ресторанах (1861 руб.). А также в число лидеров входят станции технического обслуживания и автомойки со средним чеком в 1418 руб.

При оформлении заказов через интернет лидируют другие категории товаров. Например, одежда и аксессуары со средней суммой одной покупки в 1189 руб., товары для дома (1406 руб.) и такси (257 руб.). Заметным спросом пользуется доставка еды, в частности, из ресторанов и фастфуд со средней суммой одного заказа в 1192 руб.

Источник:

[Банк Русский Стандарт: покупатели активно возвращаются в офлайн-магазины, а бум онлайн-шопинга проходит](#)

СберИндекс: новогодний шопинг онлайн — уже привычка

Sberindex.ru, 30.12.2021

/исследование

По [данным](#) СберИндекса, число россиян, приобретающих подарки к Новому году онлайн, с 2019 года удвоилось и составит в 2021 году не менее 5,6 млн человек.

Общие траты на подарки в интернете с 1 по 20 декабря 2021 превысили прошлогодний показатель на 84% и уже достигли 25 млрд руб. Треть дополнительных расходов направляется на бытовую технику и электронику, еще четверть — на одежду, обувь и аксессуары.

Доля расчётов в иностранных валютах была на четверть выше обычного во время ноябрьских распродаж, но к новому году расчёты в рублях вернулись к нормальным значениям.



Источник:

[Новогодний шопинг онлайн: уже привычка, а не эксперимент](#)

Group-IB: Telegram — главный канал сбыта нелегального алкоголя в интернете

Kommersant.ru, 28.12.2021 16:53:00

/исследование

Согласно выводам специалистов Group-IB, в 2021 году теневые продажи алкоголя по сравнению с прошлым годом выросли примерно на 10%, составив почти 3 млрд руб., сообщает [«Коммерсантъ»](#).

На нелегальные онлайн-магазины пришлось лишь пятая часть всего теневого оборота в интернете. Остальное продали в соцсетях и мессенджерах. Telegram оказался главным каналом сбыта нелегального алкоголя в интернете.



Количество запросов «купить алкоголь с доставкой» выросло почти в 2 раза. Уменьшается количество сайтов, но увеличивается число Telegram-каналов. Их аудитория выросла со 160 тыс. до 750 тыс. Такие интернет-магазины делятся на две категории: продажа контрафактной продукции, а также сайты с доставкой.

Онлайн-продажи — лишь малая часть нелегального оборота в России, говорит директор Центра исследований федерального и регионального рынков алкоголя Вадим Дробиз. Через онлайн реализуется хорошо прежде всего дорогой поддельный алкоголь: виски, ром, джин, текила, премиальная водка.

Источник:

[Алкоголь перетекает в Telegram-каналы](#)

INFOline: рынок e-commerce в России вырос на 40-43% в 2021 г.

Retail.ru, 28.12.2021

/исследование

В России доля онлайн составляет 11% от общей массы товарооборота. По прогнозу, к 2025 году он вырастет вдвое, рассказал генеральный директор INFOline Иван Федяков в рамках онлайн-встречи «Потребительский рынок России: итоги 2021 года и ключевые вызовы 2022». Рост рынка в 44% удалось сохранить на практически прежнем уровне — от 40% до 43%.



В непродовольственном ритейле 17% товаров уже продаются онлайн. В столицах эта цифра существенно выше: в Москве доля онлайн-торговли составляет 22%, прогноз на 2025 год — 33%; в Санкт-Петербурге сейчас составляет 17%, к 2025 году ожидается рост до 29%.

На долю первой десятки онлайн-компаний приходится 52,6% объема продаж. Лидерами отрасли остаются Wildberries, Ozon и AliExpress. В десятку онлайн-компаний в 2021 году также вошли Apteka.ru и Яндекс.Маркет.

В первую десятку лидеров рейтинга INFOline Retail Russia TOP-100 вошли две компании, которые прочно ассоциируются с онлайн-ритейлом: Ozon (9 место) и Wildberries (4 место). Первое место рейтинга заняла X5 Group. На первую десятку компаний-лидеров рейтинга уже приходится почти 30% всего товарооборота в стране.

Источник:

Темпы роста онлайн-рынка в 2021 году сохранились на уровне рекорда 2020 года «Светофор» и Ozon вошли в ТОП-10 сетей России по выручке

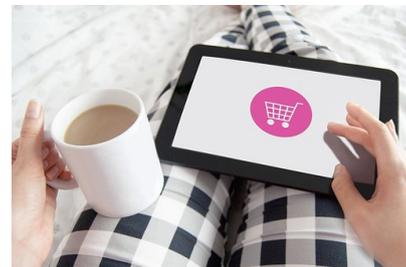
Mediascore: маркетплейсы стали опережать поисковики по товарным запросам

Kommersant.ru, 28.12.2021 00:54:00

/исследование

По данным Mediascore, в 2021 году маркетплейсы начали опережать поисковые сервисы по количеству запросов с целью найти и купить товары, сообщает «Коммерсантъ».

