

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2024 / № 5

05 Февраля 2024 - 11 Февраля 2024

В выпуске:

Россия:

Data Insight на конференции «Селлеры и маркетплейсы»

Общие онлайн-продажи М.Видео-Эльдорадо выросли на 18% в 2023 г.

Яндекс Маркет запустил собственный бренд компьютерной техники Lunpen

Коммерческим директором Яндекс Маркета назначен Владимир Новиков

Оборот маркетплейса М.Видео-Эльдорадо удвоился в 2023 г.

Доля онлайн-продаж в товарообороте АШАН достигла 8,3% в 2023 г.

Объем онлайн-продаж «Ленты» вырос на 31,8% в 2023 г.

Авито запускает встроенный финтех-сервис для оплаты на платформе

Sokolov: 51% покупателей приобретали ювелирные изделия на маркетплейсах

ЮKassa: В Киберпонедельник-2024 обороты онлайн-магазинов выросли на 68%

Весь мир:

Квартальная выручка Alibaba выросла на 5%

Выручка Uber увеличилась на 17% в 2023 г.

Coupage завершила приобретение Farfetch

Amazon лидирует по рыночной капитализации среди e-com компаний в США

Тренды электронной коммерции 2024: ИИ, дополненная реальность и др.

RetailX: Маркетплейсы — крупнейший источник онлайн-продаж

Подкасты и видео



Россия:

Data Insight на конференции «Селлеры и маркетплейсы»

Sim.oborot.ru, 09.02.2024

/новость

Фёдор Вирин, партнер **Data Insight**, выступит на конференции «Селлеры и маркетплейсы» от Оборот.ру, которая пройдет **28-29 февраля** в Центре событий РБК в Москве.



Цель СиМ-2024 — собрать вместе людей, которые торгуют на маркетплейсах от 2-х лет и находятся в поисках новых механик и идей для масштабирования. А также людей, готовых делиться собственным выстраданным опытом построения прибыльного бизнеса на площадках. Сердце конференции это программа, которая в ближайшее время будет пополняться уникальными докладами, освещающими практику решения актуальных вопросов селлеров.

Основные темы программы:

- Маркетинг и продвижение
- Продажи
- Ценообразование и конкуренция
- Масштабирование бизнеса
- Логистика
- Правовые вопросы
- ИИ на практике
- Страна советов
- Еsom с пивком

Регистрация

Источник:

[Селлеры и маркетплейсы](#)

Общие онлайн-продажи М.Видео-Эльдорадо выросли на 18% в 2023 г.

Mvideoeldorado.ru, 07.02.2024

/новость

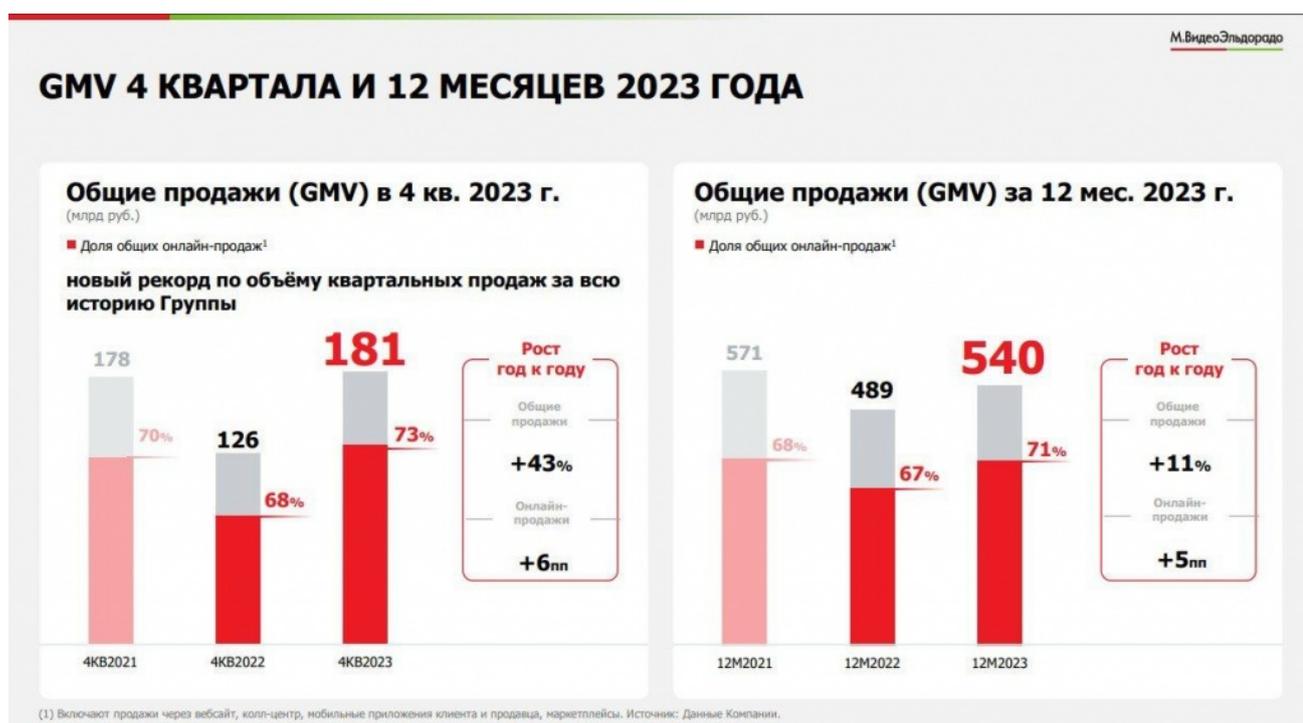
Группа М.Видео-Эльдорадо сообщила объединенные неаудированные показатели общих продаж за IV кв. и 12 месяцев, окончившихся 31 декабря 2023 года.

