Экспресс-мониторинг рынка электронной коммерции

Выпуск 4: 11—17 апреля 2022

DataInsight

О проекте

Data Insight представляет экспресс-мониторинг нескольких сегментов рынка электронной коммерции.
Его задача — оценить и показать объемы, востребованность, доступность ассортимента и изменение цен в магазинах различных товарных сегментов. Сейчас мониторинг охватывает четыре сегмента, в дальнейшем их количество может увеличиться.

Перед вами четвертый пилотный выпуск мониторинга. В дальнейшем выпуски будут выходить не реже двух раз в месяц и распространяться по подписке.

С мая подписка станет платной. Для тех, кто подпишется до мая, скидка на подписку составит -15%

Полная стоимость подписки

- на 1 месяц – 80 000 руб. + НДС
- на 3 месяца – 120 000 руб. + НДС
- на 1 год – 204 000 руб. + НДС

Стоимость подписки со скидкой -15%

- на 1 месяц – 68 000 руб. + НДС
- на 3 месяца – 102 000 руб. + НДС
- на 1 год – 173 400 руб. + НДС

Если вы хотите получать экспресс-мониторинг регулярно, подпишитесь. Мы будем присылать вам актуальные данные за прошедший период от двух до четырех раз в месяц.

Данные и показатели

В четвертом выпуске приведены данные для четырех сегментов:

- **Зоотовары**
- **Детские товары**
- **Косметика**
- **Бытовая техника и электроника**

Мы выбрали эти сегменты, поскольку именно в них отмечены наиболее быстрые и значительные изменения цен и ассортимента (не считая продуктов питания и фармы). В сегментах бытовой техники и косметики мониторинг охватывает по десять крупнейших российских магазинов, в сегментах товаров для детей и животных — по пять.

Для каждого сегмента приводится:

- динамика **количества заказов**, оформленных за прошедшую неделю;
- динамика **посещаемости** сайта магазина;
- **конверсия** (отношение количества заказов к количеству посещений сайта);
- статистика по **структуре трафика** магазинов (ежемесячно);
- **индекс технической стабильности** магазинов сегмента **(NEW)**

Также мониторинг содержит **динамику средней цены наиболее востребованных товаров** (по данным топ-3 магазинов каждого сегмента) и **анализ доступности** товаров на двух крупнейших маркетплейсах – **Wildberries и Ozon.**

В дальнейшем Data Insight планирует расширить список показателей.

Результаты четвертой недели

На неделе 11—17 апреля количество заказов менялось во всех сегментах по-разному. Так, в сегментах косметики и детских товаров оно выросло, в то время как в сегментах электроники и зоотоваров сократилось. Больше всего количество заказов выросло в сегменте косметики – на 8%.

Посещаемость во всех сегментах менялась незначительно. Конверсия во всех исследуемых сегментах выросла. Сильнее всего она выросла в сегменте детских товаров – почти на 2% к предыдущей неделе.

12 апреля значительно выросла доступность отдельных товаров категорий электроники. Так, количество холодильников «Бирюса» выросло на 53%, количество доступных для заказа телевизоров брендов «Samsung» и «LG» - на 29% и 44% соответственно. Выше всего к концу недели выросли категории товаров для животных – в этом сегменте рост к 18 апреля составил от 13 до 22% к значениям до выходных.

Цены на большинство товаров снизились – на 8% по отношению к предыдущей неделе уменьшилась стоимость молочной смеси «Беллакт» и дезодоранта «VICHY». На 7% сократилась цена холодильника «Бирюса». Цены в сегменте зоотоваров почти не изменились к предыдущей неделе, кроме цены сухого корма для собак «Monge», цена на который выросла на 3%. Выше всего выросла цена на тушь для ресниц «Vivienne Sabo» в сегменте косметики – её цена выросла на 18% по отношению к предыдущей неделе.

Говоря о технической работе магазинов, по сравнению с мартом, в начале апреля пользователи сайтов и приложений исследуемых магазинов всех сегментов стали делать поисковые запросы на тему нестабильности их работы реже. Однако их количество все еще не вернулось к нормальным значениям до начала мониторинга. При этом за последние недели практически не было сделано поисковых запросов на тему неисправности работы магазинов зоотоваров.

Динамика количества заказов

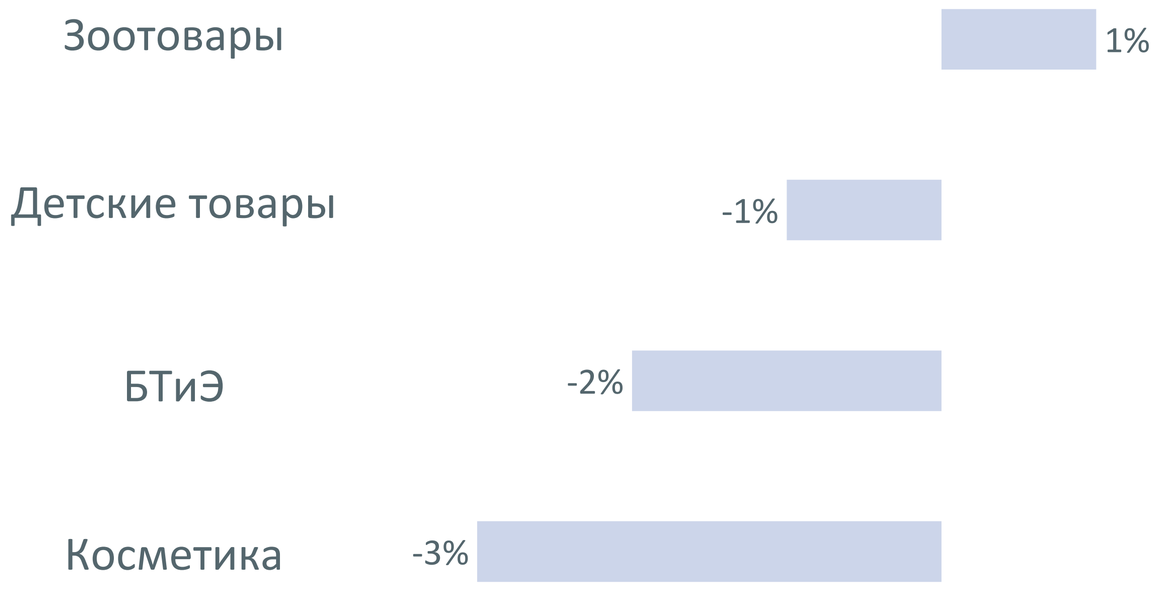
На четвертой неделе мониторинга количество заказов в сегментах косметики и детских товаров выросло.

