

# Рынок электронной торговли

## Новостной мониторинг

---

Выпуск 2021 / № 43

01 Ноября 2021 - 07 Ноября 2021

### **В выпуске:**

#### **Россия:**

Продажи через соцсети принесли AliExpress Россия 6% оборота

Ольга Древаль стала операционным директором «Чекбокс»

Дмитрий Селихов возглавил российское направление Alibaba Cloud

Яндекс.Лавка начала работать по франшизе в Иркутске

Яндекс.Маркет запустит экспресс-доставку со своих складов

Wildberries запустил франшизу партнерских ПВЗ в трех странах

OR GROUP выделяет логистические сервисы в отдельную структуру

Онлайн-продажи в кредит или рассрочку за 10 месяцев выросли на 39%

СДЭК: спрос на доставку из-за рубежа вырос в десятки раз

Ромир: фреш-сегмент активно входит в покупательскую корзину в e-commerce

#### **Весь мир:**

Zalando нарастила выручку на 23,4% в III кв. 2021 г.

Выручка Etsy выросла на 17,9% в III кв. 2021 г.

Выручка Wayfair упала на 18,7% в III кв. 2021 г.

Klarna запускает универсальное приложение для шопинга

Сервис по доставке наборов продуктов HelloFresh нарастил выручку на 46%

Pinterest, Walmart и Wayfair запускают видеошопинг к праздникам

В Украине количество визитов на сайты e-grocery выросло на 72%

Salesforce: цифровые продажи в мире выросли на 11% в III кв. 2021 г.

Число загрузок приложений для доставки еды в Европе выросло на 44% с 2019 г.

### **Подкасты и видео**

## Россия:

# Продажи через соцсети принесли AliExpress Россия 6% оборота

Kommersant.ru, 02.11.2021

/новость

Доля социальной коммерции в обороте AliExpress Россия с 1 апреля по 30 сентября составила 6%, или около 8 млрд руб. Количество заказов достигло 10,5 млн, или 7,5% от всех на AliExpress, сообщает «Коммерсантъ». В статистике учитывались покупки из приложений «ВКонтакте», «Одноклассников» и других соцсетей, с которыми маркетплейс работает через партнерскую программу.

Чаще всего по ссылкам от блогеров люди покупают мобильные телефоны. Категория составила 25% оборота социальной коммерции. Через live-стримы внутри приложения (в статистике не учтены) реализовано товаров на 1,2 млрд руб., тоже чаще всего смартфоны.



Опыт других площадок:

- В Яндекс.Маркете около 10% годового товарооборота приносит партнерская сеть, куда входят медийные площадки и блогеры. Самыми крупными по товарообороту категориями, на которые применяются персональные промокоды, стали электроника и бытовая техника, FMCG и с недавних пор фармацевтические товары.
- В приложении Ozon каждый стрим в среднем смотрят 15 тыс. зрителей, а количество заказов после эфира вырастает почти в 15 раз по сравнению с продажами до него.
- Доход Lamoda от сотрудничества с блогерами с мая 2020 года по май 2021 года вырос на 206%.
- В Wildberries подобные инструменты не используют.

Работа с маркетплейсами уже приносит инфлюенсерам 20% партнерского заработка, и по итогам 2021 года рост этих доходов к прошлому году составит до 30%, по данным Admitad Affiliate. Средняя доля продаж с помощью социальной коммерции у российских маркетплейсов составляет 6,2%, у китайских — до 11,8%.

Источник:

[Интернет-торговлю заблокировали в России](#)

# Ольга Древаль стала операционным директором «Чекбокс»

Oborot.ru, 03.11.2021

/новость

Пост операционного директора платформы экспресс-доставки «Чекбокс» заняла Ольга Древаль. Компания рассчитывает таким образом усилить позиции в сфере логистики и e-commerce.

До прихода в «Чекбокс» Ольга Древаль занимала должность коммерческого директора Dalli, где добилась пятикратного увеличения количества заказов, доставляемых за сутки. Ранее работала в TopDelivery, «Бета ПРО», «ГлавДоставке».

«Чекбокс» — стремительно растущий игрок рынка, в числе его акционеров — АФК «Система». За 2020 год выручка компании составила 88 млн руб., а за первое полугодие текущего превысила 220 млн. Доставляет 5-7 тыс. заказов в сутки, порядка 200 тыс. в месяц. Ориентируется прежде всего на рынки Москвы и Санкт-Петербурга. Работает с товарами, требующими особого температурного режима, и скоропортящимися.



