

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2019 / №29

22 Июля 2019 - 28 Июля 2019

В выпуске:

Россия:

База российских пунктов выдачи заказов уже в продаже!

Квартальная выручка СП Яндекс и Сбербанка выросла на 169%, в основном за счет «Беру»

На Турбо-страницах Яндекса для интернет-магазинов появились корзины

Выручка «Юлы» выросла почти вдвое во II квартале 2019 года

Voxberry расширила сеть до 3000 отделений

Delivery Club в 4,2 раза увеличил число заказов собственной доставки

Сбербанк и Mail.ru Group создают online-to-offline платформу в сфере еды и транспорта

Wildberries запустил приложение для партнеров

Instamart заработал в Омске и Волгограде

Онлайн-продажи «Обуви России» выросли на 23% в первой половине 2019 года

YouDo начал продавать на Wildberries фирменную одежду для исполнителей

«ВкусВилл» запустил онлайн-предзаказ продуктов с самовывозом

Яндекс.Маркет начал сотрудничать с сервисом товарных рейтингов Rate&Goods

Русские пряники популярны в китайских интернет-магазинах

АТС и X5 OMNI запустили доставку посылок с AliExpress российским получателям

ОПИ: 24% крупных российских онлайн-магазинов одежды не принимают оплату картами

Объем онлайн-продаж товаров через «лидеров мнений» в I половине 2019 года — около 60 млрд руб.

АЕБ: Число онлайн-покупок автомобилей выросло на 39% за полгода

Wildberries — самый быстрорастущий ритейлер России по версии INFOline

Весь мир:

Продажи Amazon во II квартале 2019 года выросли на 20%

Продажи Amazon в Prime Day выросли на 71%

Alibaba пустил на B2B-платформу продавцов из США

Amazon с партнерами запустили сервис в сфере недвижимости

Etsy покупает маркетплейс музыкальных инструментов

Электронная коммерция в Ирландии составит 2,2 млрд евро к концу 2019 года

Обновленный сервис Google Shopping запущен в США

Episerver: С компьютеров приобретают больше товаров

Россия:

База российских пунктов выдачи заказов уже в продаже!

Datainsight.ru, 22.07.2019

/новость



Мы собрали для вас базу ПВЗ. Общее количество точек выдачи в базе - 33 710 штук.

Данные о каждой точке ПВЗ:

- Регион
- Город
- Стандартизированный адрес (стандартизация по IDQD)
- Географические координаты (по IDQD)
- Сеть, в которую входит точка (или сети)
- Статус точки (уникальная/нет)
- Режим работы точки (доступно не для всех точек).

Компании, точки ПВЗ которых вошли в базу:

220 volt, Связной | Евросеть, Citilink, Ozon, Wildberries, Главпункт, Деловые линии, Индекс Экспресс, КИТ, КСЭ, ПЭК, Халва, Voxberry, CDEK, DPD, EASYWAY, Express.ru, Grastin, Hermes, IML, K-Mestu, Logsis, PickUp, PickPoint, Shiptor, Shop-Logistic, Teleport, Почта России, Сбербанк

Срок подготовки: 3 рабочих дня после оплаты

Контакты для заказа базы:

Бокша Екатерина, coordinator@datainsight.ru
+7 (495) 540-59-06

Источник:
[Data Insight](#)

Квартальная выручка СП Яндекс и Сбербанка выросла на 169%, в основном за счет «Беру»

Kommersant.ru, 26.07.2019 15:30:00

/новость

Группа компаний «Яндекс.Маркет», совместное предприятие Яндекса и Сбербанка, во втором квартале 2019 года нарастила выручку на 169% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года — до 3,9 млрд руб.



Существенный вклад внес маркетплейс «Беру», ежемесячный оборот которого превысил 1 млрд руб., а ежемесячная аудитория достигла 9 млн человек. Во втором квартале к маркетплейсу подключились более 700 интернет-магазинов и производителей, общее число магазинов на платформе — больше 2100. Продажи партнеров обеспечивают более 30% оборота.

Выручка сервиса сравнения цен «Яндекс.Маркет» составила 1,8 млрд руб. — рост на 30% по сравнению со вторым кварталом прошлого года. В среднем дневная аудитория выросла на 32% — до 3,2 млн уникальных пользователей.

Консолидированная выручка Яндекса без учета «Яндекс.Маркета» во втором квартале 2019 года выросла на 41% — до 41,4 млрд руб.

Источник:

[Выручка «Яндекс.Маркета» выросла на 169%](#)