Больше всего выросло количество заказов в сегменте косметики — на 8%.

При этом в сегментах электроники и зоотоваров количество заказов уменьшается уже третью неделю подряд.

Посещаемость

Медианная динамика посещаемости за 11—17 апреля 2022 г. к предыдущей неделе, %



Посещаемость во всех сегментах за неделю 11—17 апреля менялась незначительно.

Единственным сегментом, в котором посещаемость выросла, стали магазины зоотоваров.

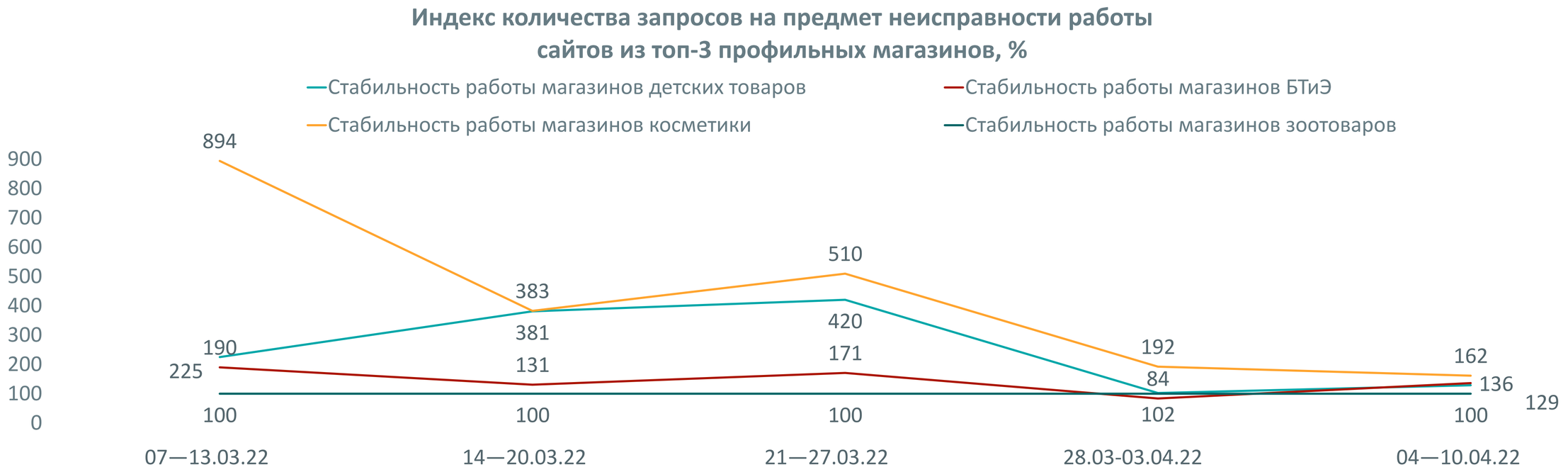
В остальных сегментах посещаемость сократилась — сильнее всего у магазинов косметики (на 3%).

Конверсия (отношение количества заказов к посещаемости сайта)

Конверсия за прошедшую неделю выросла во всех исследуемых сегментах.

Сильнее всего она выросла в сегменте детских товаров — почти на 2% к предыдущей неделе. Меньше всего конверсия выросла в сегменте электроники — на 0,5% к предыдущей неделе.

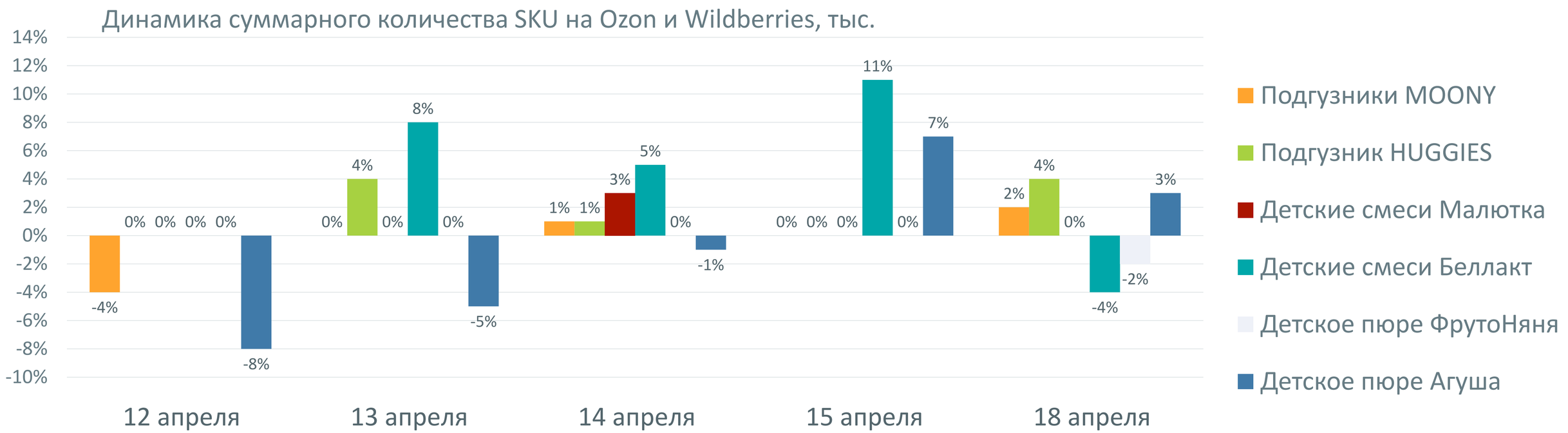
Индекс технической стабильности



В начале марта покупатели косметических магазинов чаще, чем покупатели магазинов других сегментов, стали искать в интернете информацию о неисправности их работы. При этом реже всего такие поисковые запросы делают покупатели магазинов зоотоваров – на протяжении всего периода мониторинга количество таких запросов почти никак не изменилось по отношению к медианным значениям за январь-февраль 2022 года.

По сравнению с мартом, в начале апреля пользователи сайтов и приложений онлайн-магазинов всех сегментов стали делать такие запросы реже. Однако их количество все еще не вернулось к нормальным значениям до начала мониторинга.

