

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2024 / № 6

12 Февраля 2024 - 18 Февраля 2024

В выпуске:

Россия:

Церемония награждения «E-commerce Index Top-100»

Adlabs при поддержке Data Insight представляет Карту технологических сервисов

«Рынок eGrosery: продажи на маркетплейсах» — доклад Надежды Виноградовой

Товарооборот на сервисах e-commerce Яндекса вырос на 64% в 2023 г.

Доля e-com в товарообороте «Азбуки вкуса» составила 12,6% в 2023 г.

Сеть Fix Price нарастила объем онлайн-продаж на 18% в 2023 г.

Оборот Ozon увеличился в 2,1 раза в 2023 г.

АКИТ: Объем онлайн-торговли в России составил почти 6,4 трлн руб. в 2023 г.

Яндекс Лавка запустила собственный бренд селективных продуктов «Лавка 100»

Заказать доставку из «Пятёрочки» могут 94 млн человек

Более 60% продавцов на Ozon — индивидуальные предприниматели

Весь мир:

Эксперт Wildberries оценил рынок складской недвижимости в Центральной Азии

ContextLogic продает платформу Wish компании Qoo10

Объем мирового рынка доставки еды превысил \$1 трлн в 2023 г.

70% европейских онлайн-покупателей активны на платформах C2C

PDD лидирует по рыночной капитализации среди e-com компаний в Европе

IBM: Потребители хотят, чтобы ИИ упростил процесс шопинга

Подкасты и видео



Россия:

Церемония награждения «E-commerce Index Top-100»

Top100party.ru, 16.02.2024

/НОВОСТЬ

4 апреля в Москве при поддержке генерального партнера **Adv.Cake** состоится седьмая Церемония награждения победителей рейтинга **«E-commerce Index Top-100»**, где Data Insight подведет итоги 2023 года и наградит победителей рейтинга российских интернет-магазинов в различных номинациях.



В Церемонии награждения примут участие крупнейшие российские интернет-магазины и сервисы.

Для магазинов участие бесплатно.

Для того, чтобы **оставить заявку**, заполните, пожалуйста, форму регистрации по ссылке.

Не упустите возможность **стать одним из партнеров** премии!

Ждем Вас на Церемонии!

Реклама: Рекламодатель ООО «АДВ-КЕЙК»

Источник:

[Церемония награждения «E-commerce Index Top-100»](#)

Adlabs при поддержке Data Insight представляет Карту технологических сервисов

Map.adlabs.ru, 14.02.2024

/новость

Агентство **Adlabs**, при поддержке **Data Insight**, представило интерактивную «Карту технологических сервисов для продвижения на маркетплейсах и площадках онлайн-ритейлеров».

В первую версию карты вошло 94 сервиса, включенных в пять блоков: аналитика, контент, логистика, управление продажами и продвижение. В основе разделения сервисов на блоки использован путь селлеров и брендов при работе на маркетплейсах и площадках онлайн-ритейлеров. Каждый блок разделен на 2-3 подкатегории для большей детализации профиля работы сервисов. В итоговую версию карты вошли только сервисы с реально существующей технологической базой.

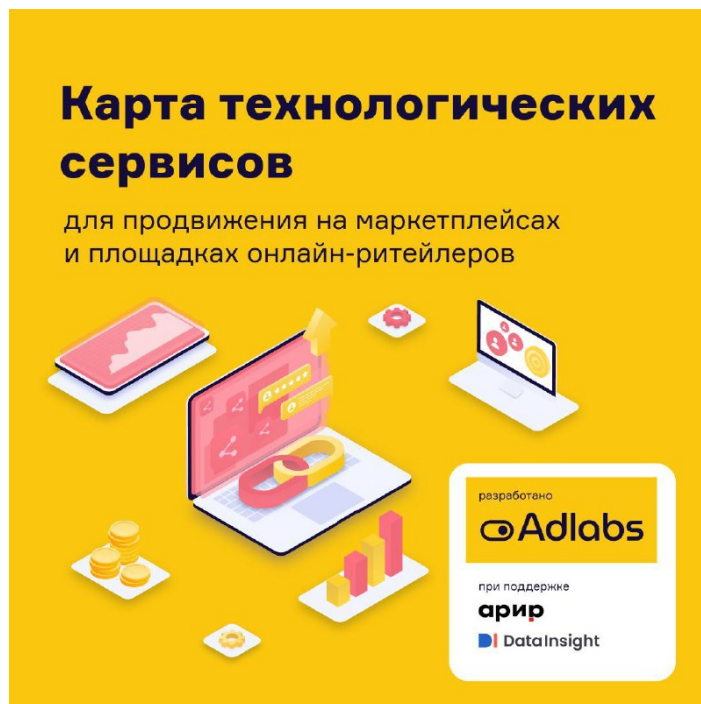
Продукт позволяет участникам рынка выбрать технологических партнёров, а также найти точки роста для бизнеса среди растущей аудитории маркетплейсов и площадок онлайн-ритейлеров.