В IV кв. 2023 года:

- Общие продажи (GMV) Группы М.Видео-Эльдорадо выросли на 43% год к году до рекордных 181,1 млрд руб. (с НДС).
- Общие онлайн-продажи увеличились на 55% до 132,5 млрд руб. (с НДС), составив 73% от GMV Группы.
- Продажи на собственном маркетплейсе электроники в IV кв. выросли в 1,6 раза.

За 12 месяцев 2023 года:

- Общие продажи (GMV) Группы выросли на 11% до 540,4 млрд руб. (с НДС).
- Общие онлайн-продажи компании выросли на 18% до 386 млрд руб. (с НДС), составив 71% от GMV Группы.



Источник:

Группа М.Видео-Эльдорадо увеличила GMV на 43% в 4 квартале, установив новый квартальный рекорд по продажам за всю историю работы компании



Яндекс Маркет запустил собственный бренд компьютерной техники Lunpen

Yandex.ru, 07.02.2024

/НОВОСТЬ

Товары Lunpen рассчитаны на массового покупателя и помогают решать повседневные задачи. Пользователям уже доступны две модели ноутбуков из линейки Ground.



Команда Яндекса разрабатывает дизайн устройств, определяет их технические характеристики и выбирает комплектующие. Каждая модель проходит несколько этапов тестирования на фабриках производителей и в Яндексе. Компания также планирует создавать собственное программное обеспечение для некоторых устройств Lunpen.

Маркет намерен расширять ассортимент бренда ноутбуками, настольными компьютерами, планшетами, мониторами, проекторами, принтерами, другими устройствами и комплектующими.

Источник:

[Яндекс Маркет представил свой бренд компьютерной техники Lunpen](#)

Коммерческим директором Яндекс Маркета назначен Владимир Новиков

Interfax.ru, 07.02.2024

/НОВОСТЬ

Владимир Новиков сменил Екатерину Звонкову на должности коммерческого директора Яндекс Маркета, сообщает [Интерфакс](#). Екатерина Звонкова продолжит работу в компании в рамках бизнес-группы «E-commerce и ridetech».

Владимир Новиков пришел в Яндекс Маркет в мае 2023 года на роль коммерческого директора трансграничных продаж. Ранее в течение семи лет занимал различные позиции в AliExpress Россия, в том числе должность коммерческого директора.



Источник:

[Яндекс Маркет сменил коммерческого директора](#)

Оборот маркетплейса М.Видео-Эльдорадо удвоился в 2023 г.

Mvideoeldorado.ru, 06.02.2024

/новость

По итогам 2023 года оборот собственного маркетплейса электроники и сопутствующих товаров М.Видео-Эльдорадо увеличился в 2 раза год к году.

- Количество партнеров на площадке выросло почти вдвое до более 800, а ассортимент — в 1,5 раза относительно показателей 2022 года.
- За год продажи товаров, представленных одновременно на полках магазинов и онлайн, выросли более чем в 15 раз.
- Топ-5 городов по объёму продаж маркетплейса: Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург и Казань.
- Наибольшим спросом пользовались товары для дома — встраиваемая, крупная и мелкая бытовая техника.
- Товары с наибольшей динамикой роста в деньгах в годовом выражении: телевизоры, смартфоны (продажи выросли в 6 раз), а также садовая техника и оборудование (продажи увеличились почти втрое).



Источник:

[Маркетплейс М.Видео-Эльдорадо удвоил оборот и количество продавцов в 2023 году](#)



