

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2026 / № 6

09 Февраля 2026 - 15 Февраля 2026

В выпуске:

Россия:

Селлеры и маркетплейсы 2026

Data Insight: Рынок нишевых маркетплейсов в России 2025

Data Insight: 101 млн заказов выполнили на рынке eGrocery в декабре 2025 г.

10-я юбилейная церемония E-commerce Index Top-100

ВкусВилл: Выручка онлайн-доставки составила 53% от общей по сети

DPD запустила в 15 городах России интервальную доставку

Wildberries запускает экспресс-доставку товаров повседневного спроса

Пользователи ВКонтакте смогут покупать товары из видео

В приложении «Золотого Яблока» появился антропоморфный чат-бот

Точка Банк купил компанию MPSTATS

Онлайн-продажи «Группы Лента» увеличились на 18,5% в 2025 г.

Fix Price запустил доставку на Крайнем Севере и Дальнем Востоке

Весь мир:

Google расширяет роль режима ИИ среди инструментов для e-commerce

Оборот сервисов электронной коммерции Uzum вырос в 1,5 раза в 2025 г.

Uber Eats запускает ИИ-помощника для формирования корзины

Выручка Jumia выросла до \$188,9 млн в 2025 г.

Компания Uber приобретает бизнес по доставке Getir в Турции

E-commerce Австралии смещается в сторону мировых лидеров рынка



Селлеры и маркетплейсы 2026

Sim.oborot.ru, 13.02.2026

/новость

26 февраля Федор Вирин, партнер **Data Insight**, выступит на конференции **«Селлеры и маркетплейсы 2026»** с докладом «Навигатор рынка».

Он представит закрытую аналитику, сценарии развития eCommerce на 2026 год и точки роста, которые многие пока не видят.

Наши коллеги из Оборот.ру собрали уникальную программу. Это редкий случай, когда конференция состоит не из рекламных интеграций, а из реальной «боли» и найденных решений.

В своем выступлении Федор раскроет следующее:

- Динамику eCommerce 2020-2025: итоги 2025, темпы роста, лидеры рынка, доля маркетплейсов
- Тренды eCommerce 2026
- Маркетплейсы и селлеры: что важно дальше?



Также в программе:

1. Экономия на масштабе. Кейс Ralf Ringer: как они автоматизировали работу с претензиями, сэкономили 2 млн руб. в месяц только на штрафах и снизили ДРР до 10%
2. Сверх-эффективность. Кейс питомника «Росток»: как команда всего из 4-х человек обрабатывает 7500 заказов в день (пока конкуренты нанимают штат из 15 сотрудников)
3. Реальные технологии. Финансовый директор Waistline покажет, как AI заменяет рутину финотдела и прогнозирует кассовые разрывы

[Узнать подробнее](#)

Источник:

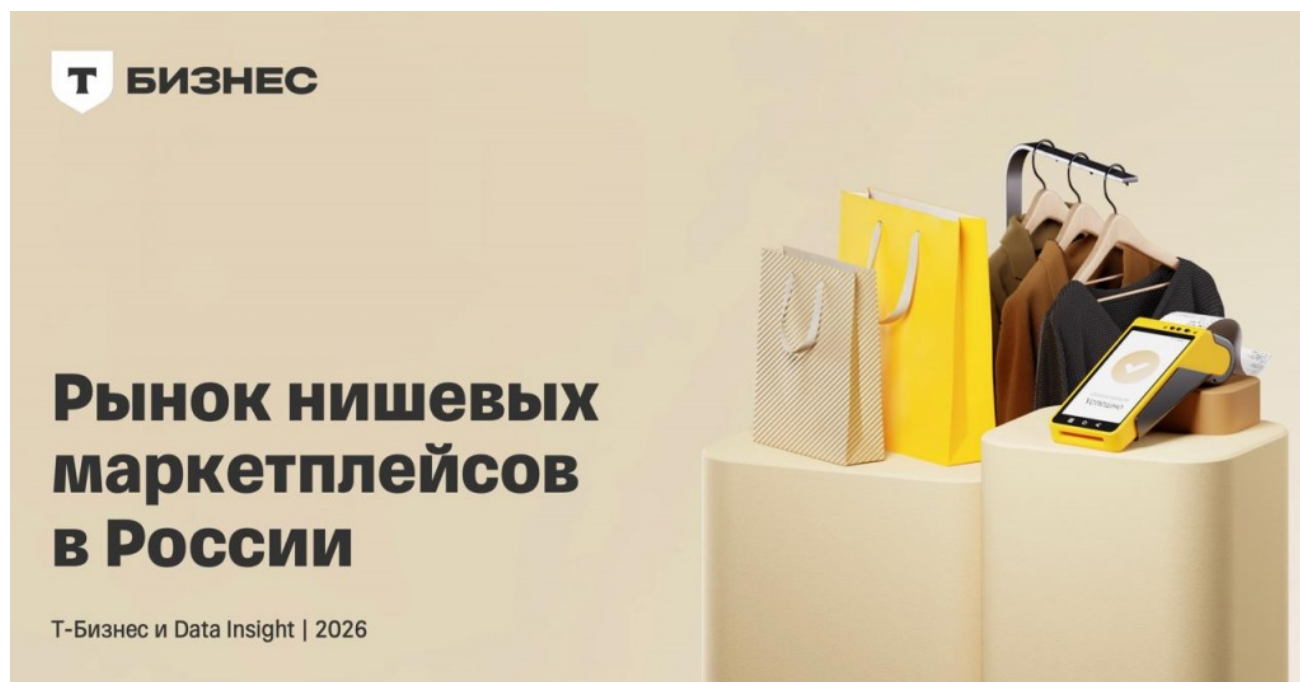
[Селлеры и маркетплейсы 2026](#)

