

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2023 / № 14

03 Апреля 2023 - 09 Апреля 2023

В выпуске:

Россия:

Доклад Фёдора Вирина «Онлайн-продажи 2023: тренды и драйверы»

Ozon и Литрес объединили сервисы продаж цифрового контента

Маркетплейс «Детский мир» показал рост год к году 176% по итогам I кв. 2023 г.

Оборот Ozon вырос на 86% в 2022 г.

СберМаркет расширил возможности размещения спонсорских полок

Ozon закрывает сервис объявлений

Тинькофф Бизнес и Яндекс Маркет помогут открыть первый ПВЗ

Voxberry запускает собственную франшизу нового формата

Wildberries: Онлайн-шопологиков стало больше в 4 раза с 2020 г.

46% онлайн-покупателей начинают поиск товаров с посещения маркетплейсов

Data Insight совместно с Cross Insights: Перспективы бизнеса в Узбекистане

Весь мир:

Онлайн-продажи товаров в Германии упали на 15% в I кв. 2023 г.

FedEx консолидирует бизнес

Объем рынка розничной e-commerce в Казахстане вырос на 30% в 2022 г.

5 трендов ритейла и онлайн-торговли в США

Мировой рынок социальной коммерции превысит \$1 трлн в 2024 г.

Продажи европейского сектора eGrocery могут удвоиться к 2030 г.

Accenture: На рынок выходит 1 млрд новых цифровых потребителей

Подкасты и видео



Россия:

Доклад Фёдора Вирина «Онлайн-продажи 2023: тренды и драйверы»

Datainsight.ru, 05.04.2023

/НОВОСТЬ

5 апреля партнёр Data Insight Фёдор Вирин выступил с докладом «Онлайн-продажи 2023: тренды и драйверы» на конференции «О чем говорят селлеры», которую inSales провели в Москве.

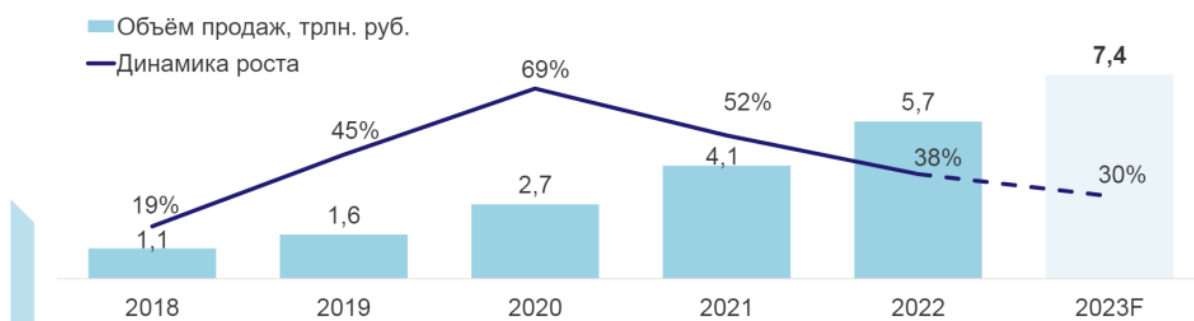
Ключевые тезисы:

- По прогнозу Data Insight, в 2023 году объем продаж достигнет **7,4** трлн рублей, а количество выполненных заказов составит **4,6** млрд.
- В 2023 году ожидается снижение среднего чека на **20%**, а суммарное количество заказов в категорийных non-Food магазинах сократится на **3%**.
- Одними из ключевых трендов на рынке в 2022-2023 годах стали: заметное снижение средней стоимости покупок и подвижность рынка в части распределения между старыми и новыми брендами.
- По оценкам Data Insight, весной 2023 года потребители продолжают сокращать свои расходы и перераспределять бюджеты внутри кошелька.
- Растёт роль социальных сетей как онлайн-витрины. Data Insight ожидает, что в скором времени продажи будут осуществляться прямо в социальных сетях.

eCommerce: динамика объёма продаж

По прогнозу Data Insight, в 2023 году объем продаж на рынке eCommerce достигнет **7,4 трлн рублей**, рост составит **30%**.

Динамика объёма продаж с прогнозом на 2023 год



Источник: данные Data Insight, март 2023

Источник:

[Онлайн-продажи 2023: тренды и драйверы](#)

Ozon и Литрес объединили сервисы продаж цифрового контента

Corp.ozon.ru, 07.04.2023

/новость

Ozon и Литрес первыми в России осуществили полноценную интеграцию продажи цифрового контента на маркетплейсе.

Пользователи смогут совершить полный цикл покупки на Ozon, а читать и слушать — в приложении или на сайте Литрес. Сервис рассчитывает, что по итогам 2023 года выручка от продаж книг на Ozon составит не менее 5% от всей выручки сервиса ГК «ЛитРес».

Благодаря интеграции ассортимент цифровых книг на Ozon вырастет вдвое. В ближайшее время на витрине маркетплейса будет представлен весь цифровой каталог книжного сервиса.



