

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2018 / № 14

02 Апреля 2018 - 08 Апреля 2018

В выпуске:

Россия:

Мобильное приложение для фермеров

DPD запустил мобильное приложение

Mail.Ru выделил foodtech в отдельное направление

Мясокомбинат Каневской запустил интернет-магазин

АКИТ о рынке онлайн-торговли

Половина купонов на Viglion покупается через смартфоны

Онлайн-продажи сети "Позитроника" выросли на 42% до 1,87 млрд рублей

Яндекс.Диалоги помогут Алисе распознавать названия брендов

Data Insight в Telegram

Выручка ТОП-100 интернет-магазинов составила 654 млрд рублей

Рынок онлайн-кинотеатров вырос на 60% до 7,7 млрд рублей в 2017 году

12% объема онлайн-продаж приходится на товары для дома и ремонта

Самые дорогие блоггеры (от 1,2 млн за пост)

Весь мир:

Adidas закрывает офлайн точки и наращивает онлайн

Walmart открыл в Китае магазин нового формата

Walmart расширяет сеть автоматов Pickup Tower

Alibaba собирается выкупить сервис доставки еды Ele.me

60 секунд в онлайн

Мировой рынок eCommerce составил \$1,5 трлн в 2017 году

79% опрошенных пользователей интернета видели фальшивые обзоры

Sheryl Sandberg: полное отключение рекламы на Facebook будет платным

Курсы переподготовки по eCommerce в России

Конференции eCommerce в мире

Мобильное приложение для фермеров

E-reppер.ru, 06.04.2018

/новость

Министр потребительского рынка и услуг Подмосковья Владимир Посаженников [презентовал](#) новое мобильное eCommerce-приложение. С его помощью потребители смогут заказать на дом фермерскую продукцию, произведенную в регионе. Приложение заработает уже в мае. Параллельно подмосковные власти работают и над "виртуальным магазином фермерской продукции "Цифровой фермер" в интернете". Он будет доступен для заказов в конце апреля.

На одной из остановок в Одинцово будет установлена первая "цифровая панель для онлайн-заказов" из этого виртуального фермерского магазина. До конца года планируются установить порядка 50-70 таких панелей. На сайте Мособлдумы перечислены все [бонусы](#), которые получают стороны от проекта:

Преимущества для фермеров:

- производители получают доступ к единой базе фермеров; - равный доступ для всех производителей к каналам сбыта;
- разработанная системы транспортировки и единая система складирования;
- нет жёстких сроков поставок;
- нет штрафов при уменьшении объёмов поставок.

Для потребителей:

- возможность быстрого поиска, удобной доставки;
- «прямая» цена на фермерскую продукцию;
- защита от недобросовестных предпринимателей;
- гарантии качества и единые стандарты продукции;
- доступ к «ремесленным» видам продуктов.

Преимущества интерактивного магазина:

- обязательное предоставление сертификатов качества;
- интерактивная карта всех фермерских магазинов, рынков и секций фермерской продукции;
- работа через интерактивную панель, сайт и мобильное приложение;
- организация пунктов приёма заказов;
- логистическая система – более 1000 единиц автотранспорта и 1500 «точек» выдачи продукции;
- единая система безналичных платежей за всю фермерскую продукцию и доставку покупателю.

Поддержка:

- интерактивные панели будут установлены в удобных местах;
- на открываемых пунктах заказа/выдачи будут находиться консультанты;
- заказ можно забрать в ближайшем к дому пункте выдачи
- специальные социальные цены на различные группы товаров и бесплатная доставка для держателей социальной карты жителя Московской области

Источник:

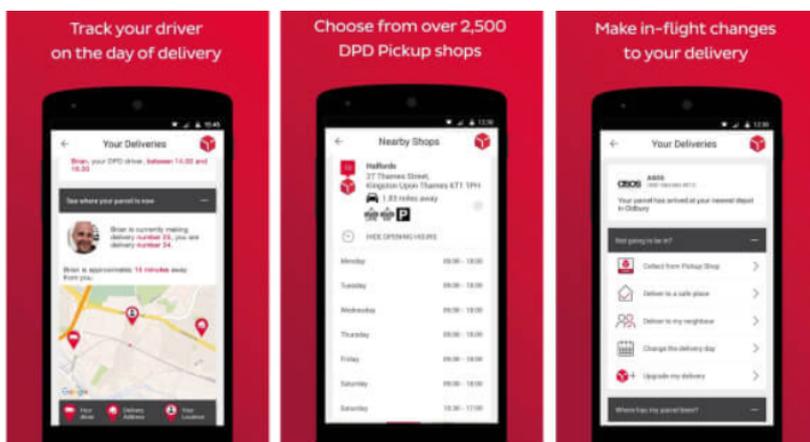
[Подмосковные власти установят eCommerce-панели на остановках](#)

DPD запустил мобильное приложение

Cnews.ru, 06.04.2018

/новость

Коммерческий оператор российского рынка экспресс-доставки и логистики DPD запустил собственное мобильное приложение. С апреля оно доступно в App Store и Google Play. Приложение позволяет пользователю управлять доставкой онлайн и всегда быть в курсе того, что происходит с заказом.



Как только интернет-магазин передает заказ в DPD, пользователю приложения приходит уведомление о планируемой дате доставки. Отслеживать дальнейший статус посылки можно в приложении в режиме онлайн. При этом нет необходимости постоянно проверять, что происходит с заказом, - push-уведомления будут приходить при любом изменении его статуса.

С помощью приложения DPD пользователь может менять дату, временной интервал и адрес в пределах одного населенного пункта. Есть возможность отказаться от доставки или переадресовать заказ в пункт выдачи Pickup.

Для поиска ближайшего пункта предусмотрена интерактивная карта. Фильтр позволяет отсортировать точки не только по географическому положению, но и по графику работы, а также по возможным опциям оплаты и типам подразделений (терминал, пункт выдачи, постамат). Если покупателю нужна примерочная, то пункт, где доступна эта услуга, тоже можно найти благодаря интерактивной карте. В приложении содержится подробная информация о местонахождении всех пунктов, и есть возможность построить маршрут.

«Уже сейчас 56% наших клиентов управляют доставкой через онлайн-сервис, и их число будет расти. Благодаря приложению отслеживать заказ и вносить изменения станет еще удобнее, - комментирует Алексей Смуров, начальник отдела клиентских сервисов DPD в России. - Мы планируем развивать приложение, в следующей версии будет доступна опция оформления заказа».

Источник:

[DPD представила свое мобильное приложение](#)

Mail.Ru выделил foodtech в отдельное направление

Rbc.ru, 05.04.2018

/новость

Mail.Ru Group создала подразделение для инвестиций в проекты, работающие на стыке рынков технологий и продуктов питания (foodtech). Подразделение получило название Mail.Ru Foodtech Ventures.

