

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2018 / № 18

14 Мая 2018 - 27 Мая 2018

В выпуске:

Россия:

Компания MediaMarkt уходит из России

Tmall запускает в Подмоскowie новый центр исполнения заказов

Компании с оборотом от 10 млн рублей обяжут принимать карты

Детский мир соберет онлайн-заказ за час

Перекресток-онлайн расширил зону доставки заказов

На Кинопоиске теперь можно смотреть фильмы

Андрей Державец: Леруа Мерлен в интернете

Яндекс и Сбербанк запустили маркетплейс "Беру!"

59% игроков fashion-рынка уже открыли собственные интернет-магазины

Одноклассники запустили кэшбек-сервис с возвратом внутренней валютой ОК

Система предсказания поведения покупателей Риф Гош

58% всех заказов готовой еды оформляется через интернет

Продажи умных носимых гаджетов выросли вдвое в штуках и втрое в деньгах

Летние отпуска на отечественных курортах

Интернет-магазины оставляют 1/4 запросов покупателей в соцсетях без ответа

Трансформация-3. Цифровая экономика

Роскомнадзор: Telegram потерял 25% рекламы

Весь мир:

Беларусь дополняет закон "О защите прав потребителей"

PayPal создает ПО виртуальных очков с функцией оплаты

Alibaba Group ищет новое помещение для офиса в Ванкувере

Adobe купил commerce-решение Magento Commerce за \$1,68 млрд

Amazon прекратила размещать рекламные объявления в Google Shopping

Рынок грузовых дронов сильно вырастет

Курсы переподготовки по eCommerce в России

Конференции eCommerce в мире

Компания MediaMarkt уходит из России

Dp.ru, 17.05.2018

/новость

Компания MediaMarkt уходит из России. Уже решено, что российское подразделение купит "М.Видео". Как рассказал топ-менеджер одной из девелоперских компаний в Петербурге, на площадях, которые сейчас занимают магазины MediaMarkt, будут открыты точки "М.Видео" и "Эльдорадо".



Между сторонами уже достигнуты основные финансовые договоренности. Известно, что сделка может быть закрыта в самое ближайшее время, однако её стоимость пока не раскрывается. Эксперты считают, что покупка обойдётся "М.Видео" примерно в 8 млрд рублей. После завершения сделки немецкая сеть полностью покинет Россию.

Источник на рынке говорит, что процесс ухода MediaMarkt из России начался более полугода назад. В петербургских ТРК сеть сократила площади за последнее время почти в 2 раза. Сейчас в городе работают лишь 11 магазинов немецкой сети, из них три - в составе торговых центров Metro Cash & Carry, ещё два - в торговых центрах "Мега". На пике развития MediaMarkt владел около 130 магазинами в России.

Эксперты считают, что сделка не изменит расстановку сил на российском рынке. Сейчас рыночная доля группы "Сафмар", в которую входят "М.Видео" и "Эльдорадо", составляет 25-26%. В случае поглощения MediaMarkt группа увеличит свою долю на 2,5-3%, но всё равно не станет монополистом.

Ранее владелец бренда MediaMarkt - группа [Ceconomy подтвердила](#) новость о том, что компания обсуждает с "М.Видео" такую сделку.

Источник:

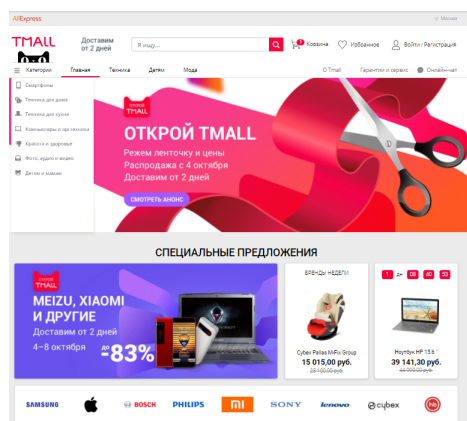
[MediaMarkt продает магазины сети "М.видео" и уходит из России](#)

Tmall запускает в Подмосковье новый центр исполнения заказов

Oborot.ru, 21.05.2018

/новость

Маркетплейс Tmall запускает в Подмосковье новый центр исполнения заказов – он будет размещён на базе логистического комплекса South Gate недалеко от аэропорта "Домодедово". Инвестиции в объект составили более 500 млн рублей. Новый фулфилмент-центр будет обслуживать все заказы Tmall в России и станет основным хабом компании.



Запуск распределительного центра позволит сократить время обработки заказов и доставки, особенно в период проведения больших распродаж во втором полугодии – в том числе во время распродажи 11/11. Пропускная способность склада увеличена в несколько раз, и он позволяет отгружать до 100 тысяч заказов в сутки

В новый центр компания переведёт все свои операции в течение нескольких месяцев. Его площадь превышает 20 000 квадратных метров. В ближайшем будущем компания также планирует сосредоточиться на развитии региональной логистической сети – в том

числе на развитии хабов в регионах, чтобы сократить сроки доставки покупок.

Коммерческий директор Tmall в России Сергей Черемисин заявил, что вложения в развитие логистической инфраструктуры в России являются для компании приоритетом на ближайшее будущее.

На сегодняшний момент в ассортименте Tmall насчитывает 30 тысяч товарных наименований в наиболее популярных категориях, таких как электроника, одежда, детские товары и FMCG. Средний чек Tmall в России за первые месяцы 2018 года составляет 6 тысяч рублей.

Источник:

[Tmall запускает в Подмосковье собственный хаб](#)

Компании с оборотом от 10 млн рублей обяжут принимать карты

Kommersant.ru, 18.05.2018

/новость

Депутаты Госдумы предлагают с 2020 года обязать все розничные компании с оборотом от 10 млн рублей принимать банковские карты. Это может затронуть около 90 тыс. небольших магазинов, которым в целом придется потратить 1,8 млрд руб. на терминалы. Нововведение предлагается распространить и на онлайн-ритейл.

Депутаты разработали законопроект, который уже с 1 января 2019 года обяжет ритейлеров с годовой выручкой более 20 млн рублей принимать к оплате банковские карты. А с 1 января 2020 года это требование распространится и на магазины с оборотом от 10 млн рублей в год. Об этом рассказал глава комитета Госдумы по финансовому рынку Анатолий Аксаков.

Этот законопроект – доработанная версия документа, который был подготовлен еще в декабре 2017. В предыдущей редакции он обязывал принимать только карты «Мир», но зато все интернет-магазины, вне зависимости от выручки.

«Этот проект получил отрицательный отзыв главного правового управления администрации президента, мы доработали текст с учетом замечаний», — пояснил господин Аксаков.

Новая версия предписывает использование карточек не только «Мир», но и Visa и MasterCard. Проект будет внесен в Госдуму в ближайшее время,

Один терминал для безналичного расчета может обойтись примерно в 20 тыс. рублей.

В Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ) считают, что принимать карты необходимо обязать всех интернет-ритейлеров вне зависимости от оборота.

Необходимость заключать договор эквайринга и предоставлять банку пакет документов обелит рынок онлайн-ритейла, считает первый вице-президент АКИТ Артем Соколов.

Президент Национальной ассоциации дистанционной торговли Александр Иванов не согласен с такой позицией. Он считает, что для государства ловить ИМ с оборотом меньше 10 млн рублей в год и штрафовать может обойтись дороже, чем сумма собранных штрафов.

