

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2023 / № 11

13 Марта 2023 - 19 Марта 2023

В выпуске:

Россия:

Доклад Фёдора Вирина «Как компаниям выйти в онлайн?»

СберМаркет масштабирует направление доставки из ресторанов по всей стране

СберЛогистика и СберМегаМаркет расширяют складскую инфраструктуру

Число компаний МСП в сфере e-commerce выросло в 13 раз с 2019 по 2022 год

Почта России доставит товары из интернет-магазина Белпочты

Женщины чаще мужчин скачивают приложения для доставки продуктов

NielsenIQ: Россия лидирует по темпам развития онлайн-торговли FMCG

RNC Pharma: Развитие онлайн-канала в российской фармрознице замедлится

Церемония награждения победителей рейтинга «E-commerce Index Top-100»

Весь мир:

Ozon создал крупнейший логистический комплекс в секторе e-com Казахстана

Испания — приоритет для AliExpress в Европе

Mercado Libre инвестирует \$3,6 млрд в развитие на рынке Бразилии

Онлайн-продажи Inditex выросли на 4% в 2022 финансовом году

В Казахстане запускают поезд для доставки интернет-покупок из Китая

Онлайн-продажи Gap упали на 7% в 2022 финансовом году

NielsenIQ: Рост электронной коммерции в мире стабилизируется

Треть онлайн-продавцов в Юго-Восточной Азии используют прямые эфиры

75% интернет-пользователей в ЕС покупали товары и услуги онлайн в 2022 году

Подкасты и видео



Доклад Фёдора Вирина «Как компаниям выйти в онлайн?»

Datainsight.ru, 16.03.2023

/новость

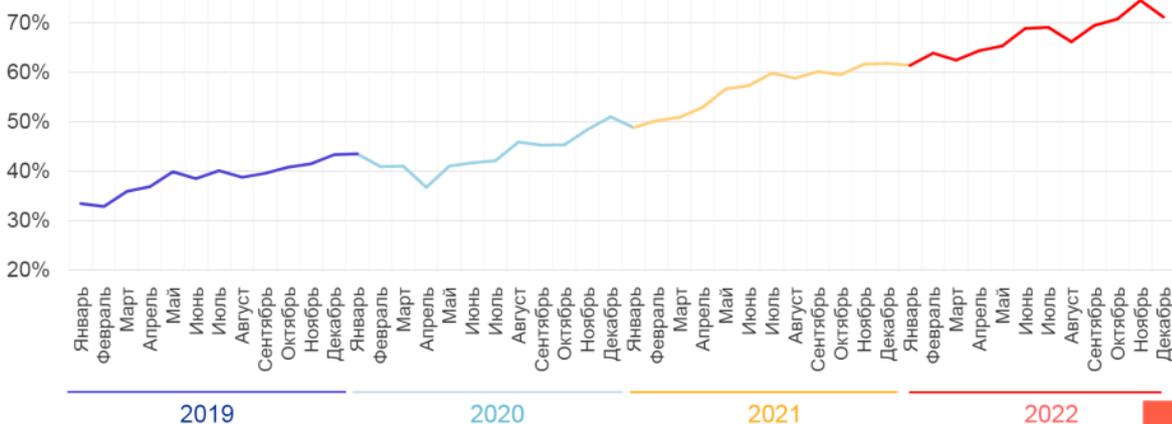
Партнёр Data Insight Фёдор Вирин 16 марта выступил с докладом «Как компаниям выйти в онлайн?» на вебинаре МойСклад «Торговля на маркетплейсах в 2023: что нужно знать начинающим».

Ключевые тезисы:

1. Темпы роста числа заказов в 2022 году резко снизились относительно 2021. Ключевые причины: снижение потребительской активности и снижение объема инвестиций в рост сетей и маркетинг.
2. В 2021–2022 годах основными каналами продаж являлись маркетплейсы и сайты. В 2023 году маркетплейсы также продолжат развитие, а дополнительными каналами станут соцсети, мессенджеры и сайты объявлений.
3. Максимальная доля Wildberries и Ozon от всех онлайн-заказов была в ноябре 2022 года — 75%. Это на 13% больше, чем в тот же период год назад.
4. В сумме Wildberries и Ozon в декабре 2022 года вырос на 84% относительно декабря 2021. Крупнейшие маркетплейсы и eGrocery растут на порядок быстрее остального онлайн-рынка — хотя темпы роста снизились везде.

Доля Wildberries и Ozon от всех онлайн-заказов

Максимальная доля Wildberries и Ozon была в ноябре 2022 года — 75%. Это на 13% больше, чем в тот же период год назад.



11

Источник:

Торговля на маркетплейсах в 2023 году: основные каналы продаж, темпы роста количества заказов

СберМаркет масштабирует направление доставки из ресторанов по всей стране

Snews.ru, 17.03.2023 11:11:00

/новость

СберМаркет расширяет сотрудничество с ресторанами и кафе по всей России. 46 тыс. курьеров сервиса будут доставлять заказы во всех крупных городах.