Data Insight: Рынок нишевых маркетплейсов в России 2025

Datainsight.ru, 13.02.2026

/новость

Т-Бизнес и аналитическое агентство **Data Insight** представили совместное исследование «[Рынок нишевых маркетплейсов в России](#)». Эксперты проанализировали динамику развития сегмента, структуру рынка, ключевые драйверы роста, особенности нишевых площадок и прогнозы на ближайшие годы. Исследование охватывает период с 2021 по 2025 годы, а также включает в себя прогноз до 2028 года.



Основные выводы:

- Рынок нишевых маркетплейсов с 2024 года вырос на 22% и достиг 990 млрд рублей в 2025 году.
- С 2021 года объем рынка интернет-торговли вырос с 330 до 990 млрд рублей. Таким образом, за период рынок вырос в 3 раза.
- По прогнозу в 2026 году объем рынка превысит 1,1 трлн рублей, а к 2028 году достигнет примерно 1,3 трлн рублей.
- Структура рынка в 2025 году: агрегаторы доставки продуктов — 61%, маркетплейсы категорийных ретейлеров — 20% (+45% к 2024 году), фарма — 6%, автотовары — 5%.

Источник:

[Рынок нишевых маркетплейсов в России 2025](#)

Data Insight: 101 млн заказов выполнили на рынке eGrocery в декабре 2025 г.

Datainsight.ru, 13.02.2026

/новость

Data Insight анонсирует **новый выпуск** ежемесячного **бюллетеня**, посвященного развитию eGrocery в России. В нем раскрываются основные цифры, характеризующие рынок онлайн продажи продуктов за **декабрь 2025 года**.

Бюллетень eGrocery в России | декабрь 2025 (#01_2026)

1.1. Количество заказов в декабре



101 млн

в декабре



+10%

к ноябрю



+18%

к декабрю 2024

В среднем в сутки 3 258 тыс. заказов (+10% к ноябрю 2025 г.)

Здесь и далее учитываются заказы через интернет-магазины и службы доставки продуктов питания (для Яндекс Еда и Деливери учитываются только заказы из магазинов и не учитываются заказы из ресторанов), а также заказы через сервисы экспресс-доставки универсальных маркетплейсов

Рост за месяц считается относительно оценок за предыдущий месяц, которые могли быть уточнены на основе новых поступивших данных

© ООО «Дейта Инсайт», 2026



2

Основные выводы:

- В декабре 2025 года интернет-магазины и сервисы доставки продуктов питания в России выполнили **101 миллион** заказов – это на **10%** больше, чем в ноябре, и на **18%** больше по сравнению с декабрем прошлого года. В среднем за сутки оформлялось почти **3,3 миллиона** заказов – тоже на **10%** больше, чем месяцем ранее.
- По итогам 2025 года рынок онлайн-продаж продуктов в России продолжил рост. При этом ценовой фактор, который и ранее вносил существенный вклад в динамику рынка, в 2025 году стал более выраженным на фоне сохраняющегося инфляционного давления.
- Объем продаж eGrocery за 2025 год вырос на **23%** год к году и достиг **1,50 трлн** рублей. Количество заказов увеличилось на **26%**, до **1,02 млн**.

Источник:

eGrocery бюллетень, январь 2026

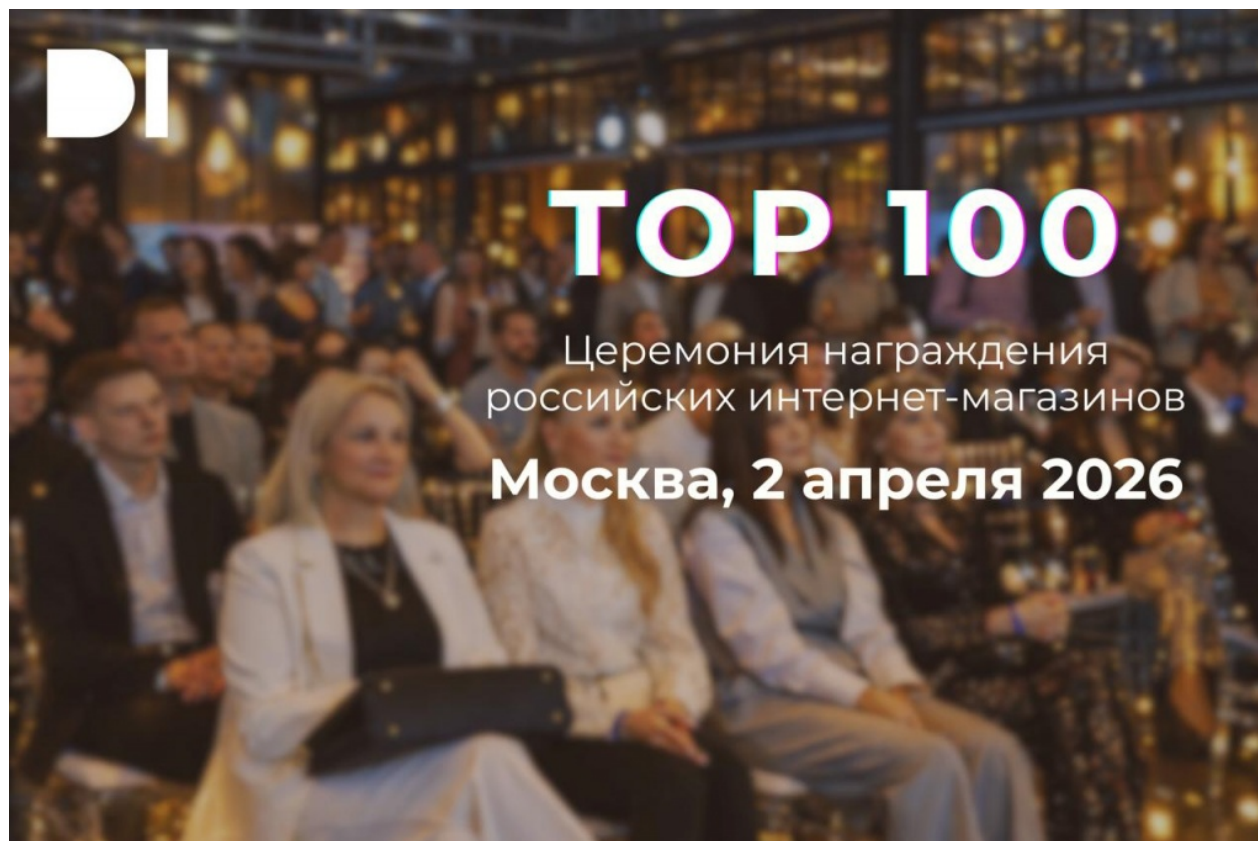


10-я юбилейная церемония E-commerce Index Top-100

Datainsight.ru, 09.02.2026

/новость

2 апреля 2026 года в Москве **Data Insight** проведёт 10-ю юбилейную церемонию награждения победителей рейтинга E-commerce Index Top-100 – одного из ключевых отраслевых индексов крупнейших интернет-магазинов России.



Рейтинг **E-commerce Index Top-100** отражает состояние и развитие российского рынка онлайн-торговли. Он формируется на основе комплексной методики Data Insight и учитывает объём онлайн-продаж, количество выполненных заказов и средний чек крупнейших интернет-магазинов страны.

10-я юбилейная церемония станет самой масштабной за всю историю рейтинга, собрав на одной площадке 300+ топ-менеджеров и владельцев бизнеса: крупнейшие интернет-магазины и маркетплейсы, федеральные ритейлеры и бренды, селлеры, а также ведущие сервисы и технологические компании для E-commerce и ритейла.

Дата: 2 апреля 2026 года

Место: Москва

Для участия в церемонии необходимо заполнить **форму** регистрации. Также доступны **партнёрские форматы** участия.

Источник:

[10-я юбилейная церемония E-commerce Index Top-100](#)

ВкусВилл: Выручка онлайн-доставки составила 53% от общей по сети

T.me, 12.02.2026

/НОВОСТЬ

По итогам 2025 года выручка ВкусВилла выросла на 9,73%, составив 361 млрд руб. Бренд насчитывает 2200 торговых точек, включая 247 дарксторов в 157 городах России.

Выручка онлайн-доставки составила 53% от общей по сети. Доставлено 147,5 млн заказов. Лидером по объему заказов остается сервис «Доставка за 1 час» – 46% от сети. На 30-минутную доставку по итогам года пришлось 20% от всех заказов.

В течение года были открыты 28 новых дарксторов. Проведен первый тест доставки по воздуху дронами в истории ВкусВилла через партнера Boon Sky в Якутии. В 2026 году ВкусВилл продолжит развивать дарксторы, увеличивать доступность 30-минутной доставки, а также тестировать новые подходы к сборке и доставке заказов.



Источник:

[ВкусВилл пишет](#)

DPD запустила в 15 городах России интервальную доставку

Retail.ru, 12.02.2026

/НОВОСТЬ

DPD в России представила для клиентов интернет-магазинов сервис интервальной доставки. Получателям доступны три временных слота: утренний с 9:00 до 14:00, дневной с 13:00 до 18:00 и вечерний с 18:00 до 22:00. На старте сервис охватил 15 городов. Вечерняя доставка работает в 5 городах-миллионниках, однако компания планирует расширить эту опцию.



