

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2023 / № 4

23 Января 2023 - 29 Января 2023

В выпуске:

Россия:

Выручка цифровых бизнесов X5 Group выросла на 46,6% в 2022 г.
«Пятёрочка Доставка» расширила географию присутствия на 60%
5Post запустила доставку из интерактивного универсама Shopping Live
Яндекс Маркет начал развивать сеть ПВЗ в небольших населенных пунктах
Оборот CDEK rescommerce за первую неделю работы достиг 10 млн руб.
На сайте Food.ru появилась онлайн-витрина «Перекрёстка»
Яндекс Маркет присоединился к проекту «Московский постамат»
Топ-3 приложений маркетплейсов по версии Роскачества
Тинькофф: Количество покупок на маркетплейсах выросло на 43% в 2022 г.
Онлайн-покупки продуктов стали более востребованными
ЮKassa: Оборот небольших онлайн-магазинов вырос на 21% в 2022 г.

Весь мир:

Data Insight совместно с Cross Insights: Перспективы бизнеса в Узбекистане
В Барселоне запрещают дарксторы сервисов доставки
Онлайн-расходы британцев снизились на 8,6% в 2022 г.
Amazon запустил подписку на рецептурные препараты RxPass
Broniboy: Мы позиционируем себя как IT и логистическая компания
NRF 2023: Омниканальность, маркетплейсы и другие тренды
Comscore: Объем рынка e-commerce в США впервые превысил \$1 трлн
Каждый четвертый покупатель в Европе и США готов оплатить возврат

Подкасты о e-commerce



Россия:

Выручка цифровых бизнесов X5 Group выросла на 46,6% в 2022 г.

X5.ru, 24.01.2023

/новость

X5 Group опубликовала предварительные консолидированные операционные результаты и чистую розничную выручку по итогам четвертого квартала и 12-ти месяцев, закончившихся 31 декабря 2022 года.

- В 2022 году чистая выручка X5 Group выросла на 18,3% до 2,6 трлн руб.
- Выручка цифровых бизнесов увеличилась на 46,6% до 70,4 млрд руб. и составила 2,7% от общей чистой выручки.
- Уверенный рост GMV показали экспресс-доставка (на 64,2% год к году), онлайн-гипермаркет Vprok.ru (на 18,8%) и сервис готовой еды «Много Лосося» (на 181%).
- 34 млн заказов доставлено через Vprok.ru и экспресс-доставку.
- Сервис e-commerce доставки 5Post выдал 26 млн посылок.
- Цифровой сервис готовой еды «Много Лосося» выполнил 1,5 млн заказов.

ПОКАЗАТЕЛИ ЦИФРОВЫХ БИЗНЕСОВ

VPROK.RU	4 кв. 2022	4 кв. 2021	ИЗМ Г-К-Г, % ИЛИ МУЛЬТИ- ПЛИКАТОР	12М 2022	12М 2021	ИЗМ Г-К-Г, % ИЛИ МУЛЬТИ- ПЛИКАТОР
GMV ¹³ , млн руб.	6 521	6 824	(4,4)	26 236	22 081	18,8
Количество заказов, тыс.	1 219	1 477	(17,5)	5 336	4 706	13,4
Средний чек, руб.	5 307	4 454	19,1	4 798	4 533	5,8
ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКА						
GMV ¹³ , млн руб.	17 794	10 801	64,7	50 587	30 800	64,2
Количество заказов, тыс.	10 379	6 418	61,7	29 038	19 183	51,4
Средний чек, руб.	1 652	1 608	2,8	1 694	1 533	10,5
5POST						
Количество заказов, тыс.	6 866	12 203	(43,7)	25 986	26 994	(3,7)
МНОГО ЛОСОСЯ						
GMV ¹⁴ , млн руб.	1 294	608	113,0	4 066	1 447	181,0
Количество заказов, тыс.	400	284	40,6	1 481	744	99,0
Средний чек, руб.	1 970	1 728	14,0	1 915	1 640	16,8

Источник:

X5 Group объявляет о росте чистой выручки на 18,3% в 2022 г. Чистая выручка цифровых бизнесов выросла на 46,6%



«Пятёрочка Доставка» расширила географию присутствия на 60%

Retail.ru, 25.01.2023 12:39:00

/новость

«Пятёрочка Доставка» рассказала об итогах работы в 2022 году. География присутствия сервиса выросла на 60%. В 11 регионах сервис заработал впервые, теперь он доступен в 63 регионах РФ (прирост по числу регионов +21% за год). Сервисом могут воспользоваться около 70 млн россиян из 208 городов — примерно 70% городского населения страны.

Общее число заказов выросло на 44,6%. В среднем в месяц сотрудники «Пятёрочки» выполняли более 1,34 млн заказов. В декабре было доставлено порядка 2,64 млн заказов.

Регионами-лидерами по числу заказов на душу населения стали Ленинградская и Московская области. В топ-5 самых популярных продуктов по итогам 2022 года вошли: картофель, сахар-песок, бананы, репчатый лук и фасованный картофель.

Источник:

[В 2022 году «Пятёрочка Доставка» пришла в 208 городов](#)



5Post запустила доставку из интерактивного универсама Shopping Live

Vk.com, 25.01.2023 17:35:00

/новость

5Post заключила соглашение с крупнейшим в России интерактивным универсамом Shopping Live — универсальной платформой, которая объединяет телемагазин с возможностью онлайн-покупок на сайте. Заказы можно будет получить в торговых сетях «Пятёрочка» и «Перекрёсток» в 66 регионах страны.



В прямом эфире Shopping Live ведущие телеканала рассказывают о каждом товаре, демонстрируют его функционал и делятся своими впечатлениями со зрителями. Интернет-магазин позволяет ознакомиться со всем ассортиментом и целенаправленно выбрать интересующий продукт.

