

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2023 / № 43

23 Октября 2023 - 29 Октября 2023

В выпуске:

Россия:

Data Insight: 54% покупателей аптечных товаров использовали онлайн-канал

В Москве пройдет конференция по маркетинговой и продуктовой аналитике

Товарооборот на сервисах e-commerce Яндекса вырос на 67% в III кв. 2023 г.

К сервису «Пятёрочка Доставка» подключено более 63% жителей России

ВкусВилл запустил первый грейстор

PIM Solutions и «Халва Экспресс» стали стратегическими партнерами

Яндекс создал новое бизнес-направление — электронной коммерции

Ozon открыл 30-й фулфилмент-центр

Онлайн-продажи М.Видео-Эльдорадо выросли на 50% в III кв. 2023 г.

Общий объем онлайн-продаж «Ленты» вырос на 44,9% в III кв. 2023 г.

Весь мир:

Чистые продажи Amazon увеличились на 13% по итогам III кв. 2023 г.

Маркетплейс секонд-хенда Poshmark сфокусируется на рынках США и Канады

Kaspi.kz отмечает успехи направления eCommerce в III кв. 2023 г.

Электронная коммерция в Кыргызстане составляет 5,3% розничной торговли

Казахстанцы стали жаловаться на сегмент электронной торговли в 4 раза чаще

DHL: Онлайн-покупатели хотят знать, какие сервисы доставляют их заказы

Подкасты и видео



Data Insight: 54% покупателей аптечных товаров использовали онлайн-канал

Datainsight.ru, 26.10.2023

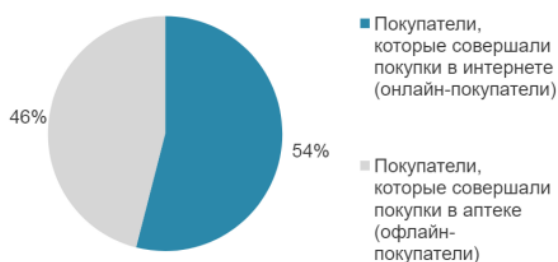
/новость

Data Insight публикует результаты исследования покупательского поведения «Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей».

Покупатель день за днем всё больше обращается к онлайн в повседневной жизни. Категория товаров аптечного ассортимента не является исключением. Онлайн-продажи в аптечных каналах от всего коммерческого рынка фармы выросли на 4% в 2022 году по отношению к 2021 году и достигли 15% от всего коммерческого фармрынка.

В исследовании мы сфокусировались на изучении поведения покупателей, которые в последние 12 месяцев приобретали аптечные товары через интернет (мы назвали их в отчете «онлайн-покупателями»). Мы сравнили покупательское поведение по таким критериям, как пол, возраст, место проживания и др.

54% покупателей категории «Аптечные товары» использовали онлайн-канал



Страновые особенности России:

- отлично развитая сеть офлайн-аптек (70 400**), одновременно ставших ПВЗ для выдачи заказов,
- стремление к самолечению у россиян **32%** - доля лекарств в корзине, которые покупатели назначили себе сами
- и возможность покупки рецептурных лекарств без рецепта, продолжают **драйвить** онлайн-рынок аптечных товаров

% от всех опрошенных покупателей категории
Онлайн-опрос покупателей (18-64) в рамках исследования "Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей", вся Россия, май 2023, N=1096.
Вопросы: «Какие варианты покупки лекарственных средств и другого аптечного ассортимента Вы использовали хотя бы раз за последние 12 месяцев?»,
«Укажите, пожалуйста, как Вы получили этот заказ?» N=1000
*Источник: «Фармацевтический рынок. Итоги за 12 месяцев 2022 г.», DSM

©, ООО «Дейта Инсайт» 2023

Data Insight

9

- 54% покупателей категории «Аптечные товары» использовали онлайн-канал для их покупки в последние 12 месяцев.
- 83% — доля тех покупателей, которые воспользовались бронированием в интернете.
- Только 12% респондентов сказали, что стали покупать аптечные товары реже в онлайн-канале в этом году, по сравнению с предыдущими 12 месяцами.

Источник:

Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей. 2023 год

В Москве пройдет конференция по маркетинговой и продуктовой аналитике

Matemarketing.ru, 27.10.2023

/новость

9-10 ноября на конференции **Матемаркетинг-2023** эксперты обсудят актуальные вопросы сферы маркетинговых технологий, data driven управления и поделятся передовым опытом оптимизации рекламных бюджетов, стабилизации маркетинговых результатов, а также проведения А/В-экспериментов и работе с BI-системами ([подробная программа](#)).



Ключевые темы конференции:

- ускорение роста с использованием каналов платного маркетинга;
- оптимизация рекламных бюджетов;
- разработка и управление корпоративными платформами экспериментов;
- персонализация и оптимизация цифрового клиентского опыта;
- роботность;
- фрод;
- uplift-моделирование;
- split-тестирование;
- экономика продукта.