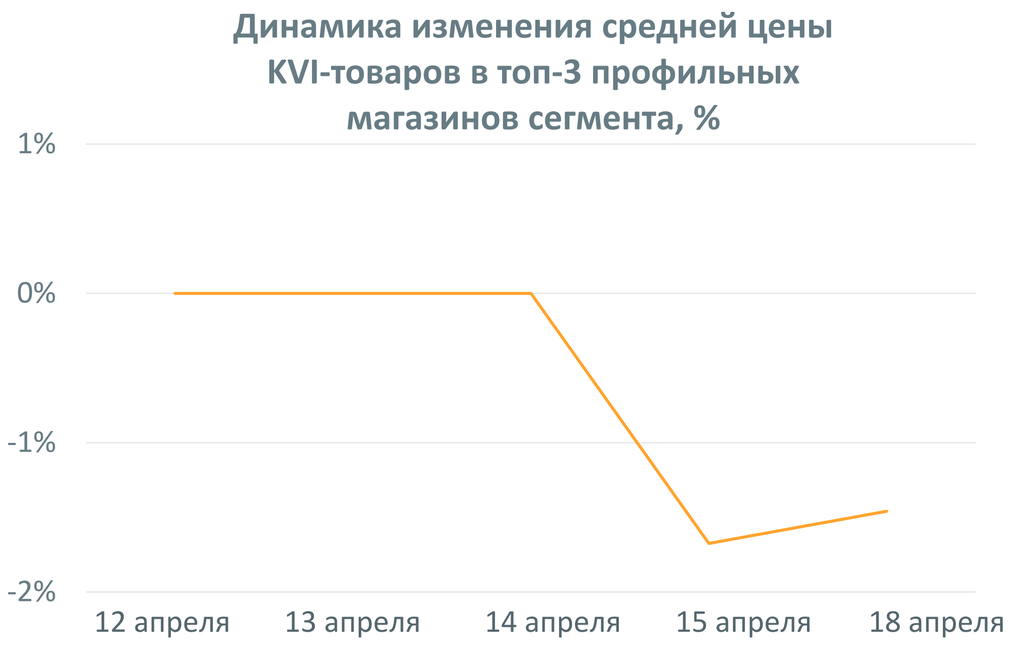
Детские товары: доступность

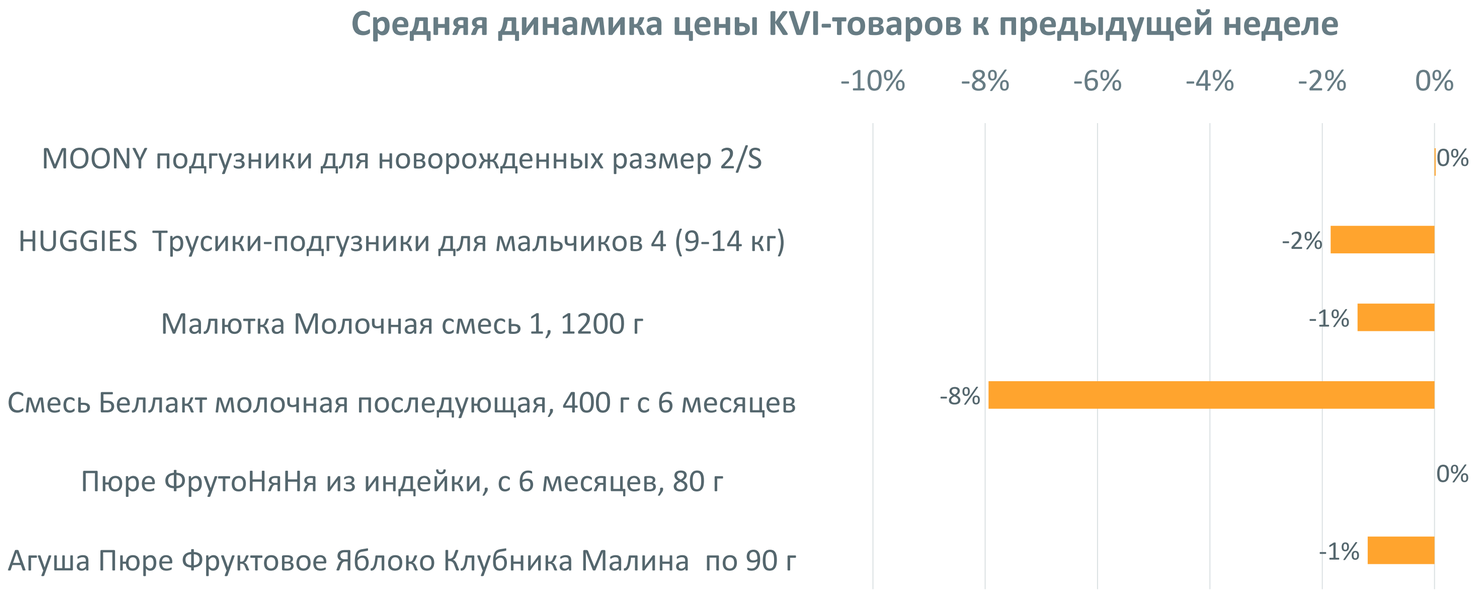


Больше всего с 12 по 18 апреля сильнее всего колебалось количество детских смесей «Беллакт» и детского пюре «Агуша». Так, количество смесей «Беллакт» постепенно росло на неделе, но уменьшилось после выходных. Количество пюре «Агуша», наоборот, в начале недели снижалось, но уже под конец периода возросло.

Количество других доступных товаров в данном сегменте за период практически не изменялось.

