

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2022 / № 15

11 Апреля 2022 - 17 Апреля 2022

В выпуске:

Россия:

Data Insight. Экспресс-мониторинг рынка электронной коммерции
Совместное предприятие Сбера и VK продает активы сервиса «Ситимобил»
Генеральным директором ООО «Яндекс» стал Артём Савиновский
Яндекс.Маркет запускает фулфилмент для продавцов с других площадок
Ozon запустил сервис бронирования отелей
Wildberries открыл второй сортировочный центр на Ставрополье
Ozon выпустит телевизоры под собственной маркой
Выручка СДЭК выросла на 38,7% в 2021 г.
Александр Шульгин покинул должность генерального директора Ozon
Директор по e-commerce «Магнита» Андрей Лукашевич решил уйти из компании
Sokolov нарастил онлайн-продажи в 4,4 раза в I кв. 2022 г.
Delivery Club занялся B2B логистикой
AliExpress Россия переходит на локальное мобильное приложение
«Авито» откроет собственную сеть пунктов выдачи заказов
Rendez-Vous начала развивать направление маркетплейс
«ВкусВилл» запустил бесплатную доставку в дальние населенные пункты
Data Insight. Итоги церемонии награждения Ecommerce Index Top-100 за 2021 год.
NielsenIQ: доля онлайн-продаж FMCG опустилась до 6,9%
Продажи ветпрепаратов на маркетплейсах выросли в 2,6 раза в I кв. 2022 г.
Росстат: 51% пользователей интернета являются онлайн-покупателям
Tinkoff Data: в марте доставка еды сократилась на 14%

Весь мир:

Salesforce: цифровые продажи в мире снизились на 3% в I кв. 2022 г.
Amazon будет взимать с продавцов надбавку 5% за услуги фулфилмента
Shopify купил стартап в сфере инфлюенс-маркетинга Dovetale
About You запускает NFT-платформу



Amazon начинает масштабную распродажу облигаций

Walmart и Snapchat помогут составить меню и заказать продукты

Asos нарастил выручку за полгода на 4%

Число установок приложений для e-commerce выросло на 12% в 2021 г.

PYMNTS: большинство онлайн-покупателей предпочитают доставку на дом

71% онлайн-покупателей жалуются на отсутствие инструментов подбора размера

Подкасты и видео



Россия:

Data Insight. Экспресс-мониторинг рынка электронной коммерции

Datainsight.ru, 14.04.2022

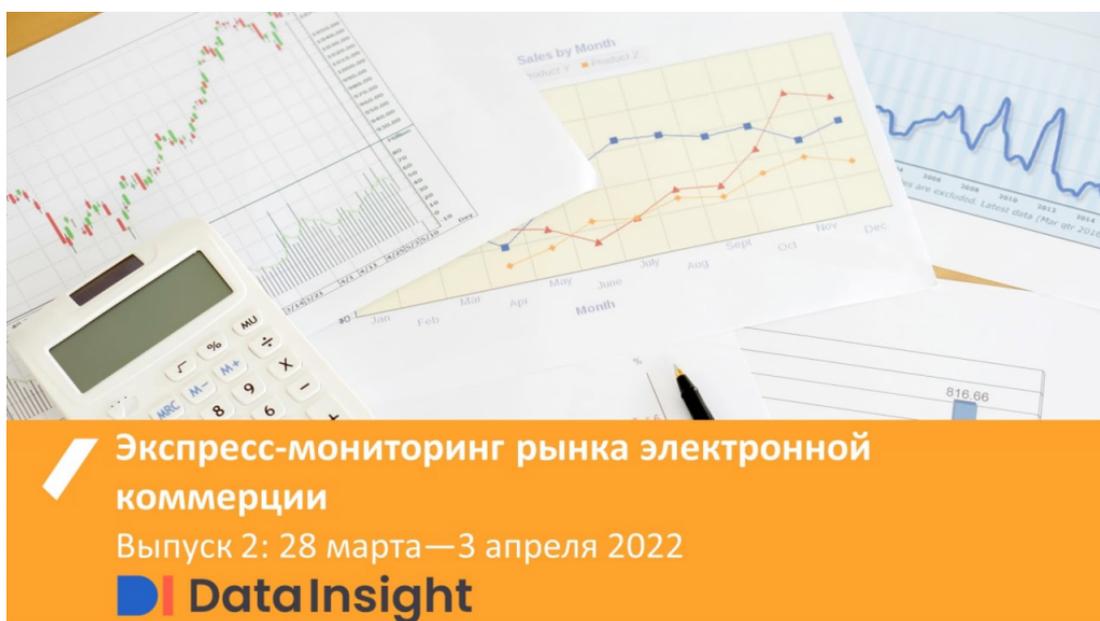
/новость

Data Insight публикует [второй выпуск экспресс-мониторинга рынка электронной коммерции](#).

Следующие выпуски будут выходить не реже двух раз в месяц и распространяться по подписке.

В апреле все номера будут доступны всем желающим. С 1 мая — только по платной подписке.

Для всех, кто зарегистрировался до 30 апреля включительно, будет действовать 15% скидка на подписку.



Для каждого сегмента:

- Динамика **количества заказов**, оформленных за прошедшую неделю.
- Динамика **посещаемости сайтов** магазинов.
- **Конверсия** (отношение количества заказов к количеству посещений сайта).
- Динамика **средней цены** наиболее востребованных товаров на сайтах-лидерах категории.
- **Анализ доступности товаров** на двух крупнейших маркетплейсах.

Ключевые результаты выпуска — [в отчёте](#).

Узнайте подробнее и оформите подписку, заполнив форму [по ссылке](#).

Источник:

[Экспресс-мониторинг рынка электронной коммерции. 28 марта — 3 апреля 2022](#)

Совместное предприятие Сбера и VK продает активы сервиса «Ситимобил»

Vk.company, 15.04.2022

/новость

O2O-холдинг (совместное предприятие Сбера и VK в сфере транспорта и еды) и управляющая компания People&People (в портфель входят «ГрузовичкоФ», «ТаксовичкоФ» и другие компании) подписали юридически обязывающие документы о продаже активов сервиса «Ситимобил».



People&People приобретет часть активов сервиса «Ситимобил». Сумма сделки не разглашается, в ее периметр войдет технологическая платформа сервиса, бренд и каналы привлечения клиентов. Закрытие сделки планируется во втором квартале 2022 года. В результате «ТаксовичкоФ» сможет увеличить долю на рынке агрегаторов такси и расширить географию присутствия, включая все города-миллионники России.

Юридическое лицо ООО «Сити-Мобил» будет закрыто. Каршеринг-сервис «Ситидрайв» и топливная платформа продолжат свою работу в составе O2O-холдинга Сбера и VK.

