

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2024 / № 3

22 Января 2024 - 28 Января 2024

В выпуске:

Россия:

[Ecom Weekend'24](#)

[Data Insight и Tinkoff eCommerce: Рынок нишевых маркетплейсов в России 2023](#)

[Маркетплейс Flowwow удвоил оборот в 2023 г.](#)

[Выручка Hoff от заказов в интернет-магазине выросла на 23% в 2023 г.](#)

[Авито и Хоум Банк запускают опцию заказа товаров с оплатой в кредит](#)

[Выручка цифровых бизнесов X5 Group выросла на 75,7% в 2023 г.](#)

[ФАС признала Wildberries и Ozon доминирующими на рынке маркетплейсов](#)

[Яндекс Маркет запускает бренд товаров для дома Pragma](#)

[Суд признал PickPoint банкротом](#)

[Тинькофф Бизнес: На маркетплейсах покупатели активны в течение всего дня](#)

Весь мир:

[Kaspi.kz провела IPO в США](#)

[СДЭК открыл в Казахстане два новых склада фулфилмента](#)

[ИИ, данные, выход в офлайн — что обсуждали на NRF 2024](#)

[Rescommerce-маркетплейсы в Европе будут расти быстрее розничного рынка](#)

[Flipkart занимает 48% сегмента электронной коммерции в Индии](#)

[ECDB: 37% онлайн-продаж люкса приходится на долю Франции](#)

[Продажи на рынке eGrocery в США снизились на 1,2% в 2023 г.](#)



Россия:

Ecom Weekend'24

Ecomweekend.ru, 26.01.2024

/новость

Зимний Ecommerce Weekend состоится с 8 по 11 февраля 2024 г. в Сочи

EcomWeekend – это масштабное выездное событие в сфере электронной торговли от **EW Club** и **Data Insight**. Прекрасная возможность встретиться в неформальной обстановке с лидерами индустрии, обменяться опытом и поучаствовать в захватывающих мероприятиях.

E-COMMERCE
WEEKEND

Сочи 8–11 февраля 2024

**E-COMMERCE
WEEKEND**

Главное событие для лидеров
электронной торговли

2024

Тема Ecommerce Weekend'24 – Бизнес-Олимпиада, включающая в себя лучшие практики ECOM, спортивные чемпионаты и турниры, бизнес-игры и дискуссии в неформальной обстановке, где каждый может стать звездой спортивного соревнования и получить призы и заслуженные награды.

Особый гость: в программе будет участвовать титулованный спортсмен с мотивирующим выступлением, ведущим к новым победам. Реальный опыт по преодолению трудностей человека, который в 2023 году стал первым россиянином и седьмым человеком в мире, совершившим спуск на лыжах на вершине высочайшей горы планеты – Эверест.

Участвовать в событии

Источник:

[Ecom Weekend'24](#)

Data Insight и Tinkoff eCommerce: Рынок нишевых маркетплейсов в России 2023

Datainsight.ru, 26.01.2024

/новость

Tinkoff eCommerce и **Data Insight** провели совместное исследование и проанализировали рынок нишевых маркетплейсов в России — онлайн-площадок, объединяющих продавцов товаров одной категории.

Исследование включает в себя данные за 2021-2023 годы, анализ структуры рынка и самих площадок, ключевые отличия нишевых маркетплейсов от других платформ и возможные сценарии появления нишевых маркетплейсов, преимущества для продавцов и покупателей, пути развития подобных платформ, а также прогноз развития сегмента на ближайшие годы.

Основные выводы



3

- Рынок нишевых маркетплейсов вырос на 27% и достиг 591 млрд рублей в 2023 году.
- Больше половины рынка нишевых маркетплейсов пришлось на агрегаторы доставки продуктов (53%). Почти четверть оборота — на продажи Lamoda (22%). Маркетплейсы автозапчастей заняли 8% рынка, крупные категорийные маркетплейсы (Детский мир, М.Видео, Леруа Мерлен и пр.) — 8%, другие категории (включая фарму) — 9%.
- При сохранении текущих трендов развития рынка объем продаж нишевых маркетплейсов превысит 1 триллион рублей в 2026 году.

Источник:

Рынок нишевых маркетплейсов в России 2023

Маркетплейс Flowwow удвоил оборот в 2023 г.

Retail.ru, 26.01.2024 10:17:00

/новость

В 2023 году общий объем валовой торговли (GMV) маркетплейса Flowwow достиг 9,8 млрд руб., что вдвое превышает показатели предыдущего года. Число покупателей на платформе выросло на 77%, превысив 1,34 млн человек.

Количество магазинов-партнеров увеличилось на 31% и на конец 2023 года составило более 12 500 селлеров. Среди наиболее востребованных категорий товаров — букеты, кондитерские изделия, живые растения и подарочные сертификаты. GMV сектора кондитерских изделий составил 674 млн руб.



Источник:

[Маркетплейс Flowwow увеличил годовой оборот в два раза](#)

Выручка Hoff от заказов в интернет-магазине выросла на 23% в 2023 г.

