

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2023 / № 10

06 Марта 2023 - 12 Марта 2023

В выпуске:

Россия:

Ozon поддержит российских дизайнеров

Компанию Pony Express возглавила Мария Дей

В приложении «Самоката» появилась продукция Apple

Vprok.ru стал доступен в Яндекс Еде и Delivery Club

Wildberries уступил Ozon лидерство по доле новых селлеров

INFOLine: Самый активный ритейлер в медиа — Ozon

Число женщин-селлеров на маркетплейсах за три года выросло в 24 раза

Wildberries: Доля предпринимательниц в онлайн-торговле выросла до 56%

Церемония награждения победителей рейтинга «E-commerce Index Top-100»

Весь мир:

На онлайн-канал пришлось 36% оборота Mango в 2022 г.

Китайское шопинг-приложение Temu возглавило рейтинги в США

Sea нарастила выручку в сегменте e-commerce на 42,3% в 2022 г.

Выручка JD.com выросла на 9,9% в 2022 г.

Яндекс Еда вышла на рынок Узбекистана

Количество клиентов Zalando превысило 51 млн

ВкусВилл запустил продажи в Дубае через экспресс-доставку YallaMarket

Otto Group закрывает платформу игрушек Mytoys.de

Сербия — лидер Европы по среднегодовому темпу роста e-com в 2022-2026 гг.

Подкасты о e-commerce



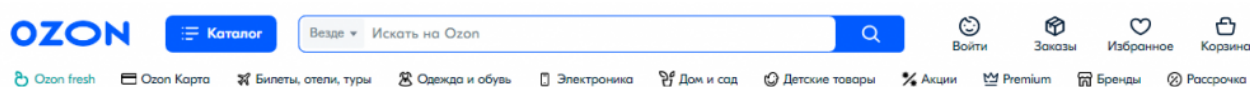
Россия:

Ozon поддержит российских дизайнеров

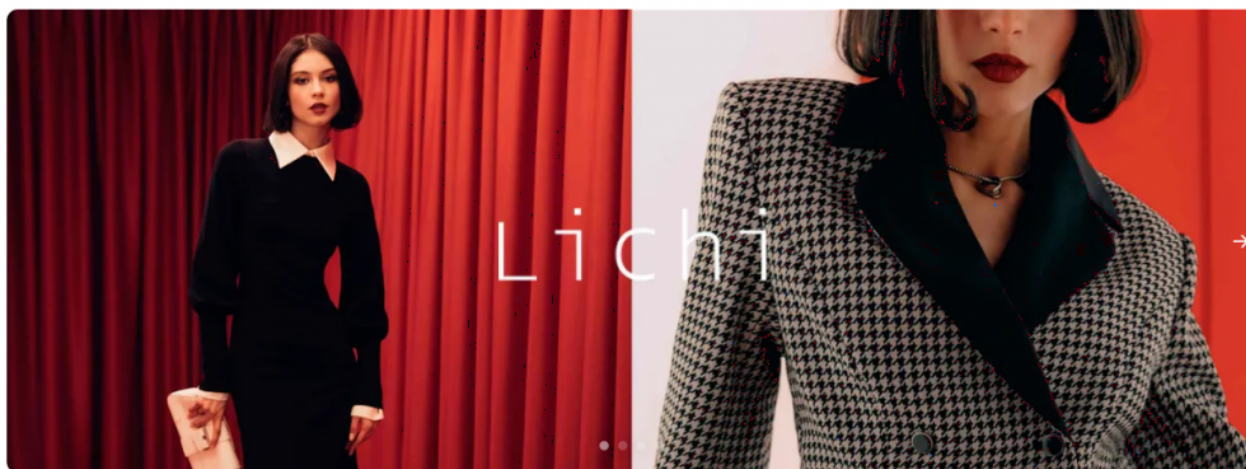
Corp.ozon.ru, 10.03.2023

/новость

На Ozon появилась специальная витрина «Гардероб», где собраны одежда, обувь и аксессуары от более 100 концептуальных российских марок. Бренды для витрины отбирает команда экспертов Ozon в сфере моды. Продавцов поддержат бесплатным продвижением.



Гардероб 13 869 товаров



Belle YOU
underwear

m!e

ТОПТОР

Portal

ALPHA GAIA



Ozon — один из крупнейших продавцов одежды в рунете: только в 2022 году спрос на такие товары вырос в 2,3 раза. Компания рассчитывает благодаря привлечению актуальных брендов российских дизайнеров усилить позиции в онлайн-продажах одежды.

Источник:

[Ozon запустил витрину для поддержки российских дизайнеров](#)



Компанию Pony Express возглавила Марья Дей

Ponyexpress.ru, 07.03.2023

/новость

Генеральным директором логистической компании Pony Express стала Марья Дей. С 2021 года она занимала руководящие должности в Ozon.

Марья Дей имеет опыт работы в таких компаниях, как «Кампари рус», «Юнилевер Русь», «Бакарди», «Пятерочка», «Магнит».