Источник:

[Ольга Древаль – новый операционный директор платформы "Чекбокс", связанной с АФК "Система" \(подробное видео о новом работодателе\)](#)

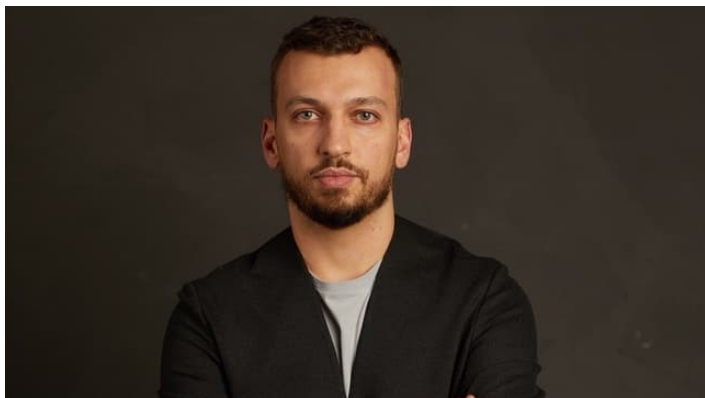
# Дмитрий Селихов возглавил российское направление Alibaba Cloud

Sostav.ru, 02.11.2021 12:47:00

/НОВОСТЬ

Дмитрий Селихов покинул должность директора по развитию бизнеса AliExpress Россия и занял позицию регионального менеджера (country manager) Alibaba Cloud (входит в Alibaba Group), сообщил [Sostav](#). Его преемник в AliExpress Россия пока не назначен.

Селихов пришел в российское подразделение Alibaba Group в 2015 году, отвечал за развитие локальных проектов AliExpress и Tmall. Ранее работал в российских и китайских технологических компаниях с фокусом на B2B и IT.



Источник:

[Дмитрий Селихов займётся развитием бизнеса Alibaba Cloud в России и СНГ](#)

# Яндекс.Лавка начала работать по франшизе в Иркутске

Vc.ru, 02.11.2021 14:08:00

/новость

В Иркутске запустились по франшизе семь дарксторов Яндекс.Лавки, которые позволяют охватить 70% территории города. Региональным партнером сервиса стала группа предприятий «Янта», сообщает [vc.ru](https://vc.ru).

Доставка займет от 10 до 30 минут. В ассортименте около 2000 наименований товаров, в том числе локальных производителей и собственной торговой марки Лавки. Для доставки доступны готовая еда, кофе и выпечка.

Первый заказ от 100 руб. доставят бесплатно, после сумма увеличится до 700 руб. Для первых трех заказов будет действовать скидка 20%. Детали об условиях франшизы не раскрываются, потому что пока это эксперимент.

Источник:

[«Яндекс.Лавка» впервые открылась по франшизе — в Иркутске](#)



# Яндекс.Маркет запустит экспресс-доставку со своих складов

Kommersant.ru, 03.11.2021

/новость

Яндекс.Маркет откроет экспресс-доставку товаров повседневного спроса из собственных дарксторов, сообщает [«Коммерсантъ»](#). На старте в ассортименте будет 23 тыс. наименований, позднее число может вырасти в несколько раз. От Яндекс.Лавки проект будет отличает широкий ассортимент непродовольственных товаров, ориентация на массовую аудиторию и большая площадь объектов.

Мини-склады площадью до 1 тыс. кв. м появятся в городах, где не работает Яндекс.Лавка. Собственные дарксторы нужны Яндекс.Маркету, чтобы протестировать модель, схожую с Ozon Express, полагает партнер Data Insight Федор Вирин. По мнению эксперта, новый формат позволит активнее развиваться в регионах, где спрос на срочную доставку продуктов еще не сформирован, но есть спрос на экспресс-доставку подарков и непродовольственных товаров.



В сегменте экспресс-доставки из дарксторов по числу точек и обороту лидирует «Самокат». По итогам третьего квартала у сервиса 758 мини-складов в 22 городах. В январе—июне оборот «Самоката» был на уровне 15,9 млрд руб., Яндекс.Лавки — 11,7 млрд руб.

Источник:

[«Яндекс» раздвигает сторы](#)

# Wildberries запустил франшизу партнерских ПВЗ в трех странах

Rb.ru, 01.11.2021 13:42:00

/новость

Партнерскую точку выдачи Wildberries смогут открыть предприниматели из Беларуси, Казахстана и Армении. Для этого необходимо зарегистрироваться в мобильном приложении WB Point и предоставить информацию о помещении. Все взаиморасчеты между покупателями и продавцами осуществляются онлайн — партнеру не нужен даже кассовый аппарат.

Wildberries открыл продажи в Беларуси в 2012 году, в Казахстане — в 2014 году, в Армении — в 2018 году.

Программу открытия партнерских пунктов выдачи заказов Wildberries запустил в сентябре 2020 года. Сейчас их число на территории России превышает 8,5 тыс. точек. В октябре 2021 года средний оборот ППВЗ вырос в 1,5 раза по сравнению с сентябрем и достиг около 4-5 млн руб.



Источник:

[Wildberries запустил франшизу партнерских пунктов выдачи заказов в Беларуси, Казахстане и Армении](#)

# OR GROUP выделяет логистические сервисы в отдельную структуру

Orgroup.ru, 01.11.2021

/новость

OR GROUP выделяет логистические сервисы (открытие партнерских пунктов выдачи заказов) в отдельную структуру в составе Группы. Для этого будет создано юридическое лицо — ООО «O2», которое будет являться 100% дочерней компанией ПАО «ОРГ», эмитента акций и головной компании Группы.

