

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2022 / № 10

07 Марта 2022 - 13 Марта 2022

В выпуске:

Россия:

Феликс Евтушенков вошел в совет директоров Ozon

Gett реорганизует российское подразделение

Сервис такси «Ситимобил» прекращает деятельность в России

XWAY запустил сервис автоматизации продаж на маркетплейсах

Ozon и Wildberries предложили селлерам механизмы поддержки

«Лента ПРО» запустила доставку для корпоративных клиентов

Price.ru фиксирует рост спроса на компьютеры, линзы, корм для животных

Hoff — самый удобный интернет-магазин мебели

Весь мир:

Чистая выручка JD.com выросла на 27,6% в 2021 г.

Twitter тестирует расширенные магазины в профилях

Чистый оборот Global Fashion Group вырос на 23,9% в 2021 г.

Американский Grubhub отказался от Яндекс Роверов

Онлайн-продажи товаров в Аргентине выросли на 33,3% в 2021 г.

Покупки в интернете делали 14,2% бразильцев в 2021 г.

Электронная коммерция в Бельгии выросла на треть в 2021 г.

На модель BNPL пришлось 2,9% онлайн-продаж в 2021 г.

Подкасты



Россия:

Феликс Евтушенков вошел в совет директоров Ozon

Corp.ozon.ru, 11.03.2022

/новость

Феликс Евтушенков, старший управляющий партнер ПАО АФК «Система», вошел в состав совета директоров Ozon в качестве неисполнительного директора и вступил в должность 9 марта 2022 года, сменив Владимира Чирахова (президент, председатель правления ПАО АФК «Система»).

Феликс Евтушенков в настоящее время является членом совета директоров ПАО АФК «Система» и председателем совета директоров благотворительного фонда «Система», а также занимает должность председателя совета директоров ПАО «МТС».



Источник:

[Ozon объявляет об изменениях в составе Совета директоров](#)

Gett реорганизует российское подразделение

Kommersant.ru, 11.03.2022 17:46:00

/новость

Глобальный офис Gett принял решение о реорганизации российского подразделения, сообщает [«Коммерсантъ»](#). При этом российский офис Gett «не получал пока деталей реорганизации от глобальной команды» и продолжает работать в обычном режиме.

«Gett также объявила, что по результатам стратегического анализа бизнеса она уйдет с российского рынка перевозок и доставки. Россия представляет собой миноритарную долю в общем объеме бизнеса Gett (менее 14% общей прямой валовой прибыли)», — сообщает фонд VNV Global, который является одним из инвесторов Gett.

The logo for Gett, featuring the word "Gett" in a bold, dark blue sans-serif font, followed by a small orange square.

Источник:

[Gett реорганизует российское подразделение](#)

Сервис такси «Ситимобил» прекращает деятельность в России

Vedomosti.ru, 11.03.2022

/новость

Акционеры сервиса городской мобильности «Ситимобил» (VK и Сбербанк) приняли решение о прекращении деятельности компании, сообщают [«Ведомости»](#). Каршеринг «Ситидрайв» продолжит свою работу.

«Ситимобил» был основан в 2007 году Оганесом Аракеляном и Владиславом Абрамяном, сервис изначально являлся традиционным оператором такси в Москве. В 2010 году компания развивала мобильное приложение.



В 2018 году в «Ситимобил» инвестировали VK (тогда Mail.ru Group) и «Мегафон», получив 18% и 15% в компании соответственно. В 2019 году «Ситимобил» вошел в совместное предприятие VK и Сбербанка, которым принадлежит по 45% в «O2O Холдинге».

Оборот сервиса за 2021 год вырос на 17% и составил 54 млрд руб. «Ситимобил» представлен в 70 городах России, в компании работает больше 1000 человек.

Источник:

[Сервис такси «Ситимобил» объявил о прекращении работы](#)



XWAY запустил сервис автоматизации продаж на маркетплейсах

Rb.ru, 10.03.2022 12:00:00

/новость

XWAY, операционный партнер Ozon, Wildberries, AliExpress и Яндекс.Маркета, запустил платформу для самостоятельного управления продажами на маркетплейсах — XWAY_MMP (Marketplace Management Platform).