«В 2023 году мы хотим занять лидирующую позицию в части B2B логистики на российском рынке, а также сфокусироваться на новых международных цепочках, которые сформировались в изменившихся политических и экономических реалиях», — комментирует свое назначение Марья Дей.

Источник:

[Марья Дей возглавила компанию Pony Express](#)



В приложении «Самоката» появилась продукция Apple

Vs.ru, 07.03.2023 14:50:00

В приложении «Самоката» стала доступна техника Apple. Сейчас сервис «исследует новые решения в области ритейла», связанные в том числе и с электроникой, рассказали vc.ru в компании.

Продукция Apple доступна для заказа только в некоторых городах присутствия «Самоката». Технику обещают доставить за 30 минут. Среди стран-производителей — Индия, Китай и Вьетнам.

Источник:

[Сервис доставки продуктов «Самокат» начал продавать технику Apple](#)

/НОВОСТЬ

← Техника Apple 30 минут 🔍

Классные цены Больше >

Смартфон Apple iPhone 14 Pro Max, 256GB, Deep Purple -13% 135900 117990 Р +

Смартфон Apple iPhone 14 Pro Max, 128GB, Space Black -13% 124900 107990 Р +

Смартфоны

Смартфон Apple iPhone 14 Pro Max, 256GB, Deep Purple -13% 135900 117990 Р +

Смартфон Apple iPhone 14 Pro Max, 128GB, Space Black -13% 124900 107990 Р +

Смартфон Apple iPhone 14 Pro, 256GB, Deep Purple -12%

Смартфон Apple iPhone 14 Pro, 256GB, Space Black -12%



Vprok.ru стал доступен в Яндекс Еде и Delivery Club

Vk.com, 06.03.2023 08:37:00

/НОВОСТЬ

Продукты и товары из онлайн-гипермаркета Vprok.ru теперь можно заказать через Яндекс Еду или Delivery Club. Работа с партнерами будет выстроена по системе маркетплейсов. Товары упакуют на дарксторах Vprok и доставят сотрудники гипермаркета.

Пользователям сервисов доступно более 45 000 товаров: продукты, товары для дома, животных и красоты. Сделать заказ могут жители Москвы и Санкт-Петербурга.

Ранее X5 начала сотрудничество с Яндекс Едой и Delivery Club по доставке продуктов из торговых сетей «Пятёрочка» и «Перекрёсток». Сегодня экспресс-доставка доступна жителям более 140 городов.



Источник:

[Бесконечная полка Vprok.ru стала доступна в Яндекс Еде и Delivery Club](#)

Wildberries уступил Ozon лидерство по доле новых продавцов

Kommersant.ru, 10.03.2023 01:11:00

/исследование

С начала 2023 года Wildberries впервые уступил лидирующие позиции по доле новых продавцов, работающих на маркетплейсах, сообщает [«Коммерсантъ»](#) со ссылкой на данные Tinkoff eCommerce и Tinkoff Data.

В январе доля таких продавцов на Wildberries составила 41% против 76% в августе 2022 года. В то же время у Ozon за тот же период показатель вырос с 16% до 47%. Оставшиеся 12% начинают продажи через AliExpress, Яндекс Маркет, KazanExpress и СберМегаМаркет.

Популярность Wildberries у начинающих продавцов стала сокращаться после введения комиссии при регистрации, считают в Tinkoff Data. В Wildberries с этими данными не согласны, связывая рост продавцов у конкурентов с их низкой базой.

В Ozon сообщили, что по итогам девяти месяцев 2022 года база активных продавцов маркетплейса выросла втрое год к году, что объясняется запуском ряда программ поддержки.

Wildberries в целом остается наиболее популярным маркетплейсом среди предпринимателей, хотя его доля по общему числу продавцов снизилась за 2022 год на 4 п. п., до 59%, у Ozon — выросла на 6 п. п., до 29%.

Источник:

[Продавцы меняют маркетплейсы](#)



INFOLine: Самый активный ритейлер в медиа — Ozon

Retail.ru, 10.03.2023 17:20:00

/исследование

Эксперты INFOLine сформировали топ-10 розничных компаний, которые наиболее активны в медиасреде. Оценивалось не только число публикаций, но и количество акцентированных материалов, посвященных исключительно или преимущественно одной компании, включая сделки M&A.

Также специалисты агентства провели анализ информационных поводов, которые позволили участникам рынка оставаться в поле зрения масс-медиа, приняв во внимание авторитетность источников информации.

Рейтинг ритейлеров по событиям, отраженным в СМИ в течение 2022 года



Источник: расчеты INFOLine

Первое место в медиарейтинге INFOLine занял маркетплейс Ozon, фигурировавший в федеральных СМИ и на ведущих отраслевых ресурсах 1818 раз. Ключевыми публикациями, которые привлекли внимание масс-медиа к Ozon, были освещение и комментарии, связанные с корпоративными событиями.

На втором месте в рейтинге еще один маркетплейс — Wildberries (1327 материалов). Пресс-служба компании активно генерирует собственные информационные поводы.

Участником рейтинга также стал Яндекс Маркет (1047 материалов), расширяющий ассортимент своей платформы и увеличивающий количество предоставляемых услуг.

