

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2022 / № 49

05 Декабря 2022 - 11 Декабря 2022

В выпуске:

Россия:

Фёдор Вирин на конференции UPGRADE рассказал о трендах онлайн-продаж 2022

Ozon поддержит франчайзи в период раскрутки пунктов выдачи

В Москве оборот онлайн-торговли за 9 месяцев составил 700 млрд руб.

Авито запускает кросс-доставку для частных пользователей

Почта России предлагает магазинам и кофейням принимать посылки на доставку

В Delivery Club подписчики Яндекс Плюса смогут оплачивать доставку баллами
«Кухня на районе» нацелилась на офлайн

Группа ProStore by Lubivaya создала фулфилмент-оператора для fashion-брендов
МТС: продажи на маркетплейсах в ноябре выросли в 2,7 раза

Число онлайн-заказов с курьерской доставкой выросло почти в 13 раз

Доля e-commerce в российской фармрознице составила 16,3% в I-III кв. 2022 г.

Весь мир:

ВкусВилл совместно с Voxberry запустил доставку товаров в ближнее зарубежье

Getir покупает своего конкурента Gorillas

Amazon запускает функцию шопинга в стиле TikTok

Carrefour тестирует беспилотный фургон для доставки

На e-commerce приходится около 15% продаж Nestlé

Социальная коммерция занимает 25% рынка онлайн-торговли в ЮВА

Самый низкий процент онлайн-покупателей — в Африке

Что повлияет на e-commerce 2023: соцсети, AR, чат-боты и другие тренды

Подкасты о e-commerce



Фёдор Вирин на конференции UPGRADE рассказал о трендах онлайн-продаж 2022

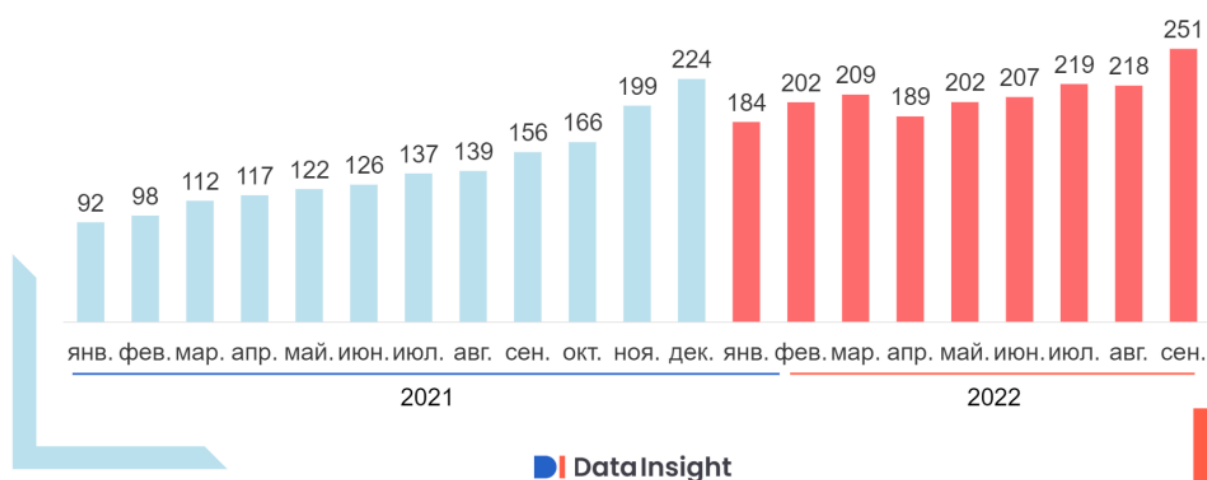
Datainsight.ru, 09.12.2022

/НОВОСТЬ

Партнёр Data Insight Фёдор Вирин выступил с докладом «Тренды онлайн-продаж в 2022 году» на конференции UPGRADE.

eCommerce: количество заказов, 2021-22 (млн)

Внутрироссийский рынок электронной торговли каждый месяц больше предыдущего – за исключением января (сезонный спад) и апреля (после мартовского ажиотажа).



Ключевые тезисы:

- Внутрироссийский рынок электронной торговли каждый месяц за период с января 2021 по сентябрь 2022 года больше предыдущего за исключением января (сезонный спад) и апреля (после мартовского ажиотажа).
- Скорость роста количества заказов впервые с 2019 года опустилась ниже рубежа в +50% в год. Еще в августе рост составлял +55%, перед этим несколько месяцев он был на уровне 60–65%, а до февраля на протяжении 9 месяцев подряд рост превышал 100% в год.
- Рынок логистики для электронной коммерции растёт: так, рост количества заказов в 2021 к 2020 году составил 79%, рост в третьем квартале 2022 года относительно того же периода 2021 — 52%.
- Наблюдается рост заказов в сегменте eGrocery: количество заказов в сентябре 2022 года выше, чем в конце 2021 года.

Источник:

[Тренды онлайн-продаж в 2022 году. Объём, динамика онлайн-рынка, темпы роста количества онлайн-заказов](#)

Оzon поддержит франчайзи в период раскрутки пунктов выдачи

Corp.ozon.ru, 08.12.2022

/новость

Оzon запустил новую программу развития франшизы, чтобы расширить сеть ПВЗ и сделать ее более доступной.