Учитывались данные запросов более 20 тыс. россиян старше 12 лет в Google Chrome, Яндекс.Браузере, Firefox, Opera и других, а также в маркетплейсах AliExpress, Avito, Ozon, Wildberries и Яндекс.Маркет. Компания проанализировала поисковые запросы из браузеров, вводимые в адресную строку или на сайтах, а также из ряда мобильных приложений в период с 20 сентября по 12 декабря.



В общем количестве запросов исследуемых FMCG-категорий на десктопе маркетплейсы занимают 40–50%, на поисковики приходится до трети, остальное — на специализированные интернет-магазины и классифайды.

Потребители начинают активнее искать и сравнивать товары сразу на платформах и больше читать отзывы о брендах. Маркетплейсы становятся не только местом покупки, но и новым медиаканалом, местом взаимодействия аудитории с брендами.

В 2021 году люди на 50% чаще стали искать в Яндексе интересующий товар сразу вместе с названием продающей его площадки. При 58% онлайн-покупателей предпочитают сравнивать товарные предложения минимум на двух площадках.

Товарный поиск будет все больше уходить на маркетплейсы на фоне того, что последние много инвестируют в расширение ассортимента, привлечение селлеров и покупателей, совершенствование поиска, отмечает гендиректор «Infoline-Аналитики» Михаил Бурмистров. По его мнению, в России у поисковиков больше шансов удержать аудиторию, так как в стране фактически шесть крупных маркетплейсов, а в США явно лидирует Amazon. Кроме того, к конкуренции за товарный поиск уже подключились соцсети, которые активно развивают e-commerce.

Источник:

[Товары повседневного запроса](#)

Эксперты: наиболее перспективные бизнес-модели — D2C и B2B e-com

New-retail.ru, 27.12.2021 10:00:00

/исследование

На онлайн-конференции **UPGRADE ГОДА** ритейлеры **подвели** итоги года и обсудили наиболее прибыльные и быстрорастущие бизнес-модели, за счет которых e-commerce будет развиваться на горизонте следующих 3-5 лет.

Владислав Ширококов, основатель UPGRADE: В России интернет-торговля продолжила бурный рост. Покупатели привыкли делать покупки в онлайн, текущий уровень проникновения eCommerce в 9% предполагает, что двузначные темпы роста интернет-торговли сохранятся на горизонте 2-3 лет и, видимо, новые привычки уже навсегда поменяли рынок.

Федор Вирин, партнер Data Insight: Рост рынка eCommerce в 2021 году составил 44%. Общая выручка всех крупнейших онлайн-магазинов составит 3,9 трлн руб. Сегодня российский eCommerce находится на пороге еще большего роста. Рынок застыл в ожидании солидных инвестиций со стороны крупнейших банков и фондов. При этом принцип инвестирования в eCommerce меняется, идет переосмысление, во что стоит вкладывать деньги. Основные битвы за аудиторию завершены, игроки соревнуются в инвестициях, обеспечивающих исполнение заказов: фулфилмент, логистику и автоматизацию бизнес-процессов.

Прогноз объема рынка eCommerce: объем рынка

Объем рынка eCommerce в 2020 году под влиянием пандемии составил 2,7 трлн руб., рост +58%. К 2025 году рынок вырастет в четыре раза и достигнет 11,1 трлн руб.



Важные тренды рынка:

- Сразу несколько крупных игроков спешно развивают собственные экосистемы. По прогнозам экспертов, в итоге их число стабилизируется на 2-3.
- У всех на слуху гонка Сбера, Яндексa, VK, всех крупных маркетплейсов, но, возможно, стоит присмотреться к тому, что делает Tinkoff.
- Крупные маркетплейсы захватывают регионы и расширяют ассортимент, масштабируют логистические проекты и развивают финтех-сектор, включая покупку банков, особое внимание уделяется BNPL-сервисам (рассрочка).