Летом 2025 года DPD протестировала интервальную доставку с клиентами из косметической отрасли. Позднее подключились крупные игроки из сегментов детских и спортивных товаров. По данным первых месяцев работы сервиса, наибольшей популярностью пользовался утренний интервал до 14:00 и вечерний после 18:00. Значительная часть покупателей предпочитала расширенный интервал с 9:00 до 18:00.

Средний вес отправки в рамках сервиса — около 2 кг. С расширением на сегмент спортивных товаров этот показатель вырастет.

Источник:

[DPD запустила интервальную доставку в 15 городах России: получатели онлайн-заказов смогут выбрать удобное время](#)

Wildberries запускает экспресс-доставку товаров повседневного спроса

Т.me, 11.02.2026

/НОВОСТЬ

РВБ (Объединенная компания Wildberries & Russ) запускает собственную схему экспресс-доставки из первого распределительного хаба в Москве. Он в тестовом режиме откроется в районе Чертаново (метро «Пражская» и «Улица Академика Янгеля»).

На старте пилота хаб предложит ассортимент из 1,2 тыс. товаров повседневного спроса – кроме скоропортящихся продуктов и готовой еды из ресторанов-партнеров.

На следующих этапах линейка расширится. Товары можно будет найти на сайте или в приложении с пометкой «За 1 час», также вскоре появится специальный раздел в каталоге.

Для таких товаров предусмотрена только предоплатная схема. Доставка осуществляется курьерскими службами Wildberries с 9 до 22 часов. Минимальная сумма заказа – 500 руб., стоимость доставки – 99 руб., при заказе от 1500 руб. экспресс-доставка бесплатная. После тестирования компания примет решение о масштабировании сервиса в Москве и других регионах.

The logo for Wildberries Russ is centered on a blue background with a subtle pattern of overlapping circles. The word "wildberries" is in a lowercase, sans-serif font, followed by a circular icon containing a stylized white bird or leaf shape, and then the word "Russ" in a bold, uppercase, sans-serif font.

Источник:

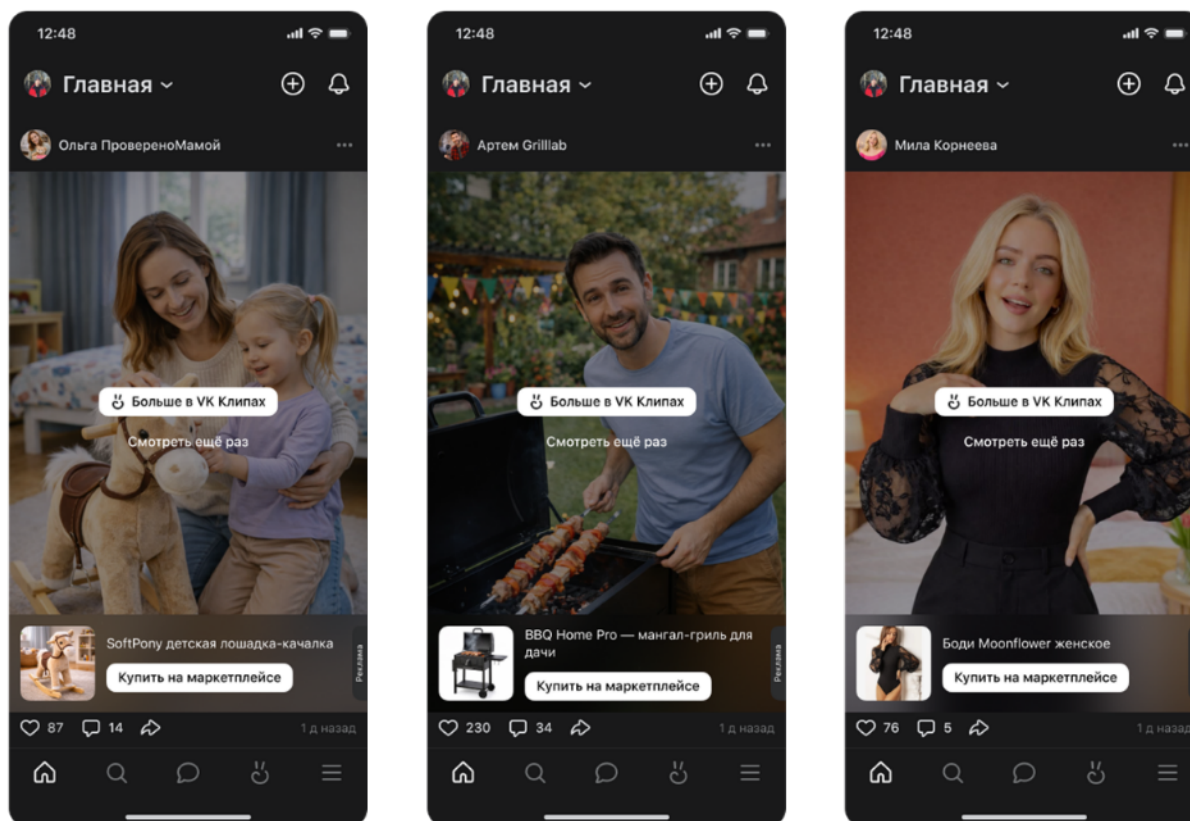
[Wildberries запускает собственную экспресс-доставку с товарами у дома](#)

Пользователи ВКонтакте смогут покупать товары из видео

Vk.com, 10.02.2026

/новость

Пользователи ВКонтакте смогут в два клика покупать товары маркетплейсов и ритейлеров из авторского контента в ленте. Новый инструмент позволит площадкам увеличить конверсию в переходы и продажи, а продавцам — повысить эффективность рекламных интеграций.