Как сообщает [«Интефакс»](#), чистый убыток ООО «Сити-мобил» в 2021 году составил 10,1 млрд руб. против убытка в 11,8 млрд руб. годом ранее. Выручка юрлица за отчетный период выросла в 3,7 раза, до 3 млрд руб. Убыток от продаж составил 11,8 млрд руб. против убытка от продаж в 14,6 млрд руб. в 2020 году.

Источник:

[O2O-холдинг продаёт активы сервиса Ситимобил](#)

[Закрывающийся "Ситимобил" в 2021 году получил чистый убыток в 10 млрд рублей](#)



Генеральным директором ООО «Яндекс» стал Артём Савиновский

Yandex.ru, 14.04.2022

/новость

Генеральным директором ООО «Яндекс» назначен Артём Савиновский, который будет совмещать этот пост с должностью руководителя медиасервисов.

Артём Савиновский пришёл в Яндекс в 2008 году и курировал направление финансовой отчётности, аналитики и планирования. Входил в команду, готовившую выход Яндекса на биржу NASDAQ, и участвовал в разработке стратегии развития Такси. В 2016 году возглавил направление медиасервисов.



Источник:

[Артём Савиновский стал генеральным директором ООО «Яндекс»](#)

Яндекс.Маркет запускает фулфилмент для продавцов с других площадок

Oborot.ru, 15.04.2022

/новость

Яндекс.Маркет собирает заявки на подключение фулфилмента для внешних площадок — они смогут отгружать и хранить все товары на складе Маркета, а продавать где угодно. Тестирование услуги начнется весной на складе в Подмосковье, в дальнейшем планируется такую деятельность распространить и на другие регионы.

Покупатель будет оформлять заказ на собственном сайте продавца, в соцсетях или на другой площадке, а сотрудники маркетплейса Яндекса соберут его и доставят по России. Компания доставит товары со своих складов по разным регионам, а не только там, где работает продавец.



Источник:

[Яндекс.Маркет запускает фулфилмент для продавцов с других площадок](#)



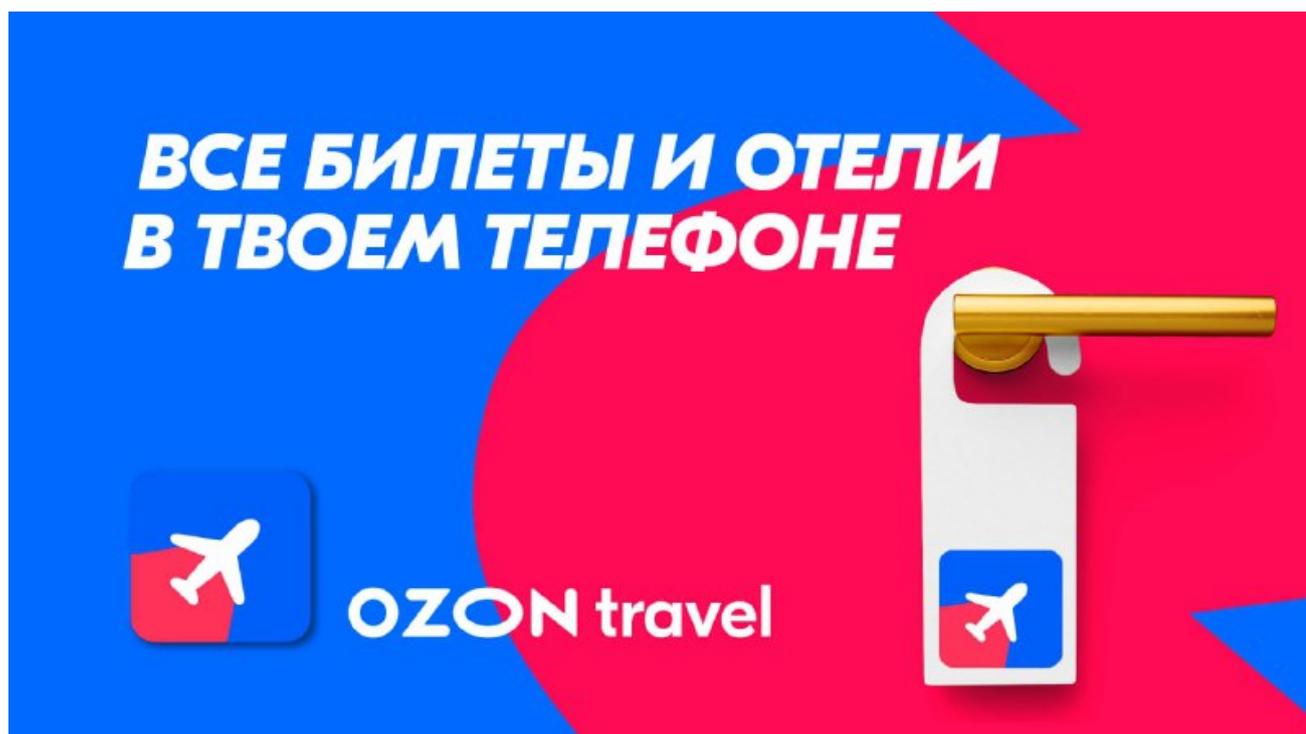
Оzon запустил сервис бронирования отелей

T.me, 14.04.2022 13:06:00

/новость

Ozon Travel [предлагает](#) пользователям 70 тыс. вариантов проживания внутри страны и в доступных для посещения странах. До 99% стоимости бронирования можно оплатить баллами Ozon.

В перспективе отелям будет доступен специальный личный кабинет, к которому они смогут подключиться напрямую и выкладывать свои предложения, самостоятельно управляя ценами. Также в сервисе вскоре появится рейтинг гостиниц, отзывы клиентов и возможность бронирования номера без предоплаты и банковской карты.



Источник:

[Ozon запустил сервис бронирования отелей](#)

Wildberries открыл второй сортировочный центр на Ставрополье

Tass.ru, 14.04.2022 11:45:00

/новость

Wildberries открыл в Шпаковском округе на Ставрополье свой второй сортировочный центр. Площадь объекта — 2,5 тыс. кв. м. В нем впервые будут запущены прямые поставки от региональных предпринимателей, сообщает [ТАСС](#).

На онлайн-платформе свои товары реализуют свыше 7 тыс. предпринимателей из Ставропольского края, которые за 2021 год нарастили продажи на 135% год к году до 6,1 млрд руб.

Ранее в апреле Wildberries сообщил об открытии двух новых логистических центров в Брянской и Свердловской областях.



