

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2022 / № 45

07 Ноября 2022 - 13 Ноября 2022

В выпуске:

Россия:

Оборот Ozon превысил 1 млрд руб. за первые 4 часа распродажи 11.11

Онлайн-продажи SunLight выросли на 43% в III кв. 2022 г.

СберМегаМаркет и Самокат развернули доставку «по клику» в 47 городах

Авито первым из классифайдов запускает опцию корзины

Ozon и «Даркстор у дома» запускают доставку за 90 минут для продавцов

За 5 дней «Всемирного дня шопинга» на Wildberries потратили 44,2 млрд руб.

«Магнит Косметик» появился на Ozon

Ozon и DNS вошли в реестр доверенных онлайн-площадок

СДЭК стал оператором цифровой рекламы в своих ПВЗ

ЮKassa: Чёрная пятница популярнее с каждым годом

Data Insight. Выход на рынок Китая: продажи на маркетплейсах

Ритейл в условиях новой реальности — новый курс от экспертов FCG

Онлайн-конференция UX в E-commerce — приглашаем 19 ноября

Весь мир:

11.11 в Китае: продажи основных e-commerce платформ достигли \$156,9 млрд

TikTok запускает функцию онлайн-покупок в США

Выручка Wish упала на 66% в III кв. 2022 г.

Shein открывает свой первый офлайн-магазин в Токио

Next покупает обанкротившийся интернет-магазин мебели Made.com

Bol.com вернулся к росту

Wildberries построит в Узбекистане торгово-логистический комплекс

Оборот MercadoLibre в сегменте коммерции вырос на 32% в III кв. 2022 г.

Adobe: с января по октябрь американцы потратили онлайн \$727 млрд

Kaspi.kz — лидер рейтинга торговых интернет-площадок Казахстана

Подкасты о e-commerce



Россия:

Оборот Ozon превысил 1 млрд руб. за первые 4 часа распродажи 11.11

Corp.ozon.ru, 11.11.2022

/новость

Распродажа 11.11 стартовала на Ozon ночью. За первые 4 часа оборот площадки превысил 1 млрд руб. Продажи в ночь на 11.11 оказались в 7,5 раза выше, чем в среднюю ночь в ноябре 2022 года.

- На старте число заказов превышало 18 000 в минуту — в 3,6 раза больше, чем показатели акции прошлого года.
- Ассортимент — более 27,8 млн товарных наименований.
- Число продавцов — вдвое больше, чем годом раньше. 6 из 10 — региональные предприниматели.
- Больше всего предпринимателей — из Московского региона, Санкт-Петербурга и Ленинградской области, Краснодарского края, Татарстана, Свердловской, Ростовской областей и Республики Башкортостан.
- Быстрее всего в первый час акции рос спрос на товары для красоты и здоровья, дома и сада, бытовую химию и товары для гигиены, детские товары, электронику и одежду.



Распродажа 11.11 на Ozon в этом году проходила с 11 по 14 ноября — на один день дольше, чем в прошлом году.

Источник:

За первые четыре часа распродажи «11.11» оборот Ozon превысил 1 млрд рублей

Онлайн-продажи SunLight выросли на 43% в III кв. 2022 г.

Retail.ru, 11.11.2022 13:47:00

/новость

Онлайн-продажи ювелирной сети SunLight в третьем квартале 2022 года выросли на 43% до почти 5 млрд руб., став ключевым драйвером роста компании. Доля онлайн-канала в общей выручке составила 35%.

SUNLIGHT

Увеличение выручки в онлайн-канале обусловлено повышением конверсии на 25% и ростом среднего чека на 15%. Более чем вдвое до 18% выросла доля онлайн-оплат благодаря внедрению новых способов оплаты, включая Систему быстрых платежей, SberPay, «Долями» от Тинькофф. Доля самовывоза также значительно увеличилась и составила 80%.

Свыше 85% онлайн-заказов оформляется в мобильном приложении SunLight, которое является самым посещаемым ювелирным приложением в мире. Общее количество купленных онлайн украшений в третьем квартале превысило 1,1 млн штук — более чем на 20% больше, чем в аналогичном периоде прошлого года. Наибольший объем продаж был отмечен в категории «золотые украшения с бриллиантами».

Источник:

[Онлайн-продажи SunLight выросли на 43% в 3 квартале 2022 года](#)

СберМегаМаркет и Самокат развернули доставку «по клику» в 47 городах

Retail-loyalty.org, 10.11.2022 12:31:00

/новость

Доставка «по клику» из СберМегаМаркета стала доступна жителям 47 городов России. Заказ приезжает в ближайший к пользователю даркстор Самоката.



Покупатель получает соответствующее уведомление и может в удобное время нажать кнопку «вызвать курьера» и получить заказ в срок от 15 минут. Минимальная сумма заказа для «доставки по клику» — 500 руб.

Получить «по клику» можно товары, которые помещаются в бокс курьера-партнера Самоката. Габариты не должны превышать 50x33x24 см, а вес — 10 кг.

В октябре СберМегаМаркет и Самокат запустили пилот доставки «по клику» для жителей Санкт-Петербурга. На услугу пришлось порядка 10% всех доставок маркетплейса в регионе. Чаще всего «по клику» пользователи заказывали товары из категорий «Товары для животных», «Красота и уход», «Товары для дома».

Источник:

[СберМегаМаркет и Самокат реализовали доставку «по клику» в 47 городах России](#)

