

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2024 / № 21

17 Июня 2024 - 23 Июня 2024

В выпуске:

Россия:

Почта России начала выдавать отправления Авито в партнерских пунктах Wildberries и Группа Russ объявили об объединении

Яндекс Маркет запустил раздел с товарами российских дизайнеров

Wildberries представил функцию колеровки краски

«Магнит Маркет» официально запустил работу в Москве

На Авито стали доступны показы по видеосвязи

Т-Касса: Спрос на заказ цветов онлайн вырос почти в 3 раза за 4 года

PIM Solutions: В январе-мае 2024 больше всего заказов отправили из Москвы

Прирост числа селлеров замедлился почти на всех маркетплейсах

Весь мир:

Во время фестиваля шопинга 618 впервые зафиксировано падение продаж

В Казахстане открылся интернет-магазин Lenovo

Курьеры Uber Eats смогут собирать для покупателей заказы в супермаркетах

В Казахстане начнет работу новый маркетплейс Teez

Прогноз Salesforce: 5 трендов праздничного сезона 2024

Точные описания — самый важный фактор для решения об онлайн-покупке

Подкасты и видео



Россия:

Почта России начала выдавать отправления Авито в партнерских пунктах

Т.ме, 21.06.2024

/новость

Почта России в тестовом режиме запустила выдачу отправлений Авито Доставки более чем в 70 партнерских пунктах в 33 городах России.

Партнерские пункты Почты — это ПВЗ разных маркетплейсов, розничные магазины, торговые точки, которые находятся дальше 500 м от почтовых отделений. Ранее партнерская сеть компании работала только на прием.

Партнерская сеть выдает заказы с Авито, отправленные из почтовых отделений. Выбрать доставку в одну из таких точек можно на чекауте площадки при оформлении покупки.

В будущем число партнерских пунктов превысит 1000. Кроме того, скоро эти точки смогут принимать посылки у продавцов с Авито.



Источник:

Почта начала в тестовом режиме выдавать отправления Авито Доставки более чем в 70 партнёвских пунктах в 33 городах России

Wildberries и Группа Russ объявили об объединении

Т.ме, 18.06.2024

/НОВОСТЬ

Маркетплейс Wildberries и крупнейший российский оператор наружной рекламы Группа Russ объединяются. Цель — создание высокотехнологичной цифровой торговой платформы и предоставление бесшовных инструментов для развития малого и среднего бизнеса на территории стран присутствия.



Консолидация лидеров рынка e-commerce и рекламы позволит создать нового игрока в финансовом, медийном, торгово-промышленном секторах экономики, а также в областях интернет-технологий, логистики, ритейла и рекламы.

География стратегического проекта охватит территорию РФ, стран бывшего СНГ, стран глобального Юга: Азии, Африки, Ближнего Востока, СНГ, Индии и Китая (всего более 5,8 млрд человек).

Источник:

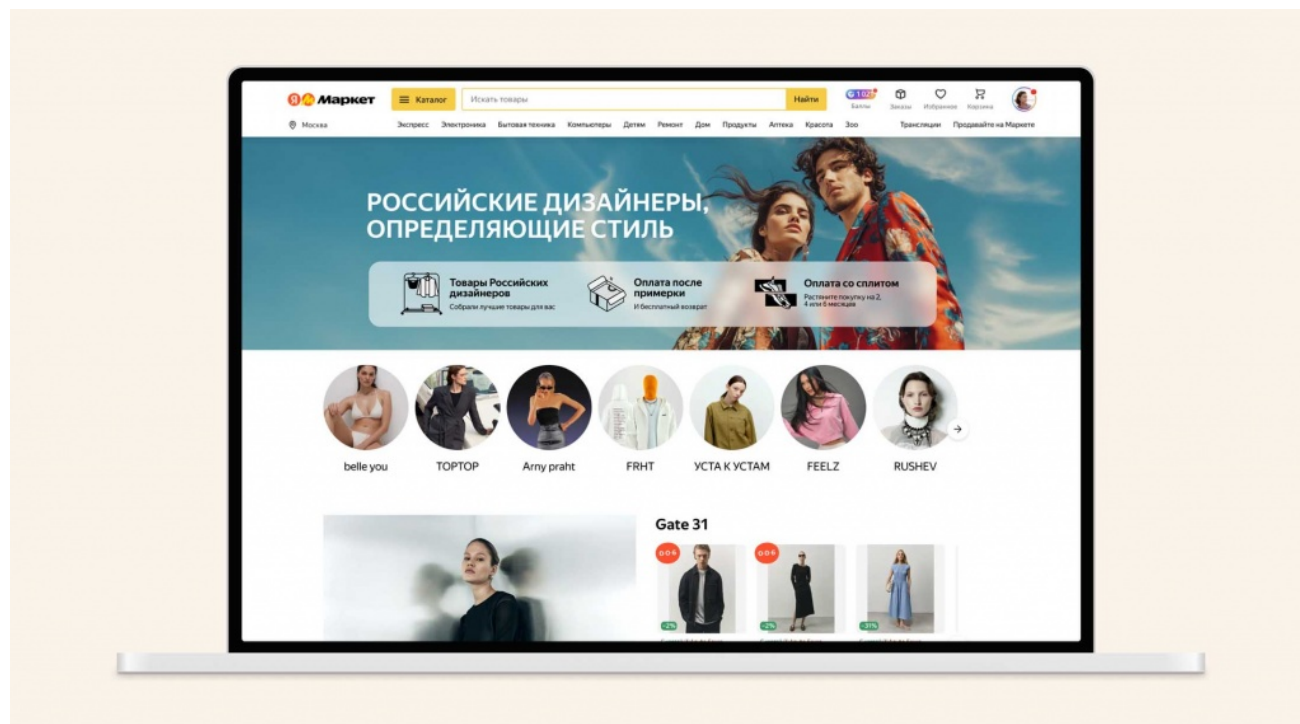
[Wildberries и Группа Russ объявляют об объединении](#)

Яндекс Маркет запустил раздел с товарами российских дизайнеров

Yandex.ru, 19.06.2024

/новость

Маркет собрал все коллекции от локальных брендов в одном разделе — «Российские дизайнеры». В нем представлено более 15 тыс. товаров. До конца года сервис намерен удвоить ассортимент.



В будущем Маркет планирует добавлять в ассортимент не только базовые коллекции, но и эксклюзивные линейки, которые сервис будет создавать совместно с дизайнерами.

Разместить товары могут компании, которые создают и развивают свои бренды в России. Маркет собирается инвестировать средства в маркетинговую поддержку новой витрины.

Согласно опросу сервиса, 7 из 10 покупателей считают одежду от российских дизайнеров хорошей альтернативой ушедшим иностранным брендам.

Источник:

[Яндекс Маркет запустил онлайн-пространство с 15 тысячами товаров российских дизайнеров](#)