Алгоритмы на базе ИИ определяют клипы с названиями и артикулами товаров и связывают их с карточками на маркетплейсе. Соцсеть автоматически добавит плашку со ссылкой на покупку товара, при нажатии на которую пользователь будет перенаправлен на страницу товара.

Механика переходов из контента на маркетплейс продемонстрировала свою эффективность на примере пилотного проекта с Ozon: конверсия из просмотра в открытие карточки выросла в 3 раза за полгода. Доступ к инструменту был открыт для других игроков рынка.

Источник:

[Пользователи ВКонтакте смогут покупать товары из видео](#)

В приложении «Золотого Яблока» появился антропоморфный чат-бот

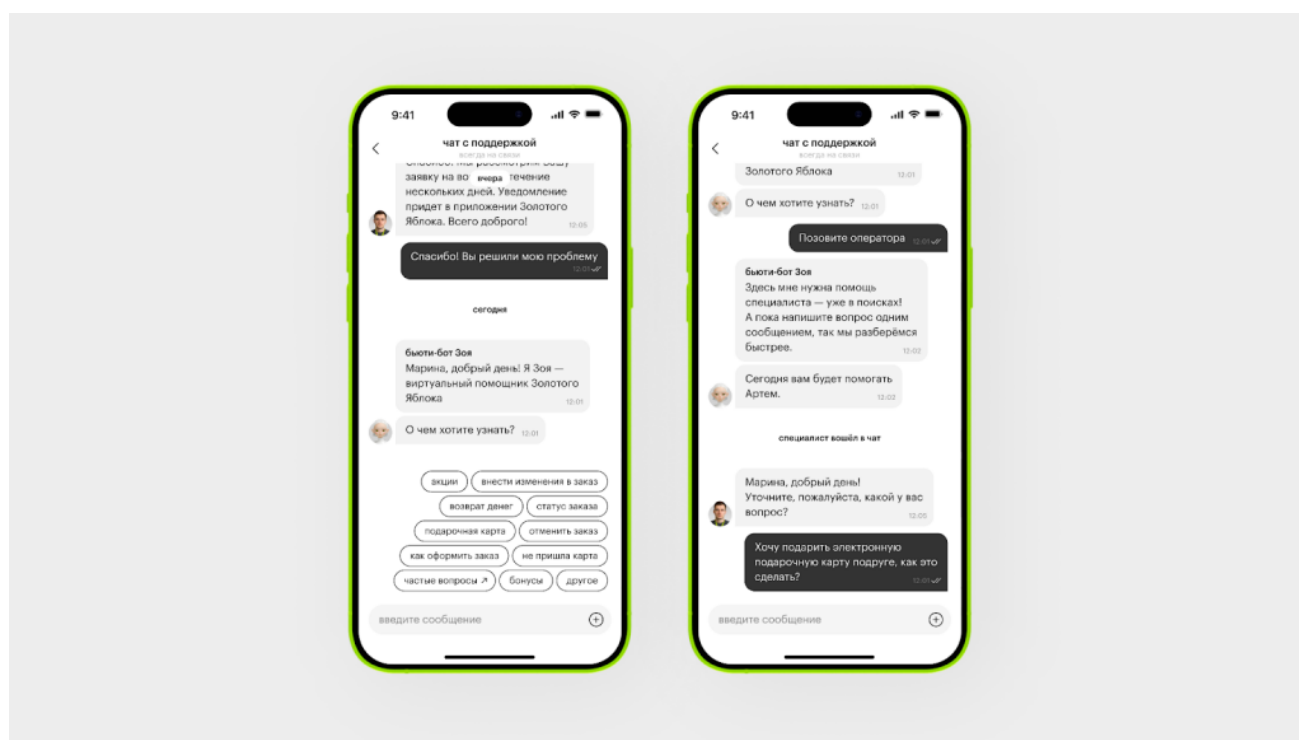
Retail.ru, 10.02.2026

/новость

Бьюти-ритейлер «Золотое Яблоко» запустил в мобильном приложении чат поддержки клиентов. Он поможет получить ответы на вопросы по заказам, доставке, промокодам, программе лояльности или подбору товаров.

Пользователи смогут задать вопрос в любой форме. На сообщения ответит ИИ-бот Зоя, которая впервые обрела антропоморфные черты. Она подскажет, как оформить заказ, предоставит информацию об оформленной доставке, поможет с применением промокода или подарочной карты, а также проконсультирует по продуктам. Если бот поймет, что не справится, к диалогу подключится оператор контакт-центра.

