

# Интернет-торговля ... 20 лет спустя (на самом деле: 15 месяцев спустя)



Data Insight

*РИФ / 13 апреля 2016*

# Ключевые события рынка 2015-2016

## Больше всего событий – в логистике

- Почта России: доставка next day внутри города (во всех городах присутствия EMS)
- Почта России: доставка посылок на дом
- Партнерство SPSR и AliExpress
- Avito покупает агрегатора доставок Checkout
- Яндекс.Доставка
- Яндекс.Маркет открывает колл-центр
- Itella покупает МаксиПост

# Ключевые события рынка 2015-2016

- Запускаются Товары Вконтакте
- Заккрытие многих интернет-аптек (ужесточение регулирования)
- Техносила покупает e96
- Выход на рынок JD (и фактический уход в 2016)
- Свернули онлайн-продажи: Метрика, SunLight, Rockland, Сток-центр, Fott
- X5 делает очередную попытку выйти в онлайн

# «Мартиролог»

**Проекты, закрывшиеся за последние 15 месяцев**  
(с посещаемостью на «пике» более 100 тысяч в месяц)

utinet.ru

online.detishop.ru

costmart.ru

electrovenik.ru

techhome.ru

savage.ru

dostavka.ru

mirbt.ru

elhaus.ru

lemonti.ru

all4.ru

sotmarket.ru

cyberry.ru

stilago.ru

domalina.ru

klingsel.ru

lascana.ru

edosha.ru

telemaks.ru

newmans.ru

e5.ru

digital.ru

# Нет новых больших проектов

- Не только в топ-100, но и в топ-200 рынка по посещаемости нет ни одного интернет-магазина, созданного за последние 2 года:
  - [costmart.ru](http://costmart.ru) (гипермаркет) входил в топ-200 в конце 2015 г., но в этом году прекратил работу
  - [nils.ru](http://nils.ru) (детские товары) снизил рекламную активность, так что выбыл из топ-200
  - [okeydostavka.ru](http://okeydostavka.ru) (продукты питания) находится на подступах к топ-200
- в топ-200 всего 3 магазина, созданных менее 3 лет назад: [mebelvia.ru](http://mebelvia.ru), [reebok.ru](http://reebok.ru), [pudra.ru](http://pudra.ru)

# Действующие лица все те же

- 80 из 100 наиболее посещаемых (по итогам первого квартала 2016 г.) интернет-магазинов входили в состав топ-100 еще 2 года назад
- От квартала к кварталу список топ-100 обновляется всего на 7-8 позиций
- ... и ротация исключительно за счет сезонного роста давно существующих интернет-магазинов

# Тренды

- На рынок массово выходят оффлайн-магазины (масштабно инвестируют в интернет).
- «Мобильные» продажи в отдельных категориях опережают «десктопные»
- Приходит очередная волна M&A
- Существенно растет доля аутсорса в бизнес-процессах интернет-магазинов.

# Цифры рынка: 2015 и первый квартал 2016

# Итоги 2015 года

## Внутрироссийские онлайн-продажи:

**160 млн. заказов (+8%)**

x

средний чек ~**4050 рублей (+8%)**

=

**650 млрд. рублей**

Рост в рублях **+16%** (+90 млрд. руб.)

# Что и как считаем

Приведенные оценки (160 млн. заказов и 670 млрд. рублей) **не включают** кроссбордерные покупки, а также (а) доставку готовой еды, (б) билеты на транспорт и мероприятия, (в) цифровые товары, (г) С2С, MLM и групповые закупки, (д) покупки для корпоративного потребления и оптовые покупки

Приведенные оценки основаны на:

- прямых публичных и непубличных данных крупных интернет-магазинов (более 50 магазинов)
- мониторинге DI по количеству заказов (>1000 ИМ)
- мониторинге DI по посещаемости сайтов (>70 тысяч ИМ)

## Динамика среднего чека

- Рост цен в интернет-магазинах намного отстает от роста курса доллара
- Снизилась доля дорогих покупок (дорогие товары и/или премиальные бренды и модели)
- Как результат, рост среднего чека в 2015 г. в рублях для среднестатистического ИМ – менее 15%
- Дополнительный эффект: сдвиг спроса от дорогих категорий (БТиЭ) к менее дорогим (одежда, FMCG)

**В целом по внутрироссийскому рынку eCommerce средний чек в 2015 г. вырос на 8% - с 3750 до 4050 р.**

# Объем рынка

Млрд руб.

