

# Экосистема электронной торговли — 2021



На печатной версии карты опубликованы только основные игроки категорий. Полная версия карты, содержащая все сервисы, опубликована на сайте экосистемы.

в партнёрстве с

При поддержке

“ Один из самых больших трендов в этом году — рост мобильного шопинга. При этом важно учитывать, что мобильные покупатели “повзрослели”: со смартфонами чаще стали покупать пользователи от 25 до 44 лет, догнав прежних лидеров — 18-летних. Еще один важный тренд, который сегодня совершенно точно выделяет онлайн-ритейлера, — это скорость доставки. А продвижение брендов в онлайн-пространстве в значительной степени определяют соцсети, live streaming, сообщества и персонализированная реклама, особенно видеореклама, — применение стратегии мультитаргетинга, подключение технологий Deep Learning и использование Full-Funnel для охвата аудитории на всех этапах воронки продаж. Знать свою аудиторию и быть там, где она, — главные ключи лидерства”

**Алексей Хижов,**  
генеральный директор RTB House в России

“ Постпандемный период внес большие изменения в рынок E-commerce и поменял вектор приоритетов. Сейчас на первый план вышли такие услуги, как доставка продуктов и КГТ. Фулфилмент и дальнейшая продажа на маркетплейсах заняли одну из основных ролей на рынке E-com. По оценкам 3PL-оператора Доставка Гуру, сегодня порядка 25% продавцов маркетплейсов используют помощь сервисных компаний. Онлайн-продавцы осознали необходимость оптимизации процессов комплектации, упаковки, продажи и доставки последней мили. И тут мы видим главную тенденцию экосистемы — PL-операторы. Такие 3PL-операторы, как Доставка Гуру позволяют продавцам E-com достигать большего, благодаря инструментам и инфраструктуре для автоматизации выполнения розничных заказов”

**Елена Шутюк,**  
исполнительный директор DostavkaGuru

“ Сейчас активно развивается национальная инфраструктура экспортной электронной торговли. Национальные экспортные маркетплейсы производят товары и услуги российских производителей за рубежом. Они содействуют увеличению экспорта, импортозамещения и развития экономики страны в условиях нестабильной внешней ситуации и возможности введения ограничительных мер со стороны крупных иностранных игроков рынка электронной коммерции. Эксперты национальных маркетплейсов зачастую оказывают содействие российским компаниям при регистрации и размещении информации о продукции на сайте. Некоторые площадки помогают продавцам создавать цифровой контент: фото, название, описание и характеристики товаров и услуг, которые будут успешно продвигаться в сети Интернет. При создании инфраструктуры электронной торговли очень важно объяснить малым и средним компаниям возможности развития с помощью онлайн-продаж и выхода на экспорт, а также повышать их цифровую грамотность”

**Анна Нестерова,** основатель и председатель совета директоров международного маркетплейса GlobalRusTrade.com

ЭЛЕКТРОННАЯ ВЕРСИЯ ЭКОСИСТЕМЫ

ПОДПИСКА НА НОВОСТИ DATA INSIGHT

ИССЛЕДОВАНИЕ DATA INSIGHT

ПОДПИСКА НА ДАТДЖЕСТ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

**БЛАГОДАРИМ ЗА ПОМОЩЬ В СОЗДАНИИ ЭКОСИСТЕМЫ ЭКСПЕРТОВ РЫНКА ECOMMERCE:**

Светлана Алавердян (Flocktory)  
Евгения Арнаутова (AllExpress Россия)  
Сергей Беляев (Webit)  
Иван Боровиков (Mindbox)  
Максим Ванкевич (Metacommerce)  
Татьяна Глазачева (Robokassa)  
Алексей Даншин (B2bgroup)  
Сергей Егорович (B2basket)  
Алексей Жуков (ReWorker)  
Леонид Зондберг (Почта России)

Юлия Исюк (Flocktory)  
Дмитрий Кантарович (WeCheck)  
Оксана Любвиная (ProStore by Lubivaya)  
Анна Макушева (IML)  
Елена Меньшенина (Ingate)  
Юлия Носова (Leadrive, ex АТОЛ Онлайн)  
Андрей Осокин (СберМегаМаркет)  
Ирина Переметько (Jivo)  
Наталья Плетнева (DPD)  
Ольга Сатановская (PimSolutions)

Вадим Симонов (Aristos)  
Ксения Скларова (Criteo)  
Артем Соколов (InSales)  
Андрей Тыщенко (Dynamic Yield)  
Александр Хачиян (AWG)  
Николай Хлебинский (Retail Rocket)  
Юлия Шатилова (Brandquad)  
Надежда Шилова (Adlabs)  
Елена Шутюк (DostavkaGuru)  
Евгений Щепелин (СберX)

“ С каждым годом карта становится все более детализированной, из одной категории сервисов образуются несколько, появляются новые ниши и технологии на стыке уже имеющихся услуг. Потребности покупателя растут, усложняются и запросы интернет-магазинов, этому стараются соответствовать сервисы: услуги становятся более целевыми, а предложения комплексными”

**Надежда Виноградова,**  
аналитик Data Insight

“ Экосистема дает ответ куда двигаться, когда собственные процессы ритейла дают сбой, или внутренних ресурсов магазина перестает хватать. Рынок меняется, трафик уходит в каналы крупных игроков и в этих условиях карта сервисов отличный ориентир для онлайн-розницы”

**Кургузов Иван,**  
исполнительный директор Obcorot.ru

“ Текущая экосистема в полной мере отражает как системные изменения в инфраструктуре е-commerce, так и существующие тренды. Взрывной рост доли маркетплейсов, увеличение скорости доставки и логистического покрытия, автоматизация всех возможных процессов для ритейла любого размера. Экосистема в полной мере описывает рынок решений для онлайн-торговли”

**Бугавский Владимир,**  
коммерческий директор Obcorot.ru

“ В этом году для брендов все большую роль в маркетинговом продвижении играет работа с маркетплейсами. У крупных игроков динамично развиваются рекламные форматы и появляются хорошие возможности по четкому таргетированию аудитории. Не стоит на месте и возможности по маркетинговой и бизнес-аналитике. Появляется все больше прикладного инструментария для работы с продуктовым контентом на маркетплейсах. Работы по этому направлению много и для этого нужна целая команда. Оценивая тенденции, мы в агентстве выделяем ключевую работу с маркетплейсами для брендов в отдельное направление”

**Вячеслав Кокорин,**  
директор NLO MARKETING