

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2023 / № 20

15 Мая 2023 - 21 Мая 2023

В выпуске:

Россия:

«Пятёрочка Доставка» в январе-апреле появилась ещё в 190 городах и посёлках CDEK.Shopping за год доставил более 34 тыс. заказов зарубежной продукции Delivery Club станет Маркет Деливери

Ювелирные украшения — одна из самых динамичных категорий на Ozon

Wildberries запустил в Подмосковье собственный эко- дата-центр

Общие онлайн-продажи «О'КЕЙ» выросли на 19,1% в I кв. 2023 г.

Служба доставки B2CPL стала частью сервиса «Халва экспресс»

Число активных объявлений на Авито превысило 150 млн

70% россиян недовольны работой маркетплейсов

Data Insight совместно с Cross Insights: Перспективы бизнеса в Узбекистане

Весь мир:

Wildberries запускает прямые продажи от предпринимателей Узбекистана

Рынок электронной коммерции в США вырос на 8% в I кв. 2023 г.

Выручка Alibaba Group по итогам фингода выросла на 2%

Квартальные онлайн-продажи Walmart увеличились на 26%

Казахстанские продукты появились на JD.com

SHEIN запускает глобальный интегрированный маркетплейс

Количество загрузок приложений для доставки еды сократилось в 2022 г.

Конгломераты брендов укрепляют позиции на рынке доставки еды

Кейс:

Яндекс Еда рассказала об экономике среднестатистического заказа



«Пятёрочка Доставка» в январе-апреле появилась ещё в 190 городах и посёлках

Vk.com, 19.05.2023

/новость

В январе-апреле 2023 года сервис «Пятёрочка Доставка» был запущен ещё в 190 городах и посёлках России. Численность населения в 176 из них не превышает 100 тыс. человек, а в 118-ти она не более 50 тыс.

По словам Дениса Нуждина, руководителя маркетинга сервиса, это осознанное решение: *«Возможность заказать доставку качественных продуктов должны иметь все. Сейчас идёт расширение географии присутствия сервиса на регионы Восточной Сибири и Дальнего Востока, там мы также будем запускаться и в крупных городах, и в малочисленных населённых пунктах».*



По данным сервиса, предпочтения заказчиков в крупных и небольших населённых пунктах отличаются:

- В городах с численностью населения более миллиона человек в список самых продаваемых товаров вошли сахар, овощи, молоко, хлеб, бананы. Кроме того, в корзину чаще попадают ЗОЖные продукты.
- В небольших населённых пунктах (до 100 тыс. жителей) наибольшим спросом пользуются напитки, корм для кошек, детские смеси, чипсы, замороженные полуфабрикаты и колбасные изделия.

Источник:

[Первые итоги 2023: как сервис «Пятёрочка Доставка» идёт по стране](#)

CDEK.Shopping за год доставил более 34 тыс. заказов зарубежной продукции

Retail.ru, 19.05.2023 13:24:00

/новость

Платформа для заказа товаров из-за рубежа CDEK.Shopping, запущенная логистическим оператором СДЭК в мае 2022 года, подвела итоги года работы:

- Количество доставленных заказов с момента старта по март 2023 года превысило 34 тыс.
- Наибольший прирост оборота от врученных заказов был замечен в III кв. 2022 года — рост динамики более чем в 10 раз. Сейчас в среднем наблюдается квартальный прирост оборота в 2 раза.
- 27% оплаченных заказов пришлось на Москву, 10% — на Санкт-Петербург и 63% — на регионы.
- Чаще всего клиенты выбирали товары для укрепления и поддержки здоровья — 35%, одежда и обувь составила 34% заказов, электроника — 16%, товары для дома — 4%, красота и уход — 3%.
- Количество доступных товарных позиций превысило по итогам 12 месяцев 300 тыс.
- 39% заказов через CDEK.Shopping пришлось на товары из США, 14% — из ОАЭ, 11% — Польши, 9% — Италии, 4% — Турции.
- Наибольшую динамику увеличения спроса по итогам I кв. 2023 года по сравнению с IV кв. 2022 года демонстрируют товары из Италии — прирост составил 39400%, Великобритании — 1874%, Германии — 238%.
- Наиболее выражена активность по заказу зарубежной продукции у россиян в возрасте 35-44 лет — 33%, доля клиентов 24-34 лет — 29%, 45-54 года — 21%, 18-24 года — 9%, 55 лет и старше — 8%.