Компании интересны вложения в любые стартапы, связанные с едой и технологиями, пояснил представитель Mail.Ru Group. Среди них - сервисы по онлайн-бронированию столов, доставке продуктов или еды по подписке, а также по размещению вендинговых автоматов. При этом форма участия может быть разной - от покупки компаний полностью до инвестиций в развитие.

Кроме этого, подразделение будет отвечать за развитие существующих проектов компании в этой сфере. В конце 2016 года Mail.Ru Group приобрела крупнейший сервис поиска и доставки еды в России Delivery Club, а в мае 2017-го - второй по величине сервис ZakaZaka. В марте 2018 года Delivery Club объявил о запуске вендинговых автоматов в партнерстве с MamaFood под брендом DC Daily.



Mail.Ru Foodtech Ventures возглавил управляющий директор Delivery Club Андрей Лукашевич. Его прошлую позицию займет Андрей Цыценко, сооснователь ZakaZaka и маркетплейса Pandao, также принадлежащего интернет-холдингу. Размер средств, выделенных на новое подразделение, компания не раскрывает.

«Для нас развитие foodtech-направления интересно еще и большими возможностями синергии с другими продуктами Mail.Ru Group», - отметил гендиректор Mail.Ru Group Борис Добродеев.

Источник:

[Mail.Ru Group создала структуру для инвестиций в стартапы в сфере питания](#)

Мясокомбинат Каневской запустил интернет-магазин

Pigprice.ru, 05.04.2018

/новость

Мясокомбинат Каневской, входящий в Концерн Покровский, первым из промышленных производителей на Юге России запустил онлайн-магазин на сайте <http://kanevskoy.ru/>.



Пока магазин работает в тестовом режиме, поэтому доставка ограничена лишь чертой города Краснодара. Заказ принимается с 8.00 до 19.00 ежедневно, кроме субботы. Доставка бесплатная, осуществляется на следующий день, либо в другой день по желанию покупателя. Минимальная сумма заказа – 700 рублей.

В планах компании - расширение географии

доставки на Ростов-на-Дону. Еще онлайн-площадка работает как витрина для привлечения клиентов, ведь заказ на ней можно сделать и традиционным способом, по телефону.

По словам генерального директора Мясокомбината "Каневской" Евгения Иванова, ключевой задачей предприятия при запуске интернет-магазина является предоставление покупателям удобного сервиса для приобретения продуктов. "Безусловно, неоспоримое достоинство канала интернет-торговли - это возможность доставлять продукцию напрямую покупателю, минуя посредников", - говорит он.

Источник:

[Кубань: мясокомбинат каневской запустил онлайн-магазин](#)

АКИТ о рынке онлайн-торговли

E-repper.ru, 04.04.2018

/новость

Во второй половине 2017 года российский рынок интернет-торговли вышел на плато и перестал расти. С таким заявлением выступил глава Ассоциации компаний интернет-торговли Алексей Фёдоров. Ассоциация представила данные по рынку за весь 2017 год.

По данным АКИТ, общий объем рынка по итогам 2017 года составил 1,40 трлн рублей. Это на 13% больше, чем в 2016 году. Рост замедлился в два раза по сравнению с прошлым годом. В ассоциации ждали роста в 22%. Планировалось, что за год рынок 1,150 трлн рублей.

В процентном отношении кроссбордер занимает 36% от всей российской интернет-торговли, что на 3% больше, чем в 2016 году. Таким образом, весь оборот российских магазинов составляет 665,6 млрд рублей. Рост трансграничных продаж снизился до уровня около 24% в год в денежном выражении к предыдущему году, хотя за аналогичный период в 2016 году рост составил 37%. Всего оборот кроссбордера, по данным АКИТ, составил 374,3 млрд рублей. В ассоциации связывают некоторое снижение роста кроссбордера с общим спадом покупательской способности граждан. В 2017 году она снизилась примерно на 9%. Основными драйвера роста рынка трансграничных покупок на данный момент, по мнению АКИТ, стали: выход новых динамично развивающихся площадок на российский рынок, таких как Pandao, Joom, Wish.

Продолжался рост доли товаров из Китая, темпы роста продаж магазинов из США и EU несколько ниже, доля покупок из Китая превысила 53% в денежном выражении. По мнению экспертов средний чек находится на уровне около 3,3 тысяч рублей, по сравнению с 2016 годом средний чек в рублевом выражении практически не изменился, средний чек в евро несколько вырос за счет укрепления курса рубля в 2017 году. В структуре покупок по-прежнему преобладают покупки на суммы ниже 22 евро (61% покупок), но при этом высокие ценовые сегменты продемонстрировали несколько более высокие темпы роста – это временное явление является следствием повышения курса рубля в 2017 году.

Число отправок с товарными вложениями из зарубежных интернет-магазинов тоже растет, но не сильно. В 2017 году было получено 292 миллиона посылок, по данным АКИТ. Если верить словам Фёдорова, то в реальности в 2017 году было получено из-за рубежа 380 млн посылок. 67% из них были доставлены "Почтой России".

Количество входящих международных отправок с товарным вложением выросло на 25%, а число заказов на внутреннем рынке выросло на 7%.

67% из всех посылок с товарными вложениями было передано через "Почту России". При этом доля "Почты России" постоянно растет, особенно в маленьких городах.

Сильный скачок рынку в 2017 году дали мобильные продажи. Впервые мобильных пользователей больше, чем не мобильных. Даже у людей старшего возраста мобильный интернет вырос более, чем в два раза. 53% от всего трафика в интернет-магазины приходится на мобайл. Время, проведенное в среднем на сайте магазина с десктопа пока больше.

В 2017 году зафиксированы повышенные темпы роста таких категорий, как "Товары для дома", "Автозапчасти", "Косметика и парфюмерия", темпы роста ниже среднего значения - для "Спорттоваров" и контента на физических носителях.

Если верить прогнозам ассоциации, в 2018 году рынок всё-таки ждёт огромный рост. В следующем году ожидаются обороты на уровне 1,250 трлн. "Мы сейчас наблюдаем взрыв на рынке в начале 2018 года. Тоже не понимаем, что происходит. Цифр пока не называю, но они впечатляют. Будем надеяться, что будет и так же в 2018 году", - заявил Федоров. Соотношение оборота интернет-торговли и общего розничного оборота в нашей стране около 3,5%. В Великобритании, для сравнения, 18%. Перспективы рынка на ближайшие 3-4 года, по мнению АКИТ: рост объемов рынка до 650-700 млрд рублей в год; рост доли покупок в регионах до 51% от общих объемов рынка; опережающий рост покупок в наиболее дешевых ценовых сегментах до 150 EUR; стабильность товарных групп в объеме рынка – принципиальные изменения долей сегментов не ожидаются. +

Глава НАДТ Александр Иванов смущен цифрами АКИТ. Они существенно отличаются от того, что насчитали в НАДТ. "На самом деле еще никогда (с 2014 года) рост рынка не был таким большим. Да, в кроссбордере действительно был провал, характеризующийся и резким снижением темпов роста по количеству продаж (33% против обычных для последних лет 70-80%) и резким падением среднего чека до уровня \$11 за покупку (так что рынок не вырос и в денежном выражении), а вот местный eCommerce пожинает плоды вовлеченности, организованной, кстати, именно иностранными, прежде всего китайскими трансграничными продавцами, в интернет-покупки огромного количества россиян", - говорит он. По данным Иванова, в прошлом году рост количества продаж составил 25% (таких показателей рынок не знал после 2014 года), и, даже при падении среднего чека примерно на 10%, мы растем в деньгах сейчас быстрее кросс-бордера.