800

600

400

200

0

2011

2012

2013

2014

2015

235

315

415

560

650

+16%

DATA  
insight



# 2014-2015: два года умеренного роста

Если не учитывать IV квартал (аномальный в 2014 г.),  
то динамика рынка в 2015 г. похожа на 2014 г.

	Рост кол-ва заказов	Рост среднего чека	Рост объема продаж (руб.)	с поправкой на инфляцию
2013	+25%	+5%	+32%	+24%
2014	+17%	+15%	+35%	+21%
2014 янв-сен	+9%	+10%	+17%	+8%
2015	+8%	+8%	+16%	+3%
2015 янв-сен	+9%	+13%	+22%	+5%

# Ускорение роста



# 2016: результаты I квартала

Предварительные оценки (по топ-200)

Март 2016 к марту 2015:

количество заказов **+26%**

медианный рост кол-ва заказов **+20%**

I квартал 2016 к I кварталу 2015 г.:

**+22%** по количеству заказов

(это рекордный рост с IV квартала 2014 г.)

# Сочетание факторов

## Долгосрочные факторы:

- Интернет-пользователи набирают онлайн-опыт, в т.ч. покупок в разных категориях и платежей
- Доступ в интернет повсюду и все время
- Доставка стала быстрее, надежнее и дешевле
- Кризис оффлайн-розницы

## Почему рост ускорился именно сейчас?

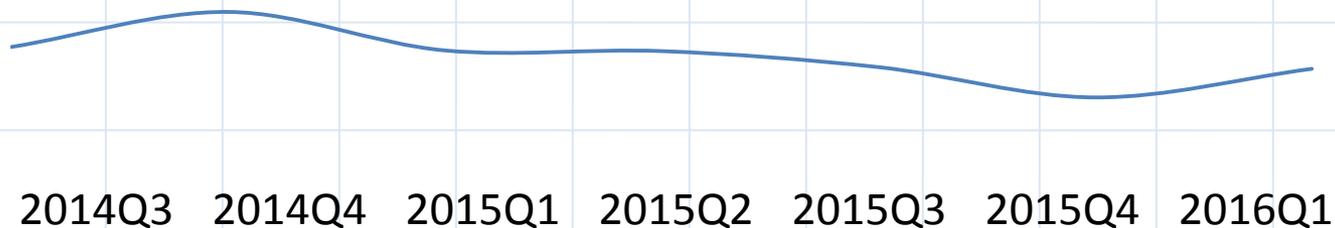
Покупатели устали ждать и экономить: динамика улучшилась по всей рознице, в т.ч. и в оффлайне

(2015 -10%, в т.ч. Q4 -13,5%; янв-февр 2016 -6,6% у-о-у)

# Трафик vs. заказы

У большинства крупных ИМ посещаемость не растет. А количество заказов растет.

*График динамики посещаемости поквартально:*



Потому что:

- Рост конверсии за счет более качественного траффика и мотивированных посетителей
- Рост доли заказов с мобильных устройств

# Неизвестная переменная: средний чек

Смещение спроса в сторону более дешевых товаров и товарных категорий – это не разовое явление 2015 года, а долгосрочный процесс

2015 г.: стоимость доллара выросла на 60%, а средний чек в рублях - только на 8%

Вместе с тем:

- доллар в 2016 г. дороже, чем в 2015 г.
- инфляция снизилась, но не исчезла

Это может дать **рост среднего чека на 5-10%**

# Предварительный прогноз\*

## Количество онлайн-покупок:

2015 – 160 млн.

2016 – 180 млн. (+12%)

## Объем онлайн-продаж:

2015 – 650 млрд.