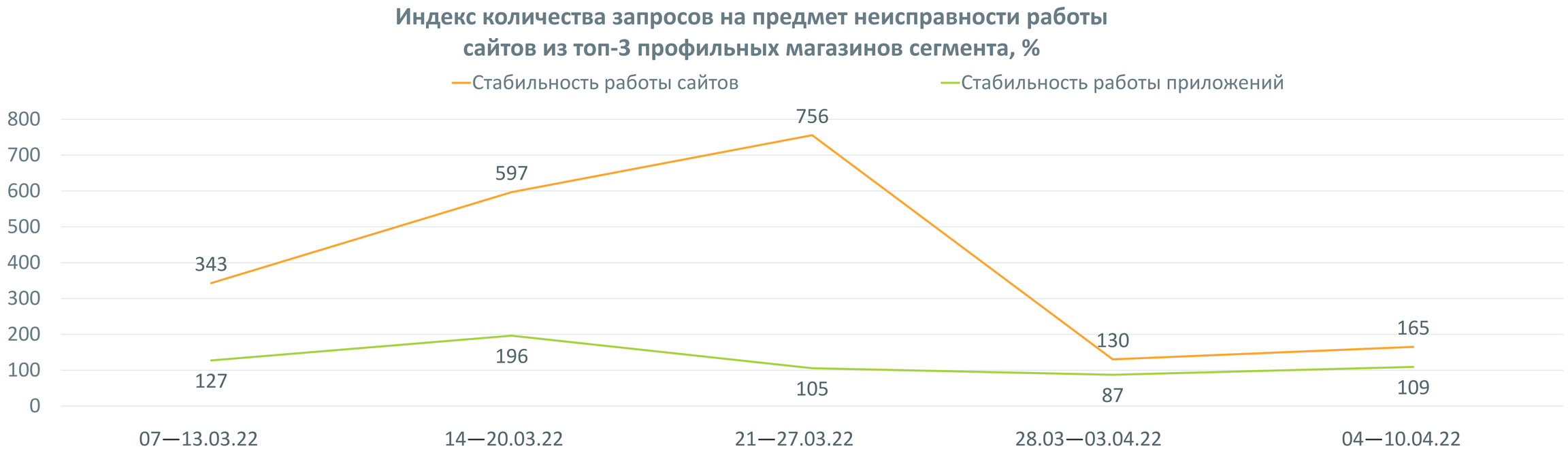
Детские товары: мониторинг цен





С 12 по 18 апреля средняя цена в сегменте детских товаров немного понизилась. У большинства товаров были незначительные изменения в цене, однако цены на детскую смесь Беллакт упали на 8%. Средние цены на подгузники Moony и пюре Фрутоняня с 12 по 18 апреля не изменились.

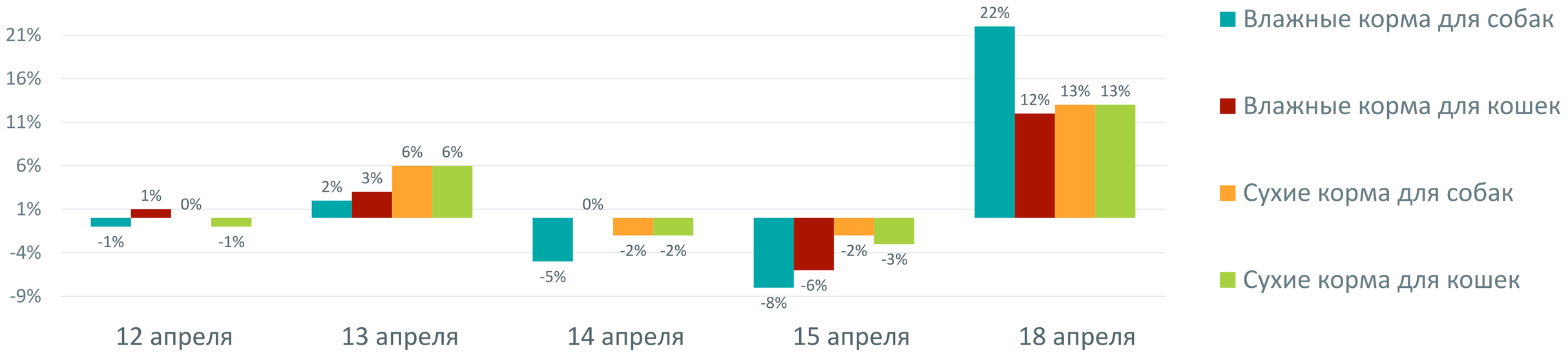
Детские товары: индекс технической стабильности



На протяжении всего периода пользователи чаще искали информацию о неисправности работы сайтов, а не приложений детских товаров. Так, в то время как количество запросов по работе сайтов достигло своего пика в последнюю неделю марта в то время как количество запросов по работе приложений вернулось к нормальным значениям до начала марта.

Зоотовары: доступность

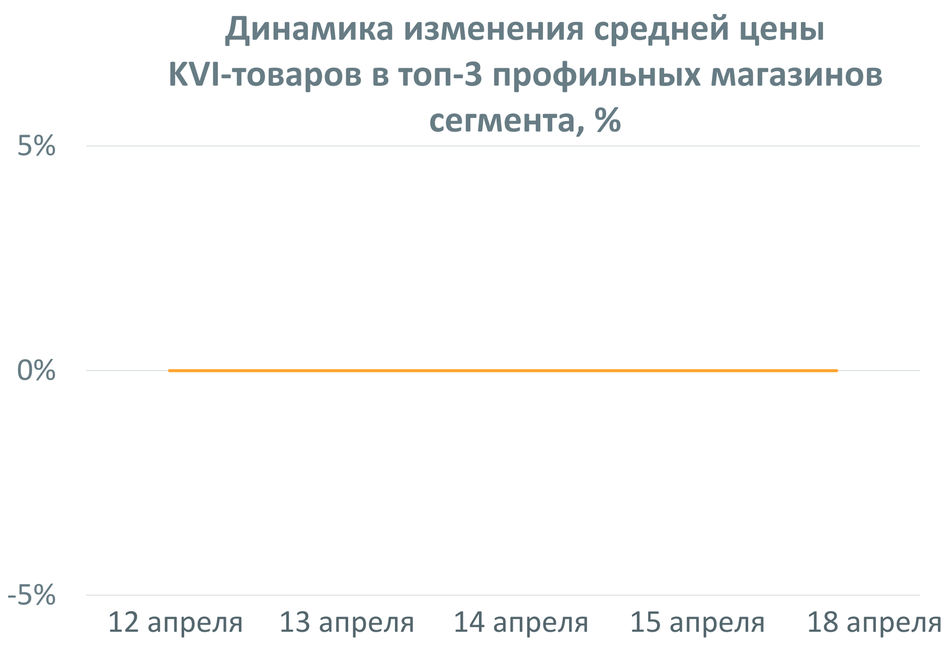
Динамика суммарного количества SKU на Ozon и Wildberries, тыс.