Доставка осуществляется из ресторанов, расположенных как отдельно, так и в торговых центрах. Готовить и комплектовать заказы будут сотрудники сети ресторанов, а доставят их курьеры СберМаркета.

СберМаркет запустил доставку готовой еды из кафе и ресторанов в конце 2022 года. На данный момент сервис работает уже с 500 ресторанными брендами в девяти городах. Сервис приглашает к сотрудничеству рестораны и кафе по всей России.



Источник:

[СберМаркет масштабирует направление доставки из ресторанов и приглашает к сотрудничеству](#)

СберЛогистика и СберМегаМаркет расширяют складскую инфраструктуру

Sberlogistics.ru, 15.03.2023

/новость

Новый склад СберЛогистики площадью 107 тыс. кв. м в подмосковном городе Пушкино стал самым крупным логистическим объектом компании. Комплекс позволяет обрабатывать более 1 млн товаров в сутки.

Пространство будет использоваться как сортировочный центр и пункт приема товаров от продавцов СберМегаМаркета в рамках первой мили, а также как фулфилмент-центр для хранения товаров с оказанием широкого спектра логистических услуг.

До конца 2023 года СберЛогистика совместно со СберМегаМаркетом планирует расширить свои складские площади по всей стране до 500 тыс. кв. м.



Источник:

СберЛогистика и СберМегаМаркет расширяют складскую инфраструктуру: новый склад площадью 107 тыс. кв.м запустился в Пушкино

Число компаний МСП в сфере e-commerce выросло в 13 раз с 2019 по 2022 год

Vedomosti.ru, 14.03.2023 00:34:00

/новость

Количество субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП), зарегистрировавших свой бизнес в сфере электронной торговли, увеличилось с 2019 по 2022 год в 13 раз, сообщила в интервью [«Ведомостям»](#) замминистра экономического развития Татьяна Илюшникова.

Число компаний (в том числе ИП), осуществляющих деятельность по общероссийскому классификатору видов экономической деятельности «Торговля розничная по почте или по информационно-коммуникационной сети интернет», увеличилось с 9105 до 117 844. Основными причинами роста стали ковидные ограничения и невозможность осуществлять деятельность в офлайн-режиме.



Развитие этого сектора ставит вопрос о регулировании электронной торговли, но сейчас это осложнено тем, что специфика взаимодействия платформ с бизнесом очень разная.

Источник:

[Минэк зафиксировал 13-кратный рост числа компаний МСП в сфере электронной торговли](#)

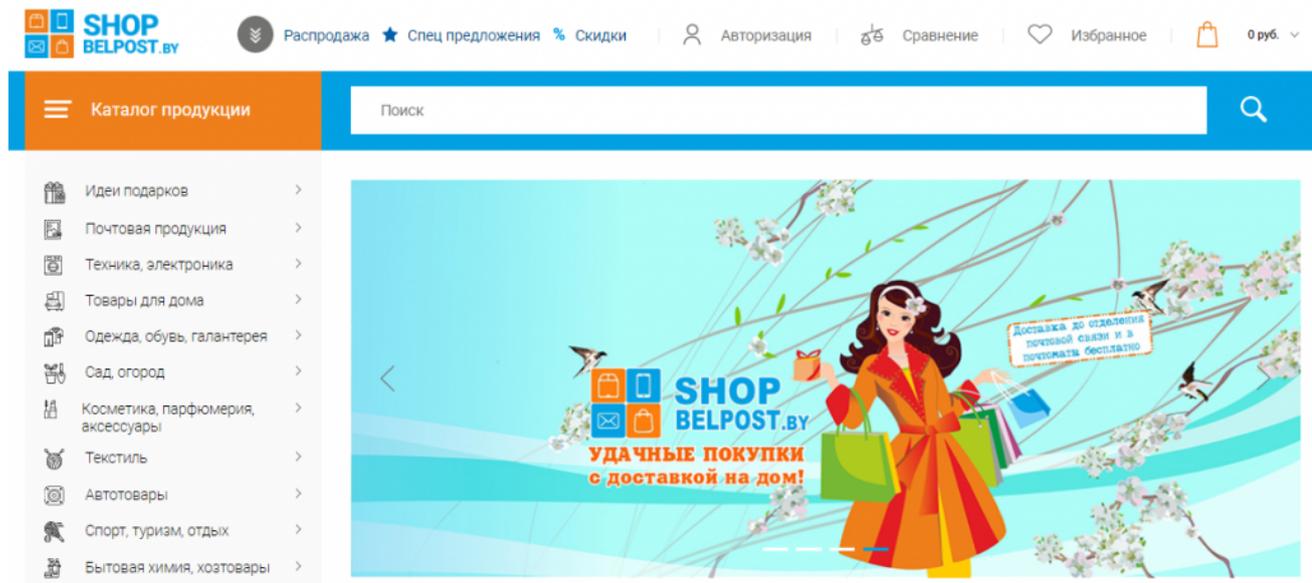
Почта России доставит товары из интернет-магазина Белпочты

Т.ме, 13.03.2023 10:10:00

/новость

Почта России стала логистическим партнером интернет-магазина Белпочты и запустила доставку более 6 000 наименований белорусских товаров из Shop.belpost.by. Получить заказ можно в среднем за 10 дней.