Источник:

[INFOLine: топ-10 самых активных ритейлеров в медиа](#)

Число женщин-селлеров на маркетплейсах за три года выросло в 24 раза

Tinkoff.ru, 08.03.2023

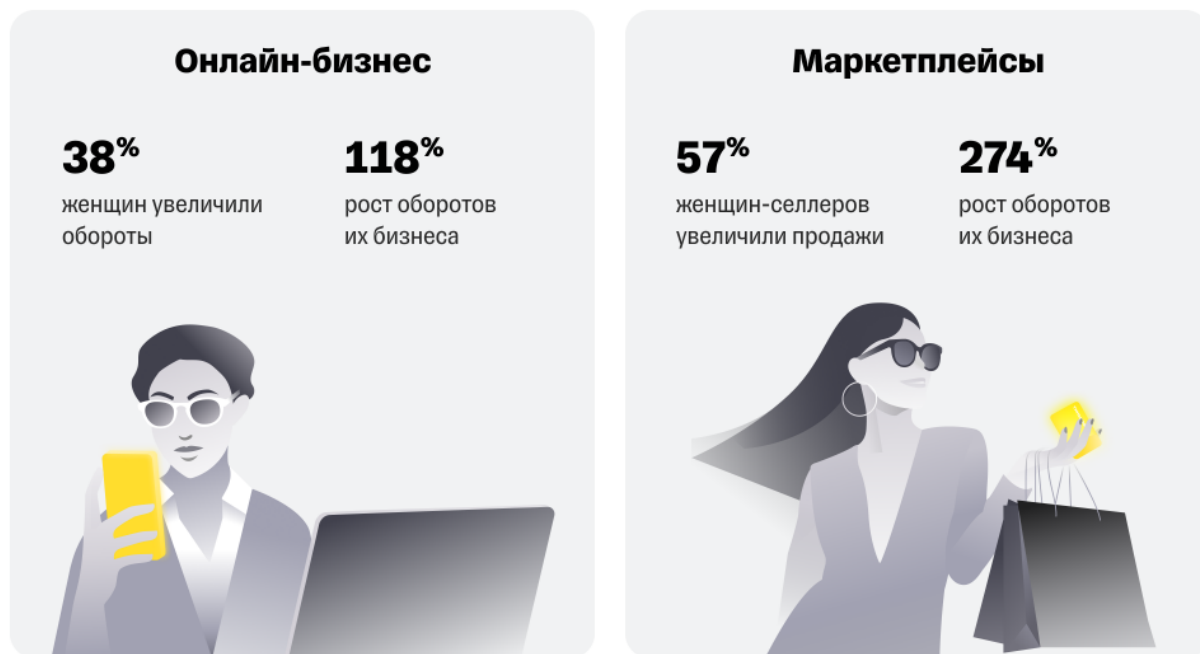
/исследование

По данным Тинькофф Бизнеса, доля предпринимательниц в российском бизнесе составляет 39%. Доля женщин с собственным бизнесом на маркетплейсах и/или в интернет-магазинах — 52%, хотя годом ранее составляла 49% — с 2020 года их стало в 7 раз больше.

Количество предпринимательниц на маркетплейсах с 2020 года выросло в 24 раза. Сейчас на маркетплейсах торгует больше женщин (52%), чем мужчин (48%).

Средний возраст предпринимателей, ведущих онлайн-бизнес: женщин — 36 лет, мужчин — 34. В сегменте маркетплейсов с 2020 года средний возраст женщин-селлеров уменьшился на два года до 35 лет, а мужчин — на три года до 33 лет.

Рост онлайн-бизнеса у женщин 2021 г. к 2022 г.



Источник:

Исследование Тинькофф Бизнеса: количество предпринимательниц за три года выросло на 22%



Wildberries: Доля предпринимательниц в онлайн-торговле выросла до 56%

Wildberries.ru, 08.03.2023

/исследование

Доля женщин-предпринимательниц на Wildberries выросла на 3% и в 2022 году достигла 56%. При этом доля представительниц онлайн-бизнеса в возрасте до 35 лет увеличилась на 21% год к году и составила 72%, около 14% из них — младше 25 лет.

40% женщин-предпринимательниц продают на платформе одежду, обувь и аксессуары, 21% — товары для дома и ремонта, 10% — детские товары. Более дорогостоящую продукцию, например, бытовую технику и электронику на Wildberries в 2 раза чаще реализуют мужчины.

Около 35% опрошенных сообщили, что в 2022 году не смогли достичь поставленных целей (у мужчин подобных ответов на 6% меньше).

Планы на 2023 год: 95% опрошенных женщин позитивно оценили перспективы развития своего бизнеса, из них 46% собираются расширить собственное производство или объемы закупок, 35% планируют начать продажи новой категории товаров, запустить новые бренды, 8% хотят освоить дополнительные каналы продаж, а еще 5% получат дополнительное образование, чтобы повысить компетенции в онлайн-торговле.