«Рынок интернет-торговли меняется — он превращается из рынка интернет-магазинов в рынок компаний, которые работают на маркетплейсах. И, как известно, будущее уже наступило, но не для всех. У кого-то уже есть эффективные инструменты, а у кого-то — еще нет. Карта поможет тем, кто находится в поисках сервисов повышения эффективности бизнеса».

Фёдор Вирин, партнер Data Insight

Источник:

[Карту технологических сервисов для продвижения на маркетплейсах и площадках онлайн-ритейлеров](#)



«Рынок eGrocery: продажи на маркетплейсах» — доклад Надежды Виноградовой

Datainsight.ru, 13.02.2024

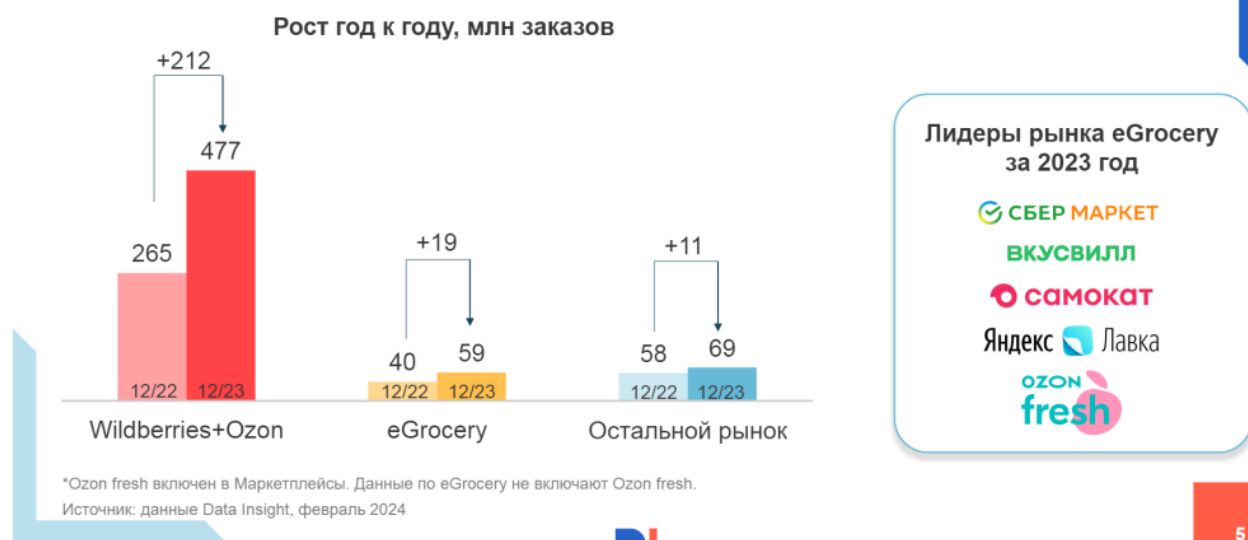
/НОВОСТЬ

7 февраля **product manager Data Insight, Надежда Виноградова**, выступила на конференции «Продэкспо 2024» с докладом [«Рынок eGrocery: продажи на маркетплейсах»](#).

Ключевые тезисы:

- По данным ежемесячного бюллетеня, eGrocery — второй по количеству совершенных онлайн-заказов сегмент eCommerce: за 2023 год на рынке продуктов питания совершено 604 млн заказов (включая заказы Ozon Fresh), годовой темп роста 2023 к 2022 составил 52%. Лидерами рынка eGrocery за 2023 год являются Сбермаркет, Вкусвилл, Самокат, Яндекс Лавка, Ozon Fresh.
- Несмотря на популярность eGrocery среди онлайн-магазинов, продукты питания — не самая популярная категория среди селлеров маркетплейсов: по данным, рассчитанным на основе Базы Селлеров Data Insight, на Ozon в этой категории продают всего 7% от всех активных селлеров, на Wildberries — 5% (это примерно по 15-20 тыс селлеров). Наиболее популярные продукты питания для продажи на Wildberries — товары из категории Dry Food (продукты, не требующие специальных условия хранения и транспортировки).

eGrocery – второй по приросту сегмент eCommerce



Источник:

[Рынок eGrocery: продажи на маркетплейсах](#)

Товарооборот на сервисах e-commerce Яндекса вырос на 64% в 2023 г.

