

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2023 / № 23

05 Июня 2023 - 11 Июня 2023

В выпуске:

Россия:

Data Insight: Карта «Экосистема электронной торговли - 2023»

73% всех онлайн-заказов в стране делают на маркетплейсах

Оборот Wildberries вырос на 100% в I кв. 2023 г.

«Лента Онлайн» запустила доставку «на дачу»

Ozon повысил прогноз по обороту и запустил медиа для партнеров маркетплейса

М.Видео-Эльдорадо и Альфа-Банк запустили оплату покупок техники по частям

Почти 1,8 трлн руб. потратили россияне на онлайн-покупки за 4 месяца

На маркетплейсе «Детский мир» появилась климатическая техника

Максим Гришаков возглавит Lamoda

В команду Wildberries вошел один из создателей СБП Дмитрий Колесников

ВкусВилл масштабирует сервис доставки из ресторанов

Wildberries строит крупный логистический центр во Владимирской области

Delivery Club стал Маркет Деливери и добавил новые категории

Data Insight: Чек-лист готовности к интернет-торговле в России

Весь мир:

Новая стратегия JD.com — мелкие продавцы, более дешевые товары

TikTok Shop нацелен на быстрый рост, особенно в Юго-Восточной Азии

Как развиваются ритейл медиа в США и Китае

Более 80% британских интернет-пользователей делают покупки онлайн

Число клиентов доставки еды и продуктов в США удвоилось с 2017 по 2022 г.

Рынок электронной коммерции B2C в Индии вырастет в 5-6 раз к 2030 г.

Онлайн-покупатели в странах MENA планируют шопинг и следят за ценами

Подкасты о e-commerce



Россия:

Data Insight: Карта «Экосистема электронной торговли - 2023»

Datainsight.ru, 07.06.2023

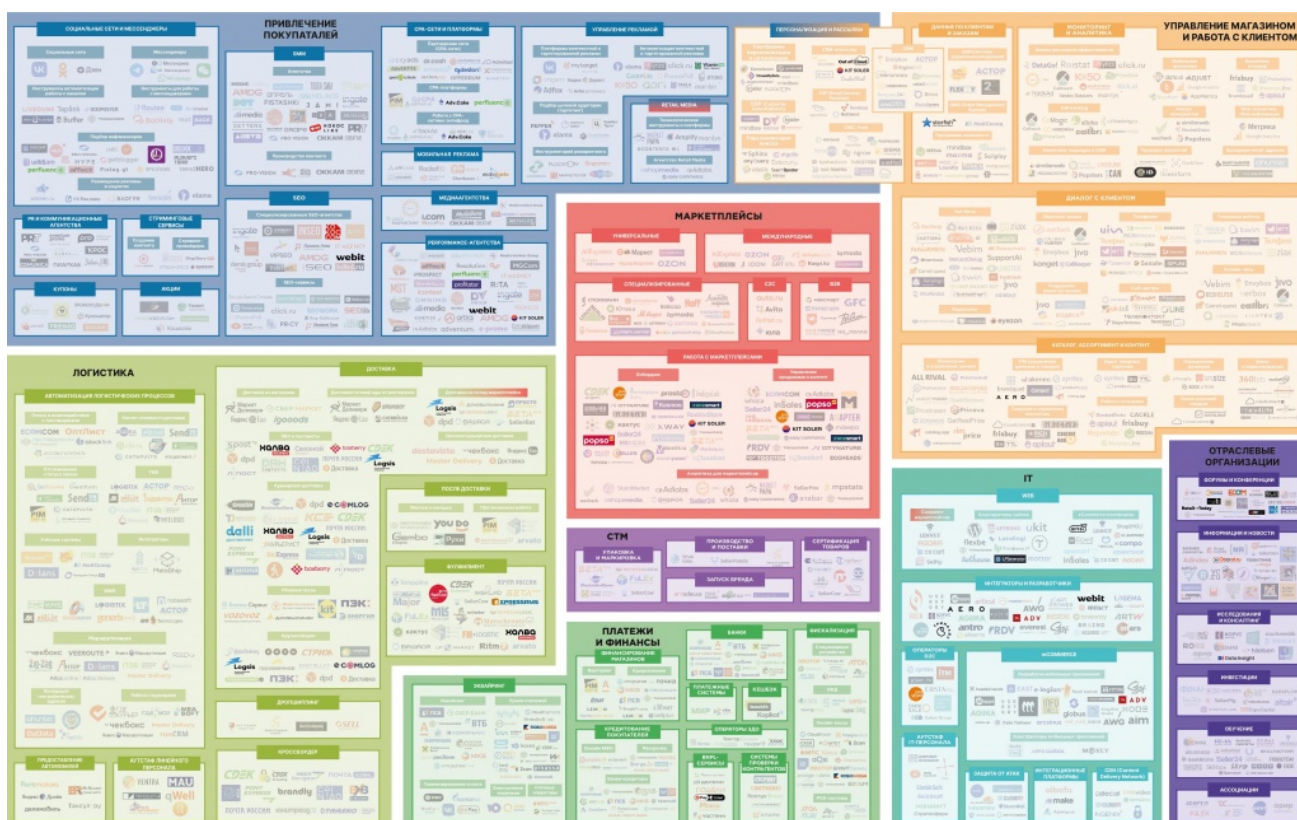
/новость

Data Insight совместно с **Oborot.ru**, при поддержке **ADV**, **Boxberry**, **Dalli**, **ExpressRMS**, **Logsis**, **Searhbooster** подготовили новую версию карты — **«Экосистема электронной торговли - 2023»**.

