

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2022 / № 11

14 Марта 2022 - 20 Марта 2022

В выпуске:

Россия:

Ozon будет развивать направление e-grocery под брендом Ozon fresh
X5 Group открыла объединенный даркстор для «Пятёрочки» и «Перекрёстка»
«Магазины ВКонтакте» за неделю привлекли около 120 тыс. бизнес-сообществ
«Утконос ОНЛАЙН» перевел в собственность склад «Волковский» в Мытищах
Ozon создал второй банк — «Еком банк»
«Детский мир» увеличил долю онлайн-продаж до 36% в IV кв. 2021 г.
Ozon закрывает программу бонусов за привлечение новых покупателей
«Магнит» подключил аптеки к сервису бронирования лекарств
INFOLine: рынок доставки готовой еды вырос в 1,5 раза в 2021 г.

Весь мир:

Оценка сервиса доставки Getir приблизилась к \$12 млрд
Американский сервис Buuk от основателей «Самоката» объявил о банкротстве
H&M запускает маркетплейс в Швеции и Германии
Instacart представил рецепты с возможностью онлайн-покупок
Zomato договорился о поглощении сервиса гиперлокальной доставки Blinkit
Adobe: онлайн-продажи в США впервые превысят \$1 трлн в 2022 г.
Пандемия прибавила к e-commerce США почти \$219 млрд в 2020-2021 гг.
Klarna: 5 из 7 потребителей уже делали покупки с мобильных устройств
Объем e-commerce в Нидерландах превысил 30 млрд евро в 2021 г.



Россия:

Ozon будет развивать направление e-grocery под брендом Ozon fresh

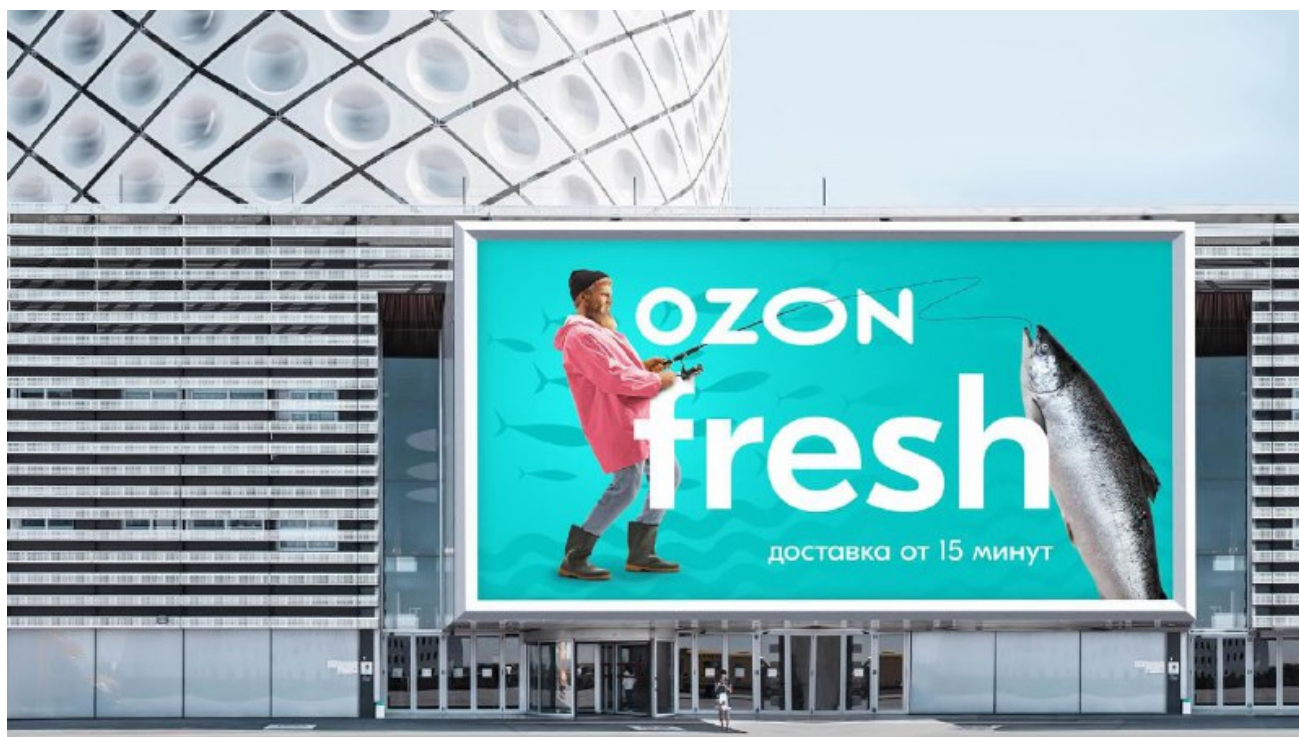
T.me, 17.03.2022 17:50:00

/НОВОСТЬ

E-grocery направление Ozon будет развиваться под новым брендом — Ozon fresh. На витрине будут преимущественно продукты питания и товары повседневного спроса.

