



Интернет-торговля в России 2022

datainsight.ru

 Data Insight

Генеральный партнер
 Adv.Cake

Генеральный партнер исследования

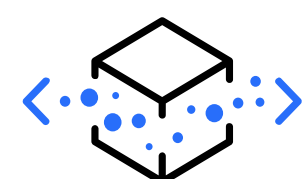


Adv.Cake

Партнеры исследования



ADV



MetaShip

Logistic Solution by PIM



webit



Реклама. 1 – Рекламодатель ООО «АДВ-КЕЙК», 2 – Рекламодатель ООО «АДВ», 3 – Рекламодатель ООО «Боксберри софт», 4 – Рекламодатель ООО «ЦАЙНЯО САПЛАЙ ЧЕЙН МЕНЕДЖМЕНТ (РУ)», 5 – Рекламодатель ООО «Далли-сервис», 6 – Рекламодатель ООО «ФЛАУВАУ», 7 – Рекламодатель ООО «Логсис Групп», 8 – Рекламодатель ООО «МАРКЕТ ПАПА», 9 – Рекламодатель ООО «ПИМПЭЙ КАССА», 10 – Рекламодатель ООО «ПРОФЭШНСОЛЮШНС», 11, 12 – Рекламодатель АО «ТИНЬКОФФ БАНК», 13 – Рекламодатель ООО «Вебит», 14 – Рекламодатель ООО «Яндекс.Доставка».

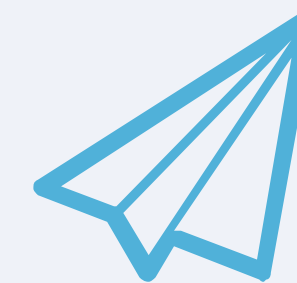
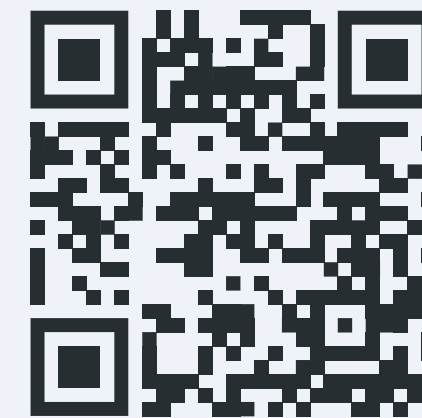
0	Ключевые цифры.....	4	10	Российский рынок ePharma.....	129
1	Интернет-торговля в мире.....	20	11	Логистика для рынка eCommerce.....	141
2	Аудитория интернета в России.....	45	12	География рынка eCommerce.....	151
3	B2C-рынок в России.....	54	13	C2C-рынок в России.....	159
4	B2C: прогноз на 2023.....	67	14	Российский рынок услуг.....	171
5	Универсальные маркетплейсы.....	72	15	Экосистема электронной торговли.....	179
6	Рейтинг топ-100 интернет-магазинов.....	84	16	Партнеры исследования.....	193
7	Технологии интернет-магазинов.....	103	17	Источники данных для отчета.....	206
8	Товарные категории.....	108	18	Data Insight.....	209
9	Российский рынок eGrocery.....	119			

- 1 [Рейтинг Топ-100 интернет-магазинов, 2022](#)
- 2 [Рынок интернет-аптек 2022](#)
- 3 [Онлайн-рынок косметики 2022](#)
- 4 [Экосистема электронной торговли в России, 2023](#)
- 5 [Онлайн-рынок одежды и обуви 2022](#)
- 6 [Кто, как и почему заказывает доставку продуктов, 2023](#)
- 7 [Покупатели аптечного ассортимента 2023](#)
- 8 [Логистика для интернет-магазинов: мнения и ожидания, 2023](#)
- 9 [Фармацевтический рынок России 2022-2023](#)
- 10 [Рынок интернет-аптек 2023 H1](#)
- 11 [Интернет-торговля в России, 2022](#)

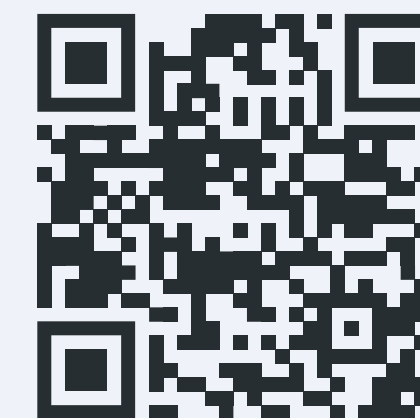
Подпишитесь на наши новости:



[Подписаться](#)
на рассылку



[Читать](#)
в Telegram



Ключевые цифры



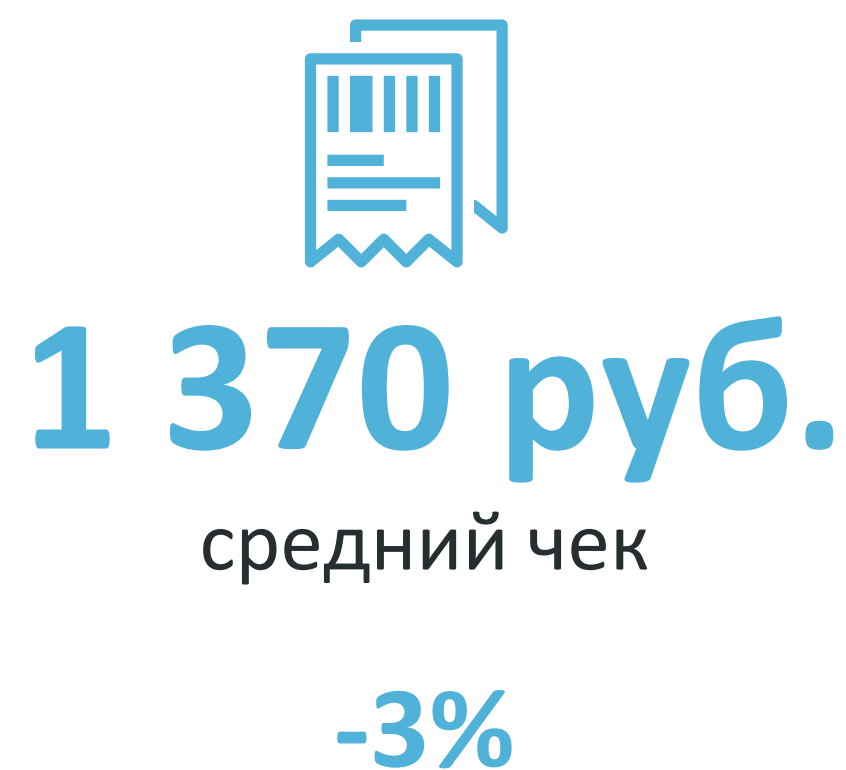
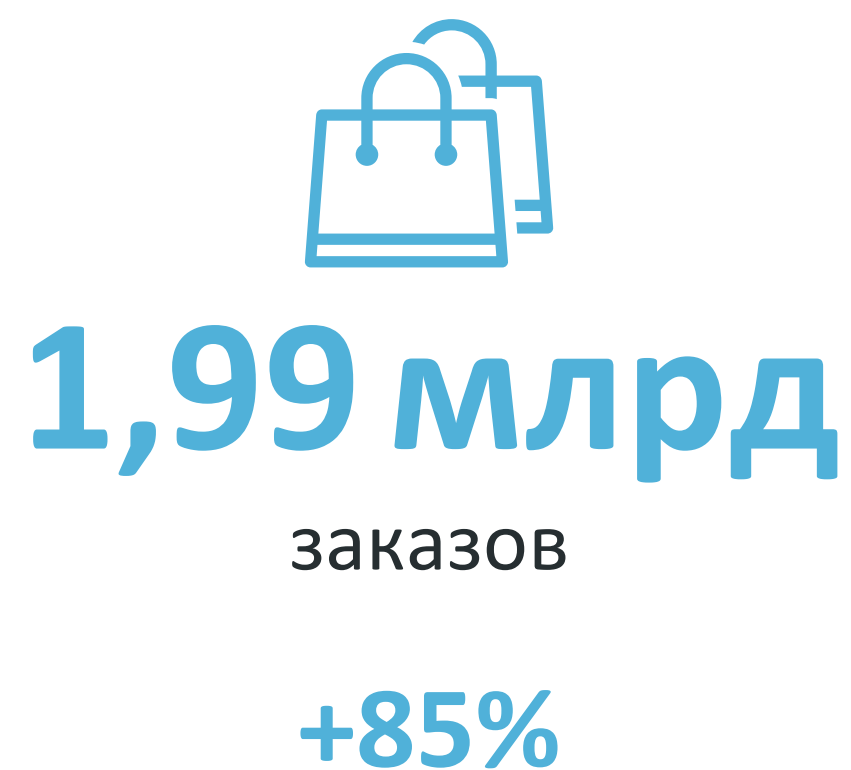
0 / Онлайн B2C в России, 2022

«Интернет-торговля» (B2C-торговля) – покупка материальных товаров через интернет, где под покупкой понимается заказ товара через сайт или мобильное приложение с устройства пользователя, вне зависимости от способа оплаты и получения заказа. В указанные данные входят только заказы покупателей из России у российских продавцов (юрлиц и ИП); в указанные цифры не входит трансграничная торговля в обе стороны, а также торговля между частными лицами.



0 / Крупные универсальные маркетплейсы, 2022

Крупные универсальные маркетплейсы в России – учитываются площадки с оборотом более 30 млрд руб. в год, на которых представлены большинство товарных категорий, и у которых не менее четверти продаж осуществляется по модели маркетплейса. На декабрь 2022 года это: Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет, AliExpress Россия* и СберМегаМаркет.



*только продажи российских продавцов
Источник: данные Data Insight, март 2023

0 / eGrocery в России, 2022

eGrocery включает продажи специализированных интернет-магазинов и специализированных служб доставки продуктов питания, в том числе заказы продуктов питания через службы доставки еды из ресторанов, без учета несрочной доставки продуктов питания через универсальные и мультикатегорийные интернет-магазины и маркетплейсы.



402 млн

заказов

+75%



1 375 руб.

средний чек

-5%



Сегмент интернет-аптек — интернет-магазины, специализирующиеся в первую очередь на продаже лекарственных средств. В исследование не включены интернет-магазины, специализирующиеся на продаже очков и линз, медицинского оборудования, БАДов и других нелекарственных товаров для здоровья. Статистика сегмента приводится по **49 интернет-аптекам**, входящим в ТОП-1000 российских интернет-магазинов по количеству заказов в первом полугодии 2022 года.

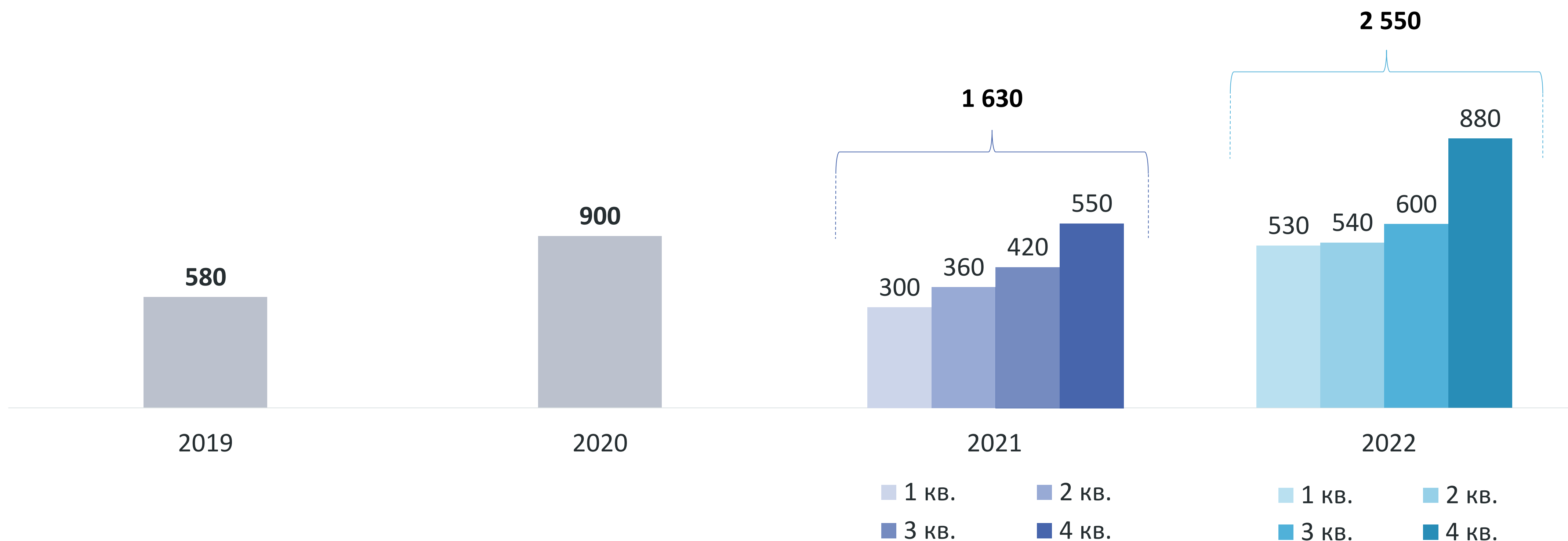


Источник: накопленные статистические данные Data Insight; Data Insight, Рынок интернет-аптек 2022 H1, 2023 – datainsight.ru/DI_ePharma1H2022; Data Insight, «Интернет-торговля в России 2021»; Data Insight, Фармрынок России, 2021; DSM Фармацевтический рынок

0 / Рынок логистики для eCommerce, 2022

В 2022 году доставлено **более 2 550 млн отправлений**, рост относительно 2021 года составил более 56%.

Количество заказов на рынке логистики для электронной торговли, млн шт.



Оценка количества заказов представлена с учётом заказов C2C и MLM. Оценка не включает заказы eGrocery.
Источник: Data Insight, Размер рынка логистики для eCommerce, 2022 — datainsight.ru/DI_LogisticsSize2023

0 / Микробизнес на рынке услуг

Под термином **«исполнитель»** мы понимаем человека, работающего в сфере услуг; **«провайдер услуг»** – субъект экономической деятельности: человек или коллектив, работающий в сфере услуг. **«Микробизнес»** – самозанятые и частные лица, компании и коллективы со штатом до 15 человек включительно.

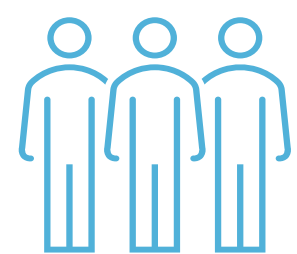
Результаты приводятся **по периоду с апреля 2021 по март 2022 года** на основе опроса специалистов, работающих в одиночку, а также команд и компаний с численностью штата до 15 человек включительно.



2,6 млрд

заказов услуг
с использованием интернета
сделали россияне

+13%



9,3%

населения 18-64 занято
в микробизнесе в сфере
услуг

-0,7 п.п.



Наши решения для CPA-маркетинга



Создание собственной партнерской программы

Помощь по привлечению всех возможных вебмастеров и повышению продаж с комиссией в 6 раз ниже*

Ведение CPA-сетей под ключ

Работа с любым количеством сетей в едином окне без рутины:

✓ 1 менеджер

✓ 1 дашборд

✓ 1 договор

✓ 1 сверка

✓ 1 интеграция

✓ 1 счет

Защита от cookie stuffing

Экономия 30-40% бюджета CPA в результате блокировки недобросовестных вебмастеров



Мониторинг брендового контекста

Отслеживание конкурентов и блокировка вебмастеров, использующих ваш бренд в контекстной рекламе

*В сравнении с вашей текущей комиссией в CPA-сетях

Создадим вашу собственную партнерскую программу



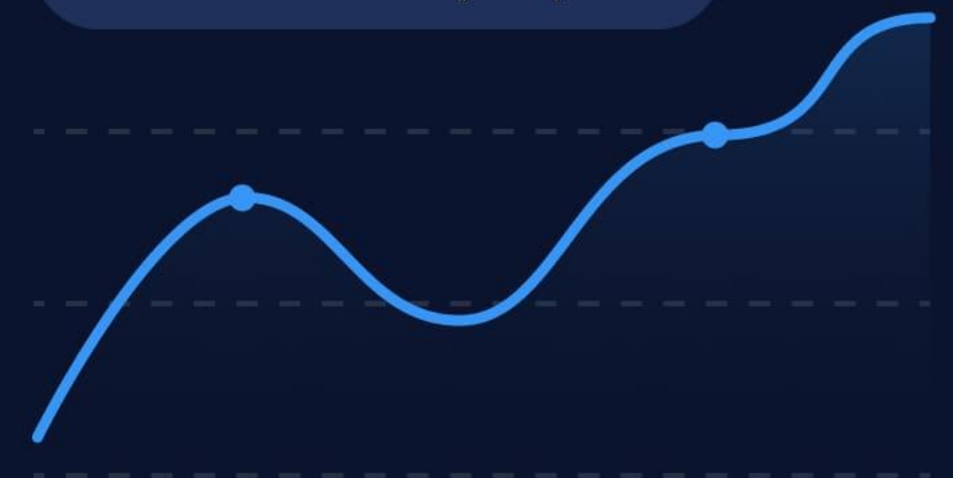
- Увеличим количество визитов и заказов
- Снизим маркетинговую стоимость каждого заказа

- Привлечем всех ключевых вебмастеров
- Решение подходит для: банков, образования, e-commerce, финансов, игр

Улучшим показатели ффера:

• Вебмастера		▲ 42%
• Заказы		▲ 30%
• Визиты		▲ 28%
• Расходы		▼ 24%

Увеличим трафик



Типы офферов



Тревел



Услуги



Банки



E-commerce



Образование



Финансы



Игры

Кейс партнёра «Adv.Cake»

В **2020** году мы **запустили** собственную партнерскую программу для офферов «**М.Видео**» и «**Эльдорадо**».

На старте, доля заказов в собственной программе, по сравнению с подключенными партнерскими сетями, была незначительной.

В **2021** году большая часть партнеров была переключена из партнерских сетей в собственные партнерские программы, и, вместе с тем, в обоих офферах **выросло общее количество заказов**.

В **2022** году уже **100% заказов** принадлежали именно **собственным партнерским программам**.

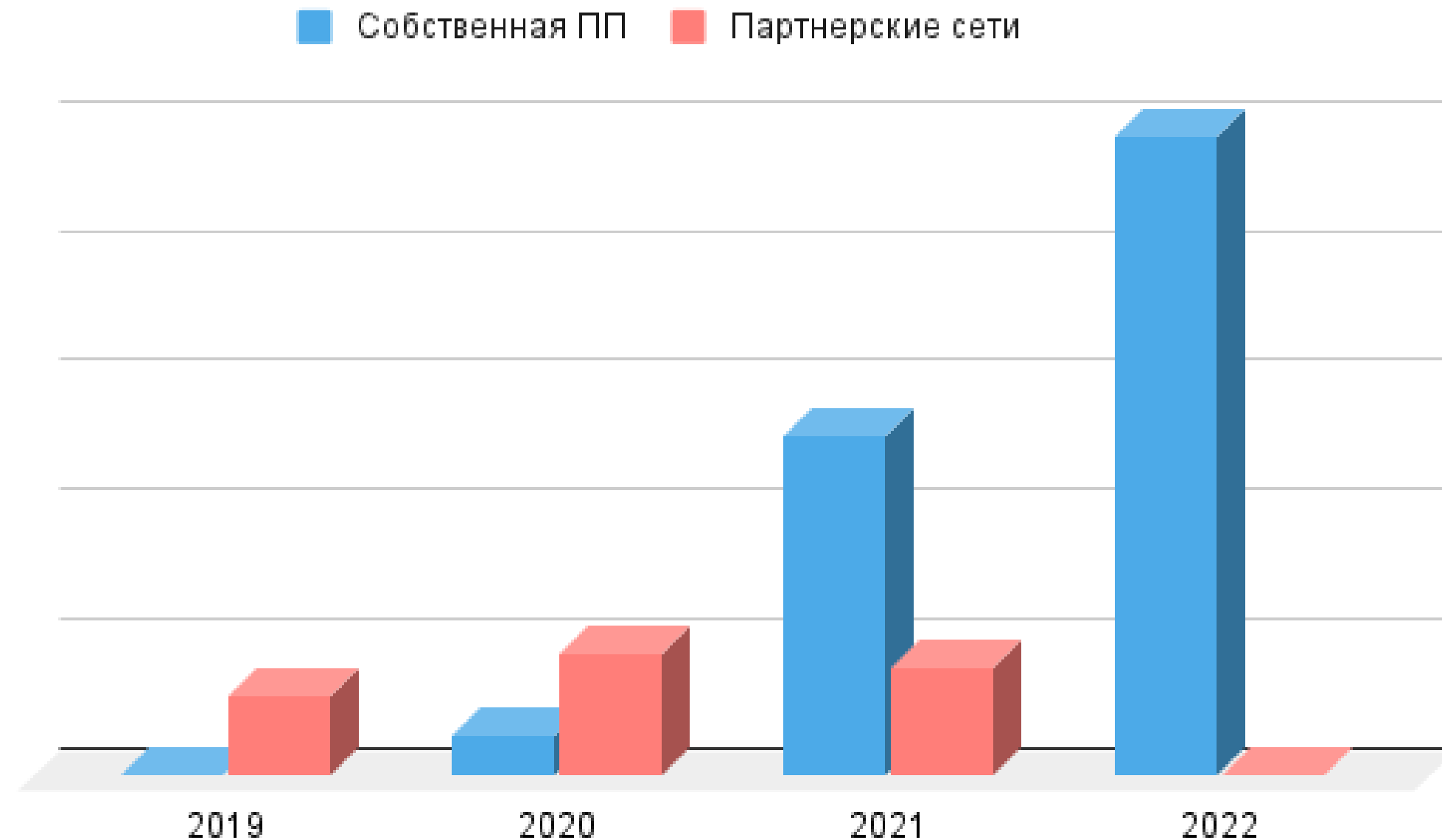
Это стало возможным, благодаря тому, что мы:

- Увеличили обороты и показатели офферов,
- Первыми в РФ внедрили механику атрибуции мобильных приложений по отдельным заказам,
- Избавили клиента от рутинных задач,
- Подключили дополнительные каналы привлечения трафика,
- Сократили издержки,
- Настроили отсев фрода.

Увеличили обороты и показатели офферов

Начиная с **2019** года, **количество заказов** в канале CPA обоих офферов год от года **росло**, а с **2021** года, когда собственная партнерская программа набрала достаточно оборотов, велась **активная работа по переключению** вебмастеров на работу через собственную партнерскую программу. При этом, переход от работы через партнерские сети к собственной партнерской программе предполагает не только технические изменения, но и качественный рост — **общее количество заказов** в обоих офферах с **2019** по **2022** годы **увеличилось** более чем **в 8 раз!**

Всего заказов в канале CPA



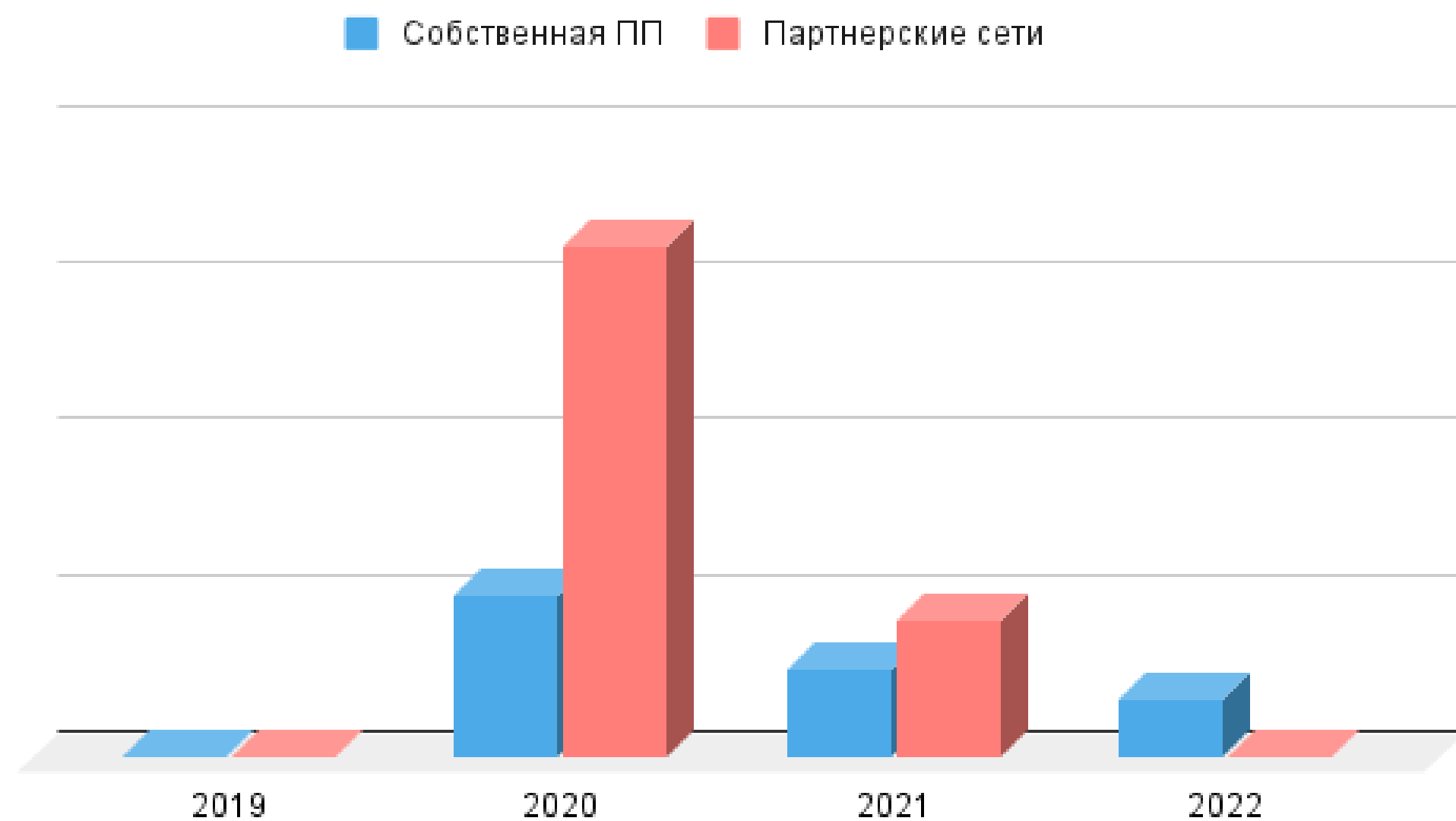
- За счет сокращения издержек на комиссиях CPA сетей, мы смогли **повысить ставки** вебмастерам в рамках дополнительных маркетинговых активностей с ограниченным периодом действия, а также ключевым вебмастерам на постоянной основе, поэтому **количество** заказов **увеличилось**, а **стоимость** привлечения осталась **прежней**.
- Также мы проанализировали общую поисковую выдачу, нашли сайты связанные с электроникой, точно связались и подключили наиболее интересные сайты к партнерской программе. Общее число вебмастеров **увеличилось** в **полтора раза** за время сотрудничества.

Настроили отсев фрода

В начале работы с Adv.Cake основное количество **фрода** приходилось на **партнерские сети**, но в результате эффективной работы системы антифрода в офферах «М.Видео» и «Эльдорадо» было **заблокировано** несколько тысяч **фродовых заказов** на сумму в **несколько десятков миллионов** рублей.

В результате, **трафик** стал гораздо **чище**, а мы не останавливаемся и **продолжаем** определять и **блокировать** возможные **нарушения** правил оффера.

Отмененных за фрод заказов в канале CPA



Сократили издержки

Снизили комиссию за трекинг заказов с 25–30% при работе с CPA-сетями до 5–10%.

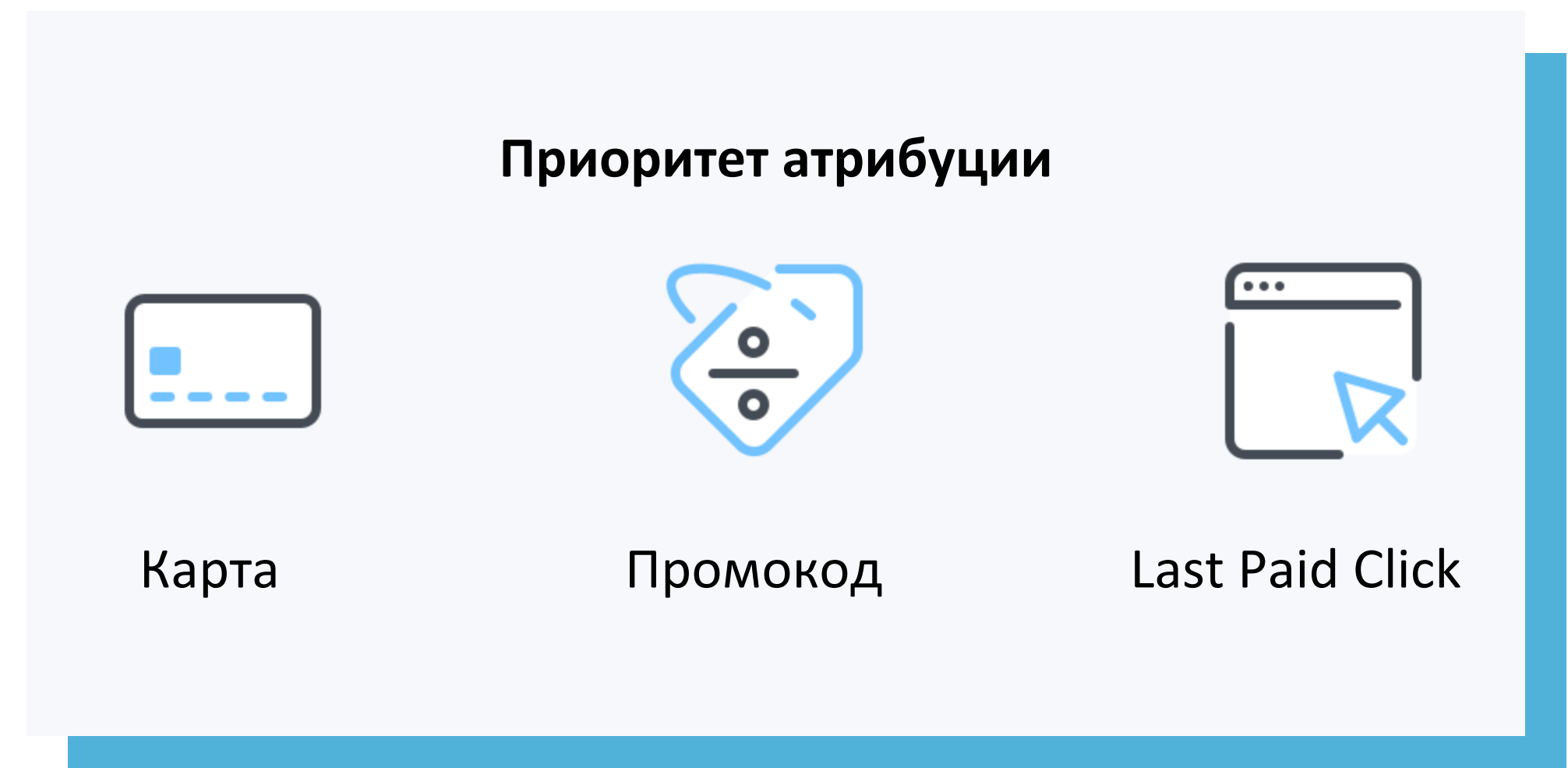
Таким образом получилось **увеличить выплаты** вебмастерам примерно на 20% без увеличения бюджета. Вебмастера получили больше выплат и соответственно смогли **увеличить** направляемый на магазины **трафик и заказы**.

Помимо этого, мы разработали систему **корректной атрибуции** заказов по различным **моделям оплаты**, поскольку разные отделы клиента работают с различными механиками оплаты, могут случаться пересечения:

- **Отдел по работе с лояльностью** может платить за кэшбеки от банков по факту оплаты банковской картой и программам лояльности по введенным картам лояльности,
- **Отдел мобильного маркетинга** — за инсталлы приложений,
- **PR-отдел** — за интеграции с блоггерами по введенным промокодам,
- **Performance-отдел** — за CPA по атрибуции Last Paid Click.

В итоге, в рамках одного заказа, нередко возникает **пересечение** сразу нескольких **факторов**: оплата банковской картой с кэшбеком, промокод от блогера, Last Paid Click от вебмастера — такой заказ оплачивается несколькими отделами в разные компании.

Мы реализовали **приоритет** при **атрибуции** заказа за определенной **механикой**, что позволило избавить клиентов от пересечений и переплат.



Первыми в РФ внедрили механику атрибуции мобильных приложений по отдельным заказам

- **Стандартная атрибуция** заказов в мобильных приложениях сводится к определению **источника инсталла**, т. е. все заказы, совершенные в приложении приписываются вебмастеру, действия которого привели к установке. Этот вебмастер в дальнейшем не влияет на поведение пользователя, поэтому принято оплачивать только первую покупку.
- Считается, что пользователей приложения можно привлечь самостоятельно, но проблема в том, что пользователи **запрещают** пуш-уведомления и **не читают** рассылки, при этом, большинство из них пользуются кэшбеком или промокодами при покупках.
- Пользователи приложения при входе на веб-сайт магазина зачастую принудительно перенаправляются в приложение, и, при стандартной атрибуции, возникают две проблемы: пользователь **не получает** свой кэшбек, а у вебмастеров **нет интереса** промотировать оффер, если большая часть заказов не будет оплачиваться.

- ✓ Мы решили перенять опыт крупнейших международных компаний («Booking», «Amazon», «Expedia» и др.), и первыми в РФ сделали **бесшовную атрибуцию** для CPA-канала, которая **не зависит от способа** совершения покупки (в браузере или приложении) — каждый заказ атрибутируется за тем вебмастером, который инициировал этот заказ.
- ✓ В итоге **атрибутируется** не факт установки, как ранее, а **каждый заказ отдельно**, как в стандартной CPA-модели, поэтому у вебмастеров появился стимул рассказывать о рекламодателе и постоянно подогревать интерес к магазину.

Подключили дополнительные каналы привлечения трафика



Мы постоянно **следим** за новостями рынка, **внедряем** новые механики и **подключаем** новых партнеров.



Так, мы запустили **атрибуцию по промокодам** для блогеров — самостоятельно привлекли сотни блогеров и Telegram-каналов, а также запустили сотрудничество с агентствами по работе с блогерами.

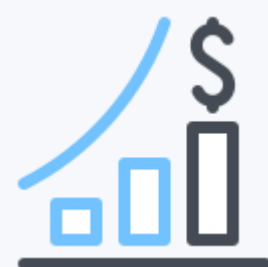


Но и это не все — мы **подключили** партнерские программы «Flocktory» и «Get4Click», добавили возможность получать **кэшбэк** от более чем **15 банков** и продолжаем экспериментировать с новыми источниками, чтобы привлечь ещё больше качественного трафика

FLOCKTORY

get  click

Избавили клиента от рутинных задач



Все рутинные действия мы взяли на себя — **автоматизировали процессы** по сверкам, выплатам, документообороту и прочим важным повседневным задачам, требующим значительных временных затрат внутренних сотрудников клиента.



Мы **оптимизировали процессы** так, что у сотрудников вместо занятий рутинной **появилось время** пробовать новые механики, запускать пилотные проекты и проводить различные эксперименты.



В ближайшее время в маркетинговых механиках «Мвидео» и «Эльдорадо» появится много нового, а мы **не остановимся** в развитии и будем **двигаться дальше**.

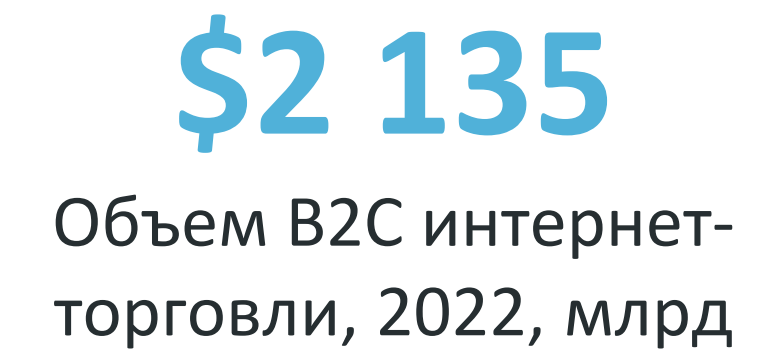
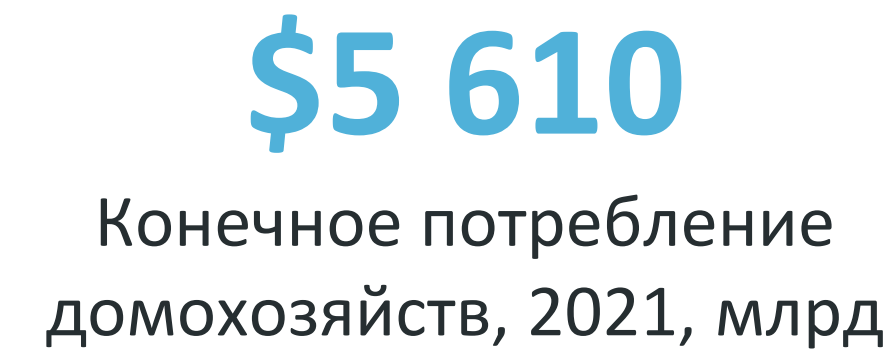
**Присоединяйтесь, мы будем рады
помочь в создании собственной
партнерской программы
рекламодателям из любых сегментов!**

Интернет-торговля в мире

- Ключевые рынки: страновой обзор
- Источники данных и примечания
- Сравнение рынков: крупнейшие рынки, самые быстрорастущие рынки
- Рейтинг маркетплейсов, 2022



1 / Ключевые рынки: Китай



- #55** UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking, 2020
- #1** The Most Economically Influential Countries, 2022
- #158** Index of Economic Freedom, 2022
- #22** The Inclusive Internet Index Rank, 2022

UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

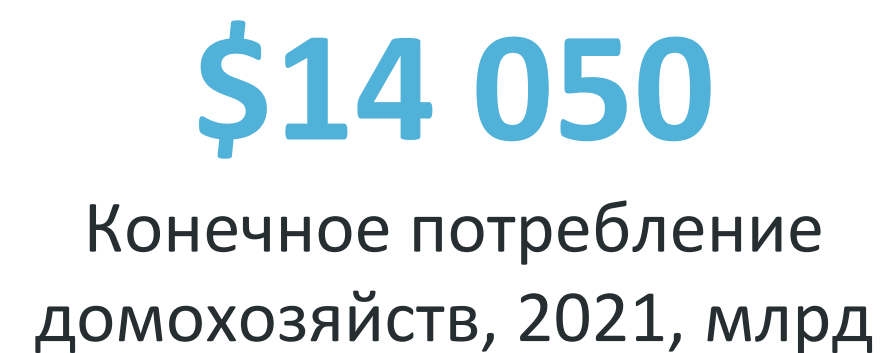
The Most Economically Influential Countries — рейтинг U.S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.



1 / Ключевые рынки: США



- #12** UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking, 2020
- #2** The Most Economically Influential Countries, 2022
- #25** Index of Economic Freedom, 2022
- #3** The Inclusive Internet Index Rank, 2022

UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

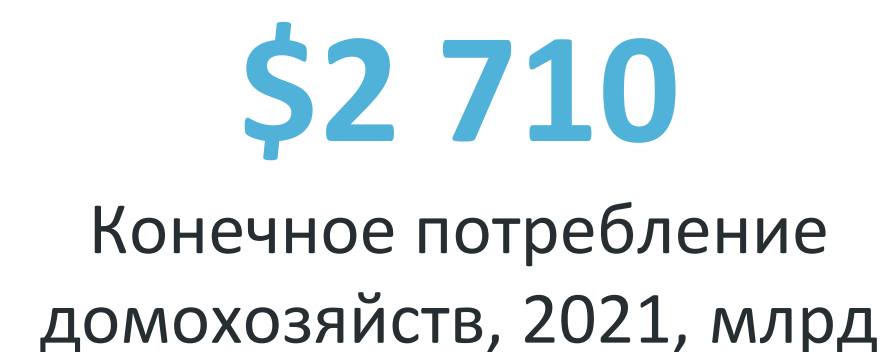
The Most Economically Influential Countries — рейтинг U.S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.



1 / Ключевые рынки: Япония



- #20 UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking, 2020
- #5 The Most Economically Influential Countries, 2022
- #35 Index of Economic Freedom, 2022
- #21 The Inclusive Internet Index Rank, 2022

UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

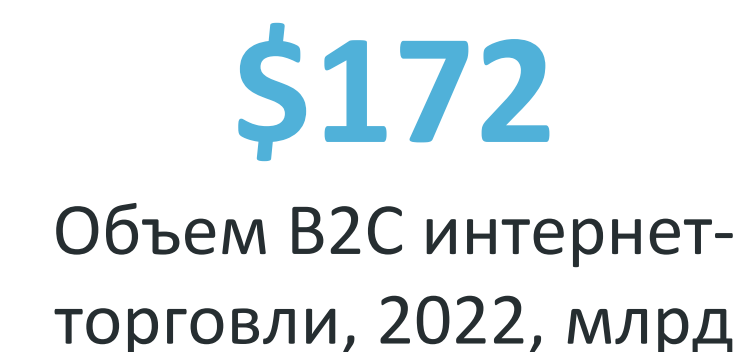
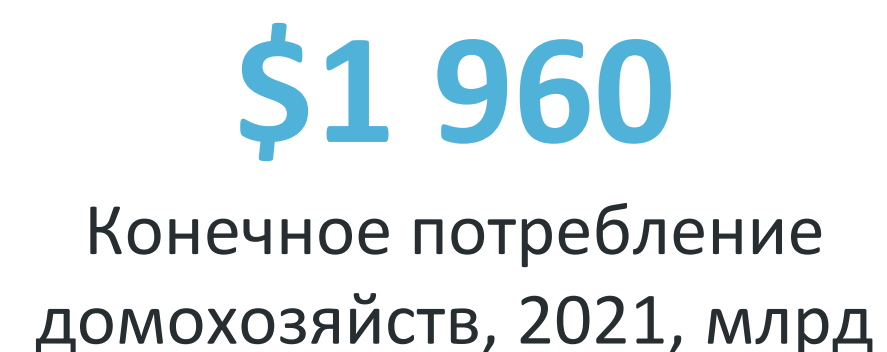
The Most Economically Influential Countries — рейтинг U.S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.



1 / Ключевые рынки: Великобритания



- #5 UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking, 2020
- #3 The Most Economically Influential Countries, 2022
- #24 Index of Economic Freedom, 2022
- #5 The Inclusive Internet Index Rank, 2022

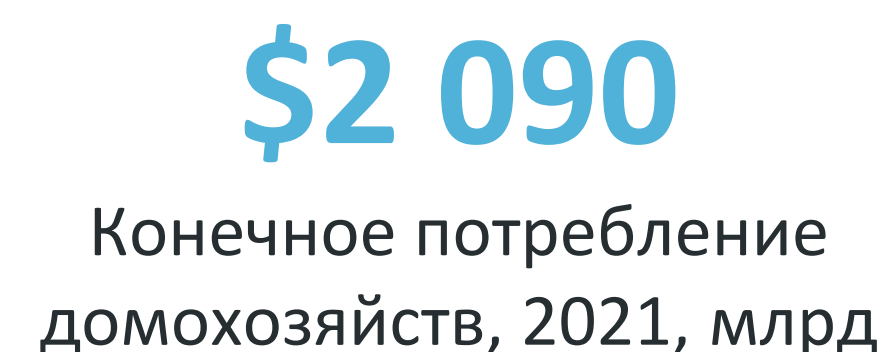
UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

The Most Economically Influential Countries — рейтинг U.S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

1 / Ключевые рынки: Германия



- #6 UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking, 2020
- #4 The Most Economically Influential Countries, 2022
- #16 Index of Economic Freedom, 2022
- #14 The Inclusive Internet Index Rank, 2022

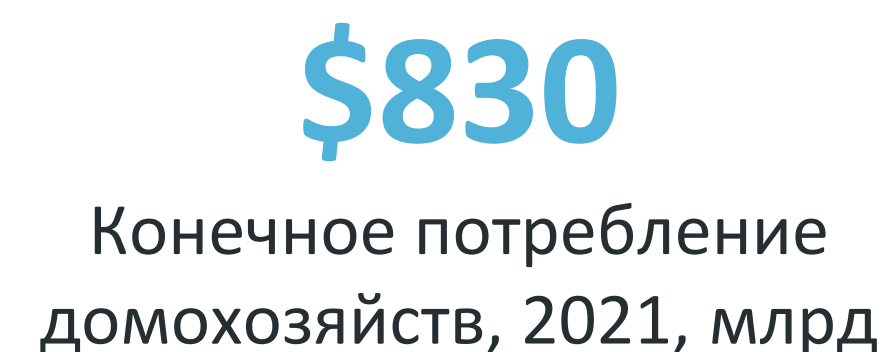
UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

The Most Economically Influential Countries — рейтинг U.S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

1 / Ключевые рынки: Южная Корея



- #18** UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking, 2020
- #11** The Most Economically Influential Countries, 2022
- #19** Index of Economic Freedom, 2022
- #2** The Inclusive Internet Index Rank, 2022

UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

The Most Economically Influential Countries — рейтинг U.S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.



1 / Ключевые рынки: Франция

27



\$42,3
ВВП на душу
населения, 2022, тыс.

3,4%
Доля интернет-торговли
в ВВП, 2022

\$1 540
Конечное потребление
домохозяйств, 2021, млрд

\$94
Объем B2C интернет-
торговли, 2022, млрд

#17 UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking, 2020

#9 The Most Economically Influential Countries, 2022

#52 Index of Economic Freedom, 2022

#4 The Inclusive Internet Index Rank, 2022

UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

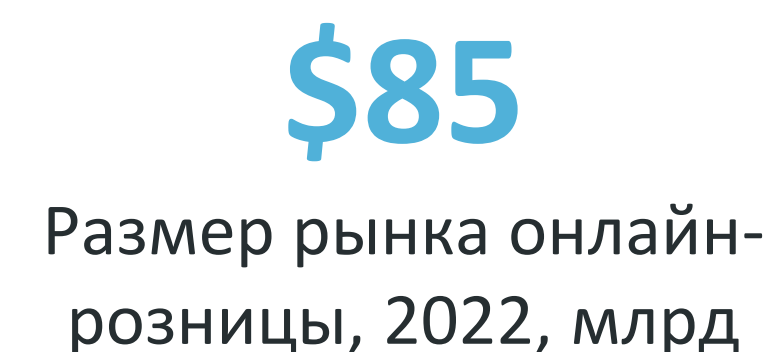
The Most Economically Influential Countries — рейтинг U.S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.



1 / Ключевые рынки: Индия



#71 UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking, 2020

#16 The Most Economically Influential Countries, 2022

#131 Index of Economic Freedom, 2022

#50 The Inclusive Internet Index Rank, 2022

UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

The Most Economically Influential Countries — рейтинг U.S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.





\$14,7
ВВП на душу
населения, 2022, тыс.

3,9%
Доля интернет-торговли
в ВВП, 2022*

\$890
Конечное потребление
домохозяйств, 2021, млрд

\$84
Объем B2C интернет-
торговли, 2022, млрд*

#41 UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking, 2020

#6 The Most Economically Influential Countries, 2022

#113 Index of Economic Freedom, 2022

#30 The Inclusive Internet Index Rank, 2022

UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

The Most Economically Influential Countries — рейтинг U.S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

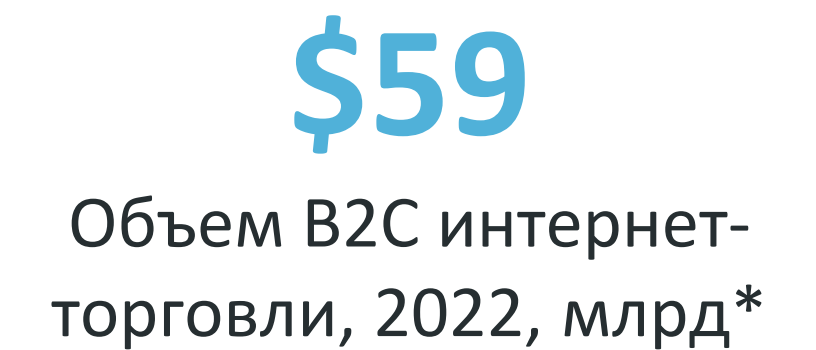
Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

*Оценки Data Insight, март 2023

Источники: World Population Review, 2023; The World Bank, 2022; IMF, 2022; UNCTAD, 2020; U.S. News, 2023; The Heritage Foundation, 2023; The Economist Group, 2022

1 / Ключевые рынки: Индонезия



- #83 UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking, 2020
- #39 The Most Economically Influential Countries, 2022
- #60 Index of Economic Freedom, 2022
- #47 The Inclusive Internet Index Rank, 2022

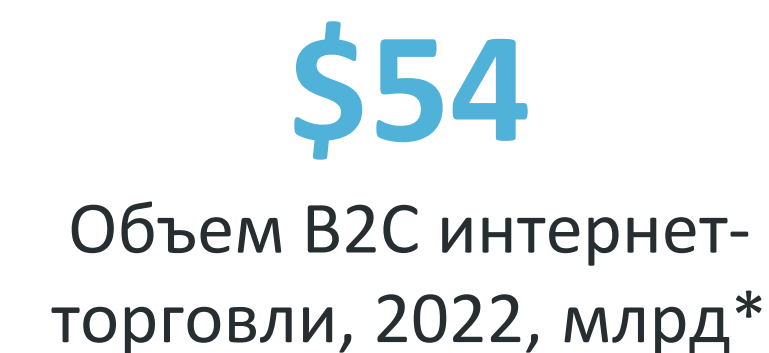
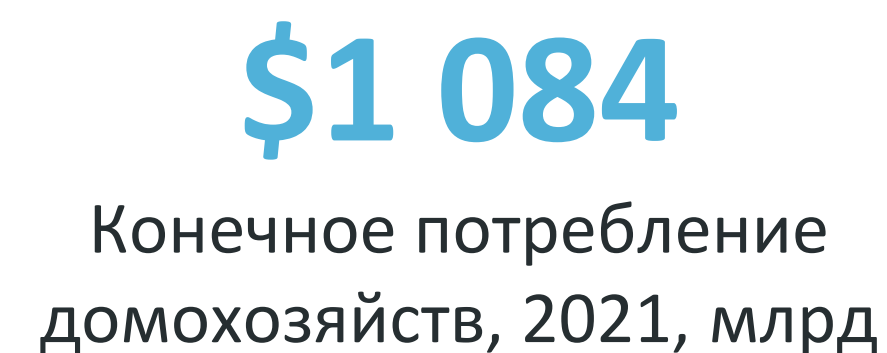
UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

The Most Economically Influential Countries — рейтинг U.S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

1 / Ключевые рынки: Канада



- #13** UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking, 2020
- #10** The Most Economically Influential Countries, 2022
- #16** Index of Economic Freedom, 2022
- #12** The Inclusive Internet Index Rank, 2022

UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

The Most Economically Influential Countries — рейтинг U.S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.



1 / Ключевые рынки: Испания

32



\$29,2
ВВП на душу
населения, 2022, тыс.

3,0%
Доля интернет-торговли
в ВВП, 2022*

\$803
Конечное потребление
домохозяйств, 2021, млрд

\$41,5
Объем B2C интернет-
торговли, 2022, млрд*

#24 UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking, 2020

#20 The Most Economically Influential Countries, 2022

#51 Index of Economic Freedom, 2022

#7 The Inclusive Internet Index Rank, 2022

UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

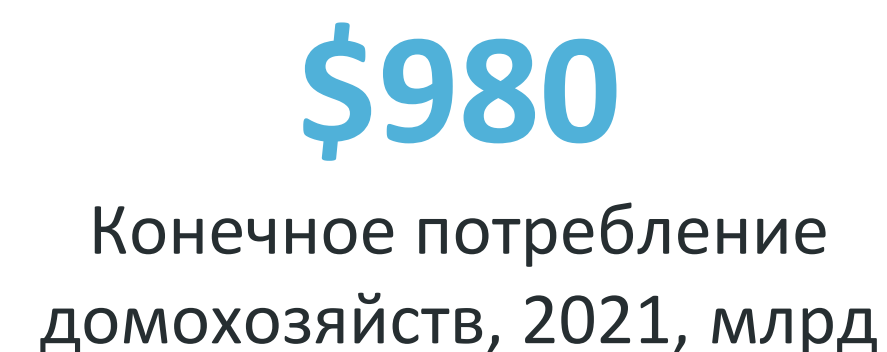
The Most Economically Influential Countries — рейтинг U.S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.



1 / Ключевые рынки: Бразилия



#62 UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking, 2020

#22 The Most Economically Influential Countries, 2022

#133 Index of Economic Freedom, 2022

#23 The Inclusive Internet Index Rank, 2022

UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

The Most Economically Influential Countries — рейтинг U.S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.



1 / Ключевые рынки: Италия



- #29** UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking, 2020
- #17** The Most Economically Influential Countries, 2022
- #57** Index of Economic Freedom, 2022
- #20** The Inclusive Internet Index Rank, 2022

UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

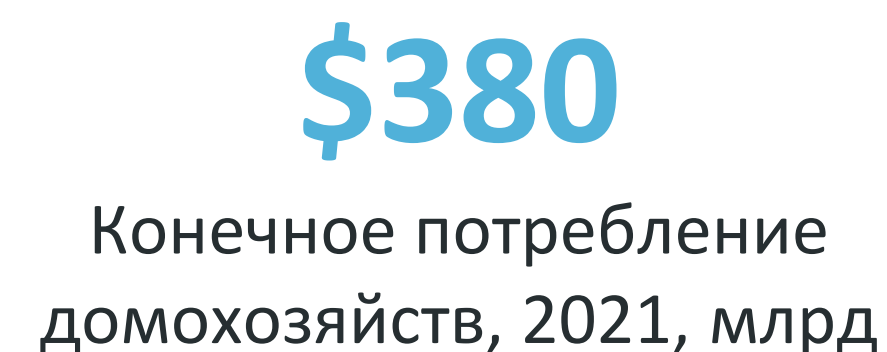
The Most Economically Influential Countries — рейтинг U.S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.



1 / Ключевые рынки: Польша



- #28 UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking, 2020
- #47 The Most Economically Influential Countries, 2022
- #39 Index of Economic Freedom, 2022
- #16 The Inclusive Internet Index Rank, 2022

UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

The Most Economically Influential Countries — рейтинг U.S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

1 / Ключевые рынки: Турция



#57 UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking, 2020

#25 The Most Economically Influential Countries, 2022

#107 Index of Economic Freedom, 2022

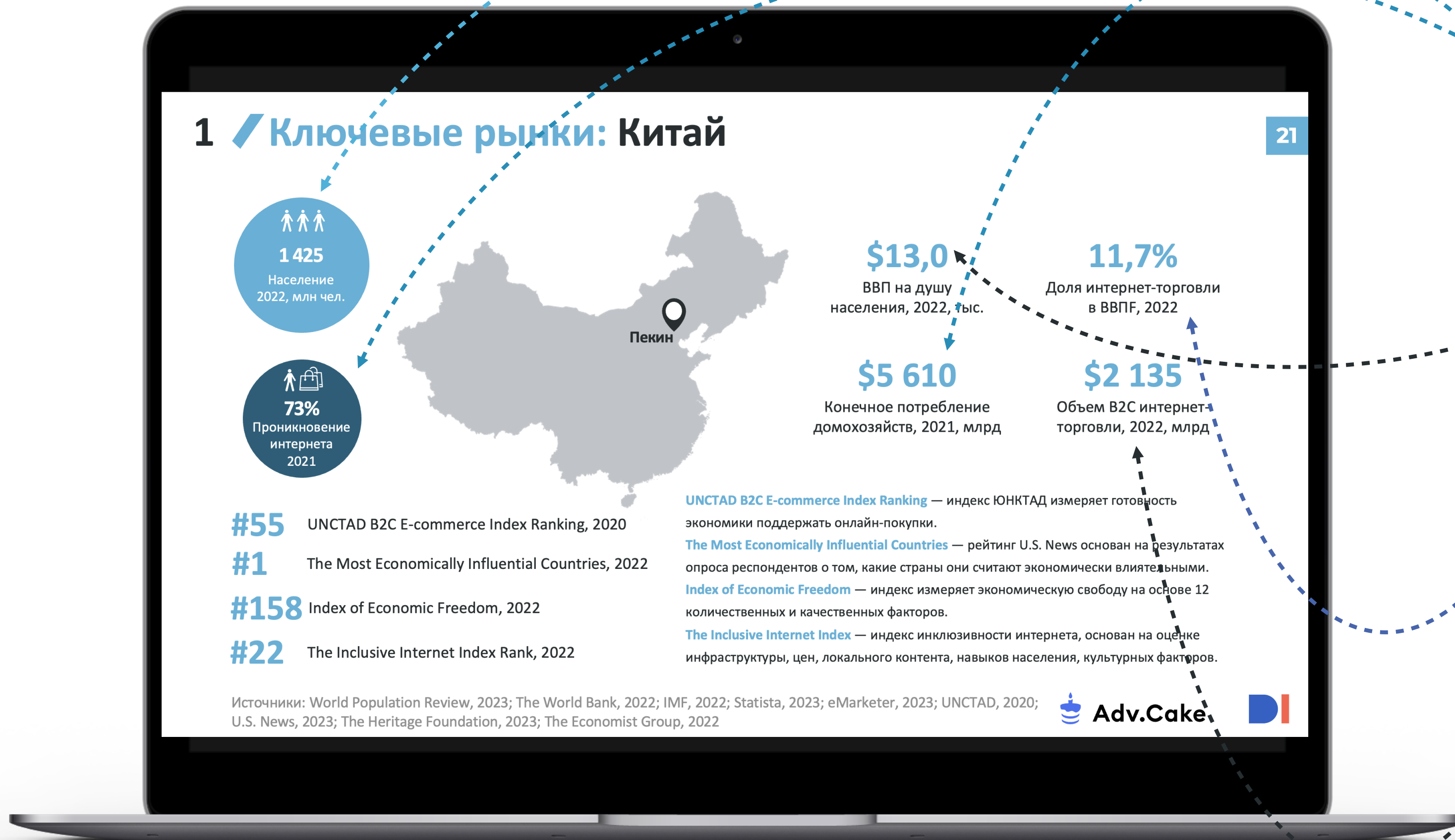
#43 The Inclusive Internet Index Rank, 2022

UNCTAD B2C E-commerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

The Most Economically Influential Countries — рейтинг U.S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.



