

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2024 / № 20

10 Июня 2024 - 16 Июня 2024

В выпуске:

Россия:

Data Insight: Еженедельный мониторинг количества заказов аптечных товаров

5Post доставила более 102 млн заказов

Сеть OBI начала сотрудничать с Мегамаркетом

«Пятёрочка» запускает доставку из франчайзинговых магазинов

Косметические продукты ВкусВилла появились на маркетплейсе ЛЭТУАЛЬ

Lamoda запустила собственный бренд обуви Finds

ВТБ: Объем трат на маркетплейсах вырос более чем вдвое в мае 2024 г.

60% продавцов на Ozon работают с командой

Весь мир:

Yoox Net-a-Porter уходит из Китая

SHEIN повысил цены в преддверии IPO

Ozon Армения возглавил Айк Карапетян

Американцы не доверяют Temu, но делают там покупки

ECDB: Товары для ухода за домом — быстрорастущая категория e-commerce

WARC: Глобальный рынок ритейл медиа превысит \$153 млрд в 2024 г.

Кейс:

Как Tmall и Taobao используют ИИ

Подкасты и видео



Россия:

Data Insight: Еженедельный мониторинг количества заказов аптечных товаров

Datainsight.ru, 14.06.2024

/новость

Еженедельный мониторинг помогает отследить и показать динамику изменений заказов аптечного ассортимента на крупнейших онлайн-площадках каждую неделю.

Мониторинг позволяет постоянно, практически в реальном времени, отслеживать краткосрочную динамику рынка ePharma, оценивать колебания спроса, видеть место игроков на рынке. Проводить оценку эффективности запущенных маркетинговых активностей, опираться на цифры в принятии решения о листинге собственных продуктов на площадках и др.



Состав отчета:

Данные по количеству онлайн-заказов заказов на крупнейших аптечных (входят в ТОП 100 крупнейших ИМ DI) и внеаптечных онлайн-площадках, где внеаптечные площадки – это крупнейшие маркетплейсы: Ozon.ru – категория «Аптека», Wildberries.ru – категория «Здоровье», market.yandex.ru – категория «Аптека».

В отчет может быть включено всего до 15 площадок, возможный шаг: 5 площадок – 10 площадок – 15 площадок.

Поставка данных – еженедельно, не позднее четверга недели, следующей за отчетной.

Оформить подписку

Источник:

[Еженедельный мониторинг количества заказов аптечных товаров на онлайн-площадках России](#)

5Post доставила более 102 млн заказов

Vk.com, 14.06.2024

/новость

5Post, дочерняя компания X5 Group, доставила более 102 млн онлайн-заказов за весь период работы. У сервиса открылось 20 700 постаматов и пунктов выдачи в магазинах «Пятёрочка» и «Перекрёсток» в почти 4000 населённых пунктах 63 регионов России.

Общее количество точек с начала этого года увеличилось на 500 адресов, при этом в 6000 новых точек появилась возможность отправлять заказы через сервис Авито Доставка. По данным 5Post, выдачу на кассах магазинов «Пятёрочка» и «Перекрёсток» выбирают 67% получателей заказов из интернет-магазинов.

Наибольшее количество выданных заказов приходится на Москву и Московскую область, Санкт-Петербург и Ленинградскую область — 36%. Сервис одинаково популярен в городах-миллионниках Екатеринбурге, Воронеже, Самаре, Краснодаре, Казани, Ростове-на-Дону, Нижнем Новгороде, Челябинске, Новосибирске и Уфе, между которыми объём заказов распределился в равных долях.

Пользователи сервиса 5Post могут сделать заказ у более чем 500 партнёров в интернет-магазинах, на маркетплейсах и на онлайн-площадках объявлений с получением в постамате или на кассе магазинов «Пятёрочка» и «Перекрёсток». В топ товаров для заказа входят одежда и обувь, косметика, книги, товары для детей — всего более 20 категорий.

Источник:

[5Post доставила более 100 миллионов заказов](#)



Сеть OBI начала сотрудничать с Мегамаркетом

Мегамаркет.ru, 13.06.2024

/новость

Ритейлер OBI появился на Мегамаркете: сейчас на маркетплейсе представлены до 30 тыс. товаров. В будущем ассортимент составит до 65 тыс. SKU — около 80% каталога сети строительных гипермаркетов.

«Впервые на Мегамаркете будет представлен ассортимент такой широты от одного из крупнейших ритейлеров сегмента DIY», — отмечает Илья Прокофьев, директор направления DIY, авто, товары для дома Мегамаркета.