Источник:

[Пресс-служба Wildberries](#)



Материал размещен на правах рекламы

Церемония награждения победителей рейтинга «E-commerce Index Top-100»

Top100party.ru, 06.03.2023

/реклама

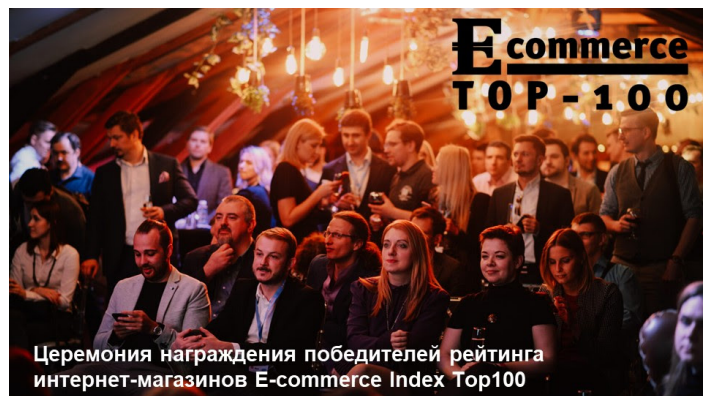
29 марта в Москве состоится седьмая [Церемония награждения победителей рейтинга «E-commerce Index Top-100»](#) при поддержке генерального партнера [ADV.Cake](#) и партнеров [Tinkoff ID](#), [Perfluence](#).

Data Insight подведет итоги 2022 года и наградит победителей рейтинга российских интернет-магазинов.

В мероприятии примут участие крупнейшие интернет-магазины и сервисы.

Награждение пройдет в 16 номинациях:

- Лидеры рынка: I место, II место и III место.
- Лидер роста. Стайер
- Лидер роста. Прорыв года
- Бренд в онлайн. Развитие ритейл-бренда
- Бренд в онлайн. Объем прямых продаж
- Бренд в онлайн. Рост прямых продаж
- Бренд в онлайн. Продажи на маркетплейсах
- Лидер среди селлеров
- Лидер роста. Рост доли рынка
- Лидер роста. Ускорение
- Лидер роста. Потенциал
- Лидер роста. Развитие
- Бренд на маркетплейсах: развитие
- Бренд на маркетплейсах: прорыв года



[Подробнее о номинациях](#)

Приглашаем на премию владельцев и руководителей компаний.

Для магазинов участие бесплатно, для сервисов – платно, для СМИ требуется аккредитация. И пока осталась возможность стать одним из партнеров премии.

[Оставить заявку на участие](#)

Ждем Вас на Церемонии!

Реклама. Рекламодатели ООО «Дейта Инсайт», ООО «АДВ-КЕЙК», АО «Тинькофф банк», ООО «Перфлюенс».

Источник:

[Церемония награждения победителей рейтинга «E-commerce Index Top-100»](#)



Весь мир:

На онлайн-канал пришлось 36% оборота Mango в 2022 г.

Mangofashiongroup.com, 09.03.2023

/новость

Fashion-ритейлер Mango в 2022 году увеличил чистую прибыль на 20,9% до 81 млн евро. Оборот вырос на 20,3% и достиг 2,688 млрд евро, что является самым высоким показателем в истории компании.

Продажи онлайн-бизнеса выросли с 942 млн евро в 2021 году до 960 млн евро в 2022-м, что составило 36% от общего оборота компании. По состоянию на конец 2022 года Mango был представлен онлайн на 90 рынках.

MANGO

В первой половине 2023 года компания планирует вывести онлайн-бизнес на более чем 20 новых рынков, прежде всего — на африканском континенте и в Бразилии, где компания подписала соглашение с местным партнером Dafiti, входящим в состав Global Fashion Group (GFG).

Интернет-магазин Mango зафиксировал в 2022 году 232,1 млн пользователей и более 885 млн посещений.

В 2020 и 2021 годах на онлайн-канал приходилось 42% оборота Mango.

Источник:

[Mango makes a profit of 81 million euros and achieves record sales in 2022](#)

Китайское шопинг-приложение Temu возглавило рейтинги в США

Digitalcommerce360.com, 10.03.2023

/новость

За последние несколько месяцев шопинг-приложение Temu, принадлежащее китайской PDD (Pinduoduo) стало самым загружаемым в американском App Store. По данным аналитической компании YipitData, за первые пять месяцев работы в США GMV компании достиг около \$500 млн. Только в январе продажи составили почти \$200 млн. В феврале Temu запустился на втором рынке — в Канаде. С момента создания Temu скачали 24 млн раз. По состоянию на январь приложение собирало около 11 млн активных пользователей в месяц.

Temu рассматривает ритейлера быстрой моды Shein как своего главного соперника в ближайшей перспективе, но в конечном итоге стремится конкурировать с Amazon и eBay. Shein уже доминирует на рынке быстрой моды в США. Компания прогнозирует, что ее глобальный GMV вырастет до \$80,6 млрд в 2025 году, а выручка может увеличиться до \$58,5 млрд.

В отличие от Shein, Temu работает больше как маркетплейс, чем как самостоятельный бренд. Компания набирает поставщиков, которые могут открыть магазин на платформе, занимается доставкой, маркетингом и послепродажным обслуживанием.