Отметим, что данные АКИТ больше цифры, которую недавно озвучивали в ФТС. "Почти каждый год в течение последних 10 лет наблюдается двукратный рост потока товаров, которые перемещаются в рамках интернет-торговли. За 2017 год - порядка 275 млн посылок по "Почте России" и ещё десятки миллионов штук поступили через экспресс-операторов", - заявил в феврале первый заместитель главы Федеральной таможенной службы России Руслан Давыдов. В 2017 году общий объём поставок товаров из зарубежных интернет-магазинов в РФ превысил отметку в 300 миллионов посылок.

Согласно данным ЦБ трансграничная торговля за 2017 год составила \$8,9 млрд., то есть порядка 500 млрд рублей (если среднегодовой курс принять за 55 рублей за доллар).

Источник:

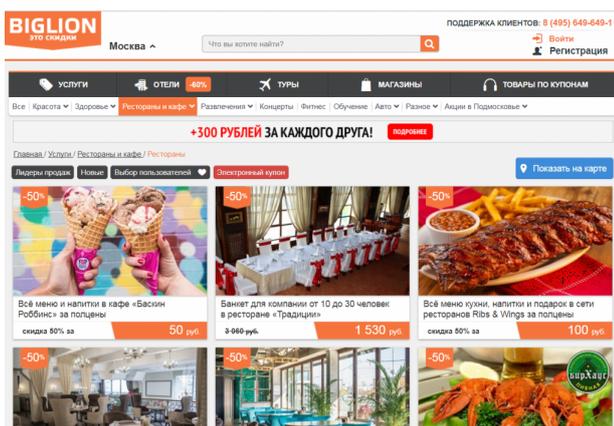
[Российский рынок интернет-торговли в 2017 году: обзор исследования АКИТ](#)

Половина купонов на Biglion покупается через смартфоны

Oborot.ru, 04.04.2018

/новость

Россияне чаще всего ищут скидки и купоны на готовую еду, посещение ресторанов, другие развлечения, а также товары и услуги для здоровья и красоты, сообщают в купонном сервисе «Биглион». За 2017 год сервис продал 5,3 млн купонов, при этом к началу 2018 года доля покупок на сервисе, совершенных со смартфонов, превысила 50%.



Купоны на доставку готовых блюд, визиты в рестораны и организацию банкетов вместе составили 48% от общего числа купонов, приобретенных на сервисе за весь год. Доля категории "Развлечения", включающей квесты, экскурсии, аэро-прогулки, заезды на картах и другие увеселения, составила 22%. Предложения категории "Красота" (процедуры для волос, лица и тела, маникюр и педикюр, SPA-программы и другие акции, связанные с уходом за собой) составили 12% от общего числа покупок на сервисе.

Процедуры, касающиеся здоровья, а это – консультации врачей, обследования, диагностические процедуры, стоматологические услуги, – заняли четвертое место по популярности среди пользователей. Их доля оказалась равна 5% от всех проданных купонов.

Структура предложения – другая. Больше всего скидок и купонов в 2017 году было предложено в категориях "Красота" (39% от общего числа), "Развлечения" (14%), "Рестораны" (12%) и "Здоровье" (9%).

Число спецпредложений на сервисе в целом выросло на 12% по сравнению с 2016 годом. Наиболее активной оказалась категория "Отели и туры", число предложений в которой увеличилось году к году на 45%.

Источник:

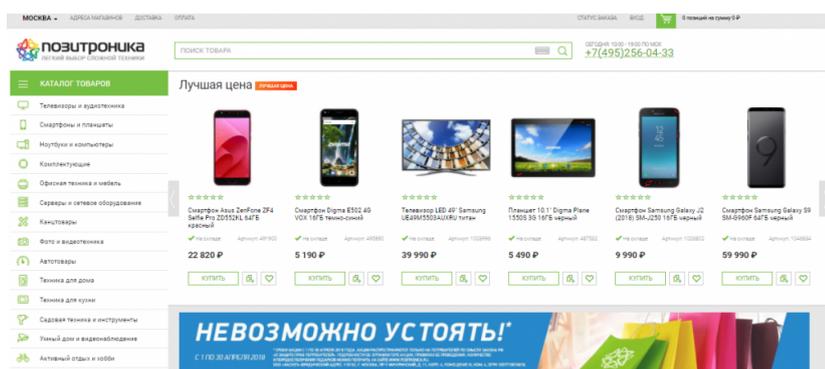
[Россияне покупают половину купонов с мобильных](#)

Онлайн-продажи сети "Позитроника" выросли на 42% до 1,87 млрд рублей

Oborot.ru, 03.04.2018

/новость

Федеральная сеть "Позитроника" опубликовала финансовые результаты 2017 года. Онлайн-продажи сети выросли на 42% и составили 17% от всего оборота "Позитроники" - 1,87 млрд рублей. За год интернет-магазин компании выполнил более двухсот тысяч заказов. Совокупная выручка сети – 11 млрд рублей.



Оборот "Позитроники" за 2016 год составлял 10 млрд рублей. Получается, что из 1 млрд прироста выручки за год 785 млн обеспечил онлайн-канал.

В компании называют две причины подъема онлайн-продаж. Первая – это омниканальность. "Наши покупатели имеют возможность начать оформлять заказ на

сайте, а завершить его в одной из торговых точек", – объяснил генеральный менеджер сети "Позитроника" Сергей Крбашьян. Вторая – модернизация интернет-магазина. В 2017 году сайт переехал на новую платформу и стал более дружелюбным к клиенту.

В 2017 году самыми популярными товарными группами в сети стали «Сотовые телефоны и смартфоны», «Ноутбуки» и «Телевизоры». На эти категории товаров пришлось 39% от общего объема продаж (22%, 9% и 8% соответственно). При этом в 2016 году в тройке лидеров вместо "Телевизоров" были «Комплектующие и ПК».

Средняя выручка торговых точек увеличилась на 10%, средний чек вырос на 4,3%.

Источник:

"Позитроника" нарастила выручку за счет онлайн-канала

Яндекс.Диалоги помогут Алисе распознавать названия брендов

Searchengines.ru, 06.04.2018 10:45:00

/новость

Команда Яндекс.Диалогов, платформы для разработчиков, которая позволяет добавлять сценарии общения с пользователями на сервисы Яндекса, представила компаниям возможность обучить голосового помощника Алису распознавать название их брендов.

