

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2023 / № 28

10 Июля 2023 - 16 Июля 2023

В выпуске:

Россия:

Площадь логистической сети Ozon превысила 1,5 млн кв. м
Wildberries начал строительство нового логоцентра в Тамбовской области
ВкусВилл совместно со СДЭК доставят товары по всей России
Почта России представила новый сервис для онлайн-покупок
METRO запустила экспресс-доставку для бизнеса
«Пятёрочка» начала доставлять горячий кофе
Ромир: 28% россиян покупают алкоголь онлайн с самовывозом
Продавцы мебели стали чаще использовать маркетплейсы
Средний чек в категории «Одежда, обувь и аксессуары» — 3043 руб.
На рынке FMCG выросла доля онлайн-продаж, минимаркетов и дискаунтеров
Data Insight: Селлеры на российских маркетплейсах 2022

Весь мир:

Продажи на Amazon в Prime Day 2023 достигли \$12,7 млрд
Четверть продаж Nike приходится на цифровые каналы
Amazon и eBay теряют британских пользователей на фоне роста Shein и Temu
Электроника, игрушки и fashion — доминирующие сегменты e-commerce
Go Mobile: Жители Казахстана редко заказывают еду на дом
В Европе топ-6 рынков e-commerce генерируют 72% онлайн-продаж
FTI Consulting: Розничные онлайн-продажи в США достигнут \$1,14 трлн в 2023 г.

Подкасты о e-commerce



Россия:

Площадь логистической сети Ozon превысила 1,5 млн кв. м

Corp.ozon.ru, 13.07.2023

/новость

Ozon запускает в Санкт-Петербурге фулфилмент-центр площадью более 40 тыс. кв. м по полу. Объект сможет разместить более 30 млн товаров и обрабатывать около 300 тыс. заказов в день.

Собственные инвестиции Ozon в открытие составили порядка 1,4 млрд руб. Фулфилмент-центр в Шушарах стал для компании третьим в Санкт-Петербурге и Ленинградской области.

В результате логистическая инфраструктура маркетплейса превысила 1,5 млн кв. м: 26 фулфилмент-центров, более 80 сортировочных центров, 30 тыс. пунктов выдачи заказов и постаматов в России, Беларуси, Казахстане и Кыргызстане.

С 2020 года логистическая инфраструктура компании выросла в 6 раз. Сегодня 7 из 10 россиян обеспечены доставкой Ozon или пунктом выдачи в десяти минутах ходьбы от дома.



Источник:

[Логистическая сеть Ozon превысила 1,5 млн квадратных метров](#)

Wildberries начал строительство нового логистического центра в Тамбовской области

Wildberries.ru, 13.07.2023

/новость

Совокупная площадь нового логистического центра Wildberries на территории индустриального парка «Котовск» составит 100 тыс. кв. м. Общие инвестиции в его возведение — 6,8 млрд руб.

По данным на начало июля 2023 года свою продукцию через Wildberries реализуют 1 582 предпринимателей из Тамбовской области — на треть больше, чем годом ранее. Продажи представителей местного бизнеса в I полугодии 2023 года выросли на 157% год к году до 4,028 млрд руб.



Источник:

[Пресс-служба Wildberries](#)

ВкусВилл совместно со СДЭК доставят товары по всей России

Telegra.ph, 13.07.2023

/новость

В городах и селах, где нет магазинов ВкусВилл, можно оформить заказ на сайте Russia.vkusvill.ru и получить товары с доставкой от СДЭК. В ассортименте более 1500 позиций, доступных для самовывоза из 4300 точек СДЭК в 1250 городах и с курьерской доставкой в 56 000 населенных пунктах России. В среднем этап доставки занимает от 3 до 6 дней.

Впервые ВкусВилл предложил покупателям доставку по всей России летом 2022 года. К декабрю сервис стал доступен в Казахстане, Беларуси, Армении, Киргизии и Таджикистане.

«За первую половину 2023 года мы доставили уже больше заказов, чем за весь прошлый год. Во всероссийском сервисе средний чек выше 2700 рублей. Покупатели активно заказывают БАДы, бакалею, косметику, полезные сладости, веганские товары», — отмечает Анна Платова, лидер проекта «Доставка по всей России и СНГ».



Источник:

[ВкусВилл и СДЭК доставят полезные товары по всей России](#)

Почта России представила новый сервис для онлайн-покупок

T.me, 12.07.2023

/новость

Сервис Почта.Покупки позволяет быстро оформлять онлайн-заказы благодаря виджету, который хранит платежную информацию и адресные данные клиента.

При первом заказе необходимо авторизоваться с помощью существующей учетной записи Почта ID или создать новую. При следующих заказах на любом сайте, где есть Почта.Покупки, данные загрузятся автоматически.

Оформленные с помощью Почта.Покупки заказы Почта доставляет в 38 000 отделений, 7500 почтоматов или на дом покупателям по всей стране.