На Турбо-страницах Яндекса для интернет-магазинов появились корзины

Webmaster.yandex.ru, 25.07.2019 11:54:00

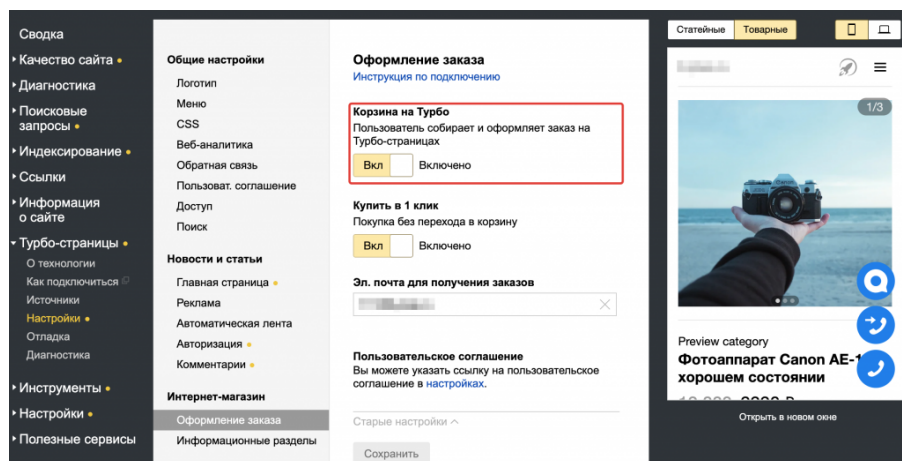
/новость

Яндекс добавил на Турбо-страницы возможность подключить корзину, которая позволяет оформить заказ в интернет-магазине в ускоренном режиме, без перехода на основной сайт.

Если процесс был прерван, пользователь может легко вернуться и продолжить покупку. Даже если он не авторизован на сайте, отобранные товары сохраняются в Турбо-корзине на долгое время. Заказы будут собираться в Турбо-корзину сайта со всех карточек товаров, а затем отправляться в виде письма на почту магазина.

Чтобы у пользователей Турбо-магазина появилась такая возможность, необходимо в разделе «[Настройки Турбо-страниц](#)» указать почту для приема заказов и включить эту функцию.

Технология Турбо-страниц позволяет создавать легкие версии страниц, которые загружаются быстро даже при медленном подключении к интернету.



Источник:

[Корзины стали доступны на Турбо-страницах для интернет-магазинов](#)

Выручка «Юлы» выросла почти вдвое во II квартале 2019 года

Retail-loyalty.org, 25.07.2019

/новость

Выручка сервиса объявлений «Юла» по итогам второго квартала 2019 года выросла в 1,9 раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составила 455 млн руб.



Выручка за первое полугодие составила 839 млн руб. До конца 2019 года «Юла» планирует заработать около 2 млрд руб.

Монетизация сервиса началась в ноябре 2017 года. В декабре выручка составила 2 млн руб. в день. По итогам 2018 года Юла заработала более 1 млрд руб., а в первом квартале 2019 года — 384 млн руб.

Источник:

[Юла увеличила выручку за второй квартал 2019 года](#)

Boxberry расширила сеть до 3000 отделений

Logistics.ru, 25.07.2019

/новость

Служба доставки Boxberry открыла свое 3000-ное отделение, оно располагается в Санкт-Петербурге. С августа 2018 года сеть увеличилась на 1000 точек.

Сервис представлен в 556 городах, курьеры работают в 1200 населенных пунктах. Лидеры по количеству отделений — Москва (341 пункт) и Санкт-Петербург (193 пункта).

Boxberry сотрудничает с 6000 интернет-магазинов, чуть более 40% из них — региональные ритейлеры. Активнее всего отправляют товары продавцы из Екатеринбурга, Казани, Нижнего Новгорода, Иваново, Челябинска. В первых двух кварталах 2019 года онлайн-ритейлеры отправили через сервис почти на 70% больше грузов, чем за аналогичный период прошлого года.



Источник:

[Сеть Boxberry выросла до 3 000 отделений](#)

Delivery Club в 4,2 раза увеличил число заказов собственной доставки

New-retail.ru, 25.07.2019 11:54:00

/новость

Сервис доставки еды из ресторанов Delivery Club в 4,2 раза увеличил число заказов собственной доставки во втором квартале 2019 года по сравнению с тем же периодом 2018 года.



Объем собственной доставки теперь превышает 40% от общего числа заказов. Сервис также удвоил выручку, до 865 млн руб., и увеличил количество ресторанов-партнеров до 10,5 тыс.

Delivery Club представлен в 120 городах. Собственная доставка — в 18 городах, что означает полное покрытие крупнейших городов России с населением от 1 млн человек. За второй квартал компания запустила собственную доставку в нескольких новых городах, в том числе Саратове, Челябинске, Омске, Воронеже и Сочи. Сервис планирует к концу года охватить более 30 городов.

Delivery Club отмечает интерес пользователей к доставке и видит изменение их поведения: растет частота заказов, сглаживаются часы-пик, пользователи предпочитают более разнообразную еду.

Источник:

[Delivery Club отчитался о четырёхкратном увеличении количества заказов собственной доставки](#)

Сбербанк и Mail.ru Group создают online-to-offline платформу в сфере еды и транспорта

Sberbank.ru, 25.07.2019

/НОВОСТЬ

Сбербанк и Mail.ru Group создают совместную O2O-платформу (online-to-offline) в сфере еды и транспорта на базе Delivery Club и «Ситимобил». Стороны подписали соглашение о намерениях. Заключение обязывающего соглашения запланировано на осень 2019 года.



Совместное предприятие будет оперировать на рынках с совокупным объемом более 1 трлн руб. на горизонте 3 лет с ожидаемым среднегодовым ростом более 30%. Доли партнеров будут распределены 50 / 50.

Сбербанк и Mail.ru Group планируют инвестировать в СП до 64 млрд руб. при условии достижения целевых показателей в течение 12 месяцев после заключения сделки. Оценка стоимости СП при достижении целевых показателей может превысить 100 млрд руб.