Сайт поддерживает оплату картой МИР, а забрать покупки можно в отделении Почты или выбрать курьерскую доставку. Посылки из Беларуси не облагаются пошлиной.



Источник:

[Почта доставит товары с маркетплейса Белпочты](#)

Женщины чаще мужчин скачивают приложения для доставки продуктов

E-reper.ru, 17.03.2023

/исследование

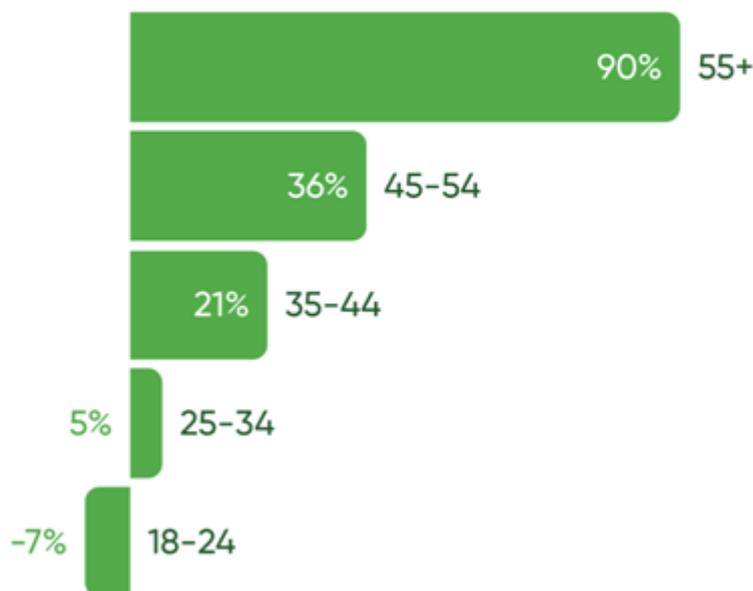
По данным сервиса экспресс-доставки «Перекрёсток», женщины на 13% чаще, чем мужчины, зарегистрировались на сайте или скачивали приложение доставки продуктов. При этом на дом они заказывали почти в три раза чаще за последний год, а средний чек оставался приблизительно равным.

Мужчины от 18 до 24 лет чаще предпочитают получать заказы курьерами сервиса быстрой доставки. Количество зарегистрированных молодых мужчин в сервисе на 7% больше молодых женщин.

Женщины старше 54 лет пользуются доставкой на 90% охотнее, чем мужчины-сверстники. По статистике Data Insight, самой многочисленной группой пользователей являются именно женщины и покупатели с детьми.

Любимые продукты в доставке практически не разнятся: бананы, лук, морковь, картофель, яблоки, лимон, томаты, сахар и хлеб. Среди 10 самых востребованных в корзинах отличается лишь один продукт: у мужчин это сырники, а у женщин хумус.

Частота регистрации женщин разного возраста относительно мужчин за 2022–2023 гг. в приложении и на сайте экспресс-доставки



Источник:

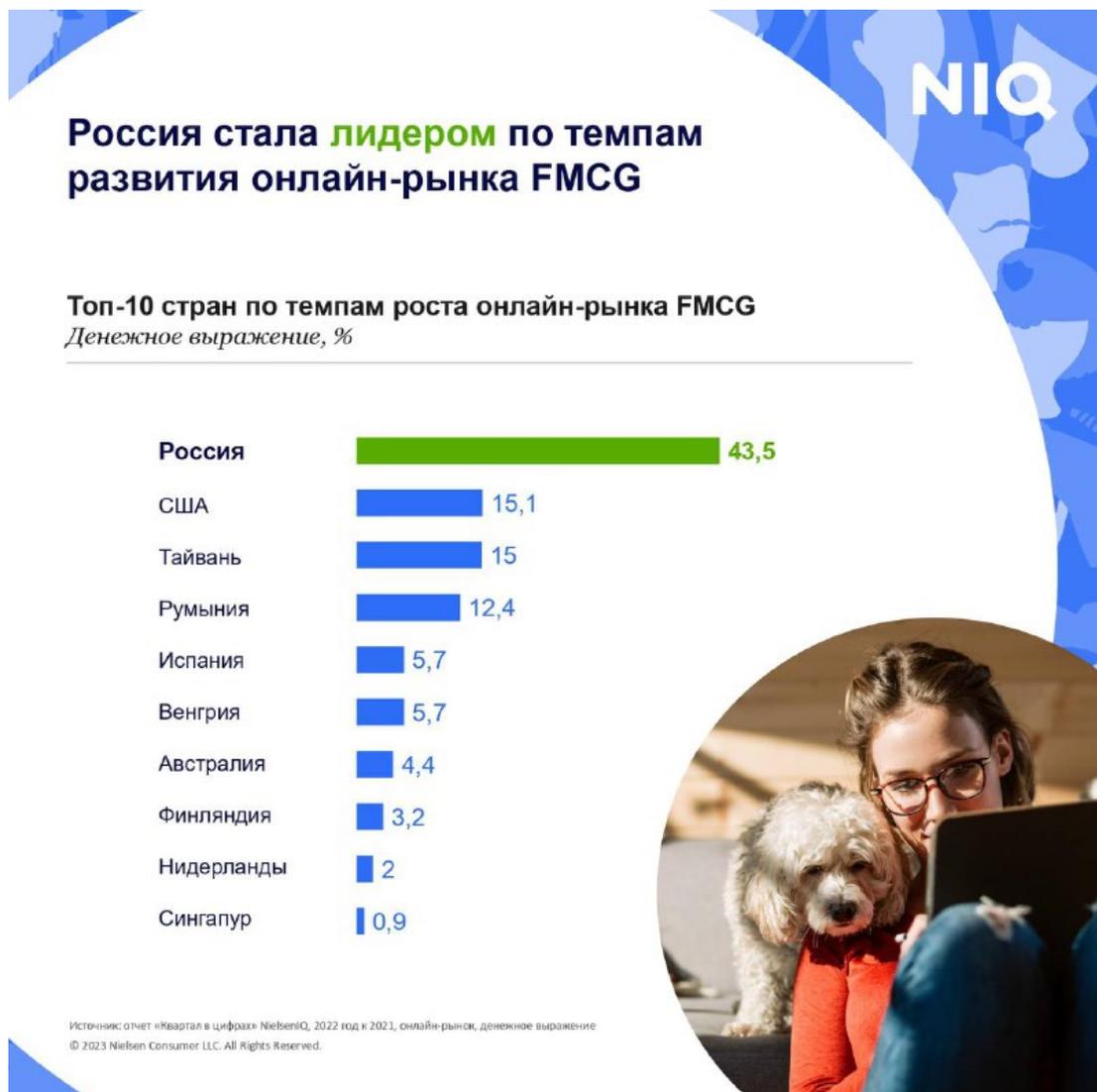
Женщины или мужчины: аналитики определили портрет пользователя экспресс-доставок

NielsenIQ: Россия лидирует по темпам развития онлайн-торговли FMCG

Т.ме, 13.03.2023

/исследование

Россия возглавила топ-10 самых быстроразвивающихся онлайн-рынков FMCG по итогам 2022 года, согласно данным NielsenIQ. Темпы денежных продаж в канале электронной торговли достигли +43,5%, тогда как средние значения на глобальном рынке составили +8,3%.



Самыми быстрорастущими сегментами по продажам в онлайн-канале среди товаров повседневного спроса стали средства для стирки (рост на 96,8% год к году) и предметы гигиены (на 96,1%). На 79,9% увеличился спрос на средства по уходу за телом, на 67,9% — на средства для полости рта и бритья, на 65,8% — на средства для уборки.

Годом ранее лидерами по темпам прироста онлайн-продаж FMCG были снеки и холодные напитки.

Источник:

[Россия стала лидером по темпам развития онлайн-торговли FMCG](#)



RNC Pharma: Развитие онлайн-канала в российской фармрознице замедлится

Rncph.ru, 13.03.2023

/исследование

Российская фармрозница в 2022 году пережила полный комплекс стрессовых факторов, отмечает RNC Pharma. Рублевый объем операций вырос на 14,6%. Динамика в текущем году без воздействия внешних стимулов едва ли сможет выйти в плюс раньше второго полугодия.

Будет замедляться и развитие онлайн-канала. Показатели прироста можно ожидать заметно выше, чем в офлайне, но общий потенциал роста сегмента близок к исчерпанию, динамики тут будут выравниваться.

Аналитики составили ТОП аптечных сетей по доле на розничном коммерческом рынке ЛП России по итогам 2022 года. В категории сервисов дистанционного заказа отмечены Аптека.ру, Еаптека, Здравсити и Ютека.

Источник:

[Рейтинг аптечных сетей России по итогам 2022 г.](#)

