

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2024 / № 16

22 Апреля 2024 - 05 Мая 2024

В выпуске:

Россия:

Data Insight: Интернет-торговля в России 2023

Data Insight: Системы верификации и авторизации по верифицированным данным

«Маркетплейсы 2024: тренды, стратегии, точки роста» — доклад Фёдора Вирина

Общий объем онлайн-продаж «Ленты» вырос на 52,8% в I кв. 2024 г.

Товарооборот E-commerce группы Яндекса увеличился на 42% в I кв. 2024 г.

Оборот Ozon вырос на 88% в I кв. 2024 г.

Яндекс Маркет представил новое позиционирование бренда

Заказы Ozon fresh теперь можно будет получить за 30 минут

M.Видео-Эльдорадо расширила инфраструктуру для поставщиков маркетплейса

Яндекс доставит автошины и диски за 1-2 часа

Мужчины стали активнее пользоваться маркетплейсами

Спрос на менеджеров маркетплейсов в России вырос на четверть

Весь мир:

НАПП: В Узбекистане зарегистрировано более 50 маркетплейсов

eBay увеличил выручку на 2% в I кв. 2024 г.

Выручка Etsy выросла на 0,8% в I кв. 2024 г.

Amazon нарастил продажи на 13% в I кв. 2024 г.

Getir решил покинуть рынки США и Европы

Выручка Vinted увеличилась на 61% в 2023 г.

Дубайский маркетплейс Wee привлек \$12 млн

Alibaba.com и Human Capital помогут развивать e-commerce в Казахстане

Трансграничные онлайн-продажи в Европе выросли на 32% в 2023 г.

Кейс:

Бесплатная доставка ВкусВилл стала вдвое быстрее

Подкасты и видео



Россия:

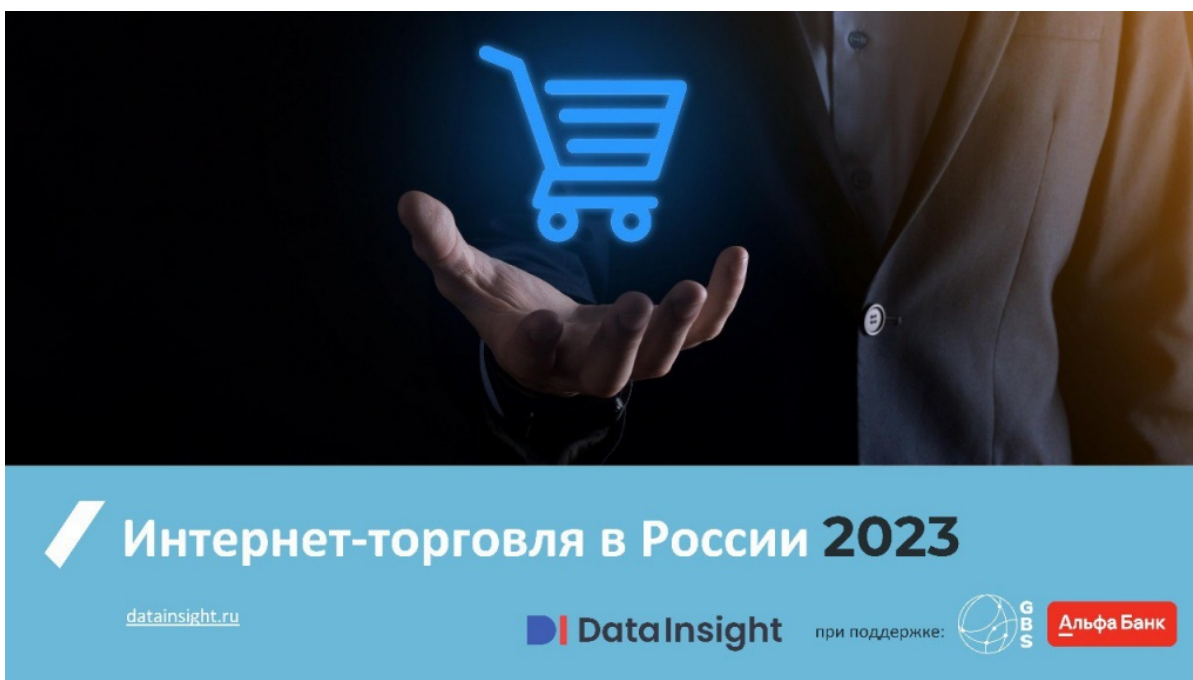
Data Insight: Интернет-торговля в России 2023

Datainsight.ru, 03.05.2024

/новость

Data Insight публикует ежегодный отчет «**Интернет-торговля в России 2023**» при поддержке **Альфа-Банк, Voxberry, CPAExchange, GBS, Robokassa, Оджетто, Фабрика Дверей** и **ExpressRMS**.

В нём раскрываются ключевые цифры и результаты 2023 года, характеризующие рынок eCommerce в России, а также обобщаются важнейшие данные из публичных исследований, выпущенных Data Insight за этот год.



Основные выводы:

- В 2023 году объем рынка розничной интернет-торговли в России составил **7,8 трлн** рублей и **5,03 млрд** заказов.
- Темпы роста количества заказов – **+78%**. Объем рынка в рублях вырос на **44%**.
- Доля онлайн-продаж продолжает показывать стабильный рост: в 2023 году на них пришлось **19%** от всего ритейла и **37%** от рынка непродуктового ритейла (+5 п.п. и +7 п.п. год к году соответственно).
- По прогнозу Data Insight, в 2024 году объем продаж на российском рынке eCommerce достигнет **10,2 трлн** рублей, рост составит **30%**.
- Количество выполненных заказов на рынке eCommerce достигнет **7 млрд** (+42%).

Реклама. Рекламодатели: АО «Альфа-банк», ООО «Боксберри софт», ООО «Глобальные Брокерские Решения», ИП Грунтов Сергей Николаевич, ООО «ИНСЕЙЛС РУС», ООО «ОДЖЕТТО ВЕБ», ООО «РОБОКАССА», АО «Тинькофф Банк», ООО «ФО ЛИДС», ООО «Экспресс РМС».

