

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2023 / № 46

13 Ноября 2023 - 19 Ноября 2023

В выпуске:

Россия:

Data Insight: Рейтинг омниканальности крупнейших розничных ритейлеров

Data Insight: Реклама на маркетплейсах стала перспективным инструментом

Оборот Ozon вырос в 2,4 раза в III кв. 2023 г.

«Кухня на районе» начинает доставлять непродовольственные товары

Яндекс Доставка привезет украшения SUNLIGHT за 1,5 часа

Онлайн-оборот товаров «Магнита» составил 11,1 млрд руб. в III кв. 2023 г.

М.Видео-Эльдорадо запустила экспресс-доставку крупногабаритной техники

Итоги распродажи 11.11 на Ozon, Wildberries, Яндекс Маркете

Data Insight: Селлеры на российских маркетплейсах 2022

Весь мир:

Объем e-commerce в США увеличился на 7,8% в III кв. 2023 г.

Uzum Market и компании Южной Кореи расширяют сотрудничество

Walmart нарастил глобальные онлайн-продажи на 15% в III кв. фингода

Чистая выручка компании JD.com увеличилась на 1,7% в III кв. 2023 г.

Ozon начал продажи в Узбекистане

Divan.ru запустил интернет-магазин и шоурумы в Узбекистане

Uzum: Количество заказов 11 ноября увеличилось в 15 раз

Salesforce: Онлайн-покупатели ожидают предложений Кибернедели

Подкасты и видео



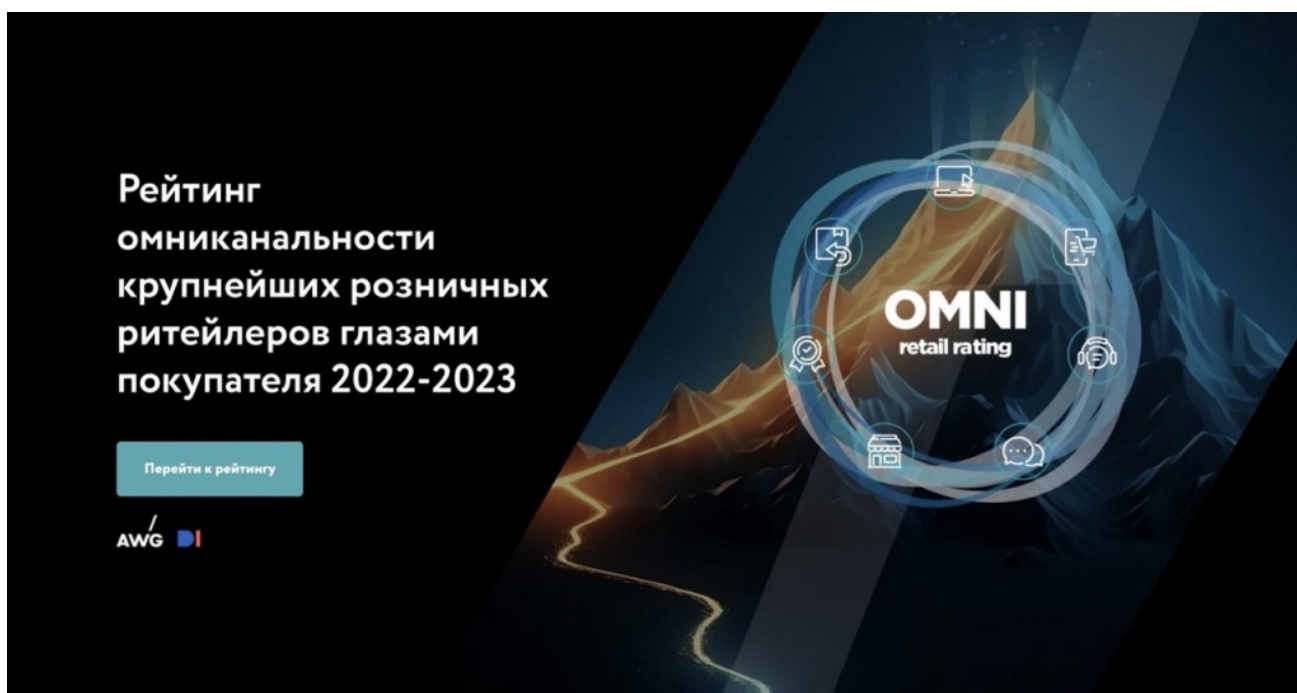
Россия:

Data Insight: Рейтинг омниканальности крупнейших розничных ритейлеров

Datainsight.ru, 17.11.2023

/новость

Data Insight и ИТ-интегратор **AWG** выпустили [рейтинг омниканальности крупнейших розничных ритейлеров за 2022 – 2023 год](#). Рейтинг показывает ритейлеров с точки зрения важнейших аспектов взаимодействия с потребителями.