Обратная связь

Присылайте нам вопросы и идеи о навыках Алисы:

* Ваше имя

* Ваш e-mail:

* Мое обращение про:

- Создание диалога Алисы в консоли разработчика
- Процесс модерации диалога Алисы
- Активацию диалога из Алисы
- Алиса не понимает мой бренд
- Чаты с бизнесами
- Предложения
- Другое

Бренд - это товарный знак, фирменное наименование или коммерческое обозначение владельца контента. Добавлять свой бренд следует только в том случае, если Ваш навык прошёл модерацию, но Алиса некорректно распознаёт название.

Укажите название своего бренда с учётом регистра, например, **Яндекс**

* Название бренда:

Если название бренда не всегда распознается Алисой, можно [прислать вариант](#) его написания на русском языке в поддержку. Она поможет Алисе расширить свой словарный запас. На изучение нового слова ей может понадобиться несколько дней.

Источник:

[Яндекс.Диалоги учат Алису распознавать бренды](#)

Data Insight в Telegram

Datainsight.ru, 08.04.2018

/НОВОСТЬ

У исследовательского агентства [Data Insight](#) есть канал в Telegram!



Мы создали [канал в Telegram](#) специально для того, чтобы вы получали информацию о новых исследованиях и акциях, успешных кейсах, тенденциях и трендах рынка интернет-торговли в режиме онлайн!

Для того чтобы подписаться на наш канал, достаточно иметь аккаунт в Telegram, набрать в поиске "Data Insight" или просто перейти по [ссылке](#)

Мы есть и в социальных сетях!

Fb: <https://www.facebook.com/DataInsight/>

VK: https://vk.com/data_insight

Источник:

[Пресс-релизы компании](#)

Выручка ТОП-100 интернет-магазинов составила 654 млрд рублей

Datainsight.ru, 04.04.2018

/исследование

Исследовательское агентство Data Insight [опубликовало](#) больше данных о **ТОП-100 крупнейших магазинов России**.



Количество заказов за год достигло 144 млн, средний чек составил 4550 рублей, итоговая выручка ста крупнейших интернет-магазинов в 2017 году составила 654 млрд рублей.

Порог вхождения в топ-100 вырос на 18%: с 1,1 млрд рублей объема онлайн-продаж в 2016 году до 1,3 млрд рублей в 2017 году.

Среди ста магазинов рейтинга 30 - магазины электроники и техники. На них приходится 28% объема выручки (от общей выручки ТОП-100) и 15% от всего количества заказов. По объему продаж и по количеству заказов в категории лидирует DNS-shop.ru с результатами 38,9 млрд рублей и 5,8 млн, соответственно. По среднему чеку лидировал Notik.ru – 51770 рублей.

13 магазинов из топ-100 приходится на категорию **«Одежда, обувь и аксессуары»**. Они получили 22% от всего объема выручки ТОП-100 и заняли 39% долю по количеству заказов. По объему продаж и по количеству заказов в категории лидирует Wildberries.ru с результатами 63,8 млрд рублей и 39,8 млн, соответственно. По среднему чеку лидировал Aizel.ru – 27730 рублей.

Еще 13 магазинов входят в категорию **товаров для дома и ремонта**, это 9% объема выручки ТОП-100 и 4% от общего количества заказов. По объему продаж и по количеству заказов в категории лидирует Vseinstrumenti.ru с результатами 14,9 млрд рублей и 2,1 млн заказов, соответственно. По среднему чеку лидировал Santehnika-online – 27250 рублей.

10 магазинов из топ-100 приходится на категорию **«Автозапчасти»**. Они получили 6% от всего объема выручки ТОП-100 и заняли 4% долю по количеству заказов. По объему продаж лидирует Shinservice.ru с 8,49 млрд рублей, по количеству заказов - Exist.ru с 1,381 млн заказов, по среднему чеку - Mosautoshina.ru.

Среди 8 **«универсальных»** магазинов, на которые пришлось 19% всей выручки ТОП-100 и 16% всех заказов, по объему-продаж лидирует Citilink.ru с 55,2 млрд, по количеству заказов Ozon.ru (8,64 млн заказов), по среднему чеку E96.ru – 11300 рублей.

Среди 8 магазинов **с товарами для детей**, на которые пришлось 3% всей выручки ТОП-100 и 5% всех заказов, по объему-продаж и количеству заказов лидирует Detmir.ru с 5,13 млрд рублей и 2,39 млн заказов, по среднему чеку Akusherstvo.ru - 9 340 рублей.

Среди 6 магазинов категории «**красота и здоровье**», на которые пришлось 3% всей выручки ТОП-100 и 5% всех заказов, по объему-продаж и количеству заказов лидирует Arteka.ru – 7,19 млрд рублей и 4,71 млн заказов, по среднему чеку Yamaguchi.ru – 39 930 рублей.

Среди 5 **книжных магазинов**, на которые пришлось 4% всей выручки ТОП-100 и 7% всех заказов, по объему-продаж лидирует My-shop.ru с 11,5 млрд, по количеству заказов Labirint.ru – 4,18 млн заказов, по среднему чеку тоже My-shop.ru – 7330 рублей.

Среди 3 магазинов категории «**продукты питания**», на которые пришлось 3% всей выручки ТОП-100 и 3% всех заказов, по объему-продаж и количеству заказов лидирует Utkonos.ru с 13,1 млрд рублей и 2,79 млн заказов, по среднему чеку Av.ru – 5780 рублей.

Лидеры роста по объему продаж: Tsum.ru (+120%), Korablik.ru (+119%), 123.ru (+100%)

По количеству заказов: Korablik.ru (+139%), Tsum.ru (+130%), Detmir.ru (+110%)

По среднему чеку: Oldi.ru (+30%), 123.ru (+16%), Dochkisinochki.ru (+13%)

В таблице ниже – лидеры роста по категориям:

Лидеры роста по категориям

	Рост объема продаж за 2017 год (%)	Рост количества заказов за 2017 (%)	Рост среднего чека за 2017 год(%)
Электроника и техника	Computermarket.ru +94%	Computermarket.ru +106%	Oldi.ru +30%
Одежда, обувь и аксессуары	Tsum.ru +120%	Tsum.ru +130%	Wildberries.ru +2%
Универсальные магазины	123.ru +100%	123.ru +73%	123.ru +16%
Товары для дома и ремонта	Vseinstrumenti.ru +71%	Vseinstrumenti.ru +91%	Kuvalda.ru +11%
Автозапчасти	Avtoall.ru +70%	Avtoall.ru +78%	4tochki.ru +3%
Книги	Chitai-gorod.ru +62%	Chitai-gorod.ru +68%	Book24.ru 0%
Другие категории	Alltime.ru +62%	Alltime.ru +68%	Petshop.ru -1%
Товары для детей	Korablik.ru +119%	Korablik.ru +139%	Dochkisinochki.ru +13%
Красота и здоровье	Shop.rivegauche.ru +64%	Shop.rivegauche.ru +71%	Yamaguchi.ru +1%
Продукты питания	Okeydostavka.ru +61%	Okeydostavka.ru +66%	Utkonos.ru 0%

DA
TA

Источник:

[Index TOP 100 в цифрах](#)

Рынок онлайн-кинотеатров вырос на 60% до 7,7 млрд рублей в 2017 году

Kommersant.ru, 08.04.2018

/исследование

Российский рынок онлайн-кинотеатров в 2017 году вырос на 60%, до 7,7 млрд рублей, следует из отчета «ТМТ Консалтинг». С 2016 года численность аудитории онлайн-кинотеатров почти не изменилась, и по итогам 2017 года количество зрителей составило 40 млн. При этом растет объем платящей аудитории - на 30% до 2,6 млн пользователей.



