Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2023 / № 24

12 Июня 2023 - 18 Июня 2023

В выпуске:

Россия:

Data Insight: Рейтинг крупнейших российских интернет-магазинов Топ-100 2022

KazanExpress продает свой фулфилмент-центр девелоперу UD Group

Почта России доставит в отдаленные села и деревни заказы из Яндекс Маркета

Wildberries запустил автоматизированную линию сортировки заказов

К «X5 Клуб» подключились экспресс-доставка, Food.ru и «Много Лосося»

Почта России — о новой реальности российского ритейла

«Экспресс-покупки» обеспечивают половину онлайн-продаж FMCG

AliExpress Россия столкнулся с оттоком продавцов

57% женщин-предпринимателей, занятых в торговле, продают через интернет

В среднем россиянин заказывает доставку продуктов 4 раза в месяц

E-commerce назвали в числе преимуществ от использования интернета

Data Insight: Бюллетень eGrocery в России

Весь мир:

Объем трансграничной электронной торговли Китая вырос на 7,1% в 2022 г.

Alibaba запустит Tmall в Европе

Выручка ASOS по итогам трех месяцев снизилась на 14%

Amazon остается одним из самых дорогих брендов в мире

Google Shopping представил функцию виртуальной примерки с ИИ

Grubhub сокращает 15% персонала

Рост на рынке электронной коммерции Германии замедлился в 2022 г.

GroupM: Ритейл медиа — третий по темпам роста рекламный канал в 2023 г.

Подкасты и видео

Россия:

Data Insight: Рейтинг крупнейших российских интернет-магазинов Топ-100 2022

Datainsight.ru, 13.06.2023 /новость

Data Insight представляет **«Рейтинг крупнейших российских интернет-магазинов Топ-100 2022».**

- В Топ-3 вошли маркетплейсы: Wildberries, Ozon и Яндекс Маркет.
- Впервые за всю историю существования рейтинга в Топ-10 попали FMCG-магазины: СберМаркет и ВкусВилл заняли 9 и 10 места соответственно.

В основе рейтинга лежит комплексная методика, включающая как данные и комментарии, предоставленные самими интернет-магазинами, так и собственные данные и оценки Data Insight и данные сторонних сервисов. В частности, при составлении рейтинга используются данные регулярного мониторинга посещаемости и количества заказов, который ведет Data Insight, данные онлайн-чеков, данные ФНС и другие источники.

Полный рейтинг за 2022 год доступен **на сайте.**

Источник:
Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100 2022

KazanExpress продает свой фулфилмент-центр девелоперу UD Group

Ud-group.com, 15.06.2023 /новость

KazanExpress останется долгосрочным арендатором склада, а UD Group обеспечит управление объектом. Это первая сделка в формате продажи с обратной арендой в Татарстане и новая платформа для девелопмента крупнейшего логистического парка в Казани.

В планах KazanExpress — строительство еще семи новых складских корпусов общей площадью до 200 000 кв. м, новые очереди могут быть реализованы в партнерстве с UD Group. Инвестиции в первую очередь проекта оцениваются более чем в 3,5 млрд руб., последующие вложения могут превысить 9 млрд руб.

«Для KazanExpress выгода от этой сделки — в возможности направить освободившиеся деньги на развитие основного бизнеса, а также в том, что компания избавляется от непрофильной деятельности по содержанию недвижимости и соответствующих расходов на ее администрирование», — говорит Никита Еремин, директор по инвестициям KazanExpress.

Первый корпус фулфилмент-центра KazanExpress на территории Свияжского межрегионального мультимодального логистического центра представляет собой комплекс класса А площадью 30 тыс. кв. м с мезонином в 5 этажей.

Источник:
KazanExpress продает свой фулфилмент-центр девелоперу UD Group

Почта России доставит в отдаленные села и деревни заказы из Яндекс Маркета

T.me, 14.06.2023 /новость

Получить товары из Яндекс Маркета теперь можно в более чем 200 сельских отделениях Почты. Больше всего новых пунктов выдачи — в Краснодарском крае и Ростовской области, также они открылись в некоторых деревнях Ленинградской и Нижегородской областей.

Отделения отмечены брендированными табличками. Для получения заказа необходим лишь штрих-код из приложения маркетплейса.

Источник:
Почта доставит товары из Яндекс Маркета жителям отдалённых сёл и деревень