Для посещения мероприятия нужно пройти регистрацию по [ссылке](#).

Источник:

[Матемаркетинг](#)

Товaroоборот на сервисах e-commerce Яндексa вырос на 67% в III кв. 2023 г.

Yandex.ru, 27.10.2023

/новость

Товaroоборот на **сервисах электронной коммерции** (GMV) Яндексa в III кв. 2023 года вырос на 67% по сравнению с аналогичным показателем годом ранее до 121,2 млрд руб.

Юнит-экономика сегмента вышла в плюс в основном благодаря Маркету. Юнит-экономика доставки продуктов из магазинов Еды и Маркет Деливери приблизилась к безубыточности, а Лавка в России уже третий квартал подряд стабильно генерирует положительную скорр. EBITDA.

На **Яндекс Маркете** доля товарoоборота (GMV) сторонних продавцов достигла 87%, тогда как в III кв. 2022 года составляла 82%. Количество наименований товаров к концу III кв. 2023 года достигло 58,5 млн. Число активных покупателей выросло на 40% до 17,6 млн, активных продавцов — на 95% до 68,4 тыс.

В сервисах **Райдтеха** валовая стоимость заказов (GMV) выросла на 51% год к году.

GMV других **O2O-сервисов** вырос на 79% в годовом исчислении. Наибольший вклад внесли Яндекс Доставка и сервисы доставки заказов из ресторанов (в том числе Маркет Деливери) — рост их GMV год к году составил 109%.

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 30 сентября			Девять месяцев, закончившиеся 30 сентября		
	2022	2023	Изменение	2022	2023	Изменение
Валовая стоимость заказов (GMV):						
Райдтех	198 041	298 951	51%	544 422	777 897	43%
Сервисы электронной коммерции	72 465	121 154	67%	195 614	339 467	74%
Прямые продажи (1P)	19 835	27 492	39%	56 431	90 895	61%
Комиссионная модель (3P)	52 630	93 662	78%	139 183	248 572	79%
Другие O2O-сервисы	47 001	83 952	79%	125 470	226 463	80%
Выручка:						
Райдтех	31 015	45 151	46%	87 514	115 854	32%
Сервисы электронной коммерции	23 520	42 209	79%	63 918	123 221	93%
Выручка от продажи товаров (1P) ⁸	15 944	22 019	38%	45 643	72 752	59%
Комиссионные и другие доходы маркетплейса ⁹	7 576	20 190	166%	18 275	50 469	176%
Другие O2O-сервисы	10 444	22 105	112%	27 910	57 758	107%
Внутрисегментные расчёты	(1 531)	(2 225)	45%	(3 970)	(6 168)	55%
Общая выручка	63 448	107 240	69%	175 372	290 665	66%
Скорректированный показатель EBITDA сегмента Электронной коммерции, Райдтеха и Доставки (adjusted EBITDA):	(2 668)	(4 483)	68%	(9 102)	(21 402)	135%

Источник:

Яндекс объявляет финансовые результаты за III квартал 2023 года



К сервису «Пятёрочка Доставка» подключено более 63% жителей России

Vk.com, 26.10.2023 09:41:00

/новость

Аналитики сервиса «Пятёрочка Доставка» подвели итоги работы за январь — сентябрь 2023 года:

- С начала года к сервису подключены 10 новых регионов, на данный момент он работает уже в 69 субъектах РФ.
- Количество населённых пунктов, где присутствует сервис, выросло до 1028 — почти в 5 раз. Число охваченных сёл, посёлков, деревень увеличилось более чем в 6 раз.
- К сервису подключено более 63% жителей России, а доля городского населения составила около 82%.
- За 9 месяцев текущего года пользователи сервиса оформили 19,9 млн заказов. В среднем за месяц поступало 2,2 млн заказов.
- Москвичи сделали за январь — сентябрь 4,3 млн заказов, жители Московской области — 3,6 млн заказов, Санкт-Петербурга — 2 млн заказов. Также в число регионов-лидеров вошли Татарстан, Воронежская, Свердловская, Ростовская и Ленинградская области.



Источник:

«Пятёрочка Доставка»: итоги 9 месяцев 2023 года

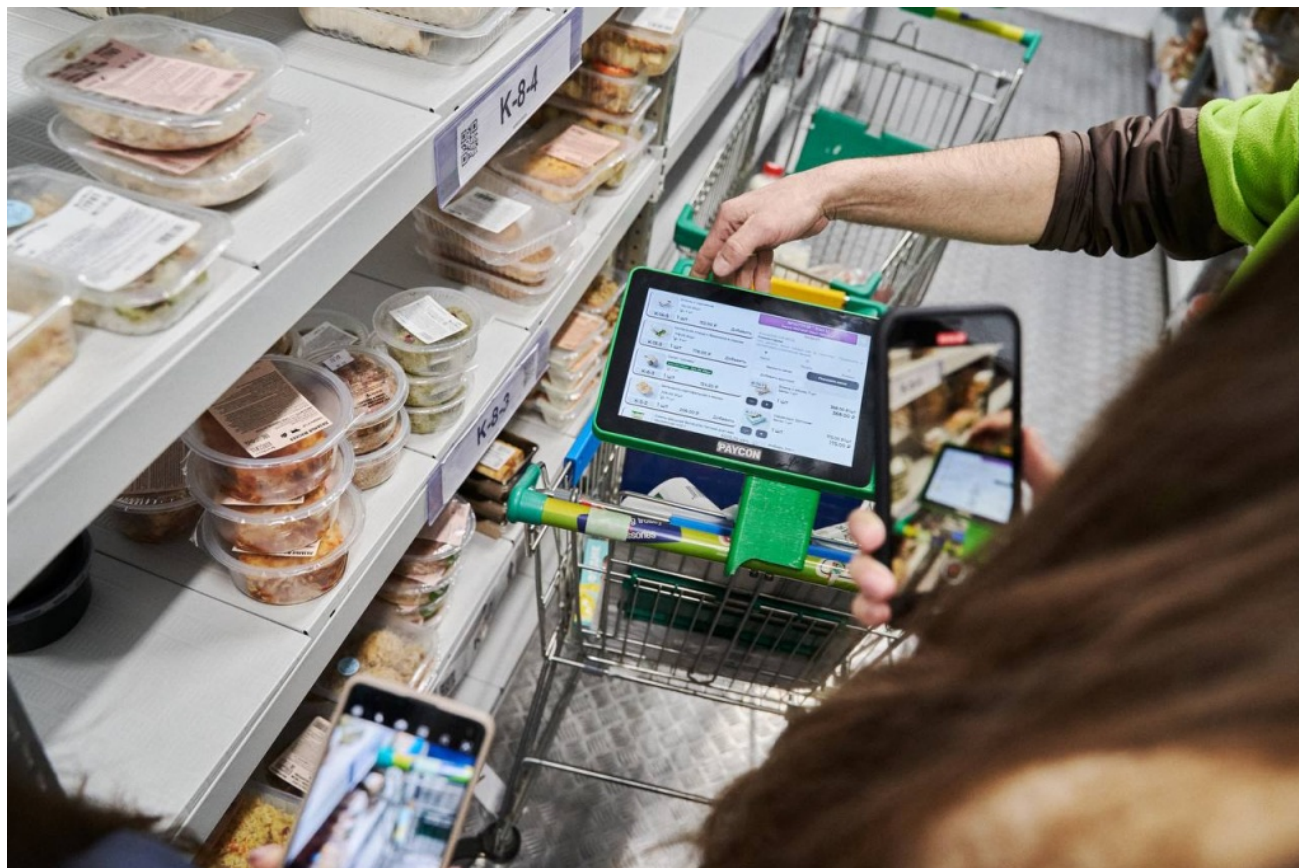
ВкусВилл запустил первый грейстор

Telegra.ph, 25.10.2023

/новость

Развиваясь в гибридном формате, ВкусВилл открыл в Коврове Владимирской области грейстор — привычный покупателям магазин, совмещённый с отдельной зоной сборки онлайн-заказов.

Площадь — 350 кв. м, из них зона магазина составляет 200 кв. м, а все остальное включает в себя подсобные помещения, мировые бренды (товары из раздела «Супермаркет»), зону выдачи и сборки онлайн-заказов, корнер «Сгоряча».



Во ВкусВилле действует следующая классификация торговых точек: «вайтсторы» (white store) — привычные магазины, офлайн-точки; «дарксторы» (dark store) — магазины без доступа для покупателей, работающие только на сборку и выдачу онлайн-заказов. С октября добавилось понятие «грейстор» (grey store) — гибридный магазин. Развитие грейсторов позволит расширять ассортимент в онлайн в тех регионах, где пока нет дарксторов бренда.

Источник:

[ВкусВилл открыл первый грейстор](#)

PIM Solutions и «Халва Экспресс» стали стратегическими партнерами

Pimsolutions.ru, 25.10.2023

/новость

Интернет-магазинам, которые являются клиентами логистической платформы MetaShip от PIM Solutions, стали доступны 4000 почтоматов «Халва» в 600 городах по всей территории России.



Сотрудничество с «Халвой Экспресс» позволило платформе MetaShip дополнительно увеличить количество доступных партнерских постаматов, которое достигло 25 000 устройств. На сегодняшний день это крупнейшая партнерская сеть в России.

«Халва Экспресс» получила доступ к новой категории клиентов, предпочитающих работать через агрегаторов и интеграторов служб доставки.

Источник:

[PIM Solutions и «Халва Экспресс» сообщают о стратегическом партнерстве](#)

Яндекс создал новое бизнес-направление — электронной коммерции

Yandex.ru, 24.10.2023

/новость

Яндекс объединил Маркет, Еду, Лавку и Маркет Деливери в направление электронной коммерции. Команды сервисов будут развивать их в синергии друг с другом.