Корзина > Оформление заказа > Завершение

STREET BEAT 8 (495) 789-82-60

pay.pochta.ru

ПОЧТА РОССИИ | Почта.Покупки

Оформление заказа

Адрес доставки
г. Москва, ул. Ленина, д.12

Способ доставки

Способ доставки	Срок	Цена
В отделение Почты	2-5 дня	0 ₽
Курьером до двери	3-6 дней	100 ₽
Доставка в почтомат	3-6 дней	150 ₽

Способ оплаты

Новая карта

Получатель

Иванов Иван Иванович
+7 999 564 ...
Testuser@mi...

☒ Я принимаю условия Пользовательского соглашения и Политики в отношении обработки персональных данных

По всем вопросам работы сервиса пишите на почту: support.pay@pochta.ru

Оплатить онлайн

Товар	Количество	Цена
Мужские кроссовки PUMA Blaze of Glory Reverse Classics	1 шт	15 999 ₽
Женские кроссовки HOOPS 3.0 MID CLASSIC SHOES Hawk special...	1 шт	17 999 ₽
Бейсболка	1 шт	50 ₽
Футболка Adidas Pro Original XS	1 шт	50 ₽
Худи Adidas Pro Exclusive M	1 шт	50 ₽
Сумма заказа		36 998 ₽
Скидки		- 3 000 ₽
Стоимость доставки		бесплатно
К оплате		33 998 ₽

Источник:

Почта запустила новый сервис для онлайн-покупок

METRO запустила экспресс-доставку для бизнеса

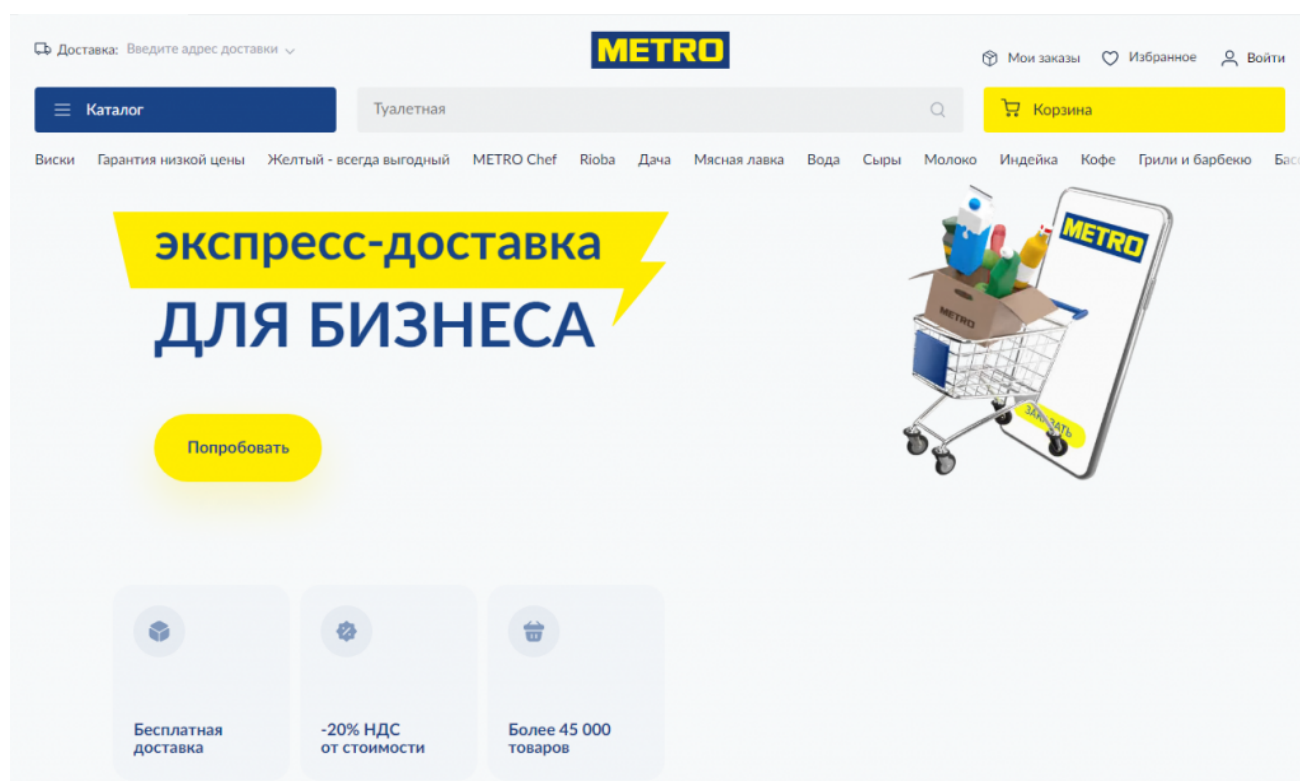
Т.me, 12.07.2023

/новость

Во всех городах присутствия компании METRO для бизнес-клиентов доступна ускоренная бесплатная доставка более 45 000 позиций из ассортимента. Среднее время доставки — полтора-два часа.