Источник:

[Интернет-торговля в России 2023](#)

Data Insight: Системы верификации и авторизации по верифицированным данным

Datainsight.ru, 25.04.2024

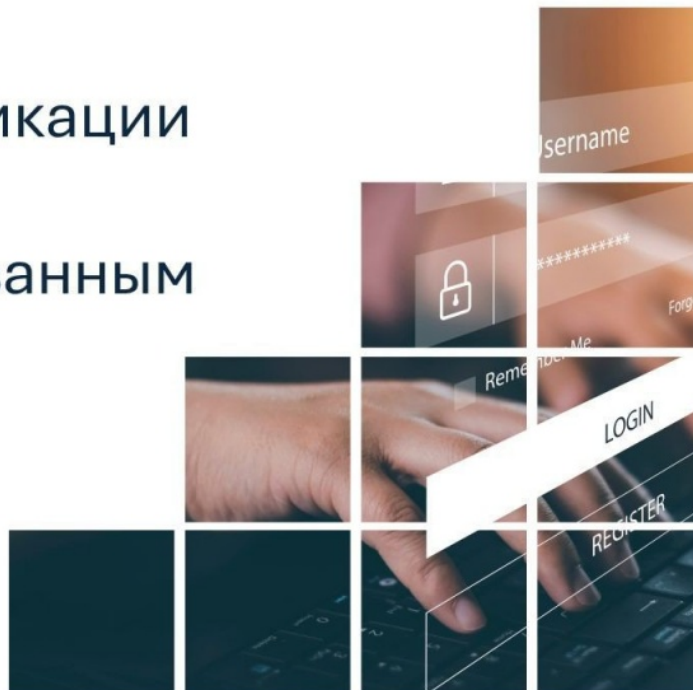
/НОВОСТЬ

Data Insight провели [исследование](#) российских компаний, предоставляющих услуги верификации личности или внешней авторизации по верифицированным данным.

Системы верификации и авторизации по верифицированным данным

Обзор российского рынка

2024 год



Основные выводы:

- На рынке существует несколько групп игроков: государство, банки, мобильные операторы, специализированные игроки. Каждый тип имеет свои особенности, плюсы и минусы.
- Системы внешней авторизации используются для регистрации и/или авторизации на сайте.
- Системы верификации используются для проверки пользователей, реже для верификации данных при совершении конкретных операций.

Источник:

[Системы верификации и авторизации по верифицированным данным 2024](#)

«Маркетплейсы 2024: тренды, стратегии, точки роста» — доклад Фёдора Вирина

Datainsight.ru, 24.04.2024

/НОВОСТЬ

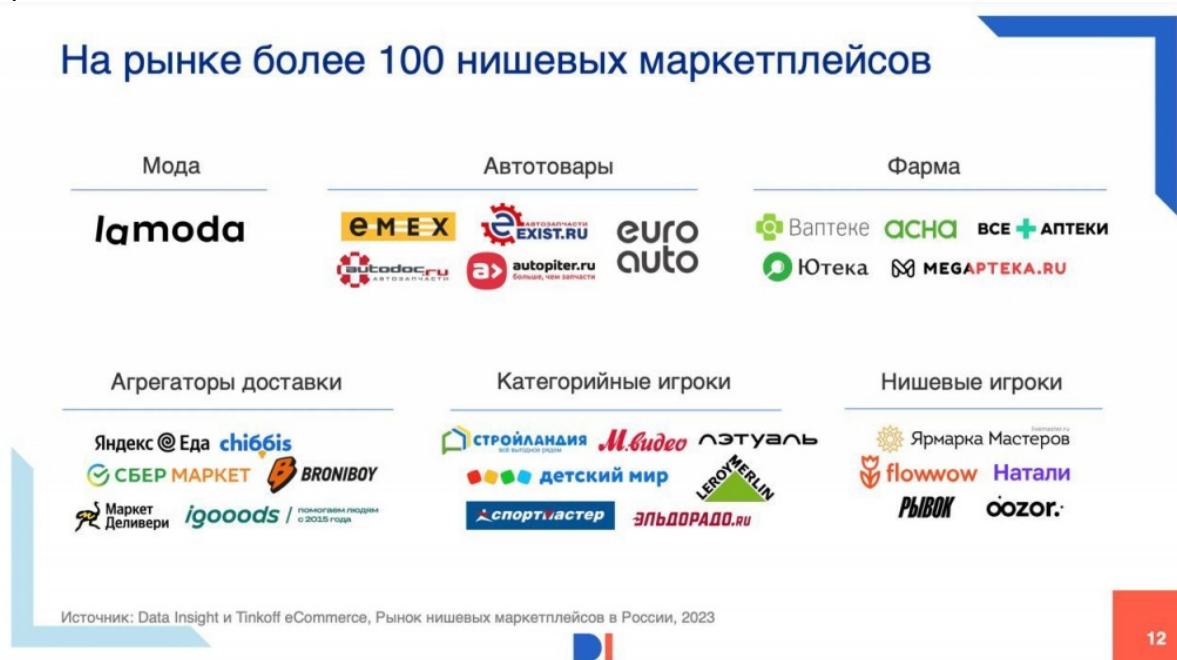
23 апреля партнер Data Insight Фёдор Вирин выступил на конференции «Upgrade Retail Весна» с докладом «Маркетплейсы 2024: тренды, стратегии, точки роста».

Основные выводы:

- Маркетплейсы лидируют на рынке eCommerce. Происходит это из-за качества сервиса и постоянства для покупателей: покупатель уверен в заказе (или в том, что сможет его без проблем вернуть), в доставке и в том, что найдёт то, что нужно. На большой ассортимент маркетплейсов влияют селлеры – именно они, а не маркетплейсы, являются драйверами роста рынка. Текущая динамика базы селлеров позволяет прогнозировать, что за 2024 год количество активных селлеров увеличится более чем в 1,5 раза и к концу 2024 года достигнет 700 тыс.
- Количество активных селлеров* за октябрь-начало декабря 2023 увеличилось: на 6% у Wildberries и на 7% у Ozon. Большую долю притока селлеров составили селлеры, которые ранее не размещали товары на этих маркетплейсах. 6% селлеров Wildberries и 11% селлеров Ozon, которые были активны в октябре, приостановили продажи до начала декабря.
- Появилось место для новых маркетплейсов, которые стараются выделиться на рынке, обеспечив себе устойчивую нишу. Так, в 2023 году объем рынка нишевых маркетплейсов вырос на 27% и составил почти 600 млрд руб. Согласно прогнозам, при сохранении текущих темпов развития этот рынок может достичь 1 трлн руб. к 2026 году.

*Активные селлеры – те, у которых в месяц исследования хотя бы один товар был в продаже.

