



Экспресс-мониторинг рынка электронной коммерции

Выпуск 1: 21-27 марта 2022

 **Data Insight**

Data Insight представляет еженедельный 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 — пилотный выпуск мониторинга. Следующие выпуски будут выходить каждую неделю и распространяться по подписке.

Если вы хотите получать экспресс-мониторинг регулярно, пожалуйста, [подпишитесь](#). Мы будем присылать вам актуальные данные каждую неделю.

В первом 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).

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.

За первую неделю мониторинга количество заказов увеличилось в трех сегментах из четырех — заказы детских товаров уменьшились на 5%. Количество заказов косметики увеличилось на 115%. Лидером по конверсии стал сегмент зоотоваров — за последнюю неделю конверсия составила 12,8%.

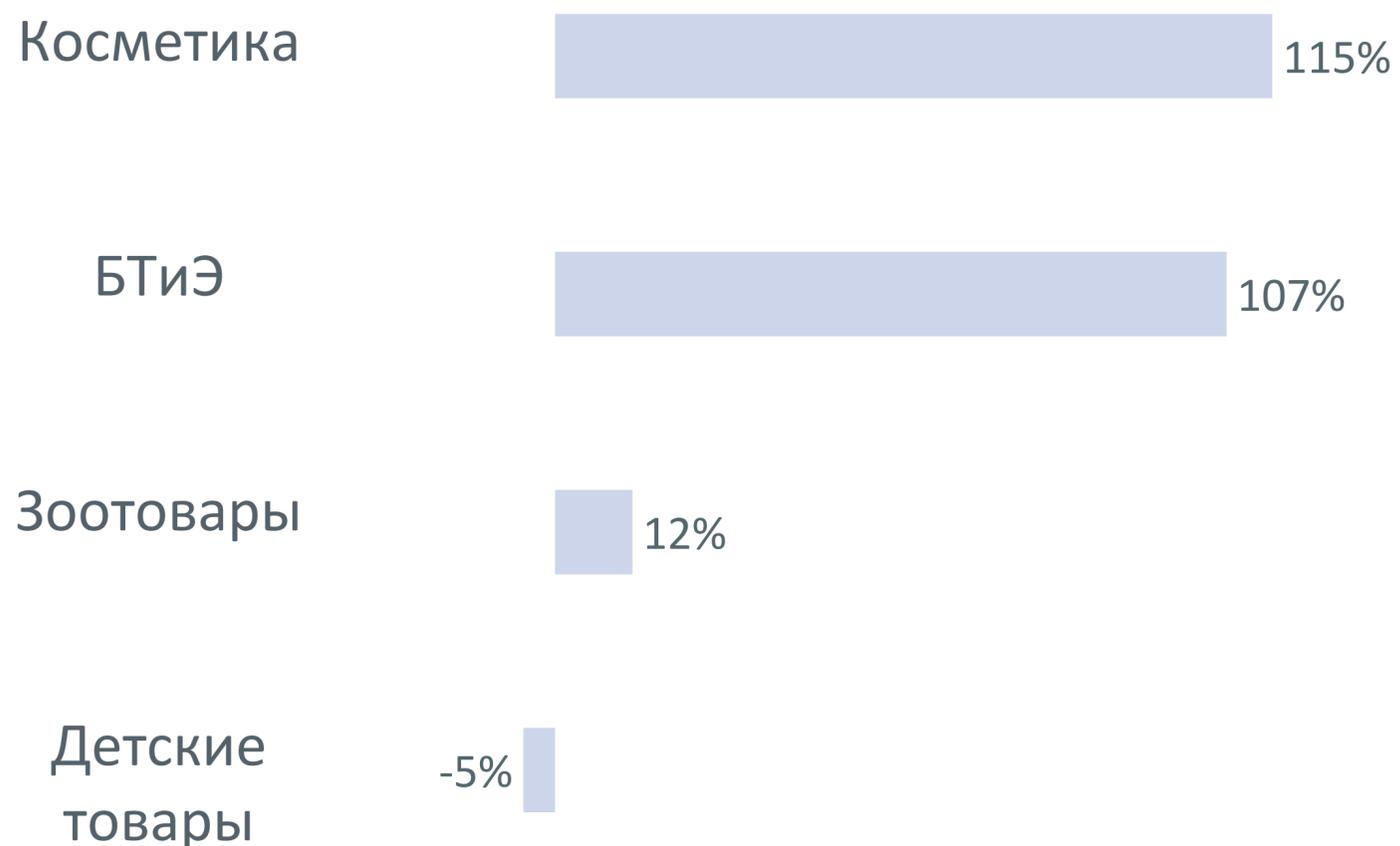
В большинстве категорий увеличилось количество SKU на Ozon и Wildberries, то есть товары, участвующие в исследовании, стали более доступны. Сильнее всего колеблется количество товаров в сегменте бытовой техники и электроники. Например, в четверг, 24 марта, динамика количества товаров смартфонов Samsung составила 113% к предыдущему дню, а уже на следующий день, 25 марта, -50% к предыдущему дню. Меньше всего выросли запасы фруктовых пюре «Агуша» и «ФрутоНяня» и смесей «Малютка» в детских товарах, а также туши и кремов для лица в косметике.