Yandex.ru, 15.02.2024

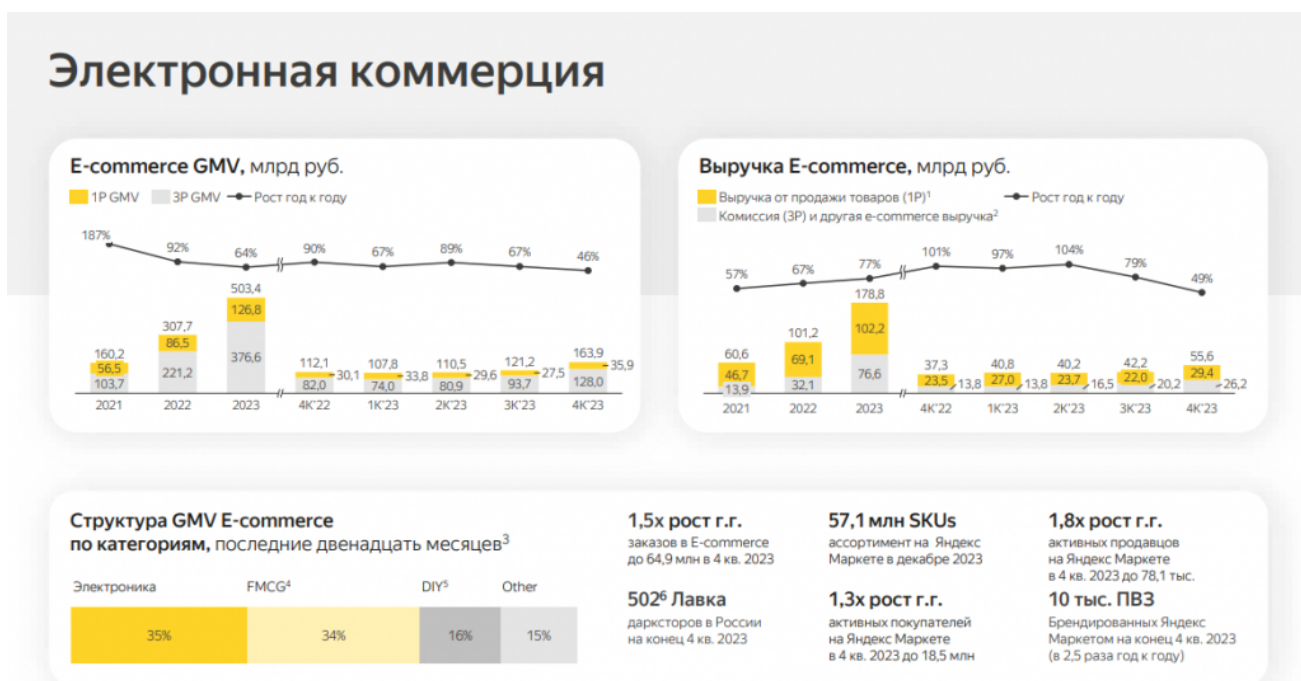
/новость

Общий товарооборот (GMV) на сервисах электронной коммерции Яндекса (Яндекс Маркет, Яндекс Лавка в России, сервисы доставки продуктов из магазинов Яндекс Еда и Деливери) в 2023 году увеличился на 64% — до 503,4 млрд руб.

В IV кв. 2023 года показатель вырос на 46% год к году до 163,9 млрд руб. за счёт органического роста числа пользователей и расширения ассортимента, а также синергии с Яндекс Плюс и продуктами Финтех-направления, в частности Яндекс Сплитом и Яндекс Пэй.

Яндекс Маркет в IV кв. 2023 года:

- Доля товарооборота (GMV) сторонних продавцов составила 90%.
- Число наименований товаров к концу IV кв. — 57,1 млн.
- Количество активных покупателей — 18,5 млн (+33%).
- Количество активных продавцов — 78,1 тыс. (+79%).



Примечание: 1 Выручка от продажи товаров включает выручку от прямых продаж (1P) Яндекс Маркета, выручку от прямых продаж Яндекс Лавки в России, где мы работаем по бизнес-модели прямых продаж и выполняем роль продавца, и не включает выручку от платы за доставку в этих сервисах; 2 Комиссионные и другие доходы маркетплейса включают комиссию Яндекс Маркета за сторонние продажи (3P), плату за доставку, за услуги сервиса, а также рекламную выручку сервисов доставки продуктов из магазинов Яндекс Еда и Деливери, плату за доставку и рекламную выручку Яндекс Лавки в России и прочие доходы; 3 Сумма показателей из-за округления может не равняться 100%; 4 Товарооборот (GMV) категории FMCG (товары повседневного спроса) включает GMV категории FMCG Яндекс Маркета, GMV Яндекс Лавки в России и сервисов доставки продуктов Яндекс Еда и Деливери; 5 DIY (Do it yourself) — это товары «сделай сам», в том числе строительные товары для дома и сада; 6 Количество директоров в России, включая регионы.

Источник:

Яндекс объявляет финансовые результаты за IV квартал 2023 года и 2023 год



Доля e-com в товарообороте «Азбуки вкуса» составила 12,6% в 2023 г.

Retail.ru, 16.02.2024 12:52:00

/НОВОСТЬ

В 2023 году товарооборот онлайн-бизнеса «Азбуки вкуса» увеличился на 34,2%, а количество чеков — на 38,4%. За год компания доставила более 4 млн заказов.

- Доля сегмента в общем товарообороте компании в 2023 году выросла на 2,2 п.п. до 12,6%, а в IV кв. доля составила уже 13,2%.
- Категория готовой еды собственного производства в доставке составляет 19,7% всех продаж онлайн.
- В сервисе самовывоза также количество чеков увеличилось на 50% год к году, товарооборот — на 40%.

