

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2023 / № 42

16 Октября 2023 - 22 Октября 2023

В выпуске:

Россия:

«Стратегия eCommerce 2023: тренды и прогнозы» — доклад Фёдора Вирина
«Маркетплейсы на рынке eCommerce» — доклад Надежды Виноградовой
Ozon начинает процедуру добровольного делистинга с биржи NASDAQ
Маркетплейс Wildberries первым в России запустил онлайн-продажи MAAG
«Магнит» покупает KazanExpress и запускает собственный маркетплейс
Онлайн-продажи SOKOLOV через маркетплейсы утроились за 9 месяцев 2023 г.
Выручка цифровых бизнесов X5 Group выросла на 97,9% в III кв. 2023 г.
Точка купила сервис для продавцов маркетплейсов EcomCom
Wildberries компенсирует продавцам стоимость товара в случае его подмены
Data Insight: Чек-лист готовности к интернет-торговле в России
Евгений Щепелин: Российские ритейл-медиа повторяют путь Amazon

Весь мир:

Маркетплейс Flowwow выходит на рынок Беларуси
Zalando предложил многоканальное решение для фулфилмента
Объем трансграничной электронной торговли Китая вырос в 10 раз за 5 лет
Оmnikanальный ритейлер ocha от JD.com расширил присутствие до 24 стран
Dsight: Венчурная Евразия в I полугодии 2023 г.
На долю ATP пришлось 40,8% онлайн-продаж предметов роскоши в 2022 г.
Китайские продавцы доминируют на трансграничных маркетплейсах в Европе

Подкасты и видео



Россия:

«Стратегия eCommerce 2023: тренды и прогнозы» — доклад Фёдора Вирина

Datainsight.ru, 17.10.2023

/НОВОСТЬ

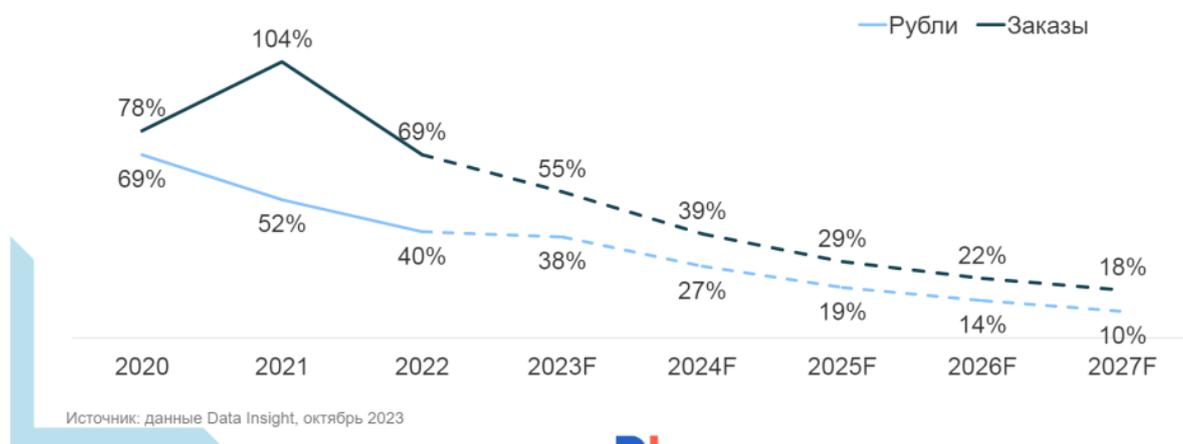
12 октября партнёр Data Insight Фёдор Вирин выступил с докладом «Стратегия eCommerce 2023: тренды и прогнозы» на конференции «Электронная торговля 2023» в Москве.

Ключевые тезисы:

- Доля eCommerce от рынка ритейла России продолжает расти: по прогнозу Data Insight, в 2023 году она составит 19% от рынка ритейла.
- По прогнозу Data Insight, в 2023 году объем продаж на рынке eCommerce достигнет 7,9 трлн рублей, рост составит 38%. Количество выполненных заказов на рынке eCommerce достигнет 4,5 млрд, рост составит 55%.
- Средний чек на маркетплейсах, по нашему прогнозу, в 2023 году составит 1280 рублей, средний чек в сегменте eGrocery — 1310 рублей, в сегменте ePharma — 1640 рублей, в то время как на остальном рынке — 6760 рублей.
- Средний чек на маркетплейсах, по нашему прогнозу, в 2023 году составит 1280 рублей, средний чек в сегменте eGrocery — 1310 рублей, в сегменте ePharma — 1640 рублей, в то время как на остальном рынке — 6760 рублей.

Темпы роста рынка eCommerce

Снижение среднего чека происходит за счет дробления заказов и роста доли маркетплейсов и eGrocery. Потенциал сокращения среднего чека сохраняется еще несколько лет.