№	Аптечная сеть	Расположение центрального офиса	Количество точек на 01.01.2023	Доля на рынке, %, руб.		
				ЛП	не ЛП	Рынок в целом, без ЛЛО
Классические аптечные сети						
1	Ригла	Москва	3 661	7,5	7,3	7,5
2	Апрель	Краснодар	5 372	6,3	6,4	6,3
3	ОАС Эркафарм и Мелодия Здоровья	Новосибирск	2 037	4,9	3,1	4,5
4	Планета Здоровья ¹	Пермь	2 377	4,8	3,7	4,5
5	Неофарм	Москва	1 081	4,0	2,8	3,8
6	Аптечная сеть 36,6 ¹	Москва	1 814	3,5	4,5	3,7
7	Вита	Самара	2 378	3,4	2,9	3,3
8	Фармлэнд	Уфа	1 873	3,1	3,0	3,0
9	Максавит (включая 36,7С)	Н.Новгород	882	1,2	1,5	1,3
10	Магнит ¹	Краснодар	884	1,2	1,5	1,3
Аптечные сети смешанного типа						
1	Имплозия ¹	Самара	6 577	5,6	5,8	5,6
2	ИРИС	Москва	3 341	4,3	6,3	4,8
3	Идея ¹	С.-Петербург	414	0,8	1,6	1,0
4	Монастырев.рф	Владивосток	184	0,6	0,8	0,6
5	Советская Аптека	Москва	319	0,3	0,2	0,3
Аптечные ассоциации²						
1	АСНА	Москва	17 057	15,4	12,9	14,8
2	Проаптека	Москва	10 026	12,1	4,9	10,4
3	МФО	С.-Петербург	7 758	8,8	7,6	8,5
4	Созвездие	Москва	6 531	6,1	10,2	7,0
5	Весна	С.-Петербург	3 112	2,1	2,3	2,1
6	Платформа Фармхаб	Москва	848	1,6	1,6	1,6
7	Надежда-Фарм	Тамбов	378	0,5	0,3	0,4
Сервисы дистанционного заказа						
1	Аптека.Ру	Новосибирск	31 058	3,6	5,6	4,1
2	Еаптека	Москва	276	1,4	1,7	1,5
3	Здравсити	Москва	24 838	0,8	0,7	0,8
4	Ютека	Москва	39 999	0,4	0,5	0,4
1 - экспертная оценка 2 - позиции аптечных ассоциаций рассчитаны без учета пересечений участников ассоциаций между собой, рейтинг показывает долю, занимаемую объединением аптечных сетей и единичных аптек						
Источник: RNC Pharma®, Рейтинг российских аптечных сетей						



Материал размещен на правах рекламы

Церемония награждения победителей рейтинга «E-commerce Index Top-100»

Top100party.ru, 13.03.2023

/реклама

Приглашаем Вас на ежегодную **Церемонию награждения победителей рейтинга «E-commerce Index Top-100»**, которая состоится при поддержке генерального партнера **ADV.Cake** и партнеров **Tinkoff ID, Perfluence!**

На седьмой Церемонии Data Insight подведет итоги 2022 года и наградит победителей рейтинга российских интернет-магазинов.

В мероприятии примут участие крупнейшие интернет-магазины и сервисы.

Церемония состоится **29 марта в Москве**.
Начало в **18:00**.



Награждение пройдет в 16 номинациях:

- Лидеры рынка: I место, II место и III место
- Лидер роста. Стайер
- Лидер роста. Прорыв года
- Бренд в онлайн. Развитие ритейл-бренда
- Бренд в онлайн. Объем прямых продаж
- Бренд в онлайн. Рост прямых продаж
- Бренд в онлайн. Продажи на маркетплейсах
- Лидер среди селлеров
- Лидер роста. Рост доли рынка
- Лидер роста. Ускорение
- Лидер роста. Потенциал
- Лидер роста. Развитие
- Бренд на маркетплейсах: развитие
- Бренд на маркетплейсах: прорыв года

[Подробнее о номинациях](#)

Приглашаем на премию владельцев и руководителей компаний.

Для магазинов участие бесплатно, для сервисов – платно, для СМИ требуется аккредитация. И пока осталась возможность стать одним из партнеров премии.

[Оставить заявку на участие](#)

Ждем Вас на Церемонии!

Реклама. Рекламодатели ООО «Дейта Инсайт», ООО «АДВ-КЕЙК», АО «Тинькофф банк», ООО «Перфлюенс».

Источник:

[Церемония награждения победителей рейтинга «E-commerce Index Top-100»](#)



Весь мир:

Ozon создал крупнейший логистический комплекс в секторе e-com Казахстана

Corp.ozon.ru, 15.03.2023

/НОВОСТЬ

Фулфилмент-центр Ozon с общей площадью 38 тыс. кв. м, расположенный в Астане, способен обрабатывать не менее 260 тыс. заказов в сутки. На хранении могут находиться до 9 млн товаров в любых категориях.

Центр заточен под весь цикл — от поставки товаров для хранения до обработки заказа и формирования посылки. Размещенные товары доступны как жителям Казахстана, так и покупателям в России.

Открытие складского комплекса позволит сократить сроки доставки в Россию в 1,5 раза, по территории Казахстана — в 2 раза.



Источник:

[Ozon создал крупнейший логистический комплекс в Казахстане](#)

Испания — приоритет для AliExpress в Европе

Scmp.com, 16.03.2023 07:00:00

/новость

AliExpress будет выполнять до девяти чартерных рейсов в неделю в Испанию — больше, чем на остальных рынках ЕС, за исключением Бельгии, которая является логистическим центром платформы в Европе. AliExpress также планирует увеличить количество пунктов самовывоза в Испании с 5000 до 7500 к концу марта. В стране заработал новый сервис AliExpress Choice, предлагающий курируемый ассортимент товаров.