Retail.ru, 25.01.2024 12:06:00

/новость

В 2023 году общая выручка компании Hoff выросла на 16% год к году до 80,7 млрд руб. Наибольший прирост пришелся на онлайн: выручка от заказов в интернет-магазине, а также их число увеличились на 23%. Заказы из интернет-магазина в 2023 году принесли компании 24,6 млрд руб.



Hoff продолжает развивать омниканальную бизнес-модель, которая позволяет совершать покупки в розничных магазинах, на сайте, в мобильном приложении и по телефону. Фокусное внимание Hoff уделяет развитию мобильного приложения. Доля выручки от заказов через мобильное приложение составляет 10% от общей выручки компании, а доля заказов в интернет-магазине — 23%.

Онлайн-покупателей Hoff в 2023 году стало больше на 24%. Доля новых клиентов в интернете возросла на 15%, а число повторно вернувшихся за покупками увеличилось на 31%. По итогам года общая доля онлайн-продаж составила 30% от общей выручки компании. Особенно заметным был рост выручки интернет-магазина в Тольятти (+61%), Краснодаре (+40%), Волгограде (+39%), Санкт-Петербурге (+32%), Екатеринбурге (+33%).

Источник:

[Hoff: в 2023 году выручка компании выросла на 16%](#)

Авито и Хоум Банк запускают опцию заказа товаров с оплатой в кредит

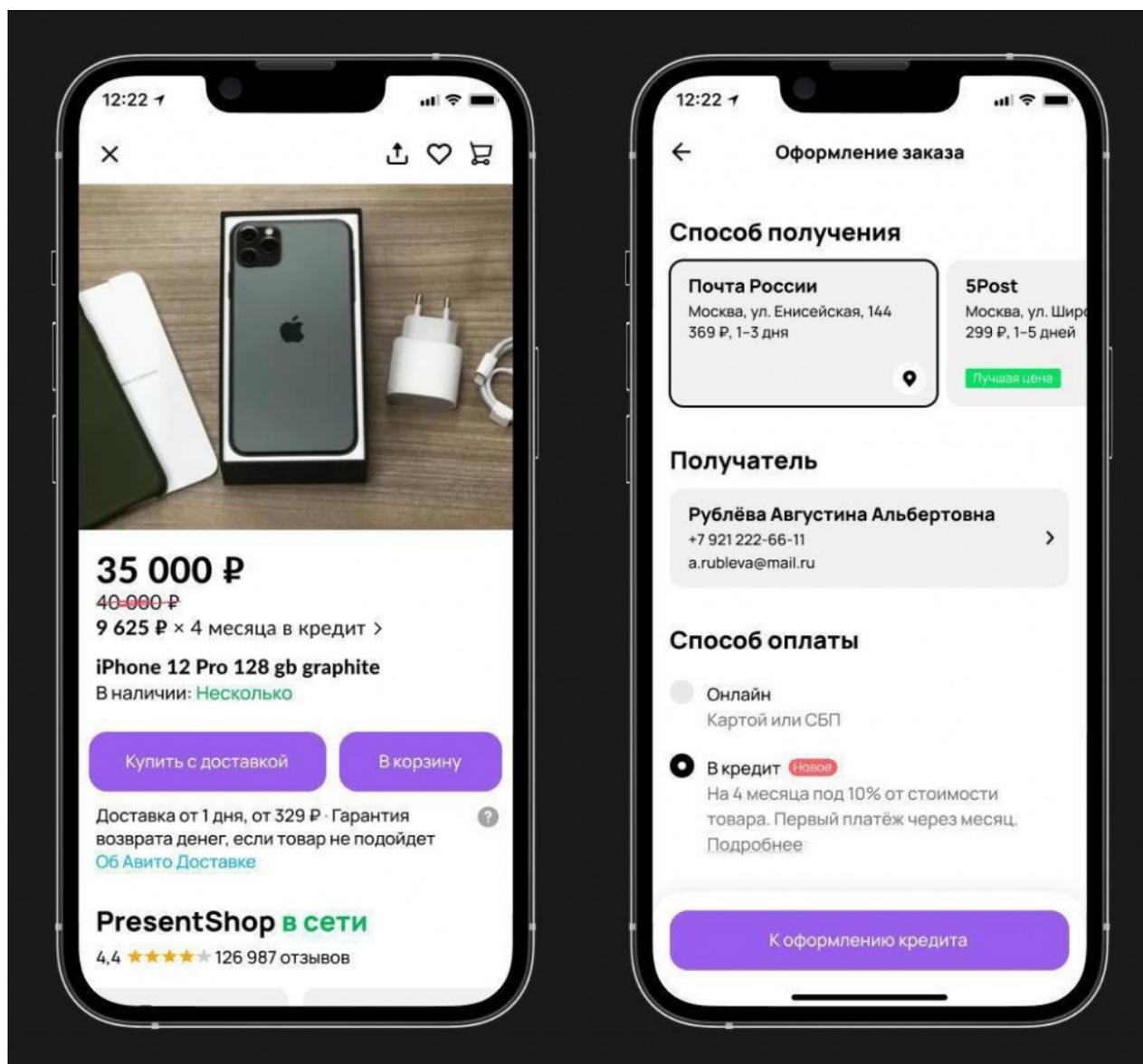
Т.me, 25.01.2024

/новость

В Авито Доставке появился новый способ оплаты — в кредит. Опция действует при покупке товаров стоимостью до 50 тыс. руб. у частных продавцов.