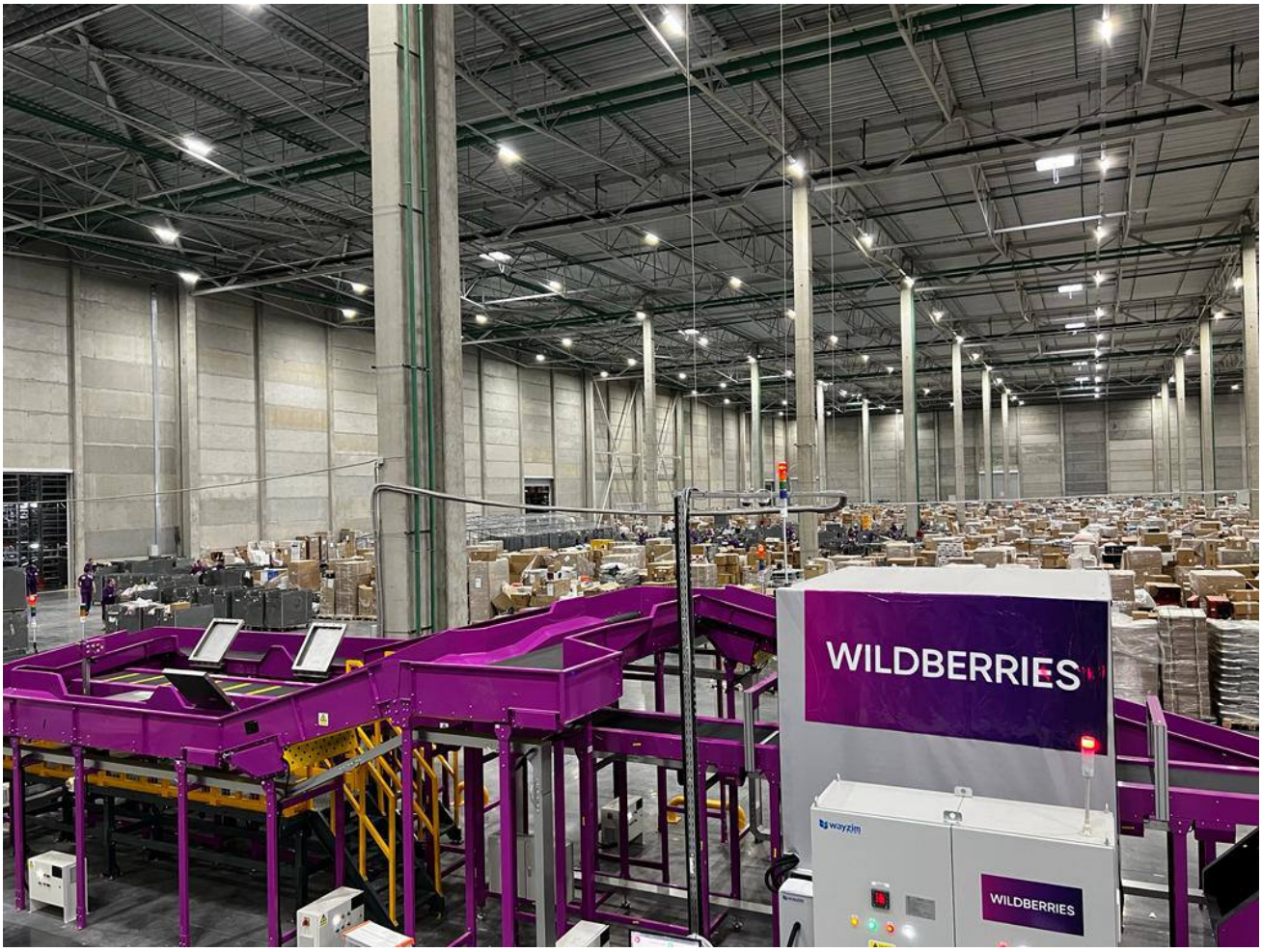
Wildberries запустил автоматизированную линию сортировки заказов

T.me, 13.06.2023 /новость

Новый конвейер, предназначенный для сортировки исходящего товарного потока, установлен в одном из крупнейших региональных логистических центров Widlberries в г. Алексине Тульской области.

Работа нового транспортера позволит обрабатывать до 160 тыс. товаров в сутки и в 4 раза повысить скорость сортировки заказов.

После тестирования Wildberries рассмотрит установку автоматизированных линий и в других логоцентрах компании.



Источник:
Wildberries запустил автоматизированную линию сортировки заказов на одном из крупнейших складов

К «X5 Клуб» подключились экспресс-доставка, Food.ru и «Много Лосося»

Vk.com, 13.06.2023 /новость

«X5 Клуб» становится единой программой лояльности для всех сервисов X5 Group. Накопленные баллы можно использовать для частичной оплаты покупок в приложении «Много Лосося» и в торговых сетях «Пятёрочка» и «Перекрёсток».

«Благодаря интеграционной платформе, единым правилам и правильно выстроенной коммуникации, нашему покупателю становится понятнее и доступнее весь спектр бизнесов X5. Так мы используем по максимуму потенциал группы в рамках единого клиентского пути», — отмечает Андрей Писарев, директор по клиентскому опыту X5 Group.

Все магазины «Пятёрочка» и «Перекрёсток» подключены к новому процессингу «X5 Клуб». Число клиентов программы лояльности превышает 71 млн, проникновение в продажи достигло 78%. Средний чек активного клиента при использовании карты лояльности увеличивается до двух раз по сравнению с активным клиентом, не использующим карту лояльности.

Источник:
Сервисы X5 подключились к единой программе лояльности «X5 Клуб»

Почта России — о новой реальности российского ритейла

T.me, 12.06.2023 /новость

На Неделе Российского Ритейла спикеры Почты рассказали о тенденциях в онлайн-торговле:

- В 2022 году рынок электронной коммерции в России показал самую высокую динамику онлайн-продаж в мире (+38%).
- Увеличились поставки товаров из Турции, Казахстана, ОАЭ, а также Азербайджана, Беларуси, Узбекистана, Армении. По оценкам аналитиков, через эти страны увеличился поток товаров из Европы в Россию.
- Прогноз 2023: рост торговли с Китаем и Турцией. Увеличение роли Казахстана и стран Центральной Азии.
- Количество доставок для e-commerce выросло. В 2022 году доставлено более 2 550 млн отправлений, рост относительно 2021 года составил более 56%.
- Маркетплейсы не успевают за растущим объемом потребности в фулфилменте, несмотря на активные инвестиции в расширение логистических мощностей (+253% площадей у 3 крупнейших маркетплейсов за 2 года).