Запуск чат-бота в приложении позволил сократить среднее время первой реакции на обращение в 3 раза — оно составляет 1–2 секунды. Чат с поддержкой доступен на территории России и расположен в личном кабинете авторизованного пользователя.



Источник:

В мобильном приложении «Золотого Яблока» появился антропоморфный чат-бот

Точка Банк купил компанию MPSTATS

Tochka.com, 09.02.2026

/новость

Точка Банк купил 100% компании MPSTATS, которая является лидером в сегменте сервисов для селлеров и занимает более трети этого рынка. MPSTATS помогает анализировать, продвигать товары и услуги, автоматизировать работу на маркетплейсах.

Сделка способствует консолидации селлеров в экосистеме Точка Банка, а также развитию совместных продуктовых предложений и инструментов для работы на маркетплейсах. MPSTATS входит в периметр АО «Точка», но остается самостоятельным брендом, сохраняя свою инфраструктуру, команду и фаундера. Компании будут разрабатывать новые сервисы для селлеров, в том числе, на базе AI.

Сделка с MPSTATS стала третьей по счету для АО «Точка», которая расширяет линейку предложений для селлеров: в 2024 году в периметр компании вошел сервис 24AI, а годом ранее Точка Банк купил стартап EcomCom. Сейчас в пакет предложений для селлеров от Точка Банка входит более 15 сервисов.



Источник:

Точка Банк купил 100% компании MPSTATS — лидера среди сервисов для селлеров

Онлайн-продажи «Группы Лента» увеличились на 18,5% в 2025 г.

Lentagroup.ru, 09.02.2026

/новость

«Группа Лента» по итогам IV кв. 2025 года нарастила онлайн-продажи на 26,7% до 21,9 млрд руб. за счет роста собственных сервисов на 57,6%, которые компенсировали падение трафика онлайн-партнеров.

За 2025 год онлайн-продажи выросли на 18,5% до 74,8 млрд руб. при росте собственных сервисов на 56,7%. За 12 месяцев 2025 года доля онлайн-продаж от общей выручки Группы составила около 7%.

В течение года компания интегрировала онлайн-процессы в операционные модели форматов и передала сборку заказов под их управление, что повысило эффективность и управляемость бизнеса.

Онлайн-продажи

	4 кв. 2025	4 кв. 2024	Изм.	Изм. (%)	12М 2025	12М 2024	Изм.	Изм. (%)
Онлайн-выручка (млн руб.)	21 891	17 277	4 614	26,7%	74 755	63 104	11 651	18,5%
Онлайн-партнёры	6 397	7 446	(1 049)	(14,1%)	24 734	31 192	(6 458)	(20,7%)
Собственные сервисы	15 494	9 831	5 664	57,6%	50 021	31 911	18 109	56,7%
Средний онлайн-чек (руб.)	2 857	2 735	122	4,5%	2 767	2 585	182	7,0%
Онлайн-партнёры	2 590	2 534	55	2,2%	2 573	2 365	208	8,8%
Собственные сервисы	2 985	2 910	75	2,6%	2 874	2 845	30	1,0%
Кол-во онлайн-заказов (тыс.)	7 661	6 317	1 345	21,3%	27 016	24 408	2 608	10,7%
Онлайн-партнёры	2 470	2 938	(468)	(15,9%)	9 614	13 191	(3 577)	(27,1%)
Собственные сервисы	5 192	3 379	1 813	53,7%	17 402	11 218	6 184	55,1%

Операционные результаты по месяцам за 4 квартал 2025 года см. в Приложении 1

Источник:

«Группа Лента» объявляет о росте розничной выручки на 22,4% и LFL- продаж на 8,0% в 4 квартале 2025 года



Fix Price запустил доставку на Крайнем Севере и Дальнем Востоке

Media.fix-price.com, 09.02.2026

/новость

Сеть Fix Price в России расширяет географию доставки. Покупатели из Норильска, Якутска и Владивостока смогут заказывать товары онлайн с доставкой до ПВЗ (отделения Почты России) или «до двери». В Норильске нет магазинов Fix Price.

Посылки отправляют с московского склада Fix Price авиадоставкой Почты России. Стоимость доставки – от 499 руб. Срок в пути составляет в среднем 5 дней. Сделать заказ можно на сайте или в мобильном приложении.

Основным каналом продаж для Fix Price остаются офлайн-магазины, однако сеть развивает и e-commerce: по итогам 2025 года объем онлайн-продаж вырос на 12%. Средний чек интернет-заказа составляет 1188 руб. — более чем в три раза выше среднего чека в целом по сети.



Источник:

[Сеть Fix Price в России запустила доставку на Крайнем Севере и Дальнем Востоке](#)

Google расширяет роль режима ИИ среди инструментов для e-commerce

Digitalcommerce360.com, 13.02.2026

/новость

Google расширяет свою роль в электронной коммерции с помощью режима ИИ, внедряя форматы рекламы, оформление заказа с помощью агентов и автоматизированные инструменты для создания креативов. Компания стремится перевести покупателей от поиска товара к покупке.