Новые пункты, открытые после 1 января 2023 года, а также пункты, действующие менее полугода, будут получать фиксированные выплаты до 130 тыс. руб. в месяц. При этом сохраняется вознаграждение в виде процента от оборота.

Кроме того, маркетплейс смягчит требования к помещениям, будет рассматривать большинство удобных для клиентов локаций, а также разрешит открывать пункты ближе друг к другу.

Сеть фирменных пунктов Ozon насчитывает больше 16 тыс. точек по всей стране. Больше 80% клиентов предпочитают этот канал доставки.



Источник:

[Ozon запустил новую программу развития франшизы](#)

В Москве оборот онлайн-торговли за 9 месяцев составил 700 млрд руб.

Mos.ru, 08.12.2022 11:01:00

/новость

В Москве оборот онлайн-торговли за 9 месяцев 2022 года вырос на 14,4% — до 700 млрд руб. Около 80%, или 556 млрд руб., пришлось на непродовольственную торговлю, обороты которой выросли на 14,4%. Объем онлайн-продаж продуктов питания увеличился на 14,7% до 142,9 млрд руб.

Доля онлайн-продаж в общем обороте розничной торговли Москвы год назад находилась на уровне 12,5%, а к октябрю 2022 года достигла 15,6%. Доля российских онлайн-ритейлеров за год выросла с 93% до 97%.

Москвичи потратили больше всего денег при онлайн-покупках на электронику — 129,4 млрд руб. (18,5% от общего оборота), мебель и товары для дома — 124,5 млрд руб. (17,8%), одежду и обувь — 97,7 млрд руб. (14%).

Больше всего выросли онлайн-продажи инструментов и садового инвентаря — в 2,4 раза, меньше всего — цветов (+3,7%) и книг (+0,7%).



Источник:

[Москве подсчитали оборот онлайн-торговли за три квартала](#)



Авито запускает кросс-доставку для частных пользователей

T.me, 06.12.2022 16:50:00

/новость

Авито впервые на российском рынке запускает кросс-доставку для частных пользователей. Продавец сможет отправить заказ через одну службу доставки, а покупатель — получить товар через другую. Первыми подключены Почта России и EXMAIL, в будущем присоединятся и другие службы — в первую очередь, Voxberry, DPD и PickPoint.

На старте сервис работает в крупных городах России. Кросс-доставка работает только для сделок между частными пользователями в категориях, доступных для отправки в постаматы, стоимость товаров не должна превышать 20 000 руб.

Авито планирует в 2023 году подключить опцию и для профессиональных продавцов платформы.

Источник:

[Авито запускает кросс-доставку одного заказа разными логистическими службами](#)



**Авито запускает
кросс-доставку**

Почта России предлагает магазинам и кофейням принимать посылки на доставку

Pochta.ru, 06.12.2022

/новость

Розничные магазины, пункты выдачи заказов любых маркетплейсов и даже кофейни, которые находятся дальше 500 м от отделения Почты России, смогут принимать посылки в доставку по самым популярным тарифам: «посылка стандартная», «посылка онлайн», «1 класс», EMS и «курьер онлайн».

Компания будет забирать их ежедневно, если в течение дня клиенты оставили больше пяти посылок, в остальных случаях — через день. В зависимости от количества принятых отправок Почта заплатит бизнесу до 15% от стоимости доставки.



Чтобы начать принимать посылки, предпринимателям требуются ноутбук, принтер и весы. Заключить договор и подключить почтовые сервисы можно онлайн.

За первые несколько недель к программе уже подключились более 60 новых точек в Москве, Санкт-Петербурге и Великом Новгороде.

Источник:

[Малый и средний бизнес сможет зарабатывать на приёме посылок](#)