Источник:

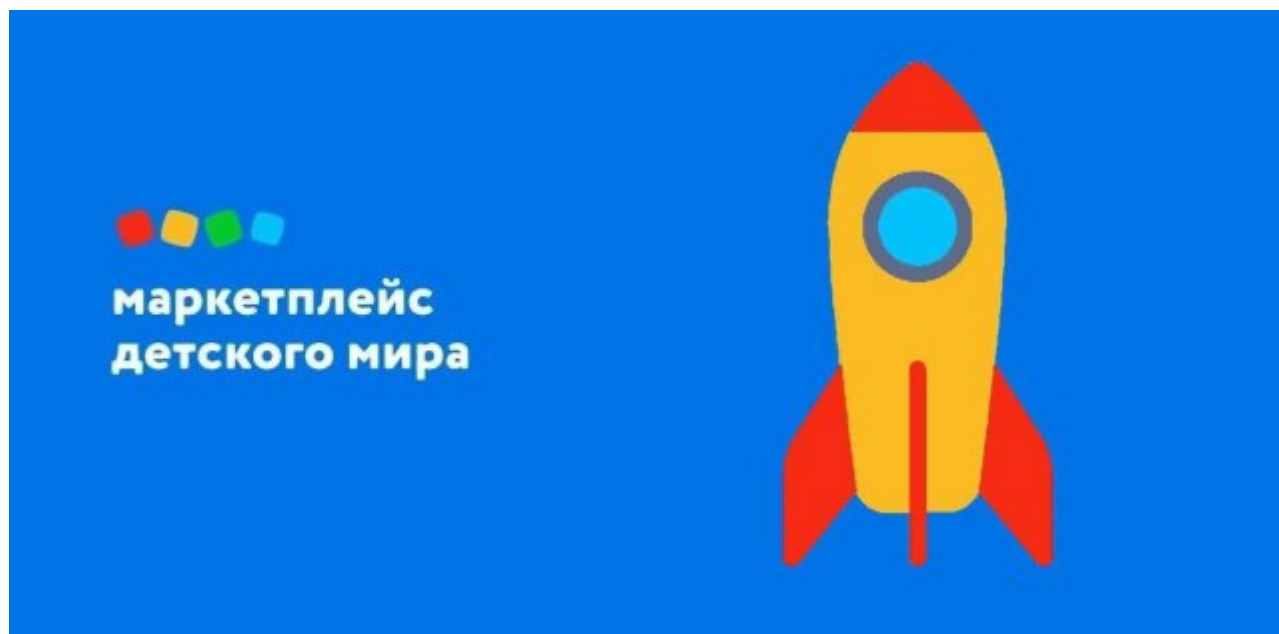
Ozon и Литрес объединили сервисы для удобной покупки цифрового контента на маркетплейсе

Маркетплейс «Детский мир» показал рост год к году 176% по итогам I кв. 2023 г.

Corp.detmir.ru, 07.04.2023

/новость

Маркетплейс «Детский мир» в первом квартале 2023 года показал рост год к году 176%. От общего объема онлайн-продаж доля маркетплейса составляет сейчас 15,1%. Онлайн-площадка detmir.ru зарегистрировала почти трехкратное увеличение количества регистраций новых продавцов.



Среди новых партнеров большую долю занимают поставщики категорий «Товары для дома», «Одежда», «Игрушки» и «Косметика».

- Прирост категории «Питание» составил +777%.
- Более чем в 3,5 раза выросло количество покупок подгузников, а также специальных стульчиков для кормления малышей. В 4 раза увеличился спрос на детские куртки и пуховики.
- Категории «Товары для дома» и «Бытовая техника» выросли на 159% и 142% соответственно.

Источник:

[Маркетплейс «Детский мир» подводит итоги первого квартала](#)

Оборот Ozon вырос на 86% в 2022 г.

Corp.ozon.ru, 06.04.2023

/новость

Ozon превысил собственный прогноз роста. Общий оборот по итогам 2022 года увеличился на 86%, до 832 млрд руб. Важными факторами стали рост продаж товаров предпринимателей почти в 2,2 раза и увеличение числа заказов более чем вдвое, до 465 млн.

(млн рублей, если не указано иное)	За три месяца, закончившихся 31 декабря			За год, закончившийся 31 декабря		
	2022	2021	Год к году, %	2022	2021	Год к году, %
GMV вкл. услуги	296 019	176 805	67%	832 240	448 260	86%
Количество заказов, млн	174,6	92,1	90%	465,4	223,3	108%
Количество активных покупателей, млн	35,2	25,6	37%	35,2	25,6	37%
Частотность заказов	13,2	8,7	52%	13,2	8,7	52%
Доля маркетплейса от GMV вкл. услуги	78,4%	67,7%	10,7 пп	76,2%	64,8%	11,4 пп
Выручка	93 626	66 298	41%	277 115	178 215	55%
Скоррект. EBITDA	3 933	(15 886)	-	(3 215)	(41 156)	(92%)
Отношение скоррект. EBITDA к GMV вкл. услуги	1,3%	(9,0%)	10,3 пп	(0,4%)	(9,2%)	8,8 пп
Убыток за период	(11 212)	(20 794)	(46%)	(58 187)	(56 779)	2%
Чистые денежные средства, полученные от / (использованные в) операционной деятельности	8 534	15 266	(44%)	(18 753)	(13 626)	38%

Число активных продавцов увеличилось более чем в 2,5 раза, превысив 230 000. Количество активных покупателей достигло 35,2 млн (прирост почти на 10 млн). Частотность заказов составила 13,2 в год на одного клиента (+52%).

Логистические площади выросли на треть до 1,4 млн кв. м, а число брендированных точек самовывоза превысило 24 500 на конец года.

Выручка выросла на 55%, до 277 млрд руб. Сервисная выручка увеличилась в 2,5 раза, доходы от рекламы — в 3 раза.

Убыток за полный 2022 год составил 58,2 млрд руб., из которых 10,2 млрд руб. — разовый эффект от признания убытка в связи с пожаром в августе 2022 года.

Источник:

[Ozon объявляет неаудированные финансовые результаты за 4 квартал и полный 2022 год](#)



СберМаркет расширил возможности размещения спонсорских полок

Vc.ru, 05.04.2023 19:14:00

Теперь рекламодатели могут привлечь внимание к своему товару не только в каталоге и на главной странице, но и в корзине и поисковой выдаче.

Спонсорские полки стали более интегрированными в пользовательский путь, они учитывают алгоритм поведения покупателя.