В новую версию Экосистемы добавилось более 200 игроков рынка. Большая часть — 43 логотипа — пополнили блок «Привлечение покупателей». Основные новички — из числа сервисов и агентств, входящих в мультикатегорийные группы компаний и холдинги. Это говорит о том, что рынок продолжает консолидироваться вокруг наиболее крупных игроков, которые осваивают новые ниши и развивают свои экосистемы.

В среднем каждая компания представлена более чем в одной категории услуг. Экосистема 2023 года включает 702 компании, а всего на карте 1 160 логотипов.

Скачать «Экосистема электронной торговли - 2023»



Источник:

Карта «Экосистема электронной торговли - 2023»

73% всех онлайн-заказов в стране делают на маркетплейсах

Seller.ozon.ru, 09.06.2023

/НОВОСТЬ

Ozon собрал в один конспект главные новости форума для предпринимателей СОМ•Е ON. Среди ключевых выводов:

Рынок электронной коммерции уже большой, но у него еще огромный потенциал роста.

72 млн покупателей

Каждый 2-й из них
— на Ozon

Каждый **шестой рубль**
тратят онлайн в 2023 году

в 4 раза

больше заказов в год
делает каждый клиент по
сравнению с 2019

18 трлн ₽

потратят люди в 2027
году, покупая товары
онлайн

73%

всех онлайн-заказов
в стране делают именно
на маркетплейсах

Участников рынка по сути три: покупатель, предприниматель и маркетплейс. Рецепт роста — совместная работа маркетплейса и предпринимателей, направленная на то, чтобы исполнить желания покупателя.

Потенциал — в регионах.

- В небольших городах очень любят онлайн-покупки. 4 трлн руб. потратят жители уже в 2023 году, 9,6 трлн руб. — в 2027 году.
- В 2023 году число клиентов Ozon в регионах выросло на 67%.

Источник:

[СОМ•Е ON 2023: главные новости форума](#)



Оборот Wildberries вырос на 100% в I кв. 2023 г.

T.me, 08.06.2023

/НОВОСТЬ

Wildberries подвел итоги I кв. 2023 года. Общее число заказов на онлайн-платформе достигло 618,1 млн (+118% год к году). Оборот от продаж товаров и услуг (GMV) увеличился на 100% до 577,194 млрд руб.

Итоги 1 квартала 2023 г.

Основные показатели и тенденции потребительского спроса



Самые высокие темпы роста продаж*



Категории с самыми высокими темпами роста:

- автомобильные товары (+207% год к году)
- оборудование для умного дома и безопасности (+202%)
- игровые консоли и игры (+200%)
- садовая техника (+189%)
- строительные инструменты (+181%)

Наибольшие объемы продаж — в сегментах fashion, FMCG, продукции для благоустройства дома и дачи, бытовой техники и электроники, косметики и парфюмерии.

Около 84% от всей реализованной продукции приобрели жители регионов (за пределами Москвы и Санкт-Петербурга). Наибольший прирост покупательской аудитории отмечен в отдаленных и труднодоступных населенных пунктах.

Источник:

[Wildberries: итоги первого квартала 2023 года](#)

«Лента Онлайн» запустила доставку «на дачу»

Lenta.com, 09.06.2023

/новость

Сервис «Лента Онлайн» вдвое снизил стоимость минимального заказа: теперь она составляет 500 руб. Доставка из магазина в радиусе 10 км от покупателя будет бесплатной при заказе от 1000 руб.

Сервис также доставляет заказы на дачи, в загородные поселки, которые находятся на расстоянии 25 км от магазина «Лента». Минимальная стоимость заказа «на дачу» — 1000 руб., а бесплатная доставка действует при заказе от 2000 руб.

Пользователям доступен ассортимент из более чем 35 000 позиций, а также крупногабаритные товары. Условия действуют на всей территории присутствия сервиса «Лента Онлайн».



Источник:

«Лента Онлайн» запустила доставку в пригороды и снизила стоимость минимального заказа