Максимальная сумма кредитного лимита — 50 тыс. руб., минимальная — 1500 руб. К цене товара партнер прибавит 10% от суммы покупки. Первый платеж состоится через 1 месяц после получения товара. Срок погашения — 4 месяца. Вносить платежи и проверять их график можно в приложении Авито.

Займ начинает действовать после того, как пользователь проверит товар в пункте выдачи и решит его забрать. При отказе от покупки кредит будет аннулирован. Для частных продавцов продажи в кредит не отличаются от обычных заказов.



Источник:

[Авито и Хоум Банк запускают возможность заказать товары через Авито Доставку с оплатой в кредит](#)



Выручка цифровых бизнесов X5 Group выросла на 75,7% в 2023 г.

X5.ru, 24.01.2024

/НОВОСТЬ

По итогам 2023 года чистая выручка цифровых бизнесов X5 Group увеличилась на 75,7% до 123,6 млрд руб. и составила 3,9% от общей чистой выручки. В IV кв. 2023 года выручка цифровых бизнесов выросла на 89,4% год к году, составив 41,8 млрд руб. (4,8% от общей чистой выручки).

Другие итоги IV кв. 2023 года:

- Совокупный GMV X5 Digital достиг 45,9 млрд руб., увеличившись на 88,2% год к году, включая НДС, промокоды и бонусы.
- MAU цифровых сервисов X5 составило 34,9 млн (+70,4% год к году).
- По состоянию на 31 декабря 2023 года услуга экспресс-доставки была доступна из 8515 магазинов, а также из 41 даркстора в 69 регионах.
- Выручка сервиса e-commerce доставки 5Post в IV кв. выросла на 96,2% год к году на фоне увеличения числа новых партнеров. Число выданных посылок достигло 10,7 млн.
- Чистая выручка от онлайн-продаж «Много лосося» в IV кв. выросла на 47,6% год к году.



ПОКАЗАТЕЛИ ЦИФРОВЫХ БИЗНЕСОВ

X5 DIGITAL	4 кв. 2023	4 кв. 2022	ИЗМ Г-К-Г, % ИЛИ МУЛЬТИ- ПЛИКАТОР	12М 2023	12М 2022	ИЗМ Г-К-Г, % ИЛИ МУЛЬТИ- ПЛИКАТОР
GMV, ¹² млн руб.	45 893	24 384	88,2	135 906	77 060	76,4
Количество заказов, тыс.	24 977	11 598	115,3	74 633	34 422	116,8
Средний чек, руб. (Vprok.ru)	6 465	5 307	21,8	5 926	4 798	23,6
Средний чек, руб. (экспресс-доставка)	1 572	1 652	(4,9)	1 530	1 694	(9,7)
5POST						
Количество заказов, тыс.	10 655	6 866	55,2	29 619	25 986	14,0
МНОГО ЛОСОСЯ						
GMV, ¹³ млн руб.	2 140	1 294	65,4	7 267	4 066	78,7
Количество заказов, тыс.	502	400	25,5	1 842	1 481	24,4
Средний чек, руб.	2 399	1 970	21,8	2 228	1 915	16,3

Источник:

X5 Group объявляет о росте чистой выручки на 20,6% в 2023 г. Чистая выручка цифровых бизнесов выросла на 75,7%



ФАС признала Wildberries и Ozon доминирующими на рынке маркетплейсов

Tass.ru, 24.01.2024 14:37:00

/новость

Федеральная антимонопольная служба (ФАС) России установила, что Wildberries и Ozon занимают доминирующее положение на рынке маркетплейсов. Об этом сообщает [ТАСС](#) со ссылкой на руководителя ведомства Максима Шаскольского.

«Мы в декабре завершили проведение анализа состояния конкуренции на этом рынке и, естественно, установили коллективное доминирующее положение Wildberries и Ozon — вместе они занимают около 80% рынка», — сказал глава ФАС.

Результатом совместной работы должно стать добровольное устранение нарушений.



Источник:

[Глава ФАС заявил, что Wildberries и Ozon занимают доминирующее положение на рынке](#)

Яндекс Маркет запускает бренд товаров для дома Pragma

Yandex.ru, 22.01.2024

/новость

Яндекс Маркет будет развивать собственное направление товаров для дома под брендом Pragma, куда войдут мебель, домашний текстиль, сантехника и товары для ванной комнаты, кухни, уборки, освещение и системы хранения.

Продукция рассчитана на массового покупателя. Товары в лаконичном дизайне сочетаются друг с другом и подходят к любому интерьеру.



