



Экспресс-мониторинг рынка электронной коммерции

Выпуск 3: 4—10 апреля 2022

 **Data Insight**

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 — третий 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.

В третьем 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.



На неделе 4—10 апреля 2022 г. количество заказов сократилось практически одинаково во всех сегментах (от 3 до 6% в зависимости от сегмента). Сильнее всего уменьшилось количество заказов в сегменте зоотоваров. В этом же сегменте больше всего сократилась посещаемость — на 13% к предыдущей неделе.

Несмотря на это, сегмент зоотоваров третью неделю подряд лидирует по показателю конверсии. Так, на неделе 4—10 апреля 2022 г. конверсия магазинов товаров для животных составила 12,0%.

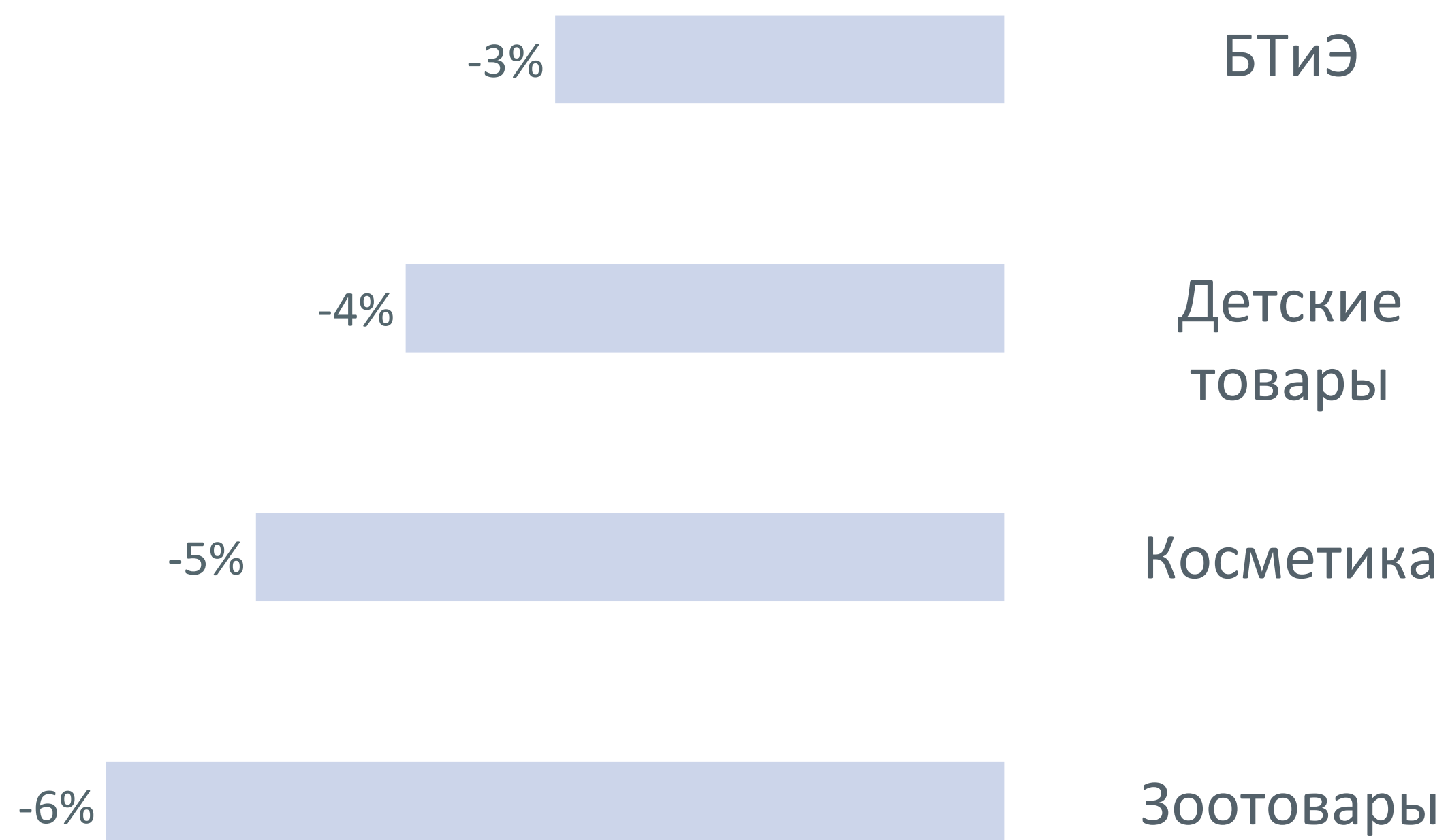
Доступность товаров в большинстве категорий остается стабильной. Однако в некоторых сегментах можно заметить колебания. Так, например, 5 апреля количество детских пюре «Фрутоняня» сократилось в два раза, однако 6 апреля выросло на 83% к предыдущему дню. 6 апреля рост холодильников бренда «Бирюса» составил 29%. Однако уже 8 апреля количество холодильников «Бирюса» сократилось на 48% к предыдущему дню. Количество доступных для заказа ноутбуков в этот день также существенно уменьшилось. Сокращение ассортимента в этих категориях составило от 16 до 29%.