Авито первым из классифайдов запускает опцию корзины

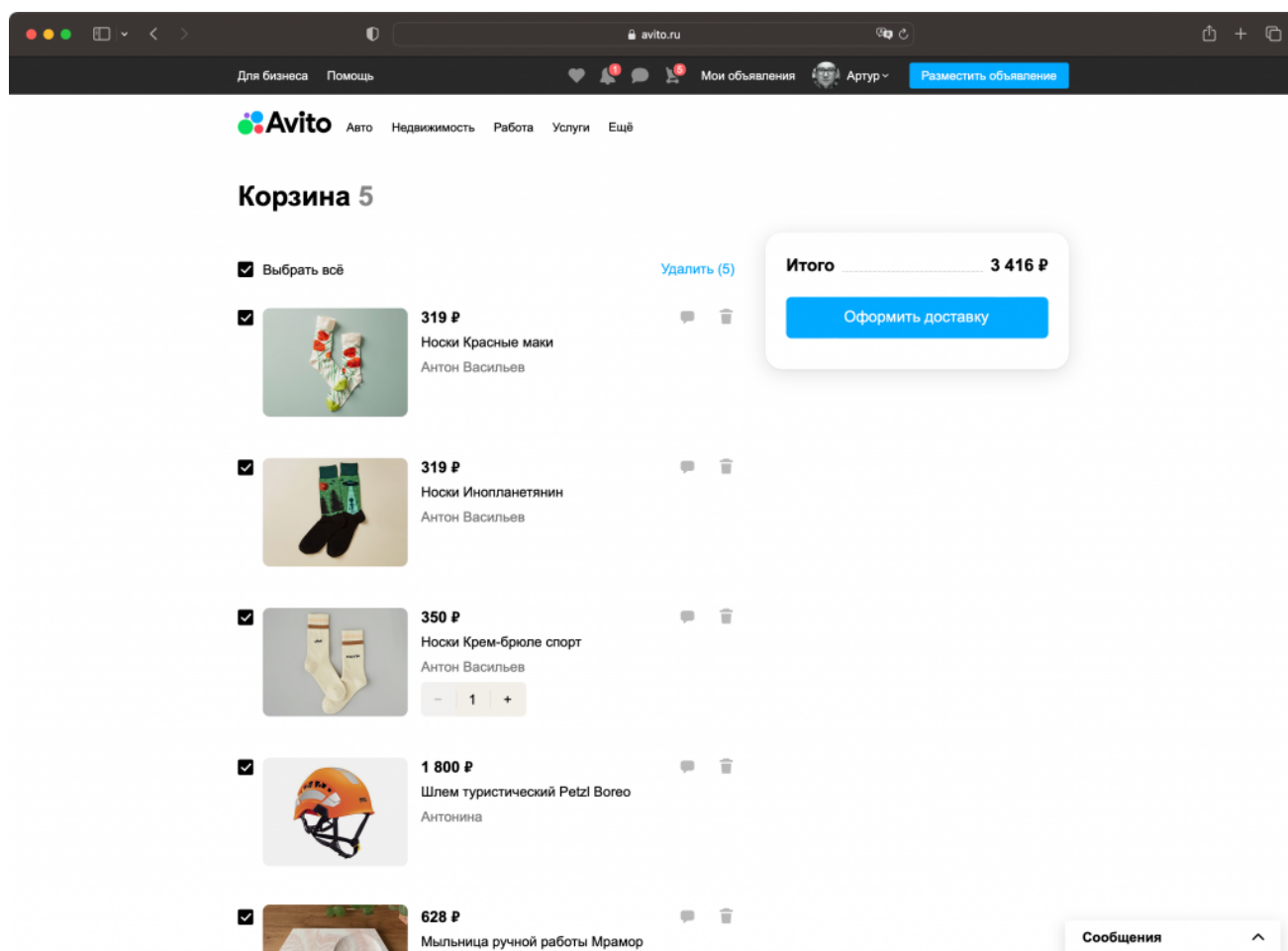
Avito.ru, 09.11.2022

/новость

В объявлениях на Авито появится кнопка «Добавить в корзину». Покупатели смогут заказать и одним кликом оплатить несколько товаров от одного или разных частных продавцов с подключенной Авито Доставкой.

Корзина позволит заказывать разные товары одного продавца в одной посылке или несколько единиц одинакового товара одного продавца, а также товары от разных продавцов с однократной оплатой.

Покупатель сможет выбрать для каждой части заказа способ доставки. Заказ от одного продавца будет объединен в одну упаковку, а на товары разных продавцов оформлены независимые заказы.



Источник:

[Авито первым из классифайдов запускает опцию корзины \(Shopping cart\)](#)

Ozon и «Даркстор у дома» запускают доставку за 90 минут для продавцов

Vc.ru, 09.11.2022 09:02:00

/НОВОСТЬ

Ozon заключил логистическое партнерство с сетью мини-складов «Даркстор у дома». Как крупные магазины, так и обычные продавцы смогут разместить товары на складах сервиса и обеспечить экспресс-доставку.

Команда «Даркстор у дома» соберет, упакует заказ и передаст статусы маркетплейсу. Карточки таких товаров будут выделены красной кнопкой с надписью «от 2х часов», получают приоритетную выдачу в поиске на Ozon и отдельный фильтр по скорости доставки Express.

«Даркстор у дома» оперирует 4-мя складами с общим количеством полок 1400 штук. Можно арендовать от 1 полки за 3000 руб. внутри МКАД. Склады работают ежедневно без выходных и праздников. Доставку осуществляют Delivery Club и Dostavista.

ДАРКСТОР
У ДОМА

УСЛОВИЯ

ЦЕНЫ

ЗАЯВКА

OZON

МИКРОФУЛФИЛМЕНТ ДЛЯ РАБОТЫ С RFBS EXPRESS

Инфраструктура дарксторов с арендой
от одной полки и доставкой за 30-60 минут

хочу в Даркстор



Источник:

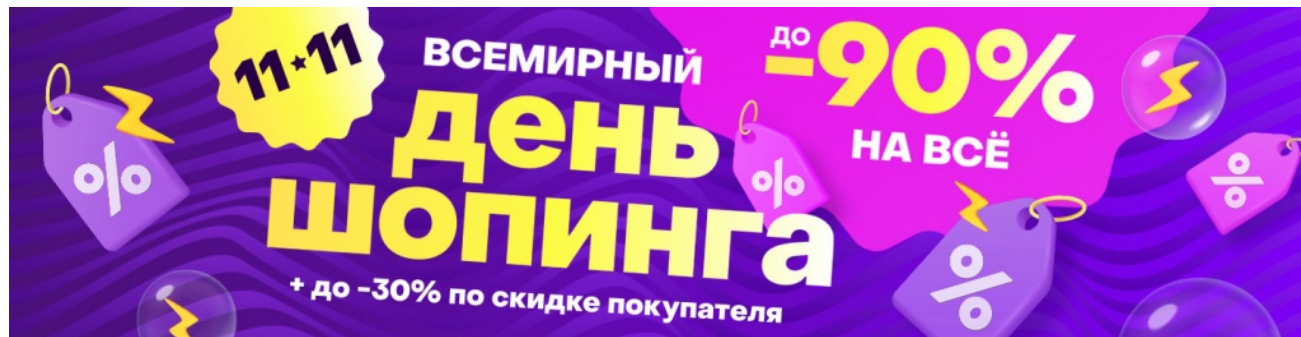
Ozon в партнёрстве с «Даркстор у дома» запустит доставку товаров за 90 минут

За 5 дней «Всемирного дня шопинга» на Wildberries потратили 44,2 млрд руб.