До конца 2024 года ассортимент бренда планируется расширить до 2800 товаров. Многие из них производятся на российских фабриках. Всего у Яндекс Маркета около 20 партнеров из разных регионов России — их число продолжит расти.

Появление бренда Pragma — часть стратегии Маркета по развитию категории «Товары для дома» на маркетплейсе. Среди других инициатив сервиса — привлечение новых продавцов и производителей. В 2023 году число магазинов, предлагающих товары для дома на Маркете, увеличилось более чем на 10 тыс.

Источник:

[Яндекс Маркет запускает новый бренд товаров для дома Pragma](#)

Суд признал PickPoint банкротом

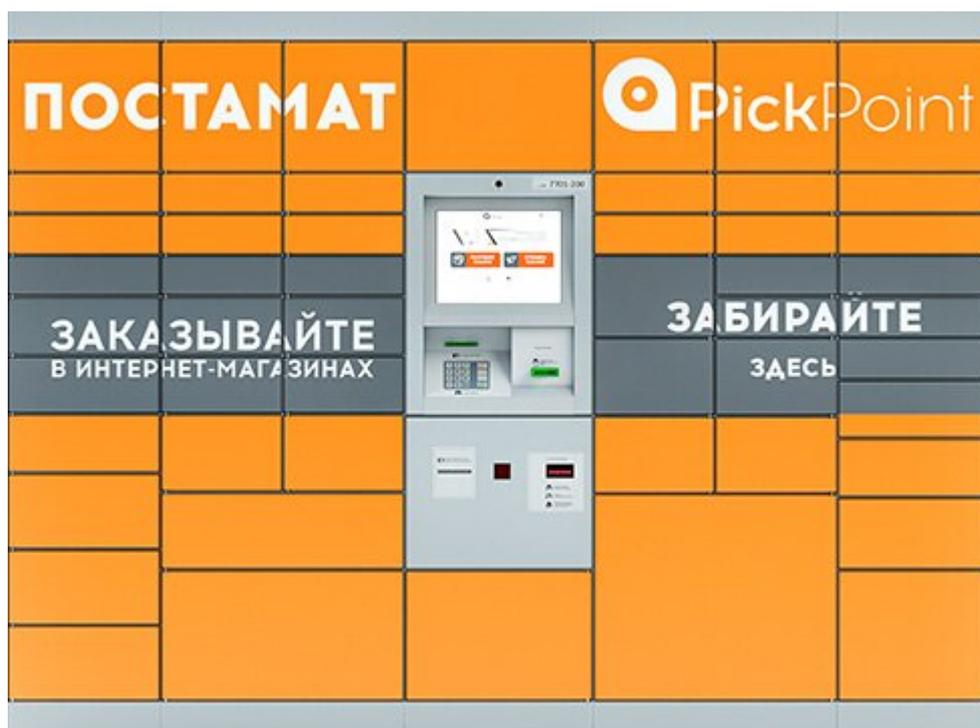
Rb.ru, 22.01.2024 20:55:00

/НОВОСТЬ

Арбитражный суд Москвы признал логистический сервис PickPoint банкротом. В отношении ООО «Сеть автоматизированных пунктов выдачи» введено конкурсное производство.

По данным ЕГРЮЛ, объем долгов компании превышает 138 млн руб. PickPoint подала на банкротство в апреле 2023 года. В июле 2023 года в отношении PickPoint ввели процедуру наблюдения.

В августе 2023 года задолженность PickPoint оценивалась в 2,6 млрд руб., из которых 1 млрд — долг перед Сбербанком.



Источник:

[Суд признал логистическую компанию PickPoint банкротом](#)

