

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2019 / №26

01 Июля 2019 - 07 Июля 2019

В выпуске:

Россия:

Ecommerce Weekend в Молдавии: специальная цена для подписчиков на ecommerce мониторинг Data Insight

«Плеер.ру» сменил юрицию

Старшим вице-президентом по электронной коммерции «Связной-Евросеть» назначена Елена Млоток

«Беру» начал продавать товары в кредит

Mail.ru Group инвестировала в проект по доставке еды Performance Food

«Эвотор» тестирует экспресс-доставку товаров из «магазинов у дома»

Mail.Ru Group меняет юрицию Pandao для создания AliExpress Россия

Оборот Wildberries во II квартале 2019 года вырос на 74%

В онлайн-супермаркете «Перекресток» появились фермерские продукты

«Курьер Сервис Экспресс» запустил 250 собственных ПВЗ в 150 городах России

Ассортимент Goods.ru за год вырос в 4 раза, до 1 млн товаров

Интернет-магазин «Перекресток» тестирует продажу готовых блюд

Самый популярный летний транспорт на Яндекс.Маркете — велосипеды и самокаты

Средний интернет-магазин на Avito за год подешевел на 39%

Moody's: Доля онлайн не превысит 1% продовольственного рынка России в ближайшие три года

Доля онлайн-торговли в российском fashion-сегменте составит 12% в 2019 году

Весь мир:

Amazon исполнилось 25 лет

Walmart прогнозирует убытки в \$1 млрд для своего eCommerce-направления

Zalando тестирует выдачу посылок в частных домах

Tmall показал новый формат флагманских магазинов

Лидеры китайского онлайн-ритейла по версии eMarketer (кроме Alibaba и JD.com)

Эксперты Google разработали механизм для прогнозирования возврата товаров

Электронная торговля в Швеции составила почти 15 млрд евро в 2018 году

Кейс:

Как устроена онлайн-биржа редких кроссовок StockX

Россия:

Еcommerce Weekend в Молдавии: специальная цена для подписчиков на еcommerce мониторинг Data Insight

Ecomweekend.ru, 05.07.2019

/новость



Data Insight проводит клубную встречу руководителей крупнейших интернет-магазинов **Еcommerce Weekend с 16 по 18 августа в Молдавии!**

На этом мероприятии пройдет встреча профессионалов, которые своими руками творят будущее интернет-торговли в нашей стране. Встреча проходит в 9-й раз, участники клуба и гости собираются, чтобы обменяться опытом, получить свежие идеи, обсудить эффективность новых инструментов, чтобы определить следующие шаги для роста показателей.

Мы приглашаем крупные интернет-магазины (Топ-100) и крупные бренды, развивающие интернет-торговлю самостоятельно и совместно с интернет-магазинами.

Только **до 1 августа** действует специальная цена для магазинов. Стоимость участия для магазинов составит - **70 000 руб. (без учета НДС).**

В программе Еcommerce Weekend:

- Деловая программа: около 15 уникальных докладов, мастер-классы и тренинги, а также нетворкинговые мероприятия для налаживания деловых связей.
- Экскурсии по Молдавии, знакомство с национальной культурой, едой и напитками.

Подробнее на сайте ecomweekend.ru.

Осталось всего 12 мест. [Зарегистрируйтесь на Еcommerce Weekend.](http://ecomweekend.ru)

Написать организаторам:

live@ecomweekend.ru

+7 (923) 138-12-03

Источник:

EcomWeekend

«Плеер.ру» сменил юрлицо

Rb.ru, 05.07.2019 16:33:00

/новость

Интернет-магазин «Плеер.ру» сменил основное юридическое лицо с ООО «Алеко Т.» на ООО «Электрон». При оформлении заказа на сайте покупатель дает согласие на использование своих персональных данных компании ООО «Электрон». «Алеко Т» теперь занимается доставкой товара.



По данным базы «Контур-Фокус», ООО «Электрон» зарегистрировано 27 февраля 2019 года. Юридический адрес компании почти совпадает с адресом «Алеко Т». Генеральный директор новой компании — Денис Уланский, который ранее не фигурировал как учредитель компаний, связанных с «Плеер.ру».

ООО «Алеко Т» 4 июля также сменило гендиректора: вместо Ольги Жуковой юрлицо возглавил Андрей Орлов.

В апреле 2019 года работа «Плеер.ру» была приостановлена на 30 дней из-за подозрений в подделке чеков. Через месяц магазин возобновил работу.

Источник:

[Бренд «Плеер.ру» сменил юрлицо на фоне возобновления работы](#)

Старшим вице-президентом по электронной коммерции «Связной-Евросеть» назначена Елена Млоток

Rb.ru, 05.07.2019 13:58:00

/новость

На должность старшего вице-президента по электронной коммерции объединенной компании «Связной-Евросеть» назначена Елена Млоток. Она займется разработкой стратегии eCommerce и формированием команды для ее реализации.

Ранее Млоток занимала управленческие позиции в Amazon, Visa, «Фруже» и Henkel, где отвечала за развитие бизнеса, маркетинг, новые продукты и инновации.



Источник:

Бывший топ-менеджер Amazon и Visa Елена Млоток назначена старшим вице-президентом «Связного»

«Беру» начал продавать товары в кредит

Sberbank.ru, 04.07.2019

/новость

Держатели карт Сбербанка, имеющие доступ к Сбербанк Онлайн, могут покупать товары маркетплейса «Беру» в кредит. Опция реализована благодаря интеграции площадки и сервиса платформы онлайн-кредитования «Покупай со Сбербанком».



Пользователю достаточно выбрать кредит в качестве способа оплаты во время оформления заказа в личном кабинете «Беру». Маркетплейс автоматически перенаправляет покупателя в Сбербанк Онлайн, где можно подать заявку и получить ответ банка в течение нескольких минут.

Потребительский кредит выдается только на товары с предоплатой и только на итоговую сумму заказа с учетом всех скидок и Беру Бонусов. Сумма заказа — от 3,5 до 250 тыс. рублей. Доступны сроки кредитования от 3 до 36 месяцев.

Источник:

[Беру и «Покупай со Сбербанком» предоставили возможность совершать покупки в кредит](#)

Mail.ru Group инвестировала в проект по доставке еды Performance Food

Kommersant.ru, 04.07.2019

/новость

MGL Mail.ru Equity Ltd., кипрская структура Mail.ru Group, стала совладельцем головной структуры группы Performance Food. Она управляет одноименным сервисом по приготовлению и доставке наборов продуктов, а также похожим проектом Level Kitchen, сообщает [«Коммерсантъ»](#).