Испания является приоритетом для AliExpress в Европе, отметил коммерческий директор компании в регионе Гэри Топп. В пятерку основных категорий в Испании входят товары для дома и декора, бытовая электроника, запчасти для автомобилей и мотоциклов, аксессуары для мобильных телефонов и спортивное оборудование.



По мнению Марка Таннера, управляющего директора шанхайской консалтинговой компании China Skinny, AliExpress выбирает такие рынки, как Испания, поскольку «на них меньше конкурентов, чем на таких рынках, как США, особенно в отношении более дешевых китайских трансграничных товаров».

AliExpress в этом году также инвестирует \$76,2 млн в Южную Корею для улучшения логистики, пользовательского опыта и соотношения цены и качества своей продукции.

В своем последнем финансовом отчете Alibaba отметила, что темпы снижения заказов AliExpress замедляются. В нем также говорится, что время доставки через границу значительно улучшилось в стратегических странах.

Источник:

[Alibaba's AliExpress steps up investment in Spain and South Korea as China's e-commerce players look for growth overseas](#)



Mercado Libre инвестирует \$3,6 млрд в развитие на рынке Бразилии

Brazilian.report, 16.03.2023 23:50:00

/новость

Латиноамериканский гигант электронной коммерции Mercado Libre в 2023 году инвестирует в Бразилию 19 млрд бразильских реалов (\$3,6 млрд). Сумма является рекордной, однако лишь на 11,5% превышает прошлогодние инвестиции. В 2022 году Mercado Libre вложил в свое расширение в Бразилии на 70% больше, чем в 2021-м. В 2022 году на Бразилию пришлось 54% чистой выручки компании.

Основные инвестиции придутся на логистические операции (Mercado Envios) и технологические команды, а также рекламное направление Mercado Ads и цифровой банк Mercado Pago. В области логистики Mercado Libre планирует добавить новые центры фулфилмента, больше электрических грузовиков и фургонов, а также самолеты для своего парка. Кроме того, компания стремится расширить доставку в тот же и на следующий день на большее количество городов.



Руководители компании ожидают, что Mercado Pago превзойдет коммерческий бизнес Mercado Libre по доходам в 2023 или 2024 году. В четвертом квартале 2022 года на него приходилось 45% выручки Mercado Libre.

Источник:

[Mercado Libre to invest billions in its biggest market, Brazil](#)

Онлайн-продажи Inditex выросли на 4% в 2022 финансовом году

Inditex.com, 15.03.2023

/НОВОСТЬ

Испанская группа Inditex (бренды Zara, Pull&Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho) по итогам 2022 финансового года, который завершился 31 января 2023, нарастила продажи на 17,5% до 32,6 млрд евро.

Онлайн-продажи увеличились на 4% по сравнению с рекордным показателем 2021 года и достигли 7,8 млрд евро. При этом продажи в магазинах подскочили на 23%.

Inditex планирует улучшать клиентский опыт в своих онлайн-каналах, предоставляя такие инструменты, как рекомендация размера и персонализация поиска.

The logo for Inditex, consisting of the word "INDITEX" in a bold, black, sans-serif font, centered within a light gray rectangular background.

Источник:

[FY2022 Results](#)

В Казахстане запускают поезд для доставки интернет-покупок из Китая

Railways.kz, 14.03.2023

/новость

KTZ Express, дочерняя компания Казахстанских железных дорог, совместно с казахстанским логистическим оператором Atasu Group запустили еженедельный транзитный шаттл-поезд для ускоренной доставки товаров, приобретенных в Китае через интернет.

Поезд будет курсировать по маршруту Урумчи (КНР) через пограничный переход Алашанькоу — Достык в направлении России, а также в Узбекистан и Таджикистан. Срок доставки груза до станции назначения составит 7–10 дней. При увеличении объёмов перевозок частота отправок шаттлов будет увеличена.



Источник:

[KTZ Express организовал ускоренную доставку из КНР товаров, приобретенных через интернет](#)

Онлайн-продажи Gap упали на 7% в 2022 финансовом году

Investors.gapinc.com, 13.03.2023

/новость

Компания Gap (бренды Old Navy, Gap, Banana Republic и Athleta) сообщила о финансовых результатах четвертого квартала и финансового года, который закончился 28 января 2023 года.

В четвертом квартале финансового года чистые продажи составили \$4,24 млрд, что на 6% меньше, чем годом ранее. Продажи в магазинах снизились на 3% год к году, а в онлайн — упали на 10% и составили 41% от общего оборота. Однако онлайн-продажи были на 29% выше, чем в 2019 году, т.е. до пандемии.

Gap Inc.

По итогам 2022 финансового года чистые продажи снизились на 6% до \$15,6 млрд. Онлайн-продажи сократились на 7% и составили 38% от общего объема продаж. В магазинах продажи снизились на 6% в годовом исчислении.