Количество действующих партнеров 5Post приближается к 300, из них 154 подключились к сервису в 2022 году.

Источник:

[5Post начал доставлять заказы из крупнейшего в России интерактивного универсама Shopping Live](#)

Яндекс Маркет начал развивать сеть ПВЗ в небольших населенных пунктах

Yandex.ru, 23.01.2023

/новость

Яндекс Маркет запустил упрощенную программу для открытия пунктов выдачи заказов в деревнях, селах и поселках с населением до 50 тыс. человек — «Лёгкий старт».

Открыть пункт можно без аренды помещения — например, в магазине или на другой торговой площади. Маркет бесплатно предоставляет внешнюю вывеску и рекламные материалы. Вознаграждение партнера составит 2,25% с каждого выданного заказа вне зависимости от общего оборота точки.

Открыть такие пункты можно в Брянской, Владимирской, Воронежской, Волгоградской, Липецкой, Нижегородской, Ростовской, Удмуртской и Свердловской областях, Краснодарском и Ставропольском краях, Башкортостане. Сервис будет расширять сеть ПВЗ «Лёгкий старт» и в ближайшее время планирует открыть не менее 1000 точек.



Источник:

[Яндекс Маркет начал развивать сеть пунктов выдачи заказов в малых городах](#)

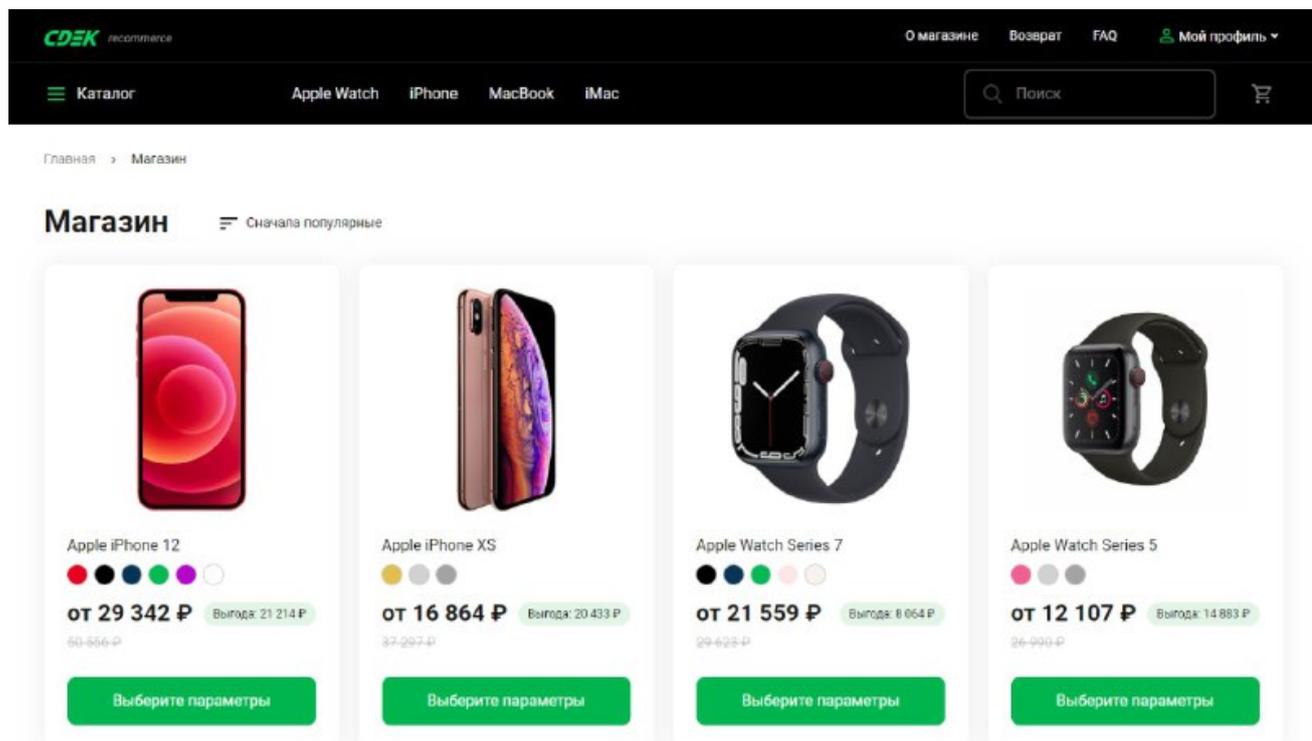
Оборот CDEK rescommerce за первую неделю работы достиг 10 млн руб.

Cdek.ru, 24.01.2023

/НОВОСТЬ

СДЭК подвел первые итоги работы сервиса для покупки восстановленной электроники CDEK rescommerce, запущенного 21 ноября 2022 года:

- За первую неделю работы оборот сервиса достиг 10 млн руб.
- За полтора месяца было сделано более 500 заказов.
- Среди общего числа 53% клиентов заказали MacBook, 37% купили телефоны.
- 29% от общего количества заказов пришлось на Москву и Московскую область, 10% — на Санкт-Петербург, по 9% — на Волгоградскую и Нижегородскую области, 6% — на Новосибирскую область.



