

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2023 / № 19

08 Мая 2023 - 14 Мая 2023

В выпуске:

Россия:

Inventive Retail Group запустила платформу для заказа товаров из-за рубежа

Ozon представил спортивную витрину

Lamoda запустила сервис для подбора образов на базе ИИ

Яндекс Доставка расширила сервис для отправки посылок в другие города

У каждого 5-го россиянина возникали проблемы при покупке на маркетплейсе

На заказ продуктов 36% пользователей тратят 2000-3000 руб. в неделю

INFOline: Больше половины БТиЭ продается через онлайн-каналы

Свободные ниши в экосистеме электронной торговли Казахстана 2023

Весь мир:

Ozon запустил складской комплекс в Алматы

JD.com нарастила прибыль в I кв. 2023 г.

В Нидерландах онлайн-магазинов стало больше, чем физических

ASOS сообщил об убытках по итогам шести месяцев

Выручка Wish упала на 49% в I кв. 2023 г.

MercadoLibre довольна успехами коммерческого направления в I кв. 2023 г.

Amazon возглавляет топ-150 европейских маркетплейсов

Delivery Hero — самая финансируемая компания по доставке еды

Возраст и отношение к онлайн-покупкам на примере потребителей из США

Подкасты о e-commerce



Россия:

Inventive Retail Group запустила платформу для заказа товаров из-за рубежа

Inventive.ru, 12.05.2023

/НОВОСТЬ

Inventive Retail Group представила новый международный проект Brandly — платформу для онлайн-шопинга оригинальных брендовых товаров с доставкой из любой точки мира. Это не маркетплейс: компания самостоятельно управляет ассортиментом, отбирает бренды и продукты.

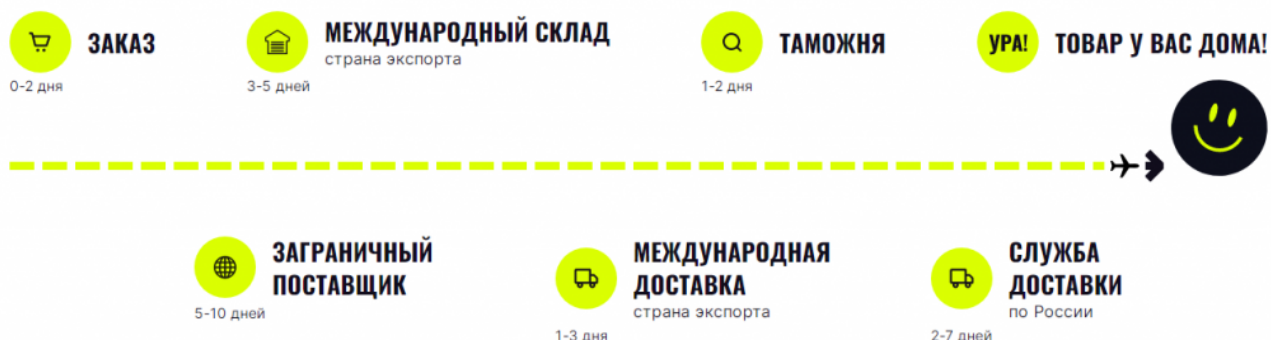
В каталоге представлены одежда, обувь, электроника, бытовая техника, электроинструменты, БАД, игрушки. Оплата на сайте доступна любому обладателю карты российского банка. Сроки доставки сегодня составляют от 2 до 4 недель (в будущем планируется их сократить до 7 дней).

Перед отправкой в Россию осуществляется контроль качества товара. Для электроники и бытовой техники в Brandly предусмотрена собственная сервисная гарантия.

Brandly работает по двум схемам — классический mail forward, а также продажа собственных запасов, сформированных в различных странах мира на своих логистических площадках.



КАК ЭТО РАБОТАЕТ



Сроки доставки примерные

Источник:

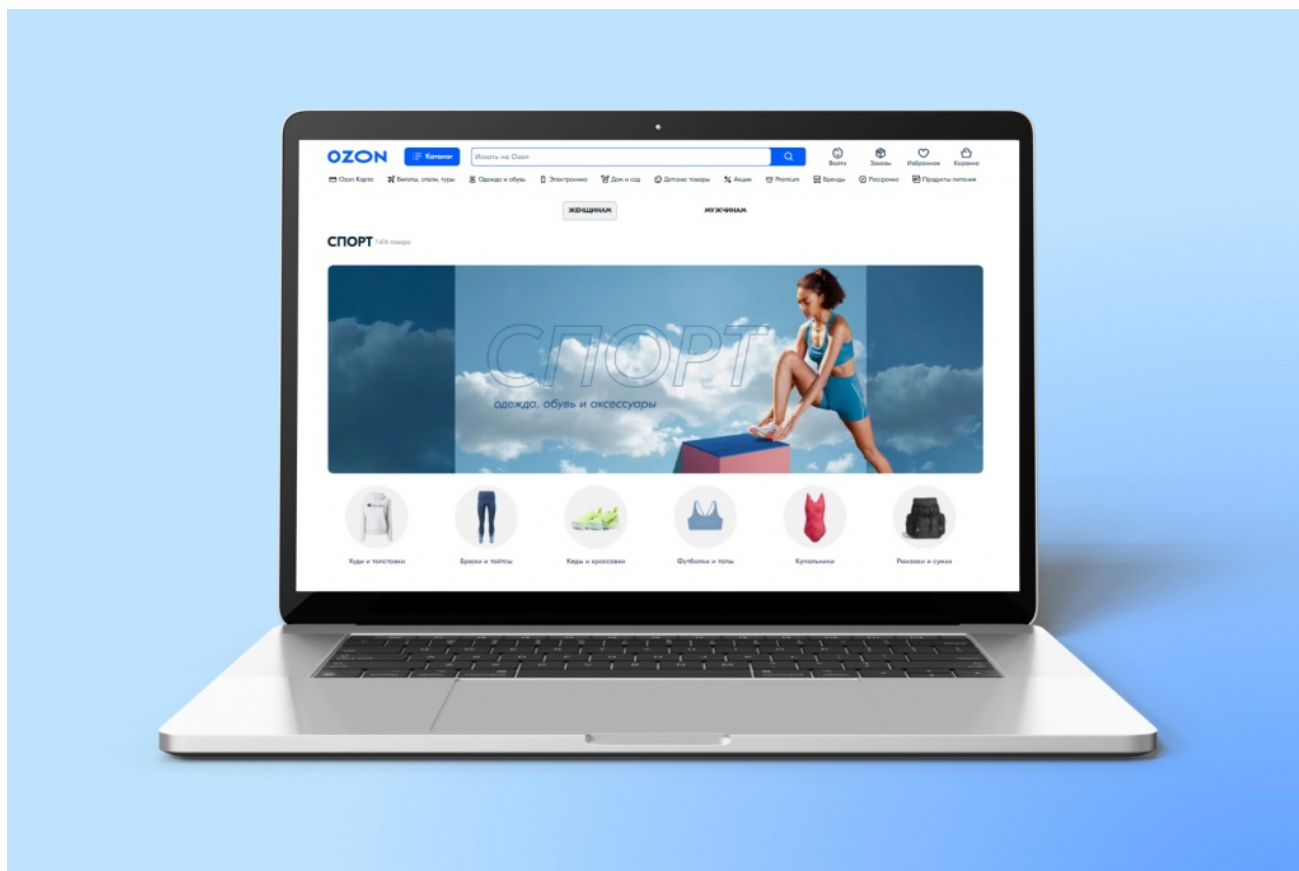
Платформа онлайн-шопинга Brandly: новый международный проект Inventive Retail Group

Ozon представил спортивную витрину

Corp.ozon.ru, 11.05.2023

/новость

На Ozon появилась специальная витрина со спортивными товарами, подобранными экспертами компании в зависимости от задач и уровня подготовки покупателя. В ассортименте можно найти продукцию Adidas, Nike, Jordan, Calvin Klein и др.



Подборки включают коллекции одежды, обуви и аксессуаров для мужчин и женщин, а также товары для туризма и отдыха. Вскоре появятся и товары для детей. Перед добавлением в подборки товары проходят тщательную проверку на качество и оригинальность происхождения.

Ранее на Ozon была запущена витрина с российскими fashion-брендами и витрины с популярными международными брендами массового и премиум-сегментов.

Источник:

На Ozon появилась витрина товаров для профессиональных спортсменов и любителей

Lamoda запустила сервис для подбора образов на базе ИИ

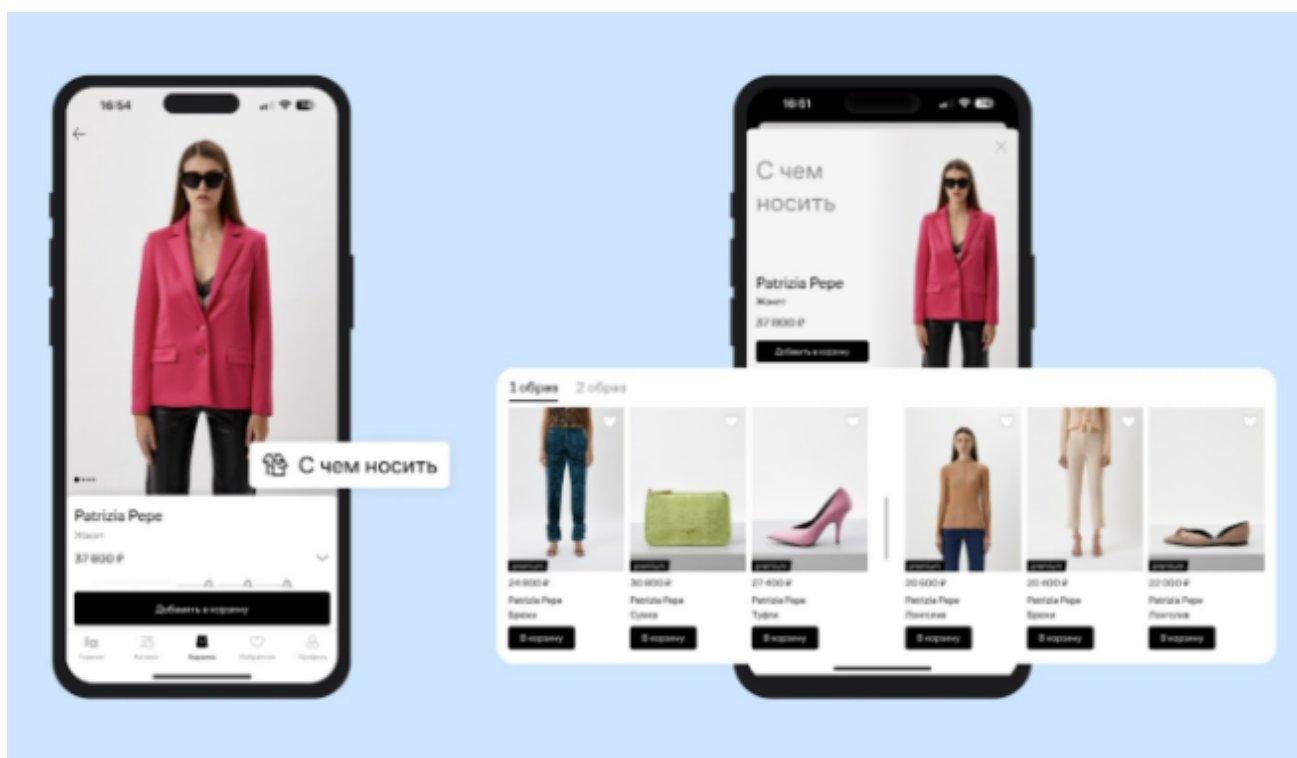
New-retail.ru, 11.05.2023 11:35:00

/новость

Lamoda запустила новый функционал: во время онлайн-шопинга на карточках более чем 400 тыс. товаров будет появляться подсказка «С чем носить». После нажатия на нее, клиенту предложат до 10 разных образов к выбранному товару. В образ входит одежда, обувь и аксессуары, которые сочетаются между собой.

За формирование образа отвечает алгоритм, обученный на основе больших данных. В основу обучения легли формулы «идеальных капсул» от модных экспертов Lamoda и другие параметры.

Сейчас новую функцию могут использовать клиенты мобильного приложения Lamoda на IOS и Android. Сервис доступен для пользователей Lamoda в России, Беларуси и Казахстане.



Источник:

[Lamoda запустила функционал для подбора образов на базе ИИ](#)

Яндекс Доставка расширила сервис для отправки посылок в другие города

Retail.ru, 10.05.2023 09:58:00

/новость

Яндекс Доставка расширила географию сервиса для отправки посылок в другие города с помощью приложения Яндекс Go: с января число городов присутствия сервиса выросло в 4 раза до 400.

Чтобы отправить что-либо в другой город, нужно оформить доставку в приложении и отнести посылку в ближайший пункт выдачи заказов Яндекс Маркета. Число ПВЗ, из которых можно отправить посылку, с января выросло в 3 раза до 6000.

Жителям Москвы, Московской области, Санкт-Петербурга и Ленинградской области в настоящий момент уже доступны новые форматы посылок для доставки в 400 городов. В дополнение к трем размерам посылок весом до 12 кг появилась возможность отправить большие и негабаритные посылки весом до 20 кг.



Источник:

[Яндекс Доставка расширила географию междугородней доставки для предпринимателей до 400 городов](#)

У каждого 5-го россиянина возникали проблемы при покупке на маркетплейсе

Rskrf.ru, 12.05.2023

/исследование

Согласно опросу Центра изучения потребительского поведения (ЦИПП) Роскачества, для четверти россиян непривычно покупать на маркетплейсах из-за невозможности заранее ознакомиться с товаром. Но 68% считают, что там можно купить недорогую и достаточно качественную продукцию. 44% полагают, что существует высокий риск приобрести некачественный товар или фальсификат. 57% уверены, что могут без проблем оформить возврат в случае покупки некачественного товара. 51% респондентов не готовы доверять отзывам других покупателей.

У каждого 5-го россиянина возникали спорные ситуации или проблемы с продавцами при покупке товаров на маркетплейсе. В большинстве случаев потребителям удалось решить вопрос. В 55% ситуаций была возможность подключить представителя площадки, в 30% ее не было. А 35% опрошенных рассказали о случаях, когда проблему не получилось решить ни с маркетплейсом, ни с продавцом.



КАК ЧАСТО ВОЗНИКАЮТ СПОРНЫЕ СИТУАЦИИ ПРИ ПОКУПKE НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ?



Роскачество совместно с Министерством промышленности и торговли РФ и Росаккредитацией готовит новые, расширенные рекомендации для маркетплейсов и онлайн-магазинов в рамках проекта «Реестр доверенных онлайн-площадок». В этом году планируется также запуск проверки тайными покупателями, чтобы оценить пользовательский путь от выбора товара до его возврата.