Сервис позволяет одновременно загрузить товарный каталог на разные маркетплейсы с возможностью переноса карточек между ними и отслеживать продажи на нескольких площадках в режиме одного окна. С помощью сервиса получится тестировать маркетинговые стратегии, регистрировать товары в акциях, работать с ценами и скидками.

Продавцы также в скором времени смогут создавать рекламные кампании с участием блогеров и привлекать дополнительный трафик на карточки товаров, обрабатывать клиентские отзывы, разрешать споры и мониторить возвраты.

The screenshot displays the XWAY MMP web interface. At the top, the user is logged in as 'market@mail.com'. The main section is titled 'Экспорт товаров' (Export goods). Below this, there are four columns for different marketplaces: OZON, WILDBERRIES, Яндекс.Маркет, and AliExpress. Each column has a '+ Добавить магазин' (Add store) button and a list of stores. For OZON, the stores are 'Снежная королева' and 'Твое'. For WILDBERRIES, there is a '+ Добавить магазин' button. For Яндекс.Маркет, there is a 'Скоро' (Coming soon) button. For AliExpress, there are 'Снежная королева' and 'Твое' stores, along with an 'Обновить токен' (Refresh token) button. A 'Запустить задачу' (Run task) button is located at the top right of this section. Below the marketplace selection, there is a table titled 'История задач' (Task history). The table has columns for ID задачи, Магазины, Дата запуска, Дата завершения, Статус, Импортировано товаров, Экспортировано в AliExpress, and Ошибок. The table contains five rows of task data. At the bottom of the table, there is a pagination control showing '10' items per page and a list of page numbers (1, 2, 3, 4, 5).

ID задачи	Магазины	Дата запуска	Дата завершения	Статус	Импортировано товаров	Экспортировано в AliExpress	Ошибок	
1968	OZON → AliExpress	25.02.2022 12:08:35	25.02.2022 12:08:35	Завершена	1	0	1	Посмотреть
1969	W → AliExpress	25.02.2022 12:08:35	25.02.2022 12:08:35	Не запущена	1	0		▶ Продолжить
1970	Яндекс.Маркет → AliExpress	25.02.2022 12:08:35	25.02.2022 12:08:35	Остановлена	4	2	2	Посмотреть
1971	OZON → AliExpress	25.02.2022 12:08:35	25.02.2022 12:08:35	Завершена	8	8		Посмотреть
1972	OZON → AliExpress	25.02.2022 12:08:35	25.02.2022 12:08:35	Завершена	1	0	1	Посмотреть

Источник:

Как увеличить доход магазинов на маркетплейсах: XWAY запустил сервис автоматизации продаж

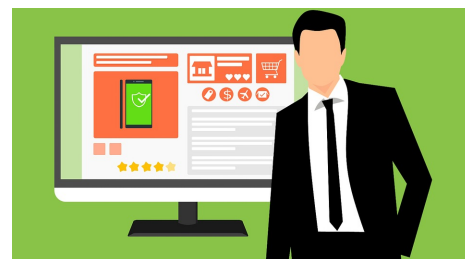
Ozon и Wildberries предложили селлерам механизмы поддержки

Corp.ozon.ru, 09.03.2022

/новость

Вся инфраструктура, сервисы и IT-системы **Ozon** продолжают стабильно работать, утверждают в компании. Спрос на товары некоторых категорий повышен, но у площадки есть запасы на центральных и региональных складах. Компания продолжает переговоры с крупными производителями и дистрибуторами о дополнительных поставках.

Логистическая инфраструктура платформы продолжает работать без перебоев. 10 крупных складских комплексов и порядка 100 сортировочных центров компании принимают товары от продавцов и поставщиков по всей России, а также отгружают заказы в доставку.



- Компания добавила дополнительные дни выплат к стандартным. В частности, в марте деньги будут выплачиваться шесть раз: 5, 9, 15, 18, 22 и 25 марта.
- Ozon также отменил плату за размещение на своих складах до 30 июня наиболее востребованных товаров — это товары повседневного спроса, товары для детей и животных, электроника, товары для сада и огорода и другие. Поставки принимаются в любом количестве.
- Для продавцов, которые торгуют со своего склада, Ozon смягчил правила выполнения заказов, имея в виду возможную нестабильность в работе логистических компаний.