На рынке более 100 нишевых маркетплейсов



Источник:

Маркетплейсы 2024



Общий объем онлайн-продаж «Ленты» вырос на 52,8% в I кв. 2024 г.

Corp.lenta.com, 02.05.2024

/новость

Общий объем онлайн-продаж «Ленты» за I кв. 2024 года составил 16,7 млрд руб., увеличившись на 52,8% год к году, что соответствует общей динамике рынка e-grocery России.

Доля онлайн-продаж составила 8,3% от общего объёма продаж «Ленты» по сравнению с 8,8% в аналогичном периоде предыдущего года.

Общий объем онлайн-заказов вырос на 32,8% и составил 6,9 млн. Средний чек в онлайн-канале вырос на 15,1% год к году до 2 441 руб.

Онлайн-продажи

	1 кв. 2024	1 кв. 2023	Изм.	Изм. (%)
Онлайн-выручка (млн руб.)	16 740	10 952	5 788	52,8%
Онлайн-партнёры	7 282	4 313	2 969	68,8%
«Лента Онлайн» ⁶	9 458	6 639	2 819	42,5%
Средний онлайн-чек (руб.)	2 441	2 121	321	15,1%
Онлайн-партнёры	2 331	2 018	313	15,5%
«Лента Онлайн» ⁶	2 533	2 193	340	15,5%
Кол-во онлайн-заказов (тыс.)	6 857	5 165	1 692	32,8%
Онлайн-партнёры	3 123	2 137	986	46,2%
«Лента Онлайн» ⁶	3 734	3 028	706	23,3%

Источник:

«Лента» объявляет о росте выручки на 62,1% и увеличении рентабельности по EBITDA на 434 б.п. в 1 квартале 2024 года



Товарооборот E-com группы Яндекса увеличился на 42% в I кв. 2024 г.

Ir.yandex.ru, 26.04.2024

/НОВОСТЬ

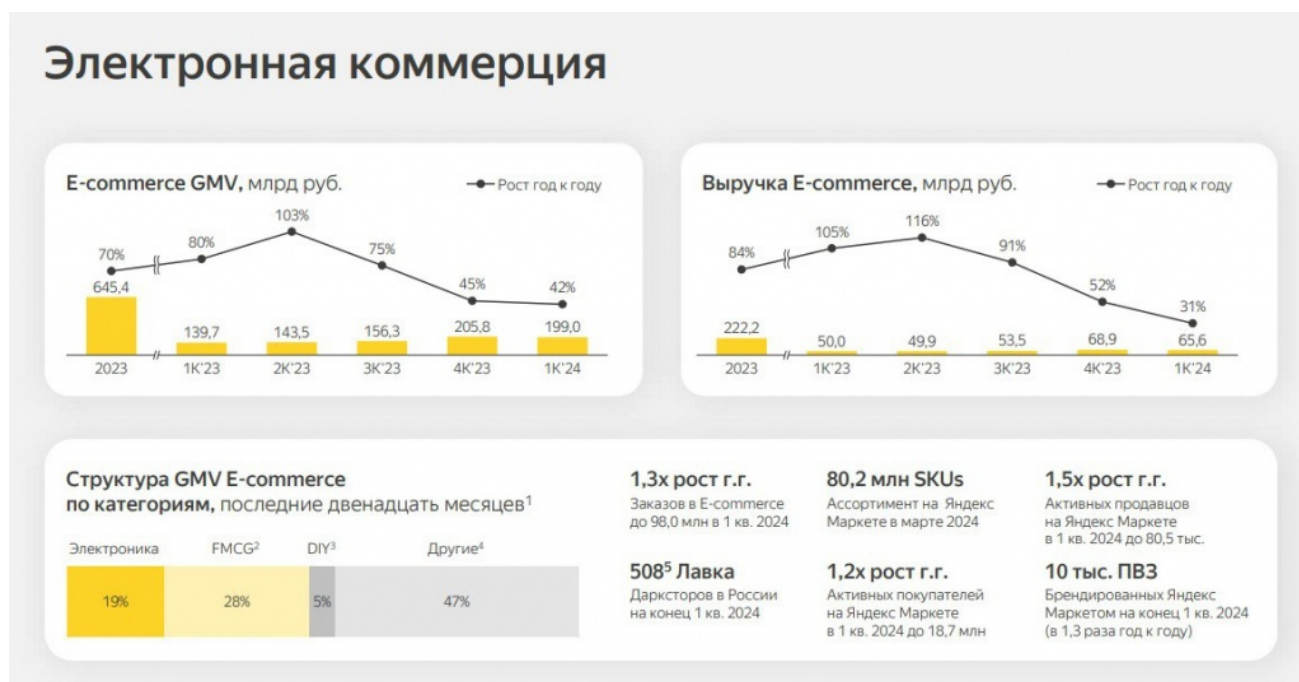
Товарооборот в сервисах электронной коммерции (GMV) Яндекса в I кв. 2024 года вырос на 42% — до 199 млрд руб. С 1 января в группу E-com также входит сегмент доставки заказов из ресторанов Еды и Деливери.

GMV Яндекс Маркета за год вырос в 1,4 раза, а GMV продавцов — в 1,6 раза. GMV фудтех-сервисов (Яндекс Лавки, Еды и Деливери) увеличился в 1,5 раза.

Компания продолжила фокусироваться на улучшении юнит-экономики, в том числе на оптимизации расходов на логистику, а также на развитии рекламной платформы. Яндекс Маркет второй квартал подряд находится выше точки безубыточности по юнит-экономике.

Яндекс Маркет:

- Количество наименований товаров к концу квартала — 80,2 млн.
- Число активных покупателей — 18,7 млн (+22%).
- Количество активных продавцов — 80,5 тыс. (+52%).
- Доля товарооборота (GMV) сторонних продавцов составила 91% (год назад — 75%).



Источник:

[МКПАО «ЯНДЕКС» объявляет финансовые результаты за I квартал 2024 года](#)



Оборот Ozon вырос на 88% в I кв. 2024 г.

Corp.ozon.ru, 25.04.2024

/новость

Оборот e-commerce сегмента Ozon (GMV, включая услуги) в I кв. 2024 года вырос на 88% год к году и превысил 570 млрд руб.