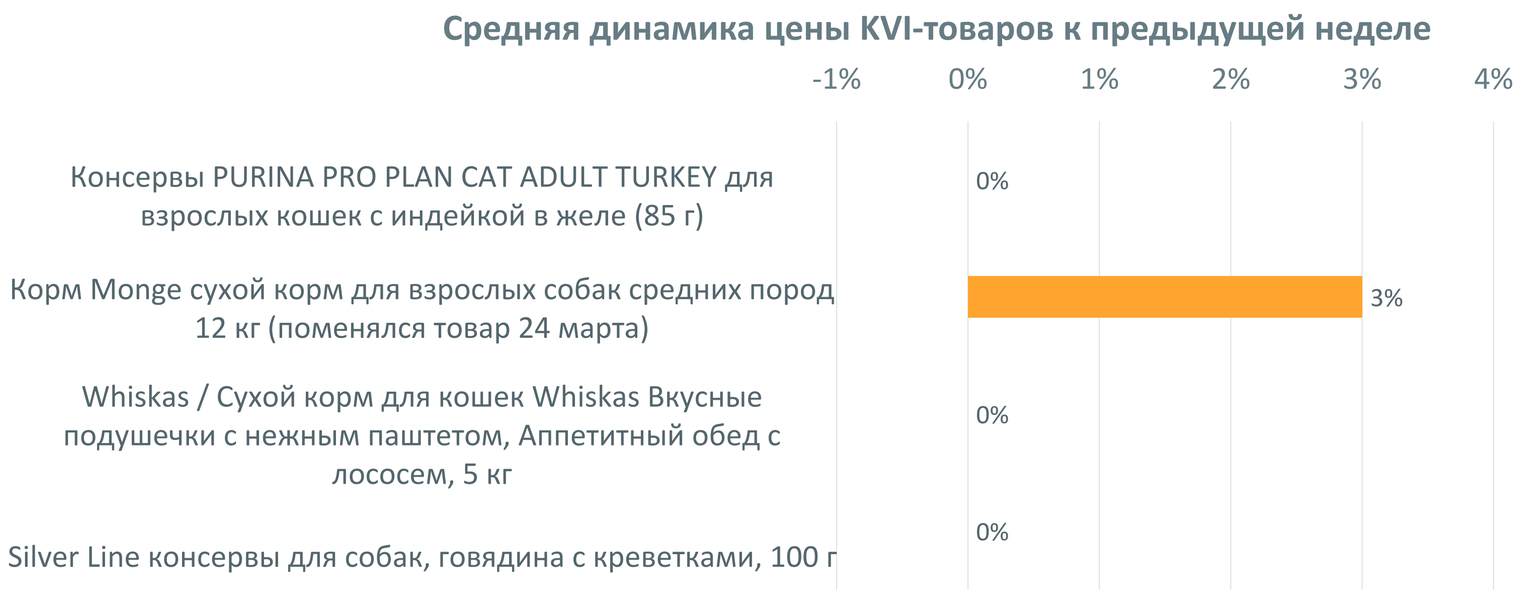


С 12 по 18 апреля суммарное количество доступных SKU на Ozon и Wildberries увеличилось во всех товарных категориях, вошедших в мониторинг. После постепенного снижения к концу рабочей недели (12—15.04) количество товаров во всех категориях выросло, рост по сравнению с первым днем периода составил от 0 до 22%.

Влажные корма растут быстрее сухих.

Зоотовары: мониторинг цен

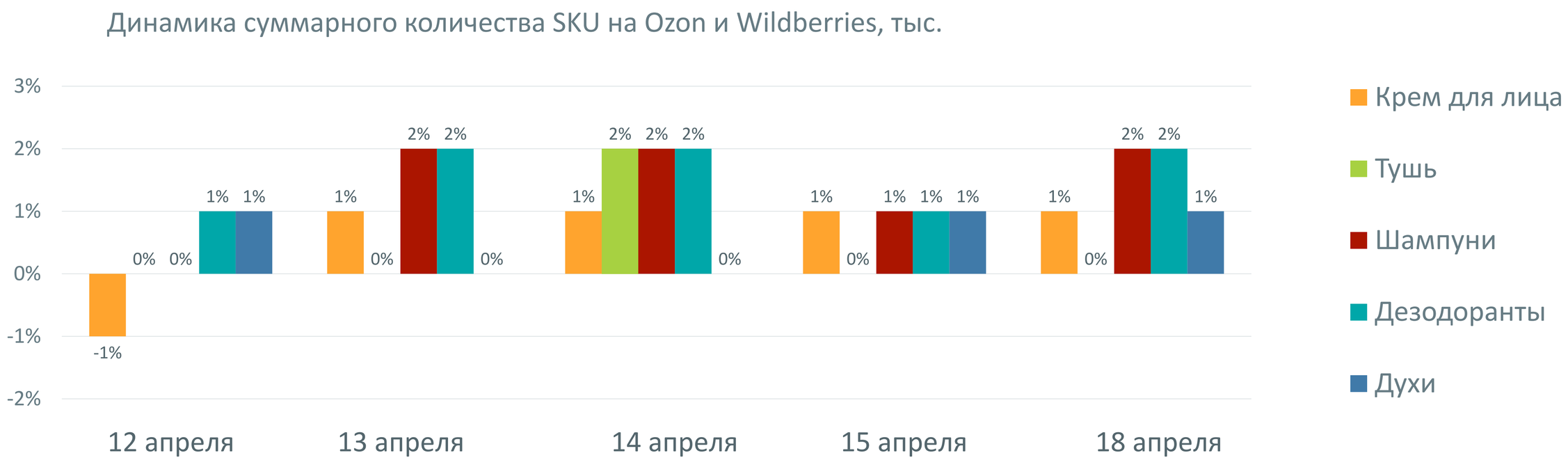




За четвертую неделю мониторинга цена в сегменте зоотоваров никак не изменилась.

Единственным товаром, цена на который изменилась, стал сухой корм для собак «Monge» — в среднем его цена выросла на 3% по отношению к предыдущей неделе.