На старте ассортимент сети доступен в Москве и Санкт-Петербурге, но уже летом планируется полное покрытие по схемам DBS и C&C. За покупки пользователям Мегамаркета будет начисляться кешбэк бонусами СберСпасибо от 35%.



Источник:

[Пресс-служба Мегамаркета](#)

«Пятёрочка» запускает доставку из франчайзинговых магазинов

Vk.com, 14.06.2024

/новость

«Пятёрочка» начала подключать к сервису доставки франчайзинговые магазины. Предпринимателям нужно подписать с сетью дополнительное соглашение и закупить оборудование для сбора и упаковки заказов. Сеть строит прогноз по количеству заказов в день и дает рекомендации, нужно ли добавить в штат сборщика заказов.

В пилоте участвуют три магазина в Москве, Московской и Владимирской областях. По результатам ритейлер оценит эффективность процесса доставки, при необходимости внесет доработки, после чего планирует подключить к сервису другие партнерские точки.

«Пятёрочка» расширяет франчайзинговую сеть, в нее входят более 360 магазинов в 36 регионах.



Источник:

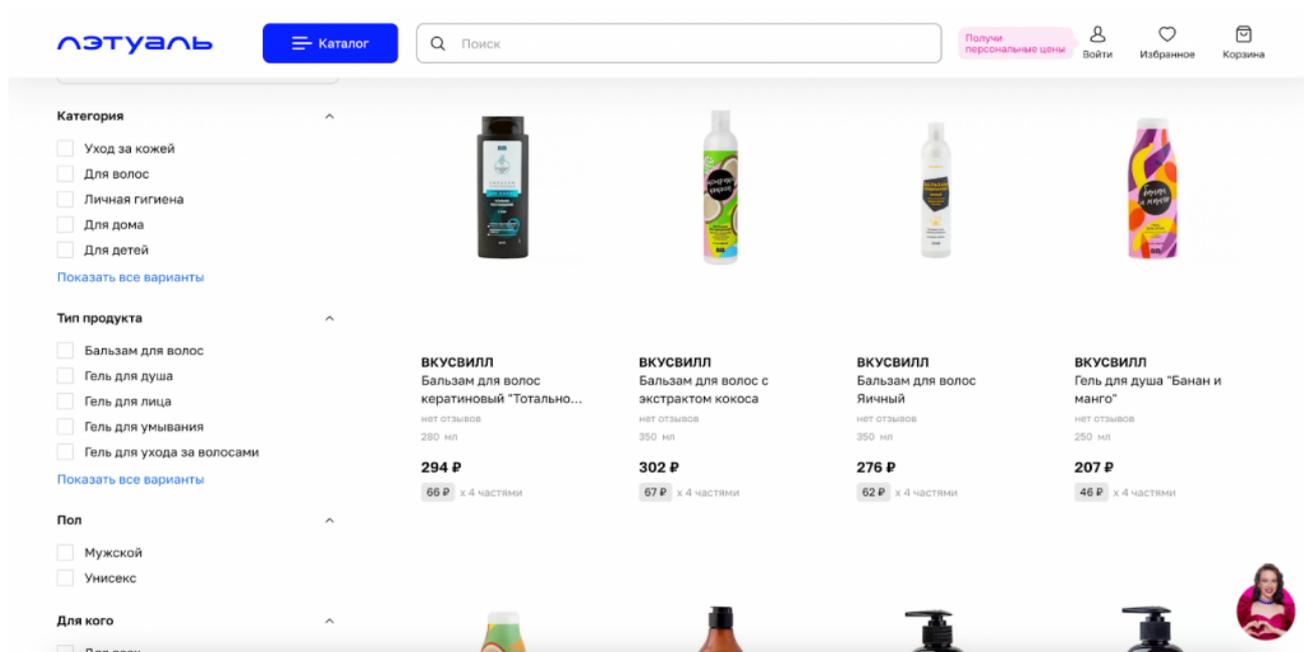
[«Пятёрочка» запускает доставку из франчайзинговых магазинов](#)

Косметические продукты ВкусВилла появились на маркетплейсе ЛЭТУАЛЬ

Telega.ph, 11.06.2024

/новость

ВкусВилл впервые начал сотрудничество с косметической онлайн-площадкой: на маркетплейсе ЛЭТУАЛЬ можно купить продукцию для ухода за кожей и волосами, личной гигиены и товары для дома.



Ассортимент составляет 85 позиций, преимущественно все представлены под собственной торговой маркой ВкусВилл. Продукция производится отечественными поставщиками.