- Оборот продавцов увеличился в 2 раза, а доля GMV в обороте маркетплейса достигла 85%. Число активных продавцов удвоилось до 500 тыс., 80% которых живут в регионах России.
- Активных покупателей стало больше на треть — 49 млн. Каждый в среднем заказывает на Ozon 22 раза в год.
- За квартал компания доставила 305 млн заказов (+70%).
- Финтех-направление за год увеличило базу активных пользователей на 70% до 20 млн. Выручка сегмента в I кв. 2024 года выросла 3,2 раза до 14,6 млрд руб.
- Выручка Ozon выросла на 32% до 123 млрд руб., в основном за счет роста доходов финтеха и выручки от рекламы.
- Компания достигла рекордного показателя скорр. EBITDA — 9,3 млрд руб.



Источник:

[EBITDA Ozon превысила 9 млрд рублей](#)

Яндекс Маркет представил новое позиционирование бренда

Yandex.ru, 24.04.2024

/новость

Одна из главных задач ребрендинга — сделать Маркет заметнее на городских улицах. Сервис уже обновил визуальный стиль, логотип и главную страницу сайта. Теперь фирменные цвета маркетплейса — это яркое сочетание красного и жёлтого.



Новое позиционирование сервиса базируется на принципе «меняем рынок для покупателя». У компании большие планы по расширению сценариев быстрой доставки и внедрению для пользователей новых удобных сервисов, которых ещё нет у конкурентов.

«Рынок екома сформирован под влиянием нескольких крупных игроков. Здесь нужно постоянно конкурировать за внимание покупателя. Наше обновление помогает решить именно эту утилитарную задачу», — комментирует Андрей Довжик, директор по маркетингу Яндекс Маркета.

Источник:

[Яндекс Маркет обновился](#)

Заказы Ozon fresh теперь можно будет получить за 30 минут

Corp.ozon.ru, 24.04.2024

/новость

Новый формат доставки Ozon fresh в течение 30 минут уже запущен в тестовом режиме в Москве и Московской области. До конца года возможность супербыстрой доставки появится у 85% клиентов сервиса в столице и 50% в области.

Обеспечить быструю доставку позволит новый формат мини-дарксторов Ozon fresh, которые рассчитаны на 4-6 тыс. ассортиментных позиций. Сейчас в столице и области открыто 20 дарксторов мини-формата, а до конца года их число увеличится в 6 раз. При этом сохраняется работа 50 крупных дарксторов.

В приоритетных планах сервиса — расширение быстрой доставки и в другие регионы присутствия Ozon fresh.



Источник:

[Быстрая доставка и первый амбассадор: Ozon fresh объявляет о новом этапе развития сервиса](#)

М.Видео-Эльдорадо расширила инфраструктуру для поставщиков маркетплейса

Mvideoeldorado.ru, 23.04.2024

/новость

Группа М.Видео-Эльдорадо за год удвоила объёмы хранения товаров от селлеров. Складская сеть состоит из объектов в Москве, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Екатеринбурге, Казани, Новосибирске и Самаре. Увеличение инфраструктуры позволило сократить сроки доставки заказов с маркетплейса в среднем на один день.

По итогам I кв. 2024 года ассортимент маркетплейса увеличился в 1,5 раза и достиг 160 тыс. наименований техники и комплиментарных товаров. На конец квартала с площадкой работает 860 поставщиков — вдвое больше, чем в начале 2023 года. Средний чек партнёрских товаров увеличился в 1,5 раза и достиг 7,5 тыс. руб.

«Плотная и распределённая логистическая инфраструктура является конкурентным преимуществом М.Видео-Эльдорадо перед маркетплейсами и другими онлайн-игроками», — отмечает директор по логистике М.Видео-Эльдорадо Андрей Кротов.



Источник:

М.Видео-Эльдорадо за год вдвое расширила инфраструктуру для поставщиков маркетплейса

Яндекс доставит автошины и диски за 1-2 часа

Retail.ru, 22.04.2024

/новость

На Яндекс Маркете, в Деливери и Еде теперь можно заказать с экспресс-доставкой автошины и диски: их привезут за 1–2 часа и поднимут до двери на нужный этаж.

Для запуска услуги сервисы e-commerce Яндекса начали сотрудничать с федеральной сетью «Колесо.ру». Сейчас площадки работают с пятью магазинами, а в будущем станут доставлять покупки из всех 120 точек. Курьеры-партнёры сервисов Яндекса развозят заказы на машинах вместе с грузчиками.

Автотовары в 2023 году на Маркете заказывали в 2 раза чаще, чем в 2022-м. Самые популярные — это шины. Кроме того, на сервисах Яндекса доступны с экспресс-доставкой автохимия, масла, электроника и др. Компания планирует расширить ассортимент автотоваров с доставкой за 1–2 часа и список партнёров.



Источник:

[Яндекс запустил доставку автошин и дисков за 1–2 часа](#)

Мужчины стали активнее пользоваться маркетплейсами

Т.ме, 25.04.2024

/исследование

За прошлый год трафик в онлайн-магазинах увеличился на 72%, выяснили аналитики YOTA. На 33% выросло среднее время, которое пользователи проводили за онлайн-шопингом.

По сравнению с 2022 годом активность мужчин в соответствующих приложениях выросла на 90%. Среди покупателей маркетплейсов 55% пользователей — мужского пола.

Мужчины активнее на ОнлайнТрейд (75% трафика), AliExpress (61%) и Мегамаркете (60%). Женщины предпочитают Сималенд (64%), KazanExpress (55%) и Wildberries (52%).



В основном маркетплейсами пользуются миллениалы — на них приходится 34% использования трафика. Наибольшую динамику демонстрируют зумеры (14-20 лет) и пользователи старше 56 лет — двукратный рост потребляемого трафика.

Источник:

[Мужчины стали чаще пользоваться маркетплейсами](#)

Спрос на менеджеров маркетплейсов в России вырос на четверть

Т.ме, 23.04.2024

/исследование

Согласно исследованию PRO Wildberries и hh.ru, спрос на менеджеров маркетплейсов в России вырос на четверть. В I кв. 2023 года работодатели разместили на hh.ru 2,7 тыс. вакансий, а с января по март 2024-го — почти 3,5 тыс.