Источник:
Что нужно знать о новой реальности российского ритейла

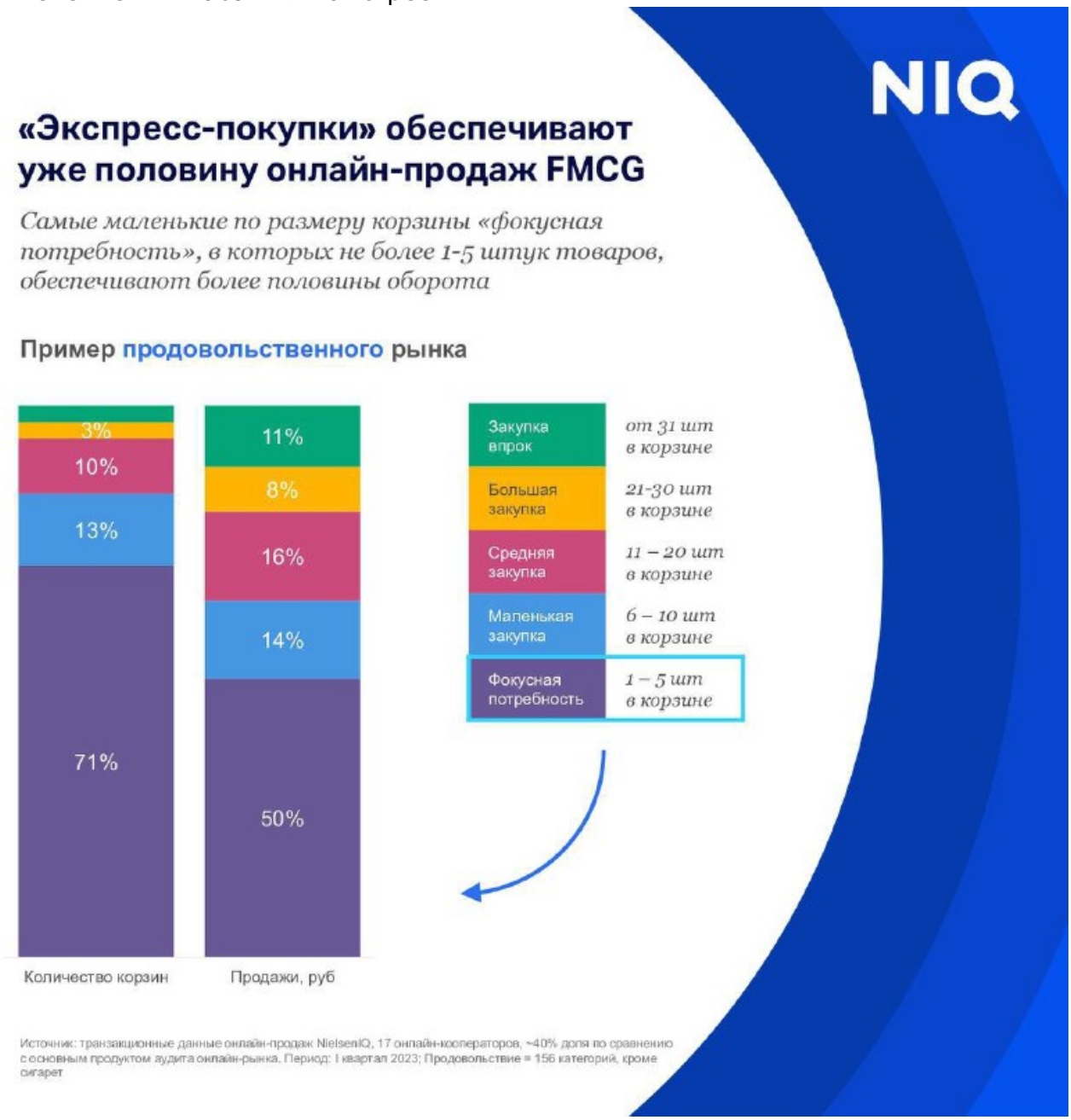
«Экспресс-покупки» обеспечивают половину онлайн-продаж FMCG

T.me, 14.06.2023 /исследование

По данным NielsenIQ, самые маленькие по размеру корзины (1-5 товаров) обеспечивают 50% онлайн-продаж продовольственных категорий и почти 70% — непродовольственных.

Формат закупки впрок, при котором потребители приобретают минимум 30 товаров в одном чеке, в I кв. 2023 сгенерировал порядка 11% продаж продовольствия.

Тренд можно связать с экспансией и развитием сервисов гиперлокальной доставки. Все больше покупателей привыкают к тому, что могут заказать несколько товаров и получить их в течение 1-2 часов или быстрее.

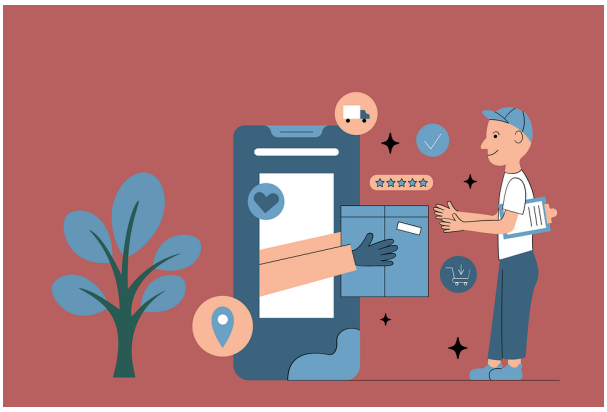


Источник:
Самые маленькие по размеру корзины обеспечивают 50% онлайн-продаж продовольственных категорий и почти 70% — непродовольственных

AliExpress Россия столкнулся с оттоком продавцов

Kommersant.ru, 16.06.2023 /исследование

По данным «Точка Маркетплейсы», общее число продавцов на онлайн-площадках РФ с начала 2023 года выросло на 51%, сообщает «Коммерсантъ».



- СберМегаМаркет — количество селлеров увеличилось на 120%
- Ozon — на 92%
- Яндекс Маркета — на 89%
- Wildberries — на 36%
- KazanExpress — на 7%

AliExpress стал единственным из крупных маркетплейсов, столкнувшимся с оттоком продавцов по итогам января—мая этого года. По данным аналитиков, год к году число продавцов на площадке сократилось на 27%. CEO сервиса «Точка Маркетплейсы» Константин Канивец связывает результаты AliExpress Россия с сокращением инвестиций.

По данным Data Insight, в 2022 году продажи AliExpress Россия снизились на 47%, до 56,2 млрд руб.

Директор Tinkoff eCommerce Илья Кретов отмечает, что в целом рост числа продавцов на онлайн-площадках замедляется. Селлеры стараются диверсифицировать риски, расширяя бизнес на несколько маркетплейсов, и новые продавцы часто выходят сразу на несколько площадок.