Wildberries.ru, 09.11.2022

/НОВОСТЬ

За первые 5 дней «Всемирного дня шопинга» россияне заказали на Wildberries товаров на 44,2 млрд руб. Это на 87% больше, чем за аналогичный период прошлогодней акции.



Самые популярные покупки в первые дни распродажи 2022 года: книги, пижамы, гирлянды, свитеры, смартфоны, наушники, ювелирные серьги, духи, подарочные наборы косметики, елочные украшения.

Наиболее динамично интерес покупателей растет к системам видеонаблюдения (+939%), снегоуборщикам (+767%), шуруповертам (+703%), дрелям (+347%), каминам (+844%).

Растет спрос на товары для праздников: детское шампанское (+884%), икру (+553%), карнавальные костюмы (+167%), а также дорогостоящие покупки: винные шкафы (+833%), телевизоры (658%), электросамокаты (+431%).

«Всемирный день шопинга» проходит на Wildberries с 2 по 14 ноября, в акции участвует 10 млн товаров.

Источник:

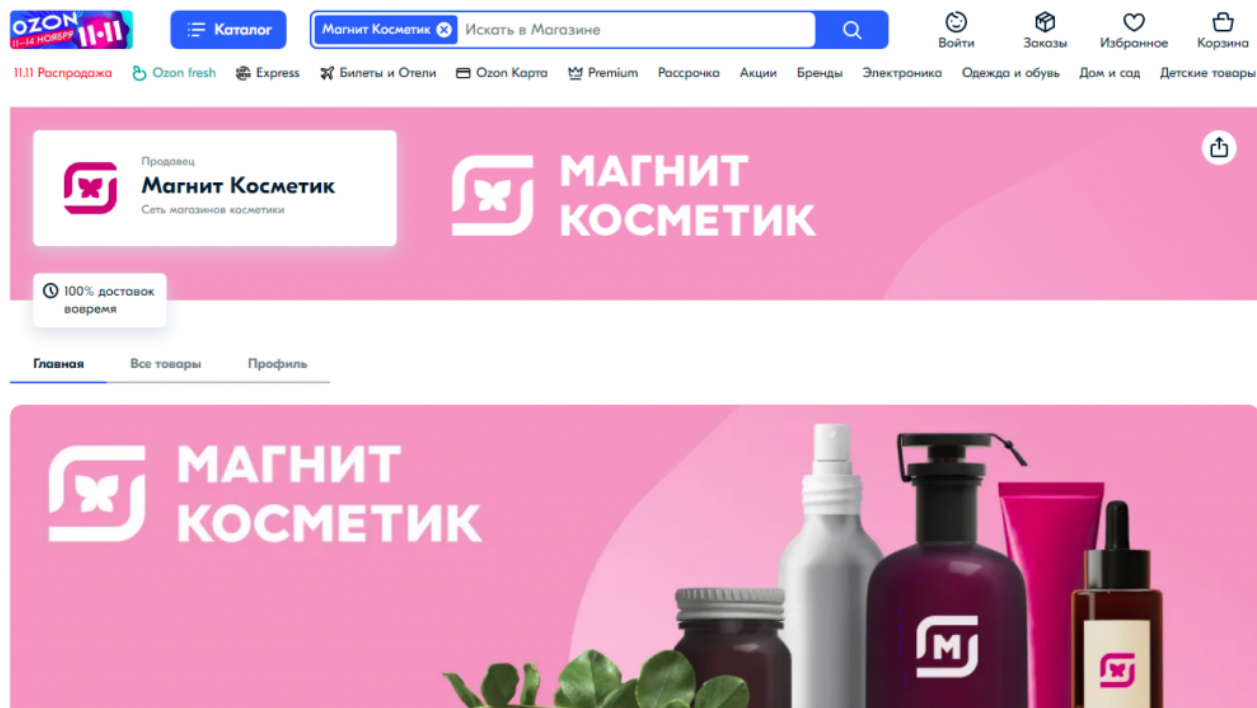
[Пресс-служба Wildberries](#)

«Магнит Косметик» появился на Ozon

Magnit.com, 09.11.2022

/новость

Розничная сеть по продаже косметики, бытовой химии и товаров для дома «Магнит Косметик» впервые начинает продажи на маркетплейсе Ozon. Продукция представлена в формате shop-in-shop: на специальной витрине размещены товары в категориях «Красота и здоровье», «Детская гигиена», «Бытовая химия».



Значительную часть составляют товары собственных брендов. К концу года ассортимент увеличится в 15 раз — до 6000 наименований. Цены и проводимые маркетинговые акции будут аналогичны действующим в магазинах «Магнит Косметик».

В первом полугодии на Ozon спрос на товары для красоты и здоровья, как и на бытовую химию, вырос вдвое в годовом сравнении.

Источник:

[«Магнит Косметик» вышел на Ozon](#)

Ozon и DNS вошли в реестр доверенных онлайн-площадок

Rskrf.ru, 08.11.2022

/новость

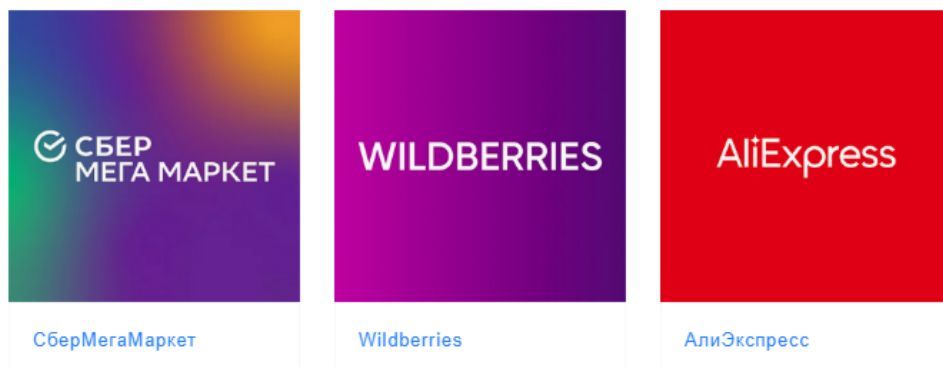
Росаккредитация и Роскачество запустили совместный «Рейтинг доверия к онлайн-площадкам». Первый этап анализа коснулся крупнейших универсальных маркетплейсов и онлайн-магазинов, продающих электронику — всего 17 площадок.

В реестр доверенных онлайн-площадок вошли маркетплейс Ozon и онлайн-магазин электроники DNS. Кандидатами являются СберМегаМаркет, Wildberries и AliExpress.