- Анонсированы многомиллиардные проекты от Сбербанка, ВТБ, VK, Яндекса, X5, «Магнита» и т.д. Эти вливания не дадут замедлиться рынку eCommerce на горизонте 2-3 лет. По прогнозам Data Insight, к 2025 году рынок вырастет в 4 раза.
- Идет передел eGrocery-рынка. Многолетний лидер сегмента, компания «Утконос», уступила место X5, которая, в свою очередь, не удержалась под напором СберМаркета. Сразу несколько крупных ритейлеров соревнуются за этот сегмент.
- Рынок с радостью принял легализацию продажи лекарств. На очереди — эксперимент по онлайн-реализации алкоголя.
- Наиболее перспективные бизнес-модели — D2C и B2B e-com, именно они будут драйверами роста e-com рынка через 2-3 года в России.

Рынок очень быстро консолидируется. Быстро растут 5 основных маркетплейсов (Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет, СберМегаМаркет, AliExpress Россия) и eGrocery. В результате средние интернет-магазины становятся жертвой такой консолидации и уходят с рынка. В первом полугодии 72% от всех заказов пришлось на крупные маркетплейсы и eGrocery. Консолидация рынка порождает новый тип игроков, которые называются «селлеры на маркетплейсах».

В России сейчас порядка 280 тыс. онлайн-магазинов, которые работают по системе D2C. При этом в стране 5,7 млн юридических лиц. Такие продавцы, стартовав на маркетплейсах, потом открывают собственные специализированные магазины. В России может быть до 500 тыс. D2C-магазинов.

Источник:

[Российский e-commerce после 2021 года – какие бизнес-модели обеспечат рост после маркетплейсов](#)

Data Insight. Онлайн-рынок книг

Datainsight.ru, 29.12.2021

/реклама

Data Insight при поддержке **PickPoint** выпустили расширенное исследование «**Онлайн-рынок книг**» за 2 полугодие 2020 и 1 полугодие 2021 года.

Скачать краткую версию отчета: «Онлайн-рынок книг» (pdf, 6,3 Мб)

В исследовании приведены данные по онлайн-рынку книжных магазинов, которые входят в ТОП-1000 интернет-ритейлеров по количеству заказов за 2020 год, а также крупнейшие универсальные маркетплейсы (с годовыми объемами онлайн-продаж не менее 100 млрд рублей) — для последних учитываются только продажи в категории книг.

В отчет вошло 32 магазина, специализирующихся на продажах книг, включая 2 крупнейших универсальных маркетплейса — Wildberries.ru и Ozon.ru.

DATA insight при поддержке PickPoint

Объем онлайн-рынка книг



Ключевые тезисы:

- За 12 месяцев (07.2020–06.2021) было оформлено 42,6 млн заказов на сумму 34,5 млрд рублей.
- Средний чек составил 810 рублей.
- За 12 месяцев (07.2020–06.2021) в интернет-магазинах книг было оформлено на 38% больше заказов, чем за предшествующий период (07.2019–06.2020).
- Конверсия сектора составила 3,4%.
- 62% трафика сегмента приходится на десктопные устройства.
- Доля органических поисковых переходов сектора составила 52% против 40% в среднем по российскому рынку eCommerce.

[Узнать подробнее о полной версии исследования](#)

Источник:

[Онлайн-рынок книг](#)

Data Insight. География продаж зоотоваров

Datainsight.ru, 28.12.2021

/реклама

Data Insight и **PickPoint** при поддержке **Pim Solutions** выпускают отчет «**География продаж зоотоваров**» об особенностях онлайн-заказов и интернет-доставки зоотоваров на территории Российской Федерации. Данные охватывают вторую половину 2020 — первую половину 2021 года.

Скачать презентацию исследования: «География продаж зоотоваров» (pdf, 3,7 Мб)

Исследование включает данные по долям продаж и заказов, среднему времени и расстоянию доставки, типу оплаты (предоплата или постоплата), виду доставки («до двери» или пункта выдачи заказов).

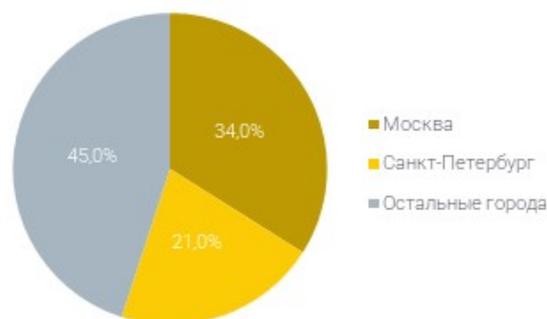
Краткие результаты исследования:

- Москва и Санкт-Петербург являются лидерами абсолютного потребления товаров категории «Зоотовары». На них приходится около 27% заказов по всей России.
- Лидерами в индексе относительного онлайн-потребления зоотоваров являются Краснодар, Санкт-Петербург и Самара.
- Большое количество продаж категории «Зоотовары» в исследуемых городах, как правило, наблюдается в период с октября по декабрь 2020 года. Исключениями являются Нижний Новгород и Самара, где пики продаж приходятся на апрель и июль-август 2021 соответственно.
- Наибольшая доля предоплаченных заказов приходится на 2-й квартал 2021 года (42,3%).
- В категории «Зоотовары» доля доставленных «до двери» заказов находится в пределах 15–37%. Лидером по доле доставки «до двери» является Самара. Более предпочтительным в категории «Зоотовары» является самовывоз, его доля в исследуемых городах составляет 63–85%.
- Прослеживается небольшая тенденция относительно того, что с уменьшением численности населения города уменьшается доля предоплаченных заказов.

Продажи*

Доля продаж Москвы и Санкт-Петербурга в категории «Зоотовары» равняется 23,9% от продаж по всей России.

В рамках исследуемых городов доля продаж, приходящихся на Москву и Санкт-Петербург, составляет 55%.



* Оценка за 2020H2-2021H1.



[Узнать подробнее о полной версии исследования](#)

Источник:

[География продаж зоотоваров](#)

Весь мир:

Uber Eats уйдет с рынка Бразилии

Reuters.com, 06.01.2022 09:13:00

/новость

Uber объявил, что с 7 марта прекратит работу своей службы доставки из ресторанов Uber Eats в Бразилии и вместо этого сосредоточится на доставке через свои сервисы Cornershop и Uber Direct, сообщает [Reuters](#).

В рамках глобальной стратегии репозиционирования Uber стремится закрыть убыточные операции. Компания не назвала причину закрытия Uber Eats Brazil.



Этот шаг Uber происходит на фоне жесткой конкуренции в сфере доставки еды в Бразилии, где среди других провайдеров присутствуют Rappi (который поддерживает SoftBank Group Corp), и iFood (часть технологической группы Movile, поддерживаемой Prosus). И Movile, и Rappi, которые рассматривали возможность первичного публичного размещения акций, в прошлом году привлекли миллионы долларов для финансирования операций в Латинской Америке.

Источник:

[Uber to bow out of Brazil restaurant deliveries](#)

Walmart масштабирует доставку в холодильники покупателей

Corporate.walmart.com, 05.01.2022

/новость

Walmart решил в 2022 году существенно расширить сервис доставки товаров в дома покупателей InHome. Сервисом, ранее доступным для 6 млн домохозяйств, к концу года смогут воспользоваться до 30 млн клиентов в США. Чтобы реализовать план, Walmart намерен привлечь более 3000 водителей, а также создать парк полностью электрических фургонов для доставки.

Служба доставки Walmart InHome была запущена в 2019 году. Сотрудники доставляют свежие продукты, предметы первой необходимости и многое другое прямо в дома покупателей и могут поместить покупки в холодильник на кухне или в гараже.

Сотрудник использует одноразовый код доступа, чтобы открыть дверь или гараж клиента через свое приложение InHome, которое сочетается с технологией интеллектуального входа. Приложение уведомляет клиента о каждом шаге, а камера, прикрепленная к жилету сотрудника, записывает весь процесс доставки.



Источник:

[Walmart To Expand InHome Delivery, Reaching 30 Million U.S. Homes in 2022](#)

Тencent сокращает долю в технологической группе Sea

Tencent.com, 04.01.2022

/новость

Китайская компания Tencent Holdings продает 14,5 млн акций класса А сингапурской компании Sea, которая специализируется на играх и электронной коммерции. Ранее Tencent сократил свою долю в JD.com.



Доля Tencent в Sea будет снижена до 18,7% с 21,3%. Компания намерена сохранить значительную часть своей доли в Sea в долгосрочной перспективе и продолжить существующие деловые отношения.

Sea владеет Shopee — ведущей платформой электронной коммерции в Юго-Восточной Азии и на Тайване.

Источник:

[Tencent divests 2.6% of equity interest in Sea Limited](#)

25,4% заказов по схеме click-and-collect в США приходится на Walmart

Retaildetail.eu, 04.01.2022

/новость

По оценкам исследовательской компании Insider Intelligence, в 2021 году на долю Walmart приходилось 25,4% всех заказов по модели click-and-collect в США. Гигант розничной торговли заработал на таких продажах \$20,4 млрд.

Из более чем 4700 магазинов Walmart 3700 предлагают услугу click-and-collect. Продажи Walmart с самовывозом почти утроились за последние два года. Рыночная доля сети за тот же период выросла с 20,6% до 25,4%. Никто даже близко не приблизился к этому показателю: сеть магазинов товаров для дома Home Depot в прошлом году едва достигла половины доли рынка Walmart, а Target, Best Buy и Lowe's замыкают первую пятерку.