Отчасти это можно объяснить снижением цен — например, цена на ноутбук «ACER» снизилась на 11% по отношению к аналогичным дням на предыдущей неделе. На 9% снизились цены на пюре «ФрутоНяня» и тушь «Vivenne Sabo».

На третьей неделе мониторинга цены выросли только на сухие корма для собак и кошек — на 7% и 4% соответственно.



Медианная динамика количества заказов за 4—10 апреля 2022 г. к предыдущей неделе, %

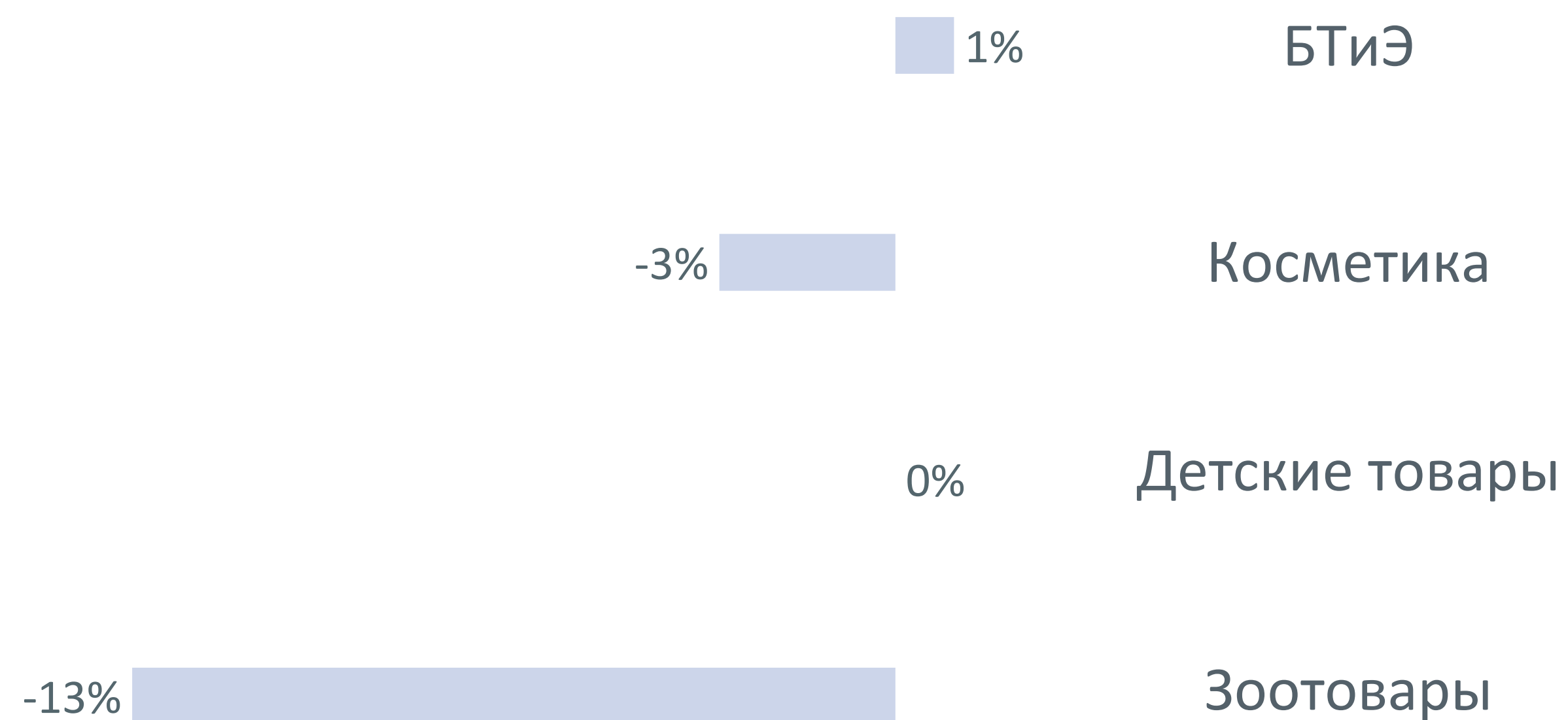


На третьей неделе мониторинга количество заказов снизилось практически одинаково во всех сегментах.

Меньше всего снизилось количество заказов в сегменте электроники — всего на 3%, а сильнее всего — в сегменте зоотоваров, на 6%.