Результаты рейтинга 2022 – 2023

Победителями прошлого рейтинга стали компании «ВкусВилл», «Детский мир» и Sunlight.

Общий рейтинг:

- 1-е место: ВкусВилл
- 2-е место: Перекресток
- 3-е место: М.Видео

Рейтинг доставки:

- 1-е место: Перекресток
- 2-е место: Ярче!
- 3-е место: Чип и Дип

Источник:

[Рейтинг омниканальности крупнейших розничных ритейлеров глазами покупателя 2022-2023](#)

Data Insight: Реклама на маркетплейсах стала перспективным инструментом

Datainsight.ru, 15.11.2023

/новость

Компания **Data Insight** специально для **АРИП** провела девятое исследование «АРИП Digital Advertisers Barometer — 2022 - 2023. Перспективы интерактивной рекламы в России: взгляд рекламодателей».

Исследование представляет мнения рекламодателей о состоянии рынка интерактивной рекламы, изменениях, происходящих на рынке, а также доступных каналах и инструментах.

Основные выводы:

- В 2022 году **73%** рекламодателей сократили свои рекламные бюджеты. Однако уже в 2023 году **58%** респондентов ожидают роста расходов на рекламу, причем **17%** опрошенных считает, что бюджет на интерактивную рекламу вырастет более чем на **20%**. Ожидают респонденты и рост доли интерактивной рекламы в общем рекламном бюджете.

- Эксперты указывают, что появившийся на рынке дефицит привычного инвентаря, аналитических сервисов и инструментов, привел в этом году к бурному замещающему росту и появлению новых игроков. Замещение происходит не только в сфере инструментария, на рынке активно появляются и новые рекламодатели.

- Таргетированная и контекстная реклама перестали быть самыми популярными видами рекламы. Сократилась и доля компаний, использующих баннерную рекламу. Лидирующим рекламным инструментом стала InStream видеореклама.

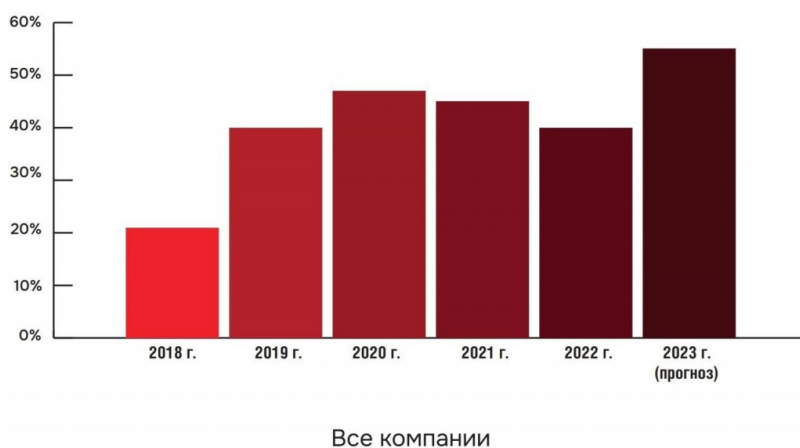
- Реклама на маркетплейсах стала самым перспективным инструментом, с которым экспериментируют **26%** респондентов. Кроме того, **50%** опрошенных, считают, что доля рекламы на маркетплейсах в общей структуре расходов в 2023 году вырастет.

- В среднем в 2022 году компании тратили около **25%** своего рекламного бюджета на эксперименты в сфере digital. Помимо рекламы на маркетплейсах, заметен интерес компаний к инструментам на стыке онлайн и оффлайна, таким как Online to Offline конверсия (**24%** респондентов), активация Offline аудиторий (**21%**), Digital Instore (**20%**).

Источник:

«Digital Advertisers Barometer — 2022 - 2023. Перспективы интерактивной рекламы в России: взгляд рекламодателей»

Рис. 4.4. Динамика средней доли digital (интерактивной рекламы) в рекламных бюджетах компаний (результаты опросов 2023, 2021 и 2020 годов).