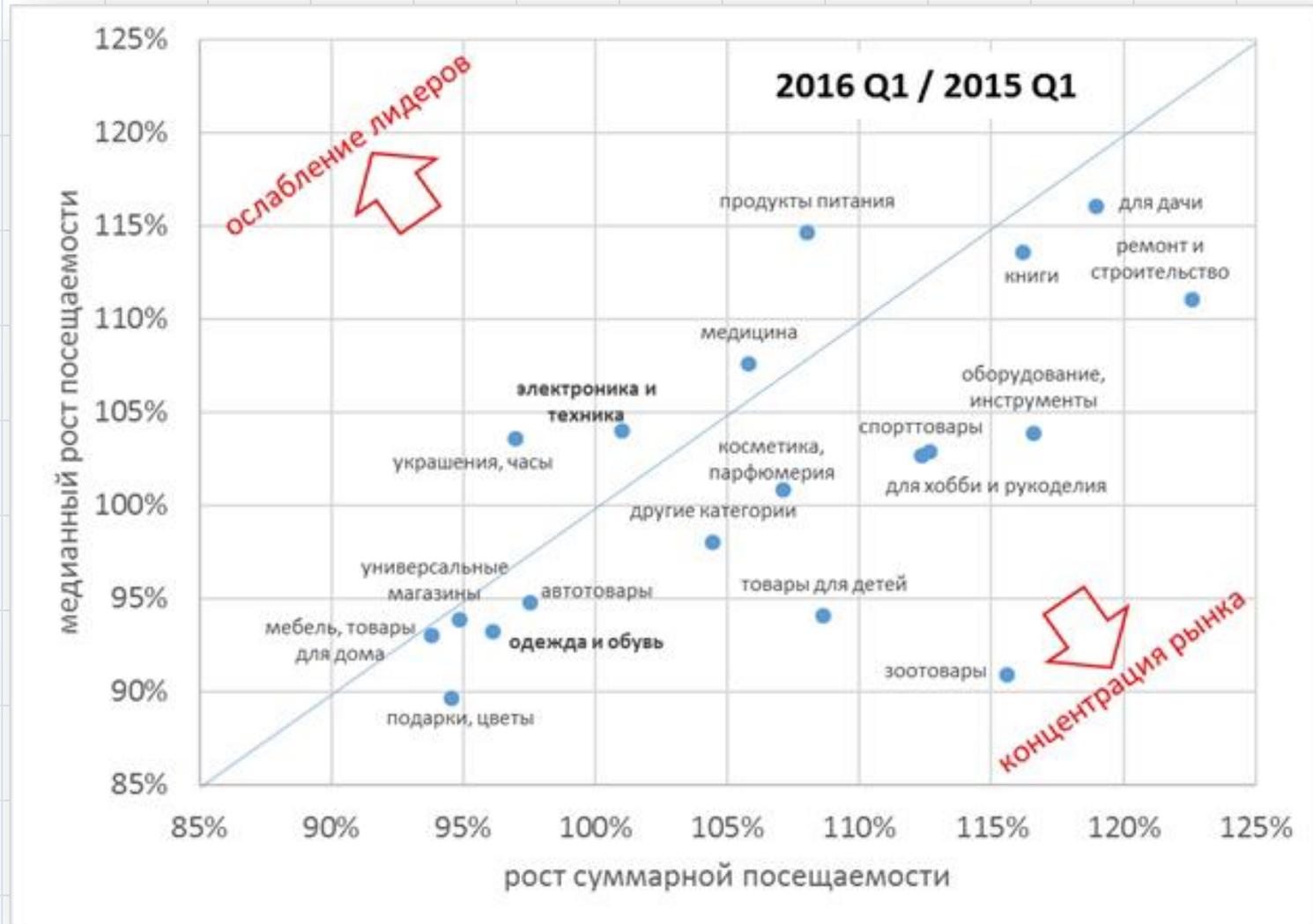
2016 – 780 млрд. (+20%)