- Специалисты становятся востребованы и в других странах СНГ: в Казахстане вакансий стало на 44% больше, в Беларуси — на 13%.
- Средняя зарплата менеджеров маркетплейсов за год увеличилась на 19% и составляет 72 тыс. руб. в целом по стране. Помимо ставки специалисты получают процент от прибыли.
- Основные навыки, которые интересуют нанимателей: умение управлять и анализировать продажи, развивать их.
- В топ самых важных обязанностей сильного менеджера также входит мониторинг цен, анализ конкурентов и рынка, контроль поставок, SEO и Excel, создание карточки товара и обработка отзывов.



Источник:

Исследование PRO Wildberries и hh.ru: спрос на менеджеров маркетплейсов в России вырос на четверть

Весь мир:

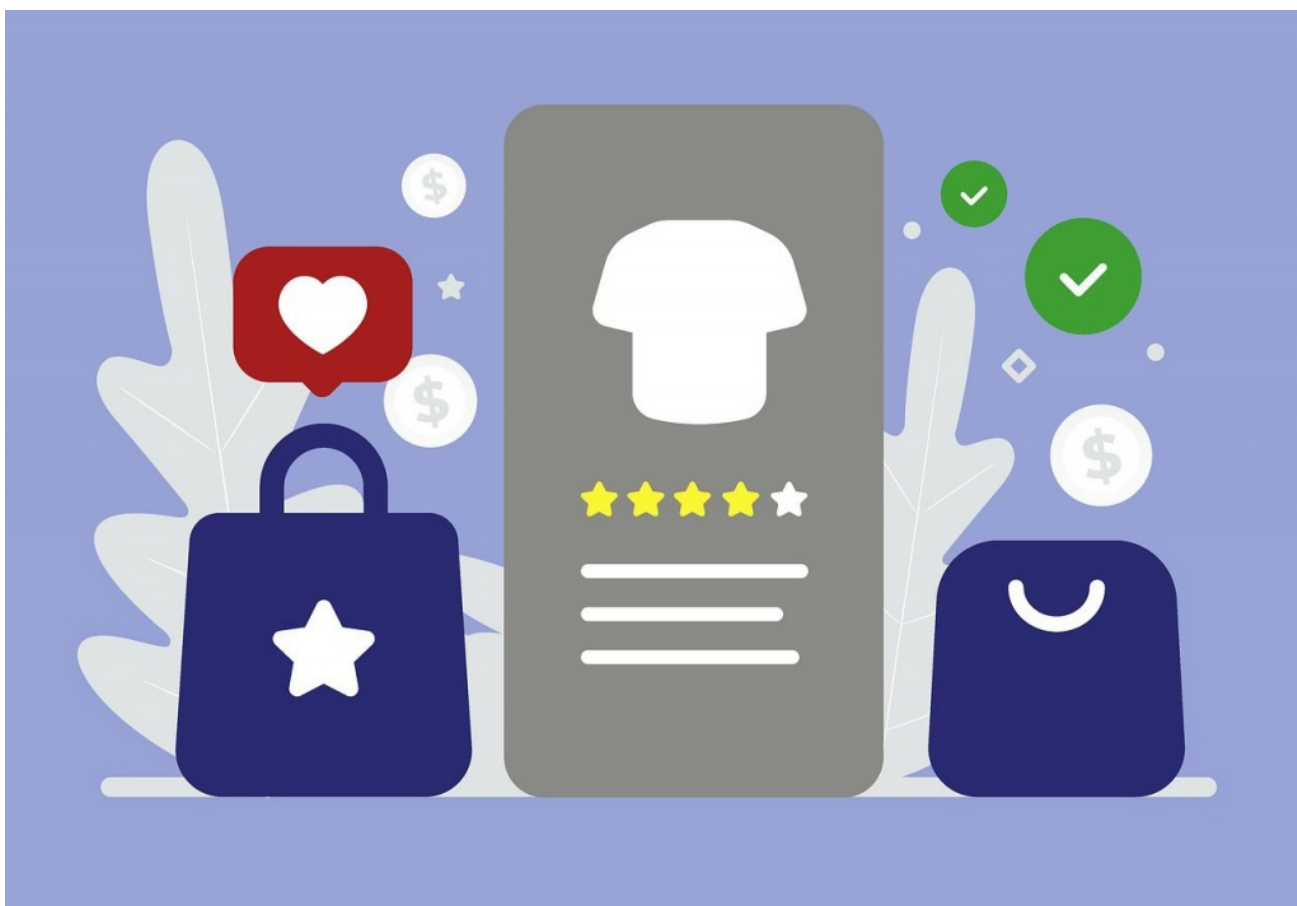
НАПП: В Узбекистане зарегистрировано более 50 маркетплейсов

Gov.uz, 02.05.2024

/новость

На сегодняшний день в Узбекистане зарегистрировано более 50 маркетплейсов в E-commerce с годовым оборотом в \$300 млн. Ожидается, что к 2027 году их оборот достигнет \$1 млрд, рассказал замдиректора Национального агентства перспективных проектов Даврон Максудов в рамках Ташкентского международного инвестиционного форума.

Руководитель отдела стратегии и развития бизнеса Uzum Николай Селезнев отметил, что Узбекистан сделал большой прыжок от традиционных базаров в маркетплейсы за последние пару лет. Объем рынка e-commerce в 2021 году составлял \$201 млн, уже в 2023 году — \$543 млн.



Источник:

«Развитие электронной коммерции повлияет на весь бизнес Узбекистана» – заместитель директора Национального агентства перспективных проектов Узбекистана Даврон Максудов

еВау увеличил выручку на 2% в I кв. 2024 г.

Ebayinc.com, 01.05.2024

/новость

По итогам I кв. 2024 года выручка еВау выросла на 2% до \$2,6 млрд. GMV составил \$18,6 млрд, увеличившись на 1%.

Чистая прибыль от продолжающейся деятельности (по GAAP) составила \$439 млн.

Собственные рекламные продукты еВау принесли выручку в размере \$370 млн (+30%).

Q1'24 Results

	GUIDANCE	ACTUALS
GMV (in billions)	\$18.2 - \$18.5 (1)% - 0% spot (2)% - 0% FXN	\$18.6 1% spot 0% FXN
Revenue (in billions)	\$2.50 - \$2.54 0% - 1% spot 0% - 2% FXN	\$2.56 2% spot 2% FXN
Non-GAAP Op Margin	29.6% - 30.0%	30.3%
Non-GAAP EPS	\$1.19 - \$1.23 7% - 11%	\$1.25 13%



12 | Business & Financial Highlights Q1'24 | © 2024 eBay. All rights reserved.