Performance Food называет себя крупнейшим холдингом по производству здорового питания в стране. Он предлагает около 50 программ питания стоимостью 1500-2300 руб. в день. Сервис работает в Москве и осуществляет доставку в пределах 50 км от МКАД.

Level Kitchen предлагает пять программ для поддержания, снижения или набора веса сроком до 30 дней стоимостью 800-1200 руб. в день. Сервис работает в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге и Краснодаре.

Mail.ru Group также принадлежит сервис доставки еды Delivery Club, работающий в 115 городах России и объединяющий около 9500 ресторанов. По данным Morgan Stanley, доля сервиса на рынке доставки готовой еды в России в 2018 году достигла 44%.

По оценкам Infoline, Performance Food занимал 25% российского рынка доставки готовых наборов питания в 2018 году. Ориентировочный оборот компании — около 650 млн руб. «Фридом Финанс» оценил возможную стоимость Performance Food в 10-20% от выручки — это 65-130 млн руб.

В конце 2018 года Яндекс выкупил 83,3% сервиса «Партия еды», на базе которого сегодня развивает проект Яндекс.Шеф. По данным Infoline, он контролирует около 16% рынка. По информации Яндекса, с момента запуска сервиса число заказов удвоилось. Infoline называет лидером рынка доставки готовых наборов продуктов Grow Food с долей 42%.

Все подобные сервисы показывают незначительный оборот, со временем сталкиваются с оттоком пользователей и имеют проблемы с ростом, считает партнер Data Insight Федор Вирин. Вероятно, продукт не полностью подходит аудитории, но решения пока ни у кого нет, отмечает он.

По прогнозам Infoline, оборот этого рынка может превысить 20 млрд руб. к 2022 году.

Источник:

[У Mail.ru Group проснулся аппетит](#)

«Эвотор» тестирует экспресс-доставку товаров из «магазинов у дома»

Kommersant.ru, 04.07.2019

/новость

Производитель онлайн-касс «Эвотор» тестирует платформу экспресс-доставки товаров из «магазинов у дома», сообщает [«Коммерсантъ»](#) со ссылкой на представителя компании.

ЭВОТОР

Первый партнер — сервис Dostavista.Market. В тесте участвуют 37 торговых точек Москвы. «Эвотор» рассчитывает в 2020 году расширить проект в регионах, присоединив к нему до 150 тыс. магазинов.

«Эвотор» обеспечивает расходы на разработку онлайн-витрины, создание карточек товаров и интеграцию с сервисами доставки. Во время пилотного проекта магазины тестируют сервис бесплатно. После запуска в коммерческом режиме они будут оплачивать комиссию за каждый заказ. Присоединиться к платформе сможет любой магазин, использующий смарт-терминалы «Эвотор». Сейчас зарегистрировано около 500 тыс., большинство — в «магазинах у дома».

Похожие проекты реализуют и другие производители онлайн-касс. Так, i-Retail развивает сервис привлечения покупателей в точки своих клиентов.

«Успех проекта "Эвотора" зависит от того, как сами "магазины у дома" будут продвигать опцию доставки», — считает партнер Data Insight Борис Овчинников. В малой рознице средний чек обычно ниже, чем в крупной. Наценка за доставку порядка 100 руб. увеличит стоимость заказа, что снизит интерес покупателей.

«Эвотор» — проект Сбербанка, сооснователя Qiwi Андрея Романенко и компании «Атол».

Источник:

[Онлайн-кассы поставят на витрину](#)

Mail.Ru Group меняет юрлицо Pandao для создания AliExpress Россия

Kommersant.ru, 04.07.2019 19:49:00

/новость

Mail.Ru Group переводит принадлежащий ей маркетплейс Pandao с ООО «Мэйл.ру» на дочернее ООО «Агрегатор-С онлайн» в связи со сделкой по созданию совместного предприятия AliExpress Россия. Смена юрлица не повлияет на работу площадки.



Соглашение о создании СП AliExpress Россия было подписано между китайской Alibaba Group, «МегаФоном», Mail.ru Group и Российским фондом прямых инвестиций (РФПИ) 5 июня. Основными владельцами СП будут российские инвесторы, в совет директоров войдут представители всех участников сделки.

Источник:

[Pandao меняет юрлицо для создания «AliExpress Россия»](#)

Оборот Wildberries во II квартале 2019 года вырос на 74%

Е-repper.ru, 03.07.2019 11:50:00

/новость

Оборот Wildberries в втором квартале 2019 года вырос на 74% — до 46 млрд руб. по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Количество покупателей увеличилось на 85%.



Быстрее всего рос оборот в категориях: электроника (+617%), оргтехника (+581%), зоотовары (+403%), продукты питания (+394%), инструменты (+333%), садовая техника (+323%), товары для праздника (+293%), канцелярские товары (+246%), садовый инвентарь (+242%), бытовая техника (+230%).

Значительный рост продаж во втором квартале 2019 года отмечен в Ленинградской области (+176%), республиках Карелии (+159%) и Адыгеи (+115%), Калининградской (+109%) и Владимирской областях (+108%).

ТОП-10 товаров по продажам с апреля по июнь 2019 года: роботы-пылесосы, фитнес-браслеты, тушь для ресниц, подгузники, средства для педикюра, электрические грили, наборы ножей, кофе-машины, пылесосы, детские конструкторы.

Продажи в первой половине 2019 года по сравнению с аналогичным периодом 2018 года выросли на 79% — до 85 млрд руб. Количество заказов увеличилось вдвое — до 65 млн штук. Свыше 80% покупок клиенты предпочитают получать в пунктах выдачи Wildberries. Собственная сеть ПВЗ за полгода выросла на 1800 точек и насчитывает около 4700 пунктов в России, Беларуси, Казахстане, Армении и Киргизии.