Wildberries представил функцию колеровки краски

T.me, 18.06.2024

/новость

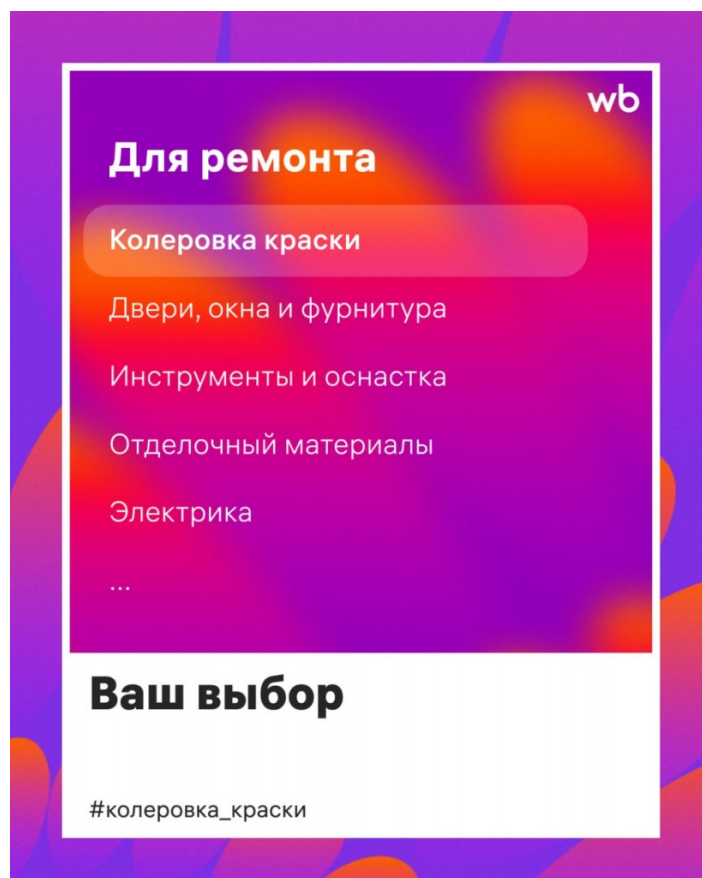
Wildberries стал первым маркетплейсом, который предложил функцию колеровки краски. Палитра достигает почти 2000 оттенков. Заколоровать можно будет краску от известных производителей, среди которых Tikkurila, Dulux, VGT, MARSHALL и др.

При выборе оттенка покупатель видит в карточке товара, как будет выглядеть цвет в различных интерьерах и при разном освещении. Опция доступна по предоплате, а вернуть краску можно будет только при наличии дефекта.

Функция колеровки работает в тестовом режиме и пока доступна только на сайте Wildberries. Маркетплейс планирует увеличить количество продавцов с возможностью колеровки, а также расширить палитру доступных цветов в каталоге.

Источник:

[На Wildberries стала доступна функция колеровки краски](#)



«Магнит Маркет» официально запустил работу в Москве

Magnit.com, 17.06.2024

/новость

Первые тестовые пункты выдачи заказов «Магнит Маркета» в Москве появились в конце марта. Сейчас сеть ПВЗ маркетплейса в столице объединяет более 300 точек. До конца лета их количество планируется увеличить до тысячи. ПВЗ «Магнит Маркета» открываются в магазинах розничной сети «Магнит» форматов «у дома» и дрогери.



Для поддержки запуска «Магнит Маркета» в Москве ритейлер начал масштабную маркетинговую кампанию, которая охватила более 300 медианосителей.

«Москва — приоритетный регион для нас в 2024 году. Уровень конкуренции между маркетплейсами здесь высок, но наша задача стать удобным инструментом онлайн-покупок в первую очередь для аудитории магазинов "Магнит"», — отмечает Константин Измайлов, гендиректор маркетплейса «Магнит Маркет».

Источник:

[«Магнит Маркет» объявляет о запуске в Москве](#)

