

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2023 / № 32

07 Августа 2023 - 13 Августа 2023

В выпуске:

Россия:

Data Insight: Кто, как и почему заказывает доставку продуктов 2023

Продажи «ВинЛаб» по системе click & collect выросли на 95% в I полугодии

Авито: Онлайн-торговля — в числе самых востребованных видов бизнеса

Почта России открывает отделения, совмещенные с ПВЗ маркетплейсов

Что заказывают ночью в М.Видео москвичи и петербуржцы?

INFOLine: «Самокат» — лидер рынка e-grocery во II кв. 2023 г.

Оборот рынка готовых наборов питания сокращается

АКИТ: Объем продаж онлайн-торговли России вырос на 20% в I полугодии 2023 г.

Число покупок в интернет-магазинах выросло на 20% в I полугодии 2023 г.

Доля СТМ на онлайн-рынке на Волге и Урале обогнала средние значения

Data Insight совместно с Cross Insights: Перспективы бизнеса в Узбекистане

Весь мир:

Wildberries: Итоги работы с бизнесом Казахстана и Беларуси в I полугодии 2023 г.

Квартальная выручка Alibaba выросла на 14%, превзойдя ожидания аналитиков

Wildberries запустил в Азербайджане партнерскую программу по открытию ПВЗ

Amazon наращивает выручку от маркетплейса и рекламы

TikTok Shop запускает в Великобритании услуги фулфилмента

Объем посылок на 13 основных рынках вырос лишь на 1% в 2022 г.

Онлайн-продажи ювелирных изделий и часов снизились на 10% в 2022 г.

Подкасты и видео



Data Insight: Кто, как и почему заказывает доставку продуктов 2023

Datainsight.ru, 10.08.2023

/новость

Data Insight при поддержке **Perfluence** публикует результаты исследования покупательского поведения «Кто, как и почему заказывает доставку продуктов 2023».

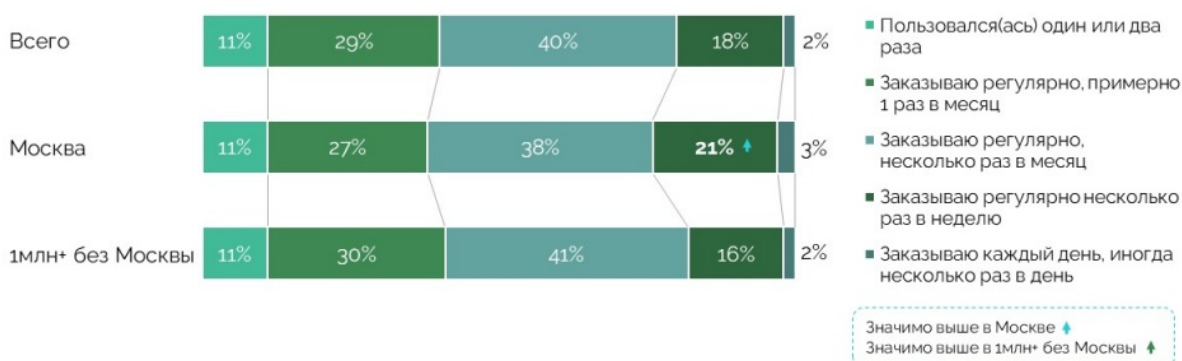
В исследовании приведены результаты опроса жителей Москвы и городов миллионников старше 18 лет (проживающие в городах не менее трех последних месяцев), которые указали, что покупали или заказывали продукты питания онлайн в течение 30 дней до проведения опроса.

Ключевые тезисы:

- **40%** опрошенных делают заказы продуктов питания через интернет регулярно, несколько раз в месяц.
- Чек **68%** заказов составляет до **2 500 руб.**, а треть заказов (**38%**) включают в себя от 6 до 10 различных наименований товаров.
- Каждый третий (**33%**) опрошенный сделал свой последний онлайн-заказ продуктов питания в офлайновом ритейле. **70%** опрошенных сделали свой последний заказ через смартфон.
- Курьерскую доставку продуктов выбирает абсолютное большинство пользователей (**78%**).

Частота покупок

40% опрошенных покупателей заказывают продукты регулярно несколько раз в месяц. Всего **2%** делает заказы каждый день или несколько раз в день. Каждый пятый опрошенный житель Москвы (**21%**) поделился, что заказывает продукты через интернет регулярно несколько раз в неделю – этот показатель статистически значимо выше, чем результат в целом по выборке и чем в других городах миллионниках.



