

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2023 / № 50

11 Декабря 2023 - 17 Декабря 2023

В выпуске:

Россия:

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

Ozon запустил онлайн-платформу поиска заказов на грузоперевозки «Вози Ozon»

ВкусВилл запустил внутри мобильного приложения сервис предзаказа

Мегамаркет вводит опцию онлайн-примерки декоративной косметики

Доставка из «Пятёрочки» и «Перекрёстка» появилась в приложении Тинькофф

«Кухня на районе» вышла в 8 новых городов

Сервис доставки Broniboy привлек 100 млн руб.

Lamoda открыла первые розничные магазины под брендом Lamoda Sport

Tinkoff eCommerce: 75% онлайн-покупателей ищут сайт продавца в интернете

Весь мир:

Zalando запускает опцию покупки популярных товаров «по приглашению»

Amazon активизирует свою стратегию электронной коммерции в Китае

Специализированные маркетплейсы набирают популярность в Европе

Лидеры по капитализации среди e-commerce компаний — Amazon, PDD, Alibaba

Mirakl: Какие тренды будут способствовать росту онлайн-платформ в 2024 г.

Forrester: Онлайн-продажи топ-5 стран Европы составят €372 млрд в 2023 г.

Стриминг — одно из самых прибыльных направлений e-commerce в Китае

Подкасты и видео



Россия:

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

Datainsight.ru, 17.12.2023

/новость

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.

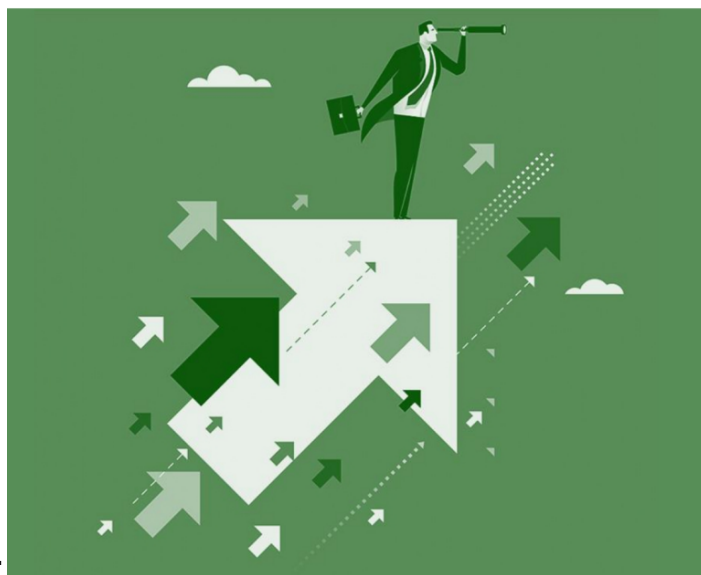
ЗАКАЗАТЬ ОТЧЕТ

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

DIDataInsight

Оzon запустил онлайн-платформу поиска заказов на грузоперевозки «Вози Ozon»

Corp.ozon.ru, 14.12.2023

/новость

После регистрации в сервисе транспортные компании и частные водители большегрузов смогут выбрать заказ маркетплейса на магистральную перевозку по России и СНГ.



Онлайн-платформа работает по модели быстрых сделок. Ozon размещает заказы на перевозку и указывает их стартовую стоимость. Перевозчики предлагают свою цену — побеждает партнер с лучшими условиями на аукционе.

Компании платформа поможет сократить затраты и упростит привлечение новых водителей. Перевозчики смогут избежать комиссий посредников благодаря работе напрямую с маркетплейсом.

В 2023 году Ozon разместил более 900 тыс. заказов на магистральные перевозки. С маркетплейсом сотрудничает почти 7 тыс. водителей большегрузных автомобилей. С запуском «Вози Ozon» компания планирует удвоить количество партнеров до конца 2024 года.

Источник:

[Ozon запускает онлайн-платформу для магистральных перевозчиков Вози Ozon](#)