Источник:

[Восстановленные iPhone и MacBook – хит продаж на CDEK rescommerce](#)

На сайте Food.ru появилась онлайн-витрина «Перекрёстка»

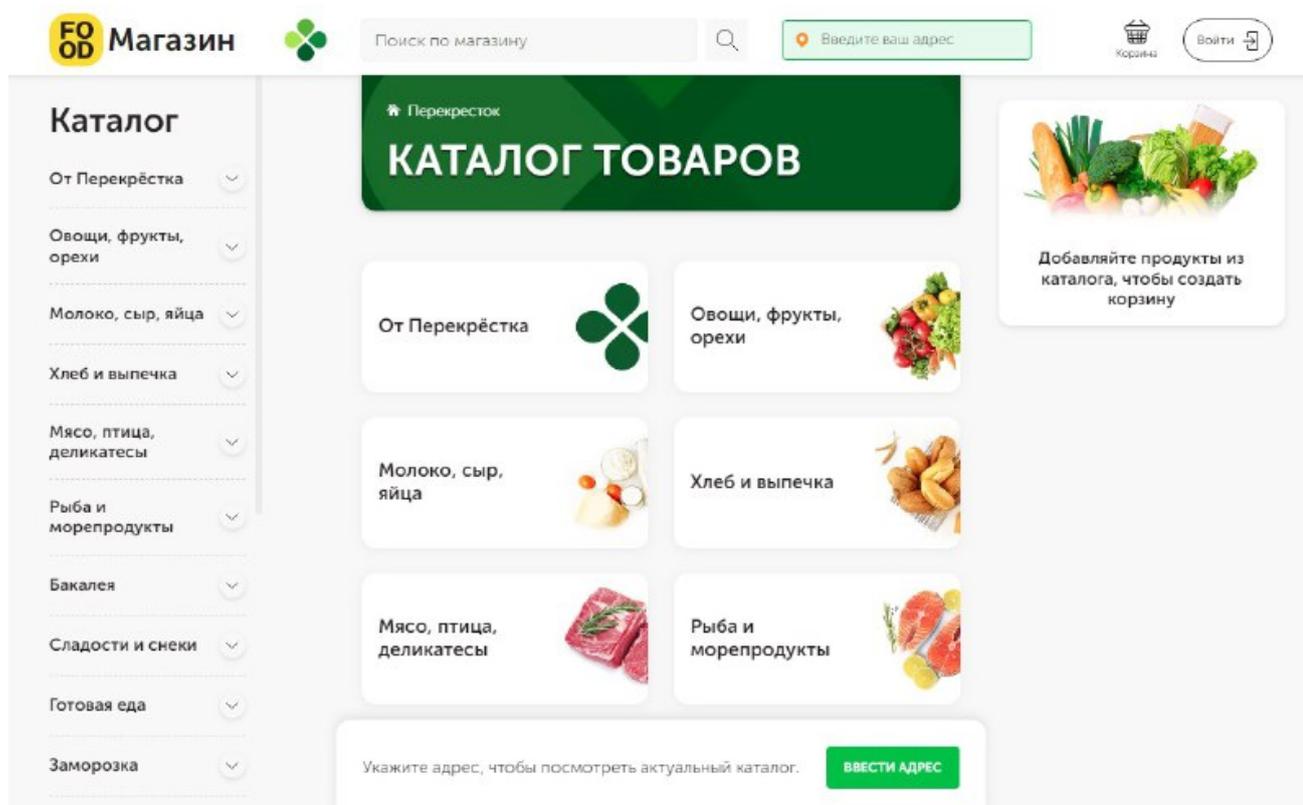
Food.ru, 23.01.2023

/новость

Медиаплатформа Food.ru (проект X5 Group) представила магазин, который работает как онлайн-витрина супермаркета. Заказать товары можно только в сети «Перекрёсток», но вскоре партнеров будет больше.

Система предложит ввести адрес и проверит, действует ли в регионе доставка. Ее можно оформить, если поблизости окажется магазин «Перекрёстка».

Ассортимент магазина включает не только продукты, но и товары для дома, дачи и уборки. Для оформления заказа сформированная корзина автоматически перенаправляется на сайт «Перекрёстка».



Источник:

[На Food.ru появился онлайн-супермаркет / Что можно заказать и как это сделать](#)

Яндекс Маркет присоединился к проекту «Московский постабат»

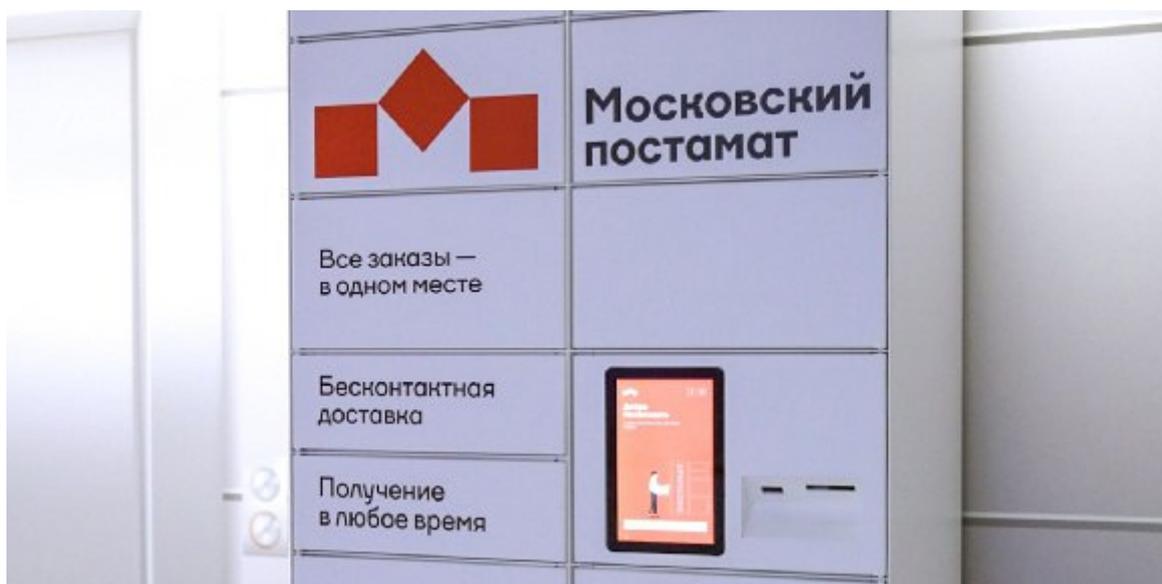
Innoagency.ru, 23.01.2023

/новость

К проекту «Московский постабат» присоединился первый крупный маркетплейс — Яндекс Маркет. Это позволит горожанам забирать заказы в подъезде дома или на придомовой территории.