Полки в поиске позволяют выделить продукт в момент, когда пользователь ищет товар в приложении. Полка в корзине предлагает купить релевантные дополнительные товары. В будущем планируется таргетировать полки на корзину пользователя, основываясь на наполнении собранного заказа.

В сентябре 2022 года СберМаркет обновил рекламную платформу, а рекламное покрытие было расширено в 3 раза. За прошедший год было запущено более 10 новых форматов для партнеров сервиса.

Источник:

[В СберМаркете появились новые возможности размещения спонсорских полок](#)

/новость

Корзина

❖ Перекрёсток

320,99 ₽



Заказ от 500 ₽. Добавьте товары ещё на 180 ₽



Кукуруза Bonduelle молодая стерилизованная 425 мл

159,99 ₽
119,99 ₽

1 шт



Яблоки Гала

107,91 ₽
81,00 ₽

900 г



Бананы Эквадор

120,00 ₽

1 кг



Не забудь купить

Любимые товары



Жевательная резинка Mentos Pu...
54 г

139,99 ₽



Жеват резин
15.5 г

33,99



Главное



Каталог



973 ₽



Любимые



Профиль



Озон закрывает сервис объявлений

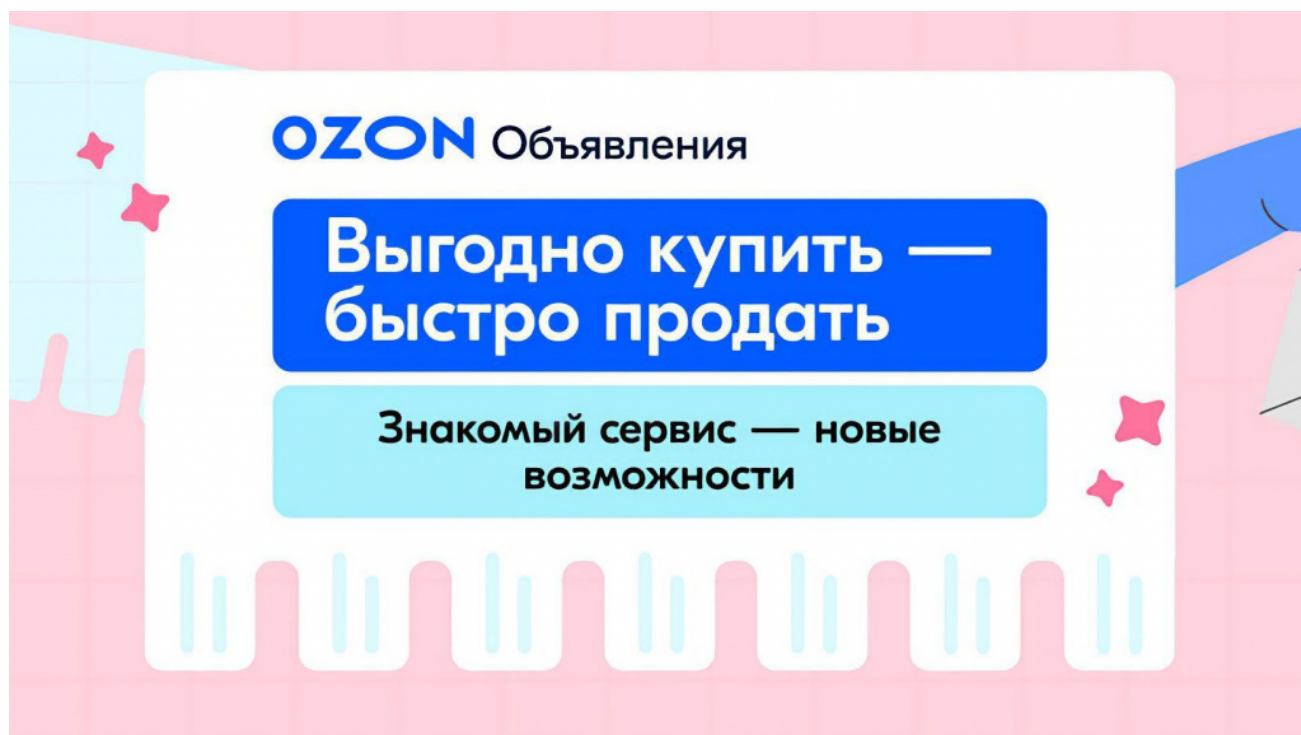
Docs.ozon.ru, 05.04.2023

/новость

Озон останавливает развитие сервиса Объявления, с помощью которого пользователи могли продавать или отдавать бесплатно свои товары.

Сервис был запущен в 2022 году и работал в тестовом режиме в трех регионах: Ростовской и Воронежской областях, Ставропольском крае.

Компания планирует перераспределить ресурсы и сфокусироваться на ускоренном развитии сервисов для продавцов.



Источник:

[Ozon Объявления](#)

Тинькофф Бизнес и Яндекс Маркет помогут открыть первый ПВЗ

Tinkoff.ru, 03.04.2023

/новость

Тинькофф Бизнес и Яндекс Маркет помогут предпринимателям открыть первый ПВЗ.

- Тинькофф Бизнес бесплатно регистрирует ИП или ООО, даст в аренду терминал для эквайринга и полгода будет бесплатно обслуживать расчетный счет.
- Яндекс Маркет предоставит персонального менеджера, который проконсультирует на всех этапах подключения пункта и его дальнейшей работы. Кроме того, маркетплейс поможет оформить пункт и выдаст единовременную выплату за его открытие — до 100 тыс. руб. в зависимости от региона.

В первые месяцы владелец ПВЗ может получать до 1000 руб. за каждую выданную посылку. Точная сумма зависит от региона, срока работы пункта и стоимости выданных заказов.