Компания начнет активнее работать с крафтовыми производствами и фермерами из разных регионов. Сейчас насчитывается более 40 поставщиков из Москвы, Петербурга, Татарстана и южных регионов России, а к концу года их число как минимум удвоится.

Еще один фокус развития Ozon fresh — собственная торговая марка, в которой уже более 170 наименований, в том числе готова еда.



Источник:

E-grocery направление Ozon будет развиваться под новым брендом — Ozon fresh

Х5 Group открыла объединенный даркстор для «Пятёрочки» и «Перекрёстка»

Vk.com, 17.03.2022 10:12:00

/новость

Х5 Group запустила в Москве первый объединенный даркстор для экспресс-доставки товаров торговых сетей «Пятёрочка» и «Перекрёсток». Ассортимент достигает 11 тыс. наименований, общая площадь объекта — 1470 кв. м, работают 11 сборщиков и 20 курьеров.

Даркстор сможет обеспечивать заказами Мещанский, Тверской, Басманный и район Марьиной рощи. Покупатели могут сделать заказ с помощью приложения выбранной торговой сети на базе доступного ассортимента. На старте новый объект будет обрабатывать около 500 заказов в день.



«Один из главных фокусов Х5 сейчас — поиск синергии и совершенствование экономически-эффективной операционной модели бизнеса. Развитие системы дарксторов для быстрой доставки обеспечит рост собственных сервисов экспресс-доставки без ущерба для посетителей офлайн-магазинов», — отметила Лариса Романовская, управляющий директор Х5 Digital.

Источник:

Экспресс-доставка из «Пятёрочки» и «Перекрёстка» объединилась на даркstore Х5

«Магазины ВКонтакте» за неделю привлекли около 120 тыс. бизнес-сообществ

Rb.ru, 18.03.2022 15:35:00

/новость

За неделю с 11 по 17 марта запустили свое дело «ВКонтакте» и начали тестировать инструменты для запуска бизнеса в соцсети более 300 тыс. новых предпринимателей. Около 120 тыс. бизнес-сообществ стали использовать «Магазины ВКонтакте» для продаж своих товаров и услуг.

Число просмотров предложений от малого бизнеса за день «ВКонтакте» выросло на треть — до 8,6 млн. Самыми быстрорастущими категориями товаров и услуг, которыми пользователи интересуются в соцсети, стали: красота и здоровье (на 57% больше), досуг и подарки (на 43%), одежда и обувь (на 41%), детские товары (на 39%), дом и дача (на 35%).



Совокупное число предпринимателей, ведущих бизнес «ВКонтакте», превышает 2 млн.

Источник:

Бизнес «ВКонтакте» за неделю начали вести более 300 тысяч новых предпринимателей



«Утконос ОНЛАЙН» перевел в собственность склад «Волковский» в Мытищах

Т.me, 17.03.2022 11:51:00

/новость

Склад «Волковский» в Мытищах стал третьим складским объектом в собственности «Утконос ОНЛАЙН». Компания также владеет фулфилмент-центрами «Север» (61 500 кв. м) и «Бутово» (18 754 кв. м). Всего у компании 4 объекта в Москве: 2 фулфилмент-центра и 2 склада формата даркстор общей площадью более 101 000 кв. м.

Склад в Мытищах площадью 6400 кв. м вмещает до 35 000 уникальных товарных наименований и обеспечивает северную и восточную части Москвы, а также ближайшее Подмосковье доставкой заказов от двух часов.



Источник:

[Утконос ОНЛАЙН](#) перевел в собственность склад «Волковский» в Мытищах

Ozon создал второй банк — «Еком банк»

Interfax.ru, 16.03.2022 16:38:00

/новость

Банк России зарегистрировал новый банк в структуре компании Ozon — «Еком банк» с уставным капиталом 3,6 млрд руб. Председателем правления стал глава «Ozon банка» Андрей Личманов, сообщает [«Интерфакс»](#).

Банк получил универсальную лицензию ЦБ на осуществление банковских операций со средствами в рублях и иностранной валюте (с правом привлечения во вклады денежных средств физических лиц). Это позволит запускать более широкий спектр сервисов для B2C и B2B-клиентов.



По данным ЕГРЮЛ, новый банк принадлежит компании ООО «Интернет-Логистика», конечным бенефициаром которой является Ozon Holdings.