Wildberries с 7 марта 2022 года отменил плату за хранение товаров на всех складах онлайн-ритейлера. Данная мера поддержки будет действовать, как минимум, один календарный месяц, после чего может быть продлена по решению компании. Продолжает действовать введенный ранее пакет мер поддержки продавцов:

- Возможность получения досрочных выплат по новому графику платежей. Еженедельные выплаты продавцам без дополнительных сборов.
- Онлайн-ритейлер инвестирует 7,2 млрд руб. в предоставление скидок за счет Wildberries во время акции к 8 марта и ее продвижение (акция проходит с 1 по 10 марта). Для продавцов, не участвующих в акции, отменено изменение комиссии.
- Отменена плата за приемку товара на складах в Коледино и Подольске.
- Действуют пониженный на 20% тариф на логистику со склада в Электростали, а также скидки на логистику на складах Краснодар, Санкт-Петербурга, Новосибирска и Хабаровска.
- Сохраняются скидки за более быструю доставку заказов в логистические центры при модели «Маркетплейс».

Источник:

[Ozon продолжает обслуживать покупателей и вводит новые меры поддержки для продавцов](#)

[Маркетплейсы вводят новые меры поддержки для продавцов](#)

«Лента ПРО» запустила доставку для корпоративных клиентов

Lenta.com, 09.03.2022

/новость

«Лента» запустила [сервис доставки](#) для корпоративных клиентов — участников программы «Лента ПРО». Услуга будет доступна во всех городах присутствия компании.



Клиентам программы «Лента ПРО» достаточно зарегистрироваться в личном кабинете на сайте компании, указав номер мобильного телефона, и собрать корзину из представленного ассортимента. Время доставки товаров — от двух часов, при этом клиент может выбрать любую удобную дату в течение следующих 6 дней.

Доставка будет осуществляться собственными силами компании, минимальная сумма заказа — 2000 руб. До 31 марта 2022 года клиенты «Лента ПРО» могут воспользоваться услугой бесплатно. Вместе с доставкой товаров клиенты смогут получить полный пакет документов по расчетно-кассовому обслуживанию.

«Лента ПРО» — программа работы с корпоративными клиентами, предоставляющая юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям гибкие возможности покупки и оплаты товаров.

Источник:

[«Лента ПРО» запустила доставку для корпоративных клиентов в городах присутствия компании](#)

Price.ru фиксирует рост спроса на компьютеры, линзы, корм для животных

New-retail.ru, 10.03.2022 11:35:00

/исследование

Эксперты онлайн-агрегатора товаров и цен Price.ru проанализировали спрос на платформе за период с 21 февраля до 2 марта 2022 года и сравнили его с показателями периода 11-20 февраля 2022 года.

По абсолютным показателям спроса лидируют: мобильные телефоны (+25% за изучаемый период, рост цен в среднем на 8%), телевизоры (+83%, рост цен на 13%), ноутбуки (+48%, рост цен на 9%), стиральные машины (+109%), холодильники (+97%, рост цен на 20%) и кондиционеры (+132%).



Вырос спрос на компьютеры и комплектующие для них: процессоры Intel (+758%) и AMD (+620%), видеокарты (+44%), мониторы (+49%), внешние жесткие диски (+103%, рост цен на 22%) и SSD-диски (+169%), материнские платы (+67%), модули оперативной памяти (+92%). На 40% вырос спрос на игровые приставки, а также их стоимость: средняя цена последних моделей Xbox и PlayStation увеличилась на 30% (до 55 500 руб.) и 14% (до 93 569 руб.) соответственно.

На 458% вырос спрос на линзы (в Москве — на 1933%). Лекарственные препараты ищут чаще на 54% (в Москве — на 97%). Спрос на корма для собак вырос на 164%, для кошек — на 112%. Другие «долгоиграющие» продукты — парфюмерия (+19%), товары для ухода за лицом и телом (+48%). На 56% вырос спрос на детские коляски, а средняя цена на некоторые модели выросла на 30%.

Спрос на кольца подскочил на 388%, на серьги — на 34%. На 140% увеличился спрос на кошельки и портмоне.