Источник:

[Сбербанк и Mail.ru Group создадут стратегическое партнерство на крупнейших потребительских рынках России — транспорта и еды](#)

Wildberries запустил приложение для партнеров

E-pepper.ru, 25.07.2019 08:19:00

/новость

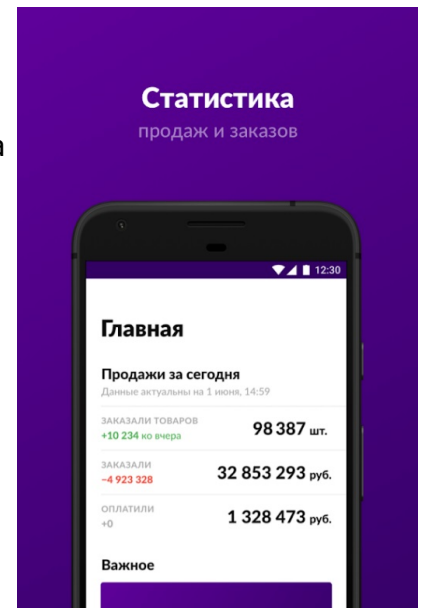
Wildberries разработал для партнеров мобильное приложение, с помощью которого можно следить за показателями своих продаж на площадке. У компании — более 13 тыс. поставщиков, ежемесячно их число увеличивается еще на 600.

Доступные функции приложения: отслеживание динамики заказов на интерактивных графиках, уведомления о новых поставках, знакомство с акциями и новостями компании, мониторинг электронной очереди при разгрузке автотранспорта в распределительном центре компании в Подольске. Доступ к данным осуществляется через Face ID, PIN-код или сканнер отпечатка пальца.

В будущем партнеры смогут управлять всеми торговыми процессами, которые сегодня осуществляются на портале для поставщиков. До конца года появятся все опции онлайн-аналитики, электронного документооборота, возможность регистрации для новых партнеров.

Источник:

[Wildberries представил приложение для партнёров](#)



Instamart заработал в Омске и Волгограде

Oborot.ru, 24.07.2019

/НОВОСТЬ

Сервис доставки товаров из супермаркетов Instamart начал работать в Омске и Волгограде. Теперь он представлен в 12 городах России, в планах — выйти в Новосибирск, Красноярск и Челябинск.



Instamart начал расширять географию в прошлом году. До этого пять лет сервис работал только в Москве, позже — с Подмосковьем. Привычка заказывать доставку из магазинов стала формироваться и у жителей региональных городов-миллионников, утверждают в компании. Стратегический партнер сервиса во всех городах присутствия — сеть METRO Cash&Carry.

В активной базе Instamart — около 100 тыс. клиентов, прирост — 10 тыс. новых пользователей ежемесячно.

Источник:

[Instamart вышел в Омск и Волгоград](#)

Онлайн-продажи «Обуви России» выросли на 23% в первой половине 2019 года

Obuvrus.ru, 24.07.2019

/новость

В первой половине 2019 года онлайн-продажи «Обуви России» выросли на 23%, их доля в розничной выручке достигла 14,3%.



В компании совершенствуют подход к планированию и реализации рекламных кампаний, что улучшило трафик интернет-магазинов, почти вдвое вырос трафик из соцсетей. Ритейлер стал вести работу с посетителями сайта, используя онлайн-чаты, блоки персональных рекомендаций, подписку на новости и соцсети. В планах на год — модернизировать мобильное приложение и запустить обновленную версию интернет-магазина westfalika.ru.

По проекту «Пункты выдачи заказов» с компанией работает пять логистических операторов, ПВЗ функционируют в более 600 торговых точках. За шесть месяцев в магазинах «Обуви России» выдано более 100 тыс. посылок, онлайн-покупатели получают около 5000 посылок еженедельно. Конверсия в покупки клиентов, которые приходят получить онлайн-заказ и дополнительно приобретают в магазинах «Обувь России» товары или услуги — 4,5%.

Источник:

[ГРУППА КОМПАНИЙ «ОБУВЬ РОССИИ» ОБЪЯВЛЯЕТ ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА II КВАРТАЛ И I ПОЛУГОДИЕ 2019 ГОДА](#)

YouDo начал продавать на Wildberries фирменную одежду для исполнителей

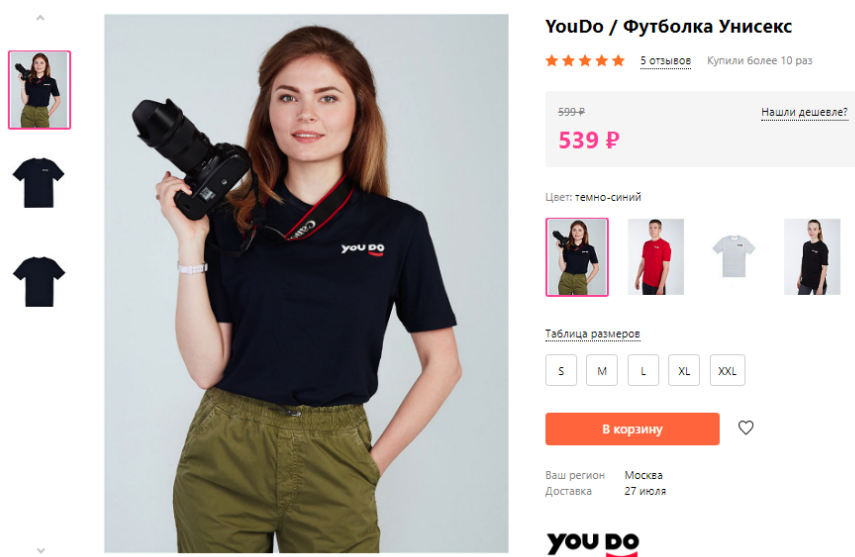
Vc.ru, 23.07.2019 18:44:00

/новость

Сервис YouDo начал [продавать](#) в интернет-магазине Wildberries брендированную одежду для исполнителей. Ассортимент включает худи, бейсболки, толстовки, фартуки и др.