В Delivery Club подписчики Яндекс Плюса смогут оплачивать доставку баллами

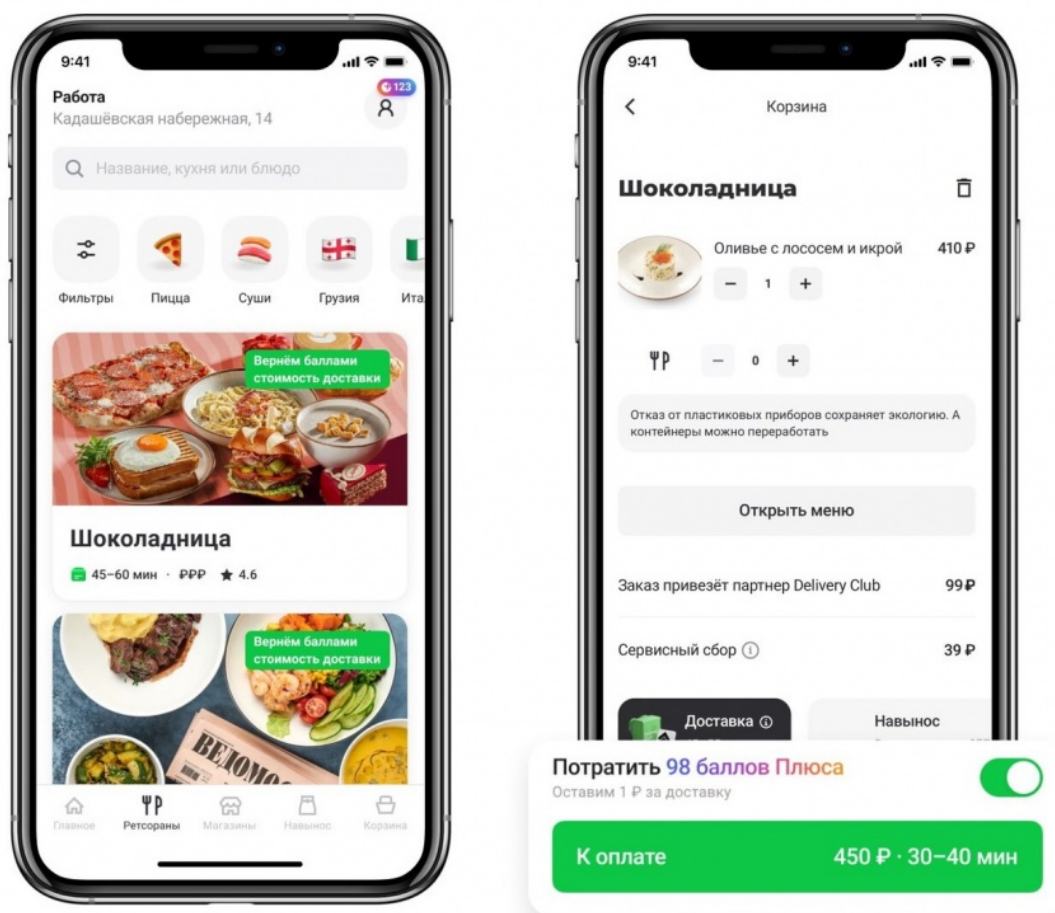
Press.delivery-club.ru, 06.12.2022

/новость

Подписчики Яндекс Плюса смогут в Delivery Club рассчитываться баллами за платную доставку заказов. Таким способом можно оплатить до 99% стоимости услуги. Опция действует во всех регионах России, в которых работает Delivery Club.

Рассчитаться баллами Плюса можно при заказах у партнеров, чьи заказы развозят курьеры, работающие с приложением Яндекс Про.

Яндекс Плюс постепенно заменит подписку PRO и другие программы лояльности, действовавшие в Delivery Club. Яндекс Плюс используют 16 млн человек. Баллы можно получать за оплату поездок в Такси, покупок на Маркете и в Лавке, а затем рассчитываться ими за новые заказы на этих сервисах.



Источник:

[Подписчики Яндекс Плюса смогут тратить баллы в Delivery Club](#)

«Кухня на районе» нацелилась на офлайн

Forbes.ru, 06.12.2022

/новость

«Кухня на районе» устанавливает 10 холодильников с готовой едой в разных местах Москвы, в первую очередь в бизнес-центрах, рассказал генеральный директор сервиса Антон Лозин в интервью [Forbes](#).

В 2023 году сервис также будет открывать «кафетерии будущего», где можно будет взять готовую еду с собой или перекусить на месте, а также заведения в формате «открытой кухни».



Офлайн-направление будет интегрировано с приложением сервиса. «Мы хотим стать своего рода пультом для еды. Если ты хочешь есть — открываешь приложение и видишь разные способы получить еду от знакомого и любимого тобой бренда», — объясняет идею Антон Лозин.

Новые направления должны помочь увеличить оборот и выйти в прибыль. В сентябре 2022 года оборот сервиса составил 300 млн руб., а убыток сократился вдвое по сравнению с уровнем декабря 2021 года. Для выхода в прибыль сервису нужно увеличить первый показатель примерно в 2 раза.

Источник:

[«Кухня на районе» запустит сеть автоматов с готовой едой и «кафетерии будущего»](#)



Группа ProStore by Lubivaya создала фулфилмент-оператора для fashion-брендов

Prostore.pro, 06.12.2022

/НОВОСТЬ

На базе D2C сервис провайдера ProStore by Lubivaya и экс-команды экспертов eSolutions (Otto Group) был образован новый омниканальный фулфилмент-оператор полного цикла для fashion-брендов ProFashion Solutions.

Компания специализируется на создании, открытии, маркетинговом сопровождении и фулфилмент обслуживании фирменных интернет-магазинов, бренд-витрин на маркетплейсах производителей одежды, обуви и аксессуаров.

«Получив поддержку ProStore by Lubivaya, мы сможем не только продолжить развитие передовых фулфилмент-сервисов для омниканальных продаж брендов fashion-сегмента, но и усилиться за счет опыта других компаний группы в услугах для брендовых офлайн-магазинов, фирменных площадок на маркетплейсах», — комментирует Анна Яковлева, коммерческий директор ProFashion Solutions, ранее занимавшая должность генерального директора eSolutions.



Источник:

[ProFashion Solutions — новый претендент на лидерство на российском рынке фулфилмента](#)



МТС: продажи на маркетплейсах в ноябре выросли в 2,7 раза

Moskva.mts.ru, 09.12.2022

/исследование

По данным МТС, в ноябре 2022 года продажи на маркетплейсах выросли в 2,7 раза год к году. Лидером в этой категории стал Wildberries — 51% продаж, на втором месте — Ozon (29%), замыкает тройку AliExpress — 16%. Средний чек на маркетплейсах за год увеличился на 3% до 1 870 руб.