Медианная динамика посещаемости магазинов за 4—10 апреля 2022 г. к предыдущей неделе, %

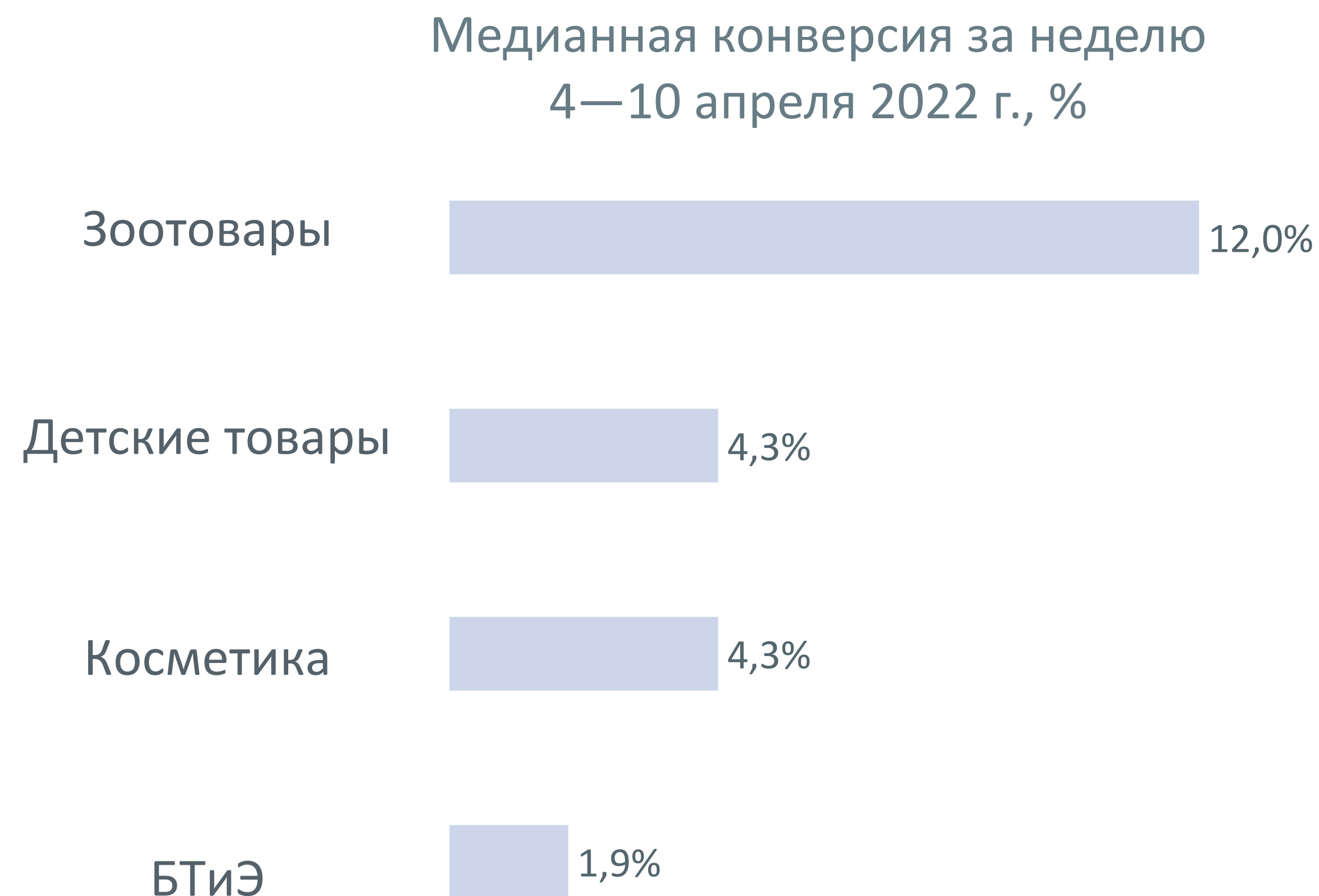


Сильнее всего посещаемость упала в сегменте зоотоваров – на 13%.

При этом в сегменте электроники посещаемость не только не упала, но и увеличилась – правда, пока незначительно (всего на 1%).

Магазины детских товаров остались на уровне предыдущей недели. В сегменте косметики посещаемость сократилась, но несущественно.

Конверсия (отношение количества заказов к посещаемости сайта)



Зоотовары лидируют по показателю конверсии третью неделю подряд.