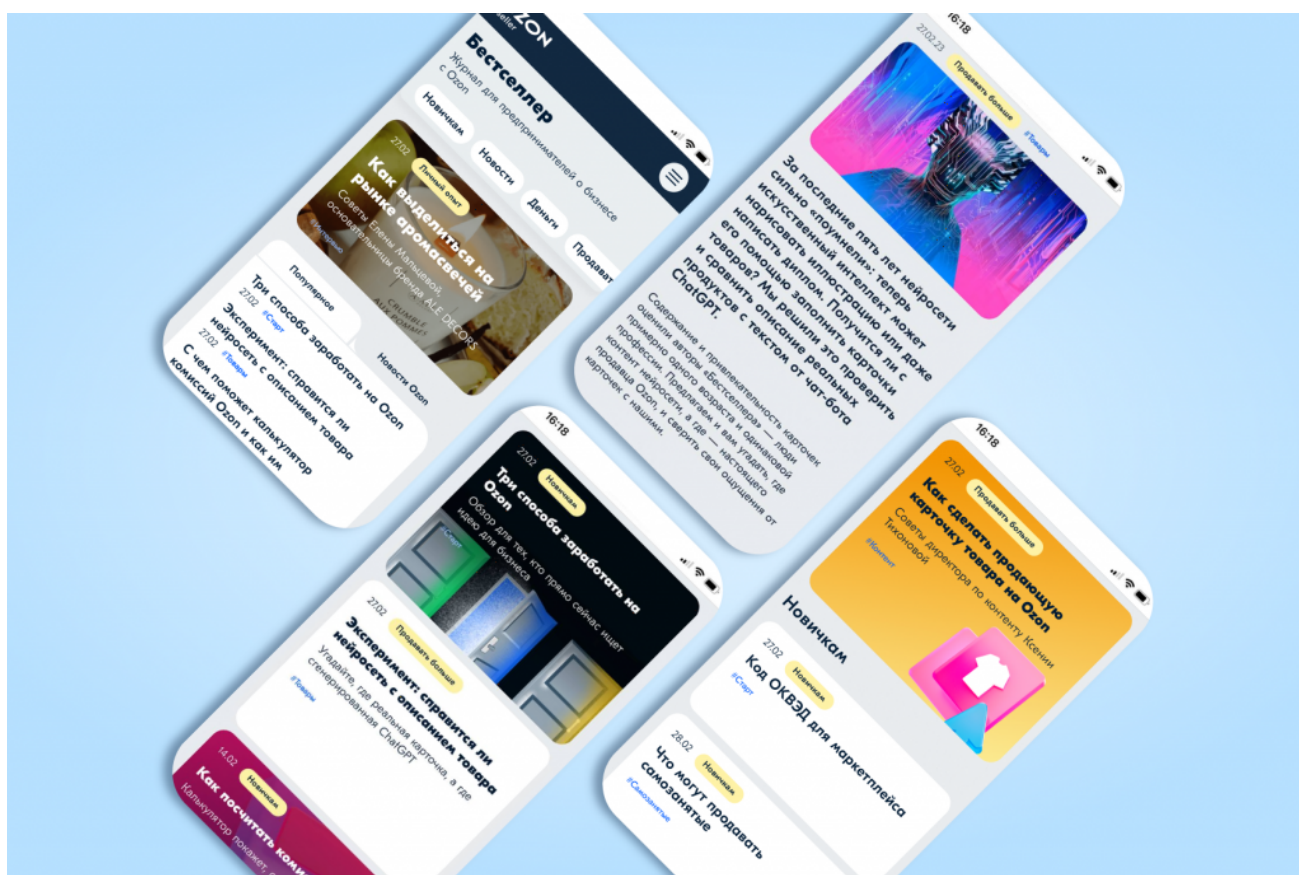
Ozon повысил прогноз по обороту и запустил медиа для партнеров маркетплейса

T.me, 07.06.2023

/НОВОСТЬ

Ozon поделился новостями с COM.E ON 2023. Некоторые из анонсов:

- Основываясь на текущих тенденциях и перспективах, Ozon повышает свой прогноз на 2023 год и ожидает рост GMV не менее чем на 70%.
- Компания представила собственный онлайн-журнал «Бестселлер» для начинающих и опытных предпринимателей, связанных с маркетплейсом.
- Осенью Ozon планирует выйти на рынок Армении: запустить маркетплейс для местных покупателей и строить свою логистическую инфраструктуру в стране.
- Одна из приоритетных категорий Ozon, одежда и обувь, достигла по обороту 82 млрд руб. в 2022 году и продолжит расти дальше. В этом году компания ожидает роста оборота категории в 3 раза.



Источник:

[Ozon HQ](#)

М.Видео-Эльдорадо и Альфа-Банк запустили оплату покупок техники по частям

Mvideoeldorado.ru, 07.06.2023 17:45:00

/новость

Группа М.Видео-Эльдорадо в партнерстве с Альфа-Банком и сервисом «Подели» запустили оплату онлайн-покупок техники по частям. Клиенты М.Видео на сайте и в приложении ритейлера смогут разделить сумму заказа на 4 равных платежа.

Воспользоваться опцией можно при совершении онлайн-покупки на сумму до 15 000 руб. и выборе услуги самовывоза. Вскоре сервис станет доступен для всех способов доставки.

Клиенту необходимо выбрать «Подели» в способах оплаты, авторизоваться в сервисе и оплатить 25% от суммы заказа с любой карты любого банка. Остальные 75% будут списываться с карты тремя равными платежами каждые две недели.



Источник:

[М.Видео-Эльдорадо и Альфа-Банк запустили оплату покупок техники по частям](#)

Почти 1,8 трлн руб. потратили россияне на онлайн-покупки за 4 месяца

Akit.ru, 06.06.2023

/новость

Объем продаж российской интернет-торговли за 4 месяца 2023 года составил почти 1,8 трлн руб. Рост объемов онлайн-продаж в январе-апреле 2023 года на 17% превысил данные этого же периода прошлого года, рассказал президент АКИТ Артем Соколов.

Январь 2023 на внутреннем рынке показал рост на 24%. Такие показатели января наблюдаются впервые в российской электронной коммерции. Рост интернет-торговли в феврале составил 13%, в марте — 14%, в апреле — 28%.

Из общей суммы покупок на российские интернет-площадки приходится 1,74 трлн руб. Покупки на иностранных площадках в январе-апреле составляли от 11 млрд руб. до 14 млрд.



Источник:

Траты россиян на покупки в интернете за 4 месяца выросли на 17%

На маркетплейсе «Детский мир» появилась климатическая техника

Т.ме, 06.06.2023

/новость

С 1 июня покупатели маркетплейса «Детский мир» могут приобрести приборы для обработки и дезинфекции воздуха, тепловое оборудование, оборудование для кондиционирования и вентиляции, водонагревательную технику и системы очистки воды.



Сейчас в категории «Климатическая техника» представлено более 700 SKU товаров. В среднесрочной перспективе ассортимент будет существенно расширен. Карточки товаров с описанием моделей создают специалисты ТПХ «Русклимат».