Источник:

[Тинькофф Бизнес и Яндекс Маркет помогут предпринимателям открыть первый пункт выдачи заказов](#)

Boxberry запускает собственную франшизу нового формата

Fr.boxberry.ru, 03.04.2023

/новость

Служба доставки Boxberry планирует в течение года открыть 500 франшизных отделений нового формата в 139 городах страны.

Средняя ежемесячная прибыль отделения будет составлять от 250 тыс. руб. Доход для франчайзи не ограничен, партнеры смогут сами влиять на него и не зависеть от трафика в отделении.

Одно отделение обеспечит несколько источников дохода. Выручка будет складываться из выдачи и приема посылок (от 120 тыс. руб. в месяц) и подключения интернет-магазинов (от 400 тыс. руб. в месяц).

Ранее в компании действовала программа, по которой локальные предприниматели могли получать дополнительную прибыль, подключая партнерский ПВЗ Boxberry. Эта схема работы с партнерами сохранится.



Источник:

[Откройте отделение Boxberry по франшизе и зарабатывайте от 250 000 руб. в месяц](#)

Wildberries: Онлайн-шопологиков стало больше в 4 раза с 2020 г.

Wildberries.ru, 07.04.2023

/исследование

Wildberries провел опрос в 70 регионах и узнал, как изменилось отношение россиян к онлайн-покупкам за последние 3 года.

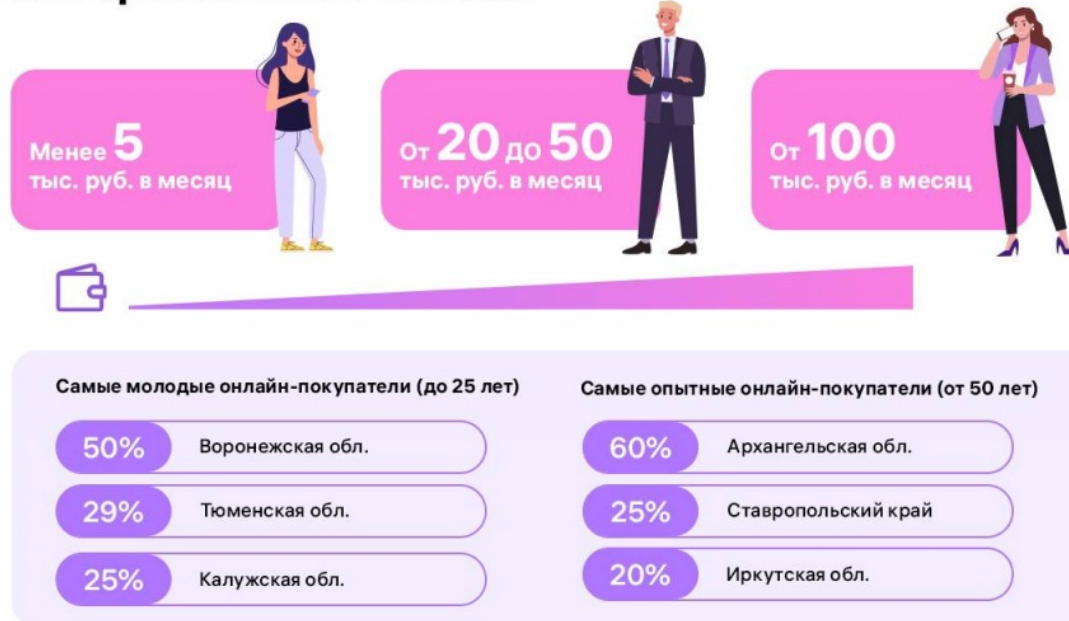
48% совершают покупки в интернет-магазинах 1-2 раза в неделю — за 3 года число таких покупателей выросло в 2,2 раза. 6,5% опрошенных делают онлайн-покупки каждый день — за 3 года их число выросло в 4 раза.

47% россиян отводят порядка 10-30% ежемесячного бюджета отдельно на интернет-покупки. В 2023 году 54% россиян тратят в интернет-магазинах от 5 до 20 тыс. руб. ежемесячно. Больше всего (от 100 тыс. руб. в месяц) тратят женщины-предпринимательницы.

Самые популярные онлайн-покупки в 2023 году — одежда, обувь, косметика и парфюмерия (24%).

58% за последние 3 года стали чаще заказывать онлайн товары повседневного спроса: продукты, бытовую химию, товары для здоровья и детское питание.

Кто тратит больше всех



Источник:

[Пресс-служба Wildberries](#)

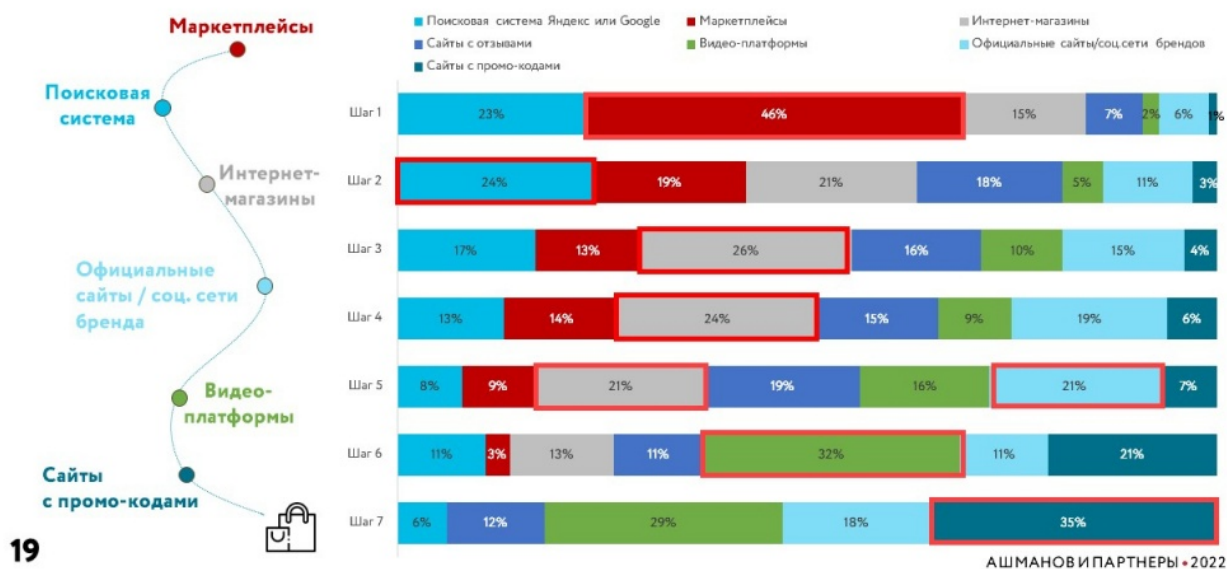
46% онлайн-покупателей начинают поиск товаров с посещения маркетплейсов