Направление возглавит Роман Маресов, который раньше отвечал за Еду и Деливери. Он также станет руководителем Маркета. Руководить Едой и Деливери будет Евгений Анищенков, ранее курировавший ритейл-подразделения этих сервисов.



Объединённая команда продолжит улучшать юнит-экономику Маркета, Еды, Лавки и Деливери и усилит их технологическую интеграцию. Сервисы будут использовать логистическую инфраструктуру друг друга.

Направление электронной коммерции войдёт в состав бизнес-группы по электронной торговле и логистическим сервисам, которое возглавляет Даниил Шулейко.

Источник:

[Яндекс объединил Маркет, Еду, Лавку и Маркет Деливери в направление электронной коммерции](#)

Ozon открыл 30-й фулфилмент-центр

Corp.ozon.ru, 24.10.2023

/новость

Юбилейный комплекс Ozon, площадь которого превышает 15 тыс. кв. м по полу, расположен в деревне Давыдовское, Московской области. Логистический хаб предназначен для размещения крупногабаритных товаров общим объемом до 12 млн литров. Фулфилмент-центр способен обработать более 4 тыс. заказов в сутки.

Логистическая инфраструктура маркетплейса за последние 3 года увеличилась более чем в 8 раз. Помимо 30 фулфилмент-центров, в России и странах СНГ действуют более 100 сортировочных центров и более 40 тыс. пунктов выдачи заказов и постаматов.



Источник:

[Ozon открывает 30-й фулфилмент-центр](#)

Онлайн-продажи М.Видео-Эльдорадо выросли на 50% в III кв. 2023 г.

Mvideoeldorado.ru, 24.10.2023 10:00:00

/новость

Общие продажи М.Видео-Эльдорадо в III кв. 2023 года выросли на 40% год к году и составили 140,3 млрд руб. (с НДС). Общие онлайн-продажи увеличились на 50% до 98,1 млрд руб. (с НДС), составив 70% от GMV группы.

Оборот мобильной платформы вырос на 51% до 73,7 млрд руб. и составил 75% от общих онлайн-продаж. На мобильные решения приходится 53% оборота группы.

Общие установки пользовательских мобильных приложений М.Видео и Эльдорадо увеличились на 45% к прошлому году, превысив 65 млн.

Продажи на собственном маркетплейсе в III кв. 2023 года выросли в 2,5 раза год к году. Доля площадки в общих онлайн-продажах компании возросла на 70%.

М.ВидеоЭльдорадо

Операционные показатели М.Видео-Эльдорадо за 3 квартал и 9 месяцев 2023 года

млрд руб. с НДС	3 кв '22	3 кв '23	Изм., %	9М '22	9М '23	Изм., %
GMV ³	100,3	140,3	+40,0%	362,4	359,3	-0,9%
Общие онлайн-продажи ⁴	65,3	98,1	+50,3%	241,5	253,5	+5,0%
Доля общих онлайн-продаж от GMV, %	65,1%	69,9%	+4,8пп	66,6%	70,5%	+3,9пп
Оборот мобильной платформы ⁵	48,7	73,7	+51,3%	170,6	184,3	+8,0%
Доля мобильной платформы в общих онлайн продажах	74,6%	75,1%	+0,5пп	70,6%	72,7%	+2,1пп

Источник:

М.Видео-Эльдорадо в третьем квартале увеличила GMV на 40%



Общий объем онлайн-продаж «Ленты» вырос на 44,9% в III кв. 2023 г.

Corp.lenta.com, 23.10.2023

/новость

Общий объем онлайн-продаж «Ленты» в III кв. 2023 года увеличился на 44,9% год к году и 6,5% квартал к кварталу до 12,7 млрд руб. Количество онлайн-заказов выросло на 73,2% и достигло 6,5 млн.

Доля онлайн-продаж составила 9,3% от общего объема продаж «Ленты» по сравнению с 6,9% в аналогичном периоде предыдущего года.

Онлайн-продажи

	3 кв. 2023	3 кв. 2022	Изм.	Изм. (%)	9М 2023	9М 2022	Изм.	Изм. (%)
Онлайн-выручка (млн руб.)	12 678	8 750	3 928	44,9%	35 538	29 189	6 348	21,7%
Онлайн-партнёры	5 092	2 081	3 011	144,7%	14 086	7 771	6 314	81,3%
«Лента Онлайн» ⁶	7 586	6 669	918	13,8%	21 452	21 418	34	0,2%
Средний онлайн-чек (руб.)	1 955	2 337	-382	-16,3%	2 035	2 348	-313	-13,3%
Онлайн-партнёры	2 092	2 112	-20	-1,0%	2 072	2 095	-23	-1,1%
«Лента Онлайн» ⁶	1 873	2 417	-544	-22,5%	2 011	2 455	-444	-18,1%
Кол-во онлайн-заказов (тыс.)	6 485	3 745	2 740	73,2%	17 463	12 432	5 031	40,5%
Онлайн-партнёры	2 434	985	1 449	147,0%	6 797	3 709	3 088	83,3%
«Лента Онлайн» ⁶	4 051	2 760	1 292	46,8%	10 666	8 723	1 943	22,3%

В III кв. 2023 года «Лента Онлайн» запустила доставку лекарств из аптек «Алоэ» (холдинг БСС). Сегодня покупателям доступно порядка 10 тыс. позиций, их можно оплатить и получить в одном заказе вместе с товарами из «Ленты».