Среди клиентских групп METRO экспресс-доставка стала наиболее востребованной у ресторанов и офисов — доля и тех, и других составляет по 43%.

Ранее профессиональным клиентам METRO было доступно оформление доставки «на следующее утро».



Источник:

[METRO запустила экспресс-доставку для бизнеса](#)

«Пятёрочка» начала доставлять горячий кофе

Vk.com, 11.07.2023 10:42:00

/новость

«Пятёрочка» запустила доставку горячего кофе: пользователи могут заказать латте, капучино, эспрессо и другие виды свежесваренного кофе. Услуга доступна в Москве и Санкт-Петербурге. Постепенно география будет расширяться на магазины, подключенные к доставке и в которых установлены кофемашины.

При заказе горячего кофе действуют стандартные правила доставки, в том числе минимальная сумма покупки — 499 руб. Помимо кофе и выпечки пользователи смогут заказать продукты и другие товары.



«Пятёрочка» — единственный ритейлер, который по итогам 2022 года вошёл в топ-5 компаний — продавцов горячего кофе. Кофемашинами оборудованы 2300 магазинов сети (12% от общего количества), а к концу года их будет 6500 (34%). Работа по обеспечению торговых точек кофемашинами продолжится.

Источник:

[«Пятёрочка» запустила доставку горячего кофе](#)

Ромир: 28% россиян покупают алкоголь онлайн с САМОВЫВОЗОМ

Romir.ru, 11.07.2023

/исследование

Подавляющее большинство россиян хотели бы заказывать доставку алкоголя домой через специализированные магазины и маркетплейсы. При этом 84% покупателей не станут приобретать больше алкоголя с появлением возможности онлайн-заказа и доставки, показал опрос [Ромир](#).

Покупать алкоголь с доставкой респонденты хотели бы в специализированных магазинах по продаже алкоголя — 48%, на маркетплейсах — 42%, в продуктовых магазинах — 36%. 40% опрошенных хотели бы приобретать онлайн тихие вина и шампанское, 38% — пиво и сидр.

62% россиян хотя бы один раз за год (май 2022 – апрель 2023) покупали алкоголь (любым легальным способом).

Существующий запрет на продажу алкоголя дистанционным способом каждый второй россиянин воспринимает как неэффективную меру для борьбы с алкоголизмом.



Источник:

[Каждый четвертый россиянин покупает алкоголь онлайн с самовывозом](#)

Продавцы мебели стали чаще использовать маркетплейсы

Т.me, 11.07.2023

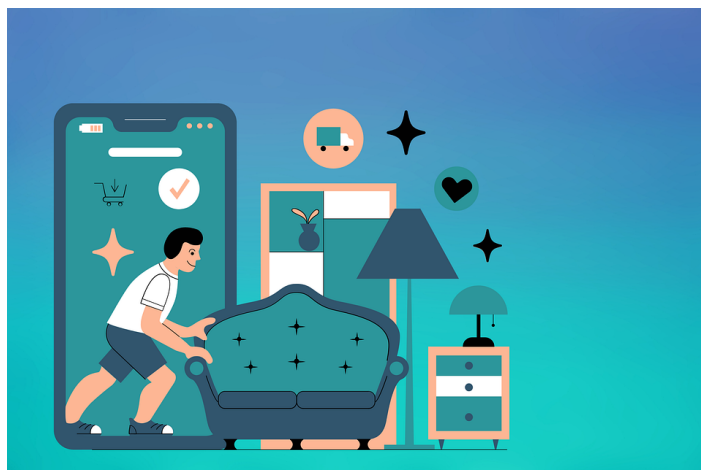
/исследование

Согласно опросу СберМегаМаркета, продавцы мебели стали чаще выбирать маркетплейсы как канал продаж. В период с января по май 2023 года в этой категории появилось 5% новых продавцов, а оборот увеличился в 3,6 раза по сравнению с началом 2022 года. Новые продавцы приходят в основном из регионов центральной России и СФО.

Респонденты отметили, что продажи на маркетплейсе для них:

- основной заработок — 42%
- дополняют основной заработок через другие каналы — 35%
- примерно половина от заработка через все каналы — 23%

Эксперты также выяснили, что 82% новых партнеров продают только внутри одной категории.



Источник:

[СберМегаМаркет: продавцы мебели стали чаще выбирать маркетплейсы как канал продаж](#)

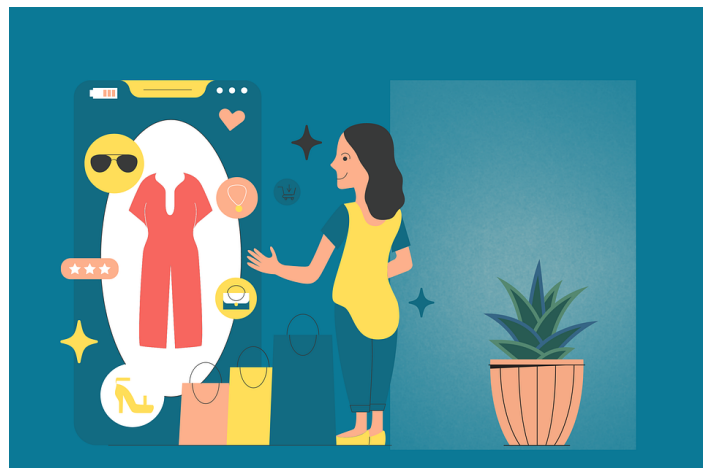
Средний чек в категории «Одежда, обувь и аксессуары» — 3043 руб.