Источник:

[Ozon после попадания дочернего банка под санкции США учредил новую "дочку"](#)



«Детский мир» увеличил долю онлайн-продаж до 36% в IV кв. 2021 г.

Corp.detmir.ru, 15.03.2022

/новость

«Детский мир», мультивертикальный цифровой ритейлер, объявил неаудированные консолидированные финансовые результаты, подготовленные в соответствии с МСФО, за четвертый квартал 2021 года и аудированные консолидированные финансовые результаты, подготовленные в соответствии с МСФО, за полный год, завершившийся 31 декабря 2021 года.

В четвертом квартале 2021 года общий объем продаж Группы (GMV) увеличился на 8,5% до 53,3 млрд руб. (с НДС). Общий объем онлайн-продаж в России вырос на 33,2% до 18,9 млрд руб. (с НДС). Доля онлайн-продаж в России составила 37,4%, а общая доля онлайн-торговли — рекордные 36,1% по Группе компаний.



За двенадцать месяцев 2021 года общий объем продаж Группы (GMV) увеличился на 16,9% до 184,3 млрд руб. (с НДС). Общий объем онлайн-продаж в России вырос на 39,1% до 54,0 млрд руб. (с НДС); доля онлайн-продаж в России составила 30,8%.

Источник:

«Детский мир» увеличил долю онлайн-продаж до 36% по результатам четвертого квартала 2021 года

Оzon закрывает программу бонусов за привлечение новых покупателей

Vc.ru, 15.03.2022 17:59:00

/новость

Оzon решил закрыть программу бонусов за привлечение на маркетплейс новых покупателей, которая работала с 2019 года, сообщает vc.ru.

В компании пояснили, что программа «принесла хорошие результаты за два года работы», но причины закрытия не назвали. Продавцам ритейлер предложит «новые рекламные возможности»: например, новый формат промо, увеличив количество рекламных позиций более чем в два раза.

«Учитывая текущую ситуацию с поставщиками и цепочками поставок, нам важно концентрироваться на приоритетах — обеспечении населения широким ассортиментом и поддержке бизнеса 100 тысяч предпринимателей», — рассказали в компании.

Источник:

[Оzon закроет программу бонусов за привлечение на маркетплейс новых покупателей](#)

OZON

ваши баллы: 500

[Web-версия письма](#)

Спасибо за участие в реферальной программе

Уважаемые менеджеры,

Реферальная программа Ozon завершает свою работу. Мы благодарим вас за то, что вместе с нами популяризировали онлайн-шопинг.

На текущий момент миссия программы в ее существующем виде реализована. В ближайшее время мы сфокусируемся на развитии новых инструментов для продавцов и покупателей, а к вам рассчитываем вернуться в будущем с другими интересными форматами сотрудничества.

Ваш реферальный промокод действует до 31 марта включительно. С 1 апреля им будет невозможно воспользоваться. Специально сообщаем вам заранее — пожалуйста, предупредите клиентов и снимите с публикации рекламные материалы.

В мартовской статистике учтём все заказы клиентов, оформленные с вашим промокодом не позднее 31 марта и полученные до 10 апреля. Баллы за март начислим как обычно — 15 апреля. Срок действия баллов не меняется – они доступны на балльном счёте в течение года после начисления.

Если планируете вывести баллы в рубли, подайте заявку не позднее 17 апреля — начислим деньги до 15 мая.



«Магнит» подключил аптеки к сервису бронирования лекарств

Magnit.com, 14.03.2022

/новость

«Магнит» подключил к услуге бронирования лекарств аптеки Уральского федерального округа. Таким образом, онлайн-сервис стал доступен в 835 аптеках в 58 регионах присутствия формата.

Онлайн-аптека работает в формате click&collect:

бронирование товаров с оплатой и самовывозом через 30

минут из удобной «Магнит Аптеки». Покупатели могут

забронировать до 5 тыс. наименований. Минимальная сумма отсутствует, заказы

собирают сотрудники торговых точек. При бронировании и получении день в день цены

идентичны офлайн-аптекам.



Компания запустила сервис бронирования лекарств осенью 2020 года. Пилотный проект был реализован за 2,5 месяца на базе аптек в Москве и Московской области. В сентябре 2021 года компания начала масштабировать сервис в регионах. Сейчас средний ежемесячный трафик сервиса составляет более 60 тыс. человек, а пиковые значения превышает 200 тыс. человек.

В 2022 году компания продолжит развивать онлайн-предложение в аптечном сегменте и намерена запустить в регионах заказ со склада из расширенного ассортимента, а также доставку до выбранной аптеки на следующий день. В планах также расширение сотрудничества с аптечными маркетплейсами и масштабирование этих проектов в регионах.