На Авито стали доступны показы по видеосвязи

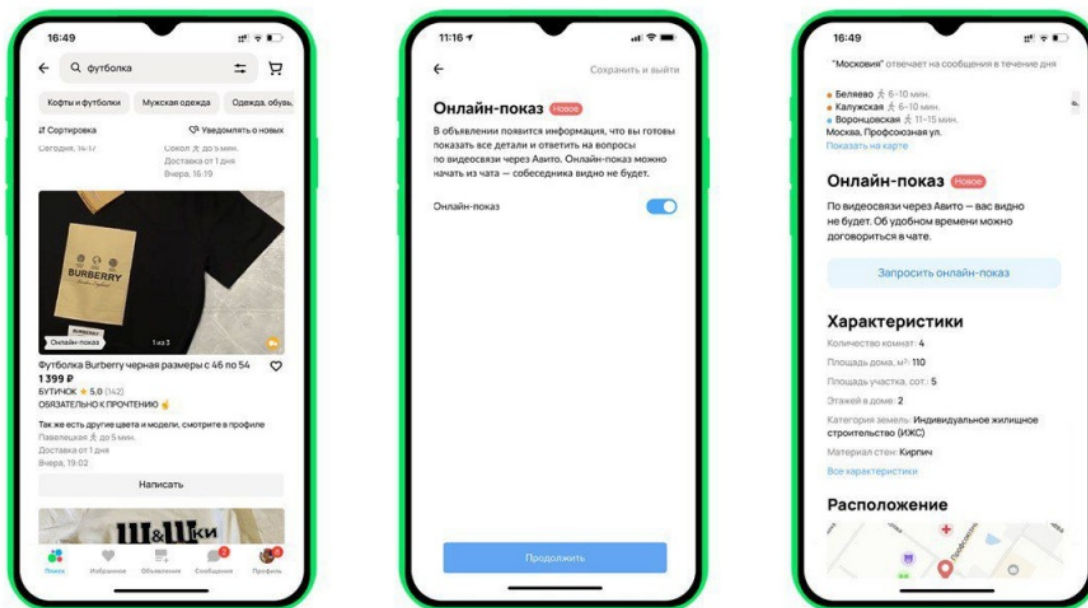
Т.me, 17.06.2024

/новость

Авито внедряет онлайн-показы в приложение. Товары теперь можно демонстрировать в режиме реального времени, общаясь с покупателями.

Функция доступна в категориях Товары, Транспорт, Недвижимость и частично в Услугах. Требуется согласие на видео со стороны продавца, иначе звонок не пройдет.

«Онлайн-показ заменяет первичный осмотр, позволяет обсудить и посмотреть товар более детально, чем на фотографиях», — комментирует Евгений Троицкий, руководитель коммуникационных продуктов в Авито.



Источник:

[Показы по видеосвязи теперь доступны на Авито!](#)

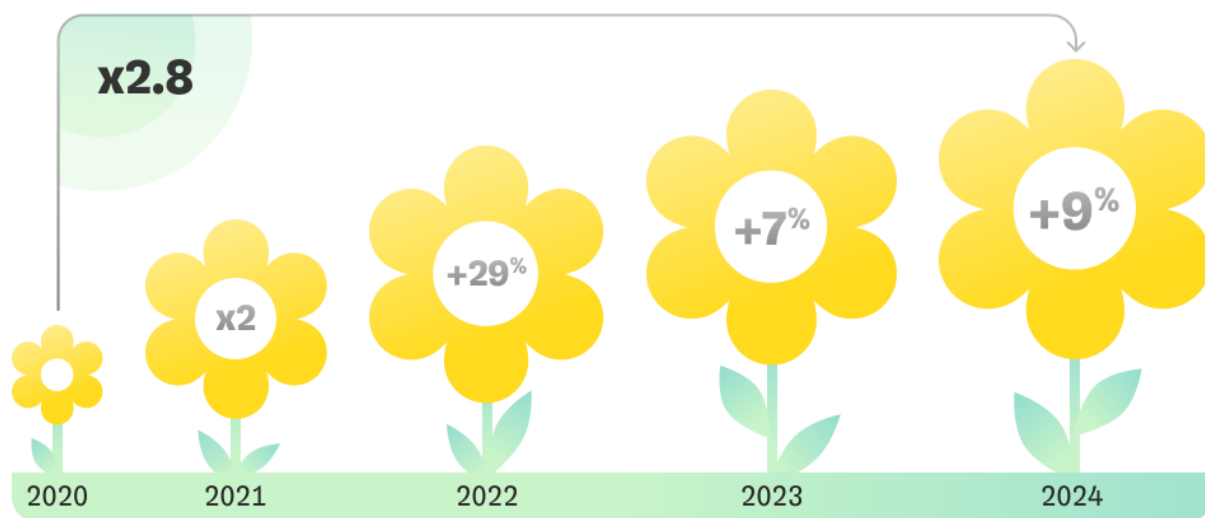
Т-Касса: Спрос на заказ цветов онлайн вырос почти в 3 раза за 4 года

Tinkoff.ru, 21.06.2024

/исследование

По данным Т-Касса (ранее — Тинькофф Касса), с мая 2020 по май 2024 года количество покупок цветов онлайн выросло в 2,8 раза, число клиентов онлайн-сервисов доставки цветов — также в 2,8 раза, объем транзакций — в 3 раза.