Итоги e-com и b2b, 2023 год*

 азбука вкуса



*все сравнения указаны г/г

Источник:

«Азбука вкуса» подвела итоги продаж онлайн и B2B в 2023 году



Сеть Fix Price нарастила объем онлайн-продаж на 18% в 2023 г.

Ir.fix-price.com, 15.02.2024

/новость

Объем онлайн-продаж в 2023 году Fix Price вырос на 18% по сравнению с предыдущим годом.

- Через собственные сервисы (веб-витрину и мобильное приложение Fix Price) оборот вырос на 37% год к году.
- С учетом партнерских доставок через Маркет Деливери, Яндекс Маркет, Яндекс Еду и Сбермаркет и собственных онлайн-сервисов покупатели сделали более 1,2 млн онлайн-заказов.
- Средняя сумма чека при онлайн-заказе составила 1,2 тыс. руб.
- В онлайн-ассортименте Fix Price представлены более 2000 наименований товаров.
- Самый популярный канал для онлайн-заказов — мобильное приложение Fix Price, самый популярный способ доставки — самовывоз из магазина.



Источник:

Объем онлайн-продаж Fix Price в 2023 году вырос на 18% по сравнению с 2022 годом

Оборот Ozon увеличился в 2,1 раза в 2023 г.

Corp.ozon.ru, 14.02.2024

/новость

Ozon объявил предварительные неаудированные результаты за 2023 год:

- Оборот от продаж (GMV), включая услуги, вырос примерно на 110% год к году, превысив 1,7 трлн руб. Продажи предпринимателей составили 83% оборота.
- Число заказов удвоилось и составило более 950 млн. На одного покупателя пришлось более 20 заказов.
- Активных покупателей за год стало почти на треть больше — 46 млн.
- Скорректированная EBITDA за 2023 год положительная, что соответствует прогнозу компании. Чистый денежный поток от операционной деятельности превысил 80 млрд руб.
- Площадь логистических объектов Ozon в России и странах СНГ на конец 2023 года выросла почти в 2 раза, до 2,5 млн кв. м. Количество ПВЗ почти утроилось год к году и превысило 45 тыс.



Источник:

Оборот Ozon в 2023 году вырос в 2,1 раза, до 1,7 трлн рублей, EBITDA положительная



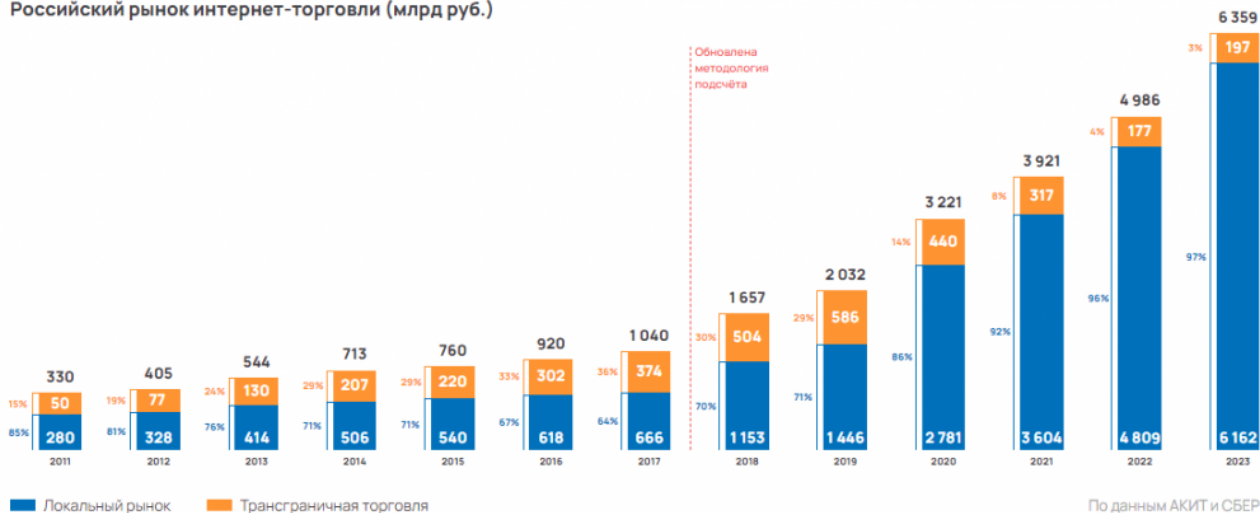
АКИТ: Объем онлайн-торговли в России составил почти 6,4 трлн руб. в 2023 г.

Akit.ru, 13.02.2024

/новость

По данным АКИТ, объем онлайн-покупок в России в 2023 году вырос на 28% и составил почти 6,4 трлн руб. 96,9% — покупки на внутреннем рынке. Доля e-commerce в общем объеме розничных продаж в стране при реализации прогнозного значения розницы в 46 трлн руб. составит 13,8%. Годом ранее этот показатель был 11,6%.

Российский рынок интернет-торговли (млрд руб.)