Развитие сервисов доставки онлайн-заказов и интеграция в логистическую инфраструктуру российского рынка электронной торговли — одно из приоритетных направлений работы OR GROUP. Компания в 2018 году начала открывать партнерские пункты выдачи заказов на базе магазинов Группы. В торговых точках компании сейчас функционируют более 3600 ПВЗ, ежемесячно OR GROUP выдает около 200 тыс. посылок. Сейчас Группа сотрудничает с 19 партнерами, среди которых PickPoint, DPD, Почта России, СберЛогистика, «Цайня», Wildberries, Яндекс.Маркет и др.



По итогам 9 месяцев 2021 года трафик клиентов, которые пришли за посылками, составил 16% от общего трафика торговых точек. За этот период OR GROUP доставила более 1,8 млн посылок, что в 3,5 раза превышает аналогичный показатель прошлого года. Комиссионный доход от доставки посылок за 9 месяцев вырос в 2,5 раза год к году и превысил 84 млн руб.

В компании видят большой потенциал в развитии логистических сервисов и особенно сервисов последней мили, а также рассматривают кооперацию с другими игроками рынка онлайн-торговли, привлечение инвестиций через стратегическое партнерство и самостоятельное развитие проекта в рамках Группы.

Источник:

[OR GROUP создает отдельную структуру для развития логистических сервисов](#)



# Онлайн-продажи в кредит или рассрочку за 10 месяцев выросли на 39%

Iz.ru, 04.11.2021

/исследование

С января по октябрь 2021 года доля россиян, которые покупали товары в кредит или рассрочку, выросла на 34% относительно этого же периода прошлого года, выяснили аналитики ЮKassa, изучив данные о платежах через сервис «Заплатить по частям». Онлайн-продажи в кредит или рассрочку за 10 месяцев этого года выросли на 39%, сообщают «Известия».

Обороты интернет-магазинов, продающих товары и услуги в рассрочку, увеличились на 52%. Средний чек вырос на 10%, составив 20 891 руб.

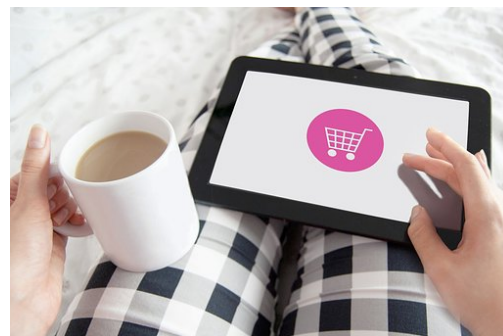
Больше всего в кредит покупали: образовательные услуги (включая доступ к контенту, мастер-классы, информационно-консультационные услуги) — 46% от общего оборота, товары для дома и сада — 12%, бытовую технику и электронику — 9%.

Самый высокий средний чек: в сегменте медицины — 112 тыс. руб., услуги турагентств — 107 тыс. руб., бронирование отелей — 64 тыс. руб.

С января по октябрь 2021 года самыми динамично растущими сферами товаров и услуг в кредит относительно аналогичного периода 2020 года стали: бронирование отелей — рост в 8,5 раза, электроника и бытовая техника — на 297%, зоомагазины — на 158%.

Источник:

[Доля покупателей товаров онлайн в кредит или рассрочку россиян выросла на 34%](#)



# СДЭК: спрос на доставку из-за рубежа вырос в десятки раз

Cdek.ru, 02.11.2021

/исследование

По данным СДЭК, в январе-сентябре 2021 года россияне заказывали доставку из-за рубежа в 40 раз чаще, чем годом ранее, и в 31 раз чаще, чем в 2019-м. Средний чек вырос почти вдвое относительно 2020 года и втрое — относительно 2019-го. Средний вес посылок — на 28% увеличился по сравнению с прошлым годом и на 68% — по сравнению с 2019-м.

В 2020 году количество посылок, ввезенных из Китая, снизилось относительно 2019-го в 11 раз. На КНР приходилась лишь каждая десятая зарубежная посылка, а на США — 76% посылок, на Великобританию — 5,5%, на Южную Корею — 5,1%, на Турцию — 1,5%. По большинству стран, в которых работает СДЭК, количество посылок, ввезенных в 2020 году, выросло относительно 2019 года. Снижение показали Германия (в 3 раза), ОАЭ (во столько же) и Чехия (в 7 раз), но значительного влияния на общую картину эти страны не оказали.



В январе-сентябре 2021 года на Китай приходилось 93% заказов, на США — 4%. За ними следуют Великобритания, Южная Корея, Таиланд, Турция, Германия, Узбекистан и Чехия.

В первые 9 месяцев 2021 года из Китая в Россию было ввезено в 36 раз больше посылок, чем в январе-сентябре 2019 года и в 387,5 раза больше относительно 2020 года. Из США в Россию в январе-сентябре 2021 года было ввезено в 2,4 раза больше посылок, чем за 9 месяцев 2020 года, и в 7,2 раза больше посылок, чем в январе-сентябре 2019 года.