Идея сотрудничества заключается в том, чтобы обеспечить покупателей доставкой косметических продуктов и товаров для дома ВкусВилл по всей России, а также укрепить позиции бренда за счет вывода на новую онлайн-площадку.

Продукция отгружается с распределительных центров ВкусВилла на склад ЛЭТУАЛЬ, а оттуда осуществляется доставка покупателям.

Источник:

[Косметические продукты ВкусВилла появились в ЛЭТУАЛЬ](#)

Lamoda запустила собственный бренд обуви Founds

Sostav.ru, 11.06.2024

/НОВОСТЬ

Lamoda представил собственный бренд обуви Founds. В ассортимент входят сабо, кеды, кроссовки и сланцы.

В апреле площадка начала продажи марок одежды в повседневном стиле Nume и Mademan.

С декабря 2023 года Lamoda открыла 50 розничных магазинов спортивных товаров своей сети Lamoda Sport.



Источник:

[Lamoda представила собственный бренд обуви](#)

ВТБ: Объем трат на маркетплейсах вырос более чем вдвое в мае 2024 г.

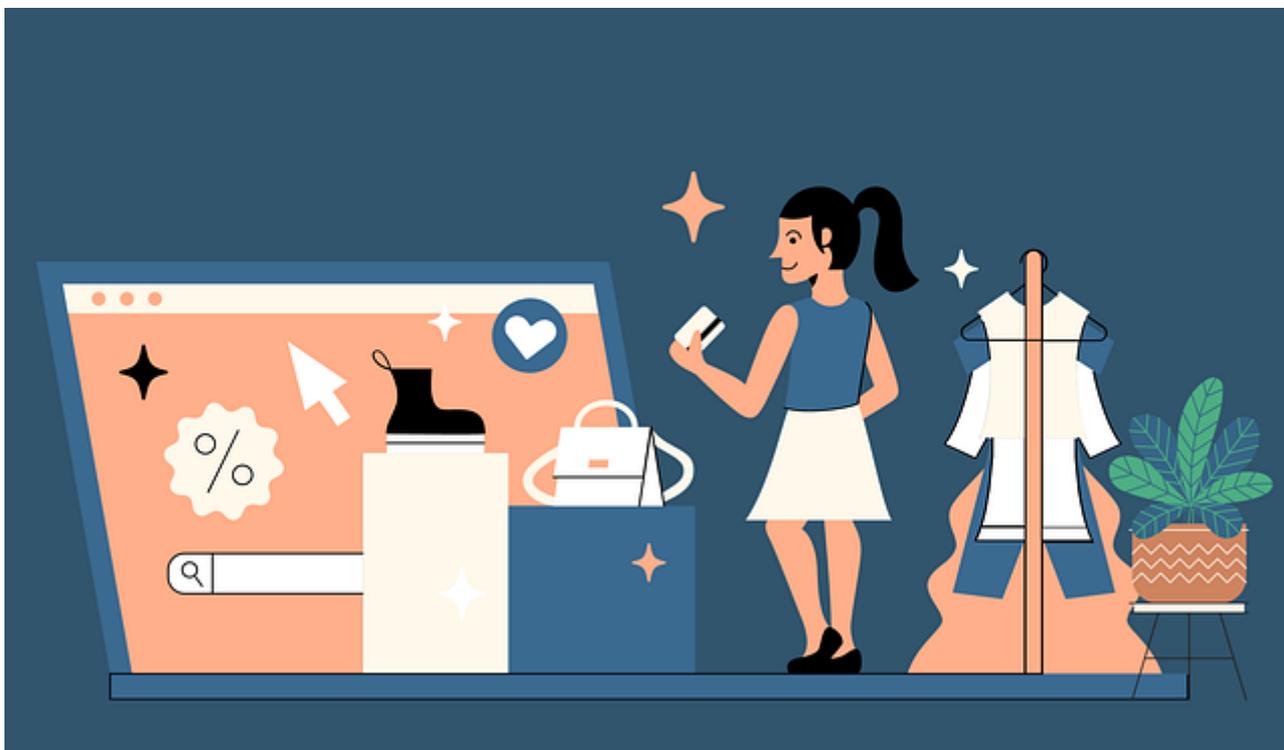
Vtb.ru, 14.06.2024

/исследование

Число клиентов ВТБ, совершающих покупки на маркетплейсах, по итогам мая 2024 года увеличилось более чем в 1,8 раза год к году. Почти каждый четвертый клиент банка приобретает товары на онлайн-площадках, а объем потраченных на них средств вырос в 2,2 раза.