В 2023 году регионы вновь увеличили свое присутствие в e-commerce. 52% всех продаж в интернете обеспечивают 10 регионов страны. За год заметно снизилась доля первой тройки: Москвы — с 19,4% в 2022 году до 17,7%; Московской области — с 10,7% до 9,2%, Санкт-Петербурга — с 7% до 6,1%.

В первой десятке выросла доля Краснодарского края с 4,7% до 5,3% и Ростовской области — с 2,6% до 3%. В ряде других регионов доля также увеличилась в среднем на 0,3%-0,5% в общем объеме онлайн-продаж.

Топ-5 самых популярных товаров в интернете остался прежним: цифровая и бытовая техника — 18%, мебель и товары для дома — 15,4%, одежду и обувь — 14,6%, продукты питания — 11%, товары для красоты и здоровья — 8,1%.

На 30% в среднем за прошедших год увеличились средние чеки в категориях аптеки, аксессуары (сумки, ремни, головные уборы), спорттовары и на 20% при покупках одежды и обуви. В остальных категориях произошло снижение.

Источник:

[Итоги года: регионы перетягивают лидерство в e-commerce](#)



Яндекс Лавка запустила собственный бренд селективных продуктов «Лавка 100»

Yandex.ru, 12.02.2024

/новость

Под новым брендом Лавка выпустит 100 продуктов, которые будет создавать совместно с российскими фермерскими производствами и локальными поставщиками премиальных продуктов.



Это первый бренд Лавки с продуктами в более высокой ценовой категории, чем товары из ассортимента классической торговой марки сервиса. Дизайн упаковки создан с помощью нейросети YandexART в приложении Шедеврум. Основой визуальной концепции стали ассоциации с соответствующими продуктами.

У сервиса уже есть СТМ «Из Лавки». Доля продаж товаров из её ассортимента в среднем составляет 16%, а в некоторых категориях доходит до 80%.

Источник:

[Яндекс Лавка выпустила в продажу селективные продукты под своим новым брендом «Лавка 100»](#)

Заказать доставку из «Пятёрочки» могут 94 млн человек

Vk.com, 12.02.2024 11:09:00

/новость

За год «Пятёрочка Доставка» заработала еще в 534 городах и 5 регионах страны. Сервисом уже пользуются жители 1304 населенных пунктов, в том числе 742 городов России.

- У доставки «Пятёрочки» появилось около 2,5 млн новых клиентов. Сегодня заказать доставку могут уже 94 млн жителей различных населенных пунктов — 83% взрослого населения России.
- В 2023 году доставкой пользовался практически каждый второй взрослый россиянин — суммарное количество заказов достигло 49,2 млн. Активнее всего их делали жители Татарстана, Воронежской, Свердловской, Ростовской и Ленинградской областей.
- Среди горожан чаще всего доставку выбирали жители Москвы, Санкт-Петербурга, Казани, Воронежа, Екатеринбурга, Нижнего Новгорода и Новосибирска.



Источник:

[В 2023 году россияне чаще всего заказывали цыпленка-бройлера](#)

Более 60% продавцов на Ozon — индивидуальные предприниматели

Corp.ozon.ru, 13.02.2024

/исследование

По итогам первых 9 месяцев 2023 года на Ozon активно продают более 400 тыс. предпринимателей, причем больше половины из них начали торговать на площадке менее года назад. Ozon составил бизнес-портрет продавца на маркетплейсе:

- 62% продавцов на Ozon — индивидуальные предприниматели. Самозанятых — менее 9%, при этом их количество год к году выросло в 5 раз.
- Почти каждый третий продавец сумел перейти порог оборота в миллион рублей за 9 месяцев 2023 года.
- Быстрее всего росли заказы у продавцов обуви — в 3 раза год к году, автотоваров — в 2,9 раза, спортивной одежды — в 2,7 раза.
- Лидером по количеству продавцов стал Краснодарский край — там зарегистрирован каждый десятый предприниматель на площадке. По темпам прироста в 2023 году на первое место вышли продавцы из Челябинской области — их число увеличилось на 84%.
- Больше половины продавцов пользуется хранением от маркетплейса.



Источник:

[Ozon составил бизнес-портрет продавца на маркетплейсе](#)



Весь мир:

Эксперт Wildberries оценил рынок складской недвижимости в Центральной Азии

Economist.kg, 13.02.2024 17:19:00

/новость

Активное развитие e-commerce и онлайн-ритейла создают высокий спрос на складскую недвижимость в странах Средней Азии, отметил в интервью [Economist.kg](https://www.economist.kg) директор по логистике Wildberries в странах СНГ Максим Губанов.

В **Кыргызстане** в ближайшие год-два значительно вырастет предложение высококлассных складов, по прогнозам аналитиков — примерно в 20 раз, и составит порядка 250 тыс. кв.м.

Казахстан уже стал важным транспортным хабом региона, сосредоточив складскую инфраструктуру в Астане и Алматы. Ожидается, что объем спроса на эту категорию недвижимости в 2024–2025 гг. вырастет до 400 тыс. кв.м.