Источник:

[Оборот Wildberries за полгода вырос ещё на 79%](#)

В онлайн-супермаркете «Перекресток» появились фермерские продукты

New-retail.ru, 02.07.2019 14:15:00

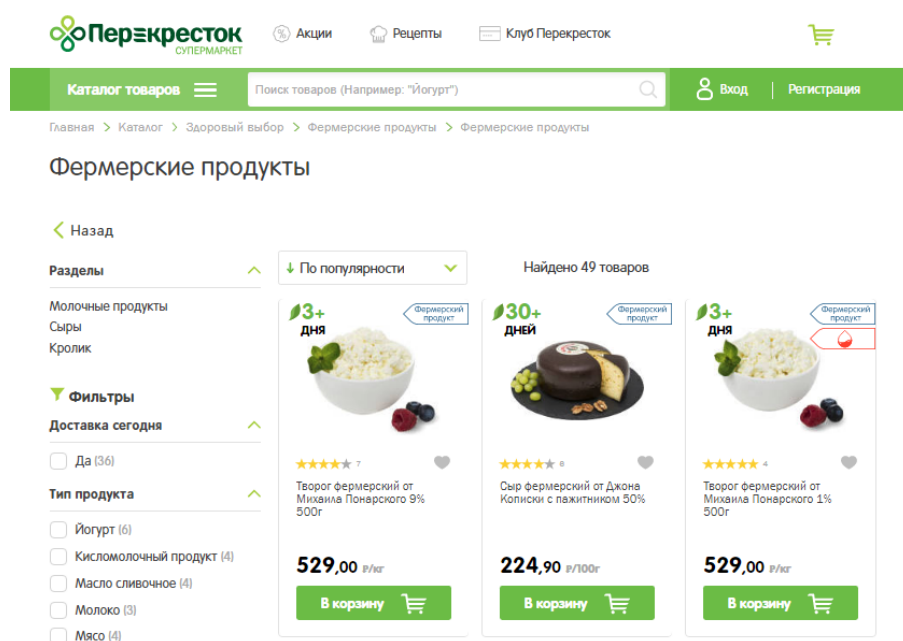
/новость

Онлайн-супермаркет «Перекресток» начал продавать фермерские продукты в рамках развития направления ЗОЖ. В ассортименте представлены более 60 наименований товаров от разных брендов. Один из первых партнеров — марка «Ешь деревенское».

До конца августа на сайте появится около 50 наименований молочных товаров бренда, в будущем ассортимент расширят. Продукция «Ешь деревенское» будет доступна только в онлайн-супермаркете.

Наряду с фермерскими продуктами в «Перекрестке» доступны онлайн продукты для здорового питания, например, под брендом «Зеленая линия» (совместный проект с продовольственной платформы «Тилси»), а также небольшие бренды, представленные 2-3 наименованиями товаров.

В компании отмечают, что продукция из категории ЗОЖ встречается в 41% чеков онлайн-магазина. Ее продажи в первом полугодии 2019 года выросли на 20% по сравнению с аналогичным периодом 2018 года.



Источник:

Perekrestok.ru начал доставлять фермерские товары

«Курьер Сервис Экспресс» запустил 250 собственных ПВЗ в 150 городах России

Oborot.ru, 02.07.2019

/новость

Логистическая служба «Курьер Сервис Экспресс» запустила в 150 городах России 250 собственных пунктов выдачи заказов (ПВЗ) на базе своих представительств и филиалов. В таких ПВЗ можно как забрать, так и отправить посылку.



В компании отмечают, что услуга востребована среди некрупных российских онлайн-ритейлеров, которым дешевле самим привозить заказы в ПВЗ, чем вызывать курьера в офис. С учетом партнерских сеть теперь насчитывает 1500 точек. До конца июля КСЭ также начнет выдавать онлайн-заказы в 1200 партнерских постаматах.

Партнерами компании станут сети ПВЗ Hermes, Lamoda и небольшие региональные компании. Служба договорилась о доставке отправок в постаматы под брендами «Халва», TelePort, которые расположены в магазинах, банках, торговых центрах и подъездах многоквартирных домов в более чем 250 городах России.

К концу 2020 года компания планирует увеличить сеть ПВЗ до 5000 точек. КСЭ договорилась о стратегическом партнерстве с X5 Retail Group. Компании будут совместно доставлять заказы из интернет-магазинов в сети «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Карусель», а также курьерами до двери клиента.

Источник:

[«Курьер Сервис Экспресс» расширил сеть ПВЗ до 1,5 тысяч](#)

Ассортимент Goods.ru за год вырос в 4 раза, до 1 млн товаров

E-repper.ru, 02.07.2019 07:56:00

/новость

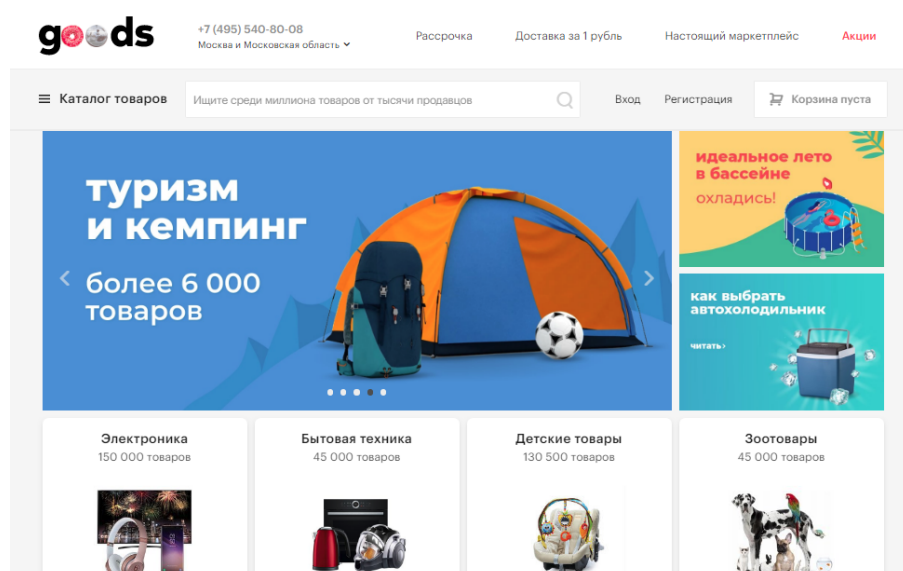
Количество товаров на маркетплейсе Goods.ru за год выросло в четыре раза и превысило 1 млн SKU. Число интернет-магазинов, выставяющих свои товары, составило 2500.

На маркетплейсе представлено 12 основных категорий товаров. Наиболее популярные:

- детские товары (пюре, каши, подгузники);
- зоотовары (корма для кошек и собак);
- продукты (кофе, чай, молоко, питьевая вода).

В мобильном приложении пользователи часто покупают корейскую косметику, игры для PlayStation и контактные линзы.