Цены в большинстве товарных сегментов остаются стабильными. Стоимость большей части бытовой техники и электроники либо снизилась, либо не изменилась. Например, телевизор Samsung и холодильник «Бирюса» по сравнению с 23 марта подешевели на 5%.

Сильнее всего к первому дню мониторинга (23 марта) выросли товары сегмента косметики — крем для лица бренда «CeraVe» и шампунь бренда «Pantene» — средний рост цены на эти товары составил 42% и 20% соответственно.



Динамика количества заказов 21-27 марта 2022
(12 неделя) к предыдущей неделе, %

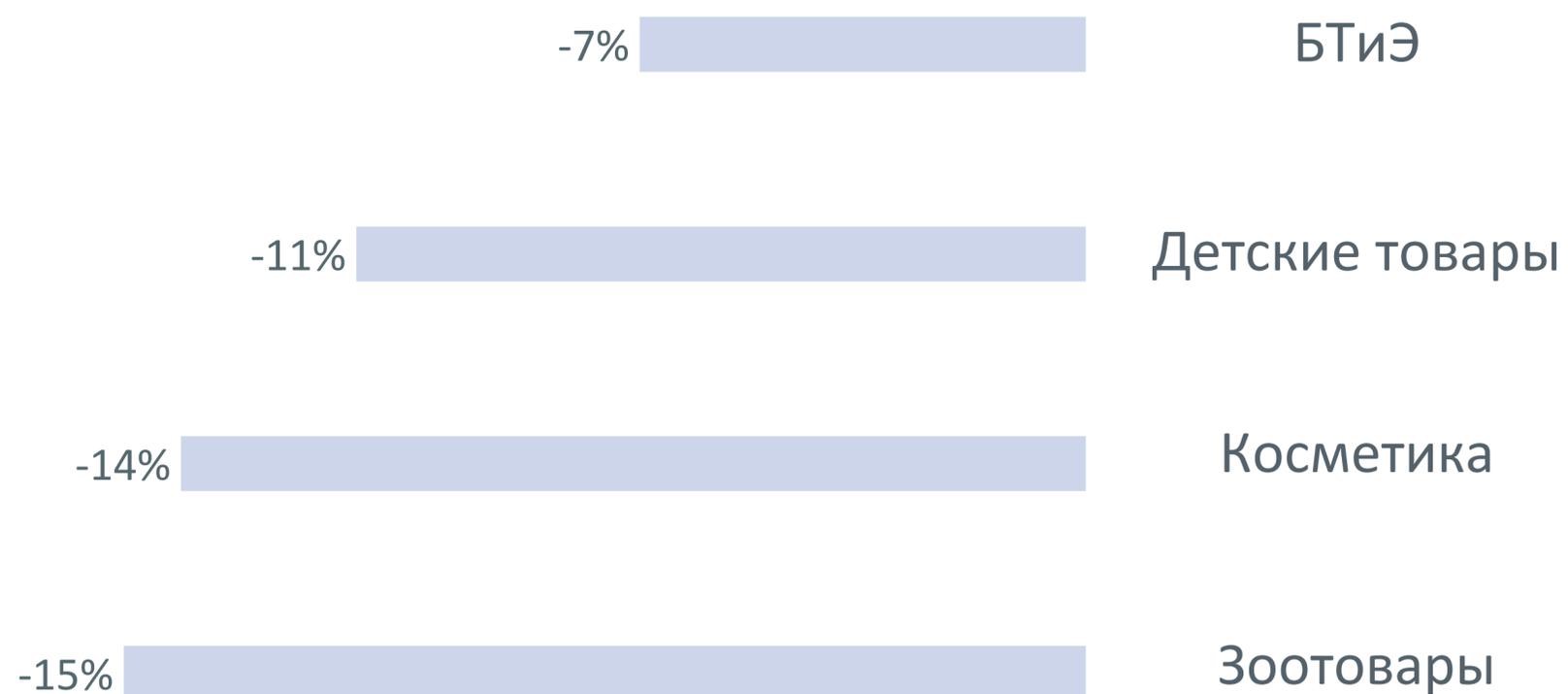


Сильнее всего выросло количество заказов в сегменте косметики – на 115% по сравнению с предыдущей неделей.