Источник:

Стратегия eCommerce 2023: тренды и прогнозы 2023

«Маркетплейсы на рынке eCommerce» — доклад Надежды Виноградовой

Datainsight.ru, 19.10.2023

/НОВОСТЬ

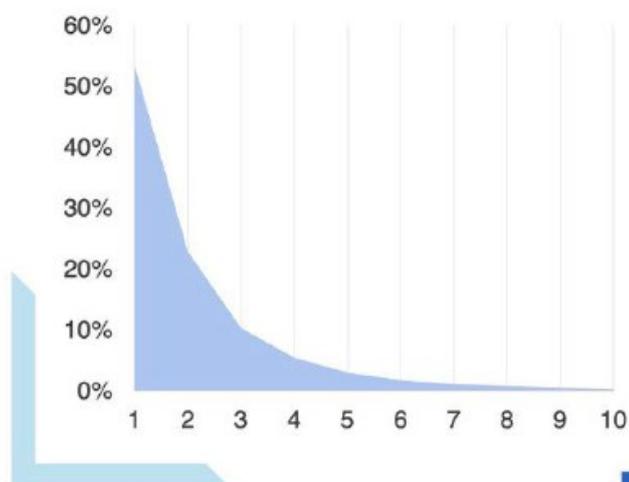
Product manager Data Insight Надежда Виноградова выступила с докладом «Маркетплейсы на рынке eCommerce».

Ключевые тезисы:

- Аналитики Data Insight прогнозируют 53% рост доли Wildberries и Ozon по объёму онлайн-продаж в 2023 году.
- 32% селлеров Ozon также торгуют и на Wildberries. В то время, как только 28% селлеров Wildberries также торгуют и на Ozon. Активных селлеров Wildberries и Ozon примерно в 3 раза больше, чем активных интернет-магазинов.
- Основные категории, в которых продают селлеры на Ozon: «Товары для дома» — 54% селлеров, «Одежда, обувь и аксессуары» — 37% селлеров, «Красота и здоровье» — 23% селлеров.

Распределение селлеров на категории, Ozon

Количество категорий у одного селлера



Распределение категорий селлеров

Товары для дома	54%
Одежда, обувь и аксессуары	37%
Красота и здоровье	23%
Товары для детей	20%
FMCG	15%
Автотовары	14%
Товары для спорта	13%
Офис и бизнес	9%
Подарки и развлечения	6%
Электроника и техника	6%
Книги и диски	1%

Источник:

Маркетплейсы на рынке eCommerce

Озон начинает процедуру добровольного делистинга с биржи NASDAQ

Corp.ozon.ru, 20.10.2023

/новость

Озон решил добровольно исключить свои американские депозитарные акции (ADS) из списка Nasdaq Global Select Market и снять их с регистрации в комиссии по ценным бумагам и биржам США (SEC).

Торги ADS Ozon на NASDAQ были приостановлены 28 февраля 2022 года, а 15 марта 2023 года NASDAQ уведомил компанию о намерении провести делистинг ADS Ozon. Компания дважды обжаловала решение о делистинге, но получила отказ на обе апелляции.

В Ozon подчеркивают, что делистинг не повлияет на операционную деятельность и финансовую устойчивость компании. Бумаги Ozon продолжают обращаться на Московской Бирже (MOEX) и Международной бирже Астаны (AIX).



Источник:

[Ozon приступает к добровольному делистингу с биржи NASDAQ](#)



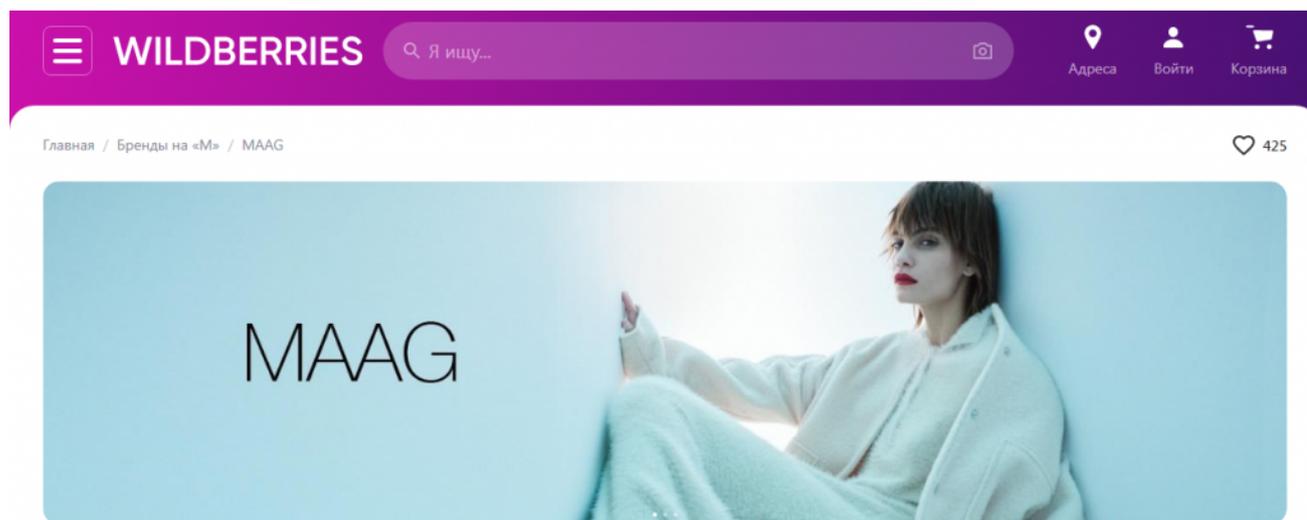
Маркетплейс Wildberries первым в России запустил онлайн-продажи MAAG