Реализация проекта «Московский постабат» началась в 2022 году. В планах — к 2025-му году развернуть сеть из 10 тыс. устройств.

Чтобы постабаты установили в доме, его жильцы должны будут положительно проголосовать за их размещение.



Источник:

[Яндекс Маркет присоединился к проекту «Московский постабат»](#)

Топ-3 приложений маркетплейсов по версии Роскачества

Rskrf.ru, 25.01.2023

/исследование

Центр цифровой экспертизы Роскачества [оценил](#) приложения маркетплейсов для iOS и Android. Лидерами исследования стали Ozon, Яндекс Маркет и Wildberries.

Первое место по совокупности всех критериев на обеих платформах заняло приложение Ozon, которое также является лидером по безопасности. Яндекс Маркет лидирует по функциональности, а Wildberries — по удобству.

При работе с приложениями пользователи чаще всего жалуются на бесполезность чата поддержки, невозможность оформить возврат средств. Кроме того, недовольство вызывают изменения привычного интерфейса после обновлений, а также «вылеты» приложений.



ТОП-3



Источник:

[Топ-3 приложений маркетплейсов для iOS и Android](#)



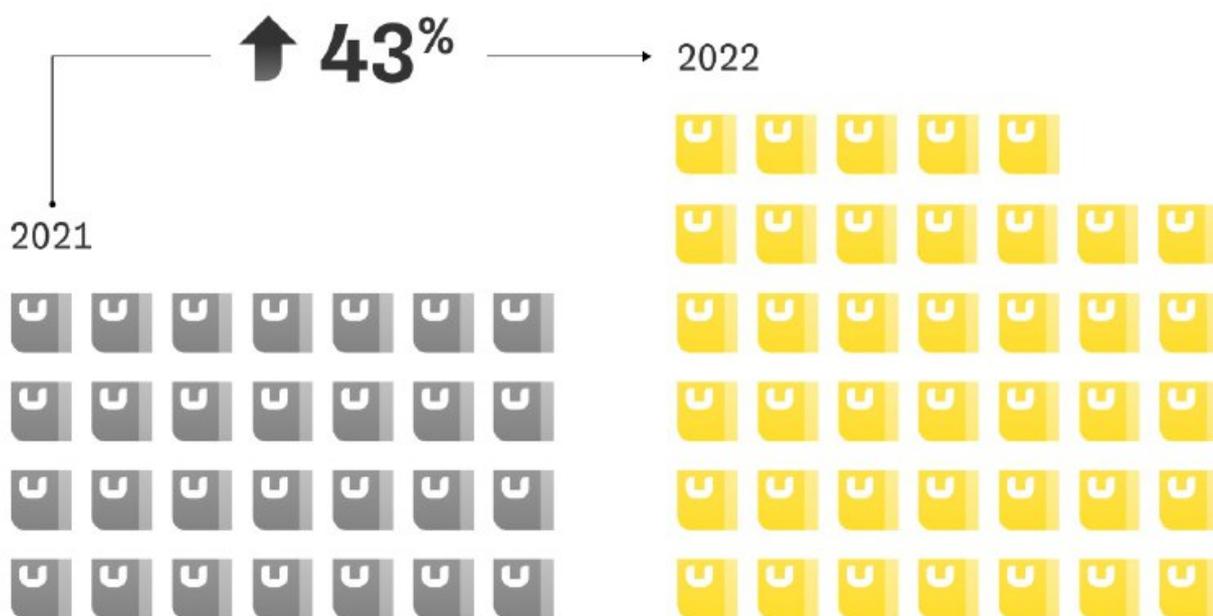
Тинькофф: Количество покупок на маркетплейсах выросло на 43% в 2022 г.

Tinkoff.ru, 24.01.2023

/исследование

По данным Tinkoff eCommerce, на маркетплейсы приходится 8,5% от общей суммы всех трат россиян (онлайн и офлайн) — в 1,5 раза больше, чем годом ранее.

Количество покупок на маркетплейсах



Данные по сумме и числу транзакций на маркетплейсах клиентов Тинькофф в период с 01.01.2021 по 30.11.2022

Средняя сумма одной покупки на маркетплейсах сократилась на 3% и составила около 2000 руб., но у некоторых площадок выросла. Лидеры по росту среднего чека — Яндекс Маркет (+21%), KazanExpress (+9%) и Lamoda (+5%).

Wildberries используют более 60% продавцов, Ozon — чуть менее 25%, Яндекс Маркет — 8%, около 3% — KazanExpress, чуть более 1% — AliExpress.

20% предпринимателей выставляют свой товар на двух и более маркетплейсах. Для старта обычно выбирают Wildberries (чуть более 70%), затем выходят на Ozon (21%). С запуском на втором маркетплейсе отмечается двукратный рост месячного дохода, а с расширением на третий — пятикратный.