Источник:

[CDEK.Shopping: за год было доставлено более 34 тысяч заказов зарубежной продукции](#)



Delivery Club станет Маркет Деливери

Sostav.ru, 18.05.2023 12:28:00

/новость

Яндекс представил редизайн и ренейминг бренда Delivery Club: он будет называться Маркет Деливери. Официально бренд планирует сменить название в июне. В новом логотипе остались зеленый цвет и образ бегущего страуса.



Яндекс усиливает инвестиции в развитие Delivery Club. Маркет Деливери продолжит существовать в виде отдельного приложения. В ассортименте появятся электроника, товары для дома и многое другое, но в фокусе останется ресторанный вертикаль.

В Яндекс Еде доставка из магазинов сохранится, а основным фокусом сервиса станет гастрономия и все сценарии, связанные с планированием рациона.

Источник:

[Delivery Club представил новый логотип бренда Маркет Деливери](#)

Ювелирные украшения — одна из самых динамичных категорий на Ozon

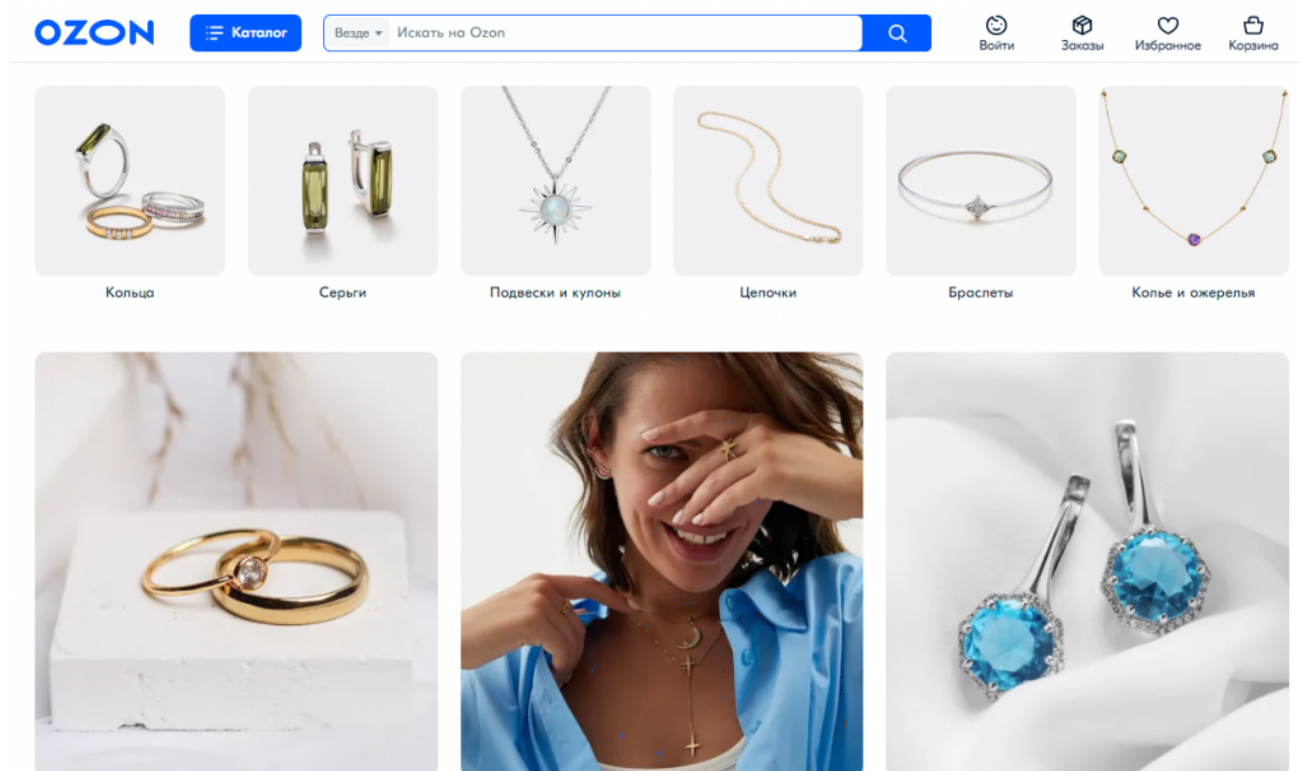
Т.ме, 17.05.2023

/НОВОСТЬ

В прошлом году ювелирные украшения в Ozon стали одной из самых динамичных категорий — рост в 3 раза.

При этом продажи золотых изделий на платформе выросли на 157%, а серебряных — на 123%. В среднем по рынку «золотые» продажи в целом выросли на 11%, а «серебряные» упали на 8%.