Важный драйвер расширения ассортимента — специальный портал, на котором магазины могут самостоятельно добавлять новые товары на площадку. В компании следят, чтобы товар постоянно был в наличии, и популярные модели были представлены у максимального количества продавцов.



Источник:

[Goods.ru похвастался миллионом товаров](#)

Интернет-магазин «Перекресток» тестирует продажу готовых блюд

Kommersant.ru, 02.07.2019

/новость

X5 Retail Group и сервис по доставке рационов питания Grow Food договорились о продаже готовых блюд через интернет-магазин «Перекресток». Проект работает в тестовом режиме.

На онлайн-витрине представлены отдельные блюда: каши, омлеты, мясо, овощи и пр. Стоимость — от 99 до 179 руб. за блюдо. Если продукция Grow Food будет востребована, линейку расширят до готовых наборов на несколько дней или недель под различные цели. Также «Перекресток» дополнил ассортимент готовых блюд продукцией брендов Healthy Food, «У Палыча» и «Натурбуфет».

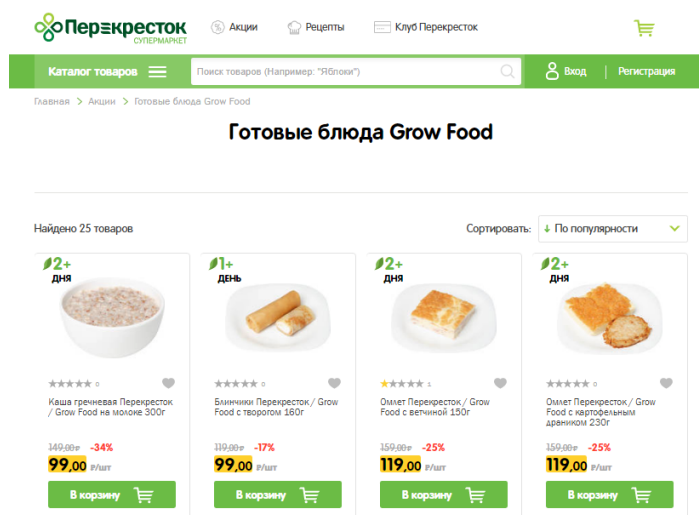
Ранее доставку готовых рационов начал тестировать «ВкусВилл». Стоимость набора готовых блюд — от 1005-1450 руб. в день в зависимости от состава. По данным компании, выполнено более 4000 доставок.

В 2018 году оборот сегмента доставки наборов продуктов был на уровне 2,6 млрд руб., а к 2022 году может превысить 20 млрд руб., считает гендиректор «Infoline-Аналитики» Михаил Бурмистров. Главными игроками на рынке он называет Grow Food с долей около 42%, Performance Food — 25%, Яндекс.Шеф — 16%. По мнению Бурмистрова, к концу 2020 года Яндекс.Шеф станет крупнейшим оператором в сегменте.

По подсчетам Infoline, за 2018 год онлайн-продажи продуктов питания в России выросли на 50%, до 23 млрд руб. Лидирует «Утконос» с оборотом 10,2 млрд руб. Продажи Ozon — на уровне 3 млрд руб., интернет-магазина «Перекресток» — 1,3 млрд руб.

Источник:

[На сетевом пайке](#)



Самый популярный летний транспорт на Яндекс.Маркете — велосипеды и самокаты

Oborot.ru, 05.07.2019

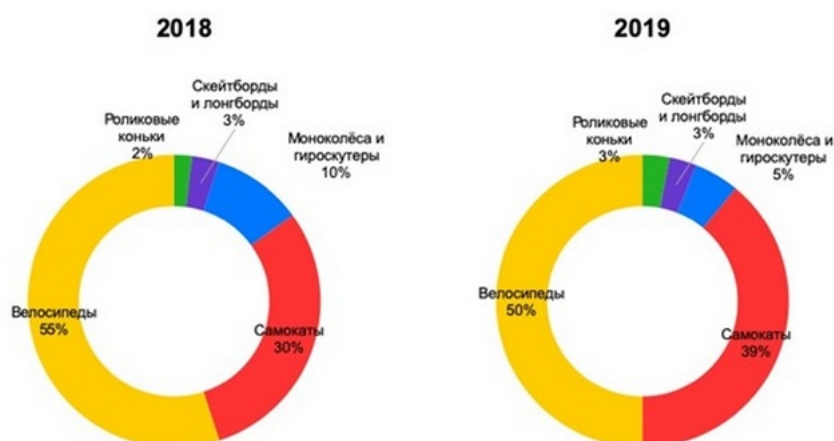
/исследование

Аналитики Яндекс.Маркет подсчитали, сколько раз посетители переходили в интернет-магазины по предложениям летнего транспорта с начала марта по конец июня 2019 года.

Наиболее популярные товары в этой категории:

1. велосипеды
2. самокаты
3. моноколеса и гироскутеры

Доля спроса на летний транспорт на Яндекс.Маркете



Пользователи переходили по предложениям велосипедов почти на 25% чаще, чем по предложениям самокатов. Спрос на велосипеды вырос на 21%, на самокаты — на 75%. Моноколеса и гироскутеры в два раза популярнее скейтбордов и роликов. Пик интереса к спортивным товарам пришелся на время с 20 мая по 16 июня.

Самые популярные производители велосипедов: STELS (30% случаев), FORWARD (12%), Merida (8%). На горные велосипеды пришлось почти половина всех переходов. На карточки с электровелосипедами — 4%. Половина переходов — на карточки моделей дешевле 14,8 тыс. руб.

На электрические самокаты пришлось 63% переходов (в 2018 году — 35%). Складные модели выбирают в 80% случаев. Половина переходов — по предложениям дешевле 10 тыс. руб.

Среди остального электротранспорта пользователи чаще всего интересовались гироскутерами (72% случаев), сегвеями (17%), моноколесами (11%). 50% спроса пришлось на товары стоимостью до 7,5 тыс. руб. 69% переходов — по моноколесам и гироскутерам с LED-подсветкой, 78% — по моделям с поддержкой Bluetooth.

Источник:

[Какие велосипеды и самокаты ищут в Интернете?](#)

Средний интернет-магазин на Avito за год подешевел на 39%

Rbc.ru, 04.07.2019 08:00:00

/исследование

Средняя стоимость готового бизнеса, выставленного на продажу, сократилась за последний год на 8%, подсчитали аналитики сервиса объявлений Avito. Цены снизились практически во всех сегментах бизнеса.