ДОВЕРЕННЫЕ ОНЛАЙН-ПЛОЩАДКИ



КАНДИДАТЫ В «ДОВЕРЕННЫЕ ОНЛАЙН-ПЛОЩАДКИ»



В разработке методологии исследования принимали участие Роскачество, Росаккредитация, Минпромторг России, АКИТ и крупнейшие маркетплейсы.

Площадки оценивались по 31 критерию, разделенному на пять групп показателей, напрямую влияющих на доверие покупателей:

- проверки продавца
- информирование о качестве товаров
- базовая информационная безопасность
- работа с персональными данными
- открытость и доступность информации

Источник:

[Реестр доверенных онлайн-площадок](#)

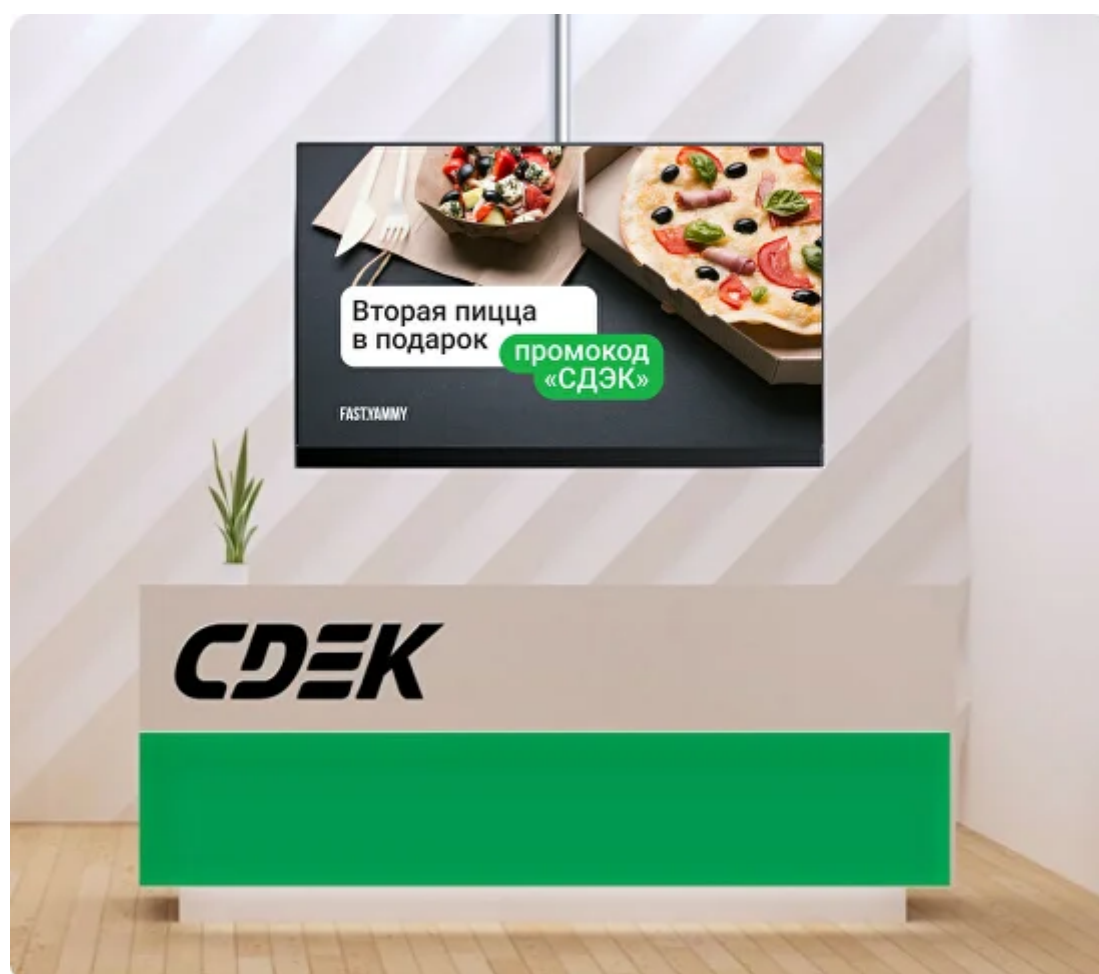
СДЭК стал оператором цифровой рекламы в своих ПВЗ

Cdek.ru, 07.11.2022

/новость

Компания СДЭК оснастила 93% своих ПВЗ электронными мониторами, которые ежедневно транслируют свыше 200 часов контента рекламодателей. Сейчас СДЭК — одна из двух логистических компаний в России, которые занимаются продажей цифровой рекламы.

В небольших городах ПВЗ посещают в среднем по 50 человек в день, в городах-миллионниках — по 100-150 человек, в Москве и Санкт-Петербурге — по 200-250 человек.



9 из 10 посетителей ПВЗ — покупатели интернет-магазинов. Чаще всего они заказывают товары из магазинов для дома и дачи (15% в общем объеме доставки), автоаксессуаров (12%), одежды и обуви (7%), продуктов питания (7%).

В ближайшие два года СДЭК планирует увеличить долю ПВЗ в объеме доставки до 80%.

Источник:

[Логистический оператор СДЭК выходит на рекламный рынок](#)

ЮKassa: Чёрная пятница популярнее с каждым ГОДОМ

Promo.yookassa.ru, 11.11.2022

/исследование

ЮKassa проанализировала ноябрьские распродажи последних трёх лет.

В День холостяка самый большой рост продаж наблюдался в 2019 году. Количество покупателей в сравнении с обычным днем выросло на 58%, средний чек — на 6%.

В Чёрную пятницу 2020 число онлайн-покупок выросло в 1,7 раза, обороты интернет-магазинов — в 1,9 раза, средний чек — на 12%. Самой успешной для российских интернет-магазинов стала Чёрная пятница 2021.

Самой успешной для российских интернет-магазинов стала Чёрная пятница — 2021. По сравнению с 2020 годом:



Самые популярные категории в дни ноябрьских распродаж — одежда и обувь, электроника и бытовая техника. Если в 2019 и 2020 годах лидировали крупные маркетплейсы, то в 2021-м — локальные бренды.

Заработать на распродажах 2022 смогут:

- Крупные отечественные маркетплейсы — рост может составить около 30% к прошлому году.
- Локальные магазины и бренды.
- Нишевые магазины с доставкой из-за рубежа.