Одежда поможет исполнителям идентифицировать себя с брендом и продемонстрировать заказчику, что они часть сервиса, считает директор по развитию YouDo Евгений Петров. В первый год сервис планирует продать 130-150 тыс. вещей.

У компании нет возможности раздавать вещи бесплатно «ни технически, ни экономически». На июль 2019 года в YouDo зарегистрировано 1,6 млн верифицированных исполнителей.



The screenshot shows a product page for a 'YouDo / Футболка Унисекс' (Unisex Polo Shirt). The main image features a woman in a dark blue polo shirt with the 'you do' logo and olive green cargo pants, holding a camera. To the left are smaller images of the shirt in different colors (black, red, white). The product title is 'YouDo / Футболка Унисекс'. It has a 5-star rating from 5 reviews and has been purchased more than 10 times. The price is 539 rubles, with a crossed-out original price of 599 rubles. The color is listed as 'темно-синий' (dark blue). Below the product are size selection buttons (S, M, L, XL, XXL) and a 'В корзину' (Add to cart) button. At the bottom, it shows the region as Moscow and the delivery date as July 27th. The YouDo logo is at the bottom left of the product area.

Источник:

[YouDo разработал брендированную одежду для исполнителей и начал продавать её через Wildberries](#)

«ВкусВилл» запустил онлайн-предзаказ продуктов с самовывозом

Vkusvill.ru, 23.07.2019 10:01:00

/новость

Сеть «ВкусВилл» запустила программу «Закажи и забери» — онлайн-предзаказ и самовывоз продуктов из магазинов торговой сети (click&collect). Услуга действует на весь ассортимент ритейлера.

ВкусВилл

Чтобы оформить заказ, в приложении «ВкусВилл» необходимо создать список покупок из каталога, затем выбрать удобный магазин и дату получения. В назначенный день заказ будет ждать в магазине до закрытия.

Оплатить покупку можно на кассе, при это будут действовать все скидки по карте «Давайте дружить!».

Источник:

[«Закажи и забери» теперь и онлайн!](#)

Яндекс.Маркет начал сотрудничать с сервисом товарных рейтингов Rate&Goods

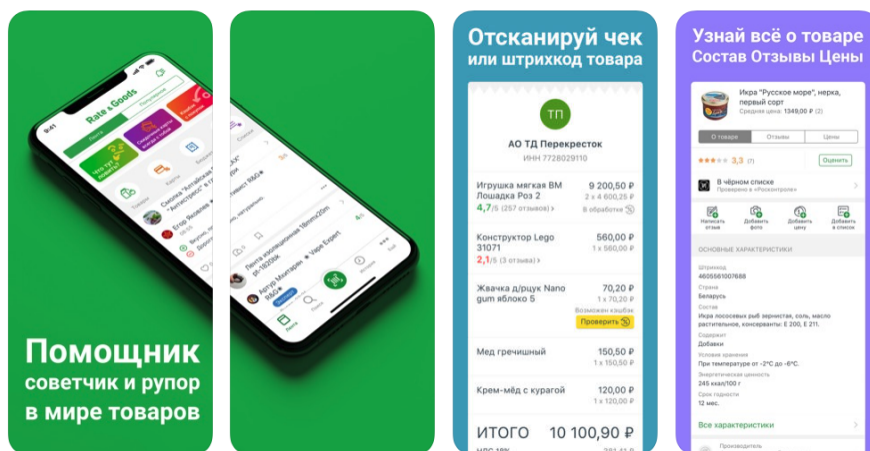
E-repp.ru, 23.07.2019 10:18:00

/новость

Сервис товарных рейтингов Rate&Goods начал сотрудничать с Яндекс.Маркетом и приложением «Суперчек».

В базе сервиса — более 2 млн отзывов на различные товары из российских супермаркетов. Rate&Goods планирует публиковать их в мобильных приложениях торговых сетей.

Отзывы оставляют бесплатно, они реальны и беспристрастны, утверждают представители сервиса. Модераторы проверяют сообщения только на наличие нецензурной лексики. Отзыв могут убрать, только если он наберет много жалоб от пользователей.



Источник:

В «Маркете» появятся миллионы отзывов с сервиса Rate&Goods

Русские пряники популярны в китайских интернет-магазинах

E-repp.ru, 22.07.2019 14:22:00

/новость

Российские предприниматели начали экспортировать в Китай пряники, сообщил вице-президент Alibaba Group по глобальным инициативам Брайан Вонг. Продукция пользуется спросом: за последний месяц только один магазин продал 50 тыс. упаковок пряников.



На китайских площадках также популярны пищевые добавки, косметика, изделия ручной работы, растительное масло, печенье и шоколад. Вонг отметил, что «Россия сильна в определенных областях: мясо-молочное производство, рыба, но даже важнее тот факт, что все эти продукты полезны, безопасны и даже иногда относятся к категории органических».