На втором месте сегмент электроники – рост заказов составил 107%.

Детские товары стали единственным сегментом, в котором количество заказов за неделю 21–27 марта снизилось по отношению к предыдущей неделе.

Динамика посещаемости магазинов за 21-27 марта 2022 (12 неделя) к предыдущей неделе, %



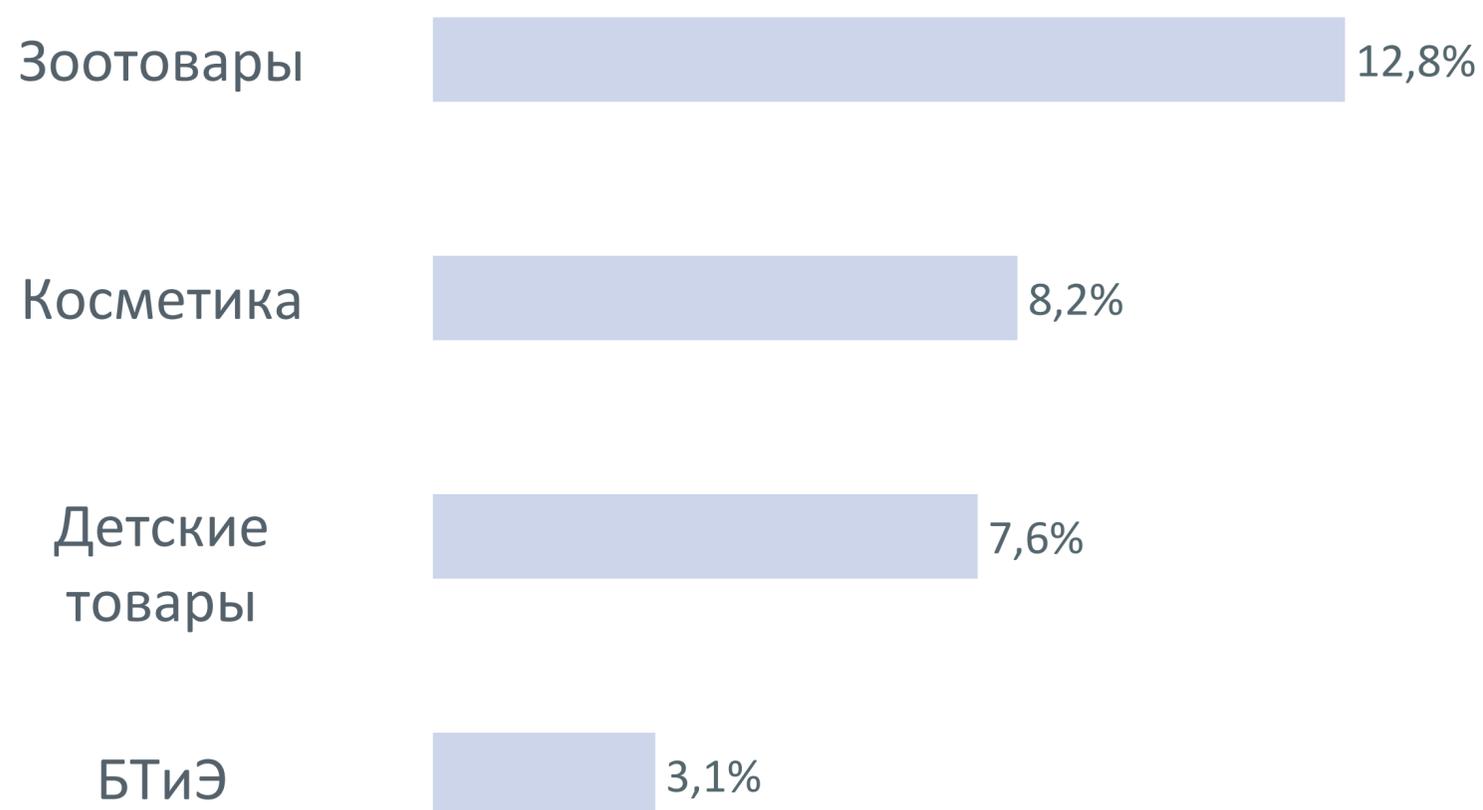
Посещаемость сайтов магазинов во всех сегментах за прошедшую неделю снизилась.

Меньше всего за неделю 21—27 марта снизился трафик в магазинах бытовой техники и электроники, а сильнее всего — в магазинах зоотоваров (15%) и косметики (14%).



Конверсия (отношение количества заказов к посещаемости сайта)

Конверсия за неделю 21-27 марта 2022 (12 неделя), %



По конверсии лидируют магазины зоотоваров.

Конверсия в сегменте зоотоваров составила 12,8% (12,8 заказов на 100 посещений сайта).