Количество заказов цветов онлайн в России выросло в 2,8 раз с мая 2020 года по май 2024 года



По обезличенным данным транзакций клиентов Т-Банка

Средний чек на покупку цветов в онлайн за последние 4 года вырос на 16%. При этом при заказе онлайн он почти вдвое выше, чем в офлайне.

Покупатель цветов онлайн — это чаще всего мужчина в возрасте 30–34 лет.

Чаще всего цветы онлайн заказывают в Москве и Санкт-Петербурге. При этом развитие сервисов онлайн-заказа цветов с 2020 года идет за счет экспансии именно в регионах: растет и доля покупателей, и доля покупок не из городов-миллионников.

Источник:

[Исследование Т-Кассы: спрос на заказ цветов онлайн за последние четыре года вырос почти втрое](#)



PIM Solutions: В январе-мае 2024 больше всего заказов отправили из Москвы

Pimsolutions.ru, 20.06.2024

/исследование

Компания PIM Solutions посчитала, из каких регионов отправляют больше всего заказов.

- В январе-мае 2024 года больше всего заказов было отправлено из Москвы — доля столицы составила почти 39%. Доставлено в город было в 2,3 раза меньше заказов, чем отправлено из него.
- На втором месте — Московская область с долей 23,4%. Из этого региона тоже было отправлено в 2,3 раза больше заказов, чем туда доставлено.
- Третье место занял Санкт-Петербург с долей 7,8%. Количество отправленных заказов лишь немного превышает количество принятых.
- Остальные регионы сильно отстают от тройки лидеров.

Топ-10 регионов по количеству отправленных заказов



Данные PIM Solutions за январь-май 2024



На долю первой тройки регионов пришлось более 70% отправлений, на долю первой десятки — почти 84%.

Развитие логистики за пределами двух столиц может стать точкой роста для интернет-магазинов, считает генеральный директор PIM Solutions Ольга Сатановская.

Источник:

[PIM Solutions назвала ведущие регионы по количеству отправленных заказов](#)



Прирост числа селлеров замедлился почти на всех маркетплейсах

Retail.ru, 19.06.2024

/исследование

В первые пять месяцев 2023 года число предпринимателей, продающих товары на маркетплейсах, выросло на 51%, а аналогичный период в 2024 году — на 23% год к году, выяснили аналитики сервиса «Точка маркетплейсы».

- На Яндекс Маркете за январь-май 2024 года число продавцов увеличилось на 51% против 89% годом ранее.
- На Wildberries в первые пять месяцев 2024 года число продавцов выросло на 29%, а за январь-май 2023 года — на 36%.
- Прирост продавцов на Ozon в первые пять месяцев 2023 года был на уровне 92% год к году, а за аналогичный период 2024 года упал до 14%.
- Единственным маркетплейсом, на котором темпы прироста продавцов незначительно увеличились, стал Мегамаркет. Рост достиг 127% против 120% годом ранее.
- На AliExpress количество продавцов снижается. За первые пять месяцев 2024 года на онлайн-площадке стало на 30% меньше селлеров.



Источник:

[Прирост числа продавцов замедлился почти на всех маркетплейсах](#)

Весь мир:

Во время фестиваля шопинга 618 впервые зафиксировано падение продаж

Ft.com, 21.06.2024

/НОВОСТЬ

Китайские фестивали онлайн-шопинга теряют популярность, пишет FT. Платформы предлагают скидки круглый год, и покупатели теряют мотивацию участвовать в распродажах.