Источник:

[«Магнит» подключил аптеки к сервису бронирования лекарств](#)



INFOLine: рынок доставки готовой еды вырос в 1,5 раза в 2021 г.

Incrussia.ru, 17.03.2022

/исследование

По данным INFOLine, в 2021 году рынок доставки готовой еды вырос в 1,5 раза до 16,4 млрд руб. Драйверы роста: увеличение спроса из-за ограничений для заведений общественного питания, маркетинговые кампании, а также развитие подписок на доставку и начало продаж продуктовых наборов ритейлерами FMCG.

Лидером по обороту в сегменте доставки готовых продуктовых наборов осталась Performance Group. Компания нарастила показатель на 57% до 5 млрд руб. и увеличила число заказов в мобильных приложениях своих сервисов (Level Kitchen, My Food и Performance Food) до 54%. Grow Food увеличила оборот в 1,5 раза до 3,2 млрд. Доля заказов через мобильное приложение в 2021 году составила 30%.



Лидером по доставке наборов для приготовления стал «ШефМаркет»: оборот вырос на 8% до 1,25 млрд руб. По числу поисковых запросов в месяц первое место заняла Grow Food.

Источник:

Рынок доставки продуктовых наборов за прошлый год вырос в 1,5 раза



Весь мир:

Оценка сервиса доставки Getir приблизилась к \$12 млрд

Techcrunch.com, 17.03.2022 01:50:00

/новость

Стартап в сфере быстрой доставки продуктов Getir объявил о закрытии раунда финансирования серии E на сумму \$768 млн, по итогам которого компания достигла оценки в \$11,8 млрд. Инвестиционная компания Mubadala возглавила раунд, в котором также участвовали Abu Dhabi Growth Fund (ADG), Alpha Wave Global, Sequoia Capital и Tiger Global.

Стартап из Турции быстро расширил свои услуги в Европе и США. В отличие от традиционных служб доставки, Getir позволяет заказывать продукты, не выбирая временной слот: как только заказ отправлен, сервис начинает над ним работать. Компания построила сеть из 1100 дарксторов в десятках городских районов. Курьеры на велосипедах или мопедах доставляют заказы за 20-40 минут.

Приложение компании загрузили 40 млн раз в девяти странах. Getir доминирует в Турции, в настоящее время работает в 81 городе, а также охватывает 48 городов в Великобритании, Германии, Франции, Италии, Испании, Нидерландах, Португалии и США. Компания конкурирует с Gorup, Flink, Gorillas, Zapp, Cajoo и др.



Источник:

[Getir is now worth nearly \\$12 billion after raising another \\$768 million](#)

Американский сервис Вуук от основателей «Самоката» объявил о банкротстве

Bloomberg.com, 17.03.2022 21:37:00

/новость

Американский сервис экспресс-доставки продуктов Вуук, запущенный основателями «Самоката» Вячеславом Бочаровым и Родионом Шишковым в сентябре 2021 года, объявил о банкротстве и прекратил деятельность, сообщает [Bloomberg](#).

Причина решения — «неспособность инвесторов обеспечить финансирование». Вуук уволил почти всех своих сотрудников — около 900 человек. Стартап изучал возможности продажи и «обращался ко всем возможным стратегическим партнерам в США», включая DoorDash, Gorillas и Goruff.

Вуук предлагает доставку продуктов в течение 15 минут. По данным PitchBook, компания получила \$46 млн венчурного финансирования, в том числе от CM Ventures, Fort Ross Ventures и Citius. Большинство из 38 дарксторов находились в Нью-Йорке, но в этом году стартап вышел Чикаго.



Источник:

[Instant Grocery Delivery App Buyk Files for Bankruptcy After Russian Sanctions](#)

Н&М запускает маркетплейс в Швеции и Германии

Retaildetail.eu, 16.03.2022

/НОВОСТЬ

Н&М запускает в Швеции и Германии мультибрендовую платформу H&M with friends. В случае успеха проект будет постепенно расширяться.

Покупатели смогут найти на сайте не только собственные бренды группы (такие как Weekday, &Other Stories, Monki и Arket), но и товары сторонних производителей: Fila, Crocs, Lee, Kangol, Eastpak, Buffalo и др.

H&M Group

Все больше ритейлеров из Европы открывают свои собственные торговые площадки: это уже сделали Decathlon, Maisons du Monde, сеть универмагов INNO и др.