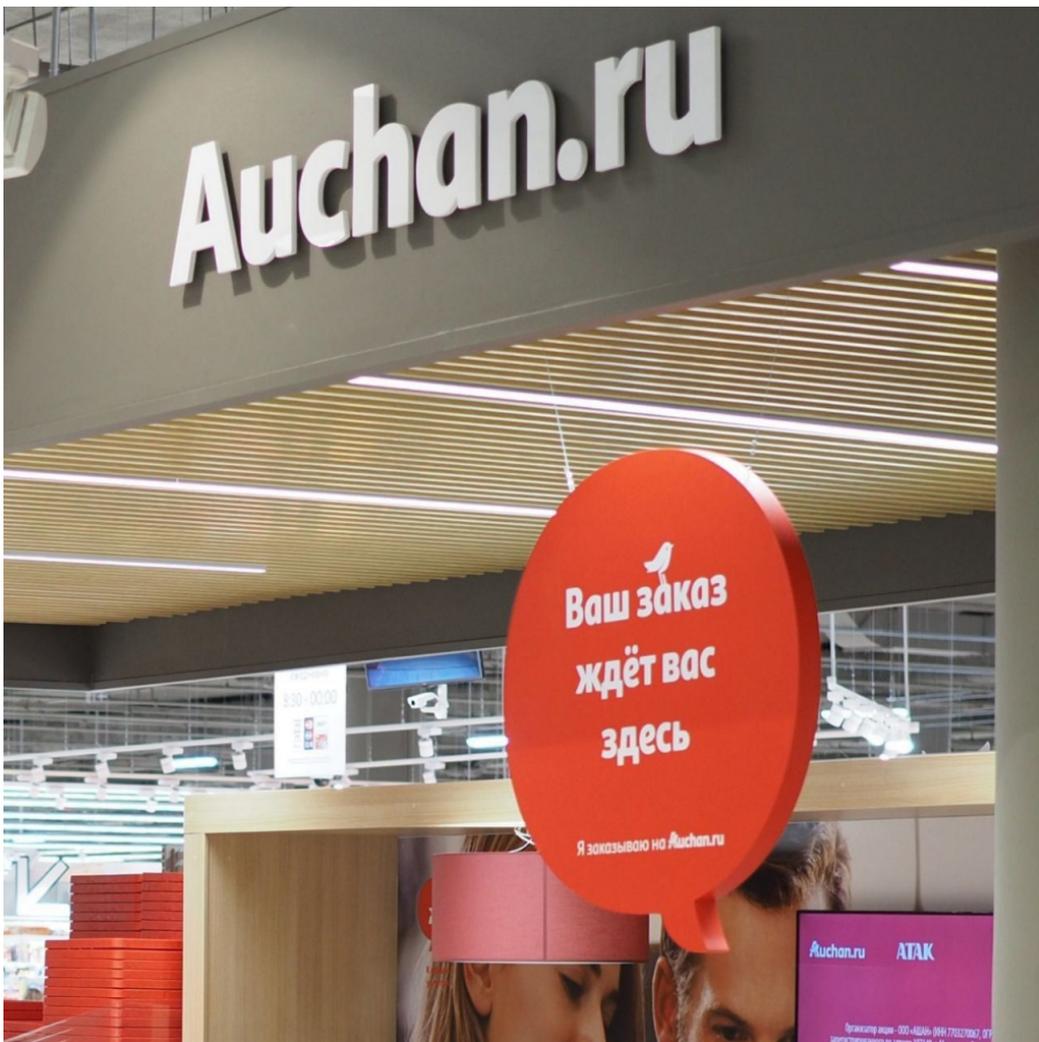
Доля онлайн-продаж в товарообороте АШАН достигла 8,3% в 2023 г.

Auchan.ru, 05.02.2024

/новость

За 2023 год доля онлайн-продаж в общем товарообороте АШАН выросла на 2,4 пункта, составив 8,3%. Еще более высокой (10%) была доля онлайн-продаж в товарообороте формата классических гипермаркетов.

- Число онлайн-заказов в сети выросло на 33%. Средний чек был стабильно выше 3000 руб. В более 60% всех чеков присутствовали товары СТМ.
- Прогресс формата даркстор LFL (9 месяцев 2022 года к аналогичному периоду 2023 года): по товарообороту +70%, по заказам +83%. Средний чек — выше 1500 руб., количество артикулов в заказе — более 17.
- Онлайн-сервис доставки товаров в багажник автомобиля АШАН Авто: прогресс по товарообороту LFL +264%, по заказам +184%, средний чек — выше 5000 руб. На конец 2023 года к услуге было подключено более 70 гипермаркетов АШАН в Москве и регионах.
- Средние чеки мобильного приложения Мой АШАН и сайта auchan.ru практически равны и превышают 4000 руб. Суммарное количество пользователей — более 7 млн.



Источник:

Пресс-служба АШАН Ритейл Россия

Объем онлайн-продаж «Ленты» вырос на 31,8% в 2023 г.

Corp.lenta.com, 05.02.2024

/новость

В 2023 году онлайн-продажи «Ленты» выросли на 31,8% год к году до 53,2 млрд руб.

В IV кв. 2023 года общий объем онлайн-продаж «Ленты» достиг 17,7 млрд руб., увеличившись на 58,1% год к году.

Другие итоги IV кв. 2023 года:

- Доля онлайн-продаж составила 7,9% от общего объема продаж «Ленты» по сравнению с 7,6% в аналогичном периоде предыдущего года и 9,3% в III кв. 2023 года.
- Общий объем онлайн-заказов вырос на 52% и составил 7,5 млн.
- Средний чек в онлайн вырос на 4% год к году до 2355 руб. на фоне роста среднего чека партнеров на 16%, который был нивелирован снижением среднего чека собственного сервиса на 3,6%.