ВкусВилл запустил внутри мобильного приложения сервис предзаказа

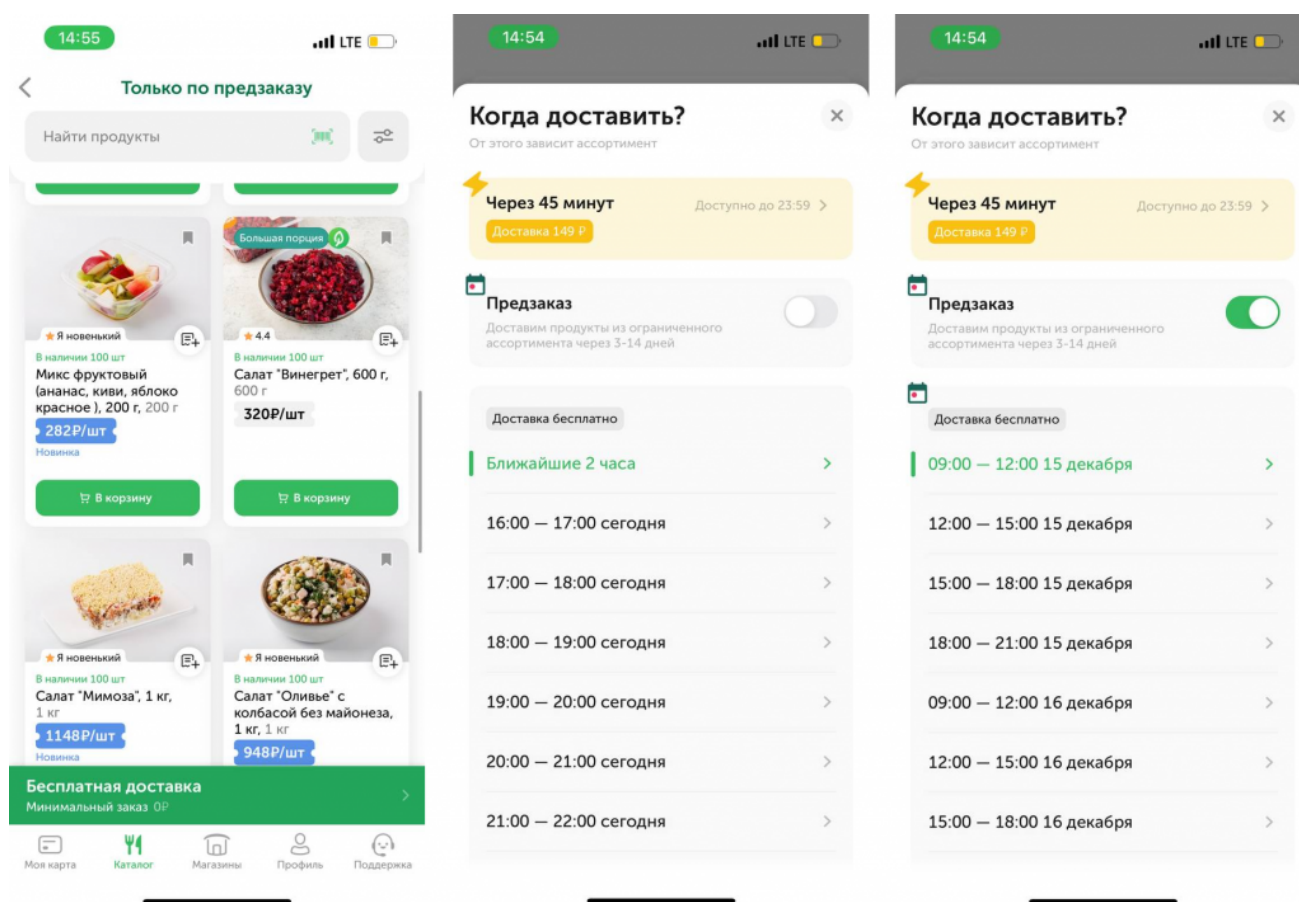
Telegra.ph, 15.12.2023

/НОВОСТЬ

Перед праздниками ВкусВилл реализовал новый сервис доставки — предзаказы. Опция доступна жителям Москвы и Московской области, чьи адреса находятся в зоне работы дарксторов.

Проект является тестовым. Предзаказ работает в период с 11 по 30 декабря. Сервис позволит обеспечить необходимыми продуктами покупателей и распределить нагрузку на дарксторы.

К предзаказу доступны только определенные продуктовые категории — салаты, фруктовые нарезки, торты «на всю семью». После заказа доставка осуществляется через 3-14 дней (в зависимости от выбранной даты).



«Проработка и внедрение продукта заняли 2,5 месяца. Если сервис покажет себя хорошо и понравится покупателям, мы будем масштабировать его на весь ассортимент. Покупатели получают возможность заранее заказать всё необходимое на любые праздники», — комментирует Наталья Овда, лидер клиентских путей ВкусВилл.

Источник:

[ВкусВилл запустил новый сервис доставки внутри мобильного приложения - предзаказы](#)