По [данным](#) Data Insight, прошлый год вошел в тройку лучших для российского рынка eCommerce по динамике числа заказов. Темпы роста количества заказов выросли на 65%. Основной рост в 2022 году обеспечили крупные универсальные маркетплейсы: во второй половине 2022 года их доля достигла 73% в общем количестве заказов и впервые превысила половину всего объема продаж.

Источник:

[Роскачество оценит работу маркетплейсов с помощью тайных покупателей](#)

На заказ продуктов 36% пользователей тратят 2000-3000 руб. в неделю

Т.ме, 11.05.2023

/исследование

Аналитики Rambler&Co и СберМаркета выяснили предпочтения россиян при онлайн-покупке продуктов:

- 54% респондентов покупают продукты, когда вспоминает, чего в доме нет, а 31% заранее готовят список.
- 13% выбирают товары в интернет-магазинах по акциям.
- В неделю 36% опрошенных тратят на покупку продуктов онлайн от 2000 до 3000 руб., 22% — 4000-5000 руб., 14% — от 8000 руб. и 12% — до 10 000 руб.
- Чаще всего в онлайн-корзину попадают овощи и фрукты (11%), мясо и рыба (11%), молочные продукты (10%).
- Около 30% опрошенных заказывают продукты несколько раз в неделю, 23% — несколько раз в месяц, 20% — раз в месяц, 17% — раз в неделю, а 10% — раз в несколько месяцев.
- Самый популярный фрукт у покупателей — банан, овощ — помидор, молочный продукт — молоко жирностью 2,5%, мясной продукт — филе грудки цыпленка.
- С января по апрель 2023 года количество онлайн-заказов продуктов увеличилось на 26% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.



Источник:

[Rambler Way](#)

INFOLine: Больше половины БТиЭ продается через онлайн-каналы

Infoline.spb.ru, 10.05.2023

/исследование

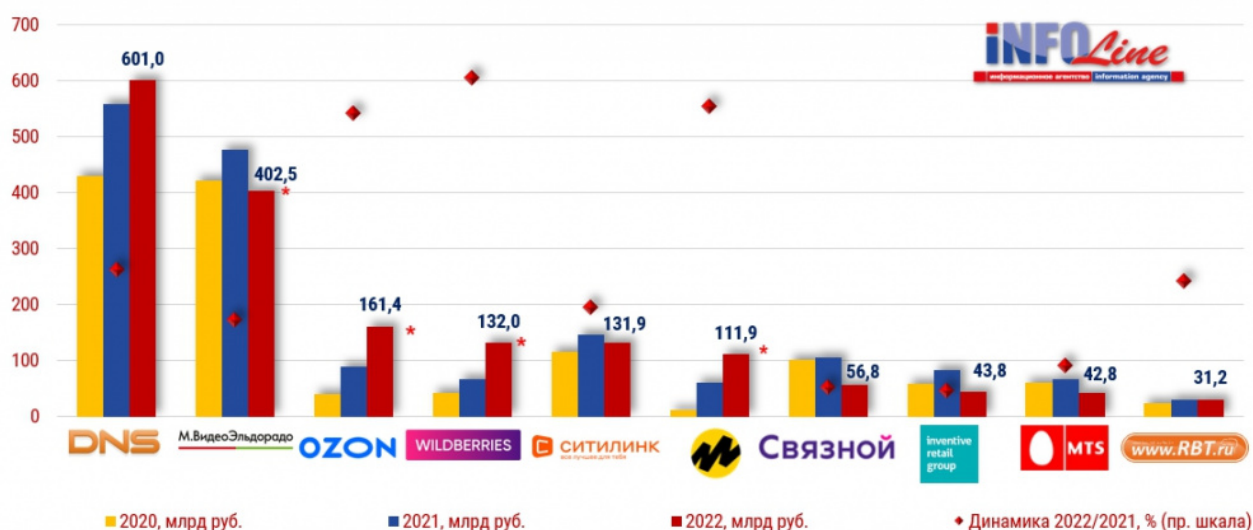
По данным INFOLine, продажи бытовой техники и электроники в 2022 году сократились на 15,4% до 2,2 трлн руб. при существенном расширении доли онлайн-канала, который вырос на 16% до 1,16 трлн руб. и составил 52,7% в общем объеме продаж сегмента.

Продажи десятки лидеров сегмента выросли лишь на 1,7% и достигли 1,72 трлн руб. (по итогам 2021 года динамика топ-10 составила 30%). Первенство сохранила компания DNS с выручкой 601 млрд руб. и динамикой 7,7%.

Динамичный рост в сегменте показали маркетплейсы: совокупные продажи Ozon, Wildberries и Яндекс Маркета выросли в 1,9 раза, превысив 405 млрд руб. без НДС. Ozon переместился с 5-го на 3-е место, Wildberries — с 7-го на 4-е, Яндекс Маркет поднялся на три ступени до 6-го места.

Финансовые результаты омниканальных ритейлеров сократились на 10% до 1,31 трлн руб. Только DNS и RBT.ru удержали динамику продаж в положительной зоне.