Оборот Ozon вырос в 2,4 раза в III кв. 2023 г.

Corp.ozon.ru, 16.11.2023

/новость

Ozon объявил неаудированные финансовые результаты за III кв. 2023 года:

- Оборот от продаж (GMV), включая услуги, вырос рекордными за 8 кварталов темпами — на 140% год к году, составив 450,8 млрд руб. GMV продавцов вырос на 156%, доля в обороте достигла 83,5%
- Выручка увеличилась на 77% до 109 млрд руб. Сервисная выручка удвоилась до 69 млрд руб.
- Количество заказов выросло на 134% год к году до 251,1 млн. Число активных покупателей составило 42,4 млн. Частотность заказов достигла 19,2 в год на активного покупателя (+64%).
- Общая площадь логистической инфраструктуры Ozon увеличилась на 70% и превысила 2 млн кв. м, а количество пунктов выдачи выросло более чем в 2 раза.
- Скорректированная EBITDA в III кв. 2023 года оказалась отрицательной и составила 3,9 млрд руб.
- Компания повышает прогноз по росту GMV за полный 2023 год до 90–100%, а также ожидает положительную скорректированную EBITDA по итогам года.



Источник:

Оборот Ozon в третьем квартале вырос в 2,4 раза, продажи продавцов – в 2,6 раза



«Кухня на районе» начинает доставлять непродовольственные товары

Kommersant.ru, 16.11.2023 00:58:00

/новость

Сервис «Кухня на районе» запускает продажу непродовольственных товаров, сообщает [«Коммерсантъ»](#). В приложении уже появился специальный раздел.

Сейчас на онлайн-витрине сервиса представлено 200 товарных позиций. Компания планирует расширить ассортимент этой категории более чем вдвое, в том числе через параллельный импорт, а также сотрудничество с федеральными и локальными производителями.



Источник:

[«Кухне на районе» не хватает еды](#)

Яндекс Доставка привезет украшения SUNLIGHT за 1,5 часа

Retail.ru, 14.11.2023 09:30:00

/новость

Ювелирная сеть SUNLIGHT и сервис Яндекс Доставка наладили экспресс-доставку заказов, оформленных на сайте или через мобильное приложение. Покупатели SUNLIGHT в 116 городах России могут получить онлайн-заказ с доставкой до двери в среднем за 1,5 часа с момента оформления.

Для заказов дороже 4 990 руб. экспресс-доставка будет бесплатной. Статус заказа и перемещение курьера можно отслеживать в приложении Яндекс Go. Ранее покупатели ювелирной сети могли оформить доставку курьером на следующий день или самостоятельно забрать заказ из магазина.



Источник:

[Яндекс Доставка и Sunlight наладили экспресс-доставку ювелирных украшений](#)

Онлайн-оборот товаров «Магнита» составил 11,1 млрд руб. в III кв. 2023 г.

Magnit.com, 14.11.2023

/НОВОСТЬ

«Магнит» объявил операционные и финансовые результаты деятельности за III кв. и 9 месяцев 2023 года.

Общий онлайн-оборот товаров (GMV) с НДС в III кв. 2023 года составил 11,1 млрд руб. по сравнению с 7,1 млрд руб. годом ранее. Общий онлайн-оборот товаров с НДС за первые 9 месяцев составил 28,1 млрд руб.

В III кв. 2023 года среднее количество заказов в день достигло 72 885 (+23,9% год к году). Средний чек по всем онлайн-сервисам составил около 1660 руб. с НДС, что в 4 раза выше, чем в магазинах у дома. В основном это связано с большим количеством товаров в корзине.

	3Кв 2023	3Кв 2022	Изменение	Изменение, %	9М 2023	9М 2022	Изменение	Изменение, %
Общий оборот товаров (GMV), млрд руб.	11,1	7,1	4,1	57,6%	28,1	23,7	4,5	18,9%
Количество заказов в день (среднее)	72 885	58 806	14 079	23,9%	68 500	72 431	-3 931	-5,4%
Средний чек с НДС, руб.	1 660	1 316	344	26,2%	1 505	1 197	308	25,8%
Количество охваченных магазинов (на конец периода)	18 656	11 300	7 356	65,1%	18 656	11 300	7 356	65,1%

Количество офлайн-магазинов, подключенных к сервисам e-commerce «Магнита», выросло до более 18 тыс. в 67 регионах и 1740 населенных пунктах. 79% текущей выручки генерируется за пределами Москвы и Санкт-Петербурга.