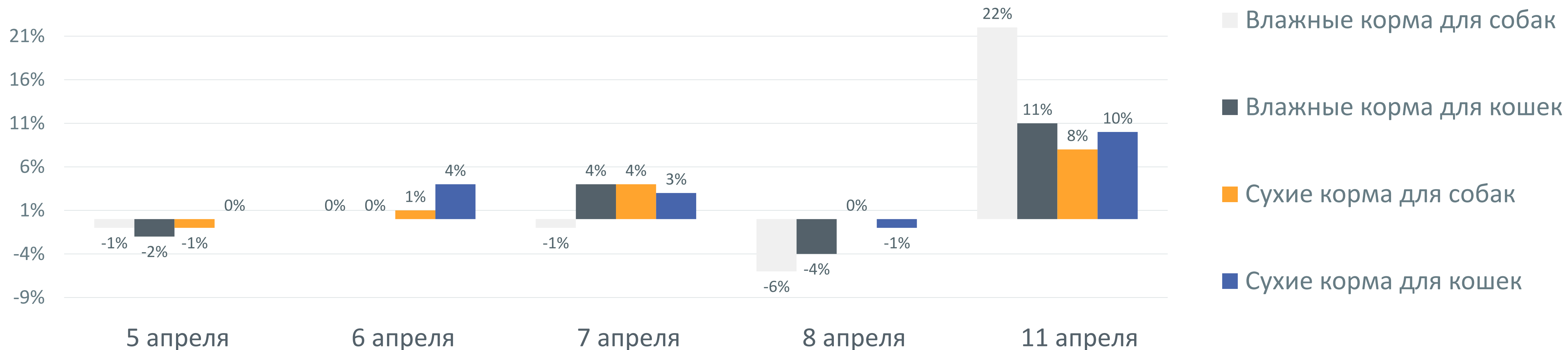
Конверсия в сегменте зоотоваров составила 12,0% (12 заказов на 100 посещений сайта). При этом она выросла на 1,3% к предыдущей неделе*.

Ниже всего конверсия в сегменте электроники: чуть меньше двух заказов на 100 посещений сайтов.

* Подробнее с показателями конверсии можно ознакомиться в нашем предыдущем выпуске экспресс-мониторинга [по ссылке](#).

Зоотовары: доступность

Динамика суммарного количества SKU на Ozon и Wildberries, тыс.



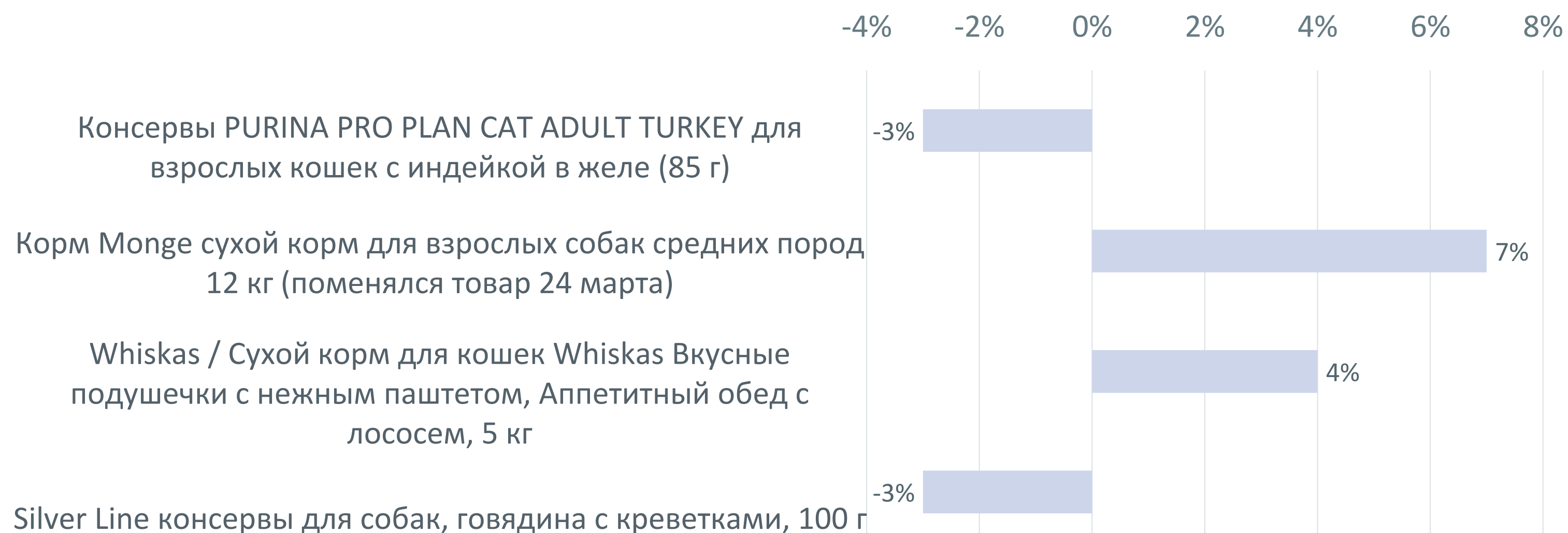
С 5 по 11 апреля суммарное количество доступных SKU на Ozon и Wildberries увеличилось во всех товарных категориях, вошедших в мониторинг. После небольшого снижения к концу рабочей недели (05.04—08.04) количество товаров во всех категориях за прошедшие выходные выросло. Рост по сравнению с первым днем периода составил от 8 до 22%.