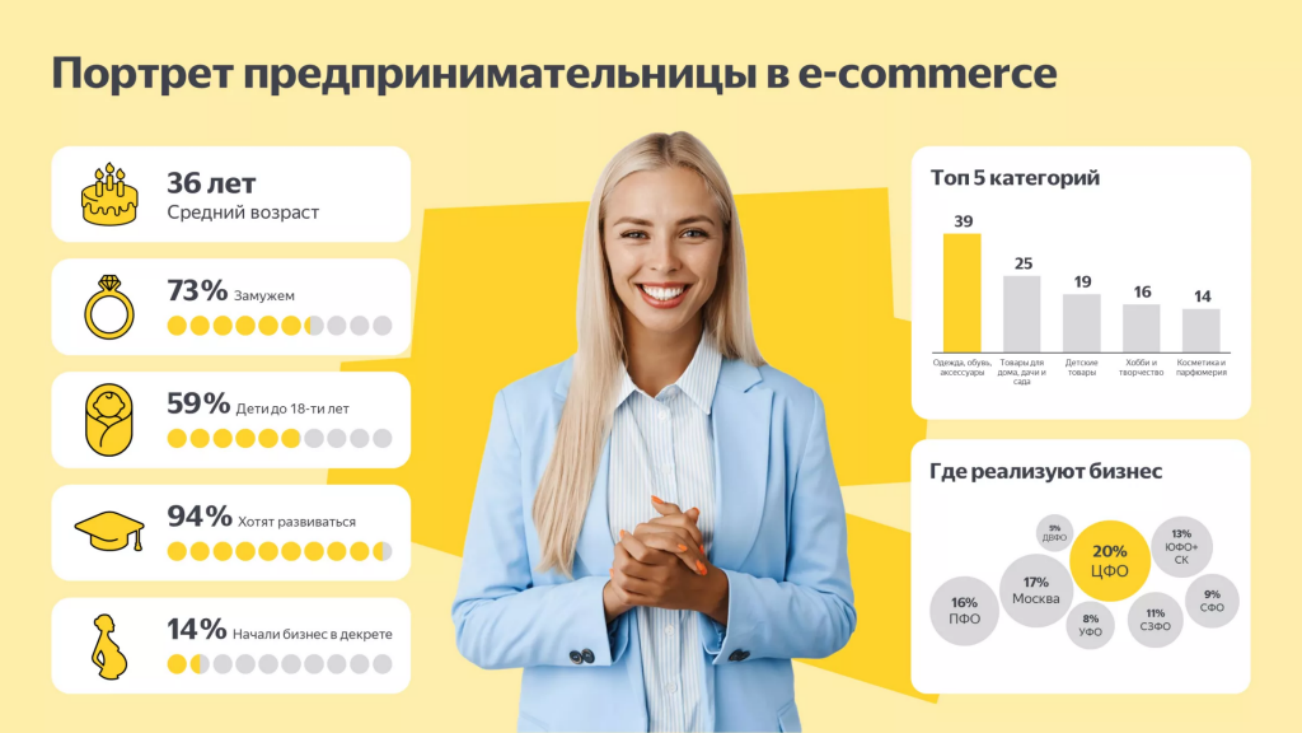
Источник:
На всем продавецком пространстве

57% женщин-предпринимателей, занятых в торговле, продают через интернет

Nafi.ru, 15.06.2023 /исследование

Согласно исследованию Аналитического центра НАФИ и Яндекс Маркета, 57% женщин-предпринимателей, занятых в торговле, продают товары и услуги через интернет. При этом 33% пользуются исключительно онлайн-каналами.

Типичный портрет предпринимательницы в e-commerce: до 35 лет, жительница Москвы, с высшим образованием и высоким уровнем дохода, занимается торговлей в интернете более 1 года, а до прихода в e-commerce имела опыт торговли в офлайн. Не производит товары, а покупает их для перепродажи.



Главные каналы для продаж предпринимательниц в e-commerce: соцсети (51%) и маркетплейсы (50%). Стремление работать с маркетплейсами значительная часть предпринимательниц объясняет прежде всего возможностью охватить большую аудиторию потенциальных покупателей (72%).

ТОП-5 категорий товаров, которые реализуют женщины в e-commerce:

1. обувь, одежда, аксессуары (39% среди женщин, занятых в онлайн-торговле)
2. товары для дома, дачи и сада (25%)
3. детские товары (19%)
4. товары для хобби и творчества (16%)
5. косметика и парфюмерия (14%)

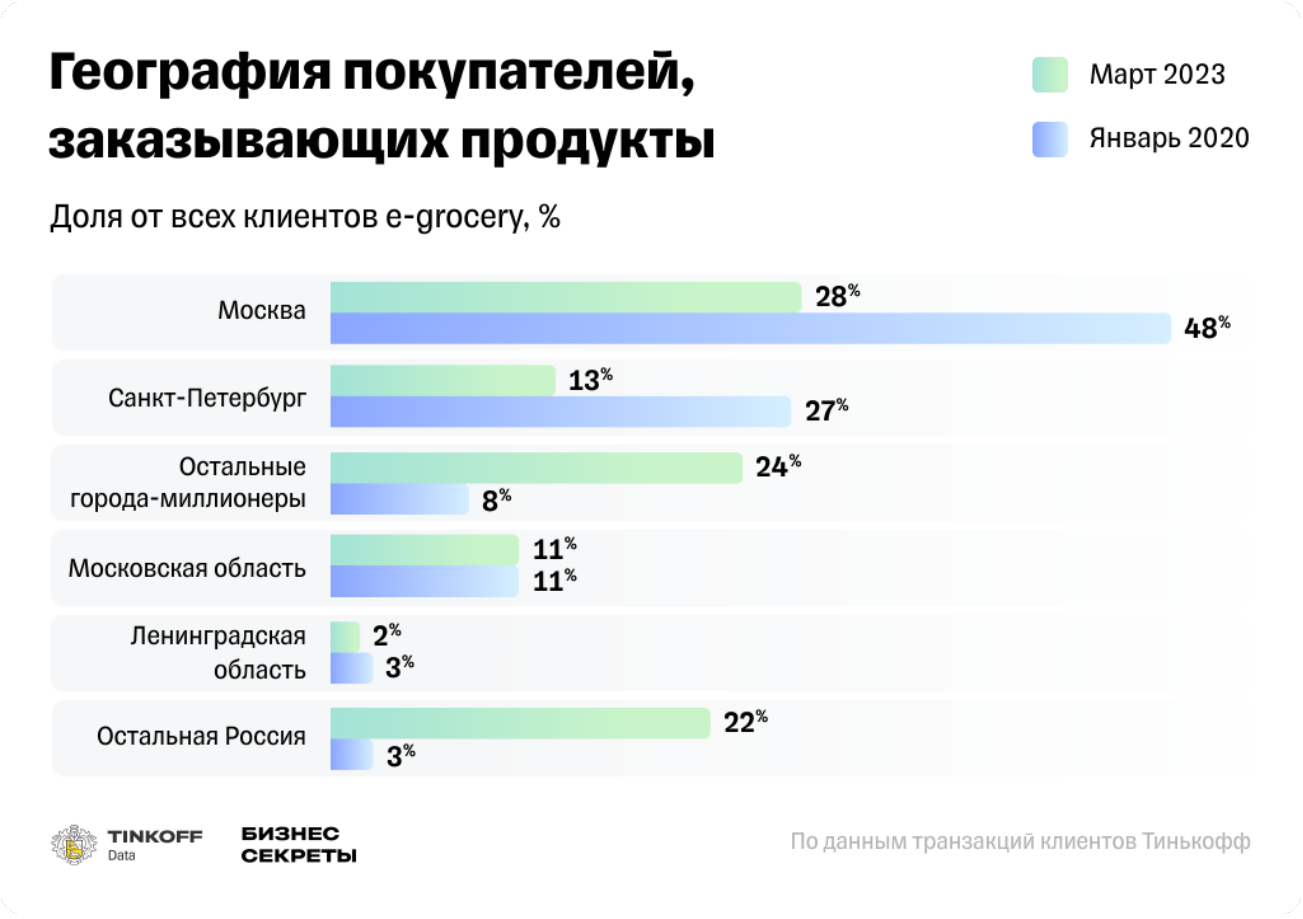
Источник:
Женщины в e-commerce: каналы продаж, мотивация, драйверы