«Развитие новой категории на маркетплейсе "Детский мир" качественно улучшает наше ассортиментное предложение и удовлетворяет покупательский спрос, предоставляя максимально широкий спектр товаров для кросс-покупок с единой доставкой по всей России», — прокомментировал Артем Бучин, директор маркетплейса «Детский мир».

Источник:

На маркетплейсе «Детский мир» теперь можно приобрести климатическую технику

Максим Гришаков возглавит Lamoda

Tass.ru, 05.06.2023 18:14:00

/новость

Джери Калмис, который руководил Lamoda с 2020 года, принял решение покинуть компанию. 1 июля новым CEO станет Максим Гришаков, сообщает [ТАСС](#).

Ранее Максим Гришаков возглавлял Яндекс Маркет, Hoff, Kimberly Clark, Spar Retail, был генеральным директором российского подразделения «Ригли», а позже руководил мексиканским подразделением компании.



Источник:

[Экс-глава Яндекс Маркета Максим Гришаков возглавит Lamoda](#)

В команду Wildberries вошел один из создателей СБП Дмитрий Колесников

T.me, 05.06.2023

/НОВОСТЬ

Директором по развитию финансовых и платежных сервисов онлайн-платформы Wildberries стал Дмитрий Колесников, имеющий более 20 лет опыта в запуске и развитии новых продуктов и платформ в сфере финтеха, розничного банкинга, финансовых и фондовых рынков, а также ИТ.



С 2014 года Дмитрий работал в Национальной системе платежных карт. Под его руководством была запущена Система быстрых платежей. В портфолио Дмитрия — такие проекты НСПК, как обеспечение процессинга международных платежных систем, запуск платежной системы МИР и трансграничные платежи.

Приоритетными задачами Дмитрия в Wildberries станут развитие финтеха для улучшения клиентского опыта, разработка и внедрение сервисов для партнеров и покупателей онлайн-платформы на базе возможностей маркетплейса и банка.

Источник:

[Один из создателей Системы быстрых платежей и МИРа вошел в команду Wildberries](#)

ВкусВилл масштабирует сервис доставки из ресторанов

Telegra.ph, 05.06.2023

/новость

Проект был запущен в апреле прошлого года с сотрудничества с Osteria Mario. Сейчас подключено более 10 кафе и ресторанов, среди них: Шоколадница, Урюк, Джонджоли, BB&Burgers, Кафе Хинкальная, Ipho Cafe, InFoodSushi и PokeHouse. Органический рост выручки первых партнеров-ресторанов составляет до 60% в месяц.

За последние месяцы средний чек сервиса вырос на 25%. В месяц курьеры ВкусВилла доставляют 500-1000 заказов из ресторанов, около 90% — это мультизаказы, включающие продукты из даркстора.

Согласно опросам ВкусВилла, покупатели хотят видеть ресторанные блюда частью основного ассортимента в приложении или на сайте компании. Более 49% опрошенных считают, что направление Рестораны подходит для ВкусВилла как бренда, и доверяют его выбору блюд.



Источник:

[ВкусВилл привлёк десяток новых партнёров к сервису доставки из ресторанов](#)

Wildberries строит крупный логистический центр во Владимирской области

Wildberries.ru, 05.06.2023

/новость

Wildberries запустил строительство крупного логистического центра во Владимирской области, в Собинском районе. После окончания строительства его площадь составит более 170 000 кв. м, он станет одним из крупнейших региональных объектов Wildberries. Общие инвестиции в строительство составят 11,2 млрд руб.



«Если в 2022 году местные предприниматели через нас продали товаров на 10 млрд руб., то за январь-апрель 2023 года — уже на 4,7 млрд руб., показав рост на 105%», — рассказала генеральный директор и основатель Wildberries Татьяна Бакальчук.

За календарный год, с апреля 2022 года, продажи своих товаров на Wildberries запустили почти 550 новых предпринимателей из Владимирской области, а их общее число превысило 2100.

Источник:

[Пресс-служба Wildberries](#)

Delivery Club стал Маркет Деливери и добавил новые категории

Yandex.ru, 05.06.2023

/новость

Delivery Club изменил название на Маркет Деливери и добавил новые категории товаров. С помощью сервиса теперь можно заказать электронику, косметику, бытовую химию и др.

С сервисом уже работают около 50 ритейлеров, которые торгуют непродовольственными товарами. Пользователи по-прежнему могут заказать еду из ресторанов, товары из продуктовых магазинов и аптек. Сервис привозит заказы с доставкой от 25 минут.

В сервисе доступна покупка товаров из ассортимента Яндекс Маркета. Получить их можно с помощью курьеров и в пунктах выдачи маркетплейса. Быстрая доставка Маркет Деливери доступна и на Яндекс Маркете. Товары, для которых она действует, отмечены значком черного страуса.

Заказы с экспресс-доставкой развозят курьеры-партнеры Маркет Деливери, Яндекс Еды и Доставки.



Источник:

[Delivery Club](#) теперь называется Маркет Деливери и доставляет электронику, товары для дома и многое другое от 25 минут

Data Insight: Чек-лист готовности к интернет-торговле в России

Datainsight.ru, 11.06.2023

/реклама

Data Insight представляет отчет «Готовность к интернет-торговле в России. Чек-лист выхода в онлайн для производителей товаров и оптовых компаний».