Количество заказов из Великобритании в январе-сентябре 2021 года выросло в 3,2 раза год к году и в 199 раз к январю-сентябрю 2019 года. Число заказов из Южной Кореи — в 3,1 раза и в 17 раз соответственно. Из Таиланда было ввезено в 9 раз больше посылок, чем годом ранее, и в 753 раза больше, чем в январе-сентябре 2019 года. Из Турции — в 7 раз больше, чем годом ранее, и в 17 раз больше, чем за 9 месяцев 2019 года. Количество посылок из Германии выросло в 13 раз к январю-сентябрю 2020 года и в 4 раза относительно 9-ти месяцев 2019 года. Из Узбекистана — в 10 раз и в 65 раз соответственно. Из Чехии — в 35 раз и в 5 раз соответственно.

Чаще всего заказывают:

- из США — одежду, обувь и аксессуары таких марок, как Guess, Lacoste, New Balance, Timberland, Steve Madden, Michael Kors, Tommy Hilfiger и др. В числе наиболее популярных американских магазинов Amazon, bpt и Zappos;
- из Турции — изделия из кожи: сумки, дубленки, куртки, ремни и другие аксессуары. Высоким спросом пользуются текстиль, детские товары, одежда и обувь;
- из Германии — обувь, технику, одежду и товары для дома;
- из Таиланда — органическую косметику, дизайнерскую одежду в азиатском стиле, украшения интерьера и бытовые мелочи.

Источник:

[Пресс-служба СДЭК](#)

# Ромир: фреш-сегмент активно входит в покупательскую корзину в e-commerce

Romir.ru, 01.11.2021

/исследование

Согласно [исследованию](#) на основе Romir Consumer Scan Panel, в 2021 году в среднем каналом e-commerce пользуются 51% россиян (на сентябрь 2021 года).

Размер среднего чека FMCG (еда, бытовая химия, предметы гигиены и т.д.) в онлайн-канале (1643 руб.) почти втрое выше чека офлайн-покупателя (575 руб.). Среди покупателей продуктов первой необходимости в канале e-commerce начала расти доля кисломолочных продуктов (2,2%) и овощей (2,1%).



Источник:

[Фреш-сегмент активно входит в покупательскую корзину в e-commerce](#)

## Весь мир:

# Zalando нарастила выручку на 23,4% в III кв. 2021 г.

Corporate.zalando.com, 03.11.2021

/НОВОСТЬ

Zalando, европейская онлайн-платформа в сегменте fashion и lifestyle, в третьем квартале 2021 года увеличила общий объем оборота товаров (GMV) на 25,3% в годовом исчислении до 3,1 млрд евро. Выручка за тот же период выросла на 23,4% до 2,3 млрд евро. Zalando достигла скорректированного показателя EBIT в размере 9,8 млн евро.



Активное привлечение клиентов и постоянное развитие существующей аудитории были ключевыми драйверами роста. Zalando расширила свою активную клиентскую базу на 30,1% в годовом исчислении до 46,3 млн к концу третьего квартала 2021 года. Среднее количество заказов на одного активного покупателя достигло нового рекордного уровня — 5,1 заказа за период в 12 месяцев.

Компания подтвердила свой прогноз на 2021 финансовый год. Ожидается, что GMV вырастет на 31-36% до 14-14,6 млрд евро, а выручка — на 26-31% до 10,1-10,5 млрд евро. Скорректированный показатель EBIT будет в верхней половине ориентировочного диапазона в 400-475 млн евро. Ожидается, что капитальные затраты составят около 350 млн евро. Кроме того, группа по-прежнему ожидает отрицательного чистого оборотного капитала в 2021 финансовом году.

Источник:

[Zalando progresses on strategic agenda and delivers strong third quarter](#)

# Выручка Etsy выросла на 17,9% в III кв. 2021 г.

Investors.etsy.com, 03.11.2021

/новость

Etsy, Inc., которая управляет одноименным маркетплейсом и другими онлайн-площадками, объявила результаты за третий квартал, закончившийся 30 сентября 2021 года.

Общий объем продаж на площадках компании (GMS) составил \$3,1 млрд, что на 17,9% больше, чем годом ранее. Продажи маркетплейса Etsy составили \$2,7 млрд — на 12,4% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Площадка привлекла за квартал 7 млн новых покупателей.

The Etsy logo is displayed in a large, orange, serif font.

Консолидированная выручка выросла на 17,9% и составила \$532,4 млн. Чистая прибыль снизилась на 2% до \$89,9 млн при разводненной прибыли на акцию в размере \$0,62.

Источник:

[Etsy, Inc. Reports Third Quarter 2021 Results](#)

# Выручка Wayfair упала на 18,7% в III кв. 2021 г.

Investor.wayfair.com, 04.11.2021

/новость

Wayfair Inc., крупный интернет-ритейлер товаров для дома, опубликовал финансовые результаты за третий квартал, закончившийся 30 сентября 2021 года.

Общая чистая выручка компании снизилась на 18,7% год к году до \$3,1 млрд. Чистая выручка в США упала на 20,8%, составив \$2,6 млрд, чистая международная выручка — на 6,8% до \$0,5 млрд. Валовая прибыль составила \$882,7 млн или 28,3% от общей чистой выручки, чистый убыток составил \$78 млн.



По состоянию на 30 сентября 2021 года количество активных клиентов выросло на 1,5% и достигло 29,2 млн. В третьем квартале 2021 года было доставлено 11 млн заказов — на 30,1% меньше, чем годом ранее. Средняя стоимость заказа составила \$283 по сравнению с \$243 в третьем квартале 2020 года. Через мобильные устройства было размещено 57,7% от общего числа доставленных заказов по сравнению с 60% в третьем квартале 2020 года.