В среднем россиянин заказывает доставку продуктов 4 раза в месяц

Tinkoff.ru, 14.06.2023 /исследование

Медиа Бизнес-секреты и аналитики Tinkoff Data исследовали, как изменился рынок доставки продуктов за три года.

- С января 2020 года по апрель 2023 число клиентов e-grocery выросло в 13 раз.
- Почти 40% от всех покупателей продуктов онлайн оформляют доставку в Москве и Московской области. Еще 15% — в Петербурге и Ленобласти. Внимание крупных игроков переключилось на регионы.
- Доля клиентов из регионов стабильно растет и на апрель 2023 года достигла 46%.
- С начала 2020 года по 2023 год средний чек снизился на 45% до 1088 руб.
- В среднем на начало 2023 года россиянин заказывает доставку продуктов 4 раза в месяц, тогда как в 2020 году — 1,3 раза.
- Основной клиент e-grocery — женщина в возрасте от 20 до 39 лет.
- Доля клиентов в возрасте до 25 лет выросла с 16 до 32%, а доля покупателей с 25 до 35 лет снижается.



Источник:
Исследование Тинькофф: как изменился рынок доставки продуктов за последние три года

E-commerce назвали в числе преимуществ от использования интернета

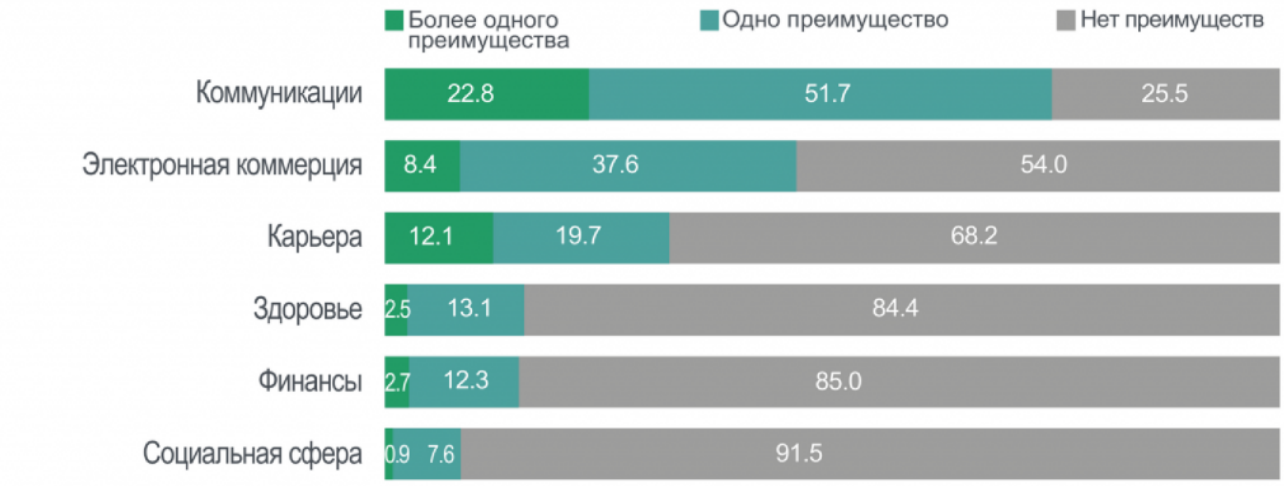
Issek.hse.ru, 13.06.2023 /исследование

Согласно опросу, проведенному ИСИЭЗ НИУ ВШЭ в 2022 году, 82,5% россиян пользуются интернетом. Из них 55,5% извлекают те или иные выгоды.

Чаще всего пользователи интернета видят коммуникативные преимущества (74,5%). Вторыми по распространенности являются выгоды в сфере электронной коммерции (46%). Согласно опросу, 44% россиян, выходящих в сеть, благодаря онлайн-сервисам экономят, находя товары дешевле, чем в ближайшем магазине.

Популярность такого преимущества обусловлена высокой долей россиян, совершающих покупки онлайн: по данным Росстата, в 2022 году 50,1% населения в возрасте 15 лет и старше.

Рис. 1. Преимущества, когда-либо полученные респондентами от использования интернета, по группам: 2022
(в % от общей численности населения, использовавшего интернет за последние три месяца)



Источник:
Реальные преимущества виртуального мира

Материал размещен на правах рекламы

Data Insight: Бюллетень eGrocery в России

Datainsight.ru, 12.06.2023 /реклама

Ежемесячный бюллетень **Data Insight**, посвященный eGrocery в России, раскрывает основные цифры, характеризующие рынок онлайн-продаж продуктов.

Мы предполагаем, что рынок eGrocery по итогам 2023 года составит **607 млн заказов** и **778 млрд рублей.** Данный прогноз соответствует росту относительно 2022 года **в 1,5 раза** по количеству заказов и **в 1,4 раза** по объему онлайн-продаж (для сравнения: в 2022 году рост составил соответственно 1,8 и 1,7 раза).

Содержание бюллетеня:

1. Объем рынка
2. Предложение и спрос
3. Посещаемость сайтов
4. Мобильные приложения
5. Лидеры рынка (данные по отдельным магазинам)
6. Прогноз

Объем бюллетеня: 50 слайдов

Бюллетень выходит ежемесячно и распространяется только по подписке.