По данным поставщика данных Syntun, который начал отслеживать это событие в 2016 году, общая валовая стоимость товаров во время распродажи 618 в 2024 году упала на 7% год к году до 743 млрд юаней (\$102 млрд).

Alibaba, JD.com и Pinduoduo отказались публиковать официальные отчеты о продажах в нынешнем году и вместо этого предоставили ограниченные данные, показывающие рост. Alibaba, например, сообщила, что более 36 000 брендов удвоили свой GMV.



Источник:

[China's 618 online shopping event marks first-ever sales drop](#)

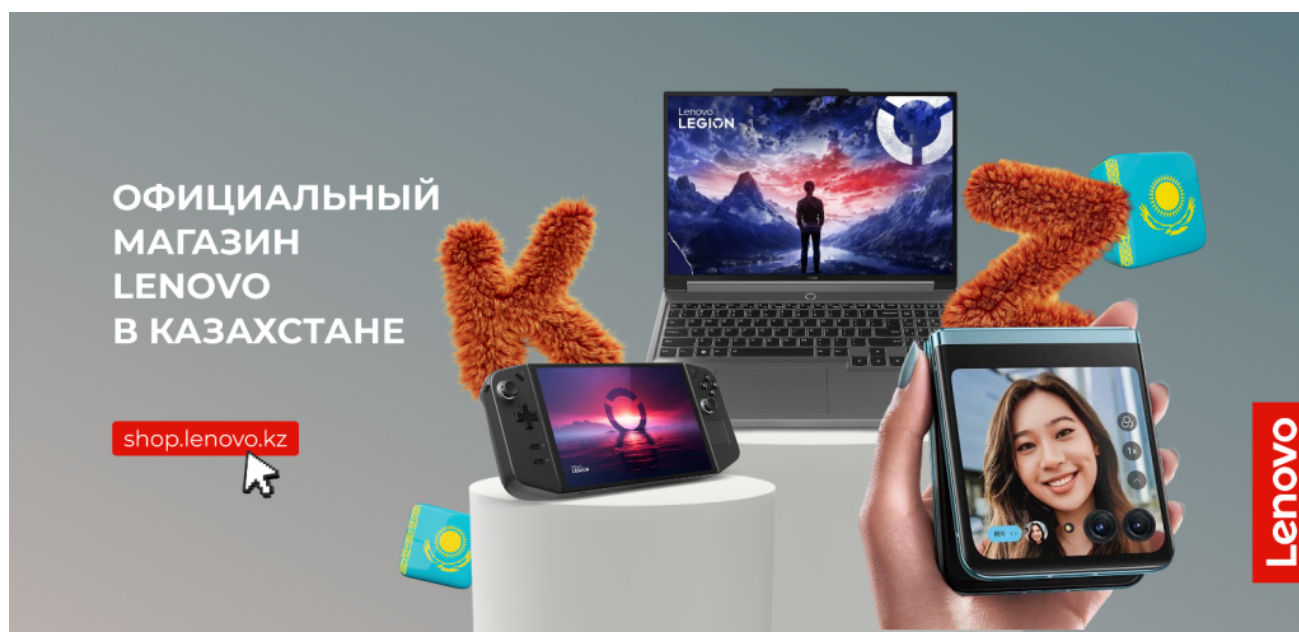
В Казахстане открылся интернет-магазин Lenovo

Kapital.kz, 19.06.2024

/новость

В Казахстане начал работу официальный интернет-магазин Lenovo. Новинки будут появляться в каталоге одновременно с мировыми премьерами и анонсами. Все продукты сертифицированы на территории Казахстана и имеют гарантийную поддержку в официальных авторизованных сервисных.

В скором будущем на сайте можно будет оформить различные сервисные программы Lenovo, включая расширение срока или типа гарантии (с визитом в сервисный центр или выездом специалиста к покупателю), защиту от случайных повреждений, программы для обеспечения защиты персональных данных и международную гарантию.



