

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2023 / № 18

01 Мая 2023 - 07 Мая 2023

В выпуске:

Россия:

Data Insight: 50,1 млн заказов было выполнено на рынке eGrocery в марте 2023
Wildberries снизит комиссию для продавцов с высоким рейтингом
Общие онлайн-продажи М.Видео-Эльдорадо достигли 326,8 млрд руб. в 2022 г.
Банки маркетплейсов получают убытки из-за развития
За год количество точек, предлагающих доставку еды, выросло вдвое
Группа молочных продуктов стала крупнейшим сегментом на онлайн-рынке FMCG
Сервисы доставки быстро становятся частью повседневной рутины
Спрос на доставку товаров до маркетплейсов вырос в 4 раза с начала года
Data Insight: Экосистема электронной торговли в России 2023v1

Весь мир:

Розничные онлайн-продажи в сельских районах Китая выросли на 8,8% в I кв.
Zalando демонстрирует рост в I кв. 2023 г.
Выручка Etsy выросла на 10,6% в I кв. 2023 г.
Uber увеличила выручку на 29% в I кв. 2023 г.
Предприниматели Кыргызстана активно выходят в онлайн через Wildberries
eBay поможет брендам перепродавать предметы роскоши
Число активных клиентов HelloFresh сократилось на 4,8% в I кв. 2023 г.
На Amazon растет доля маркетплейса
eGrocery в США: Супермаркеты, Walmart, Target и жесткие дискаунтеры

Подкасты и видео



Россия:

Data Insight: 50,1 млн заказов было выполнено на рынке eGrocery в марте 2023

Datainsight.ru, 04.05.2023

/НОВОСТЬ

Data Insight анонсирует **новый выпуск бюллетеня**, посвященного развитию eGrocery в России. В нем раскрываются основные цифры, характеризующие рынок онлайн-продаж продуктов за март 2023 года.

Основные выводы:

- В марте 2023 года интернет-магазины и сервисы доставки продуктов питания выполнили **50,1 млн заказов** (без учета продаж универсальных маркетплейсов с несрочной доставкой), что **на 13% больше**, чем в феврале 2023 года, и **на 43% больше**, чем в марте 2022 года.
- Среднесуточное количество заказов в марте **увеличилось на 2%** к февралю и составило **1 617 тысяч**.



[Подписаться на бюллетень eGrocery](#)

Источник:

eGrocery бюллетень, апрель 2023

Wildberries снизит комиссию для продавцов с высоким рейтингом

Wildberries.ru, 03.05.2023

/новость

Wildberries будет снижать комиссию от 1% для предпринимателей с высоким рейтингом (в настоящий момент — от 4,9), вне зависимости от категории товаров. Для продавцов с низкими оценками от покупателей комиссия будет повышена.

Рейтинг продавца складывается из оценок покупателей, их отзывов на товары и числа возвратов заказов.

Как объясняют в компании, этот подход позволит «дополнительно поощрить предпринимателей с наиболее качественной продукцией и лучшим взаимодействием с покупателями». Функционал еще тестируется.



Источник:

[Пресс-служба Wildberries](#)

Общие онлайн-продажи М.Видео-Эльдорадо достигли 326,8 млрд руб. в 2022 г.

Mvideoeldorado.ru, 02.05.2023 09:45:00

/новость

Общие продажи (GMV) группы М.Видео-Эльдорадо по итогам 2022 года снизились на 14,3% год к году до 488,9 млрд руб. (с НДС). Общие онлайн-продажи достигли 326,8 млрд руб. (с НДС), что составило 67% от GMV.

М.ВидеоЭльдорадо



Трафик, включая онлайн и магазины, составил 1,3 млрд посещений, снизившись на 7,2%. Одновременно трафик в мобильном приложении клиента вырос на 32%, достигнув 35% от общего трафика.

Оборот собственного маркетплейса вырос в 2022 году более чем в 3 раза на фоне двукратного расширения доступного ассортимента техники и электроники до 110 000 наименований.

Скорректированный показатель EBITDA группы вырос на 69% до 15,5 млрд руб. Скорректированный чистый убыток сократился на 10,2% до 6,7 млрд руб.

Источник:

[М.Видео-Эльдорадо увеличила долю импорта на конец 2022 до 25% и скорректированную EBITDA – до 15,5 млрд руб. по итогам года](#)