Объем рынка складской недвижимости в **Узбекистане** составляет порядка 200 тыс. кв.м. На фоне бурного развития интернет-торговли и пятикратного роста рынка e-commerce, а также, учитывая, что 89% рынка составляют продажи с маркетплейсов, Узбекистан будет наращивать свой потенциал.



ВАЖНЫЕ
ДАнные

Economist >> www.economist.kg



ВАЖНЫЕ
ДАнные

Economist >> www.economist.kg

Источник:

Как логистика и инфраструктура влияют на развитие электронной торговли в Центральной Азии? Экспертное мнение Wildberries



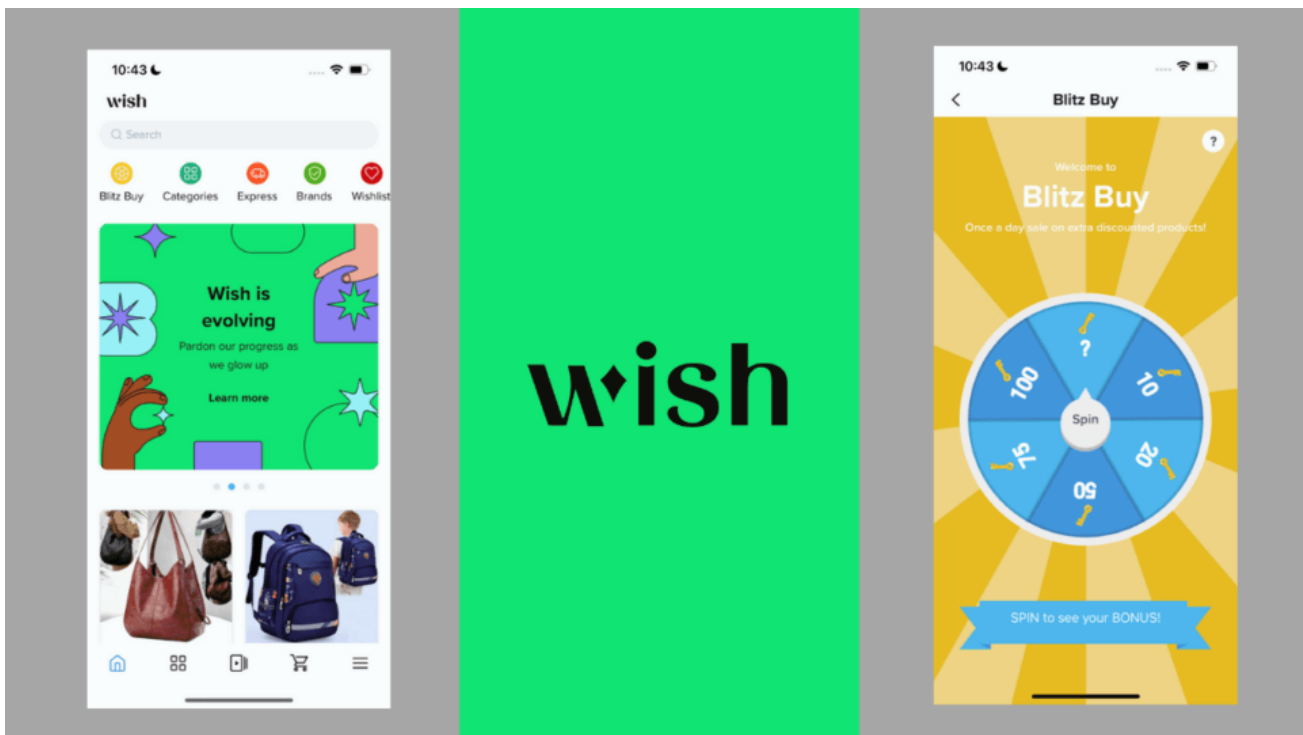
ContextLogic продает платформу Wish компании Qoo10

Ir.wish.com, 12.02.2024 08:00:00

/новость

Совет директоров ContextLogic одобрил соглашение о продаже практически всех операционных активов и обязательств Wish сингапурской компании Qoo10 — платформе электронной коммерции, которая управляет маркетплейсами в Азии.

Завершение сделки ожидается во II кв. 2024 года, ее стоимость составляет \$173 млн. Интеграция платформы Wish и Qoo10 позволит создать глобальную платформу трансграничной электронной коммерции.



Источник:

[ContextLogic Announces Agreement to Sell Substantially All Operating Assets and Liabilities Associated with Wish to Qoo10 for \\$173 Million in Cash](#)

Объем мирового рынка доставки еды превысил \$1 трлн в 2023 г.