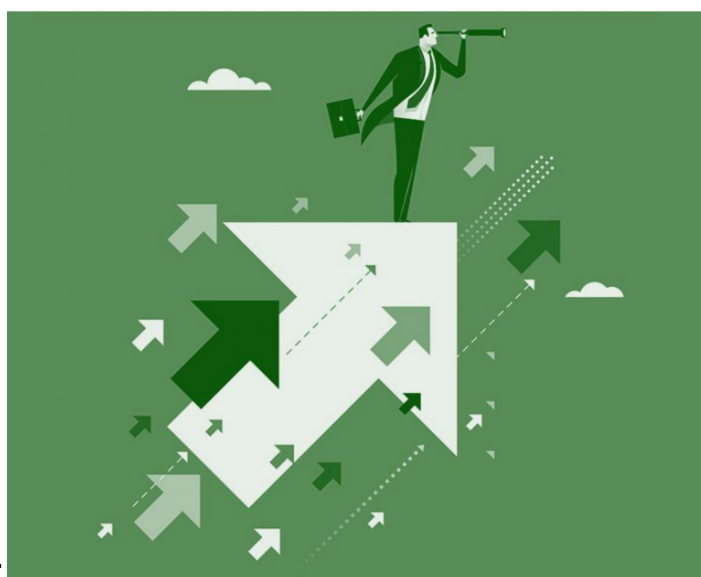
300+ вопросов, на которые полезно будет ответить себе бизнесу перед запуском торговли товарами в интернете. Вопросы снабжены комментариями, подводками и имеют пояснения.

100+ страниц по своему содержанию и наполненности сопоставимы с хорошим онлайн-курсом по настройке продаж в интернете с той лишь разницей, что просмотр курса занимает десятки часов, а чтение отчета 1,5-2 часа, ну а домашнее задание делать придется в каждом случае для получения результата и достижения своих целей.

Цель исследования: показать алгоритм шагов, явные и неявные процессы для компаний, которые приняли решение выйти на рынок онлайн-торговли, аспекты и особенности продаж товаров через интернет.

Готовность к интернет-торговле в России

Чек-лист выхода в онлайн для производителей товаров и оптовых компаний



ЗАКАЗАТЬ ОТЧЕТ

Сентябрь 2022

DI Data Insight

Рекламодатель ООО "Дейта Инсайт"

Источник:

Готовность к интернет-торговле в России. Чек-лист выхода в онлайн для производителей товаров и оптовых компаний

Новая стратегия JD.com — мелкие продавцы, более дешевые товары

Scmp.com, 08.06.2023 07:00:00

/новость

Китайский e-com гигант JD.com, который ранее ограничивал количество продавцов на маркетплейсе, решил привлечь мелких селлеров с недорогими товарами, чтобы выйти на рынки более низкого уровня в условиях обострения конкуренции в стране. Это отход от традиционной бизнес-модели JD.com, который стремился выделиться среди конкурентов, строго контролируя число поставщиков. Приглашая небольших продавцов, JD.com соперничает с Taobao (Alibaba Group) и Pinduoduo (PDD Holdings), сообщает [SCMP](#).



Средняя стоимость заказа на JD.com составляет от 600 до 700 юаней (\$84-98). JD.com за последние несколько лет потратил десятки миллиардов юаней на расширение в менее развитых городах и привлек 300 млн пользователей с низким доходом. Однако они не превратились в постоянных клиентов, потому что на платформе недостаточно бюджетных товаров.

Аналитики считают, что компании необходимо сохранять баланс, поскольку низкие цены могут повлиять на имидж бренда.

Источник:

[JD.com's new strategy to woo cash-strapped Chinese shoppers: smaller retailers, cheaper products](#)

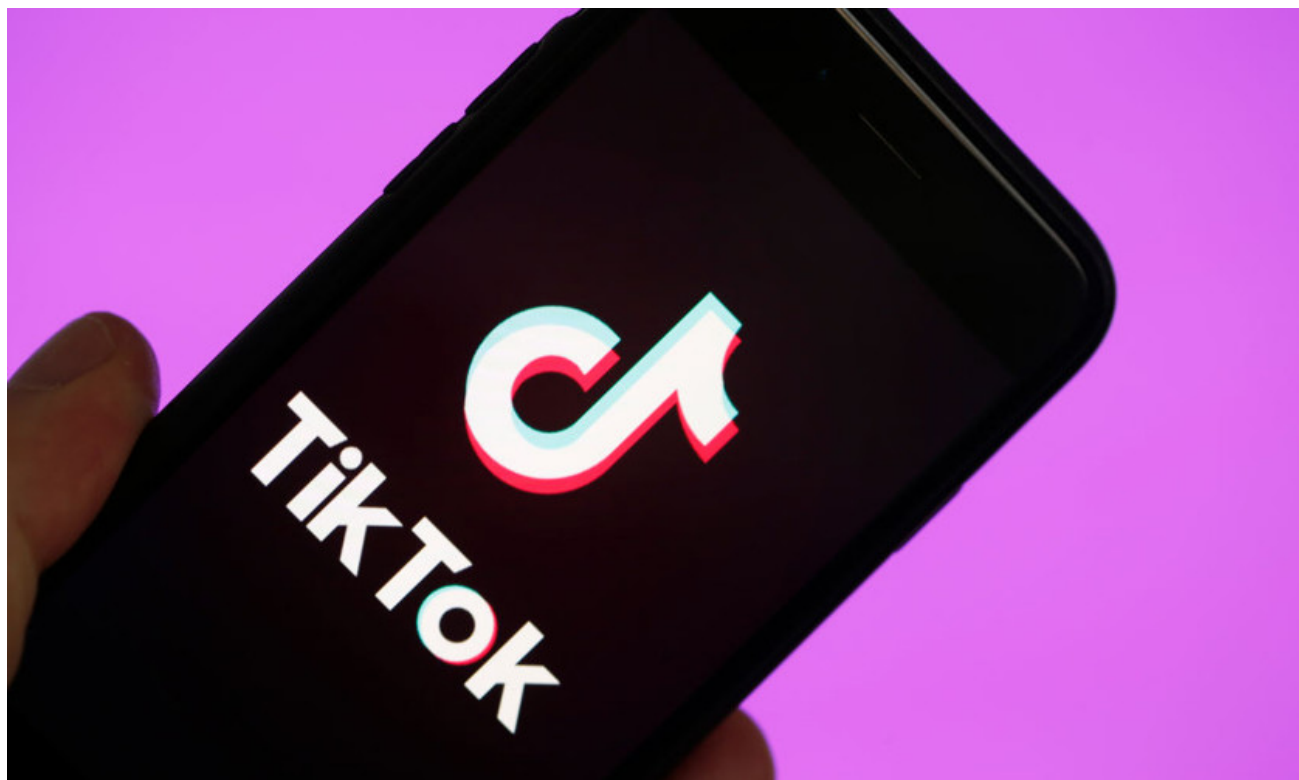
TikTok Shop нацелен на быстрый рост, особенно в Юго-Восточной Азии