Источник:

[Why H&M is also becoming a marketplace](#)



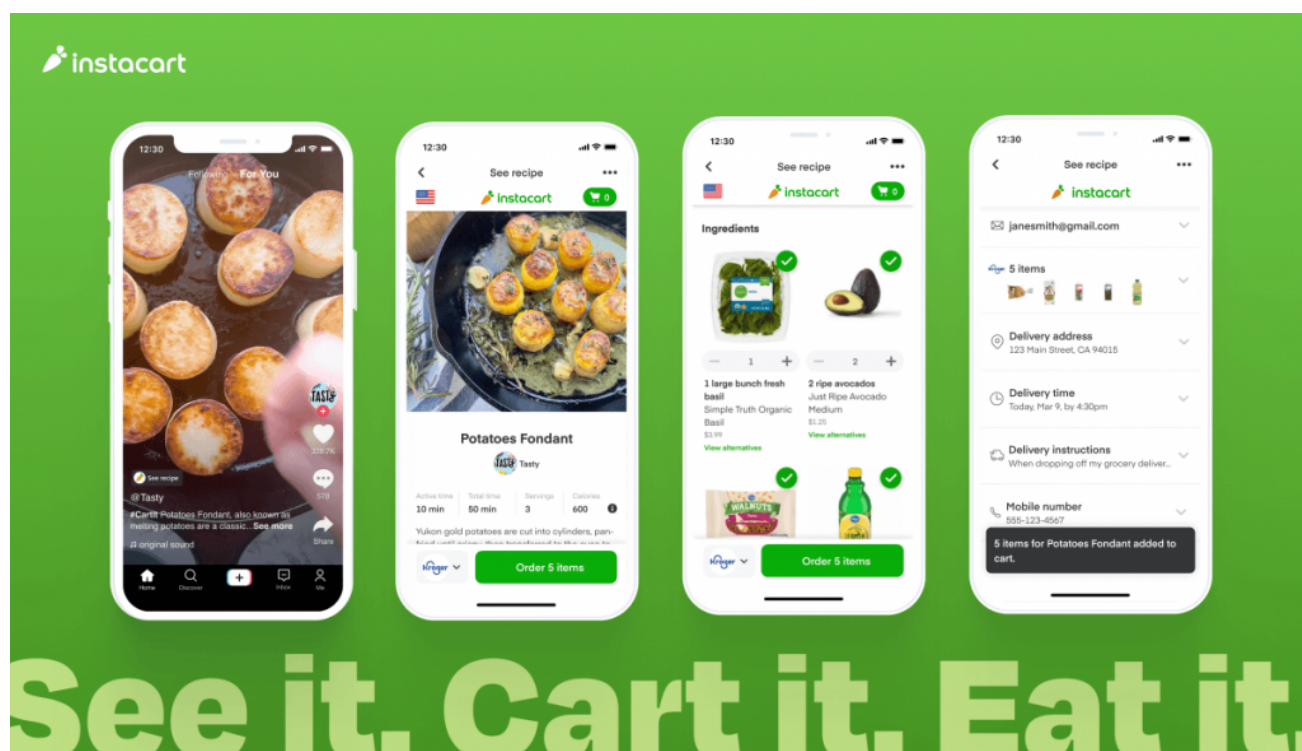
Instacart представил рецепты с возможностью онлайн-покупок

Instacart.com, 16.03.2022

/новость

Instacart, ведущая онлайн-платформа доставки продуктов в Северной Америке, запустила функцию рецептов с возможностью покупки ингредиентов — Shoppable Recipes. Проект реализован благодаря стратегической интеграции с TikTok и Tasty, а также с журналами Delish, Good Housekeeping и др.

Shoppable Recipes используют продуктовый каталог Instacart — один из крупнейших в мире — с моделированием в режиме реального времени на основе искусственного интеллекта для поиска товаров в наличии. В TikTok интеграция основана на программе TikTok Jump. Зрители видео могут добавить все необходимые ингредиенты в корзину Instacart.



Источник:

[Instacart Unveils Shoppable Recipes, New Product Integrations with TikTok, Hearst Magazines, Tasty, and More](#)

Zomato договорился о поглощении сервиса гиперлокальной доставки Blinkit

Techcrunch.com, 15.03.2022 01:06:00

/новость

Индийская компания по доставке еды Zomato и служба мгновенной доставки Blinkit достигли соглашения о слиянии. Стоимость сделки с акциями Blinkit составляет от \$700 до \$750 млн, сообщил источник TechCrunch.

Слияние — или технически приобретение — происходит в то время, когда Blinkit уже несколько кварталов пытается привлечь средства от новых или большинства существующих инвесторов. Поддерживаемый SoftBank стартап, ранее называвшийся Grofers, в прошлом году переключился на мгновенную доставку продуктов.

Ранее в этом году Blinkit закрыл многие из своих дарксторов и сократил бизнес во многих городах, намереваясь сосредоточиться на 10-минутной доставке продуктов. Стартап, который привлек около \$700 млн и достиг оценки в более чем \$1 млрд, пытался конкурировать с компаниями Swiggy (среди инвесторов которой также есть SoftBank) и Zepto (поддерживается YC Continuity).