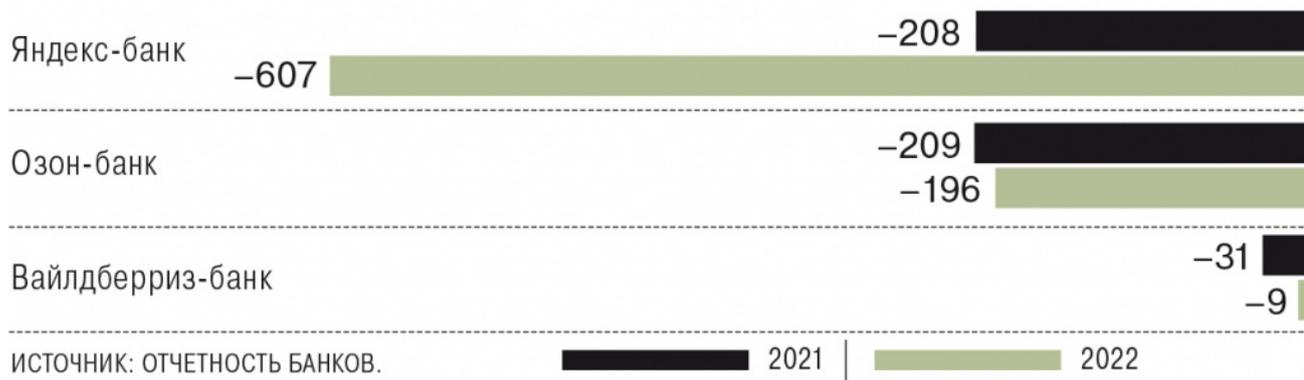
Банки маркетплейсов получают убытки из-за развития

Kommersant.ru, 02.05.2023 01:13:00

/новость

Согласно отчетности по РСБУ за 2022 год, убыток Яндекс-банка составил 607,9 млн руб., Озон-банка — 196,3 млн руб., Вайлдберриз-банка — 8,9 млн руб. Операционные расходы этих банков за прошедший год выросли в несколько раз: Яндекс-банка — в 5 раз, до 1,4 млрд руб., Озон-банка — в 1,3 раза, до 284,7 млн руб., Вайлдберриз-банка — в 1,4 раза, до 136,5 млн руб., сообщает «Коммерсантъ».

ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ БАНКОВ, РАБОТАЮЩИХ С МАРКЕТПЛЕЙСАМИ (МЛН РУБ.)



Стратегия развития предполагает быстрый рост, что требует больших операционных расходов, поясняют владельцы. Кроме того, банки не являются отдельными бизнесами, они должны повышать маржинальность и прибыльность всей экосистемы маркетплейса.

«Пока финансовые проекты маркетплейсов не вышли из инвестиционной стадии. Скорее всего, в 2023 году они тоже из нее не выйдут, так как более важной историей остаются их рост и быстрое развитие», — считает гендиректор Infoline-Аналитики Михаил Бурмистров.

Источник:

[Рост важнее прибыли](#)



За год количество точек, предлагающих доставку еды, выросло вдвое

Sberbank.com, 04.05.2023

/исследование

Сбер проанализировал состояние малого бизнеса в сфере общепита на основании данных эквайринга и сделал вывод: наиболее быстрорастущий сегмент по всей стране — доставка еды.

За год количество точек, предлагающих доставку еды, выросло в 2 раза, выручка — на 60%, превысив 1,4 млрд руб., а средний чек увеличился на 2%, до 875 руб.

Рост более чем на 100% показало большинство регионов РФ (53 субъекта). Топ регионов по количеству бизнеса в сфере доставки еды: Московская область, Краснодарский край, Москва, Якутия, Ханты-Мансийский АО.

Период	Выручка	Количество транзакций	Количество точек
Март 2022	880 млн руб.	1 млн 050	2468
Март 2023	1,4 млрд руб.	1 млн 650	4899

Источник:

Сбер: рекордная сумма чека в ресторане Москвы с начала года — 2 млн 25 тысяч рублей



Группа молочных продуктов стала крупнейшим сегментом на онлайн-рынке FMCG

Т.ме, 04.05.2023

/исследование

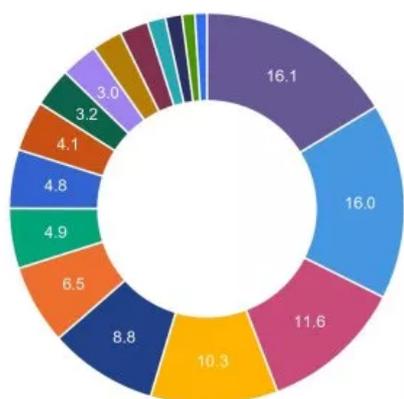
По данным NielsenIQ Россия, за 12 месяцев по март 2023 года группа молочных продуктов опередила лидировавшую ранее группу товаров для животных. На молочную группу в текущем периоде пришлось 16,1% онлайн-продаж в денежном выражении, а на товары для животных — 16%.

В натуральном выражении (в упаковках) на молочные товары приходится более 27% интернет-продаж. Индустрия отвечает за 4,8 п.п. из 8,5% роста онлайн-рынка за последние 12 месяцев.

Молочные продукты под частными марками — драйвер развития сегмента СТМ на онлайн-рынке. В интернет-магазинах на долю продовольственных частных марок приходится около 5% продаж в денежном выражении. В их структуре 55% занимают молочные продукты.