В топ популярных украшений на Ozon вошли кольца, спрос на которые в 2022 году увеличился в 2,6 раза в годовом выражении. Интерес к ювелирным комплектам вырос в 3,6 раза.



Источник:

[Ozon HQ](#)

Wildberries запустил в Подмосковье собственный эко- дата-центр

Wildberries.ru, 17.05.2023

/новость

Дата-центр Wildberries стал крупнейшим объектом ИТ-инфраструктуры онлайн-платформы и первым центром обработки данных (ЦОД) в России с применением технологии прямого фрикулинга, предназначенного для нужд одного маркетплейса. Здесь обрабатываются запросы от всех систем онлайн-платформы.

ЦОД находится на территории собственного логистического хаба Wildberries в Московской области. Совокупная площадь — ок. 16 тыс. кв. м, общая мощность всего оборудования — 3,5 МВт. В ЦОДе используется технология прямого фрикулинга — охлаждение серверов уличным воздухом без использования холодильного оборудования.

ИТ-инфраструктура компании размещается также в нескольких дополнительных коммерческих дата-центрах. В планах — полностью перевести ИТ-инфраструктуру в собственные ЦОДы.

Источник:

[Пресс-служба Wildberries](#)



Общие онлайн-продажи «О'КЕЙ» выросли на 19,1% в I кв. 2023 г.

Okeygroup.ru, 16.05.2023

/новость

Чистая розничная выручка ГК «О'КЕЙ» в I кв. 2023 года выросла на 3,1% в годовом выражении до 48,7 млрд руб., в основном за счет увеличения выручки дискаунтеров и роста онлайн-продаж «О'КЕЙ».



Общие онлайн-продажи увеличились на 19,1% до 1,9 млрд руб. Доля общих онлайн-продаж в чистой розничной выручке «О'КЕЙ» выросла на 1,1 п. п. в годовом выражении и составила 5,6%.

Источник:

ГК «О'КЕЙ» объявляет о росте чистой розничной выручки на 3,1% и росте выручки сети дискаунтеров «ДА!» на 25,1% в I квартале 2023 года

Служба доставки B2CPL стала частью сервиса «Халва экспресс»

Tass.ru, 16.05.2023 17:22:00

/новость

B2CPL («B2C платежи и логистика»), вошла в состав ООО «Цифровые технологии будущего» — компании в группе Совкомбанка, развивающей e-com сервис «Халва экспресс». Объединение с B2CPL позволит усилить направление собственной логистики и сформировать доставку полного цикла, сообщает [ТАСС](#).

«Проект "Халва экспресс" получил компетенции и готовые программные решения от одного из лидеров рынка курьерской доставки Москвы, что позволит более тонко настроить бизнес-процессы и создать бесшовную систему доставки между почтоматами, пунктами выдачи заказов и курьерами», — прокомментировал управляющий директор «Халва экспресс» Денис Петрушевский.

Источник:

[Служба доставки B2CPL стала частью сервиса «Халва экспресс» Совкомбанка](#)



Число активных объявлений на Авито превысило 150 млн

Avito.ru, 15.05.2023

/исследование

Количество активных объявлений на Авито превысило 150 млн. За год показатель вырос почти в 2 раза. За 1,5 года количество новых ежедневно размещаемых объявлений увеличилось почти в 3 раза и впервые превысило 2 млн новых объявлений в день.

За год рост числа активных объявлений составил:

- Товары — 48%
- Авто — 57%
- Недвижимость — 25%
- Работа — 30%
- Услуги — 20%



По данным SimilarWeb на 1 апреля 2023 года, число визитов на Авито составляет 366,7 млн в месяц — по этому показателю платформа лидирует среди классифайдов в мире. В марте 2023 года активная аудитория Авито установила новый рекорд — 61 млн человек в месяц.

За последний год компания инвестировала больше 20 млрд руб. в развитие и поддержку продуктовых решений на платформе и в обучение пользователей.

Источник:

[Новый рекорд пользователей Авито: количество активных объявлений на платформе превысило 150 млн](#)



70% россиян недовольны работой маркетплейсов

New-retail.ru, 15.05.2023 15:45:00

/исследование

Чаще всего пользователи жалуются на повышение цен (25,7%), продажу подделок (21,6%) и некачественных товаров (17,6%), плохое отношение к сотрудникам (14,6%), выяснила маркетинговая платформа Calltouch.

Каждый четвертый готов покупать на маркетплейсах только товары стоимостью до 2000 руб. 23,8% совершают покупки на сумму более 20 000 руб.