World Population Review, 2023:

1. Население, совокупное;

The World Bank, 2022:

1. Лица, пользующиеся Интернетом (% населения), данные ITU;
2. Конечное потребление домохозяйств и некоммерческих учреждений, обслуживающих домохозяйства.

International Monetary Fund, 2023:

ВВП (номинальный) на душу населения в 2022.

Расчеты Data Insight (март 2023) на основе оценок объема B2C интернет-торговли (см. ниже) и данных IMF по номинальному объему ВВП.

Россия – оценка Data Insight, март 2023; Остальные страны – оценка Data Insight на основе данных Statista, eMarketer и других источников, март 2023.

1 / Сравнение рынков: крупнейшие рынки

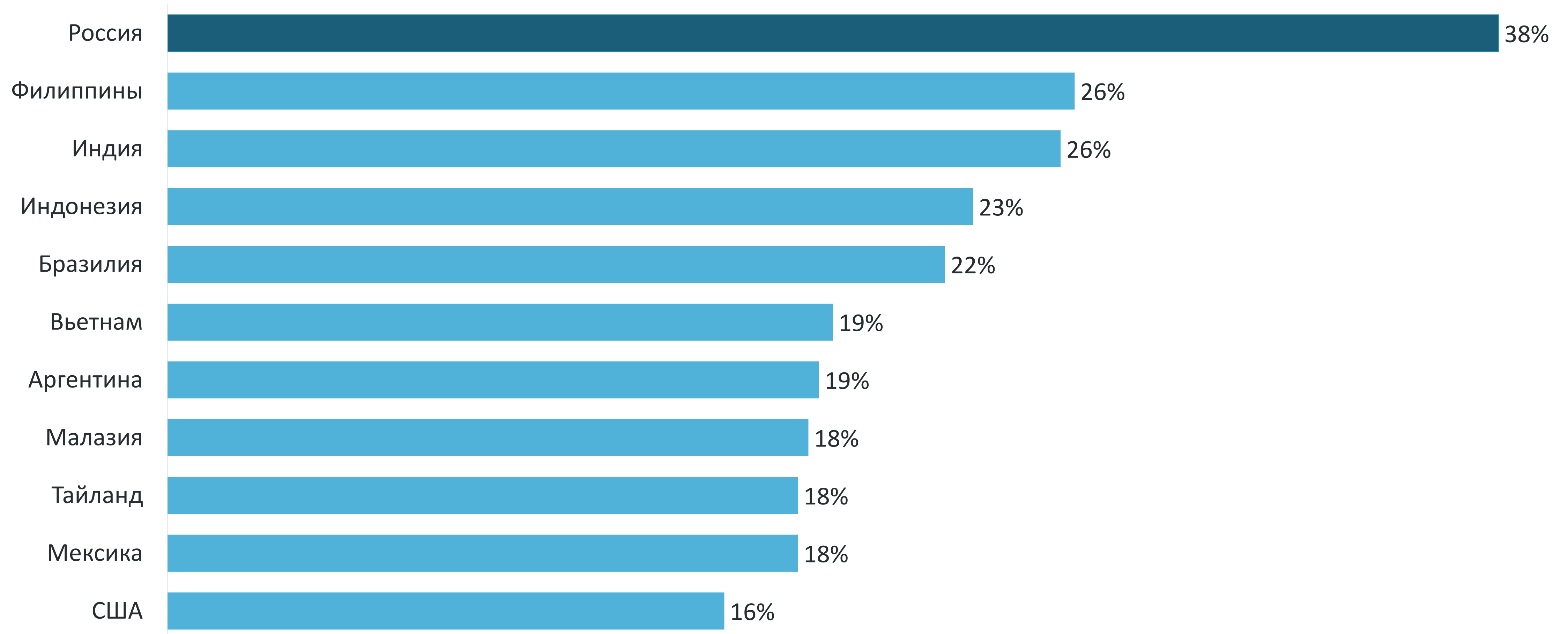
Ведущие страны мира в области розничной электронной торговли по объему продаж в 2022 году, млрд дол.



Источник: Россия – оценка Data Insight, март 2023; остальные страны – оценка Data Insight на основе данных Statista, eMarketer и других источников, март 2023.

1 / Сравнение рынков: самые быстрорастущие рынки

Топ стран по росту розничных онлайн-продаж в 2022 году

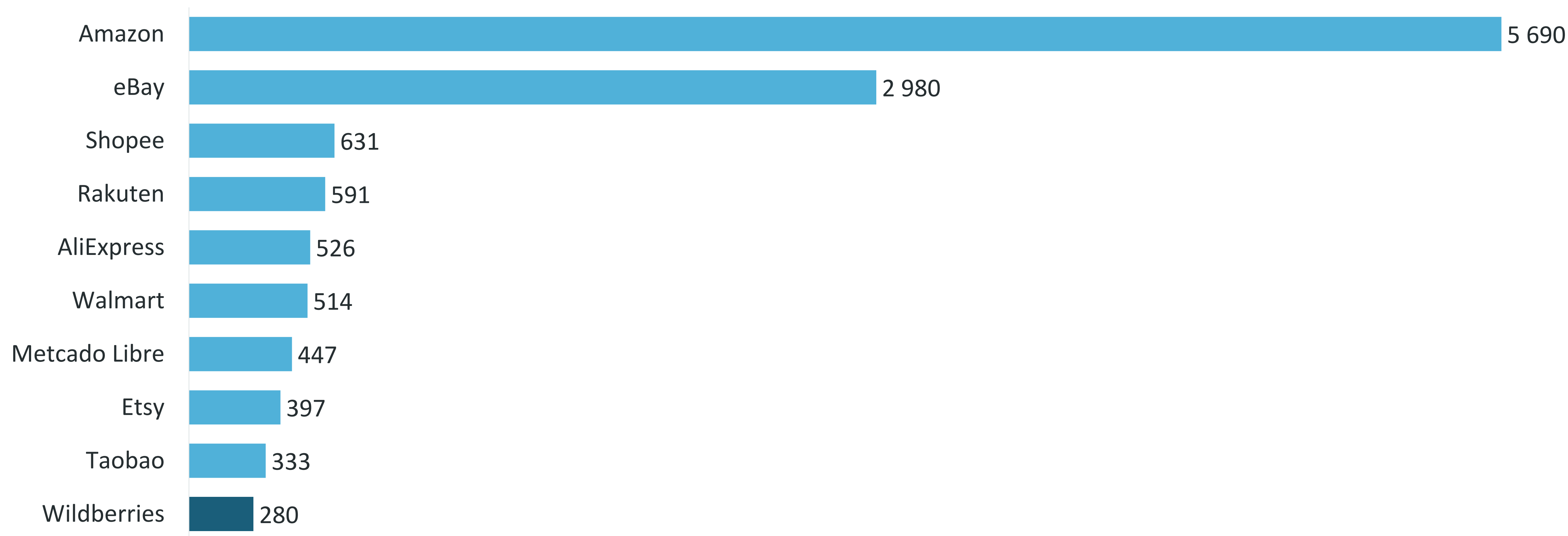


Источник: Россия – данные Data Insight, март 2023 (динамика в рублях); остальные страны – Statista, прогноз от 02.2022

1 / Рейтинг маркетплейсов, 2022

Только **Amazon** и **eBay** преодолели отметку в миллиард посещений в месяц. Подавляющее число топ-10 маркетплейсов являются универсальными, и только один специализируется на определенной категории товаров – Etsy. В десятку лидеров вошел и крупнейший универсальный российский маркетплейс – Wildberries.

Топ-10 самых популярных маркетплейсов в мире по количеству посещений, млн/месяц



Кейс партнера «Voxberry»

Как за 3 недели запустить продажи товаров с доставкой в страны ближнего зарубежья



В декабре 2022 г. [Voxberry](#) организовала доставку долгосрочной продукции «ВкусВилл» для покупателей Казахстана, Беларуси, Киргизии, Армении и Таджикистана. Логистическое решение для крупного бренда было индивидуальным и выстраивалось с учетом потребностей и особенностей клиента. Первые заказы «ВкусВилл» получил 6 декабря.



Специфика товарной категории

Для небольших региональных бизнесов продукты – это часто локальная история, в то время как крупные ритейлеры уже развивают междугороднюю доставку и даже международные направления. Чтобы определить спрос и превратить его в продажи нужно организовать доступную доставку с широким географическим покрытием. Также стоит поэкспериментировать с разными линейками продуктов, чтобы отследить, что влияет на спрос.



«Сейчас хорошее время для развития локальных отечественных брендов. Варенье из морошки или сибирских шишек, чипсы из краснодарских яблок, иван-чай и орехи из Марий-Эл – продукты, которые можно пересылать, найдут своего покупателя не только в регионах, но и в тех странах, где живёт или отдыхает аудитория из России», – говорит Екатерина Коновалова, руководитель сегмента «Социальная коммерция» Voxberry.



На момент запуска сайта покупателям в странах ближнего зарубежья было доступно более 1255 товаров. Однако начинать продажи можно и с меньшим количеством позиций.



Как за 3 недели запустить продажи товаров с доставкой в страны ближнего зарубежья



Зачем нужен отдельный сайт

Для старта продаж силами Voxberry за 3 недели был создан отдельный сайт boxberry.vkusvill.ru. Здесь собран каталог товаров, соответствующих требованиям для международной доставки, информация об особенностях оплаты и доставки для зарубежных покупателей, ответы на часто задаваемые вопросы. Выделение сайта для продаж за рубежом позволило провести быстрый тест гипотезы, ассортимента, создать MVP. Покупатель видит лишь часть каталога из уже разрешенных для доставки в его страну товаров.



Для оплаты заказов используется встроенное решение. Сейчас оно позволяет принимать платежи в рублях российскими картами. В Казахстане также доступна оплата наложенным платежом после получения заказа. Если доработать платежный сервис, клиент сможет использовать любую карту со своей местной валютой, которая будет конвертироваться автоматически.



Voxberry взяла на себя IT-составляющую проекта: у компании большой опыт разработки индивидуальных решений для интеграции крупных партнеров, поэтому удалось предложить хороший вариант в сжатые сроки.

С момента запуска (декабрь 2022) сайт посетили 11 тысяч пользователей, 11% их них добавляли товары в корзину. В среднем у каждого покупателя в заказе 7-10 товарных позиций.



Как за 3 недели запустить продажи товаров с доставкой в страны ближнего зарубежья



Как работает доставка

Для отправки в страны ближнего зарубежья «ВкусВилл» собирает заказы в одном из своих дарксторов в Москве, а Voxberry доставляет их либо курьером на дом, либо в свои отделения.



Стоимость и сроки доставки зависят от адреса получателя и способа доставки. Покупателям доступен самовывоз из 517 точек в 187 городах и курьерская доставка в 22 тысячах населенных пунктах Казахстана, Белоруссии, Киргизии, Армении и Таджикистана. В среднем доставка занимает от 3 до 14 дней. Сейчас Voxberry – единственный партнёр «ВкусВилла» по доставке в страны Евразийского экономического союза (ЕАЭС).



Экспорт в ближнее зарубежье: проблемы 2022 г. и перспективы рынка

В 2022 году объём экспорта интернет-магазинов в страны ближнего зарубежья остался на уровне 2021 года. Ожидаемому росту помешали санкции. Первым ударом стало отключение Visa и MasterCard, что значительно усложнило приём платежей от зарубежных покупателей. Несколько месяцев ушло на то, чтобы продавцы освоили альтернативные варианты приёма оплаты. Сейчас эта проблема уже не стоит так остро. Есть несколько рабочих решений. Например, в Казахстане Voxberry предлагает доставку с приёмом наложенного платежа. Это хороший вариант: учитывая, что получать оплату за заказы в Voxberry можно ежедневно, кассовые разрывы минимизируются.



Как за 3 недели запустить продажи товаров с доставкой в страны ближнего зарубежья



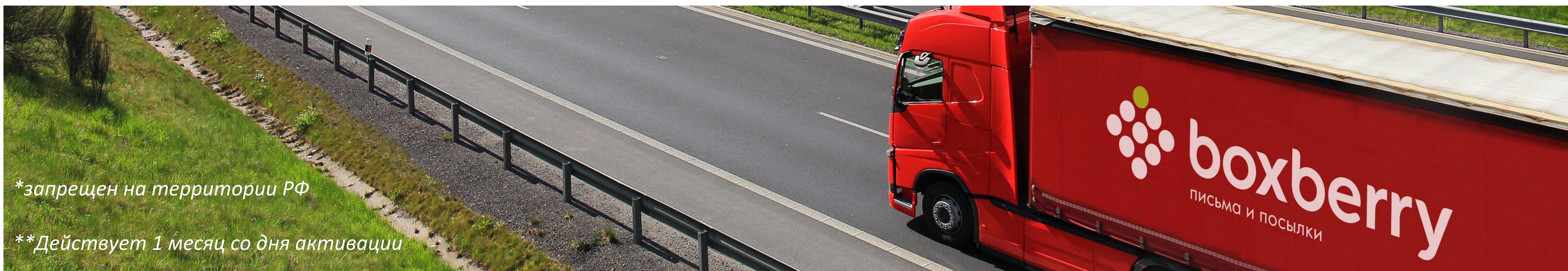
Вторая значимая проблема – продвижение и поиск клиентов. Многие использовали для этого Instagram* и рекламу в Google, VK и Яндекс не так популярны в соседних странах, так что это слабая альтернатива. Частично выручают рассылки по базе клиентов. Если у интернет-магазина уже были клиенты из-за рубежа или постоянные покупатели переезжают в другую страну, они могут делать покупки по привычке. Не стоит забывать и про партнёров: например, Voxberry пользуются уже немало получателей в соседних странах, у них есть опыт покупок в РФ и доверие к российским интернет-магазинам. Рассылка по этой базе может привести новых клиентов.



К концу года интернет-магазины относительно адаптировались к сложностям. Те продавцы, которые ориентировались на Amazon и eBay, разворачиваются в сторону ближнего зарубежья. Поэтому есть надежда на небольшой, но заметный рост объёмов экспорта.



Подключить доставку в ближнее зарубежье от Voxberry также просто, как и по России: зарегистрируйтесь в личном кабинете интернет-магазина и начните отправки. Новые клиенты получают скидку 25% на базовый тариф по промокоду** VOX23. Для крупных интернет-магазинов возможна реализация индивидуального решения.



*запрещен на территории РФ

**Действует 1 месяц со дня активации

Аудитория интернета в России

- Ежемесячная аудитория интернета в России
- Среднее время в сети на пользователя
- Топ площадок по среднесуточному охвату
- Топ категорий среди онлайн-активностей
- Общий охват посещения eCommerce площадок
- Динамика среднесуточного охвата eCommerce площадок



2 / Ежемесячная аудитория интернета в России

98,6

миллионов человек (12+)

81 %

проникновение



2 / Среднее время в сети на пользователя в день

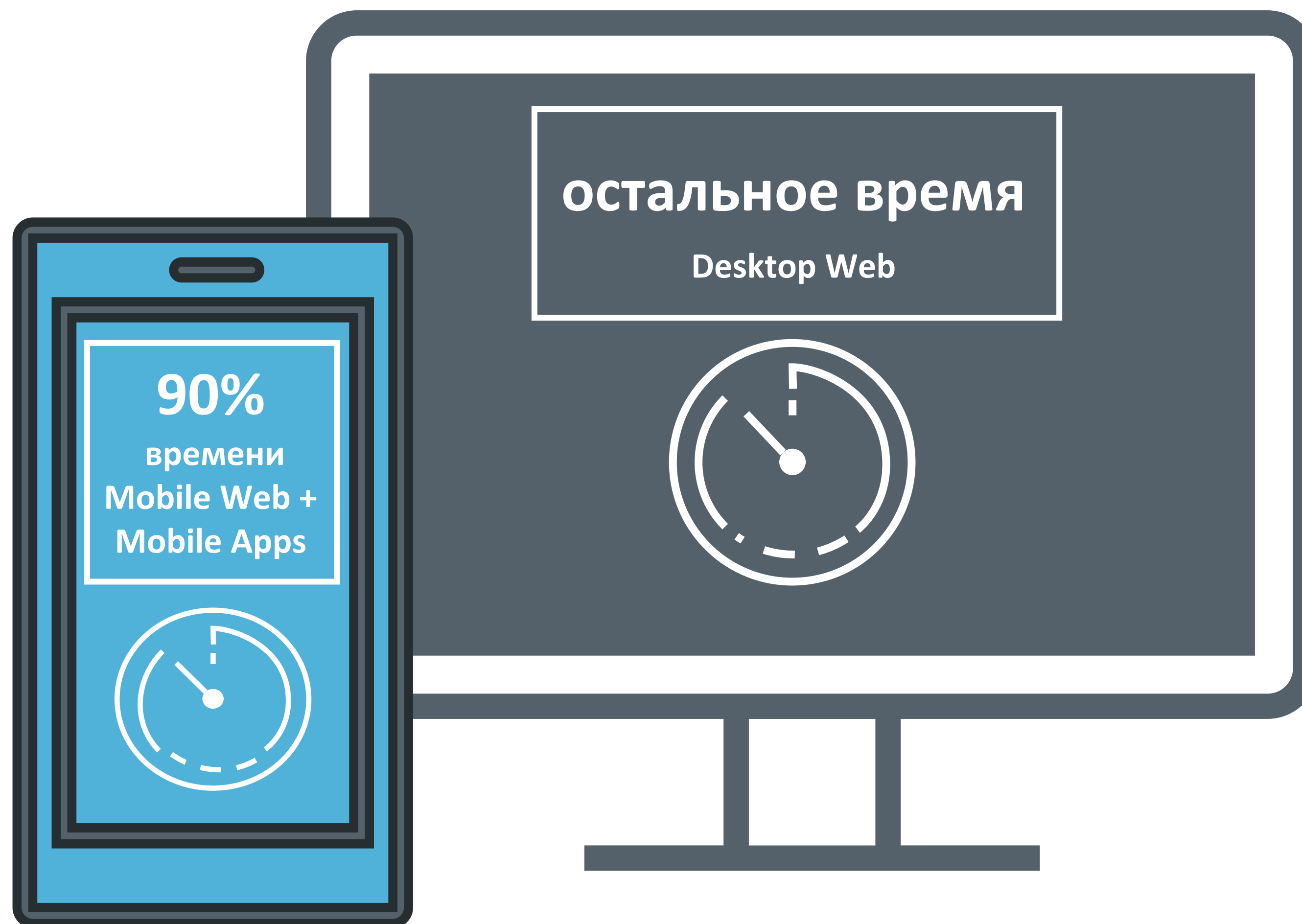
47

3:46

часа минут

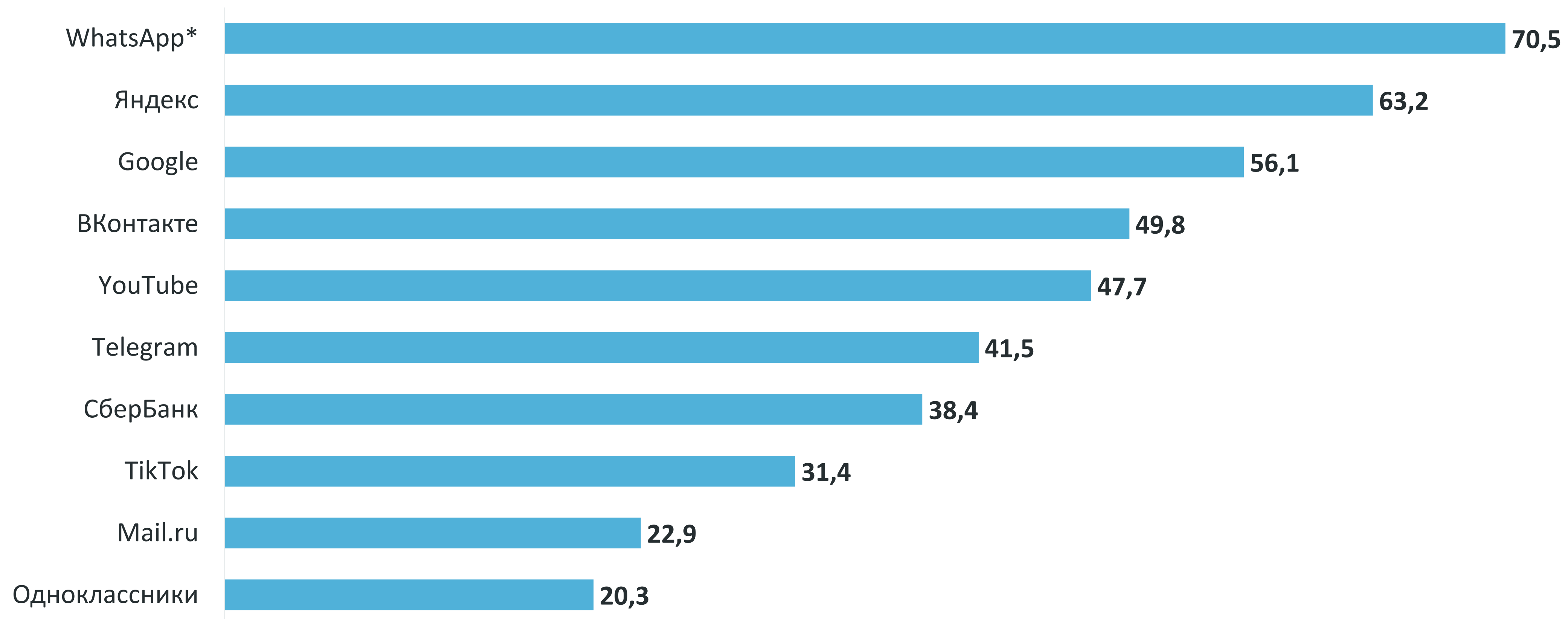
среднее время в сети в день

на одного россиянина



2 / **Топ площадок по среднесуточному охвату**

Среднесуточный охват площадок, млн. чел

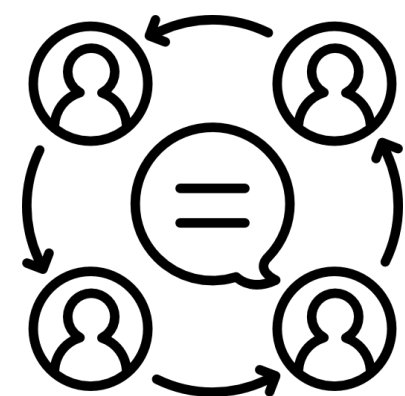


Вся Россия, население 12+, топ по среднесуточному охвату за апрель 2022

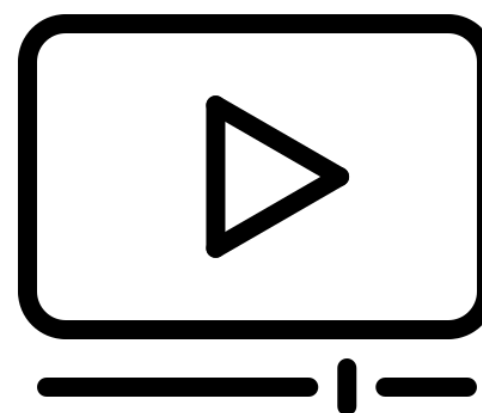
Источник: Mediascope, 2022 – mediascope.net

*Принадлежит компании Meta (признана экстремистской и запрещена в РФ)

2 / **Топ категорий среди онлайн-активностей**



20%
соцсети



18%
видео



16%
мессенджеры



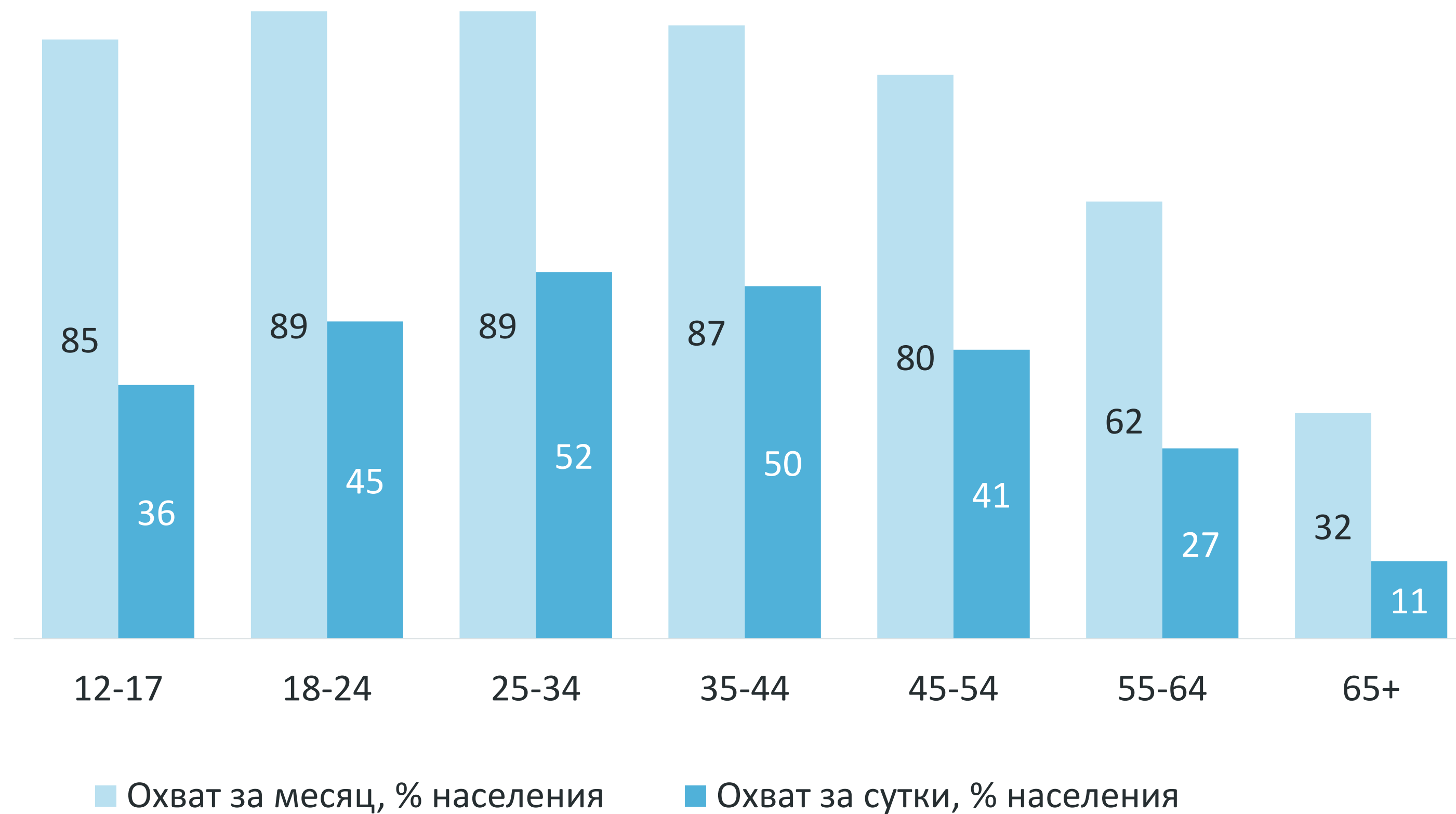
10%
игры



3%
eCommerce

2 / Общий охват посещения eCommerce площадок

Посещение eCommerce площадок



37%

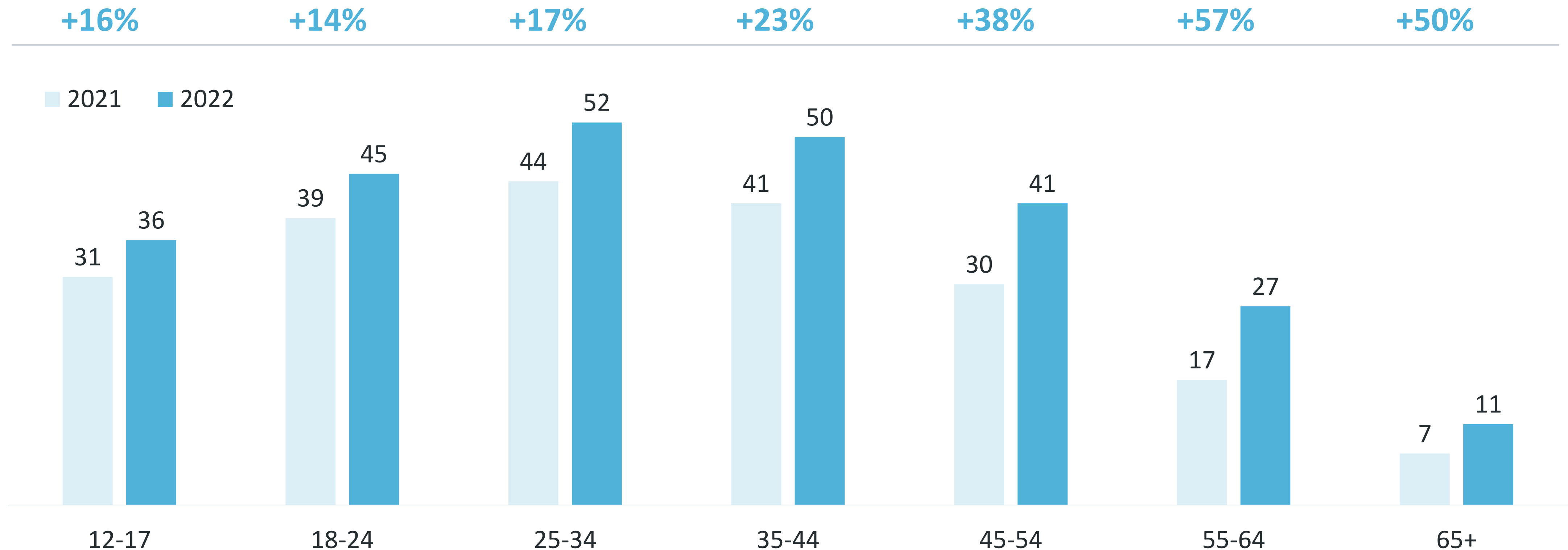
посещают eCommerce площадки ежедневно

73%

посещают eCommerce площадки хотя бы раз в месяц

2 / Среднесуточный охват eCommerce площадок

Распределение среднесуточного охвата eCommerce площадок по возрасту пользователей, % населения



Вся Россия, население 12+, desktop&mobile. Октябрь 2022 VS октябрь 2021, среднесуточный охват e-com площадок, % населения

Источник: Mediascope, 2022 – mediascope.net

Способы оплаты и их конверсия

99%
Конверсия

30%
Оплата
с помощью
pay-сервисов

Январь
2022

70%
Оплата
картами

81%
Конверсия

После ухода
Apple Pay
и Google Pay

99%
Конверсия

5%
Оплата
с помощью
pay-сервисов

Март
2022

95%
Оплата
картами

81%
Конверсия

Почему покупатели предпочитают оплату с помощью pay-сервисов



- ✓ Не надо искать карту
- ✓ Оплата без ввода реквизитов карты
- ✓ Не нужно ждать СМС с кодом подтверждения
- ✓ Оплата в пару кликов
- ✓ Безопасность оплаты

Сергей Хромов

Вице-президент Тинькофф, руководитель Тинькофф Кассы

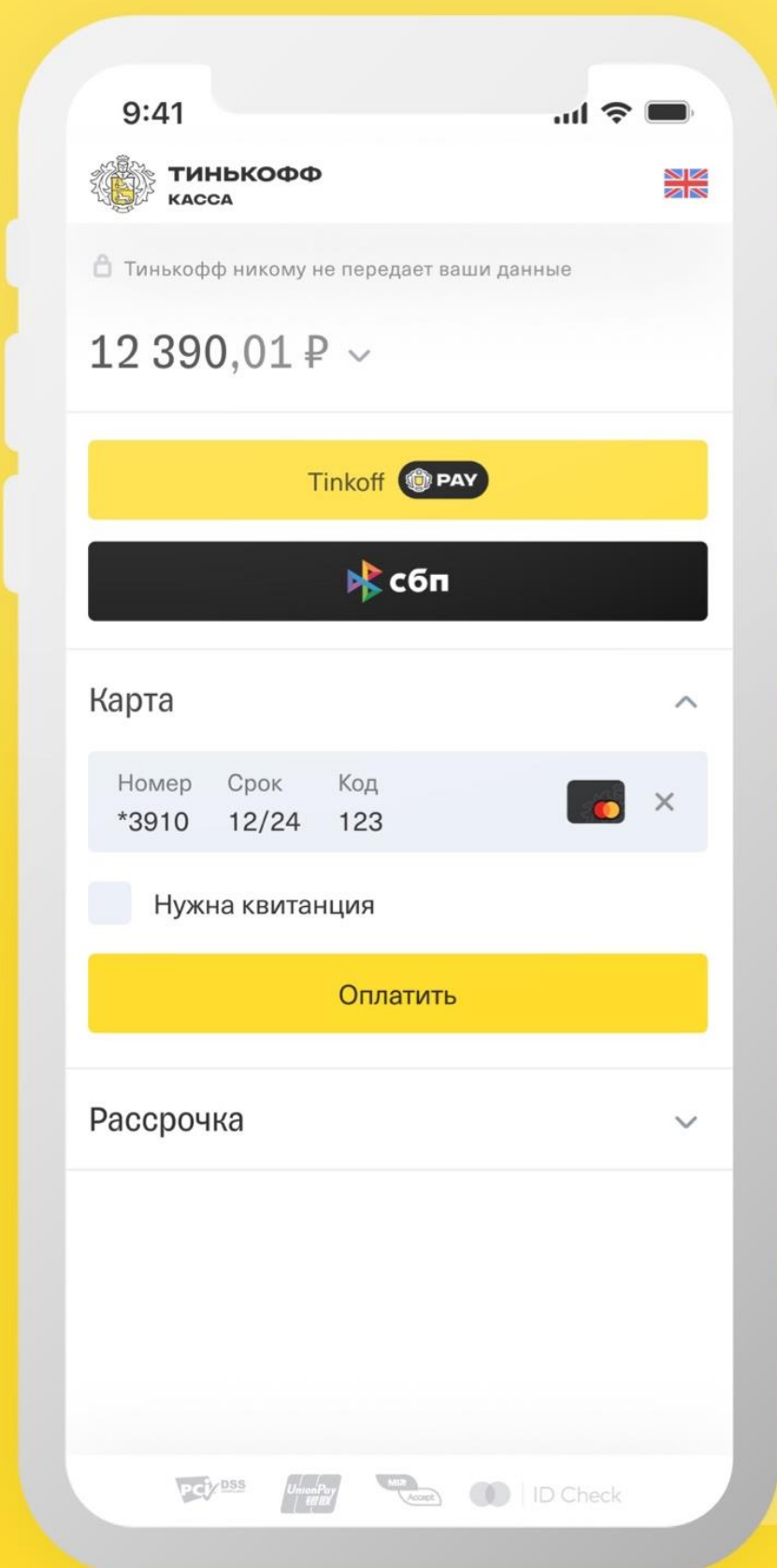
«С подключением Tinkoff Pay бизнес получает не только удобный способ приема оплаты, но и доступ к лучшим продуктам и технологиям из экосистемы Тинькофф: разные комбинации кэшбэка от банка и партнеров, подписки, рассрочки, долевые платежи и др. В будущем Tinkoff Pay будет интегрирован с картами других банков. Мы сделали финтех-магию в сфере платежей».

*без учета платежей наличными. Внутренняя статистика банка

Рекламодатель АО «ТИНЬКОФФ БАНК»

Tinkoff Pay


новый способ оплаты покупок на сайтах и в приложениях без карты



Простой способ оплаты покупок за

8 секунд

 **Рост конверсии**

 **Сохранение покупателей и рост лояльности**

 **Рост прибыли**

Этот способ доступен уже

28 млн

пользователей — клиентов Тинькофф

6 

онлайн-покупок делают клиенты Тинькофф в среднем за неделю

29%

оборота продавца в среднем делают клиенты Тинькофф

61%

клиентов Тинькофф — люди от 24 до 45 лет. Этот сегмент чаще покупает и наиболее платежеспособен

34%

расходов клиентов Тинькофф — онлайн-покупки. Это на 25% выше среднего показателя по рынку

+11% 

на столько средний чек клиентов Тинькофф превышает средний показатель по другим банкам

Александр Муратов

Директор по развитию компании — владельца бренда «Якитория»

«С помощью Tinkoff Pay онлайн-заказы в Якитории уже оплачивает каждый третий, кому доступен этот способ. Доставка — один из ключевых каналов продаж в ресторанном бизнесе, поэтому важно постоянно совершенствовать дистанционные сервисы оплаты, ведь они становятся их важным дополнением».

Пресс-служба CloudPayments

«Tinkoff Pay позволяет совершать платеж всего в пару кликов, и это прекрасная альтернатива ушедшим из России зарубежным pay-сервисам. Если посмотреть на статистику, то уже сейчас доля платежей с помощью Tinkoff Pay в сервисе онлайн-чаевых CloudTips превысила 19%. В наших планах использовать Tinkoff Pay как способ оплаты для всей линейки продуктов группы Cloud».

Узнать подробнее и подключить свой бизнес к Tinkoff Pay



В2С-рынок в России

- Онлайн В2С в России, 2022
- Структура рынка
- Динамика количества заказов
- Онлайн-продажи в России, 2012-2022
- Темпы роста, 2012-2022
- Средний чек, 2016-2022
- Доля eCommerce от рынка ритейла
- Прогноз Data Insight: ожидание VS реальность



3 / Онлайн B2C в России, 2022

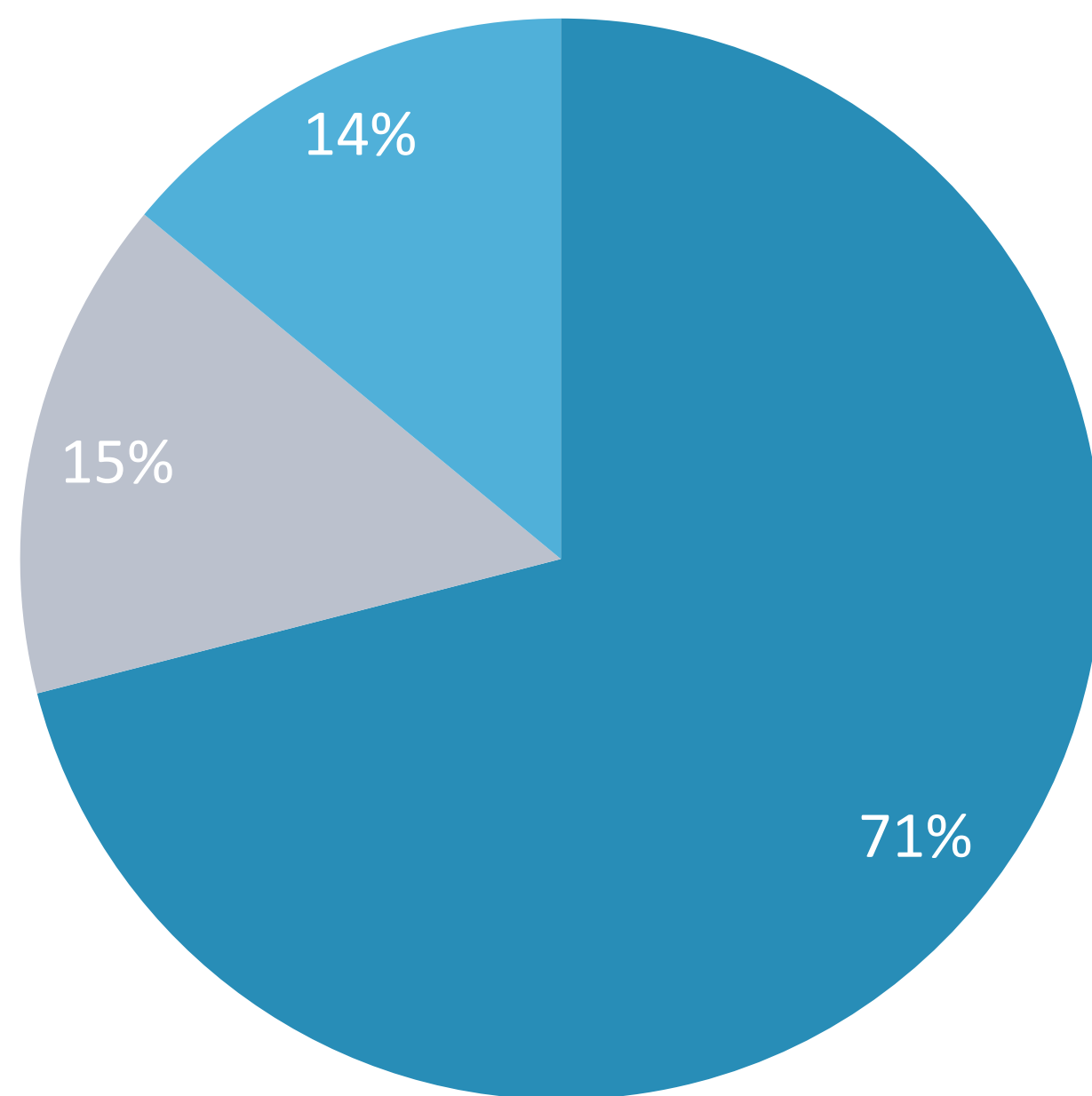
«Интернет-торговля» (B2C-торговля) – покупка материальных товаров через интернет, где под покупкой понимается заказ товара через сайт или мобильное приложение с устройства пользователя, вне зависимости от способа оплаты и получения заказа. В указанные данные входят только заказы покупателей из России у российских продавцов (юрлиц и ИП); в указанные цифры не входит трансграничная торговля в обе стороны, а также торговля между частными лицами.



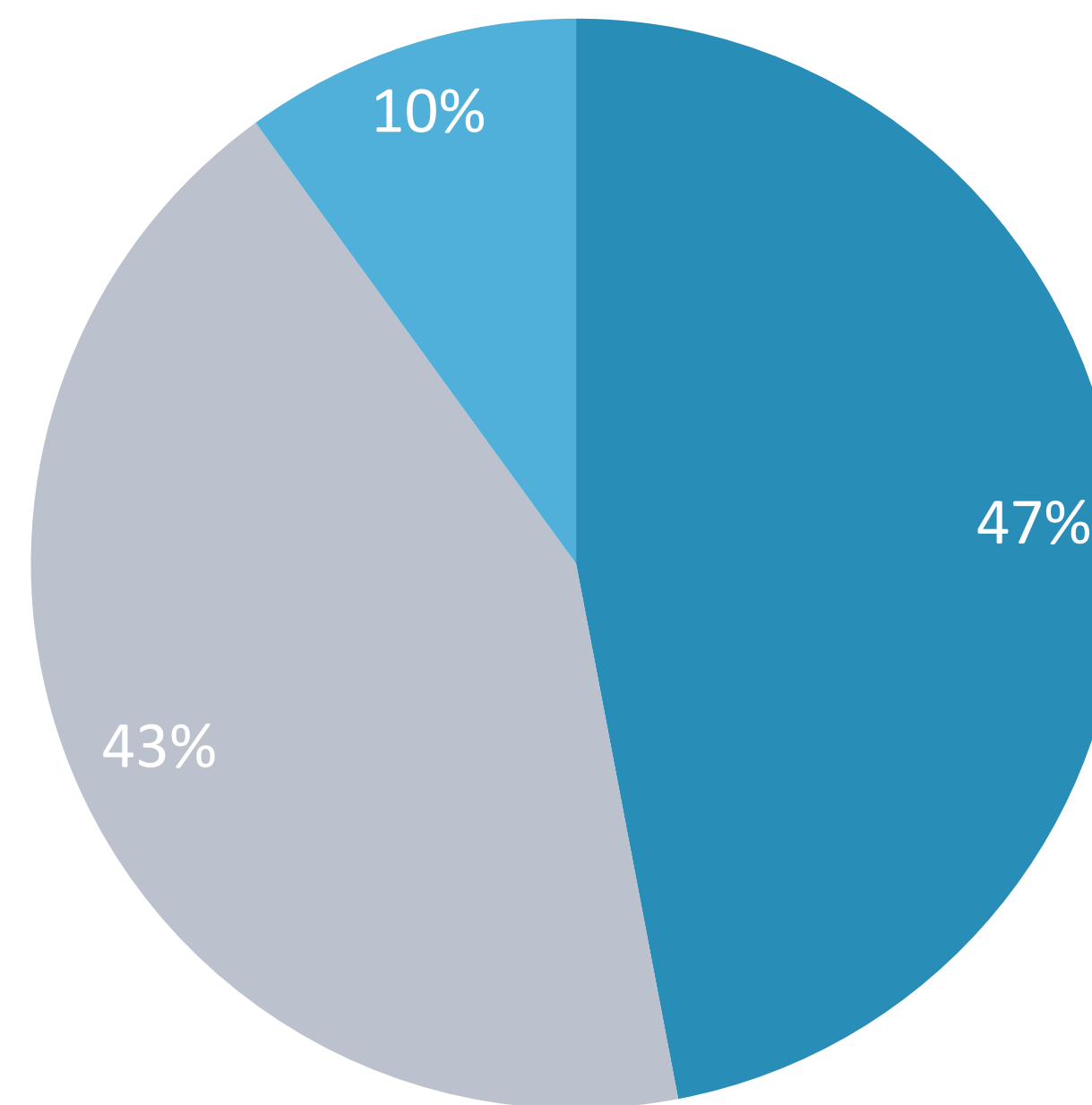
3 / Структура рынка: продажи и заказы

Самый большой рост продолжает наблюдаться у **крупных универсальных маркетплейсов**. За год их доля поднялась с трети до почти половины общего объема продаж, а по количеству заказов возросла с 62% до 71%.

Количество заказов, млн шт.



Объем продаж, млрд руб.



■ Крупные универсальные маркетплейсы

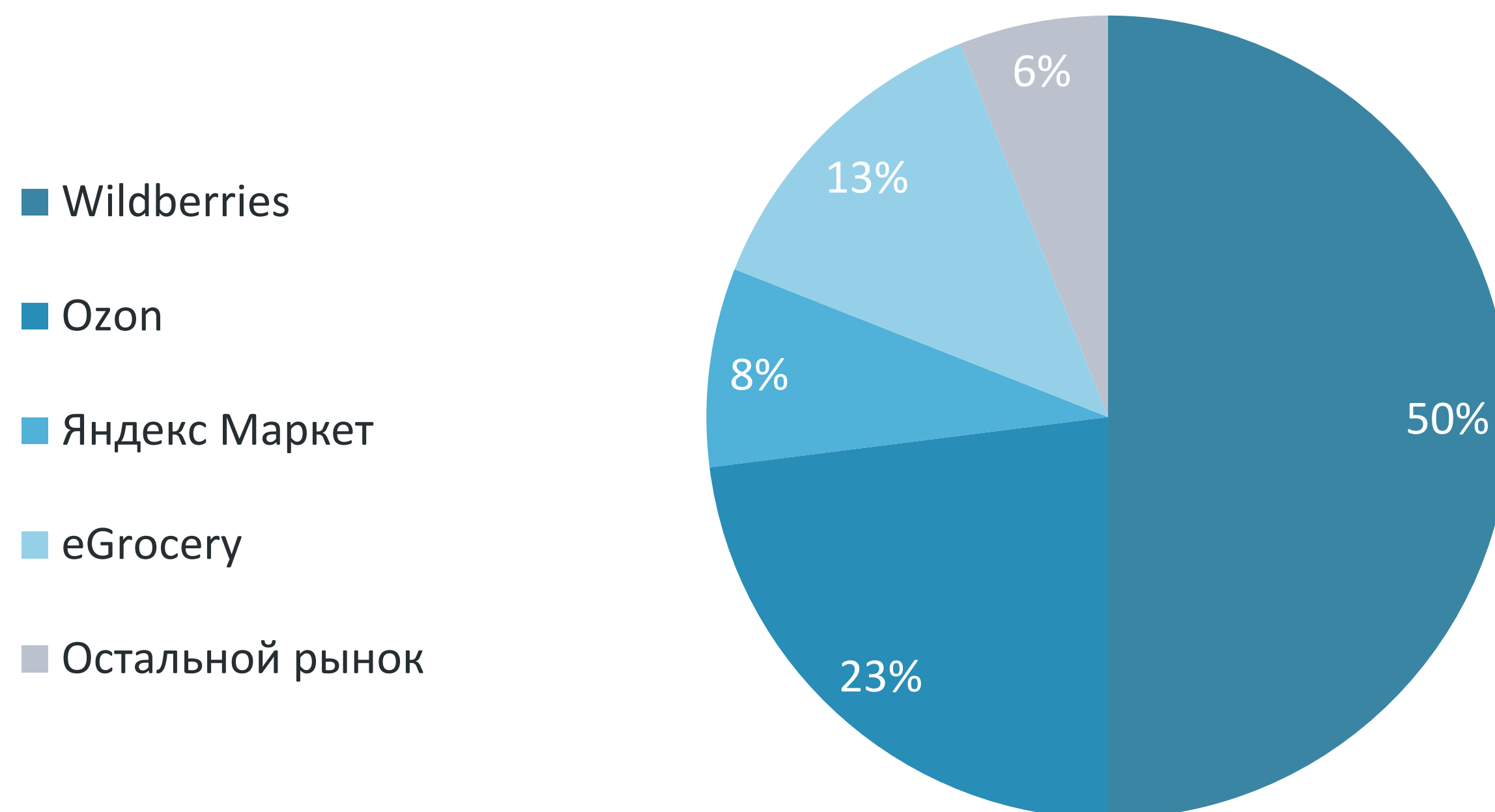
■ Остальной рынок

■ eGrocery

3 / Структура прироста онлайн-продаж

В 2022 году рынок eCommerce вырос на 1,55 трлн рублей. Половина этого роста пришлась на Wildberries, а в сумме **три крупнейших маркетплейса обеспечили более 80%** от всего роста рынка.

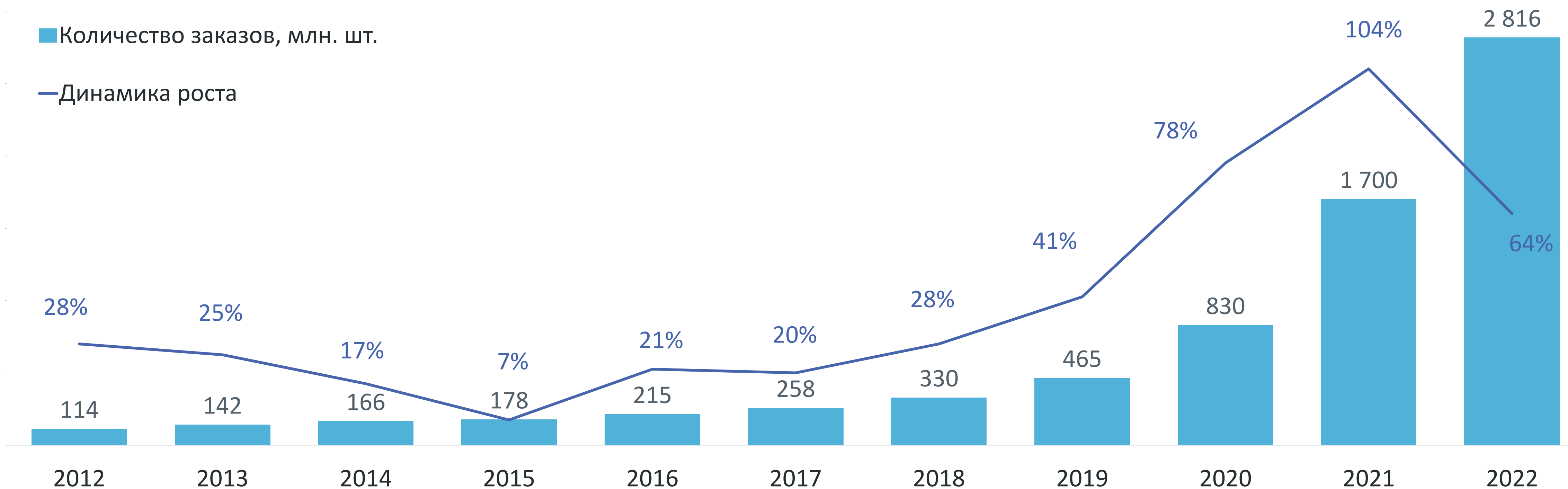
Распределение прироста рынка по категориям игроков, 2022, млрд руб.



3 / Динамика количества заказов, 2012-2022

После 4 лет постоянного ускорения, в 2022 г. темпы роста количества заказов снизились более чем в 1,5 раза. Однако и роста +65% хватило для того, чтобы 2022 год вошел в тройку лучших годов российского рынка eComмерсе по динамике заказов.