Источник:

[Shein's lead under fire; Chinese-owned app Temu tops US charts](#)

Sea нарастила выручку в сегменте e-commerce на 42,3% в 2022 г.

Cdn.sea.com, 07.03.2023

/новость

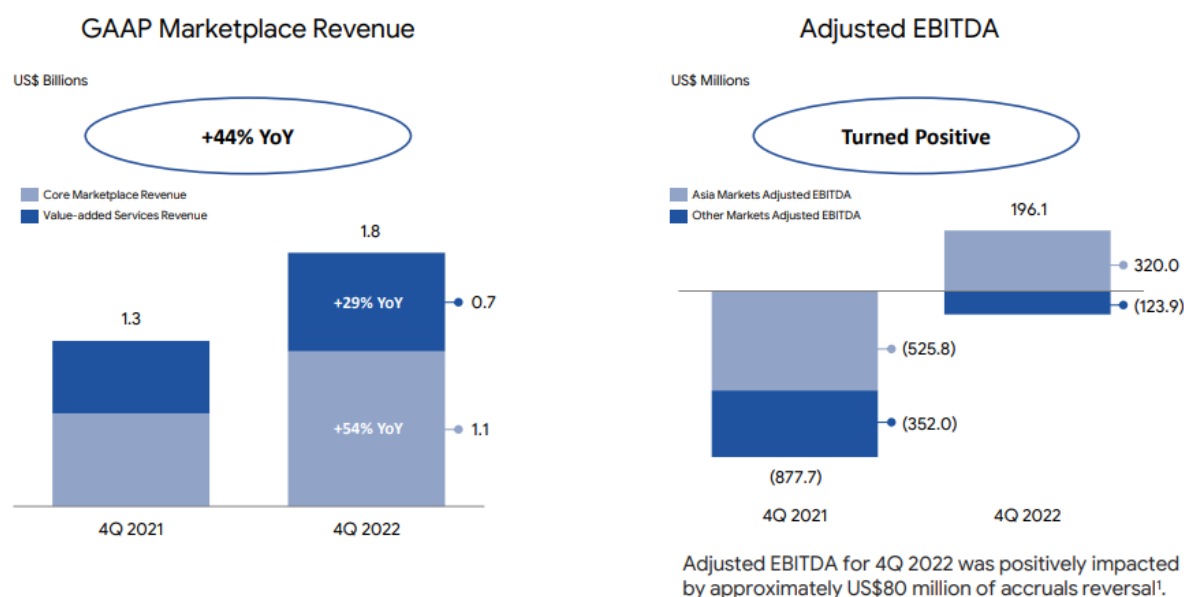
Компания Sea, владеющая крупнейшей платформой электронной коммерции в Юго-Восточной Азии и на Тайване Shopee, объявила финансовые результаты за четвертый квартал и полный 2022 год.

В четвертом квартале 2022 года в сегменте e-commerce:

- Выручка выросла на 31,8% до \$2,1 млрд. Выручка маркетплейса при этом увеличилась на 43,5%, составив \$1,8 млрд.
- Скорректированный показатель EBITDA составил \$196,1 млн по сравнению с \$(877,7) млн в четвертом квартале 2021 года. Скорректированный показатель EBITDA на азиатских рынках улучшился до \$320 млн против \$(525,8) млн годом ранее, на других рынках составил \$(123,9) млн против \$(352,0) млн в 2021 году.
- Общий объем заказов составил 1,7 млрд, GMV — \$18 млрд.



E-commerce



По итогам 2022 года:

- Выручка сегмента e-commerce выросла на 42,3% до \$7,3 млрд, из которых \$6,2 млрд приходится на маркетплейс.
- Скорректированный показатель EBITDA вырос на 33,8% и составил \$(1,7) млрд.
- Общий объем заказов достиг 7,6 млрд, что на 23,7% больше, чем в 2021 году. GMV вырос на 17,6% до \$73,5 млрд.

Источник:

[Sea Limited Reports Fourth Quarter and Full Year 2022 Results](#)



Выручка JD.com выросла на 9,9% в 2022 г.

Ir.jd.com, 09.03.2023

/новость

Китайская компания JD.com опубликовала результаты за четвертый квартал и полный 2022 год.

В четвертом квартале 2022 года:

- Чистая выручка компании JD.com выросла на 7,1% до 295,4 млрд юаней (\$42,8 млрд). Чистая выручка от услуг увеличилась на 40,3% до 57,8 млрд юаней (\$8,4 млрд).
- Операционная прибыль составила 4,8 млрд юаней (\$0,7 млрд) после убытка в размере 0,4 млрд юаней годом ранее.
- Чистая прибыль, приходящаяся на владельцев обыкновенных акций, составила 3 млрд юаней (\$0,4 млрд) по сравнению с чистым убытком в размере 5,2 млрд юаней за аналогичный период 2021 года.