Pimsolutions.ru, 11.07.2023

/исследование

PIM Solutions проанализировала средний чек покупок в категории «Одежда, обувь и аксессуары» за январь-июнь 2023 года в регионах. Для этого были рассмотрены заказы 63 тыс. интернет-магазинов, подключенных к сервисам компании.

- Общий средний чек в категории «Одежда, обувь и аксессуары» в I полугодии 2023 года составил 3043 руб. — на 22% выше, чем за аналогичный период прошлого года.
- Наибольший средний чек отмечен в Республике Ингушетия — 5560 руб. На втором месте — Камчатский край (5036 руб.), на третьем — Республика Алтай (4635 руб.).
- Наименьшие показатели – в Тверской области (1980 руб.), Карелии (2038 руб.) и Тульской области (2230 руб.).



Источник:

PIM Solutions: в 1 полугодии 2023 г. больше всего на одежду и обувь тратили жители Ингушетии

На рынке FMCG выросла доля онлайн-продаж, минимаркетов и дискаунтеров

T.me, 10.07.2023

/исследование

Директор по работе с ключевыми ритейл-партнерами NielsenIQ Александр Шуркаев [рассказал](#) на Retail Week, что происходит в e-grocery:

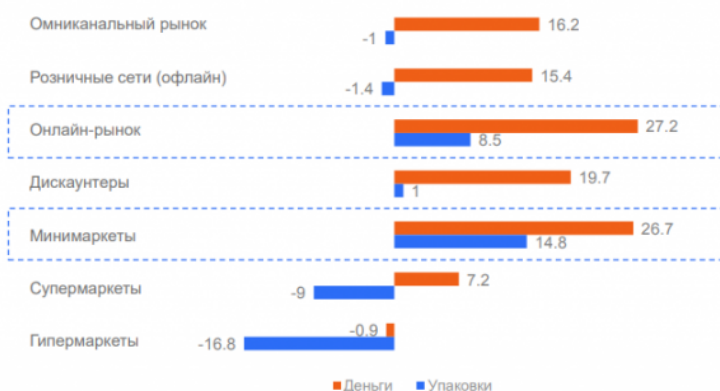
- Онлайн-рынок и магазины у дома показывают самую высокую динамику натуральных продаж год к году, но и самую высокую инфляцию. В период за 12 месяцев по март 2023 года доля онлайн-продаж, минимаркетов и дискаунтеров выросла. Динамика продаж FMCG в онлайн-канале составила 27,2% в деньгах и 8,5% в упаковках год к году.

Онлайн-рынок и магазины у дома показывают самую высокую динамику натуральных продаж год к году...

Доли каналов в структуре продаж денежное выражение, %



Динамика продаж FMCG по каналам торговли К периоду MAT-1, %



Источник: динамика omnikanального рынка – данные розничных сетей (Скантрек) и данные аудита онлайн-рынка NielsenIQ, 12 месяцев по март 2023 года
MAT – moving annual total – 12 месяцев по март 2023; MAT-1 – 12 месяцев по март 2022

NIQ

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

3

- Онлайн-рынок помогает смягчить спад продаж FMCG в офлайн-магазинах. К февралю 2023 года спрос фактически стабилизировался, а инфляция замедлилась. Рост общего рынка FMCG к марту 2023 года составил 16,2%.
- Доля онлайн-продаж снижается по мере удаления от центра. В онлайн-канале растёт значимость отдалённых регионов.
- 7 из 10 покупателей сравнивают цены на наиболее часто приобретаемые товары между онлайн- и офлайн-магазинами
- В 2023 году доля СТМ в онлайн-торговле FMCG приближается к 10%.

Источник:
[Retail Week](#)



Data Insight: Селлеры на российских маркетплейсах 2022

Datainsight.ru, 14.07.2023

/реклама

Data Insight представляет отчеты – дополнения к основному исследованию «Селлеры на российских маркетплейсах 2022».

Структура каждого отчета:

- Портрет продавца.
- Динамика продаж.
- Маркетплейсы как канал продаж.
- Отличия сегмента от селлеров в целом.