За год число транзакций и средний чек выросли на 50% и 35% соответственно. Средняя сумма трат на маркетплейсах достигла 7 тыс. руб. в месяц — это на 24% выше, чем в мае 2023 года.

Наиболее активные покупатели на маркетплейсах — люди в возрасте от 22 до 45 лет. В мае 2024 года доля этой категории составила 61% по объему трат и 58% по количеству. Наиболее динамично спрос на покупки на онлайн-площадках растет среди молодежи и клиентов старшего поколения.



Источник:

ВТБ: объем трат на маркетплейсах вырос более чем в два раза

60% продавцов на Ozon работают с командой

Corp.ozon.ru, 12.06.2024

/исследование

Ozon опросил продавцов и узнал, что 60% из них строят свой бизнес на площадке вместе с командой. Каждый пятый продавец работает в паре с одним сотрудником, 19% — с командами в 2-3 человека. Расширить свою команду в течение года планирует треть продавцов. Продавцы на Ozon создали более 630 тыс. рабочих мест.



73% предпринимателей, которые уже работают с командой, рассказали, что сотрудники помогают со сборкой, упаковкой и доставкой товаров. Это 22% от общего числа опрошенных. Также часто нанимают специалистов по продвижению на маркетплейсах и бухгалтеров.

Более трети продавцов тратят на вознаграждение работников больше 80 тыс. руб. в месяц, каждый десятый — больше 500 тыс. руб.

Источник:

[Продавцы на Ozon создали более 630 тысяч рабочих мест](#)

Весь мир:

Yoox Net-a-Porter уходит из Китая

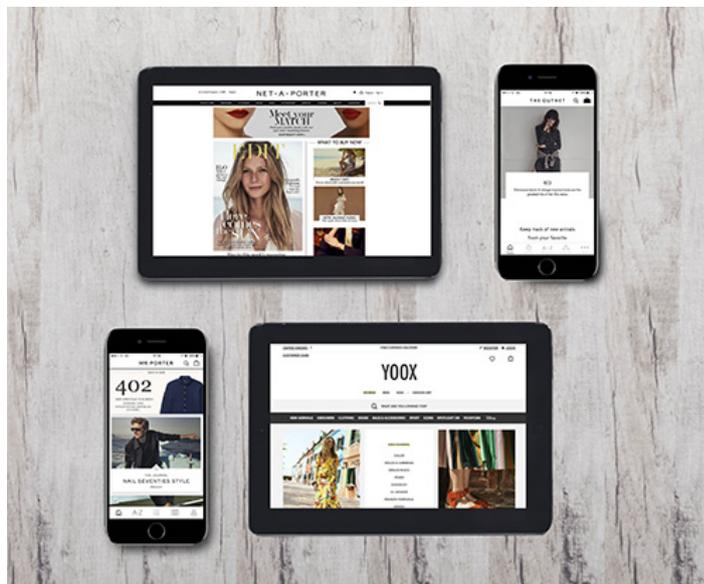
Retailgazette.co.uk, 15.06.2024

/новость

Yoox Net-a-Porter прекращает свою деятельность в Китае, стремясь сосредоточиться на более прибыльных рынках. Платформа электронной коммерции класса люкс в рамках совместного предприятия с Alibaba будет ликвидирована.

Владелец платформы Richemont принял решение «в контексте глобального плана Yoox Net-a-Porter, направленного на сосредоточение инвестиций и ресурсов на ее основных и более прибыльных географических регионах».

Платформа появилась в Китае в 2013 году, а в 2018 году Richemont заключила партнерство с Alibaba, чтобы «донести свои розничные предложения... до китайских потребителей». В следующем году Yoox Net-a-Porter открыла магазин на платформе электронной коммерции Tmall. Закрытие операций YNAP в Китае произошло в связи с тем, что Richemont уже много лет пытается продать свою контрольную долю в платформе. Сделка с конкурирующей платформой Farfetch сорвалась в конце прошлого года.