Источник:

[Как заработать на распродажах в 2022 году: чек-лист и аналитика для бизнеса](#)

Data Insight. Выход на рынок Китая: продажи на маркетплейсах

Datainsight.ru, 18.10.2022

/реклама

Data Insight представляет исследование «Выход на рынок Китая: продажи на маркетплейсах».

Исследование отвечает на вопросы:

- Что надо сделать, чтобы выйти на рынок Китая?
- Стоит ли выходить?
- Каким компаниям проще это сделать?
- На что обращать особое внимание на китайском рынке?
- Есть ли товары, которые «ждут» в Китае?
- Какой профиль среднестатистического китайца-покупателя и китайца-бизнесмена?

Состав исследования:

- Обзор рынка онлайн-продаж Китая
- Шаги по выходу на рынок Китая
- Поиск и работа с китайскими партнерами
- Особенности ведения бизнеса в Китае
- Опыт российских компаний (Synergetic и SPLAT) «от первого лица»
- Основные выводы
- Справочные материалы (схема действий, список крупнейших выставок, новости)



Скачать: [Краткий обзор «Выход на рынок Китая: продажи на маркетплейсах»](#) (pdf, 1 Мб)

Источник:

[Выход на рынок Китая: продажи на маркетплейсах](#)

Ритейл в условиях новой реальности — новый курс от экспертов FCG

Digitalstrim.ru, 13.11.2022

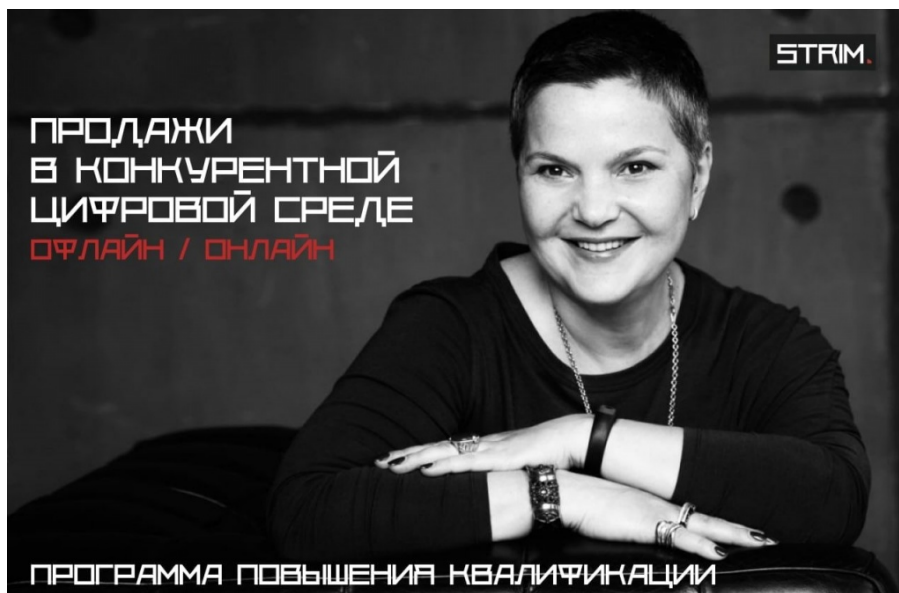
/реклама

Сегодня перестраивать бизнес и принимать решения нужно оперативно. Новую реальность важно не просто принять, а буквально внедрить в свой fashion бизнес.

Модель потребительского поведения меняется: мы идем в офлайн, чтобы посмотреть, пощупать, примерить, а сам заказ делаем в онлайн, после чего спокойно ждем доставки.

Какой формат онлайн-торговли выбрать? Выйти на существующую площадку или запустить собственный интернет-магазин? Как понять свои сильные стороны и избежать провала?

Нужно ли fashion ритейлеру развивать омниканальную экосистему, опираясь на интересы и комфорт покупателя?



На эти и другие вопросы мы будем отвечать на нашем новом курсе «ПРОДАЖИ В КОНКУРЕНТНОЙ ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ (офлайн/онлайн продажи)».

Программа подойдет для руководителей розничного бизнеса, менеджеров и директоров магазинов, владельцев шоурумов.

Начало занятий: 18 ноября 2022 года, занятия будут проходить 2-3 раза в неделю во второй половине дня.

По окончании курса слушатели получают документ о повышении квалификации установленного образца РГХПУ им. С.Г. Строганова.

[Подробная информация о центре и условиях поступления](#)

Источник:

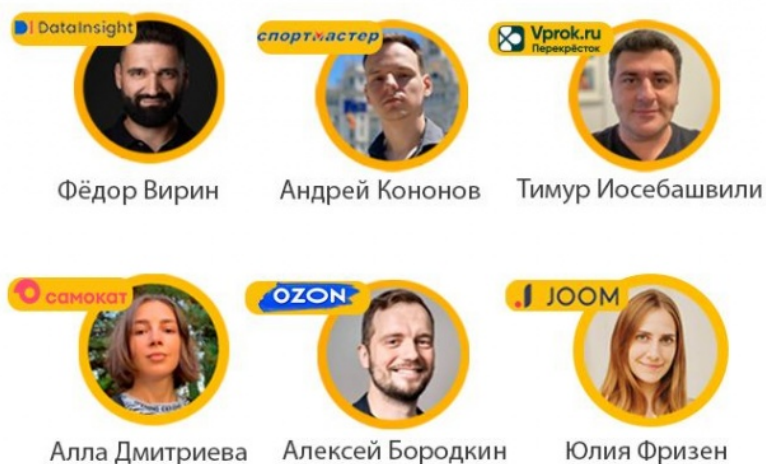
[Продажи в конкурентной цифровой среде \(офлайн/онлайн продажи\)](#)

Материал размещен на правах рекламы

Онлайн-конференция UX в E-commerce — приглашаем 19 ноября

Bit.ly, 13.11.2022

/реклама



19 ноября в 11:00 пройдет онлайн-конференция UX в E-commerce.

Партнёр Data Insight Фёдор Вирин откроет мероприятие с обзорным докладом «Онлайн-продажи. Осень 2022».

В докладе он расскажет:

1. Изменение потребительского поведения в 2022 году: весной, летом и осенью
2. Изменение ландшафта рынка в 2022 году, и что будет с рынком в 2023
3. Факторы роста рынка в 2022 и 2023 годах, на что следует обращать внимание
4. Экосистема рынка онлайн-торговли и изменения в ней в 2022 году

Далее UX-специалисты из Ozon, Joom, Самокат, Vprok, Спортмастер поделятся своим опытом в исследованиях, проектировании, тестировании и запуске новых продуктов.