Руководитель AliExpress России Лю Вэй [предположил](#), что российские предприниматели смогут продавать через AliExpress свои товары в Европу уже в этом году.

В июне появилась [информация](#), что торговое представительство РФ в Китае обсуждает с крупнейшими китайскими eCommerce-компаниями форматы продвижения и поставок на китайский рынок российских товаров.

Источник:

[Русские пряники пришли в Китай через онлайн](#)

АТС и Х5 ОМНИ запустили доставку посылок с AliExpress российским получателям

Asexgroup.net, 22.07.2019

/новость

Группа компаний АТС (член ACEX в Шанхае), Cainiao Smart Logistics Network (логистическое подразделение группы Alibaba) и Х5 ОМНИ (логистическое подразделение Х5 Retail Group) запустили сервис доставки посылок с AliExpress покупателям в России.



Отправления можно будет забрать из пунктов выдачи и постаматов в магазинах сетей «Перекрёсток», «Пятёрочка» и «Карусель». Тестовая партия посылок отгружена из Китая в последних числах июня и вскоре будет доставлена.

В распоряжении Х5 ОМНИ — два распределительных центра и более 2200 постаматов и точек выдачи. АТС в рамках сотрудничества обеспечивает экспортное оформление отправок в Китае и магистральную перевозку в Москву.

Сервис подразумевает доставку посылок в Россию авиатранспортом. После выхода на проектные мощности время от приемки посылки в Пекине, Шанхае или Гуанчжоу до доставки в один из московских аэропортов составит не более 4-6 дней.

Источник:

[АТС ЗАПУСКАЕТ НОВЫЙ КАНАЛ ДОСТАВКИ ПОСЫЛОК ALIEXPRESS](#)

ОПИ: 24% крупных российских онлайн-магазинов одежды не принимают оплату картами

Buyprotect.ru, 26.07.2019

/исследование

Общественная организация по защите прав потребителей «Общественная потребительская инициатива» (ОПИ) [исследовала](#) 100 ведущих интернет-магазинов, торгующих одеждой, обувью и аксессуарами.

Критерии оценки: раскрытие обязательной информации о компании, прием к оплате национальных платежных инструментов, надлежащее информирование потребителей о способах совершения покупки.

24% компаний не предоставляют потребителям возможности оплатить покупку на сайте, 32% не размещают логотипы всех платежных систем, 3% предлагают для оплаты покупок использовать перевод денег на карту физического лица. У 4% компаний юридический адрес отсутствует или указаны недостоверные сведения.

Положительную оценку по всем критериям получили только 40% интернет-магазинов, в числе которых Wildberries, Lamoda, Bonprix.

Магазины, соответствующие всем критериям исследования

wildberries.ru	brandshop.ru	theoutlet.ru
lamoda.ru	bershka.com	incanto.eu
bonprix.ru	ecco-shoes.ru	vitoricci.ru
adidas.ru	belpodium.ru	1001dress.ru
ostin.com	puma.com	shop24.com
rendez-vous.ru	aizel.ru	vans.ru
gloria-jeans.ru	berito.ru	tjonline.ru
kupivip.ru	oysho.com	rukzakoff.ru
vsemayki.ru	bestwatch.ru	paoloconte.ru
laredoute.ru	www.next.com.ru	kanzler-style.ru
groupprice.ru	samsonite.ru	ennergia.com
snowqueen.ru	vipavenue.ru	x-moda.ru
kiabi.ru	tervolina.ru	profmax.pro
reebok.ru	henderson.ru	

Источник:

[Исследование ведущих интернет-магазинов одежды и обуви](#)

Объем онлайн-продаж товаров через «лидеров мнений» в I половине 2019 года — около 60 млрд руб.

Kommersant.ru, 23.07.2019

/исследование

Объем онлайн-продаж товаров через «лидеров мнений» в России составил около 60 млрд руб. в первой половине 2019 года, подсчитали аналитики Admitad. Оценка учитывает социальные сети, блоги, мессенджеры, форумы и YouTube.

Больше всего по модели CPA (Cost per Action — оплата за действие пользователя) растут продажи через мессенджеры — на 57% к показателю прошлого года, до 520 млн руб. 71% объема продаж приходится на цифровую электронику и бытовую технику, 11% — на одежду и обувь, 8% — на спортивные товары.

Более 90% генерируют **Telegram**-каналы. Этот блокируемый в России мессенджер по аудитории уступает другим: его используют более 12 млн россиян (возраст 12-64 лет в городах с населением более 100 тыс. человек), Viber — 21,7 млн, WhatsApp — 33,5 млн.

Продажи по модели CPA через социальные сети увеличились на 21% за полгода, их общая сумма по оценкам Admitad — 539 млн руб. Продажи во «**ВКонтакте**» выросли на 53%, на них приходится более 50% рынка. Продажи через **Twitter** подскочили на 141%. На **Instagram** приходится не более 5% от общего объема продаж из социальных сетей.