Источник:

[Yoox Net-a-Porter shuts down China operations](#)

SHEIN повысил цены в преддверии IPO

Reuters.com, 14.06.2024

/новость

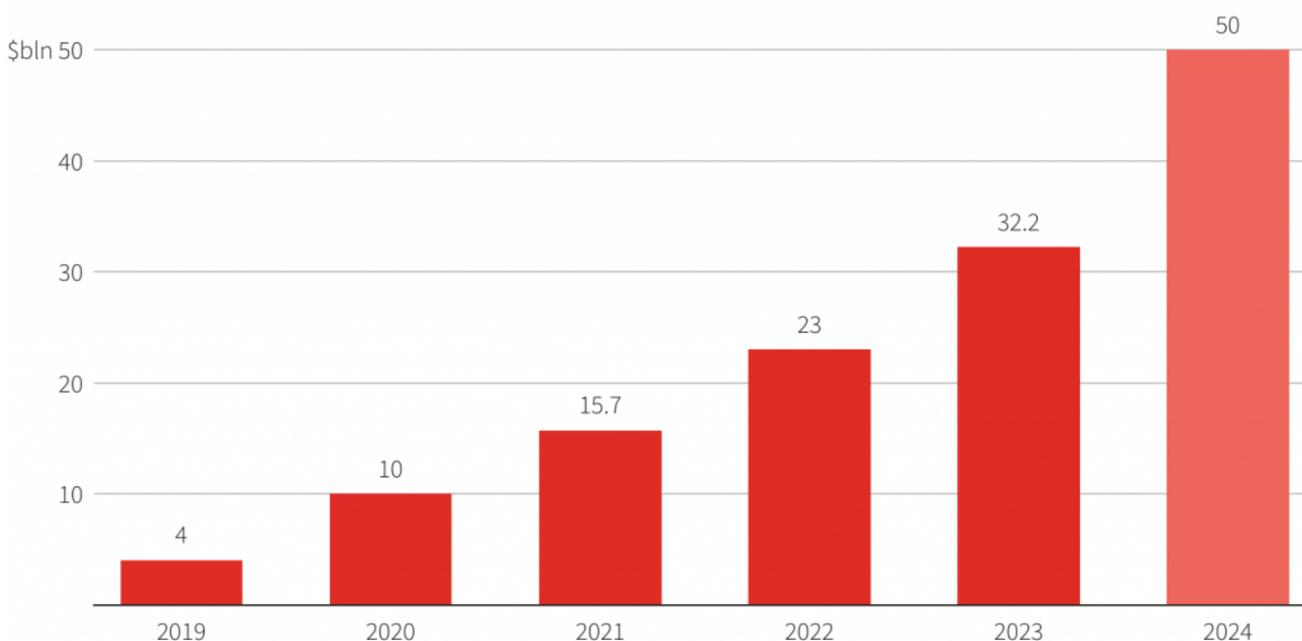
Ритейлер быстрой моды SHEIN повысил цены на некоторые основные товары более чем на треть. Вероятно, это приведет к увеличению доходов в преддверии запланированного IPO, сообщает [Reuters](#). Средний рост цен превысил аналогичный показатель конкурентов — H&M и Zara.

Например, в США компания подняла среднюю цену на женские платья на 28%. На британском сайте цена выросла на 15% год к году, в то время как во Франции, Германии, Италии и Испании — на 36%.

Хотя SHEIN не раскрывает финансовые данные публично, по оценкам Coresight Research, выручка компании этом году достигнет \$50 млрд, что на 55% превышает прошлогодний показатель.

Shein revenues expected to hit \$50 billion this year

Fast-fashion giant has seen annual sales surge ahead of its planned IPO



Note: Figure for 2024 is an estimate

Source: Coresight Research

Компания сталкивается с более высокими издержками в связи с грядущим IPO, а также должна соблюдать новые правила ЕС в отношении онлайн-платформ, которые могут увеличить ее расходы и снизить размер прибыли.

По оценкам GlobalData, на долю США в 2023 году пришлось 28% продаж SHEIN, а Германия и Великобритания являются вторым и третьим по величине рынками. Ритейлер также получает значительные доходы в Бразилии и Мексике и быстро растет на других развивающихся рынках.

Источник:

[Fast fashion retailer Shein hikes prices ahead of IPO](#)



Ozon Армения возглавил Айк Карапетян

Corp.ozon.ru, 11.06.2024

/новость

Ozon назначил на пост главы компании в Армении Айка Карапетяна. Он будет отвечать за стратегическое управление, развитие бизнеса и реализацию планов по улучшению ключевых показателей компании в стране.



Айк Карапетян обладает более чем 15-летним опытом в управлении и развитии бизнеса. Ранее Айк занимал должность директора по финансовым продуктам в компании ЗАО «MegaLabs», проектом подразделении ПАО «МегаФон», и руководящие должности в таких компаниях, как Multiregional Transit Telecom, VivaCell-MTS и Qiwi Armenia.

Ozon вышел на рынок Армении в июле 2023 года.