Мероприятие будет полезно тем, кто хочет быстро увеличить свою профессиональную насмотренность, узнать, как работают в других компаниях, получить новые инсайты и ответы на свои вопросы.

[Посмотреть программу](#)

Источник:

[UX в E-commerce. Онлайн-конференция UX-Марафон #29](#)

11.11 в Китае: продажи основных e-commerce платформ достигли \$156,9 млрд

Mma.prnewswire.com, 12.11.2022

/НОВОСТЬ

По данным консалтинговой компании Syntun, в период фестиваля шопинга 11.11 (с 31 октября по 11 ноября 2022 года) продажи только через традиционные платформы e-commerce и прямые эфиры в Китае составили 1115,4 млрд юаней (\$156,9 млрд).

- GMV традиционных платформ составил 934 млрд юаней (\$131,4 млрд). Первое место занял Tmall, за ним следуют JD и Pinduoduo.
- Продажи в прямых трансляциях выросли на 146,1% до 181 млрд юаней (\$25,5 млрд).
- Оборот новых розничных платформ достиг 21,8 млрд юаней (\$3 млрд), лидеры — Meituanshangou, JDtohome и Tao Xian Da.
- Платформы групповых покупок не показали выдающихся результатов с общим объемом продаж 13,5 млрд юаней (\$1,9 млрд).



Источник:

China's Double 11 Shopping Festival Total Transaction Value Exceeds Trillions of RMB for the First Time Syntun Release: China's Double 11 Shopping Festival GMV of 1115.4 billion RMB

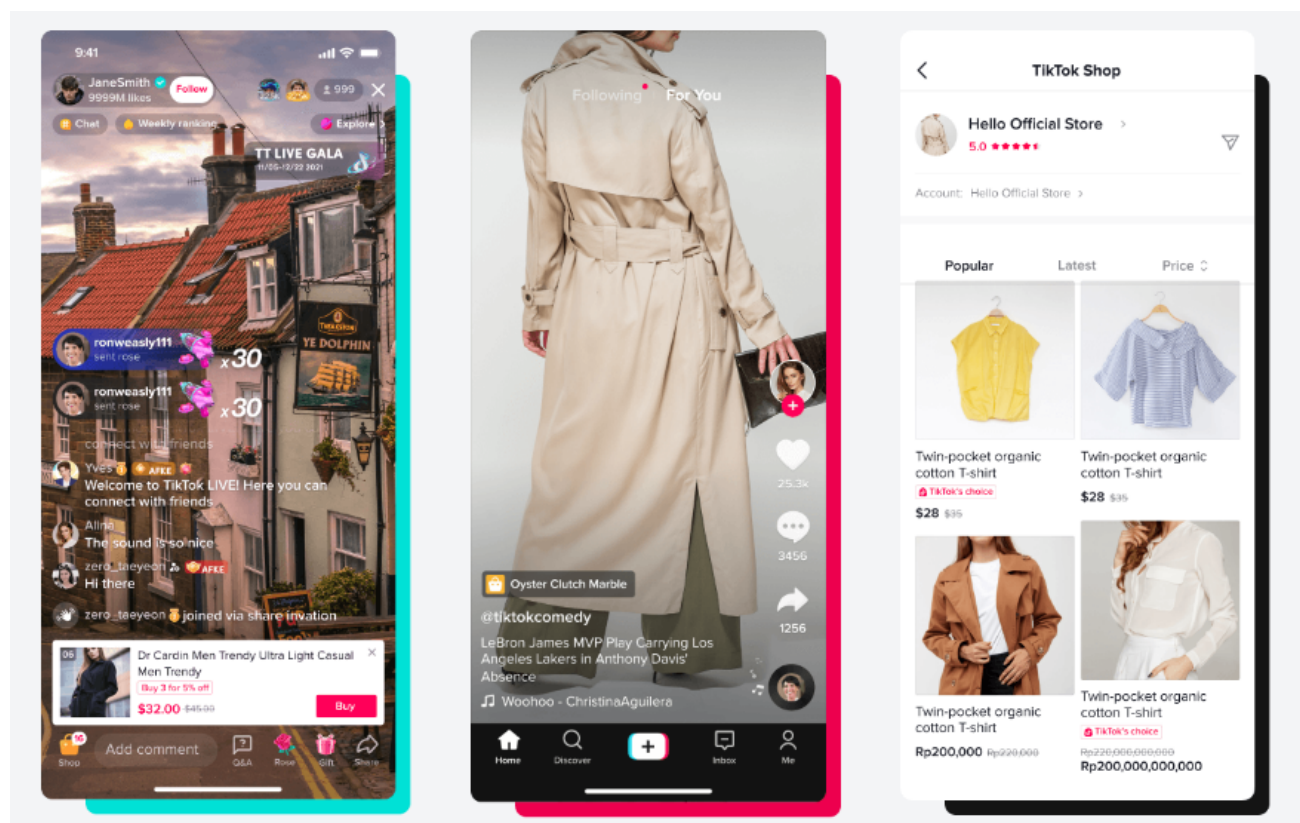
TikTok запускает функцию онлайн-покупок в США

Businessinsider.com, 12.11.2022 12:22:00

/новость

Пользователи TikTok в США смогут совершать покупки непосредственно через приложение с помощью функции TikTok Shop, тестирование которой началось на этой неделе. Ранее она была доступна в Великобритании и семи странах Азии.

Пока зарегистрироваться для продаж в TikTok Shop могут лишь приглашенные продавцы из США. TikTok берет комиссию в размере 5% с каждой продажи.



Источник:

TikTok's venture into e-commerce continues as US American merchants can now apply to sell on TikTok Shop

Выручка Wish упала на 66% в III кв. 2022 г.

Ir.wish.com, 09.11.2022 04:05:00

/новость

По итогам третьего квартала, который завершился 30 сентября 2022 года, выручка e-commerce платформы Wish упала на 66% год к году до \$125 млн. Выручка основного маркетплейса снизилась на 78% до \$40 млн, рекламного сегмента — на 70% до \$11 млн, логистического подразделения — на 50% до \$74 млн.

Чистый убыток составил \$124 млн или \$0,18 в расчете на акцию в сравнении с чистым убытком в размере \$64 млн или \$0,10 на акцию в третьем квартале 2021 финансового года. Скорректированный показатель EBITDA представляет собой убыток в размере \$95 млн по сравнению с убытком в размере \$30 млн в третьем квартале 2021 финансового года.