По числу уникальных пользователей в ноябре с большим отрывом лидирует Яндекс Маркет. На втором месте по популярности — Ozon и Wildberries, которые показали самый существенный рост числа пользователей год к году: на 28% и 20% соответственно. На сайт и в приложение AliExpress зашло на треть меньше пользователей, чем в ноябре 2021 года.

Выросла популярность сайта и приложения Lamoda — трафик вырос на 22% по сравнению с показателями ноября 2022 года, а также российских магазинов для дома — в среднем на 42%.



Источник:

[Аналитика МТС: российские маркетплейсы обошли AliExpress по популярности в ноябре](#)

Число онлайн-заказов с курьерской доставкой выросло почти в 13 раз

Rsb.ru, 08.12.2022

/исследование

Количество онлайн-заказов с курьерской доставкой в январе-октябре 2022 года выросло почти в 13 раз. Россияне стали делать заказы в онлайн с курьерской доставкой чаще, но на меньшие средние суммы. По данным эквайринговой сети Банка Русский Стандарт, общий средний чек такого платежа за 10 месяцев 2022 года составил 2 625 руб., а годом ранее был 5 310 руб.

В офлайне общее число таких платежей за год выросло почти в 4 раза. Средний чек одного офлайн-заказа с доставкой за 10 месяцев 2022 года составил 2 694 руб., тогда как годом ранее — 2 112 руб.

Источник:

Банк Русский Стандарт: число онлайн-заказов с курьерской доставкой в 2022 году выросло почти в 13 раз относительно прошлого года



Доля e-commerce в российской фармрознице составила 16,3% в I-III кв. 2022 г.

Rncph.ru, 05.12.2022

/исследование

По данным RNC Pharma, в общем объеме российской фармрозницы, включая продажи парафармацевтики, доля канала электронной коммерции по итогам трех кварталов 2022 года составила 16,3%. Годом ранее этот показатель лишь вплотную приближался к 13,3%.

Общий объем продаж/бронирования продукции аптечного ассортимента (ЛП + парафармацевтика) в рамках онлайн-канала фармрынка по итогам трех кварталов 2022 года вырос на 50,7% и составил 213,4 млрд. руб. (в ценах конечного потребления, включая НДС).

Суммарная выручка организаций из TOP-20 составила 84,6% в рамках e-com канала. Уровень концентрации отрасли относительно результатов I-II кварталов 2022 года несколько сокращается, все больше компаний второго эшелона акцентирует внимание на развитии сферы электронной коммерции.

Максимальные показатели динамики пока демонстрируют сеть «Апрель» (рост в 2,2 раза) и «Еаптека» (в 2 раза).

№	Компания*	Центральный офис	Объем валовых e-com продаж в 1-3 кв. 2022, млрд. руб.	Прирост продаж относительно 1-3 кв. 2021, %, руб.	Доля ¹ на розничном-коммерческом сегменте фармрынка (ЛП + не ЛП) по итогам 1-3 кв. 2022, %, руб.
1	Аптека.ру	Новосибирск	54,1	28	4,1
2	Еаптека	Москва	17,6	103	1,3
3	Ригла	Москва	17,6	87	1,3
4	АСНА ²	Москва	11,0	56	0,8
5	Здравсити	Москва	10,1	53	0,8
6	Апрель	Краснодар	9,7	130	0,7
7	Неофарм	Москва	9,5	54	0,7
8	ОАС Эркафарм и Мелодия Здоровья	Новосибирск	9,1	98	0,7
9	ИРИС	Москва	8,8	30	0,7
10	Аптечная сеть 36,6 ²	Москва	5,4	75	0,4
11	Фармлэнд	Уфа	5,0	42	0,4
12	Здоров.ру	Москва	4,9	52	0,4
13	Вита (Самара)	Самара	4,5	26	0,3
14	Планета Здоровья	Пермь	4,5	58	0,3
15	Монастырев.рф	Владивосток	3,9	15	0,3
16	Имплозия ²	Самара	2,6	-24	0,2
17	Ваша №1	Москва	1,1	43	0,1
18	Аптека25.рф	Владивосток	0,4	-53	0,03
19	Алоэ (Ранее Эдифарм)	С.-Петербург	0,4	-20	0,03
20	Социальная Аптека	Ростов-на-Дону	0,3	70	0,02
1 - доля рассчитана от суммарного объема коммерческого розничного рынка ЛП и парафармацевтики РФ					
2 - экспертная оценка					
Источник RNC Pharma®: Рейтинг российских аптечных сетей					

Источник:

RNC Pharma представляет TOP-20 компаний e-com сегмента российской фармацевтической розницы по итогам 1-3 кв. 2022 г.



Весь мир:

ВкусВилл совместно с Vohberry запустил доставку товаров в ближнее зарубежье

Telegra.ph, 09.12.2022

/новость

ВкусВилл в партнерстве с Vohberry начал доставлять товары в страны ближнего зарубежья. Сервис доступен для покупателей Казахстана, Беларуси, Киргизии, Армении и Таджикистана на сайте boxberry.vkusvill.ru.