Онлайн-опрос покупателей в рамках исследования «Кто, как и почему заказывает доставку продуктов 2023»
Вопрос: «Насколько часто вы пользовались заказом продуктов через интернет за последние 3 месяца?»
База: Россия, города 1млн+, 18-54, покупали продукты питания онлайн за 30 дней, предшествующих опросу, N-1784



Источник:

Кто, как и почему заказывает доставку продуктов 2023



Продажи «ВинЛаб» по системе click & collect выросли на 95% в I полугодии

Belugagroup.ru, 10.08.2023

/новость

Объем продаж сети «ВинЛаб» в I полугодии 2023 увеличился на 33,5%. Продажи по системе click & collect выросли на 95% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Доля электронной коммерции в сети составляет 7,3% против 5,8% в прошлом году. Более 170 тыс. электронных заказов выдаются в магазинах «ВинЛаб» ежемесячно. NPS в цифровом канале вырос, превысив 75%, что улучшает показатели удовлетворенности по сети в целом.

Группа продолжит развивать «ВинЛаб», уделяя отдельное внимание электронной коммерции в рамках сети.



Источник:

Финансовые результаты BELUGA GROUP за первую половину 2023 года

Операционные результаты за I полугодие 2023 года

Авито: Онлайн-торговля — в числе самых востребованных видов бизнеса

Т.me, 10.08.2023

/новость

В период с апреля по июнь 2023 года спрос на покупку готовых компаний и франшиз вырос на 11%, следует из данных рейтинга инвестиционной привлекательности бизнеса, подготовленного экспертами Авито.

Пункты выдачи заказов, предприятия общепита и интернет-магазины стали самыми востребованными видами бизнеса среди российских предпринимателей. Во II кв. суммарно на них приходилось 46% в общей структуре спроса в макрокатегории «Готовый бизнес и франчайзинг».

Наиболее высокие темпы роста спроса со стороны инвесторов показали категории интернет-магазинов, медицинские и стоматологические центры, туристический бизнес. По итогам II кв., суммарная доля всех трех категорий в структуре спроса на Авито выросла вдвое и превысила 13% против 7% годом ранее.



Источник:

[Онлайн-торговля и точки общественного питания в лидерах рейтинга инвестиционной привлекательности бизнеса](#)

Почта России открывает отделения, совмещенные с ПВЗ маркетплейсов

T.me, 09.08.2023

/новость

Почта России запускает в микрорайонах с новой застройкой отделения обновленного формата, которые включают две зоны.

В одной части клиенты смогут получать и отправлять посылки, письма, оплачивать счета и переводить деньги. В другой зоне будет полноценный ПВЗ маркетплейса-партнера, где можно получить заказ или оформить возврат, а также отдать товары для доставки.

На начальном этапе Почта откроет 30 отделений вместе с Яндекс Маркетом в Москве и Санкт-Петербурге, первые из них уже начали работу.



Источник:

[Почта и ПВЗ маркетплейсов в отделениях нового формата](#)

Что заказывают ночью в М.Видео москвичи и петербуржцы?

Mvideoeldorado.ru, 09.08.2023 11:15:00

/новость

В М.Видео-Эльдорадо проанализировали интерес покупателей к круглосуточной экспресс-доставке в Москве и Санкт-Петербурге.

Покупатели могут получить несколько десятков тысяч наименований товаров, кроме крупногабаритной техники, доступных в круглосуточных магазинах М.Видео. Доставка осуществляется при помощи партнеров — агрегаторов такси.

С круглосуточной доставкой чаще всего заказывают электронику и аксессуары, ноутбуки и мониторы, а также товары для «умного дома» и колонки, пылесосы, игровые консоли.

Наиболее активное время для ночных заказов — 22:00-2:00, пик по количеству покупок приходится на 23:00. В среднем доставка до двери клиента занимает 1,5 часа, минимальный срок получения — 30 минут.

Источник:

Москвичи и петербуржцы ночью заказывают в М.Видео смартфоны, пылесосы и электрогрили, пик спроса в 23:00



INFOLine: «Самокат» — лидер рынка e-grocery во II кв. 2023 г.

Sostav.ru, 11.08.2023 14:30:00

/исследование

Рынок онлайн-продаж продовольственных товаров вырос на 36,5% до 404 млрд руб. в I полугодии 2023 года, согласно данным INFOLine. Рост доли в объеме розничных продаж продовольственных товаров увеличился на 0,9 п.п. до 3,8%. К концу года рынок e-grocery достигнет от 900 до 925 млрд руб. Доля онлайн в объеме розничных продаж увеличится до 4-4,2%.

Во II кв. 2023 года онлайн-продажи выросли на 48,9% до 204 млрд руб., их доля в общем объеме розничных продаж увеличилась на 1,1 п.п. до 3,7%. Ускорение темпов роста рынка связано преимущественно с низкими показателями II кв. 2022 года. Драйвером роста остается экспресс-доставка, которая для большинства игроков (кроме «ВкусВилла») убыточна.