Источник:

[В Казахстане открылся интернет-магазин компьютерной техники Lenovo](#)

Курьеры Uber Eats смогут собирать для покупателей заказы в супермаркетах

Retailgazette.co.uk, 18.06.2024

/новость

В рамках новой услуги Courier Pick and Pack курьеры Uber Eats смогут собирать и упаковывать для клиентов заказы в супермаркетах, где приложение поможет им найти нужные товары.



Курьер сможет взаимодействовать с покупателем в режиме реального времени, пока ходит по магазину, и спрашивать, чем заменить товары, которых нет в наличии. Затем курьер оплатит заказ, используя предварительно авторизованный способ, и доставит товар к порогу клиента.

Uber также собирается запустить ряд дополнительных опций — например, индексацию проходов, которая покажет курьерам точное расположение проходов и полок с предметами, чтобы передвигаться быстрее. Также будет введена интеллектуальная проверка, которая уведомляет курьера, если был выбран неправильный товар.

Источник:

[Uber Eats couriers to pick, pack and pay for customer orders in supermarkets](#)

В Казахстане начнет работу новый маркетплейс Teez

Inastana.kz, 17.06.2024

/НОВОСТЬ

На рынке Казахстана с 1 августа начнет работу инновационный маркетплейс Teez, обещающий доставку всех товаров в одном заказе за один день.

Система логистики Teez включает единый склад площадью 60 000 кв. м и собственный автопарк. К 2024 году маркетплейс планирует выйти в 32 города Казахстана. К концу 2025 года количество пунктов выдачи достигнет около 1000.



Сооснователь Teez Линар Хуснуллин отметил, что бизнес компании основывается на четырех ключевых столпах: низкие цены, премиальный сервис, широкий ассортимент и быстрая доставка всех товаров в одном заказе.

К 2025 году Teez планирует войти в тройку ведущих e-commerce платформ Казахстана и стать лидером отрасли в будущем.

Источник:

[Новый маркетплейс Teez с экспресс-доставкой запускается в Казахстане](#)

Прогноз Salesforce: 5 трендов праздничного сезона 2024

Salesforce.com, 18.06.2024

/исследование

Компания Salesforce составила прогнозы на праздничный сезон покупок 2024 года

#1 Китайские приложения для шопинга займут долю рынка. За последние 6 месяцев две трети потребителей на западных рынках совершили хотя бы одну покупку на AliExpress, Cider, Shein, Temu или TikTok. По мнению 58% потребителей, эти площадки предлагают самые низкие цены. В этот праздничный сезон китайские приложения для шопинга принесут \$160 млрд на мировом рынке электронной коммерции за пределами Китая.



#2 Доставка на средней миле снижает рентабельность. Бренды и ритейлеры потратят дополнительные \$197 млрд на расходы средней мили, что на 97% больше, чем в прошлом году.

#3 Покупатели используют ИИ для поиска идеального подарка. В прошлом праздничном сезоне на 17% онлайн-покупок повлиял ИИ: в ноябре и декабре объем онлайн-продаж по всему миру составил \$199 млрд. 53% покупателей заинтересованы в использовании генеративного искусственного интеллекта для поиска идеального подарка.

#4 Черная пятница становится Киберпятницей. Две трети покупателей воздерживаются от крупных покупок до Кибернедели. Черная пятница станет самым важным днем для цифровых покупок.

#5 Ритейлеры привлекают лояльных покупателей, чтобы избежать стремительного роста расходов на цифровой маркетинг. В этот праздничный сезон 2 из 5 праздничных покупок будут совершены постоянными покупателями.