Techinasia.com, 08.06.2023

/новость

В этом году TikTok Shop планирует увеличить объем продаж до \$20 млрд, делая ставку на быстрый рост, особенно в Юго-Восточной Азии, сообщает Bloomberg. Подразделение электронной коммерции ByteDance было запущено в Юго-Восточной Азии около года назад. В прошлом году объем продаж в регионе составил \$4,4 млрд, увеличившись на 363% год к году. TikTok Shop позволяет пользователям покупать и продавать товары прямо в приложении TikTok.

По данным Data.ai, приложение TikTok Seller находится на четвертом месте по количеству загрузок за последние 30 дней. По тому же показателю оно также входит в четверку лучших в Таиланде, Вьетнаме, Малайзии и на Филиппинах. Индонезия считается самым перспективным рынком TikTok Shop в Юго-Восточной Азии. На архипелаге насчитывается около 113 млн пользователей TikTok.



Источник:

[TikTok Shop bets on SEA to reach \\$20b revenue target in 2023: report](#)

Как развиваются ритейл медиа в США и Китае

Insiderintelligence.com, 08.06.2023

/новость

Ритейл медиа много лет являются важной частью индустрии цифровой рекламы в Китае. Однако аналитики Insider Intelligence считают, что в США рост быстрее, а возможностей для расширения — больше.

Пример Китая позволяет предположить, что ритейл медиа имеют огромный потенциал для роста в США. Такие компании, как Amazon, стремительно наращивают рекламную выручку. Тем не менее, расходы на рекламу в каналах электронной коммерции в 2023 году составят 14,6% рынка цифровой рекламы США против 38,1% в Китае.

У рекламодателей в США по-прежнему гораздо больше выбора, чем в Китае, поэтому доля ритейл медиа 40% кажется маловероятной. Например, в Китае расходы на поисковую рекламу в электронной торговле достигнут 64% от общих расходов на поиск. В США, где лидирует Google, показатель составит 27%.

Традиционный поиск, соцсети, короткие видео и CTV продолжают борьбу за внимание в США, в некоторой степени ограничивая масштабы ритейл медиа. В Китае только платформы коротких видео и Tencent действительно конкурируют с такими компаниями, как Alibaba и т.п.

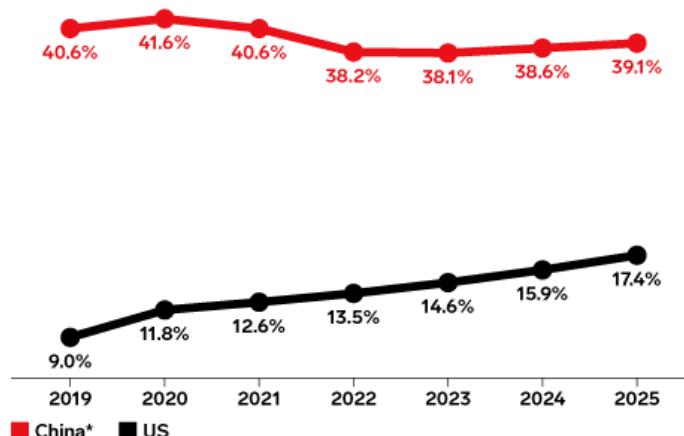
Тем не менее, Insider Intelligence прогнозирует ускорение роста расходов по каждому из показателей, связанных с ритейл медиа в США в этом и следующем году.

Источник:

[What does China's story about retail media tell us about the US' growth potential?](#)

Ecommerce Channel Ad Spending in China* vs. the US, 2019-2025

% of total digital ad spending



Note: digital advertising that appears on websites or apps that are primarily engaged in retail ecommerce; examples include advertising on Amazon, Walmart, Alibaba, and JD.com; excludes advertising on social networks or search engines; includes advertising that appears on desktop and laptop computers as well as mobile phones, tablets, and other internet-connected devices, and includes all the various formats of advertising on those platforms; *excludes Hong Kong
Source: eMarketer, March 2023