Стагнацию эксперты объясняют снижением десктопной аудитории и переходом ее на мобильные устройства и Smart TV. Кроме того, учет стал точнее: ранее сервисам было выгодно показывать большую аудиторию, а с ростом популярности платной подписки, "раздувание" аудитории сократится, считает аналитик «ТМТ Консалтинг» Елена Крылова. Через год-два, когда сократится негативное влияние «чистки» аудитории на ПК, можно ждать роста

общего числа зрителей.

Драйверами роста для рынка в «ТМТ Консалтинг» называют растущую популярность платного контента для пользователей, борьбу с пиратством и расширение партнерских отношений между операторами платного ТВ и онлайн-кинотеатрами. Крупнейшими игроками остаются ivi и Okko, их доли от общего объема рынка составляют 32% и 17% соответственно. Доля Megogo оценивается в 13%, Amediateka — 12%, Tvigle — 7%, Tvzavr — 6%. Почти все крупные игроки выросли в 2017 году больше чем на 50% и нарастили доходы от пользовательских платежей на 70%.

2017 год стал первым, когда доходы онлайн-видеосервисов от платной модели превысили рекламные. Так, на рекламе сервисы заработали 3,21 млрд рублей, что на 31% больше, чем годом ранее. Но доходы от платной модели выросли сразу на 91%, до 4,47 млрд рублей. По итогам года общее соотношение рекламной выручки и пользовательских платежей составило 42% и 58% соответственно. В структуре пользовательских платежей доля подписки выросла с 40% до 59%. Одним из драйверов базы платящих пользователей считается Smart TV, говорит директор по стратегической аналитике ivi Иван Гринин: «Аудитория Smart TV наиболее привлекательна с точки зрения длительности потребления контента и уровня располагаемых доходов».

Некоторые игроки завышают свои показатели от 5% до 90%, к тому же доходы даны с НДС, поэтому подсчеты аналитиков могут быть не совсем корректны, предупреждает гендиректор Telesom Daily Денис Кусков. Но рынок OTT-видеосервисов действительно активно растет: с учетом видеохостингов Youtube и Rutube он увеличился на 40% - с 8,3 млрд рублей в 2016 году, до 11,6 млрд рублей в 2017 году.

Источник:

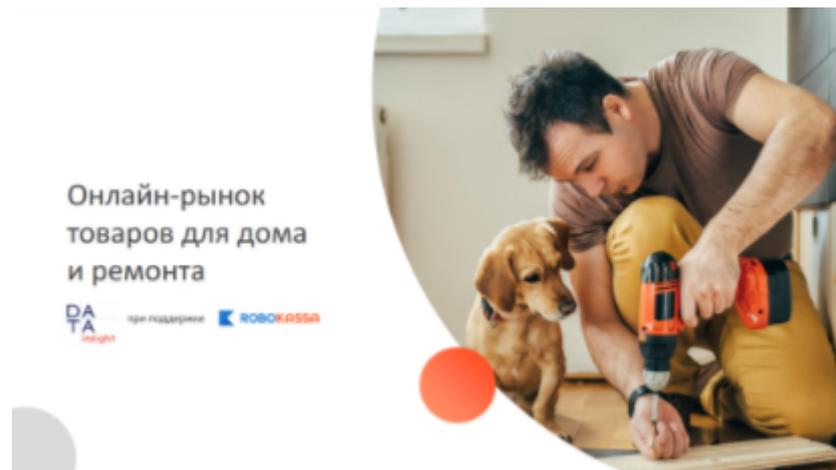
[Онлайн-кинотеатры показали выручку](#)

12% объема онлайн-продаж приходится на товары для дома и ремонта

Datainsight.ru, 07.04.2018

/исследование

Команда Data Insight подготовила результаты исследования "Онлайн-рынок товаров для дома и ремонта". В исследовании рассматриваются интернет-магазины товаров для дома и ремонта, вошедшие в ТОП1000 по количеству заказов за I полугодие 2017 года. Это категория с самым высоким средним чеком - 11 000 рублей, доля ее поискового трафика выше, чем в среднем для всех категорий (54%), а показатель конверсии один из самых низких - 2%.



- В период 07.2016-06.2017 было оформлено 7,6 млн заказов на сумму 83,4 млрд рублей
- Средний чек составил 11 000 рублей - самый высокий из всех товарных категорий
- В I полугодии 2017 интернет-магазины оформили на 44% больше заказов, чем за тот же период в 2016 году
- Доля заказов интернет-магазинов для дома и ремонта составила 6% от рынка eCommerce, а по объему онлайн-продаж - 12%
- Доля mobile в трафике составила 46%
- У 57% интернет-магазинов нет новостной email-рассылки

Скачать презентацию [можно здесь \(pdf, 5 MB\)](#).

Также вы можете купить полную версию исследования сектора товаров для дома и ремонта, [подробнее об этом на странице исследования](#).

Источник:

[Онлайн-рынок товаров для дома и ремонта](#)

Самые дорогие блогеры (от 1,2 млн за пост)

Adindex.ru, 03.04.2018 10:06:00

/исследование

Российское исследовательское агентство блогеров (РИАБ) подготовило [исследование](#) «Самый дорогой блогер» за первый квартал этого года. В рейтинге рассматривались аккаунты YouTube-блогеров с более 1 млн подписчиков.



РИАБ | 2018

САМЫЙ ДОРОГОЙ БЛОГЕР. I КВАРТАЛ 2018

■ Стоимость 1 поста YouTube ■ Рейтинг в списке самых богатых блогеров (исс - самый богатый блогер)



На первом месте оказался Юрий Дудь, стоимость одного рекламного поста на его канале равняется 1,2 млн руб. На канал «вДудь» подписано 2,9 млн человек. Все выпуски его шоу в 2018 г. набрали свыше 3 млн просмотров.

На втором месте — Николай Соболев, который получает 800 тыс. руб. за один пост. На третьей строчке — TheKateClap. На четвертом месте — Амиран Сардаров (700 тыс. руб.), на пятом — Саша Спилберг (600 тыс. руб.).

Прайс-листы на размещение рекламы запрошены РИАБ у официальных представителей блогеров, а также у агентств, которые сотрудничают с ними.