Источник:

[Wildberries запустит прямые поставки от предпринимателей Ставрополья](#)



Озон выпустит телевизоры под собственной маркой

T.me, 14.04.2022 00:32:00

/новость

В 2021 году Ozon выкупил торговую марку Hartens и в этом году планирует выпустить более 100 тыс. телевизоров для продажи на площадке.

Hartens — лидер по штучным продажам среди В-брендов. Сборка телевизоров идёт на заводе «Квант» в Воронеже. Smart TV у телевизоров Hartens работает на отечественной ОС Яндекс.TV.

The logo for OZON, consisting of the word "OZON" in a bold, blue, sans-serif font.

Источник:

[Ozon начнёт выпускать телевизоры под собственной маркой](#)



Выручка СДЭК выросла на 38,7% в 2021 г.

New-retail.ru, 13.04.2022 17:45:00

/новость

Служба экспресс-перевозки СДЭК в 2021 году **нарастила** выручку на 38,7%, до 21,78 млрд руб. Чистая прибыль по РСБУ увеличилась на 4,2%, составив 1,2 млрд руб.

Себестоимость продаж компании выросла на 35,1%, до 11,975 млрд руб., валовая прибыль выросла на 43,3%, до 9,803 млрд руб., прибыль от продаж увеличилась на 11,5%, до 2,172 млрд руб.



Краткосрочные обязательства «СДЭК-Глобал» за 2021 год выросли до 8,7 млрд руб. Долгосрочные обязательства по итогам года составили 1,2 млрд руб., тогда как по состоянию на конец 2020 года компания не имела долгосрочных обязательств.

Источник:

[СДЭК увеличил годовую выручку в 1,4 раза в 2021 году](#)



Александр Шульгин покинул должность генерального директора Ozon

Corp.ozon.ru, 12.04.2022

/новость

Александр Шульгин покинул должность генерального директора группы Ozon и вышел из состава Совета директоров компании. Финансовый директор компании Игорь Герасимов заменит Александра Шульгина в качестве Исполнительного директора в Совете директоров Ozon.

Руководство компанией перейдет к коллегиальному органу управления, в состав которого войдут несколько представителей команды топ-менеджмента Ozon. Новый орган управления будет отвечать за принятие стратегических решений и управление операционной деятельностью, руководствуясь принципами коллегиального подхода к руководству компанией.



Источник:

[Ozon сообщает об изменениях в Совете директоров и топ-менеджменте компании](#)



Директор по e-commerce «Магнита» Андрей Лукашевич решил уйти из компании

Magnit.com, 12.04.2022

/новость

Директор по электронной коммерции розничной сети «Магнит» Андрей Лукашевич решил покинуть компанию по семейным обстоятельствам. Совет директоров принял решение о прекращении полномочий Андрея Лукашевича в качестве члена Правления.

Андрей Лукашевич возглавил блок электронной коммерции «Магнита» в июле 2021 года. На конец 2021 года онлайн-заказы из магазинов «Магнит» всех форматов через собственный и партнерские сервисы были доступны в 64 регионах России, а среднее число заказов в сутки превысило 100 тыс.



Реализацию стратегии омниканальности компании продолжит исполнительный директор, заместитель генерального директора Алексей Корня, в сферу ответственности которого уже входил блок электронной коммерции. Все соответствующие функции продолжают реализацию намеченных инициатив и проектов.

Источник:

[«Магнит» объявляет о кадровых изменениях в блоке электронной коммерции](#)



Sokolov нарастил онлайн-продажи в 4,4 раза в I кв. 2022 г.

Retail.ru, 12.04.2022 12:38:00

/новость

За январь-март 2022 года ювелирный бренд Sokolov увеличил продажи через сайт и мобильное приложение в 4,4 раза год к году, до 2,15 млрд руб. Доля e-com в общем D2C канале бренда достигла 40% (рост 9 п.п.). 79% онлайн-продаж Sokolov приходятся на мобильное приложение.

Драйвером роста стало расширение розничной сети бренда до 380 магазинов и кросс-платформенная интеграция офлайн-формата фирменной розницы с мобильными приложениями продавца и клиента, благодаря чему показатель ROPO превысил 65%.

SOKOLOV
JEWELRY

По словам управляющего партнера Sokolov Артема Соколова, использование возможностей дополненной реальности (AR) дает рост конверсии в покупку до 11%. Конверсию также увеличивает поиск по фото и помощь продавцов в магазине клиентам, которые выбрали украшение онлайн и завершают покупку офлайн. В 2022 году e-com станет основным драйвером роста D2C канала благодаря развитию собственной логистики и новым электронным сервисам, таким как онлайн-конструктор украшений и видеоконсультации.

Источник:

[Онлайн-продажи Sokolov выросли в 4,4 раза в I квартале 2022 года](#)



Delivery Club занялся B2B логистикой

Press.delivery-club.ru, 12.04.2022

/новость

Delivery Club будет работать с любыми компаниями, которым требуется экспресс-логистика: как с крупнейшими игроками e-com рынка, так и со средним и малым бизнесом. Такие партнеры не будут размещаться в клиентском приложении, сервис выступит в роли исключительно логистического оператора.



С помощью Delivery Club компании смогут организовать быструю доставку практически во всех городах страны с населением свыше 100 тыс. человек. Доставка будет оплачиваться по фиксированной цене. Развитие B2B логистики станет одним из приоритетов сервиса в 2022 году.

Запуск B2B логистики — очередной этап принятой в 2019 году стратегии Delivery Club, в рамках которой компания начала развивать доставку продуктов питания и медикаментов, затем — заказы навынос и безналичные чаевые. В 2021 году Delivery Club запустил собственную подписку Delivery PRO.

Источник:

[Delivery Club вышел на рынок B2B логистики](#)

AliExpress Россия переходит на локальное мобильное приложение

Tass.ru, 12.04.2022 12:21:00

/новость

Локальное приложение AliExpress Россия является основным на территории России и стран СНГ с апреля 2021 года и должно полностью заменить глобальное до середины 2022 года, сообщает [ТАСС](#) со ссылкой на пресс-службу компании.

В магазинах AppStore и Google Play с 12 апреля перестало быть доступным для скачивания глобальное приложение AliExpress. Пользователям предлагается локальное приложение маркетплейса.



Пользователи, у которых установлено глобальное приложение, смогут продолжить его использовать, но со временем обновления будут доступны только в локальном.

Источник:

[AliExpress полностью переходит на локальное мобильное приложение](#)



«Авито» откроет собственную сеть пунктов выдачи заказов

Vedomosti.ru, 12.04.2022 10:00:00

/новость

Онлайн-сервис объявлений «Авито» вместе с логистической компанией Exmail откроет собственные пункты выдачи и отправки онлайн-заказов через «Авито.Доставку», сообщают [«Ведомости»](#).