Как известно, комиссия банка за эквайринг зависит от оборота ритейлера, и тут преимущество в виде более низкой ставки получают крупные компании. Таким образом, законопроект может поставить малый и средний бизнес в неравное положение по сравнению с крупными игроками рынка.

Размер комиссий беспокоит и самих авторов законопроекта. Они указывают, что в Европе с 2015 г. в ЕС для дебетовых карт установлена максимально возможная ставка межбанковской комиссии в 0,2% от транзакции, а для кредитных — в 0,3%. В России тарифы находятся в диапазоне 1–3,5%.

Источник:

[Розницу ставят на карту](#)

Детский мир соберет онлайн-заказ за час

Oborot.ru, 17.05.2018

/новость

Группа компаний "Детский мир" сообщила, что сборка онлайн-заказов, которые забирают прямо из магазина, сильно ускорилась. С мая заказ, сделанный на сайте ритейлера, его московские клиенты смогут забрать в магазине сети всего через час. Скоростная сборка пока доступна только в Москве, но до конца августа планируется расширить ее на все 209 городов присутствия компании в России.



"Детский мир" последовательно повышает уровень сервиса в розничных супермаркетах и интернет-магазине. Услуга "Забрать товар в магазине" удобна тем клиентам, которые хотели бы получить товар в сжатые сроки, не переплачивая за курьерскую доставку" – рассказывает начальник управления по внешним и внутренним коммуникациям группы компаний "Детский мир" Надежда Киселева.

Она уверена, что сокращение срока подготовки заказов позволит повысить лояльность покупателей и в будущем увеличить долю интернет-продаж. По итогам первого квартала нынешнего года их объем вырос до 6% от общего оборота. Планируется, что к 2021 году доля интернет-продаж поднимется до 14-15%.

Самыми популярными товарами интернет-магазина "Детский мир" из числа тех, что клиенты предпочитают забирать из магазинов, являются товары для новорожденных (детское питание, подгузники, средства ухода и гигиены) и игрушки. Предполагается, что быстрая подготовка заказов привлечет родителей также родителей, отправляющих детей в школу.

Источник:

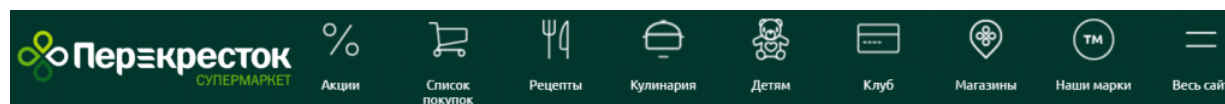
["Детский мир" соберет онлайн-заказ за час](#)

Перекресток-онлайн расширил зону доставки заказов

Retail-loyalty.org, 18.05.2018

/новость

Торговая сеть «Перекресток» расширила зону доставки заказов, оформленных через интернет. Теперь воспользоваться услугами «Перекрестка Онлайн» смогут жители Одинцово, Троицка, Подольска, Климовска, Домодедово, а также Сколково, Барвихи и др. Первые заказы в новые зоны были доставлены 16 мая.



Расширение территории обслуживания «Перекрестка Онлайн» - часть стратегии развития онлайн-супермаркета. Если сейчас он обрабатывает в среднем 800 заказов в день, то благодаря новым зонам доставки этот показатель может вырасти на 10-15%. Для обслуживания увеличенной территории доставки сеть закупила дополнительный транспорт и расширила штат сотрудников. В будущем «Перекресток» продолжит расширение зоны охвата онлайн-магазина за МКАДом.

Сегодня средний чек в «Перекрестке Онлайн» примерно в 6 раз выше, чем в классическом супермаркете сети в Москве – он состоит из 24-25 позиций. Наиболее востребованные категории среди интернет-покупателей: вода, бакалея, фрукты и овощи, молочная гастрономия, товары для детей. Кроме этого наши покупатели начинают активно приобретать продукты с коротким и ультракоротким сроком годности – птицу, мясо и т.д.

В перспективе нескольких лет онлайн-продажи в выручке торговой сети «Перекресток» могут занять до 2%. Этому будет способствовать региональная экспансия, увеличение пользовательского опыта и развитие технологий.

Источник:

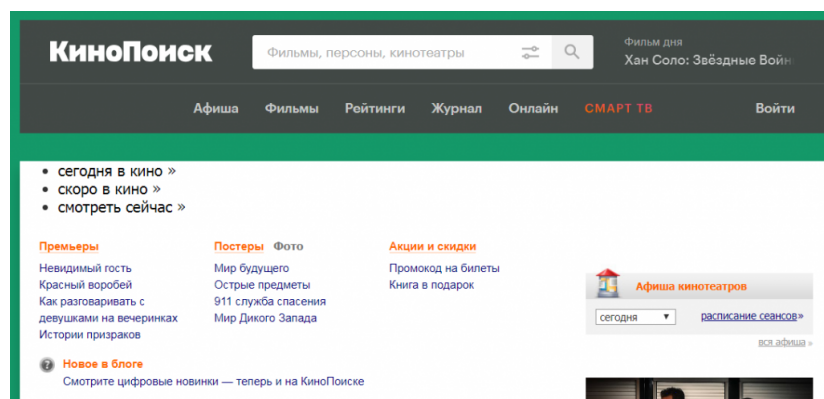
[Перекресток Онлайн поехал за МКАД](#)

На Кинопоиске теперь можно смотреть фильмы

Retail-loyalty.org, 23.05.2018

/новость

В веб-версии «Кинопоиска», которым владеет «Яндекс» появился раздел «Онлайн». Здесь пользователи могут смотреть фильмы, мультфильмы и сериалы.



В компании говорят, что в каталоге сервиса несколько тысяч российских и зарубежных фильмов, мультфильмов и сериалов. Большую часть фильмов можно смотреть бесплатно, в них будет реклама, уточнили в «Яндексе».

Новые фильмы пользователь может купить и посмотреть в любой момент или арендовать.

Посмотреть картины разрешается в течение 30 дней с даты покупки. На завершение просмотра отвели двое суток. Аренда большинства фильмов обойдется в сумму от 49 рублей, покупка — от 99 рублей.

Дату цифровой премьеры новинок определяют правообладатели. В среднем премьера в Сети происходит через два-три месяца после начала проката в кинотеатрах, пояснили в «Яндексе».

«Яндекс» сам закупает лицензии на все фильмы, доступные в «Кинопоиске». Компания сотрудничает с кинокомпаниями 20th Century Fox, Universal, Dreamworks, Paramount Pictures, «Централ Партнершип», «Парадиз», «Вольга» и другими правообладателями и прокатчиками. Условия сотрудничества в «Яндексе» не раскрывают.

Источник:

[Яндекс начал продавать кино](#)

Андрей Державец: Леруа Мерлен в интернете

Diynews.ru, 17.05.2018

/новость

DIYNews.ru совместно с форумом DIY&Household Retail Russia 2018 -- поговорили с Андреем Державец, руководителем проекта интернет коммерции, «Леруа Мерлен Восток», о том, как развивается компания «Леруа Мерлен» в интернете: Цель компании «Леруа Мерлен» в том, чтобы предоставлять по-настоящему омниканальные возможности клиентам, и интернет-каналы должны дополнять этот опыт. Интернет-покупки, сообщества, услуги, школа ремонта, вдохновение и готовые решения по проектам, отзывы на сайте и в магазинах, обслуживание корпоративных клиентов и профессионалов, мобильное приложение и многое-многое другое – вот истории, которые мы развиваем в рамках нашего пятилетнего плана, который регулярно меняется, реагируя на пользовательские ожидания. Важно понимать, что магазины – это сердце нашего бизнеса, следовательно, интернет-каналы направлены, в том числе, на то, чтобы вести клиента в магазин и развивать ROPO (Research Online Purchase Offline). Если говорить о доле онлайн-продаж, то мы ориентируемся на цифру 7% от всех продаж через 2 года. Сейчас возможность заказать товар на сайте или в мобильном приложении доступна клиентам в каждом городе присутствия «Леруа Мерлен».