Лидеры рейтинга INFOLine E-grocery Russia TOP по итогам II кв. 2023 года:

1. **«Самокат»** нарастил оборот по сравнению с аналогичным периодом 2022 года более чем в два раза до 36,5 млрд руб. Сервис сохранил лидерство по количеству заказов, доставляя около 550 тыс. в день. За I полугодие оборот компании достиг 68,5 млн. руб.
2. **СберМаркет** — оборот вырос на 66,5% до 35,3 млрд руб. по сравнению со II кв. 2022 года, а по сравнению с I кв. 2023-го — на 5,3%. По результатам I полугодия сервис сохранил за собой лидерство.
3. **«ВкусВилл»** нарастил онлайн-продажи на 56,7% до 32,1 млрд руб. По сравнению с I кв. 2023 года продажи увеличились на 1,6%.
4. **E-commerce активы Яндекса** (Яндекс Лавка, Яндекс Еда и Маркет Деливери без учета доставки из ресторанов, Яндекс Маркет — продажи товаров категории еда) нарастили совокупный оборот за II кв. на 38,3% до 32,1 млрд руб. год к году.

Источник:

Рынок e-grocery вырос до 404 миллиардов рублей по итогам первой половины 2023 года

Оборот рынка готовых наборов питания сокращается

Kommersant.ru, 11.08.2023 00:57:00

/исследование

Оборот рынка доставки готовых рационов питания и наборов для приготовления блюд может сократиться на 1% вместо ожидаемого роста на 5–15% год к году, сообщает [«Коммерсантъ»](#) со ссылкой на исследование Infoline.

Совокупные продажи по итогам года окажутся на уровне 15,5 млрд руб. против ранее ожидавшихся 16,5 млрд руб. Гендиректор «Infoline-Аналитики» Михаил Бурмистров объясняет ухудшение прогноза фокусом игроков на развитие бюджетных линеек.

Во II кв. 2023 года общая выручка сервисов сократилась на 18,2% год к году до 3,6 млрд руб. Оборот Performance Group снизился на 3% год к году, до 1,35 млрд руб., «Шефмаркета» — на 3%, до 328 млн руб., Elementaree — на 33%, до 130 млн руб. Выручка Grow Food выросла на 19% год к году, до 1,03 млрд руб., что может быть связано с хорошим спросом на бюджетную линейку.

Партнер Data Insight Борис Овчинников говорит, что рост предложения готовых блюд у игроков рынка e-grocery также повлиял на снижение количества заказов у специализированных сервисов доставки готовых рационов. Кризис сегмента готовых рационов и наборов для приготовления еды не удивляет, так как это премиальный продукт для аудитории, заметная часть которой покинула Россию. По словам эксперта, сокращение продаж год к году — весьма пессимистичный сигнал для рынка.

Источник:

[Потребители сэкономили на рационах](#)



АКИТ: Объем продаж онлайн-торговли России вырос на 20% в I полугодии 2023 г.

Akit.ru, 09.08.2023

/исследование

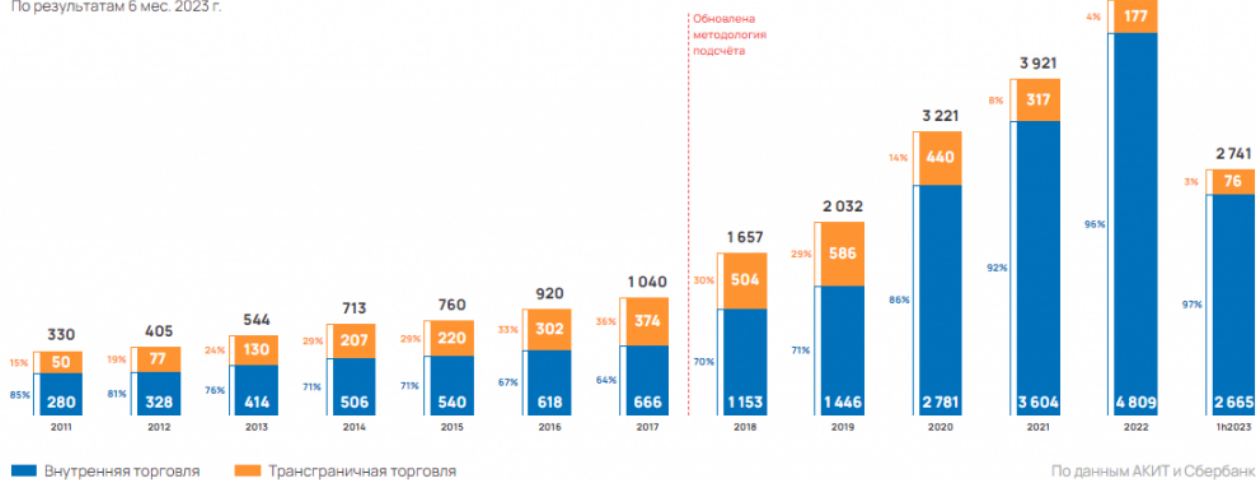
По данным АКИТ, объем продаж онлайн-торговли в России за первые полгода увеличился на 20%, составив 2,7 трлн руб. 97,2% покупок сделаны в российских компаниях интернет-торговли. Доля e-commerce в общем объеме розничных продаж составляет 12,7%.