По итогам 2022 года:

- Чистая выручка выросла на 9,9% до 1 046,2 млрд юаней (\$151,7 млрд). Чистая выручка от услуг увеличилась на 33,3% до 181,2 млрд юаней (\$26,3 млрд).
- Операционная прибыль составила 19,7 млрд юаней (\$2,9 млрд) по сравнению с 4,1 млрд юаней в 2021 году.
- Чистая прибыль, приходящаяся на владельцев обыкновенных акций, достигла 10,4 млрд юаней (\$1,5 млрд) по сравнению с чистым убытком в размере 3,6 млрд юаней за 2021 год.

	For the three months ended			For the year ended		
	December 31, 2021	December 31, 2022	December 31, 2022	December 31, 2021	December 31, 2022	December 31, 2022
	RMB	RMB	US\$	RMB	RMB	US\$
	(In millions)			(In millions)		
Net revenues:						
JD Retail	249,870	258,925	37,541	866,303	929,929	134,827
JD Logistics	30,472	43,008	6,236	104,693	137,402	19,921
Dada	—	2,681	389	—	8,030	1,164
New businesses	8,213	4,761	690	26,063	21,779	3,158
Inter-segment eliminations *	(12,799)	(13,929)	(2,020)	(46,043)	(50,904)	(7,380)
Total segment net revenues	275,756	295,446	42,836	951,016	1,046,236	151,690
Unallocated items**	152	—	—	576	—	—
Total consolidated net revenues	275,908	295,446	42,836	951,592	1,046,236	151,690

Источник:

[JD.com Announces Fourth Quarter and Full Year 2022 Results and Dividend](#)



Яндекс Еда вышла на рынок Узбекистана

T.me, 07.03.2023 17:18:00

/новость

Яндекс Еда стала доступна в Ташкенте под брендом Yandex Eats. Это уже пятая страна в СНГ, где можно воспользоваться сервисом. Платформа в Узбекистане полностью адаптирована под страну: приложение и сайт доступны на узбекском, английском и русском языках.

К Yandex Eats уже подключилось более 200 ресторанов. Пользователи также могут выбирать товары из каталога магазинов. Заказы доставляют курьеры из партнёрских логистических служб и собственные курьеры ресторанов. Среднее время ожидания заказа составит 30 минут.

Сервис Яндекс Еда работает уже в 5 странах СНГ

Продолжаем активное развитие фудтех-бизнеса Яндекса на растущих зарубежных рынках

хXX Прогноз роста рынка¹ онлайн-заказа еды² к 2027 году



1 – Рост указан в сравнении с полным 2022 годом. Данные Statista, 2023

2 – Рынок онлайн-заказа готовой еды и продуктов из магазинов

Источник:

[Яндекс Еда на зарубежных рынках](#)

Количество клиентов Zalando превысило 51 млн

Corporate.zalando.com, 07.03.2023

/новость

По итогам 2022 года европейская онлайн-платформа Zalando нарастила число активных клиентов на 6% до более чем 51 млн. Компания также вышла на рынки Венгрии и Румынии.

Ключевые финансовые показатели Zalando за 2022 год соответствовали прогнозу, несмотря на сложные экономические условия. GMV вырос на 3% до 14,8 млрд евро, при этом выручка осталась стабильной на уровне 10,3 млрд евро. Скорректированная прибыль до вычета процентов и налогов составила 184,6 млн евро.

Key figures

	Jan 1 – Dec 31, 2022	Jan 1 – Dec 31, 2021	Change
Key performance indicators			
Gross Merchandise Volume (GMV*) (in EUR m)	14,797.9	14,332.7	3.2%
Revenue (in EUR m)	10,344.8	10,354.0	-0.1%
Adjusted EBIT (in EUR m)	184.6	468.4	-60.6%
Adjusted EBIT margin (as %)	1.8	4.5	-2.7pp
EBIT (in EUR m)	81.0	424.7	-80.9%
EBIT margin (as %)	0.8	4.1	-3.3pp
Capex (in EUR m)	-351.7	-332.9	5.6%
Active customers (in millions)	51.2	48.5	5.7%
Number of orders (in millions)	261.1	252.2	3.5%
Average GMV* per active customer (LTM**) (in EUR)	288.8	295.6	-2.3%
Average orders per active customer (LTM**)	5.1	5.2	-2.0%
Average basket size (LTM**) (in EUR)	56.7	56.8	-0.3%

В 2022 году Zalando применяла меры, повышающие рентабельность, такие как введение минимальной стоимости заказа. В феврале 2023 года компания анонсировала сокращение нескольких сотен рабочих мест.

Кроме того, Zalando предложит свои логистические решения брендам, торгующим через другие платформы и собственные интернет-магазины.

Источник:

[Zalando grows customer base and progresses on platform transition in 2022, on path to be the Starting Point for Fashion.](#)



ВкусВилл запустил продажи в Дубае через экспресс-доставку YallaMarket

Telegra.ph, 06.03.2023

/НОВОСТЬ

ВкусВилл начал продавать товары под собственным брендом в Дубае через YallaMarket — сервис экспресс-доставки продуктов и товаров для дома, основанный два года назад российскими предпринимателями.

Для заказа доступны детское питание, напитки, консервация, варенье, хлебцы, шоколад и другие сладости. Можно выбрать удобный способ оплаты, в том числе российскими банковскими картами. Продукты собирают в дарксторах.