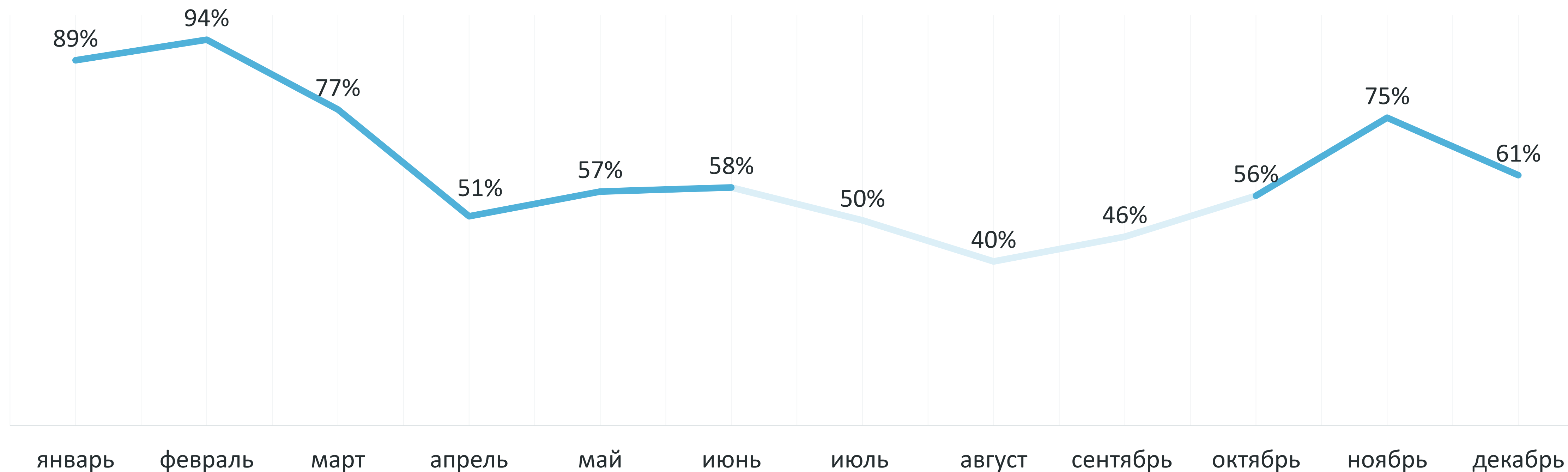
Динамика количества заказов, 2012-2022



3 / Динамика количества заказов, 2022

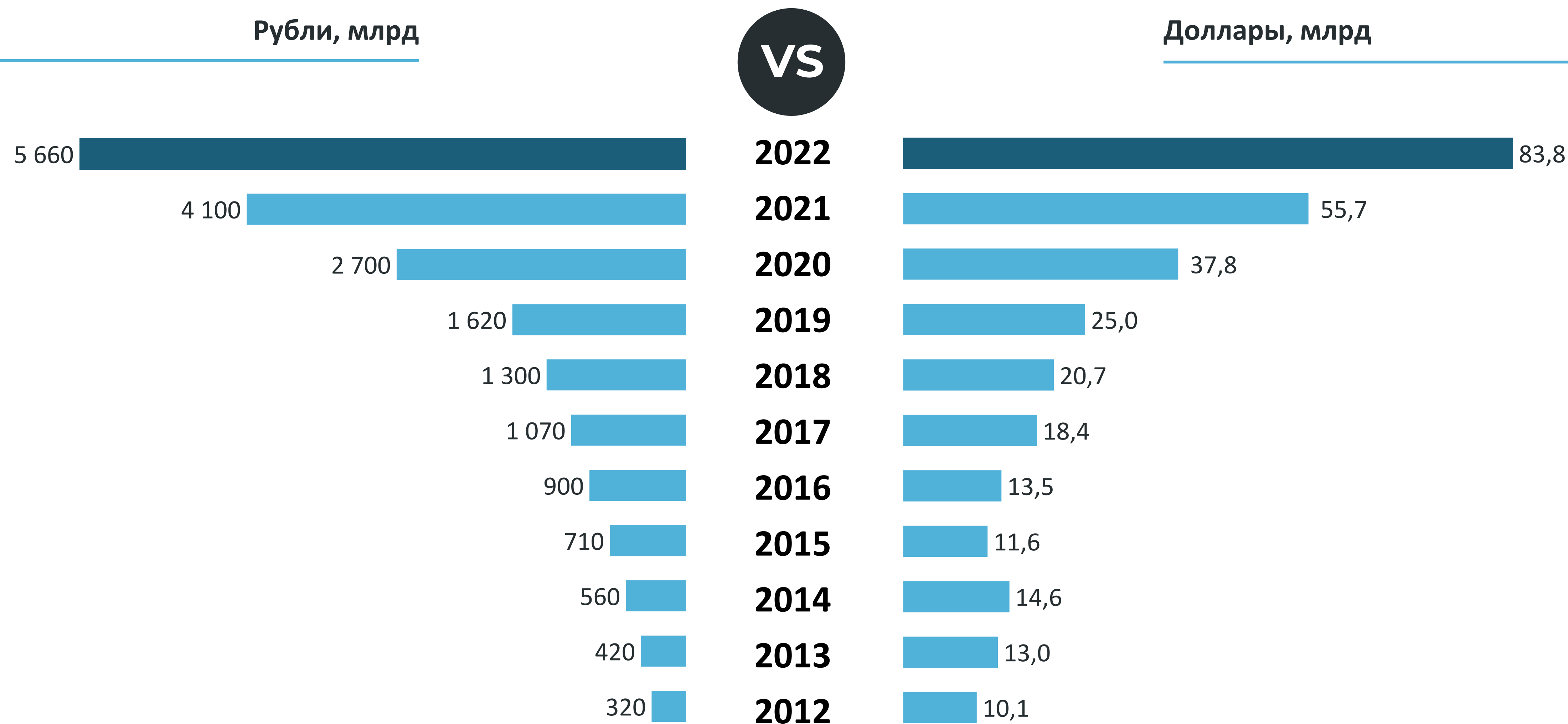
Весной 2022 года темпы роста количества заказов опустились с зимних показателей в районе +90% в год до менее чем +60%, а в июле-сентябре снизились до диапазона 40-50%. **Рост ускорился в ноябре и декабре, которые по показателям динамики стали лучшими месяцами с марта 2022 года.**

Рост количества заказов год к году, 2022



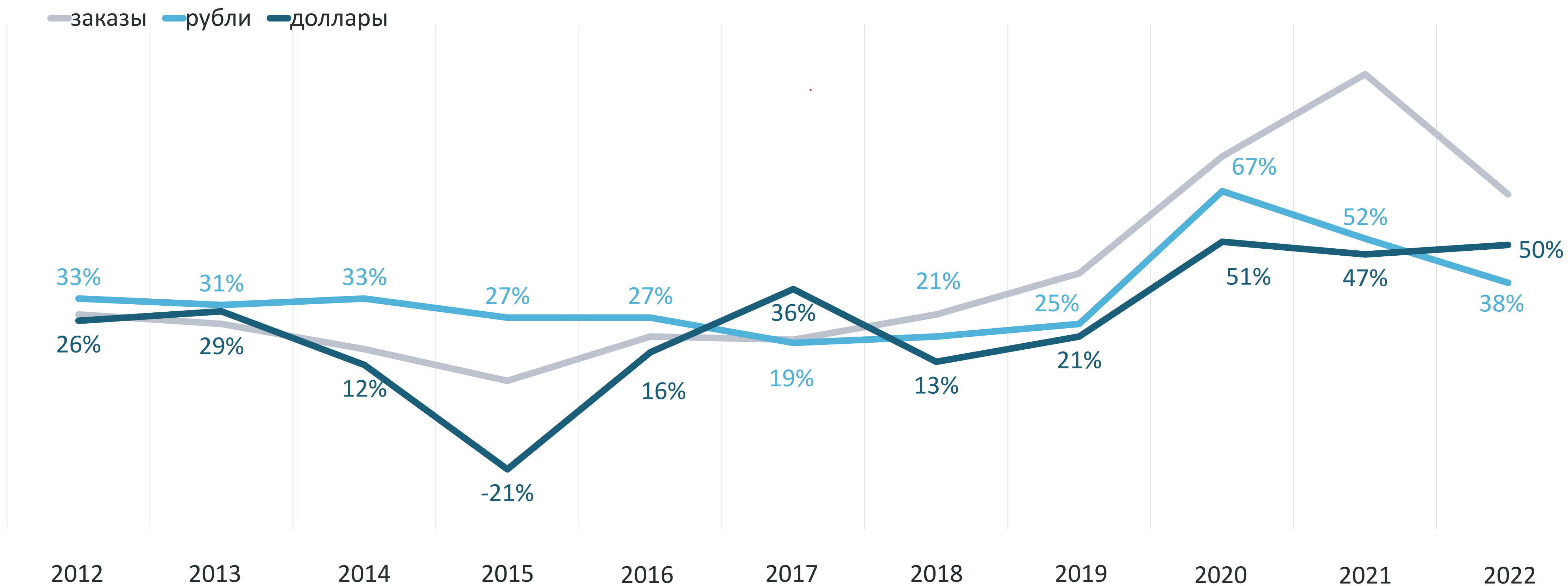
Источник: данные Data Insight, март 2023

3 / Онлайн-продажи в России, 2012-2022



3 / Темпы роста, 2012-2022

Темпы роста, 2012-2022



Источник: данные Data Insight, март 2023

3 / Средний чек, 2016-2022

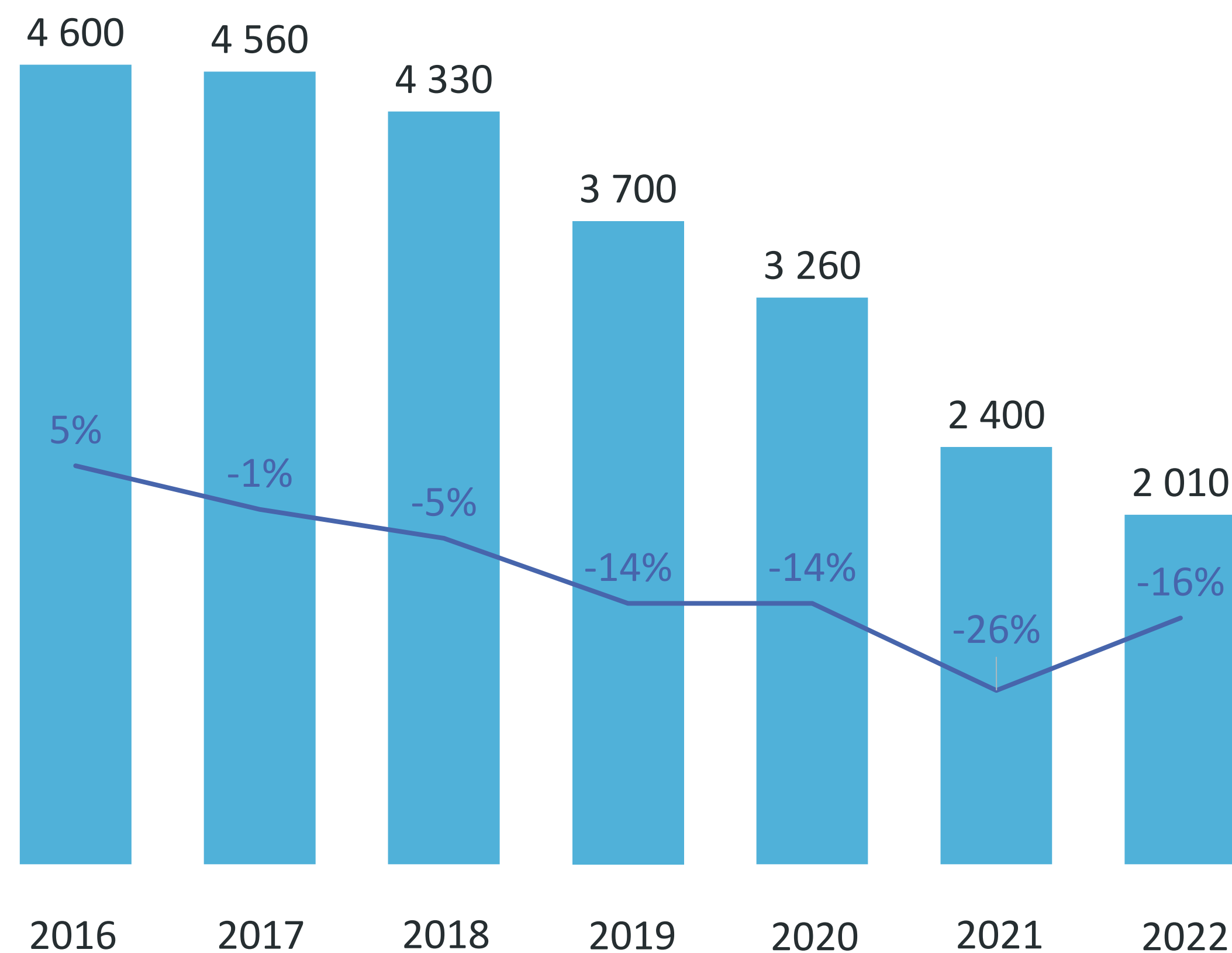
За 2022 год произошло **снижение среднего чека на 16%**.

Основные факторы:

- сокращение доли категорийных non-Food интернет-магазинов с более высоким средним чеком, чем у маркетплейсов, с 25% до 16% от всех онлайн-заказов;
- закрытие или существенное падение интернет-магазинов с высоким средним чеком + рост категорийных интернет-магазинов с низким средним чеком;
- инфляционный рост среднего чека типичного категорийного интернет-магазина на 13%;

Снижение среднего чека продолжается с 2018 года – это естественный результат проникновения eCommerce в область повседневных покупок. В 2022 году к этому добавилось резкое сокращение доли премиальных товаров в структуре онлайн-покупок.

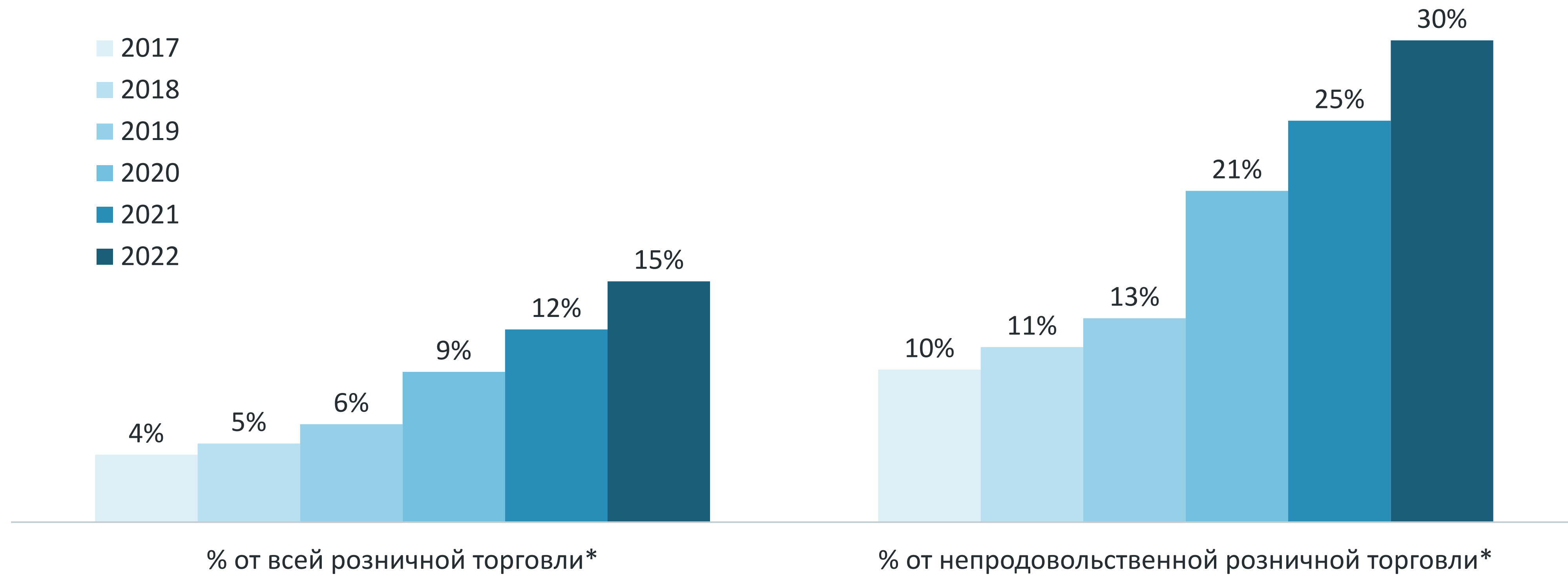
Динамика среднего чека, 2016-2022



3 / Доля eCommerce от рынка ритейла

Доля eCommerce продолжает расти: в 2022 году она составила **14%** от рынка ритейла и **29%** от рынка непродовольственного ритейла.

Рост доли eCommerce от рынка ритейла, 2017-2022

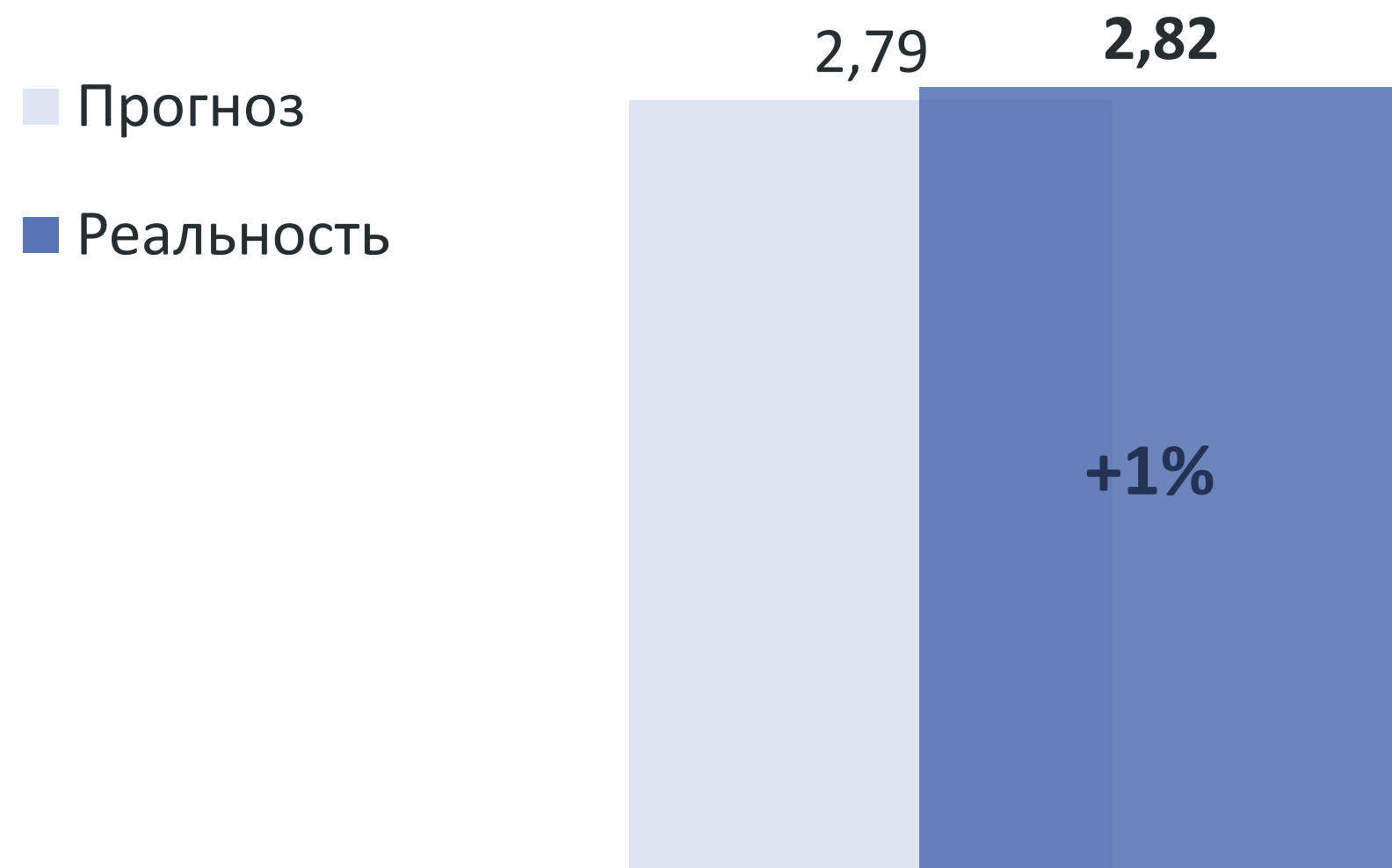


*Оборот розничной торговли в России за год без учета продаж автомобилей и топлива
Источник: данные Data Insight, март 2023

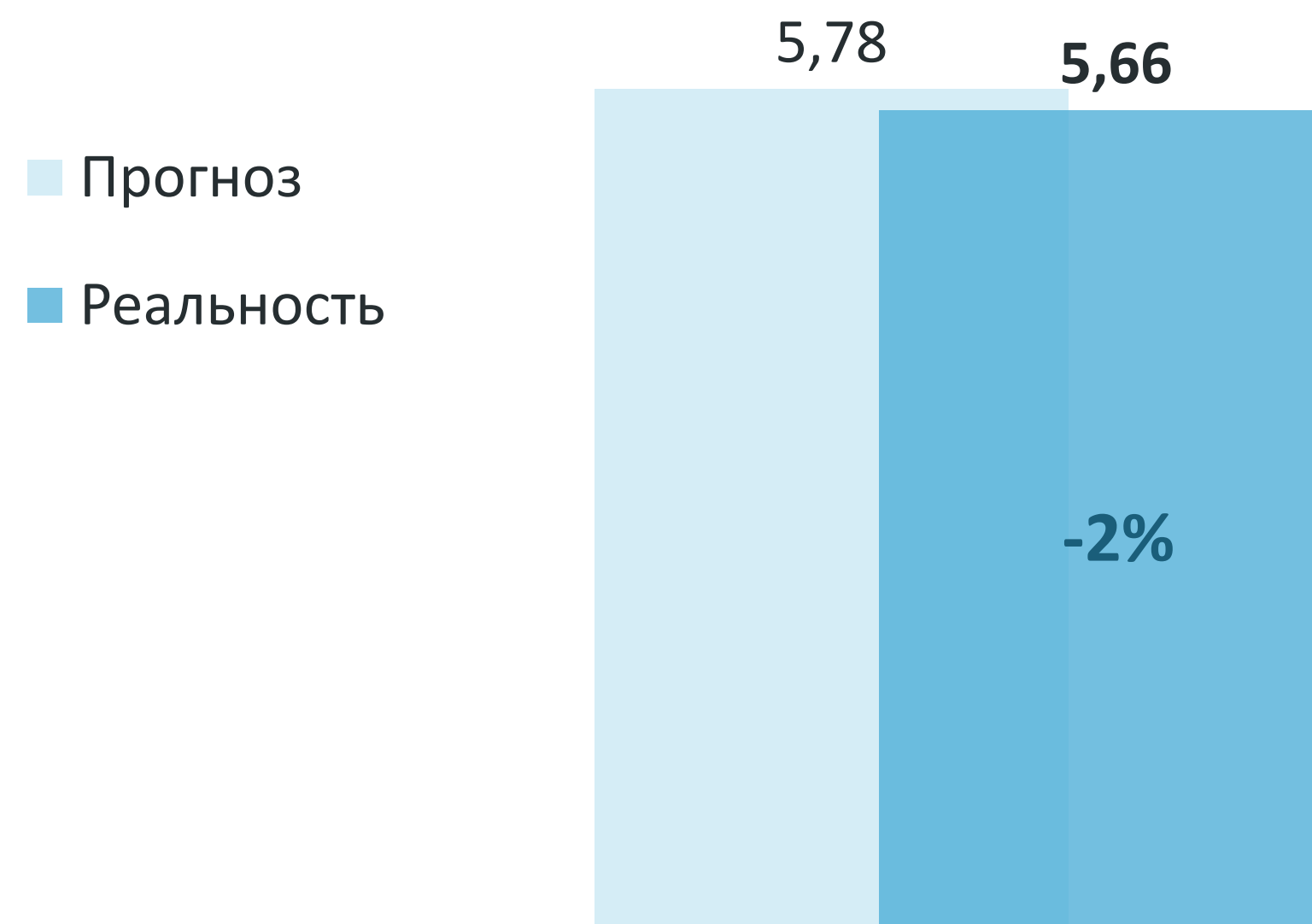
3 / Прогноз Data Insight: ожидание VS реальность

По предварительным прогнозам Data Insight ожидалось, что в 2022 году рынок eCommerce достигнет **5,78 трлн рублей** и **2,79 млрд заказов**. Итоговые результаты оказались близкими к прогнозу: в отношении количества заказов разница составила 1% (**итоговая оценка – 2,82 млрд заказов**), а прогноз объема продаж оказался завышенным на 2% – в реальности средний чек снизился сверх ожиданий, и по итогам года **объем рынка достиг 5,66 трлн рублей**.

Количество заказов, млрд шт.



Объем продаж, трлн руб.



Tinkoff ID — точка входа в экосистему Тинькофф

Получите доступ к технологиям, которые увеличивают прибыль
и лояльность пользователей



28 млн верифицированных клиентов



99% конверсия в авторизацию



Актуальные и полные данные



Веб- и мобильное решение



“

Tinkoff ID — это стержень, вокруг которого выросли продукты экосистемы Тинькофф. У нас внутри экосистемы для людей никогда не было барьеров и дверей — они свободно пользовались всеми продуктами без лишних движений.

Теперь Tinkoff ID — это ключ ко всем дверям за пределами экосистемы: авторизоваться в любом сервисе партнера Тинькофф можно будет рекордно быстро — за 10 секунд по одному клику. И главное — максимально безопасно.

Анатолий Макешин

Директор платежных систем —
зампред правления Тинькофф

Как Tinkoff ID помогает решать проблемы бизнеса?

Подробнее о Tinkoff ID



Брошенные корзины и низкая конверсия на сайте

Из-за необходимости создавать аккаунт на сайте, вводить пароли или из-за сложности процесса оформления заказа

24% пользователей бросают корзины из-за необходимости авторизации на сайте

Решение Tinkoff ID

Пользователю достаточно нескольких касаний для входа или регистрации на сайте.

При этом формы предзаполняются автоматически



Низкое качество данных о клиентах или их недостаток

Из-за чего маркетинговая коммуникация не достигает своей цели:

- почты для спама;
- заведомо неверные данные;
- изменения данных

Решение Tinkoff ID

Полные и актуальные данные о пользователях, которые передаются только с их согласия



Расходы на борьбу с фродом и мошенничеством

Злоупотребление программами лояльности, использование фейковых аккаунтов для заказа дорогих товаров и краж денег с привязанных карт

Миллиарды

рублей в год — потери отрасли от фрода

Решение Tinkoff ID

Минимизация рисков фрода:

- проверенные и качественные данные о пользователях;
- ML-модель скоринга пользователей;
- верификация и обновление данных по действующим пользователям

B2C: прогноз на 2023

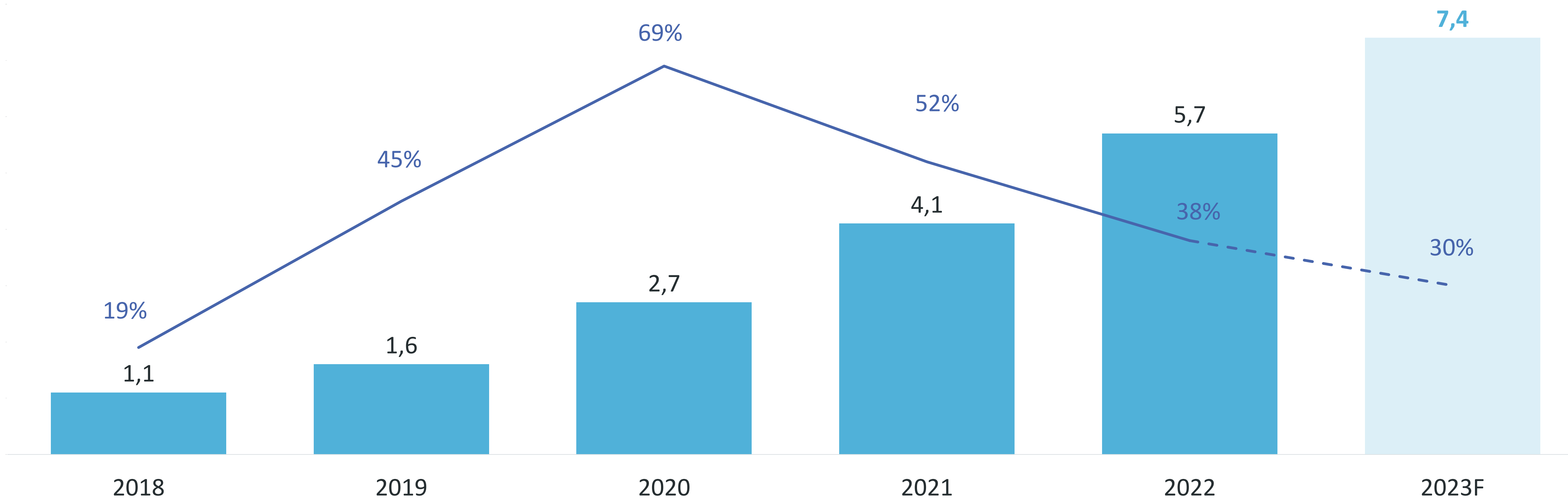
- Прогноз объема рынка eCommerce: продажи, заказы, средний чек
- Ключевые тренды 2022-2023



4 / Прогноз объема рынка: продажи

По прогнозу Data Insight, в 2023 году объем продаж на рынке eCommerce достигнет **7,4 трлн рублей**, рост составит **30%**.

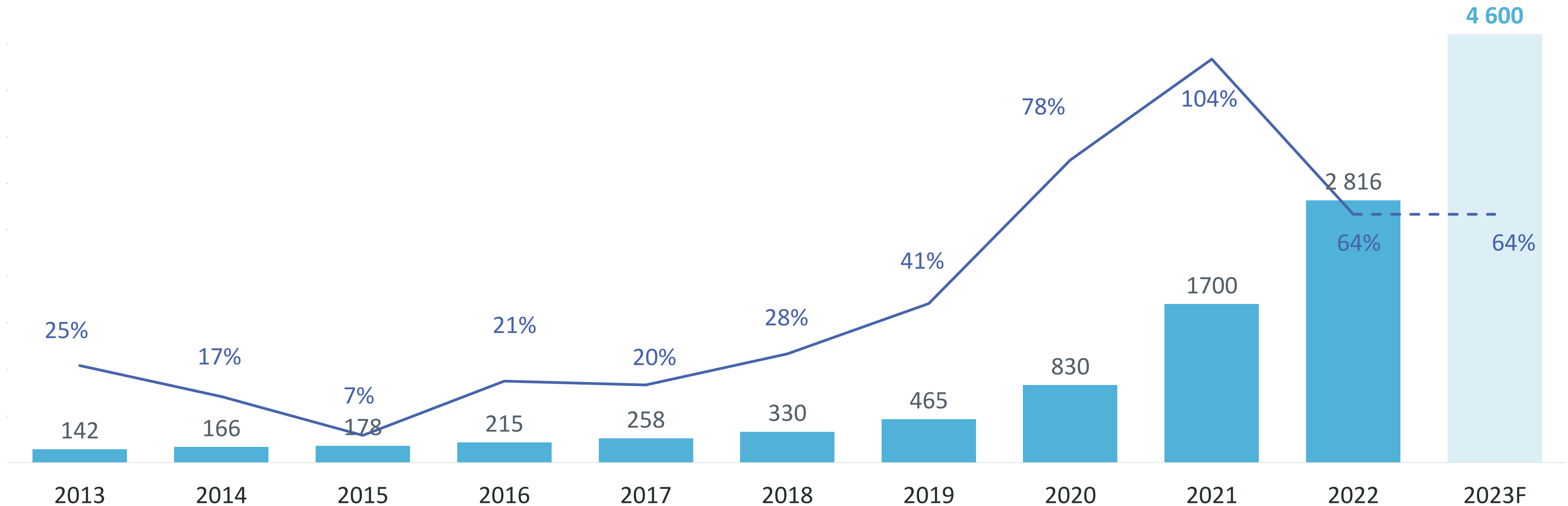
Динамика объема продаж с прогнозом на 2023 год, трлн руб.



4 / Прогноз объема рынка: заказы

В 2023 году темпы роста количества заказов начнут немного замедляться, вместе с тем, показатели роста все равно останутся на высоком уровне. Количество выполненных заказов на рынке eCommerce достигнет 4,6 млрд.

Динамика количества заказов с прогнозом на 2023 год, млн штук



Другие количественные прогнозы Data Insight на 2023 год:

- снижение среднего чека на **20%**;
- рост доли двух лидеров рынка до **53%** по объему онлайн-продаж и **77%** по заказам;
- впервые в истории сокращение (пусть и **всего на 3%**) суммарного количества заказов в категорийных non-Food магазинах;
- рекордные темпы роста в II и III кварталах за счет эффекта сравнительно низкой базы (весны-лета 2022).



Снижение доли импульсных и премиальных покупок.

Сезонный всплеск в конце 2022 года оказался слабее обычного.

Ускорение перетока на маркетплейсы.

Одна из причин – уход части игроков, товары которых перестали быть доступными в фирменных магазинах и доступны только на маркетплейсах от сторонних селлеров, напрямую от некоторых компаний или от маркетплейсов, которые выкупили сток.

Подвижность рынка в части распределения между брендами.

В России остаются локальные или небольшие бренды взамен ушедшим и крупным, это возрождает конкуренцию за долю рынка.

Взрывной рост вложений в продвижение на маркетплейсах.

В частности, работа с отзывами, оптимизация карточек товаров, SEO и реклама внутри маркетплейсов.

Заметное снижение средней стоимости покупок.

Основная причина – закрытие или существенное падение интернет-магазинов с высоким средним чеком.

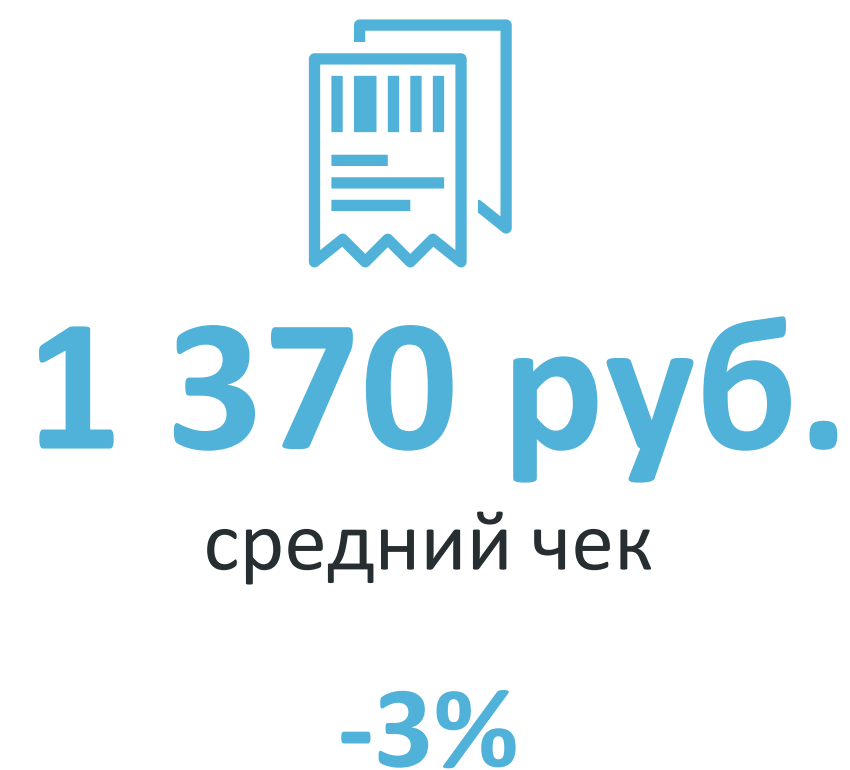
Универсальные маркетплейсы

- Крупные универсальные маркетплейсы в России, 2022
- Рост доли, заказов и объема продаж универсальных маркетплейсов
- Селлеры на маркетплейсах



5 / Крупные универсальные маркетплейсы, 2022

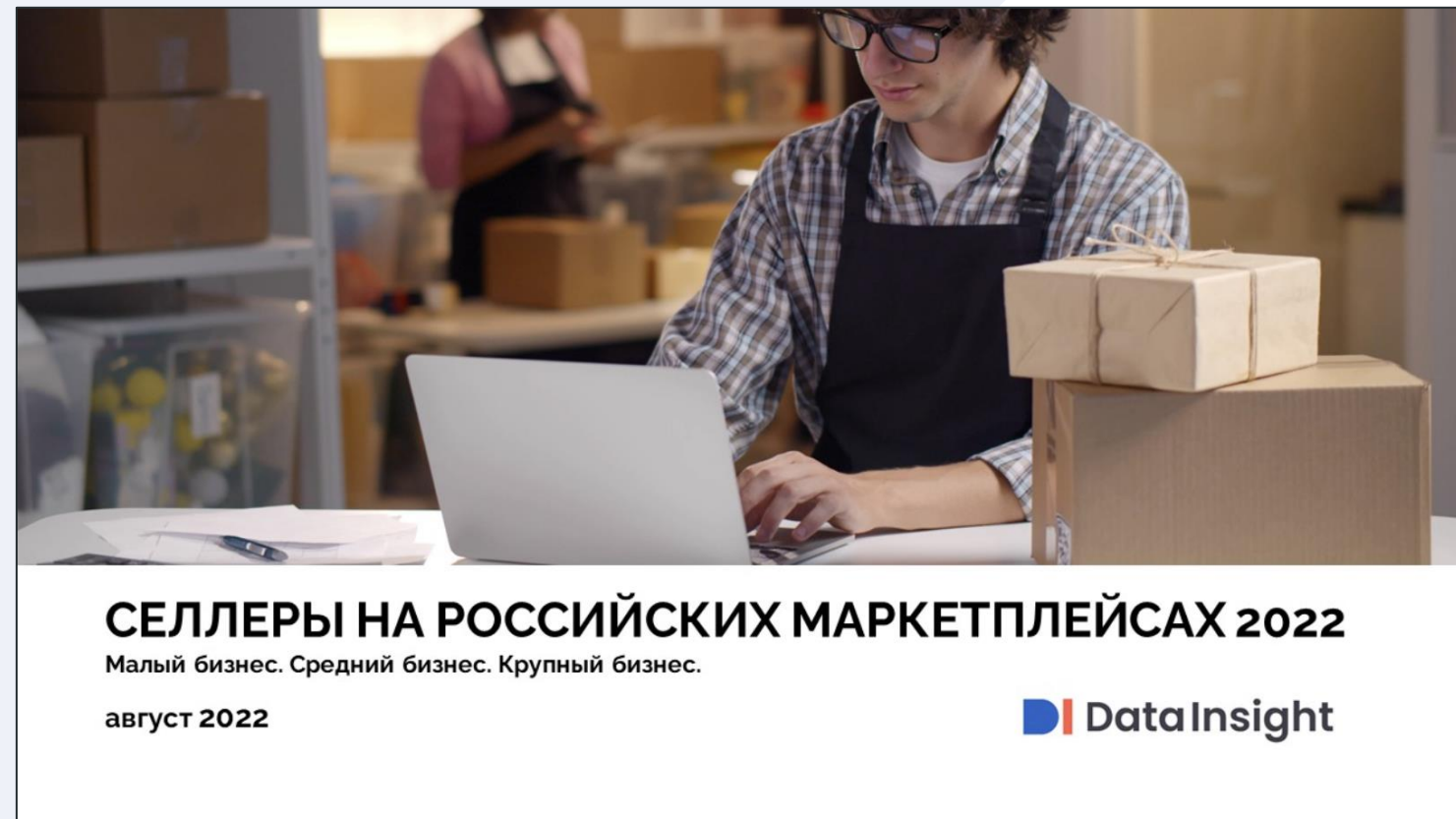
Крупные универсальные маркетплейсы в России – учитываются площадки с оборотом более 30 млрд руб. в год, на которых представлено большинство товарных категорий, и у которых не менее четверти продаж осуществляется по модели маркетплейса. На декабрь 2022 года это: Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет, AliExpress Россия* и СберМегаМаркет.



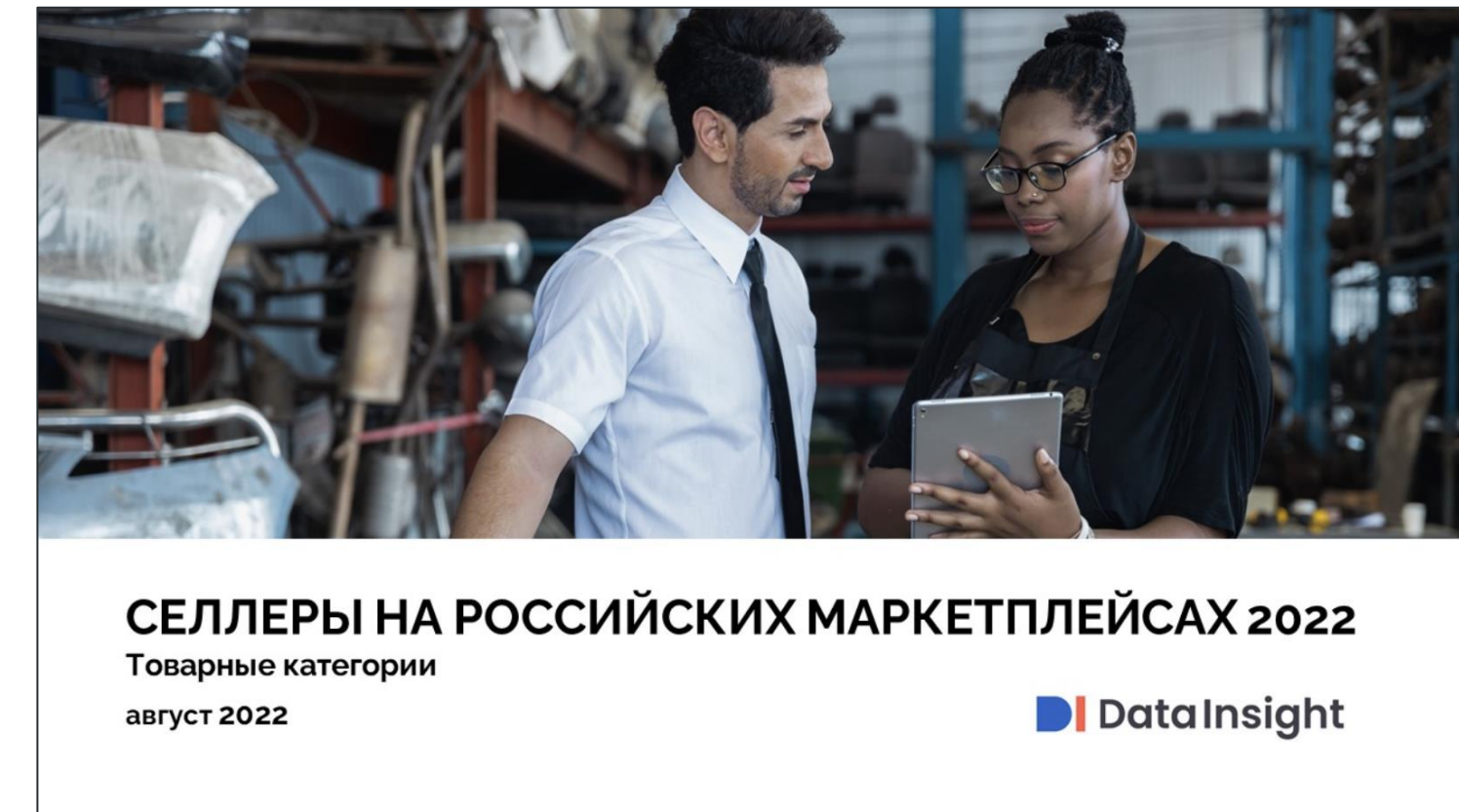
*только продажи российских продавцов
Источник: данные Data Insight, март 2023

5 / Реклама исследования «Селлеры на российских маркетплейсах»

Полные версии наших исследований можно заказать по адресу a@datainsight.ru



Селлеры на российских маркетплейсах 2022.
Малый, средний и крупный бизнес

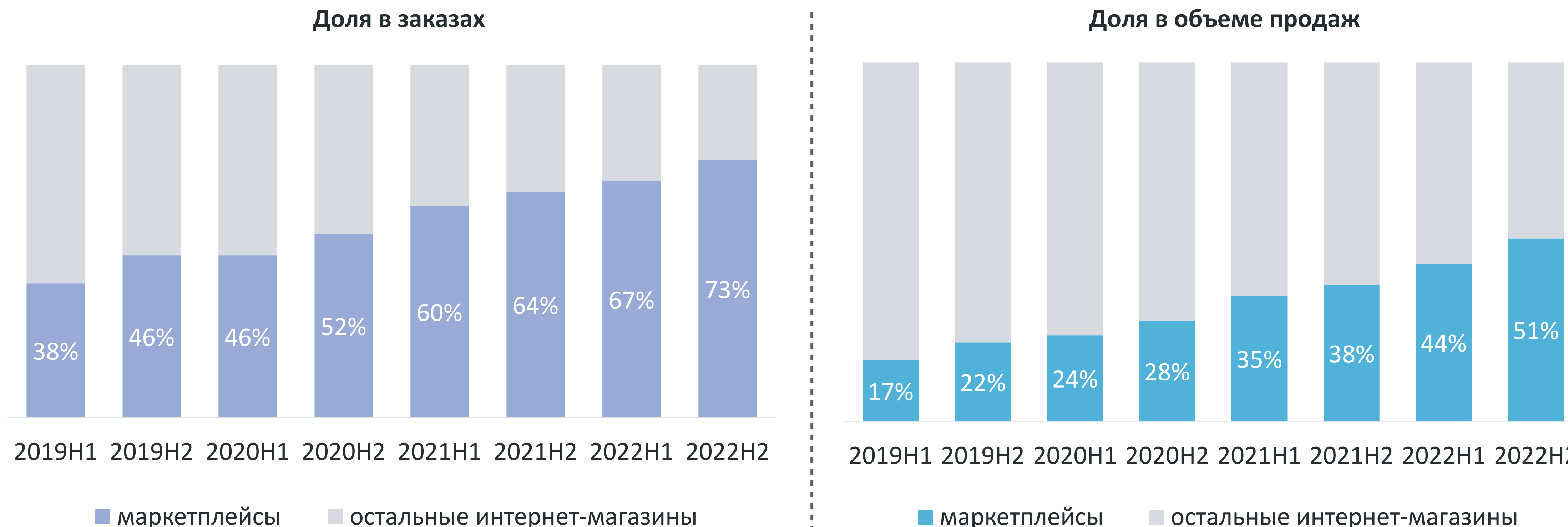


Селлеры на российских маркетплейсах 2022.
Товарные категории

5 / Растущая доля маркетплейсов

Доля маркетплейсов продолжает расти: во втором полугодии 2022 года **доля маркетплейсов в общем количестве заказов достигла 73% и впервые превысила половину всего объема продаж.**

Рост доли маркетплейсов в заказах и объеме продаж, 2018-2022 годы

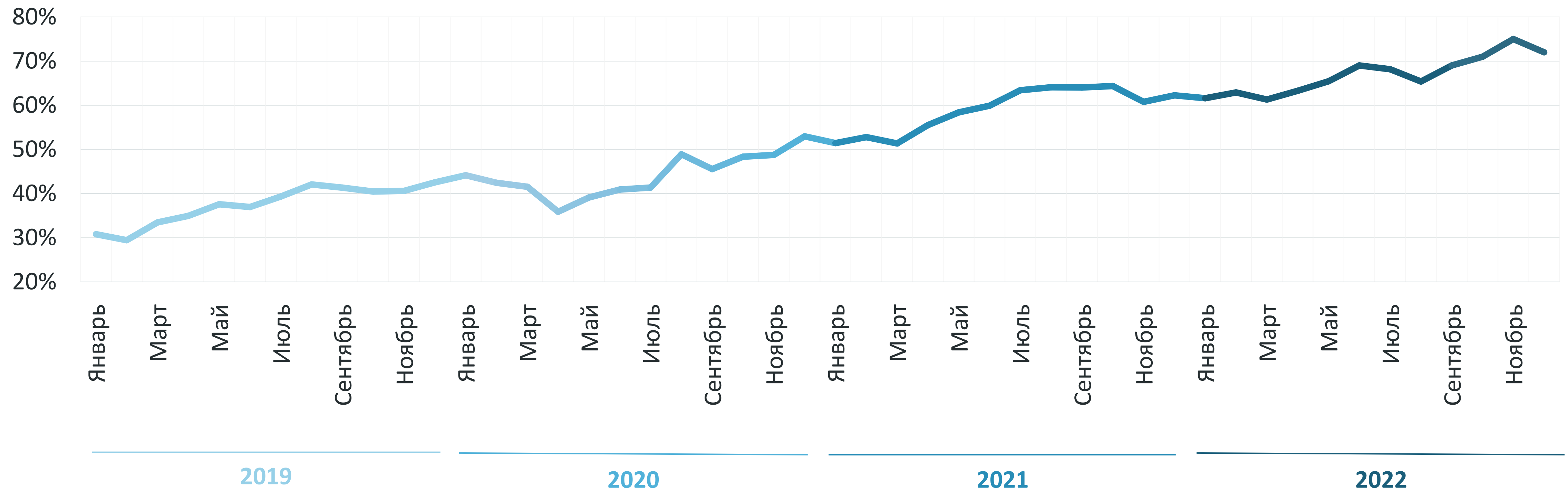


Источник: данные Data Insight, март 2023

5 / Доля Wildberries и Ozon в онлайн-заказах

В июне 2022 года совокупная доля двух крупнейших российских маркетплейсов Wildberries и Ozon впервые в истории превысила 2/3 от всех онлайн-заказов и составила 69%. В ноябре была достигнута максимальная доля Wildberries и Ozon за год: она составила 75%.

Рост доли Wildberries и Ozon от всех онлайн-заказов, 2019-2022

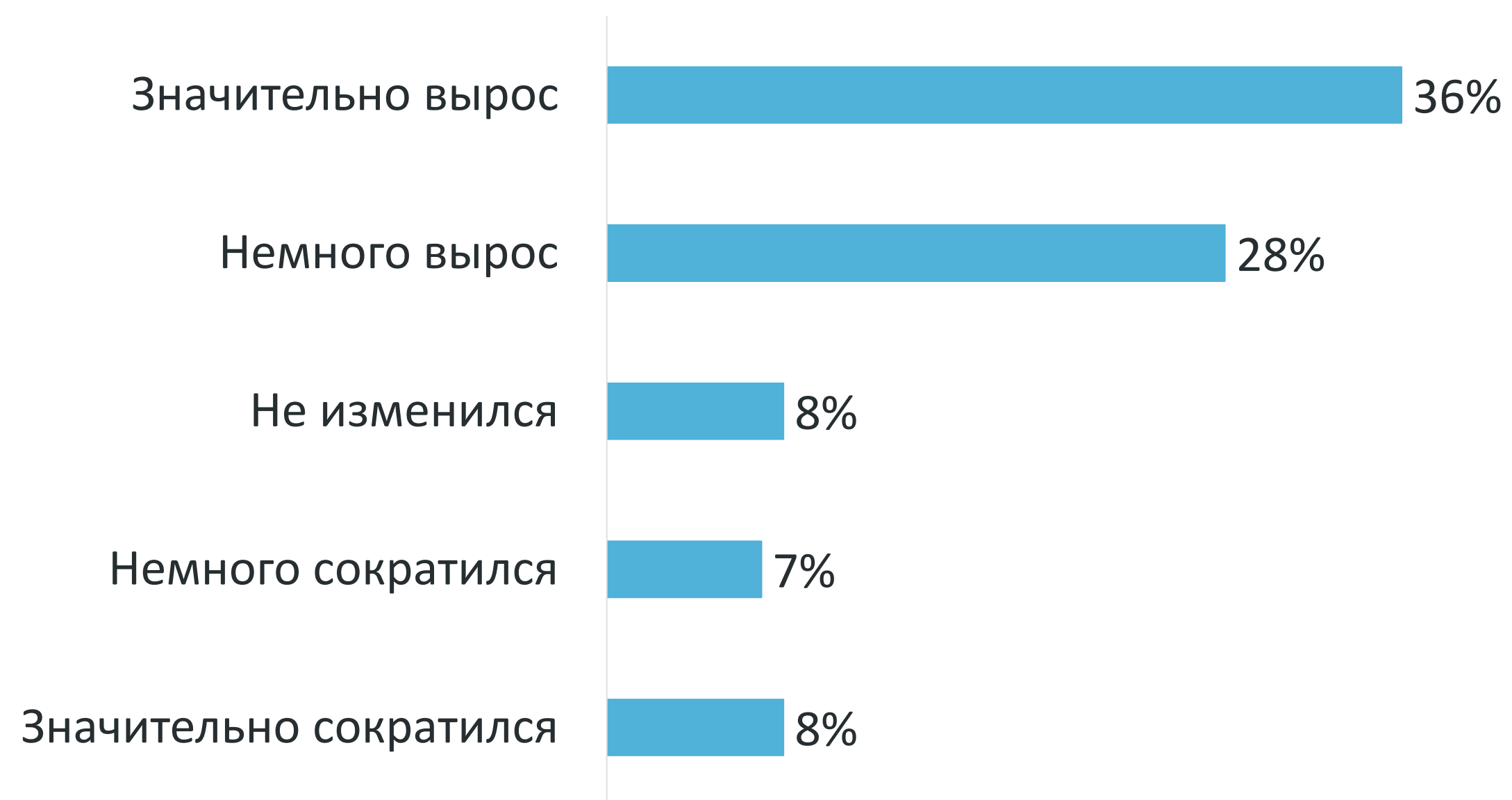


Источник: данные Data Insight, март 2023

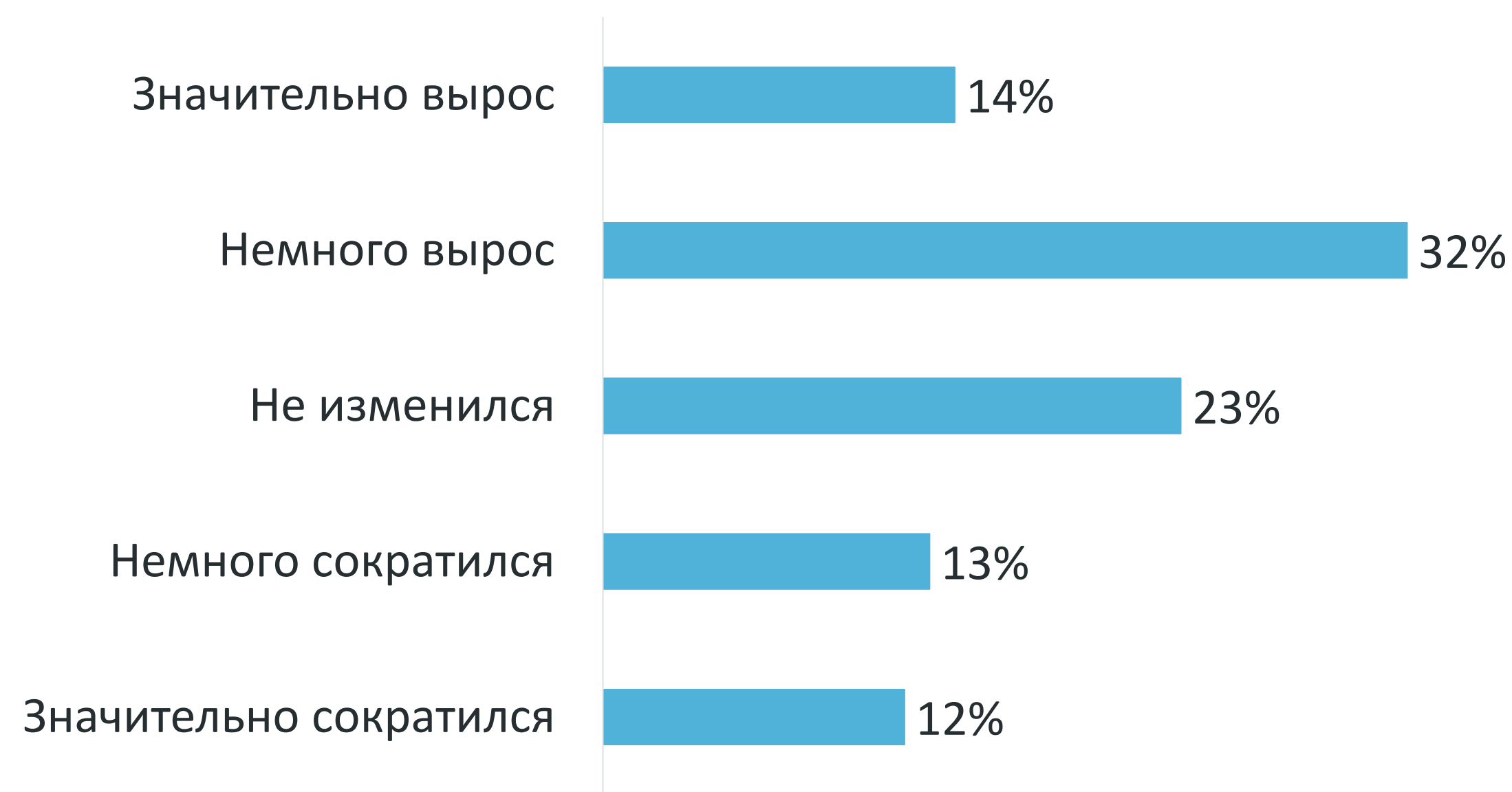
5 / Селлеры на маркетплейсах: каналы продаж

Маркетплейсы оцениваются продавцами как очень эффективный канал с большим приростом – 64% селлеров сообщили о росте объема своих продаж, и только 46% отметили рост продаж через собственный интернет-магазин.

Как изменился объем продаж через маркетплейсы?



Как изменился объем продаж через собственный интернет-магазин?

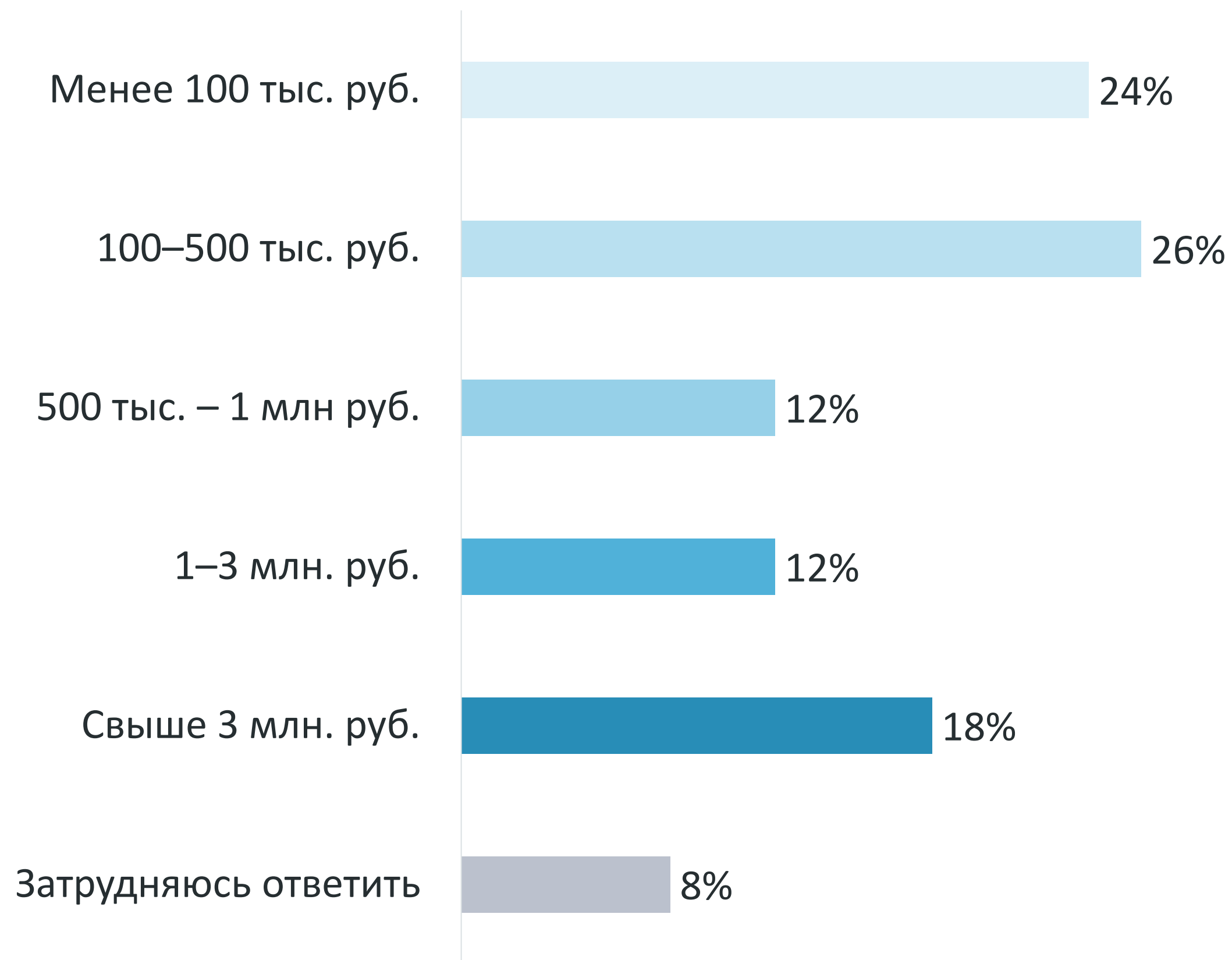


Онлайн-опрос (18+) в рамках исследования «Селлеры на российских маркетплейсах». Россия, Апрель 2022, N=4994.
Вопросы: «Как за прошедший год изменился ваш суммарный объем продаж через маркетплейсы?», «Как за прошедший год изменился ваш суммарный объем продаж через собственный интернет-магазин?». N=1655. Данные отражают мнения продавцов, опрошенных в ходе исследования.

Источник: Data Insight, Селлеры на российских маркетплейсах 2022, 2022 – datainsight.ru/SellersOnMarketplaces_2022

5 / Селлеры на маркетплейсах: портрет респондентов

Среднемесячный объем продаж



Основной регион деятельности

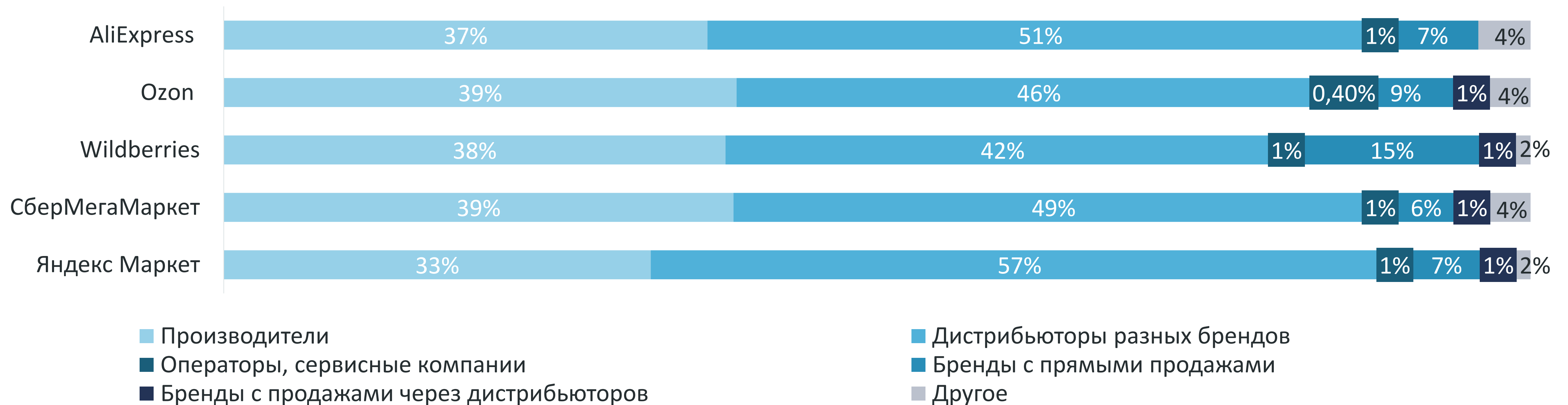


Онлайн-опрос (18+) в рамках исследования «Селлеры на российских маркетплейсах». Россия, Апрель 2022, N=4994.
Вопросы: «Укажите ваш среднемесячный объем продаж на всех площадках», «Укажите основной регион вашей деятельности». N=4055
Источник: Data Insight, Селлеры на российских маркетплейсах 2022, 2022 – datainsight.ru/SellersOnMarketplaces_2022

5 / Селлеры на маркетплейсах: категории селлеров

Почти половина всех продавцов на маркетплейсах – дистрибьюторы, занимающиеся продажей разных брендов. Больше всего их на Яндекс Маркете и AliExpress. Особенность продавцов Wildberries – отличное от среднего соотношение дистрибьюторов и брендов с прямыми продажами: на Wildberries дистрибьюторов меньше, а брендов с прямыми продажами больше, чем в среднем. Селлеры Яндекс Маркета отличаются более низкой долей производителей товаров.