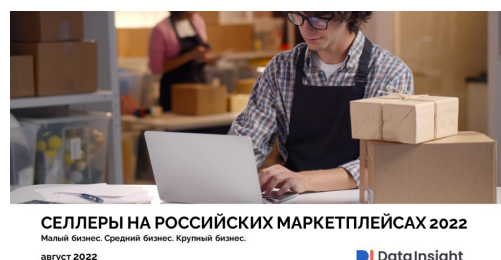
Стоимость каждого отчета: 30 000 рублей + НДС

Формат каждого отчета: pdf-файл

Селлеры на российских маркетплейсах 2022. Малый, средний и крупный бизнес

В отчетах рассматриваются селлеры разного размера:

- Малый бизнес – оборот менее 500 тыс. руб. в месяц.
- Средний бизнес – оборот от 500 тыс. до 3 млн руб. в месяц.
- Крупный бизнес – оборот свыше 3 млн руб. в месяц.



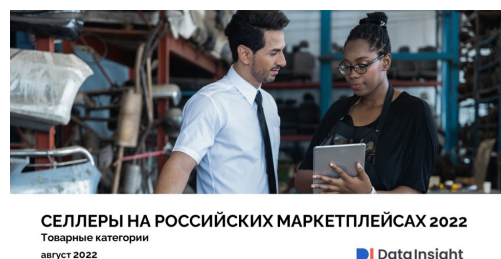
[Заказать отчет по размеру селлеров](#)

Селлеры на маркетплейсах 2022.

Аналитика маркетплейсов в России по товарным категориям

Возможна подготовка отчетов по товарным категориям

- Автотовары
- Товары для дома и дачи
- Детские товары
- Одежда и обувь для взрослых
- Электроника и техника
- Товары для ремонта
- Косметика



[Заказать отчет по товарным категориям](#)

Источник:

Селлеры на российских маркетплейсах 2022. Малый, средний и крупный бизнес

Селлеры на маркетплейсах 2022. Аналитика маркетплейсов в России по товарным категориям

Весь мир:

Продажи на Amazon в Prime Day 2023 достигли \$12,7 млрд

Insiderintelligence.com, 13.07.2023

/НОВОСТЬ

Insider Intelligence собрал основные факты о распродаже Amazon Prime Day, которая проходила 11-12 июля:

- По данным Adobe Analytics, общий объем продаж в период акции вырос на 6,1% год к году до \$12,7 млрд.
- По данным компании Numerator, средний чек заказа составил \$54,05, (в 2022 году — \$52,26). 65% домохозяйств сделали как минимум два отдельных заказа. Средние расходы домохозяйства достигли \$155,67.
- 28% покупателей приобрели товары для дома, 26% — предметы первой необходимости, а 24% — одежду и обувь.
- Покупатели использовали BNPL для 6,5% заказов, что на 20% больше, чем в прошлом году.
- 52% покупателей воздерживались от покупки товаров до тех пор, пока они не поступят на распродажу.
- 54% тех, кто совершал покупки в Prime Day, сравнивали цены на Amazon и у других ритейлеров. В 2021 году это делали только треть покупателей.
- 57% проданных товаров стоили менее \$20.



Источник:

[Amazon reaps rewards as shoppers use Prime Day to stock up on essentials](#)

Четверть продаж Nike приходится на цифровые каналы

Digitalcommerce360.com, 10.07.2023

/новость

Компания Nike в IV кв. 2023 финансового года (закончился 31 мая) увеличила свои цифровые продажи на 14%, а за год — на 24%. Продажи Nike Digital составили 26% от общего объема продаж в финансовом году.

В допандемическом 2019 году на Nike Digital приходилось 10% от общего объема продаж компании. К Nike Digital относятся продажи через сайты и приложения ритейлера.

Выручка Nike в IV кв. выросла на 5% год к году до \$12,8 млрд, а за год — на 10% до \$51,2 млрд. Digital Commerce 360 оценивает онлайн-продажи Nike по итогам фингода примерно в \$13,3 млрд.



Источник:

[Nike Digital sales continue growth trend through fiscal 2023](#)

Amazon и eBay теряют британских пользователей на фоне роста Shein и Temu

Ecommercenews.eu, 14.07.2023

/новость

У Amazon и eBay сократилось число пользователей мобильных приложений в Великобритании. По данным агентства маркетинговых исследований GWS, в январе Amazon ежедневно привлекал 9,3 млн мобильных покупателей, за 6 месяцев их число сократилось до 8,3 млн. У eBay количество ежедневных пользователей приложения упало с чуть менее 6 млн до 4,2 млн.

Ритейлер быстрой моды Shein за последние месяцы удвоил число мобильных пользователей до 2 млн. Temu удалось привлечь 3,5 млн пользователей в день через месяц после выхода в Великобританию. Более того, в среднем покупатели проводят в приложении не менее 18 минут в день. Платформа перепродажи Vinted занимает второе место в этом рейтинге с 14 минутами внимания. В приложениях Amazon, eBay и Shein покупатели проводят в среднем 8 минут в день.