Источник:

[Wayfair Announces Third Quarter 2021 Results](#)

# Klarna запускает универсальное приложение для шопинга

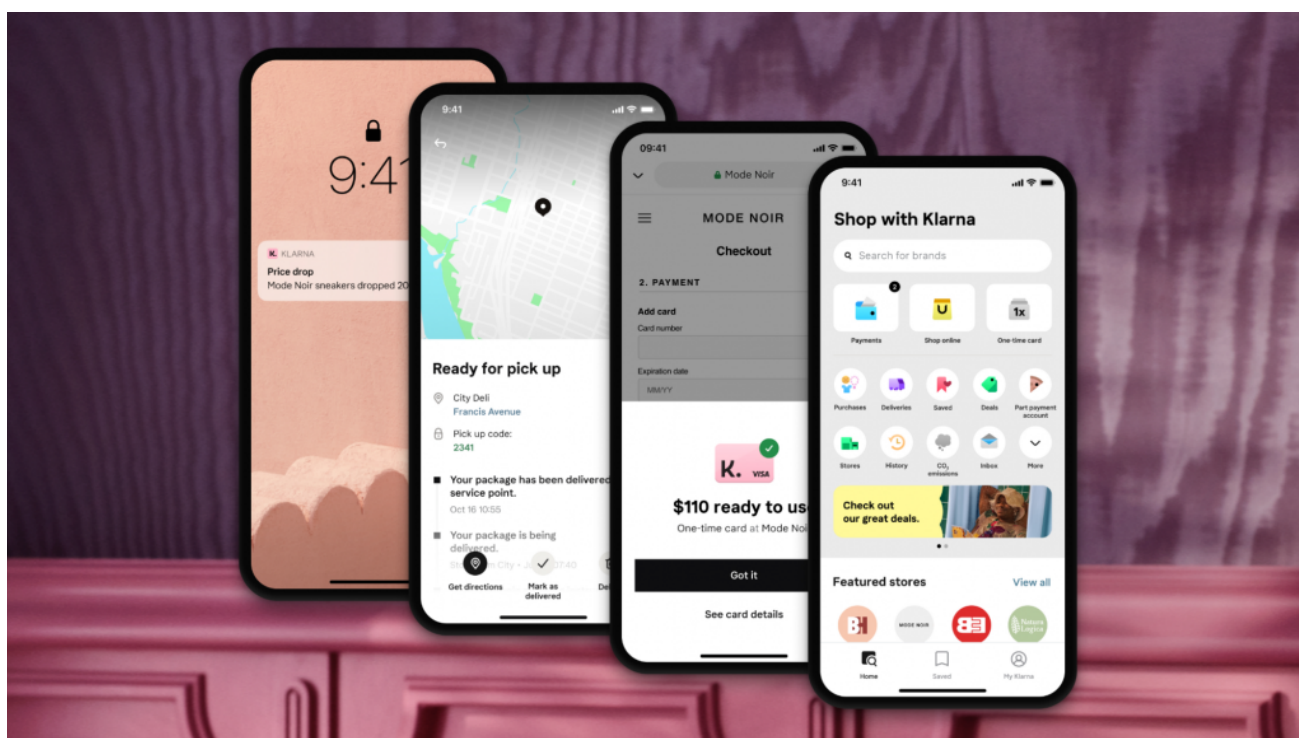
Klarna.com, 03.11.2021

/новость

Шведская финтех-компания Klarna представила универсальное приложение для шопинга. С его помощью можно совершать покупки в интернет-магазинах, получать эксклюзивные предложения и персонализированные подборки, сохранять товары, узнавать о снижении цен, отслеживать доставку, управлять платежами и возвратами и многое другое.

Кроме того, потребители смогут использовать способы оплаты Klarna во всех интернет-магазинах, независимо от того, являются ли они партнером сервиса напрямую или нет. Приложение Klarna доступно для загрузки на мобильные устройства iOS и Android в США, Великобритании, Австралии, Новой Зеландии, Германии, Австрии, Испании, Нидерландах, Бельгии, Швеции, Финляндии, Норвегии, Дании, Польше и Франции.

За последние два года число загрузок приложений для ритейла увеличилось на 36%, а покупок внутри них — на 54%. Недавний опрос, проведенный Klarna, показал, что 70% потребителей выбрали бы одно приложение для покупок, которое позволяет им выполнять несколько действий, вместо переключения между разными приложениями. Более 68% респондентов назвали простоту покупательского пути и экономию времени двумя наиболее значительными преимуществами.



Источник:

[Next generation shopping: Klarna reveals the only shopping app consumers need](#)

# Сервис по доставке наборов продуктов HelloFresh нарастил выручку на 46%

Retaildetail.eu, 02.11.2021

/новость

За последние три месяца выручка сервиса по доставке наборов для приготовления блюд HelloFresh увеличилась почти на 46% до 1,4 млрд евро. Компания обработала 27,6 млн заказов, что на 41% больше по сравнению с тем же периодом прошлого года. Количество активных клиентов выросло с 5 млн до 6,9 млн.