Продавцы на маркетплейсах



Онлайн-опрос (18+) в рамках исследования «Селлеры на российских маркетплейсах». Россия, Апрель 2022, N=4994. Вопрос: «Ваша компания занимается продажами на маркетплейсах?». N=4994

Источник: Data Insight, Селлеры на российских маркетплейсах 2022, 2022 – datainsight.ru/SellersOnMarketplaces_2022

5 / Селлеры на маркетплейсах: площадки

AliExpress

OZON

WILDBERRIES

СБЕР
МЕГАМАРКЕТ

Яндекс  Маркет

Количество открытых аккаунтов селлеров*

февраль 2022

1 кв. 2022

июль 2022

май 2022

июль 2022

102 500

120 000

840 000

8 000

48 000

Среднее количество категорий на одного продавца

1,39

1,41

1,28

1,54

1,48

Среднее количество каналов продаж на одного продавца

2,47

2,09

1,57

2,70

2,33

*приведены собственные данные AliExpress Россия, неаудированные финансовые результаты за первый квартал 2022 года Ozon, Wildberries, СберМегаМаркет, финансовые результаты за второй квартал 2022 года Яндекс.

Источник: Data Insight, Селлеры на российских маркетплейсах 2022, 2022 – datainsight.ru/SellersOnMarketplaces_2022

5 / Селлеры на маркетплейсах: пересечение площадок

У продавцов всех платформ второй по популярности площадкой является Ozon. По данным опроса, на Ozon присутствуют более 40% селлеров Wildberries и 70-80% продавцов Яндекс Маркета, СберМегаМаркета и AliExpress Россия. Продавцы Wildberries меньше других используют дополнительные площадки – в среднем один продавец использует не больше двух маркетплейсов. Продавцы СберМегаМаркета – почти все возможные площадки (4,3 на продавца).

Площадка продавца \ Дополнительная площадка	AliExpress Россия	Ozon	Wildberries	СберМегаМаркет	Яндекс Маркет
AliExpress Россия	-	20%	6%	43%	27%
Ozon	72%	-	41%	87%	78%
Wildberries	44%	60%	-	71%	51%
СберМегаМаркет	17%	11%	5%	-	19%
Яндекс Маркет	47%	41%	15%	84%	-
Среднее количество платформ на продавца	3,1	2,4	1,8	4,3	2,9

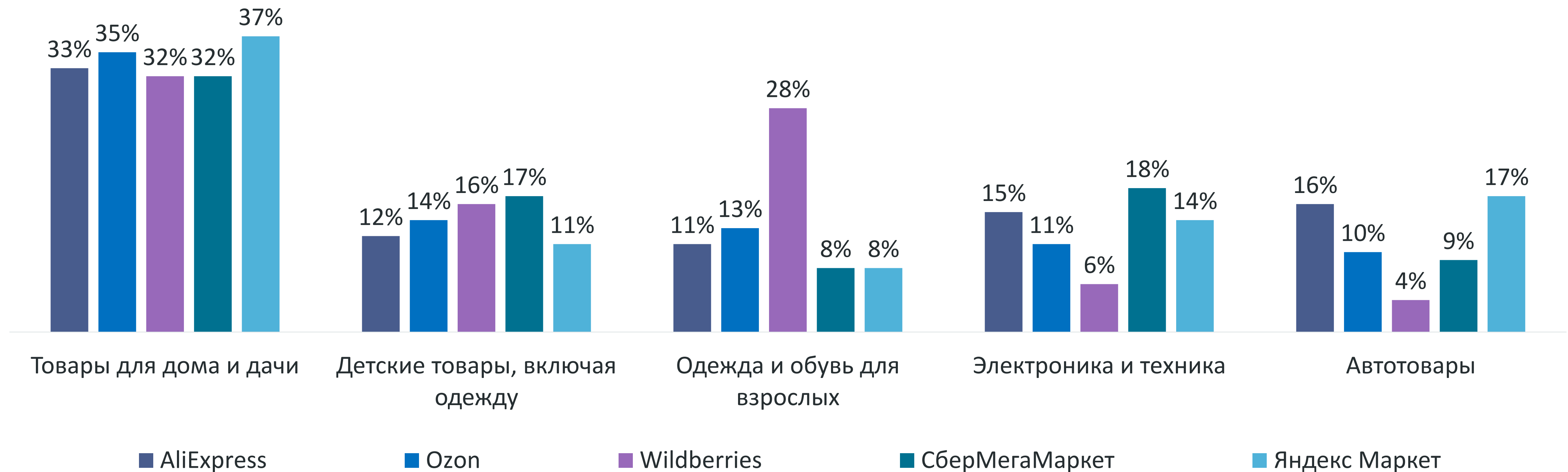
Онлайн-опрос (18+) в рамках исследования «Селлеры на российских маркетплейсах». Россия, Апрель 2022, N=4994. Вопрос: «Какие маркетплейсы вы использовали для продажи товаров за последние 12 месяцев?». N=4994

Источник: Data Insight, Селлеры на российских маркетплейсах 2022, 2022 – datainsight.ru/SellersOnMarketplaces_2022

5 / Селлеры на маркетплейсах: товарные категории

Самая представленная категория на маркетплейсах – товары для дома и дачи: от 32% до 37% селлеров в зависимости от платформы. Среди продавцов Wildberries почти столько же продают одежду и обувь (28%). В среднем на каждого продавца приходится 1,4 категории.

Топ-5 категорий*



*Процент продавцов с каждой площадки

Онлайн-опрос (18+) в рамках исследования «Селлеры на российских маркетплейсах». Россия, Апрель 2022, N=4994. Вопрос: «Товары каких категорий продает ваша компания?». N=4992.

Источник: Data Insight, Селлеры на российских маркетплейсах 2022, 2022 – datainsight.ru/SellersOnMarketplaces_2022



В категории
“Посуда”:

в **2.5** раза
ЭКОНОМИЯ
БЮДЖЕТА

>210 млн ₽
ОБОРОТ
ЗА 1 ГОД

с **4%** до **9%**
РОСТ CTR

Компания: Сима-ленд

Бренд: более 1000 брендов
на Wildberries

Ниша: сувениры, посуда,
игрушки, канцтовары,
электротовары, текстиль, товары
для дома и др.
А также и собственные
разработки.

На Wildberries: больше года

С Маркет Папой: с июня 2022г.



«За время теста с Маркет Папа команда маркетинга убедилась, что система снижает затраты на рекламу. Понимание CTR каждого слова в поисковой выдаче делает результат предсказуемым, а экономию заметной. Решающим же аргументом в пользу Маркет Папа стала безопасность. Сима-ленд ничем не рискует, когда предоставляет данные»

Александр Кандауров
руководитель отдела маркетплейс “Посуда и
хозтовары” компании Сима-ленд

ПРОБЛЕМА

Сима-ленд — крупнейшая в России оптовая компания. Для понимания объемов работы: все склады Wildberries в России обладают общей площадью 450 тыс. м², склады Сима-ленд в Екатеринбурге и Москве — более 200 тыс. м².

Отдел по работе маркетплейсами есть у каждого направления работы компании: отдельная команда занята игрушками, отдельная — спорттоварами, так же с посудой и сувенирами. Потому нехватки рабочих рук не ощущалось, но настойчивое желание оптимизировать рутину появилось почти сразу. Хотелось достаточное время уделять анализу данных по каждой карточке, улучшать показатели по каждой позиции, а не “забивать микроскопом гвозди”.



РЕШЕНИЕ

Кабинет Wildberries честно сообщает, что данные в рекламном кабинете обновляются в течении 7 дней. Из всех маркетплейсов, где представлена компания, это самый долгий срок выгрузки. Стало ясно, что без сторонних сервисов не обойтись.

Команда маркетинга несколько месяцев тестировала возможности разных программ. В апреле 2022 узнали о Маркет Папе и его автоматизированной настройке рекламных кампаний. С помощью Маркет Папа удалось освободить рабочие часы менеджеров.

“Куча времени уходило на ведение рекламных кампаний. Поэтому к лету приняли решение о том, что Маркет Папа станет партнером Сима-ленд.”

За время теста команда маркетинга убедилась, что Маркет Папа снижает затраты на рекламу. Понимание CTR каждого слова в поисковой выдаче делает результат предсказуемым, а экономию заметной. К примеру, сейчас в категории “Посуда” - 300 рекламных кампаний. Если за счет бидера и оптимизации, Сима-ленд сэкономит на каждой из них хотя бы рубль, то к концу квартала сумма станет шестизначной.

Рейтинг топ-100 интернет-магазинов, 2021

- Рейтинг топ-100 интернет-магазинов от Data Insight
- Топ-100 2021: динамика, порог вхождения, структура
- Лидеры категорий и роста
- Ecommerce Index Top-100: победители 2021
- Закрывшиеся проекты из Топ-100, 2022



Рейтинг Топ-100 интернет-магазинов России – список 100

крупнейших интернет-магазинов России, ранжированный по объему онлайн-продаж. Рейтинг публикуется ежегодно с 2016 года, включает данные по объему онлайн-продаж, количеству заказов и среднему чеку.

В основе рейтинга лежит комплексная методика, включающая как данные и комментарии, предоставленные самими интернет-магазинами, так и собственные данные и оценки Data Insight и данные сторонних сервисов. В частности, при составлении рейтинга используются данные регулярного мониторинга посещаемости и количества заказов, который ведет Data Insight, данные онлайн-чеков, данные ФНС.

#	Магазин	Категория	Онлайн-продажи, млн руб.	Рост онлайн-продаж	Заказы, тыс. шт.	Рост заказов	Средний чек, руб	Рост среднего чека
1	wildberries.ru [1]	универсальные магазины	805 700	95%	771 900	153%	1 040	-23%
2	ozon.ru [1]	универсальные магазины	446 700	126%	221 200	199%	2 020	-24%
3	dns-shop.ru [2]	электроника и техника	185 300	41%	16 200	14%	11 400	24%
4	citilink.ru	электроника и техника	163 400	24%	13 200	7%	12 400	16%
5	mvideo.ru	электроника и техника	132 600	15%	13 000	20%	10 200	-4%
6	market.yandex.ru	универсальные магазины	122 200	180%	29 700	151%	4 110	12%
7	allexpress.ru [3]	универсальные магазины	106 100	116%	48 000	152%	2 210	-14%
8	lamoda.ru [1]	одежда, обувь и аксессуары	71 200	34%	14 100	15%	5 050	17%
9	petrovich.ru	товары для дома	62 200	41%	3 990	4%	15 600	36%
10	vseinstrumenti.ru	товары для дома	61 900	52%	9 700	40%	6 380	9%
11	apteka.ru	здоровье	59 300	18%	38 500	19%	1 540	-1%
12	sima-land.ru	универсальные магазины	58 500	59%	6 420	50%	9 110	6%
13	eldorado.ru	электроника и техника	56 200	3%	5 930	-6%	9 480	10%
14	detmir.ru	товары для детей	54 200	40%	35 500	49%	1 530	-6%
15	sbermarket.ru [1]	FMCG	52 100	193%	22 100	318%	2 360	-30%
16	leroymerlin.ru	товары для дома	49 900	30%	5 320	19%	9 380	9%
17	vkusvill.ru [1]	FMCG	45 700	238%	35 100	288%	1 300	-13%
18	ikea.com	товары для дома	43 900	10%	2 490	-2%	17 600	12%
19	samokat.ru	FMCG	38 200	319%	64 500	270%	590	13%
20	svyaznoy.ru	электроника и техника	37 900	33%	1 550	-10%	24 500	48%
21	sbermegamarket.ru	универсальные магазины	30 600	234%	6 410	227%	4 770	2%
22	onlinetrade.ru	универсальные магазины	30 200	32%	4 330	21%	6 970	9%
23	lavka.yandex.ru [5]	FMCG	28 300	155%	33 600	161%	840	-2%
24	shop.mts.ru	электроника и техника	26 900	40%	1 270	19%	21 200	18%
25	kolesa-darom.ru	автотовары	21 600	45%	930	10%	23 200	32%
26	vprok.ru [4]	FMCG	21 100	43%	4 670	31%	4 520	9%
27	re-store.ru	электроника и техника	18 300	64%	370	30%	49 500	26%
28	utkonos.ru	FMCG	17 800	9%	3 510	32%	5 070	-17%
29	konus.ru	офис и бизнес	16 900	-2%	1 960	-10%	8 620	9%

6 / Динамика Топ-100: деньги и заказы

Суммарно 100 крупнейших онлайн-ритейлеров России доставили за 2021 год **1,59 млрд заказов**, что в 2,2 раза превышает показатели 2020 года. Объем продаж в рублях в сумме по Топ-100 вырос на 62% до **почти 3,4 трлн рублей**.



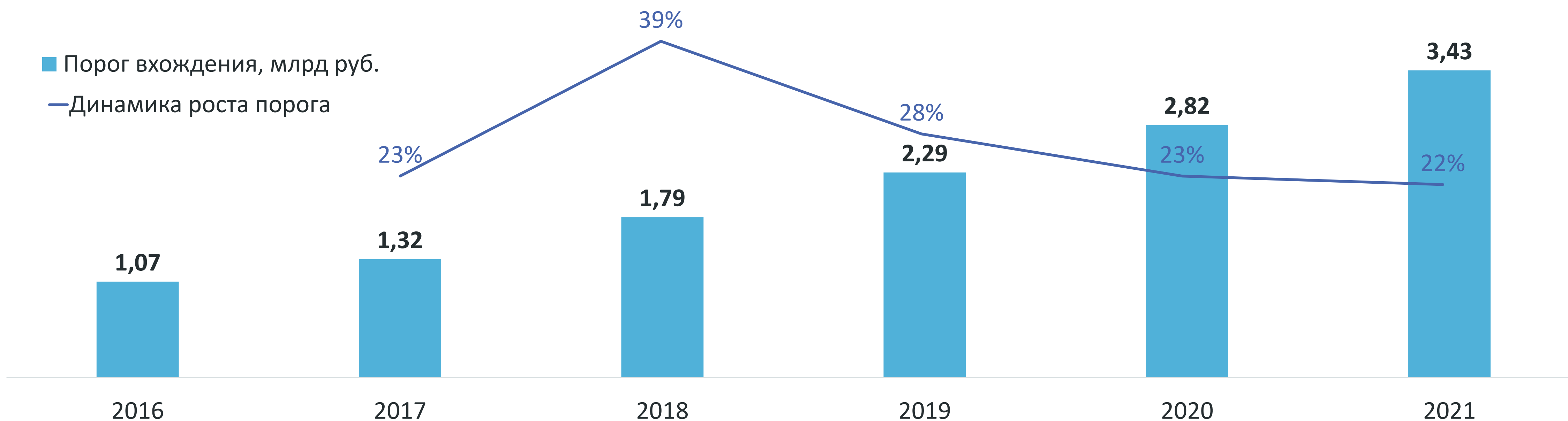
Данные до 2020 г. включительно – с учетом клиентских возвратов, данные за 2021 г. – за вычетом клиентских возвратов (без их вычета значение за 2021 г. было бы на 2–3% выше)

Источник: Data Insight, Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100 2021, 2022 – datainsight.ru/winners-top100-2022

6 / Порог входа в Топ-100

По сравнению с рейтингом за 2020 год в списке появилось 14 новых проектов, не входивших в аналогичный Топ за прошлый год. Порог входа в Топ-100 за год **вырос на 610 млн рублей или 22%**.

Порог входа в рейтинг Топ-100 интернет-магазинов России, млрд руб.

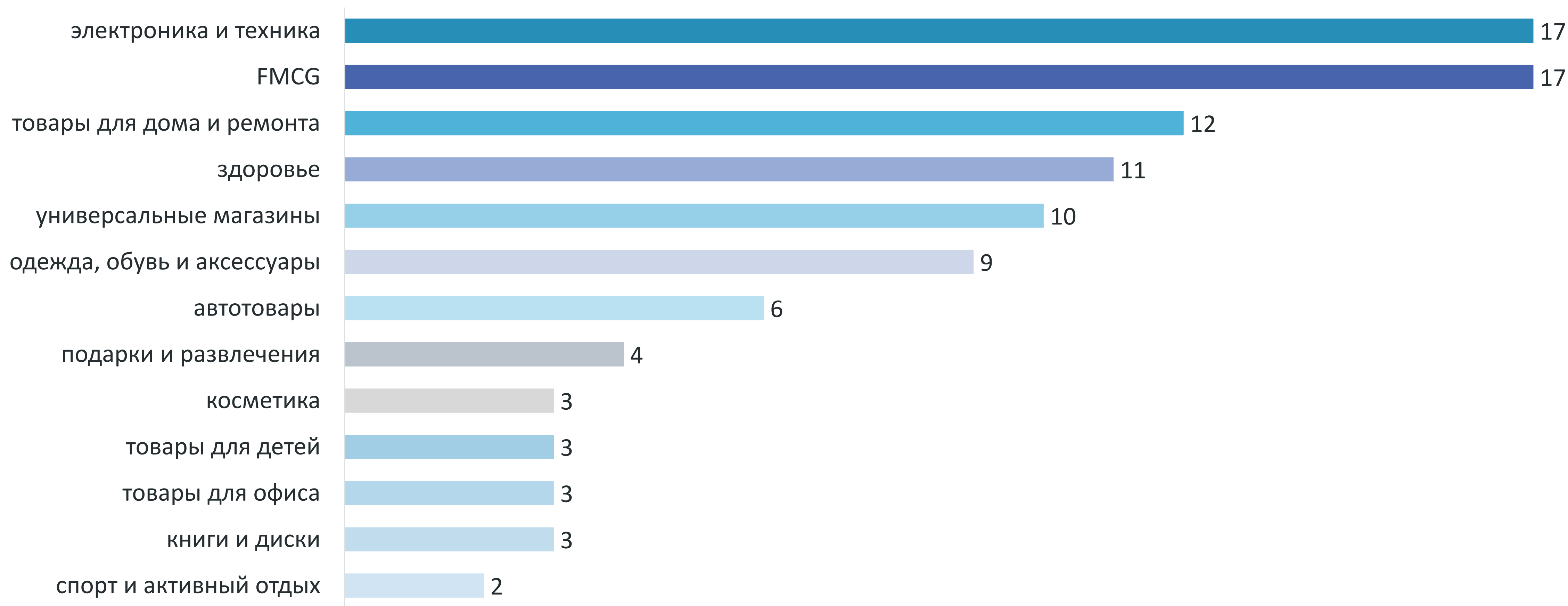


Данные до 2020 г. включительно – с учетом клиентских возвратов, данные за 2021 г. – за вычетом клиентских возвратов (без их вычета значение за 2021 г. было бы на 2–3% выше)

Источник: Data Insight, Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100 2021, 2022 – datainsight.ru/winners-top100-2022

6 / Структура Топ-100: товарные категории

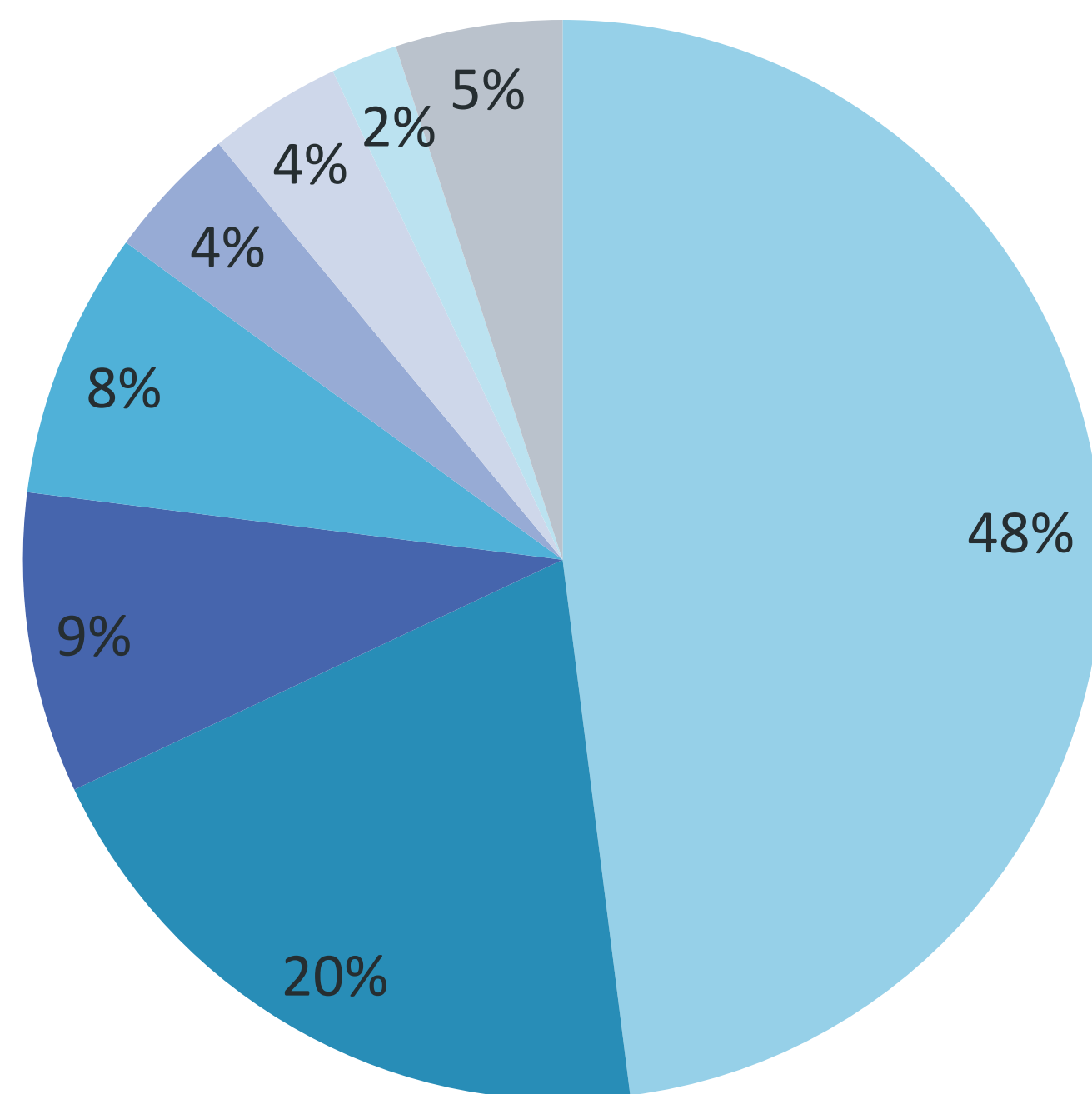
Распределение интернет-магазинов Топ-100 по товарным категориям



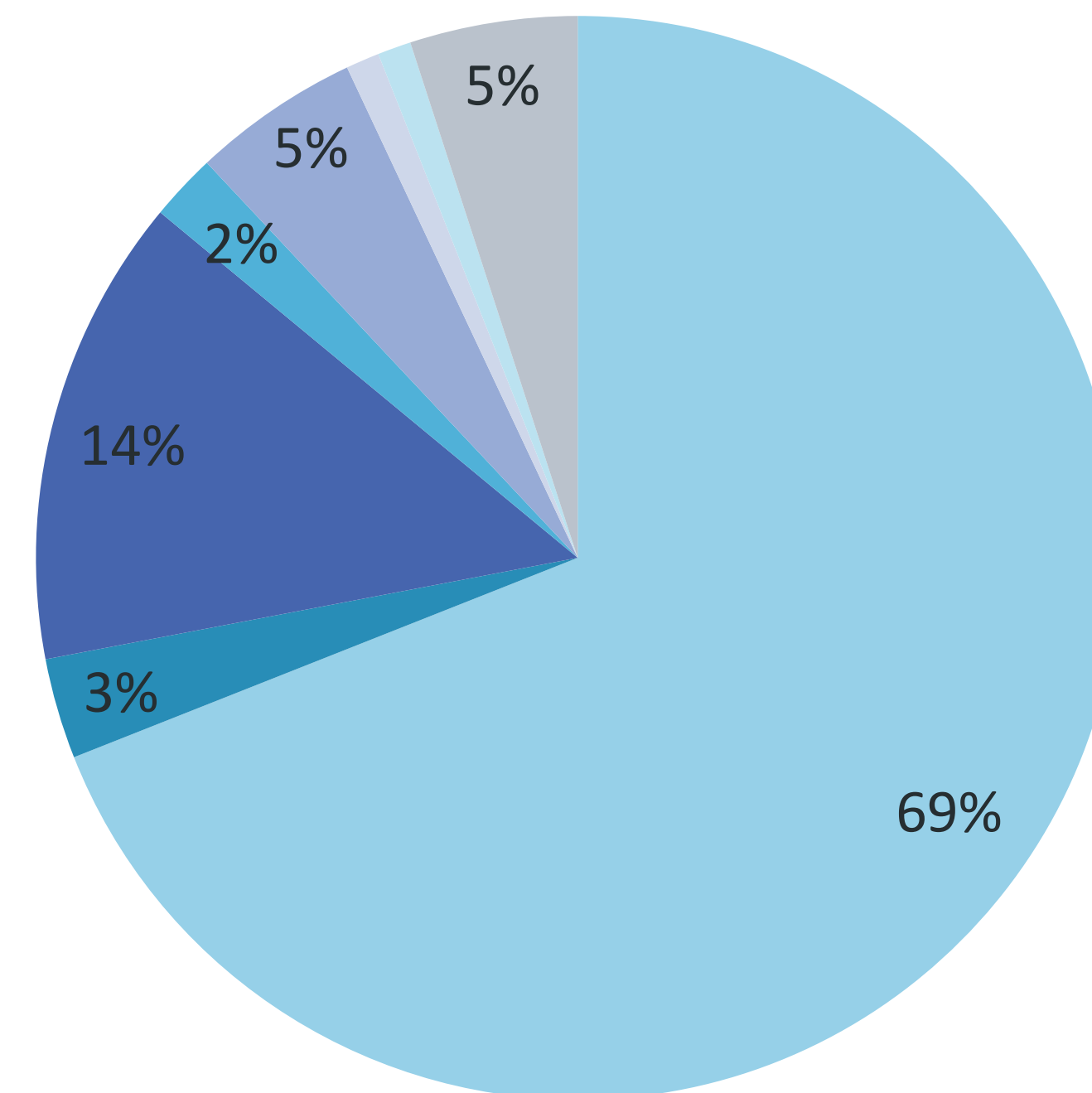
6 Структура Топ-100: деньги и заказы

Универсальные магазины и FMCG – 27 магазинов, 83% всех заказов и только 57% от объема продаж. Самая наполненная категория Топ-100 – магазины электроники и техники – включает 17 магазинов и составляет 20% от объема продаж, но всего 3% заказов.

Доля от выручки



Доля по заказам



- универсальные магазины
- электроника и техника
- FMCG
- товары для дома и ремонта
- здоровье
- одежда, обувь и аксессуары
- автотовары
- другие категории

6 / Лидеры категорий в 2021 году



Номинация	Электроника и техника (17 магазинов)	FMCG (17 магазинов)	Товары для дома и ремонта (12 магазинов)
Лидер по объему продаж (млн руб.)	Dns-shop.ru, 185 300	Sbermarket.ru, 52 100	Petrovich.ru, 62 200
Лидер по количеству заказов (тыс. шт.)	Dns-shop.ru, 16 200	Samokat.ru, 64 500	Vseinstrumenti.ru, 9 700
Лидер по среднему чеку (руб.)	Notik.ru, 91 100	Online.globus.ru, 9 830	Divan.ru, 38 300
Лидер роста по объему продаж	Shop.samsung.com, +69%	Eda.yandex.ru, +858%	Divan.ru, +71%
Лидер роста по количеству заказов	Shop.samsung.com, +47%	Eda.yandex.ru, +889%	Divan.ru, +43%
Лидер по росту среднего чека	Xcom-shop.ru, +213%	Lenta.com, +30%	Pm.ru, +41%





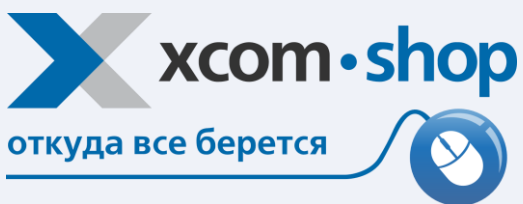






6 / Лидеры категорий в 2021 году



Номинация	Здоровье (11 магазинов)	Универсальные магазины (10 магазинов)	Одежда, обувь и аксессуары (9 магазинов)
Лидер по объему продаж (млн руб.)	Apteka.ru, 59 300	Wildberries.ru, 805 700	Lamoda.ru, 71 200
Лидер по количеству заказов (тыс. шт.)	Apteka.ru, 38 500	Wildberries.ru, 771 900	Lamoda.ru, 14 100
Лидер по среднему чеку (руб.)	Aptekiplus.ru, 2 020	Rbt.ru, 9 810	Ursus.ru, 48 700
Лидер роста по объему продаж	Rigla.ru, +375%	Kazanexpress.ru, +558%	Reserved.com, +53%
Лидер роста по количеству заказов	Rigla.ru, +420%	Kazanexpress.ru, +499%	Reserved.com, +44%
Лидер по росту среднего чека	Apteka-ot-sklada.ru, +9%	Market.yandex.ru, +12%	Lamoda.ru, +17%



6 / Лидеры роста в 2021 году среди участников Топ-100 2020

По объему продаж			По количеству заказов			По среднему чеку		
1	Samokat.ru +319%		1	Sbermarket.ru +318%		1	Xcom-shop.ru +213%	
2	Vkusvill.ru +238%		2	Vkusvill.ru +288%		2	Svyaznoy.ru +48%	
3	Goldapple.ru +196%		3	Samokat.ru +270%		3	My-shop.ru +41%	
Средний рост*			Средний рост*			Средний рост*		
82%			73%			11%		

*среди всех участников Топ-100 2021

Источник: Data Insight, Топ-100 интернет-магазинов: рейтинг 2020, 2021 – datainsight.ru/TOP100_2020Results

6 / E-commerce Index Top-100: победители 2021

E-commerce Index Top-100 — это церемония награждения победителей рейтинга интернет-магазинов.

В апреле 2022 года Data Insight подвела итоги 2021 года. В мероприятии участвовали крупнейшие российские интернет-магазины и сервисы. Награждение прошло в 15 номинациях.

Лидеры рынка

Крупнейшие интернет-магазины по обороту за 2021 год

I место

WILDBERRIES

II место

OZON

III место

DNS

6 / E-commerce Index Top-100: победители 2021

Лидер роста: Стайер

Самые высокие минимальные за 3 года темпы роста.



Лидер роста: Ускорение

Максимальное улучшение динамики в 2021 году относительно динамики 2020 года.



Лидер роста: Потенциал

Интернет-магазин из числа не входящих в Топ-100, который при продолжении роста прошедшего года будет выше всего по объему онлайн-продаж в текущем году.



Лидер роста: Развитие

Наибольшие темпы роста среди входивших в Топ-100 за 2020 год.



Лидер роста: Рост доли рынка

Наибольший прирост (разница) доли онлайн-рынка.



WILDBERRIES

Лидер роста: Прорыв года

Наибольший объем онлайн-продаж среди интернет-магазинов, впервые вошедших в Top-100.



Перекрёсток

Бренд в онлайн: Развитие ритейл бренда

Наибольшие темпы роста объемов прямого трафика среди магазинов, входивших в Top-100 предыдущего года.



СБЕР МАРКЕТ

Бренд в онлайн: Объем прямых продаж

Наибольший объема онлайн-продаж (через собственный сайт или приложение) среди производителей (брендов).



IKEA®

Бренд в онлайнe: Продажи на маркетплейсах

Бренд с наибольшим объемом прямых продаж через маркетплейсы.

ТВОЕ

Новая номинация: Лидер среди селлеров

Мультибрендовый селлер с наибольшим объемом продаж на маркетплейсах.

ОФИСМАГ

ДЛЯ ОФИСА, СКЛАДА, ПРОИЗВОДСТВА

Бренд в онлайнe: Рост прямых продаж

Наибольшие темпы роста объема онлайн-продаж через собственный сайт или приложение среди производителей, входивших в Топ-100 прошлого года.

ВКУСВИЛЛ

Специальная номинация: Лидер Omni

Лидер рейтинга омниканальных ритейлеров (совместный проект Data Insight и AWG).

6 / Реклама: Церемония награждения крупнейших интернет-магазинов

ТОР 100

Церемония награждения
российских интернет-магазинов

Москва, 29 марта 2023

[Зарегистрироваться](#)

6 / Закрывшиеся проекты из Топ-100, 2022



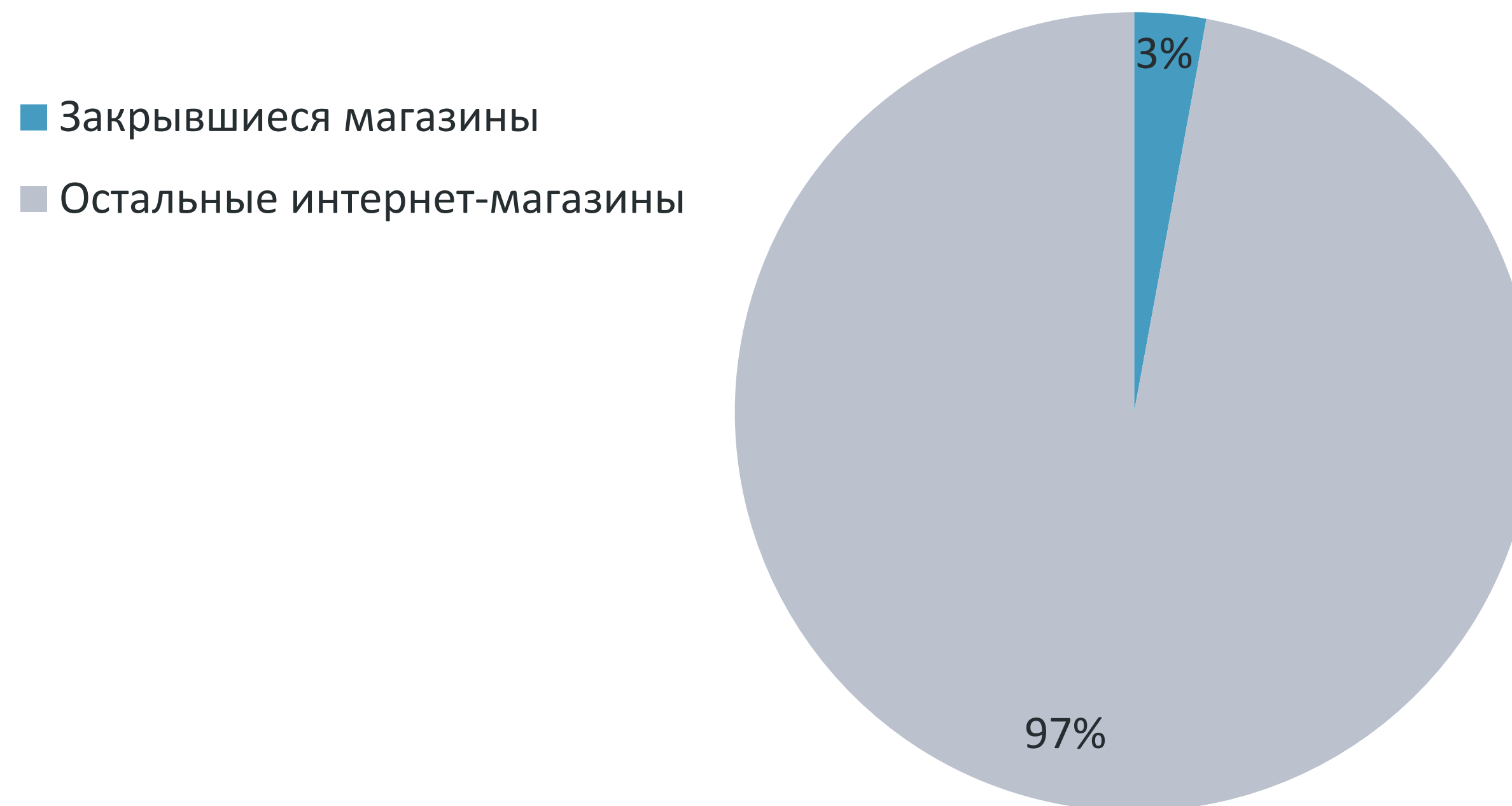
В 2022 году завершили или приостановили свою деятельность в России **9 проектов**, входивших в рейтинг Топ-100 интернет-магазинов 2021 года. Абсолютное большинство из них – иностранные компании, которые объявили об уходе с российского рынка после февраля 2022 года. Из российских интернет-магазинов, входящих в рейтинг, в 2022 году закрылась только сеть «Дочки-сыночки».



6 / Доля закрывшихся проектов в Топ-100

На интернет-магазины, которые закрылись в 2022 году, годом ранее пришлось 3% от общего объема онлайн-продаж Топ-100 интернет-магазинов.

Доля закрывшихся магазинов в общей выручке* Топ-100 2021



*За 2021 год

Источник: данные Data Insight, январь 2023



Расширяем географию продаж

Доставка в 1200 населенных пунктов

Лёгкие
и тяжёлые товары



От двери до двери
(интервалы от 4 ч)



Более 10 000 ПВЗ
и постаматов



Трекинг заказов
в Яндекс Go



Подключение
за 1 день



Страхование
посылок



Кейс партнера "Яндекс Доставка" и компании "Технострой"

Как наладить доставку крупногабаритных грузов и расширить географию продаж

ТехноСтрой продает товары нестандартных размеров, зачастую очень тяжелые или пачкающие: входные двери, ламинат, строительные смеси. В начале 2022 года Яндекс Доставка помогла ТехноСтрою справиться с форсмажором и наладить логистику на последней миле за 2 дня.

Наладили доставку тяжелых, хрупких, негабаритных грузов

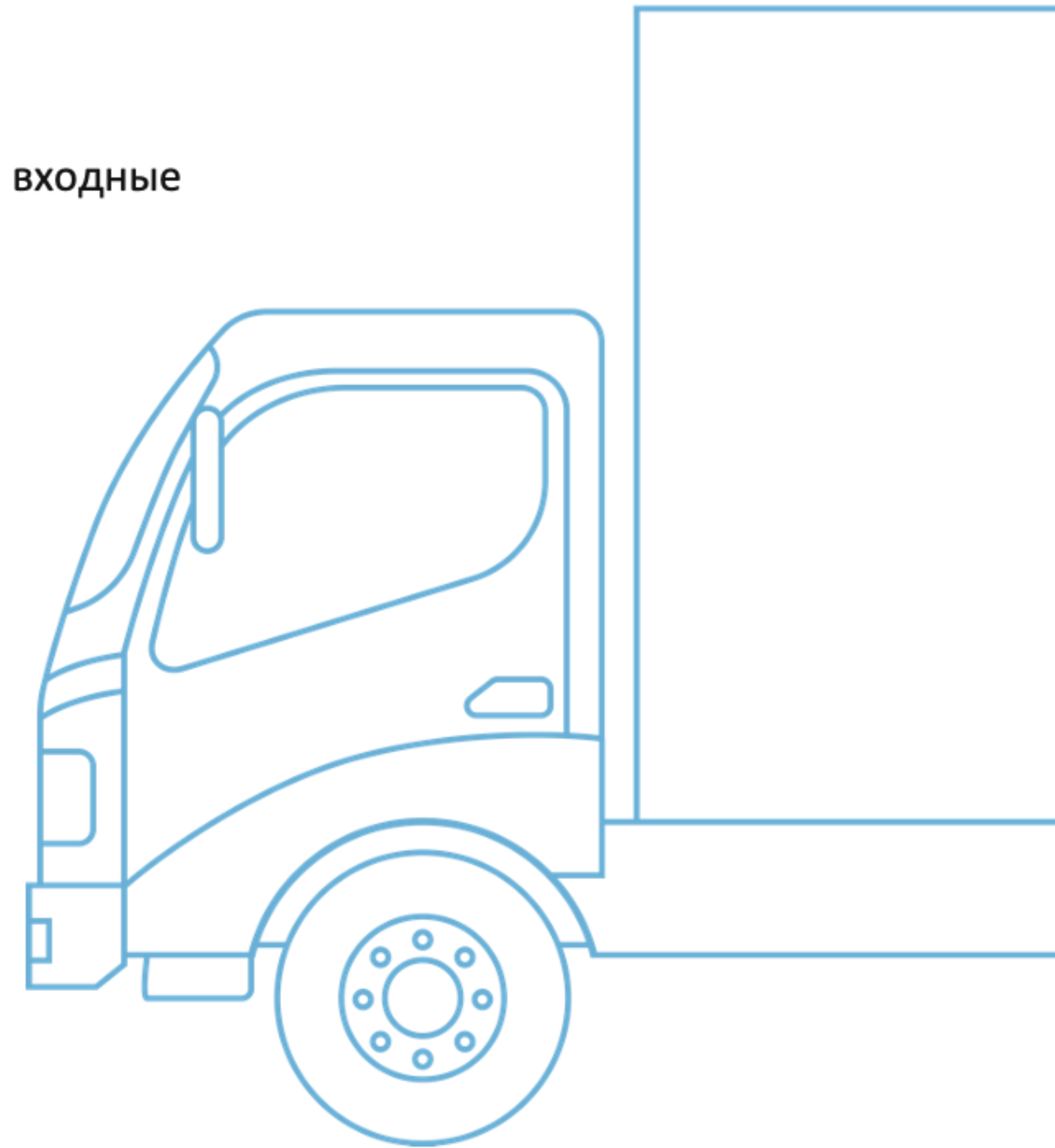
Яндекс Доставка помогла наладить бережную доставку "сложных" товаров с маркетплейсов. Теперь ТехноСтрой легко отправляет покупателям ванну весом 200 кг из Москвы в Санкт-Петербург, 306 кг керамогранита в Новокуйбышевск или хрупкое зеркало в Ростов-на-Дону.

Помогли масштабировать бизнес и привлечь новых клиентов

С помощью Яндекс Доставки ТехноСтрою удалось наладить продажи практически по всей России. География доставки — более 1000 населенных пунктов.

Обеспечили доставку в ПВЗ и упростили возврат

Часть клиентов ТехноСтроя предпочитают самовывоз курьерской доставке. Организация доставки в пункты выдачи позволила компании увеличить объемы продаж и упростить возврат товаров для покупателей.



Я Доставка

Помогаем доставлять большие грузы в 125 городах

Срочный
вызов



Авто до 1,5 т,
с грузчиками и без



Тарификация
за точку/км



Заказ через
ЛК и API



Отсрочка
платежа



Трекинг заказов
в Яндекс Go



Технологии интернет-магазинов

- Мобильные приложения
- Технологии интернет-магазинов
- Активность в социальных сетях



7 / Мобильные приложения: топ-10 интернет-магазинов

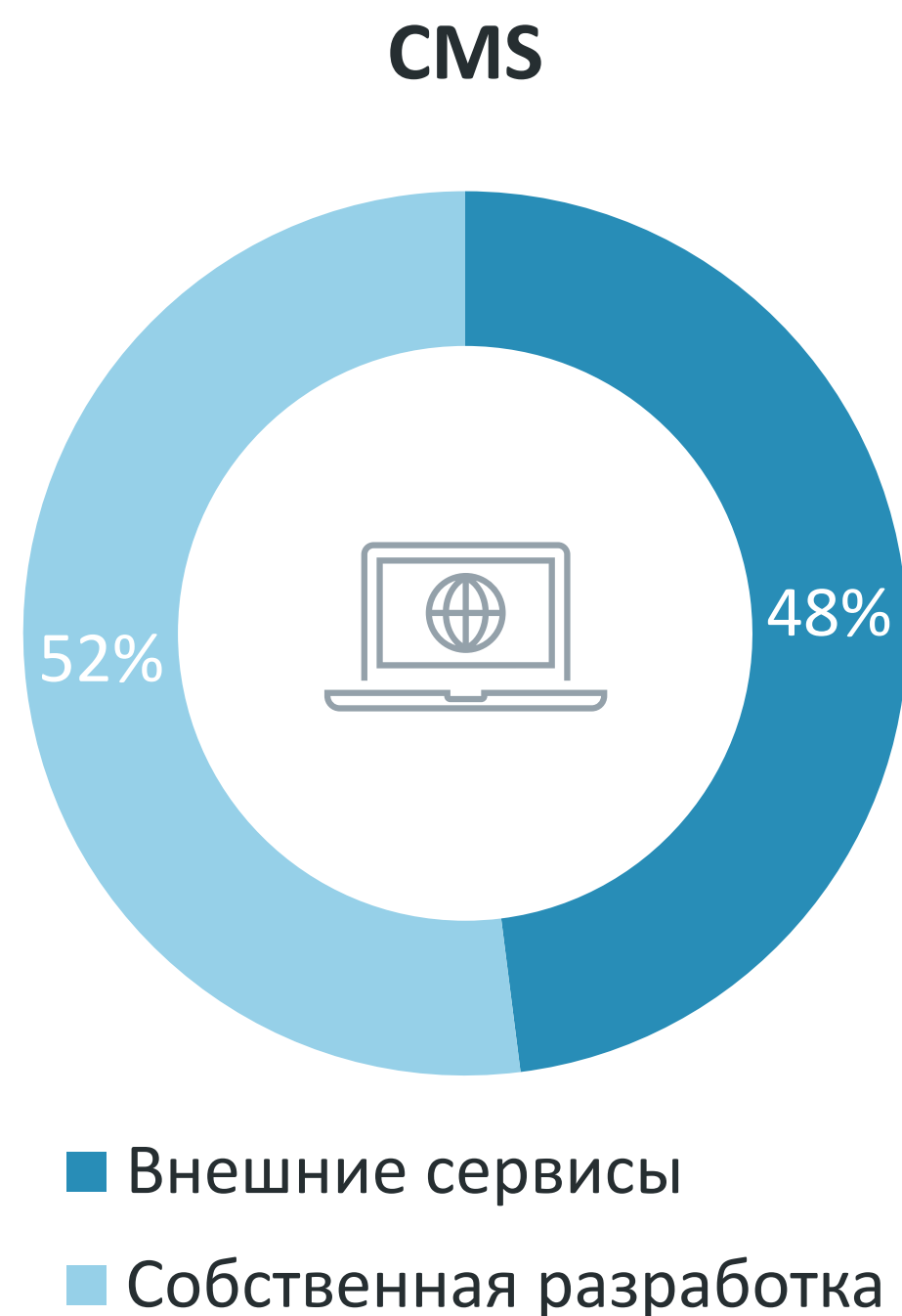
	AppStore		Google Play		Количество установок, млн*
	Количество оценок, тыс.	Средняя оценка	Количество оценок, тыс.	Средняя оценка	
Wildberries.ru	2 800	4,9	2 680	4,8	67,6
Ozon.ru	2 500	4,9	1 690	4,7	67,3
Dns-shop.ru	n/a	n/a	93	4,0	6,7
Citilink.ru	0,4	4,3	0,2	3,7	1,8
Mvideo.ru	76	4,7	257	4,8	9,7
Market.yandex.ru	252	4,8	381	4,0	32
Aliexpress.ru	613	4,7	1 700	4,3	34,7
Lamoda.ru	1 100	4,9	319	4,8	34,5
Petrovich.ru	1 800	4,5	8	4,7	1,1
Vseinstrumenti.ru	12	4,7	104	4,8	3

Магазины входят с Рейтинг Топ-100 российских интернет-магазинов за 2021 год по оценкам Data Insight:

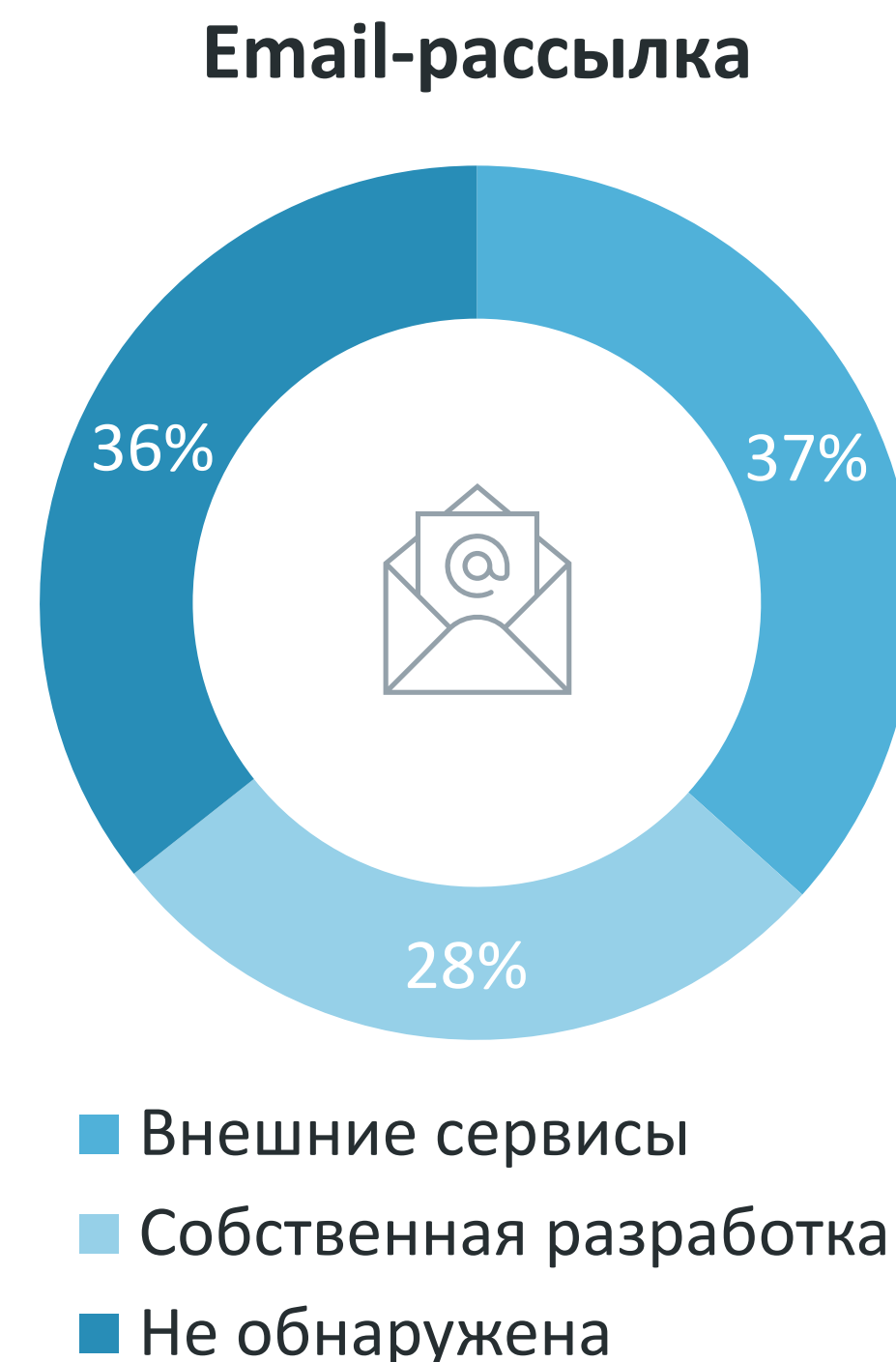
top100.datainsight.ru

Источник: *кол-во установок Google Play – данные Data Insight, март 2023, остальное – данные Data Insight, январь 2023

7 / Технологии интернет-магазинов: CMS и email-рассылки



52% интернет-магазинов используют CMS* собственной разработки. К помощи внешних сервисов обращаются 48% интернет-магазинов.



У 36% интернет-магазинов нет новостной рассылки. 28% интернет-магазинов используют email-рассылку собственной разработки. Остальные 37% пользуются услугами внешних сервисов.

*CMS – система создания, управления и редактирования содержимого сайта
Подсчет проведен по 324 интернет-магазинам, входящим в Топ-1000
Источник: Data Insight, 2022: Данные отчетов серии «Онлайн-рынок товарной категории»

7 / Технологии интернет-магазинов: маркетинговые сервисы

Доля интернет-магазинов, которые используют маркетинговые сервисы



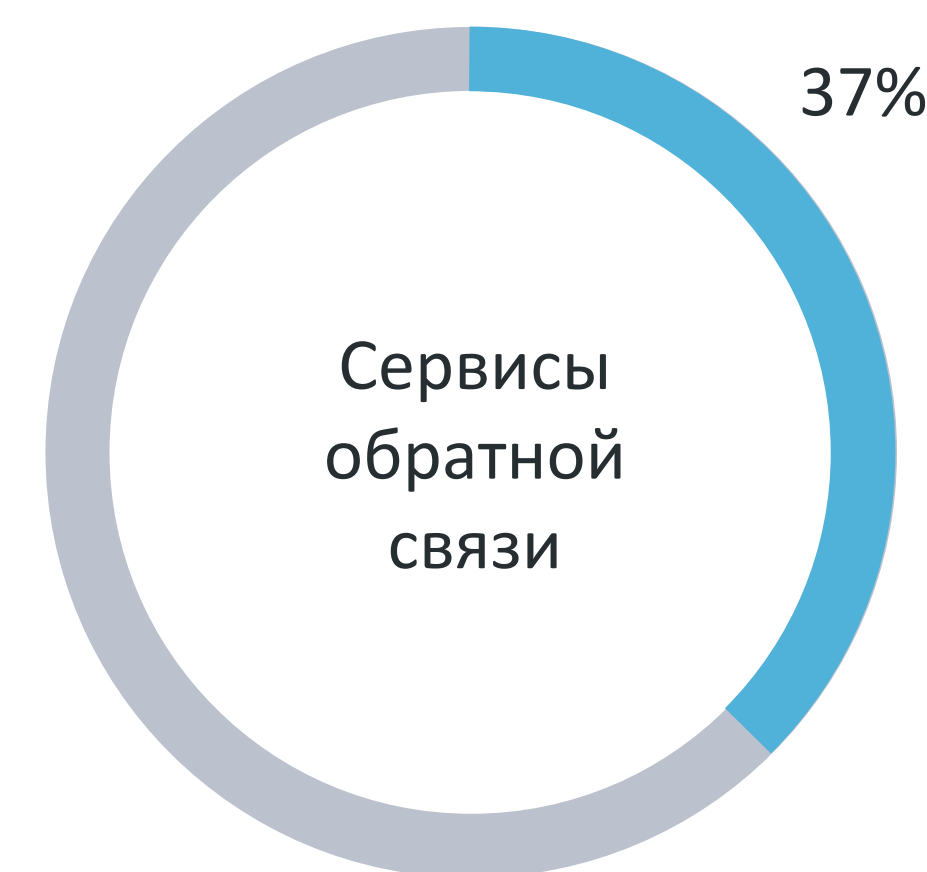
Яндекс Метрика, Google Analytics, колтрекинг, отслеживание трафика и поведения клиентов на сайте



Сети для размещения рекламы на страницах других участников рекламной сети



Сервисы управления рекламой и персонализацией



Онлайн- и email-коммуникация, сервисы обратных звонков



Самая популярная социальная сеть среди интернет-магазинов — ВКонтакте. В ней ведут свои сообщества 85% продавцов.

При этом большей популярностью среди подписчиков пользуется TikTok — медиана количества подписчиков интернет-магазинов в этой соцсети превышает 73 тысячи аккаунтов.

	Доля*	Медиана**
ВКонтакте	85%	28 443
Telegram	39%	1 426
Одноклассники	34%	5 520
Яндекс Дзен	30%	824
TikTok	12%	73 150

Подсчет проведен по 286 интернет-магазинам, входящим в Топ-1000

* Указана доля интернет-магазинов, использующих социальную сеть.