Рейтинг INFOLine БИКТ Retail Russia TOP-10 по выручке



Источник: данные компаний, оценки INFOLine без учета трансграничной торговли
* (для Ozon, Wildberries, Яндекс.Маркет - GMV от продажи товаров, очищенный от НДС в сегменте, для IRG-выручка в сегменте)

Источник:

Больше половины бытовой техники и электроники продается через online-каналы, посчитали эксперты INFOLine

Свободные ниши в экосистеме электронной торговли Казахстана 2023

Datainsight.ru, 12.05.2023

/реклама

Cross Insights совместно с **Data Insight** представляет исследование «Свободные ниши в экосистеме электронной торговли Казахстана 2023».

В отчете вы узнаете:

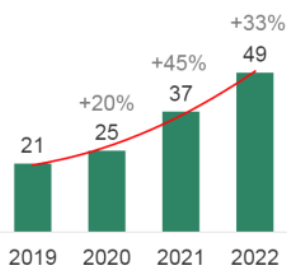
- особенности этапов развития рынка электронной торговли Казахстана;
- какие компании на рынке востребованы сейчас;
- какие будут востребованы только через 3–5 лет;
- где сейчас есть повышенный спрос на сервисы;
- чего не хватает селлерам для развития онлайн-продаж.

Вы сможете принять решение, в какие области стоит инвестировать в настоящий момент, а куда стоит заходить позже. Наша экспертная оценка каждой ниши рынка поможет вам понять, в каких областях сейчас нужны новые сервисы и вложения.

Онлайн-рынок Казахстана: заказы, оборот, чек

Количество заказов,
млн штук

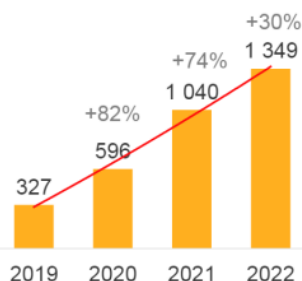
Рост количества заказов в 2022 г. к 2021 г. составил 33%, а к 2020 г. – 96%



Источники: Данные PWC, Cross Insights

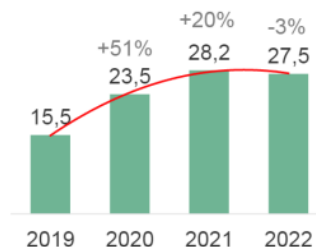
Объем и динамика рынка,
млрд тенге

Объем рынка в деньгах в 2022 г. вырос в 1,3 раза к 2021 г. и более чем в 2 раза к объему 2020 г.



Динамика среднего чека,
тыс. тенге

Рост среднего чека в 2022 г. составил -3% к 2021 г. и +17% к 2020 г. Темп роста за период год к году снизился с 20% до -3% в 2022 г.



3

Рекламодатель ООО "Дейта Инсайт"

Источник:

Свободные ниши в экосистеме электронной торговли Казахстана 2023



Весь мир:

Ozon запустил складской комплекс в Алматы

T.me, 11.05.2023 11:59:00

/новость

Новый логистический объект Ozon в Алматы упростит представителям малого и среднего бизнеса выход на маркетплейс, а также сократит сроки доставки для жителей города до одного дня.

Складской комплекс обеспечивает полный цикл обработки онлайн-заказов. Мощности центра хватит для обработки до 80 тыс. заказов в сутки. Всего он обеспечит хранение более 700 тыс. товаров в разных категориях.



Источник:

[Ozon HQ](#)

JD.com нарастила прибыль в I кв. 2023 г.

Ir.jd.com, 11.05.2023

/новость

Чистая выручка JD.com за первый квартал 2023 года выросла на 1,4% до 243,0 млрд юаней (\$35,4 млрд). При этом чистая выручка от услуг увеличилась на 34,5% и достигла 47,4 млрд юаней (\$6,9 млрд).

Операционная прибыль составила 6,4 млрд юаней (\$0,9 млрд) против 2,4 млрд юаней за аналогичный период прошлого года. Чистая прибыль, приходящаяся на владельцев обыкновенных акций, составила 6,3 млрд юаней (\$0,9 млрд) по сравнению с чистым убытком в размере 3,0 млрд юаней годом ранее.

Также стало известно, что главный финансовый директор Сэнди Ран Сюй станет новым главным исполнительным директором компании. Нынешний CEO Лэй Сюй покинет этот пост по личным причинам.

	For the three months ended		
	March 31, 2022	March 31, 2023	March 31, 2023
	RMB	RMB	US\$
	(In millions)		
Net revenues:			
JD Retail	217,524	212,358	30,922
JD Logistics	27,351	36,728	5,348
Dada	688	2,576	375
New businesses	5,756	3,450	502
Inter-segment eliminations *	(11,664)	(12,156)	(1,770)
Total consolidated net revenues	239,655	242,956	35,377
Operating income/(loss):			
JD Retail	7,891	9,844	1,433
JD Logistics	(661)	(1,123)	(164)
Dada	(191)	(217)	(32)
New businesses	(2,386)	(157)	(21)
Including: gain on sale of development properties	—	472	69
Total segment operating income	4,653	8,347	1,216
Unallocated items**	(2,244)	(1,920)	(280)
Total consolidated operating income	2,409	6,427	936

Источник:

[JD.com Announces First Quarter 2023 Results](#)



В Нидерландах онлайн-магазинов стало больше, чем физических

Ecommercenews.eu, 10.05.2023

/новость

На 1 января 2023 года в Нидерландах насчитывалось 84,1 тыс. интернет-магазинов и 82,1 тыс. физических. За год количество онлайн-магазинов выросло на 4,1%, а обычных — сократилось на 1600 (самое резкое снижение с начала пандемии).