Источник:

'Amazon and eBay lose UK shoppers to Shein and Temu'

Электроника, игрушки и fashion — доминирующие сегменты e-commerce

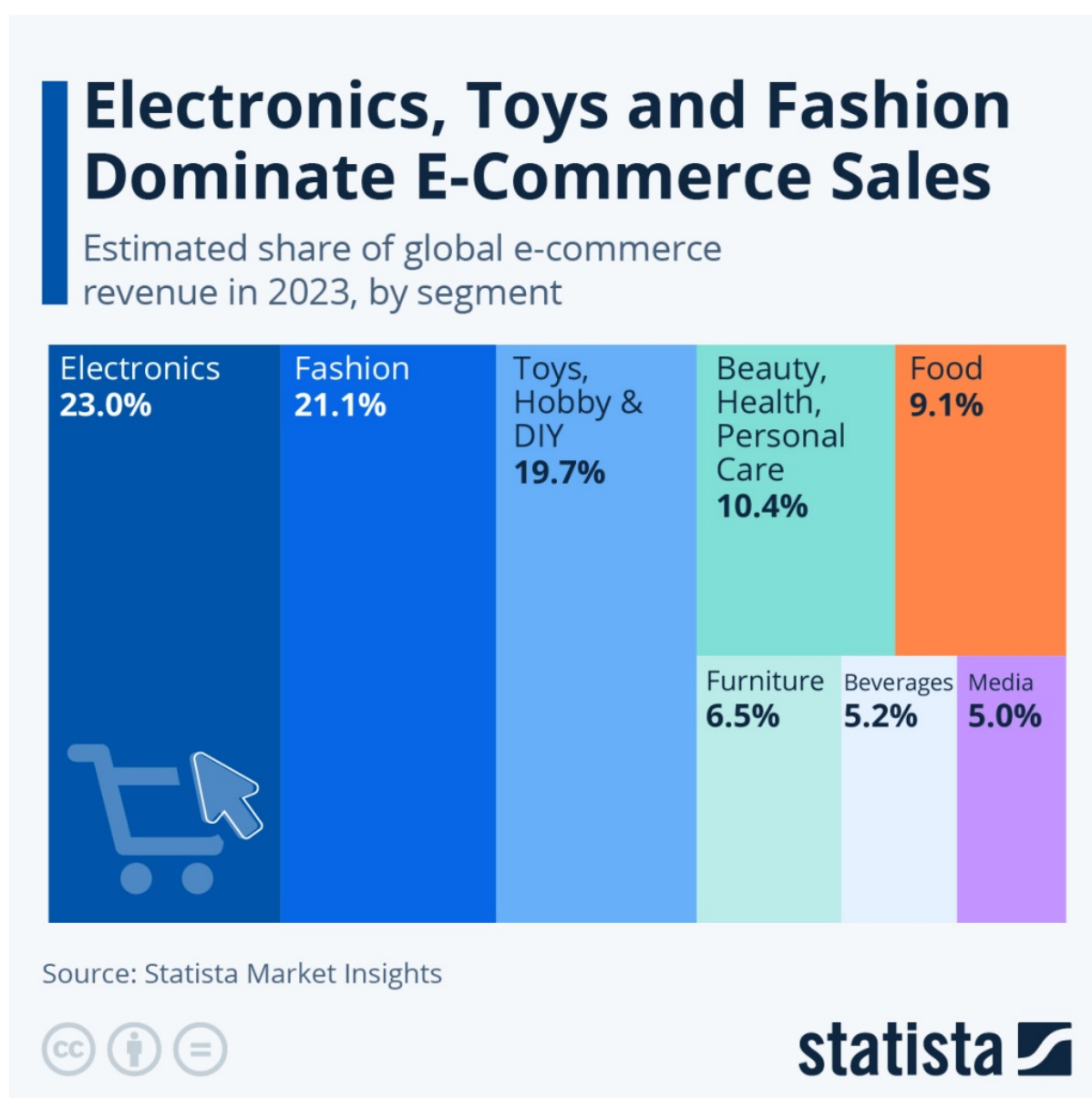
Statista.com, 11.07.2023

/исследование

По данным Statista Market Insights, почти 2/3 глобальных онлайн-продаж приходится на сегменты электроника, fashion, а также игрушки, хобби и DIY. Электроника возглавляет список, поскольку в этом сегменте представлены традиционно дорогие товары. Fashion компенсирует более низкие цены большим объемом продаж.

По мнению аналитиков Statista, онлайн-покупка продуктов станет одним из сегментов с самым высоким потенциалом роста: выручка удвоится с \$330 млрд в 2023 году до \$620 млрд в 2027-м. Тем не менее, этот сегмент в ближайшем будущем не приблизится к топ-3.

Ожидается, что в 2027 году продажи в категориях электроника, fashion, игрушки, товары для хобби и DIY превысят порог в \$1 трлн.