** Указана медиана количества подписчиков.

Источник: Data Insight, 2022: Данные отчетов серии «Онлайн-рынок товарной категории»

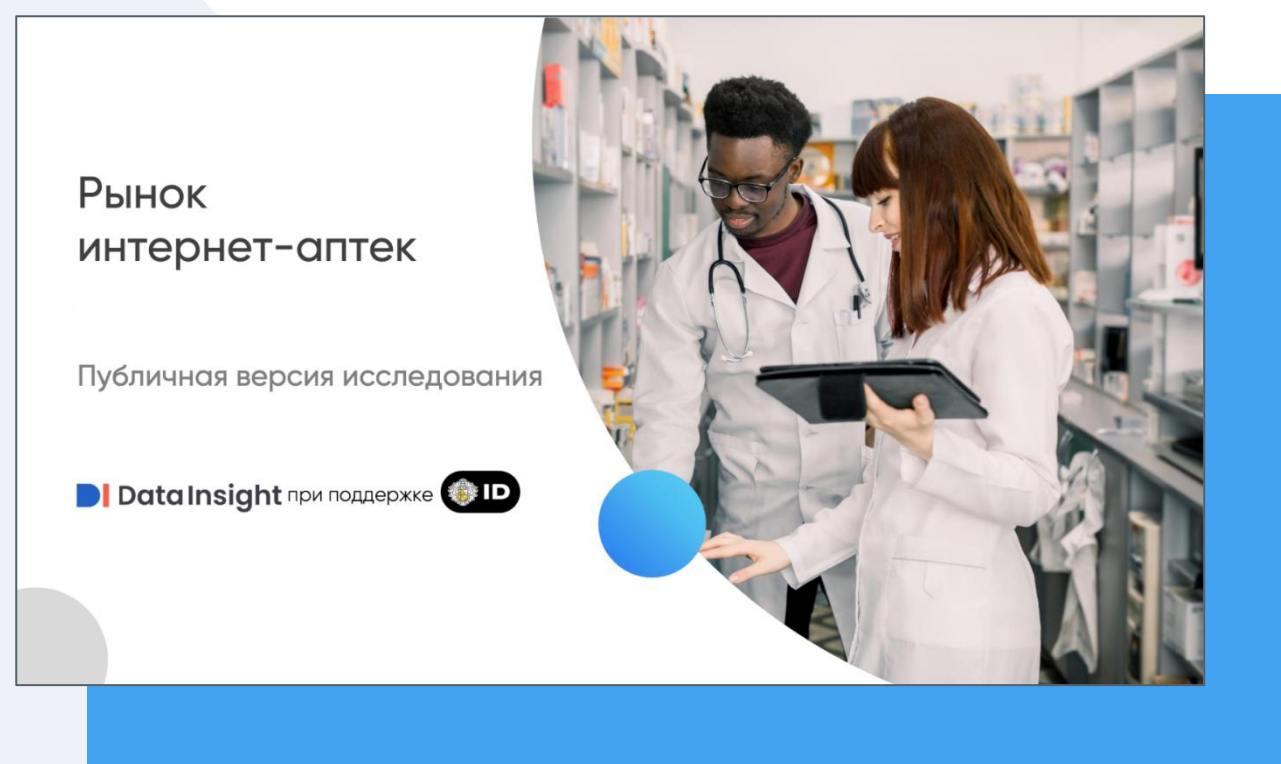
Товарные категории

- Сравнение среднего чека сегментов рынка
- Конверсия
- Источники трафика
- Каналы доставки
- Доступность категорий на маркетплейсах в 2022

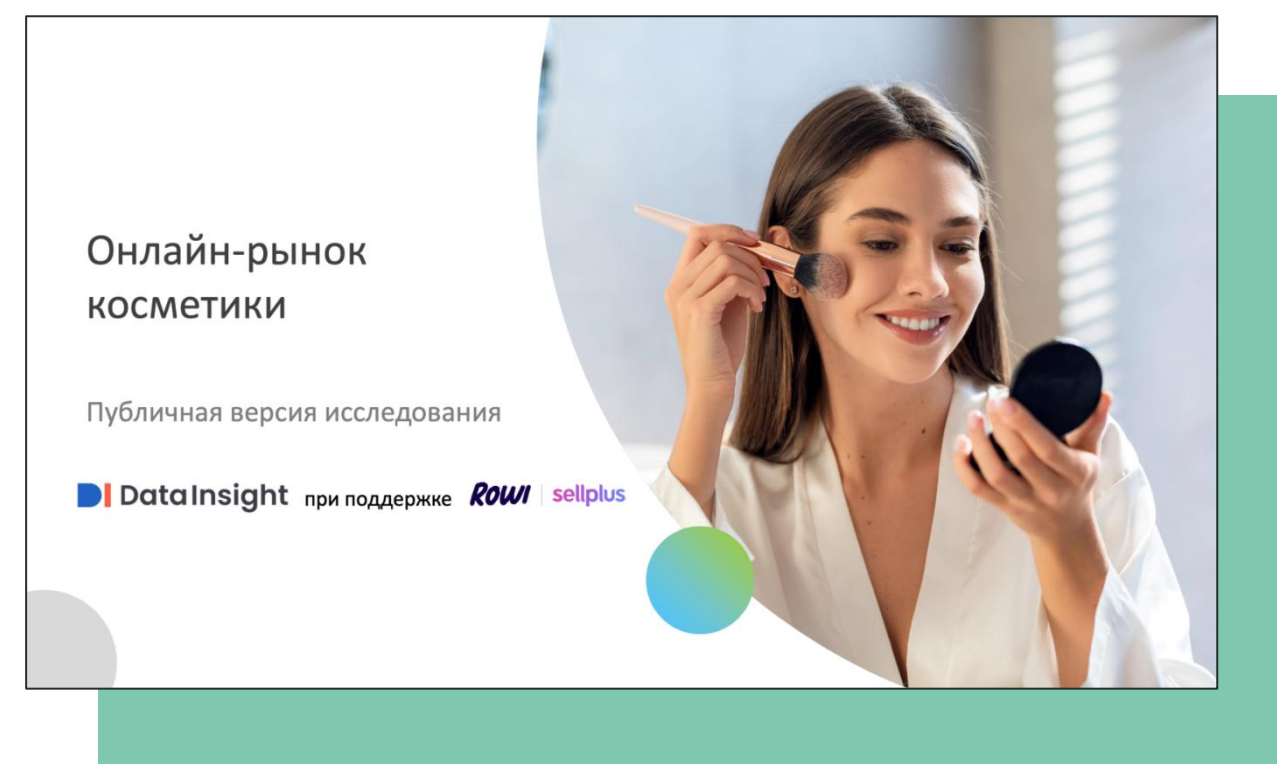


8 / Реклама: сегментные отчеты Data Insight

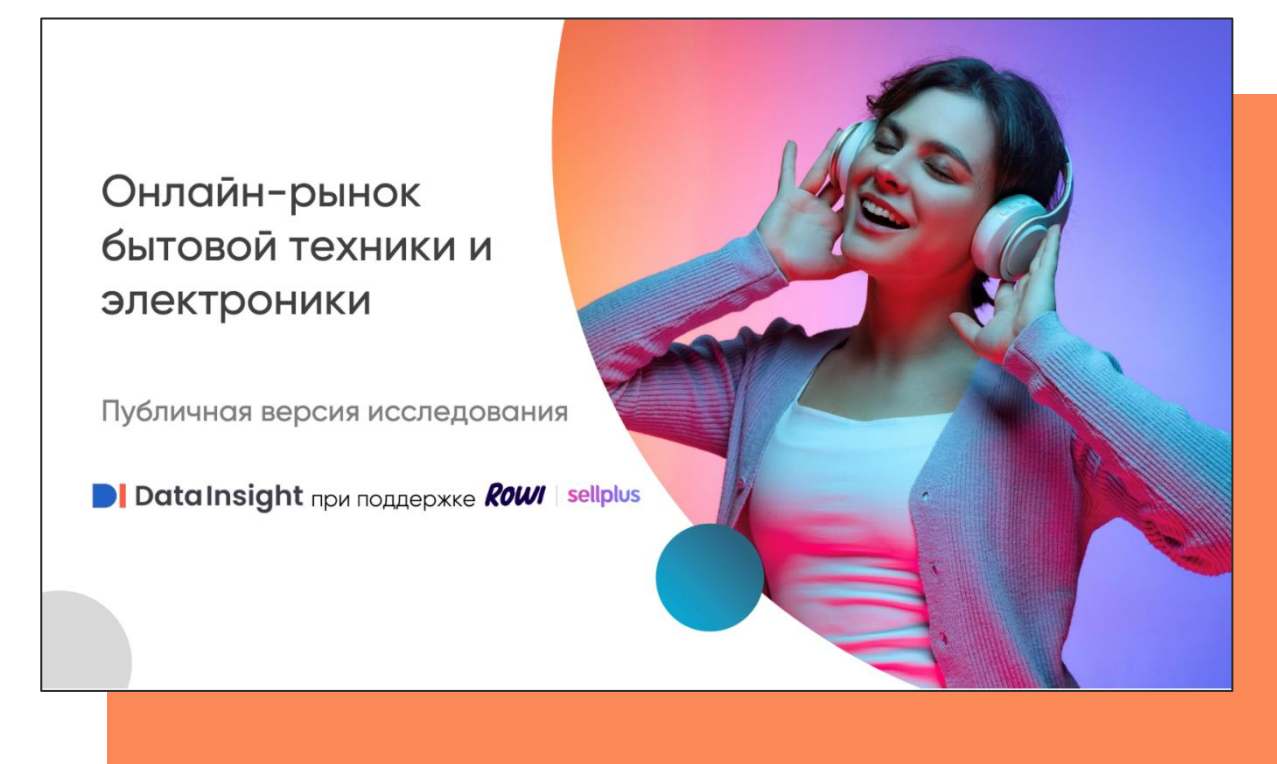
Оставить заявку на получение полных версий исследований по мере выхода можно по адресу a@datainsight.ru



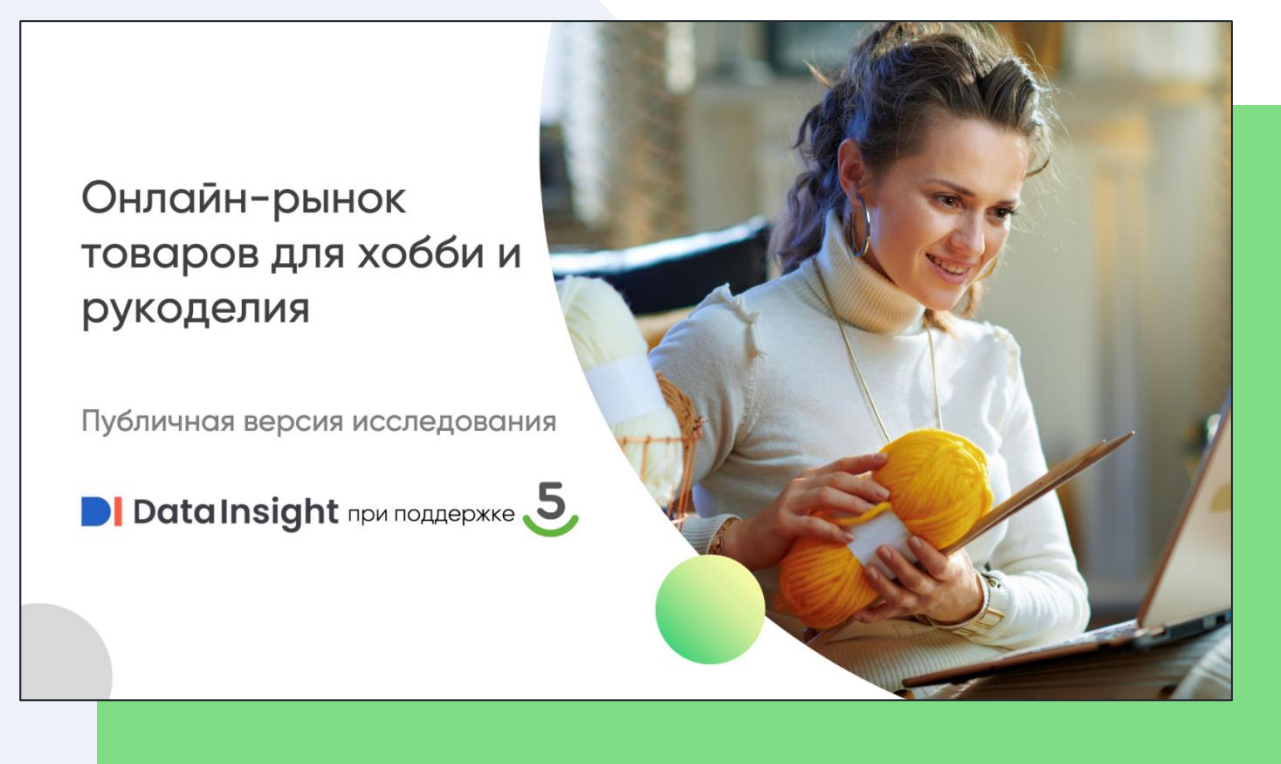
Рынок интернет-аптек



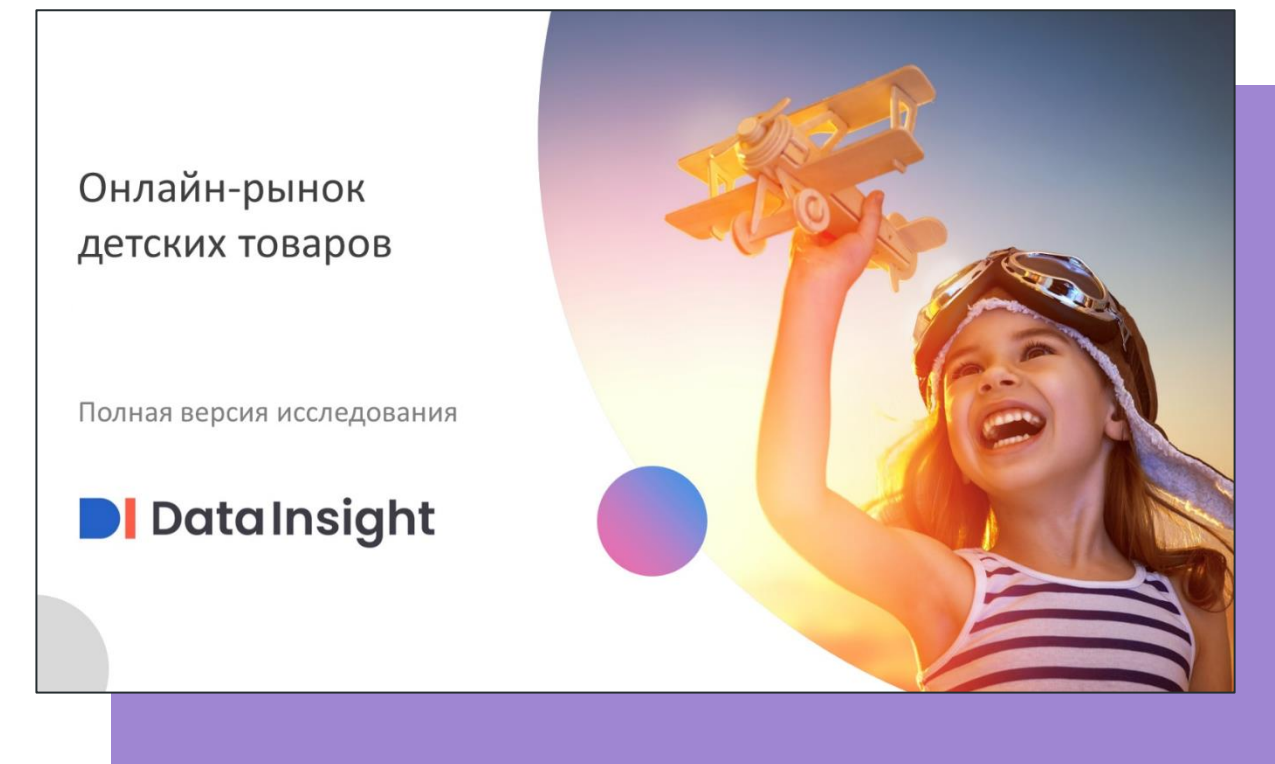
Онлайн-рынок косметики



Онлайн-рынок бытовой техники и электроники



Онлайн-рынок товаров для хобби и рукоделия

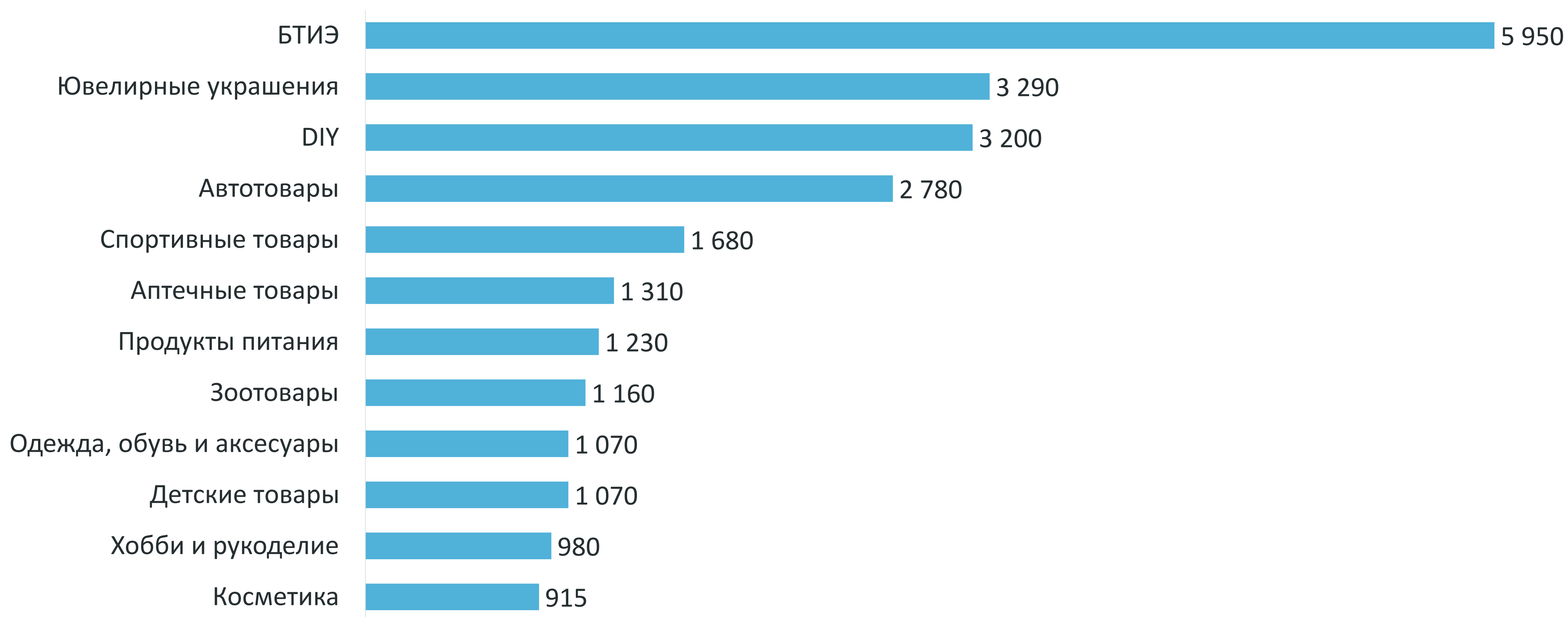


Онлайн-рынок детских товаров

8 / Сравнение среднего чека категорий интернет-магазинов, 2021

Безусловный лидер по размеру среднего чека - интернет-магазины электроники и бытовой техники. По состоянию на 2021 г. они опережали ближайших конкурентов (магазины украшений и магазины товаров для дома и ремонта) по размеру среднего чека почти в 2 раза.

Средний чек сегментов рынка eCommerce



8 Конверсия в товарных категориях интернет-магазинов, 2021

Отношение количества заказов с учетом заказов через приложения к количеству посещений сайта – сравнение категорий



8 / Источники трафика в товарных категориях

Сайты книжных магазинов и интернет-аптек отличаются наибольшей долей органического поискового трафика, а доля прямых переходов выше всего у магазинов товаров для хобби. Магазины одежды и обуви отличаются наибольшей активностью трафика сразу по трем источникам: из переходов по ссылкам, из email-рассылок и социальных сетей, а также делят лидерство по доле трафика от медийной рекламы с интернет-магазинами ювелирных изделий и часов. Последние, кроме того, отличаются повышенной долей платного поиска.

Доля источников трафика в магазинах разных товарных категорий

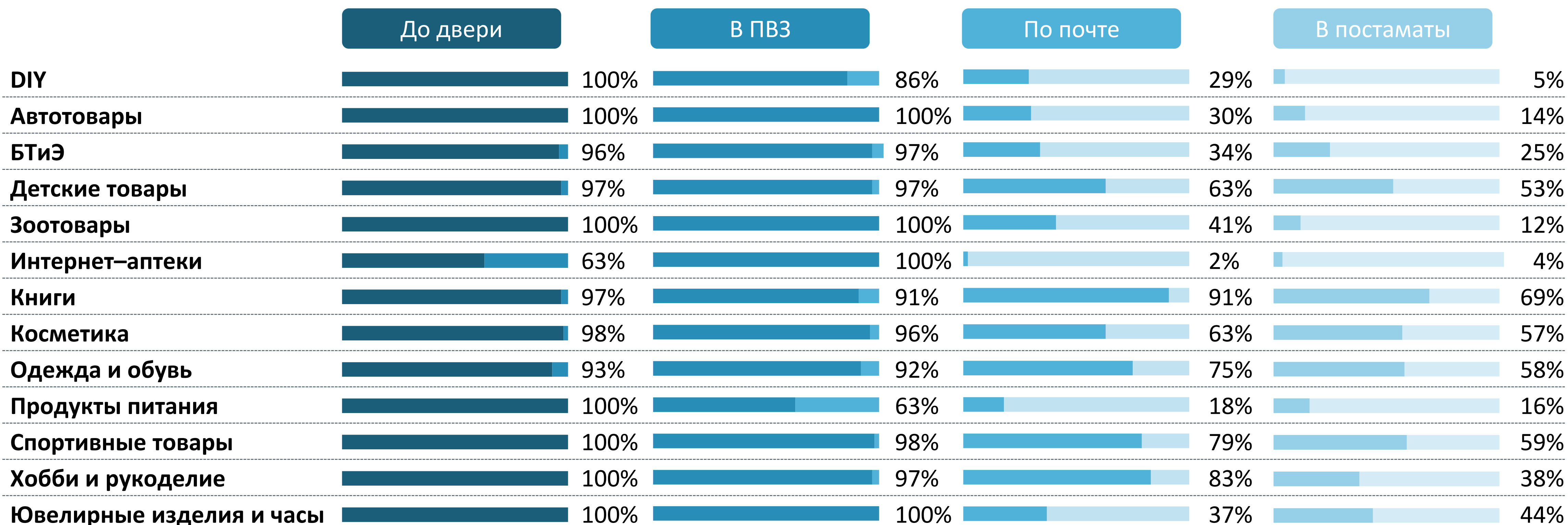
Категория	Органический поиск	Прямые переходы	По ссылкам	Платный поиск	Email	Социальные сети	Медийная реклама
DIY	43%	21%	9%	14%	7%	3%	4%
Автотовары	49%	29%	8%	7%	3%	2%	1%
БТиЭ	50%	32%	11%	1%	3%	3%	1%
Товары для детей	44%	24%	9%	11%	5%	4%	3%
Зоотовары	48%	24%	9%	13%	4%	2%	1%
Интернет-аптеки	52%	34%	8%	3%	1%	1%	0%
Книги	52%	29%	8%	7%	3%	2%	1%
Косметика	40%	33%	7%	9%	5%	4%	2%
Одежда и обувь	35%	22%	18%	6%	8%	5%	5%
Продукты питания	33%	37%	15%	6%	5%	2%	2%
Спортивные товары	43%	29%	8%	9%	5%	4%	3%
Хобби и рукоделие	35%	43%	13%	0%	6%	4%	0%
Ювелирные изделия и часы	28%	31%	10%	15%	7%	4%	5%

По данным SimilarWeb; приводятся средние показатели, без учета «веса» отдельных магазинов в общей посещаемости сегментов.

Источник: Data Insight, 2021-2022: Данные отчетов серии «Онлайн-рынок товарной категории»

8 / Каналы доставки по товарным категориям

Доставка до двери есть у 95% интернет-магазинов разных товарных категорий, менее развита она у интернет-аптек. **Получение в ПВЗ** доступно у 93% интернет-магазинов, менее доступно – среди категорий продуктов питания и DIY. **По почте** доставляют 46% интернет-магазинов, и наиболее этот способ развит у магазинов книг и товаров для хобби и рукоделия. **Доставка в постаматы** есть у 30% интернет-магазинов. Больше всего она развита у книжных магазинов, меньше всего – у DIY и интернет-аптек.

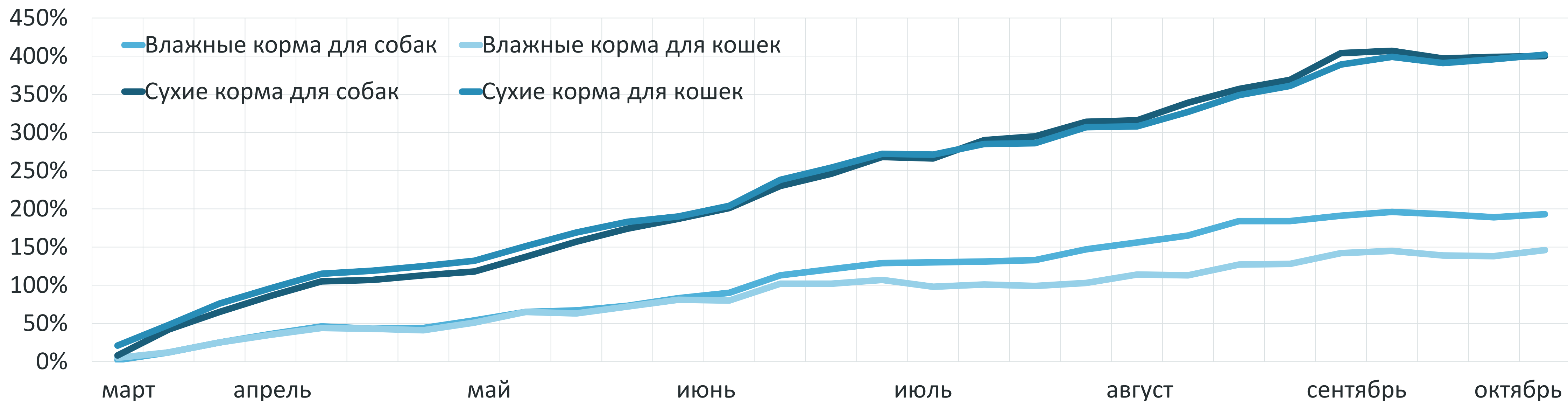


8 / Доступность категорий на маркетплейсах:

зоотовары

С марта по октябрь 2022 года команда Data Insight проводила экспресс-мониторинг нескольких сегментов рынка электронной коммерции с целью оценить и показать объемы, востребованность, доступность ассортимента и изменение цен в магазинах различных товарных категорий. По итогам мониторинга отмечен впечатляющий рост доступности товаров на маркетплейсах. Так, в сегменте «Зоотовары» рост доступности некоторых категорий по сравнению с первым днем мониторинга достигал **более 400%**.

Средняя недельная динамика роста суммарного количества SKU категорий сегмента «Зоотовары» на Ozon и Wildberries к первому дню мониторинга*



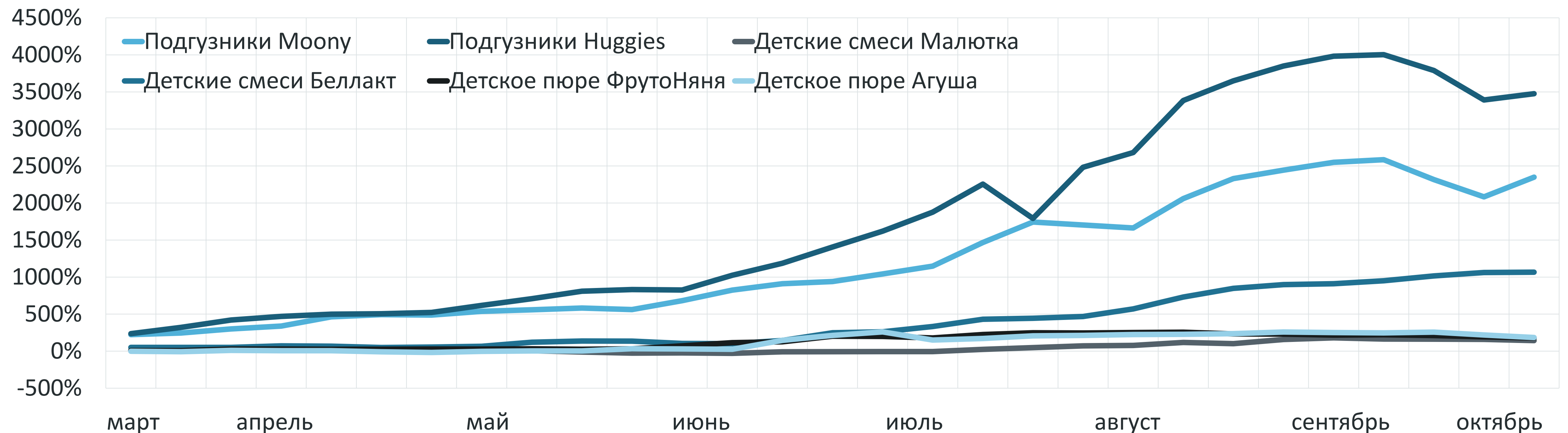
*23 марта 2022 года

Источник: Data Insight, 2022: Данные отчетов серии «Экспресс-мониторинг рынка электронной коммерции»

8 / Доступность категорий на маркетплейсах: детские товары

Самый впечатляющий рост доступности происходил в сегменте детских товаров. Наиболее быстрорастущая доступность товаров в категории подгузников: в сентябре зафиксирован средний недельный рост к первому дню мониторинга в **4 000% среди подгузников Huggies, и свыше 2 500% – у подгузников бренда Moony.**

Средняя понедельная динамика роста суммарного количества SKU категорий сегмента «Детские товары» на Ozon и Wildberries к первому дню мониторинга*



*23 марта 2022 года

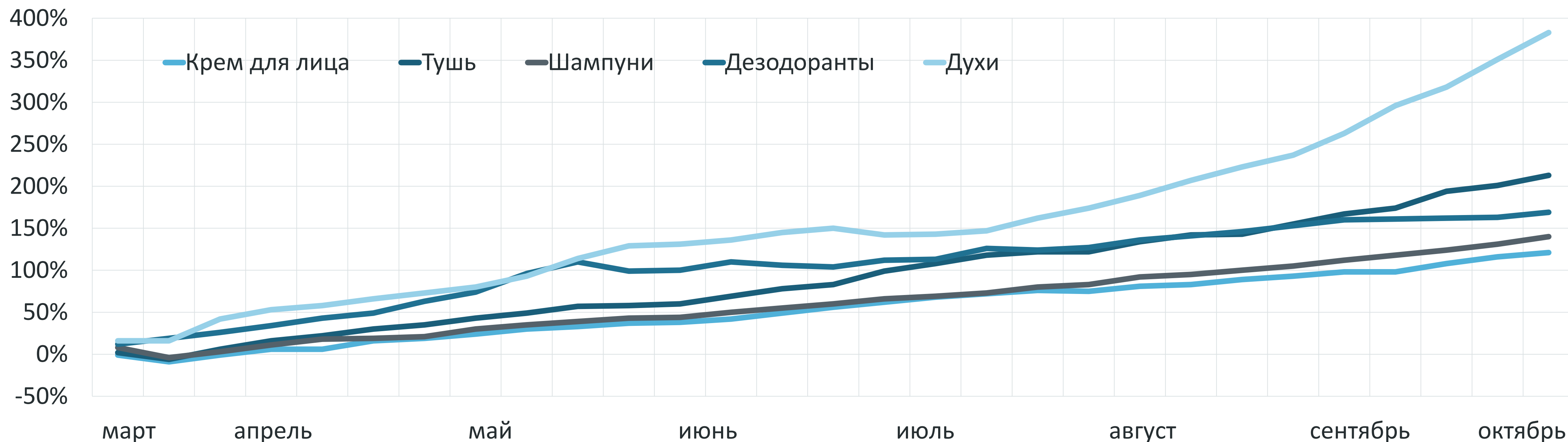
Источник: Data Insight, 2022: Данные отчетов серии «Экспресс-мониторинг рынка электронной коммерции»

8 / Доступность категорий на маркетплейсах:

КОСМЕТИКА

На протяжении периода мониторинга доступность в сегменте «Косметика» росла не так стремительно, как в других исследуемых сегментах, за исключением категории духов. Вместе с тем, это единственный сегмент, в котором в начале октября ни в одной категории не произошло снижения темпов роста доступного количества товаров.

Средняя недельная динамика роста суммарного количества SKU категорий сегмента «Косметика» на Ozon и Wildberries к первому дню мониторинга*



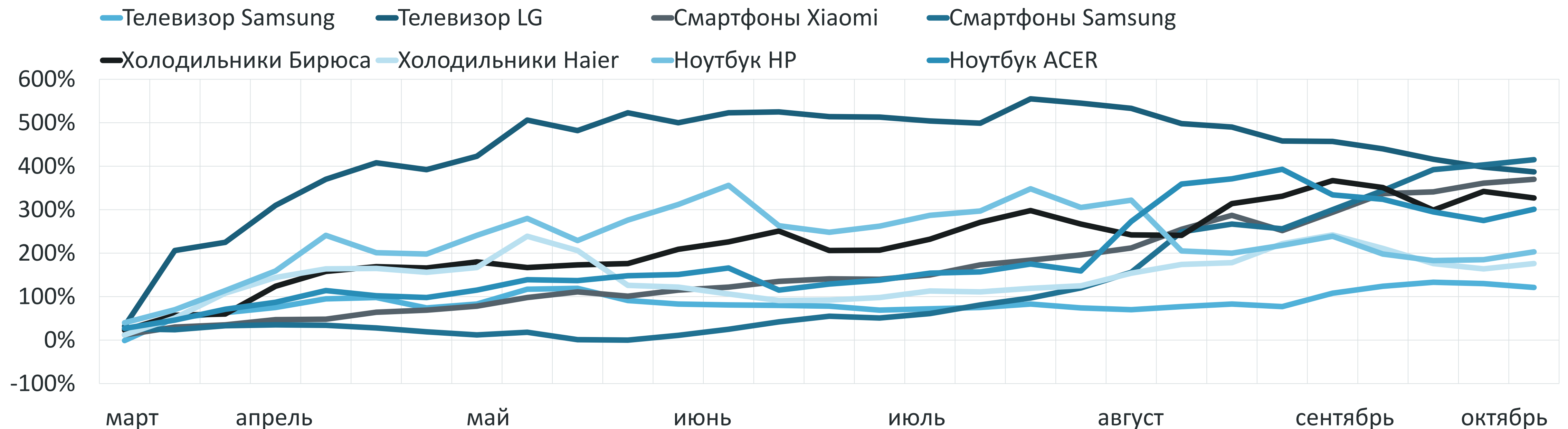
*23 марта 2022 года

Источник: Data Insight, 2022: Данные отчетов серии «Экспресс-мониторинг рынка электронной коммерции»

8 / Доступность категорий на маркетплейсах: электроника

Среди категорий сегмента электроники, сильнее всего росла доступность телевизоров LG – в августе рост к первому дню свыше 500%.
Наименьший рост доступности наблюдался среди товаров бренда Samsung.

Средняя понедельная динамика роста суммарного количества SKU категорий сегмента «Электроника» на Ozon и Wildberries к первому дню мониторинга*



*23 марта 2022 года

Источник: Data Insight, 2022: Данные отчетов серии «Экспресс-мониторинг рынка электронной коммерции»

webit

Разрабатываем цифровые сервисы любой сложности и встраиваем их в живую экономическую среду полным стеком инструментов SEO и digital маркетинга



Мы строим экономику онлайн-продаж и разрабатываем проекты, как ключевые этапы пути пользователя до конверсии.



Изучаем бизнес-модель, моделируем клиентские сценарии, исследуем конкурентов и спрос, сегментируем потребителей по спросу и проектируем CJM не только в веб-сервисе, но начиная с поисковой среды.



Рекомендуем внедрения, развивающие ваше продуктивное предложение и подталкиваем потребителей по воронке продаж архитектурой проекта и сопровождением развития цифрового сервиса.

Поддерживаем и развиваем веб-проекты:

- Предлагаем самые современные и эффективные инструменты продвижения в поисковой среде **(SEO)**;
- Работаем над репутацией своих заказчиков, прямо влияющей на трафик и конверсии **(ORM/SERM/SMM)**;
- Увеличиваем продажи современными рекламными инструментами **(Performance)**;
- Формируем комплексный и целостный клиентский опыт в цифровых каналах, за которые отвечаем **(UX/CS)**.

НАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА

- **Индивидуальные стратегии развития и продвижения проектов**
- **Собственные технологии аналитики и мониторинга**
- **Прямой доступ к команде проекта**
- **Гибкий клиентский сервис**

 +7 495 540-43-39

 sales@webit.ru

 www.webit.ru

Российский рынок eGroscery

- eGroscery в России, 2022
- Динамика количества заказов, 2021-2022
- Рейтинг сервисов доставки продуктов
- Профили покупателя и заказа eGroscery
- Ключевые выводы об онлайн-покупателях продуктов
- Прогноз: объем рынка в 2023 году



9 / Реклама: бюллетень eGrosery Data Insight

Полные версии наших исследований можно заказать по адресу a@datainsight.ru



Бюллетень eGrosery в России

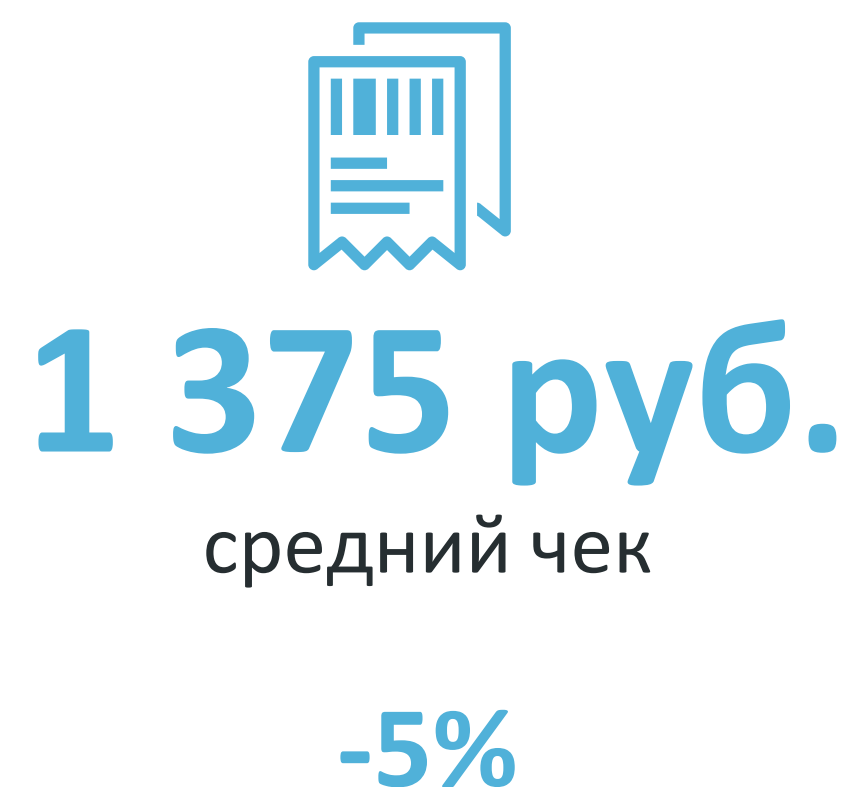


Приложение к бюллетеню eGrosery

Оформить
ежемесячную подписку

9 / eGrocery в России, 2022

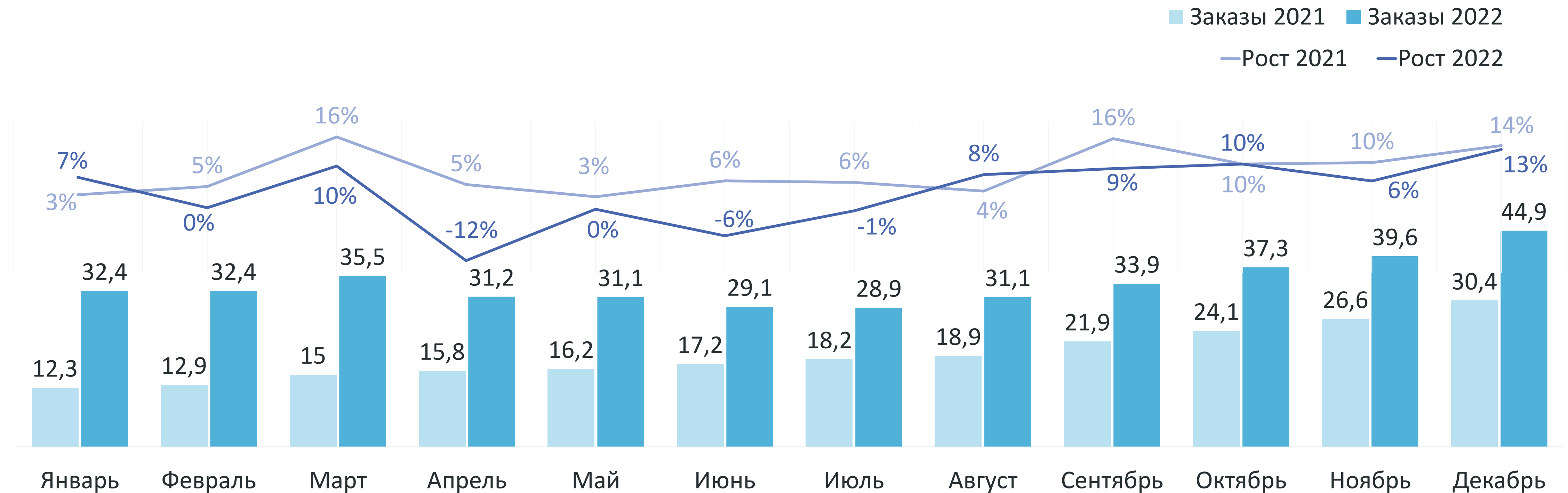
eGrocery включает продажи специализированных интернет-магазинов и специализированных служб доставки продуктов питания, в том числе заказы продуктов питания через службы доставки еды из ресторанов, без учета несрочной доставки продуктов питания через универсальные и мультикатегорийные интернет-магазины и маркетплейсы.



9 Динамика количества заказов

В отличие от 2021 года, когда количество заказов каждый месяц было больше предыдущего, в 2022 году рост заказов не был постоянным – 4 месяца подряд, с апреля по июль, количество заказов снижалось, и только с августа возобновился поступательный рост заказов восстановился. К концу 2022 года ежемесячное количество заказов вплотную приблизилось к 45 миллион, что в 4 раза больше количества заказов за весь 2019 год.

Количество заказов по месяцам, 2021-2022, млн



*без учета продаж маркетплейсов с несрочной доставкой

Источник: Data Insight, 2023: ежемесячный бюллетень eGrocery – datainsight.ru/eGrocery_January_2023



9 / Рейтинг сервисов доставки продуктов

Лидером сводного рейтинга среди сервисов экспресс-доставки стал ВкусВилл, который смог обеспечить оптимальный баланс всех показателей. По результатам измерений их служба доставки получила наивысшие оценки по 2 из 3 параметров, а также высший результат в интегральном рейтинге.

Сервис	Доступный ассортимент	Скорость и соответствие срокам	Качество доставленных заказов	Итоговый рейтинг
 ВкусВилл	1	0,62	1	0,87
 Delivery Club	1	0,60	0,83	0,81
 Яндекс Лавка	0,6	0,91	0,87	0,79
 Лента	1	0,61	0,73	0,78
 Яндекс Еда	1	0,50	0,73	0,74
 СберМаркет	1	0,43	0,77	0,73
 Самокат	0,5	0,67	0,87	0,68

В таблице даны взвешенные оценки по шкале от 0 до 1. 1 соответствует наилучшему результату.

Источник: Data Insight, Сравнение сервисов быстрой доставки продуктов, 2022 – datainsight.ru/services_eGrocery_express_delivery_2022

9 / Рейтинг сервисов доставки продуктов: методика составления

Исследование основано на методике тайного покупателя.

Было сделано в общей сложности 150 заказов. Закупки проводились только по Москве, в нескольких районах, в интервалы с различным уровнем нагрузки на сервисы доставки.

В каждом из магазинов (ВкусВилл, Самокат, Яндекс Лавка, Лента) было сделано по 15 заказов (3 различных уровня нагрузки, не менее 5 различных адресов доставки).

Для каждого из сервисов доставки (Delivery Club, Яндекс Еда, СберМаркет) мы усреднили оценки по доставке из нескольких магазинов различных ритейл сетей (минимум две сети для каждого сервиса доставки). Таким образом, для каждого из сервисов доставки было сделано по 30 заказов (3 различных уровня нагрузки, не менее 5 различных адресов доставки, 2 ритейл сети).

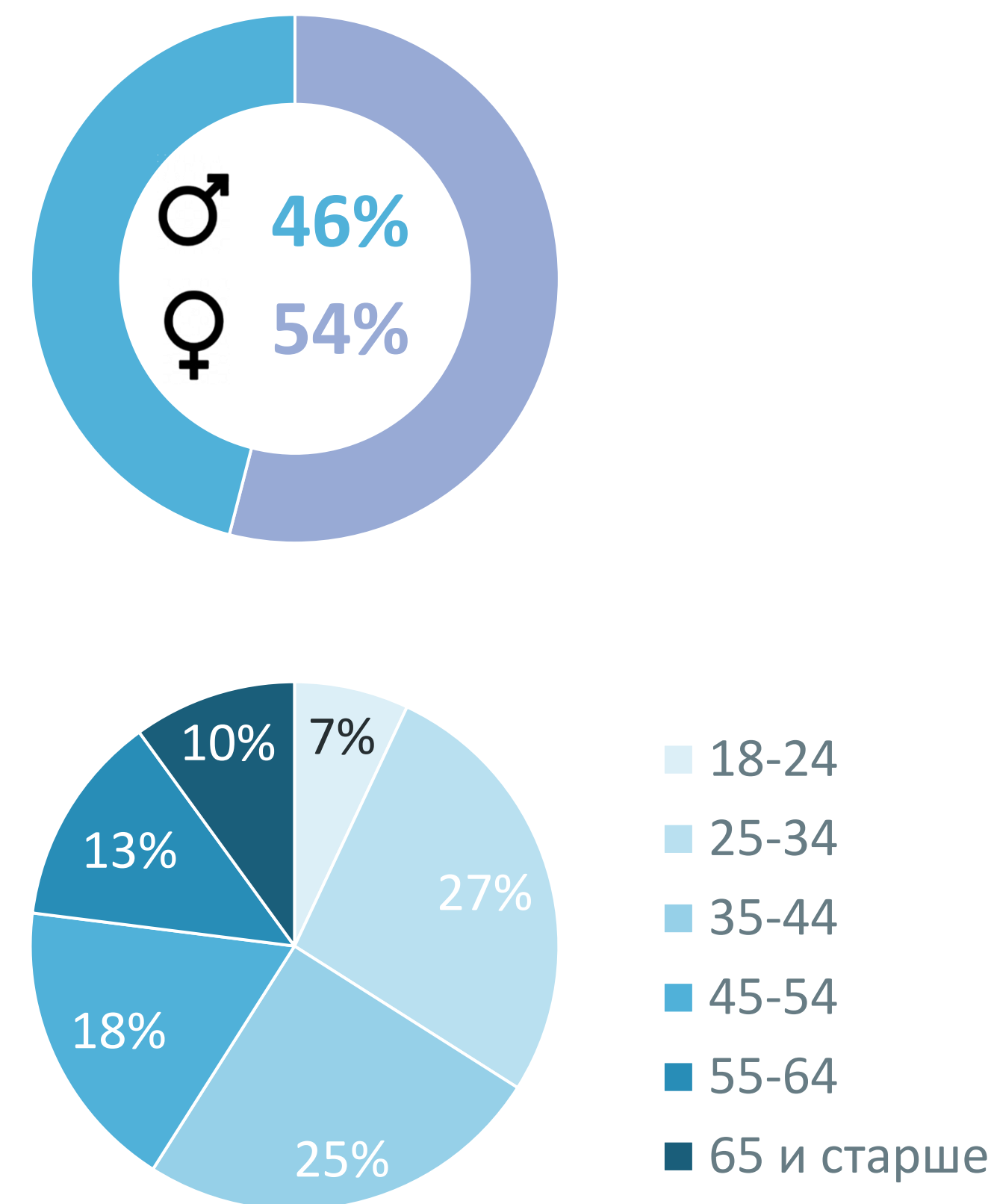


9 / Профили покупателя и заказа eGrocery

Заказ среднего покупателя



Портрет респондентов-покупателей



Онлайн-опрос покупателей (от 18 лет) в рамках исследования «Кто, как и почему заказывает доставку продуктов», Москва, Россия, N=1000.

Источник: Data Insight, Кто, как и почему заказывает доставку продуктов, 2022 – datainsight.ru/DI_eGrocery_buyers_2021

9 / Ключевые выводы об онлайн-покупателях продуктов

Около 35% своего бюджета на продукты

тратят на заказы продуктов через интернет активные онлайн-покупатели в Москве.

72% онлайн-покупателей продуктов

делают несколько заказов в месяц с целью пополнения запаса продуктов дома. Лишь 12% потребителей делают заказы несколько раз в неделю.

Около 15% респондентов

не являются сегодня активными покупателями («попробовали и перестали»). Такое поведение более характерно для одиноких покупателей и покупателей старшего возраста.

57% составляет

самая многочисленная целевая группа онлайн-покупателей продуктов – покупатели с детьми.

Для 41% респондентов

покупка продуктов онлайн – привычный способ. 33% делают заказ через интернет, чтобы сэкономить время. Скидки и акции являются стимулом лишь для четверти респондентов (25%).

9 / Прогноз объема рынка eGrocery в 2023 году

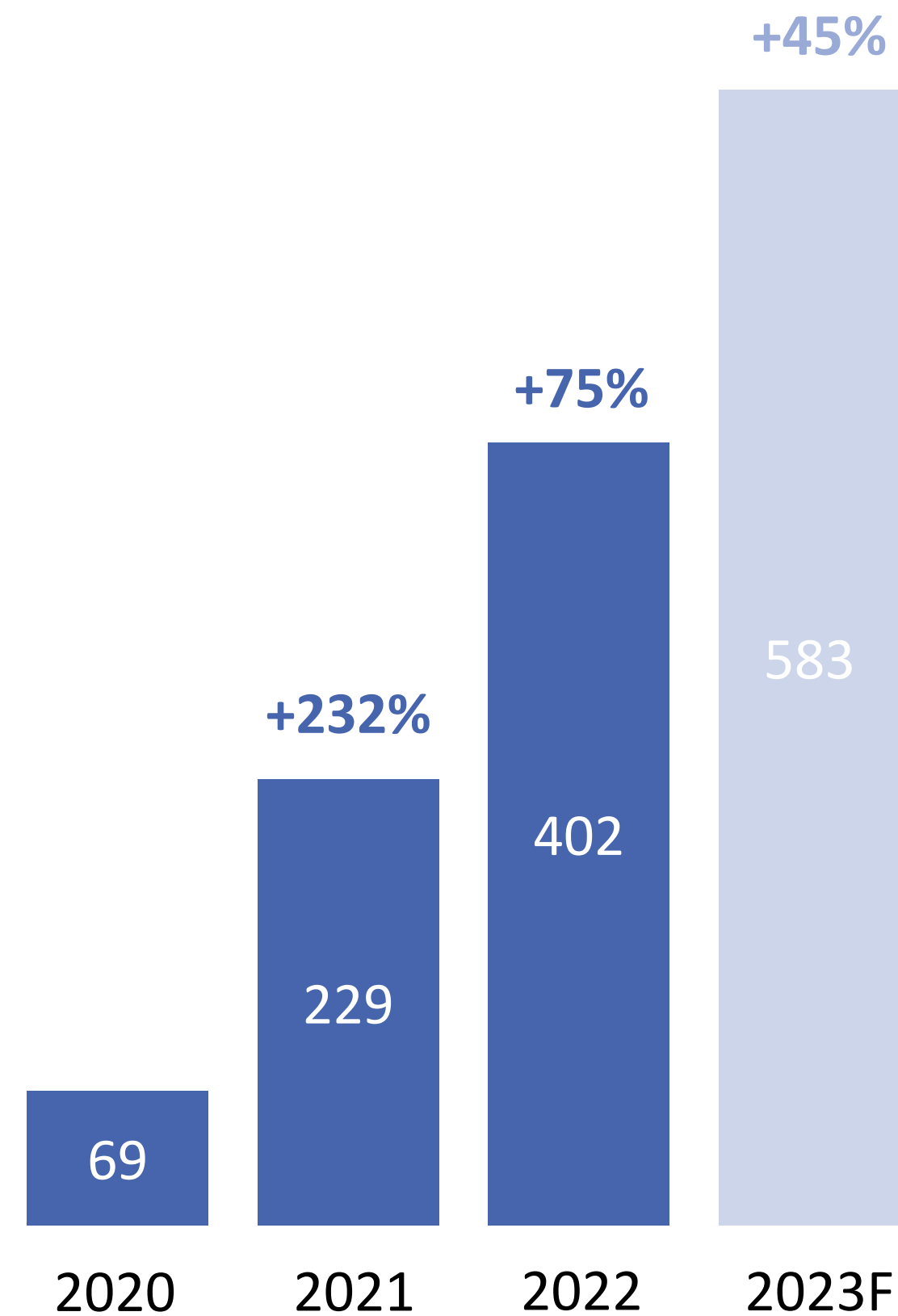
ПРОГНОЗ*

В 2023 году рынок eGrocery предположительно замедлит свой рост.

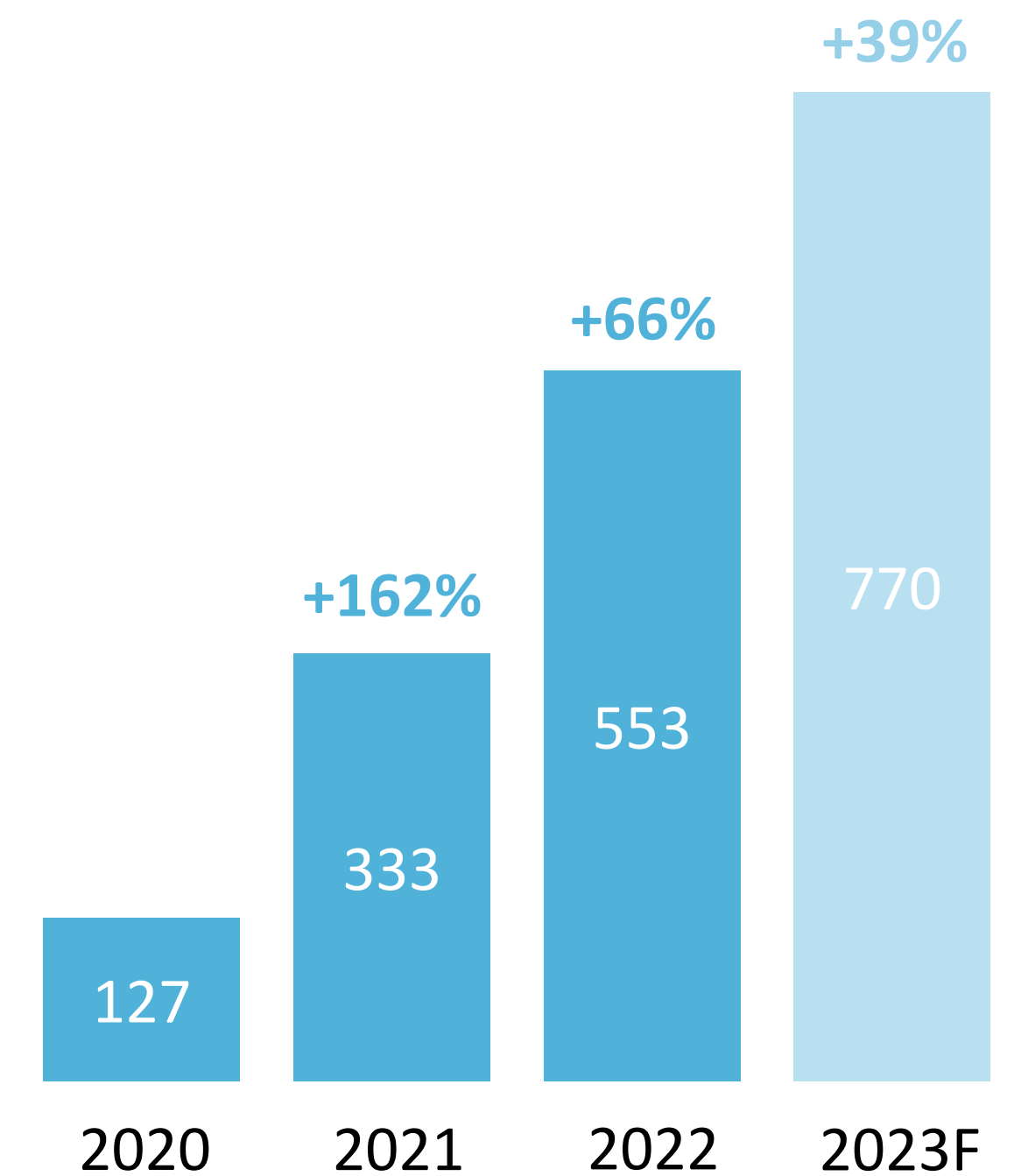
Количество заказов по итогам 2023 г. может составить **583 млн**, а годовой объем продаж – **770 млрд рублей**.

Прогноз не учитывает возможные негативные сценарии – резкое ухудшение динамики реальных доходов, резкий рост инфляции и/или уход с рынка ряда ключевых игроков.

Количество заказов, млн шт.

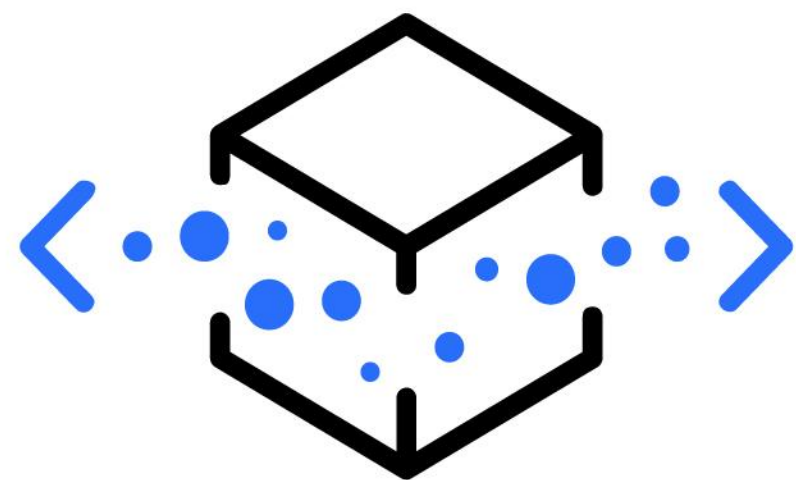


Объем выручки, млрд руб.