Мегамаркет вводит опцию онлайн-примерки декоративной косметики

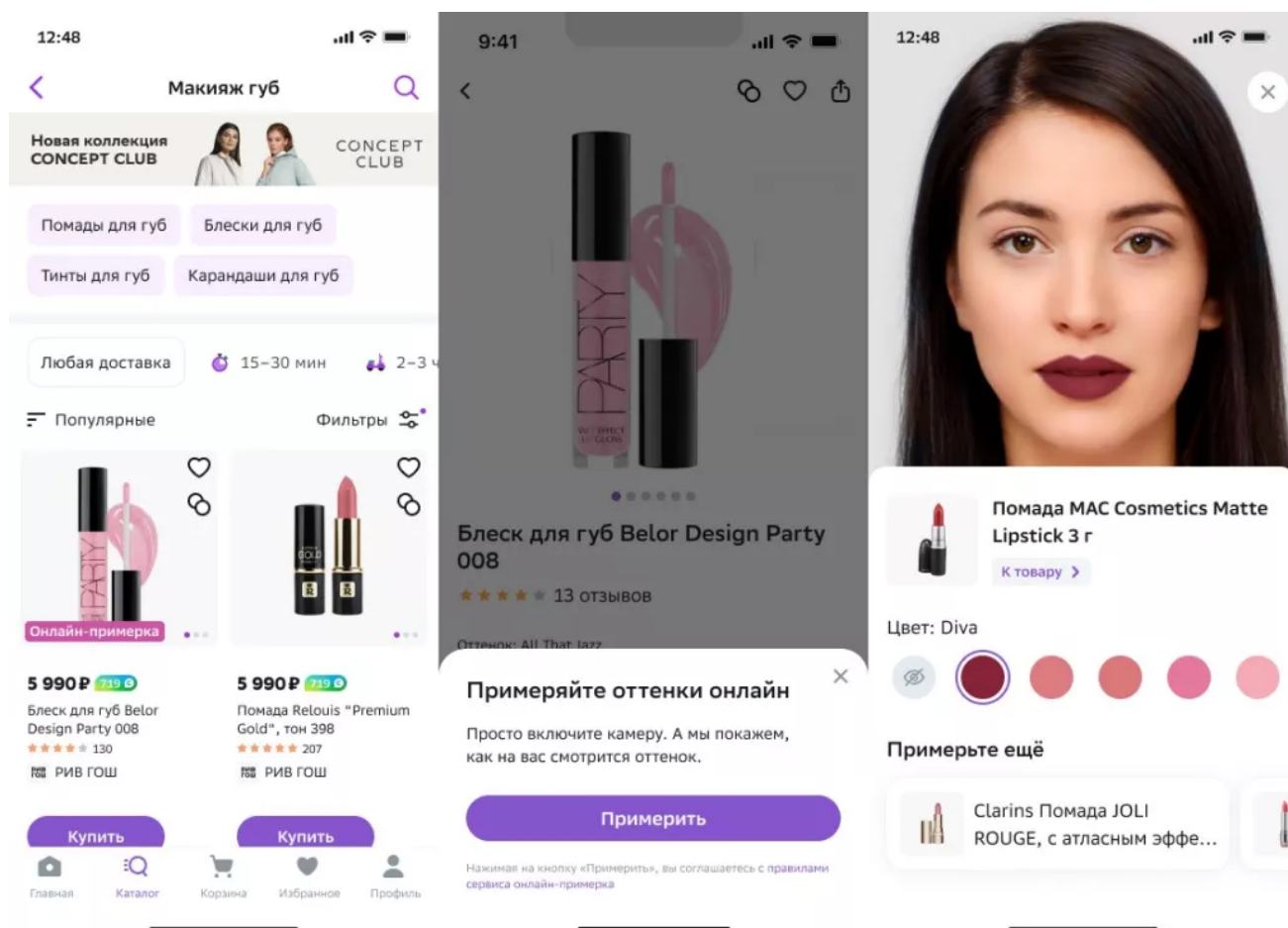
New-retail.ru, 14.12.2023 09:50:00

/новость

До конца года маркетплейс Мегамаркет планирует подключить около 6 000 SKU и 35 брендов к сервису онлайн-примерки косметики. Первыми станут доступны продукты для губ, румяна, тональные средства, тени для глаз и тушь для ресниц.

Онлайн-примерка косметики происходит в виртуальном зеркале, менять оттенки можно одним кликом, а также переходить к примерке других продуктов из предложенных в рекомендациях. Мегамаркет не собирает и не фиксирует биометрию и данные по изображению лица.

В ближайшее время функция станет доступна всем пользователям мобильного приложения. В будущем специалисты планируют улучшать алгоритмы и делать их еще более реалистичными, учитывающими особенности различных типов кожи.



Источник:

[Мегамаркет запускает возможность онлайн-примерки косметики](#)

Доставка из «Пятёрочки» и «Перекрёстка» появилась в приложении Тинькофф

Vk.com, 14.12.2023

/новость

Доставка продуктов из «Пятёрочки» и «Перекрёстка» появилась в приложении Тинькофф. Сервис доступен в разделе «Город» «Продукты».

Сборку и доставку осуществляют сотрудники X5, вопросы по оформленным заказам можно задавать в чате с поддержкой в мобильном приложении Тинькофф. Условия, цены и ассортимент аналогичны параметрам доставки через приложения торговых сетей «Пятёрочка» и «Перекрёсток».

Сейчас услугой могут воспользоваться пользователи смартфонов на Android. Сервис доступен в большинстве городов присутствия «Перекрёстка» и «Пятёрочки».



Источник:

[В приложении Тинькофф появилась доставка продуктов из «Пятёрочки» и «Перекрёстка»](#)

«Кухня на районе» вышла в 8 новых городов

Retail.ru, 12.12.2023 11:05:00

/новость

Служба доставки еды «Кухня на районе» появилась в 8 городах: Казани, Ногинске, Калуге, Твери, Коломне, Орехово-Зуево, Нижнем Новгороде и Великом Новгороде. Это произошло благодаря сотрудничеству с онлайн-ритейлером «Самокат», который представлен во всех перечисленных регионах. К заказу доступно порядка 15 SKU в каждом городе.