Источник:

[Holiday Shopping Will Look Different This Year as Shoppers Take on More Debt](#)

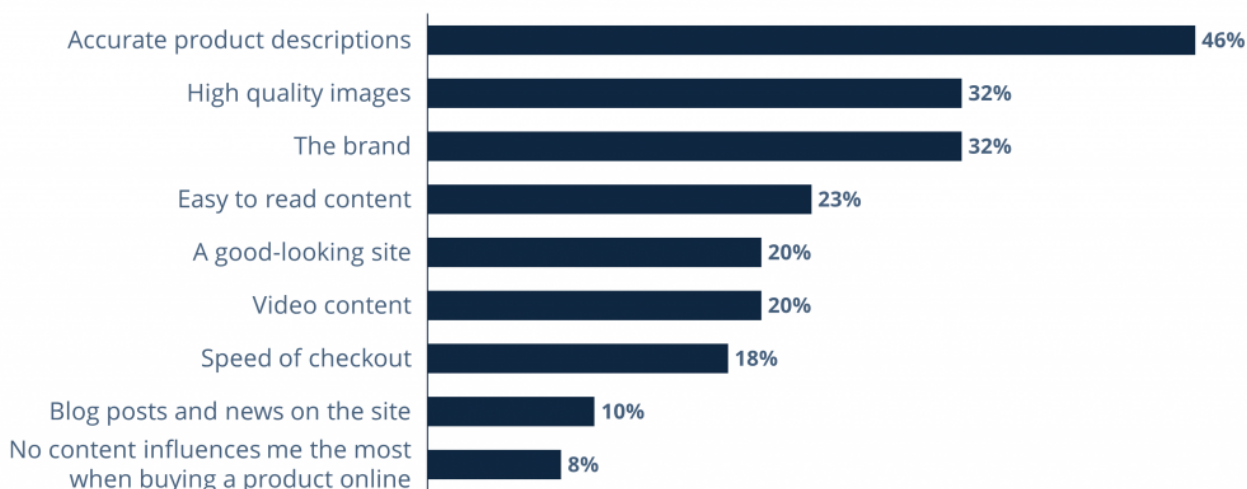
Точные описания — самый важный фактор для решения об онлайн-покупке

Ecommercedb.com, 17.06.2024

/исследование

Согласно отчету Wunderman Thompson Commerce, ключевым фактором, влияющим на решения о заказе, для 46% покупателей является точное описание товара. Далее следуют высококачественные изображения и бренд с показателем 32%. Эти элементы показывают, что клиенты ценят четкую и подробную информацию о продукте, а также репутацию продающего его бренда.

CONTENT THAT INFLUENCES GLOBAL SHOPPERS MOST WHEN SHOPPING ONLINE, 2023



Notes: Base: n= 31,647 online shoppers who shop online at least once a month in AE, AR, AU, BR, CN, CO, DE, ES, FR, GB, IN, JP, MX, NL, PL, TH, US, ZA. Survey from April 6th to 20th, 2023.
Sources: Wunderman Thompson Commerce.

ECDB

По результатам опроса Dynata, двумя главными недостатками электронной коммерции являются отсутствие возможности потрогать или пощупать товар и невозможность быть уверенным в качестве: с этим согласились 46% и 45% респондентов соответственно.

Доверие и надежность имеют важное значение для онлайн-покупок, поскольку потребители с большей вероятностью будут покупать у авторитетных брендов и местных предприятий, чтобы снизить риск мошенничества.

Искусственный интеллект значительно улучшает качество онлайн-покупок, предоставляя своевременные ответы, более выгодные предложения, более релевантные рекомендации по товарам и более персонализированный опыт для потребителей.

Источник:

[Shopping Behavior in eCommerce: What Do Online Shoppers Really Want?](#)



Подкасты и видео

Ф.А.С.С.Т

Как ИБ в Ozon удается держать удар при стремительном росте маркетплейса? Рассказываем без NDA

Кирилл Мякишев, директор по ИБ Ozon, пришел в гости к Валерию Баулину и команде подкаста компании Ф.А.С.С.Т., которая занимается разработкой технологий для борьбы с киберпреступлениями. Поговорили о том, как Ozon повышает осведомленность в ИБ для сотрудников, клиентов и партнеров.

Смотреть: [YouTube](#)

The logo for F.A.C.C.T. is a light gray square with the text "F.A.C.C.T." in a bold, black, sans-serif font centered within it.

F.A.C.C.T.

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.