Индия лидирует с точки зрения внедрения «быстрой коммерции», проникновение которой на рынке eGrocery составляет ~13%, в то время как в Китае ~7%, в Европе ~3%. Среднее время доставки в Индии (~25 минут) сопоставимо с мировыми стандартами: в Китае ~30 минут, в Европе ~20 минут.

EXHIBIT 5: Quick Commerce Penetration (% of online grocery, CY 21)

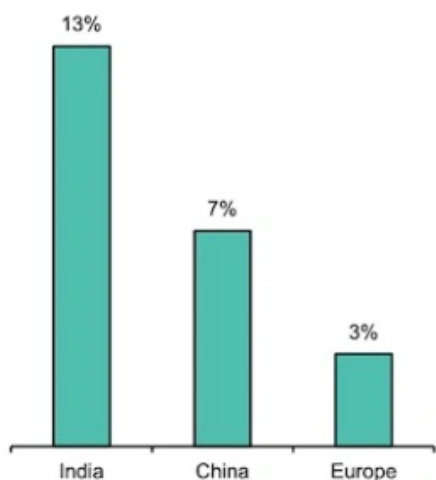
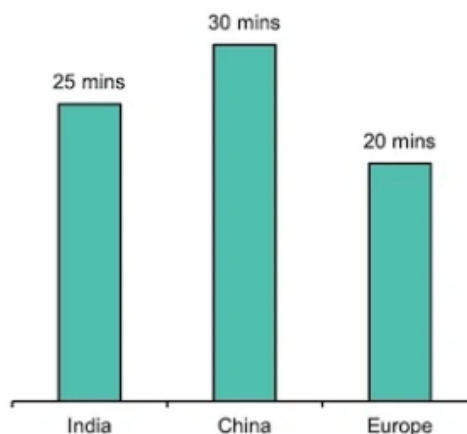


EXHIBIT 6: Average Delivery time



Источник:

[Zomato and Blinkit reach agreement for merger](#)

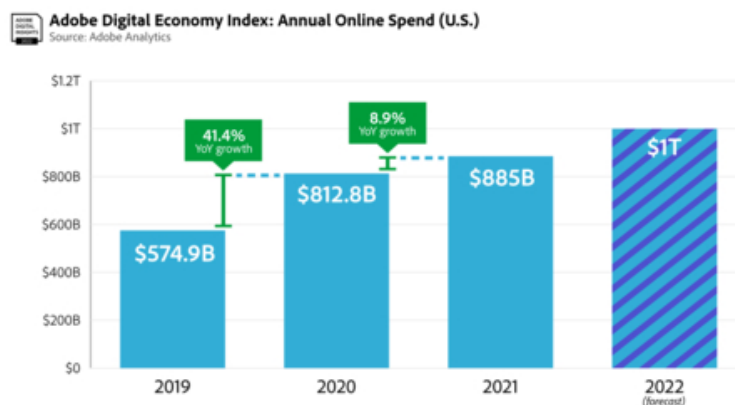
Adobe: онлайн-продажи в США впервые превысят \$1 трлн в 2022 г.

News.adobe.com, 15.03.2022 08:00:00

/исследование

По данным Adobe, в течение двух лет пандемии (с марта 2020 года по февраль 2022 года) потребители в США потратили в интернете \$1,7 трлн — на \$609 млрд больше, чем за два предыдущих года. В 2021 году онлайн-расходы в США выросли на 8,9%, составив \$885 млрд, а к 2022 году впервые превысят \$1 трлн.

Из \$1,7 трлн, потраченных потребителями, \$32 млрд обусловлены повышением цен, причем \$22 млрд пришлось на 2021 год. Онлайн-инфляция сохраняется уже 21 месяц подряд. За первые два месяца 2022 года высокие цены прибавили \$3,8 млрд роста электронной коммерции. Однако инфляция не повлияла на спрос: за те же два месяца онлайн-расходы составили \$138 млрд, что на 13,8% больше, чем в предыдущем году. Adobe ожидает, что в 2022 году потребители в США заплатят в интернете на \$27 млрд больше за то же количество товаров.



В 2021 году 41,8% всей электронной коммерции в США приходилось всего на три категории: продукты питания, электронику и одежду.