Источник:

«Лента» сообщает о росте общих продаж на 7,3%, LFL продаж на 8,0% и росте онлайн-продаж на 44,9% в 3 квартале 2023 года

Чистые продажи Amazon увеличились на 13% по итогам III кв. 2023 г.

Ir.aboutamazon.com, 26.10.2023

/новость

По итогам квартала, который завершился 30 сентября 2023 года, чистый объем продаж Amazon увеличился на 13% до \$143,1 млрд. Продажи сегмента Северной Америки выросли на 11% по сравнению с прошлым годом и составили \$87,9 млрд, международного — на 16% до \$32,1 млрд, сегмента AWS — на 12% до \$23,1 млрд.

Операционная прибыль выросла до \$11,2 млрд по сравнению с \$2,5 млрд в III кв. 2022 года. Чистая прибыль увеличилась до \$9,9 млрд с \$2,9 млрд, разводненная прибыль на акцию составила \$0,94 против \$0,28 годом ранее.

AMAZON.COM, INC.
Consolidated Statements of Operations
(in millions, except per share data)
(unaudited)

	Three Months Ended September 30,		Nine Months Ended September 30,	
	2022	2023	2022	2023
Net product sales	\$ 59,340	\$ 63,171	\$ 172,370	\$ 179,184
Net service sales	67,761	79,912	192,409	225,640
Total net sales	127,101	143,083	364,779	404,824
Operating expenses:				
Cost of sales	70,268	75,022	203,191	212,186
Fulfillment	20,583	22,314	61,196	64,524
Technology and infrastructure	19,485	21,203	52,399	63,584
Sales and marketing	11,014	10,551	29,420	31,468
General and administrative	3,061	2,561	8,558	8,806
Other operating expense (income), net	165	244	504	613
Total operating expenses	124,576	131,895	355,268	381,181
Operating income	2,525	11,188	9,511	23,643
Interest income	277	776	544	2,048
Interest expense	(617)	(806)	(1,673)	(2,469)
Other income (expense), net	759	1,031	(13,356)	649
Total non-operating income (expense)	419	1,001	(14,485)	228
Income (loss) before income taxes	2,944	12,189	(4,974)	23,871
Benefit (provision) for income taxes	(69)	(2,306)	1,990	(4,058)
Equity-method investment activity, net of tax	(3)	(4)	(16)	(12)
Net income (loss)	\$ 2,872	\$ 9,879	\$ (3,000)	\$ 19,801
Basic earnings per share	\$ 0.28	\$ 0.96	\$ (0.29)	\$ 1.93
Diluted earnings per share	\$ 0.28	\$ 0.94	\$ (0.29)	\$ 1.89
Weighted-average shares used in computation of earnings per				
Basic	10,191	10,322	10,178	10,286
Diluted	10,331	10,558	10,178	10,452

Источник:

[Amazon.com Announces Third Quarter Results](#)