Ecommercedb.com, 13.02.2024

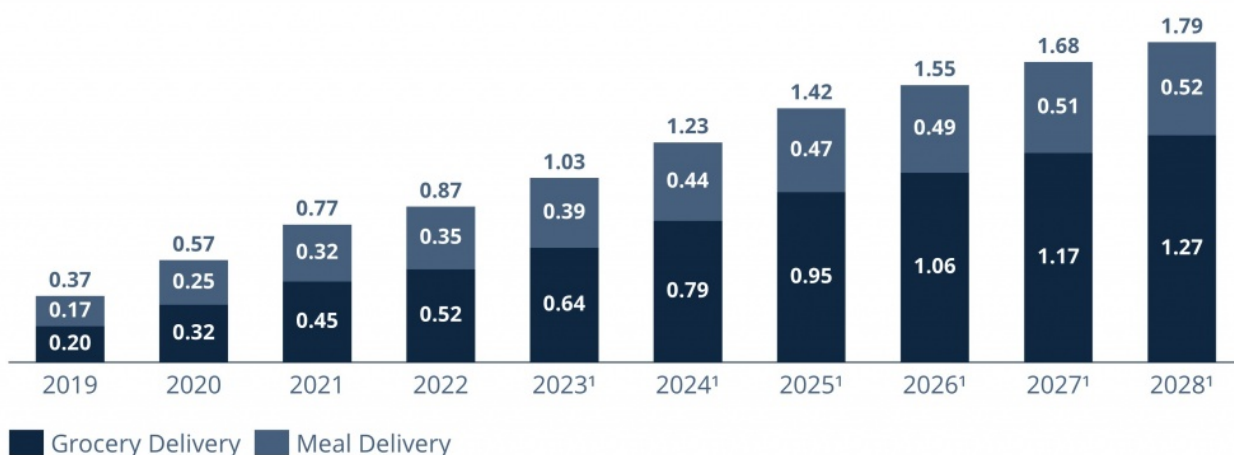
/исследование

Пандемия привела к резкому росту рынка доставки еды (продуктов и готовых блюд): продажи подскочили на 178% до \$1,03 трлн к 2023 году. Продажи продуктов с доставкой превысили продажи услуг по доставке готовой еды: \$640 млрд и \$390 млрд соответственно.

По данным Statista, сектор доставки продуктов (grocery) лидирует: к 2028 году его объем достигнет \$1,27 трлн, намного обойдя сектор доставки готовой еды (meal) с \$520 млрд. По прогнозам, сектор доставки продуктов почти удвоит выручку в ближайшие 4 года.

ECOMMERCE REVENUE DEVELOPMENT OF THE GLOBAL ONLINE FOOD DELIVERY SECTOR, 2019-2028

in US\$ trillion



Notes: (1) Forecast.
Sources: Statista Digital Market Insights.

ECDB

Потребители тратят больше на заказ продуктов питания. Средние расходы в 2028 году составят \$606, тогда как траты на доставку готовой еды останутся на уровне \$207. Учитывая пространство для инноваций в секторе grocery, ожидается, что типичный пользователь онлайн-доставки увеличит потребление в ближайшие годы, и в сектор войдет больше новичков.

Источник:

[Online Food Delivery 2024: Market Growth, Revenue, Uber Eats & Company Analysis](#)



70% европейских онлайн-покупателей активны на платформах C2C

Geopost.com, 12.02.2024

В 2023 году доля онлайн-покупателей в Европе сократилась на 1 пункт, следует из E-shopper Barometer 2023 от Geopost. Однако количество постоянных онлайн-покупателей осталось стабильным.

При этом 7 из 10 постоянных онлайн-покупателей были активны на платформах C2C, где покупали или продавали подержанные товары. Треть заявила, что увеличили покупки б/у вещей. В основном продажей на таких платформах занимались, чтобы освободить место дома.

Покупали или выставляли товары на C2C платформах: в Нидерландах — 77% онлайн-покупателей в Италии — 66%, в Великобритании — 74%, в Германии — 73% и во Франции — 75%.

Источник:

[Geopost releases its e-shopper barometer 2023 amid context of constrained purchasing power](#)

/исследование



PDD лидирует по рыночной капитализации среди e-commerce компаний в Европе

Ecommercedb.com, 12.02.2024

/исследование

Среди 10 самых дорогих компаний сферы электронной коммерции в Европе три называют своим домом Великобританию. Лидер — PDD Holdings Inc. со штаб-квартирой в Дублине: рыночная капитализация достигает \$188,8 млрд.

За ней следуют Prosus N.V. (\$156,4 млрд) и Next Plc (\$13,7 млрд). PDD демонстрирует значительный рост, занимая лидирующие позиции в секторе электронной коммерции Европы. Тем временем такие компании, как Zalando SE и Allegro.eu SA, сталкиваются с проблемами, что является свидетельством интенсивного соперничества между американскими и китайскими игроками.

TOP 10 PUBLIC EUROPEAN ECOMMERCE COMPANIES 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](#)

По выручке PDD также лидирует в первой десятке. За ней с небольшим отрывом следует Zalando. Allegro занимает третье место. Prosus N.V. и Next Plc также вошли в пятерку лидеров.