Онлайн-продажи

	4 кв. 2023	4 кв. 2022	Изм.	Изм. (%)	12М 2023	12М 2022	Изм.	Изм. (%)
Онлайн-выручка (млн руб.)	17 698	11 193	6 504	58,1%	53 235	40 383	12 853	31,8%
Онлайн-партнёры	7 764	4 287	3 476	81,1%	21 850	12 059	9 791	81,2%
«Лента Онлайн» ⁷	9 934	6 906	3 028	43,8%	31 386	28 324	3 062	10,8%
Средний онлайн-чек (руб.)	2 355	2 265	90	4,0%	2 131	2 324	-193	-8,3%
Онлайн-партнёры	2 450	2 112	338	16,0%	2 192	2 101	91	4,3%
«Лента Онлайн» ⁷	2 286	2 371	-85	-3,6%	2 091	2 434	-343	-14,1%
Кол-во онлайн-заказов (тыс.)	7 515	4 943	2 572	52,0%	24 978	17 375	7 603	43,8%
Онлайн-партнёры	3 169	2 030	1 139	56,1%	9 966	5 739	4 227	73,7%
«Лента Онлайн» ⁷	4 346	2 913	1 433	49,2%	15 012	11 636	3 376	29,0%

Источник:

«Лента» сообщает о росте продаж на 50,3%, онлайн продаж – на 58,1% в 4 квартале 2023 года



Авито запускает встроенный финтех-сервис для оплаты на платформе

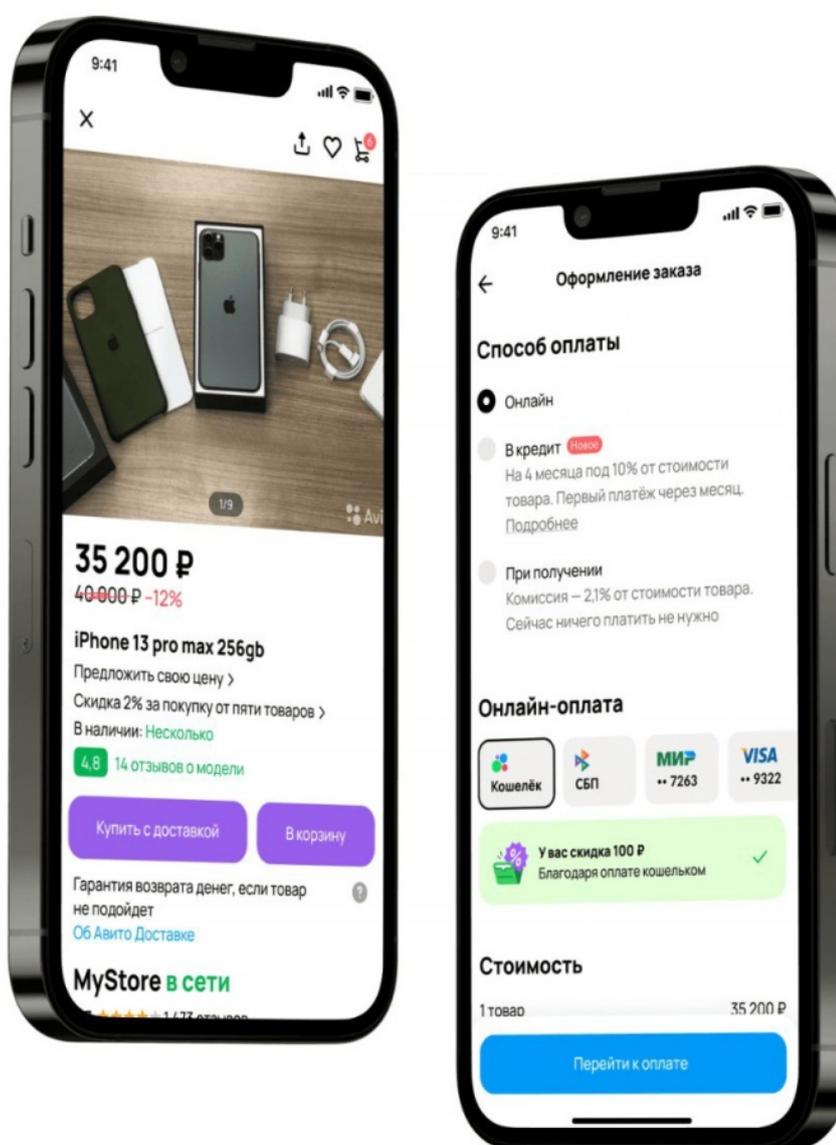
Avito.ru, 05.02.2024

/новость

Авито запускает новый кошелек — универсальный и полноценный платежный инструмент. Функционал доступен в тестовом режиме для оплаты заказов Авито Доставки. Позже клиенты смогут оплачивать покупки во всех категориях и услуги Авито.

При оформлении заказа платформа предложит выбрать кошелек среди других платежных способов и создать баланс для покупок. Сумма пополнения сейчас ограничивается 15 тыс. руб. Пополнить баланс можно с помощью российской банковской карты или СБП.

Открытие кошелька доступно только частным пользователям. У учетной записи может быть только один кошелек.