Т.me, 20.10.2023

/НОВОСТЬ

На Wildberries стартовали продажи женской коллекции MAAG — всего более 385 наименований. В ближайшие недели покупателям онлайн-платформы также станут доступны еще порядка 500 позиций из мужской и детской коллекций.

Продукция представлена в среднем ценовом сегменте. В ближайшие недели на Wildberries станут доступны и другие бренды RMixed: ECRU, VILET и DUB.



Источник:

[Wildberries первым в России запустил онлайн-продажи MAAG](#)

«Магнит» покупает KazanExpress и запускает собственный маркетплейс

Magnit.com, 19.10.2023

/НОВОСТЬ

«Магнит» достиг соглашения о приобретении 100% ООО «КазаньЭкспресс». На базе нового актива ритейлер запустит собственный маркетплейс «Магнит Маркет».



В сделку войдет вся инфраструктура маркетплейса KazanExpress: технологическая платформа, ПВЗ, склады, автопарк, интеллектуальная собственность. «Магнит» также получит наработанный пул из 12 тыс. российских продавцов маркетплейса.

KazanExpress сменит название и будет развиваться под брендом «Магнит Маркет». Компания рассчитывает задействовать экспертизу команды KazanExpress и возможности собственного e-grocery бизнеса в масштабировании маркетплейса.

Закрытие сделки зависит от согласования с Федеральной антимонопольной службой России.

Источник:

[«Магнит» покупает KazanExpress и запускает собственный маркетплейс](#)



Онлайн-продажи SOKOLOV через маркетплейсы утроились за 9 месяцев 2023 г.

Sokolov.ru, 18.10.2023

/НОВОСТЬ

Оборот ювелирного холдинга SOKOLOV в январе-сентябре 2023 года увеличился на 53% по сравнению с аналогичным периодом 2022 года и достиг 33,2 млрд руб. Объем розничных онлайн- и офлайн-продаж компании вырос в 1,4 раза до 23 млрд руб.

Онлайн-продажи через собственные мобильное приложение и сайт выросли на 51% до 6 млрд руб, а через маркетплейсы — в 3 раза до 4 млрд руб. Онлайн-продажи занимают 30% совокупного оборота компании.



Источник:

SOKOLOV увеличил оборот на 53% до 33,2 млрд рублей за 9 месяцев 2023 года

Выручка цифровых бизнесов X5 Group выросла на 97,9% в III кв. 2023 г.

X5.ru, 17.10.2023

/НОВОСТЬ

Совокупный GMV X5 Digital в III кв. 2023 года удвоился год к году до 31,9 млрд руб., включая НДС, промокоды и бонусы. Выручка цифровых бизнесов (включая X5 Digital, 5Post и «Много Лосося») выросла на 97,9% и составила 29,2 млрд руб. — 3,7% от общей чистой выручки.

Выручка сервиса e-commerce доставки 5Post выросла на 48,6% на фоне увеличения числа новых партнеров. Количество выданных посылок достигло 6,6 млн, при этом число пунктов выдачи превысило 25 тыс., включая 5 тыс. постаматов.

Чистая выручка от онлайн-продаж «Много Лосося» выросла на 50% год к году.