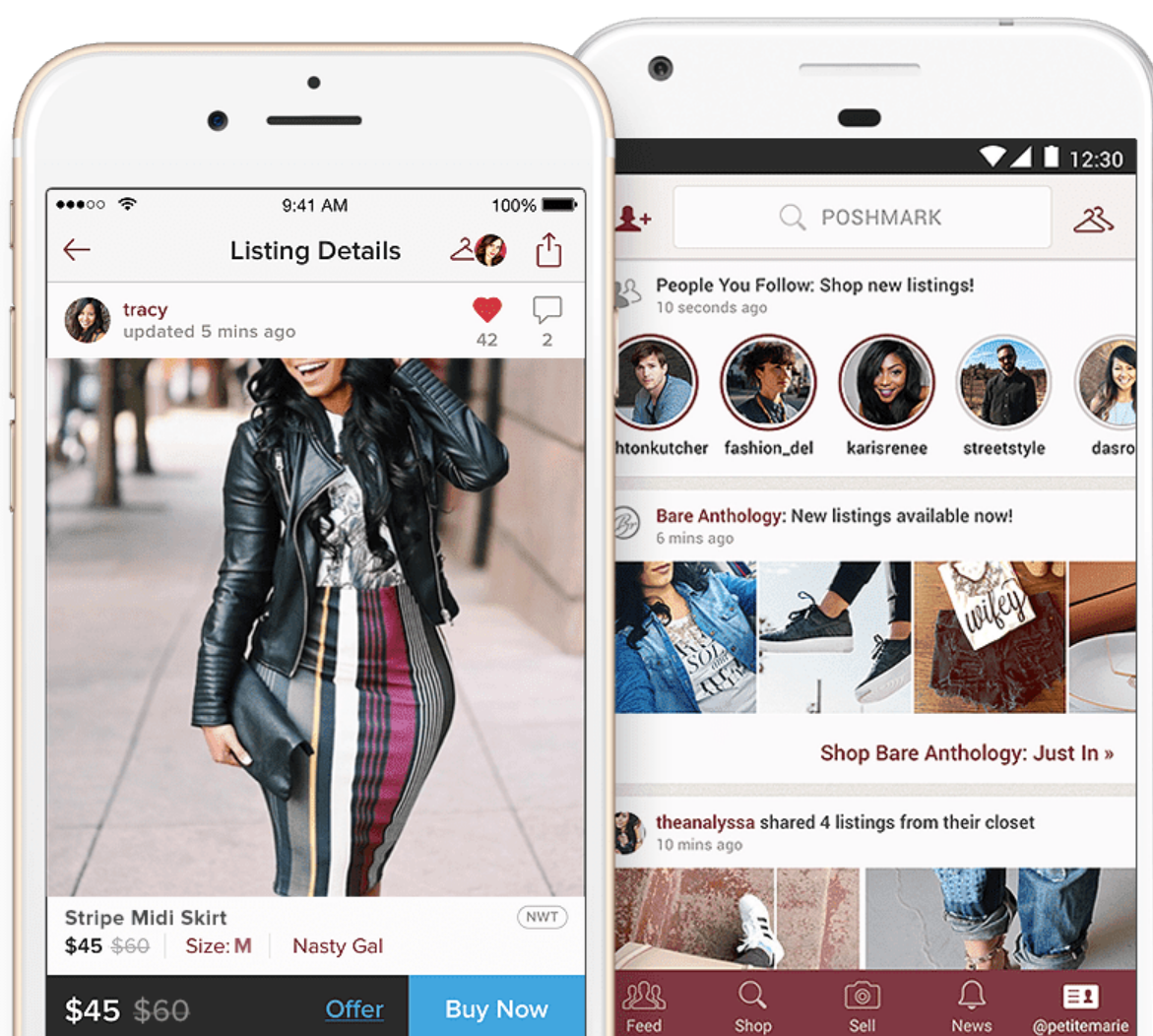
Маркетплейс секонд-хенда Poshmark сфокусируется на рынках США и Канады

Chainstoreage.com, 27.10.2023

/новость

Маркетплейс подержанной модной одежды Poshmark принял решение прекратить свою деятельность в Австралии, Индии и Великобритании с 26 октября. «Этот шаг, хотя и трудный, позволит нам сосредоточить нашу энергию и увеличить наши инвестиции на наших основных рынках — в США и Канаде», — объявили в компании.

Poshmark вышел в Великобританию менее года назад, после запуска в Индии и Австралии в 2021 году. Уход с рынков происходит примерно через год после того, как компания согласилась на приобретение южнокорейским интернет-гигантом Naver Corp в рамках сделки стоимостью около \$1,2 млрд.



Источник:

[Poshmark to focus on U.S. and Canada; exits international markets](#)

Kaspi.kz отмечает успехи направления eCommerce в III кв. 2023 г.