Компания продолжает инвестировать в расширение производственных мощностей и выход на новые рынки. В июле сервис заработал в Норвегии, а с октября — в Италии. Приобретение крупнейшего производителя готовых блюд в Австралии YouFoodz полностью завершено, а недавно HelloFresh купил 10% акций своего российского аналога «Шефмаркет».



HelloFresh стремится в среднесрочной перспективе достичь продаж в размере 10 млрд евро и стать ведущим глобальным игроком в сфере «пищевых решений». Однако значительные инвестиции повлияли на прибыльность компании. Скорректированный показатель EBITDA снизился более чем на 30% до 79,8 млн евро. Рентабельность по скорректированной EBITDA снизилась с 11,8% до 5,6%. В течение всего 2021 года компания ожидает роста продаж на 57-62%

Источник:

[HelloFresh continues growth, but profit margin under pressure](#)



# Pinterest, Walmart и Wayfair запускают видеощопинг к праздникам

Newsroom.pinterest.com, 02.11.2021

Pinterest представил [Pinterest TV](#) — серию прямых трансляций с участием создателей контента и возможностью приобрести отмеченные в видео товары. Каждую пятницу платформа будет предлагать эксклюзивные прямые продажи продуктов от таких компаний, как Allbirds, Crown Affair и Outdoor Voices. Социальная сеть также создает виртуальную студию, где продюсеры работают с создателями контента над разработкой программ.

Walmart начинает кампанию под названием Joy. Fully, включающую прямые трансляции с возможностями шопинга. В партнерстве с Facebook был создан объектив с функцией дополненной реальности, который по выражению лиц потребителей определяет, какие предметы из ассортимента «вызывают у них радость». Кроме того, Walmart представит в Pinterest рецепты с функцией покупок.

Wayfair запустил Wayfair On Air — сервис для видеощопинга внутри приложения ритейлера. Новые выпуски выходят ежедневно в течение недели. Контент включает студийные шоу и возможность заглянуть в дома авторов. Пользователи могут просматривать каждый продукт из видео и добавлять любимые элементы в вишлист или корзину — все в одном интерфейсе.

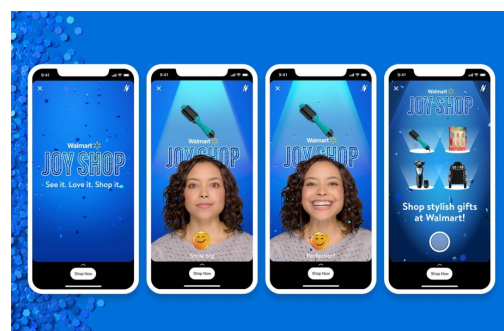
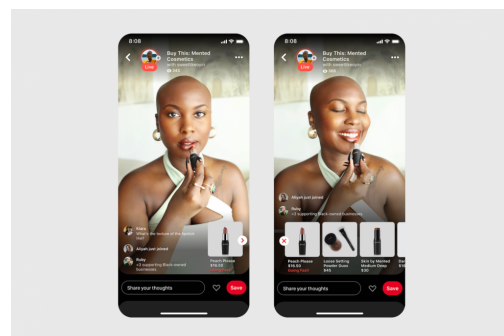
Источник:

[Introducing Pinterest TV, a fresh dose of live, original and shoppable creator shows](#)

[Unleashing a Season of Joy: How Walmart Is Connecting Brands With Shoppers in New Ways This Holiday](#)

[Wayfair Unveils Wayfair On Air, a Video Commerce Experience That Brings Entertainment, Ideas, and Inspiration to Shopping for All Things Home](#)

/новость



# В Украине количество визитов на сайты e-grocery выросло на 72%

Ain.ua, 02.11.2021 13:13:00

/исследование

Компания dentsu Ukraine в партнерстве с агентством маркетинговых исследований InMind провела исследование развития e-grocery в Украине, опросив 2785 респондентов, сообщает [ain.ua](http://ain.ua).

Украина единственная в кластере стран с населением 30-50 млн имеет низкий прогноз на уровне 2,56% ВВП от электронной коммерции (e-GDP, млрд). При этом проникновение опыта онлайн-покупок ожидается на уровне 44%.

## В 2020 лидером роста трафика в EU стали e-магазины FMCG (+30%)

Ср. рост трафика e-магазинов в EU-27 в 2020 в сравнение с до-COVID годом 2019 (%)



Source: SimilarWeb, Centre for market insights



В странах Европы трафик онлайн-магазинов FMCG вырос на 30% в среднем в 2020 году. В Украине с прошлого сентября количество визитов на сайты e-grocery выросло на 72% и продолжает расти. Количество уникальных пользователей этой категории сайтов выросло на 41%.

Три точки, в которых возникают сложности в категории e-grocery:

- Онлайн-покупатели чаще отвечают за покупки продуктов для всего домохозяйства.
- 82% онлайн-покупателей, которые отвечают за основные покупки продуктов в семье, проживают в домохозяйствах из двух и более людей.
- 27% онлайн-покупателей проживает с представителями старших поколений: родителями, бабушками и дедушками.