У нас уже 75 магазинов в стране. Каждый год мы открываем около 20 магазинов. Мы постоянно стремимся к тому, чтобы быть ближе к клиенту, слышать его и своевременно реагировать и даже превосходить ожидания. Мы создаем сообщества, наблюдательные советы клиентов, регулярно осуществляем домашние визиты к покупателям. Наше место и наша амбиция в том, чтобы компания воспринималась как место, где построены исключительные человеческие взаимоотношения. Для покупателя привычно, что интернет-магазины предоставляют самый большой ассортимент. В этом году мы начинаем активно развивать направление long tail – заказ товаров, отсутствующих на полке, от наших поставщиков. Это позволит нам расширить и углубить наше предложение. Важно отметить, что возможность заказать такие товары мы будем представлять во всех каналах, в том числе из офлайн магазинов. Мы корректируем наше товарное предложение на основании отзывов, которые оставляют клиенты. Сейчас актуальность стоков, которые мы показываем на сайте и мобильном приложении, приблизительно равна 90%, это неплохо для отрасли, но для нас этого недостаточно. Мы постоянно работаем над частотой обновления запасов, при этом, нашей зоной роста является актуальность стоков в физических магазинах.

Города присутствия «Леруа Мерлен» очень разные, потребности клиентов отличаются, важно быть гибкими. Активности в социальных сетях – лишь один из элементов этой истории. Все наши сообщества работают по гайдбукам, имеют построенный медиаплан, соблюдая единый стиль коммуникации, и эту работу ведут сотрудники магазинов, чтобы реагировать на вопросы как можно быстрее. Сообщества начинаются задолго до открытия магазинов и несомненно помогают улучшать клиентский опыт в наших магазинах.

Источник:

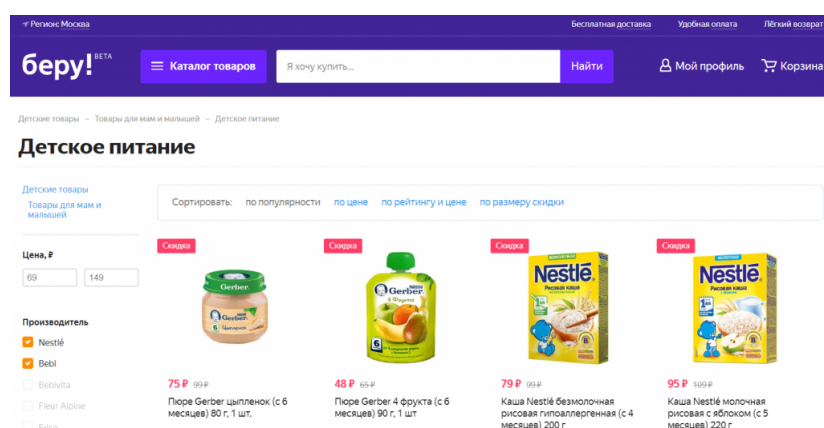
[Андрей Державец: Как развивается «Леруа Мерлен» в интернете](#)

Яндекс и Сбербанк запустили маркетплейс "Беру!"

Е-repper.ru, 20.05.2018

/новость

Яндекс и Сбербанк запустили свой маркетплейс и назвали его "Беру!" Пока площадка <https://beru.ru/beta> работает в тестовом режиме, а вход на неё осуществляется только по Яндекс.Паспорту, полноценный запуск запланирован на осень. Пока на сайте представлены лишь несколько категорий товаров: БТИЭ, компьютеры, товары для красоты и здоровья, товары для дома и дачи, детские товары, зоотовары, всего около 25 000 позиций. В течение нескольких лет ассортимент увеличится до миллиона позиций, обещала представитель «Яндекс.Маркета». По ее словам, «Беру» работает по распространенной для маркетплейсов бизнес-модели и получает фиксированную комиссию в зависимости от категории товара.



Товары предоставлены разными магазинами, но под каждым из них написано, что "доставку осуществляет маркетплейс Беру". Сервис предлагает три варианта доставки: курьером, почтой и через самовывоз. При заказе на сумму меньше 3500 рублей стоимость курьерской доставки - 249 рублей, в пункт самовывоза — 99 рублей. Доставка бесплатная, если

сумма заказа выше 3500 рублей.

Оплата заказов производится банковской картой онлайн/при получении или наличными. Оплаты "Яндекс.Деньгами" как-то не предусмотрено. При оплате заказа онлайн на e-mail отправляется электронный чек. Для заказов с оплатой при получении предоставляется бумажный чек.

К некоторым товарам уже прикручена система отзывов, они берутся с "Яндекс.Маркета". Некоторые разделы отсутствуют, с них стоит редирект на ресурсы "Яндекса", например, раздел "Возврат".

В конце апреля Сбербанк и Яндекс объявили о закрытии сделки по созданию совместного предприятия на базе "Яндекс.Маркета". Всего в совместный проект вложено 60 млрд рублей. Обработкой заказов, обслуживанием клиентов, организацией логистики и доставкой товаров будет заниматься сама площадка. Вторым направлением станет развитие сегмента трансграничной онлайн-торговли.

Президент Сбербанка [Герман Греф](#) считает инвестицию в совместное предприятие с "Яндексом" – стратегической, говорит, что в ближайшие годы Сбербанк не ждет отдачи от инвестиций в интернет-магазин "Беру".

Сбербанк ожидает, что к 2022 г. товарооборот «Беру» достигнет 500 млрд рублей, отмечает Греф: «В дальнейшем компания будет расти очень интенсивно». Но конкретных цифр он не называет. Совместное предприятие Сбербанка с «Яндексом» проведет IPO, когда «обретет заложенную в него рыночную стоимость», говорит президент Сбербанка. Но это, по его словам, произойдет «не в первые годы».

Владелец и основатель компании "BERU" Александра Дорф возмущена тем, что Яндекс и Сбербанк, выбирая название своему проекту, не учли то, что бренд с таким же названием она зарегистрировала ещё в 2016 году. "Я в недоумении. Нейминг моего маркетплейса - «Беру!» (BERU!) - я придумала в августе 2016 года. У меня зарегистрирован ТЗ. Домен BERU. ru я не выкупила сразу из-за его стоимости. Мой домен - www.beru.io. В совпадения не верю", - пишет она на своей странице в Facebook.

Источник:

["Яндекс" и "Сбербанк" запустили маркетплейс в тестовом режиме](#)

59% игроков fashion-рынка уже открыли собственные интернет-магазины

Marketing.rbc.ru, 14.05.2018

/новость

Согласно данным отчета РБК Исследования рынков «Розничные сети по продаже одежды 2018», 59% игроков рынка Одежды уже открыли собственные интернет-магазины. Годом ранее доля сторонников омниканальности была на уровне 56%.