Россияне стали реже пользоваться двумя основными отечественными площадками, а каждый десятый опрошенный проявляет интерес к нишевым маркетплейсам.

Перед заказом 90% покупателей изучают все доступные площадки и сравнивают цены и другие условия, и только 10% сразу идут на маркетплейсы.

27% россиян не готовы покупать на маркетплейсах подарки, в которых важна упаковка, 23% — дорогостоящие вещи, по 17% — нижнее белье, брендовые товары, хрупкие вещи и посуду и 13% — любую электронику.

Источник:

Исследование: 70% россиян недовольны работой маркетплейсов



Data Insight совместно с Cross Insights: Перспективы бизнеса в Узбекистане

Datainsight.ru, 21.05.2023

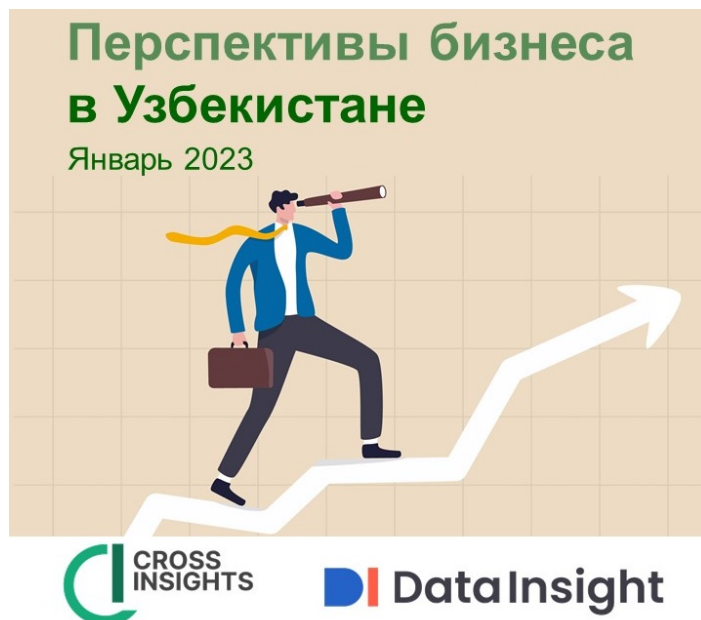
/реклама

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

Рекламодатель ООО "Дейта Инсайт"

Источник:

Перспективы бизнеса в Узбекистане - 2023

Весь мир:

Wildberries запускает прямые продажи от предпринимателей Узбекистана

Wildberries.ru, 19.05.2023

/новость

Первый на территории Узбекистана сортировочный центр Wildberries начал работу в Ташкентской области.

Предприниматели могут продавать свои товары по модели «Маркетплейс». В режиме реального времени они получают информацию о заказах и доставляют товары в сортировочный центр, откуда они направляются покупателям.

В логистическом объекте также происходит сортировка поступающих в страну заказов и их последующая транспортировка в пункты выдачи. Количество ПВЗ в Узбекистане составляет 57.

В апреле 2023 года продажи продукции, произведенной в Узбекистане, увеличились на 79% год к году. На платформе зарегистрировано 196 местных продавцов.



Источник:

[Пресс-служба Wildberries](#)