Источник:

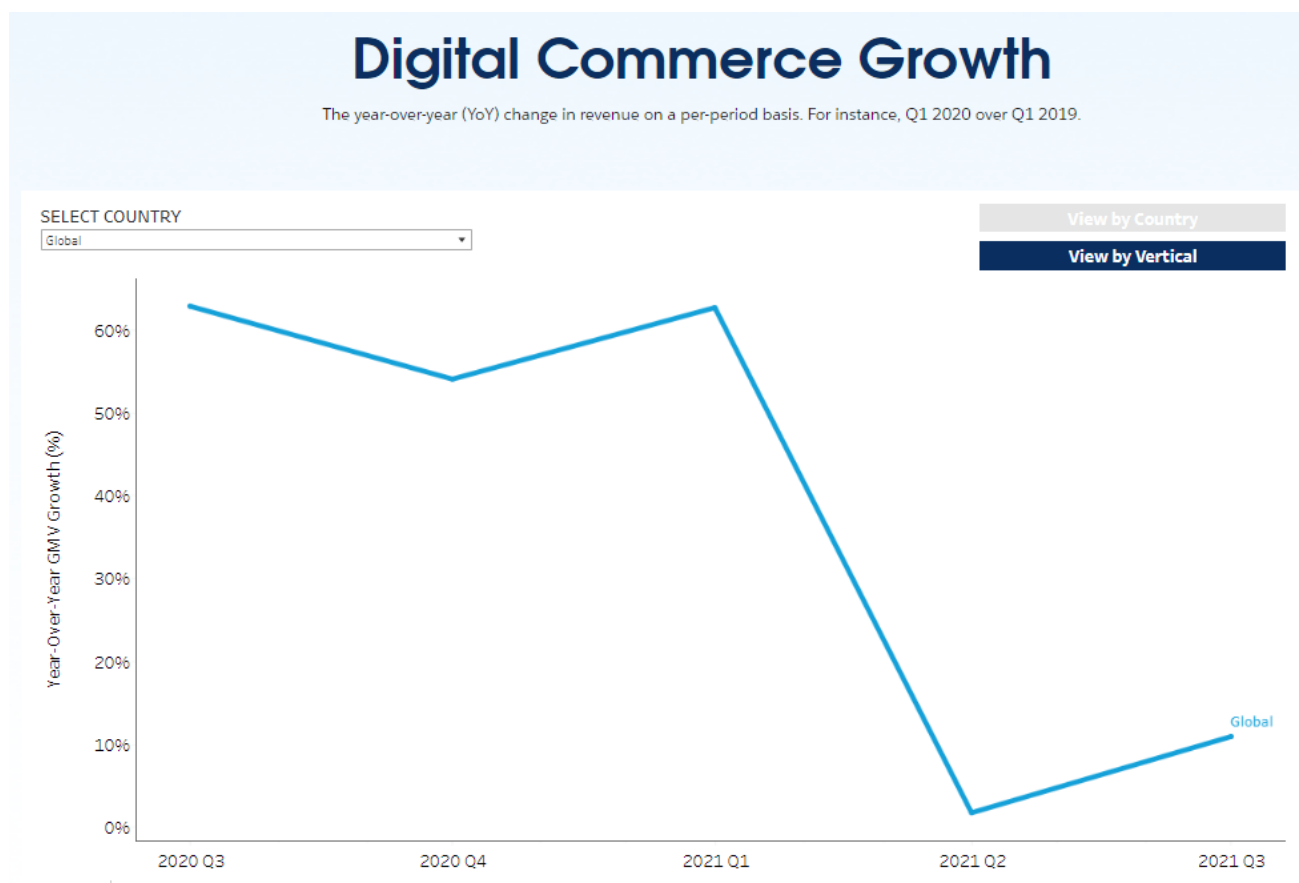
[Как украинцы покупают продукты онлайн – исследование в сфере e-grocery](#)

# Salesforce: цифровые продажи в мире выросли на 11% в III кв. 2021 г.

Salesforce.com, 01.11.2021

/исследование

Согласно The Shopping Index от компании Salesforce, в третьем квартале 2021 года глобальные цифровые продажи выросли на 11%, а трафик и число заказов снизились на 2%. Электронная торговля в Восточной Европе растет быстрее, чем в среднем по миру: в этом квартале она увеличилась на 40% по сравнению с тем же кварталом прошлого года.



Количество заказов, размещенных с компьютеров, сократилось на 8%, а трафик — на 3%. С мобильных сделали на 5% больше заказов, чем годом ранее, трафик снизился на 1%. Мобильные устройства лидировали как по доле трафика (72%), так и по доле заказов (61%). Оба показателя выросли год к году и по отношению к предыдущему кварталу.

За один визит каждый пользователь в среднем тратил \$2,8. Средняя стоимость одного онлайн-заказа в третьем квартале составила \$103,43.

Доля брошенных корзин сократилась год к году на всех устройствах и составила 86% для мобильных, 81% для планшетов и 77% для компьютеров. Доля визитов из социальных сетей выросла до 9% с 8% годом ранее.