Ashmanov.com, 03.04.2023

/исследование

При поиске информации о товарах перед покупкой 46% российских онлайн-покупателей первым делом посещают маркетплейсы. В большинстве случаев (95%) они остаются удовлетворены удобством поиска, показал опрос «Ашманов и партнеры». 80% опрошенных, предпочитающих сначала искать информацию на маркетплейсах, затем посещают другие ресурсы: чаще всего поисковые системы (35%), онлайн-магазины (27%) и сайты с отзывами (20%).

Пошаговый путь покупателя



Основная причина обращения к маркетплейсам на этапе выбора товара — поиск скидок и акций. Наличие отзывов и обзоров, гарантия качества, простота возврата товара на 20% более значимы, чем широкий ассортимент, качественные описания и фото товара.

Несмотря на популярность маркетплейсов, доверие к ним как к торговым площадкам довольно низкое. Присутствие на маркетплейсе может повысить узнаваемость бренда, но негативно отразиться на его ценности.

Источник:

[Исследование «Путь покупателя в онлайн-торговле в 2022 году: маркетплейсы»](#)



Материал размещен на правах рекламы

Data Insight совместно с Cross Insights: Перспективы бизнеса в Узбекистане

Datainsight.ru, 09.04.2023

/реклама

Data Insight совместно с **Cross Insights** выпустили исследование «Перспективы бизнеса в Узбекистане».

В исследовании мы проанализировали сегодняшний Узбекистан с точки зрения открытия в нем бизнеса: данные по стране, особенности ведения бизнеса, свободные ниши, отношение к иностранным инвестициям, ключевые факторы успеха, ключевые проблемные места.

Состав исследования:

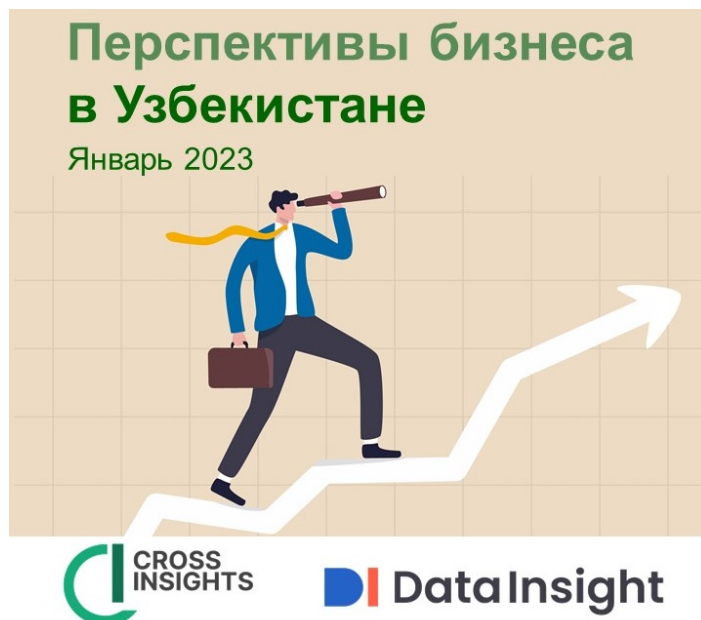
1. Современный Узбекистан
2. Ключевые хайлайты
3. Страновые особенности
4. Текущие тренды в Узбекистане
5. Бизнес в Узбекистане
6. Ритейл и онлайн-ритейл
7. Банковская система, финтех и стартапы
8. Особенности ведения бизнеса
9. Крупнейшие холдинги страны

Заказать отчет

Рекламодатель ООО "Дейта Инсайт"

Источник:

[Перспективы бизнеса в Узбекистане - 2023](#)



Весь мир:

Онлайн-продажи товаров в Германии упали на 15% в I кв. 2023 г.

Ecommercenews.eu, 06.04.2023

/новость

В Германии онлайн-продажи товаров по итогам первого квартала 2023 года составили 19,4 млрд евро, что на 15% меньше, чем в аналогичном периоде 2022 года.

В крупных сегментах снижение больше всего коснулось fashion-товаров, продажи которых упали на 20,8%. Меньше всего сократились онлайн-продажи товаров повседневного спроса (-3%).

Среди отдельных категорий особенно пострадали продажи ювелирных изделий и часов (-29,9%), автомобильных и мотоциклетных аксессуаров (-25,8%). Продукты питания стали единственной категорией, которая осталась стабильной: онлайн-продажи выросли на 3,7%.



В сегменте цифровых услуг, таких как билеты и бронирование, продажи выросли более чем 28% до 2,4 млрд евро.