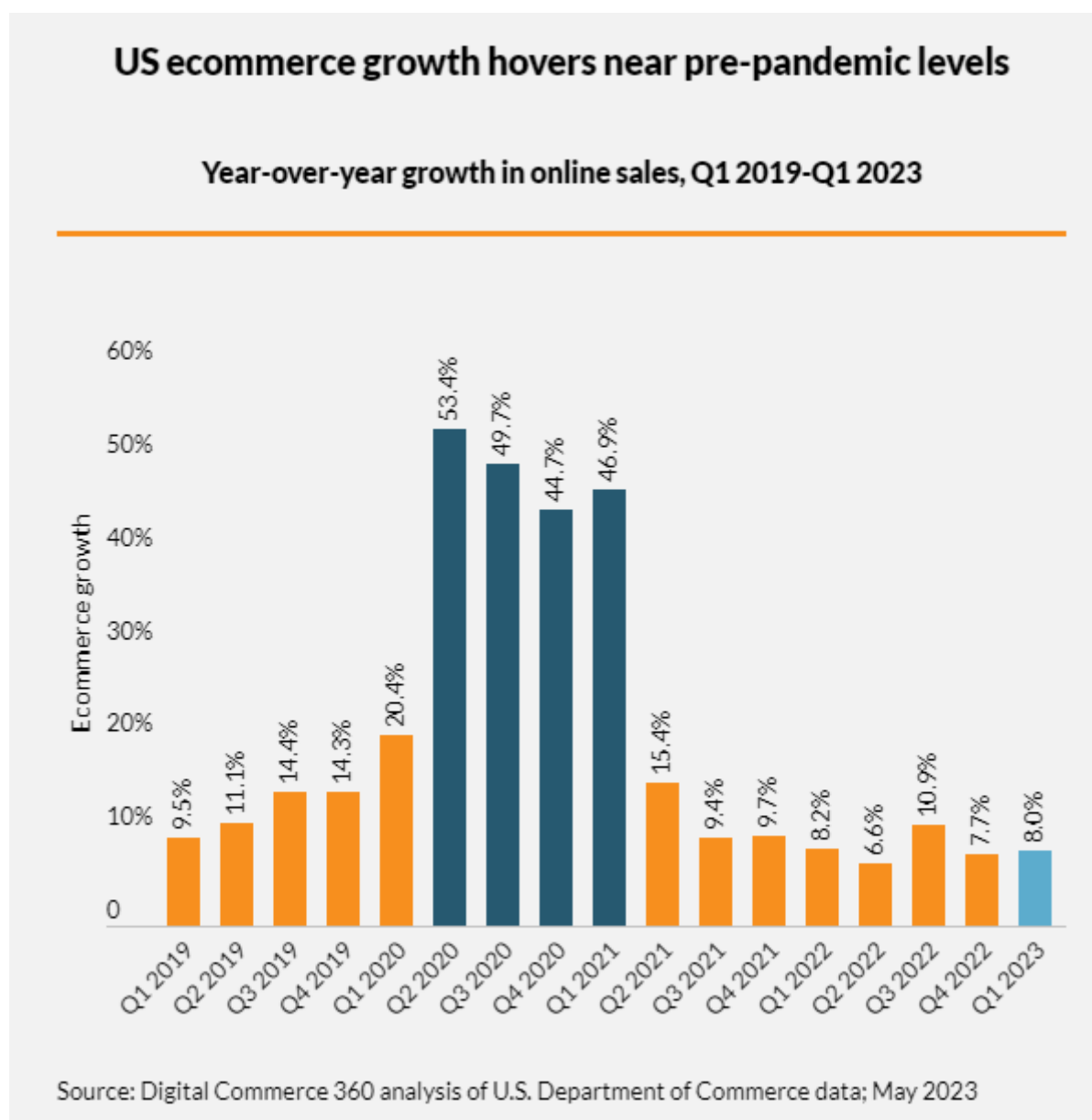
Рынок электронной коммерции в США вырос на 8% в I кв. 2023 г.

Digitalcommerce360.com, 18.05.2023

/новость

Онлайн-продажи в США в I кв. 2023 года достигли \$253,1 млрд. Это на 8% больше, чем в аналогичном квартале 2022 года. Текущий год может стать еще одним рекордным для электронной коммерции США: в 2022-м общий объем онлайн-продаж достиг \$1,03 трлн.

Проникновение электронной коммерции оставалось стабильным на уровне 21,7% в I кв. 2023 года по сравнению с 21,2% годом ранее. Рекордные всплески онлайн-продаж во время пандемии пошли на убыль, но квартальные показатели продолжают расти, хотя и более медленными темпами.



Источник:

[US ecommerce Q1 sales rise, but penetration is flat](#)

Выручка Alibaba Group по итогам фингода выросла на 2%

Data.alibabagroup.com, 18.05.2023

/новость

В IV кв. фингода, который завершился 31 марта, выручка Alibaba Group выросла на 2% до 208,2 млрд юаней (\$30,3 млрд). Выручка розничного бизнеса компании в Китае упала на 3%, а в международном сегменте выросла на 41% (в основном, за счет роста выручки Trendyol, Lazada и AliExpress). Чистая прибыль за квартал составила 22 млрд юаней (\$3,2 млрд) после убытка годом ранее.

По итогам фингода выручка Alibaba выросла на 2% до 868,7 млрд юаней (\$126,5 млрд). Выручка розничного бизнеса в Китае сократилась на 2%, а в сфере международной торговли увеличилась на 17% — в основном, благодаря росту Trendyol и Lazada. Чистая прибыль выросла на 39% до 65,6 млрд юаней (\$9,5 млрд).