Стоимость среднего интернет-магазина за год упала на 39%, заведения общепита — на 11%, производственной компании — на 6%, сельхозбизнеса — на 5%, компании из сегмента развлечений — на 2%.

Пользователей Avito больше всего интересовало приобретение компаний из сферы услуг (31% запросов контактов), торговых предприятий (24%) и компаний из области общепита (16%).

Источник:

[Эксперты сообщили о росте желания россиян продать свой бизнес](#)

Moody's: Доля онлайн не превысит 1% продовольственного рынка России в ближайшие три года

Vedomosti.ru, 02.07.2019 00:47:00

/исследование

По прогнозам рейтингового агентства Moody's, рынок онлайн-продаж еды будет расти примерно на 20% год. Однако в ближайшие три года доля онлайн на розничном продовольственном рынке будет не выше 1%. В 2018 году на интернет пришлось менее 0,5% продаж продуктов в России.

В прошлом году онлайн-рынок продовольствия в России вырос на 50%, до 23 млрд руб., по оценкам агентства Infoline. Продажи товаров повседневного спроса, включая непродовольственные и товары для животных, дали более 150 млрд руб. оборота за 2018 год. По данным Росстата, оборот всей розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки и табачные изделия, составил 15,1 трлн руб.



По мнению гендиректора «Утконоса» Дэнни Перекальски, продажа еды онлайн в России может превысить 1% рынка в ближайшие год. В Москве результат уже достигнут и через 2-3 года доля может дойти до 4-5%.

К 2025 году онлайн-продажи еды займут 2% рынка, а в Москве и Санкт-Петербурге показатель будет выше, считает директор по стратегии и электронной коммерции торговой сети «Перекресток» Леонид Довладбеян.

В Moody's считают, что онлайн-продавцам пока сложно конкурировать с традиционным розничным сетями. Затраты на обработку и доставку заказов высоки, розничная цена товаров относительно невелика, покупатели не доверяют качеству скоропортящихся продуктов.

Наиболее активен в онлайн-продажах ритейлер X5 Retail Group. У него есть собственный интернет-супермаркет «Перекресток», его магазины «Пятерочка» и гипермаркеты «Карусель» сотрудничают со сторонними сервисами доставки.

Источник:

Онлайн-торговля пока не угрожает крупнейшим российским продуктовым сетям

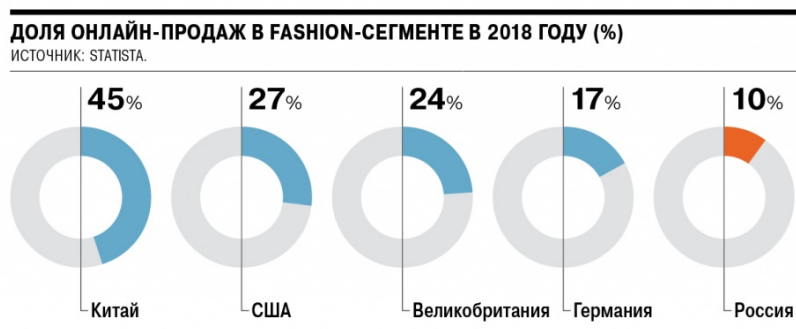
Доля онлайн-торговли в российском fashion-сегменте составит 12% в 2019 году

Kommersant.ru, 01.07.2019

/исследование

По итогам 2019 года доля онлайн-торговли в общем объеме продаж российского сегмента fashion составит 12%, пишет [«Коммерсантъ»](#) со ссылкой на прогноз Fashion Consulting Group (FCG). В 2018 году этот показатель составил 10%, достигнув 235 млрд руб.

Рынок одежды, обуви и аксессуаров — второй по динамике роста сегмент в интернет-торговле после электронных товаров. Россия значительно отстает от других стран: в Китае в 2018 году онлайн-продажи в fashion-сегменте достигли 45%, в США — 27%, в Великобритании — 24% (данные Statista).



Доля продаж всех категорий товаров через интернет в российской рознице — 4%, и аналитики не ожидают существенных изменений в 2019 году. Около 25% россиян предпочитают совершать покупки на вещевых ярмарках. Около 90% опасаются, что качество товара может отличаться от заявленного на сайте. Также покупатели сомневаются в надежности транзакций при оплате заказа и сохранности персональных данных.

Главная проблема eCommerce в России — дефицит необходимой инфраструктуры, считает представитель Ozon Иван Мельников. В стране не хватает минимум 1 млн м2 специально выделенных для онлайн-ритейлеров складских зон. Ситуацию может изменить не только строительство складской недвижимости, но и развитие fashion tech (работа с данными, виртуальные примерочные).

Одежда входит в ТОП-5 самых популярных товаров на Ozon: в 2018 году ее продажи выросли на 70%. По подсчетам FCG, Ozon наряду с Wildberries и Lamoda контролирует более 50% продаж в fashion-сегменте. Директор по развитию Wildberries Вячеслав Иващенко заявил со ссылкой на аналитику Data Insight, что на компанию приходится около 70% рынка по числу заказов. В 2018 году россияне сделали около 86 млн заказов, 61 млн из которых пришелся на Wildberries.

По прогнозам FCG, в перспективе семи-восьми лет онлайн-покупки смогут достичь 25-30% от общего объема. Рост eCommerce будет происходить за счет размывания границы между офлайн- и онлайн-торговлей и притока покупателей из регионов, где выбор брендов и товаров ограничен, считают в сети универмагов «Стокманн».

Источник:

[Одежде тесно в интернет-магазинах](#)

Amazon исполнилось 25 лет

Bbc.com, 05.07.2019

/новость

В прошлом году Amazon стала второй в мире публичной компанией, которая была оценена в 1 трлн долл. после Apple, и второй по рыночной оценке в мире после Microsoft. В американском ритейле компания занимает долю 7,7%.

Потоковые и облачные сервисы, продажа продуктов, производство электроники делают Amazon прямым конкурентом Facebook, Apple, Google and Netflix. BBC обозначил основные вехи в истории онлайн-гиганта.

В 1995 году Amazon начал продавать книги через интернет. Обширные складские площади в США позволили стать лидером сегмента и предложить покупателям более широкий выбор, чем конкуренты. На Amazon сейчас приходится 42% всех продаж книг и 89% продаж электронных книг в США.