Динамика доли сетевых ретейлеров, имеющих собственные интернет-магазины, февраль 2013 г. – февраль 2021 г., % от анализируемых сетей, в ассортименте которых представлена одежда*



Источник: обзор РБК Исследования рынков «Розничные сети по продаже одежды 2018», дата актуализации – март 2018 года,

* – данные за февраль 2019 года – 2021 года представляют собой оценки РБК Исследования рынков, основанные на регрессионной модели, включающей показатель уровня проникновения интернета в России, а также его прогноз

Число компаний, запустивших свои собственные интернет-проекты, не такое большое, как в предыдущем 2016 году. Однако качественный уровень брендов, вышедших на российский рынок e-commerce остается довольно высоким. В 2017 году российским покупателям стал доступен сервис по онлайн-покупке таких

брендов, как Mustang Jeans, lady&gentleman CITY, kids rock, United Colors of Benetton и др. Состоялся также запуск онлайн-магазина 24Sevres, принадлежащий компании LVMH. В тестовом режиме сегодня работает онлайн-проект еще одной мультибрендовой сети – Podium Market.

Одна в 2017 году многие компании, в числе которых lady&gentleman CITY, Elena Furs, GANT и GEOX, делились с РБК Исследованиями рынков своими планами по запуску интернет-магазинов. Осуществить озвученное удалось лишь lady&gentleman CITY. Проект ООО «Ретейл-Сити» стартовал в первой половине 2017 года.

2018 год ожидает быть более насыщенным с точки зрения количества запланированных запусков интернет-проектов fashion-ритейлеров. Желание открыть собственные онлайн-магазины в Рунете уже изъявили бренд женской одежды M.Reason, «Стокманн», сети Elis и Lalis, развиваемые компанией АО «Элис Фэшн Рус», Monki, а также Cacharel. К числу наиболее долгожданных запусков, несомненно, следует отнести выход на российский e-com бренда Gloria Jeans.

Источник:

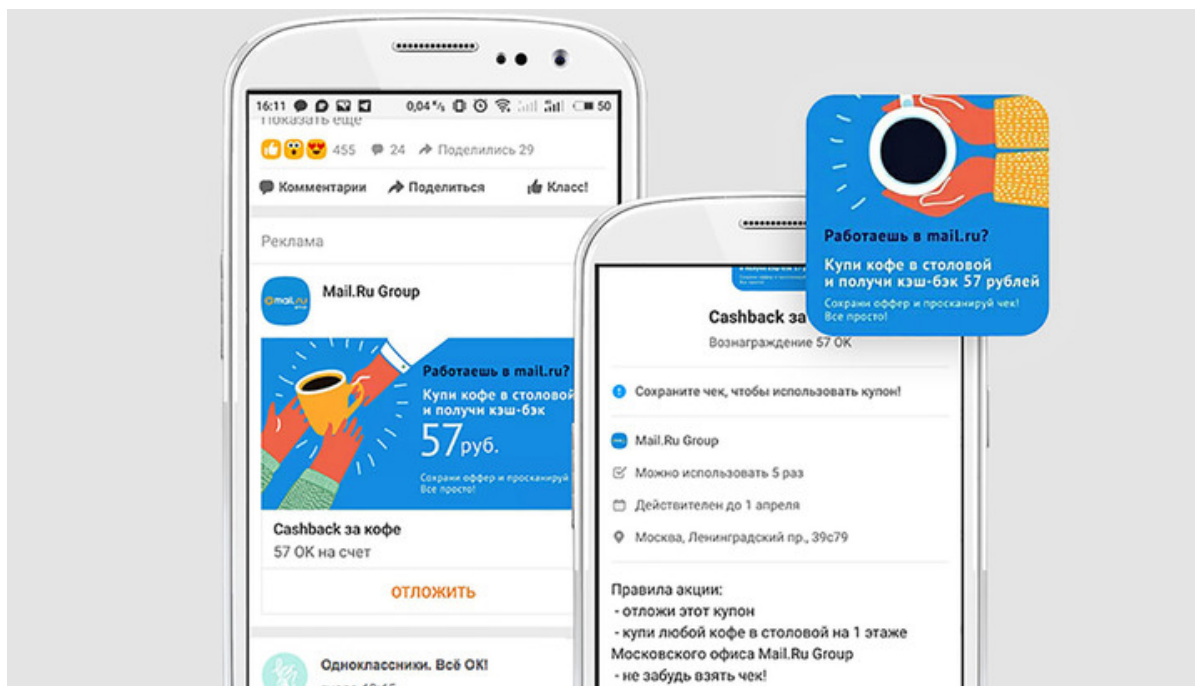
[Fashion-ритейл выбирает омниканальность](#)

Одноклассники запустили кэшбек-сервис с возвратом внутренней валютой ОК

Vc.ru, 14.05.2018 13:16:00

/новость

Одноклассники запустили собственный кэшбек-сервис внутри социальной сети. Кэшбек будет возвращаться пользователям во внутренней валюте — «ОКах». Получить средства можно за участие в промоакциях и покупки, совершенные в офлайне.



«ОКи» можно тратить на стикеры, игры и другие услуги соцсети. Сервис работает только в приложениях Одноклассников для iOS и Android.

Рекламодатели могут опубликовать спецпредложение с кэшбеком через рекламную платформу myTarget. В будущем рекламодателям разрешат возвращать кэшбек в рублях, однако о конкретных сроках не сообщается.

Источник:

[Соцсеть «Одноклассники» запустила кэшбек-сервис с возвратом денег во внутренней валюте](#)

[Одноклассники запустили кешбек-сервис для пользователей](#)

Система предсказания поведения покупателей

Риф Гош

Е-repper.ru, 18.05.2018

/исследование

Сеть "Рив Гош" внедрила обучаемую систему предсказания поведения покупателей товаров. Система использует технологию машинного обучения и позволяет поднять точность персональных товарных рекомендаций по конкретным артикулам. Тестовые запуски системы показали повышение точности примерно на 33%. Как говорят в компании "Инфосистемы Джет" (разработчики системы), ритейлер получил возможность повысить лояльность клиентов, увеличить продажи и снизить издержки на маркетинговые акции за счет адресной работы с потенциальными покупателями.

Система занимается выявлением из всех держателей карт лояльности (2,6 млн человек) тех, кто потенциально может совершить покупку в ближайшие 2 недели. Далее она делает прогноз из ТОП-2 покупок по каждому такому клиенту, определяя из десятков тысяч товарных наименований конкретные позиции до уровня артикула (SKU). Эти позиции и можно порекомендовать людям.

Предполагается, что такие данные помогают ритейлеру существенно повысить вероятность тех или иных продаж, своевременно предлагая скидки интересующему сегменту клиентов, а также снизить затраты на привлечение новых потенциальных покупателей. Размер самой скидки в рамках допустимых значений система рассчитывает для каждого покупателя индивидуально.

Проект охватил более 220 торговых точек по всей России, а также интернет-магазин "Рив Гош". Полный цикл рабочего процесса с применением ML реализован всего за 1,5 месяца. Разработчики решения рассказывают, что оно использует целый комплекс методов машинного обучения, в частности градиентный бустинг, random forest, коллаборативную фильтрацию и другие.

"На первом этапе проекта математическая модель обучалась на данных, консолидированных в CRM-системе, включающих информацию о транзакциях за 2017 год, товарных позициях, товарообороте и поставках, а также историю покупки и демографические данные держателей дисконтных карт. Анализируя скрытые закономерности, ML-система выделила целевой сегмент покупателей и предсказала вероятные позиции в их чеках. Следующим этапом была произведена контрольная рассылка по требуемой категории клиентов, а затем - анализ фактических результатов (покупок)", - говорят разработчики.