Источник:

[German online sales fall 15%](#)

FedEx консолидирует бизнес

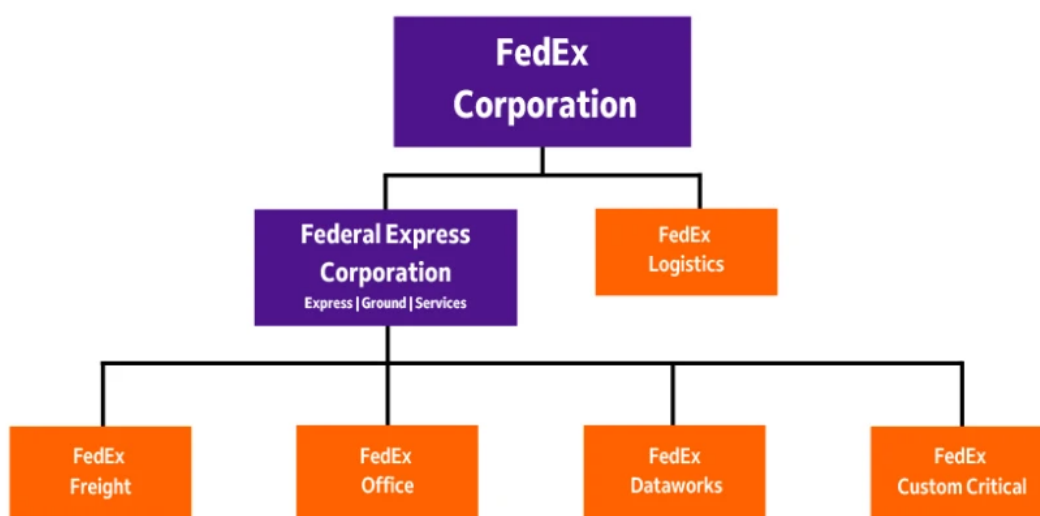
Newsroom.fedex.com, 05.04.2023 06:25:00

/новость

FedEx Corp. объединит операционные компании в одну организацию, повысив эффективность. Это позволит лучше удовлетворять растущие потребности клиентов и, в конечном счете, создать более сильное и прибыльное предприятие.

Поэтапный переход, полная реализация которого ожидается в июне 2024 года, приведет к объединению FedEx Express, FedEx Ground, FedEx Services и других операционных компаний в Federal Express Corporation.

FedEx Freight продолжит предоставлять услуги по грузовым перевозкам как самостоятельная компания в рамках Federal Express Corporation. Радж Субраманиам будет президентом и генеральным директором объединенной организации.



Effective June 2024

Источник:

[FedEx announces planned consolidation of operating companies](#)

Объем рынка розничной e-commerce в Казахстане вырос на 30% в 2022 г.

Pwc.com, 09.04.2023

/исследование

Рынок розничной электронной коммерции в Казахстане продолжил рост в 2022 году, однако темпы замедлились в сравнении с 2021 годом, согласно исследованию PwC Kazakhstan совместно с Ассоциацией Цифровой Казахстан (АЦК). В 2022 году объем рынка розничной электронной коммерции увеличился на 30%, составив более 1,3 трлн тенге.

В 2021 году наблюдался значительный рост как в объемах продаж (почти в 2 раза), так и в количестве транзакций (почти в 1,7 раза) по сравнению с 2020 годом. В 2022 году показатели выросли на 30% и 33% соответственно. Средний чек в тенге снизился на 3%.

Проникновение электронной розничной коммерции в общей розничной торговле продолжает расти, составив 8,2% в 2022 году (в 2021 году — 7,5%). Доля продаж с маркетплейсов достигла 89% по сравнению с 82% в 2021 году. Годовой прирост продаж с маркетплейсов составил 33%, а продажи онлайн-магазинов увеличились на 19%.



Источник:

[Анализ рынка розничной электронной коммерции в Республике Казахстан](#)



5 трендов ритейла и онлайн-торговли в США

T.me, 04.04.2023

/исследование

eMarketer представил обзор 5 крупнейших трендов розничной торговли и электронной коммерции на рынке США.

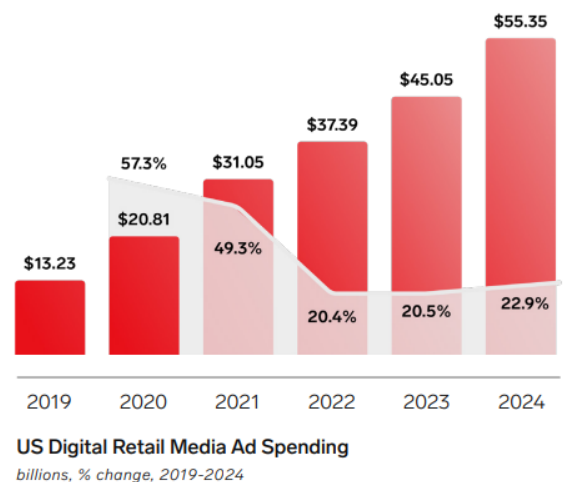
Рост **мобильной коммерции** замедляется. Мобильная коммерция пережила исторический подъем в 2020 году. Однако сегодня рост мобильных продаж находится на самом низком уровне за последние годы: превысит 14% в 2023 году, а затем остановится на уровне около 13% до 2026 года. К этому моменту розничные мобильные продажи в США превысят \$700 млрд, что составляет почти 47% от общего объема розничной онлайн-торговли.

TikTok проникает в социальную коммерцию. Почти три четверти глобальных покупателей в TikTok совершают в нем покупки, когда встречаются что-то в ленте. Тем не менее, лишь 9% онлайн-покупателей в США приобретали товары в TikTok. По проведенному в нем времени TikTok в США уступает YouTube (38 минут против 46 минут соответственно), превосходя «традиционные» социальные сети.