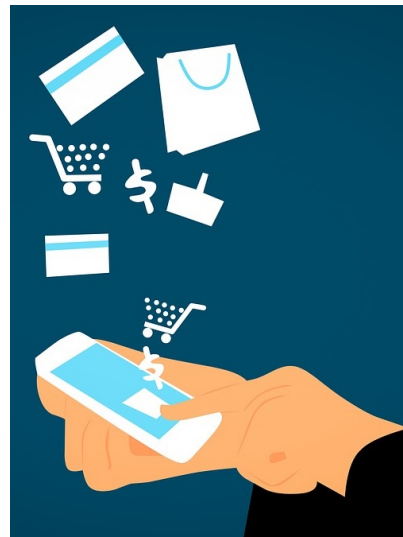
Продажи через **YouTube** выросли на 13% и составили в сети Admitad 443 млн руб. В YouTube-каналах лидируют магазины с товарами из Китая, на долю которых пришлось 52% продаж, на 226 млн руб.

В «**Одноклассниках**» заметно выросло за последние два года число интеграций в контент блогеров. Наиболее эффективны прямые продажи через инфлюенсеров.

По данным платформы для работы с блогерами Epicstars, в 2017 году в России рекламодатели вложили в influence-маркетинг более 3 млрд руб., в 2018 году — более 5 млрд руб., в 2019 темпы роста сохранятся.

Источник:

[Блогосостояние растет на глазах](#)



АЕБ: Число онлайн-покупок автомобилей выросло на 39% за полгода

E-reprr.ru, 22.07.2019 10:25:00

/исследование

По данным Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ), за первую половину 2019 года число онлайн-покупок автомобилей выросло на 39%. На рынок пока влияет эффект «низкой базы».

Всего за шесть месяцев подано около 8000 автомобилей. Оборот рынка вырос на 42% и составил 12,7 млрд руб. С интернет-покупателями работает 565 дилеров. Всего в продаже — около 60 тыс. автомобилей 39 брендов.

Самый продаваемый в онлайн-автомобиль по итогам первой половины 2019 года — Hyundai Solaris.

Самые продаваемые в I полугодии 2019 года новые автомобили в онлайн-в сравнении с офлайном

Место	Онлайн-продажи (Autospot.ru)			Офлайн-продажи (АЕБ)
	Москва	Санкт-Петербург	Другие регионы РФ	Топ-10 по РФ
1	Hyundai Solaris	Hyundai Solaris	Hyundai Solaris	Lada Granta
2	Hyundai Creta	Volkswagen Polo	Hyundai Creta	Lada Vesta
3	Kia Sportage	Hyundai Creta	Kia Rio	Kia Rio
4	Skoda Rapid	Kia Rio	Skoda Kodiaq	Hyundai Creta
5	Mitsubishi Outlander	Skoda Rapid	Kia Optima	Hyundai Solaris
6	Kia Optima	Kia Rio X-Line	Volkswagen Polo	Volkswagen Polo
7	Kia Rio	Kia Sportage	Volkswagen Tiguan	Lada Largus
8	BMW 5-й серии	Volkswagen Tiguan	Kia Sportage	Renault Duster
9	Skoda Octavia	Ford Focus	Mazda CX-5	Skoda Rapid
10	Skoda Kodiaq	Mitsubishi Outlander	Hyundai Tucson	Renault Logan

Источник:

[Какие автомобили покупают в онлайн: топ-10 2019 года](#)

Wildberries — самый быстрорастущий ритейлер России по версии INFOline

Infoline.spb.ru, 22.07.2019

/исследование

Информационно-аналитическое агентство INFOline выпустило [исследование](#) «INFOline Retail Russia TOP-100. Итоги 2018 года. Тенденции 2019 года. Прогноз до 2021 года». Самым быстрорастущим ритейлером признан интернет-магазин Wildberries. В рейтинге 100 ведущих компаний ритейла INFOline он занимает 18 место, поднявшись на 9 пунктов.



Собственная сеть пунктов выдачи заказов Wildberries насчитывает 4800 точек, к концу года может быть расширена до 6000. Ритейлер добавил в ассортимент детское питание, продукты с длительным сроком хранения, электронику и др.

Wildberries работает в России, Беларуси, Казахстане, Киргизии и Армении. В 2019 году планирует выйти на рынок ЕС.

В TOP-3 быстрорастущих сетей, кроме Wildberries, также вошли интернет-магазин Ozon и торговая сеть «ВкусВилл».

Источник:

[Самым быстрорастущим ритейлером INFOline Retail Russia TOP-100 стал Wildberries](#)

Весь мир:

Продажи Amazon во II квартале 2019 года выросли на 20%

Press.aboutamazon.com, 25.07.2019 04:01:00 /новость

Продажи Amazon по итогам второго квартала 2019 года выросли на 20% и составили 63,4 млрд долл. Чистая прибыль увеличилась до 2,6 млрд долл. или 5,22 долл. на разводненную акцию.



Продажи компании за шесть месяцев 2019 года составили 123,1 млрд долл. Чистая прибыль за этот период достигла почти 6,2 млрд долл.

В третьем квартале Amazon ожидает роста продаж на уровне от 17% до 24% — до 66-70 млрд долл.

Источник:

[Amazon.com Announces Second Quarter Sales up 20% to \\$63.4 Billion](#)

Продажи Amazon в Prime Day выросли на 71%

Digitalcommerce360.com, 23.07.2019

/новость

В этом году Amazon увеличил Prime Day на 12 часов, что помогло сгенерировать на 20% больше транзакций во время 48-часовой распродажи по сравнению с 36-часовой в прошлом году. Распродажа проходила 15 и 16 июля (понедельник и вторник).