В регионах онлайн-торговля растет, при этом у тройки лидеров доли сокращаются:

- Год назад на Москву приходилось 20,4% от всех покупок, сейчас — 18,4%.
- Московская область – 9,2% против 10,7% в I полугодии 2022.
- Санкт-Петербург – 6,2% против 7,3% в I полугодии 2022.

Российский рынок интернет-торговли (млрд руб.)

По результатам 6 мес. 2023 г.



Источник:

Рост онлайн-торговли в России в первом полугодии 2023 года



Число покупок в интернет-магазинах выросло на 20% в I полугодии 2023 г.

Yoomoney.ru, 09.08.2023

/исследование

По данным ЮKassa, число покупок в интернет-магазинах за первые 6 месяцев 2023 года выросло на 20% по сравнению с предыдущим полугодием. Обороты платежей увеличились на 17%, а покупателей в интернете стало на 6% больше.

На маркетплейсах количество покупок выросло на 22% по сравнению с предыдущим полугодием. Обороты платежей стали на 13% больше.

Среди маленьких магазинов на 92% выросло количество площадок, продающих товары для охоты и рыбалки. Обороты и число покупок в таких магазинах увеличились более чем втрое, а средний чек составил 7122 руб. (+6%).

На 65% выросло число небольших магазинов с товарами для дома. Их обороты увеличились на 81%, число покупок — на 46%, средний чек — на 24% до 1199 руб.

Средних магазинов мужской и женской одежды стало на 52% больше. Обороты платежей у них выросли на 68%, число покупок — на 55%, средний чек — на 9% до 11 490 руб.

Источник:

[E-commerce за полгода: как интернет-магазины растут в эпоху маркетплейсов](#)



Доля СТМ на онлайн-рынке на Волге и Урале обогнала средние значения

Т.me, 08.08.2023

/исследование

По данным NielsenIQ, за 12 месяцев по июнь 2023 года доля СТМ на онлайн-рынке на Волге (9,5%) и Урале (8,4%) обогнала средний уровень и Центральный ФО (8,1%).

Если рассматривать не долю от всей корзины в разбивке на СТМ и бренды, а продажи в денежном выражении, то на Центральный ФО приходится 48% товарооборота частных марок. Но на фоне снижения значимости Центрального ФО в пользу других регионов на онлайн-рынке FMCG пропорция может измениться.

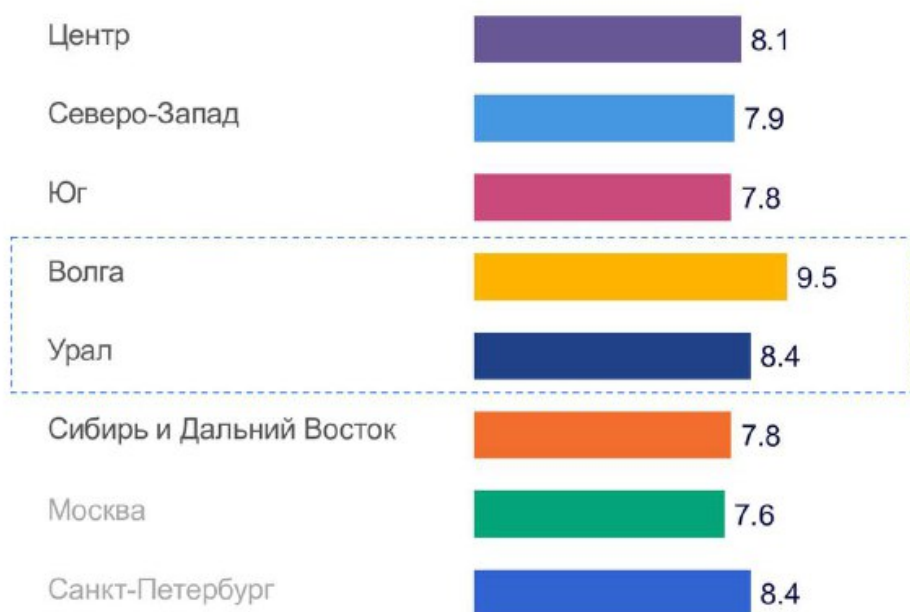
Онлайн-рынок и СТМ:

где самая высокая доля продаж?

За счет опережающей динамики онлайн-рынка в регионах доля интернет-продаж СТМ в некоторых из них обогнала средние значения.

Доля СТМ на онлайн-рынке

Денежное выражение, %



Источник: ритейл-аудит онлайн-рынка Nielsen, 12 месяцев по июнь 2023 года.