FULL FISCAL YEAR SUMMARY FINANCIAL RESULTS

	Year ended March 31,			YoY % Change
	2022	2023		
	RMB	RMB	US\$	
	(in millions, except percentages and per share amounts)			
Revenue	853,062	868,687	126,491	2%
Income from operations	69,638	100,351	14,612	44% ⁽²⁾
Operating margin	8%	12%		
Adjusted EBITDA ⁽¹⁾	158,205	175,710	25,585	11% ⁽³⁾
Adjusted EBITDA margin ⁽¹⁾	19%	20%		
Adjusted EBITA ⁽¹⁾	130,397	147,911	21,538	13% ⁽³⁾
Adjusted EBITA margin ⁽¹⁾	15%	17%		
Net income	47,079	65,573	9,548	39% ⁽⁴⁾
Net income attributable to ordinary shareholders	61,959	72,509	10,558	17% ⁽⁴⁾
Non-GAAP net income ⁽¹⁾	136,388	141,379	20,586	4% ⁽³⁾
Diluted earnings per share ⁽⁵⁾	2.84	3.43	0.50	21% ^{(4) (6)}
Diluted earnings per ADS ⁽⁵⁾	22.74	27.46	4.00	21% ^{(4) (6)}
Non-GAAP diluted earnings per share ^{(1) (5)}	6.59	6.82	0.99	4% ^{(3) (6)}
Non-GAAP diluted earnings per ADS ^{(1) (5)}	52.69	54.56	7.94	4% ^{(3) (6)}

Источник:

[Alibaba Group Announces March Quarter and Full Fiscal Year 2023 Results](#)



Квартальные онлайн-продажи Walmart увеличились на 26%

Corporate.walmart.com, 18.05.2023

/НОВОСТЬ

Общая выручка Walmart в I кв. финансового года увеличилась на 7,6% до \$152,3 млрд. При этом онлайн-продажи по всему миру выросли на 26%.

В США онлайн-продажи подскочили на 27%, в первую очередь за счет самовывоза и доставки. Онлайн-продажи Walmart International увеличились на 25%.

В предыдущем квартале Walmart сообщил о росте онлайн-продаж в США на 17% год к году.



Источник:

[Walmart Reports First Quarter Results](#)

Казахстанские продукты появились на JD.com

Jdcorporateblog.com, 18.05.2023

/новость

На китайском маркетплейсе JD.com открылся национальный павильон Казахстана. На платформе представлено более 20 фирменных продуктов, в том числе конфеты и шоколад, чай, сухое верблюжье молоко и др.



«Крайне важно развивать онлайн-торговлю. Китайские интернет-гиганты, например, Alibaba Group и JD.com имеют колоссальный опыт и потенциал в этой сфере. Учитывая конкурентные позиции стран Центральной Азии, Казахстан предлагает шире использовать крупнейшие маркетплейсы Китая, что важно для совместного продвижения продукции на международные рынки», — отметил президент Казахстана Касым-Жомарт Токаев.

Вице-президент JD Вэй Йе заявил, что по мере того, как экономика Китая продолжает расти и развиваться, потребительский спрос на импортную продукцию становится все более разнообразным и ориентированным на качество.

Источник:

[JD.com Unveils Kazakhstan National Pavilion, with Kazakhstan's President Kassym-Jomart Tokayev in Attendance](#)

SHEIN запускает глобальный интегрированный маркетплейс

Sheingroup.com, 15.05.2023

/новость

Платформа будет размещать товары от местных и международных продавцов наряду с одеждой под брендом SHEIN. Онлайн-ритейлер в сфере быстрой моды расширяется, чтобы удовлетворить растущие требования к разнообразию продукции.

Маркетплейс SHEIN, который компания представила в Бразилии в прошлом месяце, начнет работу в США, а затем выйдет на другие мировые рынки.

Кроме того, недавно SHEIN открыл в Дублине штаб-квартиру для региона Европы, Ближнего Востока и Африки.

Источник:

[SHEIN Launches Global Integrated Marketplace](#)



Количество загрузок приложений для доставки еды сократилось в 2022 г.