На 67% вырос спрос на шины, на 47% — на домкраты, на 170% — на моторные масла, на 16% — на колесные диски. Рост цен на самые популярные модели шин составляет от 3% до 24%, на некоторые моторные масла достигает 25%.

Источник:

[Россияне запасаются телефонами, линзами и компьютерами](#)



Hoff — самый удобный интернет-магазин мебели

Ecomloft.ru, 09.03.2022

/исследование

Специалисты агентства «Знак Маркетинг» проанализировали сайты 51 мебельной компании по 165 критериям функциональности и удобства для пользователей и составили рейтинг удобства мебельных интернет-магазинов.

В тройку лидеров рейтинга входят hoff.ru, ikea.com (приостановивший работу в России), divan.ru. Лидеры рейтинга юзабилити предоставляют полную информацию о товарах в удобном для покупателей виде и при этом не используют навязчивую коммуникацию.

Ранг	Интернет-магазин	Оценка по параметрам (макс = 100)				
		Главная страница	Каталог и поиск товара	Карточка товара	Корзина и оформление покупки	Сводная оценка
1	hoff.ru	70,0	86,0	65,0	52,0	68,3
2	ikea.com	74,0	88,0	52,0	54,0	67,0
3	divan.ru	58,0	68,0	76,0	38,0	60,0
4	ormatek.com	50,0	57,0	45,0	64,0	54,0
5	angstrem-mebel.ru	66,0	50,0	48,0	48,0	53,0
6	lazurit.com	54,0	57,0	52,0	44,0	51,8
7	elbamebel.com	46,0	58,0	62,0	40,0	51,5
8-9	pm.ru	52,0	63,0	62,0	28,0	51,3
8-9	lifemebel.ru	46,0	63,0	50,0	46,0	51,3
10	askona.ru	50,0	46,0	64,0	44,0	51,0

Лучшие интернет-магазины по отдельным параметрам:

- Главная страница: ikea.com.
- Каталог: hoff.ru.
- Сервисы планирования интерьера: ikea.com.
- Карточка товара: divan.ru.
- Корзина и оформление покупки: ormatek.com.

Направления улучшения юзабилити интернет-магазина:

- Визуальный контент на карточках товара.
- Отзывы покупателей, вызывающие доверие.
- Онлайн-планировщик интерьера.
- Комплекты мебели разного вида.
- Актуальные подборки мебели и бонусная программа.
- Ссылки на физические магазины.
- Описание процессов доставки и сборки.

Источник:

Рейтинг удобства мебельных интернет-магазинов



Весь мир:

Чистая выручка JD.com выросла на 27,6% в 2021 г.

Ir.jd.com, 10.03.2022

/НОВОСТЬ

Китайский техгигант JD.com объявил неаудированные финансовые результаты за квартал и год, закончившийся 31 декабря 2021 года.

В четвертом квартале 2021 года чистая выручка JD.com составила 275,9 млрд юаней (\$43,3 млрд), что на 23% больше, чем в четвертом квартале 2020 года. Чистая выручка от услуг составила 41,2 млрд юаней (\$6,5 млрд), увеличившись на 28,3% год к году. Операционный убыток составил 392 млн юаней (\$61,5 млн) по сравнению с прибылью в размере 594,9 млн юаней за тот же период прошлого года. Чистый убыток, приходящийся на держателей обыкновенных акций, составил 5,2 млрд юаней (\$0,8 млрд) по сравнению с чистой прибылью в размере 24,3 млрд юаней за тот же период прошлого года.



За полный 2021 год чистая выручка составила 951,6 млрд юаней (\$149,3 млрд), что на 27,6% больше, чем за весь 2020 год. Чистая выручка от услуг составила 135,9 млрд юаней (\$21,3 млрд), что на 44,7% больше, чем за весь 2020 год. Операционная прибыль составила 4,1 млрд юаней (\$0,6 млрд) по сравнению с 12,3 млрд юаней за весь 2020 год. Чистый убыток, приходящийся на держателей обыкновенных акций, за полный 2021 год составил 3,6 млрд юаней (\$0,6 млрд) по сравнению с чистой прибылью в размере 49,4 млрд юаней за весь 2020 год.