ВКУСВИЛЛ & **boxberry**

Каталог товаров

О доставке

Отзывы

Вопрос-ответ

Заказывай товары ВкусВилл в страны СНГ

- оформление за 2 минуты
- без минимальной суммы заказа
- доставка в Казахстан, Беларусь, Армению, Киргизию, Таджикистан

Выбрать товары



В ассортимент входит долгосрочная продукция ВкусВилл. Для заказа доступно более 1255 товаров по таким же ценам, как и в магазинах.

ВкусВилл собирает заказы в одном из своих дарксторов в Москве, а Vohberry доставляет их курьером на дом или в свои отделения. В среднем доставка занимает от 3 до 10 дней. Стоимость и сроки зависят от адреса получателя и способа доставки.

Ранее ВкусВилл запустил продажи в Китае.

Источник:

[Заказать продукты ВкусВилл теперь можно в странах ближнего зарубежья с доставкой от Vohberry](#)

Getir покупает своего конкурента Gorillas

Techcrunch.com, 09.12.2022 03:44:00

/новость

Сервис в сфере быстрой доставки продуктов Getir подтвердил приобретение своего немецкого конкурента Gorillas.

«Индустрия сверхбыстрой доставки продуктов будет неуклонно расти в течение многих лет, и Getir возглавит эту категорию, которую он создал 7 лет назад», — заявил основатель компании Назим Салур.



Компания не раскрывает финансовых условий сделки, но источники [FT](#) называют сумму примерно в \$1,2 млрд. Новая объединенная группа оценивается в \$10 млрд.

На пике успеха Gorillas и Getir достигли оценки в \$3 млрд и \$11,8 млрд соответственно. Однако 2022 год стал тяжелым для отрасли, что привело к сокращению персонала, сворачиванию деятельности и консолидации.

Источник:

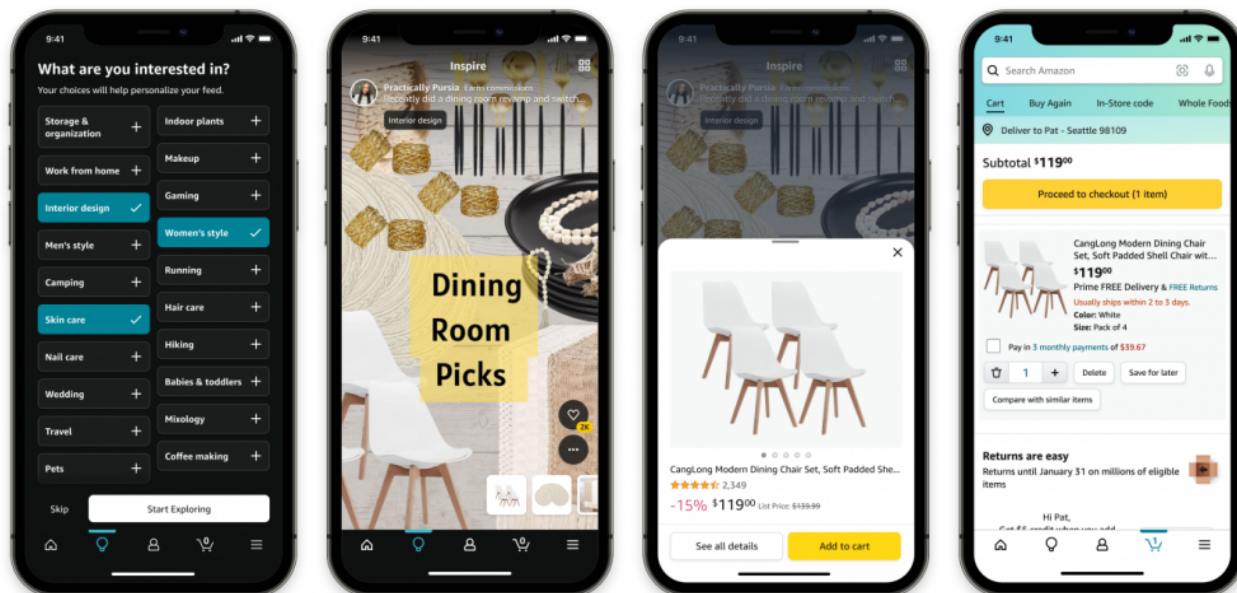
[Instant grocery app Getir acquires its competitor Gorillas](#)

Amazon запускает функцию шопинга в стиле TikTok

Techcrunch.com, 08.12.2022 07:22:00

/новость

Amazon внедряет в своем приложении новую функцию Inspire, которая позволяет покупать товары из персонализированной ленты с короткими видео и фотографиями. Контент будут создавать инфлюенсеры, бренды и пользователи. Западные СМИ сравнивают новую функцию с лентой TikTok.



Inspire первоначально будет доступна для некоторых клиентов в США в начале декабря, а в последующие месяцы — для всех американских покупателей. Новая функция должна стимулировать продажи на Amazon.com и отвлечь внимание потребителей от таких приложений, как TikTok.

При первом запуске пользователям предлагается выбрать из более чем 20 интересов, чтобы персонализировать свою ленту Inspire. Понравившиеся видео и фото можно лайкать. Со временем лента будет настраиваться более точно, учитывая взаимодействие пользователя с контентом.