Тинькофф Бизнес: На маркетплейсах покупатели активны в течение всего дня

Secrets.tinkoff.ru, 23.01.2024

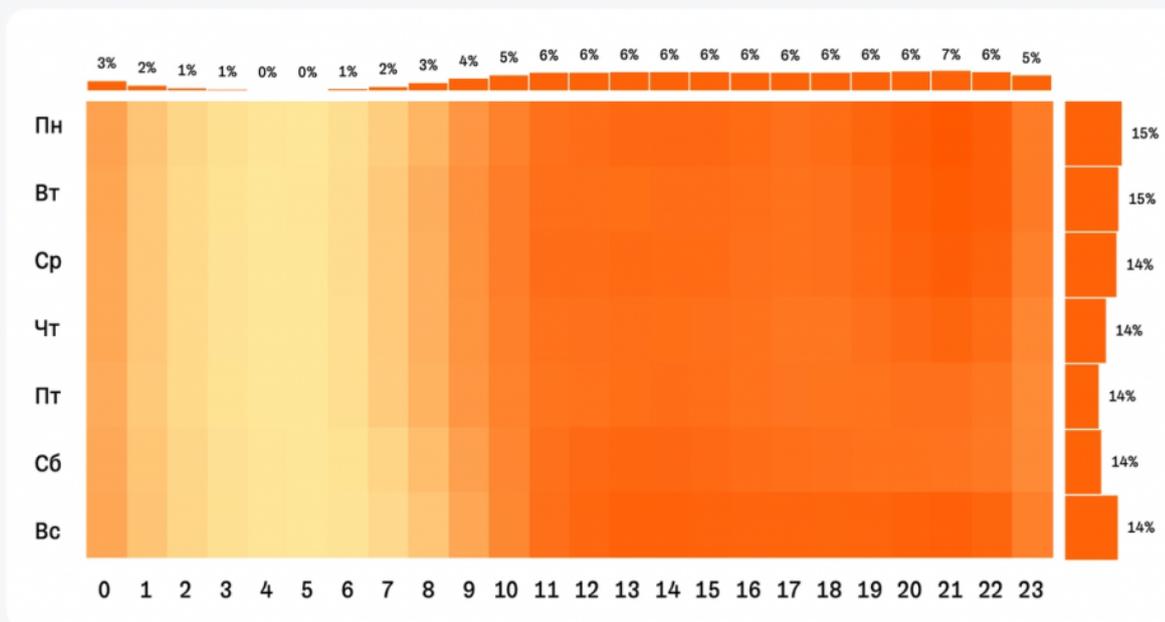
/исследование

Тинькофф Бизнес и Tinkoff Data исследовали, в какое время дня чаще всего делают покупки в разных сферах:

- В будни пик спроса в онлайн-доставке еды приходится на вечер — с 18:00 до 21:00. В выходные заказов много в течение всего дня — начиная с 13:00.
- По онлайн-заказам продуктов в будни выраженного пикового времени спроса нет. В выходные их чаще всего заказывают в первой половине дня, с 11:00 до 15:00.
- В онлайн-магазинах одежды покупки делают практически равномерно в течение всей недели, самое популярное время — с 11:00 до 16:00.
- Пиковое время дня заказов на маркетплейсах — с 19:00 до 23:00 с понедельника по четверг. Покупатели начинают заказывать примерно с 10:00—11:00 и сохраняют активность в течение всего дня.
- В будни пиковые дни на маркетплейсах — понедельник и вторник. На выходных в воскресенье заказов больше, чем в субботу.
- Во время рабочей недели посылки в пунктах выдачи забирают по вечерам — с 18:00 до 20:00. На выходных — днем, с 13:00 до 17:00.

В какое время чаще всего совершают покупки на маркетплейсах

Пики спроса фиксируются с 19:00 до 23:00 с понедельника по четверг, а также на протяжении всего дня в воскресенье



Обезличенные данные клиентов Тинькофф в 2023
На графике указаны доли от всех оплат за неделю

Источник:

Исследование Тинькофф Бизнеса: в какое время дня происходит больше всего продаж



Весь мир:

Kaspi.kz провела IPO в США

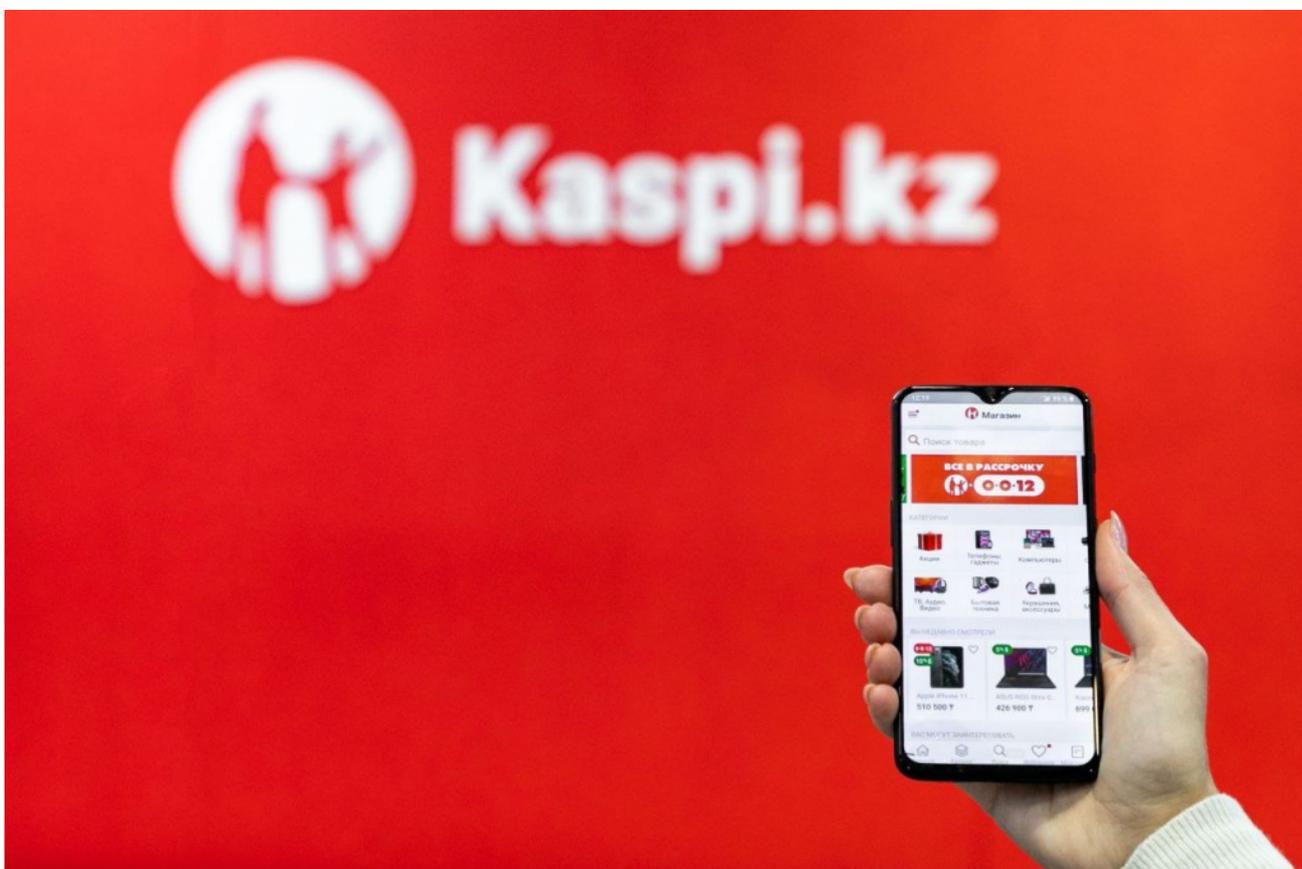
Ir.kaspi.kz, 24.01.2024 11:20:00

/новость

Компания Kaspi.kz объявила о завершении первичного публичного размещения на бирже NASDAQ в США 11 300 000 американских депозитарных акций (ADS). Каждая из них эквивалентна одной обыкновенной акции компании, проданной Вячеславом Кимом, Михаилом Ломтадзе и компанией Asia Equity Partners Limited по цене размещения \$92 за ADS.

Morgan Stanley, J.P. Morgan и Citigroup выступили ведущими активными букраннерами размещения, а Susquehanna Financial Group, LLLP и Wolfe | Nomura Alliance — в качестве дополнительных менеджеров по размещению ценных бумаг.

Бизнес Kaspi.kz включает платежи, маркетплейс и финтех-решения для потребителей и продавцов.



Источник:

[Kaspi.kz Announces Closing Of Upsized U.S. Initial Public Offering](#)

СДЭК открыл в Казахстане два новых склада фулфилмента

Т.ме, 23.01.2024

/НОВОСТЬ

СДЭК запустил два новых склада фулфилмента — в Астане и в Алматы. Они позволят увеличить количество собранных и обработанных заказов минимум в 5 раз (+400%).

На сегодняшний день в Казахстане работали два склада фулфилмента СДЭК. Новый комплекс в Алматы рассчитан на объемы до 1000 заказов в сутки, а в Астане — до 1500 заказов в день. Объем грузов между ними и старыми складами распределится поровну, а посылки из всех центров будут доставляться внутри страны, в РФ и в другие направления.

Открытие новых складских центров позволило СДЭК стать крупнейшим фулфилмент-оператором в Казахстане.

По словам Евгения Бахарева, CEO Фулфилмент СДЭК, сегодня Казахстан является самым популярным направлением для развития бизнеса, особенно в сфере fashion. На бренды одежды и аксессуаров приходится около 60% от всех заказов, собранных на складе фулфилмента СДЭК, со стороны интернет-магазинов в Астане, а в Алматы — 20%.



Источник:

[Открыли два новых склада: в Астане и в Алматы](#)

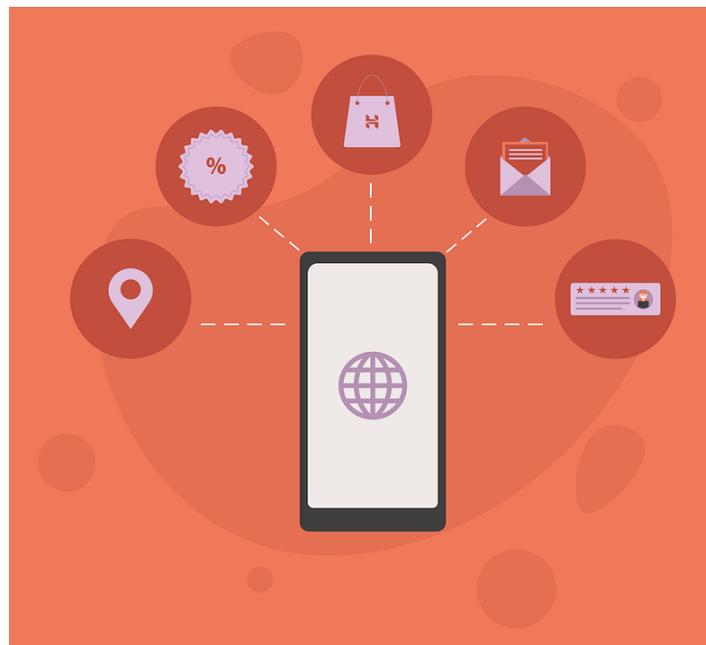
ИИ, данные, выход в офлайн — что обсуждали на NRF 2024