Источник:

[Айк Карапетян возглавил Ozon Армения](#)

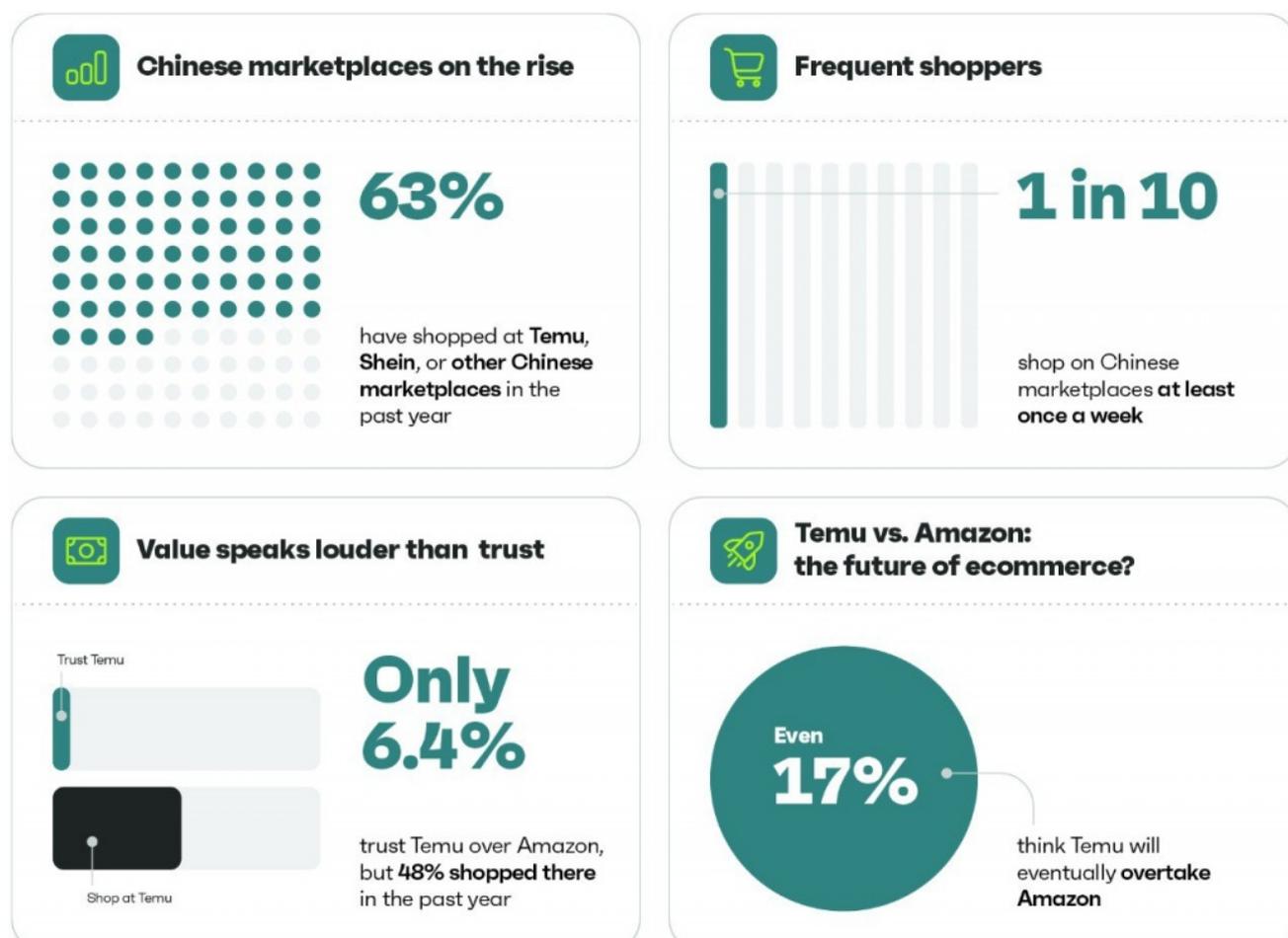
Американцы не доверяют Temu, но делают там покупки

Omnisend.com, 14.06.2024

/исследование

Компания Omnisend опросила 4000 человек в США, Великобритании, Австралии и Канаде, чтобы узнать больше о том, как они делают покупки в интернете и что они думают о крупных мировых и китайских торговых площадках, таких как Amazon, Etsy, AliExpress, а также о новых китайских игроках, таких как Temu и SHEIN.