Источник:

[Авито запускает кошелек — встроенный финтех-сервис для оплаты на платформе](#)



Sokolov: 51% покупателей приобретали ювелирные изделия на маркетплейсах

Retail-loyalty.org, 06.02.2024 12:08:00

/исследование

Согласно исследованию АКИТ и Sokolov, 46% россиян покупали ювелирные украшения онлайн. В 2023 году 51% покупателей совершали покупки ювелирных украшений на маркетплейсах. При этом доля покупок в интернет-магазинах ювелирных магазинов выросла до 42%.

Женщины чаще всего покупали в интернете серьги (46%). Серьги — лидер онлайн продаж из-за универсальности размера. Мужчины приобретали онлайн цепочки (36%) и кольца (30%).

Самым популярным способом получения онлайн-покупок остаются сети пунктов выдачи заказов логистических операторов — 46%. Но по сравнению с прошлым годом их доля сократилась на 13 п.п. Выдача заказов в магазинах ювелирных брендов выросла на 3 п.п. и достигла 32%. Курьерскую доставку стабильно выбирают 17% покупателей, а 4% пришлось на постаматы.



Источник:

[46% россиян покупают ювелирные украшения онлайн](#)

ЮKassa: В Киберпонеделник-2024 обороты онлайн-магазинов выросли на 68%

Yoomoney.ru, 05.02.2024

/исследование

По данным ЮKassa, за несколько дней распродажи Киберпонеделник (с 29 января по 1 февраля) общие обороты интернет-магазинов выросли на 68% по отношению к 2023 году и на 72% — к 2022-му. Количество платежей увеличилось на 66% и на 94%, а число плательщиков — на 20% и на 27% соответственно. Средний чек остался на уровне прошлого года и составил 1299 руб.

- Бытовая техника: обороты платежей снизились на 12%, число транзакций — на 14%, количество покупателей — на 31% в годовом выражении. Средний чек вырос на 3%, до 16 993 руб.
- Мужская и женская одежда: оборот платежей увеличился в 2 раза, количество платежей — на 93%, число покупателей — на 70% год к году. Средний чек стал на 6% больше и составил 13 494 руб.
- Обувные магазины: обороты выросли в годовом выражении в 7,5 раза, количество оплат — в 6,5 раза, число покупателей — более чем в 5 раз. Средний чек увеличился на 13% и составил 6598 руб.
- БАДы и спортивное питание: обороты и количество платежей в этой категории выросли более чем вдвое, а покупателей стало на 72% больше год к году. Средний чек увеличился на 9%, до 77 56 руб.
- Товары для ремонта: обороты стали втрое больше, количество оплат выросло почти в 2,5 раза, а число покупателей — на 80%. Средний чек составил 19 532 руб. — это на 26% больше, чем в прошлом году.
- Товары для охоты и рыбалки: обороты магазинов выросли почти в 3 раза в годовом выражении. Платежей стало в 5 раз больше, плательщиков — в 3,5 раза больше. Средний чек при этом снизился на 41%, до 9447 руб.



Источник:

[Итоги Киберпонеделника-2024: обороты онлайн-магазинов выросли на 68%](#)

Весь мир:

Квартальная выручка Alibaba выросла на 5%

Alibabagroup.com, 07.02.2024

/НОВОСТЬ

Alibaba Group объявила финансовые результаты за квартал, завершившийся 31 декабря 2023 года. «Нашим главным приоритетом является возобновление роста нашего основного бизнеса, электронной коммерции и облачных вычислений. Мы увеличим инвестиции в улучшение основного пользовательского опыта, чтобы стимулировать рост Taobao и Tmall Group и укрепить лидерство на рынке в следующем году», — отметил Эдди Ву, CEO Alibaba Group.

- Выручка выросла на 5%, составив 260,348 млрд юаней (\$36,669 млрд).
- Операционная прибыль составила 22,511 млрд юаней (\$3,171 млрд), снизившись на 36% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.
- Чистая прибыль, приходящаяся на держателей обыкновенных акций, снизилась на 69% и составила 14,433 млрд юаней (\$2,033 млрд).
- Выручка группы Taobao и Tmall составила 129,07 млрд юаней (\$18,18 млрд), увеличившись на 2% год к году.
- Выручка Alibaba International Digital Commerce Group выросла на 44% до 28,5 млрд юаней (\$4,016 млрд), а совокупный объем заказов этой группы — на 24%. AliExpress нарастил объем заказов более чем на 60%.