Молочная индустрия на онлайн-рынке FMCG стала самым крупным сегментом

Доли категорий и динамика продаж FMCG
Доли категорий в денежном выражении, %



Источник: данные аудита онлайн-рынка NielsenIQ, 12 месяцев по март 2023 года

NIQ

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

1

Источник:
NielsenIQ Россия



Сервисы доставки быстро становятся частью повседневной рутины

Omirussia.ru, 02.05.2023

/исследование

Согласно опросу агентства ОМІ, 44% онлайн-покупателей стали чаще заказывать продукты онлайн. Среди респондентов, пользующихся доставкой из СберМаркета, Магнита, Дикси, Яндекс Еды и Лавки, 57% стали заказывать чаще.

По мнению 71% онлайн-покупателей, заказ продуктов в интернете легко может стать ежедневной привычкой, а у 81% из них он уже вошел в ежедневный распорядок. 63% опрошенных оформляют доставку продуктов минимум раз в месяц, а 38% — каждую неделю.

Среди причин оформления доставки онлайн:

- экономия личного времени на поход в магазин — 49%
- отсутствие необходимости выходить из дома — 45%
- заказ тяжелых покупок — 45%
- экспресс-доставка нужных продуктов — 31%
- выгодные цены — 20%



55% респондентов, пользующихся доставкой, считают, что цены в сервисах такие же или ниже, чем в офлайн-магазинах. Но даже если стоимость продуктов онлайн будет выше, часть пользователей предпочтут доставку.

Самые узнаваемые сервисы доставки продуктов по мнению россиян: Яндекс Еда и СберМаркет (92%), Самокат и Delivery Club (91%), доставка от Пятерочки (87%), Яндекс Лавка (86%). Клиенты Самоката (42%) и Лавки (39%) чаще отмечают, что заказывают продукты онлайн из-за доставки за 30 минут.

Важные факторы в сервисах доставки, маркетплейсах и приложениях по доставке продуктов:

- выгодные цены на продукты — 56%
- низкая стоимость доставки — 55%
- доставка свежих и качественных продуктов — 53%
- скорость доставки — 48%
- большой ассортимент продуктов — 46%

Среди сервисов с большим ассортиментом выделяют Vprok.ru, Ленту и СберМаркет.

Источник:

Исследование: 55% покупателей считают, что цены в сервисах доставки продуктов равны или ниже, чем в оффлайн магазинах

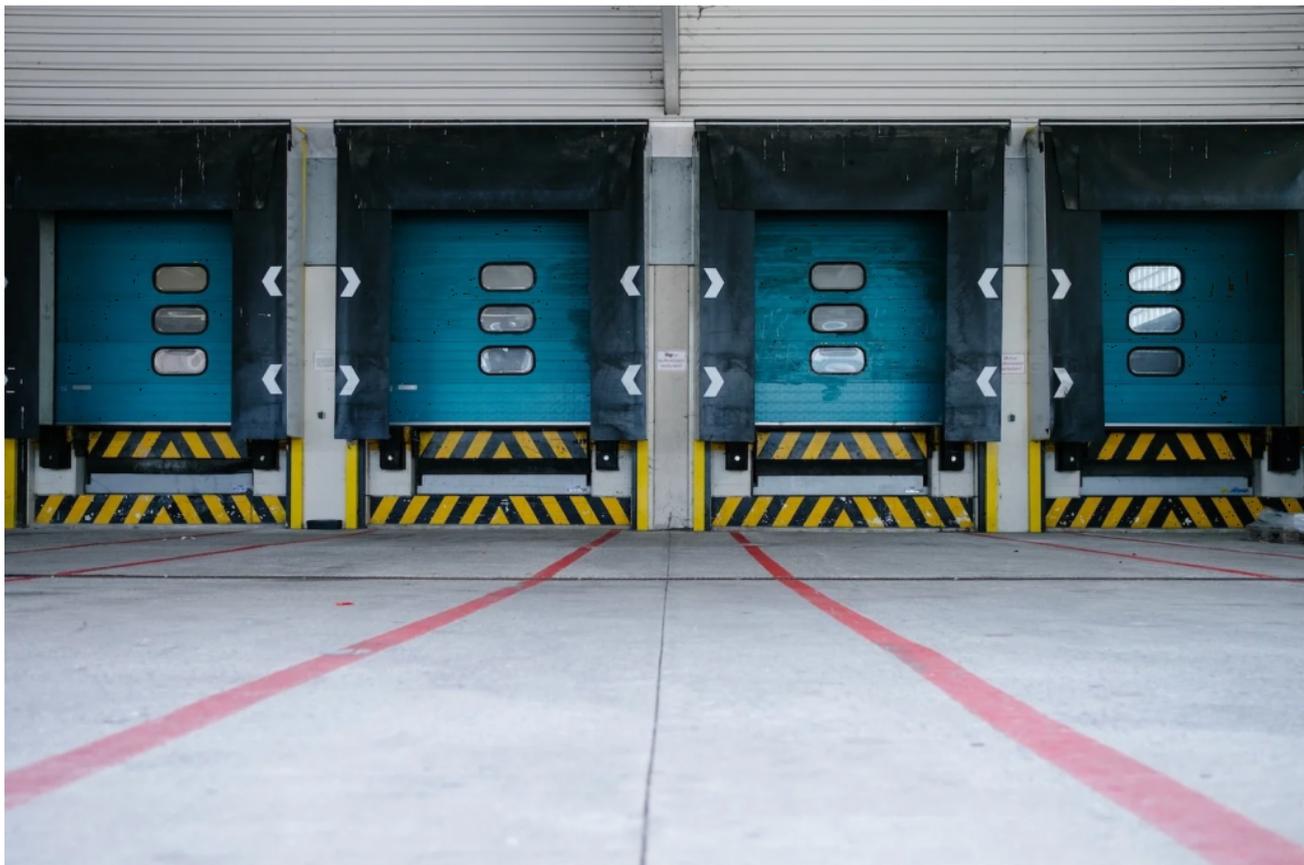
Спрос на доставку товаров до маркетплейсов вырос в 4 раза с начала года