The Shopping Index от Salesforce анализирует данные о 2276 сайтах цифровой коммерции и 1 млрд покупателей из 54 стран мира.

Источник:

[The Shopping Index: Global online shopping statistics and ecommerce growth trends](#)

# Число загрузок приложений для доставки еды в Европе выросло на 44% с 2019 г.

Go.sensortower.com, 01.11.2021

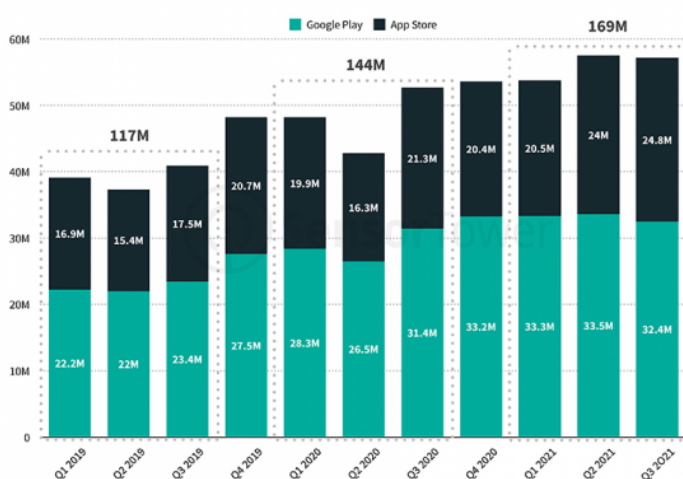
/исследование

Согласно исследованию Sensor Tower, за первые три квартала 2021 года в Европе приложения для заказа еды установили почти 170 млн раз, что на 44% больше, чем за тот же период 2019 года (117 млн).

За первые три квартала 2021 года 10 самых популярных приложений брендов еды достигли 65 млн загрузок, причем 40% от общего числа пришлось на McDonald's. На UberEats и Just Eat пришлось 45% от общего числа загрузок топ-10 приложений для доставки еды. Согласно прогнозам, количество установок приложений для еды превысит 60 млн в четвертом квартале 2021 года.

## Installs of Food Apps Have Jumped 44 Percent Since 2019

Quarterly downloads of top food apps (food delivery and food brand apps) in Europe



Market Overview: Europe

6

© 2021 Sensor Tower Inc. - All Rights Reserved

The increasing reliance on mobile for restaurant food continued after the emergence of COVID-19. The first three quarters of 2021 represented a period of solid year-over-year growth for food apps, with installs hitting almost 170M. This was up 17 percent versus the first three quarters of 2020 and 44 percent higher compared to the same period in 2019. Based on install data from the past several years, expect consumer adoption to pick up speed in Q4 2021, particularly around the second half of December.

The top 10 food brand apps by downloads hit 65M installs in the first three quarters of 2021, with McDonald's commanding more than 40 percent of the total. By contrast, installs of the top 10 food delivery apps reached 59M during the same period, with Uber Eats and Just Eat accounting for a combined 45 percent of those.

**Note Regarding Downloads Estimates:**  
Download estimates are the aggregate downloads of the top 200+ food delivery and food brand apps across 32 European countries between Q1 2019 and Q3 2021.

SensorTower

Приложение McDonald's по-прежнему занимает лидирующие позиции в большинстве европейских стран, в том числе Ирландии, Испании и России, со средним пиком ежедневных загрузок примерно до 250 000 в январе 2020 года. В первом полугодии 2021 года количество установок приложения McDonald's в России, Испании и Великобритании составило 9 млн. Первый квартал 2021 года стал лучшим для приложения с точки зрения роста на всех трех рынках с 2019 года.

Источник:

[The State of Food Delivery and Restaurant Apps in Europe 2021](#)

# Подкасты и видео

## Digital Voice

### Тренды Китайского E-commerce от лидера рынка — Sharon Gai — Alibaba Group

Беседует: Филипп Лабковский

Гость: Sharon Gai, директор по работе с ключевыми клиентами Alibaba Group

Электронная коммерция в Китае вырастет до \$3 трлн к 2024 году. Лидером, конечно, является Alibaba Group и их площадки. Объемы и уникальный подход к клиентскому опыту поражают воображение западных игроков и рождают желание повторить или приобщиться к успеху. Как развивался этот уникальный рынок и какие ключевые тренды там существуют.

[Podcast.ru](#) | [Apple Podcasts](#) | [Google Подкасты](#) | [Яндекс.Музыка](#) | [CastBox](#)  
[YouTube](#)

A blue square containing the text "DigitalVoice" in white.

---

## Практика\_days

### Из Instagram на маркетплейсы. За год из интернет-магазина в селлеры с оборотом в 20 млн руб. в месяц

Беседует: Борис Преображенский

Участники: Андрей Сосновский, Иван и Ния Куриленко. Их проекты на Wildberries: YELLOW PRICE STORE, NIKLAND, heels cosmetics

Почему Instagram-бренды уходят на маркетплейсы, какие риски существуют у бизнеса при работе на этих площадках, а также об инструментах продвижения, амбициях, «ляпах» и проблемах.

[YouTube](#)

An orange square containing the text "практика\_days" in white.

# 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](mailto: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.