Источник:

[Electronics, Toys and Fashion Dominate E-Commerce Sales](#)

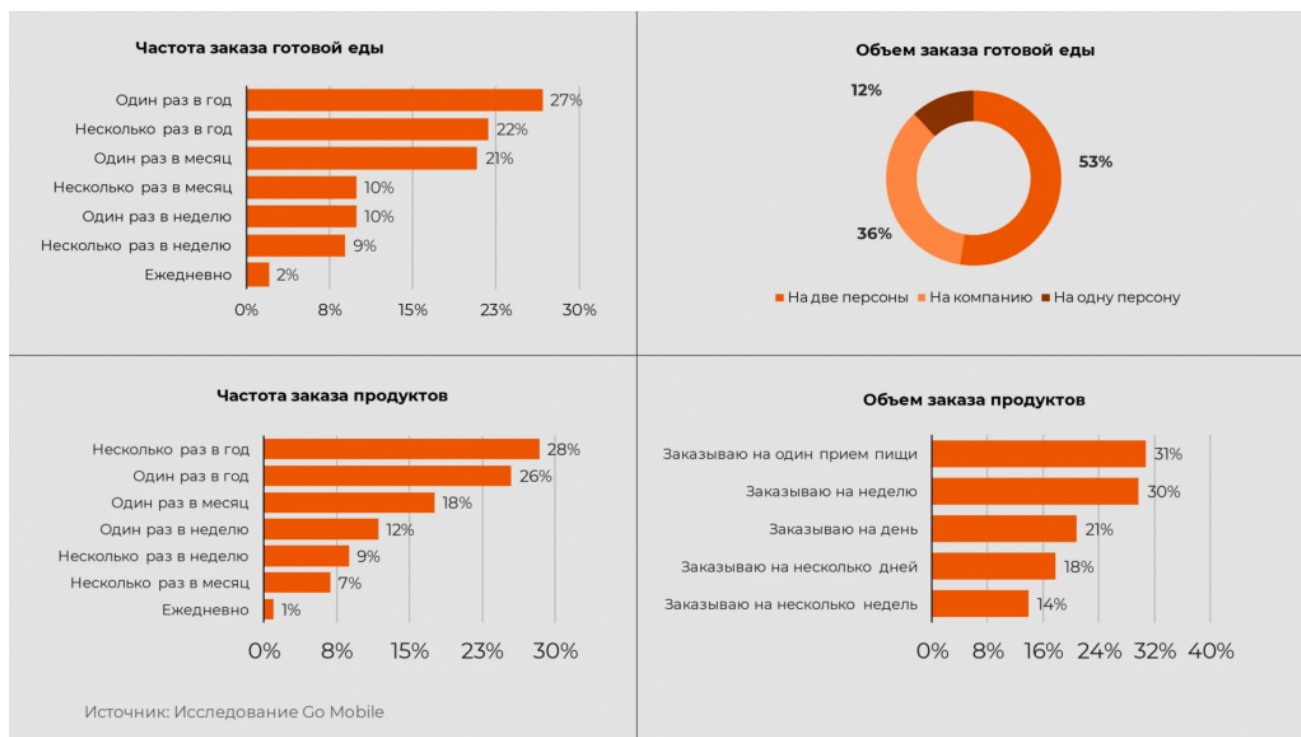
Go Mobile: Жители Казахстана редко заказывают еду на дом

Vc.ru, 13.07.2023

/исследование

Команда Go Mobile в рамках исследования приложений по доставке еды и продуктов в Казахстане провела опрос потребителей:

- Большинство жителей Казахстана заказывают готовую еду один раз в год, продукты — несколько раз в год. Готовую еду чаще заказывают в выходные дни, а продукты — в будни.
- Главный барьер при заказе готовой еды — высокая стоимость доставки. Пользователи готовы потратить на еду до 3000 ₸ (36%) и от 3001-6000 ₸ (36%).
- Невозможность проверить качество товара — главный барьер при доставке продуктов. Этим обеспокоен 31% опрошенных.
- Более 50% респондентов совершают заказ в мобильном приложении.
- Отзывы других людей и собственный опыт — главный внешний фактор, на который полагаются пользователи.
- Скорость доставки — главный внутренний фактор выбора сервиса доставки.
- 38% опрошенных хотят получить свою доставку в течение часа. За варианты «до 30 минут» и «до 10 минут» проголосовали 9% и 1% респондентов соответственно. Тренд на Q-commerce только зарождается в Казахстане.
- 78% респондентов предпочтут заказ еды на дом походу в заведение общественного питания.



Источник:

Как жители Казахстана пользуются сервисами доставки еды: исследование Go Mobile

В Европе топ-6 рынков e-commerce генерируют 72% онлайн-продаж

Ecommercenews.eu, 11.07.2023

/исследование

В 2022 году на шесть крупнейших рынков электронной коммерции в Европе (Великобританию, Германию, Францию, Италию, Испанию и Нидерланды) пришлось 72% всех расходов в сфере электронной торговли, следует из отчета E-commerce in the Post-Pandemic Era, подготовленного CBRE.

Если посмотреть на рынки и влияние пандемии, кажется, что на развитых рынках наблюдается небольшой рост. В этом исследовании проникновение электронной коммерции определяется как процент от общего объема розничных продаж через онлайн-каналы, а не через магазины.

Если бы тенденция роста с 2015 по 2019 год сохранилась, проникновение электронной коммерции в Великобритании к концу 2022 года составило бы 25%, однако фактический показатель — 27%.