YallaMarket — не единственный канал продаж продуктов ВкусВилл в Дубае. В марте покупатели смогут найти специальный ассортимент в местных агрегаторах и маркетплейсах: Noon, Deliveroo, NowNow, Careem, Talabat. Команда прорабатывает увеличение площадок для продаж.

В 2022 году ВкусВилл запустил продажи в Китае и в странах ближнего зарубежья.

Источник:

[Продажи продуктов ВкусВилл стартовали в Дубае через сервис экспресс-доставки YallaMarket](#)

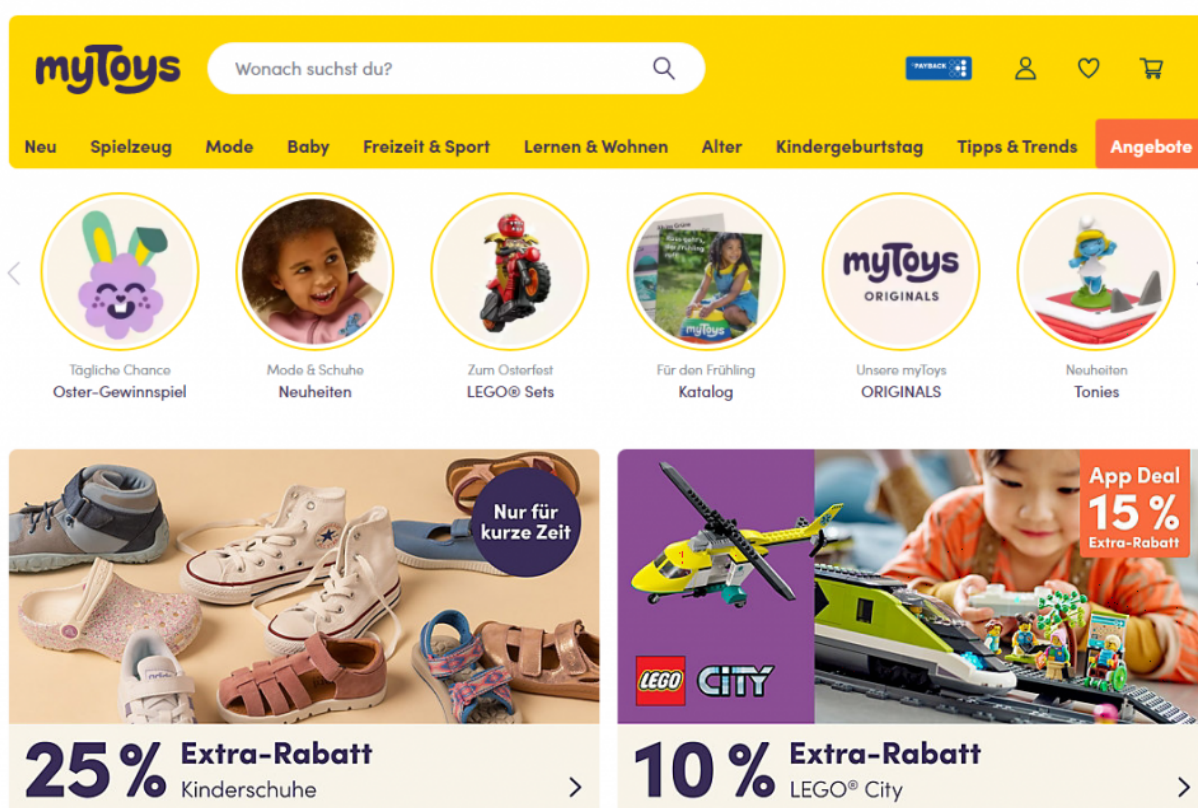
Otto Group закрывает платформу игрушек Mytoys.de

Ottogroup.com, 06.03.2023

/новость

Исполнительный совет и акционеры Otto Group приняли решение продавать игрушки Mytoys только на платформе otto.de. К февралю 2024 года будет закрыта штаб-квартира Mytoys в Берлине и 19 магазинов. На конкурентном и низкомаржинальном рынке игрушек нынешняя многоканальная концепция больше не жизнеспособна, говорится в сообщении Группы.

За несколько лет Mytoys не смогла добиться хороших результатов и достичь запланированного уровня устойчивой прибыльности, несмотря на многочисленные стратегические перестройки и значительные инвестиции. Отмечается, что сегментом игрушек легче управлять в рамках маркетплейса ОТТО.



Источник:

Mytoys.de GmbH ceases business operations and closes all stores — The Mytoys brand will continue to be offered on the otto.de platform

Сербия — лидер Европы по среднегодовому темпу роста e-com в 2022-2026 гг.