- Продовольственные товары составляют 8,9% от всей e-commerce по сравнению с 6,3% в 2019 году и 9,1% в 2020 году. Американские потребители совокупно тратят в среднем \$6,7 млрд в месяц на продукты по сравнению с \$3,1 млрд до пандемии. Adobe ожидает, что эта категория превысит \$85 млрд в 2022 году.
- Электроника в 2021 году выросла в онлайн на 8% до \$165 млрд — 18,6% от всей электронной коммерции, что немного меньше, чем в 2020 году (18,8%) и 2019 году (21%). Потребители ежемесячно тратят в среднем \$13,6 млрд на электронику по сравнению с \$9,9 млрд до пандемии. Категория превысит \$174 млрд в 2022 году.
- Одежда демонстрирует снижение спроса. В 2020 году продажи выросли на 9,1% до \$115,8 млрд, а объем электронной коммерции в целом — на 41%. В 2021 году категория выросла на 8% до \$126,2 млрд. Это 14,3% рынка онлайн-торговли по сравнению с 18,5% в 2019 году и 14,2% в 2020 году. Потребители тратят в среднем \$10,2 млрд в месяц на одежду по сравнению с \$8,7 млрд до пандемии. Adobe ожидает, что эта категория превысит \$130 млрд в 2022 году.

Источник:

[Adobe: U.S. Consumers Spent \\$1.7 Trillion Online During the Pandemic, Rapidly Expanding the Digital Economy](#)

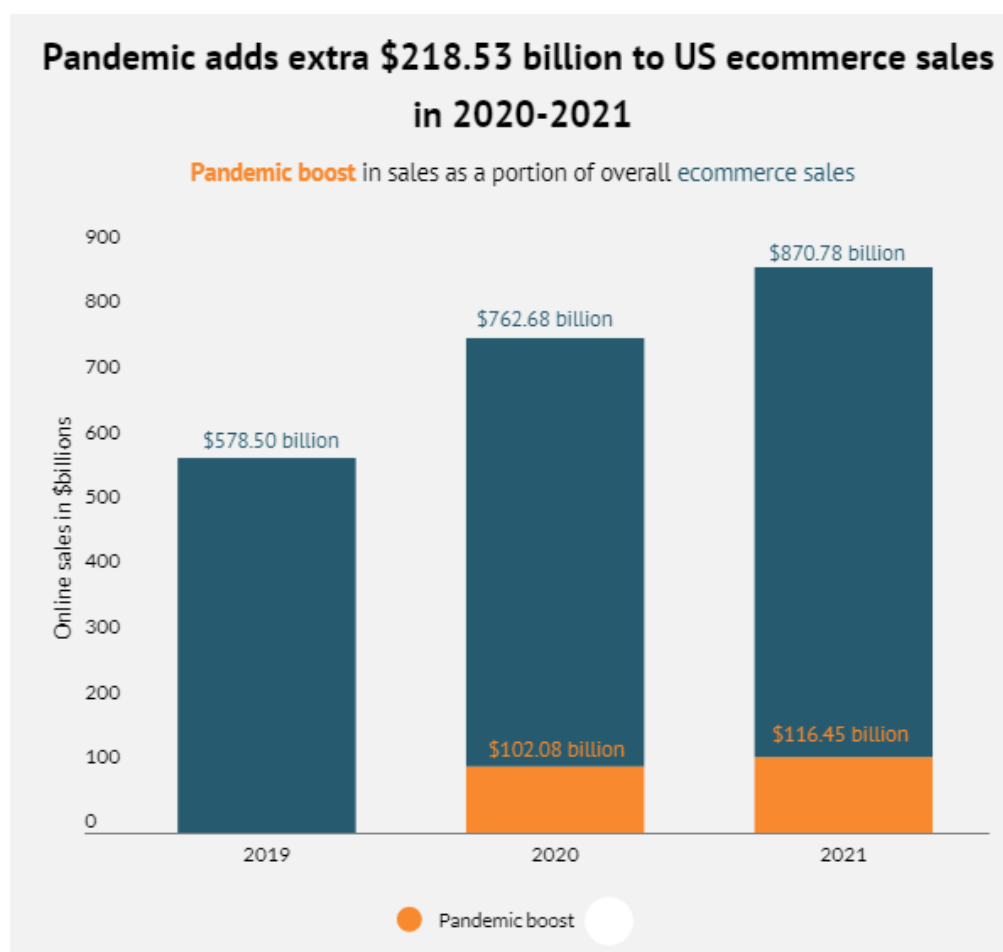
Пандемия прибавила к e-commerce США почти \$219 млрд в 2020-2021 гг.

Digitalcommerce360.com, 15.03.2022

/исследование

По оценкам Digital Commerce 360, пандемия коронавируса принесла e-commerce США дополнительные \$218,53 млрд за последние два года: в 2020 году — \$102,08 млрд, а в 2021 году — \$116,45 млрд.

В целом в 2021 году потребители потратили в интернете на покупки у американских продавцов \$870,78 млрд — на 14,2% больше, чем в 2020 году. Если бы пандемии не произошло, объем онлайн-продаж в США не достиг бы \$870,78 млрд до 2023 года, а в 2021 году составил бы \$754,33 млрд.