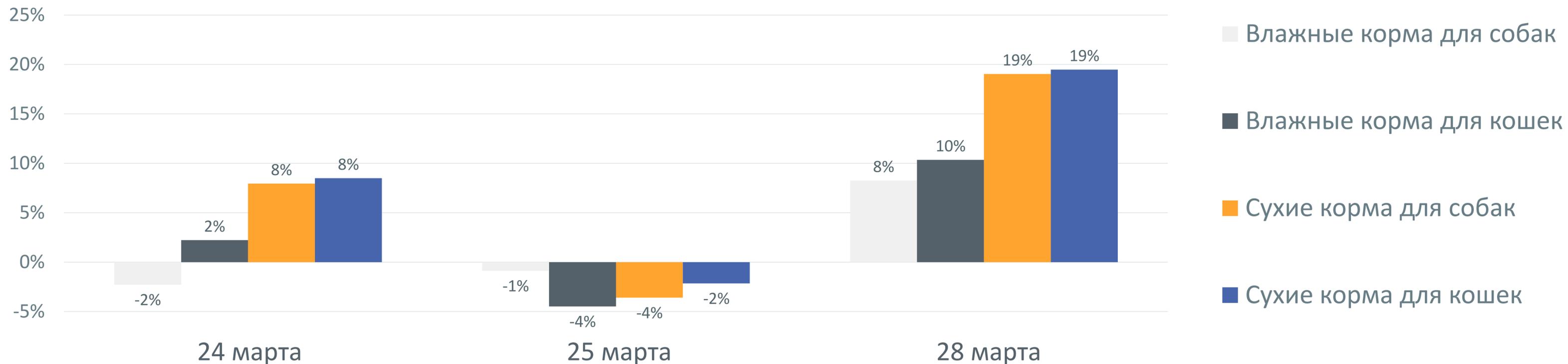
На втором месте – косметика.

Ниже всего конверсия в сегменте электроники: всего чуть больше трех заказов на 100 посещений сайтов данного сегмента.



Зоотовары: доступность

Динамика суммарного количества SKU на Ozon и Wildberries, тыс.



С 23 по 28 марта суммарное количество доступных SKU на Ozon и Wildberries увеличилось во всех товарных категориях, вошедших в мониторинг. После постепенного снижения к концу рабочей недели (24-25.03) количество товаров во всех категориях выросло, рост по сравнению с первым днем периода составил от 5 до 27%.

Влажные корма растут медленнее сухих.



Динамика изменения средней цены
KVI-товаров в топ-3 профильных магазинах
зоотоваров, %



Средняя динамика цены KVI-товаров (24-28 марта к 23 марта)

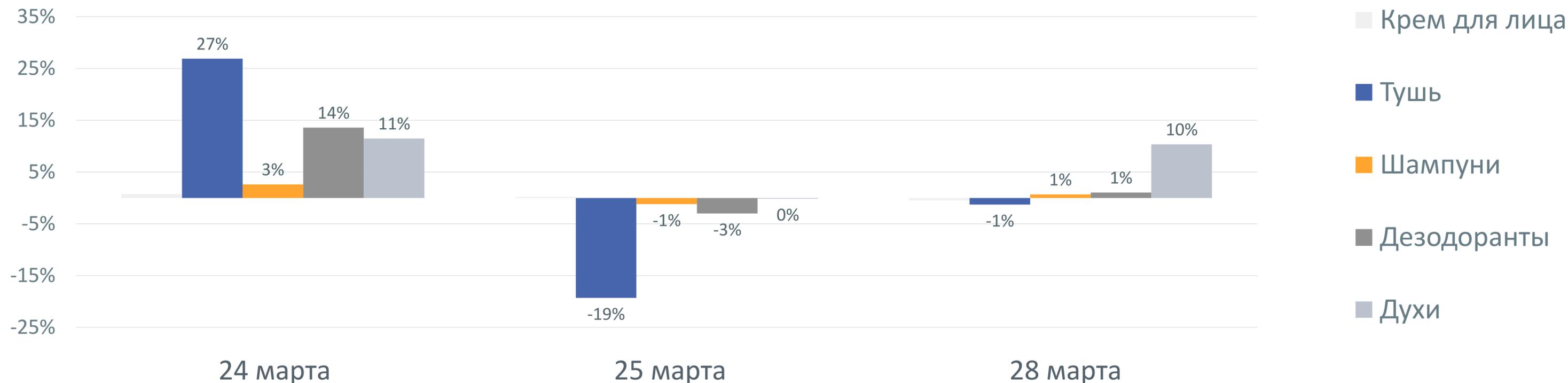


За первую неделю мониторинга цена в сегменте зоотоваров не только не увеличилась, но, наоборот, снизилась. Так, падение цены 24 марта к предыдущему дню составило 16%. На следующий день цена снизилась еще на 2% уже по отношению к четвергу. За выходные цена на выбранные товары в сегменте зоотоваров не поменялась.