	Three Months Ended			Nine Months Ended		
	September 30,			September 30,		
	2022	2021	YoY%	2022	2021	YoY%
Core marketplace revenue	\$ 40	\$ 183	(78)%	\$ 184	\$ 1,038	(82)%
ProductBoost revenue	11	37	(70)%	36	137	(74)%
Marketplace revenue	51	220	(77)%	220	1,175	(81)%
Logistics revenue	74	148	(50)%	228	621	(63)%
Revenue	\$ 125	\$ 368	(66)%	\$ 448	\$ 1,796	(75)%

Источник:

[Wish Reports Third-Quarter 2022 Financial Results](#)

Shein открывает свой первый офлайн-магазин в Токио

Bloomberg.com, 11.11.2022 08:00:00

/новость

Онлайн-ритейлер быстрой моды Shein открывает первый физический магазин в одном из самых популярных районов Токио, сообщает [Bloomberg](#). На площади 200 кв. м размещены три примерочные и фотобудка, где покупатели могут запечатлеть свои наряды.

Покупателям по-прежнему придется делать все свои заказы онлайн: они будут сканировать QR-код продукта, который направит их на сайт или в приложение Shein, где они смогут совершить покупки и организовать доставку.

SHEIN

Открытие связано с популярностью рор-уп магазинов Shein в Японии и других странах. Кроме того, локация может быть использована для проведения мероприятий.

Источник:

[Fast Fashion Giant Shein to Open First Physical Store in Tokyo](#)



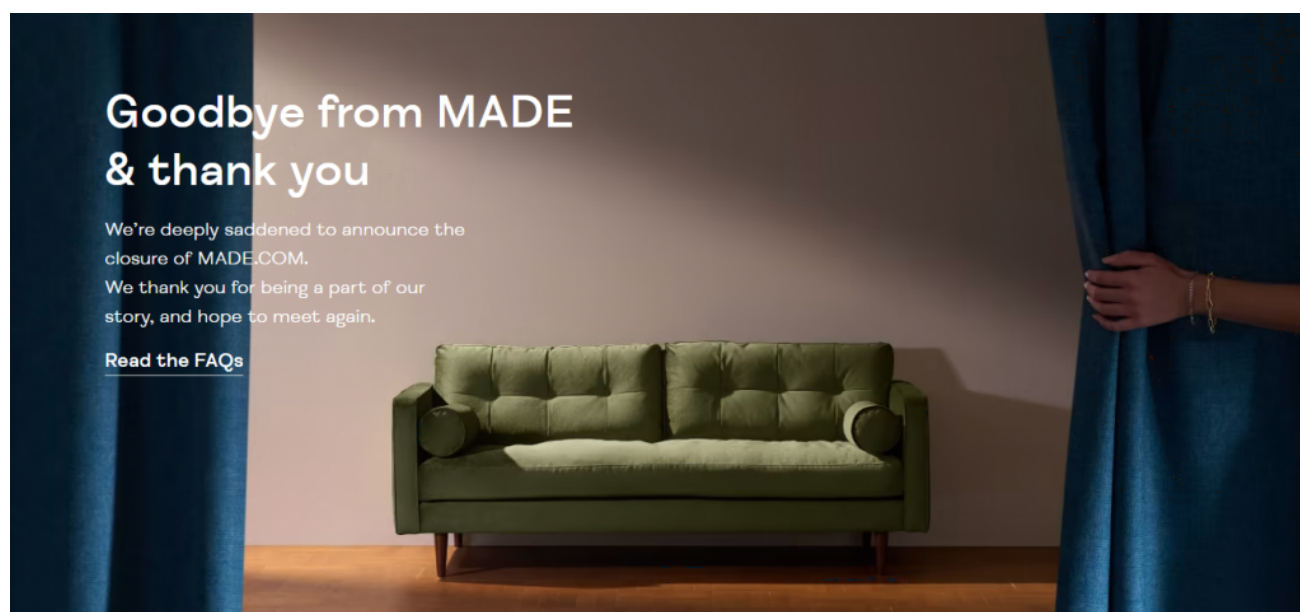
Next покупает обанкротившийся интернет-магазин мебели Made.com

Dailymail.co.uk, 10.11.2022 07:34:00

/новость

Британский ритейлер Next приобретает за £3,4 млн бренд, сайт, интеллектуальную собственность и базу данных клиентов онлайн-магазина мебели и товаров для дома Made.com.

Ранее Made.com начал процедуру банкротства и назначил администратором PwC. Порядка 12 000 заказов все еще не выполнены, работу потеряли 400 сотрудников.



В первом полугодии 2022 года продажи Made.com снизились на 19%. По итогам года компания ожидала падения продаж на 15-30%, а также убытка в размере £50-70 млн.

Как отметил представитель PwC, «сочетание факторов, в том числе значительное снижение потребительских расходов из-за давления на стоимость жизни, рост стоимости импорта и продолжающееся давление в цепочке поставок, привело к тому, что бизнес больше не может продолжаться».

Made.com основан в Лондоне в 2010 году. В 2021 году оценка компании составила около £775 млн. Офисы и склады располагаются в Европе и Азии.

Источник:

[Next buys up Made.com for £3.4m... two years after it was valued at £775M: UK fashion brand takes over collapsed online furniture firm... leaving 12,000 customer orders outstanding](#)

Bol.com вернулся к росту

Ahold Delhaize.com, 09.11.2022

/новость

Крупнейший интернет-магазин Нидерландов и Бельгии Bol.com в третьем квартале 2022 года нарастил продажи на 5,6% до 1,2 млрд евро. В первом и втором кварталах было зафиксировано снижение на 7% и 2,1% соответственно.

59% продаж площадки пришлось на сторонних продавцов — их 51 тыс. В третьем квартале выручка партнеров выросла год к году на 11%.



Чистые онлайн-продажи Ahold Delhaize, материнской компании Bol.com, увеличились на 11,5% год к году до 2,7 млрд евро. В Европе онлайн-продажи выросли на 6,1%, а в США — на 20,8%.

Источник:

Ahold Delhaize reports strong increase in Q3 sales and earnings, as our great local brands' value proposition continues to resonate well with customers

Wildberries построит в Узбекистане торгово-логистический комплекс

Uz.sputniknews.ru, 09.11.2022 11:39:00

/новость

В Узбекистане построят торгово-логистический комплекс компании Wildberries. Стоимость проекта — \$130 млн. Благодаря этому в республике появится 5000 новых рабочих мест.

Компания также запустит онлайн-обучение производителей Узбекистана на узбекском и русском языках для торговли готовыми товарами. Кроме того, будет открыта фабрика создания новых узбекских брендов, специалисты которой будут проводить анализ рынка и помогать предпринимателям разрабатывать новые бренды.