Источник:

[Итоги 2022 года для маркетплейсов по версии Тинькофф: россияне потратили на них в полтора раза больше денег](#)



Онлайн-покупки продуктов стали более востребованными

E-reper.ru, 24.01.2023

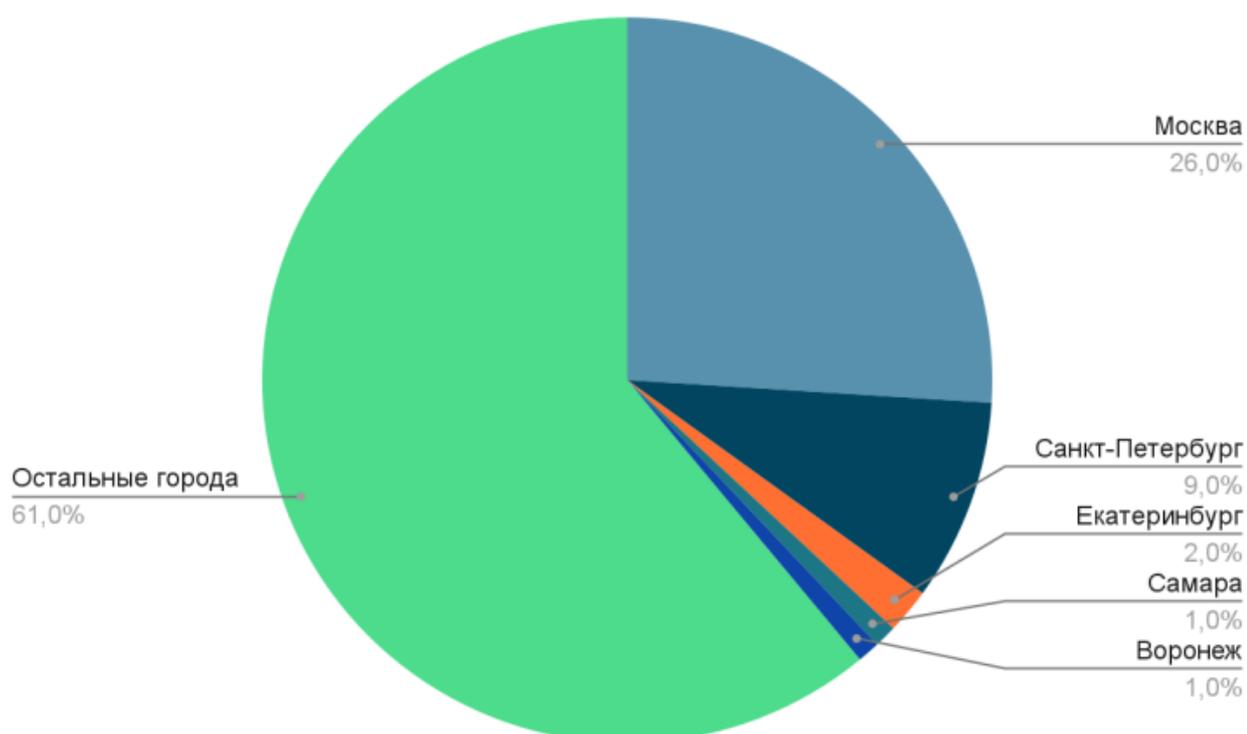
/исследование

Онлайн-покупки продуктов стали более востребованными — почти на 70% за последний год, а минимальный средний чек держался в районе 2 тыс. руб., согласно данным экспресс-доставки «Перекрёстка». Только в этом сервисе было сделано более 11 млн заказов.

Средний чек во всех последующих кварталах оказался примерно равен или превышал чек первого квартала, а число пользователей доставки значительно увеличилось.

Покупатели в 13 раз чаще выбирали быструю доставку на дом, чем к определенному времени.

Топ городов по количеству пользователей и заказов в 2022 году заняли Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Самара и Воронеж.



Источник:

Как закалялся спрос: анализ главных покупательских предпочтений в 2022 году от экспресс-доставки «Перекрёстка»

ЮKassa: Оборот небольших онлайн-магазинов вырос на 21% в 2022 г.

Yoomoney.ru, 23.01.2023

/исследование

По данным АКИТ, доля маркетплейсов в общем объеме интернет-продаж в конце 2022 года составила 45%. Большую часть покупок россияне делают на пяти-шести крупных универсальных площадках. Но в 2022 году освободились ниши, которые смог быстро занять малый и средний бизнес: локальные бренды одежды, товаров для дома, специализированных товаров — например, для активного отдыха.

«Точкой входа в онлайн-торговлю для предпринимателей становятся маркетплейсы, а по мере развития бизнеса многие продавцы открывают свои онлайн-магазины», — отмечает коммерческий директор ЮMoney Дмитрий Кармишин.

По данным ЮKassa, в небольших магазинах (с месячным оборотом до 800 тыс. руб.) оборот платежей в 2022 году вырос на 21%, количество покупок — на 35%. Средний чек стал на 10% меньше — 2 004 руб.



Средние магазины (с оборотом до 6,4 млн руб. в месяц) нарастили оборот платежей на 20%, количество покупок — на 24%. Средний чек почти не изменился — 2 004 руб.

В больших магазинах (с оборотом от 6,4 млн руб. в месяц) оборот вырос на 10%, количество покупок — на 31%. Средний чек снизился на 16% — до 1 048 руб.

Источник:

[Что, если не маркетплейсы: эксперты ЮKassa рассказали об альтернативах для малого и среднего бизнеса](#)

Весь мир:

Data Insight совместно с Cross Insights: Перспективы бизнеса в Узбекистане

Datainsight.ru, 26.01.2023

/НОВОСТЬ

Data Insight совместно с **Cross Insights** выпустили исследование «Перспективы бизнеса в Узбекистане».

В исследовании мы проанализировали сегодняшний Узбекистан с точки зрения открытия в нем бизнеса: данные по стране, особенности ведения бизнеса, свободные ниши, отношение к иностранным инвестициям, ключевые факторы успеха, ключевые проблемные места.