Digitalcommerce360.com, 22.01.2024

/новость

Национальная федерация розничной торговли США (NRF) собрала 40 000 участников из более чем 100 стран и 6200 брендов в Нью-Йорке. Портал Digital Commerce 360 рассказал о темах, которые обсуждали эксперты:

1. Единая коммерция. Ритейлеры больше не рассматривают продажи в магазинах и онлайн как отдельные, разрозненные каналы. Все чаще один и тот же покупатель совершает покупки двумя способами.
2. Искусственный интеллект был темой №1: каждому ритейлеру нужна стратегия ИИ.
3. Данные правят всем.
4. Онлайн-ритейлеры видят привлекательность магазинов и физических локаций.
5. Устойчивое развитие остается приоритетом для ритейлеров, особенно при попытках привлечь молодых потребителей.
6. Стратегия DTC меняется. Рынок гораздо более волатилен, и спрос сейчас сложнее прогнозировать.
7. Ритейлеры не могут игнорировать Shein и Temu. Американским компаниям стоит обратить внимание на быстрый рост двух дешевых конкурентов из Китая.



Источник:

[7 key takeaways from NRF's Big Show](#)

Rescommerce-маркетплейсы в Европе будут расти быстрее розничного рынка

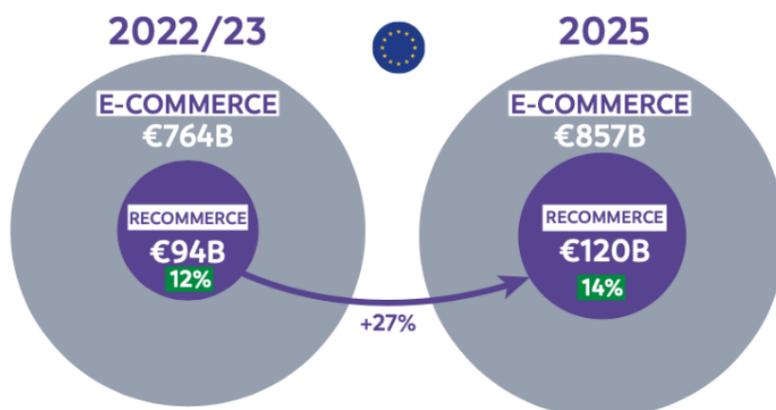
Cbcommerce.eu, 25.01.2024

/исследование

К 2025 году rescommerce (перепродажа подержанных вещей) будет расти в 5 раз быстрее, чем общий розничный рынок. Классифайды вносят значительный вклад в торговлю секонд-хендом и экономику замкнутого цикла. В 2022/23 году рынок онлайн-перепродажи в ЕС оценивался в 94 млрд евро, а к 2025 году вырастет до 120 млрд евро (+27%). В течение следующих трех лет доля рынка rescommerce (vs e-commerce) увеличится с 12,3% до 14%, прогнозирует Cross-Border Commerce Europe.

85% покупателей приобретали или продавали б/у товары в прошлом году. 75% транзакций в сфере перепродажи происходят в категориях (помимо одежды): электроника, мебель, предметы домашнего обихода, книги, спорттовары, оборудование для активного отдыха и автомобили. 69% покупателей использовали деньги от перепродажи вещей для оплаты счетов или покрытия повседневных расходов.

THE RISE OF THE RECOMMERCE MARKET IN EUROPE 2022/23



#1 TOP 100 Sustainable Marketplaces

THE TOP 10 SUSTAINABLE CROSS-BORDER MARKETPLACES IN EU (INCL. UK)

Parent Company	Company	Country	Category	Sector
Naspers	OLX	The Netherlands	Pure Player	Mass Merchant
Scout24	AutoScout24	Germany	Pure Player	Car & Accessories
eBay Inc	eBay	USA	Pure Player	Mass Merchant
AbeBooks Inc	AbeBooks	USA	Pure Player	Books & Magazines
Meta	Facebook Marketplace	USA	Pure Player	Mass Merchant
Etsy Inc	Etsy	USA	Pure Player	Art, Craft & Gifts
Catawiki	Catawiki	The Netherlands	Pure Player	Art, Craft & Gifts
Delcampe International	Delcampe	Belgium	Pure Player	Art, Craft & Gifts
Rent the Runway	Rent the Runway	USA	Pure Player	Fashion - Jewellery - Baby
Vinted	Vinted	Lithuania	Pure Player	Fashion - Jewellery - Baby

Source: Cross-Border Commerce Europe



Powered by



Источник:

ReCommerce marketplaces outperform the broader retail market.



Flipkart занимает 48% сегмента электронной коммерции в Индии

Economictimes.indiatimes.com, 25.01.2024

/исследование

Flipkart, принадлежащий Walmart, продолжает доминировать в сегменте e-commerce Индии с долей рынка 48%. Meesho, поддерживаемая Softbank, стала самой быстрорастущей платформой электронной коммерции с точки зрения пользовательской базы, говорится в отчете AllianceBernstein.