*прогноз на основе данных по декабрь 2022 г. включительно

Источник: Data Insight, 2021: ежемесячный бюллетень eGrocery – datainsight.ru/eGrocery_January_2023



MetaShip

Logistic Solution by **PIM**

Агрегатор служб доставки для интернет-магазинов

metaship.ru

Сервис

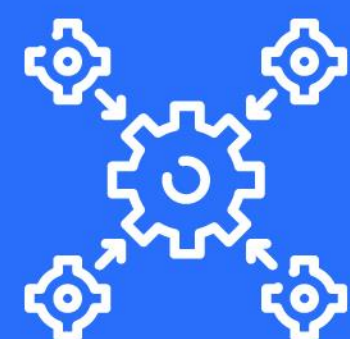


Низкие тарифы на логистические услуги



Гео-виджет выбора типа доставки

MetaShip управляет выкупом в 60 000 пунктах выдачи разных служб на одной карте



Один договор для работы со всеми службами доставки

Подключитесь к разным службам доставки, подписав один договор. Управляйте службами через единый личный кабинет или по API

Российский рынок ePharma

- Рынок интернет-аптек, 2022 Н1
- Способы покупки и получения аптечного ассортимента
- Категории аптечных товаров в онлайн-покупках
- Место последнего онлайн-заказа по площадкам
- Ключевые факты о покупателях аптечного ассортимента
- Основные причины роста доли онлайн-заказов
- Намерение совершать онлайн-покупки



Сегмент интернет-аптек — интернет-магазины, специализирующиеся в первую очередь на продаже лекарственных средств. В исследование не включены интернет-магазины, специализирующиеся на продаже очков и линз, медицинского оборудования, БАДов и других нелекарственных товаров для здоровья. Статистика сегмента приводится по **49 интернет-аптекам**, входящим в ТОП-1000 российских интернет-магазинов по количеству заказов в первом полугодии 2022 года.



60 млн

заказов

+36%



1 830 руб.

средний чек

+11%



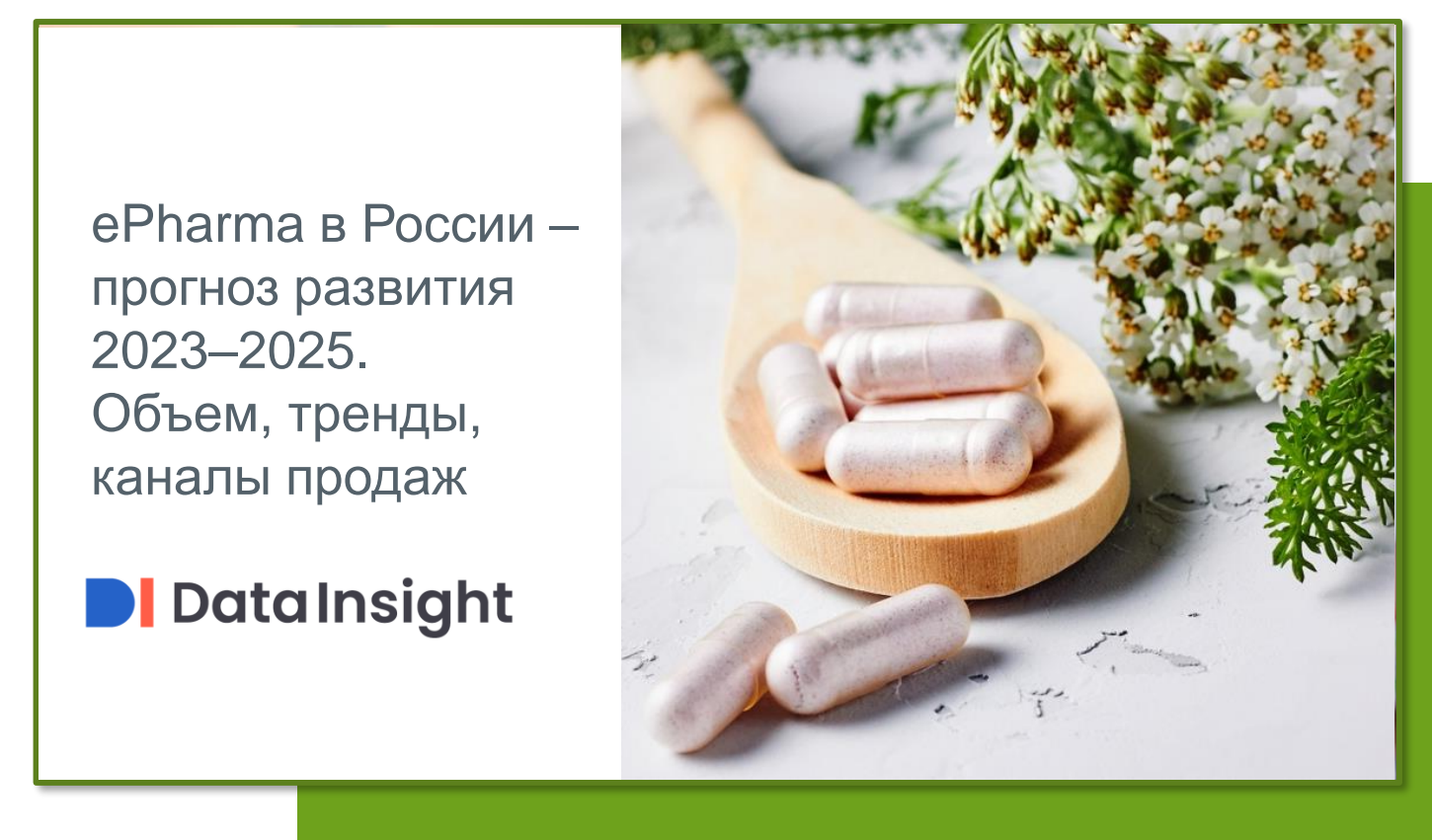
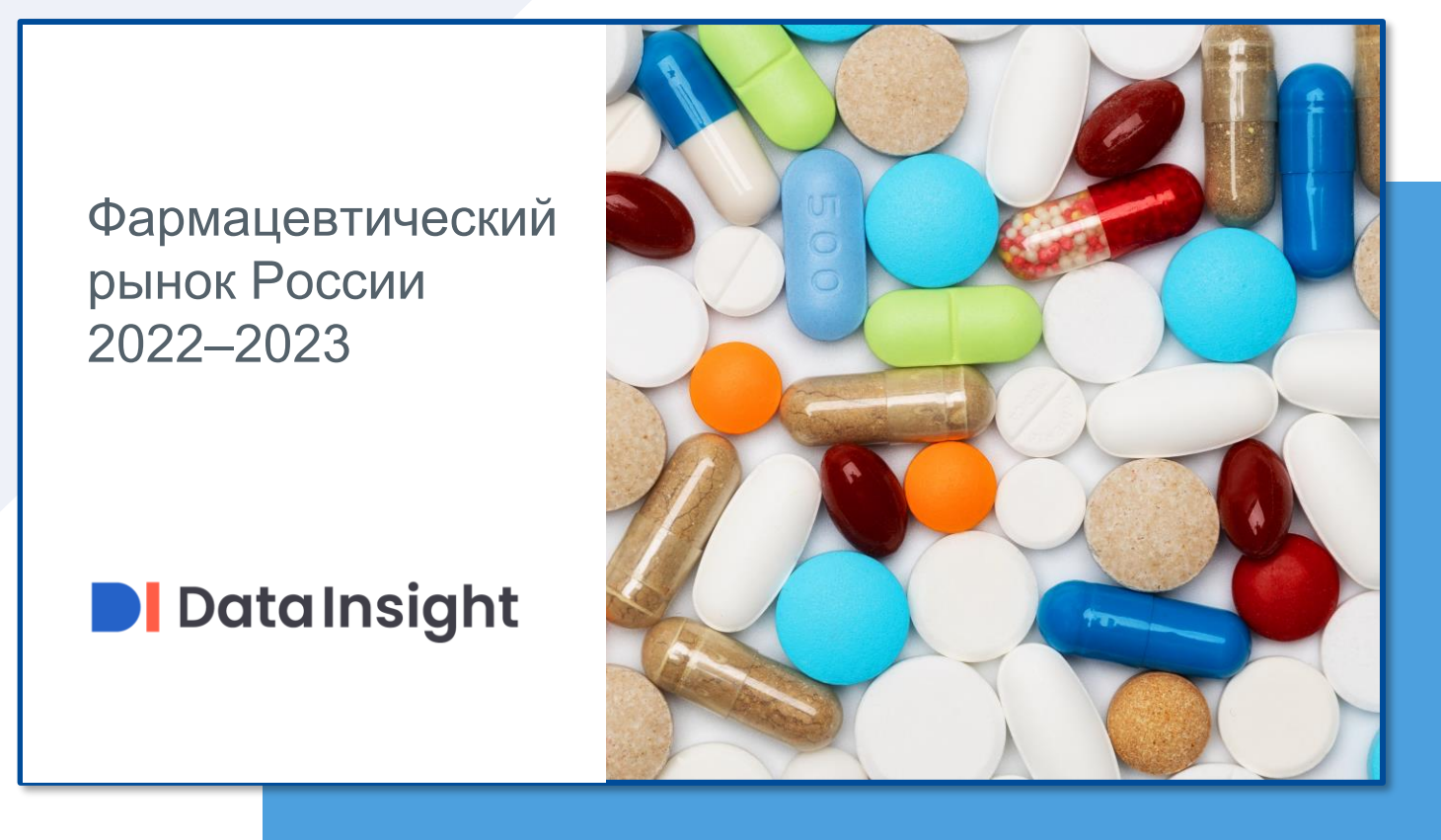
12%

доля ePharma от всего
коммерческого рынка
фармы



10 / Реклама: ближайшие отчеты Data Insight по рынку ePharma

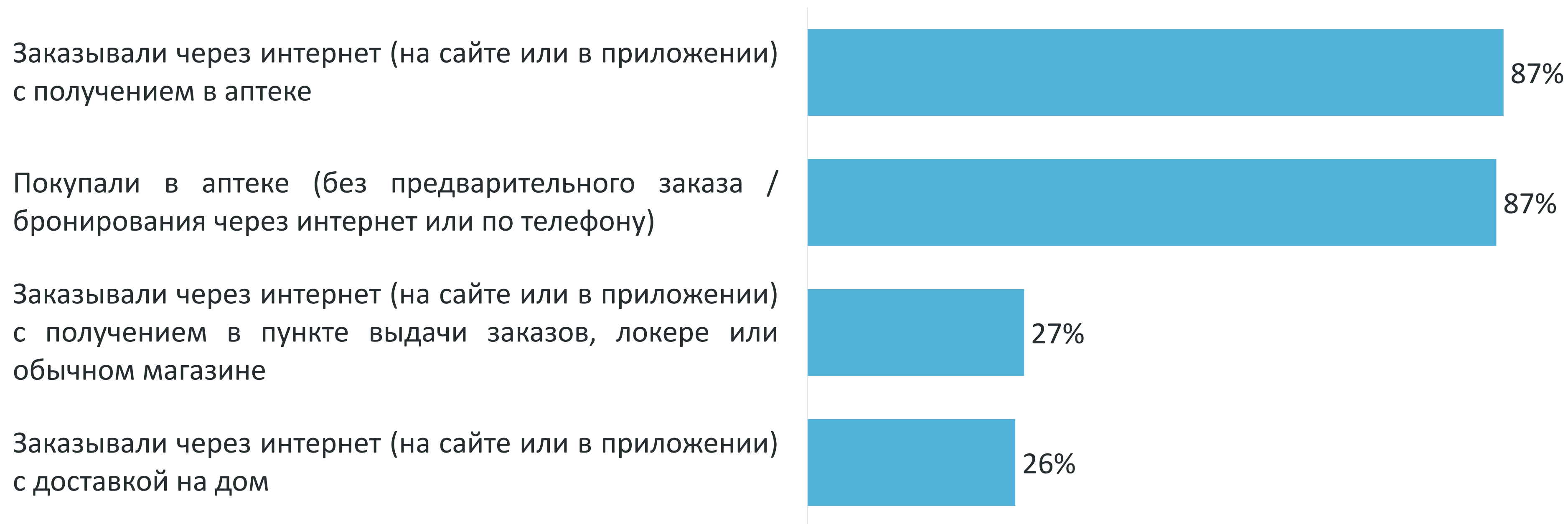
Полные версии наших исследований можно заказать по адресу a@datainsight.ru



10 / Способы покупки аптечного ассортимента

Респонденты одинаково часто используют самовывоз из аптеки по предварительному онлайн-заказу и покупку в аптеке без бронирования через интернет.

Способы покупки аптечного ассортимента



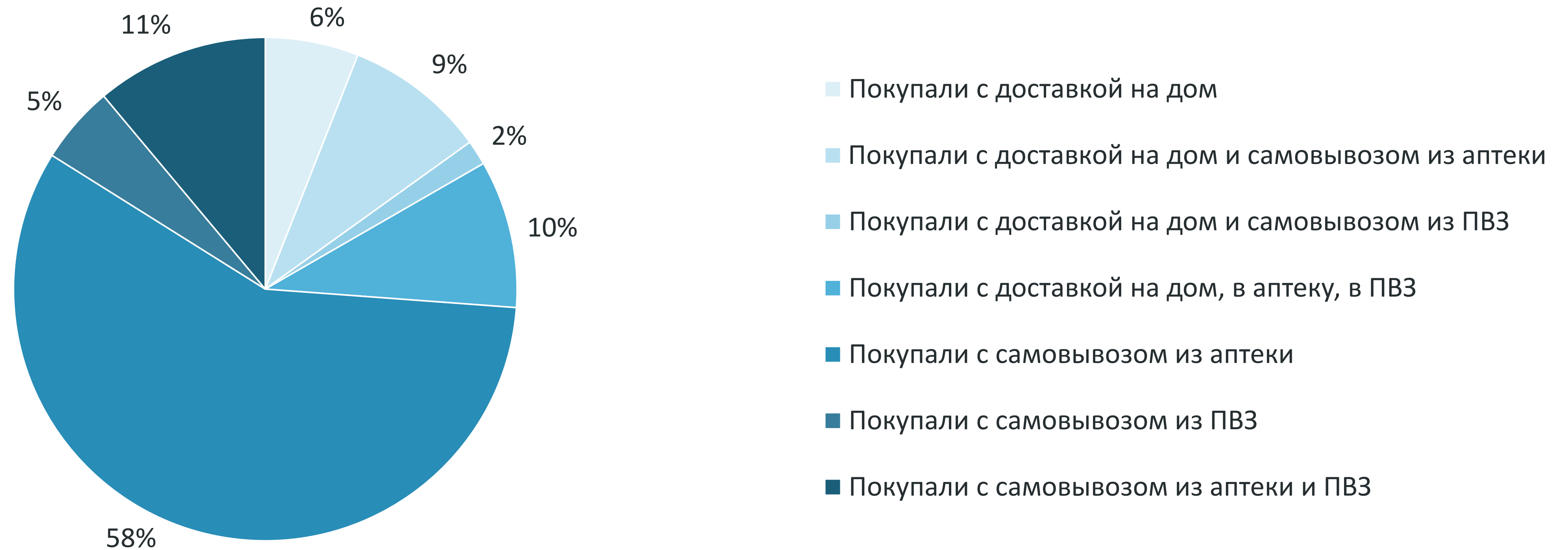
Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках исследования «Покупатели аптечного ассортимента», вся Россия, N=1740.
Вопрос: «Какие варианты покупки лекарственных средств и другого аптечного ассортимента Вы использовали хотя бы раз за последние 12 месяцев?» N=1000

Источник: Data Insight, «Покупатели аптечного ассортимента», 2022 – datainsight.ru/Pharmacy_shoppers_2022

10 / Способы получения онлайн-заказов

Только каждый четвертый омни-покупатель использовал доставку и самовывоз при получении онлайн-заказа. **74% использовали только самовывоз.**

Способы получения онлайн-заказов

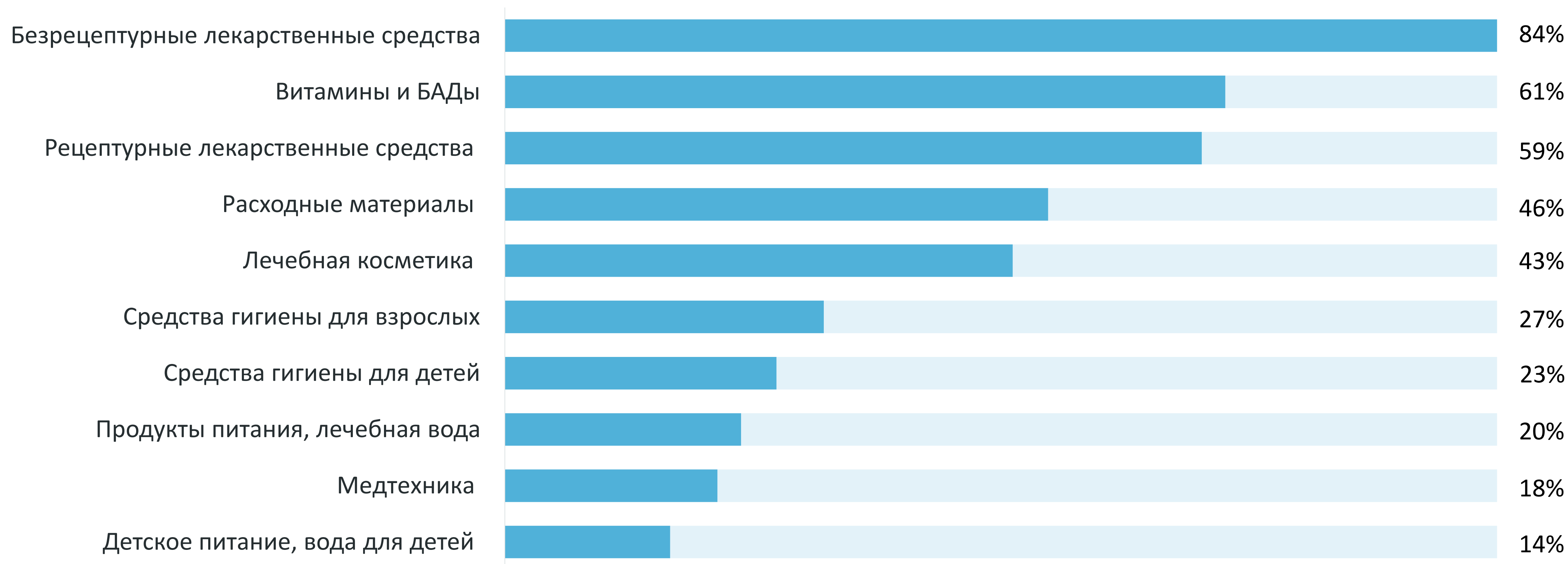


Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках исследования «Покупатели аптечного ассортимента», вся Россия, N=1740
Вопрос: «Укажите, пожалуйста, как Вы получили этот заказ?». N=1000.
Источник: Data Insight, «Покупатели аптечного ассортимента», 2022 – datainsight.ru/Pharmacy_shoppers_2022

10 / Категории аптечных товаров в онлайн-покупках

Безрецептурные лекарственные средства – категория аптечных товаров, которую чаще всего заказывали через интернет.

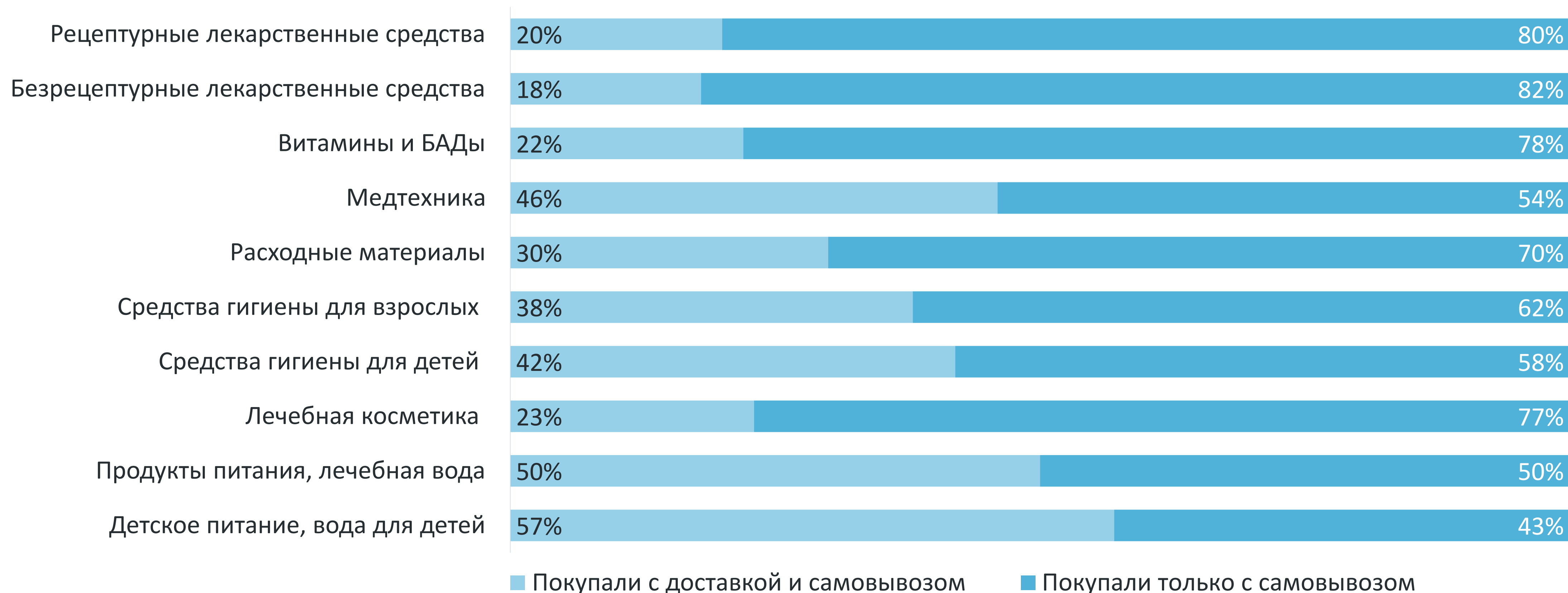
Доли категорий в онлайн-покупках



Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках исследования «Покупатели аптечного ассортимента», вся Россия, N=1740
Вопрос: «Какие категории аптечных товаров Вы заказывали через интернет хотя бы один раз за последние 12 месяцев?»
N=1000

Источник: Data Insight, «Покупатели аптечного ассортимента», 2022 – datainsight.ru/Pharmacy_shoppers_2022

Зависимость способа получения заказа от категории

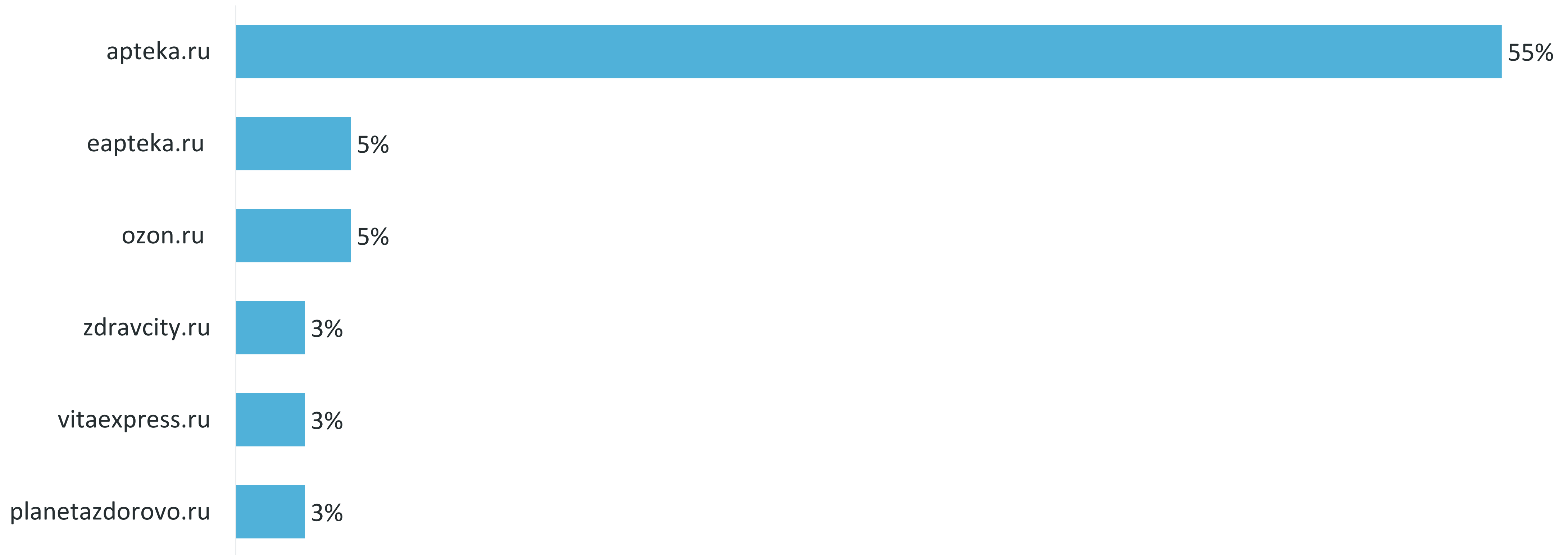


Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках исследования «Покупатели аптечного ассортимента», вся Россия, N=1740.
Вопрос 1: «Какие из указанных категорий лекарственных средств и аптечного ассортимента были в Вашем последнем по времени онлайн-заказе?» N=1000, Вопрос 2: «Какие варианты покупки лекарственных средств и другого аптечного ассортимента Вы использовали хотя бы раз за последние 12 месяцев?» N=1000
Источник: Data Insight, «Покупатели аптечного ассортимента», 2022 – datainsight.ru/Pharmacy_shoppers_2022

10 / Место последнего онлайн-заказа по площадкам

Большой отрыв лидера и высокая плотность площадок, занимающих со второго по шестое места, говорит о высокой конкуренции и влияет на увеличение трат на привлечение покупателя.

Место последнего онлайн-заказа



Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках исследования «Покупатели аптечного ассортимента», вся Россия, N=1740
Вопрос: «В каких интернет-магазинах Вы совершали покупки за последние 12 месяцев?» N=1000
Источник: Data Insight, «Покупатели аптечного ассортимента», 2022 – datainsight.ru/Pharmacy_shoppers_2022

10 / Ключевые факты о покупателях аптечного ассортимента

ПОКУПАТЕЛИ



1. 83% омни-покупателей* отметили, что делают онлайн более 50% покупок аптечного ассортимента.

2. Чем старше покупатель аптечного ассортимента, тем чаще он выбирает самовывоз для получения заказа. 85% респондентов старше 45 лет указали этот способ.

ЗАКАЗЫ И ДОСТАВКА



3. 63% онлайн-заказов аптечного ассортимента было оформлено с мобильного телефона или планшета. 50% из них – через приложение площадки.

4. 101-250 рублей — ожидаемая цена доставки RX-ассортимента за 3 часа (если она будет разрешена), которую назвал каждый третий омни покупатель, каждый второй готов платить менее 100 рублей.

ПЛОЩАДКИ



5. «Устроила цена» – в 90% ответов – основной мотив выбора места покупки товаров.

6. Молодое поколение чаще остальных возрастных групп выбирает местом покупки аптечного ассортимента маркетплейс.

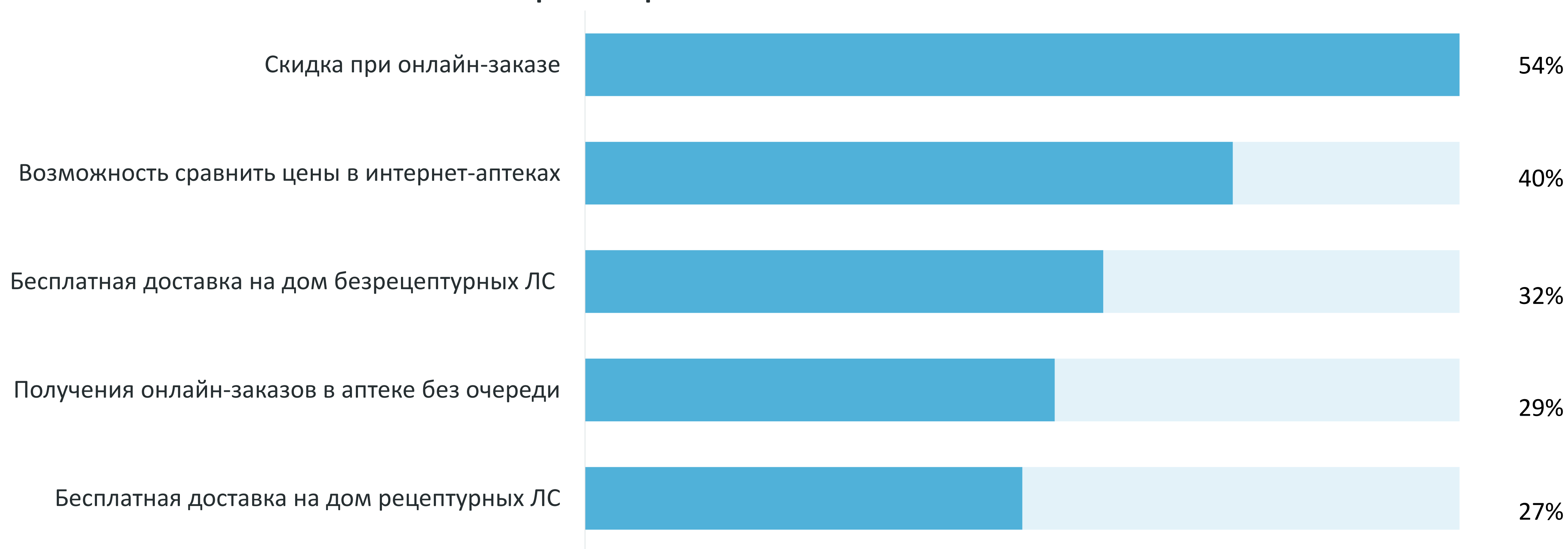
*Омни-покупатели в источнике – 63% интернет-пользователей, которые использовали для покупки аптечного ассортимента онлайн и офлайн каналы.

Источник: Data Insight, «Покупатели аптечного ассортимента», 2022 – datainsight.ru/Pharmacy_shoppers_2022

10 / Основные причины роста доли онлайн-заказов

Покупатели аптечного ассортимента являются ценозависимыми. Покупатель идет в онлайн-аптеки прежде всего за низкой ценой, поэтому важным является развитие сервисов по сравшиванию цен на препараты, а также программ лояльности.

Причины роста количества онлайн-заказов



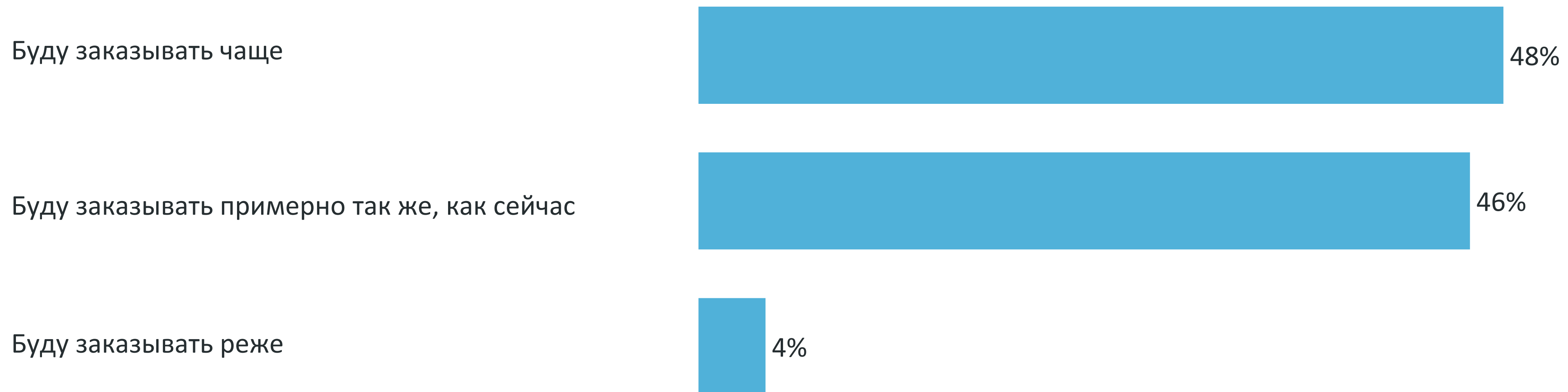
Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках исследования «Покупатели аптечного ассортимента», вся Россия, N=1740
Вопрос: «Что нужно, чтобы Вы стали чаще пользоваться онлайн-заказом при покупке лекарств и аптечных товаров?»
N=1000

Источник: Data Insight, «Покупатели аптечного ассортимента», 2022 – datainsight.ru/Pharmacy_shoppers_2022

10 / Намерение совершать онлайн-покупки

94% респондентов намерены сохранить или увеличить долю онлайн-покупок аптечного ассортимента в следующем году.

Намерение респондентов продолжать совершать онлайн-покупки



Онлайн-опрос покупателей (18+) в рамках исследования «Покупатели аптечного ассортимента», вся Россия, N=1740
Вопрос: : «Как Вы думаете, в ближайшие 12 месяцев Вы будете заказывать в онлайн-лекарственные средства и аптечный ассортимент чаще или реже, чем сейчас?» N=1000

Источник: Data Insight, «Покупатели аптечного ассортимента», 2022 – datainsight.ru/Pharmacy_shoppers_2022

ФУЛФИЛМЕНТ

МАРКЕТИНГ

IT-УСЛУГИ

ЛОГИСТИКА



ПОЖАЛУЙ,
САМЫЙ МОДНЫЙ
ФУЛФИЛМЕНТ



profashionsolutions.ru



+7 (499) 495 43 16



dis@profashionsolutions.ru

Логистика для рынка eCommerce

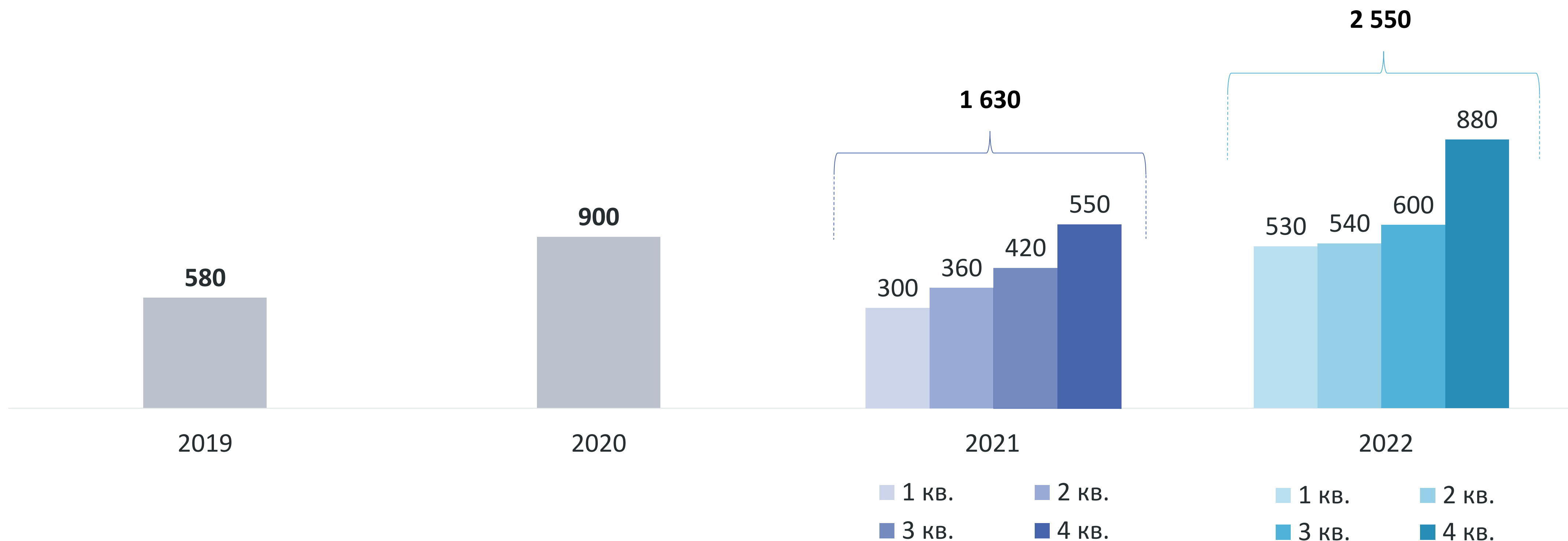
- Рынок логистики для eCommerce в 2022
- Объемы рынка логистики: каналы доставки
- Распределение отправок по типам игроков
- Популярность разных каналов доставки
- Популярность разных способов самовывоза
- Самовывоз: ключевые факты
- Ключевые тренды в «последней миле»
- Состояние логистики в 2022 году



11 / Рынок логистики для eCommerce, 2022

В 2022 году доставлено **более 2 550 млн отправлений**, рост относительно 2021 года составил более 56%.

Количество заказов на рынке логистики для электронной торговли, млн шт.



Оценка количества заказов представлена с учётом заказов C2C и MLM. Оценка не включает заказы eGrocery.
Источник: Data Insight, Размер рынка логистики для eCommerce, 2022 — datainsight.ru/DI_LogisticsSize2023

11 / Объемы рынка логистики: каналы доставки

143

Каналы доставки	2021, млн отправлений	2021, % от всех отправлений	2022, млн отправлений	2022, % от всех отправлений	Прирост 2022/2021
Логистические компании	400	25%	346	13%	-14%
до двери	130	8%	95	3%	-27%
в ПВЗ и постаматы	270	17%	251	10%	-7%
Собственные службы магазинов: всего	1 230	75%	2 205	86%	79%
до двери	172	10%	297	11%	73%
в ПВЗ и постаматы	1058	65%	1 907	75%	80%
Собственные службы: доставка Wildberries	771	47%	1 496	59%	94%
до двери	15	1%	30	>1%	93%
в ПВЗ и постаматы	756	46%	1 466	58%	90%
Собственные службы: доставка Ozon	226	14%	446	17%	97%
до двери	27	2%	44	>1%	63%
в ПВЗ и постаматы	199	12%	402	16%	102%
Всего	1 630		2 550		56%

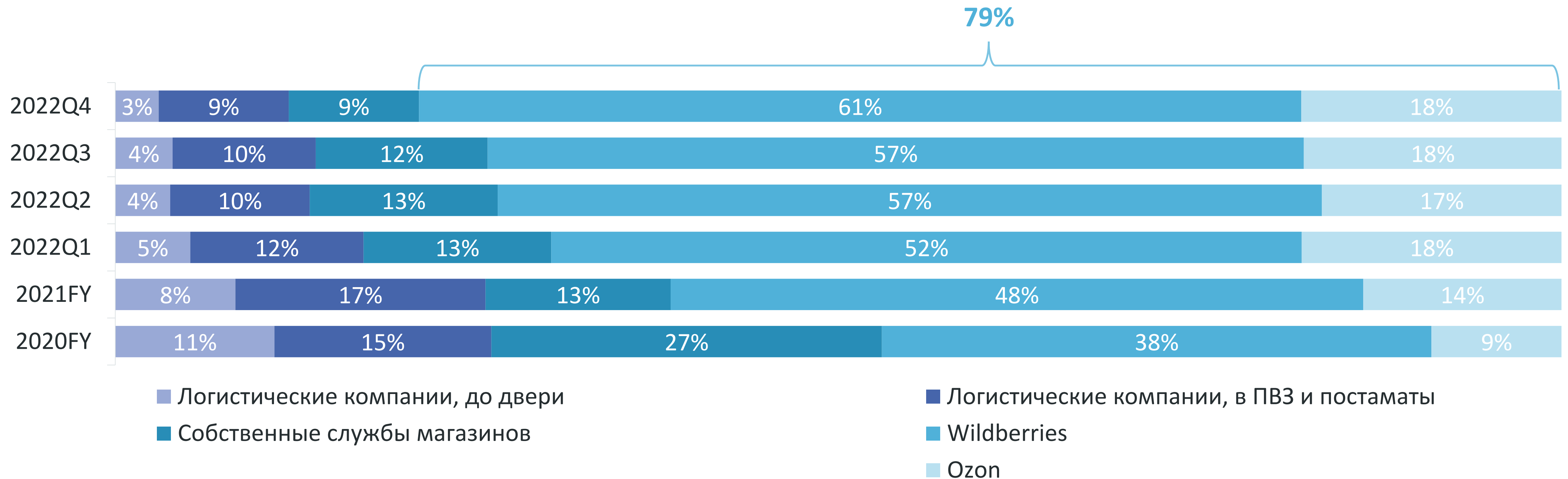
Почта России включена в доли логистических компаний. Оценки Ozon Rocket и Ozon Express включены в долю Ozon.
 Источник: Data Insight, Рынок логистики для eCommerce в России 2022Q4, 2023 — datainsight.ru/DI_LogisticsSizeQ42022



11 / Распределение отправок по типам игроков

В среднем по итогам 2022 года доля собственных служб доставки **выросла на 13 п.п. – 88%** по сравнению с 75% в 2021 году. В первую очередь, этот рост обеспечивается маркетплейсами Ozon и Wildberries – их суммарная доля отправок в четвертом квартале 2022 составила 79%.

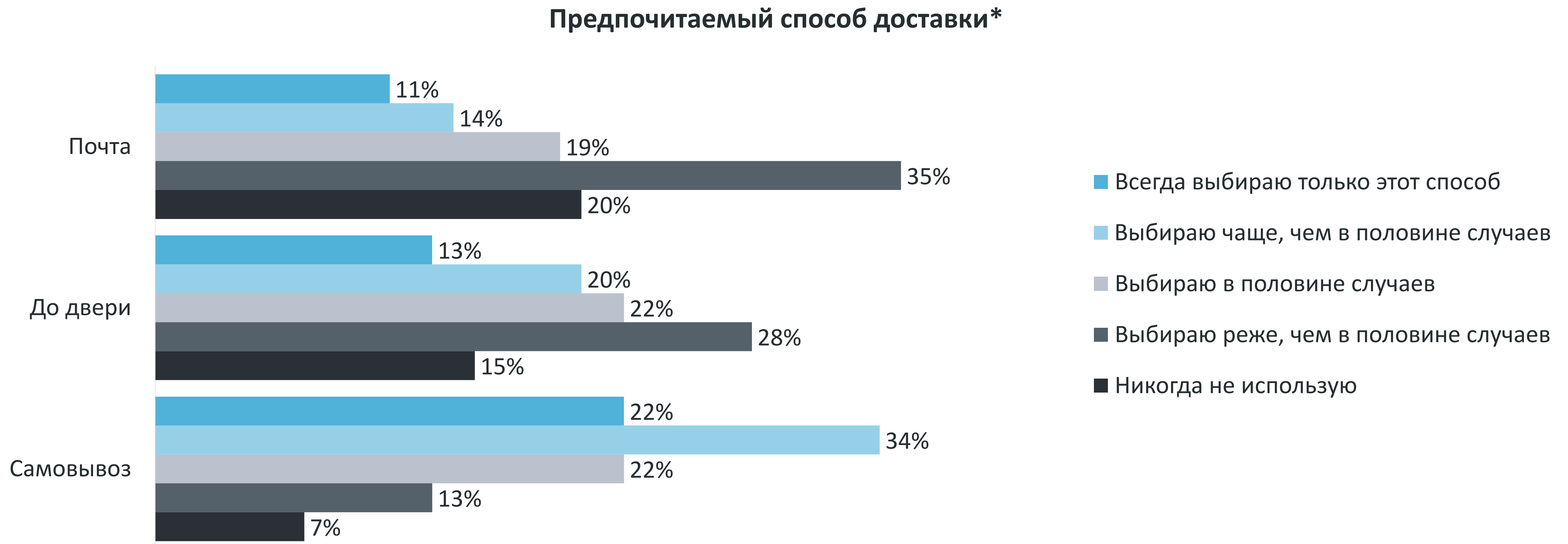
Распределение отправок по типам игроков, 2020-2022



Оценка количества заказов представлена с учётом заказов C2C и MLM. Оценка не включает заказы eGrocery.
Источник: Data Insight, Размер рынка логистики для eCommerce, 2022 — datainsight.ru/DI_LogisticsSize2023

11 / Популярность разных каналов доставки

Самовывоз – самый востребованный способ доставки. В сумме 56% самовывоз всегда или чаще всего, а никогда не используют только 7% покупателей.



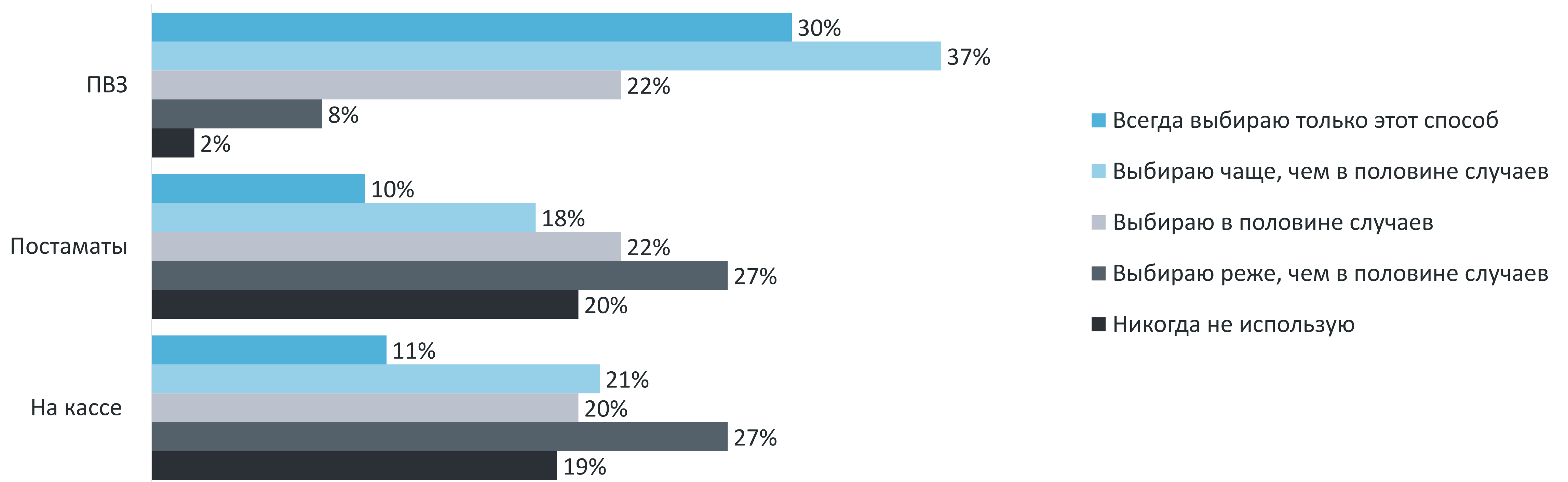
*Ответы на вопрос «Какой способ доставки Вы предпочитаете?» Всего ответов: 2 304.

Источник: Data Insight, Самовывоз из ПВЗ и постаматов, 2022 — datainsight.ru/PP%26postamates_2022

11 / Популярность разных способов самовывоза

Среди разных вариантов самовывоза наиболее популярен самый привычный для покупателей – обычные **пункты выдачи заказов (ПВЗ)**. 30% ответили, что всегда выбирают этот способ, 37% - что выбирают его более, чем в половине случаев.

Предпочитаемый способ доставки*



*Ответы на вопрос «Когда Вы заказываете товар самовывозом, какой из типов точек выбираете?» Всего ответов: 2 304.
Источник: Data Insight, Самовывоз из ПВЗ и постаматов, 2022 — datainsight.ru/PP%26postamates_2022

ЗАКАЗЫ



- Большинство покупателей проверяет условия доставки в интернет-магазинах. 41% покупателей делают это без внешних причин — просто всегда при заказе или если есть время.
- Изменения цен и активности покупателей практически не повлияли на предпочтительный способ доставки — 68% сказали, что он для них не изменился.

ТОЧКИ ВЫДАЧИ



- У большинства покупателей есть привычка забирать из определённых, уже знакомых точек выдачи. У 43% есть несколько точек выдачи, в которые они стараются заказывать из разных магазинов. У 29% такая точка одна.
- Удобное расположение точки — основной фактор, который влияет на выбор пункта выдачи. Им руководствуется 56% покупателей.

СОБЫТИЯ 2022



- События 2022 года заметно повлияли на покупательское поведение: 38% респондентов стали совершать меньше покупок, 25% в феврале 2022 года совершали какие-либо покупки впрок.
- 37% покупателей отмечают увеличение стоимости своих заказов. 20% считают, что цены не изменились. 7% говорят об уменьшении цен.

Работа над операционной эффективностью:

- инвестиции в совершенствование внутренних процессов и автоматизацию логистики;
- приостановка экспериментальных и узколокальных направлений работы.

Поиск компромиссов:

- тарифы на доставку логистических операторов выросли;
- партнеры ищут компромиссы в уровне и стоимости услуг.

Изменения на рынке труда:

- сложности с наймом персонала ослабли, а затем возобновились;
- зарплатные ожидания линейного персонала не снижаются.

Сужение рынка и новые возможности:

- ряд международных логистических компаний и иностранных клиентов ушли с рынка;
- логистические компании ищут возможности для освоения новых ниш.

Повышение спроса на аутсорс «неудобной» логистики:

- интернет-магазины переносят часть рисков на аутсорсинговых операторов и передают им некоторые направления или покрытия, которые до этого пытались брать на себя.

ТРУДНОСТИ



- Ажиотаж марта 2022 г. спровоцировал внесезонные пики в заказах.
- Отношения с партнерами усложнились — магазины вынуждены искать компромиссы или новых подрядчиков.
- Количество заказов "вне маркетплейсов", которые могут выполнять логистические компании, сократилось на 14% вместо роста на 10-20%. Это заставляет логистов сокращать инвестиционные программы и экономить.

ПРЕИМУЩЕСТВА



- Омниканальная модель большинства крупных ритейлеров позволяет эффективно использовать собственные ресурсы и мощности для развития логистических процессов.
- Преимущества можно искать в освободившихся ресурсах. Например, складских площадях и транспортных мощностях.

ПЛАНЫ



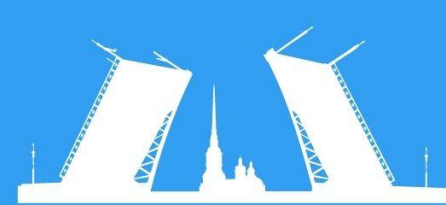
- Удержание эффективности процессов и качества сервиса остаются главным приоритетом крупных компаний. Некоторые компании делают ставку на развитие новых и уникальных проектов.
- Внедрение цифровизации остается одной из важнейших задач. Отмечается важность инвестирования в развитие системы складов и управления складского комплекса.



ИНТЕРВАЛЬНАЯ
ДОСТАВКА NEXT
DAY МОСКВА И МО



КУРЬЕРСКАЯ
ДОСТАВКА ПО
РОССИИ



ИНТЕРВАЛЬНАЯ
ДОСТАВКА NEXT DAY
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ И
ЛО



ЕЖЕДНЕВНАЯ
МАГИСТРАЛЬ
МСК ↔ СПб



ТАРИФИКАЦИЯ
ТОЛЬКО
ВЫКУПЛЕННЫХ
ЗАКАЗОВ



ИНТЕГРАЦИЯ ПО
API + ГОТОВЫЕ
ВИДЖЕТЫ



ПРИЕМ ОПЛАТЫ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ
ПО КАРТЕ



ЛИЧНЫЙ
МЕНЕДЖЕР ДЛЯ ИМ
ПОЗАБОТИТСЯ О
ВАШЕМ КОМФОРТЕ



ОМНИКАНАЛЬНАЯ
ПОДДЕРЖКА
КЛИЕНТОВ И
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ
8.00 - 22.00



ФОТОФИКСАЦИЯ
ВРУЧЕНИЯ ЗАКАЗА



ИНФОРМИРОВАНИЕ
И СВЯЗЬ С
ПОЛУЧАТЕЛЕМ



КРОССДОКИНГ



ЧАСТИЧНАЯ
ПРЕДОПЛАТА: ГИБКАЯ
НАСТРОЙКА
НАЛОЖЕННОГО
ПЛАТЕЖА



УПАКОВКА
ЗАКАЗОВ



ВОЗВРАТ
НАЛОЖЕННОГО
ПЛАТЕЖА ОТ 2 РАЗ
В НЕДЕЛЮ



ВОЗВРАТ
СОПРОВОДИТЕЛЬНЫХ
ДОКУМЕНТОВ



ПРОВЕРКА ДОКУМЕНТОВ
ПОЛУЧАТЕЛЯ ДЛЯ
ВЕРИФИКАЦИИ



УМЕЕМ
ПРЕДСТАВЛЯТЬСЯ
ОТ ИМЕНИ ИМ
ИЛИ БРЕНДА



ВЕРИФИКАЦИЯ
ПОЛУЧАТЕЛЯ ПО СМС



Logsis

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ
ОПЕРАТОР



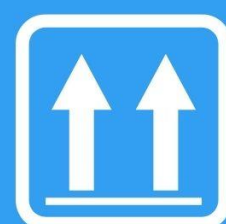
ХРАНЕНИЕ
ЗАКАЗОВ 7 ДНЕЙ
ДО ИЛИ ПОСЛЕ
ДОСТАВКИ



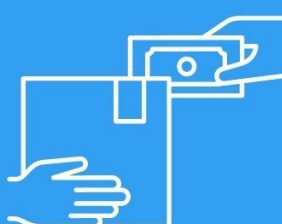
ПРИЕМ
ОПЛАТЫ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ
НАЛИЧНЫМИ



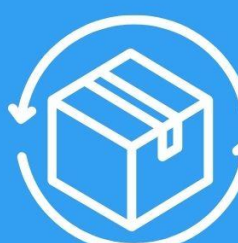
ВСКРЫТИЕ
ЗАКАЗА



БЕРЕЖНАЯ
ДОСТАВКА
ХРУПКИХ
ТОВАРОВ



НАСТРАИВАЕМАЯ
СТОИМОСТЬ ДОСТАВКИ;
ЗАВИСИТ ОТ СУММЫ
ВЫКУПА



КЛИЕНТСКИЙ
ВОЗВРАТ: ЗАБЕРЕМ
ОТПРАВЛЕНИЕ ПО
ЗАДАНИЮ ОТ
ПОЛУЧАТЕЛЯ ИМ



ЧАСТИЧНЫЙ ВЫКУП:
СВЕРКА ВЛОЖЕНИЙ
SKU



ОБОРОТНАЯ ТАРА
ИМ: УЧЕТ,
ОБРАБОТКА,
ХРАНЕНИЕ



КОМПЛЕКТАЦИЯ И
КОНСОЛИДАЦИЯ
ЗАКАЗОВ:
ОБЪЕДИНИМ МЕСТА
В ЗАКАЗ



СТРАХОВКА 0.5%
(КОМПЕНСИРУЕМ
ВСЕГДА, ЕСЛИ
ПОВРЕДИЛИ ГРУЗ)



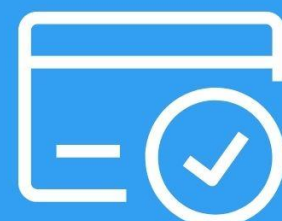
ПРИМЕРКА БЕЗ
ОГРАНИЧЕНИЙ



ТАРИФИЦИРУЕМ ПО
ФИЗИЧЕСКОМУ
ВЕСУ



КЛИЕНТСКИЙ ОБМЕН:
ПРИВЕЗЕМ НУЖНЫЙ
РАЗМЕР, ЗАБЕРЕМ
НЕПОДХОДЯЩИЙ



ПРИНИМАЕМ
ОПЛАТУ КАРТАМИ
ЛОЯЛЬНОСТИ ИМ



ЗАПИСЬ ПЕРЕГОВОРОВ:
ФИКСИРУЕМ ВСЕ
КАНАЛЫ ОБЩЕНИЯ С
ПОЛУЧАТЕЛЕМ И
ПРЕДОСТАВЛЯЕМ
ЗАПИСИ ПО ЗАПРОСУ



ГИБКОСТЬ:
РАЗРАБОТАЕМ И
НАСТРОИМ УСЛУГУ,
КОТОРАЯ НУЖНА
ВАШЕМУ ИМ



ЕЖЕДНЕВНЫЙ ВОЗВРАТ
НЕВЫКУПЛЕННЫХ
ТОВАРОВ: СОКРАЩАЕМ
ОБОРАЧИВАЕМОСТЬ
СТОКОВ



ДОСТАВКА КГТ
ДО 500 КГ



ПРИЕМ ТОВАРА
НА СКЛАД 24/7

География рынка eCommerce

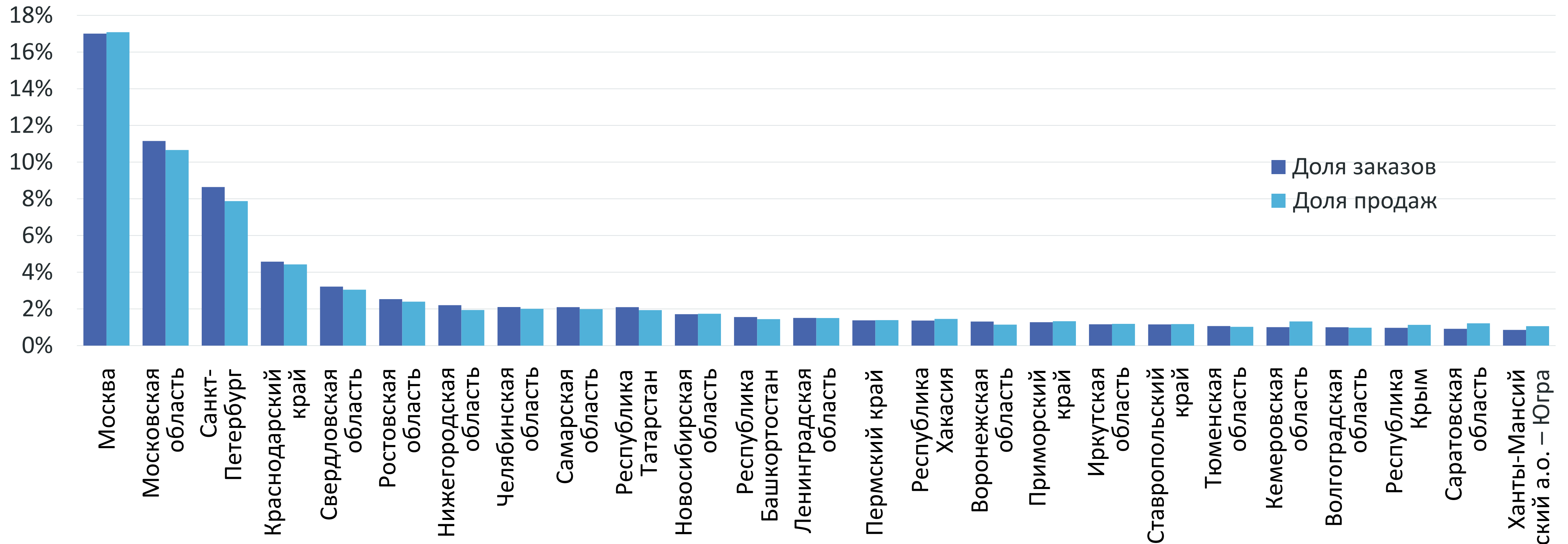
- Топ регионов по доле заказов и продаж
- Динамика среднего чека по регионам
- Онлайн-заказы в городах-миллионниках
- Среднее время доставки в крупных городах
- Доставка в ПВЗ по федеральным округам
- Доставка в ПВЗ в крупных городах



12 / Топ регионов по доле заказов и продаж

По доле онлайн-заказов и объёму продаж между регионами в 2021 году, как и годом ранее, **лидируют Москва и Московская область** — суммарно в 2021 году на них приходится 28% всех российских заказов и покупок.