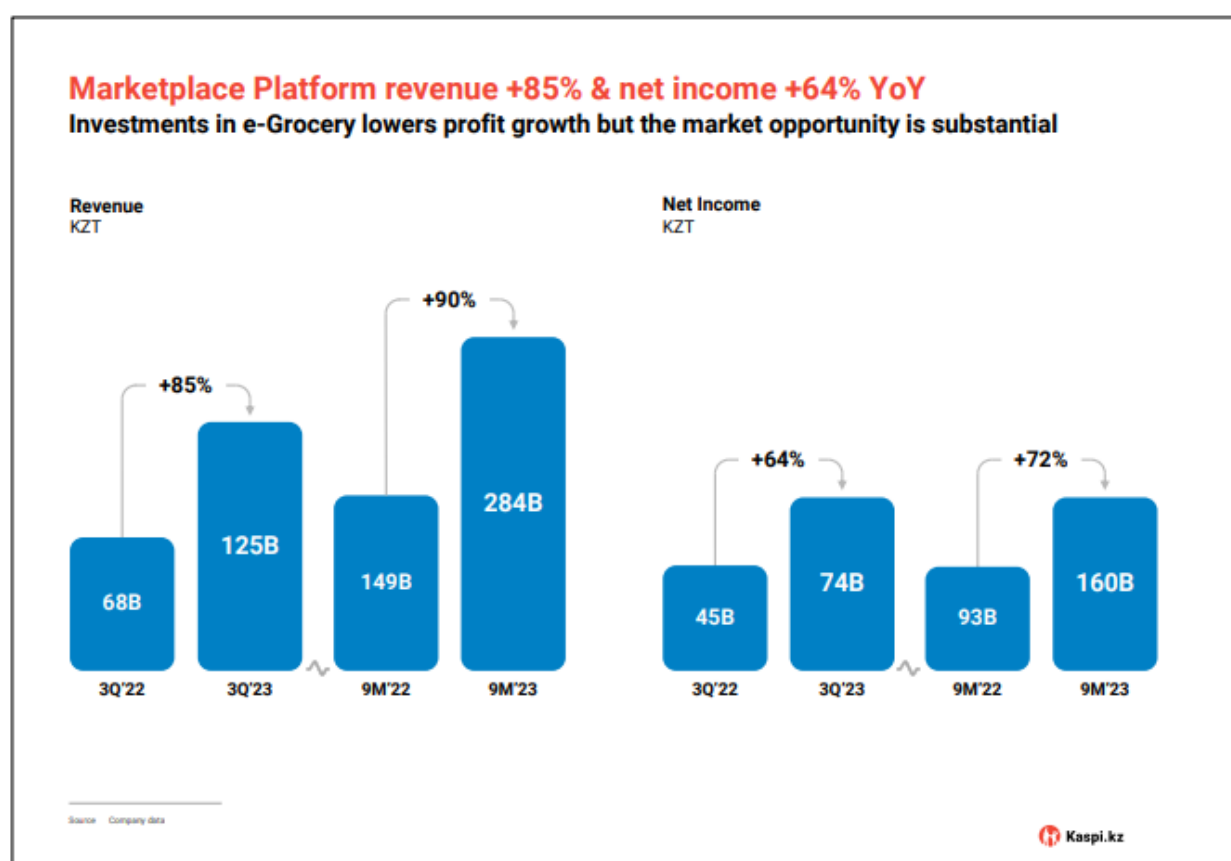
Ir.kaspi.kz, 23.10.2023

/НОВОСТЬ

Консолидированная выручка финтех-компании Kaspi.kz выросла на 51% и 53% в годовом сопоставлении за III кв. и 9 месяцев 2023 года соответственно. Чистая прибыль увеличилась на 40% и 50% соответственно. Платежная платформа и маркетплейс обеспечили 63% чистой прибыли за первые 9 месяцев 2023 года.

GMV маркетплейса в III кв. 2023 года вырос на 50%, выручка — на 85%. В рамках маркетплейса направление eCommerce нарастило GMV на 56%; количество заказов увеличилось на 120%. В сфере eGrocery количество транзакций и число клиентов увеличились в 3,4 раза.

В конце 2021 года компания начала разворачивать сеть Kaspi Postomats, и к концу сентября 2023 года число устройств составило 5223. В планах — расширение сети до около 6000 постаматов к концу года.



Источник:

[Kaspi.kz 3Q & 9M 2023 Financial Results](#)

Электронная коммерция в Кыргызстане составляет 5,3% розничной торговли

24.kg, 23.10.2023

/новость

Доля электронной коммерции в розничной торговле в Кыргызстане по итогам прошлого года составила 5,3%, сообщила консультант проекта цифровых финансовых услуг Международной финансовой корпорации (IFC) Ажар Мамбетова.

По итогам 2021 года 77% населения страны имели доступ к интернету. Это лучший показатель в Центральной Азии. Однако лишь 45,1% обладают достаточным уровнем финансовой цифровой грамотности, и только 10% совершают покупки с использованием мобильного телефона.

Самый низкий показатель не только у Кыргызстана, но и у всех государств Центральной Азии, по индексу логистики. У КР — только 2,3 балла из 5. При этом нельзя сказать, что государства региона сильно отстают в развитии e-commerce. В странах Центральной Азии растут объемы потребительских кредитов по модели рассрочки BNPL.

Еще один тренд в регионе Центральной Азии — размытие границ между финтехом и электронной коммерцией.

Источник:

[Электронная коммерция в Кыргызстане составляет 5,3 процента розничной торговли](#)



Казахстанцы стали жаловаться на сегмент электронной торговли в 4 раза чаще

24.kz, 23.10.2023

/новость

Жители Казахстана стали в 4 раза чаще жаловаться на сегмент электронной торговли. За 9 месяцев в органы защиты прав потребителей поступило 6,5 тыс. обращений, сообщил глава Минторговли и интеграции Арман Шаккалиев. В основном товар не соответствует образцу или описанию, указанному на интернет-сайте продавца.

На сегодняшний день специалисты рассмотрели больше 600 заявлений от казахстанцев. В результате восстановлены права потребителей на 32 млн тенге.



Источник:

[Растет число жалоб в сегменте электронной торговли](#)

DHL: Онлайн-покупатели хотят знать, какие сервисы доставляют их заказы

Dhl.com, 23.10.2023

/исследование

Согласно исследованию DHL Global Online Shopper Survey 2023, 95% опрошенных онлайн-покупателей по всему миру отказывались от корзины из-за отсутствия необходимого варианта доставки.