Источник:

[Amazon launches Inspire, a TikTok-like shopping feed that supports both photos and videos](#)

Carrefour тестирует беспилотный фургон для доставки

Retaildetail.eu, 06.12.2022

/новость

Стремясь снизить стоимость «последней мили», французский ритейлер Carrefour тестирует автономный электрофургон для доставки продуктов недалеко от Парижа. Автомобиль может передвигаться в пробках с максимальной скоростью 70 км в час.

Клиенты могут заказать продукты онлайн и зарезервировать место для доставки. Затем беспилотный фургон доставит продукты на место. С помощью кода, полученного на телефон, клиенты могут забрать свой заказ из одного из восемнадцати локеров внутри фургона.

В будущем Carrefour планирует развернуть больше маршрутов, зон и транспортных средств.



Источник:

[Carrefour tests autonomous delivery truck](#)

На e-commerce приходится около 15% продаж Nestlé

Digitalcommerce360.com, 05.12.2022

/новость

Около 15% продаж Nestlé приходится на e-commerce, тогда как в 2018 году доля составляла 8%, [сообщает](#) Digital Commerce 360. В компании рассчитывают увеличить инвестиции в цифровой маркетинг на 50% и почти удвоить долю электронной коммерции к 2025 году.

Nestlé не приводит конкретных данных об онлайн-продажах. Известно, что в 2021 финансовом году общий объем продаж компании составил \$95,71 млрд.

В компании называют ключевым фактором дальнейшего успеха цифровизацию. Она затрагивает все аспекты бизнеса Nestlé: от управления цепочками поставок до производства, маркетинга и продаж.



Источник:

[Nestlé projects ecommerce will be 25% of sales by 2025](#)

Социальная коммерция занимает 25% рынка онлайн-торговли в ЮВА

Cube.asia, 08.12.2022

/исследование

Согласно отчету Cube Asia, в 2022 году объем социальной коммерции в Юго-Восточной Азии (ЮВА) достигает \$42 млрд* — это 25% всей онлайн-торговли. Сегмент включает 4 канала продаж, которые пересекаются друг с другом:

Социальные платформы — продажи составляют \$34 млрд, за 5 лет могут вырасти до \$85–125 млрд. В ЮВА 90% интернет-пользователей зарегистрированы в соцсетях.

Мессенджеры — \$12 млрд, через 5 лет — \$23-35 млрд. Такие покупки совершают 55% интернет-пользователей из ЮВА.

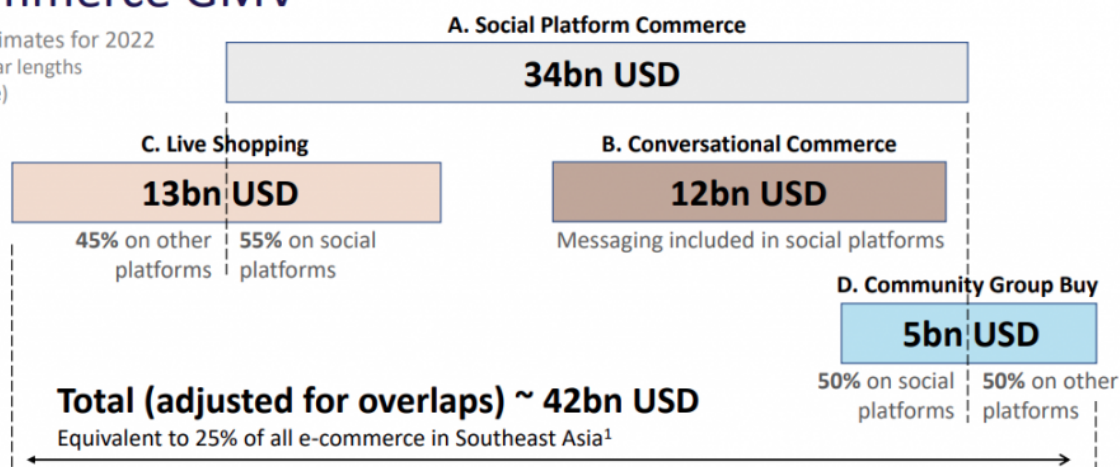
Прямые эфиры — \$13 млрд, через 5 лет — \$26-50 млрд. 44% интернет-пользователей делали покупки в этом канале. Лидер — Индонезия, где продажи в стримах достигают почти \$5 млрд.

Совместные покупки — \$5 млрд, к 2027 году — \$8-15 млрд. Самый активный рынок — Индонезия с оборотом в канале \$2 млрд.