Итоги:

После персональных рекомендаций клиенты значительно чаще приходили за покупками. Повторные обращения в "Рив Гош" составили около 47%. При этом в среднем по клиентской базе этот показатель равен 22%. Кроме того, средний чек в этом случае оказался на 42% больше, чем у остальных покупателей.

Удалось вычленив "золотой сегмент" держателей карт лояльности. За выбранный промежуток времени они принесли компании порядка 7% дохода, составляя всего 1% от общей клиентской базы. Что важно: состав, численность и параметры этого сегмента меняются динамически, и система учитывает это в режиме реального времени.

В ближайших планах компании - построение отдельного Data Lake для проведения более глубокой аналитики данных, а также совершенствование системы лояльности. Также "Рив Гош" рассматривает возможность добавить неиспользуемые ранее показатели (информацию о складах, рейтинги товаров и пр.) для расширения выборки и круга решаемых задач.

Источник:

[Big Data на практике: кейс компании "Рив Гош"](#)

58% всех заказов готовой еды оформляется через интернет

Oborot.ru, 18.05.2018

/исследование

Российский рынок онлайн-доставки готовой еды активно развивается. За период с апреля 2017 по март 2018 года 58% от всех заказов готовой еды было сделано через интернет. В целом сегмент фудтеха вырос за это время на 19%, относительно того же периода годом ранее. Об этом свидетельствуют данные американской компании The NPD Group.



В России количество онлайн заказов растет быстрее, чем в США, Канаде, Австралии, Южной Корее и странах Западной Европы. В крупных российских городах за 2017 год оно увеличилось на 60%. Быстрее фудтех рос только в Бразилии – на 65% к 2016 году. В первом квартале 2018 г количество онлайн заказов в целом по России выросло на 7,3% по сравнению с аналогичным периодом 2017 года.

Классические рестораны экспериментируют с планшетами, находящимися прямо на столах. В фаст-фуде устанавливаются киоски самообслуживания, где посетителю предлагается быстро оформить и оплатить заказ без очередей. Рестораны подключаются к сервисам онлайн-доставки, рекламируют себя через мессенжеры и чат-боты, отправляя потребителям купоны на скидки и пуш-уведомления.

Руководитель NPD в России Мария Ванифатова сообщила, что российские онлайн-сервисы доставки стремительно развиваются. В I квартале 2018 года на агрегаторы пришлось 21% рынка доставки, причем они активно расширяли географию присутствия. Быстрее остальных на этом рынке растут сегменты фаст-фуда и кофеен. В апреле 2017 года - марте 2018 года доставка из этих каналов выросла на 27% и 48% соответственно. В фаст-фуде лидирует сегмент бургеров и курицы, его рост за тот же период составил 77%. Явным лидером сегмента доставки в России остается пицца, это каждый второй заказ в России. С апреля 2017 по март 2018 г количество заказов пиццы выросло на 24 %.

Для анализа рынка фудсервиса в NPD разработана специальная онлайн методология Crest, по которой постоянно исследуются рынки 13 странах. В России панель Crest была запущена в 2012 году, в ней участвуют более 10 тысяч жителей 8 крупнейших городов (Москва и Московская область, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск, Нижний Новгород, Казань, Ростов-на-Дону, Самара).

Источник:

[В онлайн делается более половины всех заказов готовой еды](#)

Продажи умных носимых гаджетов выросли вдвое в штуках и втрое в деньгах

Oborot.ru, 17.05.2018

/исследование

В I квартале 2018 продажи умных часов и других носимых гаджетов в России выросли вдвое в штуках и в три раза – в деньгах. Об этом сообщила пресс-служба М.Видео. Продажи смарт-часов и фитнес-трекеров в январе-марте достигли 400 тысяч штук – и 2,9 млрд рублей. Лидер рынка – Xiaomi. Резко нарастили продажи два других китайских бренда – Huawei и Jet. Они заметно потеснили Samsung.

У самого «М.Видео» продажи в этом сегменте выросли в деньгах в 2,7 раза, в штуках – почти втрое, а в принадлежащей ей сети «Эльдорадо» — более чем на 30% в деньгах и в два раза в штуках.

Эксперты объясняют такой быстрый рост сегмента падением средней цены гаджетов на треть – и пропагандой здорового образа жизни в массовой культуре. Кроме того, сами смарт-устройства стали удобными и интуитивно понятными. Постоянно растет спрос на устройства для пожилых и детей с возможностью вызова экстренной помощи – они занимают уже около 13–15% рынка.

Структура рынка носимых устройств меняется на глазах. Практически исчез средний ценовой сегмент смарт-часов на Android Wear стоимостью от 6 до 20 тысяч рублей (ASUS, Motorola). В верхнем сегменте популярны устройства Apple и Samsung, нижний заняли бюджетные китайские производители. Растет спрос на дорогие спортивные часы стоимостью от 15 тысяч рублей.

Лидером в сегменте остается бренд Mi китайской компании Xiaomi. Он занимает треть рынка в штуках. Первое место в денежном выражении сохраняет Apple – более 50% всех продаж в рублях.

Два китайских бренда – Huawei/Honor и Jet за год совершили локальный прорыв на рынке носимых гаджетов. Год назад доля каждого из них в натуральном выражении была около 2%. В первом квартале 2018 она выросла до 11% у Huawei/Honor и 10% у Jet. За короткий срок их электроника почти полностью вытеснила популярную раньше марку Jawbone.

Несмотря на то, что корейский производитель Samsung достаточно популярен в нашей стране, его доля в штуках сократилась за год с 14% до 6%. По мнению аналитика Mobile Research Group Эльдара Муртазина, это связано с тем, что Samsung уже полтора года не выпускал новинок в этой отрасли, плюс, это не основной рынок компании.

Ритейлеры полагают, что носимая электроника будет становиться все популярнее, но некоторые аналитики опасаются, что рынок уже вырос до своего предела и начнет стагнировать. Будущее – за «умниками», но не часами, считают в «Марвел-Дистрибуции». В перспективе нас ждет переориентация на умные одежду, обувь, украшения и очки с технологией дополненной реальности.

Источник:

[Китайская "революция" на рынке носимых гаджетов](#)

Летние отпуска на отечественных курортах

Oborot.ru, 15.05.2018

/исследование

Летние отпуска россияне проведут в Крыму, Сочи и на других отечественных курортах. Об этом говорят данные онлайн-агентства OZON.travel.

Билеты в Симферополь составляют около 36% от всех продаж. По сравнению с прошлым годом спрос в этом направлении увеличился на 4%. Помимо Крыма, в топ-пятерку направлений вошли Москва, Сочи, Анапа и Санкт-Петербург. Заметно увеличился спрос на билеты в Краснодар: он составил +27% год к году. Аналитики объясняют такую динамику грядущим Чемпионатом мира по футболу.

Из зарубежных направлений первое место по продажам билетов заняла Грузия. Спрос на авиабилеты в эту страну за год увеличился в три раза. При этом цена билета снизилась на 13%. На втором месте оказались Черногория и Италия — спрос на них по сравнению с прошлым годом вырос на 9% и 8% соответственно.

Среди более экзотических стран, у пользователей OZON.travel пользуются популярностью Индонезия, Израиль, Исландия, Куба, Доминикана, Шри-Ланка и даже ЮАР.