- 63% респондентов делал покупки на SHEIN, Temu или на другом китайском маркетплейсе в течение последнего года.
- Каждый десятый опрошенный покупает на китайском маркетплейсе каждую неделю.
- Лишь 6,4% доверяют Temu больше, чем Amazon, но 48% делали на первом маркетплейсе покупки за последний год. Среди американцев лишь 7% доверяют Temu, но 68% делают там покупки.
- 17% думают, что Temu превзойдет Amazon.
- Американцы более открыты к китайским маркетплейсам: около 70% делали там покупки в прошлом году. Канадцы доверяют меньше остальных, британцы любят покупать одежду на SHEIN, австралийцы больше всех верят в потенциал Temu.



Источник:

[In ecommerce, value speaks louder than trust](#)

ECDB: Товары для ухода за домом — быстрорастущая категория e-commerce

Ecommercedb.com, 11.06.2024

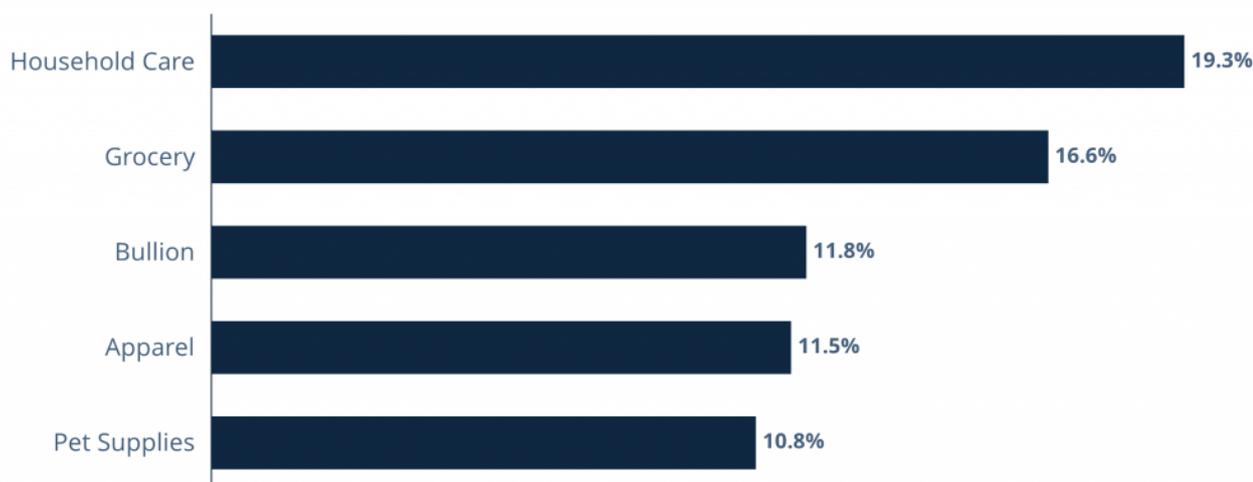
/исследование

По данным ECDB, с годовыми темпами роста 19,3% и 16,6% соответственно товары для ухода за домом (инвентарь для уборки и моющие средства) и продукты питания станут лидерами роста в электронной коммерции в 2024 году. Среди ведущих игроков в сфере онлайн-продаж товаров для дома можно назвать SHEIN, Tmall и Amazon.

Остальные категории в топ-5 — это слитки и драгоценные металлы (11,8%), одежда (11,5%) и товары для домашних животных (10,8%). По прогнозам, все пять категорий будут стабильно расти до 2028 года.

SHEIN является одним из лидеров роста в сфере товаров для дома, одежды и товаров для домашних животных. В сфере продовольственных товаров основными игроками рынка являются ритейлеры широкого профиля.

TOP 5 ECOMMERCE CATEGORIES WITH THE HIGHEST ANNUAL GROWTH RATES WORLDWIDE, 2023



Sources: ECDB.

ECDB

Источник:

[Which Product Categories Are Growing The Fastest in Global eCommerce?](#)