Двухдневная акция стала крупнейшей для Amazon. По оценкам Internet Retailer, продажи в Prime Day 2019 выросли на 71% по сравнению с прошлым годом. Jumpshot подсчитал, что у Amazon было на 75% больше транзакций по сравнению со средним показателем обычного понедельника и вторника летом 2019 года.

Общий двухдневный коэффициент конверсии достиг 14,6% против 13,6% в Prime Day 2018. В понедельник в 2019 году показатель составил 14% по сравнению с 11,7% в 2018 году, когда только половина дня пришлась на Prime Day. Во вторник коэффициент конверсии составил 15,1% в 2019 году по сравнению с 15,5% в 2018 году.

Пять самых продаваемых продуктов в этот период — товары под маркой Amazon: The Fire TV stick, Echo Dot, Fire TV Stick 4K, подарочные карты, Amazon Smart Plug. На них пришлось 10% всех транзакций в первый день и 7% — во второй.

Частично успех Amazon в Prime Day мог быть связан с его омниканальной инициативой в сети продуктовых магазинов Whole Foods. Amazon предложил их покупателям 10 долл. на покупку в Prime Day, если они приобрели товаров на 10 долл. В субботу перед Prime Day в Whole Foods было на 20,3%, а в воскресенье — на 26,8% больше посетителей, чем в среднем по субботам и воскресеньям в 2019 году.

Источник:

[A longer Prime Day drives more transactions](#)



Alibaba пустил на B2B-платформу продавцов из США

Alizila.com, 23.07.2019

/новость

Alibaba открыл свою платформу для производителей, оптовиков и дистрибьюторов из США. Таким образом они получили доступ к мировому рынку электронной коммерции B2B объемом 23,9 трлн долл.



Платформа была создана, чтобы связать поставщиков из Китая с зарубежными покупателями, в основном американскими. Новая программа для малого и среднего бизнеса в США позволит этим компаниям также торговать на платформе.

Специально для поставщиков из США, Alibaba.com запустил на сайте ряд новых функций: простой интерфейс для создания и управления цифровым магазином, CRM и средства связи, онлайн-платежи. В США также создана так называемая команда Customer Success для поддержки малого и среднего бизнеса.

Alibaba.com начал свою деятельность в 1999 году. Сайт обслуживает 10 млн активных покупателей из более чем 190 стран и регионов, а также около 150 тыс. продавцов.

Источник:

[ALIBABA.COM OPENS PLATFORM TO US SELLERS](#)

Amazon с партнерами запустили сервис в сфере НЕДВИЖИМОСТИ

Nytimes.com, 23.07.2019

/новость

Amazon в сотрудничестве с американской компанией Realogy запустили программу **TurnKey**. Сервис помогает потенциальным покупателям найти агента для приобретения дома. Если сделка состоится, Amazon предоставит новым владельцам недвижимости сервисы и устройства для умного дома на сумму до 5000 долл.

Покупатели, которые заинтересованы в программе, заходят на страницу сервиса и отвечают на четыре вопроса о том, кто они и где они живут. Затем получают телефонный звонок от представителя Realogy, который пытается определить, какой дом они ищут и насколько серьезно относятся к покупке.



В зависимости от того, сколько в конечном итоге покупатели тратят на дом, они получают купон на Amazon Home Services от 450 до 1500 долл., например, за распаковку, уборку и сборку мебели, а также от 500 до 3500 долл. на продукты для умного дома. Чтобы получить максимальные 5000 долл. на оборудование и услуги, покупатель должен купить дом за 700 тыс. долл. и более.

По данным аналитической компании Jumpshot, более половины всех поисков продуктов в США начинаются на Amazon. Он все чаще использует запросы клиентов, чтобы стимулировать продажи услуг, которые компания не предлагает напрямую.

Большинство покупателей в США по-прежнему покупают дома через агента по недвижимости. При этом многие люди начинают поиск в интернете, где просматривают предложения и фотографии, используют налоговые и ипотечные калькуляторы.

Источник:

[How to Get a \\$5,000 Amazon Credit: Buy a House Through Realogy](#)

Etsy покупает маркетплейс музыкальных инструментов

Investors.etsy.com, 22.07.2019

/новость

Маркетплейс по продаже изделий hand made и винтажных товаров Etsy подписал окончательное соглашение о приобретении Reverb — торговой площадки для продажи нового, поддержанного и старинного музыкального оборудования. Стоимость сделки — 275 млн долл.

Etsy

Reverb будет действовать как самостоятельный бизнес. Компания основана в Чикаго в 2013 году. Продавцы — как правило, частные лица, ритейлеры, дилеры, артисты. База продавцов охватывает многие страны, в том числе ключевые рынки Etsy: США, Канаду, Великобританию, Францию, Германию и Австралию.

Источник:

[Etsy to Acquire Reverb, a Leading Online Marketplace for New, Used and Vintage Musical Instruments](#)

Электронная коммерция в Ирландии составит 2,2 млрд евро к концу 2019 года

Ecommercenews.eu, 22.07.2019

/новость

По ожиданиям IbisWorld, к концу 2019 года объем электронной торговли в Ирландии вырастет на 12,9% и составит 2,2 млрд евро. В основном — благодаря дифференциации продуктов, развитию рынка мобильной связи, а также инвестициям онлайн-ритейлеров в свои сайты.

Достижение этого результат будет означать, что сфера электронной коммерции в Ирландии выросла более чем вдвое с 2010 года, когда розничные онлайн-продажи в стране составили 1,05 млрд евро. Индустрия будет расти на 11,2% в течение следующих пяти лет и в 2024 году достигнет 3,8 млрд евро, прогнозируют эксперты.