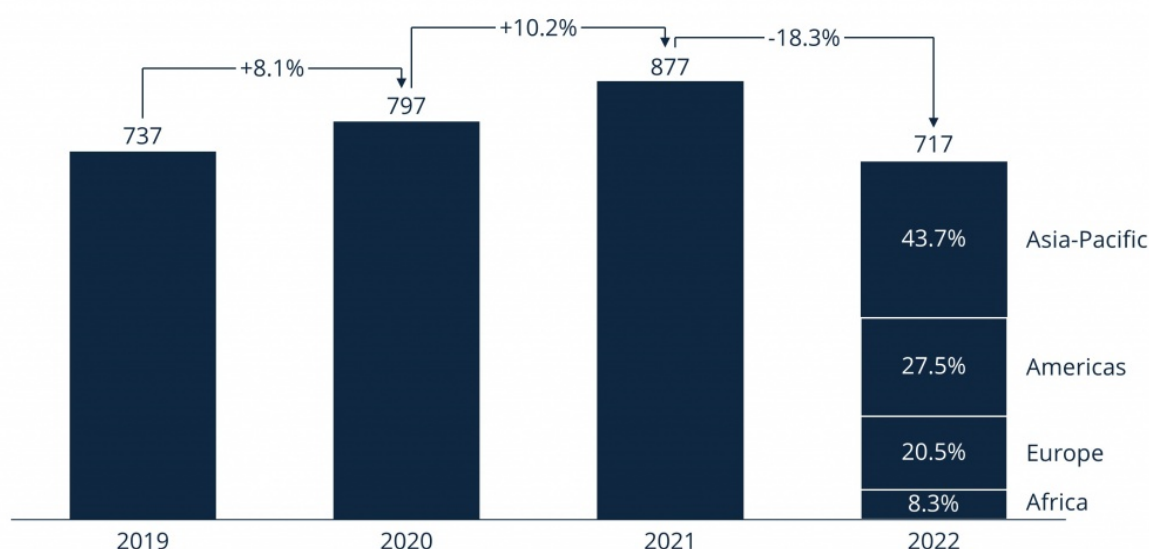
Ecommercedb.com, 16.05.2023

/исследование

По данным Statista, глобальные онлайн-продажи еды и напитков в 2022 году достигли \$480 млрд. Сегмент все еще не может конкурировать с электроникой (\$760 млрд), fashion (\$849 млрд) или игрушками, хобби и DIY (\$700 млрд). Тем не менее, пандемия COVID-19 привела скачку онлайн-продаж, в результате темпы роста год к году составили 44% для напитков и 56% для еды в 2020 году, а также высоких двузначных показателей в 2021-м.

WORLDWIDE FOOD AND DRINK DELIVERY APP DOWNLOAD DEVELOPMENT AND REGIONAL SHARE

in million, %



Sources: : AppMagic

ecommerceDB

В 2022 году, когда в других сегментах было зарегистрировано снижение онлайн-продаж, eGrosery смог сохранить рост. Популярность приложений для доставки в сегменте еды и напитков также заметно увеличилась за годы пандемии. Глобальное число загрузок выросло с 737 млн в 2019 году до 877 млн в 2021-м. В 2022 году произошло снижение глобального количества загрузок приложений для доставки еды и напитков на 18% до 717 млн.

В 2022 году на долю Азиатско-Тихоокеанского региона и обеих Америк приходилось наибольшее количество загрузок приложений для доставки еды и напитков: 7 из 10 во всем мире. Эти два региона также продемонстрировали самое сильное снижение по сравнению с предыдущим годом: -25% и -19% соответственно. Регион с наименьшим спадом — Европа. Количество загрузок приложений для доставки еды и напитков здесь оставалось почти стабильным: в 2021 году — 155 млн, а в 2022-м — 153 млн.

Источник:

[Food Delivery App Downloads Decline in 2022 After the COVID Boost](#)