Самым крупным и быстрорастущим сегментом является экспресс-доставка, при которой заказы выполняются в течение 60 минут.

Источник:

[Магнит объявляет о росте чистой розничной выручки на 7,0% и 6,7% рентабельности по EBITDA в 3 квартале 2023 года](#)



М.Видео-Эльдорадо запустила экспресс-доставку крупногабаритной техники

Mvideoeldorado.ru, 13.11.2023 11:34:00

/новость

Жителям Москвы, Санкт-Петербурга, Краснодара, Екатеринбурга, Новосибирска, Ростова-на-Дону, Челябинска, Казани, Самары и Уфы стал доступен новый сервис срочной доставки товаров с габаритами до 190 см и весом не более 60 кг. Доставку осуществляют партнеры ритейлера — агрегаторы такси.

В рамках сервиса доступно несколько тысяч позиций из розничных магазинов М.Видео, которые можно получить в удобный временной интервал в день оформления покупки. В стоимость услуги включена работа грузчика, который забирает технику из магазина вместе с водителем и осуществляет подъем в квартиру покупателя.



Источник:

[М.Видео-Эльдорадо запустила экспресс-доставку крупногабаритной техники](#)

Итоги распродажи 11.11 на Ozon, Wildberries, Яндекс Маркете

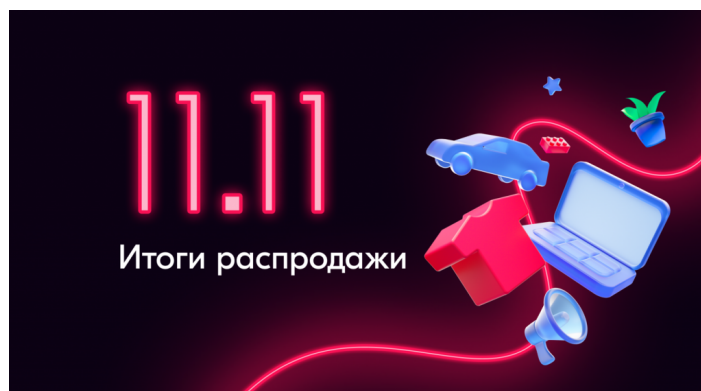
Corp.ozon.ru, 13.11.2023

/новость

Крупнейшие маркетплейсы объявили итоги распродажи 11.11:

Ozon

- Оборот за 3 пиковых дня (9-11 ноября) превысил 30 млрд руб., что на 64% выше продаж за сопоставимый период в октябре 2023.
- Средний чек вырос на 27% по сравнению с прошлым годом.
- 80% оборота — продажи товаров предпринимателей. Продавцы включили в распродажу более 68 млн товаров — в 2,5 раза больше, чем в 2022.
- В акции участвуют 7 из 10 продавцов на площадке, в среднем оборот участника к октябрю растет на 70%. Более половины продавцов в акции — региональные предприниматели.
- Первую строчку по продажам заняли товары для дома. Только за один день 11 ноября покупатели совершили больше 5,4 млн заказов. 63% всех покупок в рублевом эквиваленте сделали жители регионов.



Wildberries

- С 30 октября по 11 ноября покупатели приобрели 227 млн товаров. В главный день распродажи, 11 ноября, оформили свыше 21 млн товаров.
- В топ-5 самых продаваемых товаров вошли: пятновыводитель, крем для рук, дезодорант, отбеливатель, гель для бровей.
- Топ-5 категорий с наибольшим приростом год к году: сетевое оборудование (+197%), торговое оборудование (+187%), строительные материалы (+186%), садовая техника (175%), оргтехника (171%).

Яндекс Маркет

- За 8-12 ноября оборот год к году вырос в 1,4 раза, число заказов — в 1,7 раза, аудитория — в 2,5 раза, число покупателей — в 1,7 раза.
- Лидирующие категории по объему продаж: одежда, обувь и аксессуары (рост в 5,4 раза), цветы и букеты (в 5 раз), аптечные товары (в 3,4 раза), книги (в 3 раза).