ПОКАЗАТЕЛИ ЦИФРОВЫХ БИЗНЕСОВ

X5 DIGITAL			ИЗМ Г-К-Г, % ИЛИ МУЛЬТИ- ПЛИКАТОР			ИЗМ Г-К-Г, % ИЛИ МУЛЬТИ- ПЛИКАТОР
	3 кв. 2023	3 кв. 2022		9М 2023	9М 2022	
GMV, ¹² млн руб.	31 871	15 861	100,9	88 870	52 508	69,3
Количество заказов, тыс.	19 585	7 240	170,5	49 492	22 775	117,3
Средний чек, руб. (Vprok.ru)	5 926	4 698	26,1	5 726	4 647	23,2
Средний чек, руб. (экспресс-доставка)	1 368	1 651	(17,2)	1 487	1 717	(13,4)
5POST						
Количество заказов, тыс.	6 593	5 718	15,3	18 964	19 119	(0,8)
МНОГО ЛОСОСЯ						
GMV, ¹³ млн руб.	1 927	564	3x	5 140	1 565	3x
Количество заказов, тыс.	470	376	25,0	1 320	1 081	22,1
Средний чек, руб.	2 172	1 954	11,2	2 171	1 890	14,9

Источник:

X5 Group объявляет о росте чистой выручки на 22,7%



Точка купила сервис для продавцов маркетплейсов EcomCom

Tochka.com, 17.10.2023

/НОВОСТЬ

Экосистема сервисов для бизнеса Точка приобрела 100% компании EcomCom. Стартап из сферы e-commerce войдет в периметр Точки и станет частью сервиса «Точка Маркетплейсы». Сумма сделки не раскрывается.



EcomCom — сервис для продавцов, который позволяет размещать товары, принимать заказы и управлять остатками на площадках для онлайн-торговли в одном интерфейсе.

Точка выкупила долю инвестиционной группы Kama Flow, а также погасила инвестиционный заём EcomCom, полученный на развитие от Moscow Seed Fund в 2021 году. Основатели сервиса после продажи своих долей сохраняют прежнее юрлицо и продолжают развивать продукт под брендом «Точка Маркетплейсы».

Источник:

[Точка купила сервис для продавцов EcomCom](#)

Wildberries компенсирует продавцам стоимость товара в случае его подмены

Т.ме, 16.10.2023

/новость

Онлайн-платформа Wildberries начала возвращать деньги продавцам, если их товары кто-то подменил. При этом сотрудники онлайн-платформы сами соберут информацию на всех этапах движения товара.

Продавцу вернется вся стоимость товара по актуальной цене на тот день, когда обнаружилась подмена, но без учёта скидки постоянного покупателя и за вычетом комиссии. Товар продавцу не вернётся, а деньги будут зачислены на баланс в течение 30 дней после обнаружения подмены.



Источник:

[Wildberries компенсирует стоимость товара, если его подменят](#)

Материал размещен на правах рекламы

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

Datainsight.ru, 22.10.2023

/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.

ЗАКАЗАТЬ ОТЧЕТ

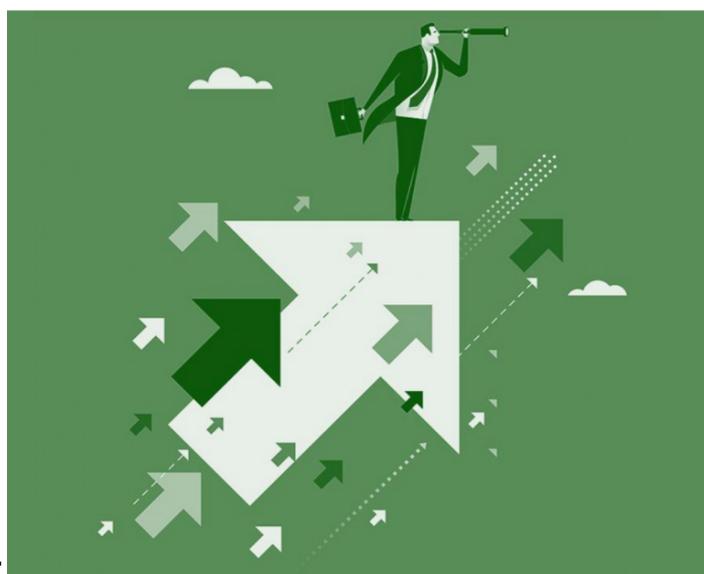
Рекламодатель ООО "Дейта Инсайт"

Источник:

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

Готовность к интернет-торговле в России

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



Сентябрь 2022

DI Data Insight

Евгений Щепелин: Российские ритейл-медиа повторяют путь Amazon

Shoppers.media, 17.10.2023 12:04:00

/мнение

Председатель наблюдательного совета маркетплейса Wee (ОАЭ), совладелец агентства Eshopmedia Евгений Щепелин [рассказал](#) Shopper's, почему маркетплейсы становятся медиаплатформами.