Конгломераты брендов укрепляют позиции на рынке доставки еды

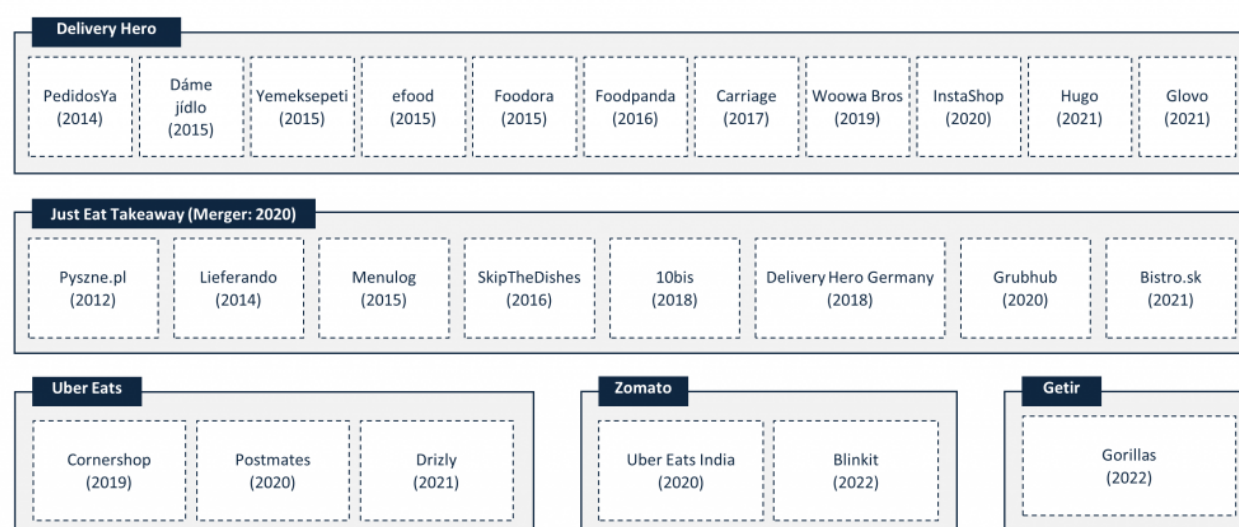
Ecommercedb.com, 15.05.2023

/исследование

В 2022 году количество пользователей доставки еды во всем мире достигло 2,5 млрд, причем почти 2/3 из них проживали в Азии. Возникла крупная экосистема доставки, в которой лидирующие игроки стремятся укрепить свое положение на рынке — в том числе, за счет покупки других компаний.

Конгломераты брендов укрепляют свое влияние на рынке доставки еды по всему миру. Их стратегия влияет на небольшие региональные компании, делая ландшафт доставки еды еще более универсальным. По мере развития платформ доставки рынок, вероятно, будет претерпевать дальнейшие преобразования, хотя, похоже, ведущие компании продолжат доминировать в этой области в обозримом будущем.

SELECTED ONLINE FOOD DELIVERY BRANDS CONGLOMERATES, 2023



Notes: As of January 2023; included key acquisitions by Just Eat and Takeaway before their merger in 2020.
Sources: Company reports; Crunchbase; Statista



За последние несколько лет Delivery Hero совершила множество приобретений: Foodpanda (2016), Woowa Brothers (2019) и Glovo (2021).

В 2018 году Takeaway.com купила Delivery Hero Germany, добавив ее в список приобретений, куда также входят Pyszne.pl (2012), SkipTheDishes (2016) и Grubhub (2020). Takeaway.com объединился с Just Eat в 2020 году; объединенная компания Just Eat Takeaway в настоящее время управляет в общей сложности 8 компаниями.

Аналогичную стратегию приняли Uber Eats, которая купила Cornershop by Uber (2019), Postmates (2020) и Drizly (2021); Zomato, купившая UberEats India (2020) и Blinkit (2022); и Getir, купившая Gorillas (2022).

Источник:

[Rise of online food delivery brand conglomerates](#)



Кейс:

Яндекс Еда рассказала об экономике среднестатистического заказа

Retail-loyalty.org, 17.05.2023 17:45:00

/кейс

Руководитель ресторанного направления Яндекс Еды и Delivery Club Глеб Доброрадных на конференции «Тема Еды» впервые рассказал, из чего складываются доходы и расходы в среднестатистическом заказе.

- Около 20% от суммы среднестатистического заказа Яндекс Еда вкладывает в логистические операции. В первую очередь, это выплаты курьерам-партнерам.
- Большая доля вложений Еды приходится на команды разработчиков, инженеров, аналитиков и других технических специалистов, которые поддерживают работу сервиса. Они составляют почти половину от всех сотрудников Еды и Delivery Club.
- Еще одна категория расходов Яндекс Еды — это маркетинг. Сервис регулярно вкладывает деньги в привлечение новых пользователей, промокоды и скидки для клиентов, развитие рекламной платформы для партнеров.
- Часть расходов сервиса уходит на службу поддержки. Чтобы обрабатывать все заказы без технических сбоев, Яндекс Еда содержит и развивает собственную IT-инфраструктуру.

Яндекс © Еда

Маржинальность заказов может быть как положительной, так и отрицательной. Например, на нее влияют средний чек и промоакции ресторана, а также то, как он доставляет заказы. Сейчас сервис находится на инвестиционной стадии и еще не вышел на целевую маржинальность.

Товарооборот сегмента O2O Яндекса за I кв. 2023 года вырос на 71% по сравнению таким же периодом годом раньше и достиг 68,5 млрд руб.

Источник:

[Яндекс Еда впервые поделилась данными об экономике среднестатистического заказа](#)

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.