Источник:

Доля продаж СТМ на онлайн-рынке в регионах обогнала средние значения

Data Insight совместно с Cross Insights: Перспективы бизнеса в Узбекистане

Datainsight.ru, 09.08.2023

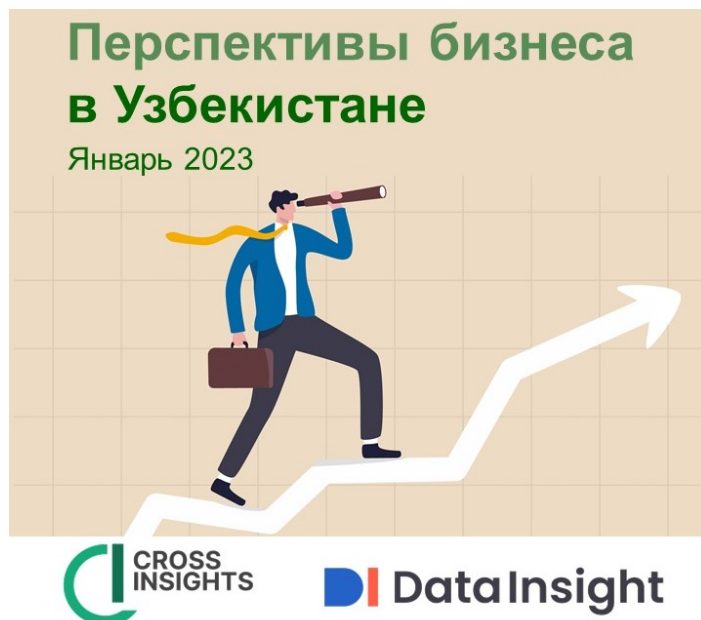
/реклама

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: Итоги работы с бизнесом Казахстана и Беларуси в I полугодии 2023 г.

T.me, 11.08.2023

/НОВОСТЬ

Продажи локальной продукции из **Казахстана** на Wildberries в I полугодии 2023 выросли на 116% до 3,6 млрд тенге. Запущена программа поддержки местных партнеров и увеличено вознаграждение владельцам новых пунктов выдачи.



Число предпринимателей из **Беларуси** на Wildberries в I полугодии выросло на 30%. Продажи местной продукции увеличились до 595,6 млн бел. руб. (+51% год к году).



Источник:

Публикуем итоги партнерства Wildberries с бизнесом Казахстана в 1 полугодии 2023 г.
Подвели итоги сотрудничества с бизнесом Беларуси в 1 полугодии 2023 г.



Квартальная выручка Alibaba выросла на 14%, превзойдя ожидания аналитиков

Alizila.com, 10.08.2023

/НОВОСТЬ

Результаты Alibaba Group за финансовый квартал превзошли ожидания аналитиков. За три месяца, закончившихся 30 июня 2023 года, выручка Alibaba подскочила на 14% в годовом исчислении до 234,16 млрд юаней (\$32,29 млрд), что выше консенсус-прогноза Bloomberg и Refinitiv примерно в 224 млрд юаней.

JUNE QUARTER SUMMARY FINANCIAL RESULTS

	Three months ended June 30,			YoY % Change
	2022	2023		
	RMB	RMB	US\$	
	(in millions, except percentages and per share amounts)			
Revenue	205,555	234,156	32,292	14%
Income from operations	24,943	42,490	5,860	70% ⁽²⁾
Operating margin	12%	18%		
Adjusted EBITDA ⁽¹⁾	41,114	52,052	7,178	27% ⁽³⁾
Adjusted EBITDA margin ⁽¹⁾	20%	22%		
Adjusted EBITA ⁽¹⁾	34,419	45,371	6,257	32% ⁽³⁾
Adjusted EBITA margin ⁽¹⁾	17%	19%		
Net income	20,298	33,000	4,551	63% ⁽⁴⁾
Net income attributable to ordinary shareholders	22,739	34,332	4,735	51% ⁽⁴⁾
Non-GAAP net income ⁽¹⁾	30,252	44,922	6,195	48% ⁽³⁾
Diluted earnings per share ⁽⁵⁾	1.06	1.66	0.23	56% ^{(4) (6)}
Diluted earnings per ADS ⁽⁵⁾	8.51	13.30	1.83	56% ^{(4) (6)}
Non-GAAP diluted earnings per share ^{(1) (5)}	1.47	2.17	0.30	48% ^{(3) (6)}
Non-GAAP diluted earnings per ADS ^{(1) (5)}	11.73	17.37	2.40	48% ^{(3) (6)}

Скорректированный показатель EBITA (non-GAAP) вырос на 32% в годовом исчислении до 45,37 млрд юаней (\$6,26 млрд) за квартал, превысив прогноз Refinitiv примерно в 39 млрд юаней. Чистая прибыль выросла на 63%, составив 33 млрд юаней (\$4,6 млрд). Чистая прибыль (non-GAAP) увеличилась на 48% до 44,92 млрд юаней (\$6,195 млрд), что выше консенсус-прогноза Bloomberg и Refinitiv, составляющего около 38 млрд юаней.

В марте Alibaba объявила о реорганизации, в рамках которой созданы шесть основных бизнес-кластеров. Это позволяет менеджерам быстрее реагировать на изменения рынка. Выручка бизнеса Taobao and Tmall Group выросла на 12% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Alibaba International Digital Commerce Group (AIDC) нарастила выручку от розничной и оптовой торговли на 41%.