Первые 18 пунктов выдачи появятся в апреле этого года в 12 городах России. Число пунктов выдачи и география сети будет увеличиваться каждый месяц, к концу 2022 года планируется расширить сеть до 350 пунктов.



В течение первых трех месяцев цена доставки заказа через пункты составит 9 руб., дальнейшая стоимость не раскрывается. В пунктах выдачи будут находиться примерочные, розетки для проверки электроники и бытовой техники. Через «Авито.Доставку» можно отправлять товары стоимостью до 150 000 руб., весом до 15 кг.

Источник:

[«Авито» откроет собственную сеть пунктов выдачи заказов](#)



Rendez-Vous начала развивать направление маркетплейс

Retail.ru, 12.04.2022 14:23:00

/новость

Компания Rendez-Vous решила развивать направление маркетплейс и объявила open-call (специальная отборочная программа) для всех желающих, в том числе российских брендов.



RENDEZ-VOUS

ОБУВЬ - СУМКИ - АКСЕССУАРЫ

В линейке Rendez-Vous насчитывается 156 брендов обуви и 71 бренд сумок. Сотрудничество с российскими брендами всегда было актуально для развития компании: сейчас в интернет-магазине и розничных магазинах Rendez-Vous представлено более 20 отечественных марок обуви, сумок, аксессуаров и средств по уходу за обувью.

Источник:

[Компания Rendez-Vous начала развивать направление маркетплейс](#)



«ВкусВилл» запустил бесплатную доставку в дальние населенные пункты

Vkusvill.ru, 11.04.2022 12:09:00

/новость

«ВкусВилл» начал бесплатно доставлять товары в населенные пункты, где нет магазинов и дарксторов сети. Пока эта услуга доступна для 257 городов и поселков.



Заказы собирают в магазинах и дарксторах Москвы, Санкт-Петербурга, Московской и Ленинградской областей и еще в 36 городах. К доставке подключено более 40 дарксторов, которые обеспечивают 80% заказов в отдаленные от города точки.

Бесплатная доставка действует в радиусе 30-55 км от города и доступна даже в поселения, где живет меньше тысячи человек. Заказ придет к покупателю в течение 4-х часов. В зависимости от региона возможны ограничения по минимальной сумме заказа.

Продукты доставляют автокурьеры, для соблюдения температурного режима хранения при транспортировке задействованы машины с рефрижераторами. Территория охвата сервиса будет расширяться в зависимости от спроса и пожеланий покупателей.

Источник:

[Едем на дачу: доставляем заказы в дальние города и посёлки](#)

Data Insight. Итоги церемонии награждения Ecommerce Index Top-100 за 2021 год.

Datainsight.ru, 12.04.2022

/исследование

20 апреля в рамках подготовки рейтинга крупнейших российских интернет-магазинов Data Insight провела **награждение лучших интернет-магазинов России Ecommerce Index Top-100** при поддержке партнеров мероприятия **5Post, Dalli, Get4Click и Logsis.**



НОМИНАЦИИ

ЛИДЕР РЫНКА

I место - [Wildberries](#)

II место - [Ozon](#)

III место - [DNS](#)

ЛИДЕР РОСТА

- Стайер: [Яндекс Маркет](#)

Самые высокие минимальные за 3 года темпы роста

- Ускорение: [Сбер МегаМаркет](#)

Максимальное улучшение динамики в 2021 году относительно динамики 2020 года

- Потенциал: [Магнит](#)

Интернет-магазин из числа не входящих в топ-100, который при продолжении роста прошедшего года будет выше всего по объему онлайн-продаж в текущем году

- Развитие: [Самокат](#)

Наибольшие темпы роста (среди входивших в топ-100 за 2020)

- Рост доли рынка: [Wildberries](#)

Наибольший прирост (разница) доли онлайн-рынка

- Прорыв года: [Перекресток.ру](#)

Наибольший объем онлайн-продаж среди интернет-магазинов, впервые вошедших в топ-100.

БРЕНД В ОНЛАЙНЕ

- Развитие ритейл-бренда: [Сбер Маркет](#)

Наибольшие темпы роста объемов прямого трафика среди магазинов, входивших в топ-100 предыдущего года.

- Объем прямых продаж: [ИКЕА](#)

Наибольший объема онлайн-продаж (через собственный сайт или приложение) среди производителей (брендов).

- Рост прямых продаж: [ВкусВилл](#)

Наибольшие темпы роста объема онлайн-продаж (через собственный сайт или приложение) среди производителей (входивших в топ-100 прошлого года).

- Продажи на маркетплейсах: [ТВОЕ](#)

Бренд с наибольшим объемом прямых продаж через маркетплейсы.

НОВАЯ НОМИНАЦИЯ

- Лидер среди селлеров: [Офисмаг](#)

Мультибрендовый селлер с наибольшим объемом продаж на маркетплейсах

СПЕЦИАЛЬНАЯ НОМИНАЦИЯ

- Лидер Omni: [ВкусВилл](#)

Лидер рейтинга омниканальных ритейлеров (совместный проект DI и AWG)

Полный рейтинг крупнейших российских интернет-магазинов за 2021 год опубликуем позднее на [сайте](#).

Поделиться данными вашего интернет-магазина для следующего рейтинга можно, отправив их на почту a@datainsight.ru

Источник:

[Итоги церемонии награждения Ecommerce Index Top-100 за 2021 год.](#)

NielsenIQ: доля онлайн-продаж FMCG опустилась до 6,9%

T.me, 15.04.2022 17:35:00

/исследование

Согласно данным NielsenIQ, на 12-13 неделе доля онлайн-продаж FMCG упала ниже уровня средних значений с начала года. Если на 5 неделе она составляла более 7%, а в пик ажиотажа 9%, то сейчас опустилась до 6,9%.