На 38% вырос спрос на билеты в Японию. Как объяснили эксперты, такой подъём обусловлен в том числе и введением в России с января 2017 года новой системы выдачи виз без наличия гранта на поездки за свой счет.

Самые дорогие направления Бразилия (около 104 тысяч рублей за билет), Французская Полинезия (94 тысячи рублей) и Перу (82 тысячи рублей). Самый дорогой билет на летний период продан в Намибию. Он обошелся покупателю в 385 000 рублей.

Источник:

[Ozon.travel: россияне выбирают внутренний туризм](#)

Интернет-магазины оставляют 1/4 запросов покупателей в соцсетях без ответа

Cossa.ru, 14.05.2018 10:41:00

/исследование

Компания [Callibri](#) изучила 233 сайта интернет-магазинов России, получают ли они максимум от входящего трафика и обращений потенциальных клиентов.



По данным исследования, большинство посетителей сайтов, относительно готовых к покупке, по-прежнему звонят, а не пишут. При этом лишь единицы интернет-магазинов используют коллтрекинг. Таким образом, вероятно, что маркетологи онлайн-магазинов не имеют представления об источниках переходов на сайт и качестве 80% входящих обращений.

Кроме того, исследователи отметили, магазины считают своим долгом завести страницы в социальных сетях, однако недостаточно внимательны к вопросам покупателей в них - 25% остается без ответа, и только на половину ответ дается в течение минуты. Отметим, на социальные сети приходится 1% запросов потенциальных покупателей. В целом, магазины отлично консультируют звонящих клиентов, но тем, кто пишет, отвечают не слишком ответственно.

Количество нецелевых обращений в интернет-магазин достигает почти трети. Предположительно, маркетологам надо проверить: релевантность поисковой выдачи по ключевым словам; качество трафика с платной рекламы; понятность предложения на посадочных страницах.

Источник:

[Callibri](#): каждое пятое обращение в интернет-магазин — нецелевое

Трансформация-3. Цифровая экономика

Xn--80aayoe9ldhg0a2a2j.xn--p1ai, 27.05.2018

/реклама

Отличная новость! Правительство Москвы организует 29-30 мая БЕСПЛАТНЫЙ форум для предпринимателей [«Трансформация-3. Цифровая экономика»](#).

Вас ждет:



- Крупнейший в мире форум-интенсив по развитию предпринимательских компетенций в сфере интернет-экономики;

- Более 35 топовых фигур крупнейших компаний России и зарубежья (Microsoft, Alibaba Group, eBay, Внешэкономбанк, Сбербанк, Ростелеком, Ozon);

- 2 дня супер насыщенного обучения non-stop, самый продуктивный контент из рук опытных практиков по темам инвестиций, упаковки, трафика, конверсии и автоматизации;

И все это – абсолютно бесплатно!

13 000 участников форума «Трансформация-3» уже готовы объединить с вами предпринимательские усилия и сделать Москву экономическим центром мира.

Присоединяйтесь! [Регистрируйтесь уже сейчас](#) и получите места ближе к сцене!

Источник:

[Трансформация-3. Цифровая экономика](#)

Роскомнадзор: Telegram потерял 25% рекламы

Searchengines.ru, 24.05.2018 07:56:00

/мнение

По оценкам главы Роскомнадзора Александра Жарова, представленным во время Петербургского международного экономического форума (ПМЭФ), в настоящее время отток рекламы из Telegram-каналов составляет порядка 25%. Отток пользователей тоже колеблется в пределах порядка 25% из-за того, что пользователям с Telegram становится неудобно работать. Жаров полагает, что в ближайшие месяцы блокировка достигнет большего эффекта.



Telegram

При этом, по данным Crosser Bot, проанализировавших активность почти трех миллионов подписчиков русскоязычных каналов Telegram, доля пользователей мессенджера за месяц после блокировки [уменьшилась](#) всего на 7%. С точки зрения специалистов компании, виной изменения статистики являются не блокировки Роскомнадзора, а майские праздники, во время которых традиционно все интернет-ресурсы немного теряют в посещаемости. Они же считают, что рекламная активность в Telegram не снижалась.

Источник:

[По данным Роскомнадзора отток рекламы и пользователей в Telegram после блокировки составил около 25%](#)

Беларусь дополняет закон "О защите прав потребителей"

House.gov.by, 17.05.2018

/новость

Депутатский корпус Беларуси принял во втором чтении поправки в закон "О защите прав потребителей". Как рассказала депутат белорусского парламента Наталья Жибуль, в этом документе уточняются права потребителя сразу по нескольким вопросам. В том числе, изменения произойдут и в сфере интернет-торговли.

В частности, расширяется определение термина "документ, подтверждающий факт приобретения товара". Теперь это не только бумажный чек, но и электронная его форма.

Устанавливается право потребителя на выбор наличной или безналичной формы оплаты товара. Вводится запрет на установление различных цен в отношении одного вида товаров в зависимости от формы оплаты.

Кроме того, продавец теперь обязан возвращать денежные средства потребителю в той же форме, в какой была произведена оплата. Что важно: при возврате денег за покупку с покупателя нельзя больше будет требовать документ, удостоверяющий личность, теперь официально достаточно только кассового чека. Кстати, само определение документа, удостоверяющего покупку, изменено с учетом того, что сегодня люди много чего приобретают через интернет.

В законе описаны требования к размеру шрифта, используемого для указания цены товара. В том числе предполагается введение требований по размеру шрифта на страницах интернет-магазинов. "Теперь цена при продаже товаров через интернет должна быть написана шрифтом, не более чем в два раза отличающимся по размеру от самого большого шрифта в рекламе товара", - говорит Жибуль.

Отдельно прописан пункт о белорусском и русском языках. Депутаты решили не обязывать производителей размещать на упаковке белорусских товаров и ценниках информацию на белорусском языке, можно только на русском. Также необязательно пользоваться белорусским языком в сфере услуг.

Законодатели акцентируют внимание на том, что поправки направлены на приведение норм закона о защите прав потребителей в соответствие с законодательными актами Республики Беларусь, требованиями технических регламентов Таможенного союза и технических регламентов Евразийского экономического союза.

Источник:

[17 мая 2018 года состоялось очередное заседание четвертой сессии Палаты представителей, на котором рассмотрены 8 вопросов](#)

PayPal создает ПО виртуальных очков с функцией оплаты

Cnbc.com, 14.05.2018

/новость

PayPal [разрабатывает](#) систему виртуальных очков с функцией оплаты покупок, сообщает SNBC.



Такие очки смогут показывать пользователю информацию о продукте и о способах его покупки, стоит навести на них взгляд: соответствующие изображения будут накладываться на физический объект. Покупатель, рассматривающий нужный ему товар на полках магазинов, увидит зависшее в воздухе виртуальное его описание, включающее цену, варианты оплаты и условия возврата.

Кроме того, очки помогут сразу же приобрести этот товар в интернет-магазине, так как вся необходимая информация о счете клиента будет зарегистрирована в системе.

В PayPal не сообщают, на какой стадии находится разработка, однако буквально на днях компания обновила свой [старый патент](#), который описывает систему покупок в дополненной реальности (AR). Как следует из странички патента, первоначально эта идея появилась в компании ещё в 2016 году.