В своем ежегодном письме Видхья Шринивасан, вице-президент и генеральный директор по рекламе и коммерции в Google, заявляет, что компания перепроектирует коммерческий опыт, чтобы сделать его «гибким, вспомогательным и персонализированным».

Например, в режиме ИИ пользователи получают тщательно подобранные рекомендации по товарам, соответствующие их запросам. Google тестирует новый формат спонсируемых объявлений, который выделяет розничных продавцов, предлагающих эти товары. Объявления помечаются как реклама, но интегрируются в интерактивный интерфейс. Компания также представила функцию «Прямые предложения» для персонализированных акций в момент совершения покупки. Они могут включать в себя бонусы за лояльность, комплекты товаров или другие стимулы в дополнение к скидкам.



Google также развивает то, что называет «агентной коммерцией», когда системы искусственного интеллекта помогают пользователям совершать транзакции или завершают их от их имени. После запуска протокола Agent Payments Protocol в 2025 году Google представил протокол Universal Commerce Protocol (UCP) для стандартизации взаимодействия продавцов с агентами ИИ на протяжении всего процесса покупки, включая цифровую идентификацию и авторизацию платежей. В США внедряется система оформления заказа на основе UCP, позволяющая покупателям приобретать товары на Etsy и Wayfair непосредственно в режиме ИИ в поиске и приложении Gemini. Google заявил о планах интеграции с Shopify, Target и Walmart.

Источник:

[Google expands AI Mode's role in ecommerce tools](#)

Оборот сервисов электронной коммерции Uzum вырос в 1,5 раза в 2025 г.

Uzum.com, 12.02.2026

/НОВОСТЬ

Е-commerce-сегмент экосистемы Uzum в 2025 году показал рост и устойчивость бизнес-модели. Через 3 года после запуска e-commerce Uzum достиг положительной EBITDA, причем совокупный оборот (GMV) e-commerce-сервисов вырос в 1,5 раза год к году и превысил \$500 млн, а число заказов узбекистанцев превысило 34 млн.

Uzum Market запустил партнерскую программу для пунктов выдачи заказов, и к концу года нарастил сеть ПВЗ до 1500 точек в более чем 450 населенных пунктах по всей стране. На Uzum Market стала доступна модель работы DBS (delivered by seller).

Быстрая доставка от сервиса Uzum Tezkor в 2025 году стала доступна в 26 городах Узбекистана, став крупнейшей по географии. Оборот сервиса увеличился почти в 2 раза, при этом вертикаль ритейла внутри сервиса показала рост более чем втрое год к году, а оборот сервиса в регионах вырос в 2,5 раза.



Источник:

Синергия сервисов, инвестиции в инфраструктуру и поддержка предпринимательства — Uzum подвел итоги 2025 года

Uber Eats запускает ИИ-помощника для формирования корзины

Uber.com, 11.02.2026

/НОВОСТЬ

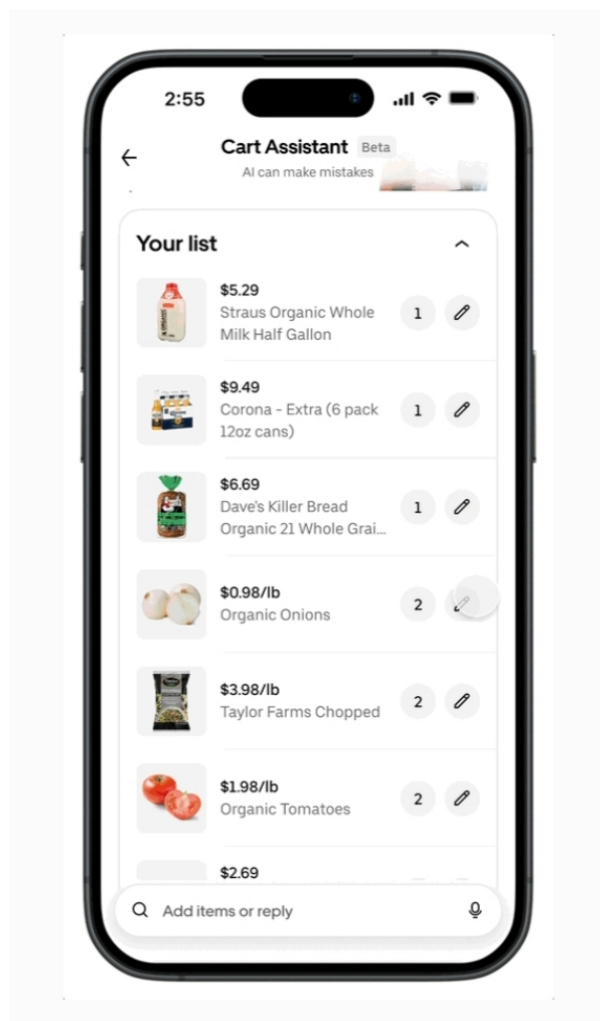
В приложении Uber Eats появился Cart Assistant — новая функция на основе искусственного интеллекта, разработанная для помощи при формировании продуктовой корзины. Cart Assistant поможет перейти от идеи до оформления заказа за считанные секунды.