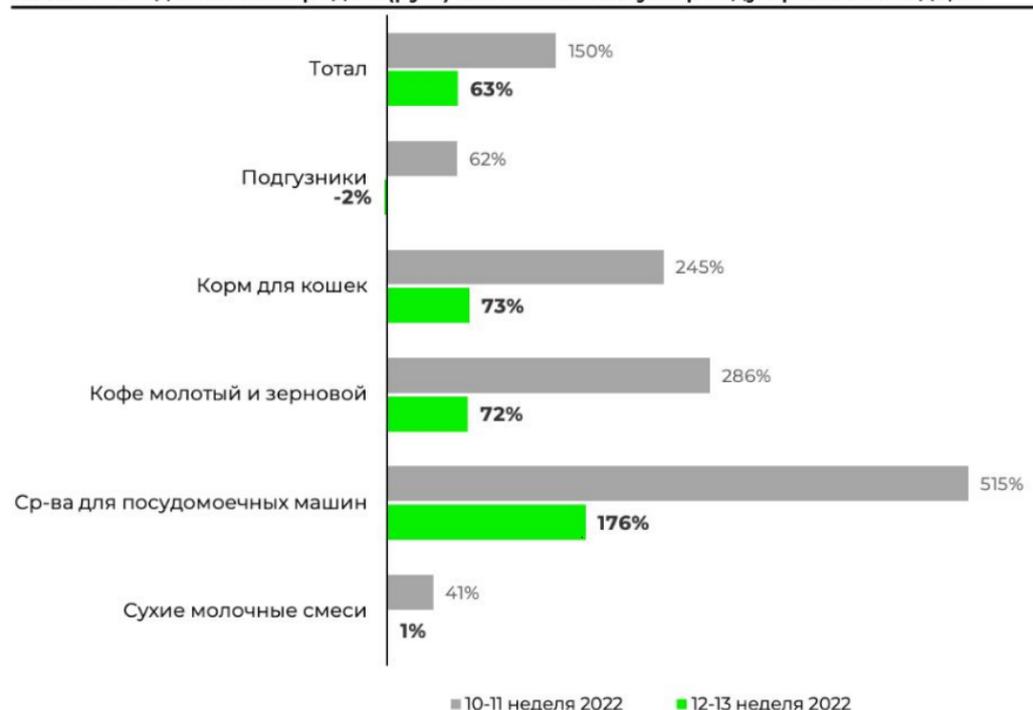
Среди большинства категорий динамика онлайн-продаж значительно замедлилась. Уровень снижения темпов ярко заметен на топ-5 категориях FMCG по объемам продаж.

Продажи кофе и кормов для животных (для кошек и собак) замедлились в 3 раза, а продажи детских категорий (заменителей грудного молока и подгузников) ушли в отрицательную зону после периода ажиотажных закупок.



Е-commerce. ТОП-5 категорий по объему денежных продаж

Изменение денежных продаж (руб.) к аналогичному периоду прошлого года, %



Telegram: t.me/nielsenrussia | © 2022 Nielsen Consumer, LLC. All rights reserved.

Источник:

[Как изменились продажи в онлайн?](#)



Продажи ветпрепаратов на маркетплейсах выросли в 2,6 раза в I кв. 2022 г.

Rncph.ru, 14.04.2022

/исследование

По данным RNC Pharma, общий объем продаж ветеринарных лекарственных препаратов крупнейшими маркетплейсами России по итогам первого квартала 2022 года достиг 338,7 млн руб. (в розничных ценах, включая НДС). Продажи в рамках анализируемых площадок выросли относительно аналогичного показателя 2021 года в 2,6 раза.

Выручка за первые три месяца 2022 года в сумме опережала общий объем реализации всего 2020 года и составляла без малого половину оборота, который продемонстрировали участники рынка в 2021 году. Прирост в минимальных единицах дозирования (МЕД) был зафиксирован на уровне 72%, всего с начала текущего года маркетплейсы реализовали 1,8 млн МЕД ветеринарных препаратов.



Источник: RNC Pharma®, АБД Аудит розничных продаж ВетЛП на маркетплейсах в России

*в исследование включены данные по компаниям: Ozon, Еаптека и Wildberries

По итогам марта 2022 года рублевый объем продаж ветеринарных лекарственных препаратов на маркетплейсах вырос в 3,4 раза год к году, а натуральные объемы увеличились в 2,1 раза.

Общее количество торговых марок в сегменте за год не выросло. Фиксировалось даже некоторое сокращение ассортимента, по итогам первого квартала 2022 года в сегменте реализовывалось 359 торговых марок (на 3 меньше, чем годом ранее). При этом позиции отдельных марок в топе значительно изменились.

Источник:

RNC Pharma представляет обновление БД Аудит розничных продаж ВетЛП на маркетплейсах в России за март и по итогам 1 кв. 2022 г.



Росстат: 51% пользователей интернета являются онлайн-покупателям

E-reper.ru, 14.04.2022

/исследование

По данным Росстата за 2021 год, онлайн-покупателями являются 51,1% от всех пользователей интернета и 43,7% от общей численности населения в возрасте 15 лет и старше.

- В городах интернет-магазинами пользуются 55,4% пользователей Сети.
- Чаще всего интернет для заказов товаров и/или услуг используют жители Ямало-Ненецкого автономного округа, Владимирской области и Санкт-Петербурга.
- Две трети россиян, заходящих в онлайн-магазины, покупают там одежду, обувь и спорттовары, 44% совершают денежные переводы и оплачивают другие финансовые услуги. В остальных случаях женщины чаще приобретают косметику и парфюмерию, мужчины вносят плату за телевидение, интернет и другие телекоммуникационные услуги.
- Девять из десяти пользователей оплачивают интернет-покупки банковской картой, каждый третий — наличными при получении.
- Россияне одинаково часто вызывают курьерскую доставку и забирают товары самостоятельно из пунктов выдачи.



Источник:

[Онлайн-продажи в 2021 году: данные Росстата](#)

Tinkoff Data: в марте доставка еды сократилась на 14%

Tinkoff.ru, 14.04.2022

/исследование

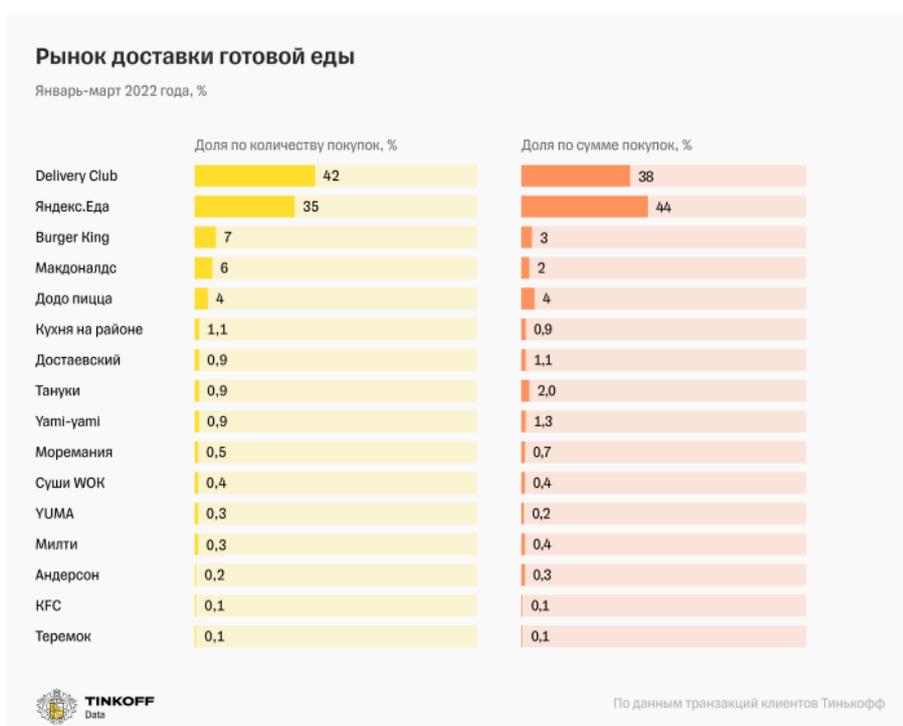
Tinkoff Data провел исследование рынка доставки готовой еды и блюд из ресторанов и кафе на основе обезличенных данных по транзакциям более 20 млн клиентов Тинькофф.