Источник:

[Названа стоимость рекламы у самых популярных YouTube-блогеров](#)

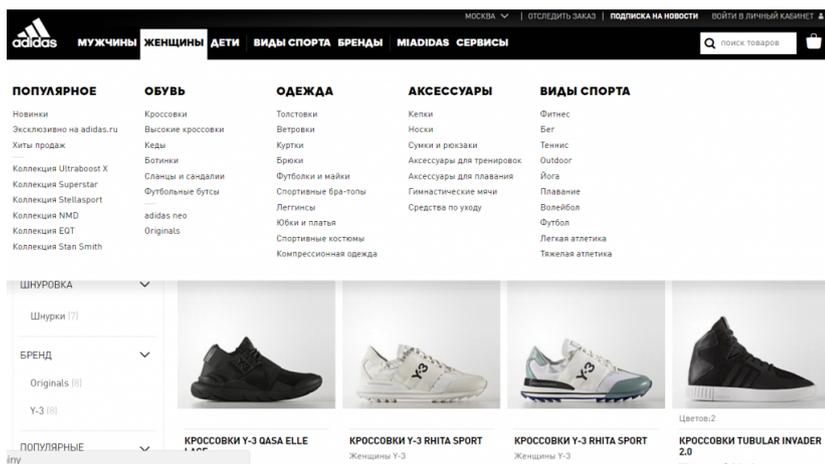
Весь мир:

Adidas закрывает офлайн точки и наращивает онлайн

Ft.com, 06.04.2018

/новость

Немецкий производитель спортивной одежды и экипировки Adidas продолжает закрывать магазины в рамках наращивания объёмов онлайн-продаж.



К 2020 Adidas рассчитывает увеличить доходы от онлайн-продаж в два раза - до €4 млрд. В 2017 году онлайн-продажи группы выросли на 57% и составили почти €1,6 млрд. В компании отметили, что для них официальный сайт является «самым важным магазином».

На 2018 год Adidas запланировала расходы на уровне €900 млн, большая часть этой суммы пойдет на

онлайн-каналы. В 2017 году выручка Adidas выросла на 16% до €21,2 млрд; чистая прибыль - на 8% до €1,1 млрд. В 2017 году Adidas сообщала о том, что до конца года закроет до 170 магазинов в России. В компании отметили, что Россия остается единственным регионом присутствия Adidas со снижающейся выручкой.

Источник:

[Adidas looks to score online as it drives harder into digital](#)
[Adidas фокусируется на онлайн-продажах](#)

Walmart открыл в Китае магазин нового формата

Reuters.com, 03.04.2018

/новость

В Китае открылся первый высокотехнологичный магазин Walmart. В небольшом супермаркете для оплаты используются смартфоны. В ассортименте магазина товары Walmart и онлайн-платформы свежих продуктов и готовой еды JD Daojia – дочерней фирмы JD.com.



Какова торговая площадь супермаркета, не уточняется, а расположен он на юге города Шеньчжень. Ассортимент магазина включает 8 тысяч наименований, 90% из них можно приобрести через Интернет. При этом доставка в радиусе 2 км от магазина обеспечивается в течение получаса благодаря логистическим мощностям JD.com. Оплатить покупки клиенты могут со своего смартфона через платежную систему мессенджера WeChat, который принадлежит компании Tencent.

В США покупатели Walmart тратят на покупки через сайт компании в среднем в два раза больше, чем в реальных магазинах сети. Так что онлайн становится важным направлением развития для ритейлера.

Источник:

[Walmart opens first small high-tech supermarket in China](#)

Walmart расширяет сеть автоматов Pickup Tower

Oborot.ru, 06.04.2018

/новость

Walmart расширяет свою сеть автоматов для выдачи онлайн-заказов. К 200 уже установленным Pickup Tower добавятся еще 500. Их установят в офлайн-супермаркетах сети на всей территории США.



Чтобы получить заказ из "башни", нужно отсканировать штрих-код, который компания высылает после оплаты. Тестировать Pickup Tower компания начала в 2016 году. С тех пор потребители получили в автоматах более полумиллиона заказов.

Покупатели сами выбирают магазин, в котором им удобно получить заказ. Как только он подготовлен, компания отправляет СМС-уведомление или электронное письмо со штрих-кодом. По данным Walmart, 90% потребителей США

живут не далее чем в 10 милях (примерно 16 км) от одного из магазинов сети, а всего она обслуживает около 140 млн клиентов в неделю. Получение онлайн-заказа занимает около 15 секунд.

Согласно опросу, проведенному Walmart в марте 2018 года, количество покупателей, заказавших товар в Интернете и получивших его в магазине сети выросло за год на 4%. Причем 62% отметили, что в течение последнего года делали такие заказы.

В конкурентной гонке с Amazon Walmart предлагает все новые и новые высокотехнологичные решения для интернет-покупателей. Так в конце 2017 года [был запущен сервис Mobile Express Returns](#), позволяющий возвращать товары, купленные онлайн, в любом магазине сети.

Источник:

[Walmart is making it easier for more shoppers to pick up online orders in stores](#)

Alibaba собирается выкупить сервис доставки еды Ele.me

Reuters.com, 02.04.2018

/новость

Компания Alibaba собирается увеличить свою долю в китайском сервисе доставки еды Ele.me с 43% до 100%, в ходе сделки оценка Ele.me достигнет \$9,5 млрд.



Пост исполнительного директора сервиса займет вице-президент Alibaba Ван Лэй, а основатель Ele.me Чжан Шухао станет председателем правления и советником Alibaba по новым розничным стратегиям. Сервис продолжит работать под собственным брендом, но частично объединится с коммерческой платформой компании Koubei, которая позволяет организовывать коллективные покупки товаров.

Источник:

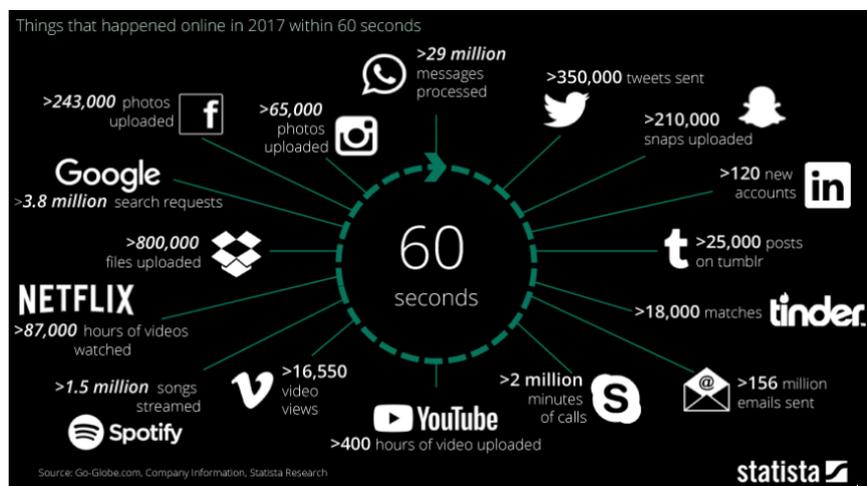
[Alibaba to buy remaining shares in food delivery app Ele.me](#)