Источник:

[11/11 снова бьет рекорды: десятки миллиардов продаж у продавцов, рост среднего чека на треть и новые категории товаров в топе](#)

[Подвели итоги «11.11 День Шопинга»](#)

[Эти цифры греют душу: итоги 11.11](#)



Материал размещен на правах рекламы

Data Insight: Селлеры на российских маркетплейсах 2022

Datainsight.ru, 17.11.2023

/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.

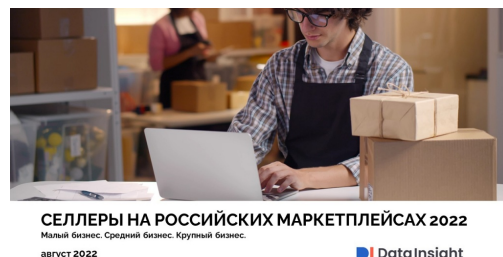
Стоимость каждого отчета: 30 000 рублей + НДС

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.

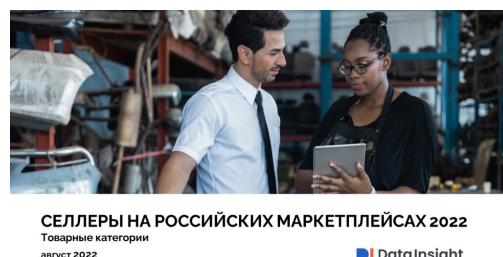


[Заказать отчет по размеру селлеров](#)

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:

Объем e-commerce в США увеличился на 7,8% в III кв. 2023 г.

Digitalcommerce360.com, 17.11.2023

/НОВОСТЬ

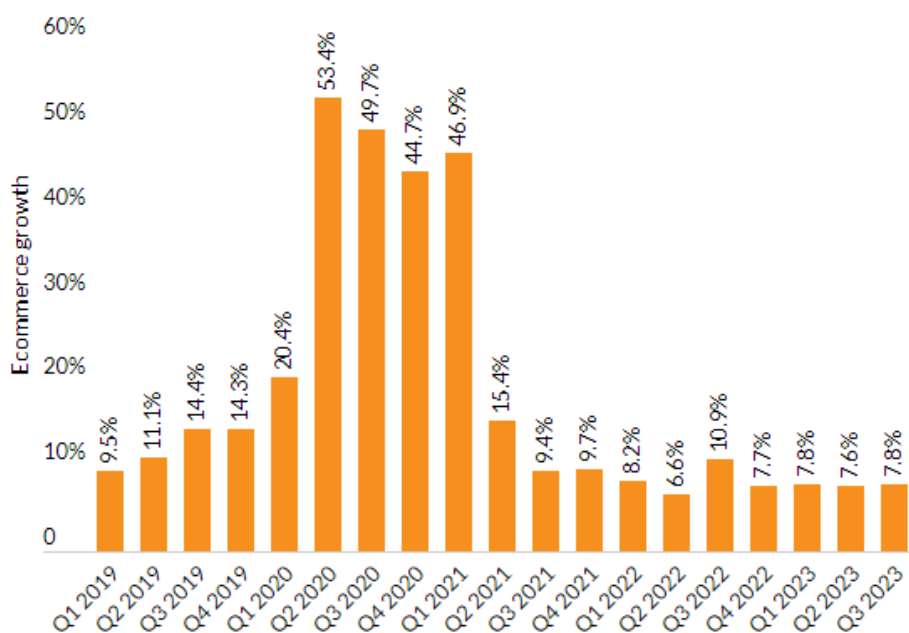
Объем онлайн-продаж в США по итогам III кв. 2023 года достиг \$271,7 млрд — это на 7,8% больше, чем годом ранее. Электронная коммерция составила 21,4% от общего объема розничных продаж, который достиг \$1,267 трлн (на 3,2% больше, чем во II кв. 2023 года).

За первые 9 месяцев 2023 года объем электронной торговли в США вырос примерно на 7,7% год к году. Общий объем розничных продаж увеличился на 3,9% за тот же период.

E-commerce обеспечила 41% от общего роста розничной торговли за первые 9 месяцев и 49,7% роста в III кв. 2023 года.