DECEMBER QUARTER SUMMARY FINANCIAL RESULTS

	Three months ended December 31,			YoY % Change
	2022	2023		
	RMB	RMB	US\$	
	(in millions, except percentages and per share amounts)			
Revenue	247,756	260,348	36,669	5%
Income from operations	35,031	22,511	3,171	(36)% ⁽²⁾
Operating margin	14%	9%		
Adjusted EBITDA ⁽¹⁾	59,162	59,572	8,391	1% ⁽³⁾
Adjusted EBITDA margin ⁽¹⁾	24%	23%		
Adjusted EBITA ⁽¹⁾	52,048	52,843	7,443	2% ⁽³⁾
Adjusted EBITA margin ⁽¹⁾	21%	20%		
Net income	45,746	10,717	1,509	(77)% ⁽⁴⁾
Net income attributable to ordinary shareholders	46,815	14,433	2,033	(69)% ⁽⁴⁾
Non-GAAP net income ⁽¹⁾	49,932	47,951	6,754	(4)% ⁽⁴⁾
Diluted earnings per share ⁽⁵⁾	2.24	0.71	0.10	(68)% ⁽⁴⁾⁽⁶⁾
Diluted earnings per ADS ⁽⁵⁾	17.91	5.65	0.80	(68)% ⁽⁴⁾⁽⁶⁾
Non-GAAP diluted earnings per share ⁽¹⁾⁽⁵⁾	2.41	2.37	0.33	(2)% ⁽⁴⁾⁽⁶⁾
Non-GAAP diluted earnings per ADS ⁽¹⁾⁽⁵⁾	19.26	18.97	2.67	(2)% ⁽⁴⁾⁽⁶⁾

Источник:

[Alibaba Group Announces December Quarter 2023 Results](#)



Выручка Uber увеличилась на 17% в 2023 г.

Investor.uber.com, 07.02.2024

/НОВОСТЬ

Uber Technologies, Inc. объявила финансовые результаты за квартал и весь год, завершившийся 31 декабря 2023 года.

В IV кв. 2023 года:

- Объем заказов Uber вырос на 22% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года до \$37,6 млрд.
- Выручка увеличилась на 15% в годовом исчислении до \$9,9 млрд,
- Операционная прибыль составила \$652 млн, что больше на \$794 млн по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и на \$258 млн по сравнению с предыдущим кварталом.
- Чистая прибыль, относящаяся к Uber Technologies, Inc., составила \$1,4 млрд.
- Скорректированный показатель EBITDA составил \$1,3 млрд.

По итогам 2023 года:

- Объем заказов увеличился на 19% до \$137,87 млрд.
- Выручка выросла на 17% до \$37,28 млрд.
- Операционная прибыль составила \$1,1 млрд.
- Чистая прибыль, относящаяся к Uber Technologies, Inc., составила \$1,89 млрд.
- Скорректированный показатель EBITDA вырос на 137% до \$4,052 млрд.

<i>(In millions, except percentages)</i>	Year Ended December 31,		%	% Change (Constant Currency)
	2022	2023		
Trips	7,642	9,448	24%	
Gross Bookings	\$115,395	\$137,865	19%	20%
Revenue	\$ 31,877	\$ 37,281	17%	18%
Income (loss) from operations	\$ (1,832)	\$ 1,110	**	
Net income (loss) attributable to Uber Technologies, Inc. (2)	\$ (9,141)	\$ 1,887	**	
Adjusted EBITDA (1)	\$ 1,713	\$ 4,052	137%	
Net cash provided by operating activities (3)	\$ 642	\$ 3,585	**	
Free cash flow (1), (3)	\$ 390	\$ 3,362	**	

Источник:

[Uber Announces Results for Fourth Quarter and Full Year 2023](#)



Сouparng завершила приобретение Farfetch

Ir.aboutcouparng.com, 05.02.2024

/новость

Компания Couparng завершила приобретение активов глобальной онлайн-компании Farfetch Holdings. Предоставляя доступ к капиталу в \$500 млн, это приобретение позволит Farfetch продолжить оказание услуг своим партнерам по брендам и бутикам, а также более чем 4 млн клиентов по всему миру.

«Используя операционное превосходство Couparng и инновационную логистику, Farfetch теперь имеет хорошие возможности для устойчивого и продуманного роста», — говорится в сообщении.



Источник:

[Couparng Completes Acquisition of Farfetch](#)

Amazon лидирует по рыночной капитализации среди e-commerce компаний в США

Ecommercedb.com, 05.02.2024

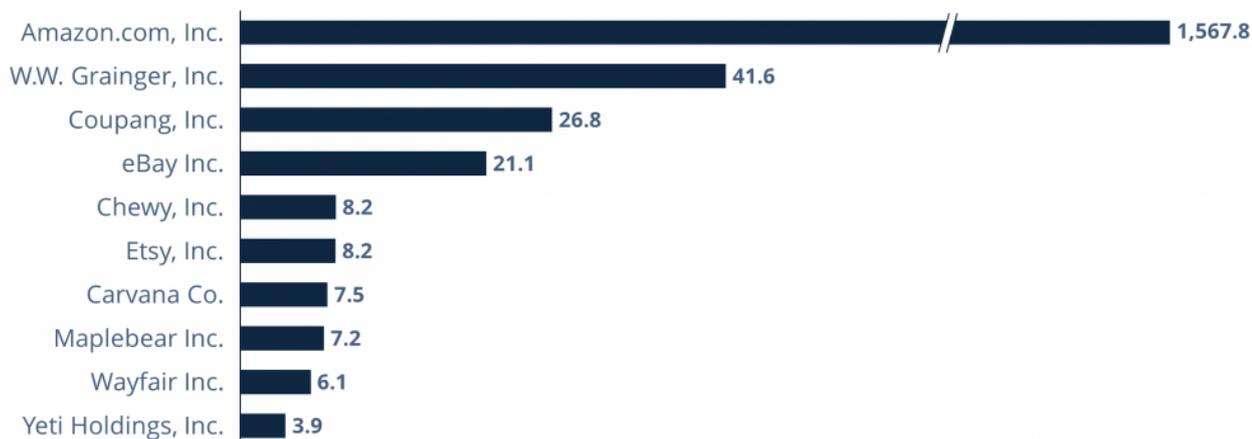
/новость

Среди компаний сферы e-commerce в США по рыночной капитализации лидирует Amazon.com с показателем \$1,56 трлн. За ней следует W.W. Grainger, Inc. (\$41,64 млрд), специализирующаяся на поставках промышленных товаров.