Social Commerce | Definition > Context > Archetypes > Impact

Together, these archetypes contribute to 42bn USD of e-commerce GMV

SE Asia estimates for 2022
Indicative bar lengths
(not to scale)



1: Estimate of total Southeast Asia e-commerce GMV (across all platforms including marketplaces, e-retail, social platforms etc.) ~ 160-170bn USD in 2022
SOURCE: Market size estimates based on triangulations of primary data collected from online consumer surveys across 6 SE Asian countries, with secondary data from public sources including: Facebook; Bain & Company; McKinsey & Company; Ipsos; Oppotus; Shopavision; Thai PBS World; Shoplus; Statista; eMarketer; PWC; Krungsri; Essence Global; Decision Lab; IKala



*С поправкой на пересечение каналов

Источник:

Social Commerce in Southeast Asia 2022 Report



Самый низкий процент онлайн-покупателей — в Африке

Form.internetretailing.net, 06.12.2022

/исследование

RetailX представил [отчет](#) о рынках e-commerce в разных частях мира. Приводим интересные тезисы:

Африка: процент интернет-пользователей, совершающих покупки онлайн, составляет около 50% на всех континентах, кроме Африки (27%). При этом индекс доходов от электронной торговли по регионам в Африке является самым высоким. Это позволяет предположить, что доля онлайн-покупателей на континенте догонит остальной мир.

Азия: рынок e-commerce в 2022 году достигнет \$1,761 трлн. Китай остается мировым лидером индустрии с прогнозируемым ростом на 10-11% в этом году. Индии еще предстоит конкуренция с Китаем. В течение двух лет рынок e-commerce Индии по числу покупателей может превзойти американский и стать вторым в мире.

Европа: 90% жителей используют интернет, из них 59% совершают онлайн-покупки. В Великобритании эти показатели еще выше: 98% и 81% соответственно. Хотя всплеск электронной торговли из-за пандемии не сохранился, рост рынка остается стабильным. Меньше всего покупок онлайн совершают пожилые потребители, которых в Европе больше, чем в других частях мира.

Ближний Восток: имеет молодое население с большим количеством потребителей поколения Z и миллениалов. Использование интернета относительно велико, внедрение e-commerce быстро растет — покупки онлайн совершают 55% жителей. Самым быстрорастущим в регионе является рынок ОАЭ. В 2022-2023 гг. прогнозируется его рост на 23,11%.

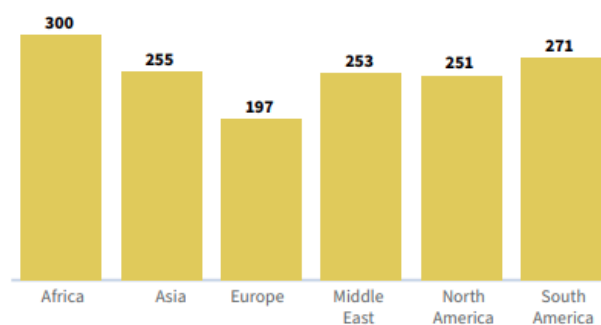
Северная Америка: ритейлеры из США лидируют в мире, но самый большой рост e-commerce в регионе наблюдается в Мексике. Индекс доходов от онлайн-торговли в стране составляет 343, что выше как показателей Северной Америки, так и глобальных.

Южная Америка: огромный потенциал для роста, но логистика остается проблемой. Еще до пандемии крупнейшим рынком электронной коммерции и мультимедиа в регионе была Бразилия. В 2021 году онлайн-продажи в этой стране выросли более чем вдвое по сравнению с 2019 годом и на 30% — к 2020-му.

Источник:

[Global 2022 Ecommerce Report](#)