В 1999 году Amazon стал крупнейшей платформой онлайн-продаж в мире. В конце 90-х компания начала продавать другие товары: сначала музыку и DVD, затем электронику, игрушки, кухонную утварь.

Растущая сеть складов в США помогла расширить предложение и нарастить популярность среди клиентов. К 2018 году на Amazon приходится 45% американского онлайн-рынка.

В 2000 году компания создала маркетплейс и почувствовала необходимость расширить доставку для постоянных клиентов.

В 2005 году запущена программа Prime, предлагающая ускоренную доставку избранных товаров. Это увеличило продажи во всех категориях. Сервис также предлагает потоковое видео и музыку. Сейчас Amazon Prime — вторая платная программа подписки в мире после Netflix. Участники — 100 млн клиентов.

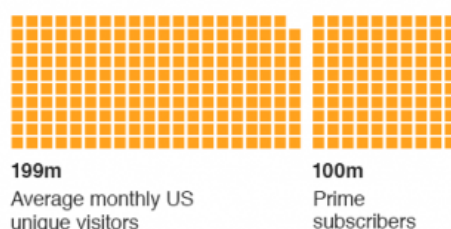
Strong revenue



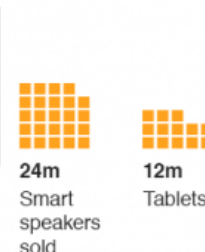
Growing sales



High number of customers

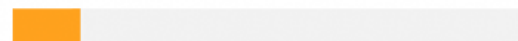


Smart devices

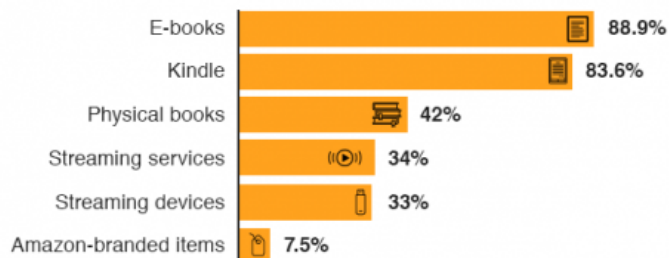


Dominating the retail sector, accounting for

7.7% of all retail in the US



Leading US sales of:



Source: BBC Research

BBC

В 2007 году Amazon выпустил свой первый потребительский продукт — электронную книгу Kindle. Amazon также был первой компанией, выпустившей интеллектуальное устройство — динамик Echo, оснащенный собственной системой искусственного интеллекта Alexa. Сейчас Amazon — третий продавец интеллектуальных устройств в США.

В 2018 году онлайн-продажи Amazon достигли 234,61 млрд долл., из которых 25,5 млрд долл. приходится на продукты питания, а 24,51 млрд долл. — на сегмент fashion. Ожидается, что к концу 2019 года продажи достигнут 275,06 млрд долл., а к концу 2020 года — превысят 320 млрд долл.

Источник:

[Amazon at 25: The story of a giant](#)

Walmart прогнозирует убытки в \$1 млрд для своего eCommerce-направления

Cnbc.com, 03.07.2019 09:44:00

/новость

Walmart прогнозирует для своего подразделения электронной коммерции в США убытки в размере более 1 млрд долл. при объеме продаж от 21 до 22 млрд долл., пишет [CNBC](#) со ссылкой на отчет Vox.



Компания требует от eCommerce-команды распродать некоторые из цифровых брендов, купленных в попытке расширить ассортимент и перенять опыт молодых лидеров.

Walmart в последние месяцы обсуждал продажу бренда мужской одежды Bonobos и магазина женской одежды Modcloth.

В ближайшие три года Walmart также не планирует приобретать новые компании, а вместо этого сосредоточится на развитии собственных брендов, говорят осведомленные источники. Walmart ранее заявлял, что убытки от eCommerce-деятельность в 2019 году увеличатся. Компания также недавно объявила о полном перезапуске ранее приобретенной платформы Jet, чтобы полностью интегрировать ее в свой бизнес.

Сообщается о растущем напряжении между CEO Walmart Грегом Фораном и руководителем eCommerce-направления Марком Лором. Так, Форан хочет уделять больше внимания снижению цен, чем развитию цифровых брендов.

Источник:

[Walmart's e-commerce biz is reportedly racking up \\$1 billion in losses and that's only one problem it has](#)

Zalando тестирует выдачу посылок в частных домах

Fashionunited.com, 03.07.2019

/новость

Zalando, один из крупнейших в Европе онлайн-магазинов модной одежды, тестирует услугу, в рамках которой частные лица предлагают свои дома в качестве пунктов выдачи посылок. Проект может принести дополнительный заработок людям, которые проводят большую часть дня дома.



Zalando и его партнер по доставке в Скандинавии PostNord проводят эксперимент в Дании. В нем задействованы 50 домохозяйств. Компании подсчитали, что помимо удобства инициатива также уменьшит негативное влияние на окружающую среду при доставке посылок.

Источник:

["Airbnb of fashion": online store uses people's homes as pick-up points](#)

Tmall показал новый формат флагманских магазинов

Alizila.com, 02.07.2019

/новость

Tmall продемонстрировал брендам следующее поколение флагманских магазинов. Новый формат Flagship Store 2.0 предполагает более персонализированное взаимодействие магазинов с потребителями.

Например, вероятные покупки размещаются на первой странице магазина. Покупателям не нужно искать то, что они хотят. Алгоритмы собирают и сравнивают ваучеры и промо-акции, рассчитывая лучшие цены.

Обновленные магазины также предлагают контент в соответствии с индивидуальными предпочтениями. Например, пользователи, которые любят смотреть видео, увидят больше короткого видеоконтента.