Доли регионов России от всех онлайн-заказов за 2021 год, %

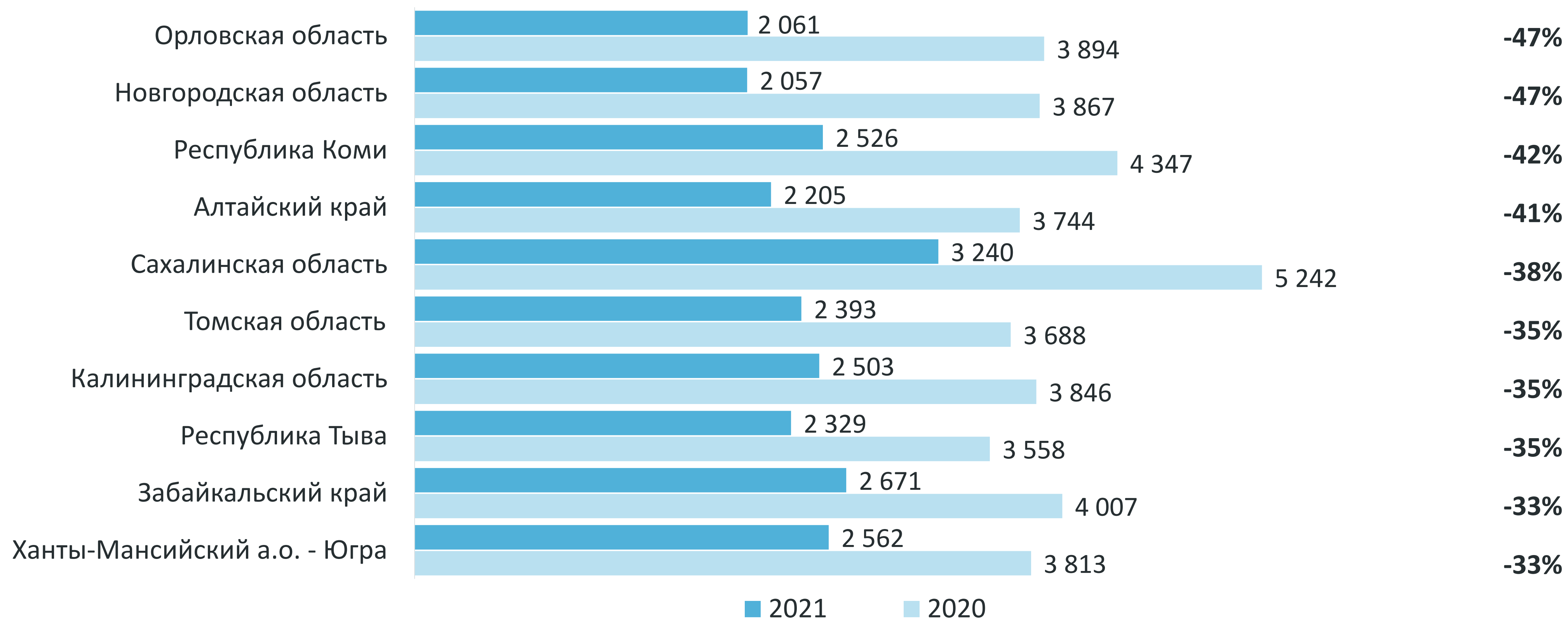


12 / Динамика среднего чека по регионам

Наиболее заметно в 2021 году средний чек упал в **Орловской и Новгородской областях** — на **47%** относительно прошлого года. Минимально падение среднего чека наблюдается в Амурской и Пензенской областях — снижение менее, чем на 10%.

Топ-10 регионов с наибольшим падением среднего чека, 2020-2021, руб.

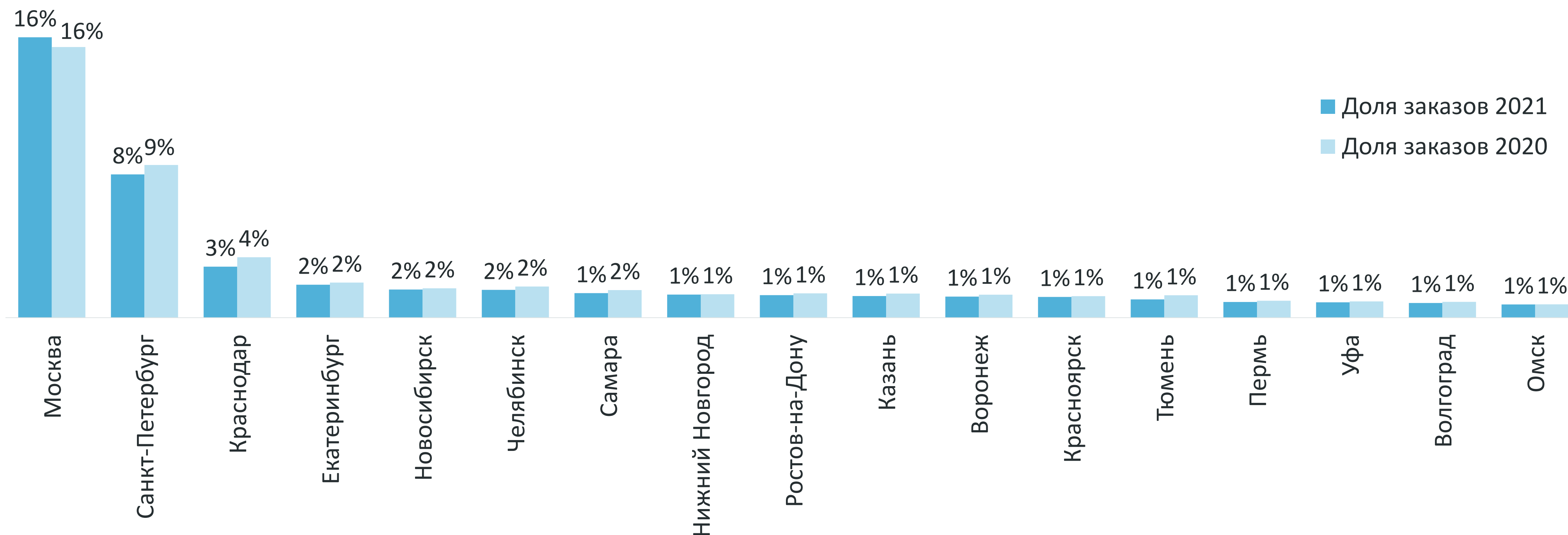
Изменение среднего чека, 2021 к 2020



12 / Онлайн-заказы в городах-миллионниках

Доля онлайн-заказов, выполненных жителями 17 крупных городов России, **по-прежнему велика – 45%**, однако за год доля снизилась на 2 п.п. На Москву и Санкт-Петербург приходится 24% заказов.

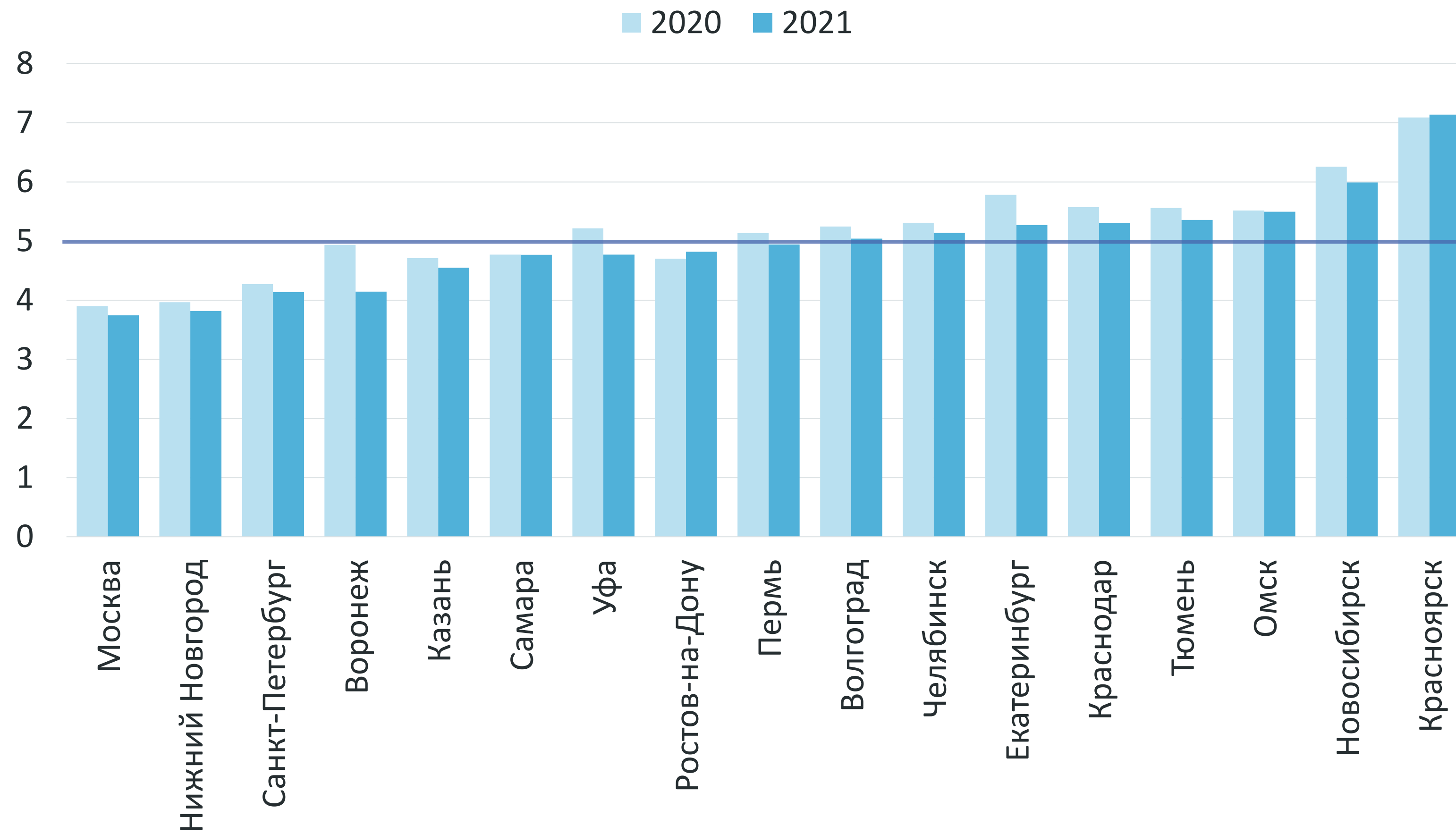
Доля онлайн-заказов в городах-миллионниках,
2020-2021



Среднее время доставки в крупных городах, сутки

В 2021 году наблюдается сокращение времени доставки по сравнению с 2020 годом.

Среднее время доставки в крупных городах в 2020 году – 5,2 суток, а в 2021 год – 5 суток. Быстрее всего в 2021 году доставляют заказы в Москву и Нижний Новгород – в среднем за 3,7 и 3,8 суток соответственно.



12 / Доставка в пункты выдачи заказа по федеральным округам России

Доставка в пункт выдачи заказа (ПВЗ) по-прежнему популярна в России – в 2021 году около двух третей заказов было получено именно из ПВЗ. Выше всего доля заказов в ПВЗ во Владимирской, Тульской и Новгородской областях, меньше всего доставкой в ПВЗ пользуются жители Республик Саха (Якутия) и Дагестан.

Количество субъектов в федеральных округах по степеням распространенности доставки в ПВЗ, 2021

Федеральный округ	Выше среднего	На уровне среднего	Ниже среднего
Дальневосточный			9
Приволжский	14		
Северо-Западный	8		3
Северо-Кавказский		1	6
Сибирский	4	1	7
Уральский	5		1
Центральный	16	1	1
Южный	5		3
Общий итог	52	3	30

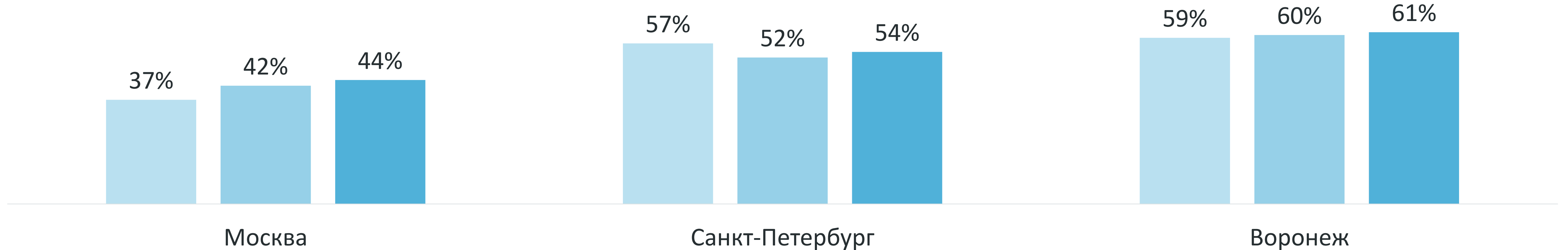
Больше всего субъектов, в которых доля доставок в ПВЗ выше среднего, находится в Центральном и Приволжском Федеральных Округах — 16 и 14 соответственно.

В Дальневосточном федеральном округе находится больше всего субъектов, в которых доля доставок в ПВЗ меньше среднего, таких субъектов 9.

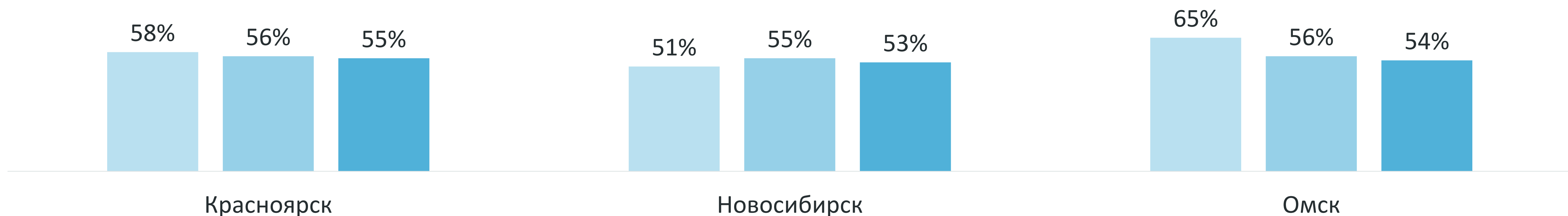
12 / География доставки: доля доставки в ПВЗ в крупных городах

2019 2020 2021

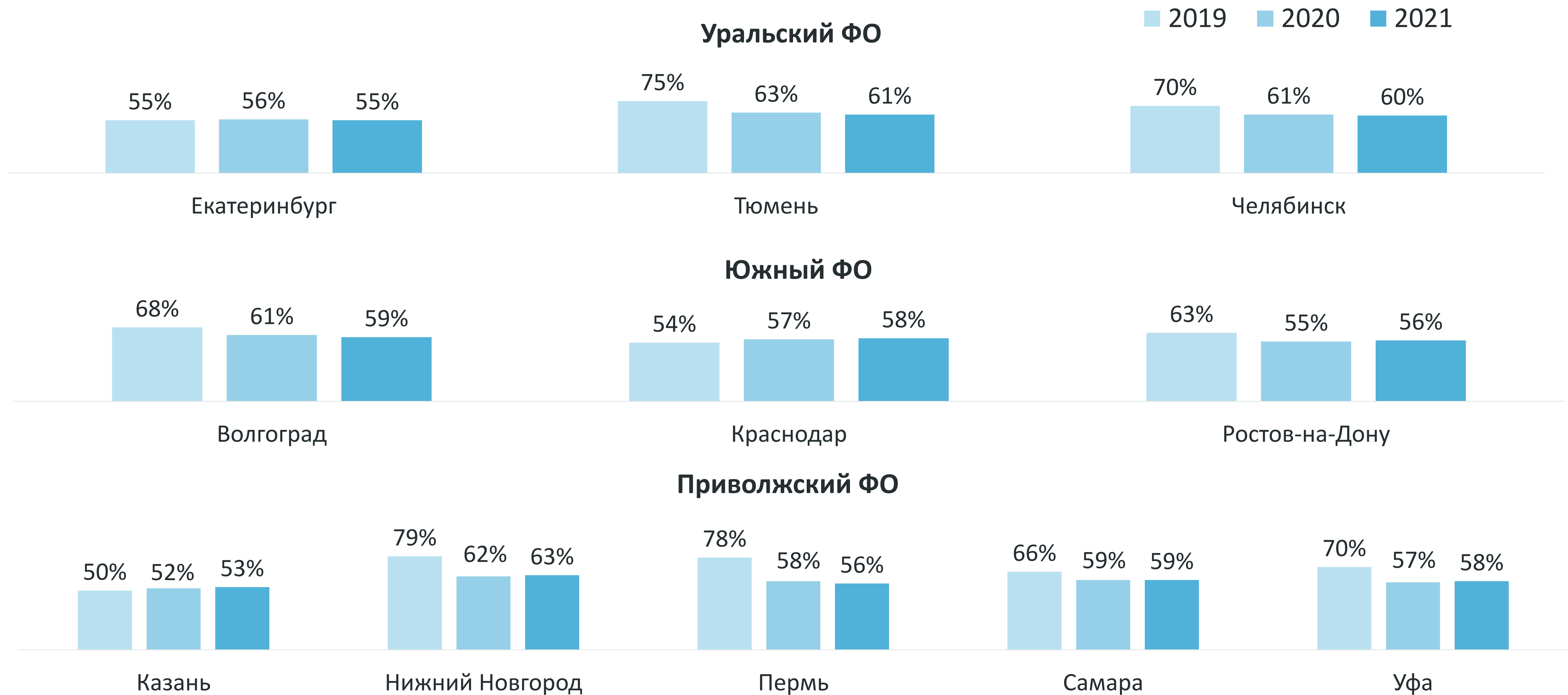
Центральный и Северо-Западный ФО



Сибирский ФО



12 / География доставки: доля доставки в ПВЗ в крупных городах



C2C-рынок в России

- Онлайн C2C в России, 2021
- Динамика рынка C2C: деньги и заказы
- 5 фактов о C2C онлайн-продажах
- Топ-5 категорий проданных товаров
- Развитие C2C-торговли в городах
- Портрет C2C-продавца



Под **C2C-торговлей** мы понимаем покупку физическим лицом через интернет материальных товаров, новых или б/у, не включая авто-, мототранспорт и недвижимость, у другого физического лица.

Частный продавец (C2C-продавец) — интернет-пользователь, который продавал материальные товары (за исключением автомобилей и недвижимости) через интернет в качестве частного лица в течение 6 месяцев, предшествовавших опросу и сделал как минимум одну продажу.

C2C-покупатель — интернет-пользователь, совершивший как минимум одну покупку у частного лица через интернет за последние 6 месяцев.



514 млн

онлайн-покупок

+71%



2 573 руб.

средний чек

-27%



Оценка годового объема рынка сделана на основе опроса покупателей и продавцов на рынке прямых частных продаж, период покупки – 6 месяцев.

Источник: Data Insight совместно с Avito, Рынок C2C онлайн-торговли в 2021 году, 2022 – datainsight.ru/DI_Avito_C2C_2021

Рынок C2C-продаж в интернете достиг в 2021 году **1,32 трлн рублей**. Рост рынка составил 25% за год.

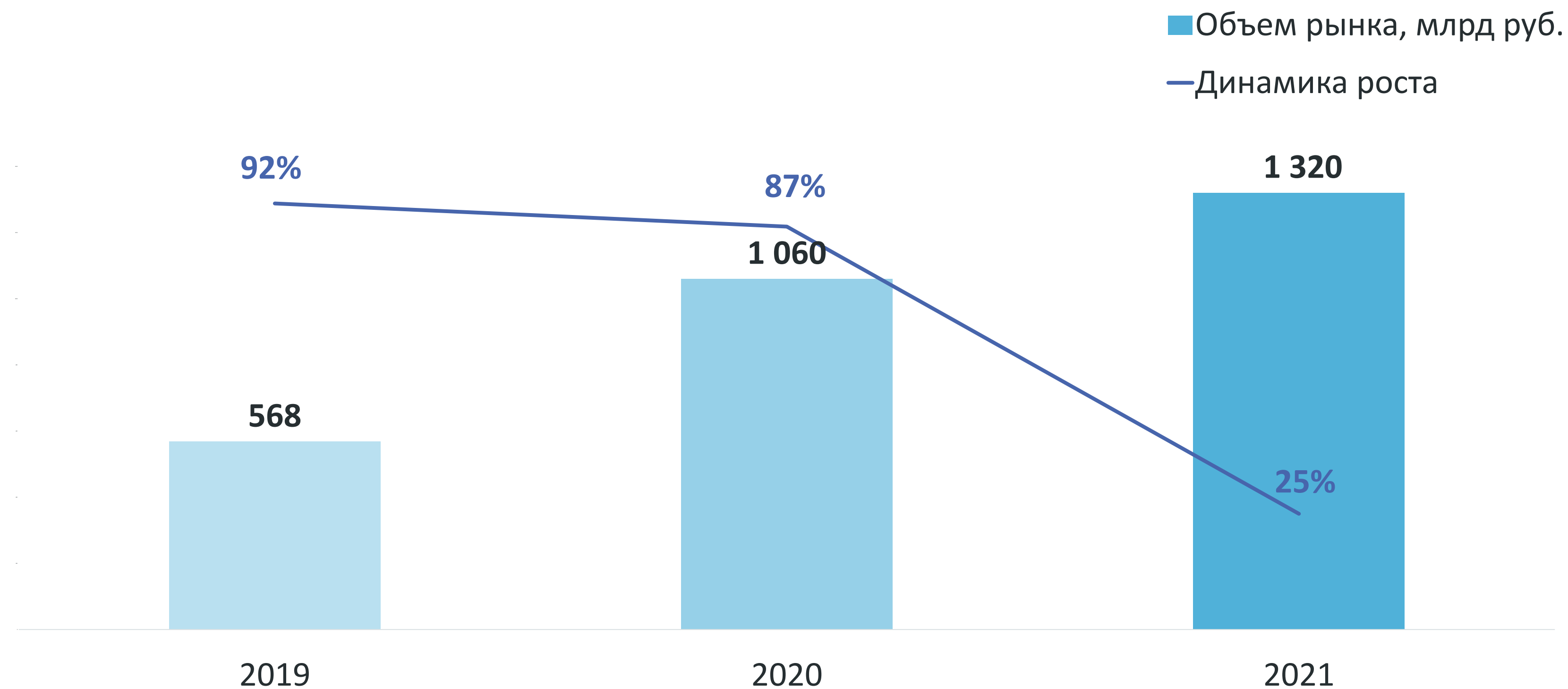
В 2021 году рост происходит за счет роста частоты продаж.

Динамика объема рынка C2C онлайн-продаж, 2019–2021

32,5%

CAGR

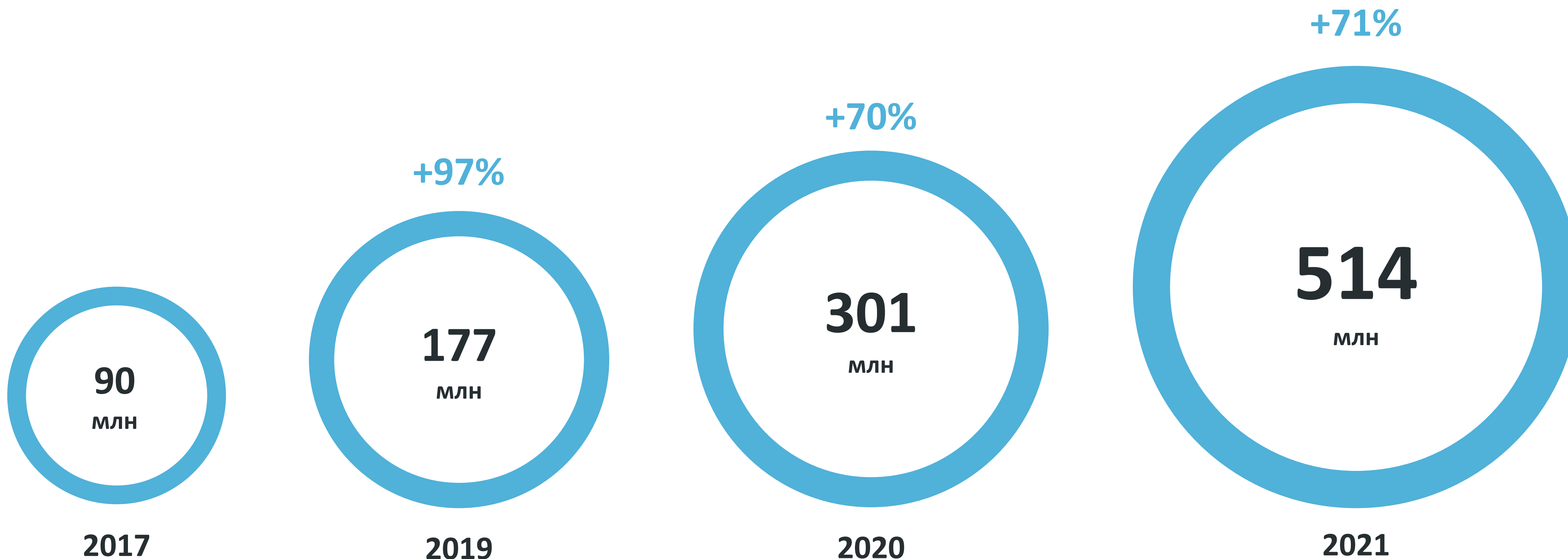
среднегодовой темп роста
за 3 года



13 / Динамика рынка C2C: заказы

В 2021 году количество покупателей и продавцов на C2C-рынке снизилось, однако количество продаж увеличилось. Количество онлайн-покупок на C2C-рынке **выросло за год на 71% и достигло 514 млн.**

Динамика количества продаж на C2C-рынке, 2017-2021, шт.



СДЕЛКИ



1. Количество сделок на продавца в месяц растет: в 2017 году в среднем у продавца была 1 сделка в месяц, в 2019 – 1,3, в 2020 – 2,3, а в 2021 – 4,3.

Рост частоты продаж обеспечили продавцы с опытом.

2. Самая высокая частота продаж в СКФО: 5,7 сделки в месяц на продавца.

Самая низкая – в СЗФО: 3,2 сделки в месяц на продавца.

ПЛОЩАДКИ



3. Avito – лидирующая площадка С2С-продаж.

Ее использует 9,2 млн покупателей, а количество сделок на платформе достигает 380 млн за год.

ТОВАРЫ



4. Наиболее продаваемые товарные категории на С2С-рынке – «Детские товары» (22%), «Одежда и обувь» (21%), «Электроника и бытовая техника» (20% сделок).

5. Доля сделок с новыми товарами достигла 19% в общем количестве реер-to-реер сделок. Выше всего доля сделок с покупкой новых товаров в категориях «Одежда и обувь» и «Аксессуары».

13 / **Топ-5 категорий проданных товаров**

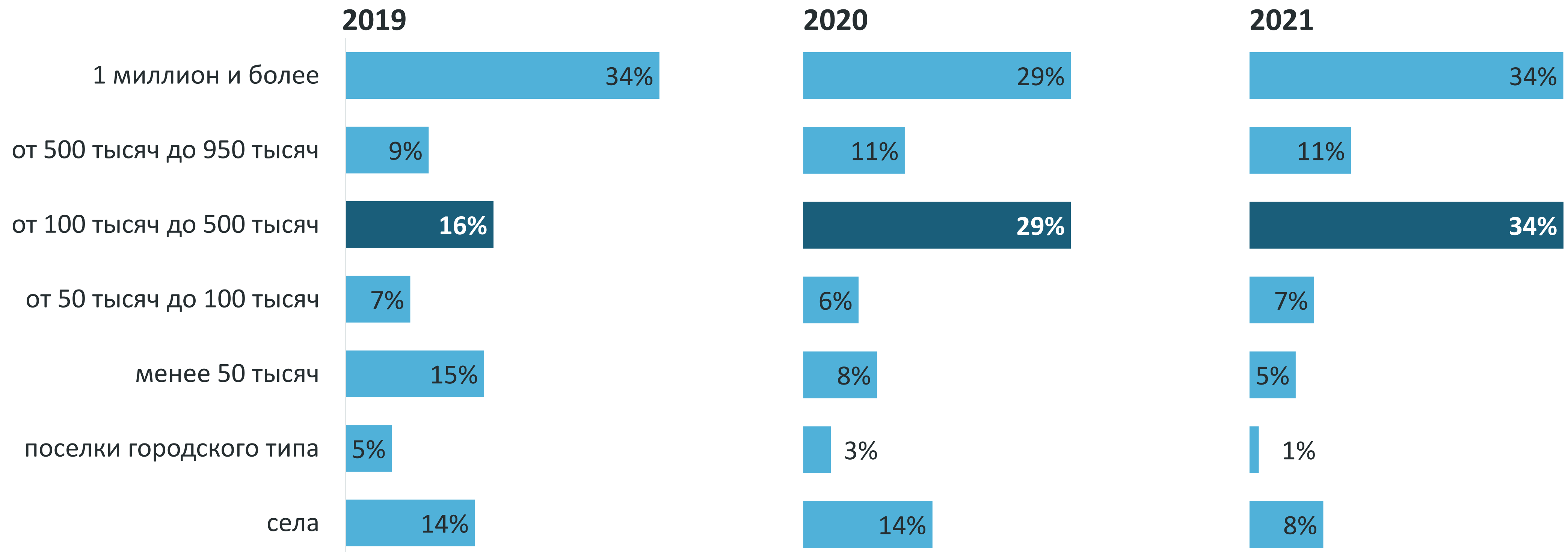


Онлайн-опрос. Июнь 2022, Россия, 18–64, 1 000 анкеты продавцов.

Источник: Data Insight совместно с Avito, Рынок C2C онлайн-торговли в 2021 году, 2022 – datainsight.ru/DI_Avito_C2C_2021

В городах с населением 100–500 тысяч человек С2С-торговля растет опережающими рынок темпами.

Распределение С2С-продавцов по макрорегионам



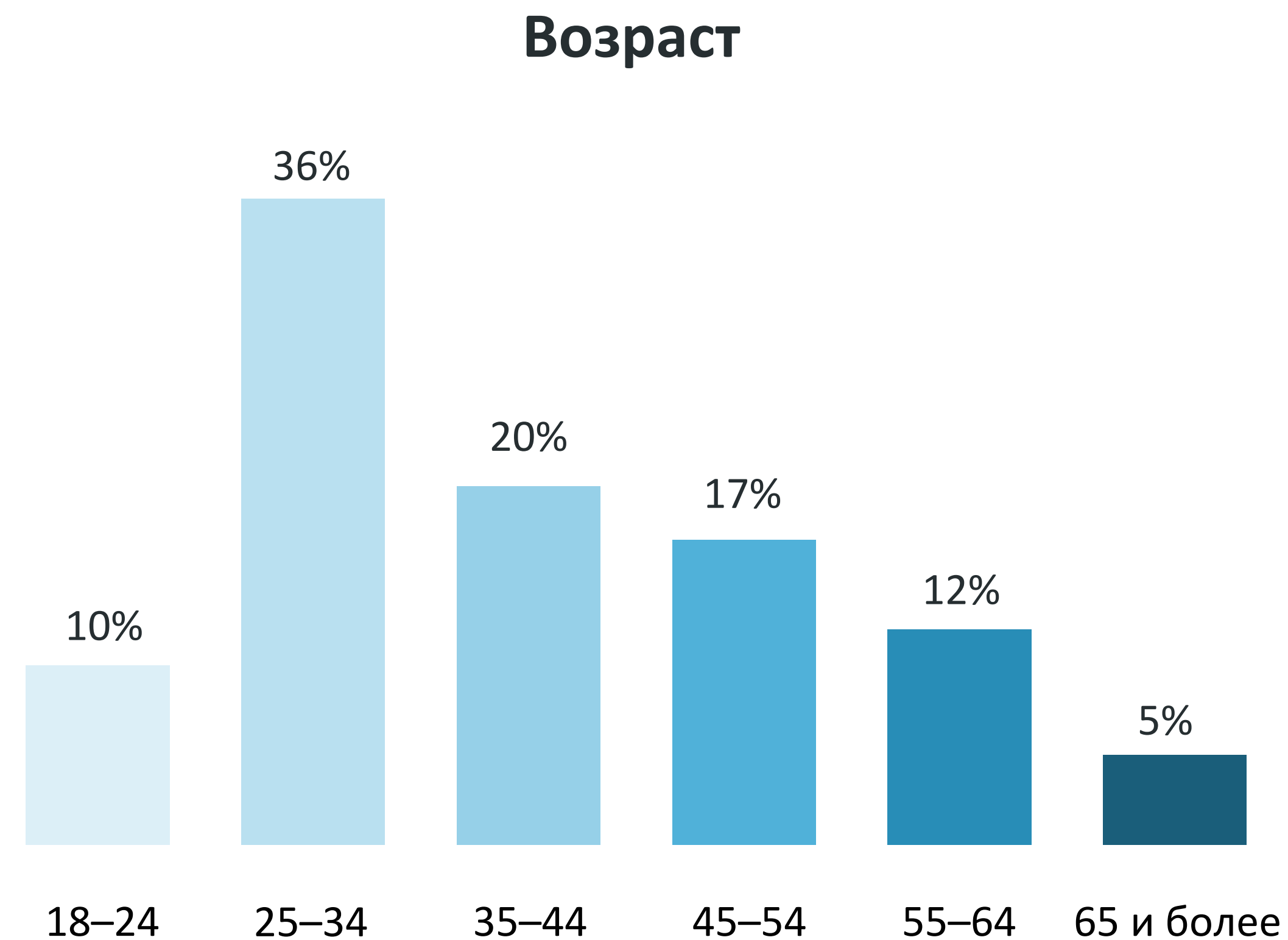
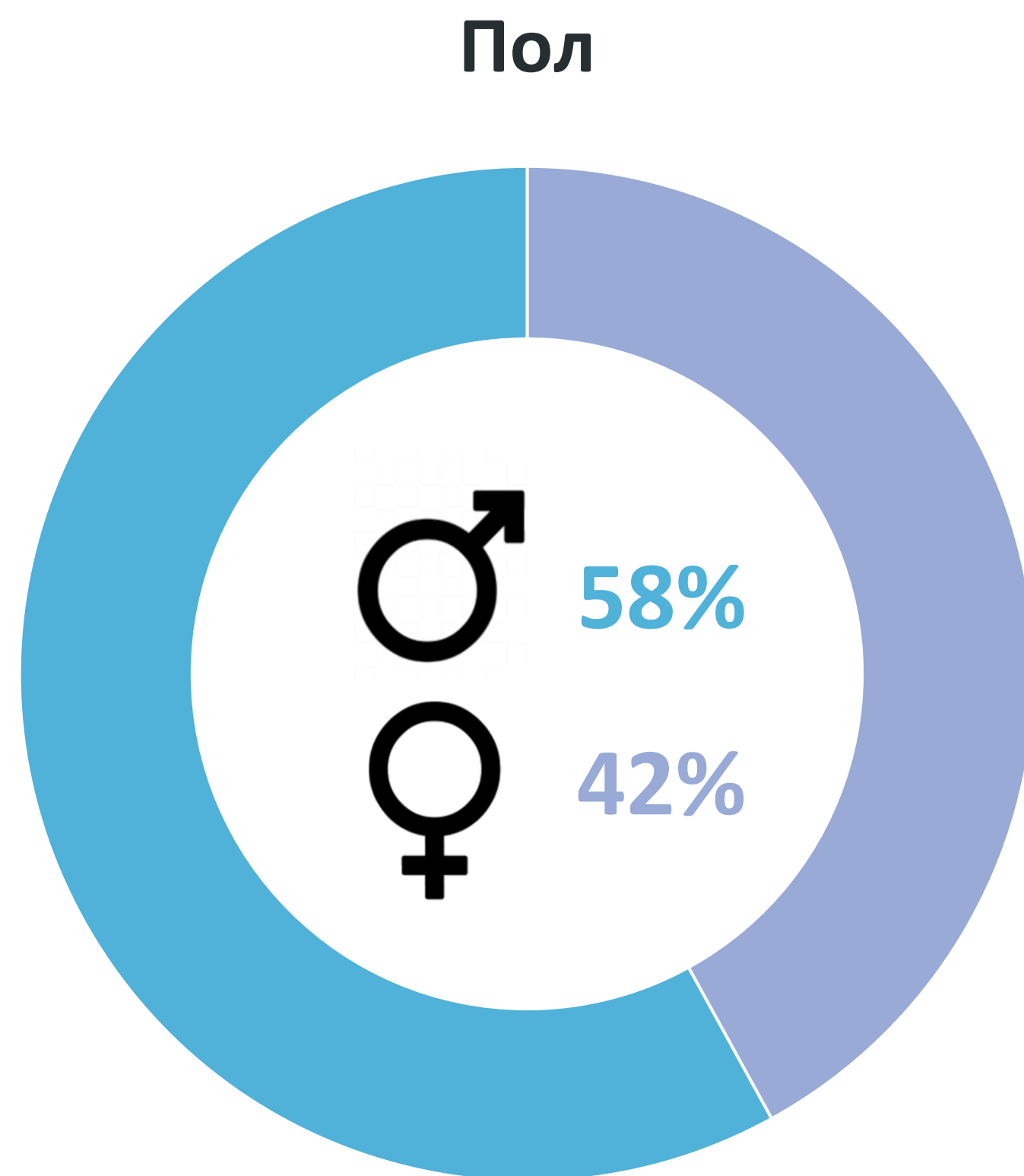
2019 – Face-to-face, апрель 2017, Россия, 18+, 1600 анкет. 2020 – опрос «ФОМнибус», март 2019, Россия, 18+, 1519 анкет.

2021 – телефонный репрезентативный опрос, ноябрь 2020, Россия, 18+, 1600 анкет.

Источник: Data Insight совместно с Avito, Рынок С2С онлайн-торговли в 2021 году, 2022 – datainsight.ru/DI_Avito_C2C_2021

13 / Портрет C2C-продавца

Среди C2C-продавцов остается **высокой долей мужчин**. Последовательно растет доля продавцов **возраста 45+**. Средний возраст продавцов остался прежним и **составляет 39 лет**.



Преимущества наших логистических решений

Зона покрытия

- 82 региона РФ
- 37 000 городов и населенных пунктов

Доставка

- В 70 000 точек пунктов выдачи и постаматов, включая отделения Почты РФ
- До двери курьером

Передача посылок

- Сдача посылок бесплатно в 200+ пунктах приема
- Забор курьером с Вашего склада

Сроки доставки

- Москва / Санкт-Петербург доставка на следующий день
- Доставка по РФ в течение 5 дней

Способы интеграции

- Прямая интеграция (API)
- Личный кабинет на www.cainiao.ru

Международное направление

- Возможность доставки груза из Китая разными типами транспорта:
 - Авто в течение 20 дней
 - Ж/д в течение 25 дней

Другие решения

- Открытие агентского пункта выдачи
- Размещение постамата Цайняо на Вашей торговой площади



Россия 

+7 495 995 80 08

Кейс партнёра «Сайняо»

О том, с какими изменениями в цепочках поставок рынок столкнулся в 2022 году, узнали у Павла Пиняжина, Руководителя направления развития собственной инфраструктуры и региональной доставки Цайняо.

2022 год очень сильно изменил как внутрироссийский рынок логистики, так и международный. И если международные цепочки поставок перестроились за несколько месяцев с появлением новых перевозчиков и маршрутов, то изменения на локальном рынке стали необратимыми.

Ушли международные компании-перевозчики, клиенты с международными брендами, спровоцировав изменение структуры затрат и перераспределение объемов между оставшимися игроками рынка. Прежде всего пострадали компании с высокой базой фиксированных затрат.



Как менялся объем заказов из Китая?

В 2022 году мы испытали несколько взлетов и падений.

Начало года прошло на валютных «качелях». В марте мы столкнулись с падением объемов заказов из-за рубежа с постепенным восстановлением к апрелю. Далее обороты набирались кратно относительно показателей прошлых лет вслед за укреплением курса валют и уходом иностранных брендов.

В конце года снова наблюдалось снижение интереса клиентов к международным перевозкам на рынке.

Но несмотря на вышеописанную волатильность объем международных перевозок в нашем портфеле рос и являлся базой для развития локальных продуктов компании.



Развивает ли Цайняо собственную инфраструктуру в РФ?

Безусловно.

Мы сделали первые шаги в 2018 по развитию собственной инфраструктуры, а в 2021 году запустили операции на первой и последней миле в 15 регионах РФ.

В 2022 году мы усилили развитие данного направления с одновременным улучшением уровня сервиса и оптимизацией затрат на меняющемся рынке.

На текущий момент собственная сеть Цайняо представлена более 6000 постаматами и 1000+ пунктами самовывоза. Также осуществляется доставка до двери в 46 регионах силами нашей региональной сети.

В 2023 году мы продолжаем инвестировать в развитие собственной инфраструктуры и укреплять партнерские взаимоотношения с основными игроками рынка, расширяя зону покрытия сервиса.



Российский рынок услуг

- Микробизнес на рынке услуг, апрель 2021–март 2022: ключевые цифры
- Крупнейшие категории услуг
- Ключевые факты о заказах услуг через интернет
- Сегмент «Обучение», апрель 2021 – март 2022: ключевые цифры
- Направления обучения: исполнители и провайдеры



Под термином **«исполнитель»** мы понимаем человека, работающего в сфере услуг; **«провайдер услуг»** – субъект экономической деятельности: человек или коллектив, работающий в сфере услуг. **«Микробизнес»** – самозанятые и частные лица, компании и коллективы со штатом до 15 человек включительно.

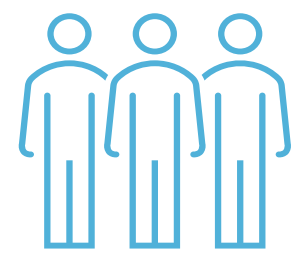
Результаты приводятся **по периоду с апреля 2021 по март 2022 года** на основе опроса специалистов, работающих в одиночку, а также команд и компаний с численностью штата до 15 человек включительно.



2,6 млрд

заказов услуг
с использованием интернета
сделали россияне

+13%



9,3%

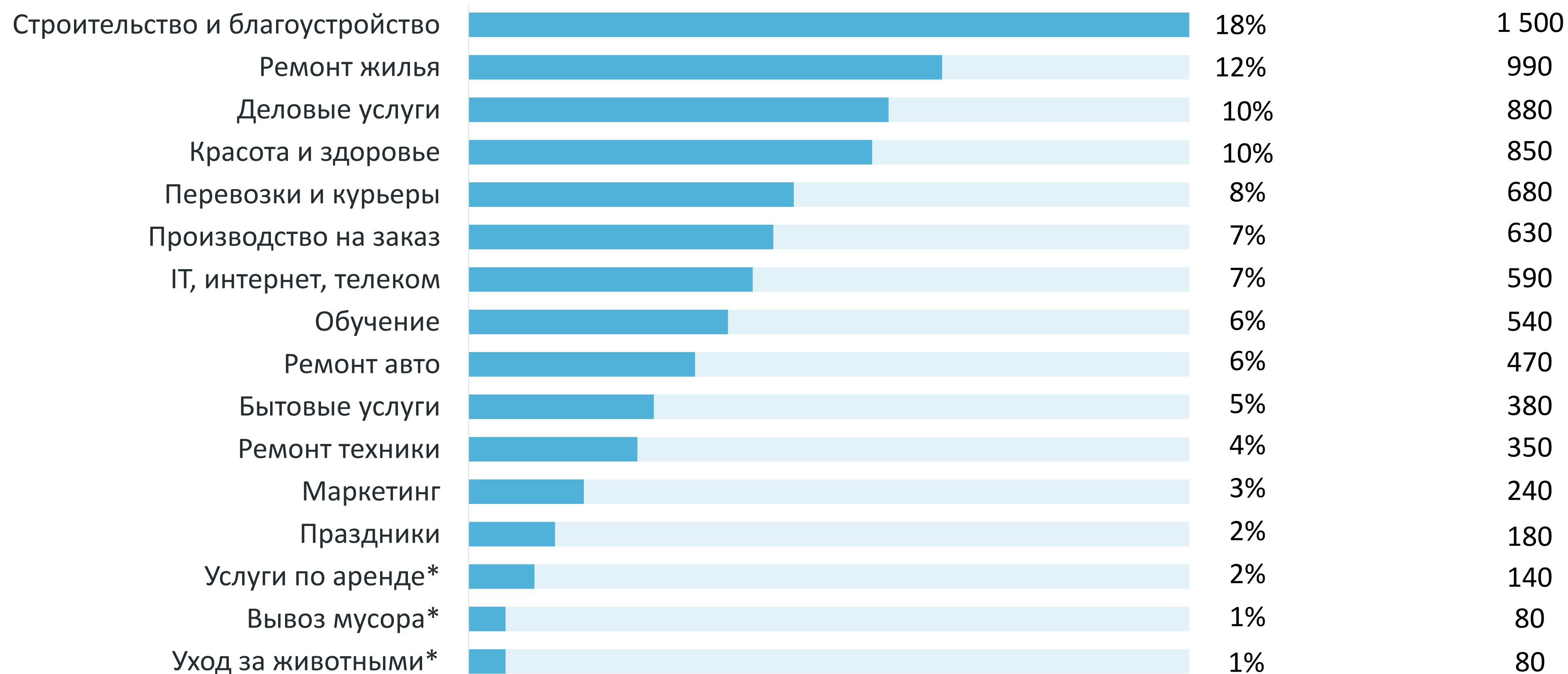
населения 18-64 занято
в микробизнесе в сфере
услуг

-0,7 п.п.



Доли исполнителей по категориям услуг

Количество исполнителей, тыс.



маленькая выборка

Репрезентативный телефонный опрос, март 2022, n = 1600. Онлайн-опрос исполнителей услуг, март 2022, n = 1310

Источник: Data Insight совместно с Avito, Российский рынок услуг в 2021 году: самозанятые и микробизнес, 2022 – datainsight.ru/Service_order_2021

14 / **Топ-5 крупнейших категорий услуг**

174

По доле исполнителей



По доле выручки



По доле заказов



Репрезентативный телефонный опрос, W1 март 2021, n = 1600, W2 март 2022, n = 1600.

Онлайн-опрос исполнителей услуг, W1 март 2021, n = 1871, W2 март 2022, n = 1310.

Источник: Data Insight совместно с Avito, Российский рынок услуг в 2021 году: самозанятые и микробизнес, 2022 – datainsight.ru/Service_order_2021

ИСПОЛНИТЕЛИ И ПРОВАЙДЕРЫ



1. Для 85% исполнителей работа по оказанию услуг — основная занятость. В качестве дополнительной работы она обеспечивает около 30% заработка для совместителей.
2. Общее количество провайдеров в сегменте микробизнеса выросло с 4,1 млн до 4,5 млн при уменьшении размера их штата. На 200 тыс. выросло количество самозанятых и других специалистов, работающих в одиночку.

ОНЛАЙН-ПЛОЩАДКИ



3. Avito – самая используемая онлайн-площадка: 55% от представленных в интернете провайдеров услуг.
4. Заказы с собственных сайтов имеют более высокий чек, благодаря чему этот канал входит в топ-3 ключевых площадок по генерации выручки.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ЗАКАЗОВ



5. 70% провайдеров используют хотя бы один онлайн-канал привлечения заказов. Основные каналы: социальные сети и сайты объявлений.
6. В 2021 году на долю онлайн-каналов привлечения заказов пришлось 45% всего объема заказов в сфере услуг, выполняемых микрокомпаниями и самозанятыми.

14 / Сегмент «Обучение», апрель 2021 – март 2022

176

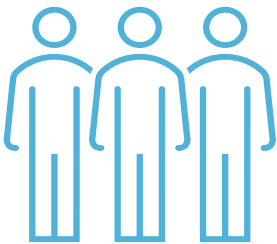
В сегменте «Обучение» заняты **6% исполнителей** всего рынка услуг и совершается **9% заказов** в год.

Выручка сегмента увеличилась за год с 176 млрд руб. в 2020 году до 280 млрд руб. в 2021 году.


229 млн

заказов услуг с использованием интернета сделали россияне

+53%


543 тыс

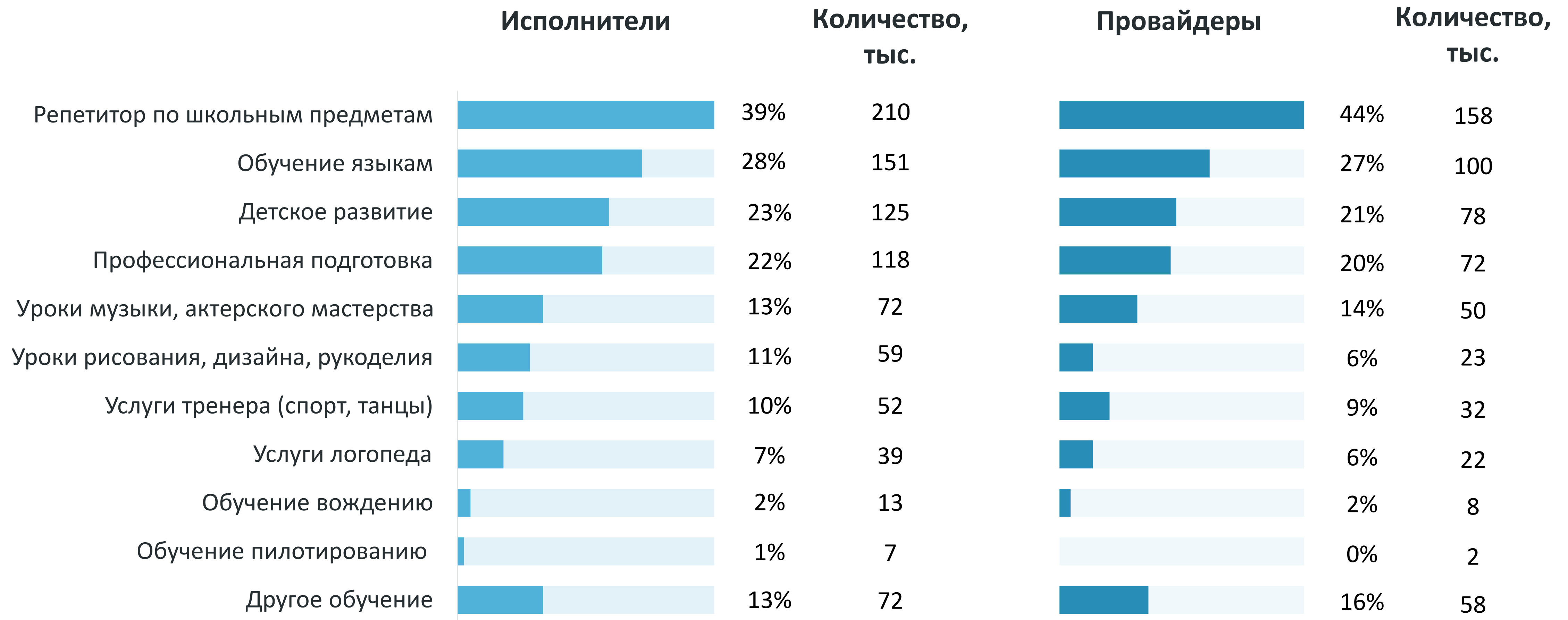
исполнителей услуг

+4%

280
млрд руб.
годовая выручка
+59%

14 / Направления обучения: исполнители и провайдеры

177



Репрезентативный телефонный опрос, март 2022, n = 1600. Онлайн-опрос исполнителей услуг, март 2022, n = 1310, Обучение: n = 164. Онлайн-опрос партнеров Avito, март 2022, n = 9672, Обучение: n = 435.

Источник: Data Insight совместно с Avito, Российский рынок услуг в 2021 году: самозанятые и микробизнес Обучение, 2022 – datainsight.ru/Service_order_2021_study



**flowwow
seller**

ОТ ТВОРЧЕСТВА ДО БИЗНЕСА

ОДИН ШАГ

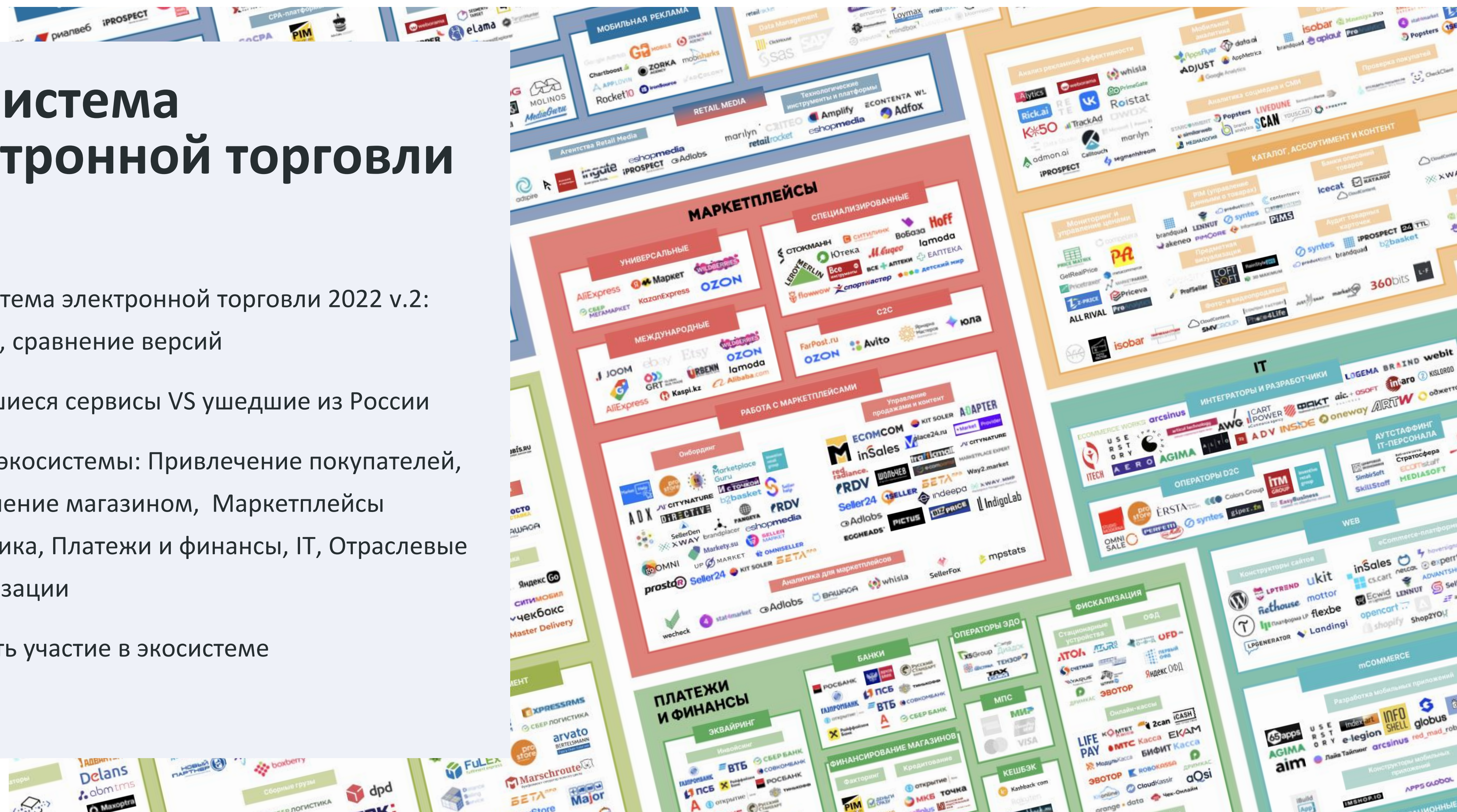
**продавай
на Flowwow**

удобное
приложение
для продавцов



Экосистема электронной торговли

- Экосистема электронной торговли 2022 v.2: цифры, сравнение версий
- Оставшиеся сервисы VS ушедшие из России
- Блоки экосистемы: Привлечение покупателей, Управление магазином, Маркетплейсы
Логистика, Платежи и финансы, IT, Отраслевые организации
- Принять участие в экосистеме



15 / Экосистема электронной торговли 2022 v.2

в цифрах



15 / Экосистема электронной торговли: сравнение версий и выводы

Параметр	2019	2021	2022 v.2
КОЛИЧЕСТВО БЛОКОВ	9	5	7
В экосистеме 2022 года семь блоков: количество увеличилось за счет отделения блоков «IT» и «Маркетплейсы», последний из которых расширился во второй версии.			
КОЛИЧЕСТВО КАТЕГОРИЙ	119	41	58
Категории стали более дробными, более половины из них не включают подкатегории. Так, новая категория во второй версии 2022 года – BNPL-сервисы, также представляет собой однокомпонентную категорию, включающую нишевые сервисы.			
КОЛИЧЕСТВО ПОДКАТЕГОРИЙ	30	134	134
Количество подкатегорий за прошедший год не изменилось.			
КОЛИЧЕСТВО СЕРВИСОВ	690	1 251	1 188
В 2022 году количество уникальных сервисов в экосистеме выросло за счет появления новых категорий и добавления игроков из прошлогоднего отчета, но по сравнению с прошлым годом общее количество сократилось из-за уменьшения дублирования сервисов.			