Компания планирует увеличить ассортимент до московского уровня. В сентябре 2023 года «Кухня на районе» вышла в Санкт-Петербург — изначально ассортимент сервиса появился в 20 дарксторах «Самоката». С этого момента компания успела расширить географию присутствия до 180 дарксторов.

«Глобальная цель на следующий год — продолжить выходить в новые города, адаптируя ассортиментную матрицу под каждый регион, учитывая локальные предпочтения пользователей», — комментирует лидер отдела развития бизнеса Дмитрий Константинов.

Источник:

[«Кухня на районе» запустилась в 8 городах России](#)

Сервис доставки Broniboy привлек 100 млн руб.

Forbes.ru, 12.12.2023

/новость

Краснодарский сервис доставки еды, продуктов и лекарств Broniboy привлек 100 млн руб., сообщил [Forbes](#) один из основателей стартапа Александр Радионов. Условия текущей сделки и данные об инвесторе не раскрываются.

Средства пойдут на маркетинг и развитие службы найма и подготовки курьеров для сторонних игроков рынка доставки. Инвестиции также позволят компании разработать новые IT-решения по оптимизации доставки для своих клиентов — ресторанов, магазинов и аптек.

Сегодня сервис работает в 20 городах России, а также в Ташкенте (Узбекистан). По собственным данным, оборот компании по итогам 11 месяцев 2023 года составил 500 млн руб., а выручка выросла в 6 раз год к году до 200 млн руб. В октябре компания достигла операционной безубыточности, утверждает Радионов. В 2024 году стартап намерен подключить 10 000 ресторанов и магазинов и нанять более 3000 курьеров.



Источник:

[Краснодарский сервис доставки Broniboy привлек 100 млн рублей](#)

Lamoda открыла первые розничные магазины под брендом Lamoda Sport

Adindex.ru, 12.12.2023 11:16:00

/новость

Lamoda запустила первые розничные магазины спортивных товаров под собственным брендом Lamoda Sport.

В магазинах Lamoda Sport Outlet представлена спортивная одежда и обувь прошлых коллекций. Основу ассортимента составляют товары брендов Adidas, Puma, Reebok и других. Первые магазины стали пилотными для всей будущей сети Lamoda Sport.



До конца года также начнут открываться магазины других форматов:

- Lamoda Sport — мультибрендовый магазин спортивной одежды и обуви;
- Lamoda Sport Kids — спортивная одежда и обувь для подростков и детей;
- Lamoda Sport Urban — для любителей уличного стиля.

Источник:

[Lamoda открыла первые магазины под брендом Lamoda Sport](#)

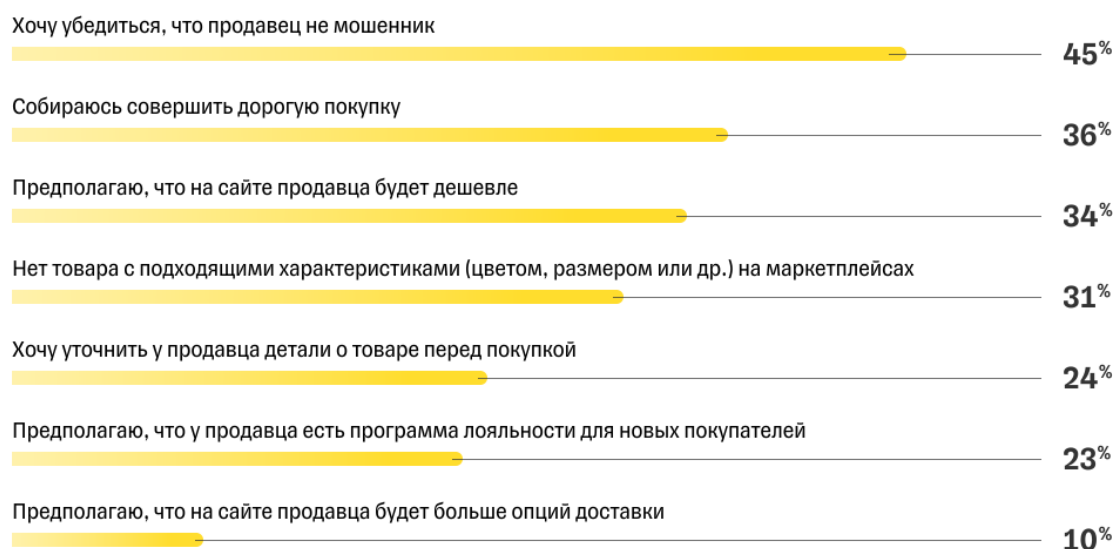
Tinkoff eCommerce: 75% онлайн-покупателей ищут сайт продавца в интернете

Tinkoff.ru, 13.12.2023

/исследование

По данным исследования Tinkoff eCommerce, 75% онлайн-покупателей ищут сайт продавца в интернете, даже если покупают на маркетплейсе или других площадках. Сайт повышает доверие к продавцу: в 45% случаев покупатели проверяют, что продавец не мошенник, а в 36% — пытаются убедиться в качестве и подлинности товара.