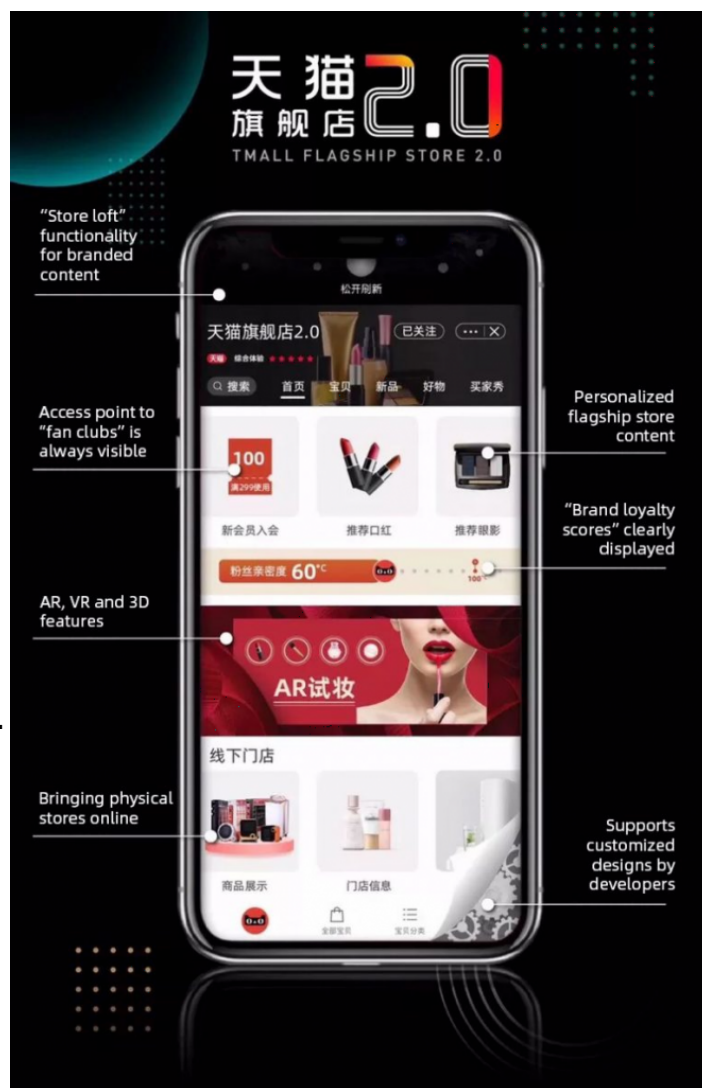
Продавцам Tmall предлагает расширить взаимодействие с потребителями. Платформа создала «оценки лояльности к бренду». Потребители набирают баллы за все действия, совершаемые во флагманском магазине. Чем выше балл, тем больше выгод получают покупатели в «Фан-клубе» бренда.

Чтобы помочь продавцам разнообразить контент в магазине, Tmall использует всплывающие окна, контент на базе дополненной реальности, технологии 3D. На новой вкладке можно найти товары в ближайших физических магазинах, а также узнать об офлайн-привилегиях и услугах.

Флагманские магазины следующего поколения — часть серии сервисных и технологических инноваций, которые Alibaba планирует внедрить в этом году. Tmall заявил, что планирует запустить новый формат магазинов в преддверии глобального фестиваля шопинга 11.11 в ноябре.

Источник:

[TMALL UPS SHOPPING EXPERIENCE WITH NEW FLAGSHIP STORES](#)



Лидеры китайского онлайн-ритейла по версии eMarketer (кроме Alibaba и JD.com)

Emarketer.com, 02.07.2019

/НОВОСТЬ

Экосистема розничной торговли в Китае разнообразна. В то время как Alibaba и JD.com — явные лидеры продаж, несколько других игроков удерживают свои позиции, порой занимая целую нишу на рынке. eMarketer рассказал о площадках, также заслуживающих внимания.

Pinduoduo — платформа для групповых покупок, которая бросает вызов JD.com как второму розничному онлайн-игроку в Китае. Одна из основных причин популярности Pinduoduo — широкое использование его мини-программы WeChat. В первом квартале 2019 года число активных пользователей Pinduoduo в месяц составило 289,7 млн.

Suning — омниканальный ритейлер с сетью из 11 тыс. физических магазинов. Компания предлагает возможность покупать в интернете и получать заказы в магазине, а также услуги установки и обслуживания. Большинство магазинов находятся в Китае, а также в Японии.

Интеграция онлайн-офлайн (O2O) — основное направление деятельности Suning. Ритейлер также открыл «умные» розничные магазины, оснащенные технологиями искусственного интеллекта и распознавания лиц. В феврале 2019 года Suning приобрел магазин Wanda в 37 локациях по всей стране. В планах — оснастить сеть интеллектуальными технологиями и превратить магазины в места, где можно поесть, сделать покупки и развлечься.

Gome специализируется на бытовой электронике, а также предлагает продукты питания, средства личной гигиены, товары для красоты, одежду и аксессуары, предметы интерьера, игрушки, автотовары и сервисы. Стратегия Gome: высокое качество по доступной цене. Ритейлер использует модель прямых продаж и установил отношения с брендами, чтобы обеспечить подлинность продуктов. Gome также управляет примерно 2000 физическими магазинами в более чем 30 провинциях.

Vipshop специализируется на онлайн-скидках. По прогнозам eMarketer, его доля составит 1,2% розничных онлайн-продаж в Китае в 2019 году. На Vipshop пришлось более 50% продаж в категории одежды в первом квартале 2019 года. Количество активных покупателей на цифровых платформах компании в первом квартале 2019 года достигло 29,7 млн, что на 14% больше, чем в прошлом году.

Источник:

Alibaba, JD.com Lead in China, but a Few Others Are Making Dents, Too

Top 10 Companies in China, Ranked by Retail Ecommerce Sales Share, 2019

% of total retail ecommerce sales

1. Alibaba	55.9%
2. JD.com	16.7%
7.3%	3. Pinduoduo
2.5%	4. Suning
1.3%	5. Gome
1.2%	6. vip.com
0.6%	7. Yihaodian
0.2%	8. Dangdang
0.2%	9. Mogujie
0.0%	10. Jumei

Note: includes products or services ordered using the internet via any device, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets, payments such as bill pay, taxes or money transfers, food services and drinking place sales, gambling and other vice good sales; excludes Hong Kong; converted at the exchange rate of US\$1=RMB6.616629 Source: eMarketer, May 2019

T10374

www.eMarketer.com

Эксперты Google разработали механизм для прогнозирования возврата товаров

Venturebeat.com, 01.07.2019 10:25:00

/новость

Исследователи Google и индийской компании электронной коммерции Myntra разработали механизм, который может предсказать вероятность возврата товара еще до покупки.

Технология использует модель машинного обучения на основе набора данных о предпочтениях покупателей, телосложении, представлениях о товаре и многом другом. Эксперты проанализировали информацию о 600 тыс. продуктах и сделках с ними.



Была разработана так называемая «гибридная двойная модель» для прогнозирования вероятности возврата.