Источник:

[Gap Inc. Reports Fourth Quarter And Fiscal 2022 Results](#)



NielsenIQ: Рост электронной коммерции в мире стабилизируется

Nielseniq.com, 13.03.2023

/исследование

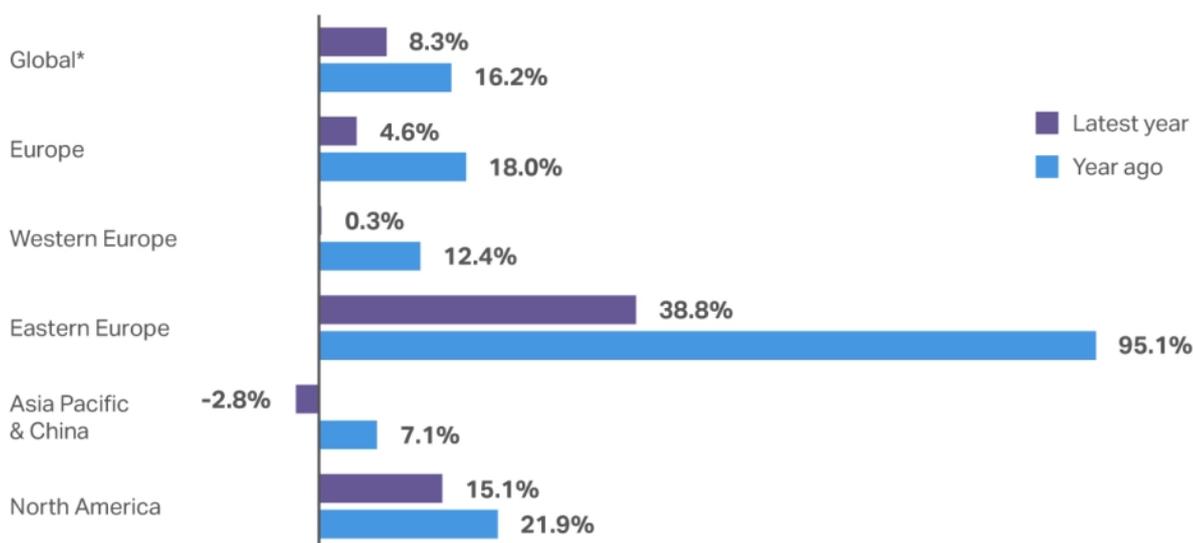
Глобальные показатели NIQ подтверждают, что рост электронной коммерции стабилизируется на многих рынках. По сравнению с показателями 2021 года рост мировых онлайн-продаж замедлился с 16% до 8% в годовом исчислении. Это не означает, что возможности электронной коммерции уменьшаются, а предупреждает, что потребители иначе распределяют потребности по каналам после пандемии.

Global e-commerce growth is *stabilizing*, following pandemic highs.

How are *you* adapting to these changes?

E-commerce channel performance

% value growth vs. year ago



NIQ

Source: NIQ Retail Measurement Services, Total CPG / FMCG Latest 52 weeks ended Q4 2022 vs. year ago. *global measure includes 12 markets © 2023 Nielsen Consumer LLC. All rights reserved.

Почти половина опрошенных потребителей по всему миру часто использует комбинацию онлайн- и офлайн-каналов для покупки товаров повседневного спроса. 70% тратят больше в обычных магазинах, но покупательские привычки меняются и продолжают влиять на распределение бюджетов в омниканальном ритейле.

Потребители плавно перемещаются по каналам, чтобы удовлетворить свои потребности, а это означает, что рост будет происходить за счет баланса стратегий онлайн- и офлайн-продаж.

Источник:

[The Omni Future of Retail: 2023 Outlook on e-commerce and in-store shopping](#)



Треть онлайн-продавцов в Юго-Восточной Азии используют прямые эфиры

Vietnamnews.vn, 18.03.2023

/исследование

По данным логистической компании Ninja Van, в Юго-Восточной Азии треть продавцов на платформах электронной коммерции используют модель продаж в прямых эфирах и посвящают им до шести часов в неделю. Большинство первых последователей этой модели относятся к категориям с низким уровнем вовлеченности, таким как мода, красота и средства личной гигиены, продукты питания и напитки, а также товары для дома и быта.

В среднем онлайн-продавцы в регионе используют два канала для продаж в прямых эфирах, чтобы максимизировать охват реальных покупателей. Самым популярным является Shopee — 27%.

Недавний отчет Decision Lab о состоянии онлайн-покупок через социальные сети во Вьетнаме показал, что 72% потребителей предпочитают делать покупки в социальных сетях благодаря их удобству по сравнению с другими платформами электронной коммерции.