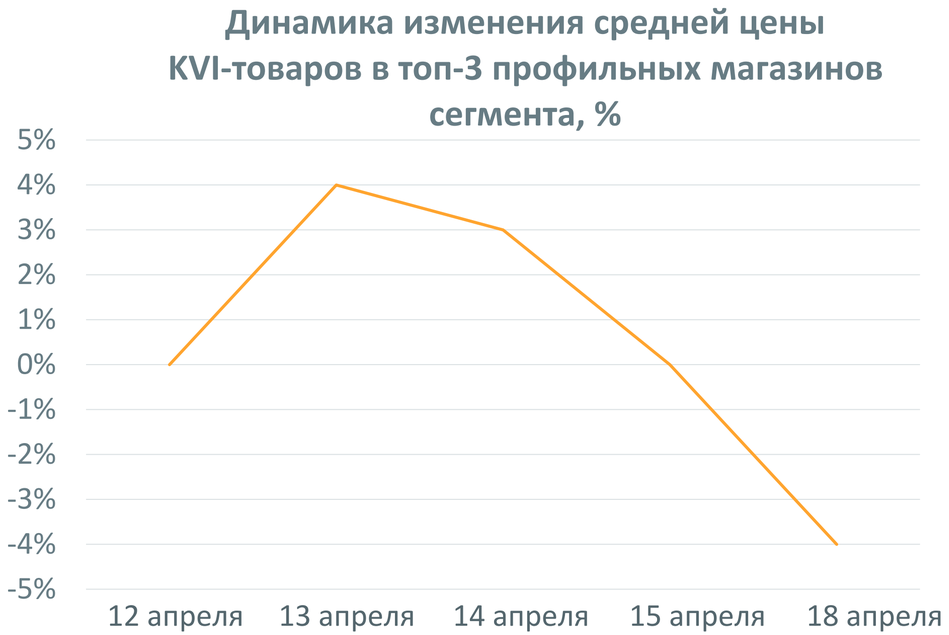
Косметика: доступность

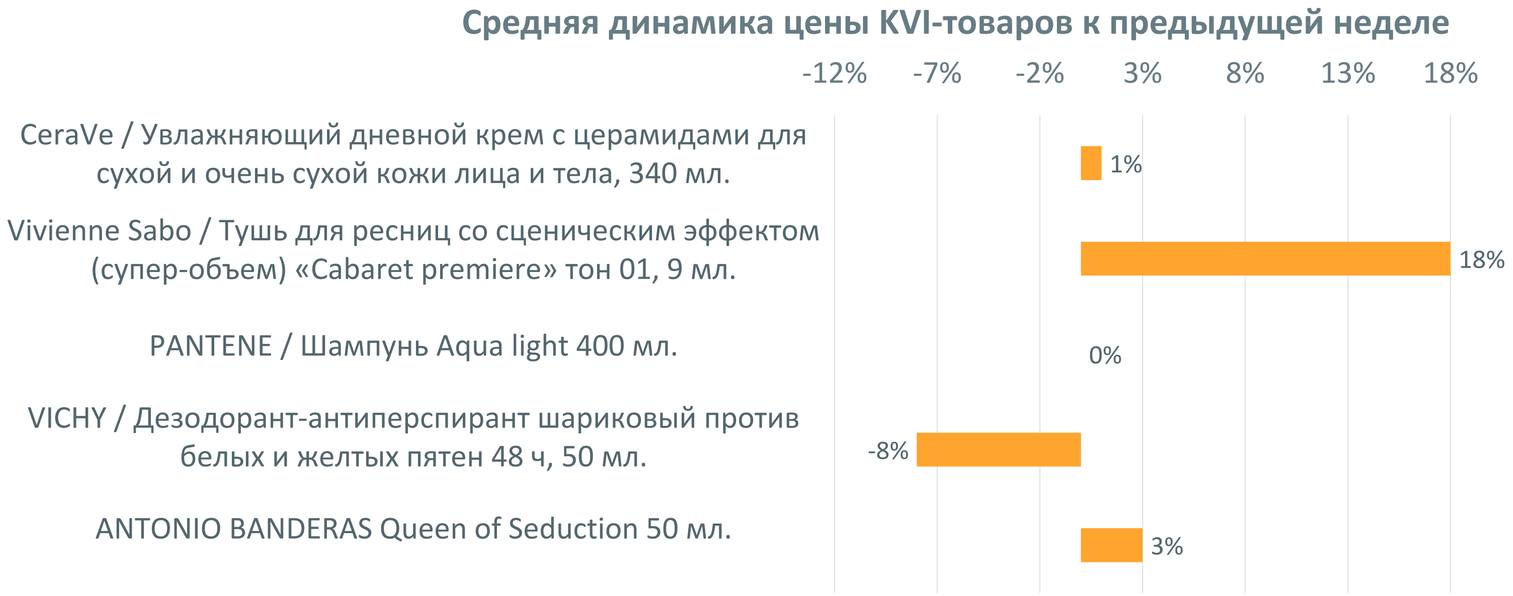


За период с 12 по 18 апреля количество товаров во всех категориях росло незначительно – максимальный рост составил всего 2% к предыдущему дню. 12 апреля еще отмечался спад категории «крем для лица», но затем рост составил 1% и не опускался до самого конца отчетной недели.

При этом количество товаров категории туши для ресниц практически не менялось в течение недели.

Косметика: мониторинг цен

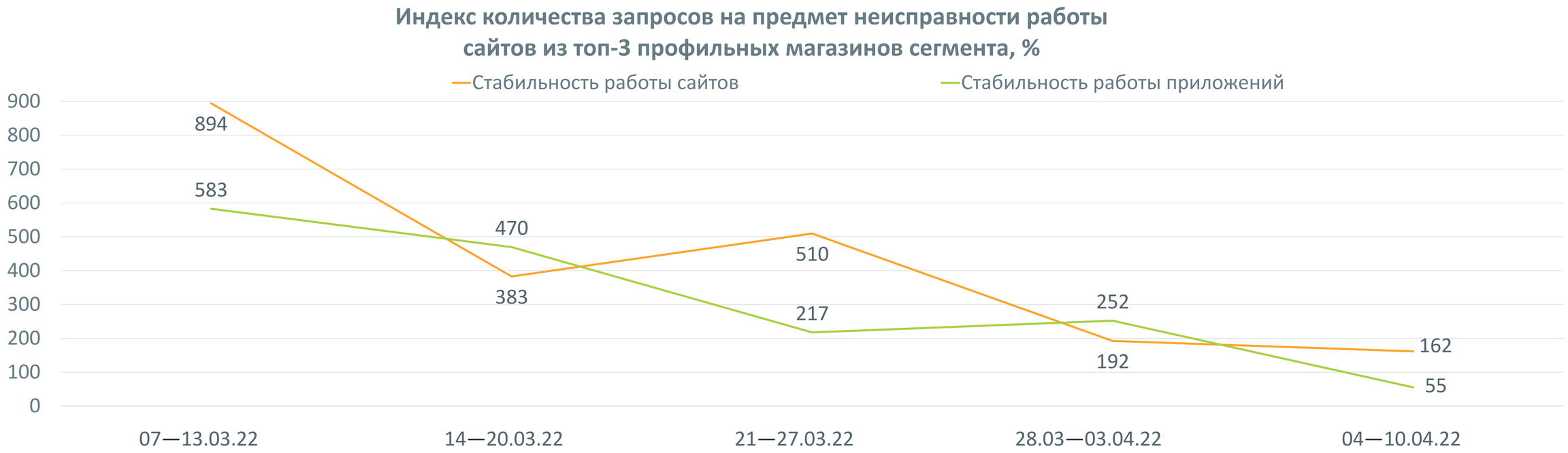




Достигнув пика роста 13 апреля, средняя цена начала снижаться и продолжила своё падение вплоть до начала следующей недели.