Основные тезисы:

- Привлекательность ритейл-медиа заключается прежде всего в простоте входа: инвентарь доступен абсолютно любому бизнесу.
- В 2023 году ритейл-медиа также взяли на себя роль своего рода «рекламных брокеров» на фоне изменения медиамикса (комбинации каналов рекламы).
- Российские ритейл-медиа повторяют путь Amazon и других западных маркетплейсов. Как и у Amazon, реклама становится для них не только самым быстрорастущим бизнесом, но и наиболее маржинальным. Лидеры российского рынка — Ozon, Wildberries, Мегамаркет, Lamoda и Avito.
- Рекламная выручка Ozon во II кв. 2023 года утроилась год к году и составила 14,9 млрд руб. Доходы Wildberries от продажи рекламного инвентаря выросли с 0,5% от GMV (оборот маркетплейса) в 2022 году до сегодняшних 3% с прогнозом роста до 10% в пиковые месяцы (в частности, в ноябре).
- С учетом этого в 2023 году объем бюджетов в ритейл-медиа впервые обойдет телевизионную рекламу.
- Поисковая реклама и размещения в e-commerce в ближайшие годы станут основными маркетинговыми каналами в России.



Источник:

[«Ритейл-медиа в России в этом году обгонят ТВ по рекламе»](#)

Весь мир:

Маркетплейс Flowwow выходит на рынок Беларуси

New-retail.ru, 20.10.2023 14:05:00

/новость

В 2023 году Flowwow открыла дочернюю компанию в Беларуси. Пользователи платформы смогут продавать и покупать цветы и живые растения, кондитерские изделия, украшения, аксессуары и другие товары от локальных производителей.

Специалисты Flowwow провели локализацию продуктов для соответствия законодательству Беларуси. Воспользоваться сервисом можно через сайт, а также мобильные приложения (для селлеров и клиентов).

Как можно скорее ▾ Укажите адрес доставки ▾

flowwow

Найти товары и магазины

Подарки в Минске

- Цветы и подарки
- Подарочные сертификаты
- Монобукеты
- Цветы в коробке
- Авторские букеты

Эти товары часто покупают

Товар	Цена
101 белая ромашка	84.39 Br
Цветы в коробке 6	156.17 Br
Корзина из белой ромашковой хризантемы	271.57 Br

Источник:

[Маркетплейс Flowwow выходит на рынок Беларуси](#)

Zalando предложил многоканальное решение для фулфилмента

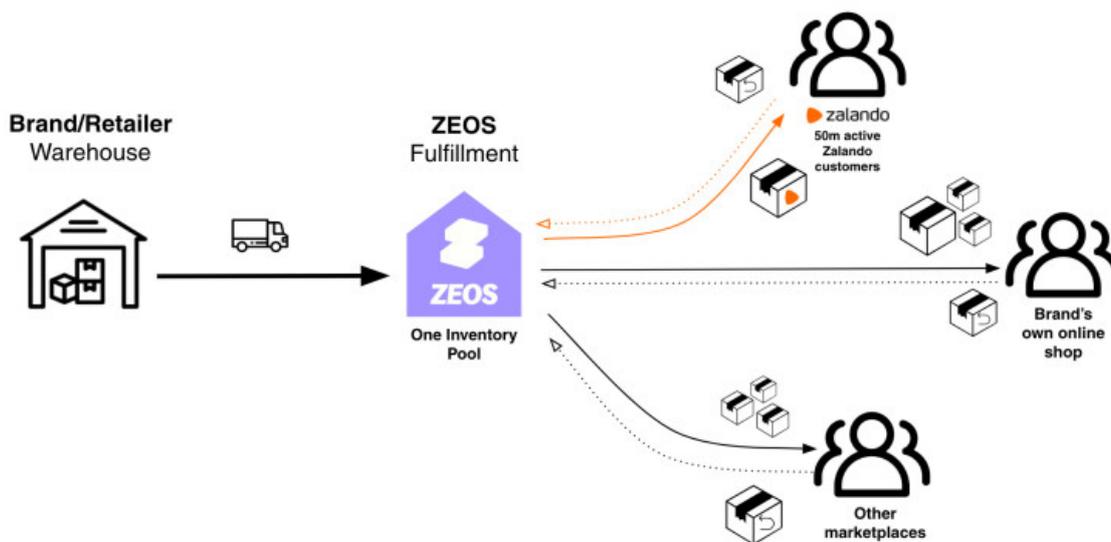
Corporate.zalando.com, 17.10.2023

/новость

Zalando представил ZEOS (Zalando E-commerce Operating System) — решение, которое позволяет продавцам управлять многоканальным бизнесом по всей Европе через единую платформу. ZEOS Fulfillment доступен для любых игроков индустрии моды и образа жизни.

Партнеры могут отправить свои товары в сеть из 12 складов Zalando, а ZEOS возьмет на себя логистические процессы. Одна интеграция дает доступ к пулу из более чем 40 перевозчиков, которые предлагают свыше 160 локализованных вариантов доставки и возврата на 23 европейских рынках.

ZEOS Fulfillment гарантирует обработку и отправку заказа, независимо от того, где сделана покупка: на Zalando, в собственном интернет-магазине бренда или на других европейских торговых платформах.