Больше всего снизилась цена на сухой корм, представленный в данном мониторинге брендом «Monge» – среднее снижение цены по отношению к первому дню мониторинга (23 марта) составило -20%.

Косметика: доступность

Динамика суммарного количества SKU на Ozon и Wildberries, тыс.



В пятницу, 25.03, средняя динамика SKU в категории косметических товаров на двух крупнейших универсальных маркетплейсах составила -5%. Однако 28 марта товарные запасы во всех категориях выросли, так что количество товаров оказалось больше, чем в первый день периода.

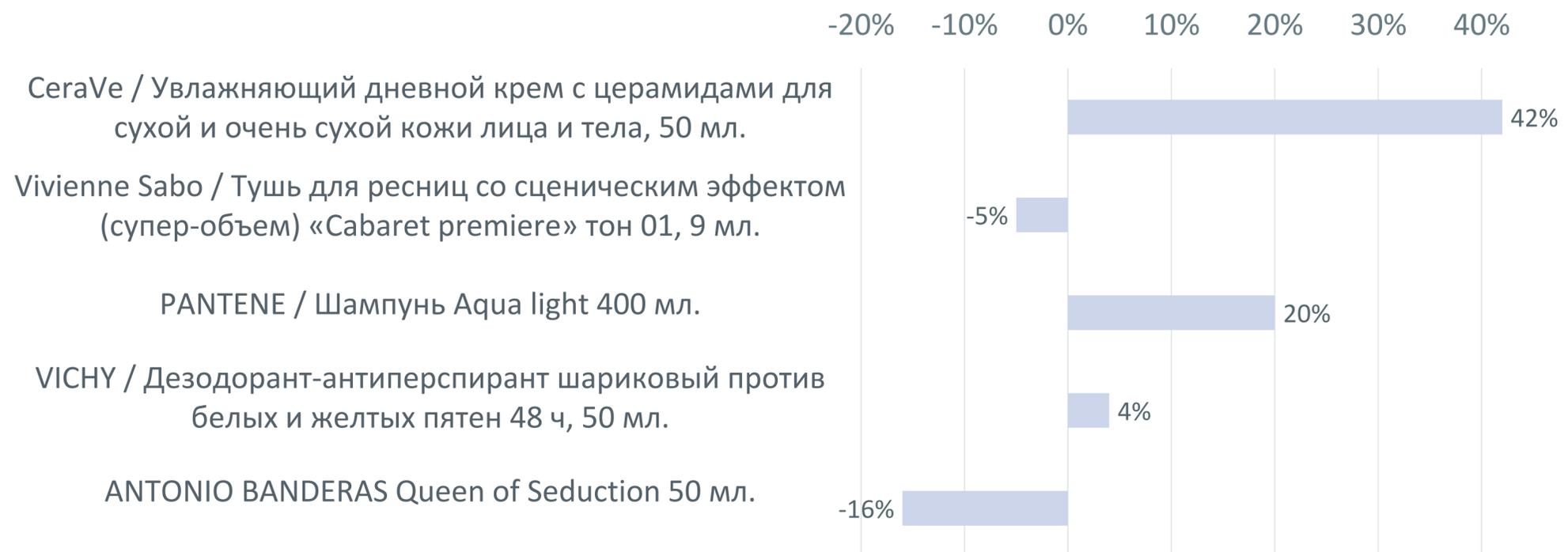
Наибольший рост SKU на конец периода оказался у духов, меньше всего выросло количество кремов для лица и туши.



Динамика изменения средней цены
KVI-товаров в топ-3 профильных магазинах
сегмента, %



Средняя динамика цены KVI-товаров (24-28 марта к 23 марта)