Несмотря на это, все товары категории косметики продемонстрировали рост (от 1 % до 18%) по отношению к предыдущей неделе, кроме дезодоранта «VICHY», цена на который снизилась на 8%.

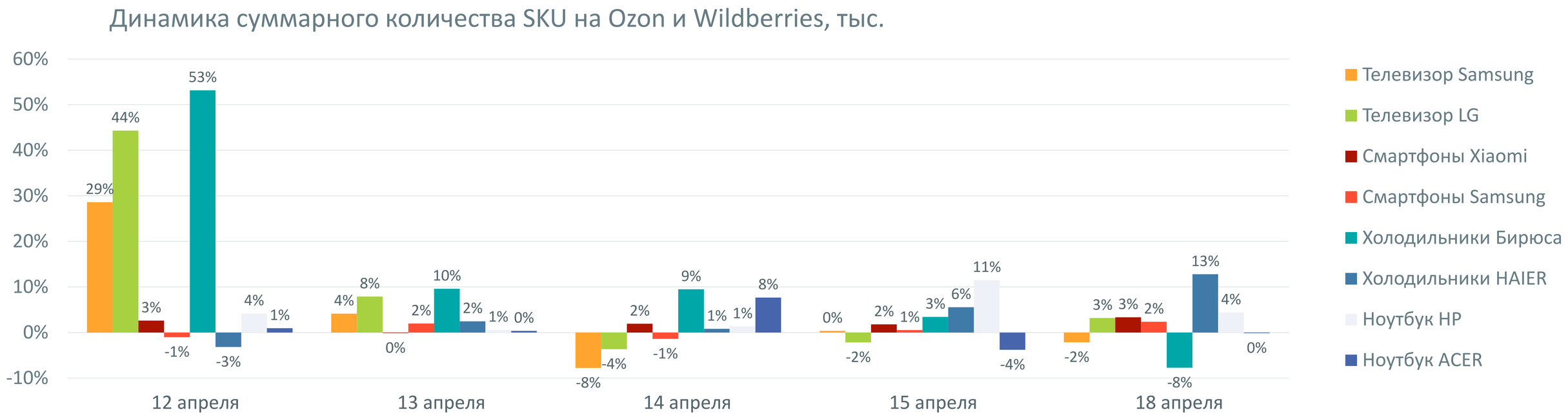
Косметика: индекс технической стабильности



В начале марта количество запросов на тему технической неисправности работы сайтов магазинов сегмента косметики было почти в 9 раз выше нормы. Это может быть вызвано в том числе сезонным спросом на товары данной категории.

К началу апреля количество запросов на тему технической неисправности работы сайта или приложения постепенно уменьшилось. При этом количество запросов о работе приложений опустилось почти в 2 раза ниже нормы.

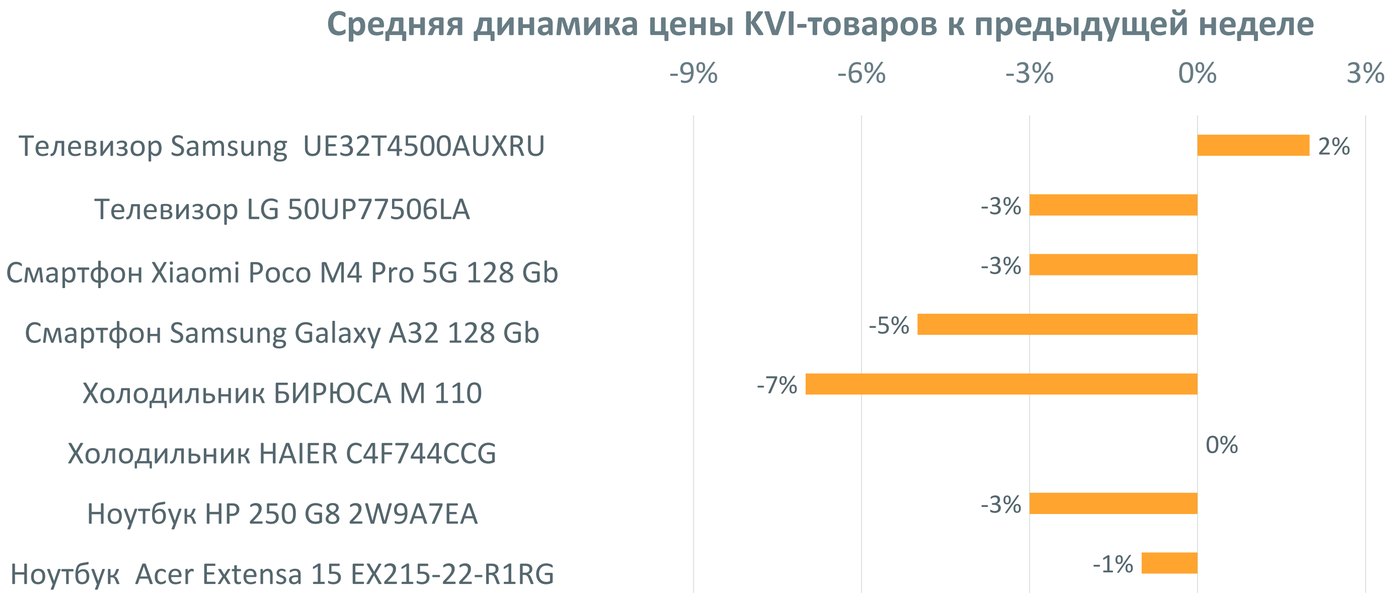
БТиЭ: доступность



Сильнее всего в сегменте электроники за прошедшую неделю менялось количество холодильников бренда «Бирюса». Так, 12 апреля их количество выросло на 53% и продолжало расти в течение недели, но после выходных сократилось на 8%.

Также 12 апреля значительно выросло количество доступных для заказа телевизоров брендов «Samsung» и «LG», рост составил 29% и 44% соответственно.