Число активных клиентов в 2021 году увеличилось на 20,7% до 569,7 млн.

Источник:

[JD.com Announces Fourth Quarter and Full Year 2021 Results](#)

Twitter тестирует расширенные магазины в профилях

Blog.twitter.com, 09.03.2022

Twitter запустил в США бета-тестирование новой функции — Twitter Shops. С ее помощью продавцы могут выбрать коллекцию из 50 товаров для демонстрации покупателям.

В профиле продавца, подключившегося к Twitter Shops, появится кнопка «Просмотреть магазин» (View shop) прямо над его твитами. При нажатии на кнопку откроется магазин, где можно просмотреть товары. Когда покупатель готов к покупке, ему следует нажать на товар, чтобы открыть браузер в приложении, где можно узнать больше о продукте и оформить заказ на сайте продавца.

В то время как функция Shop Module позволяет продавцам демонстрировать до пяти товаров в своем профиле, Twitter Shops предоставляют продавцам более широкое пространство с полным эффектом присутствия для выделения более обширного каталога товаров.

Источник:

[Twitter Shops: More space to shop](#)



Чистый оборот Global Fashion Group вырос на 23,9% в 2021 г.

Ir.global-fashion-group.com, 08.03.2022

/НОВОСТЬ

Global Fashion Group, которой принадлежат онлайн-платформы Lamoda, Dafiti, Zalora и The Iconic, объявила результаты за четвертый квартал и полный 2021 год.

В четвертом квартале 2021 года чистый оборот (Net Merchandise Value, NMV) группы вырос на 19,8%, составив 758,3 млн евро. NMV маркетплейса вырос на 42%, его доля достигла 38%. Выручка компании увеличилась на 13% до 494,7 млн евро. Число активных клиентов выросло на 4,5%, частота заказов — на 8,8%, NMV на одного активного клиента увеличился на 18,5% до 140,5 евро.

По итогам 2021 года NMV группы вырос на 23,9%, составив 2,39 млрд евро, выручка увеличилась на 17,2% до 1,56 млрд евро.

	Q4 2020	Q4 2021	FY 2020	FY 2021
Revenue ¹ €m	415.6	494.7	1,359.7	1,559.5
% Constant Currency Growth	19.0%	13.0%	15.3%	17.2%
% € Growth	(0.5)%	19.0%	1.0%	14.7%
NMV ¹ €m	594.5	758.3	1,958.2	2,390.5
% Constant Currency Growth	28.9%	19.8%	25.7%	23.9%
% € Growth	7.4%	27.6%	10.1%	22.1%
Gross Profit €m	183.0	227.4	586.2	711.5
% Margin of Revenue	44.0%	46.0%	43.1%	45.6%
EBIT €m	(6.0)	(24.1)	(64.8)	(104.7)
Loss for the period €m	(16.9)	(24.8)	(112.4)	(124.8)
Adjusted EBITDA €m	19.3	21.1	16.4	13.6
% Margin of Revenue	4.6%	4.3%	1.2%	0.9%

Источник:

GLOBAL FASHION GROUP ANNOUNCES Q4 AND FY 2021 FINANCIAL RESULTS



Американский Grubhub отказался от Яндекс Роверов

Verdictfoodservice.com, 07.03.2022

/новость

Компания по доставке еды Grubhub прекращает партнерство с российским технологическим гигантом Яндекс по внедрению беспилотных роботов, которые доставляют еду студентам колледжей. Причина разрыва партнерства не разглашается.

В августе прошлого года Grubhub и Яндекс запустили 50 ботов-доставщиков в кампусе Университета штата Огайо (OSU) для доставки еды студентам. Теперь Grubhub ищет альтернативные варианты обслуживания.



Источник:

[Grubhub ceases collaboration with Russia's Yandex](#)

Онлайн-продажи товаров в Аргентине выросли на 33,3% в 2021 г.

Datareportal.com, 12.03.2022

/исследование

В 2021 году онлайн-покупки совершали 14,5% жителей Аргентины от 15 лет и старше, следует из отчета We Are Social и Kepios. Среди пользователей интернета в возрасте 16-64 лет каждую неделю делали онлайн-покупки 54,7%, а заказывали продукты — 26,1%. Бесплатная доставка — ключевой драйвер интернет-шопинга (67,6%).