Figure 3: Years ahead of pre-pandemic trend and share of total European e-commerce spend

Market	Years ahead of pre-COVID trend	Share of total European e-commerce spend
Spain	5.2	5%
Italy	3.9	6%
France	3.2	10%
Germany	2.7	18%
UK	1.3	28%
Netherlands	0.0	5%

Source: CBRE Research, Euromonitor, Eurostat

Согласно предпандемической тенденции, уровень проникновения немецкого рынка электронной коммерции к концу 2022 года составит 15%. Фактический показатель — 17%.

Рынок в Нидерландах вернулся к своей допандемической тенденции. В результате пандемии дополнительного роста не наблюдалось.

В странах с развивающимися рынками электронной коммерции наблюдался наибольший относительный рост. Испанская электронная коммерция должна иметь уровень проникновения 9%, согласно предпандемической тенденции. Реальная цифра — 12%. Для Италии показатели составили 8% и 10%.

Источник:

[Europe's top 6 ecommerce markets generate 72% online spend](#)

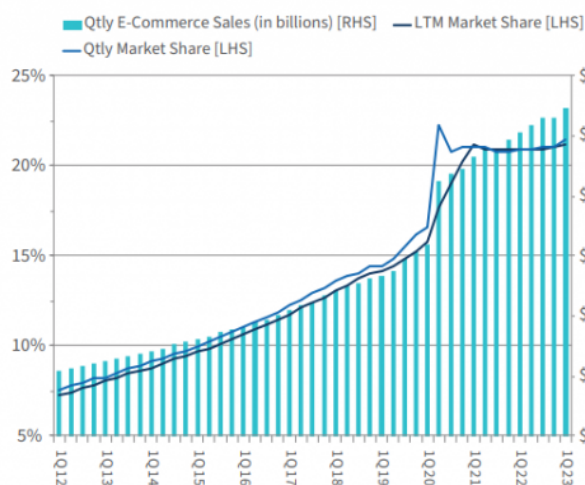
FTI Consulting: Розничные онлайн-продажи в США достигнут \$1,14 трлн в 2023 г.

Fticonsulting.com, 10.07.2023

/исследование

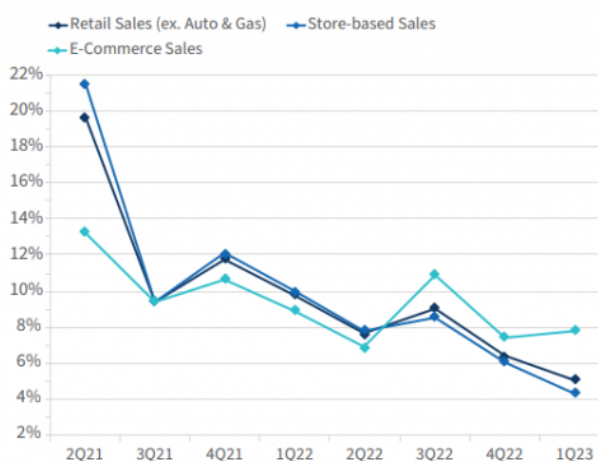
Согласно прогнозу FTI Consulting, в 2023 году розничные онлайн-продажи в США вырастут на 10% и достигнут \$1,14 трлн.

Figure 1: U.S. E-Commerce Sales and Market Share



Source: U.S. Census Bureau, FTI Consulting Analysis

Figure 2: Total U.S. Retail Sales Growth (Nominal, YoY)



Source: U.S. Census Bureau, FTI Consulting Analysis

Электронная коммерция сохранила рост доли рынка с 2020 года, но он значительно замедлился после всплеска пандемии. Общая доля рынка электронной коммерции колеблется выше 21%, хотя для некоторых основных категорий продуктов она значительно больше. Доля Amazon в общем объеме онлайн-продаж в США находится на рекордно высоком уровне чуть выше 40%.

Примерно 80% покупателей считают, что персонализация может улучшить их опыт покупок в интернете, при этом 75% опрошенных «очень заинтересованы» в получении персонализированных предложений продуктов и рекламы. Однако только 48% респондентов не опасаются делиться личными данными (например, историей посещенных страниц, демографическими данными, транзакциями).

Источник:

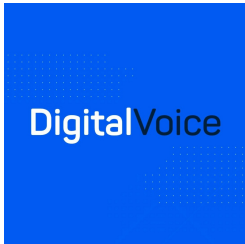
[2023 Online Retail Report](#)

Подкасты о e-commerce

Digital Voice

Подписная модель в e-commerce работает? — Trendy Box

Бизнес на подписной модели в России исторически работает не очень хорошо. Если сравнить количество компаний, предлагающих товары и наборы товаров по подписке, с США, то наш рынок просто микроскопический. Но почему так сложилось и есть ли на рынке успешные исключения, поговорили с Ларисой Павенко — основателем и CEO компании Trendy Box, которая успешно развивает наборы по подписке в России и строит большие планы на масштабирование проекта.

The logo for DigitalVoice, featuring the text "DigitalVoice" in white on a blue rectangular background.

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.