Источник:

[Alibaba Beats Wall Street's Q1 Forecasts As Users Flock To Taobao](#)



Wildberries запустил в Азербайджане партнерскую программу по открытию ПВЗ

T.me, 09.08.2023

/новость

Предприниматели в Азербайджане смогут открывать пункты самовывоза вместе с Wildberries. Программа доступна при запуске новых партнерских пунктов (ППВЗ) и включает доход от 4,04% от оборота самовывоза.

Открыть партнерскую точку может любой желающий при наличии юрлица. Основные требования к помещению: площадь от 50 кв. м, расположение на 1 этаже с отдельным входом и круглосуточным доступом.

Wildberries начал продажи в Азербайджане в начале августа 2023 года.



Источник:

[Wildberries запустил в Азербайджане партнерскую программу по открытию пунктов выдачи](#)

Amazon наращивает выручку от маркетплейса и рекламы

Marketplacepulse.com, 08.08.2023

/новость

Через два года совокупная выручка Amazon от маркетплейса и рекламы может превысить выручку от его собственных розничных онлайн-продаж, прогнозирует Marketplace Pulse.

Во II кв. 2023 года выручка Amazon от продажи товаров в интернете составила \$52,9 млрд. Компания также получила \$32,3 млрд от комиссий за транзакции и фулфилмент и \$10,6 млрд от рекламных услуг.

С 2018 года бизнес Amazon в сфере инфраструктуры розничной онлайн-торговли вырос в 3,7 раза, тогда как собственные онлайн-продажи — в 1,9 раза. Если тенденция сохранится, через два года выручка от услуг продавцам и брендам превзойдет выручку ритейл-бизнеса компании.



Источник:

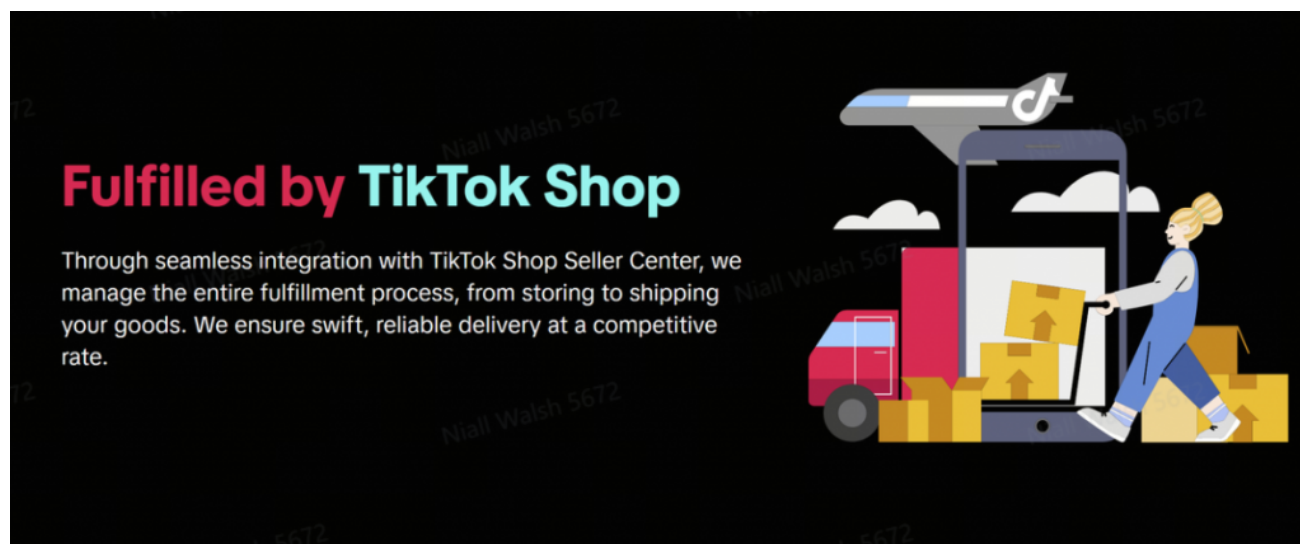
[Amazon's Evolution to Retail Infrastructure Provider](#)

TikTok Shop запускает в Великобритании услуги фулфилмента

Newsroom.tiktok.com, 08.08.2023

/новость

TikTok объявил о запуске логистической программы Fulfilled by TikTok (FBT) для продавцов, использующих TikTok Shop в Великобритании. Сервис должен «помочь продавцам избавиться от трудоемкой логистики с помощью простого, быстрого и доступного решения, чтобы они могли сосредоточиться на важных аспектах своего бизнеса, таких как маркетинг, контент и разработка продуктов».



TikTok Shop хранит, собирает, упаковывает, а затем отправляет товары продавцов пользователям TikTok. Посылки не должны превышать 30 кг или 31,5 кубических литров на отгрузку. TikTok Shop взимает плату за хранение на складе, доставку и другие дополнительные услуги.