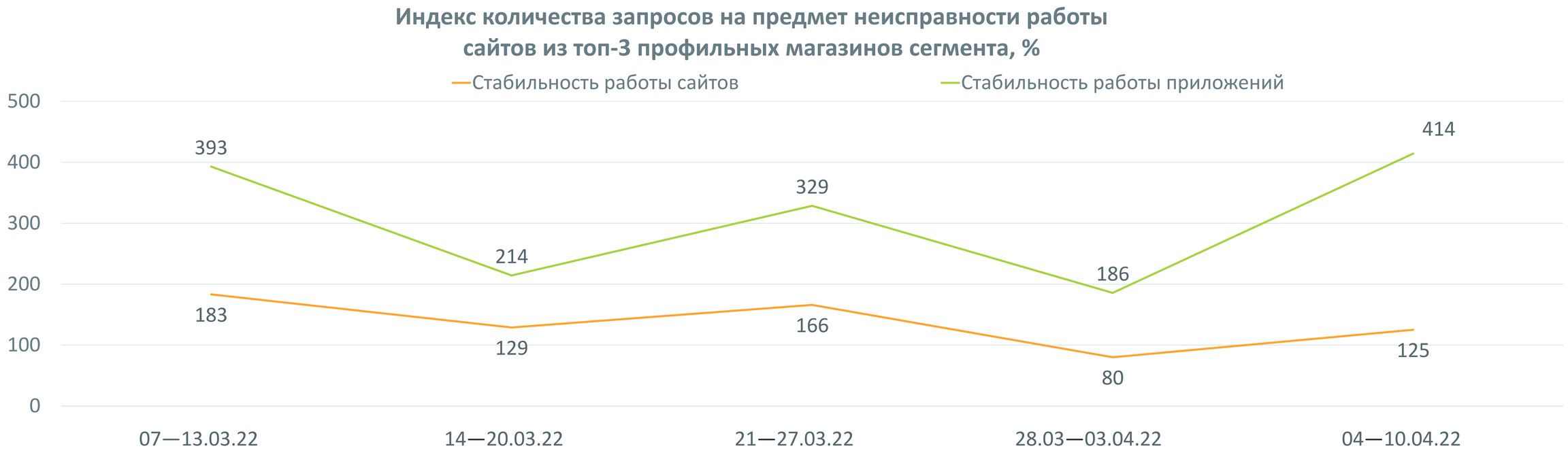
БТиЭ: мониторинг цен



Средняя цена всех товаров в сегменте бытовой техники и электроники за прошедшую неделю почти не изменилась. Тем не менее, у большинства товаров, участвующих в мониторинге, цены снизились.

Ниже всего упала цена холодильника бренда «Бирюса» – на 7%. Только у холодильника бренда «Haier» цена осталась без изменений, а телевизор бренда «Samsung» даже вырос в цене на 2%.

БТиЭ: индекс технической стабильности



В отличие от сегментов детских товаров и косметики, количество запросов на тему нестабильности работы сайтов и приложений магазинов электроники, ближе к середине апреля не уменьшилось, а, наоборот, увеличилось по сравнению с медианными значениями до марта 2022 года.

Больше всего выросло количество поисковых запросов на тему работы сайтов магазинов электроники, а не приложений.

Методика

1. В исследование включены крупнейшие по объему продаж профильные российские интернет-магазины категорий бытовой техники и электроники, косметики, зоотоваров и детских товаров. Для первых двух мы регулярно отслеживаем количество заказов и посещаемость по топ-10 интернет-магазинам по объему продаж, для зоотоваров и детских товаров – по топ-5 магазинам.
   В мониторинг не включены магазины, принадлежащие зарубежным организациям и холдингам. Также не учитываются продажи товаров перечисленных категорий на сайтах универсальных маркетплейсов.

2. Оценка количества заказов основана на результатах мониторинга Data Insight, а также данных, предоставленных магазинами или находящимися в открытом доступе.

3. Для анализа посещаемости используются данные SimilarWeb без учета трафика из других стран.

4. Для анализа доступности категорий сегментов фиксируются открытые данные каталогов на сайтах двух крупнейших универсальных маркетплейсов – Wildberries.ru и Ozon.ru.

5. В мониторинге цен участвуют KVI-товары (Key Value Indicators – товары, которые влияют на восприятие уровня цен в магазине).
   При выборе брендов и товаров мы использовали статистику маркетплейсов и данные поисковых запросов wordstat.yandex.ru с наименованиями разных товаров.

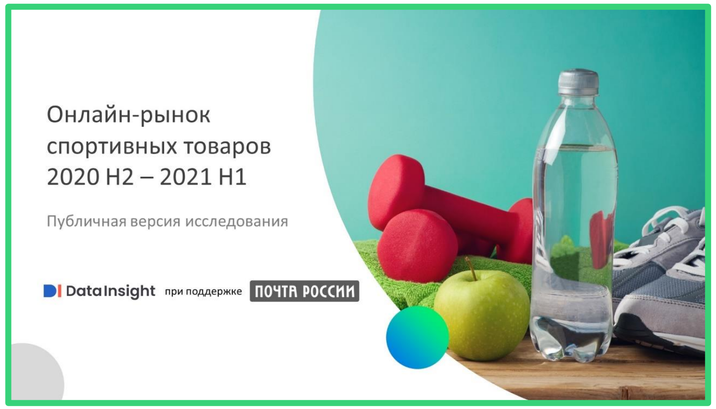
6. Изменения цен рассчитаны по средней цене, указанной в трех крупнейших магазинах каждой категории.

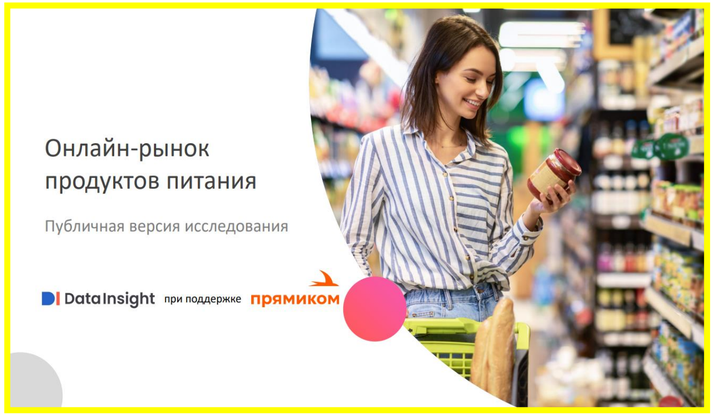
7. Индекс технической стабильности считался как отношение количества запросов по типу «не работает сайт XXX» и «не работает приложение XXX» к медиане количества таких запросов за январь и первую половину февраля на wordstat.yandex.ru.

8. В дальнейшем Data Insight планирует расширять список исследуемых категорий и анализируемых метрик.

Data Insight - первое в России агентство, специализирующееся на исследованиях и консалтинге в области eCommerce и других интернет-рынков

Наши обзоры по сегментам





Узнать больше:

+7 (495) 540 59 06

coordinator@datainsight.ru

datainsight.ru

Другие контакты