В марте 2022 года количество заказов и затраты на доставку готовой еды снизились на 12–14% к февралю. Средний чек в марте 2022 года вырос на 3% — до 943 руб. По данным сервиса AI-прогнозирования ETNA, к концу 2022 года средний чек снизится до 907 руб.

За последний месяц количество заказов через приложение «Макдоналдса» снизилось на 16%, а через Burger King выросло почти на треть по сравнению с февралем. Заказы через Яндекс.Еду снизились на 26%, Delivery Club — на 7%. Количество заказов в марте по сравнению с прошлым годом снизилось на 13%, а расходы сохранились на прежнем уровне.

В 2022 году в топ-5 брендов на рынке доставки еды из ресторанов и кафе вошли Delivery Club, Burger King, Яндекс.Еда, «Макдоналдс» и «Додо пицца». Первая тройка брендов на рынке доставки еды из ресторанов не изменилась с начала 2021 года: Яндекс.Еда, Delivery Club и приложение Burger King.

Москва, Санкт-Петербург и Московская область — топ-3 регионов, жители которых активнее всего пользуются доставкой из ресторанов, совокупно они занимают более 50% рынка по сумме трат.



Республика Татарстан, Краснодарский край, Ленинградская, Ростовская и Новосибирская области вошли в десятку регионов — лидеров по тратам на доставку.

Источник:

[Исследование Tinkoff Data: в марте доставка еды сократилась на 14%](#)



Весь мир:

Salesforce: цифровые продажи в мире снизились на 3% в I кв. 2022 г.

Salesforce.com, 14.04.2022

/новость

Данные Salesforce Q1 Shopping Index показывают снижение цифровых продаж в мире на 3% в годовом исчислении по итогам первого квартала 2022 года. Это первое зафиксированное падение за девятилетнюю историю индекса.

Инфляция, проблемы с цепочками поставок и экономическая нестабильность повлияли на покупательную способность потребителей. Это привело к падению онлайн-расходов после нескольких кварталов беспрецедентного роста. Трафик снизился на 2%, объем заказов — на 12%. Онлайн-продажи в Европе упали на 13%, а объем заказов — на 17%.



Мировая экономика по-прежнему испытывает стресс из-за перегруженности цепочки поставок, поскольку продолжают карантинные меры и закрытие шанхайских портов. Из-за длительных проблем с цепочкой поставок и задержек количество SKU сократилось на 3% в первом квартале 2022 года по сравнению с первым кварталом 2021 года. Категории продуктов с наибольшим сокращением запасов: игрушки и обучение (-23%), бытовая техника (-12%).

На модель BNPL (покупай сейчас, плати позже) пришлось 9% мировых цифровых продаж в первом квартале 2022 года, что на 20% больше, чем в предыдущем году, и на 9% больше, чем в четвертом квартале 2021 года.

Источник:

[Salesforce Q1 Shopping Data: As Inflation Hinders Digital Sales Growth, Retailers Must Remove Friction Points](#)



Amazon будет взимать с продавцов надбавку 5% за услуги фулфилмента

Reuters.com, 13.04.2022 10:07:00

/новость

Из-за подорожания топлива Amazon впервые за свою историю решил ввести для продавцов надбавку за услуги фулфилмента, пишет [Reuters](#). Она составит 5% и пока коснется партнеров в США.

С 28 апреля Amazon будет взимать в среднем на 24 цента больше за одну единицу товара, которую компания хранит и отправляет через службу Fulfillment by Amazon (FBA). Продавцы могут избежать этих затрат, отправляя товары покупателям напрямую.



«В 2022 году мы ожидали возвращения к нормальной жизни, поскольку ограничения, связанные с COVID-19, во всем мире ослабли, но цена на топливо и инфляция создали дополнительные проблемы», — говорится в сообщении Amazon.

Источник:

[Amazon to charge merchants 5% surcharge for fulfillment services as fuel costs rise](#)



Shopify купил стартап в сфере инфлюенс-маркетинга Dovetale

Ecommercenews.eu, 13.04.2022

/новость

Платформа электронной коммерции Shopify приобрела Dovetale — стартап инфлюенс-маркетинга из Нью-Йорка. Маркетинг для авторов находится на подъеме в Европе, одном из самых быстрорастущих рынков компании.

Dovetale помогает компаниям управлять своими маркетинговыми кампаниями, связывая с инфлюесерами в социальных сетях, упрощая партнерство и отслеживание продаж бренда. В 2021 году выручка стартапа ежемесячно росла на 100%.

Dovetale уверяют, что пользователи испытают «минимальные изменения». Сервис станет бесплатным для всех клиентов Shopify.

 Dovetale

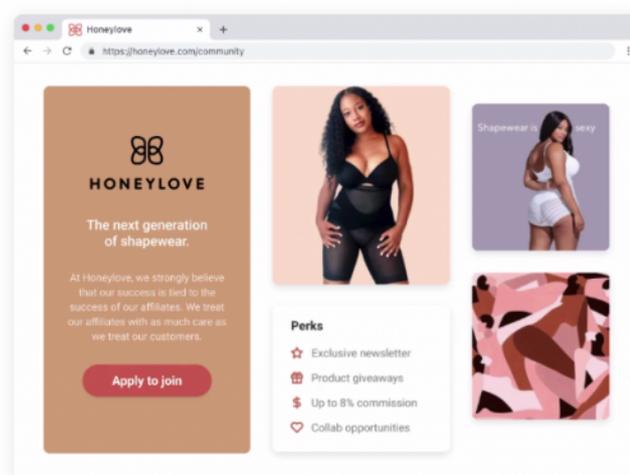
Log in

Sign up

Creator management, powered by Shopify

Level up your affiliate program with Dovetale, the all-in-one tool for Shopify merchants to build valuable relationships with creators.