Инфляция создает препятствия для торговли **по подписке**. Рост числа покупателей цифровых подписок замедлится до 3,2% в этом году и остановится на уровне около 3% до 2024 года. Онлайн-продажи по подписке в США вырастут на 14% в годовом исчислении в 2023 году и составят \$38,17 млрд.

Варианты **доставки** будут развиваться, чтобы конкурировать с Amazon. Самыми быстрорастущими категориями электронной коммерции в течение следующих четырех лет будут продукты питания и напитки, а также товары для здоровья, личной гигиены и красоты. Ритейлеры, предлагающие недорогую и быструю доставку, будут в самом выгодном положении.

Retail Media — одни из самых быстрорастущих и динамичных рекламных площадок в США. Ритейлеры рассматривают их как средство увеличения доходов за счет использования своего масштаба и собственных данных. Расходы на рекламу в retail media в США достигнут \$55,35 млрд к концу прогнозируемого периода в 2024 году. Это почти втрое больше показателя 2020 года. Совокупный годовой темп роста за этот четырехлетний период составит в 27,7%.



Источник:

[5 Major Trends in Retail and Ecommerce](#)



Мировой рынок социальной коммерции превысит \$1 трлн в 2024 г.

Ecommercedb.com, 04.04.2023

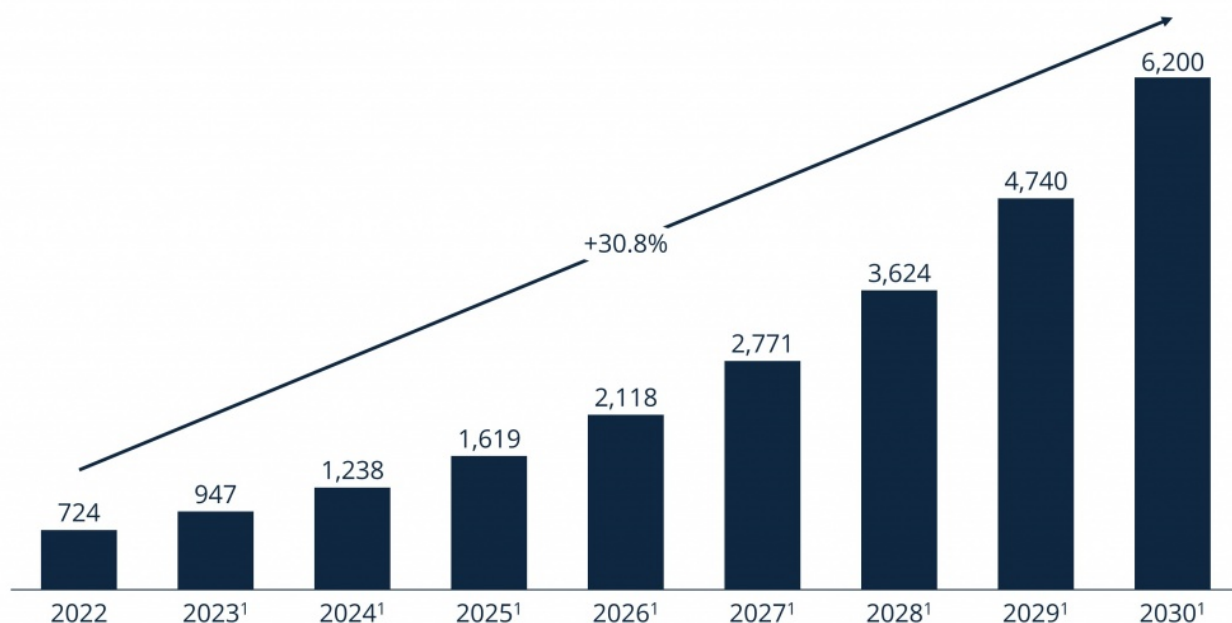
/исследование

Согласно анализу Grand View Research, в 2022 году мировой рынок социальной коммерции оценивался в \$724 млрд и будет постоянно расти в течение следующих нескольких лет. Ожидается, что при совокупном среднегодовом темпе роста на уровне 30,8% рынок преодолеет порог в \$1 трлн к 2024 году и всего два года спустя превысит \$2 трлн.

К 2030 году выручка глобального рынка социальной коммерции составит \$6,2 трлн. Причину резкого роста частично можно найти в изменении поведения потребителей, вызванном Covid-19. Во время социального дистанцирования и самоизоляции люди не только покупали больше в интернете, но и проводили больше времени в соцсетях, чтобы компенсировать потери в реальном общении.

SOCIAL COMMERCE REVENUE WORLDWIDE, 2022-2030

in billion US\$, %



(1) Forecast

Sources: Grand View Research; Statista

 ecommerceDB

Источник:

[Social commerce market to exceed US\\$6 trillion by 2030](#)