Другие выводы:

- Для 70% покупателей еще до размещения заказа важно знать, какой сервис его доставит. 43% откажутся от покупки, если не будут доверять поставщику услуг доставки. В таких регионах, как Ближний Восток и Северная Африка, этот показатель возрастает до 61%.

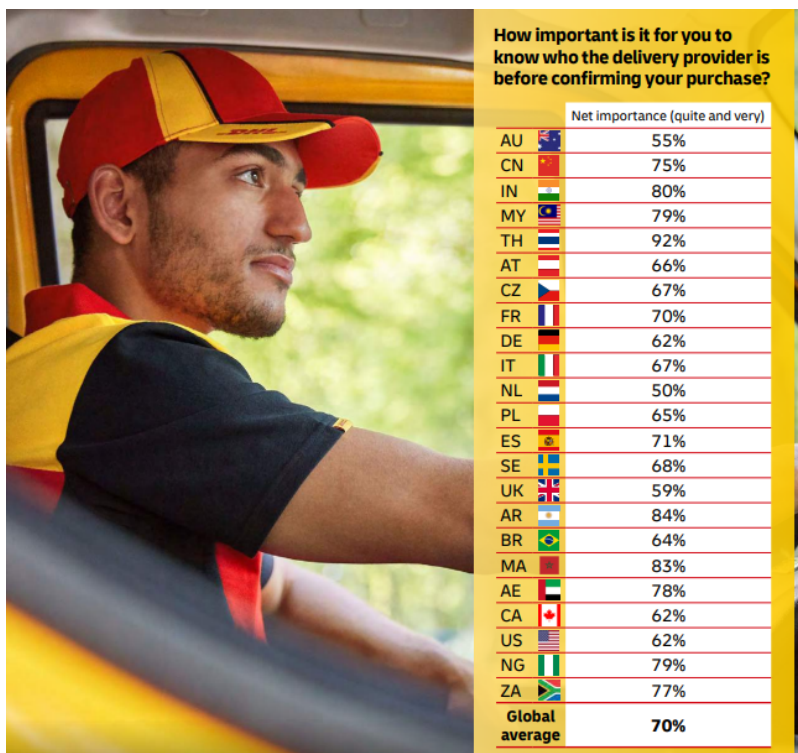
- 42% онлайн-покупателей делают заказы только на сайтах, предлагающих бесплатный возврат, а в Марокко и Индии показатель превышает 60%.

- До 75% покупателей хотят иметь возможность перенаправить посылку или изменить указания по доставке в последнюю минуту.

- Доставка покупок на дом по-прежнему является первым выбором для 76% покупателей во всем мире. 15% хотят, чтобы товары оставались в точке выдачи (например, в постамате или магазине).

Источник:

[DHL Online Shopper Survey](#)



Подкасты и видео

MEDIA MIX

История успеха Авито: доверие как бизнес-модель

В новом выпуске видеоподкаста СберМаркетинга MEDIA MIX разобрана бизнес-модель Авито — от запуска новых вертикалей до аналитики и микросервисной архитектуры. Как AI-алгоритмы помогают повысить качество услуг для 25 млн клиентов ежедневно, почему важно доверие, как мотивировать продавцов, какие новые вызовы стоят перед компанией и зачем нужно кейс-интервью при найме новых сотрудников.



Среди спикеров:

- Иван Гуз, управляющий партнер по развитию бизнеса
- Ирина Грачева, директор по транзакционным продуктам
- Дмитрий Пучков, директор по развитию Авито Работа
- Алексей Ли, директор по продажам Авито Товары
- Андрей Рыбинцев, директор Trust&Safety

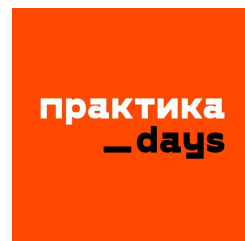
Смотреть: [YouTube](#)

Слушать: [Звук](#)

Борис Преображенский | ПрактикаDays

В гостях у Яндекс Доставка. Интервью с Темботом Керефовым

В гостях у Тембота Керефова, руководителя Яндекс Доставки в России. Поговорили о бизнесе компании и его развитии, перспективных направлениях, динамическом ценообразовании, логистике и многом другом.



Смотреть: [YouTube](#)

Е-commerce «Здравсити», «Ригла», «Будь здоров». Илья Николаев

В гостях Илья Николаев, директор департамента развития онлайн-продаж ООО «Здравсити» / ООО «Ригла». Как развивается еком компании с сетью из более чем 4 тыс. аптек, о логистике, маркетинге, приложении, работе с маркетплейсами, новых проектах, вызовах и многом другом.

Смотреть: [YouTube](#)

Слушать: [Яндекс Музыка](#) | [Apple Podcasts](#)

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.