Get started for free



Источник:

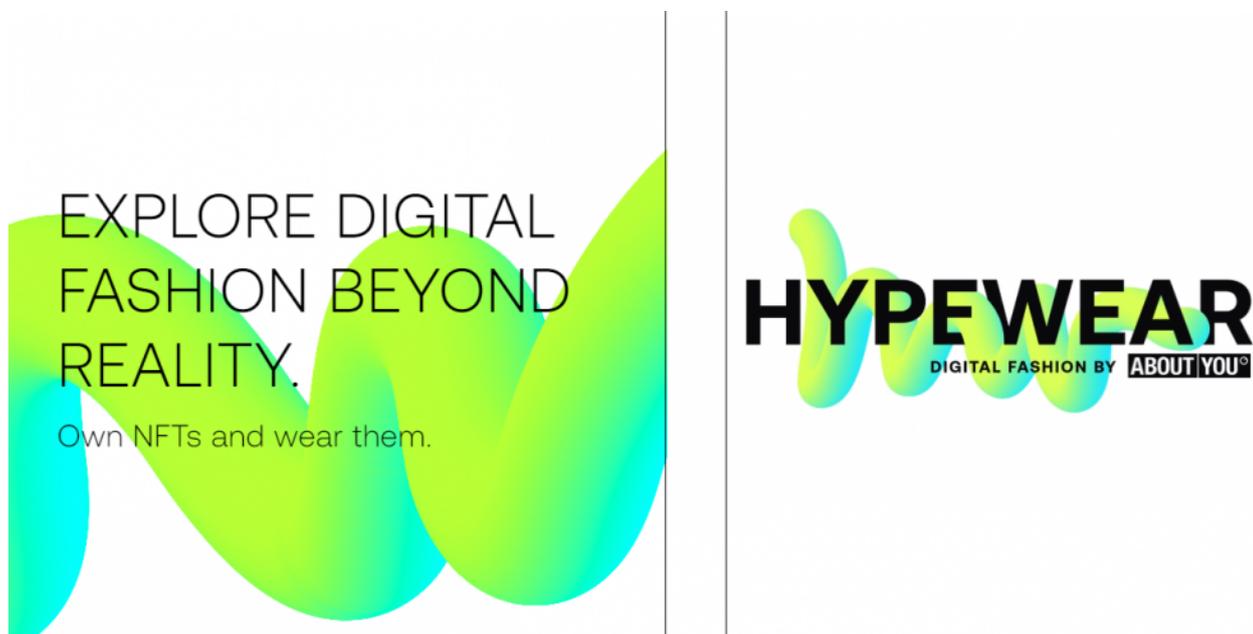
[Shopify acquires influencer marketing startup Dovetale](#)

About You запускает NFT-платформу

Ecommercenews.eu, 13.04.2022

/новость

Немецкий fashion-ритейлер About You запускает NFT-платформу под названием Hypewear. Клиенты смогут покупать NFT (невзаимозаменяемые токены), даже если они ничего не знают о криптовалюте. Им также не понадобится крипто-кошелек, так как оплата может быть произведена в евро.



Чтобы «надеть» цифровую одежду, клиенты загружают фотографию на платформу NFT. После этого изделия будут адаптированы к телу пользователя в цифровой примерочной. Затем клиенты смогут делиться 3D-объектами в социальных сетях.

Для создания ассортимента ритейлер сотрудничает с 3D и графическими дизайнерами, а также с классическими брендами из мира моды, спорта, музыки и игр. Новые дизайны будут выпускаться еженедельно в ограниченном количестве на Hypewear.

«Наше видение состоит в том, что однажды все физические предметы моды можно будет использовать в качестве цифровых активов. Мы хотим стать центром цифровой моды и основным гардеробом метавселенной», — комментируют в компании.

Источник:

[About You launches NFT platform Hypewear](#)

Amazon начинает масштабную распродажу облигаций

Digitalcommerce360.com, 13.04.2022

/новость

Amazon продает облигации инвестиционного уровня на сумму \$12,75 млрд для общих корпоративных целей, которые могут включать погашение долга, а также финансирование приобретений и выкуп акций при первой продаже облигаций примерно через год.

Ритейлер выпустит семь траншей старших необеспеченных облигаций, включая 40-летние долговые обязательства. В последний раз Amazon выходила на долговой рынок США в мае 2021 года, когда продала облигаций на сумму \$18,5 млрд, в том числе для общих корпоративных целей, включая возможное рефинансирование долга и выкуп акций.



Источник:

[Amazon kicks off a jumbo bond sale including 40-year debt](#)



Walmart и Snapchat помогут составить меню и заказать продукты

Retaildive.com, 14.04.2022

/новость

Walmart в сотрудничестве со Snapchat запустили инструмент дополненной реальности, позволяющий мобильным пользователям находить рецепты с ингредиентами, которые есть у них дома или которые они могут заказать в сети ритейлера.

С помощью инструмента Snap Scan & Shop пользователи Snapchat могут отсканировать продукты в холодильнике или кладовой камерой смартфона, чтобы создать список из 10 рецептов из этих продуктов. Кулинарный сайт Allrecipes предоставляет рекомендации и возможность покупать дополнительные ингредиенты в Walmart.



Источник:

[Walmart preps mealtime inspiration with shoppable Snapchat lens](#)

Asos нарастил выручку за полгода на 4%

Asosplc.com, 12.04.2022

/НОВОСТЬ

Выручка британского онлайн-ритейлера Asos выросла на 4% и составила 2 млрд фунтов стерлингов по итогам шести месяцев, которые завершились 29 февраля 2022 года. Скорректированная прибыль до налогообложения составила 14,8 млн фунтов стерлингов.

Summary financial results

£m ¹	Six months to 28 February 2022	Six months to 28 February 2021	Change	CCY ² Change
Group revenues ³	2,004.1	1,975.9	1%	4%
Gross margin	43.1%	45.0%	(190bps)	
Operating (loss)/profit	(4.4)	109.7	(104%)	
Operating (loss)/profit margin	(0.2%)	5.6%	(580bps)	
Adjusted EBIT ⁴	26.2	116.2	(77%)	
Adjusted EBIT margin ⁴	1.3%	5.9%	(460bps)	
Adjusted profit before tax ⁴	14.8	112.9	(87%)	
Reported (loss)/profit before tax	(15.8)	106.4	(115%)	
Diluted earnings per share	(13.5p)	81.9p	(117%)	
Net (debt)/cash ⁴	(62.6)	92.0		

¹All numbers subject to rounding throughout this document, ²Constant currency is calculated to take account of hedged rate movements on hedged sales and spot rate movements on unhedged sales. Any reference to total or retail sales throughout the document is on a constant currency basis, ³Includes retail sales and income from other services, ⁴Definitions of the adjusted performance measures used above and throughout this document can be found in Note 12, page 33 of the Condensed Financial Statements.