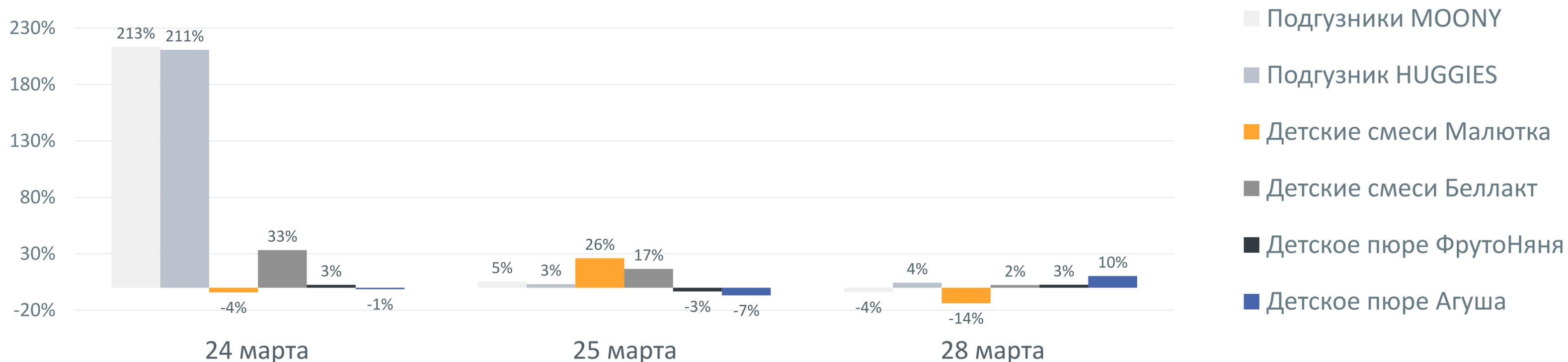


Рост средней цены косметических товаров к концу первой недели мониторинга составил 15% к предыдущему дню. Сильнее всего к первому дню мониторинга (23 марта) выросли крем для лица бренда «CeraVe» и шампунь бренда «Pantene» – средний рост цены на эти товары составил 42% и 20% соответственно.

При этом цена на духи (представленные в мониторинге брендом «Antonio Banderas») значительно снизилась – на 16%.

Детские товары: доступность

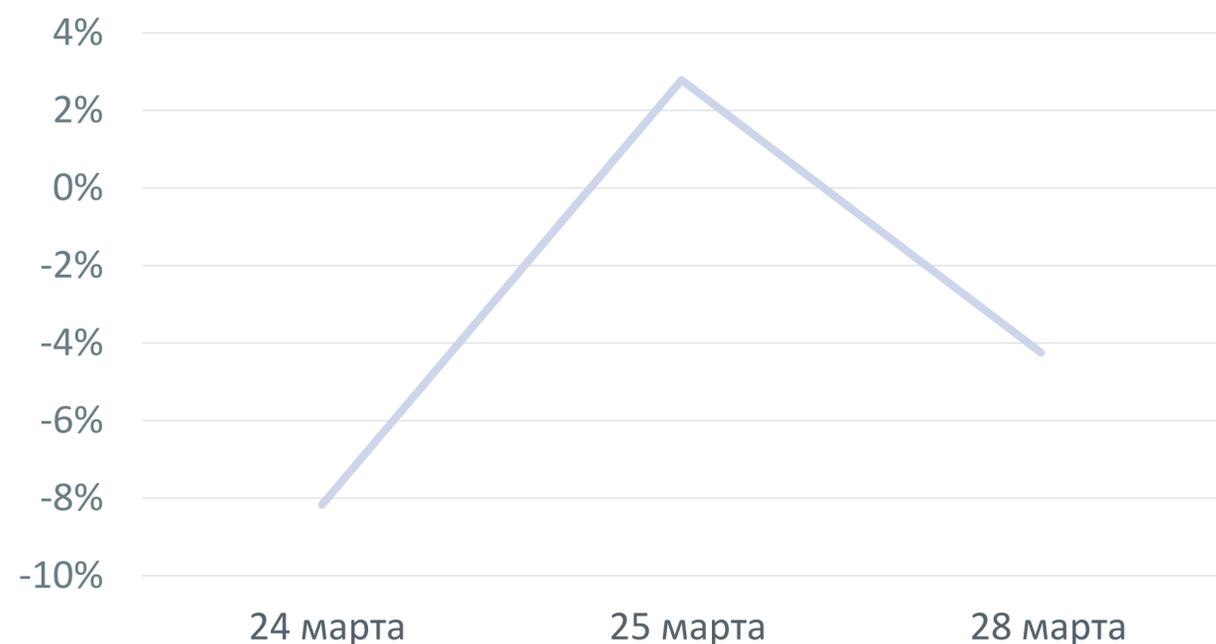
Динамика суммарного количества SKU на Ozon и Wildberries, тыс.