Стоимость составляет:

- За 1 месяц — 85 000 руб. + НДС
- За 3 месяца — 210 000 руб. + НДС
- За 12 месяцев — 300 000 руб. + НДС

В дополнение к основному отчету выпускается Приложение, включающее данные по количеству заказов в основных регионах присутствия для ТОП-15 крупнейших магазинов.

Виды и стоимость подписки на Приложение:

- За 1 месяц — 42 500 руб. + НДС
- За 3 месяца — 105 000 руб. + НДС
- За 12 месяцев — 150 000 руб. + НДС

Подписаться на Бюллетень eGrocery

Рекламодатель ООО "Дейта инсайт"

Источник:
eGrocery бюллетень, май 2023

Весь мир:

Объем трансграничной электронной торговли Китая вырос на 7,1% в 2022 г.

English.news.cn, 18.06.2023 16:46:00 /новость

В 2022 году объем импорта и экспорта в сфере трансграничной электронной коммерции Китая впервые превысил 2 трлн юаней (около $280,55 млрд) и достиг 2,1 трлн юаней. Рост по сравнению с 2021 годом составил 7,1%, следует из отчета Главного таможенного управления КНР.

Среди направлений экспорта в рамках трансграничной электронной торговли Китая 34,3% рынка пришлось на США, 6,5% — на Великобританию. Основными экспортируемыми товарами стали одежда, обувь, сумки и электроника.

На японскую продукцию пришлось 21,7% от общего объема импорта в сфере трансграничной электронной торговли, а на американские товары — 17,9%.

Потребительские товары составили 92,8% экспорта и 98,3% импорта.

С начала текущего года трансграничная электронная коммерция Китая сохраняет темпы роста. Более 70% предприятий ожидают, что в 2023 году трансграничная электронная торговля останется стабильной или вырастет.

Источник:
China's cross-border e-commerce trade value exceeds 2 trln yuan in 2022: report

Alibaba запустит Tmall в Европе

Cnbc.com, 15.06.2023 11:22:00 /новость

Президент Alibaba Майкл Эванс заявил на конференции Viva Tech в Париже, что компания представит в Европе один из своих сервисов — Tmall. В Испании запущен пилотный проект, который будет развернут по всей Европе. Это значительный сдвиг в стратегии международных e-com операций Alibaba.

В Европе компания представлена площадкой AliExpress, которая в основном предлагает товары с доставкой из Китая. Tmall в Европе сосредоточится на продаже местных брендов местным покупателям. Неясно, будет ли он каким-то образом объединен с AliExpress.

Ранее Alibaba объявила о планах разделить свой бизнес на шесть частей, чтобы дать каждой из них больше автономии и возможность быстрее принимать решения. По словам Эванса, Европа является главным приоритетом для бизнесов, имеющих международную составляющую.

Источник:
Alibaba to launch local versions of its China e-commerce site in Europe

Выручка ASOS по итогам трех месяцев снизилась на 14%

Asosplc.com, 14.06.2023 /новость

В ASOS заявили, что план по изменению бизнеса работает, и компания возвращается к прибыльности, несмотря на падение выручки. По итогам трех месяцев, завершившихся 31 мая 2023 года, она снизилась на 14% до £858,9 млн, что «отражает преднамеренные действия по размещению капитала для повышения прибыльности».

Summary financial results

	Three months to 31 May					Nine months to 31 May				
£m	2023	2022	CCY[1,2,3] change (adjusted)	CCY[1] change	Reported change	2023	2022	CCY[1,2,3] change (adjusted)	CCY[1] change	Reported change
UK total sales	370.3	431.8	(15%)	(14%)	(14%)	1,174.0	1,327.3	(12%)	(12%)	(12%)
EU total sales	283.5	294.0	(8%)	(7%)	(4%)	870.1	871.4	(3%)	(2%)	-%
US total sales	121.2	141.9	(21%)	(20%)	(15%)	390.4	394.6	(12%)	(12%)	(1%)
ROW total sales	83.9	96.4[4]	(14%)	(14%)	(13%)	265.0	374.9[4]	(13%)	(31%)	(29%)
Total group revenue[5]	**858.9**	**964.1[4]**	**(14%)**	**(13%)**	**(11%)**	**2,699.5**	**2,968.2[4]**	**(9%)**	**(11%)**	**(9%)**

С начала года прибыль на заказ выросла более чем на 30% год к году, «благодаря действиям, предпринятым для повышения прибыльности малоэффективных брендов и регионов». Компания также на 15% сократила запасы.

Количество клиентов уменьшилось на 0,8 млн с 24,9 млн, «что свидетельствует о постоянном стремлении повысить рентабельность продаж, а не о стремлении к росту любой ценой».

ASOS сохранит фокус на прибыльных продажах и сокращении складских запасов до конца фингода.

Источник:
Trading Statement for the three months ended 31 May 2023

Amazon остается одним из самых дорогих брендов в мире

Kantar.com, 14.06.2023 /новость

Согласно отчету Kantar BrandZ Most Valuable Global Brands Report 2023, Apple занимает позицию самого ценного бренда в мире со стоимость $880,4 млрд.

Amazon занял 4-е место в рейтинге с падением стоимости бренда на 33% по сравнению с 2022 годом. Хотя почти у всех компаний из топ-10 стоимость бренда снизилась, потери Amazon выделяются как одни из крупнейших.

Alibaba, который в прошлом году была на 9-м месте, в этом оказался на 14-м. Walmart занимает 28-е место. Впервые к топ-100 присоединился Shein, китайский интернет-магазин в сфере быстрой моды.

Совокупная стоимость 100 ведущих мировых брендов в 2023 году достигла $6,9 трлн.