281828

eMarketer | Insiderintelligence.com

Более 80% британских интернет-пользователей делают покупки онлайн

Form.internetretailing.net, 08.06.2023

/исследование

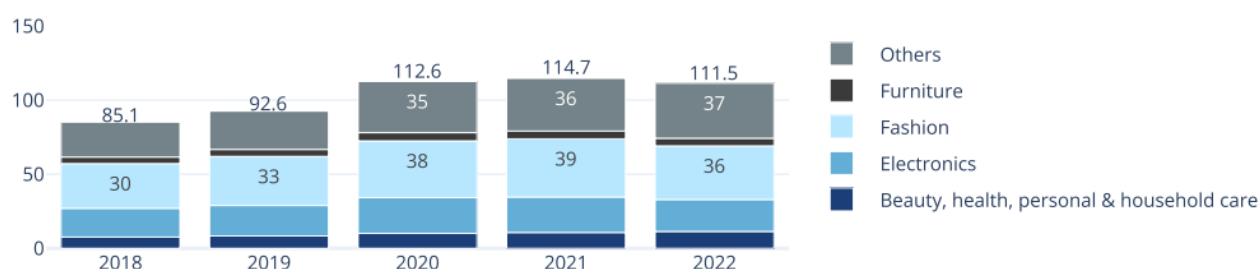
В Великобритании 96,7% населения используют интернет. Страна опережает средний показатель как по Европе (93,8% в 2022 году), так и по миру (87,8%).

По данным Statista, 81,5% британских интернет-пользователей совершают покупки онлайн. Это больше, чем в среднем по Европе (64,1%) и в среднем по миру (49,2%). В то же время темпы роста онлайн-расходов на британском рынке замедлились. По данным IMRG, онлайн-продажи в Великобритании падали в течение двух полных лет с тех пор, как магазины вновь открылись после пандемии. Тем не менее, расходы по-прежнему выше, чем в 2018 и 2019 годах.

Мода остается одной из крупнейших категорий онлайн-покупок в Великобритании, объем которой в 2022 году достиг 36,2 млрд фунтов стерлингов. Далее следуют электроника (21,6 млрд фунтов стерлингов), красота, здоровье и личная гигиена (11,4 млрд фунтов стерлингов) и мебель (5,1 млрд фунтов стерлингов).

Annual ecommerce market revenues (£bn)

United Kingdom, 2018-22



Покупатели всех возрастов и всех уровней дохода покупают онлайн в Великобритании. Люди в возрасте от 18 до 24 лет (14%) и от 55 до 64 лет (18%) составляют меньшую долю на онлайн-рынке, чем покупатели в возрасте от 25 до 54 лет.

Смартфоны являются предпочтительным каналом для онлайн-шопинга: 45,3% покупателей используют их постоянно, а 27,9% — большую часть времени.

Источник:

[United Kingdom Ecommerce country report 2023](#)

Число клиентов доставки еды и продуктов в США удвоилось с 2017 по 2022 г.

Ecommercedb.com, 07.06.2023

/исследование

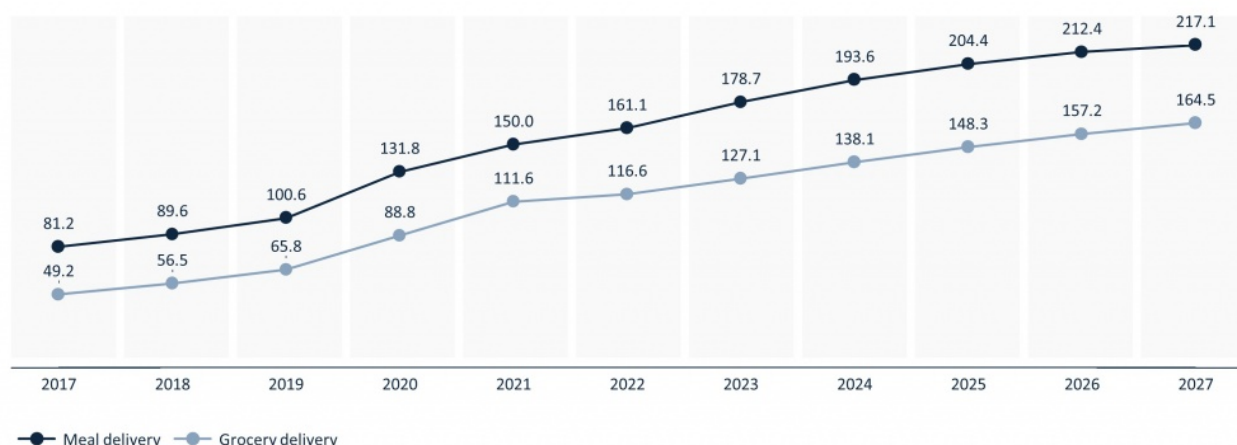
Американский онлайн-рынок доставки еды (продуктов и готовых блюд) в 2023 году достигнет \$270 млрд, прогнозирует Statista. В ближайшее время темпы роста в годовом исчислении составят около 23%, в то время как e-commerce в США будет расти менее чем на 20% в год.

В период с 2017 по 2022 год количество пользователей в сегменте доставки готовой еды почти удвоилось с 81,2 млн до 161,1 млн, а в сегменте доставки продуктов увеличилось на 137% с 49,2 млн до 116,6 млн. Доставка еды преодолела отметку в 200 млн клиентов к 2025 году, а доставкой продуктов будут пользоваться менее 200 млн человек до 2027 года.

Однако сегмент grocery превосходит по выручке: в 2022 году она составила \$141 млрд, тогда как в сегменте доставки готовой еды — \$76 млрд. Кроме того, выручка в сегменте доставки продуктов растет быстрее.

NUMBER OF USERS IN THE ONLINE FOOD DELIVERY MARKET IN THE UNITED STATES, 2017-2027

in million



Notes: Data reflects market impacts of the Russia-Ukraine war. Not included are orders by telephone, Click & Collect grocery orders, and ready-to-eat meals.
Sources: Statista; Statista Digital Market Insights



Источник:

U.S. Meal and Grocery Delivery Users Doubled Between 2017 and 2022



Рынок электронной коммерции B2C в Индии вырастет в 5-6 раз к 2030 г.