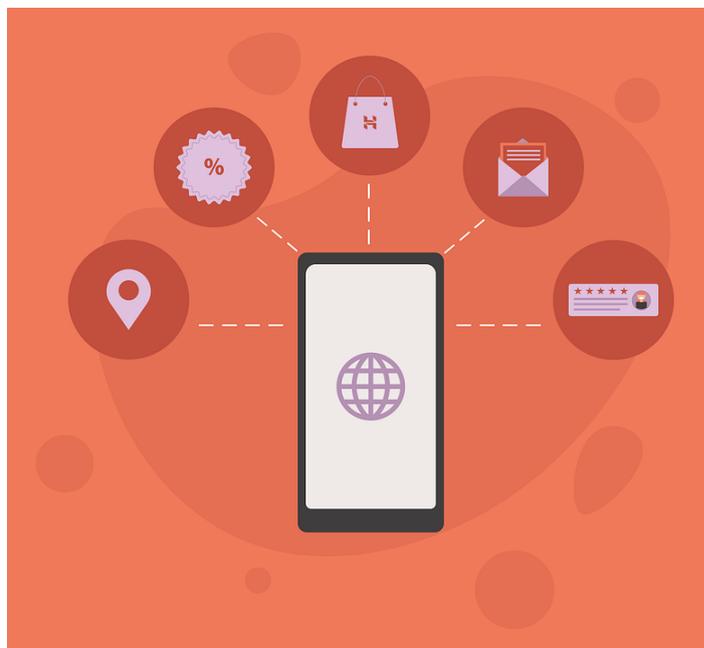
WARC: Глобальный рынок ритейл медиа превысит \$153 млрд в 2024 г.

Internetretailing.net, 10.06.2024

/исследование

По данным WARC, ритейл медиа остается одним из самых быстрорастущих каналов в мире: глобальный рынок достигнет \$153,3 млрд в 2024 году, что на 13,7% больше, чем годом ранее. Это означает небольшое ускорение роста, зафиксированного в прошлом году (13%).

- WARC прогнозирует, что выручка Amazon от ритейл медиа в этом году достигнет \$57,2 млрд, увеличившись на 24,4%, а в 2025 году — \$68 млрд (+18,9%). Это означает, что доля Amazon в мировых розничных медиарасходах в 2024 году составит 37,3%.
- Ожидается, что в 2025 году темпы роста ритейл медиа замедлятся до 10,6%, а расходы достигнут \$169,5 млрд. WARC считает, что рекламодатели становятся более разборчивыми.
- В ближайшие 12 месяцев, вероятно, будет наблюдаться борьба за увеличение охвата аудитории за пределами площадок. Конкуренция среди сетей ритейл медиа продолжает обостряться, ключевым преимуществом становится масштаб аудитории. Сейчас ритейлеры стремятся увеличить свои рекламные ресурсы за счет расширения рекламных предложений за пределами площадок. Внешняя реклама ссылается на страницу продукта на веб-сайте розничного продавца и полезна как для бренд-маркетинга, так и для маркетинга эффективности.



Источник:

[WARC digital commerce report forecasts retail media to hit \\$153bn in 2024](#)

Кейс:

Как Tmall и Taobao используют ИИ

Alizila.com, 13.06.2024

/кейс

Китайское коммерческое подразделение Alibaba Group использует широкий спектр функций искусственного интеллекта для улучшения опыта цифровых покупок и повышения операционной эффективности продавцов. Taobao и Tmall Group (TTG) — это основное подразделение платформенной компании, занимающееся электронной коммерцией, а также центр инноваций в цифровой розничной торговле, основанный на модели большого языка (LLM) Qwen.

Потребители на Taobao и Tmall давно имеют доступ к индивидуальным пользовательским интерфейсам и персонализированным рекомендациям, основанным на знаниях потребителей и алгоритмах. Теперь возможности ИИ Alibaba используются для улучшения пользовательского опыта.



Wenwen — первая полная интеграция ИИ в пользовательское приложение для электронной коммерции в Китае. Ассистент на базе ИИ генерирует подробные рекомендации по продуктам и дополнительные вопросы, которые помогут принять решение о покупке, а также включает мультимедийный контент: короткие видеоролики, прямые трансляции. Потребители используют Wenwen, чтобы обобщить плюсы и минусы аналогичных продуктов и составить рекомендации по покупке.

Чтобы повысить эффективность работы продавцов, Taobao и Tmall в октябре 2023 года представили 10 инструментов на базе ИИ, включая генеративные приложения для создания изображений и маркетингового контента, сервисные чат-боты и бизнес-аналитику. Во время распродажи 11.11 прошлого года инструменты искусственного интеллекта использовались более 1,5 млрд раз.

Источник:

[Taobao and Tmall Upgrades Consumer Shopping Experience and Merchant Support Through AI](#)

Подкасты и видео

Борис Преображенский | ПрактикаDays

Как развивается Афиша.ру.

В гостях Антон Бельчиков, директор по маркетингу компании Афиша

Очень интересный разговор о бизнесе Афиша.

О контенте, продажах билетов, маркетинге, стратегии, СТМ и маркетплейсах, обсудили много разных интересных тем.

Смотреть: [YouTube](#)



практика
_days



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.