*\* все оценки без учета трансграничных покупок  
(в обе стороны)*

# Товарные категории: динамика

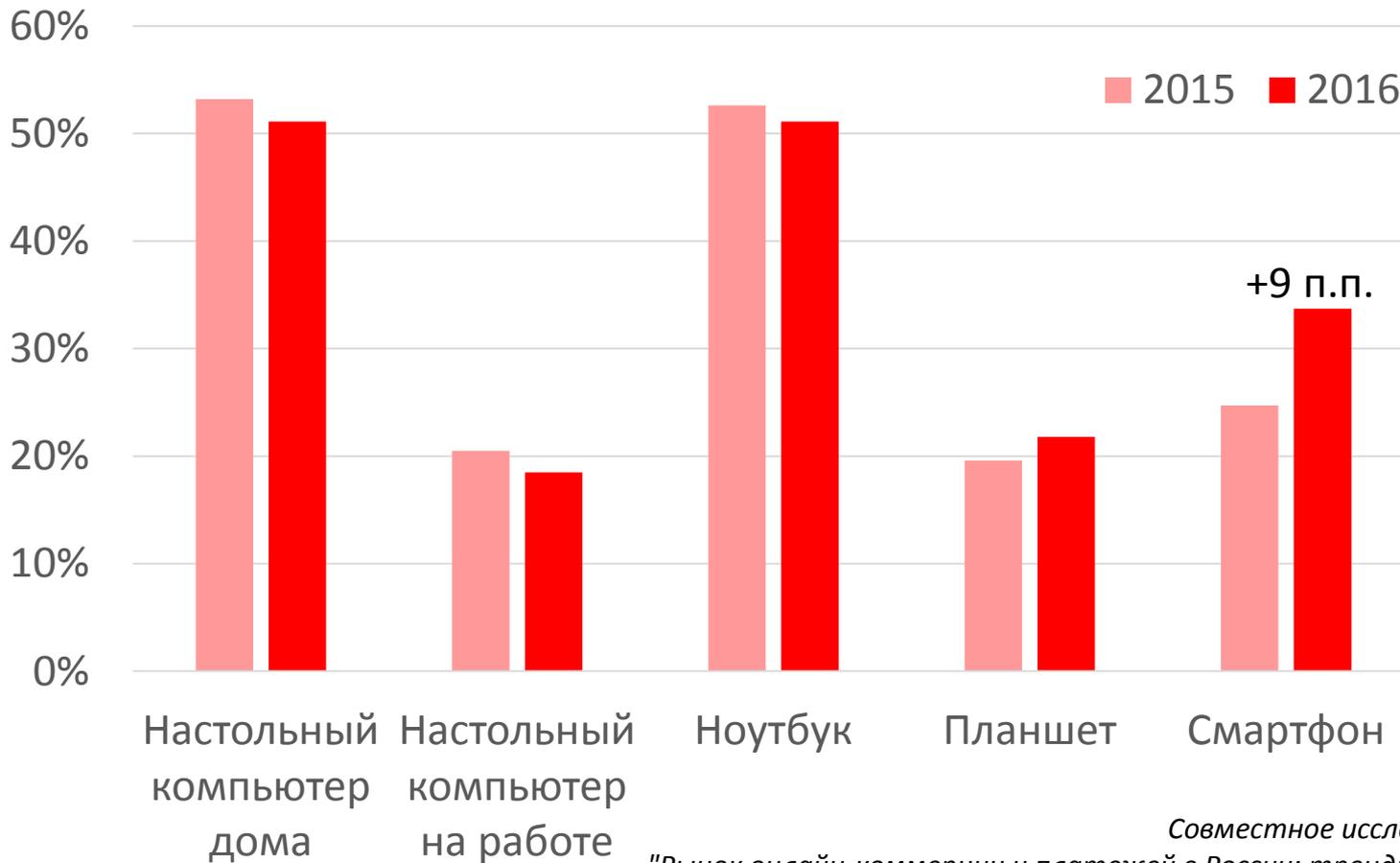
- Динамика посещаемости товарных категорий выравнивается - разница между категориями-лидерами и аутсайдерами меньше, чем раньше
- **Лидеры роста** - товары для ремонта, оборудование и инструменты, товары для дачи, а также книги (бумажные!) и продукты питания
- **Отрицательная динамика** посещаемости не только у универсальных магазинов, но также в сегментах одежды и обуви, автотоваров, товаров для дома и мебели

# Товарные категории: динамика



# Прорыв смартфонов

Какие устройства Вы использовали хотя бы раз за последние 12 месяцев для совершения покупок в Интернете?