Почему покупатели дополнительно проверяют наличие сайта у продавца



TINKOFF
Data

Исследование
Tinkoff eCommerce

Данные опроса около 1000 россиян в возрасте от 18 до 65 лет в октябре-ноябре 2023 года. Множественный выбор.

Самые «подозрительные» категории товаров, требующие дополнительной проверки через сайт, — бытовая техника и электроника, одежда и обувь, ювелирные украшения.

67% опрошенных покупателей отметили, что самой важной характеристикой продавца является рейтинг и отзывы. Помимо этого, они также обращают внимание на скорость доставки (56%), стоимость товаров по сравнению с конкурентами (54%), описание товара (48%) и возможность оплаты при получении (36%).

Источник:

[75% пользователей маркетплейсов перед покупкой перепроверяют подлинность и цену товара на сайтах продавцов — опрос Tinkoff eCommerce](#)



Весь мир:

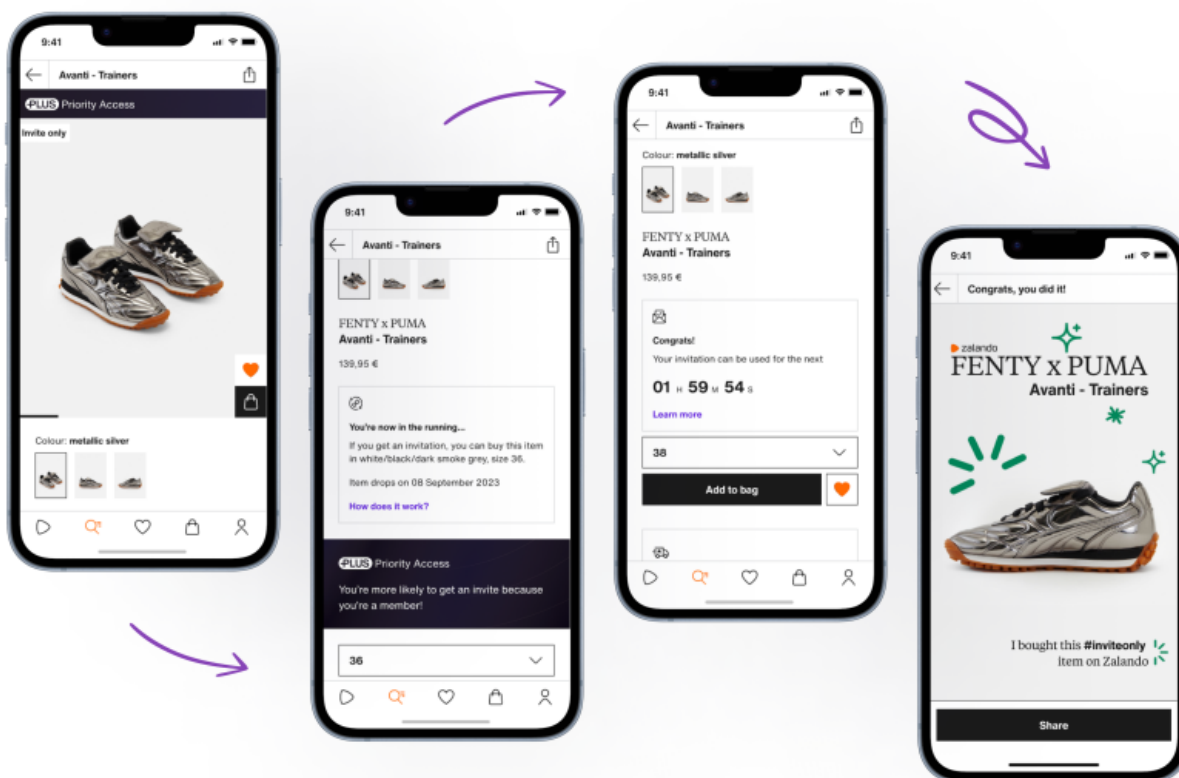
Zalando запускает опцию покупки популярных товаров «по приглашению»

Corporate.zalando.com, 14.12.2023

/новость

Zalando позволит пользователям с комфортом приобрести самые раскрученные товары, которые обычно распродаются за считанные минуты. Для этого компания запустила специальную опцию invite-only.

Клиенты могут в приложении Zalando запросить приглашение, а после его получения совершить покупку в течение выделенного интервала времени. Участники программы Zalando Plus имеют более высокие шансы получить приглашение. Первым продуктом, доступным для покупок только по приглашению, являются кроссовки FENTY x PUMA Avanti.