В большинстве интернет-магазинов продаются одежда и fashion-товары (19,3 тыс.), товары для дома и сада (15,3 тыс.). Количество онлайн-магазинов продуктов питания и аптек в Нидерландах ежегодно растет в среднем на 25,6%, товаров для дома и сада — на 26,7%, с общим ассортиментом — на 32,3%.

В 2021 году число интернет-магазинов в Нидерландах увеличилось на 17%.



Источник:

[More online stores in the Netherlands than physical stores](#)

ASOS сообщил об убытках по итогам шести месяцев

Asosplc.com, 10.05.2023

/новость

Выручка ASOS за шесть месяцев, которые завершились 28 февраля 2023 года, снизилась на 8% до £1,84 млрд, что отражает «как преднамеренные действия по размещению капитала для повышения прибыльности, так и сложные торговые условия».

Продажи в Великобритании упали на 10%, в Европе остались на прежнем уровне, в США снизились на 7%, а в остальном мире — на 12%. Компания заявила об убытке до налогообложения в размере £290,9 млн. Скорректированный убыток до налогообложения составил £87,4 млн.

Summary financial results

£m ¹	Six months to 28 February 2023	Six months to 28 February 2022	Change	CCY ² change	CCY change excluding Russia ^{2,3,4}
Headline measures					
Group revenue ⁵	1,840.6	2,004.1	(8%)	(10%)	(7%)
Adjusted gross margin ⁶	42.9%	43.1%	(20bps)		
Adjusted EBIT ⁶	(69.4)	26.2			
Adjusted EBIT margin ⁶	(3.8%)	1.3%	(510bps)		
Adjusted (loss)/profit before tax ⁶	(87.4)	14.8			
Net debt ⁶	(431.7)	(62.6)			
Free cash outflow ⁶	(262.7)	(256.5)			
Statutory measures					
Gross margin	36.1%	43.1%	(700bps)		
Operating loss	(272.5)	(4.4)			
Reported loss before tax	(290.9)	(15.8)			

По словам CEO ASOS Хосе Антонио Рамоса Каламонте, компания ускорила развертывание новой коммерческой модели, а также реализовала инициативы по оптимизации прибыли и сокращению затрат на сумму более £100 млн.

Источник:

[Interim Results for the six months to 28 February 2023](#)



Выручка Wish упала на 49% в I кв. 2023 г.

Ir.wish.com, 08.05.2023

/НОВОСТЬ

Выручка Wish по итогам первого квартала 2023 года упала на 49% — до \$96 млн. Выручка основного маркетплейса сократилась на 69% до \$28 млн, рекламного инструмента ProductBoost — на 43% до \$8 млн, логистического сегмента — на 29% до \$60 млн.

Чистый убыток составил \$89 млн. Скорректированный показатель EBITDA представляет собой убыток в размере \$62 млн. Результат превзошел ожидания, что в компании объясняют значительными улучшениями в юнит-экономике в сочетании с дисциплинированным подходом к расходам в течение квартала.

Отмечается, что Wish продолжает «добиваться прогресса» в коэффициентах конверсии, удержании покупателей и удовлетворенности клиентов.

Financial results and operational metrics

W

	Q1 2023	Q1 2022
	(in millions)	(in millions)
MAUs	14	27
LTM active buyers	12	28
Revenue	\$96	\$189
Gross profit	\$20	\$64
Gross margin	21%	34%
Operating expenses	\$113	\$126
Net loss	(\$89)	(\$60)
Adjusted EBITDA ¹	(\$62)	(\$40)
Cash used in operating activities	(\$92)	(\$146)
Free cash flow ¹	(\$92)	(\$148)

¹ Reconciliation of non-GAAP financial measures is contained in the appendix containing condensed consolidated financial results of our earnings release. \$ in millions, except where noted 18

Источник:

[Wish Reports First-Quarter 2023 Financial Results](#)

MercadoLibre довольна успехами коммерческого направления в I кв. 2023 г.

Investor.mercadolibre.com, 08.05.2023

/новость

MercadoLibre, ведущая технологическая компания Латинской Америки в области электронной коммерции, отметила хорошее начало года с обнадеживающими результатами по всему бизнесу.

Особенно хорошими оказались результаты коммерческого направления. В первом квартале 2023 года рост объема проданных товаров ускорился почти до 16% в годовом исчислении (с 11% в четвертом квартале 2022 года).