Источник:

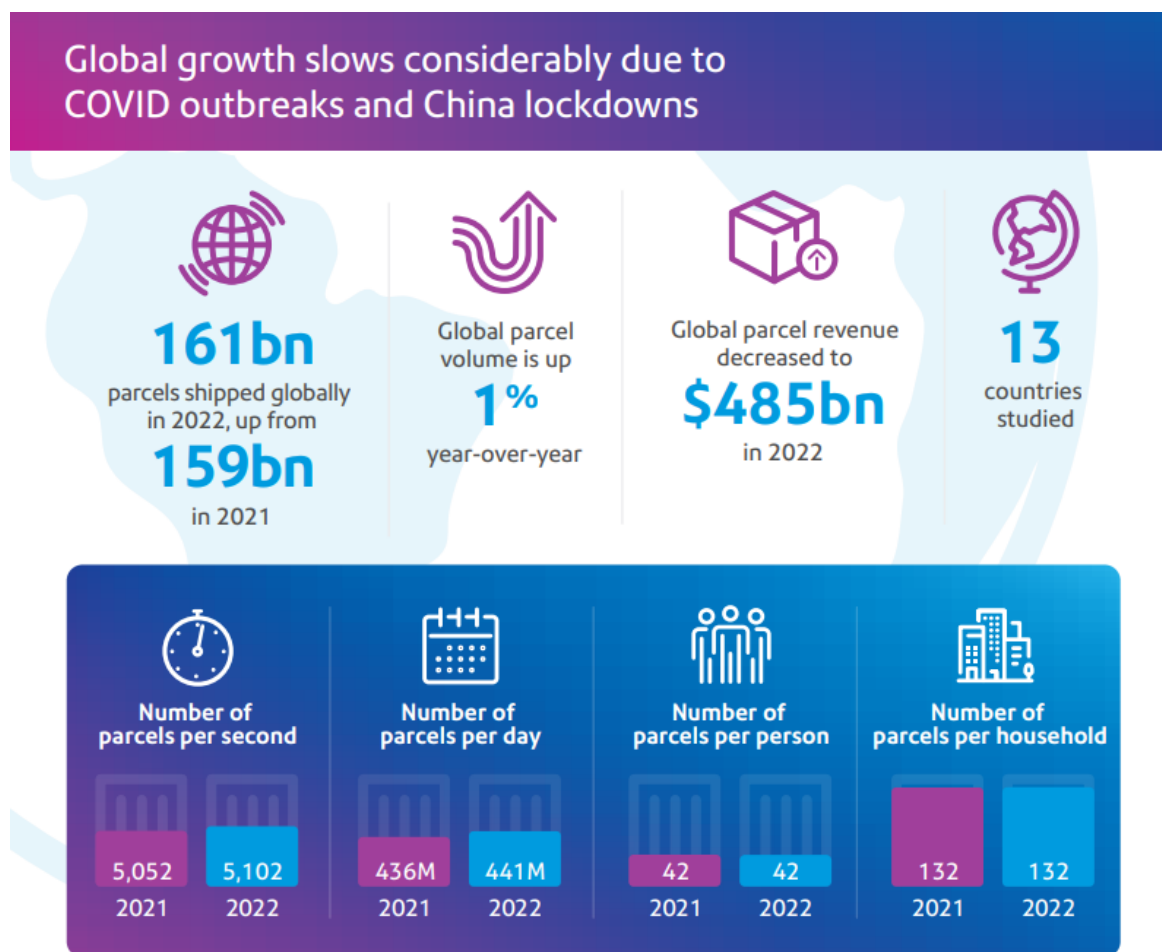
[TikTok Shop launches new logistics offer 'Fulfilled by TikTok' in the UK](#)

Объем посылок на 13 основных рынках вырос лишь на 1% в 2022 г.

News.pb.com, 09.08.2023

/исследование

Объем посылок на 13 основных рынках мира в 2022 году вырос лишь на 1% год к году и достиг 161 млрд, следует из Global Parcel Shipping Index от компании Pitney Bowes. Каждую секунду отправляли 5102 посылки, тогда как в 2021-м — 5052. Выручка от посылок снизилась на 1%, составив \$485 млрд.



За последние семь лет глобальный объем посылок вырос на 150%. В 2022 году Индия лидировала с самым высоким ростом на 18% за счет расширения электронной торговли. В Швеции и Канаде произошло значительное снижение на 11% и 9% соответственно.

Китай остается крупнейшим рынком по объему посылок, однако его рост составил лишь 2%. США сохранили лидерство по выручке — \$198 млрд (+7%).

В США, Канаде, Бразилии, Японии и Индии существует разрыв от 12% до 8% между ростом объема посылок и ростом e-commerce. Это связано с онлайн-покупками, которые не требуют доставки посылок, такими как заказ продуктов, Click-and-Collect и альтернативными способами доставки. В остальных странах объем посылок и рост электронной торговли хорошо согласуются с небольшим разрывом.