Источник:

[Zalando launches invite-only shopping experience for hyped articles](#)

Amazon активизирует свою стратегию электронной коммерции в Китае

Scmp.com, 13.12.2023 10:30:00

/новость

Amazon представил множество инициатив в рамках обновленной стратегии, направленной на помощь китайским продавцам в трансграничных продажах. В число этих шагов входит создание инновационного центра в южном технологическом хабе Шэньчжэня.

Amazon также добавил Бразилию в свой список направлений для китайских продавцов, усилив конкуренцию в Латинской Америке. В апреле Shein назвал Бразилию своим производственным и экспортным центром региона, а в июне в стране открылась развивающаяся платформа онлайн-торговли Temu, принадлежащая PDD Holdings.



Чтобы привлечь китайских селлеров, Amazon позволит им использовать свою сеть цепочки поставок, включая складирование, дистрибуцию и курьерскую службу. Кроме того, Amazon обновит свою платформу продаж и изучит возможность использования искусственного интеллекта для облегчения «простого, эффективного и законного бизнеса».

По данным компании, за год до конца сентября количество товаров из Китая, проданных через Amazon, увеличилось более чем на 20%, а число продавцов, чей доход достиг \$10 млн, выросло почти на 30%.

Источник:

[Amazon doubles down on China e-commerce strategy as rivals Shein, Temu gain traction](#)



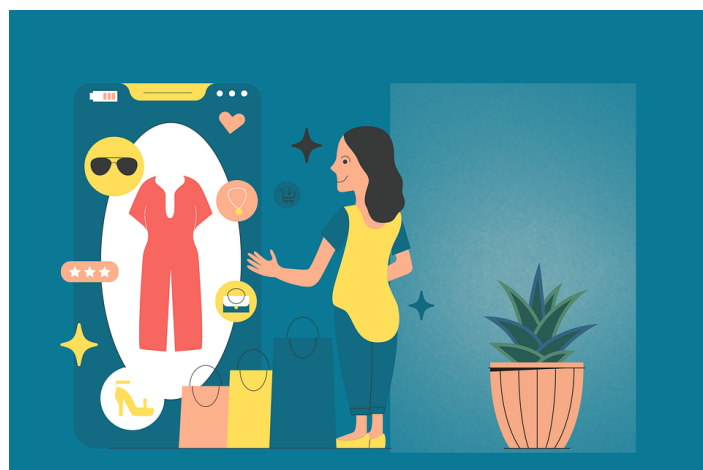
Специализированные маркетплейсы набирают популярность в Европе

Ecommercenews.eu, 15.12.2023

/исследование

На долю маркетплейсов в глобальной электронной коммерции в прошлом году пришлось 60% онлайн-расходов. В Европе от этого роста особенно выигрывают специализированные площадки, говорится в новом отчете OC&C Strategy Consultants. По данным агентства, в прошлом году потребители во всем мире потратили на маркетплейсах \$4,1 трлн, что означает рост более чем на 70% за три года и стимулирование трансграничной торговли.

Анализ OC&C показывает, что специализированные варианты, в том числе вертикально ориентированные, маркетплейсы подержанных товаров и гиперлокальные модели, сыграли значительную роль в стимулировании роста торговых площадок. Специализированные маркетплейсы превзошли по темпам роста универсальные, расширяясь почти в 1,6 раза быстрее.



Этот рост особенно заметен среди маркетплейсов в Европе, где на специализированные площадки приходится 15% расходов на рынке по сравнению с не более чем 5% в Китае. Специализированные платформы все больше завоевывают долю рынка, особенно в относительно зрелых сегментах электронной коммерции, таких как бытовая электроника и одежда.

По данным OC&C, в последние годы появились специализированные торговые площадки среднего размера, особенно в Европе: Trendyol из Турции, немецкий Zalando, Backmarket и Rue du Commerce из Франции, а также испанский Privalia.

Источник:

[Specialized marketplaces gaining ground](#)

Лидеры по капитализации среди e-commerce компаний — Amazon, PDD, Alibaba

Ecommercedb.com, 12.12.2023

/исследование

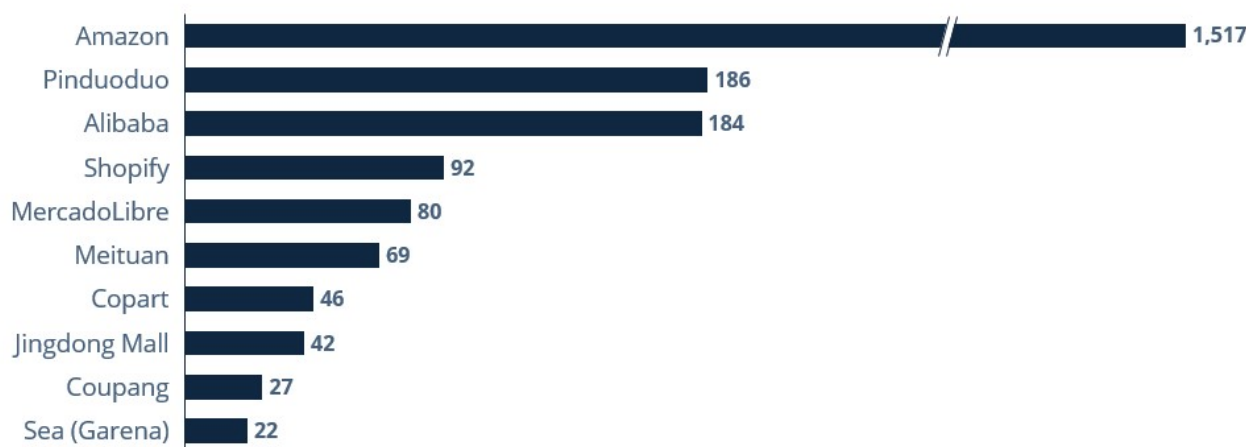
В рейтинг 10 крупнейших компаний электронной коммерции по версии Companiesmarketcap.com входят игроки из США, Китая, Аргентины, Канады и Сингапура. Общая капитализация 95 компаний в сфере электронной коммерции составляет \$2,262 трлн.