US ecommerce growth remains flat

Year-over-year growth in online sales, Q1 2019-Q2 2023



Source: Digital Commerce 360 analysis of U.S. Department of Commerce data; August 2023

Источник:

[US ecommerce sales rise in Q3, but growth remains flat](#)



Uzum Market и компании Южной Кореи расширяют сотрудничество

Kapital.uz, 17.11.2023 14:35:00

/новость

Корейская экспортная компания Mose People в сотрудничестве с торговым представительством KOTRA в Узбекистане расширяет партнерство с национальным маркетплейсом Uzum Market для поставок корейской продукции.

В марте 2023 года Uzum Market запустил продажу косметики и одежды из Кореи, вскоре жителям Узбекистана станут доступны еще тысячи товаров из-за рубежа, в том числе товары для дома, аксессуары для мобильных телефонов, игрушки и многое другое.



«Мы будем стремиться открыть рынок Узбекистана для отечественных компаний и стартапов, которые хотят расширить свой экспортный рынок в Центральной Азии. Уже в следующем году в сотрудничестве с торговым представительством KOTRA планируется создать крупномасштабный корейский павильон на платформе Uzum Market», — сказал Хан Соль Чой, генеральный директор Mose People.

Источник:

[Uzum Market укрепляет сотрудничество с компаниями Южной Кореи](#)

Walmart нарастил глобальные онлайн-продажи на 15% в III кв. фингода

Corporate.walmart.com, 16.11.2023

/новость

Онлайн-продажи ритейлера Walmart в США выросли на 24% за III кв. 2024 финансового года, завершившийся 27 октября. Глобальные продажи направления электронной коммерции выросли на 15% за тот же период, при этом международные онлайн-продажи снизились на 3%.

Сопоставимые продажи компании в США выросли на 4,9%, а общая выручка — на 5,2% до \$160,8 млрд.



Источник:

[Walmart Releases Q3 FY24 Earnings](#)

Чистая выручка компании JD.com увеличилась на 1,7% в III кв. 2023 г.

Ir.jd.com, 15.11.2023

/НОВОСТЬ

По итогам III кв. 2023 года чистая выручка китайской компании JD.com выросла на 1,7% год к году и составила 247,7 млрд юаней (\$34 млрд). При этом чистая выручка от продажи продуктов снизилась на 0,9%, а чистая выручка от услуг выросла на 12,7%.

Операционная прибыль составила 9,3 млрд юаней (\$1,3 млрд) по сравнению с 8,7 млрд юаней за аналогичный период прошлого года. Чистая прибыль, приходящаяся на держателей обыкновенных акций, за III кв. 2023 года составила 7,9 млрд юаней (\$1,1 млрд) по сравнению с 6 млрд юаней за аналогичный период прошлого года.

	For the three months ended			For the nine months ended		
	September 30, 2022	September 30, 2023	September 30, 2023	September 30, 2022	September 30, 2023	September 30, 2023
	RMB	RMB	US\$	RMB	RMB	US\$
	(In millions, except percentage data)					
Net revenues:						
JD Retail	211,923	212,059	29,065	671,004	677,697	92,886
JD Logistics	35,771	41,663	5,710	94,394	119,424	16,368
Dada	2,380	2,867	393	5,349	8,254	1,131
New businesses	4,997	3,818	523	17,018	11,584	1,588
Inter-segment eliminations *	(11,536)	(12,709)	(1,741)	(36,975)	(38,374)	(5,259)
Total consolidated net revenues	243,535	247,698	33,950	750,790	778,585	106,714
Operating income/(loss):						
JD Retail	10,926	11,001	1,508	26,990	28,988	3,973
JD Logistics	253	288	39	(372)	(325)	(45)
Dada	(300)	(52)	(7)	(915)	(298)	(41)
New businesses	276	(140)	(20)	(4,143)	764	105
<i>Including: gain on sale of development properties</i>	1,229	—	—	1,229	1,481	203
Total segment operating income	11,155	11,097	1,520	21,560	29,129	3,992
Unallocated items**	(2,427)	(1,794)	(245)	(6,665)	(5,129)	(703)
Total consolidated operating income	8,728	9,303	1,275	14,895	24,000	3,289

Источник:

[JD.com Announces Third Quarter 2023 Results](#)



Ozon начал продажи в Узбекистане

Corp.ozon.ru, 14.11.2023

/новость

Жители Узбекистана могут оформить заказы на Ozon в любой регион страны. Доступны миллионы товаров из более чем 20 категорий. Средний срок доставки — 12 дней.