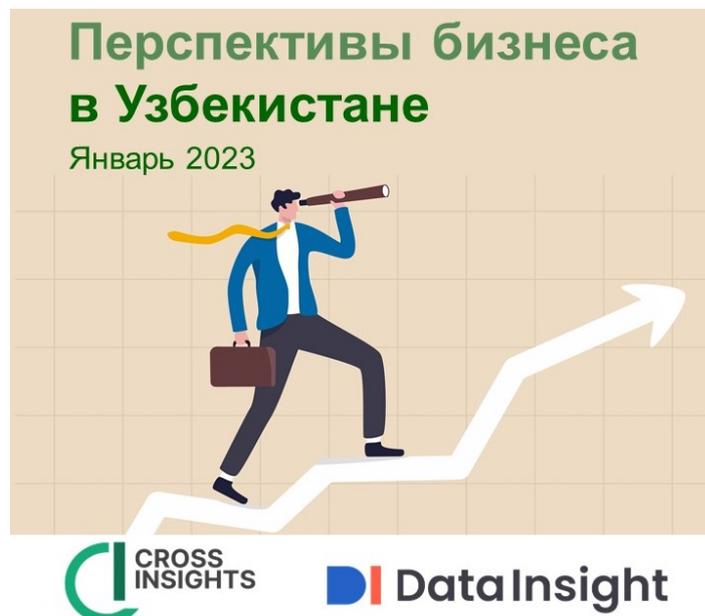
Состав исследования:

1. Современный Узбекистан
2. Ключевые хайлайты
3. Страновые особенности
4. Текущие тренды в Узбекистане
5. Бизнес в Узбекистане
6. Ритейл и онлайн-ритейл
7. Банковская система, финтех и стартапы
8. Особенности ведения бизнеса
9. Крупнейшие холдинги страны

Заказать отчет

Источник:

[Перспективы бизнеса в Узбекистане - 2023](#)



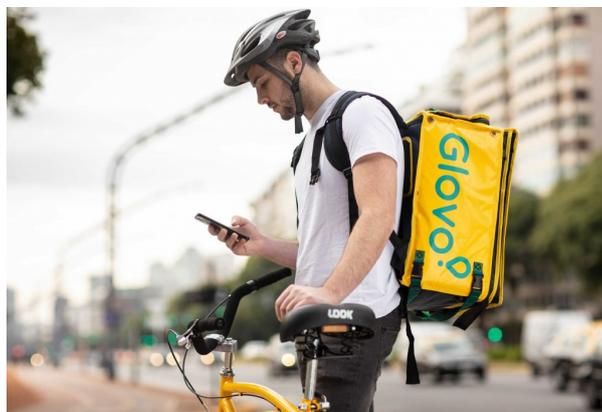
В Барселоне запрещают дарксторы сервисов доставки

Reuters.com, 27.01.2023

/новость

Мэрия Барселоны одобрила запрет дарксторов, используемых компаниями по доставке продуктов, сообщает [Reuters](#).

Запрет направлен на «сохранение (традиционных) магазинов по соседству и качества жизни жителей». В заявлении также утверждается, что деятельность дарксторов вызывает чрезмерное беспокойство. Будет затронут 21 объект: их придется переоборудовать в продовольственные склады без доставки на дом или в открытые супермаркеты.



В частности, новый регламент коснется местного сервиса Glovo, контрольный пакет акций которого принадлежит немецкой компании Delivery Hero, в последние годы сосредоточившейся на сегменте дарксторов. В Барселоне у Glovo восемь таких объектов.

Кроме того, так называемые «темные кухни» теперь могут размещать производства только в промышленном пригородном районе.

Дарксторы в Европе привлекли внимание властей из-за влияния, которое оказывают на городские районы. Амстердам и Роттердам в прошлом году одобрили мораторий на один год для новых дарксторов, а во Франции считают, что их следует классифицировать как склады, даже если те продают товары аналогично супермаркетам.

Источник:

[Barcelona bans grocery delivery companies' 'dark stores'](#)

Онлайн-расходы британцев снизились на 8,6% в 2022 г.

Internetretailing.net, 24.01.2023

/новость

В 2022 году британские покупатели потратили в интернете на 8,6% меньше, чем в предыдущем, но купили больше товаров благодаря скидкам.

Согласно данным Adobe, по сравнению с допандемическим 2019 годом онлайн-расходы британцев выросли на 42,3%, составив £110,6 млрд. В среднем один заказ в 2022 году содержал 3,4 товара (в 2021-м — 3,3). На мобильные устройства пришлось 56,8% интернет-покупок.

В период рождественского шопинга покупатели потратили в интернете £22,4 млрд — на 10,1% меньше, чем годом ранее, и на 17% больше, чем в 2019 году.



Источник:

[UK shoppers spent 8.6% less online in 2022 than a year earlier – but bought more items as retailers discounted heavily online, research suggests](#)