DATA  
insight

PayPal

Совместное исследование PayPal и DataInsight  
"Рынок онлайн-коммерции и платежей в России: тренды, аналитика, перспективы"  
Общероссийский онлайн-опрос 4-10 февраля 2016 г., N=4100  
Активные пользователи интернета

# Прорыв смартфонов

Более всего доля покупающих с мобильных устройств выросла среди:

- жителей Уральского ФО (+80%)
- пользователей старше 45 лет (+75%)
- пользователей с онлайн-стажем менее 7 лет (+65%)
- жителей городов с населением от 100 до 700 тыс. жителей (+60%)
- жителей Центрального ФО за пределами Москвы и области (+55%)

*Рост по всем опрошенным +35%*



*Совместное исследование PayPal и DataInsight*

*"Рынок онлайн-коммерции и платежей в России: тренды, аналитика, перспективы"*

*Общероссийский онлайн-опрос 4-10 февраля 2016 г., N=4100*

*Активные пользователи интернета*

# Рост оффлайна

Рост Q12016|Q12015



Посещаемость оффлайновые сети	124%
Посещаемость все	99%
Заказы оффлайновые сети	186%
Заказы все	124%
Конверсия офф сети	152%
Конверсия все	120%

Белые начинают и выигрывают: оффлайновые сети имеют огромное преимущество: свои магазины

# Концентрация рынка?

Доля топ-100 в суммарной посещаемости российского e-commerce стабильна – чуть больше 50%



\* Общая посещаемость считалась по 2000 интернет-магазинов с наибольшей суммарной посещаемостью за 2014-2016 гг.

# Концентрация рынка

НО! по количеству заказов крупные магазины растут намного быстрее рынка:

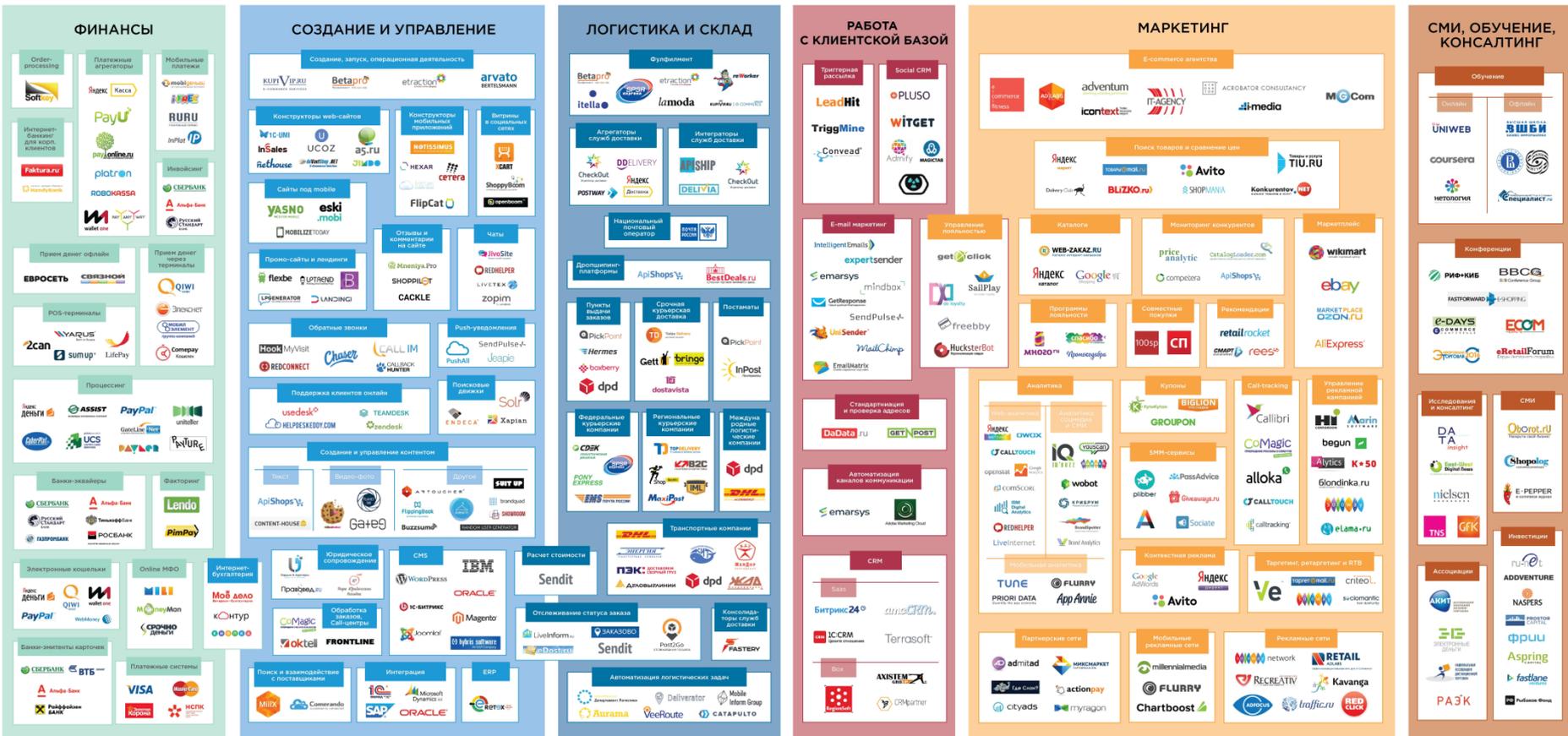
+44% для магазинов с >500 заказами в сутки

+11% для магазинов с 150-500 заказами в сутки

*(медианный рост 2016Q1 / 2015Q1)*

Крупные игроки имеют больше возможностей для увеличения конверсии за счет (а) лояльности набранной аудитории, (б) покупок через мобильные приложения

# ЭКОСИСТЕМА ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ – 2016



## УСТРОЙСТВО ЭКОСИСТЕМЫ

**По вертикали**

Экосистема разделена на несколько вертикалей, каждая из которых отражает один из ключевых бизнес-процессов в электронной торговле.

Вертикали сами по себе не пересекаются, но отдельные игроки могут присутствовать одновременно в нескольких вертикалях или в нескольких группах внутри одной вертикали. Это означает, что игроки предлагают своим клиентам несколько разнородных сервисов, которые востребованы в различных бизнес-процессах.

**По горизонтали**

Сверху мы поставили сервисы, предоставляющие полный спектр услуг в рамках бизнес-процесса. Чем дальше вниз мы двигаемся, тем более инфраструктурные проекты мы видим.

**Разделы**

Внутри каждой вертикали присутствует много групп (блоков) иногда объединенных даже в альянсы. Каждая группа – это отдельные сервисы (конкуренты).

Агломерации объединяют схожие блоки, решающие смежные задачи. В каждом блоке мы ставили несколько логотипов, выделяя те сервисы, которые на наш взгляд являются наиболее значимыми в группе.

КАРТА ЭКОСИСТЕМЫ — это не картинка, но процесс, который развивается с течением времени. Мы работаем над этой картой, и мы принимаем помощь в виде предложений и комментариев.