На первом этапе покупатели могут получить заказы в партнерских пунктах выдачи, а также в 1660 отделениях Почты Узбекистана. Ozon планирует развивать собственную логистическую инфраструктуру в стране, а также франшизную сеть брендированных пунктов приема и выдачи заказов.

Кроме того, специалисты Ozon будут проводить обучающие мероприятия для местных предпринимателей при поддержке торгово-промышленной палаты Узбекистана. Компания планирует принять участие в работе по совершенствованию регулирования электронной коммерции, а также механизмов трансграничной торговли в Республике.



Источник:

[Ozon запустил продажи в Узбекистане](#)



Divan.ru запустил интернет-магазин и шоурумы в Узбекистане

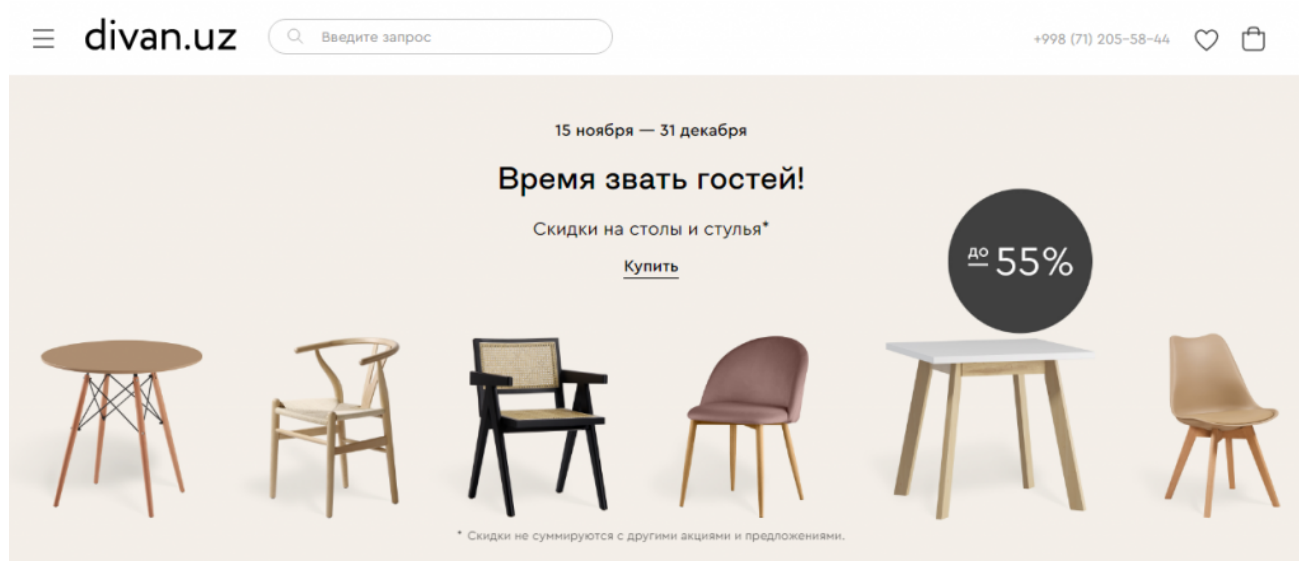
Newshub.uz, 13.11.2023

/новость

Российский производитель мебели Divan.ru запустил в Узбекистане интернет-магазин и шоурумы своей дизайнерской продукции.

Онлайн-магазин divan.uz работает на узбекском и русском языках и предлагает мебель собственного производства. Кроме того, в столице открылись три шоурума бренда. Доставка осуществляется по всему Узбекистану.

«Мы давно стремились попасть в Узбекистан: здесь есть наши покупатели, мебельный рынок страны очень перспективен. Не стали ограничиваться открытием интернет-магазина с национальным доменом и доставкой из-за границы», — сказал основатель и CEO Divan.ru Антон Макаров.



Источник:

Мебельная компания Divan.ru запустила интернет-магазин и шоурумы в Узбекистане

Uzum: Количество заказов 11 ноября увеличилось в 15 раз

Kapital.uz, 13.11.2023 10:00:00

/НОВОСТЬ

Экосистема Uzum подвела итоги первых суток распродажи 11.11: число заказов 11 ноября выросло в 15 раз год к году, всего же узбекистанцы оформили более 130 000 заказов в сервисах экосистемы.