Ус.ru, 01.05.2023

/исследование

По данным платформы Авито Услуги, с января по апрель 2023 года сразу на 326% вырос спрос на доставку товаров до маркетплейсов и услуги фулфилмента.

На фоне растущего спроса кратно увеличивается и число предложений от фулфилмент-операторов и перевозчиков товаров до складов маркетплейсов. С января по апрель предложение таких услуг на Авито увеличилось на 230%, показав самые высокие темпы роста в категории «Транспортные услуги».



Источник:

[Авито Услуги](#): спрос на доставку товаров до маркетплейсов вырос в 4 раза с начала года

Data Insight: Экосистема электронной торговли в России 2023v1

Ecommerce.datainsight.ru, 02.05.2023

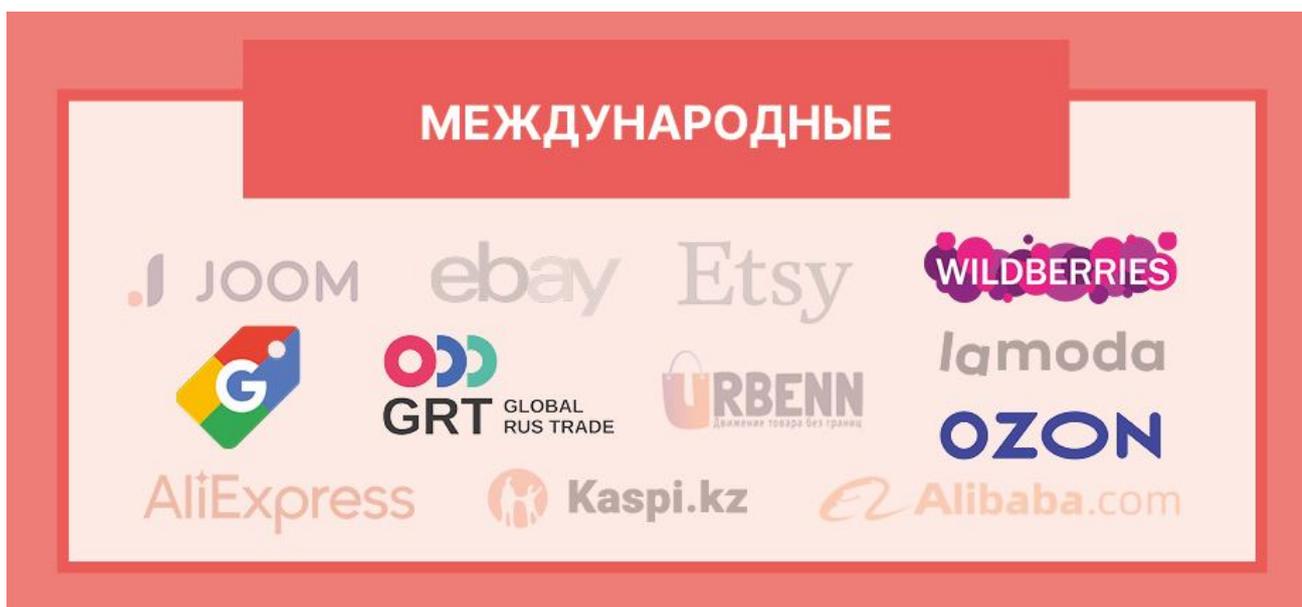
/реклама

Экосистема электронной торговли — это ежегодный проект, который представляет собой карту со структурированным перечнем сервисов для рынка интернет-торговли. Она показывает, какие услуги наиболее востребованы на рынке, и дает информацию о ключевых игроках в каждом из видов услуг.

Игроки рынка распределены по категориям/ областям своей работы, что позволяет читателю удобно и быстро выполнить поставленную перед собой задачу:

- найти подрядчика;
- оценить количество игроков;
- найти свободные ниши.

Карта этого года немного видоизменится — логотипы всех участников будут приглушены, как на картинке.



Если по методике исследования ваша компания попадает в карту, вы можете сделать логотип вашей компании четким и в полноцветном формате, оставив [заявку](#) по ссылке. Данная опция платная.