Источник:

[Live-selling a rising trend in Southeast Asia](#)

75% интернет-пользователей в ЕС покупали товары и услуги онлайн в 2022 году

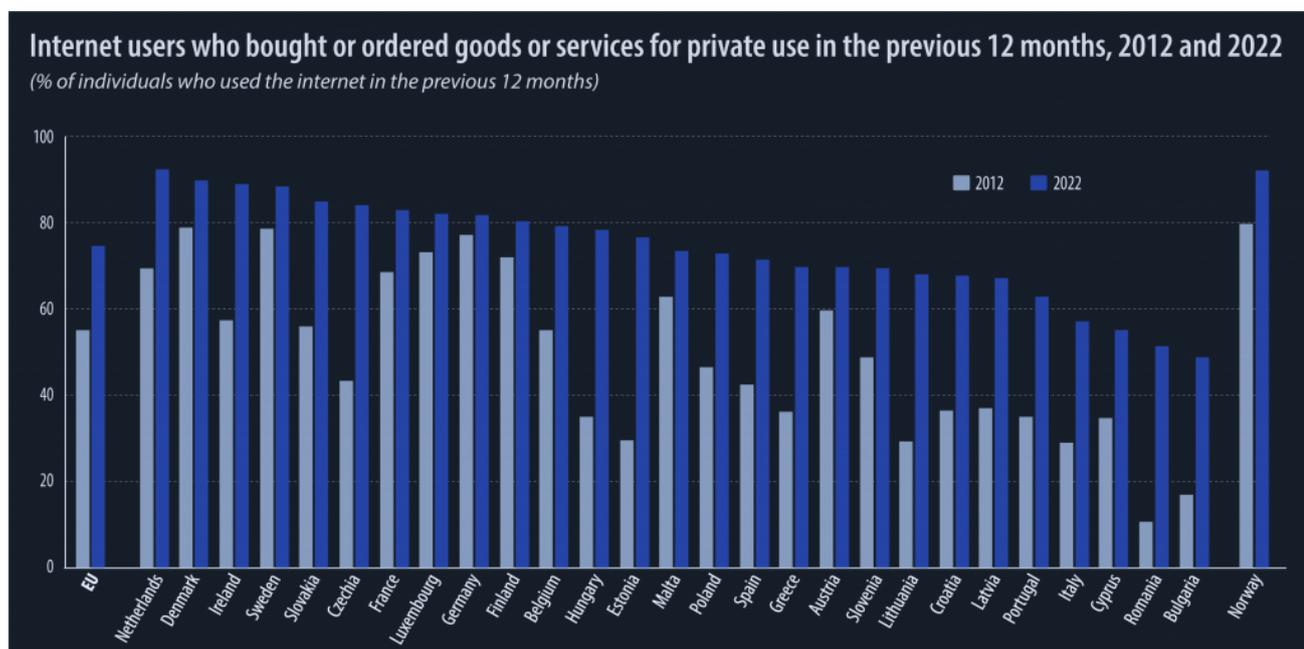
Es.europa.eu, 13.03.2023

/исследование

По данным Eurostat, в 2022 году интернет использовали 91% жителей ЕС в возрасте от 16 до 74 лет, 75% из них покупали или заказывали онлайн товары или услуги. В 2012 году таких было 55%.

Наибольшая доля онлайн-покупателей среди интернет-пользователей из ЕС в 2022 году зафиксирована в Нидерландах (92%), Дании (90%) и Ирландии (89%). На другом конце рейтинга находится Болгария — 49%.

В период с 2012 по 2022 год рост показателя был особенно значительным в Эстонии (+47 п.п.), Венгрии (+43 п.п.), Чехии и Румынии (+41 п.п.).



Источник:

[E-commerce continues to grow in the EU](#)



Подкасты и видео

Digital Voice

Как устроен Китайский E-commerce и стоит ли задуматься о работе с ним? - Анастасия Потиевская

Если говорить про сферу E-commerce и Digital в целом, то смотреть на Западные рынки сейчас все менее актуально, а вот на Китайский рынок посмотреть любопытно, хоть и очень контринтуитивно — очень уж он отличается от нашего.

Посмотрите, что вас ожидает в нашем интервью с Анастасией Потиевской — основательницей агентства ALONSY и специалистом по E-commerce и Digital маркетингу в Китае.

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

A blue rectangular box containing the text "DigitalVoice" in white.

РБК+

Итоги 2022 года для электронной коммерции

«По данным Ассоциации компаний интернет-торговли, в 2022 году 70 млн человек, а это половина жителей России, хоть раз совершили покупку онлайн. Итоги года для электронной коммерции и тренды маркетплейсов обсудили в программе «Сфера интересов». В гостях Антон Сиземин, руководитель отдела продаж маркетплейса СберМегаМаркет, а также приглашенные эксперты.

Смотреть: [РБК+](#)



Из коммерса в е-коммерса

Откуда в Яндекс Лавке берутся новые продукты и товары?

Дона Ромашова, руководитель направления СТМ в Яндекс Лавке, рассказывает, как стать поставщиком Яндекс Лавки, как в Лавке появляются новые продукты, кто их тестирует, кто принимает финальное решение о попадании на полку и чего никогда не появится в Яндекс Лавке.

Смотреть: [YouTube](#)



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.