Источник:

[Productizing Zalando's Capabilities: Introducing ZEOS](#)

Объем трансграничной электронной торговли Китая вырос в 10 раз за 5 лет

English.news.cn, 16.10.2023 14:11:00

/новость

В первые три квартала 2023 года объем импорта и экспорта в сфере трансграничной электронной торговли Китая вырос на 14,4% и составил порядка 1,7 трлн юаней (около \$232,6 млрд), согласно предварительным оценкам Главного таможенного управления.

За последние 5 лет объем трансграничной электронной коммерции Китая увеличился в 10 раз, а доля во внешней торговле страны выросла с менее чем 1% до примерно 5%.

В Китае насчитывается свыше 100 000 участников трансграничного рынка электронной коммерции. Логистика является для игроков основной сферой инвестиций.



Источник:

[Economic Watch: Chinese e-commerce platforms expedite cross-border trade](#)

Омниканальный ритейлер ochama от JD.com расширил присутствие до 24 стран

Jdcorporateblog.com, 16.10.2023

/новость

Принадлежащий JD.com омниканальный ритейлер ochama вышел в 19 новых стран, укрепляя свое европейское присутствие.

Ochama предлагает модель розничной торговли, объединяющую онлайн- и офлайн-покупки. Клиенты могут получать заказы из пунктов выдачи или выбирать доставку на дом. Универсальный ритейлер начал работу в январе 2022 года в Нидерландах.

С выходом на новые рынки ochama станет доступен жителям 24 стран. Перед доставкой все заказы будут упакованы на автоматизированном складе в Нидерландах.



Источник:

[Ochama Accelerates Expansion: Delivery Services Now Available in 19 Additional Countries](#)

Dsight: Венчурная Евразия в I полугодии 2023 г.

Dsight.ru, 18.10.2023

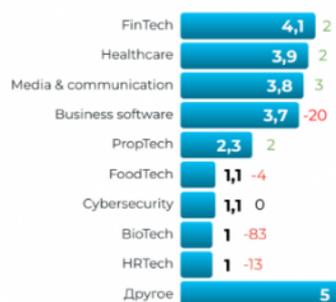
/исследование

Компания Dsight исследовала венчурный рынок Евразии в I полугодии 2023 года.

Россия: в I полугодии 2023 венчурные инвестиции составили лишь \$27 млн, сократившись в годовом выражении в 10 раз. Объем инвестиций со стороны частных венчурных фондов сократился в 9 раз до \$11 млн. Количество сделок со стороны гос. инвесторов увеличилось в полтора раза.

Наибольший объем инвестиций привлекли проекты в области финансов и здравоохранения (30%). По количеству сделок лидирует сегмент Business Software (20%). Перспективные направления в 2023 году: кибербезопасность, EdTech, HRTech, BioTech, PropTech.

● **Топ индустрий по объему венчурных инвестиций, 1П 2023, Россия, \$ млн**



● **Топ индустрий по количеству венчурных сделок, 1П 2023, Россия, шт.**



Средняя Азия и Южный Кавказ: I полугодие 2023 показало шестикратный рост объема венчурного финансирования до \$139 млн. Количество сделок увеличилось в 2,4 раза с 25 до 60. На Армению пришлось почти 90% венчурных инвестиций региона. Наиболее привлекательными направлениями стали Business Software, EdTech, FinTech, HealthCare. 60% сделок региона были зафиксированы в Армении и Казахстане.

Новая Восточная Европа: в I полугодии 2023 объем инвестиций сократился вдвое (без учета сделки с Volt на сумму \$714 млн). Количество венчурных сделок также снизилось почти в 2 раза. Не зафиксировано ни одной сделки с «единорогами» или soonicorns. Литва и Эстония — абсолютные лидеры по объему венчурных инвестиций в регионе. FinTech занимает 58% всех инвестиций в регионе, на втором месте — Business Software.

Балканы: регион становится одним из самых быстрорастущих в Европе. Стартапы в сфере Transport & Logistics привлекли \$118 млн — 47% от всего объема венчурных инвестиций за полугодие. Греция и Болгария — лидеры по объему венчурных инвестиций в регионе (68% от всего объема).

Турция: со II полугодия 2020 количество венчурных сделок составляет в среднем 64 шт. При еще более сильной поддержке государства и использовании большего потенциала частных фондов Турция сможет стать крупнейшим хабом для стартапов Восточной Европы и региона MENA. Стартапы в сфере Business Software и Gaming привлекли 55% от всего объема венчурных инвестиций за I полугодие 2023.

Источник:

[Венчурная Евразия 2023](#)



На долю АТР пришлось 40,8% онлайн-продаж предметов роскоши в 2022 г.