Также еще осталась возможность стать партнером, заполнив [форму](#).

Рекламодатель ООО "Дейта Инсайт"

Источник:

[Экосистема электронной торговли](#)

Весь мир:

Розничные онлайн-продажи в сельских районах Китая выросли на 8,8% в I кв.

English.news.cn, 06.05.2023 09:44:00

/новость

В первом квартале 2023 года розничные онлайн-продажи в сельских районах Китая выросли на 8,8% в годовом исчислении до 523,34 млрд юаней (около \$75,72 млрд). Темпы роста оказались на 3,4 п. п. выше, чем в аналогичном периоде 2022 года, свидетельствуют данные Министерства коммерции КНР.

Розничные онлайн-продажи физических товаров в сельских районах Китая составили 476,66 млрд юаней (+7,7% в годовом исчислении).

Ранее [сообщалось](#), что в первом квартале общие розничные онлайн-продажи в Китае выросли на 8,6% до 3,29 трлн юаней (около \$478,53 млрд).

Источник:

[China's rural online retail sales up 8.8 pct in Q1](#)



Zalando демонстрирует рост в I кв. 2023 г.

Corporate.zalando.com, 04.05.2023

/новость

По итогам первого квартала 2023 года GMV европейской онлайн-платформы Zalando вырос на 2,8% до 3,2 млрд евро, а выручка — на 2,3% до 2,3 млрд евро. Количество активных клиентов увеличилось на 4,8% по сравнению с прошлым годом и составило 51,2 млн.

Благодаря росту онлайн-аутлета Lounge by Zalando выручка в сегменте Offprice выросла на 33%. Доля продаж партнеров в сегменте Fashion Store выросла до 39%. Цель Zalando — нарастить долю партнерского бизнеса до 50%.

Zalando Q1/2023

Group performance

In Q1, we grew our top line and continued to significantly improve our profitability profile



¹ Q1/23 contains EUR (55)m | Q1/22 EUR (45)m reconciliation of internal revenues

² Q1/23 contains EUR (5)m | Q1/22 contains EUR 3m reconciliation of internal EBIT

Улучшение экономики заказа, в первую очередь — увеличение размера корзины, привело к снижению затрат на фулфилмент и значительному улучшению скорректированного показателя EBIT. Zalando подтверждает свой годовой прогноз на 2023 год. Ожидается, что рост GMV составит от 1% до 7%, а выручки — от -1% до 4%. Zalando продолжит фокусироваться на прибыльном росте. Ожидается, что в этом году скорректированный показатель EBIT составит от 280 до 350 млн евро.

Источник:

[Zalando delivers growth and improved profitability as more customers buy through shopping club and partner business share increases](#)

Выручка Etsy выросла на 10,6% в I кв. 2023 г.

Investors.etsy.com, 03.05.2023

/НОВОСТЬ

Консолидированные продажи компании Etsy, Inc. в первом квартале 2023 года снизились на 4,6%, составив \$3,1 млрд. При этом продажи маркетплейса Etsy сократились на 4,7% до \$2,7 млрд.

Маркетплейс Etsy увеличил количество активных покупателей на 1% год к году до 89,9 млн. Этот показатель впервые вырос в годовом исчислении с четвертого квартала 2021 года.

First Quarter 2023 Financial Summary

(in thousands, except percentages; unaudited)

The unaudited GAAP and non-GAAP financial measures and key operating metrics we use are:

	Three Months Ended March 31,		% (Decline) Growth Y/Y
	2023	2022	
GMS (1)	\$ 3,101,358	\$ 3,252,387	(4.6) %
Revenue	\$ 640,877	\$ 579,266	10.6 %
Marketplace revenue	\$ 467,516	\$ 427,691	9.3 %
Services revenue	\$ 173,361	\$ 151,575	14.4 %
Gross profit	\$ 445,424	\$ 406,271	9.6 %
Operating expenses	\$ 367,225	\$ 321,956	14.1 %
Net income	\$ 74,537	\$ 86,109	(13.4) %
Net income margin	11.6 %	14.9 %	(330) bps
Adjusted EBITDA (Non-GAAP)	\$ 170,344	\$ 159,198	7.0 %
Adjusted EBITDA margin (Non-GAAP)	26.6 %	27.5 %	(90) bps
Active sellers (2)	7,942	7,654	3.8 %
Active buyers (2)	95,526	95,102	0.4 %
Percent mobile GMS	67 %	66 %	100 bps
Percent GMS ex-U.S. Domestic (1)	45 %	44 %	100 bps

(1) Consolidated GMS for the three months ended March 31, 2023 includes Etsy marketplace GMS of \$2.7 billion. Percent GMS ex-U.S. domestic for the Etsy marketplace for the three months ended March 31, 2023 was 46%.

(2) Consolidated active sellers and active buyers includes Etsy marketplace active sellers and active buyers of 5.9 million and 89.9 million, respectively, as of March 31, 2023.