В топе самых популярных товаров на Uzum Market – электроника, одежда и аксессуары, товары для дома. Порядка 45% оплаченных заказов оформлены в рассрочку от Uzum Nasiya.

Уже за неделю до начала распродажи пользователи начали активно добавлять товары в корзины. Если в прошлом году узбекистанцы отдавали предпочтение недорогим товарам с доставкой курьером, то на этот раз 98% заказов привозят в пункты выдачи.

Активнее всего заказы 11.11 оформляли жители Ташкента, Самарканда, Ферганы и Бухары. В столице предпочитали товары для дома, посуду, одежду и аксессуары, а в регионах большим спросом пользовались смартфоны, продукты питания и бытовая химия.

Источник:

[90 в минуту: во всемирный день шоппинга узбекистанцы сделали более 130 000 онлайн-заказов](#)

Salesforce: Онлайн-покупатели ожидают предложений Кибернедели

Salesforce.com, 17.11.2023

/исследование

По оценкам Salesforce, ранние праздничные онлайн-продажи во всем мире выросли лишь на 3%, а в США снизились на 2% год к году. Потребители все еще ищут самые большие и выгодные предложения сезона. После трех лет растущей инфляции потребители покупают путем компромиссов, сравнения цен и поиска лучших предложений.

Однако в первые две недели ноября по сравнению с аналогичным периодом октября в мире активизировались онлайн-трафик (+17%), просмотры продуктов (+17%) и продажи (+19%).

В период с 1 октября по 14 ноября в мире цифровой трафик вырос на 5% год к году, просмотры продукции — на 6%, количество сеансов чат-ботов — на 35%, использование решений BNPL — на 5%. Искусственный интеллект повлиял на 16% покупок, совершенных за последние 6 недель.



Salesforce ожидает увидеть три основных тренда:

- Медленный старт праздничного шопинга приведет к масштабной Кибернеделе: как и в 2022 году, на этот период придется более 25% всех праздничных покупок.
- Доля заказов, на которые повлияет ИИ, увеличится до 18% (\$53 млрд онлайн-продаж).
- Скидки достигнут 29% в глобальном масштабе и 30% в США, что соответствует уровням до пандемии.

Источник:

[Shoppers Play 'Discount Chicken' and Tap Into AI as They Await Cyber Week Deals](#)

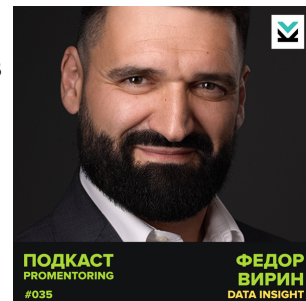
Подкасты и видео

ProMentoring

Федор Вирин (Data Insight) — про стратегическое мышление, интернет в России и непоправимую пользу менторства

В гостях Федор Вирин — Руководитель аналитической компании Data Insight. Занимается исследованиями и стратегиями с 2001 года, в основном сконцентрирован на исследованиях e-commerce России, а также на возможностях развития бизнеса за пределами РФ.

В течение 20 лет с 2000 года преподавал и руководил курсами в АНХ, ВШЭ и ГУУ. Ментор среднего и крупного бизнеса. Член клуба менторов Менторклуб.ру.



О чем поговорили:

- о менторстве как способе быстро нанести человеку непоправимую пользу
- что необходимо для развития навыка стратегического мышления и каждому ли это дано
- причины торможения процессов цифровой трансформации и способы их активации
- от чего зависит траектория развития интернета в России и мире
- что такое экономика ощущений
- как культурные особенности влияют на потенциал развития бизнеса
- простой рецепт, как чувствовать себя счастливым

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

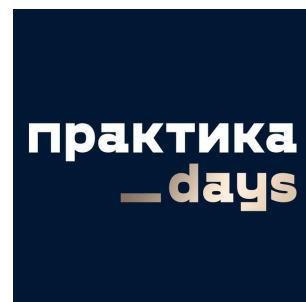
Борис Преображенский | ПрактикаDays

Маркетинг и цифровая трансформация РИВ ГОШ, сети из 260 магазинов косметики и парфюмерии

О проектах цифровизации, задачах и инструментах, маркетинге, старых и новых каналах, фокусе на мобильном приложении и многом другом.

В гостях Тиран Акопян, директор стратегического маркетинга и цифровой трансформации, РИВ ГОШ.

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.