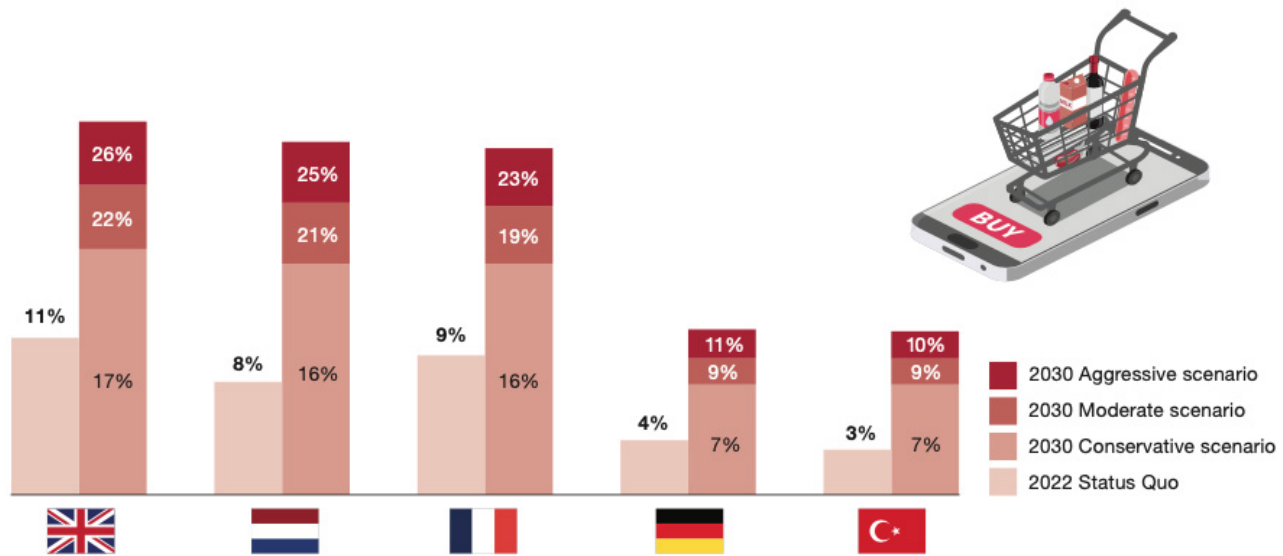
Продажи европейского сектора eGrocery могут удвоиться к 2030 г.

Consultancy.eu, 03.04.2023

/исследование

Согласно отчету консалтинговой компании Strategy&, изучившей состояние сектора eGrocery в Великобритании, Нидерландах, Франции, Германии и Турции, к 2030 году онлайн-продажи продуктов в Европе могут более чем удвоиться. Рост продолжится, и через два десятилетия на онлайн может приходиться от 35% до 50% всех покупок продуктов в Европе.

eGrocery market share projection by country in percentage of total food market for the years 2022 and 2030



Source: Strategy& analysis and Strategy& market model July 2022

Опрошенные потребители в настоящем ожидают быстрого и простого опыта интернет-покупок, а также гибкости в выборе вариантов исполнения. В приоритетах на 2030 год оказались экологически чистый шопинг и персонализированные предложения.

По мнению экспертов индустрии, технологические компании и традиционные дискаунтеры превалируют над другими форматами, такими как чистые онлайн-супермаркеты. Чтобы обычные ритейлеры не отставали, они должны предлагать гибридные цифровых и физических услуг.

Источник:

[eGrocery sales expected to double in Europe by 2030](#)

Accenture: На рынок выходит 1 млрд новых цифровых потребителей

Newsroom.accenture.com, 03.04.2023

/исследование

В следующем десятилетии в восьми быстрорастущих странах появится новое поколение из более чем одного миллиарда цифровых потребителей, говорится в новом исследовании Accenture.

Эти цифровые потребители — представители поколений Alpha, Z и миллениалы, которые проживают в Бангладеш, Египте, Эфиопии, Индии, Индонезии, Кении, Нигерии и на Филиппинах. Эти люди уже проводят значительное время в интернете при поиске, рассмотрении и совершении покупки.

What companies need to know about the new 1 billion digital-first consumers



▶ Accenture Research used primary and secondary data-driven research methodologies to analyze 92 countries across the Asia Pacific region, Middle East and North Africa, and Sub-Saharan Africa to identify rapidly growing countries with strong digital potential. We then designed and fielded an online survey of 2,000 individuals, from July 10 to August 13, 2022, across the eight countries identified. To understand consumer sentiment, we conducted a web scraping exercise that assessed approximately 112,000 social media comments across the retail, consumer packaged goods, banking and telecommunications industries.

Copyright © 2023 Accenture. All rights reserved

- Большинство (80%) опрошенных потребителей используют онлайн-каналы, такие как поисковые системы, социальные сети и видео, для изучения продуктов или услуг перед покупкой.
- Лайки и хорошие комментарии в социальных сетях также влияют на 76% решений этих потребителей об онлайн-покупках. Более половины новых потребителей предпочитают делать покупки в приложениях соцсетей.
- 65% потребителей предпочитают использовать онлайн-способы оплаты. Они также говорят, что удобные варианты доставки, такие как click & collect (73%) и бесплатная доставка (79%), являются важными факторами их онлайн-покупки.
- Три четверти считают, что политика легкого возврата является ключевым фактором, влияющим на их решения о покупках в интернете.

Источник:

[One Billion New Online Shoppers Are Entering the Market Creating Significant Growth Opportunities for Digital Commerce, Finds New Study by Accenture](#)



Подкасты и видео

ПрактикаDays с Борисом Преображенским

Экскурсия в Софьино — на центральный склад Яндекс Маркета

Экскурсия по главному складу Яндекс Маркета в Софьино, которую провел Вячеслав Цыкин, руководитель технологического развития фулфилмент-платформы Яндекс Маркета. Склад в Софьино — 80 тыс. кв. м площади только по полу, более 75 тыс. кв. м мезонина, на складе можно хранить 50 млн товаров и обрабатывать до 400 тыс. заказов в сутки. Здесь работают более 2,5 тыс. штатных сотрудников.

практика
_days

Смотреть: [YouTube](#)

Digital Voice

Как искусственный интеллект изменит все, включая E-commerce — Анатолий Мохов

Из каждого утюга слышно про великий и ужасный искусственный интеллект, ChatGPT и про то, как изменится все вокруг. А вот как? Этот и другие непростые и страшно интересные вопросы мы задали эксперту с огромным опытом в интернет торговле — Анатолию Мохову (ex Wildberries, Детский Мир, Эльдorado, Связной) и получили очень интересную беседу про образ будущего, про то, как уже сегодня все это применять, а еще про программы лояльности и персонализацию в интернет торговле.

DigitalVoice

Слушать: [Podcast.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
- 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.