To provide consistency with our calculation of GMS, beginning in the first quarter of 2023, we are reporting our mobile GMS, GMS ex-U.S. domestic, and Non-U.S. domestic GMS as a percentage of GMS net of refunds. We did not apply this change to prior periods as the impact was immaterial to such periods. For information about how we otherwise define our metrics, see our Annual Report on Form 10-K for the year ended December 31, 2022.

Консолидированная выручка компании выросла на 10,6% до \$640,9 млн.

Консолидированная чистая прибыль снизилась на \$11,6 млн по сравнению с прошлым годом и составила \$74,5 млн.

Etsy, Inc. управляет маркетплейсами Etsy.com (товары ручной работы), Depop (ресейл), Reverb (музыкальные инструменты) и Elo7 (handmade, базируется в Бразилии).

Источник:

[Etsy, Inc. Reports First Quarter 2023 Results](#)



Uber увеличила выручку на 29% в I кв. 2023 г.

Investor.uber.com, 02.05.2023

/НОВОСТЬ

Совокупный объем заказов Uber Technologies в первом квартале 2023 года вырос на 19% год к году до \$31,4 млрд. Объем заказов сервиса такси вырос на 40% до \$14,98 млрд, сервиса доставки — на 8% до \$15,03 млрд. Выручка компании увеличилась на 29% до \$8,8 млрд, превысив прогноз Refinitiv на уровне \$8,72 млрд.

Чистый убыток составил \$157 млн по сравнению с чистым убытком на уровне \$5,9 млрд годом ранее. Скорректированный показатель EBITDA вырос на \$593 млн до \$761 млн.

Во втором квартале 2023 года Uber рассчитывает достичь совокупного объема заказов в размере \$33-34 млрд и скорректированного показателя EBITDA на уровне \$800-850 млн.

Financial and Operational Highlights for First Quarter 2023

(In millions, except percentages)	Three Months Ended March 31,			
	2022	2023	% Change	% Change (Constant Currency ⁽¹⁾)
Monthly Active Platform Consumers (“MAPCs”)	115	130	13 %	
Trips	1,713	2,124	24 %	
Gross Bookings	\$ 26,449	\$ 31,408	19 %	22 %
Revenue	\$ 6,854	\$ 8,823	29 %	33 %
Loss from operations	\$ (482)	\$ (262)	46 %	
Net loss attributable to Uber Technologies, Inc. ⁽²⁾	\$ (5,930)	\$ (157)	**	
Adjusted EBITDA ⁽¹⁾	\$ 168	\$ 761	353 %	
Net cash provided by operating activities	\$ 15	\$ 606	**	
Free cash flow ⁽¹⁾	\$ (47)	\$ 549	**	

⁽¹⁾ See “Definitions of Non-GAAP Measures” and “Reconciliations of Non-GAAP Measures” sections herein for an explanation and reconciliations of non-GAAP measures used throughout this release.

⁽²⁾ Net loss includes a \$5.6 billion net headwind (pre-tax) and a \$320 million net benefit (pre-tax) from revaluations of Uber’s equity investments in Q1 2022 and Q1 2023, respectively.

** Percentage not meaningful.

Источник:

[Uber Announces Results for First Quarter 2023](#)



Предприниматели Кыргызстана активно выходят в онлайн через Wildberries

Т.me, 01.05.2023

/новость

На Wildberries по итогам первого квартала 2023 года объем продаж продукции, произведенной в Кыргызстане, увеличился на 301% год к году до 4,7 млрд руб.

Динамично росли категории товаров для дома, головных уборов, игрушек, товаров для детей, обуви, одежды и рукоделия.

Общее число представителей местного бизнеса, зарегистрированных на платформе, выросло в 3,3 раза год к году. Кроме того, расширена площадь склада в Бишкеке.



Источник:

[Более 1,700 новых брендов из Кыргызстана появились на платформе в 2023 г.](#)