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



Средняя динамика цены KVI-товаров к предыдущей неделе



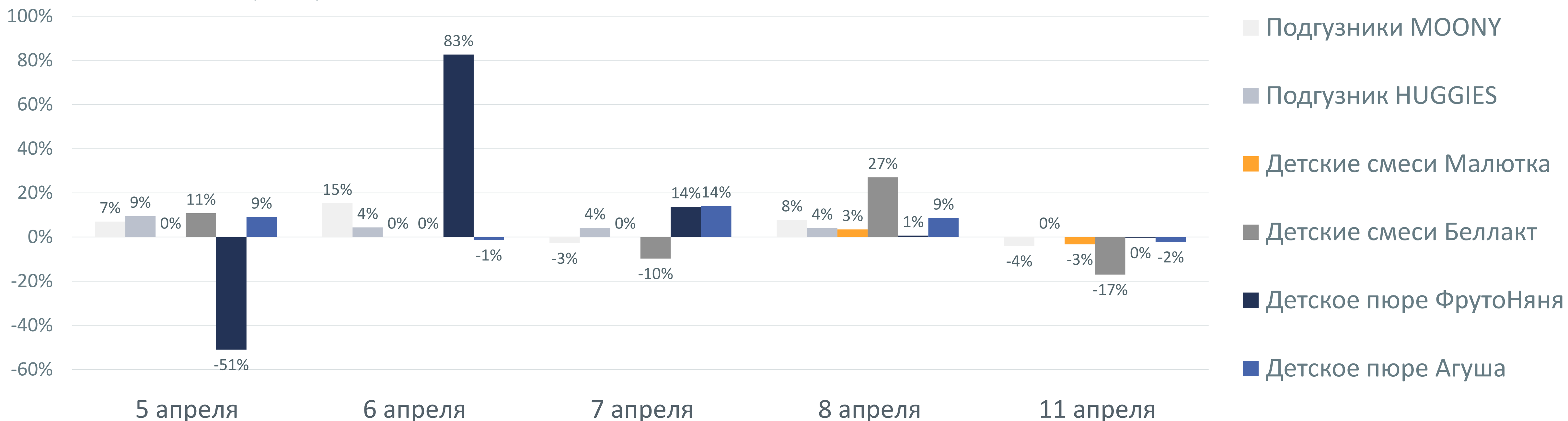
За третью неделю мониторинга цена в сегменте зоотоваров не только не увеличилась, но, наоборот, снизилась. Так, падение цены 6 апреля к предыдущему дню составило 15%. На следующий день цена выросла на 13% уже по отношению к среде. За выходные цена на выбранные товары в сегменте зоотоваров никак не изменилась.

Больше всего снизилась цена на консервный корм для кошек и собак – среднее снижение цены по отношению к предыдущей неделе составило -3%.



Детские товары: доступность

Динамика суммарного количества SKU на Ozon и Wildberries, тыс.



Сильнее всего с 5 по 11 апреля менялось количество доступных товаров в категории детских пюре «ФрутоНяня». Так, 5 апреля их количество сократилось в два раза, однако в следующие два дня снова резко выросло, практически вернувшись к прежним значениям ближе к концу рабочей недели.

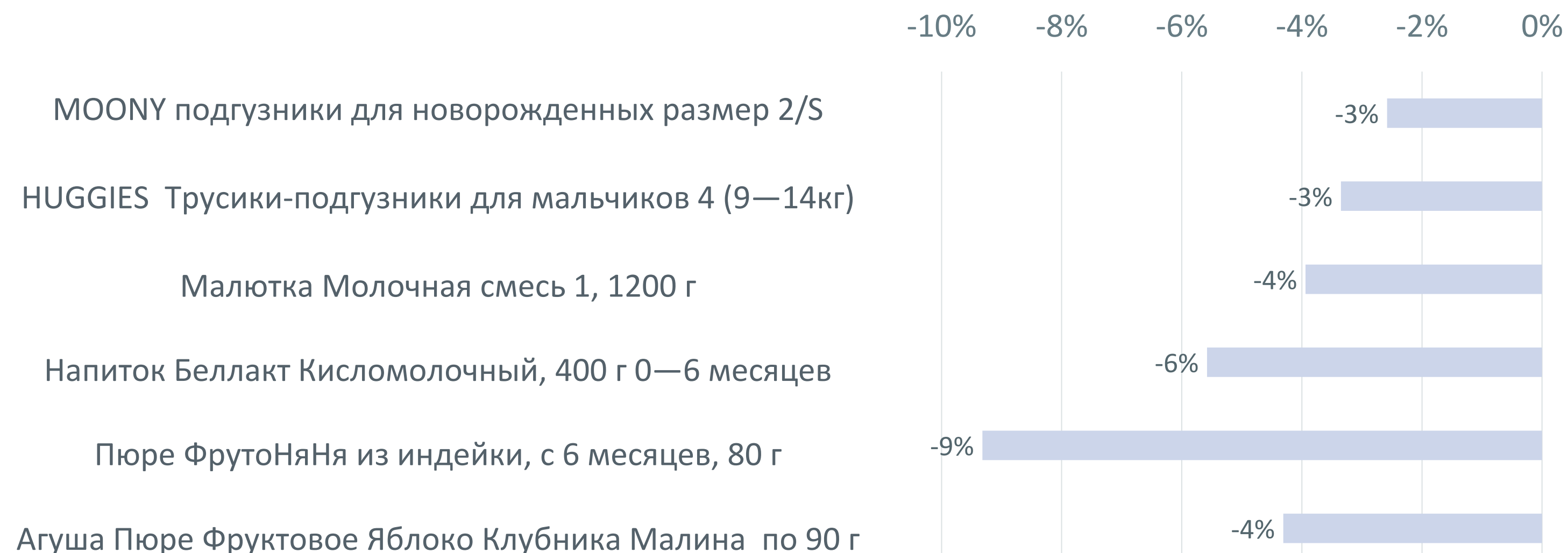
Количество детской смеси Малютка и подгузников Huggies практически не менялось в течение всего периода.