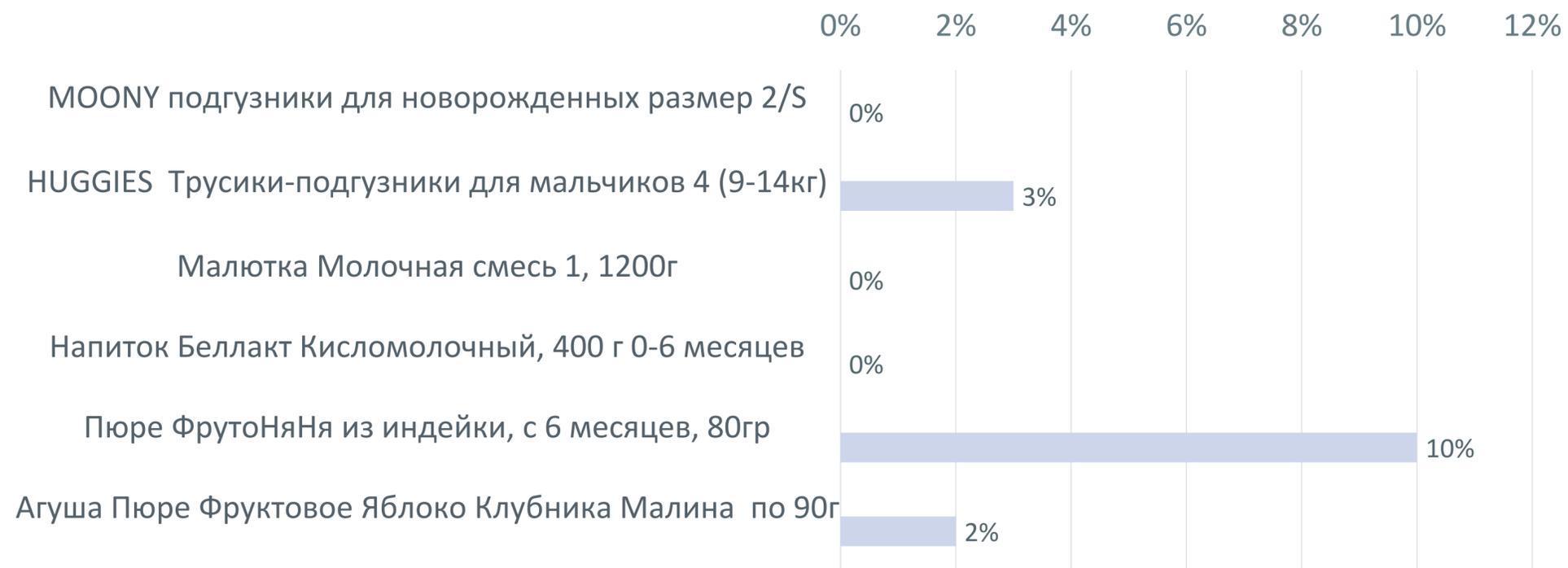
За прошедшую неделю очень существенно пополнились запасы подгузников Huggies и Moony. Количество молочных смесей в течение недели заметно колебалось, однако на конец периода выросло.

Количество пюре «ФрутоНяня» и «Агуша» осталось практически без изменений.

Динамика изменения средней цены
KVI-товаров в топ-3 профильных магазинах
сегмента, %



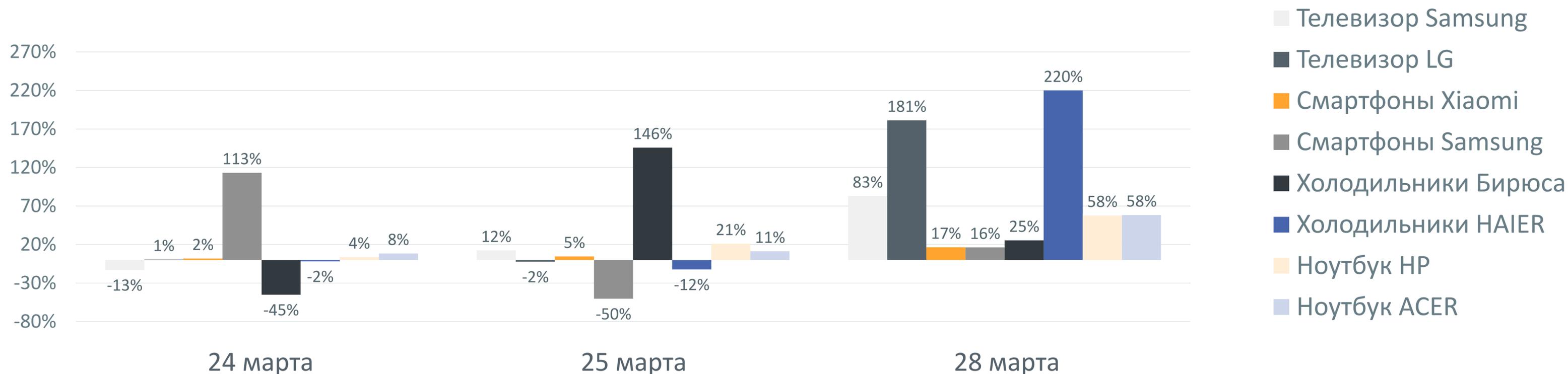
Средняя динамика цены KVI-товаров (24-28 марта к 23 марта)



Несмотря на то, что средняя цена всех детских товаров относительно первого дня мониторинга не увеличивается, цены в отдельных категориях постепенно растут – особенно это заметно в категории детских пюре, в частности, бренда «ФрутоНяня». Стоимость товаров, представляющих категорию молочных смесей, не изменилась.