Одежда и обувь — самая популярная категория товаров в ирландской электронной коммерции. Ожидается, что на этот сегмент в 2019 году будет приходиться примерно 39% онлайн-выручки. Бытовая электроника — еще одна очень популярная категория в интернете, ее доля — 33%.



Крупнейшую долю рынка электронной коммерции в Ирландии занимают Amazon (более 5% по прогнозам) и eBay (ожидаемая доля — 3,6%).

Источник:

[Ecommerce in Ireland to be worth €2.2 billion in 2019](#)

Обновленный сервис Google Shopping запущен в США

Forbes.com, 22.07.2019

/новость

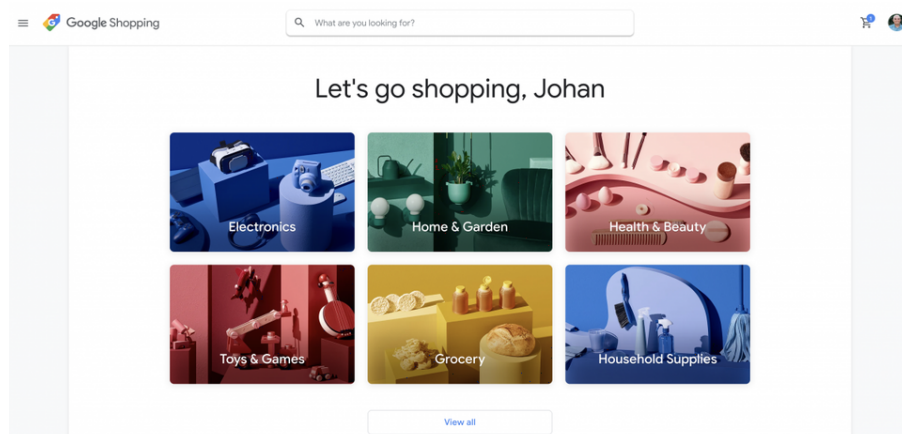
Новая страница [Google Shopping](#) теперь доступна пользователям в США. Сервис персонализирует предложения для пользователей в зависимости от их активности в интернете. Товары можно приобрести через Google, сайт продавца или в обычном магазине.

Google не планирует хранить товары на складах или доставлять их, но вводит для некоторых продуктов опцию «Купить с помощью гарантии Google» — возмещение затрат покупателям, если они не получили своевременную или точную доставку. Google тестирует этот сервис на некоторых рынках, включая Францию.

Большинство предложений поступает от розничных продавцов, с которыми сотрудничает Google: Voxel, Walmart, Costco Wholesale, Target. Новая платформа доступна пользователям, которые вошли в свою учетную запись Google. Те, кто не залогинился, увидят устаревшую поисковую страницу Google Shopping.

После входа в систему пользователи увидят множество категорий, а также эксклюзивные товары. Персонализированные предложения основаны на истории просмотров и активности пользователя в интернете. Сервис Google, в отличие от Amazon, не предлагает при поиске товаров рекламу.

Google пока уступает Amazon в поиске товаров, в результате компании перераспределяют рекламные бюджеты в пользу последнего.



Источник:

[Google's New Shopping Platform Is Now Live](#)

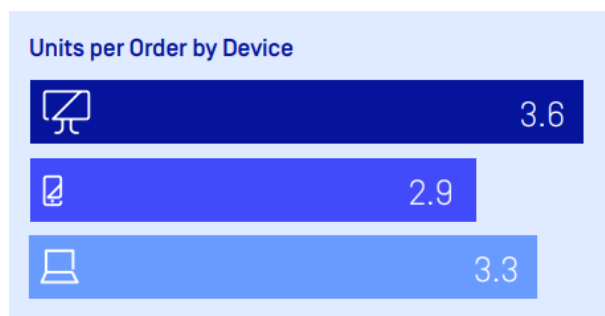
Episerver: С компьютеров приобретают больше товаров

Digitalcommerce360.com, 24.07.2019

/исследование

Согласно отчету Episerver [The 2018-2019 B2C Dot-Com Report](#), 50% всех онлайн-сеансов выполняются со смартфона, 41% — с компьютера и только 9% — с планшетов.

Независимо от того, какое устройство используют потребители для доступа в интернет, количество единиц в заказе на 24% выше на компьютере, чем на смартфоне, и на 14% выше на планшетах, чем на смартфонах. При этом 3,6 единиц приобретают с компьютера, 3,3 — с планшета и 2,9 — со смартфона.



Причиной такой диспропорции может быть то, что потребители сначала посещают сайт ритейлера со смартфона, а потом возвращаются на него с компьютера или планшета.

17% онлайн-покупателей говорят, что основная причина, по которой они впервые посещают интернет-магазин — совершение покупки. Канал, через который потребители чаще всего заходят на сайты электронной коммерции — прямой трафик.

По данным Episerver, 48% потребителей посещают сайты напрямую, 24% получают доступ с помощью обычного поиска (например, Google или Bing), 13% — с помощью платного поиска (например, реклама Google), 6% — по электронной почте, 4% — через социальные сети, 3% — через рефералов и только 1% — через медийные объявления.

Источник:

[Consumers order more on desktop than mobile from online retailers](#)

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.