Источник:

[Coronavirus pandemic adds \\$219 billion to US ecommerce sales in 2020-2021](#)

Klarna: 5 из 7 потребителей уже делали покупки с мобильных устройств

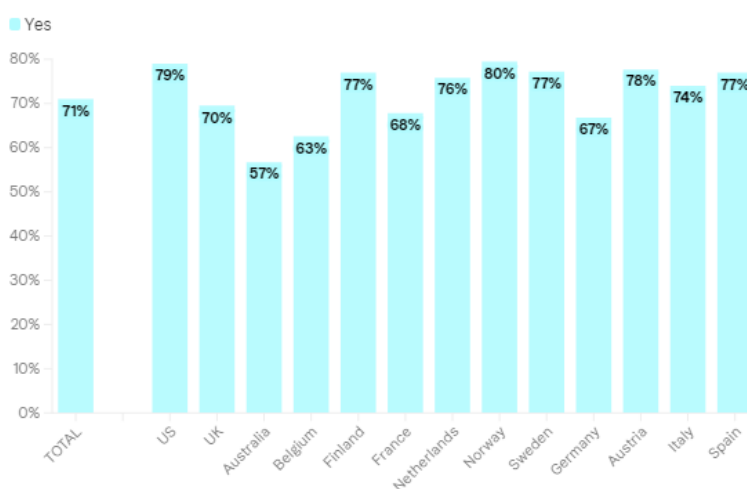
Insights.klarna.com, 15.03.2022

/исследование

Финтех-компания Klarna опросила 18 000 потребителей в 13 странах об использовании мобильных устройств для совершения покупок и выяснила, что в среднем 71% людей совершали покупки на своих мобильных телефонах.

Многие потребители изменили покупательские привычки в результате пандемии, и теперь все больше людей обращаются к мобильным устройствам для совершения покупок. Рост мобильного шопинга по сравнению с показателем двухлетней давности во многом стимулирования поколения Z и миллениалы, но тренд отражается во всех демографических группах.

The vast majority have used their mobile phone for shopping



В скандинавских странах наблюдается четкая тенденция к росту популярности мобильных устройств. Тем временем немецкие покупатели разворачиваются в противоположном направлении. В США большинство покупателей отдают предпочтение мобильным устройствам, а не компьютерам. Странами, в которых доля мобильных пользователей ниже 30%, являются Бельгия и Франция.

Большинство современных поездок в торговый центр начинаются онлайн. Предварительный онлайн-поиск наиболее распространен для одежды, электроники и косметики. Находясь в физических магазинах, покупатели также сравнивают в интернете цены и предложения, проверяют обзоры и отзывы о продуктах.

Каждый пятый потребитель загружает на свое мобильное устройство от 6 до 10 приложений для шопинга. Среди пользователей, в телефонах которых установлены приложения для покупок, более 80% используют от 1 до 5 из них (или вообще не используют) еженедельно. Большинство потребителей считают, что на их телефонах установлено слишком много шопинг-приложений.

Иметь одно единственное приложение, которое включало бы все функции для покупок, предпочли бы 70% опрошенных, а среди поколения Z и миллениалов — 3 из 4 респондентов.

Источник:

[Welcome to Klarna's mobile shopping report!](#)

Объем e-commerce в Нидерландах превысил 30 млрд евро в 2021 г.

Ecommercenews.eu, 15.03.2022

/исследование

В Нидерландах объем электронной торговли в 2021 году составил 30,6 млрд евро — на 16% больше, чем годом ранее. Доля онлайн-покупок в общих расходах голландских потребителей выросла до 31%, следует из отчета Thuiswinkel Markt Monitor.

Количество онлайн-покупок выросло на 13% до 373 млн.
Сумма, которую один потребитель тратит в интернете за год, увеличилась на 15% до 2180 евро.



В первом квартале 2021 года онлайн-продажи товаров выросли на 43%. Во втором и третьем кварталах рост снизился до 5% и 8%, а в четвертом продажи упали на 1%. Онлайн-расходы на услуги сократились на 52% в первом квартале, но достигли роста на 63% в четвертом. В абсолютных цифрах сфера услуг все еще ниже докоронавирусного уровня: 7,8 млрд евро против 10,8 млрд евро в 2019 году.



На голландских сайтах были совершены 9 из 10 покупок. Общая сумма трансграничных расходов выросла на 14%, а число покупок сократилось на 5%.

С помощью смартфонов было сделано 29% онлайн-покупок. Самым популярным способом оплаты в Нидерландах остается iDEAL.

Источник:

[Ecommerce in the Netherlands: €30 billion in 2021](#)

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.