Старший вице-президент и финтех-аналитик компании Jefferies Рамси Эль-Ассала убежден, что новая система может стать еще одним полезным решением для цифровых платежей. "Поскольку сегодня физическая и цифровая коммерция объединяются воедино, этот патент заставляет думать, что PayPal продолжает планировать её реализацию", - говорит он.

Источник:

[PayPal has an idea for augmented reality payment glasses](#)

Alibaba Group ищет новое помещение для офиса в Ванкувере

Westerninvestor.com, 14.05.2018

/новость

Alibaba Group ищет новое помещение для своего офиса в Ванкувере. В течение "двух-трех лет" число его сотрудников должно вырасти до 30 человек. Об этом [сообщил](#) генеральный директор Alibaba Group в Северной Америке Стив Ванг, выступая на e-commerce-форуме в Ванкувере.



"Не считайте мои слова заявлением, что мы сегодня же откроем офис, – добавил Ванг. – Сейчас мы разрабатываем программу, как помочь канадским компаниям выйти на китайский рынок. Но в долгосрочной перспективе мы намерены расширять нашу деятельность в Канаде".

Ванг живет в Ванкувере, но курирует работу сотен сотрудников Alibaba Group в шести североамериканских офисах: в Сиэттле, Сан-Франциско, Лос-Анджелесе, Сан-Матео, Вашингтоне и Нью-Йорке.

"У Alibaba Group пока еще нет сотрудников в Канаде, и мы пока не собираемся создавать офисы вне Ванкувера", – добавила Кэндис Хуанг, старший менеджер компании по международным корпоративным связям.

Хуанг сообщила, что сотрудники будущего офиса в Ванкувере начнут работать в первую очередь над тем, чтобы помочь канадским брендам получить доступ к платформам Alibaba. Другие сотрудники будут привлекать компании, связанные с туризмом, на онлайн-платформу для путешественников Fliggy, которая, в основном, содействует поездкам китайских граждан за границу.

B2C-компании из Канады уже давно представлены на Alibaba, среди них, к примеру, Lululemon Athletica Inc., Arc'Teryx и Norco Bicycles. Их число быстро растет, начиная с сентября 2016, когда премьер-министр Канады Джастин Трюдо во время визита в Китай встретился с основателем Alibaba Джеком Ма и объявил о соглашении между канадским правительством и китайским интернет-гигантом.

Источник:

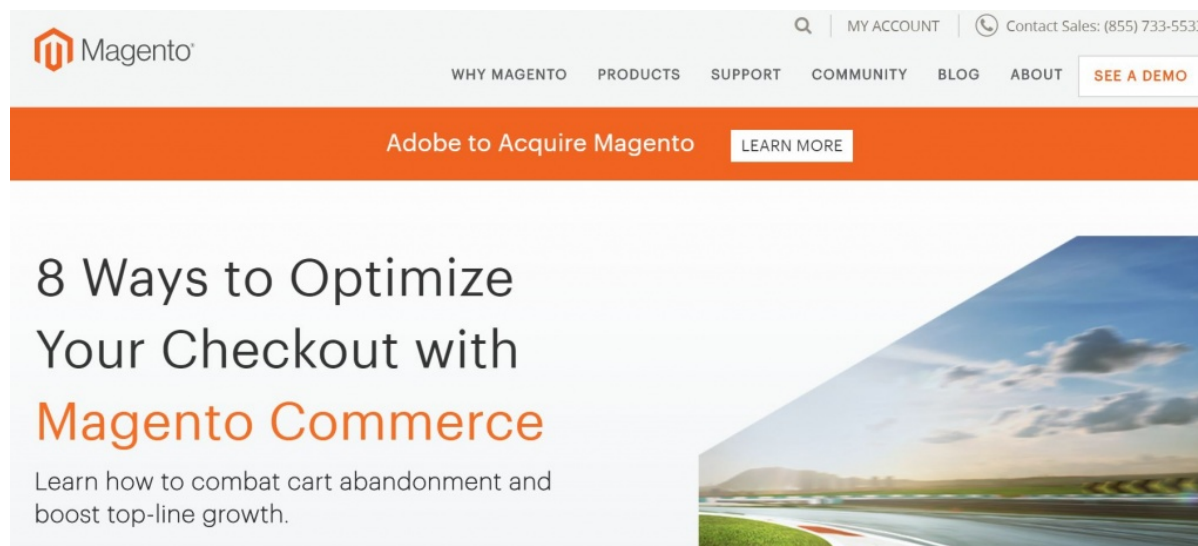
[Chinese e-commerce giant seeks real estate for Vancouver office](#)
[Alibaba откроет офис в Канаде](#)

Adobe купил commerce-решение Magento Commerce за \$1,68 млрд

Techcrunch.com, 21.05.2018 10:09:00

/новость

Adobe договорилась о приобретении компании-лидера среди международных решений для e-commerce Magento Commerce за \$1,68 млрд, [сообщается](#) в заявлении компании. Это третья по величине сделка корпорации. Ожидается, что она будет закрыта Adobe в третьем квартале 2018 г.



Компания Adobe рассчитывает, что новое приобретение поможет в развитии облачных сервисов Experience Cloud, среди которых есть услуги аналитики, рекламы и маркетинга. По сообщению компании, эта часть бизнеса растет медленней и приносит меньше дохода, чем ее софт вроде Photoshop. Среди компаний, использующих программное обеспечение Magento, — Canon, Rosetta Stone, Coca-Cola и Nestle.

Источник:

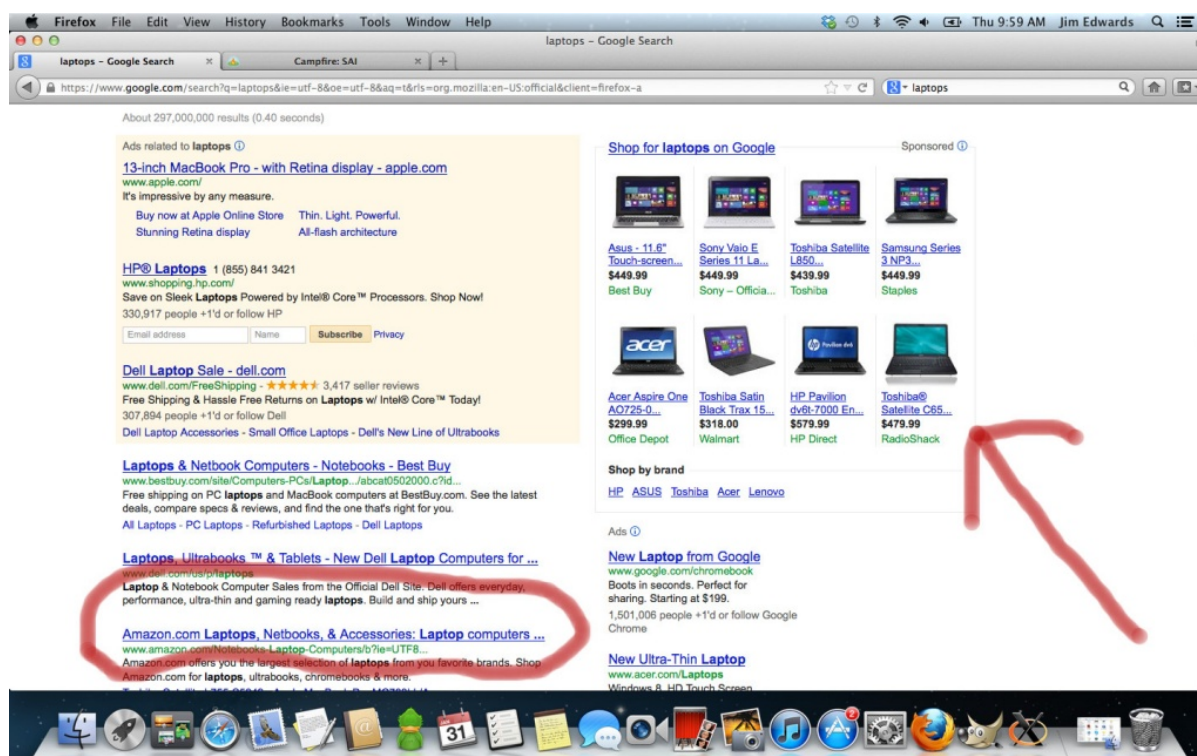
[Adobe to acquire Magento for \\$1.68B](#)