All growth rates are spot Y/Y growth rates, unless noted otherwise.
All reported results are from continuing operations.
Reconciliations of Non-GAAP measures are included in the Appendix of this presentation.

Источник:

[eBay Inc. Reports First Quarter 2024 Results](#)



Выручка Etsy выросла на 0,8% в I кв. 2024 г.

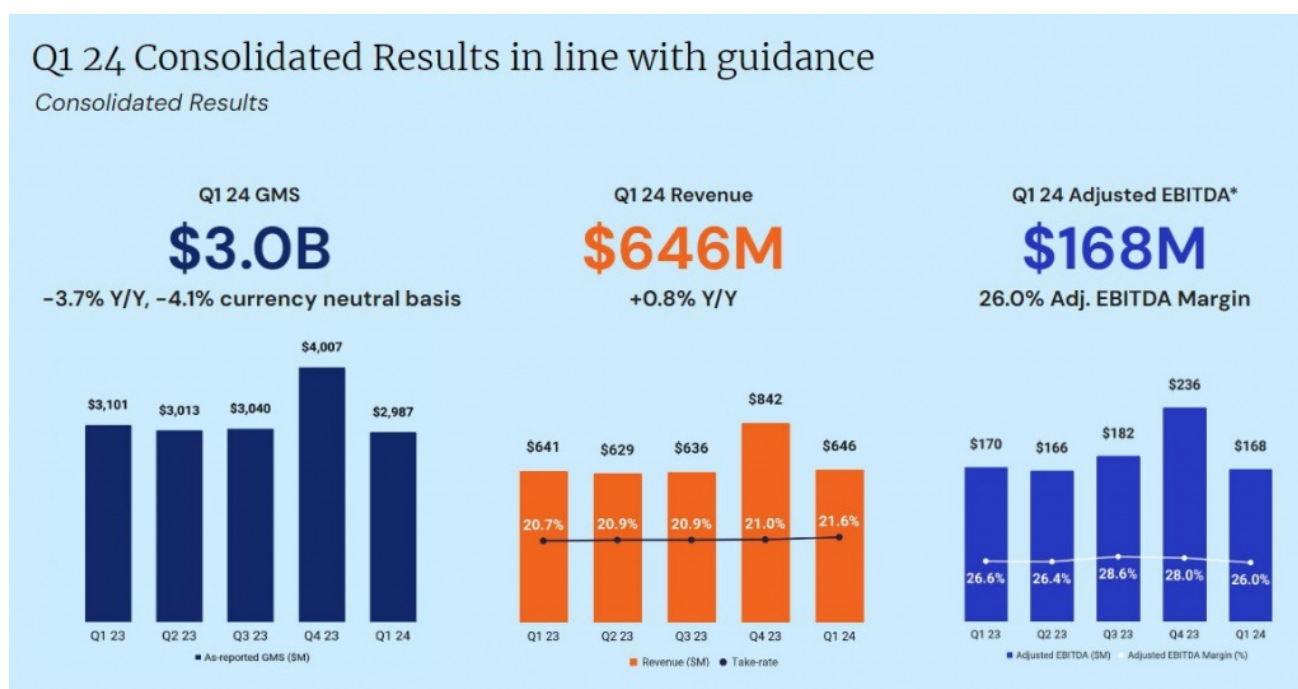
Investors.etsy.com, 01.05.2024

/новость

Консолидированный объем продаж (GMS) компании Etsy в I кв. 2024 года составил \$3 млрд, что на 3,7% меньше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Препятствиями для роста GMS были все еще сложные макроэкономические условия, а также продажа площадки Elo7 в прошлом году.

Продажи маркетплейса Etsy снизились на 5,3% и составили \$2,6 млрд. Количество активных покупателей увеличилось на 1,9% до 91,6 млн.

Консолидированная выручка выросла на 0,8% и составила \$646 млн, что было в основном обусловлено ростом доходов от платежей, а также комиссий за транзакции от внешней рекламы и рекламы на Etsy. Консолидированная чистая прибыль составила \$63 млн, что на \$11,5 млн меньше, чем в прошлом году.



Источник:

[Etsy, Inc. Reports First Quarter 2024 Results](#)



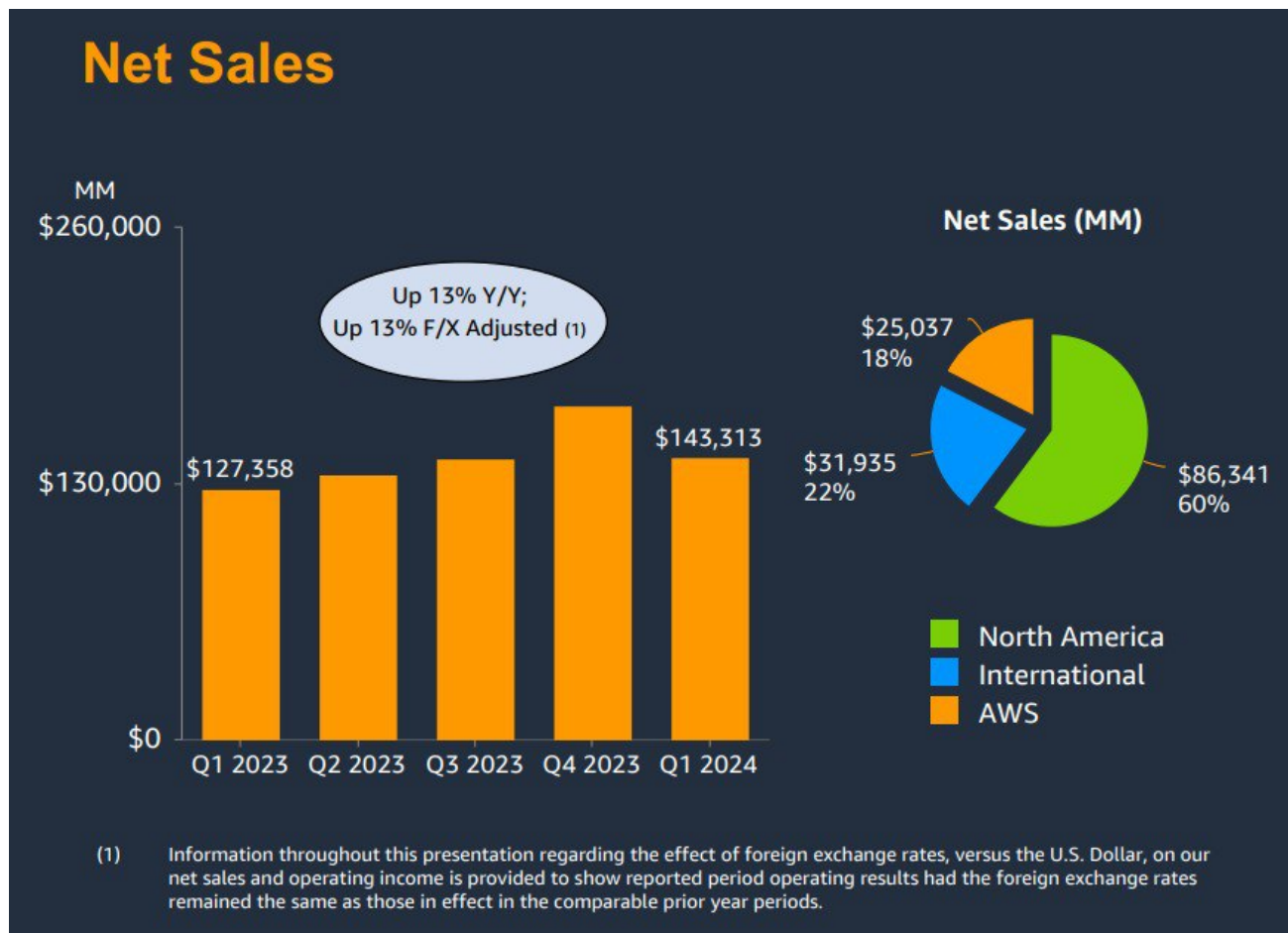
Amazon нарастил продажи на 13% в I кв. 2024 г.