Пользователю нужно найти любимый продуктовый магазин на главном экране Uber Eats и нажать значок Cart Assistant, чтобы начать покупки, ввести список или добавить изображение — и помощник внесет в корзину все необходимое. Cart Assistant автоматически учтет наличие товаров, отобразит цены на товары и действующие акции. Затем можно редактировать корзину, заменяя или добавляя товары.

Cart Assistant использует предыдущие заказы, чтобы отдавать приоритет знакомым товарам, делая процесс заказа более быстрым и персонализированным.

Источник:

[The shortcut your grocery list's been waiting for](#)



Выручка Jumia выросла до \$188,9 млн в 2025 г.

Investor.jumia.com, 10.02.2026

/НОВОСТЬ

В IV кв. 2025 года выручка африканской компании Jumia составила \$61,4 млн, что на 34% больше, чем годом ранее. GMV вырос на 36% до \$279,5 млн. Без учета Южной Африки и Туниса, GMV вырос на 38% в годовом исчислении. Скорректированный убыток по EBITDA составил \$7,3 млн по сравнению с \$13,7 млн в IV кв. 2024 года.

Объем заказов вырос на 32% в годовом исчислении. Количество активных клиентов, заказывающих физические товары, за квартал увеличилось на 26%.

Highlights Q4 2025	GMV	Revenue	Loss before income tax
	\$279.5 million 36% // 23% ¹ YoY 37% // 24% ¹ YoY ²	\$61.4 million 34% // 24% ¹ YoY	\$9.7 million (45)% // (17)% ³ YoY
	Liquidity position ⁴	Net cash flow used in operating activities	Adjusted EBITDA loss
	\$77.8 million △ \$(4.7) million	\$1.7 million	\$7.3 million \$13.7 million Q4 2024

Notes

1. Growth on a constant currency basis.

2. Excluding South Africa and Tunisia, including both physical goods, and digital orders from the JumiaPay App.

3. Loss before income tax in constant currency, and the corresponding YoY change, exclude the impact of foreign exchange recorded in finance income/costs.

4. Liquidity position of \$77.8 million comprised of \$76.7 million of cash and cash equivalents and \$1.2 million of term deposits and other financial assets, marking a decrease of \$4.7 million in Q4 2025.

JUMIA 4

За весь 2025 год выручка увеличилась на 13% до \$188,9 млн. GMV составил \$818,6 млн, что на 14% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Скорректированный убыток по EBITDA составил \$50,5 млн по сравнению с \$51,3 млн в 2024 году.

Источник:

[Jumia Reports Fourth Quarter and Full Year 2025 Results](#)

Компания Uber приобретает бизнес по доставке Getir в Турции

Investor.uber.com, 10.02.2026

/новость

Uber Technologies и инвестиционная компания Mubadala объявили о соглашении, согласно которому Uber приобретет портфель услуг доставки Getir в Турции, включая доставку еды, продуктов, товаров розничной торговли и воды, при условии получения одобрения регулирующих органов и выполнения других условий закрытия сделки.

Эта сделка представляет собой еще одну веху в дальнейших инвестициях Uber в Турцию, объединяя доставку Getir и Trendyol Go. После завершения сделки Uber планирует объединить уникальные преимущества Getir и Trendyol Go.

Потребители Getir по-прежнему будут получать доступ к услугам доставки через приложение Getir Super App, но с возможностью выбора большего количества ресторанов от Trendyol Go. Кроме того, клиенты Trendyol Go смогут получить доступ к предложениям Getir по доставке продуктов питания непосредственно через приложение Trendyol Go.



Источник:

[Uber Doubles Down on Türkiye with Agreement to Acquire Getir's Delivery Business](#)

Е-commerce Австралии смещается в сторону мировых лидеров рынка

Retailasia.com, 13.02.2026

/исследование

Согласно отчету Pattern о потребительском рынке за 2026 год, Amazon теперь охватывает 60% австралийских покупателей, что на 3,45% больше, чем годом ранее. Он остается крупнейшим маркетплейсом с 8,8 млн активных пользователей, и 66% потребителей планируют совершать там покупки.

Тему быстро расширяется, получив в прошлом финансовом году выручку в размере 2,6 млрд австралийских долларов и привлекая 47% австралийцев. Shein увеличила свою аудиторию до 30%, показав самый быстрый рост среди крупных торговых площадок — 15%. База покупателей платформы Коган сокращается: ею пользуются всего 15% потребителей — снижение на 6% по сравнению с предыдущим годом.

За последний год положительное восприятие Temu увеличилось на 50%, а Shein — на 36%. Инвестиции в стандарты поставщиков, расширение ассортимента продукции и партнерство с известными мировыми брендами, похоже, меняют потребительские настроения.



Источник:

[Australia's e-commerce shifts toward global market leaders](#)

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
- развитии 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.