Топ-10 крупнейших компаний имеют рыночную капитализацию в \$2,258 трлн. Бесспорным лидером является Amazon с капитализацией в \$1,517 трлн. Американская компания смогла почти удвоить свой показатель за год, обеспечив первое место с большим отрывом от китайских конкурентов.

Pinduoduo занимает второе место: \$186,38 млрд, что на 80,7% больше прошлогоднего результата. Компания оставила позади китайскую Alibaba: при снижении рыночной капитализации на 21,02% она опустилась на третье место с рыночной капитализацией в \$184,2 млрд.

MARKET CAPITALIZATION OF THE WORLD'S TOP 10 ONLINE SHOPS, 2023

in billion US\$



Notes: Market capitalization as of December 2023. The break in the Amazon bar is used to better illustrate the proportions below.

Source: Companiesmarketcap.com.

ECDB

Источник:

[The World's Most Valuable eCommerce Companies](#)



Mirakl: Какие тренды будут способствовать росту онлайн-платформ в 2024 г.

Mirakl.com, 11.12.2023

/исследование

Компания Mirakl пообщалась с ведущими техническими экспертами в области электронной коммерции, чтобы выявить тенденции, которые помогут онлайн-платформам расти в 2024 году:

1. Ритейл медиа открывают ритейлерам путь к прибыльности.
2. Маркетплейсы, ориентированные на искусственный интеллект, обеспечат максимально персонализированный опыт электронной коммерции.
3. Безопасные транзакции, такие как бесконтактные платежи, станут нормой во избежание мошенничества и утечки данных.
4. BNPL-опции будут иметь решающее значение для поддержки потребителей в условиях жесткой экономики.
5. Маркетплейсы повышают гибкость ритейлеров, поскольку потребители по-прежнему осторожны в расходах.
6. B2B-маркетплейсы трансформируют всю цепочку создания стоимости в различных отраслях.
7. Больше, чем просто тенденция: экономика замкнутого цикла не исчезнет.



Источник:

[Embrace these 2024 eCommerce trends to grow your business online next year](#)

Forrester: Онлайн-продажи топ-5 стран Европы составят €372 млрд в 2023 г.

Forrester.com, 11.12.2023

/исследование

В 2023 году на долю пяти крупнейших экономик Европы — в порядке размера это Германия, Великобритания, Франция, Италия и Испания — пришлось 70% совокупного ВВП стран Западной Европы.

За последние несколько лет на рост розничных продаж в этих странах существенное влияние оказали пандемия COVID-19, проблемы с глобальными цепочками поставок, высокая инфляция, продолжавшаяся десятилетиями, и слабая экономика. Forrester определил тенденции роста розничных продаж в топ-5 странах Европы:



Общий объем розничных продаж: рост замедлился в 2023 году, но все еще превышает средний показатель в предпандемические годы (с 2014 по 2019). Общий объем розничных продаж в странах Европы-5 достигнет 2,7 трлн евро к 2028 году, причем крупнейшими рынками станут Германия, Великобритания и Франция.

Розничные онлайн-продажи: рост вернулся к положительному в 2023 году, но был намного ниже среднего роста в 2014-19 гг. Показатель вернется к допандемическому уровню в 2024 году и в дальнейшем. Совокупные розничные онлайн-продажи в странах Европы-5 вырастут с 372 млрд евро в 2023 году до 579 млрд евро в 2028-м при совокупном среднегодовом темпе роста на уровне 9,2%.

Проникновение онлайн-торговли в 2023 году останется на прежнем уровне из-за умеренного роста розничных онлайн-продаж. Совокупное проникновение онлайн-торговли в Европе-5 увеличится с 16% в 2023 году до 22% в 2028 году, причем самый высокий уровень проникновения онлайн-торговли будет в Великобритании.

Розничные офлайн-продажи: 2022 год стал первым, когда рост офлайн-торговли опередил рост онлайн-торговли, и эта динамика сохранится в 2023 году. Совокупные офлайн-продажи в странах Европы-5 достигнут 2,1 трлн евро к 2028 году.