GMV увеличился на 43% в годовом исчислении (по сравнению с 35% в четвертом кварталом 2022 года). Три крупнейших географических сегмента — Бразилия, Мексика и Аргентина — продемонстрировали более быстрый рост как объема заказов, так и GMV по сравнению с предыдущим кварталом. Рост собственных продаж ускорился до 28% с 8% в четвертом квартале 2022 года.

Рекламный бизнес компании продолжил быстро расти в разных регионах, составив 1,4% от GMV, что на 30 б. п. выше по сравнению с прошлым годом.

Источник:

[MercadoLibre, Inc. First Quarter 2023 Letter to Shareholders](#)



Amazon возглавляет топ-150 европейских маркетплейсов

Ecommercenews.eu, 10.05.2023

/исследование

Amazon занимает две первые строчки в списке ведущих маркетплейсов Европы по версии немецкой Федеральной ассоциации интернет-торговли / Bundesverband Onlinehandel (BVOH). Рейтинг основан на различных источниках, включая данные SimilarWeb, Tranco и Cisco Umbrello, дополненные собственными исследованиями BVOH. Специально разработанный алгоритм взвешивает собранные данные и составляет рейтинг 150 самых популярных онлайн-площадок.

Сайты Amazon занимают половину в топ-10 маркетплейсов Европы:



1. Amazon.de
2. Amazon.co.uk
3. Ebay.co.uk
4. Allegro.pl
5. Amazon.it
6. Amazon.fr
7. Sahibinden.com
8. Ebay-kleinanzeigen.de
9. Ebay.de
10. Amazon.es

Источник:

[Amazon leads new top 150 European marketplaces](#)

Delivery Hero — самая финансируемая компания по доставке еды

Ecommercedb.com, 10.05.2023

/исследование

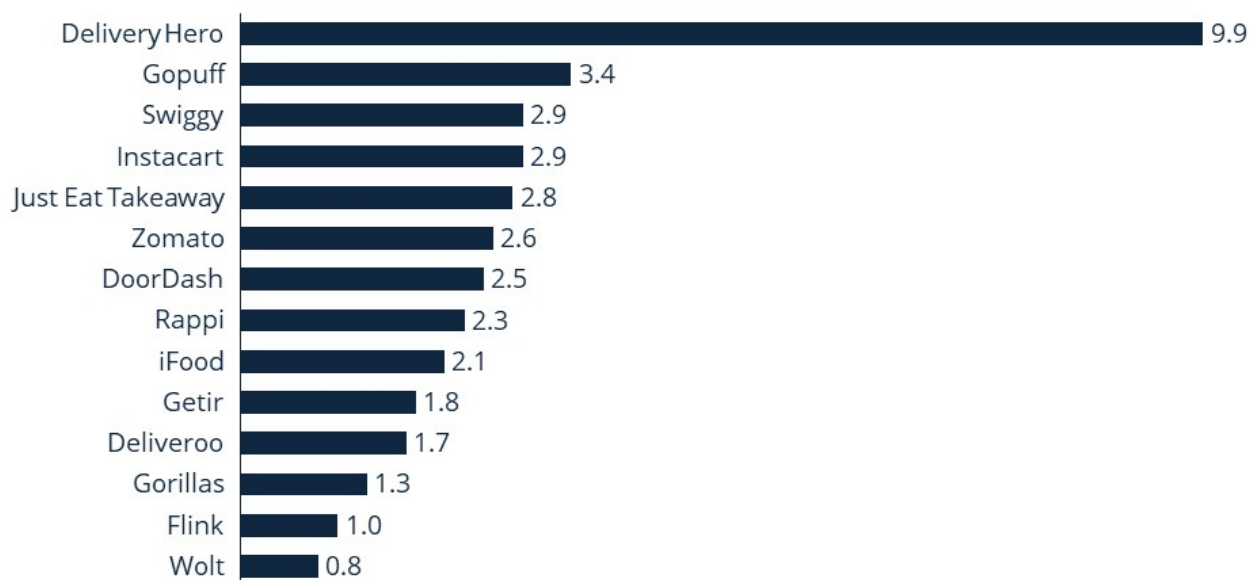
По данным Crunchbase, по состоянию на январь 2023 года немецкий сервис Delivery Hero привлек наибольший объем финансирования среди служб доставки еды — в общей сложности \$9,9 млрд. История успеха Delivery Hero основана на инновационных технологиях, географическом расширении и широком портфеле услуг, включая доставку еды из ресторанов и продуктов, а также сервисы q-commerce.

Goruff из США, занявший второе место, является чистым игроком q-commerce и специализируется на высокоскоростной доставке продуктов через сложную логистическую структуру. К январю 2023 года Goruff получил финансирование в размере \$3,4 млрд.

Индийский стартап Swiggy и американская служба доставки Instacart занимают 3-е и 4-е места, собрав по \$2,9 млрд каждый. В список входят три европейских игрока из сферы быстрой коммерции: Getir, Gorillas и Flink. Остальные компании являются агрегаторами, предлагающими более широкий спектр услуг. На сегодняшний день большинство игроков на рынке доставки еды убыточны после многих лет, когда высокий рост был приоритетом номер один. Однако некоторые компании, в том числе Delivery Hero, постепенно добиваются прогресса в переходе к прибыльности.