Источник:

[В Узбекистане построят торгово-логистический комплекс Wildberries](#)

Оборот MercadoLibre в сегменте коммерции вырос на 32% в III кв. 2022 г.

Investor.mercadolibre.com, 07.11.2022

/новость

MercadoLibre, ведущая компания в области технологий электронной коммерции в Латинской Америке, опубликовала финансовые результаты за квартал, закончившийся 30 сентября 2022 года.

Общая выручка компании выросла на 60,6% до \$2,7 млрд. Оборот в сегменте коммерции увеличился на 32%, а число заказов — на 9%. Количество уникальных покупателей выросло примерно на 10%.

Компания зафиксировала рост оборота почти на всех ключевых рынках: +20% в Бразилии, +87% в Аргентине и +23% в Мексике. В Чили оборот продолжает снижаться.



Сегмент коммерции включает доходы от маркетплейса, доставки, собственных продаж компании, рекламы, классифайда и других дополнительных сервисов.

Источник:

[MercadoLibre, Inc. Third Quarter 2022 Letter to Shareholders](#)

Adobe: с января по октябрь американцы потратили онлайн \$727 млрд

Blog.adobe.com, 10.11.2022

/исследование

По данным Adobe, с января по октябрь 2022 года жители США потратили онлайн \$727 млрд. Это на 6,9% больше, чем в прошлом году, поскольку цифровая экономика продолжает расширяться.

С началом праздничных скидок в октябре 2022 года жители США потратили онлайн \$72,2 млрд — на 10,9% больше, чем в сентябре, и почти столько же, сколько в октябре 2021-го (\$72,4 млрд).

Потребителей привлекали скидки в таких категориях, как электроника и игрушки (17% и 15% соответственно), компьютеры (10%), а также более скромные скидки на телевизоры (4%), спорттовары (3%) и мебель (2%). Adobe ожидает, что лучшие предложения появятся во время Cyber Week.



Источник:

[Adobe Analytics — Consumers spent over \\$72 billion online as early holiday discounts kick in \(October 2022\)](#)

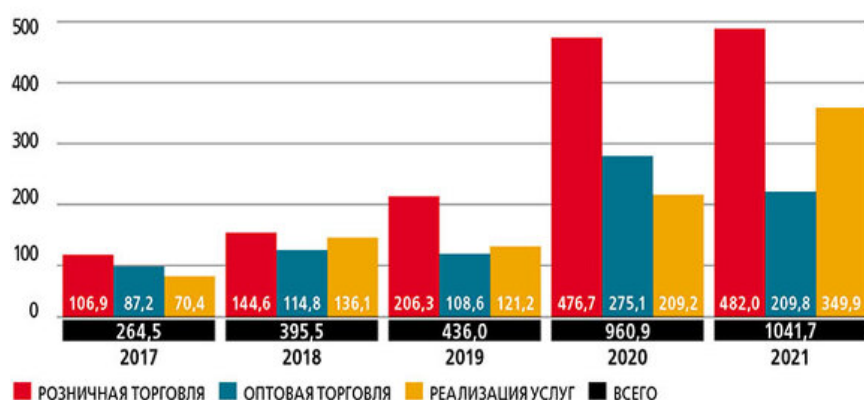
Kaspi.kz — лидер рейтинга торговых интернет-площадок Казахстана

Forbes.kz, 07.11.2022

/исследование

В 2021 году объем e-commerce в Казахстане превысил 1 трлн тенге (данные Бюро национальной статистики). Из них 46,3% (482 млрд тенге) приходится на розничную торговлю, 33,6% (349,9 млрд) — на услуги, 20,1% (209,8 млрд) — на оптовую торговлю, сообщает [Forbes.kz](https://forbes.kz).

ОБЪЕМЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В КАЗАХСТАНЕ (МЛРД ТЕНГЕ)



ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СПОСОБЫ ОПЛАТЫ ТОВАРОВ И УСЛУГ



[Forbes.kz](https://forbes.kz) представил топ [KZ Retail E-commerce 2022](https://forbes.kz), в который вошли крупнейшие казахстанские интернет-магазины и торговые площадки по объему выручки от онлайн-продаж по итогам полного календарного 2021 года.

Рейтинг возглавил Kaspi.kz («Kaspi Магазин»), выручка которого за 2021 год составила \$1690 млн. В 2021 году ассортимент «Kaspi Магазина» вырос в 3 раза, до 1,5 млн товаров, а в 2022 году — до 2 млн. Количество продавцов на маркетплейсе увеличилось более чем в 5 раз.

Второе место занял сервис онлайн-продаж билетов Kaspi Travel, третье — сервис покупки и бронирования авиа- и железнодорожных билетов Aviata.

На четвертом месте расположился Wildberries.kz с выручкой за 2021 год в размере \$158,1 млн. В 2021 году компания запустила в Казахстане прямые поставки от местного бизнеса. Собственная и партнерская сеть ПВЗ в стране выросла до 323 точек. В январе — мае 2022 года оборот продукции местного производства вырос на 584% год к году.

Источник:

[40 крупнейших торговых интернет-площадок Казахстана](https://forbes.kz)

Подкасты о e-commerce

Digital Voice

Как интернет-аптеки переживают сложный 2022 год — Наталья Паршикова — Сбер Еаптека

Филипп Лабковский с директором по маркетингу Сбер Еаптека Натальей Паршиковой попытались выяснить, как происходит развитие отрасли онлайн-аптек, какие маркетинговые инструменты и инструменты работы с лояльной аудиторией помогают растить продажи, какую роль играют СТМ и как новое поколение использует аптеки не для лечения, а чтобы оставаться здоровыми.

DigitalVoice

Прослушать: [Podcast.ru](https://podcast.ru)

У курьера есть подкаст

Сезон больших распродаж. Flowwow, ANSALIGY и СДЭК

Удастся ли селлерам и маркетплейсам превзойти прошлогодние успехи? Какие товары выстрелят этой осенью? Как логисты готовятся к пиковым нагрузкам? Где черпают кадровые резервы, когда они нужны всем? И как диверсифицировать риски в режиме аврала?

Матвей Гулин постарается разобраться в этом с гостями:

- Валерией Батовой, руководителем направления «Ключевые клиенты» отдела продаж, СДЭК
- Элиной Мугайнутдиновой, руководителем группы по работе с курьерскими службами, Flowwow
- Артемом Горячевым, заместителем генерального директора, ANSALIGY

Прослушать: [Mave](https://mave.ru)



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.