Ecommercedb.com, 17.10.2023

/исследование

В 2022 году на долю Азиатско-Тихоокеанского региона пришлось 40,8% продаж на онлайн-рынке предметов роскоши. Это крупнейший регион в этой сфере, фрагментированный по нескольким странам с разными драйверами роста.

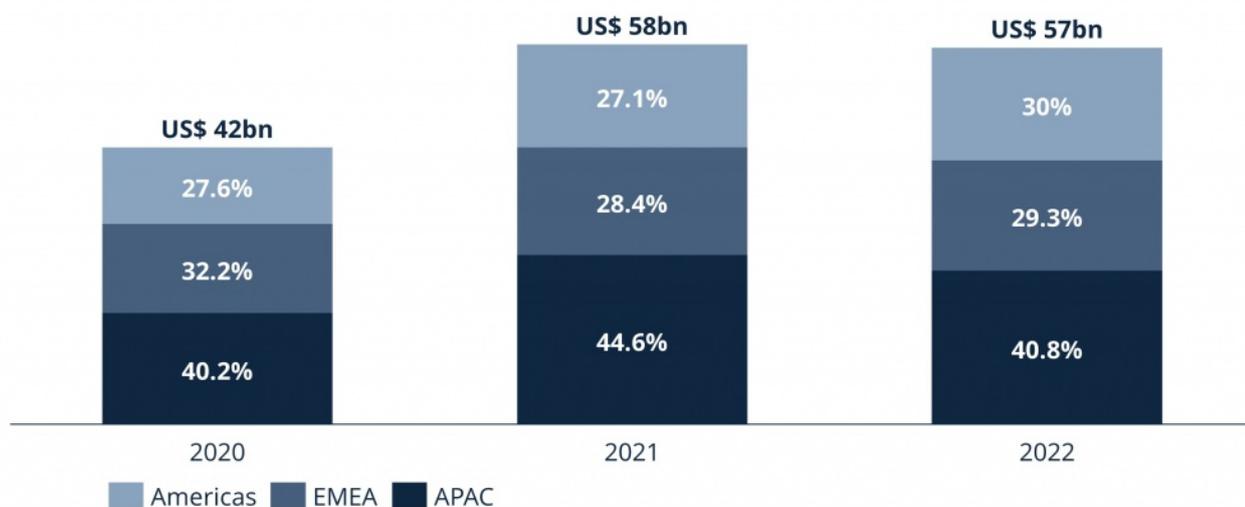
Китай и Япония являются ключевыми игроками в АТР и продолжают стимулировать продажи в регионе. Развивающиеся рынки Южной Кореи, Таиланда и Индии, где взрослеет новое поколение потребителей предметов роскоши, также укрепляют позиции региона на мировой арене.

Американский регион, основным рынком которого являются США, занимает второе место в 2022 году с долей на уровне 30% от общих онлайн-продаж предметов роскоши.

В 2022 году на долю Европы, Ближнего Востока и Африки пришлось 29,3% от общего рынка онлайн-продаж предметов роскоши. Доверие потребителей после пандемии привело к росту интернет-покупок этой категории.

SHARE OF GLOBAL ONLINE LUXURY SALES PER WORLD REGION

in billion US\$ and %



Sources: ECDB analysis, as of September 2023

ECDB

Источник:

Global Luxury Online Sales by Region: The America, EMEA & APAC in 2022



Китайские продавцы доминируют на трансграничных маркетплейсах в Европе

Cbcommerce.eu, 16.10.2023

/исследование

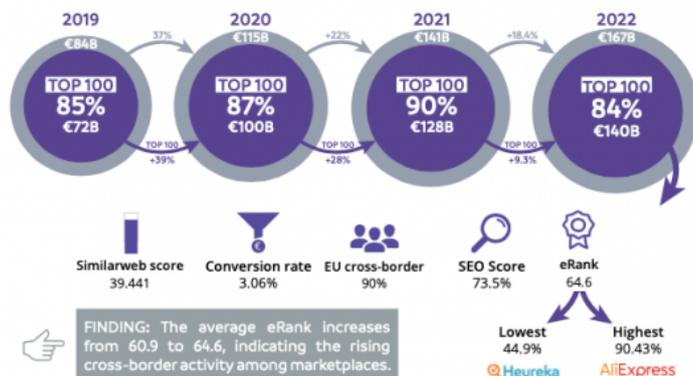
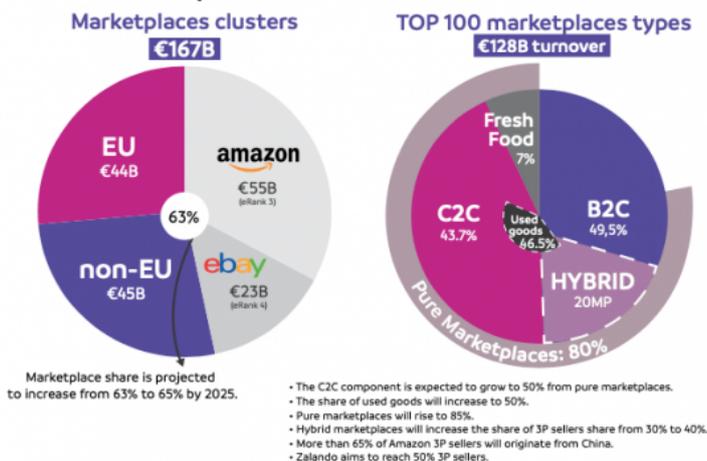
По данным CBCommerce, в 2022 году общий оборот трансграничного рынка электронной коммерции в Европе, включая Великобританию, Швейцарию и Норвегию, составил 265 млрд (без учета путешествий). Из этой суммы 167 млрд евро, или 63%, пришлось на маркетплейсы.