Bain.com, 06.06.2023

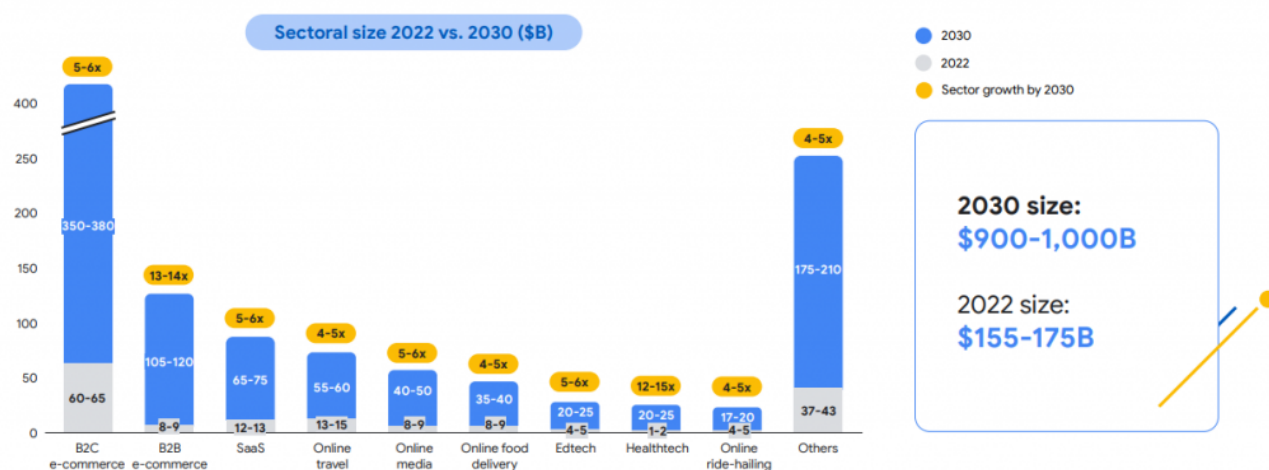
/исследование

Изменения в поведении потребителей и эволюция бизнес-экосистемы будут способствовать росту интернет-экономики Индии с примерно \$175 млрд в 2022 году до \$1 трлн к 2030 году, согласно отчету Google, Temasek и Bain & Company.

В стране насчитывается более 700 млн пользователей интернета, включая 220 млн онлайн-покупателей. Электронная коммерция B2C составляет примерно треть от общего объема интернет-экономики. Рынок e-commerce B2C сегодня достигает \$65 млрд и увеличится в 5-6 раз до \$350-380 млрд к 2030 году.

Ожидается, что количество онлайн-покупателей в Индии удвоится к 2030 году. В настоящее время более 60% новых покупателей находятся в небольших городах, и их все больше привлекают предложения D2C и доступность цифровых платформ.

All sectors poised for exceptional growth, with e-commerce taking the lion's share



Источник:

India's internet economy to reach US\$1 trillion by 2030: Google, Temasek and Bain & Company report

Онлайн-покупатели в странах MENA планируют шопинг и следят за ценами

Ipsos.com, 05.06.2023

/исследование

Рынок электронной коммерции на Ближнем Востоке быстро расширяется и является одним из самых быстрорастущих в мире. Ожидается, что в период с 2023 по 2027 год он будет расти со скоростью 7% в год и достигнет \$169 млрд. Этот рост будет в значительной степени обусловлен регионом GCC (Gulf Cooperation Council) и Египтом.

В рамках этого роста постепенно формируются важные сдвиги в поведении и отношении покупателей. Ipsos рассматривает, как электронная коммерция меняет поведение покупателей в регионе MENA и что это означает для брендов и ритейлеров.



- Интернет-покупатели в странах Ближнего Востока и Северной Африки планируют шопинг. Большинство уже знают, что они хотят купить, при этом 4 из 5 имеют в виду определенный бренд.
- Покупатели становятся более чувствительными к ценам, несмотря на то, что тратят в интернете больше. Цены и рекламные акции являются основными факторами, побуждающими людей в регионе делать покупки в интернете.
- Частота онлайн-покупок растет. 2 из 3 покупателей совершают покупки чаще с тех пор, как начали приобретать товары в интернете, по сравнению с их моделями покупок в магазине.
- Покупатели больше полагаются на онлайн-источники информации: сайты брендов и ритейлеров, страницы в соцсетях.
- Роль рекомендаций становится все более важной. 7 из 10 покупателей просматривают отзывы других людей, прежде чем принять решение, лишь 1 из 4 руководствуется мнением знаменитостей или инфлюенсеров.
- Гибридный шопинг в большей мере цифровой, чем физический. В пути покупателя 72% приходится на онлайн-каналы.

Источник:

[Shopping Redefined: How E-commerce is Reshaping Shopper Behavior in MENA](#)

Подкасты о e-commerce

Digital Voice

Развитие Food E-commerce в России на примере «Ленты» и «Утконоса» — Софья Леина

Рынок E-grocery один из самых динамично развивающихся в российской электронной коммерции. Но времена массового привлечения клиентов высоким уровнем сервиса и бесплатной доставкой заканчиваются, а на смену им приходит фокус на эффективности и персонализации. О том, как этот процесс происходит уже сегодня в одном из крупнейших food-ритейлеров поговорили с Софьей Леиной — директором собственных онлайн-сервисов «Ленты».

DigitalVoice

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.