60 секунд в онлайн

Statista.com, 03.04.2018

/исследование

По данным Statista, в 2017 году в интернете каждые 60 секунд:



>243000 фотографий загружалось на Facebook;

>65000 фотографий загружалось в Instagram;

>29 млн сообщений обрабатывалось в Viber;

>350000 твитов отправлялось в Twitter;

>210000 публикаций размещалось в Snapchat;

>120 новых аккаунтов

появлялось в LinkedIn;

>25000 постов публиковалось в Tumblr;

>18000 совпадений в Tinder;

>156 млн электронных писем отправлялось;

>2 млн минут звонков осуществлялось через Skype;

>400 часов видео загружалось на YouTube;

>16550 просмотров видео в Vine;

>1,5 млн композиций прослушивалось в Spotify;

>87000 часов видео просматривалось на Netflix;

>800000 файлов загружалось на Dropbox;

>3,8 млн поисковых запросов получал Google.

Источник:

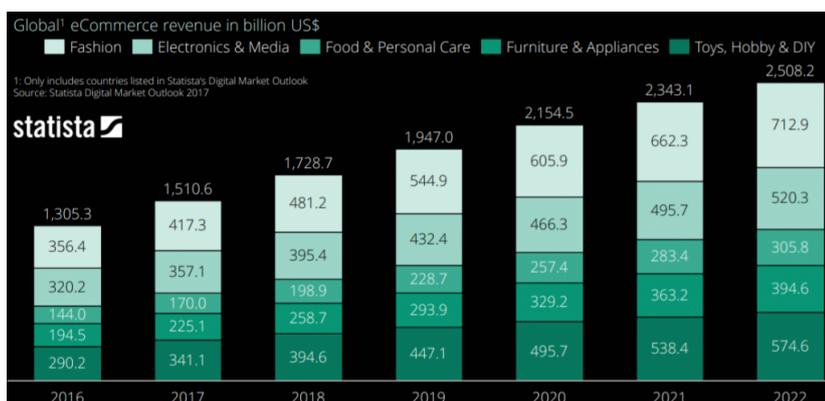
[Done in 60 Seconds](#)

Мировой рынок eCommerce составил \$1,5 трлн в 2017 году

Statista.com, 03.04.2018

/исследование

В марте 2018 года в Statista выпустили исследование "[Digital economy compass 2018](#)". В компании считают, что eCommerce - одна из самых острых тем в наши дни, ее развитие вызывает большие изменения в традиционных отраслях. Рост использования интернета и мобайла пользователями, увеличение количества и протяженности сессий в сети сформировали термин "always on" (всегда включен). Все больше различных категорий продуктов находят свой путь в онлайн-торговлю. Statista делит рынок электронной коммерции на пять сегментов: Fashion, Электроника & медиа, Продукты питания & личная гигиена, Мебель и техника для дома, а также Игрушки, хобби & сделай сам. В 2017 году мировой рынок eCommerce составил \$1,5 трлн. Китай - крупнейший рынок электронной коммерции во всем мире с доходом в \$497 млрд, с учетом годового темпа роста в 14%, рынок вырастет до \$959 млрд к 2022 году. Вторым крупнейшим интернет-рынком является США с выручкой около \$421 млрд в 2017 году, Европа - \$330 млрд. Ожидается, что на рынках США и Европы рост составит 8-9% в год.



Устойчивое слияние онлайн- и офлайн-покупок - основной тренд электронной коммерции: многие онлайн и офлайн игроки движутся в сторону мультимедийной стратегии. В Statista также предостерегают активный рост мобайла и маркетплейсов. Торговцы все чаще понимают преимущества гибкой методологии разработки (Agile). Они разрабатывают приложения, специально

разработанные для мобильных, и реже занимаются оптимизацией веб-магазинов для мобильных устройств. А еще маркетплейсы станут лучшим выбором для почти всех категорий продуктов (за исключением немногих) с ярко выраженными победителями по цене или качеству. В категориях, относящихся к персональному стилю или вкусу (одежда, дизайн интерьера), независимые игроки всегда будут иметь свою долю на рынке.

\$1,5 трлн в eCommerce в 2017 году состояли из 417,3 млрд от сегмента Fashion, на Электронику & Медиа пришлось 357,1 млрд, на продукты питания & личную гигиену - 170 млрд, на мебель и технику для дома - 225,1 млрд, а на Игрушки, хобби & сделай сам - 341,1 млрд. В 2018 году Statista прогнозирует рост интернет-торговли в целом до 1,73 трлн, а по категориям - 481,2 млрд, 395,4 млрд, 198,9 млрд, 258,7 млрд, и 394,6 млрд, соответственно.

eCommerce key players by business model and region

	Marketplaces	Online Retailers	Direct Sellers
United States	amazon, ebay, Walmart, newegg	houzz, macy's, Cabela's, Office DEPOT, Crate&Barrel, STAPLES, NORDSTROM, COSTCO	LOWE'S, NIKE, wayfair, POTTERY BARN, SAFEWAY, VICTORIA'S SECRET, WHOLE FOODS, hp, Apple
China	聚划算, 农村淘宝, JD.COM, 淘宝网, 天猫, taobao.com, Tmall.com	唯品会, 易果, 美丽说, vip.com, Secoo	MI, SHARP, Lenovo, GIRDAR, GLORIA 歌莉娅
Europe	vente-privee.com, zalando, OTTO	home, Argos, SEPHORA, next, Hello Fresh, ocado, Cdiscount, TESCO, SPORTS DIRECT.COM	IKEA, LEGO, adidas, H&M, ZARA

Если подробнее рассмотреть состав выручки в интернете, получается, что на одежду приходится 66% всех категорий «Fashion», 21% - обувь, 14% - сумки и аксессуары. В сегменте Электроники & Медиа – 74% это потребительская электроника, 26% - книги, фильмы, музыка и игры. В сегменте «продукты питания & личная гигиена» - на продукты

питания и напитки приходится 44%, на средства для ухода за собой – 56%. В сегменте мебели и техники для дома на мебель и товары для дома приходится 70%, на бытовую технику – 30%. А в сегменте Игрушек, хобби & DIY на игрушки и товары для малышей приходится 27% выручки, на спорт – 16%, на DIY и товары для сада приходится 45%, на хобби – 13%.

Рынок Японии – третий по объему после Китая и США, он составил \$96,7 млрд в 2017 год с ростом на 10% по сравнению с 2016 годом. Рынок Великобритании за год вырос на 10% и составил \$95,1 млрд, рынок Германии вырос на 11% до \$63,4 млрд.

Онлайн-рынок германии высоко концентрирован, 3 магазина в нем занимают 37% чистых продаж – 13,265 млн, это Amazon, OTTO, Zalando. В топ-10 Германии также входят notebooksbilliger.de, cyberport.de, BonPrix, Media Markt, Conrad, на них приходится еще 4,091 млн.