Click-and-collect стал особенно популярен в пандемию как безопасный и быстрый способ покупки товаров при минимальном взаимодействии с другими людьми. Ожидается, что в течение следующих двух лет продажи по этой модели в США будут расти примерно на одну пятую ежегодно. По оценкам CNBC, порог в \$100 млрд в этом году будет превышен.

Для ритейлеров эта модель работы выгодна, поскольку исключается стоимость доставки. Кроме того, сотрудники магазина также могут выполнять функцию сборщиков заказов, когда это необходимо. Тем не менее, доставка на дом по-прежнему остается доминирующей в американской электронной коммерции. На click-and-collect приходится лишь около 11% от всех онлайн-продаж ритейлеров.

Источник:

[Walmart is click-and-collect champion](#)

Delivery Hero покупает контрольную долю в Glovo

Deliveryhero.com, 31.12.2021

/новость

Платформа локальной доставки Delivery Hero подписала соглашение о приобретении дополнительных 39,4% акций испанского сервиса доставки Glovo, в результате чего станет его мажоритарным акционером. В настоящее время Delivery Hero принадлежит около 44% акций Glovo.



Delivery Hero



После закрытия сделки Glovo продолжит работу с существующим брендом и платформой под руководством своей нынешней управленческой команды. Вместе с Delivery Hero они будут использовать общие технологии для дальнейшего повышения эффективности и ускорения разработки продуктов.

Источник:

[Tech champions join forces: Delivery Hero signs agreement to become the majority shareholder of Glovo](#)

Meituan доставил дронами 19 000 обедов

Techcrunch.com, 29.12.2021 02:28:00

/новость

За последние два года Meituan, одна из крупнейших интернет-компаний Китая, доставила с помощью дронов 19 000 обедов 8 000 клиентам в Шэньчжэне, городе с населением около 20 млн человек.

Пилотная программа доступна только для семи районов, каждый из которых имеет трехкилометровую протяженность, и только для избранного числа продавцов. Дроны доставляют товары в определенные уличные киоски. Но компания готова расширить воздушную доставку. В аналогичные услуги также инвестировали Alibaba и JD.com.

Дроны доставки Meituan по-прежнему требуют привлечения большого количества рабочей силы. Как только заказ готов, внутренняя диспетчерская система поручает курьеру-человеку забрать его у продавца в торговом центре и доставить на крышу комплекса, где компания установила площадки для взлета дронов. Перед взлетом инспектор проверяет, надежно ли закреплена коробка. Затем навигационная система Meituan рассчитывает самый быстрый и безопасный маршрут до киоска выдачи.

Экономическая целесообразность использования дронов для доставки еды еще не доказана. Каждый из небольших самолетов Meituan, весящий около 4 кг, может перевозить до 2,5 кг еды. Каждый киоск может принять около 28 заказов, поэтому Meituan рассчитывает, что в часы пик клиенты будут быстро забирать свою еду.

Источник:

[How Meituan is redefining food delivery in China with drones](#)



Sokolov запустил собственный сайт в Германии

Retail.ru, 27.12.2021 10:34:00

/новость

Sokolov стал первым российским ювелирным брендом, представившим собственную e-commerce платформу в Германии. Для заказа на сайте доступно 1000 SKU, в будущем ассортимент будет расширен.

Доставку ювелирных украшений будет осуществлять логистический партнер на территории Германии — DHL. Клиентам бренда доступна курьерская доставка на дом в течение 1-2 дней из логистического хаба Sokolov в Мюнхене.

SOKOLOV
JEWELRY

В 2021 году бренд начал зарубежную экспансию своей розницы, открыв магазины в Молдове, Казахстане, Беларуси и Румынии. Sokolov запустил продажи через Amazon и Zalando на рынках США, Германии, Великобритании, Австрии, Польши, Италии, Швеции, Испании, Нидерландов и Франции. Сегодня украшения бренда представлены в 24 странах.

Sokolov рассматривает возможность в следующем году запустить продажи через собственные онлайн-платформы в Италии, Испании и других странах Евросоюза.

Источник:

[Sokolov запустил собственный сайт в Германии](#)

Accenture: глобальная социальная коммерция достигнет \$1,2 трлн к 2025 г.