еВау поможет брендам перепродавать предметы роскоши

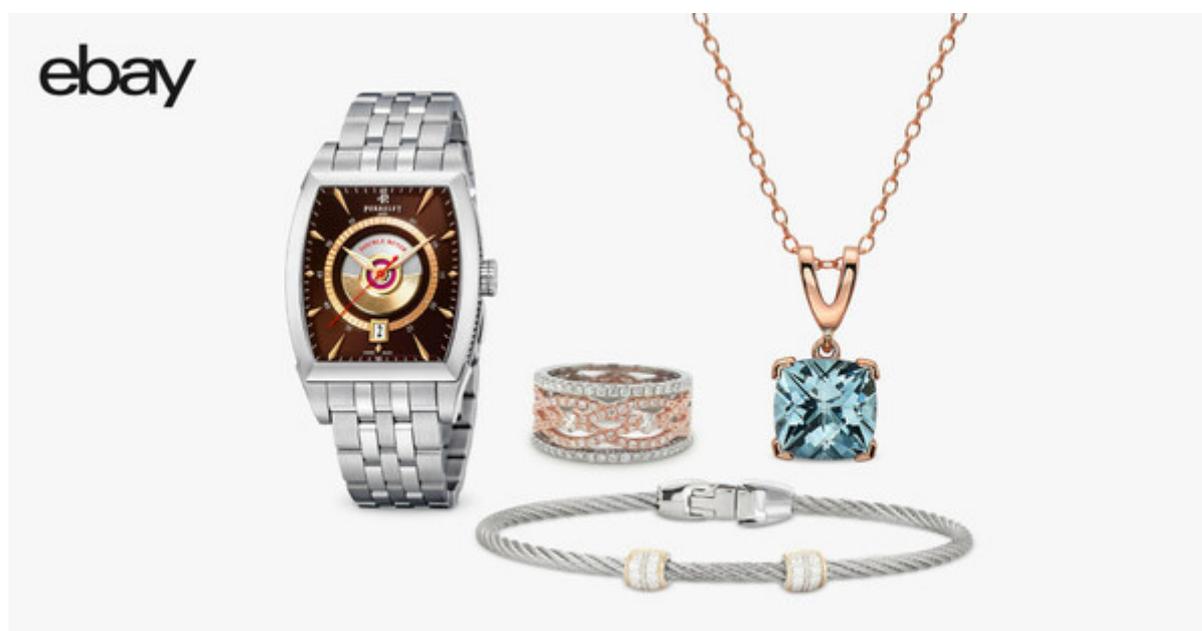
Prnewswire.com, 01.05.2023

/новость

еВау представил новую программу Certified by Brand для перепродажи новых и подержанных люксовых товаров. Маркетплейс будет напрямую сотрудничать с брендами, которые смогут предлагать предметы роскоши на сайте как самостоятельно, так и через авторизованных продавцов.

Программа позволит перепродавать часы, сумки и ювелирные изделия. Товары будут содержать отметку «Напрямую от бренда» или «Авторизованный продавец бренда».

Партнеры получают доступ к аудитории из 133 млн активных покупателей, а также к информации о потребителях. Программа Certified by Brand сейчас доступна для брендов и покупателей в США.



Источник:

[eBay Expands Luxury Offering with New Brand Platform](#)

Число активных клиентов HelloFresh сократилось на 4,8% в I кв. 2023 г.

Retaildetail.eu, 01.05.2023

/НОВОСТЬ

Немецкая компания по доставке продуктовых наборов HelloFresh в первом квартале 2023 года достигла рекордной выручки в размере 2,02 млрд евро (+5,3%), несмотря на падение числа покупателей на 4,8% год к году.

Тем не менее, по сравнению с предыдущим кварталом количество пользователей увеличилось на миллион. Скорректированный показатель EBITDA снизился на треть до 66,1 млн евро, но все же оказался выше ожидаемых аналитиками 47,5 млн евро.

HelloFresh стремится расширить предложение, чтобы увеличить стоимость заказа на одного клиента и сделать компанию более прибыльной. В последнем квартале среднюю стоимость заказа удалось повысить на 8,9% до 61,2 евро.



Источник:

[Fewer customers, more revenue for HelloFresh](#)

На Amazon растет доля маркетплейса

Marketplacepulse.com, 03.05.2023

/исследование

Amazon продолжает переход к партнерству со сторонними продавцами: к концу года на них будет приходиться 60% от общего числа проданных единиц, но доля превысит 70% не ранее 2030 года.

В 2016 году количество товаров, реализованных через маркетплейс, превысило продажи розничного бизнеса Amazon. С тех пор доля маркетплейса неуклонно росла. В течение 8 лет продавцы ежегодно увеличивали свою долю рынка на 150 б. п. Сдвиг не ускорился и не замедлился (за исключением 2020 года), а сегодня вернулся к исторической линии тренда.

До сих пор этот сдвиг казался контролируемым и преднамеренным. Amazon может ускорить его, но, скорее всего, никогда не откажется от собственных розничных продаж, подытоживает Marketplace Pulse.



Источник:

[Amazon's Slow Shift to Marketplace](#)



eGrocery в США: Супермаркеты, Walmart, Target и жесткие дискаунтеры

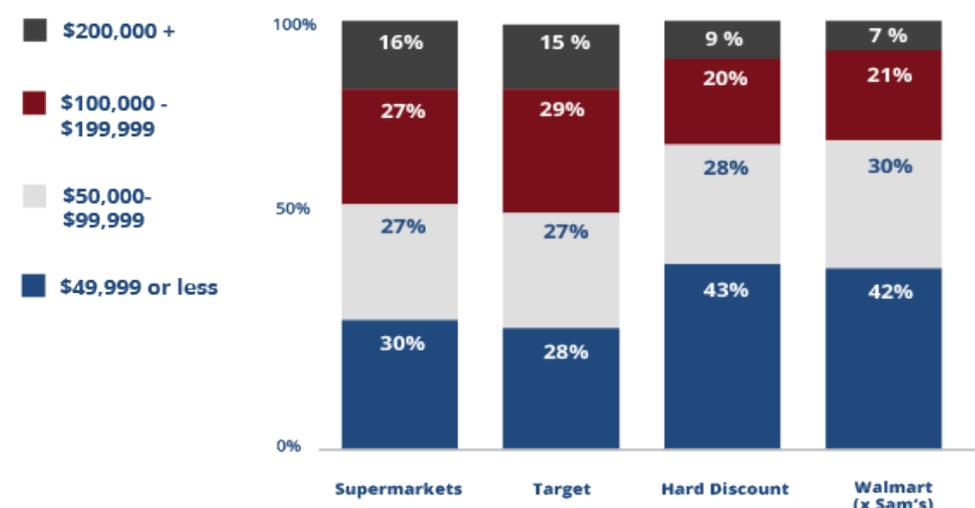
Brickmeetsclick.com, 02.05.2023 08:15:00