FUNDING OF ONLINE FOOD DELIVERY COMPANIES WORLDWIDE

in billion US\$



Note: as of January 2023
Sources: CrunchBase



Источник:

[Delivery Hero is the most well-funded food delivery company](#)



Возраст и отношение к онлайн-покупкам на примере потребителей из США

EcommerceDB.com, 08.05.2023

/исследование

Аналитики ecommerceDB рассмотрели отношение к разным аспектам онлайн-покупок у разных поколений жителей США: Z (родившиеся между 1995 и 2012 годами), миллениалов (между 1980 и 1994), X (между 1965 и 1979), бэби-бумеров (между 1946 и 1964).

Специальные предложения. В общей сложности 69% онлайн-покупателей в США ищут скидки при совершении покупок. Поколение Z и поколение Y делают это реже, чем в среднем. Поколение X и бэби-бумеры поддерживают эту тенденцию на уровне 74% и 80% соответственно.

Комфорт и практичность. Поколение Z (46%) и миллениалы (59%) реже, чем в среднем (60%), ценят практичность или комфорт при покупке модных вещей. Поколение X (65%) и бэби-бумеры (72%) обычно ищут их чаще.

SHOPPING ATTITUDES BY GENERATIONAL COHORT AMONG ONLINE SHOPPERS IN THE U.S.

	When shopping, I look out for special offers	Apparel and footwear have to be, above all, comfortable and practical	I always shop at the same stores	Dressing well is important for me	When strolling through stores, I tend to buy items spontaneously
Total	69%	60%	47%	41%	39%
Gen Z (1995-2012)	59%	46%	49%	44%	39%
Gen Y (1980-1994)	68%	59%	47%	47%	43%
Gen X (1965-1979)	74%	65%	46%	36%	38%
Baby Boomer (1946-1964)	80%	72%	44%	29%	30%

„Which of these statements about shopping do you agree with?"; Multi Pick; Base: n= 9,334 online shoppers in the U.S.
Source: Statista Consumer Insights 2022 – Update 4



Привычки и повторяющиеся покупки. В целом 47% онлайн-покупателей предпочитают периодически совершать покупки в одних и тех же магазинах. Респонденты поколения Z чуть чаще, чем в среднем (49%), согласны с этим утверждением.

Хорошая одежда. Покупатели поколения Y и Z чаще среднего придают большое значение хорошей одежде. Поколение X и бэби-бумеры менее склонны к этому.

Спонтанный шопинг больше всего находит отклик у миллениалов: 43%, что на 4 п. п. выше среднего. Поколения Z и X находятся примерно на среднем уровне, а бэби-бумеры реже всего совершают импульсивные покупки (30%).

Источник:

[How Age Shapes Your Shopping Habits: Insights from U.S. Online Shoppers](#)

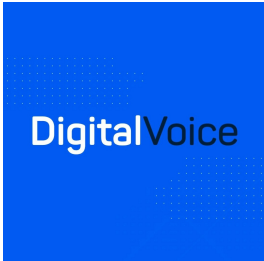


Подкасты о e-commerce

Digital Voice

Развитие рынка онлайн-игр может многому научить интернет-торговлю — Борис Сеницкий — Мир Танков

Беседа с операционным директором самой популярной онлайн-игры в России — Мир Танков. Рынок интернет-торговли может многому поучиться на примере опыта онлайн-игр. О пути компании Lesta Games, которая создала этот международный хит, привлечении, удержании и регулярности покупок среди пользователей онлайн-игр. А еще Борис поделился интересным взглядом на возможности запуска новых проектов игр на российском рынке.

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

Слушать: [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
- развитии новых сегментов, таких как мобильная коммерция и социальная коммерция
- маркетинговых инструментах, используемых игроками рынка, и конкретных маркетинговых кейсах
- финансовых показателях крупнейших онлайн-ритейлеров

Также в мониторинге большое внимание уделяется освещению новых исследований и статистических данных по рынку e-commerce.

Мониторинг доступен для подписчиков в формате еженедельного обзора (PDF), включающего аннотации всех значимых публикаций за неделю (как правило, около 20 материалов). Выходит утром в среду.

Контакты

По вопросам подписки на мониторинг, а также по любым другим вопросам, связанным с данным мониторингом, пишите на editor@datainsight.ru или звоните +7 (495) 540 59 06.

О компании

Компания Data Insight – первое в России специализированное агентство в области исследований Интернета. Мы предоставляем нашим клиентам аналитику и консалтинговые услуги на рынках электронной торговли и интернет-рекламы.

Исследования DataInsight основаны на активном мониторинге рынка, критическом анализе всего спектра доступных данных и творческом совмещении различных исследовательских методик. Компания предлагает своим клиентам как подробные стандартные отчеты, например Электронная торговля в России, так и разнообразные индивидуальные исследования и консалтинговые услуги.

Сооснователи и партнеры компании – Федор Вирин и Борис Овчинников, стоявшие 15 лет назад у истоков исследований Рунета.