Newsroom.accenture.com, 04.01.2022

/исследование

По прогнозам Accenture, глобальная индустрия социальной коммерции с оборотом \$492 млрд будет расти втрое быстрее, чем традиционная электронная коммерция, и достигнет \$1,2 трлн к 2025 году. Рост будет в первую очередь обеспечат пользователи из поколения Z и миллениалы, на долю которых к 2025 году будет приходиться 62% глобальных расходов на социальную коммерцию.

Согласно отчету Accenture, социальная коммерция подразумевает, что весь процесс совершения покупок — от поиска продукта до оформления заказа — происходит на платформах соцсетей. 64% опрошенных пользователей социальных сетей заявили, что совершили в них покупку за последний год. По оценкам Accenture, это почти 2 млрд социальных покупателей во всем мире.

The social commerce opportunity will nearly triple by 2025

Globally, sales made through social commerce in 2021 are expected to reach

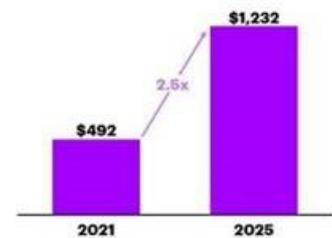
\$492 billion

Growing at a CAGR of 26%, the social commerce opportunity will nearly triple by 2025, reaching

\$1.2 trillion

Today, 10% of all ecommerce spend is done via social commerce. By 2025, this number will reach 17%

Social Commerce Market Size (GMV, Billion USD)



Source: Accenture Social Commerce Economics Model, based on data from the Accenture Social Commerce Shopper Survey and triangulated third party inputs. Note: 2022 market size estimated based on market momentum and adaptation of consumer preferences. Includes products or services ordered via social networks, regardless of the method of payment or fulfillment. Includes B2C and B2B transactions. Copyright © 2022 Accenture. All rights reserved.

К 2025 году наибольшее количество покупок через социальные сети будет связано с одеждой (18% всей социальной коммерции), бытовой электроникой (13%) и предметами интерьера (7%). Свежие продукты и закуски также будут составлять большую категорию (13%), хотя продажи сосредоточатся почти исключительно в Китае.

Потребители в развивающихся странах более склонны к социальной коммерции. Восемь из десяти пользователей соцсетей в Китае используют социальную коммерцию для совершения покупок в определенной категории, в то время как большинству пользователей социальных сетей в Великобритании и США еще предстоит совершить покупку таким способом.

Покупатели в Китае, Индии и Бразилии больше заботятся о функциях, которые помогают им обнаруживать и оценивать потенциальные покупки, в то время как в Великобритании и США придают большее значение ценам и скидкам.

Доверие важнее для старшего поколения, чем для молодежи. Пожилые покупатели подчеркивают функции безопасности и ценят знакомство с брендом, в то время как молодые поколения предпочитают прямые трансляции и больше доверяют отзывам покупателей.

Источник:

[Shopping on Social Media Platforms Expected to Reach \\$1.2 Trillion Globally by 2025, New Accenture Study Finds](#)

На Европу будет приходиться 28% трансграничных онлайн-продаж в 2022 г.

Pymnts.com, 27.12.2021

/исследование

Согласно отчету PYMNTS, в 2022 году объем трансграничных онлайн-продаж достигнет \$1,2 трлн, из которых на европейские страны будет приходиться почти 28,3% (\$340 млрд). Во время пандемии 30% потребителей в Бельгии, Германии и Нидерландах совершали больше онлайн-покупок у международных ритейлеров, чем раньше.

По мнению экспертов, ритейлеры могут ожидать, что трансграничные продажи останутся ключевой частью их будущих стратегий роста. При этом ритейлерам придется учитывать курсы обмена иностранной валюты (FX).

Более крупные организации имеют преимущество, поскольку часто обладают инструментами и ресурсами для защиты от постоянных колебаний обменных курсов и снижения валютных рисков, влияющих на трансграничные доходы. Однако для малого и среднего бизнеса (SMB) с меньшими ресурсами это более сложная задача. Криптовалюта может стать решением проблемы, поскольку ее стоимость остается неизменной в разных странах.

Аналитики прогнозируют, что цифровая валюта будет составлять значительную часть трансграничных платежей в ближайшем будущем, и почти 45% потребителей во всем мире будут использовать ее для трансграничных платежей в течение следующего года.

Источник:

[Europe to Account for 28% of Cross-Border eCommerce's Trillion-Dollar Sales in 2022](#)



Arptopia: Shopee — самое популярное в мире приложение для покупок в 2021 г.

Blog.arptopia.com, 27.12.2021

/исследование

Согласно отчету Arptopia, Amazon в прошлом году был самым загружаемым приложением для покупок в США, за ним следуют Shein, Shop, Walmart и OfferUp.