Источник:

[Pitney Bowes Parcel Shipping Index Confirms Extended Effects of COVID-19 Lockdowns on Chinese Shipping Through 2022](#)

Онлайн-продажи ювелирных изделий и часов снизились на 10% в 2022 г.

Ecommercedb.com, 08.08.2023

/исследование

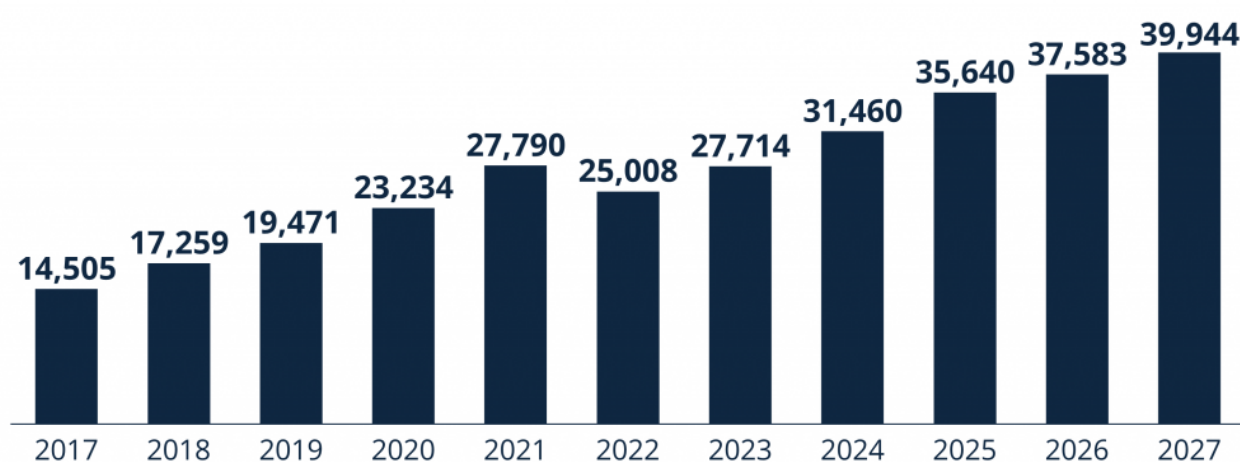
По данным Statista, с 2017 по 2022 год онлайн-продажи ювелирных изделий и часов в мире выросли с \$14,5 млрд до \$25 млрд. На рынке происходили колебания, вызванные глобальными событиями, такими как пандемия COVID-19.

Несмотря на 10%-ный спад в 2022 году, рынок продемонстрировал способность адаптироваться к этим изменениям. Ожидается, что в 2023-м он восстановится с ростом на 10,8%, а к концу 2027-го достигнет \$40 млрд.

- Среди специализированных онлайн-магазинов ювелирных изделий и часов по объему продаж лидирует ctfmall.com, который поднялся с 3-го места в 2018 году на 1-е в 2021–22 гг. (\$898,5 млн в 2022 году).
- Pandora.net стабильно занимает 2-е место (\$817,5 млн в 2022 году).
- А вот bluenile.com (№1 в 2018-19 гг.) оказался на 3-м месте (\$610,9 млн в 2022 году), что указывает на динамичную и конкурентную рыночную среду.

ECOMMERCE REVENUE DEVELOPMENT IN THE GLOBAL JEWELRY & WATCHES MARKET

in million US\$



Source: Statista Market Insights, ecommerceDB



Источник:

[Online Jewelry & Watches Market: Size, Growth, Share & Competition](#)



Подкасты и видео

Digital Voice

E-commerce в РИВ ГОШ — Косметический рынок в России — Тиран Акопян

Крупный ритейл в сфере косметики и парфюмерии столкнулся с уходом ключевых поставщиков и уходом каналов коммуникации с аудиторией. Как эти проблемы решает компания РИВ ГОШ — в беседе с директором стратегического маркетинга и цифровой трансформации Тираном Акопяном.

Слушать: [Podcast.ru](https://podcast.ru)

Смотреть: [YouTube](#)



Практика_days

E-commerce re:store. Андрей Васильев

В гостях Андрей Васильев, директор по электронной коммерции re:store. Как дела у re:store и других проектов Inventive Retail Group, которые входят в группу электроники, за счет чего получается сохранять рост, о запуске собственного колл-центра и доставки, айти, маркетинге и многом другом поговорили в сегодняшнем эфире.

Смотреть: [YouTube](#)

практика
—days

Маркетинг и реальность

Кирилл Лымарь (МегаМаркет): Будни интернет-маркетинга современного e-com

Какие тренды на рынке e-commerce России укрепились, а что потерпело неудачу? Из каких частей состоит performance-маркетинг современного маркетплейса? Нужен ли e-com площадкам бренд? Как удержат покупателя в условиях плотной конкуренции? В гостях Кирилл Лымарь — директор по интернет-маркетингу и рекламе MegaMarket.

Слушать: Mave

Смотреть: [YouTube](#)



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.