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

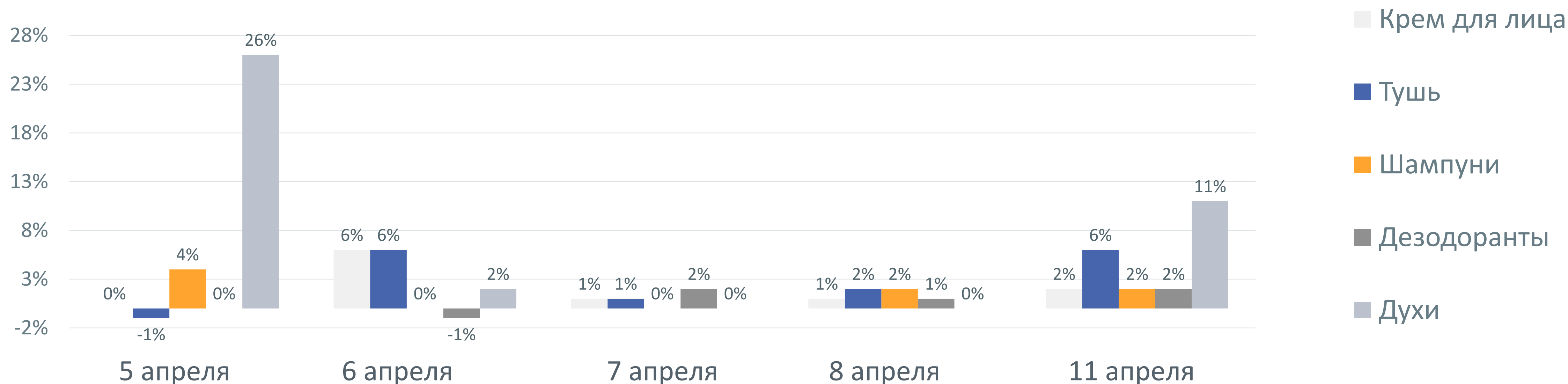


Средняя динамика цены KVI-товаров (5 апреля — 11 апреля)



Хотя средняя цена всех детских товаров за прошедшую неделю практически не изменилась, цены в отдельных категориях упали. Больше всего цена снизилась в категории детского пюре, в частности у бренда «ФрутоНяня». Меньше всего изменились цены на подгузники, в этой категории цены упали на 3%.

Динамика суммарного количества SKU на Ozon и Wildberries, тыс.