Источник:

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



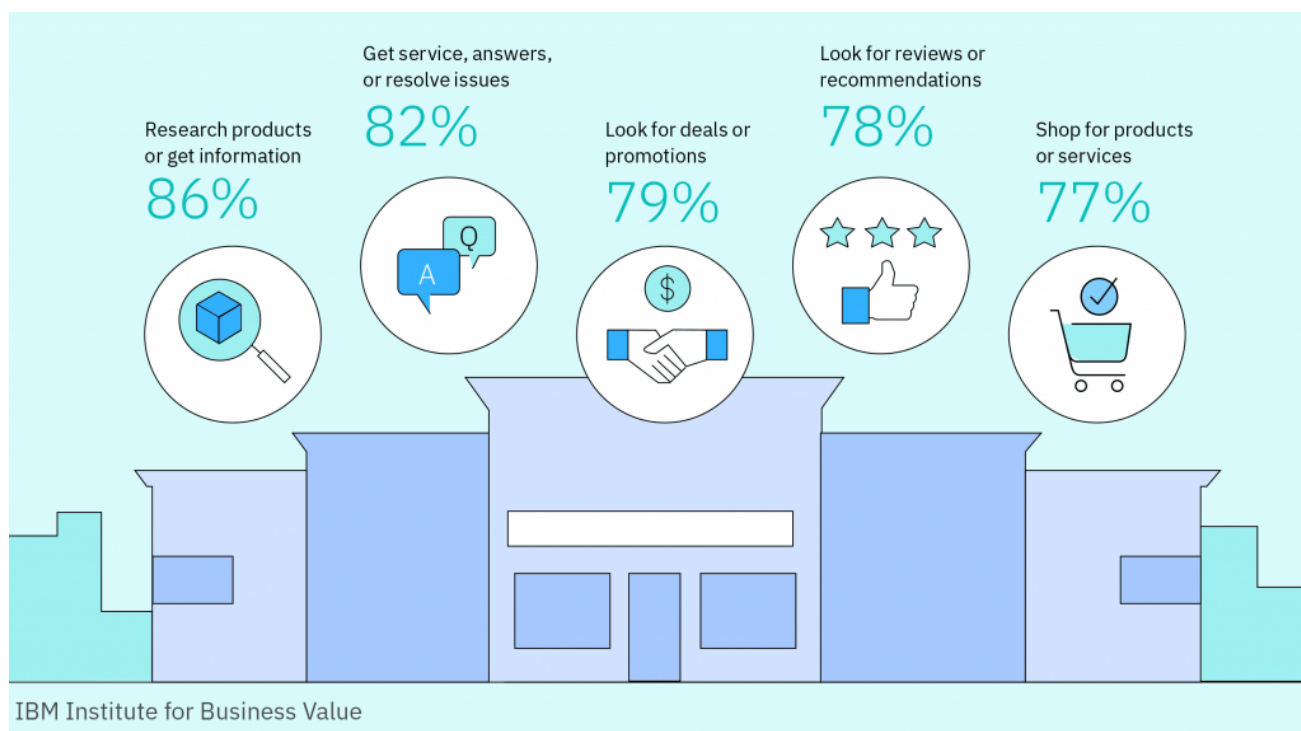
IBM: Потребители хотят, чтобы ИИ упростил процесс шопинга

Ibm.com, 12.02.2024

/исследование

Согласно опросу 20 000 потребителей из 26 стран, проведенному IBM, только 9% удовлетворены опытом покупок в магазинах. Для электронной коммерции эта цифра достигает 14%.

- 3 из 5 потребителей хотели бы использовать приложения искусственного интеллекта при совершении покупок. Более половины говорят, что хотели бы использовать ботов или виртуальных помощников (55%), дополненную или виртуальную реальность (55%) и приложения искусственного интеллекта (59%).
- Примерно 4 из 5 потребителей, которые еще не использовали ИИ для шопинга, хотели бы увидеть, как он может помочь им исследовать товары или получать информацию о них (86%), искать специальные предложения и рекламные акции (79%), получать услуги, задавать вопросы и решать проблемы (82%).
- Около трети потребителей, использовавших чат-ботов и виртуальных помощников, довольны этим опытом. Почти 20% были настолько разочарованы, что не хотят использовать их снова.
- Почти две трети представителей поколения Z и миллениалов хотят покупать товары разных брендов на одном маркетплейсе с одним чекаутом.
- 2 из 3 потребителей покупают товары лично, а 73% полагаются на обычные магазины при покупке товаров. Однако две трети потребителей узнают о новых продуктах онлайн.



Источник:

[2024 Consumer Study: Revolutionize retail with AI everywhere](#)

Подкасты и видео

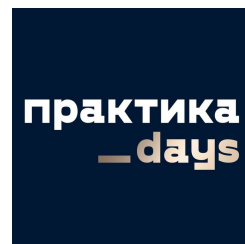
Борис Преображенский | ПрактикаDays

Бизнес на Amazon. Азат Шакуров

В гостях Азат Шакуров, серийный предприниматель, сооснователь группы компаний АХУ, продающей различные товары на Amazon в США.

Интересный рассказ об истории проекта Азата, различных моделях продаж на Амазоне (wholesale, dropshipping, арбитраж), как и почему была выбрана wholesale, как запускаются новые продукты, с какими сложностями в работе с маркетплейсом приходится сталкиваться, можно ли продавать без маркетинга, какие комиссии при работе по каким моделям берет Амазон и очень многое другое.

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.