Ecommercedb.com, 06.03.2023

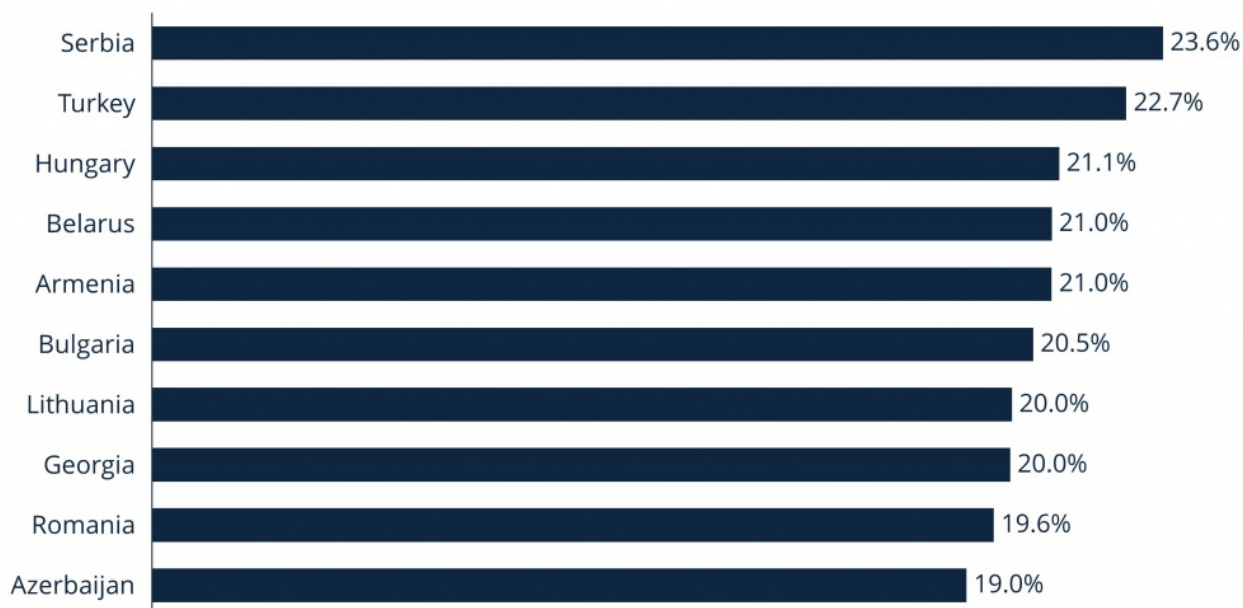
/исследование

По оценкам ecommercedb, среднегодовой темп роста европейского рынка электронной коммерции в 2022—2026 гг. составит 12%, несмотря на снижение на 7% в 2022 году. Порог в \$1 трлн будет пройден в 2025 году.

Крупнейшие рынки e-commerce в Европе находятся на западе и севере этой части света, однако по показателям относительного роста лидируют страны востока и юго-востока. Топ-10 возглавляет Сербия с ожидаемым CAGR на уровне 23,6% в 2022—2026 гг., что вдвое больше, чем в среднем по Европе. Далее следуют Турция — 22,7%, Венгрия — 21,1%. Замыкает топ-10 Азербайджан — 19%.

Тем не менее, чемпионы роста далеки от конкуренции с ведущими европейскими рынками. Например, в 2022 году рынок онлайн-торговли в Азербайджане составил \$1,7 млрд — менее 2% от объема e-commerce Германии.

TOP 10 EUROPEAN ECOMMERCE COUNTRIES BY COMPOUND ANNUAL GROWTH RATE (CAGR), 2022-2026



Note: Ukraine and Russia are out of scope.
Sources: Statista Digital Market Outlook 2022



Источник:
[Serbia is Europe's eCommerce growth champion](#)



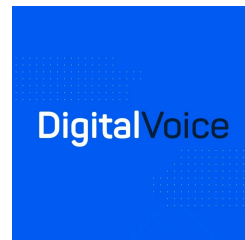
Подкасты о e-commerce

Digital Voice

Рост маркетплейсов и сервисов с ними связанных — Илья Кретов — Директор Тинькофф Ecommerce

Беседа с директором Тинькофф Ecommerce Ильей Кретовым о том, как мотивировать команду в непростые времена, как развиваются маркетплейсы, и что ждет рынок екоммерс в России, а также о том, что ждет экспорт из России.

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

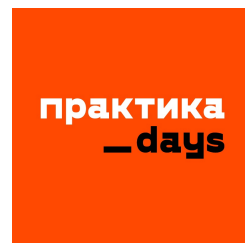


Практика_days

Е-commerce «Стокманн»

В гостях Сергей Фадеев, директор департамента электронной коммерции «Стокманн». Как пережили 2022 и как начали 2023 год, показатели и структура e-com, каналы доставки и многое другое.

Прослушать: [Яндекс Маркет](#) | [Google Подкасты](#)



Сделано!

Как будут развиваться российские цифровые экосистемы в 2023 году. Spektr и СДЭК

Что происходит с цифровыми экосистемами сейчас, в 2023 году? В чем уникальность российского рынка и чего не хватает его основным игрокам? Почему Центробанк опасается развития экосистем? И важно ли придумывать новые способы мэтчинга продуктов?

Гости: Ольга Сгибнева, директор по инновациям компании СДЭК, Николай Седашов, управляющий партнер аналитического агентства Spektr.

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



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.