/исследование

Согласно исследованию Brick Meets Click, в среднем в 2022 году более половины всех домохозяйств в США ежемесячно заказывали продукты онлайн Супермаркеты привлекали наибольшую долю онлайн-покупателей продуктов — 1/3, но позиции лидера размываются. Средняя общая база ежемесячных пользователей в США увеличилась почти на 3 п. п., в то время как проникновение онлайн в сегменте супермаркетов снизилось на 2 п. п. С 2021 по 2022 год доля Walmart росла и сейчас отстает от супермаркетов лишь на пару процентных пунктов.

В 2022 году домохозяйства с доходом менее \$50 000 в год составляли лишь 30% онлайн-покупателей супермаркетов и чуть меньше для Target, но на них приходилось более 40% клиентов Walmart и жестких дискаунтеров.

eGrocery Customer Mix by Household Income - 2022



Sources: Brick Meets Click/Mercatus Grocery Shopping Survey. 12 months ending December 2022



Домохозяйства с доходом менее \$50 000 в год (более 1/3 всех домохозяйств США в 2022 году) на 25% чаще совершали онлайн-покупки в Walmart по сравнению с супермаркетами. В период с 2021 по 2022 год доступ супермаркетов к этой группе сократился на 150 б. п., в то время как для Walmart он увеличился на 210 б. п.

Домохозяйства, зарабатывающие более \$200 000 в год (чуть более 10% всех домохозяйств США), почти в 3 раза чаще совершали онлайн-покупки в супермаркетах по сравнению с Walmart в 2022 году. Но Walmart завоевал популярность среди этих покупателей, расширив проникновение на 210 б. п., в то время как супермаркеты потеряли 120 б. п. в 2022 году по сравнению с 2021-м.

Источник:

[eGrocery shopper shifts at key formats: Supermarkets, Walmart, Target, and Hard Discounters](#)



Подкасты и видео

Digital Voice

Как технологии меняют логистику:

Яндекс Доставка развивает B2C и B2B рынки — Тембот Керефов

Яндекс Доставка в известной степени совершила революцию в доступных экспресс-доставках. Беседа с директором сервиса Яндекс Доставка по России Темботом Крефовым о том, как появилась идея, как родился бизнес, как корпоративная культура Яндекса помогает развитию, а еще о том, как технологии Яндекса уже в ближайшее время изменят междугороднюю и магистральную доставку.

DigitalVoice

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

Практика Days

Е-commerce в Казахстане. Маркетплейсы, базары, цифры, стратегии.

В гостях Азат Машабаев, совладелец Reworker Kazakhstan, одного из крупнейших фулфилмент-операторов в Казахстане со складами в Алматы и Астане. Более 6 лет являлся управляющим директором Казпочты.

практика
_days

Смотреть: [YouTube](https://www.youtube.com)

MEDIA MIX

Сила СТМ и планы на их развитие: к чему сегодня стремятся ритейлеры

Как компании разрабатывают СТМ, продвигают их и развивают их, а также какие перспективы сегодня видят ритейлеры в расширении линеек СТМ, обсудили в свежем выпуске видеоподкаста MEDIA MIX.

Среди спикеров: Татьяна Обидина, директор по маркетинговым коммуникациям Ашан; Олег Дорожок, директор по маркетингу и монетизации OZON; Дона Ромашова, директор по СТМ Яндекс Лавка; Евгений Римский, управляющий по качеству и закупкам ВкусВилл; Андрей Осокин, директор по маркетингу «Детский мир».



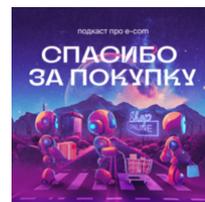
Смотреть: [RuTube](https://rutube.ru) | [YouTube](https://www.youtube.com)

Спасибо за покупку

«Что в офлайне хорошо, то в онлайн — не работает?»

Разбираемся, так ли это // Лента Онлайн

Андрей Калинов, руководитель маркетинговых коммуникаций онлайн-бизнесов «Ленты» принял участие в подкасте «Спасибо за покупку» и поделился, в чем различие в коммуникации с офлайн- и онлайн-клиентом и не только.



Слушать: [Podcast.ru](https://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.