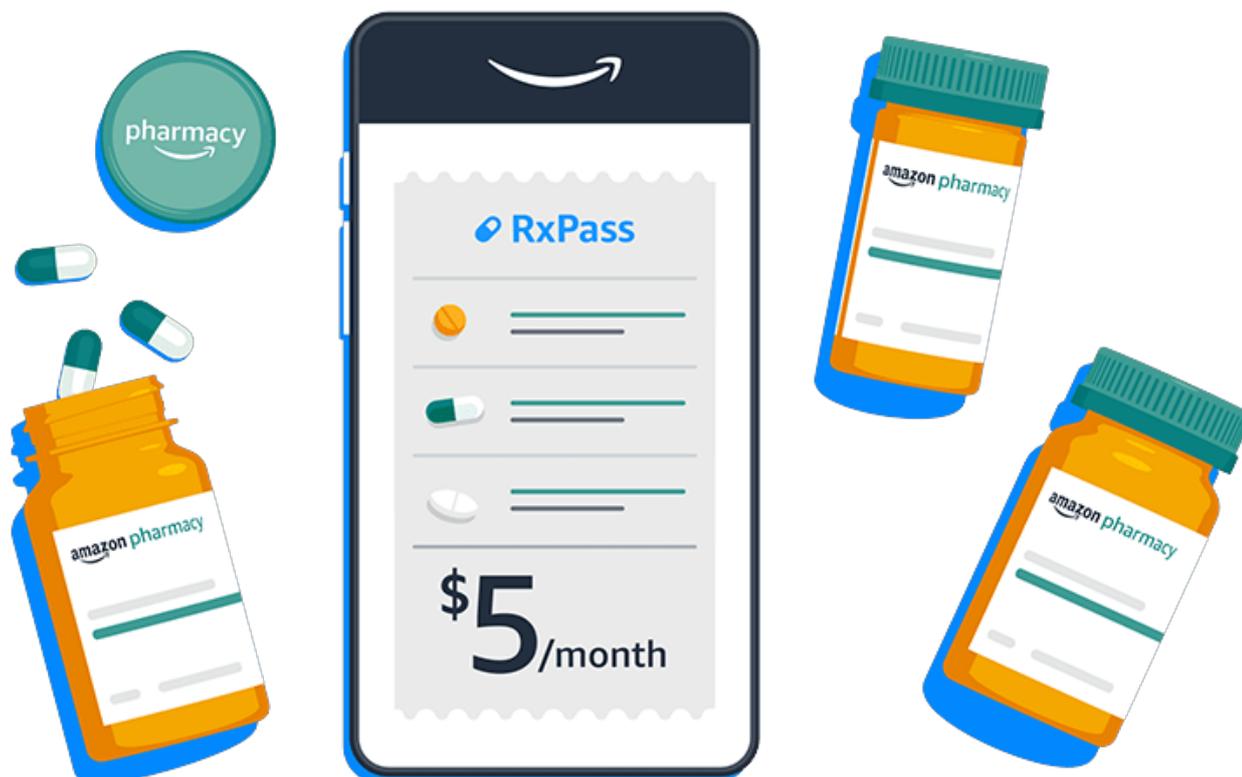
Amazon запустил подписку на рецептурные препараты RxPass

Press.aboutamazon.com, 24.01.2023

/новость

Amazon представил подписку [RxPass](#), которое предлагает недорогой доступ к часто назначаемым непатентованным препаратам для лечения более 80 распространенных заболеваний. Доступ к сервису получают участники Amazon Prime.

Пользователи RxPass смогут получать все подходящие лекарства за одну фиксированную ежемесячную плату в размере \$5 с бесплатной доставкой. Подписка будет доступна в большинстве штатов.



Источник:

[Amazon Pharmacy Introduces RxPass: Unlimited Prescription Medications for Only \\$5 a Month, Delivered Free to your Door—Available Exclusively for Prime Members](#)

Broniboy: Мы позиционируем себя как IT и логистическая компания

Weproject.media, 24.01.2023

/новость

Международная компания в сфере доставки еды Broniboy начала работу в Узбекистане в прошлом году. Управляющий партнер Broniboy Узбекистан Андрей Корнийчук [рассказал WE](#), как проходил процесс выхода на новый рынок.

Основные тезисы:

- Компания появилась в 2016 году на рынке Краснодара. Изначально софт делался для того, чтобы пользователи через него бронировали столы в ресторанах.
- Наша сильная сторона в том, что мы позиционируем себя как IT и логистическая компания, а не просто маркетплейс.
- Узбекистан быстро развивается, принимает большое количество иностранных инвестиций, и при этом здесь почти нет конкуренции. Сейчас хорошее время, чтобы заходить на этот рынок.
- Технический запуск в Узбекистане мы провели в августе прошлого года. Сегодня в одну смену в Ташкенте работает 30-35 курьеров. Еще около пяти человек работает в офисе. Благодаря тому, что у нас есть бизнес-юнит в России, мы можем не дублировать некоторые структурные подразделения.
- Первых заказчиков мы нашли через digital-каналы с помощью онлайн-маркетинга. Теперь выполняем около 200 заказов в день. Каждый месяц эта цифра растет на 50%.
- Через месяц Broniboy в Узбекистане выйдет в точку нуля. Планируем подключить Бухару, Самарканд и третий город, который пока под вопросом. В планах пробить отметку в 1500-2000 заказов в день.
- Задача российской команды Broniboy в этом году — подключить еще 40 городов. Также планируем выйти на рынки Казахстана и Беларуси. Находимся на стадии сбора данных и принятия решения по еще одной стране, куда мы выйдем в этом году.



Источник:

[Broniboy. Как международный сервис доставки еды вышел на рынок Узбекистана](#)

NRF 2023: Омниканальность, маркетплейсы и другие тренды

Coresight.com, 25.01.2023

/исследование

Команда Coresight Research посетила выставку NRF 2023: Retail's Big Show, организованную Национальной федерацией розничной торговли США. Эксперты отметили следующие тренды розничной торговли и e-commerce:

1. Инфляция и экономическая неопределенность заставляют потребителей становиться более осторожными и ценностно-ориентированными.
2. Бренды и ритейлеры, от бакалейных товаров до модной одежды, повышают гибкость и прозрачность цепочки поставок.
3. Коммерция с голосовой поддержкой и прямые трансляции открывают новые возможности взаимодействия.
4. Бренды и ритейлеры переосмысливают розничную торговлю в метавселенной.
5. Разнообразие, равенство и инклюзивность должны быть интегрированы в организации.
6. Устойчивое развитие — обязательное условие для того, чтобы быть ведущим брендом или ритейлером.
7. Омниканальность представляет собой устойчивую возможность для бизнеса.
8. Стратегия маркетплейсов и модели прямых поставок обеспечивают гибкость и расширение бизнеса.
9. Данные лежат в основе всего, обеспечивая аналитику для принятия решений.
10. От маркетинга до продаж и возвратов — технологии помогают повысить персонализацию и конверсию.