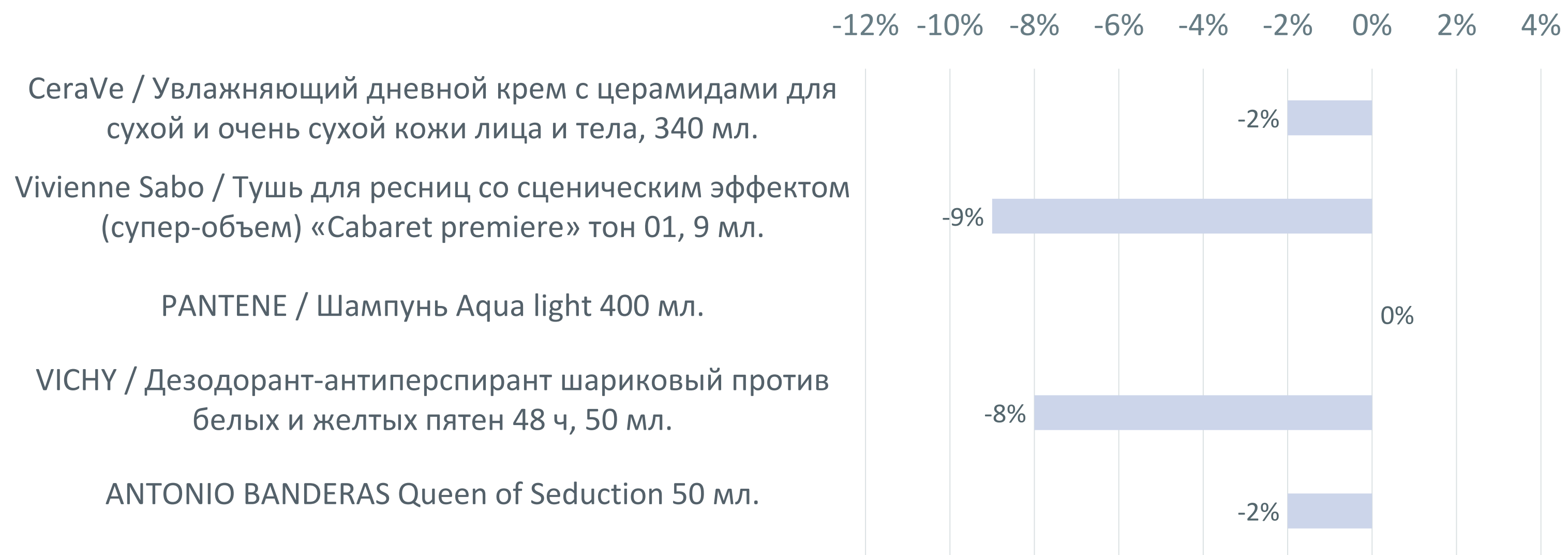
За период с 5 по 11 апреля количество всех категорий не только не уменьшилось, но и возросло. Больше всего росла категория духов – так, 5 апреля рост к предыдущему дню составил 26%.

На втором месте по темпам роста тушь. Количество доступных товаров в этой категории после 5 апреля продолжило медленный рост вплоть до конца недели.

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



Средняя динамика цены KVI-товаров к предыдущей неделе

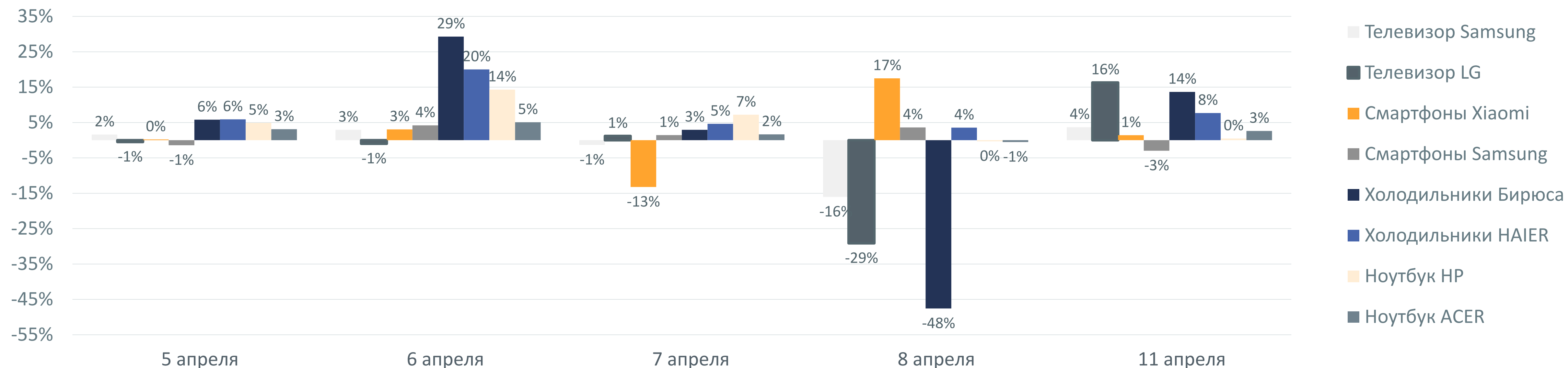


Незначительно снизившись 6 апреля, на протяжении всей оставшейся недели средняя цена в сегменте косметики больше не менялась.

За исключением шампуня «PANTENE», цена которого не изменилась, цена на все остальные товары снизилась. Больше всего упала цена на тушь «Vivienne Sabo» – на 9% к предыдущей неделе.

Бытовая техника и электроника: доступность

Динамика суммарного количества SKU на Ozon и Wildberries, тыс.



В сегменте бытовой техники и электроники за прошедшую неделю количество товаров заметно колебалось. Так, 6 апреля рост холодильников бренда «Бирюса» составил 29%. Однако уже 8 апреля количество холодильников «Бирюса» сократилось на 48% к предыдущему дню.

Количество доступных для заказа ноутбуков в этот день также существенно уменьшилось. Сокращение ассортимента в этих категориях составило от 16 до 29%.