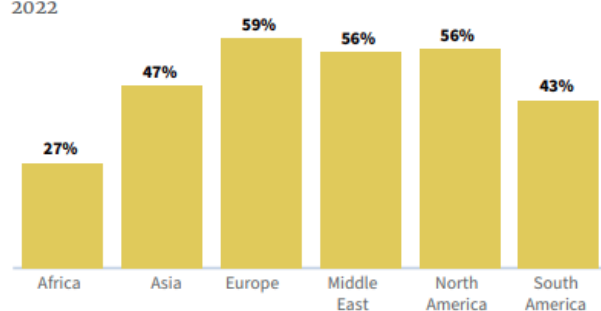
Ecommerce revenue Index per region 2022



Index 2018=100
Source: RetailX, drawing on data from Statista

© RetailX 2022

Percentage of internet users who shop online 2022



RetailX, drawing on data from Statista

© RetailX 2022

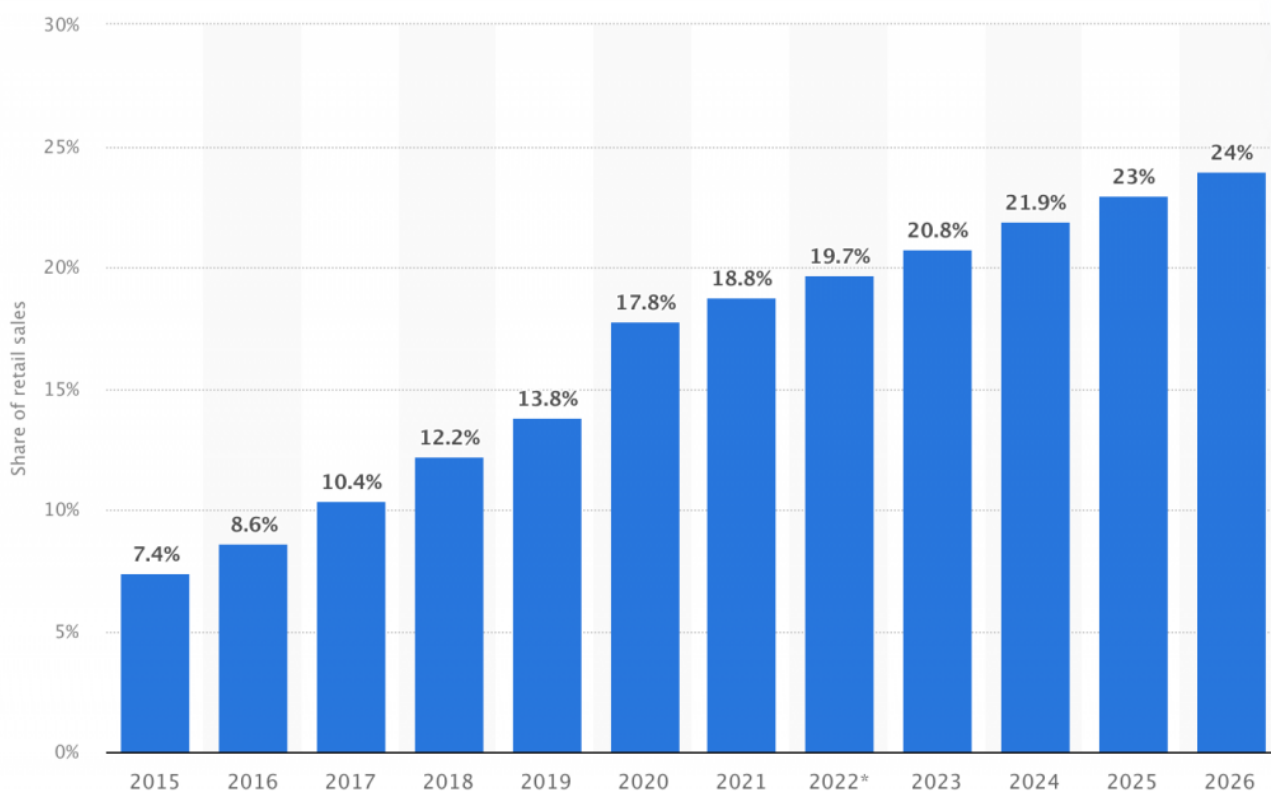


Что повлияет на e-commerce 2023: соцсети, AR, чат-боты и другие тренды

Shopify.com, 06.12.2022

/исследование

По прогнозам Statista, в 2022 году e-commerce составит около 20% всех мировых розничных продаж, а к 2026 году — почти четверть. В 2021 году глобальные онлайн-продажи приблизились к \$5 трлн и могут превысить \$8 трлн в 2026 году.



Бразилия займет первое место по развитию розничной электронной коммерции с совокупным среднегодовым темпом роста (CAGR) 20,73% в период с 2022 по 2025 год. В глобальном масштабе этот показатель составит около 11%, для России — 18,73%.

Что повлияет на индустрию e-commerce в 2023 году:

1. Больше людей будут делать покупки с помощью социальной коммерции.
2. Больше покупателей станут использовать голосовой поиск.
3. Покупатели все больше доверяют рекомендациям инфлюенсеров.
4. Покупатели начнут больше полагаться на чат-ботов.
5. Потребителям станет удобнее совершать покупки с помощью мобильных устройств.
6. Бренды будут использовать для персонализации zero-party data — информацию, добровольно предоставленную клиентами.
7. Искусственный интеллект персонализирует процесс покупок.
8. Дополненная реальность (AR) станет мейнстримом.
9. Предпочтение — брендам с четкими экологическими обязательствами.
10. Больше брендов будут использовать 3D-изображения для демонстрации продуктов.
11. Больше потребителей подключатся к покупкам в прямых эфирах.

Источник:

[Online Shopping: The Trends And Consumer Expectations That Will Shape Ecommerce](#)



Подкасты о e-commerce

Digital Voice

Как работает омниканальный ритейл в новых условиях — Hoff — Виталий Шахматов

Интервью с Head of Digital Marketing Hoff Виталием Шахматовым

Как себя чувствует омниканальный ритейл на фоне падения трафика в магазинах, потери каналов привлечения трафика онлайн, снижения покупательской способности, ухода ключевых конкурентов?

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

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

Практика_days

«Спортмастер» и омниканальность. Григор Мнацаканян

В гостях Григор Мнацаканян, начальник отдела ОМНИ развития в розничных магазинах «Спортмастер».

Выручка «Спортмастер» от онлайн-продаж за прошлый год составила более 16 млрд руб. (по данным Data Insight). В последних рейтингах омниканальности компания стабильно занимала лидирующие места.

Прослушать: [Яндекс Музыка](#) | [Google Подкасты](#)

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

Бизнес Eplaza.ru, официального интернет-магазина Panasonic. Из D2C в маркетплейс. Антон Смирнов, CEO

Интернет-магазин был вновь запущен в сентября после приостановки работы в июле, это позволили сделать найденные инвесторы, выкупившие бизнес и сток у японской Panasonic. Сейчас Eplaza.ru идёт с ростом в 130% к прошлому году, активно развивает продажи на маркетплейсах Яндекс Маркет, Ozon, СберМегаМаркет, там рост составляет 150%, и планирует выход на другие.

Прослушать: [Яндекс Музыка](#) | [Google Подкасты](#)

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.