Coufang, Inc., новый игрок в сфере электронной коммерции, занимает третье место с рыночной капитализацией \$26,76 млрд. eBay Inc. оказался на четвертом месте с рыночной капитализацией в \$21,1 млрд.

TOP 10 PUBLIC ECOMMERCE COMPANIES IN THE UNITED STATES BY MARKET CAPITALIZATION, 2024

in billion US\$



Notes: eCommerce company defined as all companies that generate >50% of their revenues through eCommerce business. Based on market capitalization in January 2024.
Sources: ECDB, Yahoo! Finance.

[ECDB](#)

Источник:

[Most Valuable U.S. eCommerce Companies 2024: Market Cap, Revenue & Growth](#)



Тренды электронной коммерции 2024: ИИ, дополненная реальность и др.

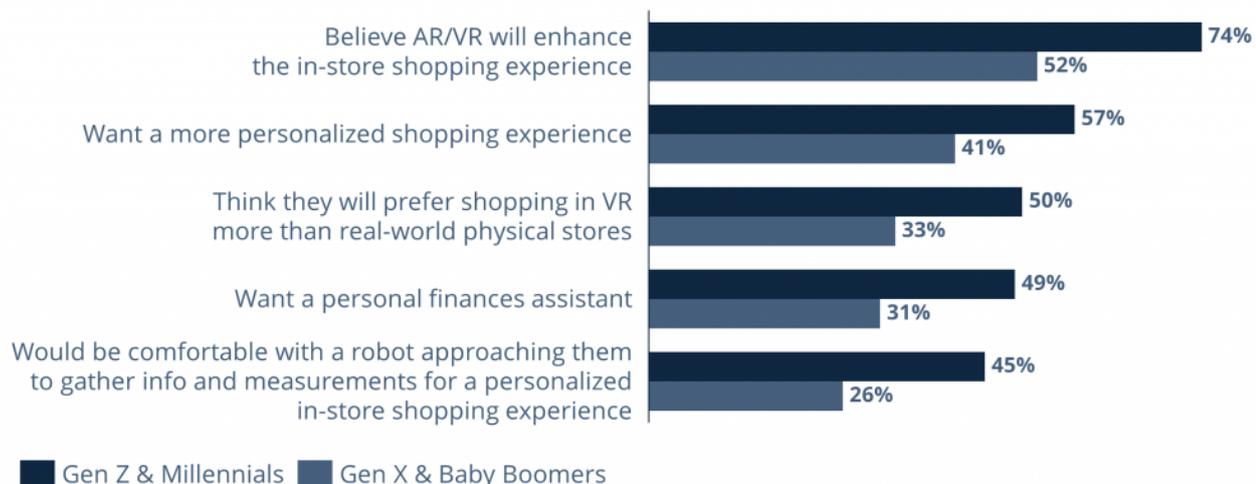
Ecommercedb.com, 09.02.2024

/исследование

Аналитики ECDB собрали тренды электронной коммерции в 2024 году:

- **Покупки в расширенной реальности.** AR и VR объединяют цифровое и реальное, дополняя онлайн-покупки интерактивными возможностями. Эта тенденция снижает процент возвратов за счет проведения виртуальных примерок.
- **Инновации в поиске.** Голосовой и визуальный поиск коренным образом меняют способы поиска товаров, делая покупки более интерактивными и интуитивно понятными.
- **Искусственный интеллект и персонализация.** ИИ имеет решающее значение для создания персонализированного опыта покупок и улучшения обслуживания клиентов. Благодаря ИИ покупки становятся более адаптированными к индивидуальным предпочтениям, что повышает удовлетворенность клиентов.
- **Эволюция мобильных технологий и платежей.** Мобильная коммерция находится на подъеме, причем предпочтительными методами становятся электронные кошельки и мобильные платежи. Это отражает более широкий переход к удобным и персонализированным вариантам оплаты.
- **Устойчивое развитие и этика.** Растущее внимание к устойчивому развитию влияет на выбор потребителей, вызывая спрос на экологически чистые методы и продукты.

CONSUMER OPINIONS ON THE FUTURE OF RETAIL BY GENERATION, 2023



Notes: Base: n= 5,055 respondents from the U.S., UK, Germany, France and Sweden (a minimum of 1,000 respondents in each country).
Sources: Klarna Insights.