Онлайн-рынок потребительских товаров в Аргентине в 2021 году вырос на 33,3% до \$9,09 млрд. Один покупатель в среднем за год потратил онлайн \$339 (+24,1%). Быстрее всего росли продажи в категориях: еда — на 54%, напитки — на 46,8%, электроника — на 42,4%. Самыми крупными категориями в денежном выражении стали электроника — \$2,66 млрд, мебель — \$2,59 млрд.



В категории онлайн-заказа еды с доставкой произошло падение продаж на 10,8% до \$212 млн. При этом число пользователей сервисов выросло на 24,7%.

В секторе туризма онлайн-продажи круизов подскочили на 96%, путешествий по путевке — на 52%, аренды автомобилей — на 89%. Одновременно на 21% снизились продажи железнодорожных билетов и на 20% — автобусных.

Источник:

[DIGITAL 2022: ARGENTINA](#)

Покупки в интернете делали 14,2% бразильцев в 2021 г.

Datareportal.com, 12.03.2022

/исследование

Согласно отчету We Are Social и Hootsuite, в 2021 году покупки в интернете совершали 14,2% жителей Бразилии в возрасте от 15 лет. Среди интернет-пользователей в возрасте от 16 до 64 лет раз в неделю делали онлайн-покупки товаров или сервисов 59,7% респондентов, заказывали продукты питания — 26,4%.

Основным драйвером онлайн-шопинга в Бразилии является бесплатная доставка (73,7%). Цифровые продажи потребительских товаров в 2021 году выросли на 29% до \$40,01 млрд. Средние траты на одного онлайн-покупателя в год составили \$349. Наиболее динамично росли онлайн-продажи продуктов питания — на 62%. Лидер по объему онлайн-продаж в деньгах — категория электроники (\$16,28 млрд).



Онлайн-продажи еды с доставкой составили \$2,65 млрд — рост на 25,6%. Число клиентов в этой категории возросло на 25,5%.

В секторе туризма на 85% выросли онлайн-продажи круизов, на 88% — бронирование автомобилей, при этом в категории автобусных путешествий продажи снизились на 4,4%.

Источник:

[DIGITAL 2022: BRAZIL](#)

Электронная коммерция в Бельгии выросла на треть в 2021 г.

Ecommercenews.eu, 11.03.2022

/исследование

Объем электронной торговли в Бельгии в 2021 году составил 11,7 млрд евро — на 33% больше, чем в 2020 году. Количество транзакций выросло на 39%, превысив 150 млн.

Общее количество интернет-магазинов, зарегистрированных в Бельгии, выросло на 17,5% и к концу года достигло 56 642. Большинство новых онлайн-компаний работают как микро- и малые предприятия. На них приходится 97% e-commerce в стране. Однако не менее 84% общей выручки от бельгийской электронной коммерции (9,8 млрд евро) генерирует средний и крупный бизнес — в общей сложности 1 455 предприятий.



Трансграничными являются 21% от общего числа транзакций. Большинство из них совершают в бельгийских онлайн-магазинах французские (38%) и голландские (37,5%) потребители.

Не менее 61% всех онлайн-покупок оплачивают с помощью Bancontact — самого популярного способа оплаты в Бельгии. Решения Google Pay и BNPL (покупай сейчас, плати потом) также вышли на рынок, но их доля значительно меньше.

Источник:

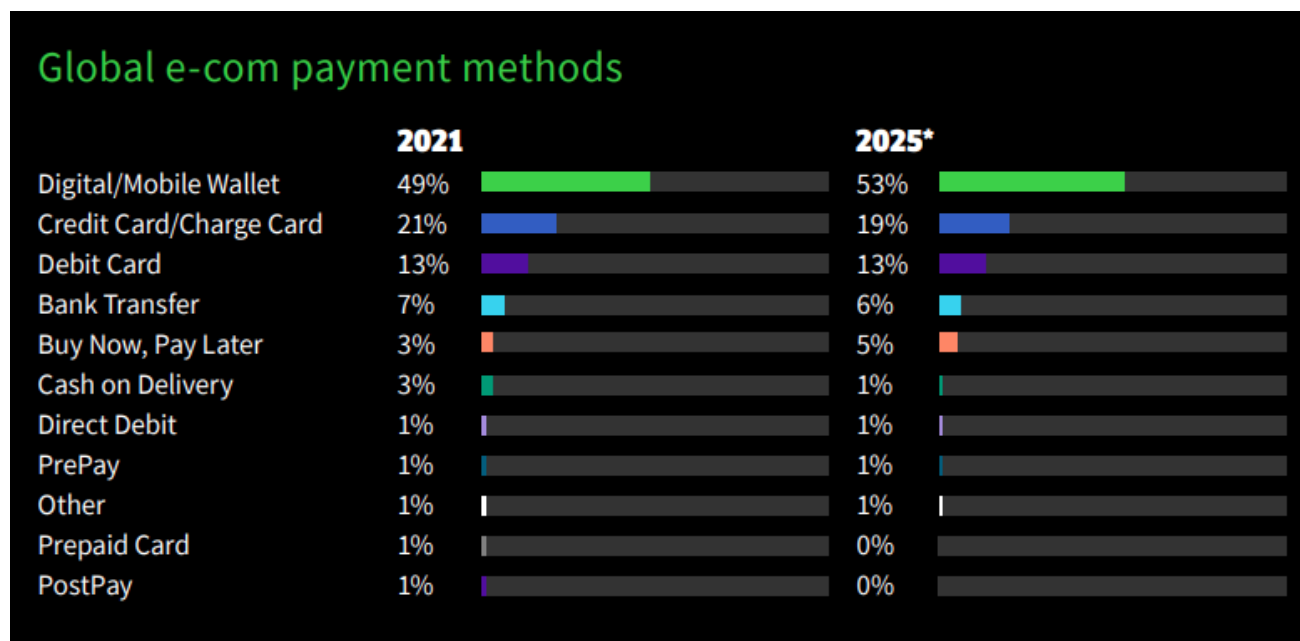
[Ecommerce in Belgium: €11.7 billion in 2021](#)

На модель BNPL пришлось 2,9% онлайн-продаж в 2021 г.

Retaildive.com, 09.03.2022

/исследование

Согласно отчету Fidelity National Information Services (FIS), продажи по модели «купи сейчас, заплати позже» (Buy now, pay later/BNPL) к 2025 году будет составлять около \$438 млрд или 5,3% от объема глобальных транзакций в электронной коммерции. В 2021 году показатель составил 2,9% или \$157 млрд. Росту способствует высокий спрос в Северной Америке и Европе.



На транзакции BNPL приходилось 3,8% онлайн-продаж в Северной Америке в 2021 году по сравнению с 1,6% годом ранее. В Европе на BNPL приходилось 8,1% объема e-commerce транзакций.

Объем электронной торговли в США вырос на 10% в период с 2020 по 2021 год, в Канаде за то же время рост составил 13%. По оценкам FIS, объем e-commerce транзакций в Северной Америке будет расти в среднем на 11% в год до 2025 года, когда достигнет \$2,3 трлн.

FIS ожидает, что BNPL станет самым быстрорастущим методом оплаты на рынке электронной коммерции до 2025 года в США и Канаде, а также в Бразилии, Гонконге, Индии и Великобритании и на других рынках.

Источник:

[Buy now, pay later popularity shows no signs of slowing, FIS report says](#)

Подкасты

Digital Voice

Интернет-маркетинг отключили! Как теперь продавать?

Беседует: Филипп Лабковский

Гости: Андрей Осокин — директор по маркетингу «Детский мир»,
Степан Зайцев — основатель маркетингового агентства ZV DIGITAL

Как компаниям выживать в условиях дефицита каналов привлечения трафика? Где брать клиентов в интернете? Как не слить бюджет в трубу и перенастроить свой подход к маркетингу для оптимизации и дальнейшего роста. Гости поделились важными практическими советами, которые сами сейчас применяют, рассказали, какой маркетинг будет востребован и к чему готовиться.

The logo for DigitalVoice, featuring the text "DigitalVoice" in white on a blue rectangular background.

[Podcasts.ru](#) | [Apple Podcasts](#) | [Google Подкасты](#) | [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.