Kantar BrandZ Top 10 Most Valuable Global Brands 2023

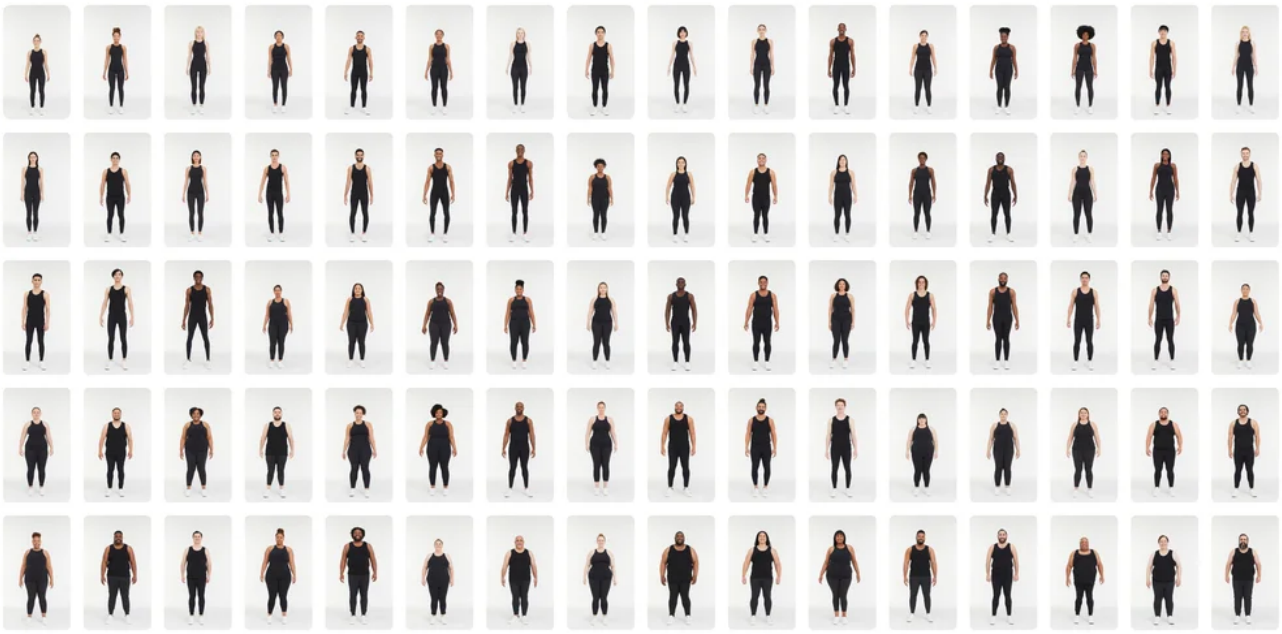
Rank	Brand	Country of Origin	Brand Value 2023 ($Mil.)	Brand Value 2022 ($Mil.)
1	Apple	US	880,455	947,062
2	Google	US	577,683	819,573
3	Microsoft	US	501,856	611,460
4	Amazon	US	468,737	705,646
5	McDonald's	US	191,109	196,526
6	Visa	US	169,092	191,032
7	Tencent	China	141,020	214,023
8	Louis Vuitton	France	124,822	124,273
9	MasterCard	US	110,631	117,253
10	Coca-Cola	US	106,109	97,883

Источник:
Revealed: the world’s most valuable brands of 2023

Google Shopping представил функцию виртуальной примерки с ИИ

Theverge.com, 14.06.2023 07:00:00 /новость

Пользователи Google Shopping в США получат доступ к функции виртуальной примерки, которая реалистично покажет, как одежда выглядит на людях различных размеров, телосложения, этнической принадлежности. Искусственный интеллект позволит точно отобразить, как вещь будет драпироваться, облегать, растягиваться и т.д.



Первоначально для виртуальной примерки доступны только женские топы H&M, Anthropologie, Everlane и Loft. Мужские модели и другая одежда добавятся позже. Функция поможет еще до покупки точно представить, как будет смотреться предмет одежды.

По данным компании, 59% онлайн-покупателей разочарованы покупкой одежды, ожидая, что она будет по-другому на них выглядеть.

Источник:
New Google Shopping feature uses AI to model clothing on different body types

Grubhub сокращает 15% персонала

Restaurantbusinessonline.com, 12.06.2023 /новость

Американская компания в сфере доставки еды Grubhub увольняет около 400 корпоративных сотрудников, или 15% рабочей силы, ссылаясь на необходимость сокращения расходов и реорганизации. Компания заявила, что ее бизнес вырос с 2019 года, но штат и операционные расходы увеличивались быстрее. «Правильный размер» позволит двигаться быстрее и лучше использовать возможности.

Grubhub конкурировал с DoorDash и Uber Eats, у которых во время пандемии спрос утроился, и по большей части продажи продолжали расти квартал за кварталом. Между тем, Just Eat Takeaway.com, материнская компания Grubhub, сообщила о снижении продаж и транзакций на 11% и 16% соответственно в прошлом году в Северной Америке.

Источник:
Grubhub lays off 15% of staff, citing high costs

Рост на рынке электронной коммерции Германии замедлился в 2022 г.

Form.internetretailing.net, 16.06.2023 /исследование

Согласно отчету RetailX, 80% интернет-пользователей в Германии совершали онлайн-покупки в 2022 году — больше, чем в среднем по миру (49%) и Европе (64%).

Мода остается доминирующей категорией на немецком рынке, на долю которой приходится 27,3 млрд евро из 100,5 млрд евро выручки рынка электронной коммерции в 2022 году. Показатели немного снизились по сравнению с 2021 годом, когда рынок онлайн-торговли оценивался в 102,1 млрд евро, а сегмент моды — в 29,1 млрд евро. Рост замедлился во всех секторах — скорее всего, из-за того, что кризис стоимости жизни повлиял на доверие потребителей и расходы.

Figure 7: Fashion dominates ecommerce spending

Annual revenue for the ecommerce market (bn EUR), Germany, 2018-22

Однако доля онлайн-покупателей выросла во всех секторах. Например, доля покупателей электроники увеличилась с 43% в 2018 году до 62% в 2022 году, а покупателей модной одежды — с 42% в 2018 году до 59%.

Немецкий потребитель имеет два основных приоритета при совершении покупок в интернете: для 49% это более низкие цены (в целом по Европе таких 45%), а для 44% — возможность прямой доставки на дом.

Более одного из десяти немецких потребителей совершают онлайн-покупки не реже раза в день, что больше, чем по Европе в целом. Расходы немецкого потребителя почти равны расходам остальных европейцев во всех категориях. 41% покупателей тратят от 12 до 120 евро в месяц.

69% немецких потребителей говорят, что их баланс покупок в онлайн- и в обычных магазинах, вероятно, останется прежним в течение следующих 12 месяцев, но 21% рассчитывают делать большую часть своих покупок в интернете.