Ir.aboutamazon.com, 30.04.2024

/новость

Чистые продажи Amazon выросли на 13% до \$143,3 млрд в I кв. 2024 года. При этом продажи в сегменте США увеличились на 12%, в международном — на 10%, а в сегменте AWS — на 17% год к году.

Операционная прибыль выросла до \$15,3 млрд против \$4,8 млрд в I кв. 2023 года. Чистая прибыль компании увеличилась до \$10,4 млрд по сравнению с \$3,2 млрд в аналогичном периоде 2023 года.



Источник:

[Amazon.com Announces First Quarter Results](#)



Getir решил покинуть рынки США и Европы

Cnbc.com, 29.04.2024

/новость

Стартап в сфере доставки продуктов Getir объявил, что покидает международные рынки, включая Великобританию, Германию, Нидерланды и США. Сервис переориентирует свои финансовые ресурсы на Турцию.



Компания привлекла новый раунд инвестиций во главе с суверенным фондом благосостояния Абу-Даби Mubadala и венчурной фирмой G Squared, «чтобы укрепить свои конкурентные позиции в своем основном бизнесе по доставке продуктов питания и продуктов в Турции». Getir заявила, на Великобританию, Германию, Нидерланды и США приходится лишь 7% выручки.

Getir была одной из самых известных компаний по доставке продуктов в разгар пандемии Covid-19 в 2020 и 2021 годах. Компания, основанная в 2015 году, на сегодняшний день привлекла \$1,8 млрд. В 2022 году оценка Getir достигла \$11,8 млрд, но с тех пор значительно упала.

Источник:

[Embattled grocery startup Getir exits the U.S. and Europe, will refocus on Turkey](#)



Выручка Vinted увеличилась на 61% в 2023 г.

Company.vinted.com, 29.04.2024

/новость

Vinted Group, управляющая маркетплейсом секонд-хенда Vinted, в 2023 году получила выручку в размере 596,3 млн евро, что на 61% больше, чем в 2022 году. Vinted впервые достигла прибыльности.

Чистая прибыль компании составила 17,8 млн евро против чистого убытка в размере 20,4 млн евро годом ранее. Кроме того, в прошлом году Vinted смогла достичь скорректированного показателя EBITDA в 76,6 млн евро.

В прошлом году компания запустила услугу проверки товаров, а также вышла на рынки Дании, Финляндии и Румынии, а также ускорила развитие услуг доставки с помощью Vinted Go.



Источник:

[Vinted delivers strong year of growth and reaches profitability, while investing for the future](#)

Дубайский маркетплейс Wee привлек \$12 млн

Forbes.ru, 25.04.2024

/новость

Маркетплейс из Дубая Wee, основанный выходцами из российского e-commerce, закрыл очередной инвестраунд на \$12 млн, узнал [Forbes](#). \$10 млн вложил местный стратегический инвестор SIG Investments, еще \$2 млн в компанию — текущие акционеры.



Площадка позволяет потребителям в Дубае заказывать товары с доставкой в течение часа, а также доставлять их на следующий день по ОАЭ. Сервис работает с селлерами по модели invite-only. В ассортименте представлено около 100 000 товарных наименований.

Компания планирует в дальнейшем масштабировать бизнес в ОАЭ, запускать операции в других странах Персидского залива, а также строить экосистему на базе своего приложения.

Wee запустили в 2022 году Олег Дашкевич, Сергей Коликов и Анастасия Ким. В 2023 году к команде основателей в качестве главы наблюдательного совета присоединился экс-коммерческий директор Яндекс Маркета и бывший председатель совета директоров СберМегаМаркета Евгений Щепелин.

Источник:

[Дубайский маркетплейс выходцев из российского e-commerce Wee привлек \\$12 млн](#)

Alibaba.com и Human Capital помогут развивать e-commerce в Казахстане

Kapital.kz, 22.04.2024

/новость

Платформа электронной коммерции B2B Alibaba.com и акселератор Human Capital в Казахстане объявили о новом стратегическом партнерстве. Оно направлено на совместное продвижение расширения цифровой торговли, трансформации электронной коммерции и экспортного бизнеса для компаний в Алматы.

В рамках партнерства планируется организовывать визиты на площадку китайской платформы для экспортно ориентированных компаний. Предусмотрено сотрудничество по программе обучения «Сюньмэн», направленной на трансформацию электронной коммерции. Также алматинским розничным предприятиям помогут получить доступ к деловым возможностям и мероприятиям Alibaba.com.



Источник:

[Alibaba.com](#) и [Human Capital](#) установили партнерство по развитию e-commerce в Казахстане

Трансграничные онлайн-продажи в Европе выросли на 32% в 2023 г.