Искусственный интеллект учился предсказывать вероятность возврата как на основе анализа корзины, так и на уровне отдельного товара. При этом учитывались бренд, новизна модели, размер корзины, день и время заказа, город доставки, способ оплаты, частота покупки.

Выяснилось, что 4% возвратов происходит, когда в корзине покупателя есть похожие товары. 53% возвратов связаны с неправильно подобранным размером. Если в корзине находится больше пяти товаров, вероятность возврата одного из них — 73%, а если один — лишь 9%. Товары из старых коллекций возвращают вдвое чаще, чем из новых.

В экспериментах самая эффективная система на базе искусственного интеллекта успешно обработала 83,2% характеристик получателей (в зависимости от тщательности проверки) и дала прогноз с точностью 74%. При тестировании на 100 тыс. реальных пользователей точность определения количества заказов уменьшилась на 1,7%, а количество возвратов снизилось на 3%.

Источник:

[AI predicts whether you'll return an item before you buy it](#)

Электронная торговля в Швеции составила почти 15 млрд евро в 2018 году

Ecommercenews.eu, 04.07.2019

/исследование

Оборот электронной торговли в Швеции в 2018 году составил 14,96 млрд евро. В текущем году он вырастет на 12,8% — до 16,89 млрд евро, [прогнозирует](#) Ecommerce Foundation.

В прошлом году электронная торговля составила 3,24% ВВП, прогноз на 2019 год — 3,55%. Покупки в интернете будут делать более 84% шведских онлайн-пользователей (в 2015 году — 78%). Интернет-покупатели тратят в среднем 2124 евро за год. Четыре года назад — 1784 евро.

Как и во многих странах Европы, одежда и обувь — самая популярная онлайн-категория товаров в Швеции — 39%. За ней следуют товары для красоты и здоровья (32%), книги и медиа (27%), домашняя электроника (23%).

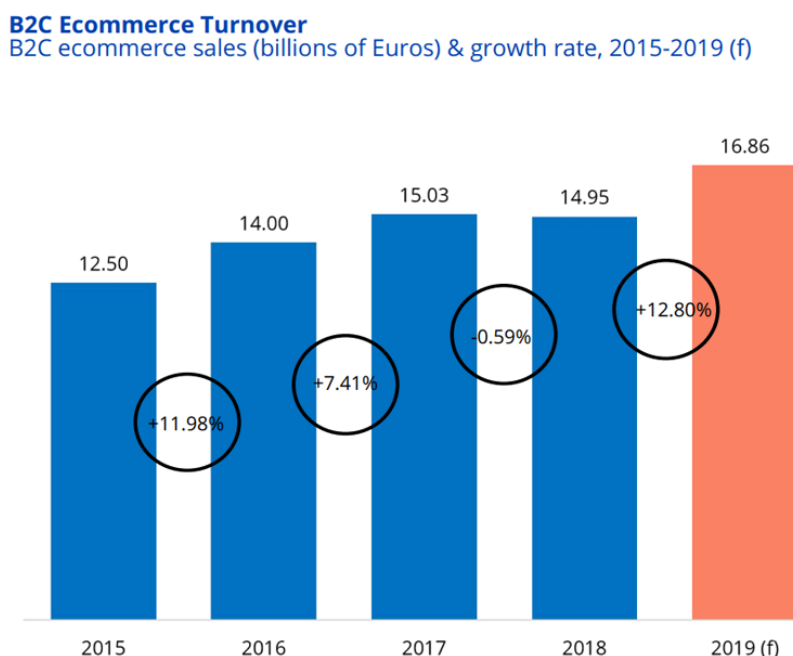
Наиболее популярные способы доставки: самовывоз — 39%, вечерняя доставка на дом — 11%, постаматы и дневная доставка — 9%.

В Швеции любят делать онлайн-покупки жители Норвегии и Финляндии. Но шведы также любят заказывать товары из-за рубежа. Самые популярные направления трансграничного шопинга — Германия (28%), Великобритания (26%), Китай (23%) и США (14%).

В прошлом году среди способов оплаты лидировали карты (53%) и банковские переводы (22%). Наиболее востребованные интернет-магазины в Швеции: Apotea.se, Cdon, Zalando, Adlibris, H&M, Webhallen, Wish, eBay, Bokus и Amazon.

Источник:

[Ecommerce in Sweden to be worth €16.86 billion in 2019](#)



Кейс:

Как устроена онлайн-биржа редких кроссовок StockX

Digitalcommerce360.com, 01.07.2019

/кейс

Онлайн-биржа кроссовок, уличной одежды, часов и сумок [StockX](#) привлекла 110 млн долл. в ходе последнего раунда инвестиций. В результате оценка компании превысила 1 млрд долл.

Биржа StockX была запущена в 2016 году Дэном Гилбертом. Покупка и продажа вещей на площадке работает по аналогии с торговлей на фондовой бирже.

Если товар выпущен ограниченным тиражом и на него есть спрос, цена растет. Например, модели кроссовок, которых доступно всего 500 пар, изначально продавались по 200 долл., но сейчас на вторичном рынке стоят более 10 тыс. долл. На странице товара можно увидеть, как его цена менялась со временем.

Jordan 3 Retro Cyber Monday (2016)

Condition: New | Ticker: AJ3-CYBMON16 | 100% Authentic

Size: All

Last Sale: \$140 ▲ \$50 (35%)

Size: 9 | View All Sizes

\$133 Buy or Bid

Size: 11 | View All Bids

\$215 Sell or Ask

Size: 12.5 | View All Bids



Продавцы пишут желаемую цену, покупатели — делают ставки. Если они совпадают, происходит сделка. Можно купить или продать вещь без торгов, согласившись на текущие условия. После совершения сделки продавцы отправляют товар StockX для проверки подлинности, площадка доставляет его и перечисляет оплату. И продавец, и покупатель сохраняют анонимность.

У StockX также есть IPO для вещей, релиз которых состоялся на площадке. Например, StockX и ювелир Бен Баллер выпустили для биржи 800 пар обуви, украшенной цепями и рэп-текстами.

Маркетплейсы кроссовок очень популярны в США. В дополнение к StockX интернет-ритейлер управляет четырьмя другими торговыми площадками. В совокупности их оборот в 2018 году вырос на 30,9% до 1,15 млрд долл. Это быстрее темпов роста 100 ведущих торговых площадок (22%) и всей электронной торговли США в 2018 году (14%).

Источник:

[IRCE: Why StockX is unlike any other sneaker marketplace](#)

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.