Оборот ТОП-100 трансграничных маркетплейсов по всей Европе составляет 140 млрд евро. После пандемии Covid-19 маркетплейсы продолжили расти на 9,3% при поддержке гибридных площадок B2C и C2C. Ожидается, что этот рост продолжится в 2023 году, достигнут 65% от трансграничных онлайн-продаж в Европе к 2025 году. Гибридные маркетплейсы благодаря увеличению доли сторонних (3P) продавцов, часто базирующихся в Китае, будут способствовать росту GMV, опережая чистые маркетплейсы.

AliExpress занимает первое место в ТОП-10 глобальных трансграничных маркетплейсов, работающих в Европе. ТОП-10 остается стабильным, хотя из него выбыл Zalando, а новичком стал Temu (PDD Holding) на 9-й позиции.

Фактически, 59% 3P-продавцов Amazon базируются в Китае, а на AliExpress этот показатель составляет 90%. У eBay это 38%, а у Wish — 82%. В результате в 2022 году китайские 3P-продавцы достигли GMV в \$200 млрд на Amazon по всему миру, \$47 млрд на AliExpress, \$19,5 млрд на eBay и \$12 млрд на Wish. Ожидается, что к 2026 году эти цифры удвоятся, а доля Amazon среди китайских 3P-продавцов достигнет 65%.

Global Marketplaces Cross-Border EU Turnover: €167B



vs 2021	Parent Company	Company	Country	Category	Sector
↑ +1	Alibaba Group	AliExpress	China	Pure Player	Mass Merchant
↑ +2	Etsy Inc	Etsy	USA	Pure Player	Art, Craft & Gifts
↓ -2	Amazon Inc	Amazon	USA	Pure Player	Mass Merchant
↓ -1	eBay Inc	eBay	USA	Pure Player	Mass Merchant
↑ +1	Zink Media	Discogs	USA	Pure Player	Music & Instruments
↓ -1	Naspers	OLX	The Netherlands	Pure Player	Mass Merchant
↑ +1	Epic Games	Bandcamp	USA	Pure Player	Music & Instruments
↑ +1	Uber	Uber Eats	USA	Pure Player	Fresh Food
↑ NEW	PDD Holdings	Temu	China	Pure Player	Mass Merchant
↓ -3	Vinted	Vinted	Lithuania	Pure Player	Fashion - Jewellery - Baby

Source: Cross-Border Commerce Europe

Powered by FedEx Express and Postnl.nl

Источник:

TOP 100 Cross-Border Marketplaces Europe 2023



Подкасты и видео

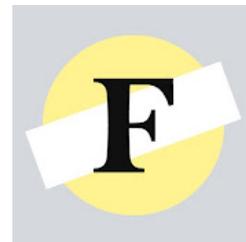
Что может e-com — опыт лидеров | Forbes Special Projects

Широкая полка / Интервью с Дмитрием Хорунжием, СБЕР ЕАПТЕКА

По данным Яндекса, шесть из десяти пользователей сегодня заказывают лекарства онлайн. Сервис ЕАПТЕКА, запущенный в 2011 году, одним из первых в индустрии увидел будущее в цифре и сделал ставку на развитие этого направления.

Как устроена модель компании и чего она добилась благодаря омни-подходу, рассказывает Дмитрий Хорунжий, директор по маркетингу СБЕР ЕАПТЕКА.

Смотреть: [YouTube](#)



Юрочка Сапожников

«Мы не просто продаем товары, мы создаем истории».

Всё о собственных торговых марках (СТМ) Самоката

Юрий Сапожников поговорил с Лизой Эмерт из Самоката, ответственной за бренд-коммуникации. Погрузимся в мир собственных торговых марок (СТМ) Самоката, узнаем, как компания выбирает свои уникальные товары и какие секреты стоят за их успехом.

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
- развитию 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.