ECDB

Источник:

[eCommerce Trends 2024: Artificial Intelligence, Augmented Reality & More](#)



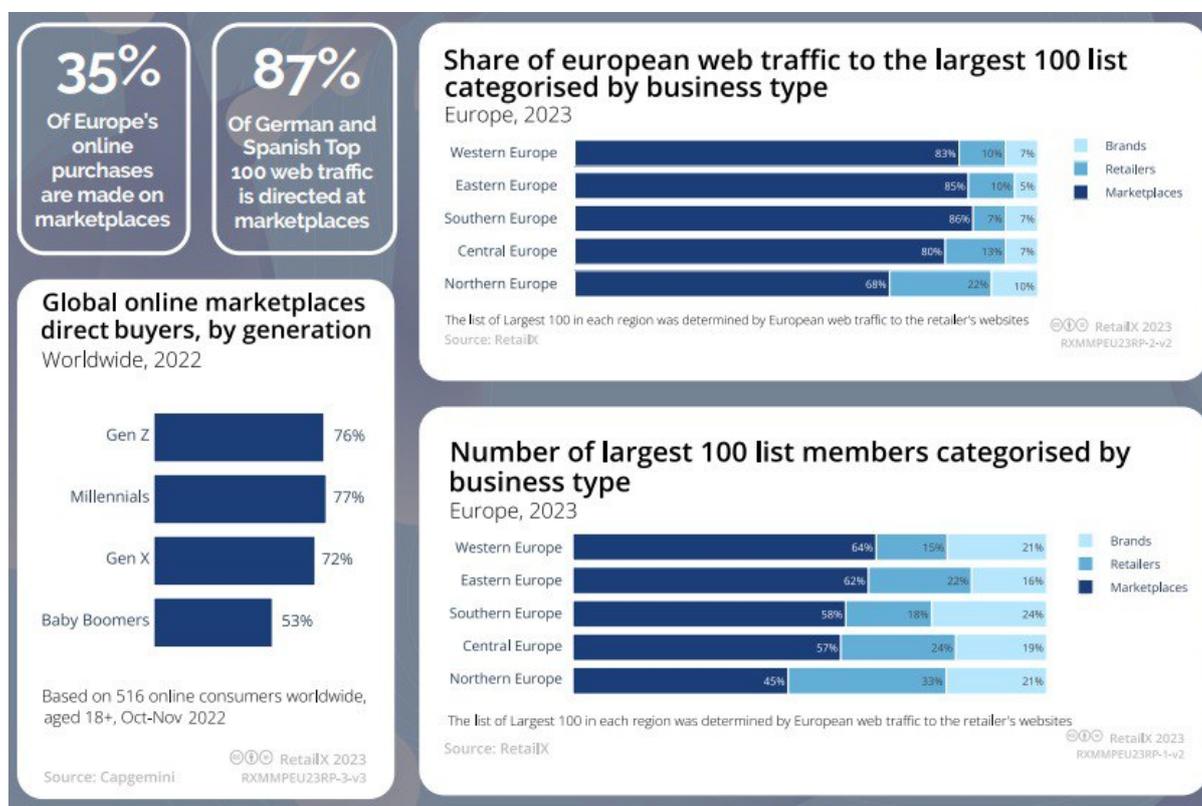
RetailX: Маркетплейсы — крупнейший источник онлайн-продаж

Internetretailing.net, 05.02.2024

/исследование

По данным RetailX, рост маркетплейсов как ключевой силы в электронной коммерции не демонстрирует никаких признаков замедления. По состоянию на сентябрь 2023 года во всем мире 35% всех онлайн-покупок совершались через маркетплейсы — это крупнейший источник онлайн-продаж. Для сравнения: всего 17% размещаются в супермаркетах, а 12% — на сайтах розничных продавцов. Это два ближайших конкурента маркетплейсов.

Интерес к покупкам на маркетплейсах обусловлен удобством, конкурентоспособными ценами, широким выбором и, зачастую, простыми в управлении вариантами доставки. Отмечается также способность маркетплейсов выступать в качестве «поисковых систем для шопинга».



Amazon, eBay и AliExpress продолжают доминировать, но растет интерес к некоторым развивающимся маркетплейсам. Среди наиболее примечательных — китайская компания Shein.

На долю маркетплейсов приходится 29% рейтинга Europe Top1000 2023. Это меньше, чем на бренды (35%) и на ритейлеров (36%). И хотя маркетплейсы являются самой маленькой группой, они получают больше всего трафика. По данным анализа LikeWeb, из всего европейского потребительского трафика, посещающего веб-сайты Top1000, 77% приходится на маркетплейсы.

Источник:

[RetailX The Year in Data 2023 Report](#)



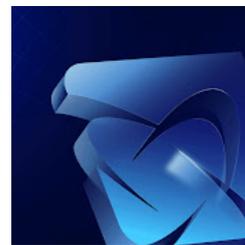
Подкасты и видео

Единый интегратор UZINFOCOM

Все о e-commerce и маркетплейсах в Узбекистане **Генеральный директор Uzum Market Ильшат Хаметов**

О том, что такое маркетплейс и как развивается онлайн-торговля в Узбекистане, как меняются привычки людей и с какими товарами выходить на Uzum Market, генеральный директор национального маркетплейса Ильшат Хаметов рассказал эксклюзивно для Ucast.

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.