Cbcommerce.eu, 02.05.2024

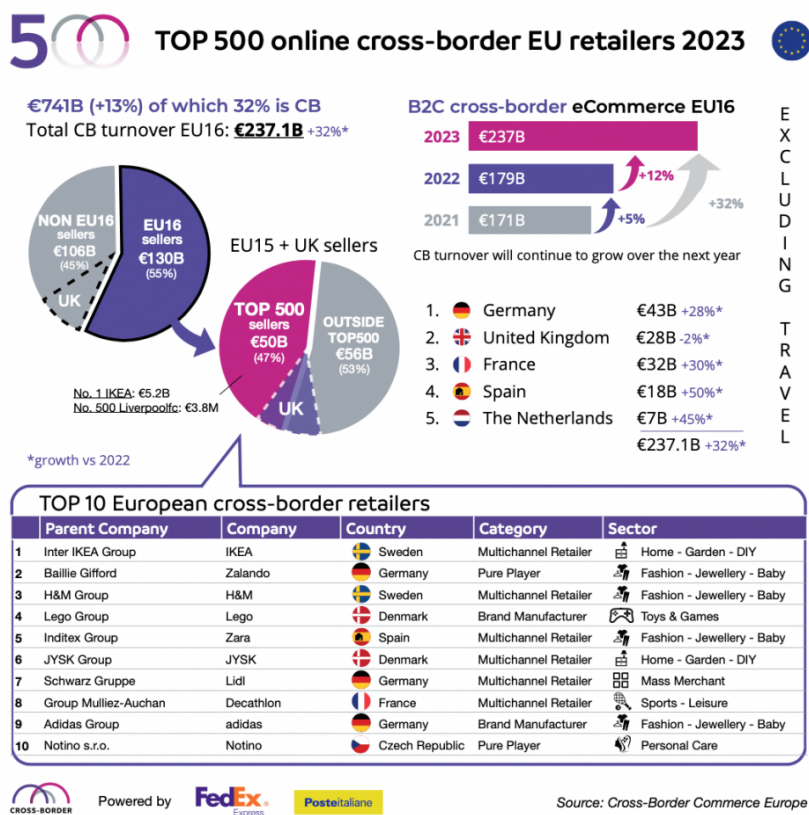
/исследование

Согласно исследованию Cross-Border Commerce Europe, в 2023 году трансграничные онлайн-продажи на ключевых рынках Европы (15 стран Западной Европы, Скандинавии, Великобритания) достигли 237 млрд евро (без учета поездок), увеличившись на 32% год к году. Трансграничный оборот европейских интернет-магазинов достиг 107 млрд евро, а онлайн-оборот товаров B2C в Европе увеличился на 13% до 741 млрд евро.

В 2023 году GMV компаний из ТОП-500 снизился на 18% до 50 млрд евро. ТОП-500 европейских маркетплейсов уступают позиции американским и новым китайским конкурентам, включая торговые площадки и приложения для социальных сетей.

Трансграничные продажи в Великобритании упали до исторического минимума на 1,8% и составили 27,5 млрд евро. Таким образом, Германия обошла Великобританию в качестве ведущего трансграничного рынка в Европе.

В рейтинге TOP 500 произошел заметный сдвиг: на 8% увеличилось количество брендов, таких как Lego, Nespresso, Adidas и Philips, которые расширяют свои каналы прямой связи с потребителем. Несмотря на это, чистые игроки и маркетплейсы остаются стабильными, занимая 42% ТОП-500. Мода, ювелирные изделия и обувь продолжают доминировать с долей 39%, за ними следуют товары для дома, сада и DIY с долей 13,3%.



Источник:

6th Edition of the "TOP 500 B2C Cross-Border Retail Europe": An annual ranking of the TOP 500 European cross-border online shops



Кейс:

Бесплатная доставка ВкусВилл стала вдвое быстрее

Telegra.ph, 02.05.2024

/кейс

ВкусВилл запустил сервис бесплатной доставки в течение часа. Ранее продукты обещали привезти в пределах двух часов.



Все дарксторы в Москве работают в ускоренном режиме, часовая доставка покрывает почти 100% районов столицы. Сервис также частично доступен во всех регионах, где открыты дарксторы компании.

Как ВкусВилл обеспечивает часовую доставку:

- Сеть дарксторов превысила 160 точек. Новые склады открываются по всей стране.
- В команде курьеров сформирован профицит.
- За один рейс курьер доставляет в 2 раза меньше заказов – 3-5, и снова возвращается на даркстор.

Благодаря развитию доставки за 1 час во ВкусВилле на 25-30% выросло число заказов и на 20% онлайн-выручка. На нескольких дарксторах в Москве идут тесты бесплатной доставки за 45 и 30 минут.

Источник:

[Бесплатная доставка ВкусВилл стала в 2 раза быстрее](#)

Подкасты и видео

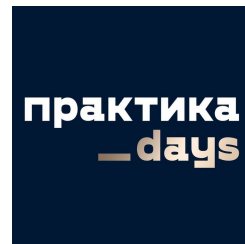
Борис Преображенский | ПрактикаDays

Маркетинг Vprok.ru Перекресток

В гостях Станислава Савельева, директор по операционному маркетингу Vprok.ru Перекресток. По данным Data Insight, выручка компании за 2023 год составила около 26 млрд руб.

Интересный разговор о бизнесе Vprok.ru Перекресток, закупочных миссиях, екоме X5, маркетинге, др. и эффективных каналах, перформансе, свр и многом другом.

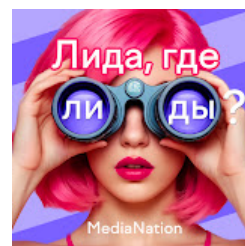
Смотреть: [YouTube](#)



Лида, где лиды?

HOFF: КАК СТАТЬ БРЕНДОМ №1 и продать мебели на 8 млрд рублей? | Илья Соболевский

Секреты маркетинга Hoff: как Hoff стал мебельным ритейлером №1 в России, и как ему удалось вырасти на 16% и продать мебели на 80 млрд руб. при том, что спрос падал. А также обсудили, как расти в кризис, что будет с рынком мебели в ближайшее время, чем заменить рекламу на YouTube и нужно ли сотрудничать с маркетплейсами и Авито.



Гости выпуска:

- Илья Соболевский, Head of Digital Media в Hoff, член жюри «МИКС Россия»
- Иван Барченков, генеральный директор MediaNation

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.