Несмотря на снижение доступности запасов, влияющее на рост во всех регионах, Великобритания (+8%) и США (+11%) продемонстрировали высокие результаты, тогда как в Европе продажи выросли на 1%, а в остальном мире — сократились на 10%.

Количество активных клиентов компании увеличилось на 0,3 млн до 26,7 млн.

Источник:

[Interim Results for the six months to 28 February 2022](#)



Число установок приложений для e-commerce выросло на 12% в 2021 г.

Adjust.com, 14.04.2022

/исследование

Согласно отчету Adjust, в 2021 году число установок приложений для шопинга в мире увеличилось на 12%, причем в ноябре рост составил 20%. Наиболее заметными рынками были ЕМЕА (Европа, Ближний Восток и Африка) и LATAM (Латинская Америка), где наблюдался рост на 18% и 14% в годовом исчислении соответственно.

Глобальное количество сеансов для шопинг-приложений выросло в 2021 году на 15% по сравнению с 2020 годом. Латинская Америка вышла на первое место с показателем 32%. За нею последовали страны Европы, Ближнего Востока и Африки с 16%, а также Северная Америка и Азиатско-Тихоокеанский регион с 13% и 12% соответственно.

Продолжительность сеанса во всем мире также увеличивалась, достигнув 10,75 минуты в 2021 году. Самый длительный средний сеанс зафиксирован в Азиатско-Тихоокеанском регионе — 11,18 минут, затем следует ЕМЕА с 10,99 минутами. Общее время, проводимое в приложении в течение 24 часов, уменьшилось. Но второе полугодие 2021 года показывает тенденцию к росту.

Выручка от электронной коммерции в приложениях постоянно растет с января 2020 года, увеличившись на 46% с 2020 по 2021 год. Общий доход в приложениях достиг пика в мае 2021 года и был подкреплен еще одним всплеском в ноябре 2021 года.



Источник:

[Mobile app trends 2022](#)

РУМНТС: большинство онлайн-покупателей предпочитают доставку на дом

Румнтс.com, 13.04.2022

/исследование

Как следует из опроса РУМНТС The 2022 Global Digital Shopping Playbook, проведенного в Австралии, Бразилии, Мексике, ОАЭ, Великобритании и США, 71,2% онлайн-покупателей предпочитают получать покупки с доставкой на дом. Больше всего доставку на дом любят жители Великобритании (78,4%).

На втором месте по популярности в указанных странах — самовывоз из магазина (13,7%). Чаще остальных его используют покупатели из Австралии (24,2%) и ОАЭ (24,8%). Далее следует самовывоз из пунктов выдачи (7,6% покупателей во всех странах) и самовывоз с парковки (7,4%). Последний вариант больше остальных предпочитают американцы (10,8%).

	ALL COUNTRIES	 Australia	 Brazil	 Mexico	 UAE	 U.K.	 U.S.
PURCHASE ONLINE							
• Deliver to house/apartment	71.2%	60.6%	74.8%	73.8%	55.6%	78.4%	69.0%
• Pick up in-store	13.7%	24.2%	17.4%	17.8%	24.8%	10.4%	12.3%
• Ship to a location to pick up	7.6%	8.1%	7.2%	5.5%	12.0%	7.6%	7.9%
• Pick up curbside	7.4%	7.1%	0.6%	2.9%	7.7%	3.6%	10.8%

Всегда или часто делают дополнительные покупки, забирая онлайн-заказ, 37,9% покупателей в опрошенных странах, а еще 21,1% совершают их иногда. Особенно подвержены этой привычке американцы — 46,8% совершают дополнительные покупки всегда.

Источник:

[2022 Global Digital Shopping Playbook: U.S. Edition](#)

71% онлайн-покупателей жалуются на отсутствие инструментов подбора размера

Ecommercenews.eu, 13.04.2022

/исследование

Онлайн-продавцы не предлагают инструментов для определения размеров, жалуются 71% потребителей. Компания MySize опросила более 1000 респондентов в возрасте от 18 до 65 лет в Великобритании, США, Франции, Германии и Италии.

По крайней мере 29% респондентов «иногда» возвращали товары. Более 14% итальянских покупателей, 10% покупателей из Великобритании, почти 10% из Германии и 8% из Франции возвращают товары «часто» или «очень часто». По меньшей мере 46% респондентов с большей вероятностью купят онлайн одежду и обувь, если будут знать, что они им подойдут.

Согласно исследованию, для 50% потребителей проблемы с размером являются причиной возврата одежды и обуви, купленных в интернете. По меньшей мере 33% респондентов признались, что покупают вещи разных размеров, цветов и стилей, чтобы примерить их дома и вернуть большую часть. Эта практика ежегодно обходится ритейлерам в миллионы, но помогает успокоить потребителей, которым трудно найти правильный размер при совершении онлайн-покупок.

При этом 60% потребителей заявили, что не станут совершать покупку, если не смогут бесплатно вернуть заказ. Другие сложные правила возврата отбивают у потребителей желание делать заказы онлайн.

Источник:

[71% of shoppers miss sizing tools](#)



Подкасты и видео

Практика_days

Борис Преображенский — что будет с продавцами маркетплейсов в 2022 году // Выпуск подкаста «Логово продавцов»

Борис принял участие в одном из выпусков подкаста «Логово продавцов» — подкаст-комьюнити продавцов маркетплейсов SellerDen о продажах на российских и зарубежных маркетплейсах.

Что ждет рынок маркетплейсов в 2022 году, какие стратегии используют предприниматели, что можно делать, чтобы выжить в кризис. Кроме того, обсудили регистрацию мировых брендов в России и выкуп маркетплейс-брендов.

**практика
_days**

[Google Подкасты](#)

Digital Voice

Стремительный рост E-commerce в Казахстане — Дмитрий Комиссар

Беседует: Филипп Лабковский

Гость: Дмитрий Комиссар, генеральный директор второго крупнейшего маркетплейса в Казахстане — ForteMarket

Рынок электронной коммерции Казахстана растет более 100% уже не первый год, но в кризисных ситуациях диверсификация становится особенно актуальна и многие взоры поставщиков обратились к рынку Казахстана. Постарались разобраться в том, как работает рынок, в чем его особенности, почему львиную долю крупных локальных игроков представляют именно банки.

DigitalVoice

[Podcast.ru](#) | [Rutube](#)

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.