В Китае 37% одежды покупается онлайн, в сравнении с 18% в США. В Южной Корее - 29%, в Нидерландах – 24%, в Швеции – 23%, в Бельгии, Великобритании, Сингапуре и Франции – по 22%.

В большинстве своем платежные методы, предлагаемые в Европе в полной мере отвечают потребностям покупателей. Жители Германии предпочитают оплачивать онлайн-покупки Прямым платежом (Direct payment, списание со счета автоматически) и PayPal или аналогичной системой, также пользуются дебетовыми и кредитными картами, счетами. Германия предоставляет все эти способы, плюс наличными при доставке, которые в стране не очень популярны. В Италии покупатели предпочитают платить картами и PayPal, в Испании и Великобритании – аналогично.

В Великобритании и Франции, как и в Германии, наибольшую выручку получает Amazon: \$6,019 млн и \$3,262 млн, соответственно. В ТОП-5 Великобритании также входят Tesco (\$4,320 млн), Argos (\$2,907 млн), John Lewis (\$2,500 млн), Next (\$1,958 млн). Во Франции – Vente-privee (\$2,566 млн), Cdiscount (\$2,249 млн), Aushan (\$1,55 млн), Apple (\$0,585 млн).

В США уже 10% пользователей совершают онлайн-покупки с голосовых устройств, в Великобритании – 5%, в Германии – 2%. С мобильных – 58%, 48% и 45%, соответственно.

Источник:

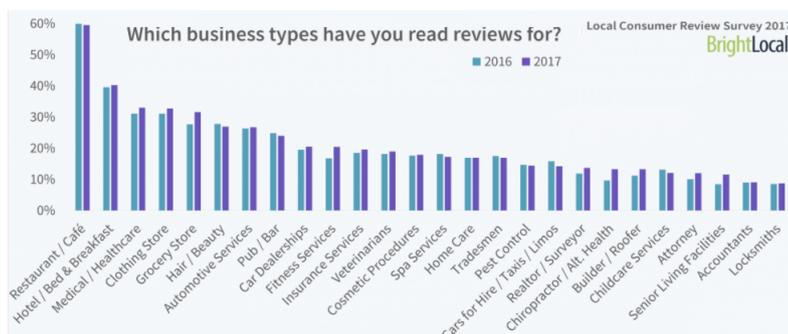
[Digital Economy Compass 2018](#)

79% опрошенных пользователей интернета видели фальшивые отзывы

Brightlocal.com, 02.04.2018

/исследование

Аналитики компании BrightLocal рассказали о том, что доверие людей к брендам пошатнулось. Люди с меньшей охотой посещают веб-сайты компаний после прочтения положительных отзывов - этот показатель на 17% меньше, чем в 2016 году. Сейчас потребители, в среднем, читают 7 отзывов, прежде чем начать доверять бизнесу - в прошлом году было достаточно 6. До того, как перейти на веб-сайт компании, клиенты предпочитают и пообщаться с ее менеджером по телефону или по электронной почте. Все дело в фальшивых отзывах.



79% опрошенных пользователей интернета говорят, что они видели фальшивые отзывы или рецензии за последний год, при этом 84% потребителей признались, что они не всегда могут определить, правдив или фальшив отзыв о товаре или услуге.

49% потребителей обратятся к компании за товарами или услугами лишь в том случае, если у нее рейтинг 4 звезды или больше. 30% респондентов называют важным критерием ответы компании на отзывы в сети. При этом 73% потребителей больше доверяют местному бизнесу.

Интернет-обзоры все еще важны для продвижения информации о товарах. 97% потребителей читают онлайн-отзывы о компаниях, 12% делают это каждый день. 32% потребителей читают отзывы через мобильные приложения в этом году (рост на 14% по сравнению с 2016 годом). 85% потребителей доверяют онлайн-обзорам так же, как личным рекомендациям (в 2017 году - 84%).

В 2017 году 60% пользователей читали отзывы о ресторанах и кафе, около 40% - об отелях и хостелах, 32% о медицинских центрах, столько же о магазинах одежды, 30% о продуктовых магазинах, по 28% про парикмахерские и автосервисы, 25% - про пабы и бары.

Желание оставлять отзывы довольно высоко: 68% потребителей оставили в сети отзыв о местном бизнесе после того, как им воспользовались. Если же магазин сам просит оставить отзыв, то это делают 74%. 89% потребителей доверяют рекомендациям родственников, друзей и сверстников.

Источник:

[Local Consumer Review Survey](#)

Sheryl Sandberg: полное отключение рекламы на Facebook будет платным

Time.com, 06.04.2018 10:44:00

/мнение

Исполнительный директор Facebook Sheryl Sandberg сообщила в [интервью NBC](#), что у пользователей Facebook появится платный инструментария для полного отключения рекламы, использующей пользовательские данные.



Топ-менеджер признала ответственность Facebook за ситуацию с утечкой данных 87 млн пользователей, которые собирала компания Cambridge Analytica. При этом исполнительный директор Facebook указала на то, что британская компания заявляла об удалении этих данных.

После скандала Facebook объявил об изменениях в настройках конфиденциальности. В частности, пользователи смогут изменить или удалить информацию на своей странице в социальной сети. Также Facebook лишил агрегаторов данных возможности собирать информацию о пользователях социальной сети для настройки таргетированной рекламы.

Источник:

[If You Want an Ad-Free Facebook You're Going to Have to Pay for It, Says Sheryl Sandberg Without data-targeted ads, Facebook would look like a pay service, Sandberg says](#)

Курсы переподготовки по eCommerce в России

[Менеджмент в сфере электронного бизнеса и интернет-проектов](#)

Апрель 2018 (8 месяцев), ВШЭ
Прием документов уже идет

Формируются системные знания и практические навыки для реализации собственного интернет-проекта или интернет-представительства компании - инвестирование, управление, технологические основы, реклама, маркетинг, исследования в интернет, электронная коммерция, платежные системы в интернет, анализ и моделирование бизнес-процессов компании, стратегический менеджмент, финансовый менеджмент.

Конференции eCommerce в мире

eCommerce Expo Ireland

17 апреля 2018, Дублин, Ирландия

eCommerce Expo Ireland - это однодневное мероприятие, на котором отраслевые эксперты обсудят ключевые проблемы на рынке и расскажут о ловушках торговли в интернете и как их избежать. Можно забронировать время на разговор 1 на 1 с экспертами в электронной коммерции.

Global Sources Summit

18-20 апреля 2018, Гонконг

На Global Sources Summit более 3,800 брендов представят товары на выставке, спикеры поделятся качественными и действенными лайфхаками об интернет-торговле, воркшопов теперь еще больше, у участников будет возможность поделиться своей идеей с менторами и получить советы от экспертов, возможность пообщаться с другими представителями eCommerce лично.

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.