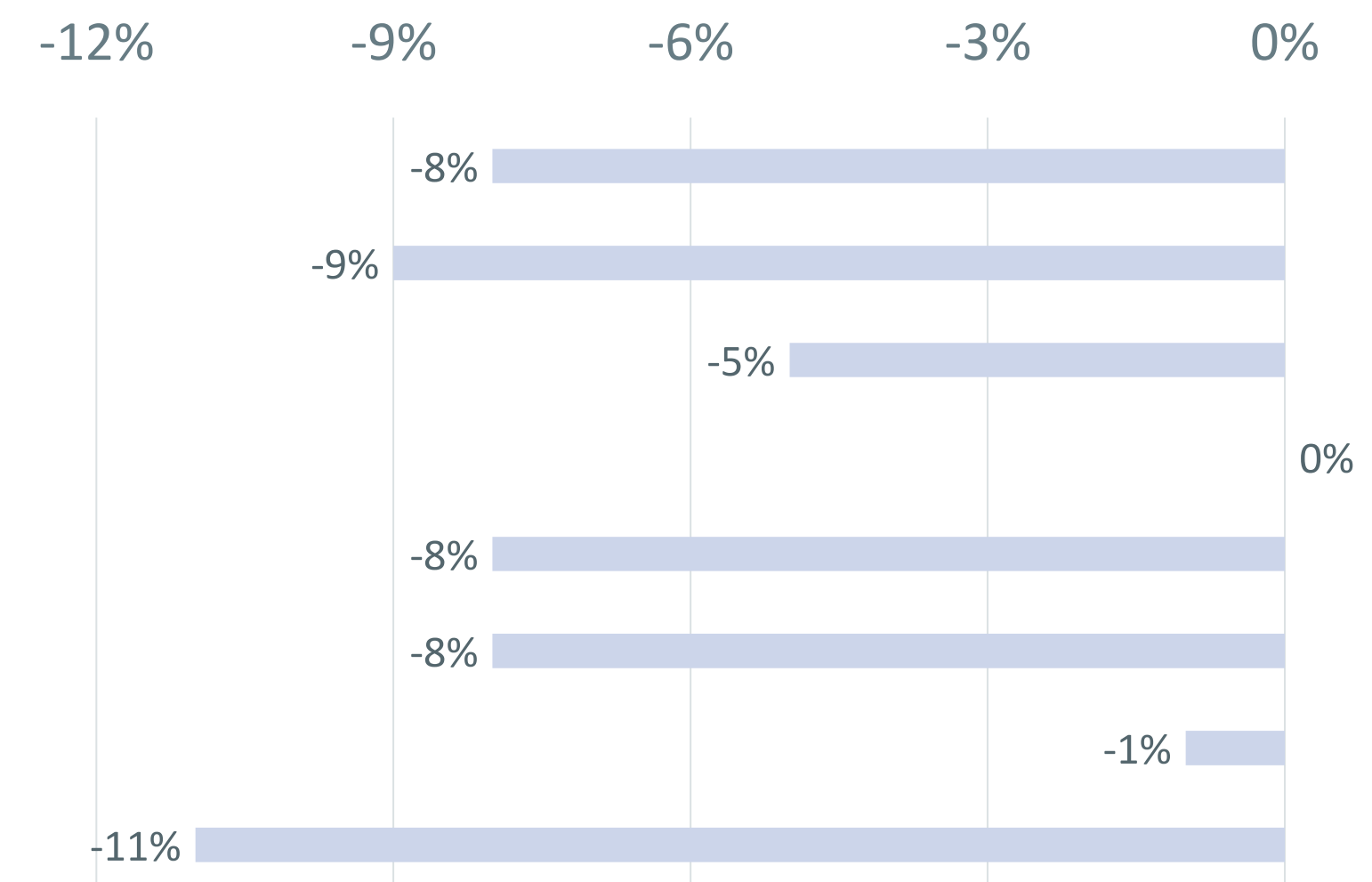


Динамика изменения средней цены
KVI-товаров в топ-3 профильных магазинах
сегмента, %



Средняя динамика цены KVI-товаров
(5–11 апреля к аналогичным дням на прошлой неделе)

- Телевизор Samsung UE32T4500AUXRU
- Телевизор LG 50UP77506LA
- Смартфон Xiaomi POCO M4 Pro 5G 128 Gb
- Смартфон Samsung Galaxy A32 128 Gb
- Холодильник БИРЮСА М 110
- Холодильник HAIER C4F744CCG
- Ноутбук HP 250 G8 2W9A7EA
- Ноутбук Acer Extensa 15 EX215-22-R1RG



За период с 4 по 11 апреля средняя цена в сегменте бытовой техники и электроники практически не росла.

Цены почти на все исследуемые KVI-товары сильно снизились, исключение составил смартфон бренда «Samsung» — его цена осталась без изменений. Больше всего подешевел ноутбук «ACER» — его цена снизилась на 11% по отношению к аналогичным дням на предыдущей неделе.



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.



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

Узнать больше:

+7 (495) 540 59 06

coordinator@datainsight.ru

datainsight.ru

[Другие контакты](#)

Наши обзоры по сегментам