Источник:

[Europe-5 Retail Sales Trends And Outlook](#)

Стриминг — одно из самых прибыльных направлений e-commerce в Китае

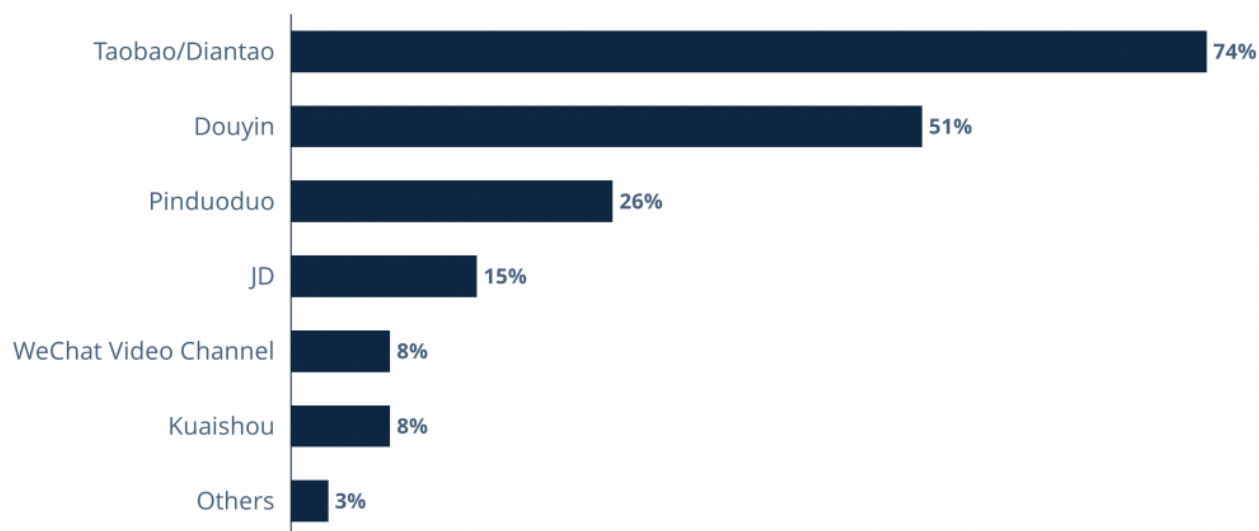
Ecommercedb.com, 11.12.2023

/исследование

В 2021 году рынок стриминговой электронной коммерции в Китае взлетел примерно до \$352 млрд, что означает значительный рост по сравнению с \$18,1 млрд 2018 году.

Ожидается, что этот сектор продолжит свое быстрое расширение, и в 2023 году может приблизиться к \$700 млрд.

■ MOST USED LIVE COMMERCE PLATFORMS IN CHINA, 2022



Notes: Multi-Pick / Base: n= 2,668 respondents in China, as of October 2022.
Sources: China Youth Daily Social Study Center, wenjuan.com.

ECDB

Такие компании, как Douyin, отмечают тенденцию быстрого внедрения продаж в прямом эфире и стремятся ее регулировать по нескольким причинам. Во-первых, чтобы защитить потребителей: такая маркетинговая тактика часто оставляет мало места для подробной информации о продукте, что потенциально приводит к неосведомленным покупкам. Во-вторых, существует обеспокоенность по поводу качества и воздействия на окружающую среду.

В последние годы рынок прямых трансляций в Китае стал более конкурентным. Платформа электронной коммерции Taobao и ее флагманское приложение для прямых трансляций Diantao (ранее известное как Taobao Live) лидируют по популярности с уровнем использования 74%. Однако по GMV Kuaishou и Douyin обогнали Taobao и Diantao.

Источник:

[Live Commerce in China: Taobao on Top but Its Dominance Fades](#)



Подкасты и видео

Digital Voice

Чему даже Wildberries удивился в Китае? — Павел Сапогов, директор по инновациям Wildberries

Разговор с директором по инновациям крупнейшего в России маркетплейса Wildberries. Павел рассказал о визите на склады крупнейших китайских маркетплейсов, об отличиях от российского екома, о планах на будущие инновации в крупнейшем маркетплейсе России, роботизации и еще много интересного.

The logo for Digital Voice, featuring the text ".Digital Voice" in white on a blue gradient background.


Слушать: [Podcast.ru](#)

Смотреть: [YouTube](#)

У курьера есть подкаст

Кухня на районе: как работает доставка готовой еды в России?

Рост рынка доставки готовой еды продолжается, конкуренция за покупателя растет. Как в этих условиях удерживать клиентов и какую роль в борьбе за потребителя играет клиентский опыт? Обсудили эти и другие вопросы с гостьей 4 выпуска — Мариной Мартиросовой, лидером команды поддержки «Кухня на районе».

The logo for the podcast "У КУРЬЕРА ЕСТЬ ПОДКАСТ", featuring the text "У КУРЬЕРА ЕСТЬ ПОДКАСТ" in black on a light background.

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
- 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.