На глобальном уровне Shopee вытеснил Amazon с первого места, а Shein занял второе. Amazon опустился на четвертое место среди самых загружаемых приложений для покупок в 2021 году. AliExpress, Wish и Alibaba заняли шестое, седьмое и 10-е места соответственно.



Среди приложений для доставки еды в 2021 году в США лидировали (в указанном порядке) DoorDash, McDonald`s, Uber Eats. В мире наиболее часто загружали приложения McDonald`s, Uber Eats и DoorDash.

Источник:

[Worldwide and US Download Leaders 2021](#)

Топ-10 трендов e-commerce Китая от Alibaba Group

Alizila.com, 31.12.2021

/мнение

Alibaba Group представила тенденции электронной коммерции, которые появились в Китае в прошлом году и будут набирать обороты в 2022 году:

1. Устойчивое развитие. Alibaba Group к 2035 году сократит выбросы углерода на 1,5 гигатонн. Логистические компании, такие как Cainiao Network, стремятся доставлять посылки в более экологичной упаковке и поощрять переработку коробок.
2. Новые показатели для фестивалей шопинга. Распродажи 11.11 и 6.18 оставались ключевыми датами в календарях ритейлеров. Но поскольку во время пандемии электронная коммерция стала играть более заметную роль, бренды стремились заручиться лояльностью клиентов в течение всего года.
3. Торговля подержанными вещами. Платформа секонд-хенда Idle Fish ожидает в 2021 году GMV в размере 500 млрд юаней (\$77 млрд) против 200 млрд юаней в 2020 году.
4. Нарушение цепочек поставок. Alibaba преодолевает сложности с помощью самолетов, поездов и автомобилей.
5. Прямые трансляции. Онлайн помогает даже культурным центрам, от Британского музея до Лувра, привлекать туристов, несмотря на ограничение поездок.
6. Предметы роскоши. К 2025 году Китай может стать крупнейшим рынком предметов роскоши на планете.
7. Поколение Z и миллениалы. Состоятельные китайские горожане поколения Z и миллениалы формируют будущее потребительского рынка страны. Несмотря на то, что представители поколения Z составляют лишь 15% населения Китая, на них приходится 25% расходов на новые бренды.
8. Автономная доставка. Alibaba запустил 1000 роботов для доставки в университетских городках Китая и городских сообществах. Они могут доставлять около 50 посылок за раз и до 500 коробок за один день, покрывая 100 км без подзарядки.
9. Поиск выгодных предложений. По состоянию на сентябрь с момента запуска в 2020 году площадка Taobao Deals, работающая по модели M2C (manufacturer-to-consumer), привлекла более 240 млн активных пользователей в год. Типичный пользователь размещает небольшие заказы до четырех раз в день.
10. Китайские города нижнего уровня. В них проживает более 930 млн человек. Alibaba набирает популярность у этой аудитории. Маркетплейс Taobao Deals и виртуальный магазин продуктов Taosaisai насчитывают 270 млн активных пользователей в год в совокупности по состоянию на 31 сентября. Это соответствует темпам роста на 200% в годовом исчислении, а объем заказов увеличился на 400%.



Источник:

[Top 10 E-Commerce Trends in China For 2022](#)

5 трендов e-commerce 2022 по версии Semrush

Semrush.com, 27.12.2021

/мнение

Сервис интернет-маркетинга Semrush представил 5 трендов развития электронной коммерции на 2022 год.

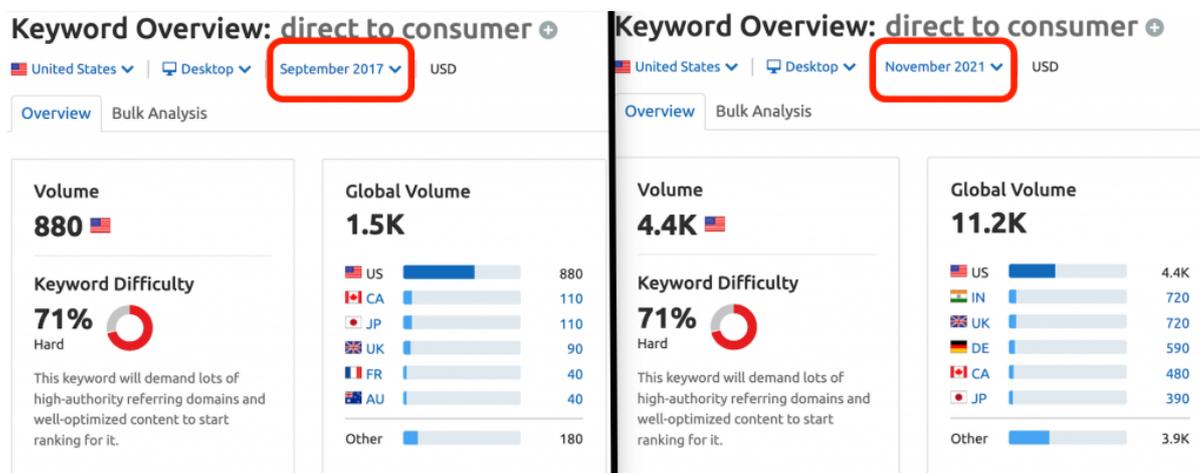
Устойчивое развитие. За последние пять лет количество ежемесячных поисковых запросов по теме «Устойчивое развитие» резко возросло. В США объем поиска вырос с 49,5 тыс. в декабре 2016 года до 135 тыс. в ноябре 2021 года. Во всем мире рост еще более впечатляющий: со 164,5 тыс. до 724 тыс.