Источник:

[NRF 2023: Retail's Big Show Wrap-Up—Business Agility, Purpose, Technology and Personalization Characterize Retail's Future](#)

Comscore: Объем рынка e-commerce в США впервые превысил \$1 трлн

Forbes.com, 28.01.2023 04:57:00

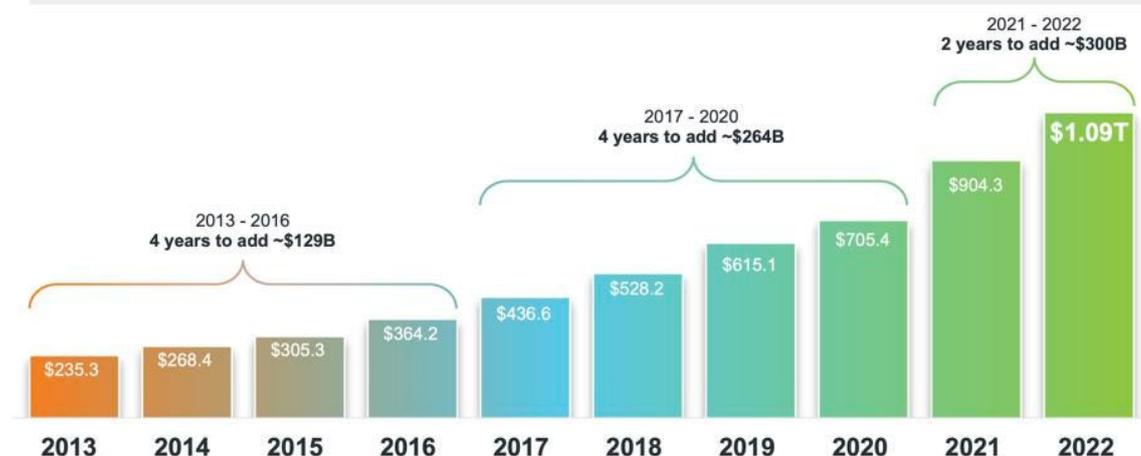
/исследование

Рынок розничной электронной коммерции в США вырос на 21% и в 2022 году достиг \$1,09 трлн. На последний квартал пришлось \$332,2 млрд, следует из [отчета](#) компании Comscore, которым она поделилась с [Forbes](#). Результат не включает сегмент путешествий. Ключевой драйвер — мобильная коммерция.

JUST HOW QUICKLY HAS DIGITAL COMMERCE ACCELERATED TO REACH THE \$1 TRILLION MILESTONE?



TOTAL DIGITAL COMMERCE DOLLARS - IN BILLIONS



comscore

8

Source: Comscore Digital Commerce Measurement, U.S., 2013-2022
Dollars spent are not adjusted for inflation. Retail spending does not include Travel

Рост цифровой коммерции на 18% в четвертом квартале был в значительной степени обусловлен 26%-ным скачком продаж на мобильных устройствах. Доля мобильных продаж в общем объеме цифровой коммерции почти достигла 40%.

Топ категорий по объему продаж:

- Продукты/товары для детей/домашних животных: \$219 млрд
- Одежда и аксессуары: \$175 млрд
- Компьютеры и периферия: \$117 млрд
- Бытовая электроника: \$85 млрд
- Мебель и техника: \$76 млрд

Топ самых быстрорастущих категорий:

- Билеты на мероприятия: рост на 75%
- Цифровой контент: рост на 60%
- Одежда и аксессуары: рост на 37%
- Видеоигры и аксессуары: рост на 31%
- Дом и сад: рост на 25%

Источник:

[E-Commerce Retail Just Passed \\$1 Trillion For The First Time Ever](#)
[Internet Records Historic \\$1 Trillion Consumer Milestone](#)



Каждый четвертый покупатель в Европе и США готов оплатить возврат

Internetretailing.net, 27.01.2023

/исследование

Согласно отчету Sendcloud, каждый четвертый покупатель из США и Европы готов оплатить возврат товара самостоятельно.

Около 80% респондентов регулярно возвращают покупки. Еще 72% почти всегда проверяют условия возврата перед заказом, а 65% откажутся от заказа, если отсутствует четкая информация о возврате. 57% опрошенных согласны с тем, что возвраты вредят окружающей среде.

Покупатели готовы оплатить максимум 5 евро в качестве компенсации за заказ на 15 евро и до 7,6 евро за заказ на 150 евро.

В ходе исследования было опрошено 9004 респондентов из девяти стран, в том числе из Великобритании, США и семи европейских рынков.

Источник:

[Shoppers now more willing to pay for returns, study suggests](#)



Подкасты о e-commerce

Digital Voice

Как построить универмаг интерактивного шопинга — Shopping Live

Интервью со старшим E-commerce директором Shopping Live Никитой Шашкевичем о том, как они проводят трансформацию бизнеса в сторону универмага интерактивного шопинга, развивают продажи на маркетплейсах, где берут трафик и к чему привели первые пробы стриминга умелой командой телевизионщиков.

Прослушать: [Podcast.ru](https://podcast.ru)

A blue square containing the text "DigitalVoice" in white, sans-serif font.

DigitalVoice

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.