Пользовательская база Flipkart выросла на 21% в годовом исчислении, Meesho ускорила на 32%, в то время как Amazon отстала с показателем роста пользователей на 13%.

Flipkart продолжает расти быстрее, чем отрасль. Мобильные устройства и одежда являются крупнейшими категориями на платформе, их доля составляет около 50% и 30%.

За последние 12 месяцев объем заказов Meesho вырос на 43% в годовом исчислении, а рост выручки составил 54%, а доля постоянных клиентов составляет около 80%.

Источник:

[Flipkart leads ecommerce with 48% share, Meesho fastest growing platform: report](#)



ECDB: 37% онлайн-продаж люкса приходится на долю Франции

Ecommercedb.com, 22.01.2024

/исследование

С региональной точки зрения Европа является домом для наибольшей части компаний, производящих предметы роскоши, следует из данных Statista.

SHARE OF LUXURY COMPANIES AND ONLINE LUXURY SALES IN THE GLOBAL MARKET BY COUNTRY OF ORIGIN, 2023



Notes: Based on the top 100 luxury companies.
Sources: ECDB analysis, as of September 2023.

[ECDB](#)

На долю Франции приходится 37% всех онлайн-продаж предметов роскоши, хотя там базируется только 9% компаний, занимающихся люксовыми товарами. Показатели продаж в стране высоки, поскольку здесь находятся ведущие конгломераты отрасли, включая LVMH и Kering.

США с долей 24% являются второй по величине страной по онлайн-продажам предметов роскоши. 17% компаний класса люкс базируются в США.

Швейцария занимает третье место с долей онлайн-продаж 10%. При этом 8% гигантов роскоши имеют швейцарское происхождение.

Италия генерирует 5% от общего объема онлайн-продаж, несмотря на то, что является страной происхождения наибольшего числа компаний класса люкс (23%). Однако многие из них сравнительно небольшие и находятся в независимой собственности. Та же тенденция наблюдается и в других странах, таких как Германия и Индия.

Источник:

[Luxury Goods Market: Top Countries by Share of Companies and Online Sales](#)

Продажи на рынке eGrocery в США снизились на 1,2% в 2023 г.

Brickmeetsclick.com, 22.01.2024

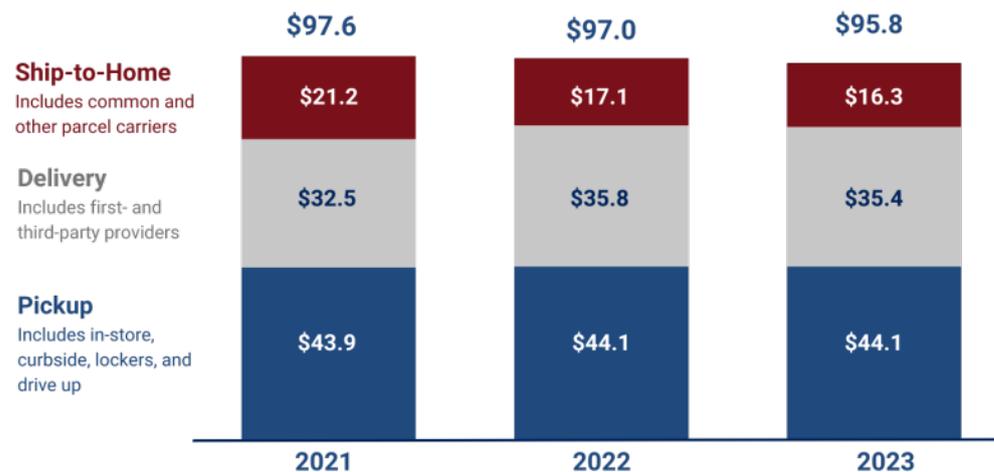
/исследование

Согласно данным Brick Meets Click/Mercatus, в 2023 году рынок онлайн-продажи продуктов в США составил \$95,8 млрд, что на 1,2% меньше, чем в 2022 году.

Сокращение частоты заказов стало основным фактором, который привел к снижению продаж.

Annual U.S. Online Grocery Sales: 2021 - 2023

Billions, USD



Sources: Brick Meets Click/Mercatus Grocery Shopping Survey, based on monthly totals Jan – Dec, 2021-2023.



Частота заказов среди ежемесячных активных пользователей (MAU) сокращалась второй год подряд. Среднее количество выполненных онлайн-заказов на продукты в месяц (включая все способы получения) упало на 6% по сравнению с 2022 годом после снижения на 4% в предыдущем году. Сокращению способствовало увеличение доли MAU, которые совершали заказ только один раз, более чем на 300 б.п. до 34%.

Средняя стоимость заказа (AOV) без поправки на ценовую инфляцию выросла на 3%. Для каждого метода получения зафиксирован рост по сравнению с прошлым годом: средняя стоимость доставки увеличилась на 3%, самовывоза — на 2,6%, а доставки домой — на 1,7% по сравнению с 2022 годом.

Источник:

2023 U.S. eGrocery sales total \$95.8 billion, slipping 1% versus prior year



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.