Amazon прекратила размещать рекламные объявления в Google Shopping

Uk.businessinsider.com, 17.05.2018 10:24:00

/новость

Корпорация Amazon прекратила размещать рекламные объявления на торговых сервисах Google. Отметим, реклама Amazon появилась в Google Shopping в 2016 г.



Несмотря на то, что компания Alphabet Inc. не раскрывает доход от рекламных объявлений Google, по оценке маркетинговой фирмы Merkle Inc., потери Google из-за ухода Amazon могут достигнуть \$50 миллионов в год. Amazon был победителем в аукционах по своим товарам в течение полутора лет. Благодаря Google's Shopping Ads, бренды, продающиеся на площадке, всегда появлялись в верхней части поисковой выдачи Google. Там же были изображения товаров, информация о цене и бесплатной доставке или наличии специальных предложений от Amazon.

Теперь компания рассчитывает на свою собственную способность управлять поисковым трафиком, без рекламы Google. Отказ Amazon от платной рекламы в "Google Покупках" может стать благом для других розничных торговцев, поскольку им не придется конкурировать с ним в поиске, считают эксперты. В основном, Amazon размещал в Google Shopping рекламу мебели, спортивной одежды и канцтоваров. Отмечается, что после отказа компании оплачивать объявления, Zappos и некоторые дочерние компании по-прежнему пользуются сервисом.

Источник:

[Amazon is no longer bidding on Google shopping ads](#)

[Amazon Stops Buying Prized Shopping Ads on Google](#)

Рынок грузовых дронов сильно вырастет

Shopolog.ru, 14.05.2018

/исследование

J'son & Partners Consulting представила результаты исследования: «Рынок грузовых дронов (ГБЛА) в России и в мире, 2017-2020 гг.», подготовленного при поддержке Ассоциации «АЭРОНЕТ», единственного в России профессионального объединения юридических лиц, осуществляющих разработку и эксплуатацию гражданских беспилотных авиационных систем.

Мировой рынок грузовых БЛА (ГБЛА; Cargo UAV, cargo drone, delivery drone) только формируется. С технологической точки зрения ГБЛА уже готовы к коммерческой эксплуатации - многие производители добавили их в свои продуктовые портфели и тестируют модели грузовых БЛА. Но лишь единичные компании осуществляют продажи или оказывают услуги по грузовым перевозкам, в странах, где БЛА разрешены.

Несмотря на то, что основное число производителей осуществляет свою деятельность в США, Китае и Европе, современным центром оказания услуг на базе ГБЛА является также и Африка, именно ввиду отсутствия регуляторных ограничений. Основным сдерживающим фактором развития перевозок грузов с помощью ГБЛА во всем мире является авиационное законодательство, которое пока не разрешает оказывать коммерческие услуги по доставке дронами, либо сильно затрудняет их. Поэтому значительная часть реализуемых проектов не публична и реализуется в скрытом или экспериментальном режимах, а ГБЛА производятся под заказ и потребности каждого конкретного заказчика.

В целом, по оценке J'son & Partners Consulting более половины иностранных предложений грузовых дронов в мире уже готовы к коммерческой продаже (56% в продаже, 44% в разработке). Тем не менее, консультанты J'son & Partners Consulting прогнозируют, что в течение 2018-2019 гг. регуляторы ряда стран начнут полноценно допускать грузовые дроны различных категорий для доставки товаров на коммерческой основе, что повлечет за собой стремительный рост предложений на рынке. По прогнозам J'son & Partners Consulting, к 2020 году на долю ГБЛА будет приходиться уже до 9,5% общего объема мирового рынка коммерческих БЛА (% от количества проданных дронов). В стоимостном выражении это порядка \$1,4 млрд в 2020 году.

При этом, мировой рынок услуг на базе ГБЛА к 2020 году превысит рынок продаж дронов в несколько раз. Что касается российского рынка, то потенциал развития ГБЛА огромный, однако для организации полноценной доставки грузов посредством грузовых дронов, помимо очевидной потребности в гармонизации законодательства, необходимо устранение еще целого ряда барьеров. Поэтому пока большинство российских компаний-разработчиков ГБЛА нацелены на продажи на внешних рынках, ввиду законодательных барьеров, а также не находя платежеспособного спроса на рынке России. Тем не менее, в случае оперативной гармонизации законодательства, способствующей развитию hi-tech рынков России в целом, и рынка БЛА в частности, по оценке J'son & Partners Consulting, к 2021 году объем продаж ГБЛА разных моделей на российском рынке может составить \$45 млн или порядка 1500 единиц. Это 200-кратный рост к текущему уровню.

Источник:

[Исследование рынка грузовых дронов в России и в мире](#)

Курсы переподготовки по eCommerce в России

Электронный бизнес. Маркетинг в цифровом мире.

Октябрь 2018 (1 год), РАНХиГС

Прием документов до 30 сентября 2018 года

Программа профессиональной переподготовки научит интегрировать возможности интернет-технологий в стратегию и маркетинг компании. Как вывести новый продукт на рынок, как сформировать и поддерживать имидж компании.

Программа профессиональной переподготовки "IT-Менеджер: Менеджер проектов, Бизнес-аналитик"

РАНХиГС

Октябрь 2018 (1 год)

Прием документов до:

30 сентября 2018 - вечерняя группа

30 сентября 2018 - модульная группа

Целью обучения на программе является формирование навыков управления возрастающими информационными потоками. В результате обучения выпускники уверенно справляются с решением задач, встающих перед менеджерами проектов и бизнес-аналитиками. Объединение компетенций менеджера проекта и бизнес-аналитика позволяют выпускнику браться за решение задач реструктуризации предприятия, обеспечивая техническую и организационную часть на надлежащем уровне, благодаря синергетическому эффекту.

Менеджмент в сфере электронного бизнеса и интернет-проектов

Ноябрь 2018 года (8 месяцев), ВШЭ

Прием документов до 30 октября 2018 года

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

[Retail Global Goldcoast](#)

23-25 мая, Голд-Кост, Австралия

Конференция, выставка и множество мастерклассов с фокусом на реальные решения, помогающие ритейлерам продавать больше товаров онлайн.

[Global E-commerce Summit](#)

25-26 июня, Барселона, Испания

Международное мероприятие, посвященное наиболее важным тенденциям и изменениям в мировой электронной торговле, трансграничной торговле и розничной торговле.

[eTail Europe](#)

19-21 июня, Лондон, Великобритания

Место, где европейские новаторы в области электронной коммерции собираются, чтобы развивать свой бизнес. На протяжении трех дней гости получают массу возможностей пообщаться и поучиться у профессионалов.

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.