Вторичное использование вещей, винтаж, секонд-хенд. Poshmark и Depop — две ведущие платформы для перепродажи одежды, которые демонстрируют устойчивый рост. Ритейлеры, которые продают новые продукты, также расширяют ассортимент за счет бывшей в употреблении продукции. Zalando и IKEA открыли секции б/у товаров. Компании, специализирующиеся на электронике, такие как Apple и Bestbuy, предлагают скидки на восстановленные товары.

Криптовалюты. За последние несколько лет на ведущих сайтах, посвященных криптовалюте, наблюдался значительный всплеск трафика. В 2021 году тройка лидеров отрасли увеличила объем трафика более чем в три раза. Некоторые крупные банки и платежные платформы, такие как PayPal и Visa, включили криптовалюты в свои предложения. Правительства создают свои собственные криптовалюты.

Революция доставки продолжится. Миллениалы и поколение Z стимулируют спрос на более гибкие и быстрые сроки доставки. Возможности доставки в тот же день расширяются благодаря партнерским отношениям между службами доставки и ритейлерами. Сверхоптимизированные цепочки поставок, многоуровневая дистрибуция и доставка с применением программного обеспечения уже меняют правила игры, и эти тенденции необходимо учитывать в 2022 году.

Прямые продажи (D2C). Идея набирает популярность в течение последних пяти лет. Крупные бренды довольно часто отказываются от маркетплейсов, таких как Amazon, потому что у них уже есть собственный интернет-магазин. Например, Nike ушел с Amazon и eBay.



Источник:

[What Ecommerce Trends Will Define 2022?](#)

Подкасты и видео

В один клик

Подводим итоги! Что покупали и продавали в интернете в 2021 году

Ведущий: Денис Ардаширов

Гость: Фёдор Вирин, партнёр Data Insight

Что изменилось в интернет-торговле за год, почему некоторые всё ещё ходят в магазины и не пользуются доставкой, зачем «Самокату» и «Лавке» доставки за полтора часа и почему в России всё ещё нет Amazon.

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



DigitalVoice

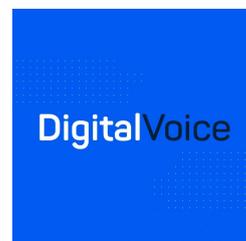
Инновации в E-commerce логистике и конец транспортного кризиса - Nabil Malouli - DHL Global

Ведущий: Филипп Лабковский

Гость: Набиль Малули, вице-президент DHL Global по E-commerce и инновациям

Откуда взялся и когда закончится транспортный кризис, а также какие инновации совсем скоро изменят электронную коммерцию.

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



UPGRADE EWDN

Конференция UPGRADE ГОДА 2021

Новые ритейл бизнес-модели

Развитие ритейл инфраструктуры

Маркетинг, борьба за внимание покупателя

[YouTube](#)



Retail.ru

Потребительский рынок России: итоги 2021 года и ключевые вызовы 2022

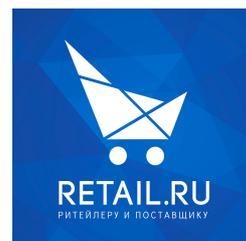
Онлайн-конференция портала Retail.ru совместно с INFOline, «Ромир» и АБКР.

Макроэкономические показатели, уровень жизни населения и динамика РТО страны по итогам 2021 года.

Состояние отечественного ритейла: ТОП-100, ТОП-10, процессы консолидации.

Вызовы-2022 на потребительском рынке: проблемы с персоналом, региональное развитие, экосистемы, программы лояльности, eCom, ассортиментная матрица, СТМ и др.

[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
- 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.