**ECOMMERCE.DATAINSIGHT.RU**

**DATA insight**

[www.datainsight.ru](http://www.datainsight.ru)  
[a@datainsight.ru](mailto:a@datainsight.ru)  
[facebook.com/DataInsight](https://facebook.com/DataInsight)  
[vk.com/data\\_insight](https://vk.com/data_insight)

# ФИНАНСЫ

Полный сервис

Инфраструктура

СОЗДАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ

## Order-processing



## Платежные агрегаторы



## Мобильные платежи



## Интернет-банкинг для корп. клиентов



## Инвойсинг



## Прием денег через терминалы



## Прием денег офлайн



## POS-терминалы



## Процессинг



## Банки-эквайеры



## Факторинг



## Интернет-бухгалтерия



## Электронные кошельки



## Банки-эмитенты карточек



## Online МФО



## Платежные системы



# СОЗДАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ



## ЛОГИСТИКА И СКЛАД

## Фулфилмент



## Агрегаторы служб доставки



## Интеграторы служб доставки



## Национальный почтовый оператор



## Дропшипинг-платформы



## Пункты выдачи заказов



## Срочная курьерская доставка



## Постаматы



## Федеральные курьерские компании



## Региональные курьерские компании



## Международные логистические компании



## Расчет стоимости

Sendit

## Транспортные компании



## Консолидаторы служб доставки



## Отслеживание статуса заказа



## Автоматизация логистических задач



## РАБОТА С КЛИЕНТСКОЙ БАЗОЙ

## Триггерная рассылка

LeadHit TriggMine Convead®

## Social CRM

Admify MAGICTAB

WITGET

+PLUSO



## E-mail маркетинг

Intelligent Emails emarsys  
 expertsender GetResponse SendPulse  
 EmailMatrix mindbox UniSender MailChimp

## Управление лояльностью

getclick

do loyalty

SailPlay  
we make loyalty

freebby

HucksterBot  
Персонализация скидок

## Стандартизация и проверка адресов

DaData.ru GETPOST

## Автоматизация каналов коммуникации

emarsys



## CRM

## Saas

Битрикс24® amoCRM  
 CRM IC:CRM Terrasoft  
 Цените отношения

## Box

AXISTEM GROUP  
 RegionSoft CRMpartner

# МАРКЕТИНГ

**E-commerce агентства**

**Управление лояльностью**

**Мониторинг конкурентов**

**Каталоги**

**Поиск товаров и сравнение цен**

**Программы лояльности**

**Рекомендации**

**Совместные покупки**

**Маркетплейс**

**Аналитика**

Web-аналитика

**Аналитика соцмедиа и СМИ**

**Мобильная аналитика**

**Купоны**

**SMM-сервисы**

**Контекстная реклама**

**Таргетинг, ретаргетинг и RTB**

**Call-tracking**

**Управление рекламной кампанией**

**Мобильные рекламные сети**

**Партнерские сети**

**Рекламные сети**

# СМИ, ОБУЧЕНИЕ, КОНСАЛТИНГ

## Обучение

### Онлайн

UNIWEB



coursera

### Офлайн

ВЫСШАЯ ШКОЛА  
БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКИ



Специалист.ru

## Конференции



## Исследования и консалтинг



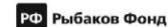
## СМИ



## Ассоциации



## Инвестиции



# Анонсы наших исследований

- **eCommerce Index TOP100**

Рейтинг российских интернет-магазинов за 2015 год

*май 2016*      <http://www.ruward.ru/ecommerce-index>

- **«Оффлайновый» ритейл в интернете**

*июнь 2016*      <http://www.datainsight.ru/top100offline>

- **Логистика: мнения и ожидания интернет-магазинов**

*май 2016*      <http://www.datainsight.ru/Logistica2016>

- **Платежи: мнения и ожидания интернет-магазинов**

*май 2016*      <http://www.datainsight.ru/paymentopinion2016>

- **Исследование Performance-рекламы**

Цель исследования: описание формата и рынка Performance advertising для клиентов для их понимания возможностей и границ рынка

*июнь 2016*

# Что такое Data Insight?

Первое в России агентство, специализирующееся на исследованиях, консалтинге и аналитике в области Интернета



Где все это можно узнать:

[a@datainsight.ru](mailto:a@datainsight.ru)

+7 495 5405906

Борис Овчинников

[b@datainsight.ru](mailto:b@datainsight.ru)

Федор Вирин

[f@datainsight.ru](mailto:f@datainsight.ru)