Бытовая техника и электроника: доступность

Динамика суммарного количества SKU на Ozon и Wildberries, тыс.



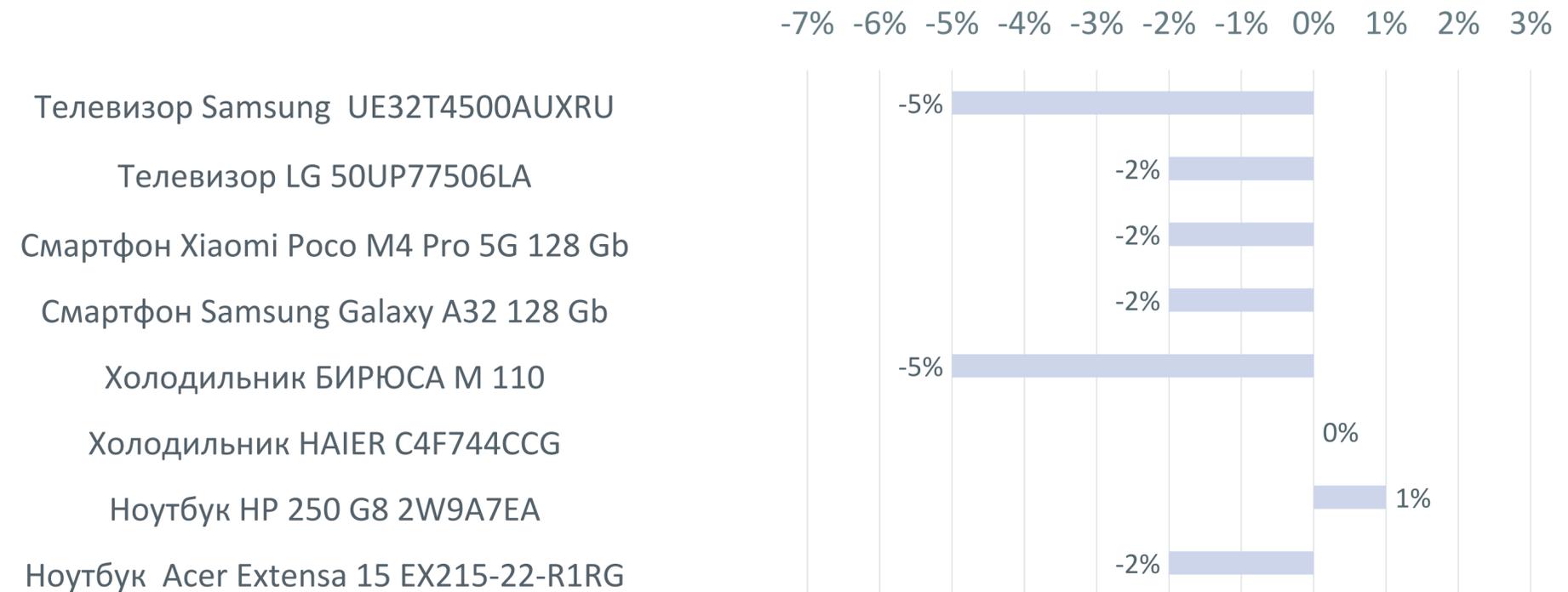
В сегменте бытовой техники и электроники происходили наибольшие колебания количества товаров по сравнению с другими исследуемыми сегментами. Например, в четверг, 24 марта, динамика количества товаров смартфонов Samsung составила 113% к предыдущему дню, а уже на следующий день, 25 марта, -50% к предыдущему дню. Аналогичная ситуация и с холодильниками – количество доступных холодильников бренда «Бирюса» в четверг, 24 марта, составило -46%, но в пятницу данный показатель вырос на 146%. После выходных, 28 марта, количество холодильников Haier также увеличилось — на 220% по сравнению с пятницей.



Динамика изменения средней цены
KVI-товаров в топ-3 профильных магазинах
сегмента, %



Средняя динамика цены KVI-товаров (24-28 марта к 23 марта)



Средняя цена товаров сегмента электроники практически не изменилась за прошедшую неделю. Однако отдельные категории демонстрируют небольшое снижение цен относительно первого дня мониторинга. Особенно это заметно в категориях крупногабаритных товаров – так, на 5% по отношению к 23 марта снизились цены на телевизор Samsung и холодильник «Бирюса».

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-магазинов по объему продаж, для зоотоваров и детских товаров – по топ-5 магазинов. 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. В дальнейшем Data Insight планирует расширять список исследуемых категорий и анализируемых метрик.