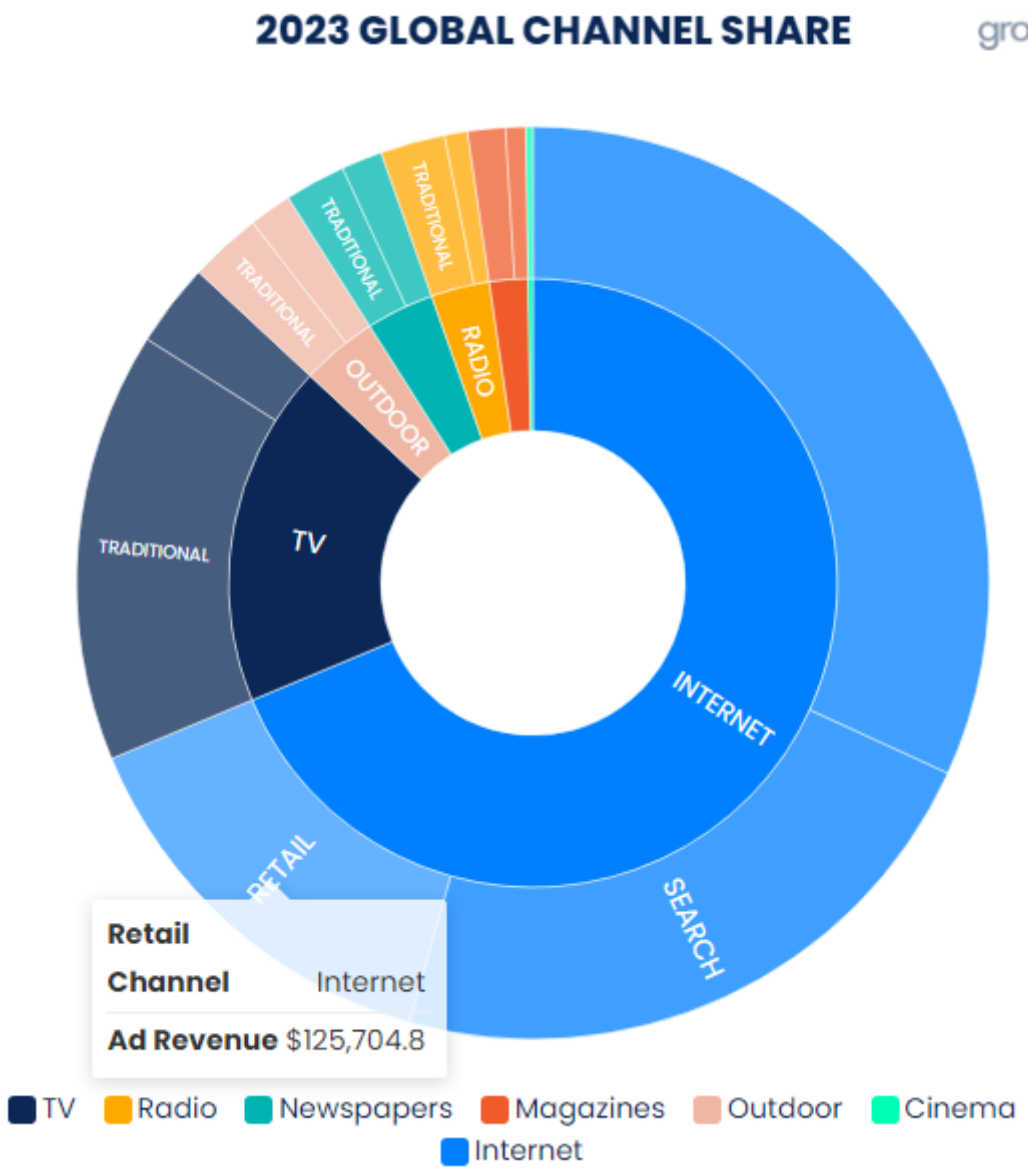
Источник:
Germany ecommerce country report 2023

GroupM: Ритейл медиа — третий по темпам роста рекламный канал в 2023 г.

Groupm.com, 12.06.2023 /исследование

Согласно прогнозу GroupM, в 2023 году выручка глобального рынка рекламы вырастет на 5,9%, составив $874,5 млрд. Ритейл медиа — третий по темпам роста рекламный канал в 2023 году.

Выручка ритейл медиа, которые компания теперь определяет как включающие рекламные доходы от сервисов доставки «последней мили», вырастет на 9,9% и достигнет $125,7 млрд. В 2028 году она превысит выручку от телевидения (включая CTV).



Источник:
This Year Next Year: 2023 Global Mid-Year Forecast

Подкасты и видео

Практика_days

Фёдор Вирин, Евгений Щепелин, Елена Иванова, Данил Седов
E-commerce, маркетплейсы, что делать

Дискуссия на сцене конференции Etarget:
- Елена Иванова, директор по маркетингу и grow hack «Соколов»
- Евгений Щепелин, независимый эксперт
- Фёдор Вирин, партнер Data Insight
- Данил Седов, директор по маркетингу СМБ «МТС банк»

Смотреть: YouTube

Экскурсия в даркстор Ozon Fresh

Как устроен даркстор Ozon Fresh: процессы, хранение, сборка, постарались охватить все. Экскурсию для Бориса Преображенского провели Алексей Подъяпольский, директор по маркетингу Ozon Fresh, и Александр Ламзин, руководитель операционного направления Ozon Fresh.

Смотреть: YouTube

Юрочка Сапожников

Обзор Яндекс Лавки: даркстор изнутри

Автор Telegram-канала «Из коммерса в е-коммерса» Юрий Сапожников показал, как устроен даркстор Яндекс Лавки.

Смотреть: YouTube

Digital Voice

Fashion E-commerce — новые возможности для локальных брендов

Дания Ткачева отвечала за региональные продажи и продажи на маркетплейсах в Nike, когда бренд еще был в России, а теперь консультирует начинающие fashion бренды по работе на маркетплейсах.

Про fashion рынок в России, про возможности для новых локальных брендов и про доступность ушедших с рынка марок. Дания рассказала про самые частые ошибки, с которыми она сталкивается в своей консультационной практике при работе на маркетплейсах.

Слушать: 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 онлайновых 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.