15 / Оставшиеся сервисы VS ушедшие из России

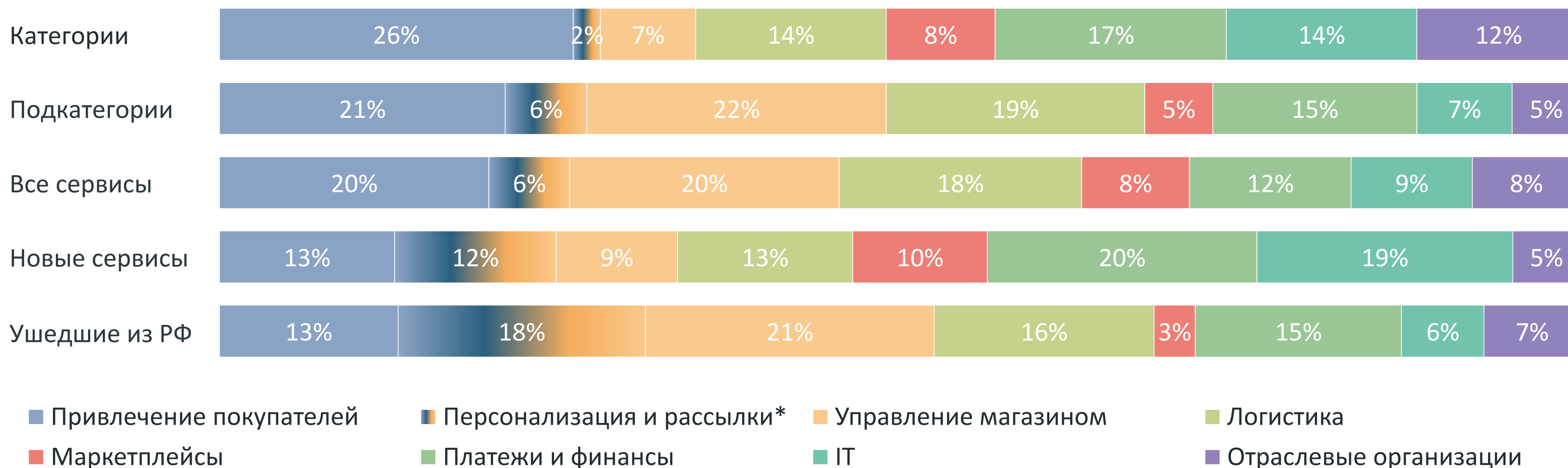


По состоянию на середину сентября 2022 года **60 сервисов**, включенных в карту, заявили о приостановке своей деятельности в России. Они составляют около **6% всех уникальных игроков** Экосистемы.



Блок «Привлечение покупателей» лидирует по количеству категорий, а наибольшее количество подкатегорий входит в блок «Управление магазином и работа с клиентом». Эти же два блока делят лидерство по общему числу сервисов. Больше всего новых сервисов пополнили в 2022 году блок «Платежи и финансы», а приостановили работу в России – из блока «Управление магазином» и категории «Персонализация и рассылки».

Доли категорий, подкатегорий и сервисов по блокам Экосистемы

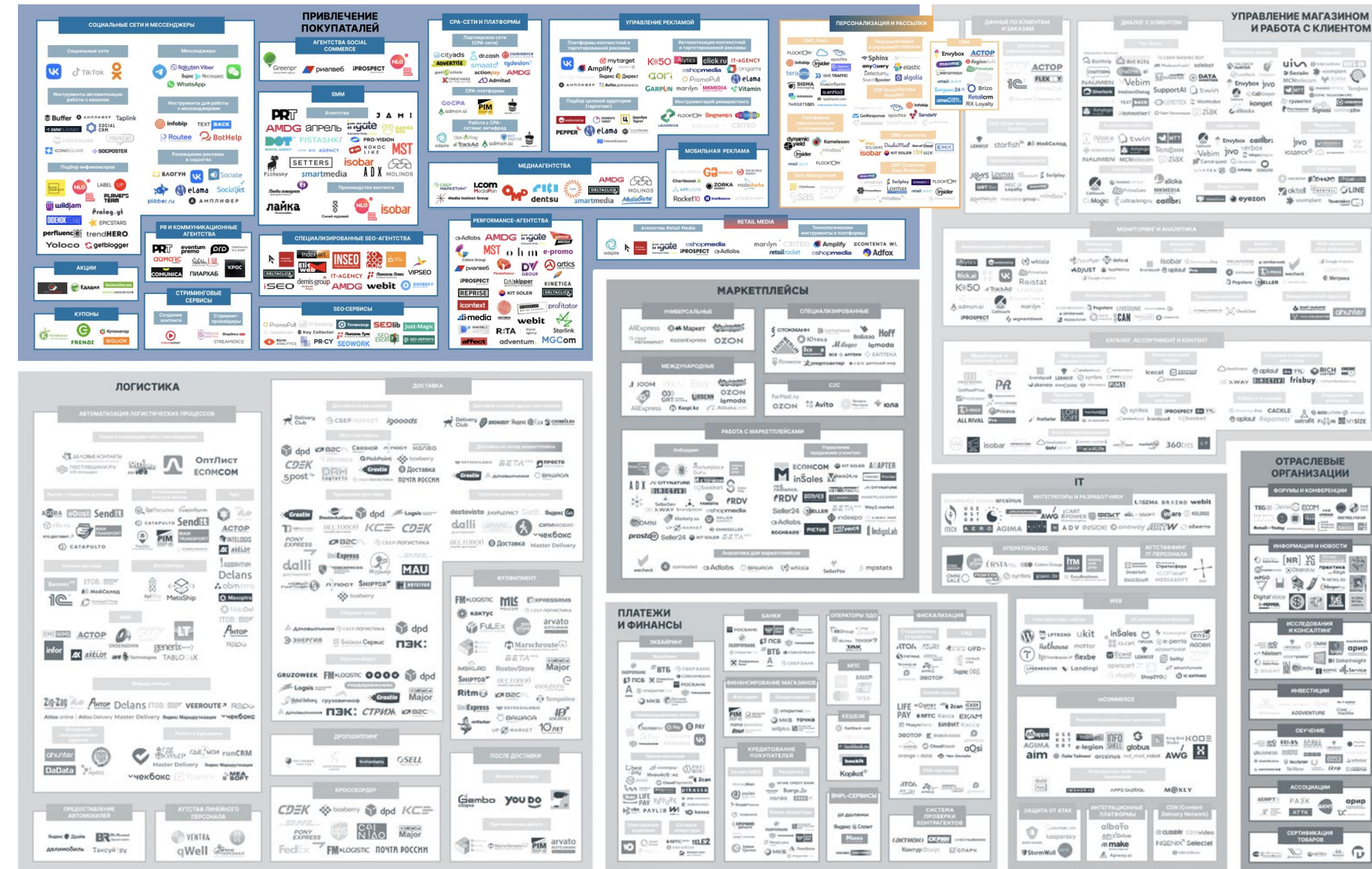


*категория "Персонализация и рассылки" показана отдельно, поскольку является смежной для блоков «Привлечение покупателей» и «Управление магазином»

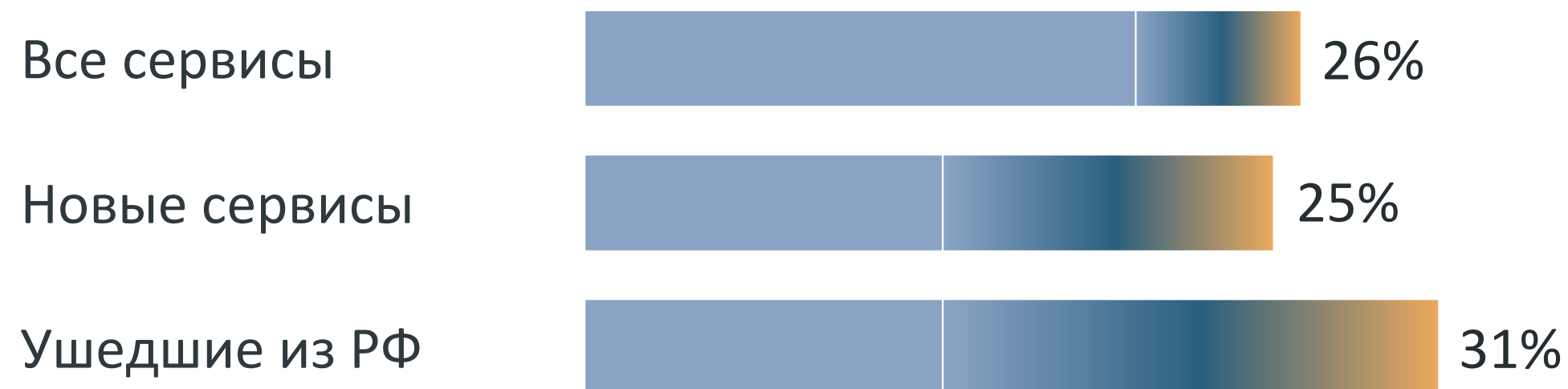
15 / Блоки Экосистемы: Привлечение покупателей

В блоке «Привлечение покупателей» представлены сервисы, чья цель – привлечь клиента на сайт компании и стимулировать его на целевое действие: оформление заказа с дальнейшим выкупом.

16 категорий **36** подкатегорий **253** сервиса



Доля сервисов блока от всех сервисов на карте

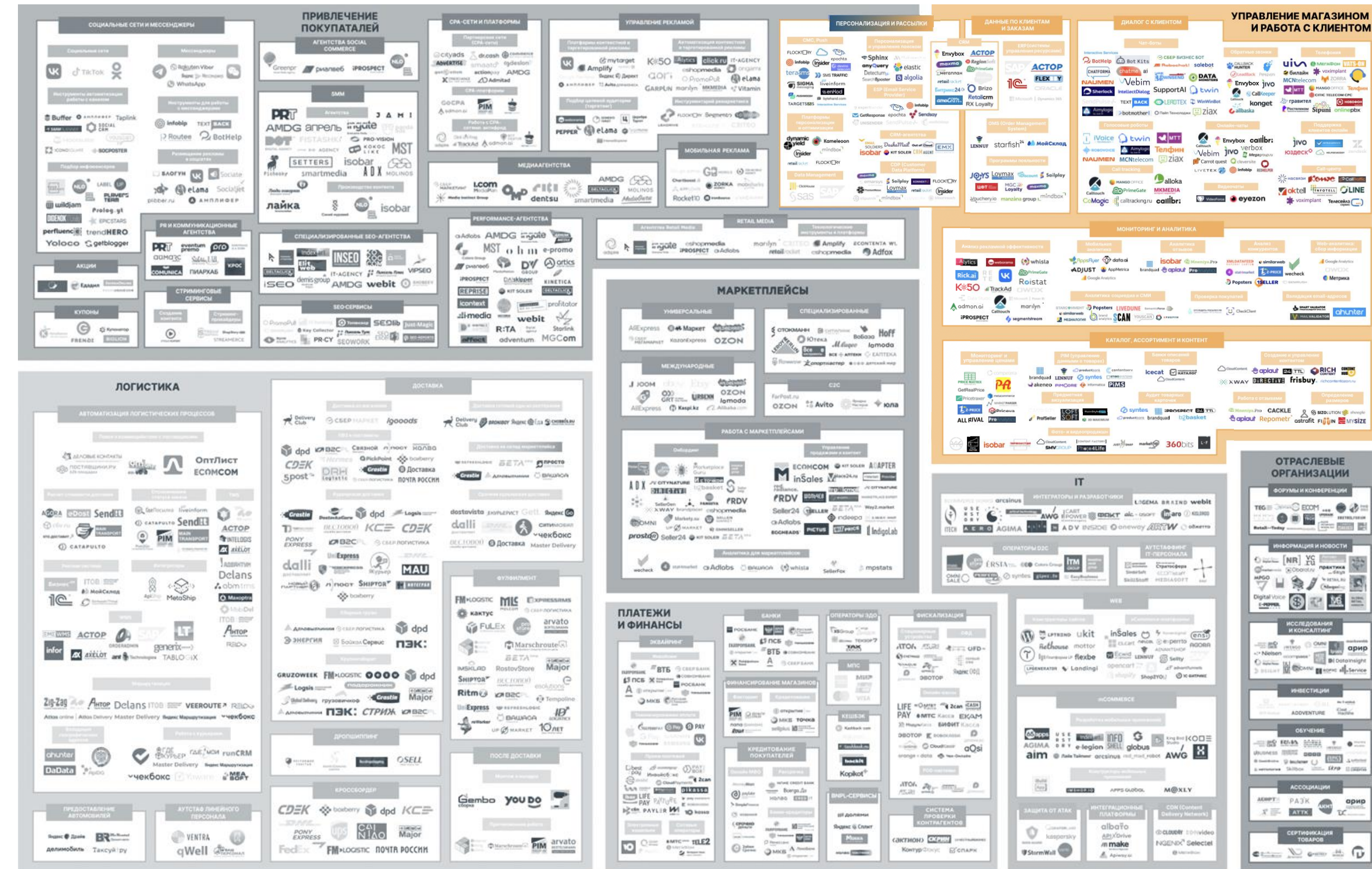


15 / Блоки Экосистемы: Управление магазином и работа с клиентом

В блок «Управление магазином и работа с клиентом» включены сервисы, предоставляющие услуги для ведения интернет-магазина, а также компании, предлагающие решения для автоматизации работы с покупателями и анализа различных метрик для повышения эффективности работы магазина.

5 категорий **37** подкатегорий **299** сервисов

Доля сервисов блока от всех сервисов на карте



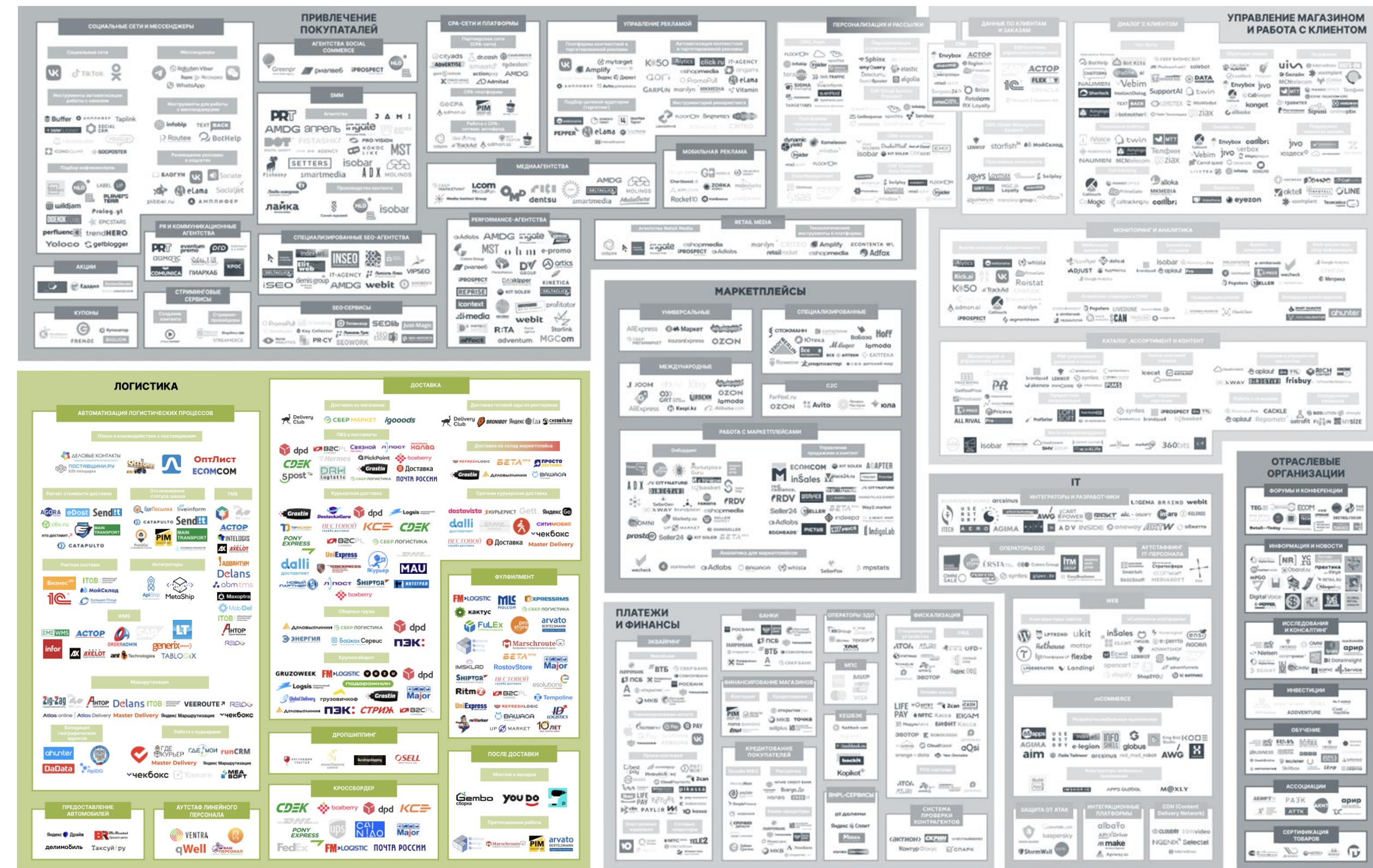
Включены данные из смежной категории «Персонализация и рассылки», в т.ч. из подкатегории «CRM»
 Источник: Data Insight, Карта экосистемы электронной торговли в России, 2022 – ecommerce.datainsight.ru

В систему логистики включены компании, которые занимаются доставкой и отслеживанием отправок интернет-магазинов по России и за границу, а также компании, помогающие оптимизировать и автоматизировать логистические и складские процессы в сфере электронной торговли.

8 категорий **25** подкатегорий **216** сервиса

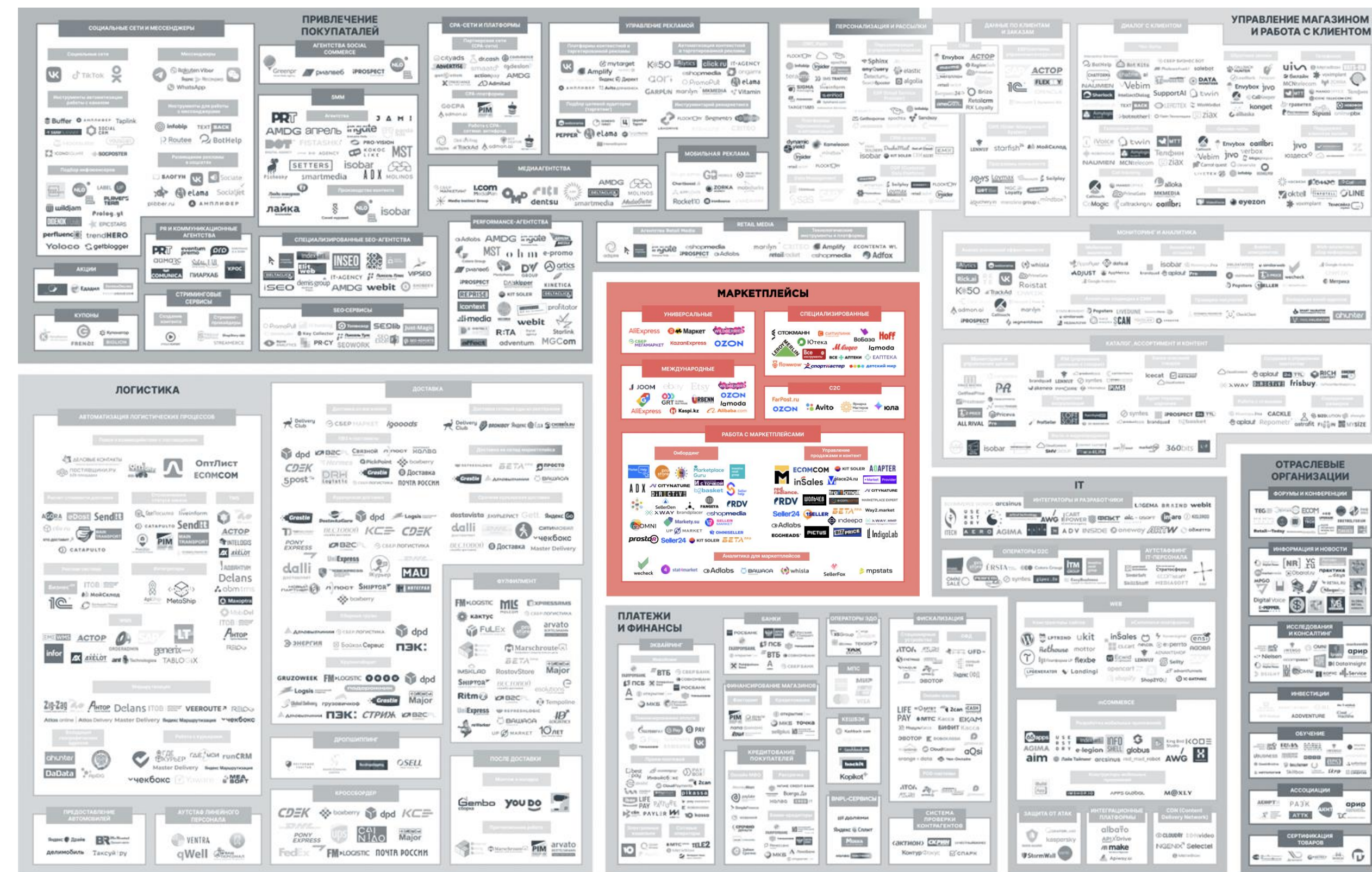
Доля сервисов блока от всех сервисов на карте

Все сервисы	18%
Новые сервисы	13%
Ушедшие из РФ	16%



Блок «Маркетплейсы» закрывает задачу интернет-магазина по развитию новых каналов продаж. В блок включены торговые площадки разного типа. Также в блок вошли сервисы совместных покупок и C2C продаж (интернет-сервисы по размещению объявлений о товарах и услугах от частных лиц и компаний).

5 категорий **7** подкатегорий **96** сервисов



Доля сервисов блока от всех сервисов на карте

Все сервисы

8%

Новые сервисы

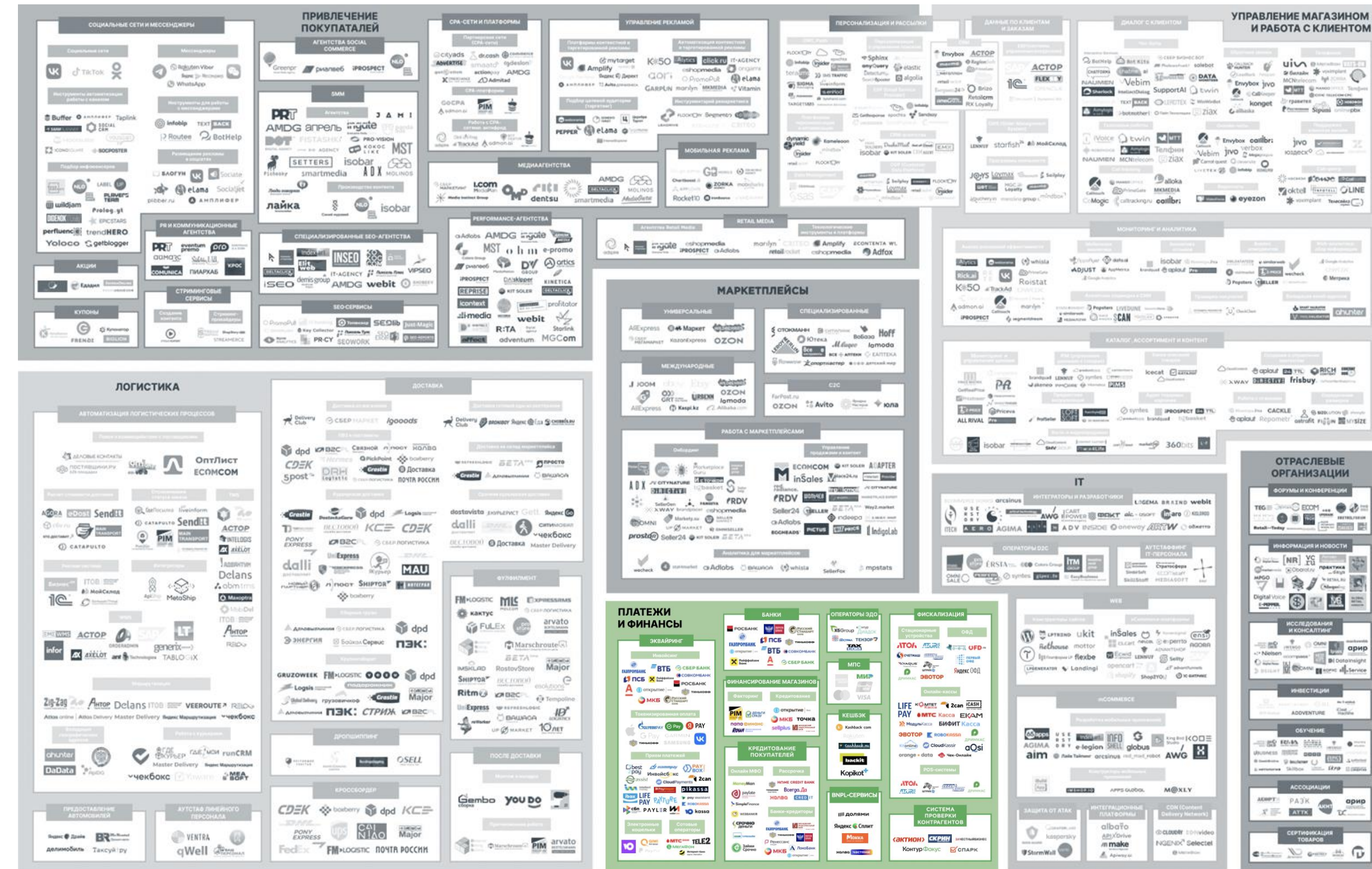
10%

Ушедшие из РФ

3%

Сервисы блока «Платежи и финансы» предоставляют финансовые услуги и технологическое обеспечение для осуществления расчетных операций между интернет-магазинами и их покупателями.

10 категорий **20** подкатегорий **145** сервисов



Доля сервисов блока от всех сервисов на карте

Все сервисы



Новые сервисы



Ушедшие из РФ



Блок «IT» включает сервисы, закрывающие такие задачи интернет-магазина, как создание сайта или мобильного приложения интернет-магазина, оптимизация внутренней деятельности компании, ведение бизнеса бренда и подбор штата аутсорсеров для решения различных задач интернет-магазина и обеспечение защиты системы от DDoS-атак.

8 категорий **10** подкатегорий **102** сервиса

Доля сервисов блока от всех сервисов на карте

Все сервисы

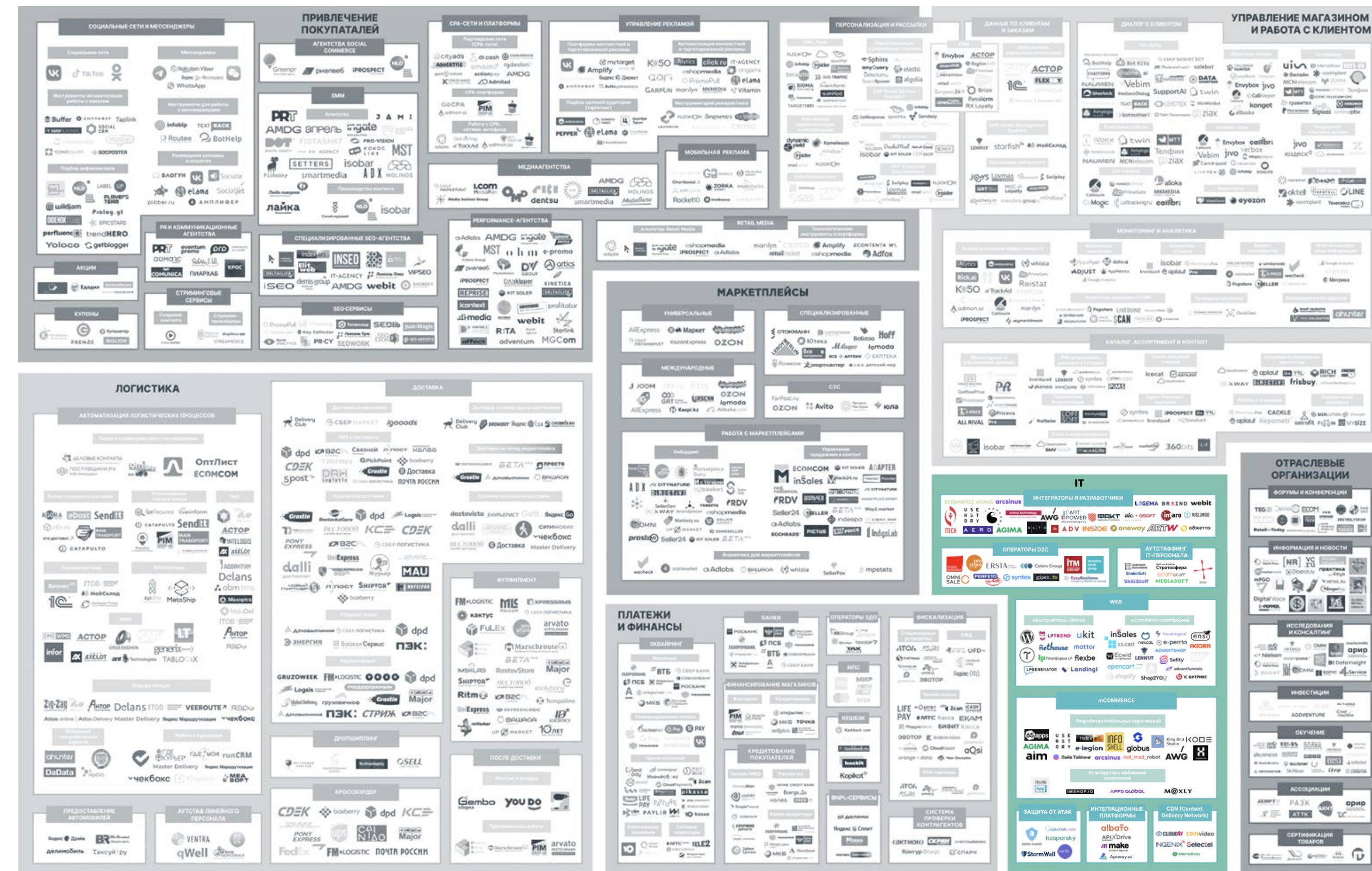
9%

Новые сервисы

19%

Ушедшие из РФ

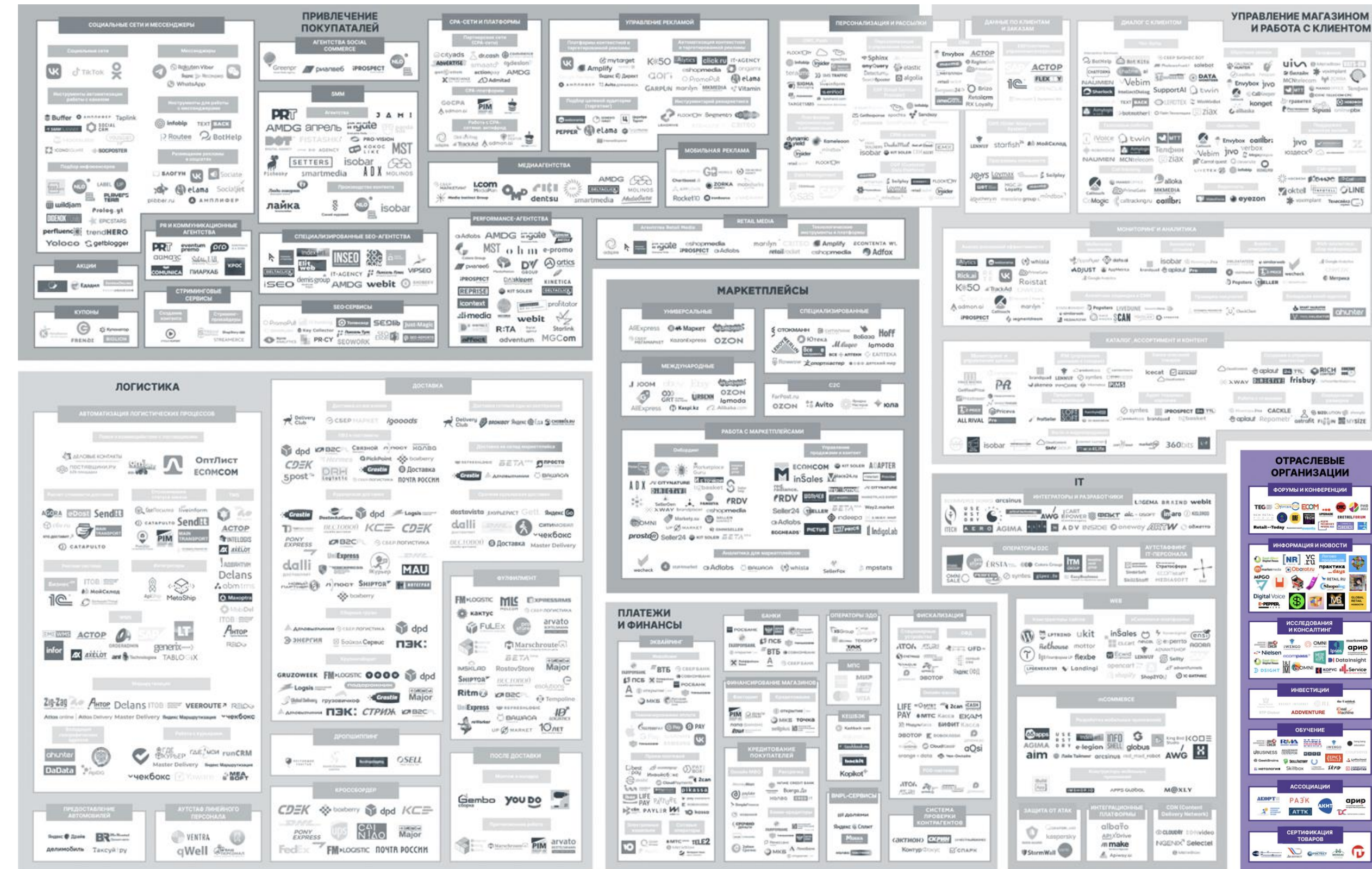
6%



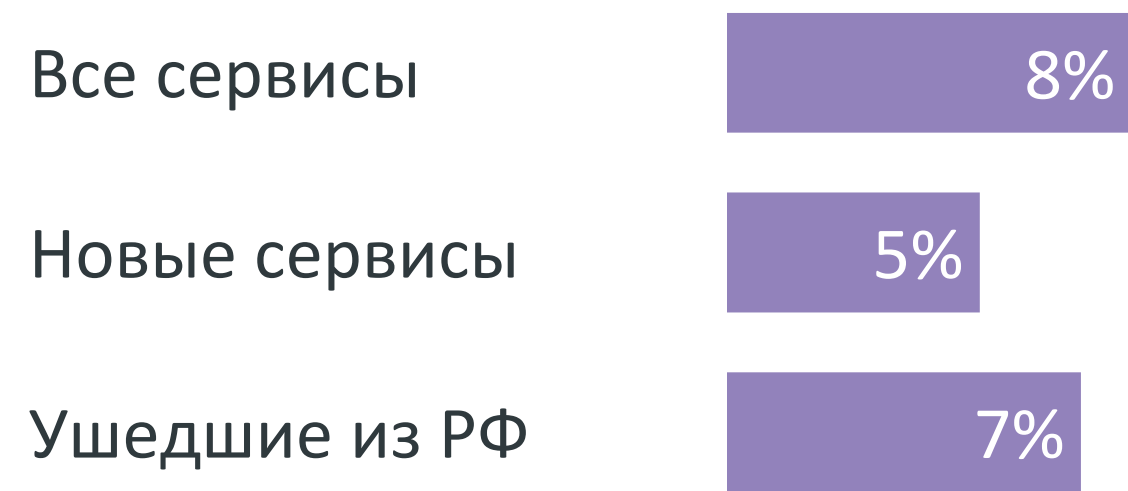
15 / Блоки Экосистемы: Отраслевые организации

В блок «Отраслевые организации» вошли компании, осуществляющие правовую и информационную поддержку электронной коммерции в России.

7 категорий 7 подкатегорий 90 сервисов



Доля сервисов блока от всех сервисов на карте



15 / Принять участие в Экосистеме

Участник экосистемы

- ✓ Возможность рассказать о своей компании
- ✓ Войти в один список с лидерами рынка
- ✓ Узнать своих конкурентов и найти новых клиентов

Стать
участником

Партнер экосистемы

- ✓ Возможность поделиться экспертным мнением о карте или отдельных блоках
- ✓ Дальнейшее участие в разработке новой версии карты
- ✓ Упоминание на карте экосистемы в разделе «Партнеры»

Стать
партнером

ADV

Разработка и **решения** для ОМНИКАНАЛЬНОГО e-commerce

B2C/D2C

омниканальные сценарии, широкий ассортимент, нагрузки, акционные механики, программы лояльности

Mobile

мобильные продажи, сервис, и коммуникации

CDP

омниканальные профили и BI, персонализация коммуникаций

B2B

цифровизация продаж, онлайн-сервисы для дистрибьюторов

- Запуск новых каналов продаж
- Разработка и развитие онлайн-сервисов
- Цифровая трансформация, автоматизация бизнес-процессов
- Реализация единых омниканальных ИТ-ландшафтов
- Персонализация и программы лояльности, управление LTV
- Поддержка 24x7

25+

лет
на рынке

200+

сотрудников

350+

проектов

Agile

гибкая
методология

- Лучший интегратор e-commerce / Большой оборот
- №1 в рейтинге «Цифровая трансформация» / RUWARD
- №1 в рейтинге «Поддержка и развитие e-commerce проектов» / Рейтинг Рунета

Вывели в онлайн



MARS

simple



Партнеры исследования



О компании Adv.Cake

[Adv.Cake](#) — российская AdTech платформа, работающая в сфере партнерского интернет-маркетинга. С 2014 года мы развиваем аналитическую платформу, позволяющую сотням крупнейших рекламодателей РФ из сфер Ecom, Финансов, Образования и Туризма вести CPA-канал «под ключ».



Adv.Cake

Среди наших клиентов:

- Ведущие российские банки (Банк Уралсиб и др.);
- Крупнейшие интернет-магазины (М.Видео, Эльдorado и др.);
- Образовательные онлайн-проекты (Skillbox, Skillfactory и др.);
- Известные монобрендовые магазины (Xiaomi, Philips и др.);
- Туристические проекты (Travelata, Level.Travel и др.).

3 основных продукта Adv.Cake:

1. Запуск для рекламодателей и брендов их собственной партнерской программы;
2. Защита от кукистаффинга и брендового контекста;
3. Ведение сетей и других CPA партнеров «под ключ».

Достаточно одной интеграции, и запуск вашей собственной партнерской программы, подключение CPA-сетей и прямых вебмастеров, отсеивание фрода полностью переходит под нашу ответственность. Вы платите только за конечное действие — выкупленный заказ, оформленный полис, выданный кредит.

О компании **Boxberry**

Boxberry – служба доставки. Работает на рынке доставки с 2010 года.



Сейчас региональная сеть Boxberry насчитывает более 4262 отделений в 645 городах. Услуга курьерской доставки предоставляется в 1050 населённых пунктах. Boxberry доставляет посылки в страны ближнего зарубежья: Казахстан, Беларусь, Киргизию, Армению и Таджикистан.

Компания обеспечивает интернет-магазинам быстрое подключение и оперативный перевод денег за выданные заказы, разрабатывает готовые it-решения для интеграции. Boxberry занимается предпочтовой обработкой: оформлением документов и упаковкой грузов, отслеживанием наложенного платежа и возвратов, при необходимости розыском и переадресацией отправок. Обработка грузов на терминале для отправки почтой занимает не более 24 часов.

Boxberry доставляет товары из 12300 интернет-магазинов и посылки физических лиц. Компания является партнером по доставке социальной сети «ВКонтакте», Avito, «Юлы», «Ярмарки Мастеров» и других площадок-классифайдов.

О компании Cainiao

[Cainiao Network Technology Co., Ltd.](#) ("Cainiao Network") была основана в 2013 году Alibaba Group и другими логистическими компаниями, такими как Stone и Yida. Цайняо работает над интернет-технологиями в логистической отрасли.



Создавая технологические инновации и эффективное сотрудничество с партнерами Цайняо продвигает цифровую и интеллектуальную модернизацию индустрии экспресс-логистики, улучшает логистический опыт для клиентов, предлагает интеллектуальные решения для цепочек поставок и помогает сокращать логистические расходы.

Цель Цайняо — работа с логистическими партнерами и создание национальных интеллектуальных логистических магистральных сетей, а так же обеспечить 24-часовую доставку в Китае и 72-часовую доставку по всему миру.

Цайняо активно инвестирует в развитие складской логистики в России. На данный момент компания управляет современным логистическим центром в Домодедово, который обслуживает десятки тысяч российских продавцов ведущих международных интернет-площадок.

О компании Dalli

Dalli — служба доставки для интернет-магазинов и омниритейла.



Компания осуществляет доставку:

- По Москве и Московской области
- По Санкт-Петербургу и Ленинградской области
- Из Москвы в Санкт-Петербург
- Из Москвы и Санкт-Петербурга в города ЦФО и ПФО (Тула, Ярославль, Калуга, Орел, Тверь, Воронеж, Нижний Новгород, Липецк, Тамбов, Владимир, Курск и Белгород)
- По всей России в формате агрегатора через партнеров

Dalli работает на рынке с 2013 года. В клиентском портфеле Dalli присутствуют такие известные бренды, как ЦУМ, "Детский Мир", МТС, "Золотое Яблоко", SOKOLOV, ECCO, De'Longhi, PANDORA и многие другие.

Dalli предоставляет возможность быстрой интеграции через готовые модули и API.

Компания гарантирует своим партнерам оперативный возврат наложенных платежей и невостребованных заказов.

Свыше 1000 интернет-магазинов ежедневно отправляют свои заказы вместе с Dalli.

О компании Flowwow

Flowwow — маркетплейс локальных магазинов, основанный в 2014 году.



Партнеры в 1000 городов мира выставляют товары и быстро находят покупателей, а мы обеспечиваем им платежеспособную лояльную аудиторию и сервис, берем на себя вопросы, связанные с оформлением и оплатой заказов, помогаем локальным магазинам быстро выйти в онлайн и развивать собственный бренд.

На платформе продают и покупают цветы, торты, украшения, декор, косметику, комнатные растения и другие товары.

К январю 2023 года на Flowwow было зарегистрировано около 10 000 продавцов, клиентская аудитория — более 1 млн активных пользователей.

Особенности сервиса:

- бесплатная регистрация и размещение любого числа товаров;
- в среднем 64% повторных заказов;
- продажа со своего склада;
- доставка от 20 мин. в городе продавца.

О компании Logsis

Logsis работает на рынке логистических услуг с 2015г. и поддерживает качество оказываемых услуг на уровне самых высоких отраслевых стандартов, фиксирует обязательства в SLA.



Основной фокус компании – быстрая интервальная доставка для российского e-commerce по Москве, Московской области, Санкт-Петербургу и Ленинградской области, в том числе по геоданным при отсутствии административного адреса.

В 2023г. мы расширяем пакет услуг, добавляя новые направления, необходимые для эффективного ведения бизнеса нашими клиентами:

- возможность доставки через постаматы и ПВЗ;
- усиление регионального присутствия;
- сотрудничество с маркетплейсами.

Каждый клиент может рассчитывать на индивидуальную программу лояльности, так как мы можем адаптировать наши стандартные условия сотрудничества под уникальные бизнес-модели.

Именно поэтому уже свыше 1000 российских компаний доверяют нам представлять свой интернет-магазин перед покупателями.

О компании MarketPapa

MarketPapa – сервис аналитики и управления внутренней рекламой на Wildberries.



Помогает:

- Автоматизировать процесс управления внутренней рекламой
- Увеличить конверсию в покупку благодаря расширенному набору инструментов (по целевым метрикам CTR, CPC, показы)
- Оптимизировать бюджет, запуская показ рекламы по релевантным фразам и актуальным ставкам
- Наглядно оценить эффективность рекламных кампаний на всех уровнях воронки продаж
- Получить бесплатный трафик через SEO-оптимизацию
- Проанализировать потенциальный объем рынка для выбора ниши и рассчитать юнит-экономику

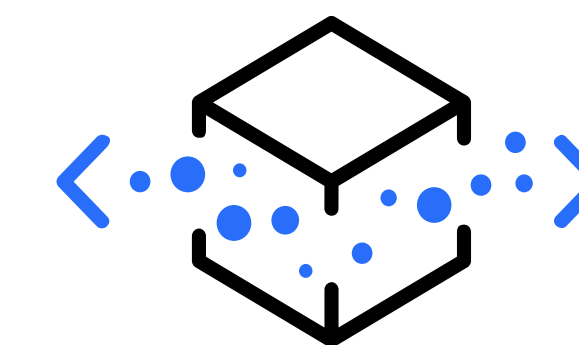
25 000+ клиентов доверяют управление рекламой

100 000+ рекламных кампаний под ежедневным управлением

200 000+ актуальных ставок отслеживает биддер 24/7

О компании MetaShip

[MetaShip](#) – агрегатор служб доставки для крупных интернет-магазинов от компании PIM Solutions.



MetaShip

Logistic Solution by **PIM**

Современный технологичный сервис для управления логистикой интернет-магазинов. Его использование позволяет отправлять из любого региона заказы разными службами доставки, подписав всего один договор на агрегацию. Управление логистикой осуществляется посредством API, а личном кабинете, а также через CMS-модули.

В рамках комплексной услуги по агрегации MetaShip предлагает:

- Низкие тарифы на услуги доставки товаров
- Более 60 000 партнерских ПВЗ для подключения
- Упрощенный процесс сдачи товара
- Быстрое перечисление наложенных платежей
- Возможность выбрать вариант доставки с наибольшей вероятностью выкупа для каждого заказа
- Кастомные продукты для крупного e-commerce (есть портфель успешных проектов)
- Качественную поддержку клиентов
- Самую полную аналитику по работе служб доставки
- Смарт-трекинг

О компании Tinkoff ID

[Tinkoff ID](#) — сервис для быстрой и максимальной безопасной авторизации и единого входа в любых сервисах рунета, который был анонсирован Тинькофф в июле 2022 года.



С помощью Tinkoff ID пользователи могут безопасно, быстро и бесшовно авторизовываться без ввода логина и пароля в разных сервисах в рунете и получать любые платные и бесплатные услуги — от покупок до устройства на работу без лишних документов.

Tinkoff ID на сегодня — сервис самой безопасной авторизации в рунете, построенный на основе технологий платформы «Тинькофф Защита». Он позволит эффективнее защищать пользовательские данные и снизить на 30% количество фрода, связанного с социальной инженерией.

О компании Tinkoff Pay

Tinkoff Pay – сервис мгновенных платежей, который позволяет быстро, легко, удобно и безопасно оплачивать товары и услуги, не вводя реквизиты карты.



Tinkoff Pay объединит в себе лучшие платежные технологии и финтех-решения экосистемы Тинькофф как для клиентов, так и для продавцов.

Плюсы Tinkoff Pay для бизнеса:

- Рост конверсии и сохранение пользователей;
- удобный сервис для клиентов — выше их лояльность;
- работает в приложении и на сайте;
- легко подключить;
- кэшбэк и программы лояльности для клиентов.

О компании **webit**

Полносервисное цифровое агентство [webit](#) – 20 лет разрабатывает, продвигает, поддерживает и развивает web-проекты любой сложности и масштаба, ориентируясь на их экономическую эффективность.

webit

Мы приводим на web-проекты наших клиентов экономически аргументированных целевых потребителей и обеспечиваем им лучший пользовательский опыт.

Опираясь на глубокую экспертизу, подтверждённую нашими успешными кейсами, мы обеспечиваем своих клиентов эффективной цифровой воронкой, в которой потребители совершают выбор в пользу продуктов и услуг нашего заказчика.

О компании Яндекс Доставка

Яндекс Доставка помогает развивать бизнес за счет быстрой, гибкой и удобной доставки заказов клиентам.



Мы начинали с экспресс-доставки на последней миле, но за три года научились решать самые разные логистические задачи. Мы помогаем доставлять лёгкие и тяжёлые посылки по городу и в другие города, курьером до двери и в пункты выдачи заказов.

Для компаний и их клиентов важна прозрачность, поэтому любую доставку получатели могут отследить в реальном времени в приложении Яндекс Go. Сервис доступен в 1200 населённых пунктах России.

Сейчас с Яндекс Доставкой работает более 50 000 компаний. Сервис одинаково хорошо встраивается в рабочие процессы как крупных ритейлеров и интернет-магазинов, например, “Золотое яблоко”, “Ригла”, “Бетховен”, “Связной”, так и малого бизнеса.

Источники данных для отчета



- [Data Insight](#): ежемесячный бюллетень eGrocery, 2023;
- [Data Insight](#), Кто, как и почему заказывает доставку продуктов, 2022;
- [Data Insight](#): отчеты серии «Онлайн-рынок товарной категории», 2021;
- [Data Insight](#), Покупатели аптечного ассортимента, 2022;
- [Data Insight](#), Последняя миля для интернет-торговли, 2022;
- [Data Insight](#), Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100 2021, 2022;
- [Data Insight совместно с Avito](#), Российский рынок услуг в 2021 году: самозанятые и микробизнес, 2022;
- [Data Insight совместно с Avito](#), Российский рынок услуг в 2021 году: самозанятые и микробизнес Обучение, 2022;
- [Data Insight совместно с Avito](#), Рынок C2C онлайн-торговли в 2021 году, 2022;
- [Data Insight](#), Самовывоз из ПВЗ и постаматов, 2022;
- [Data Insight](#), Селлеры на российских маркетплейсах 2022, 2022;
- [Data Insight](#), Состояние логистики в глазах крупнейших e-commerce компаний, 2022;
- [Data Insight](#), Сравнение сервисов быстрой доставки продуктов, 2022;
- [Data Insight](#), Экосистема российской электронной торговли, 2022.

- eMarketer, 2023;
- European E-Commerce Report, 2022;
- International Monetary Fund, 2022;
- Mediascope, 2022;
- Statista, 2023;
- The Economist Group, 2022;
- The Heritage Foundation, 2023;
- UNCTAD, 2020;
- The World Bank, 2022;
- U.S. News, 2023;
- World Population Review, 2023.

Мы и наши исследования

 **Data Insight**

Запросить
презентацию о компании



Исследования рынков

- Построение модели рынка
- Анализ чеков, посещаемости, продаж
- Оценка структуры онлайн-предложений
- Оценка спроса на бренды и типы товаров



Исследования покупателей

- Оценка удовлетворенности покупателей
- Исследование потребительских сценариев в онлайн и оффлайне
- Проведение телефонных и онлайн-опросов, глубинных интервью
- Анализ качественных и количественных данных
- Исследование b2b-клиентов



Конкурентный анализ

- Профиль конкурентов: оборот, целевая аудитория, структура бизнеса, доля рынка, каналы сбыта
- Анализ ассортимента
- Описание технологических продуктов



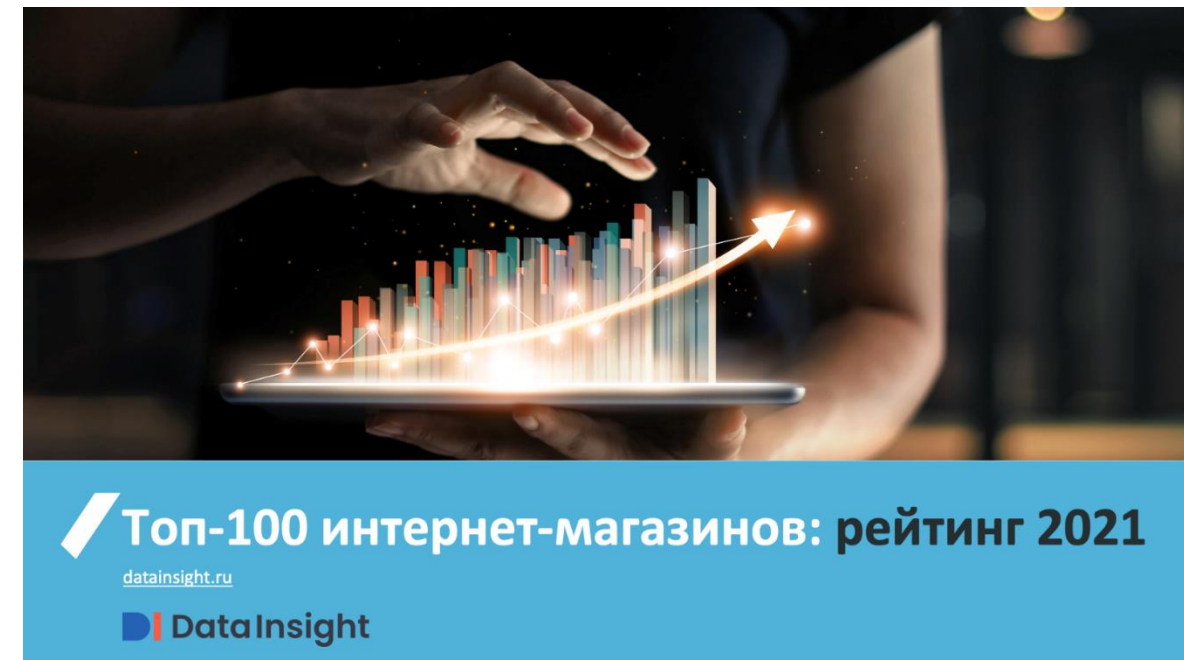
PR с помощью аналитики

- Аналитические отчеты для решения PR-задач.
- Свежая аналитика - отличный повод поговорить с журналистами и инвесторами о рынке и вашей позиции на нем.
- Data Insight как аналитическое агентство стоит вне рынка, нашим исследованиям доверяют.
- Если ваша компания – один из лидеров вашего рынка, то PR с помощью аналитики – это для вас

Публичные исследования Data Insight



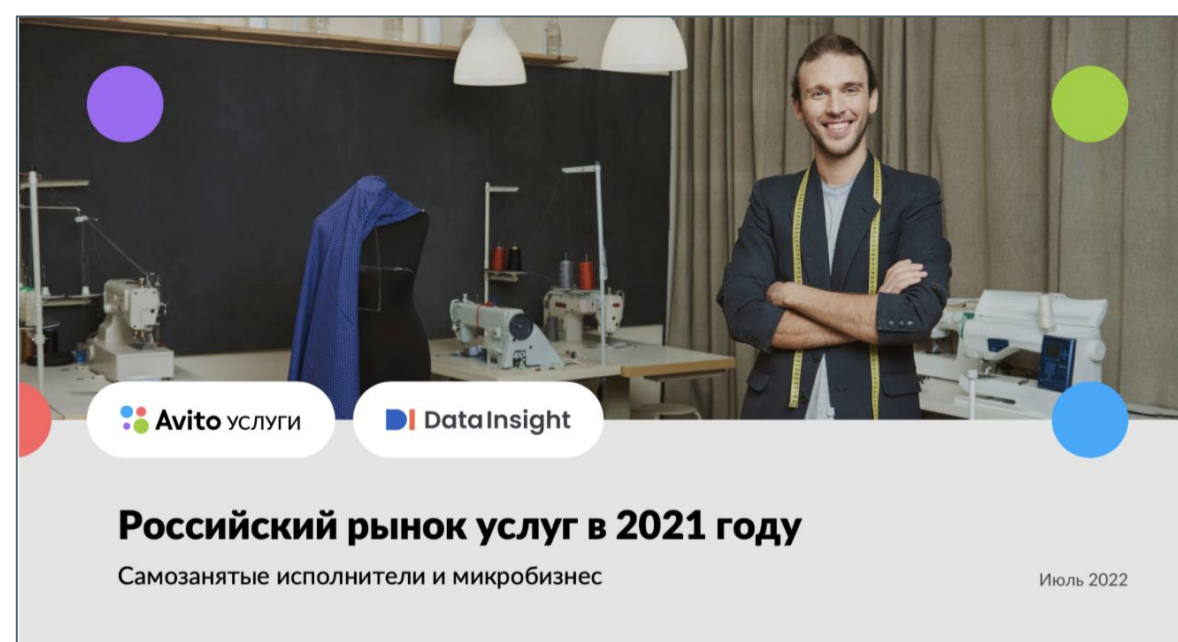
Последняя миля для интернет-торговли, 2022



Топ-100 интернет-магазинов: рейтинг 2021

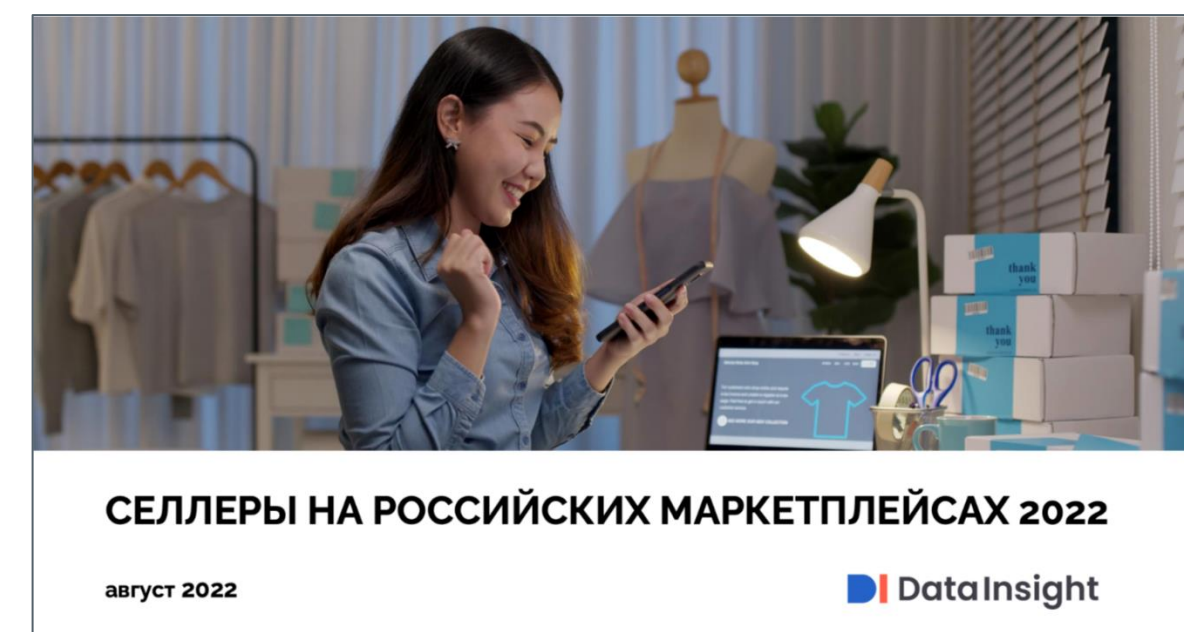


IAB Russia Digital Advertisers Barometer – 2021, 2022

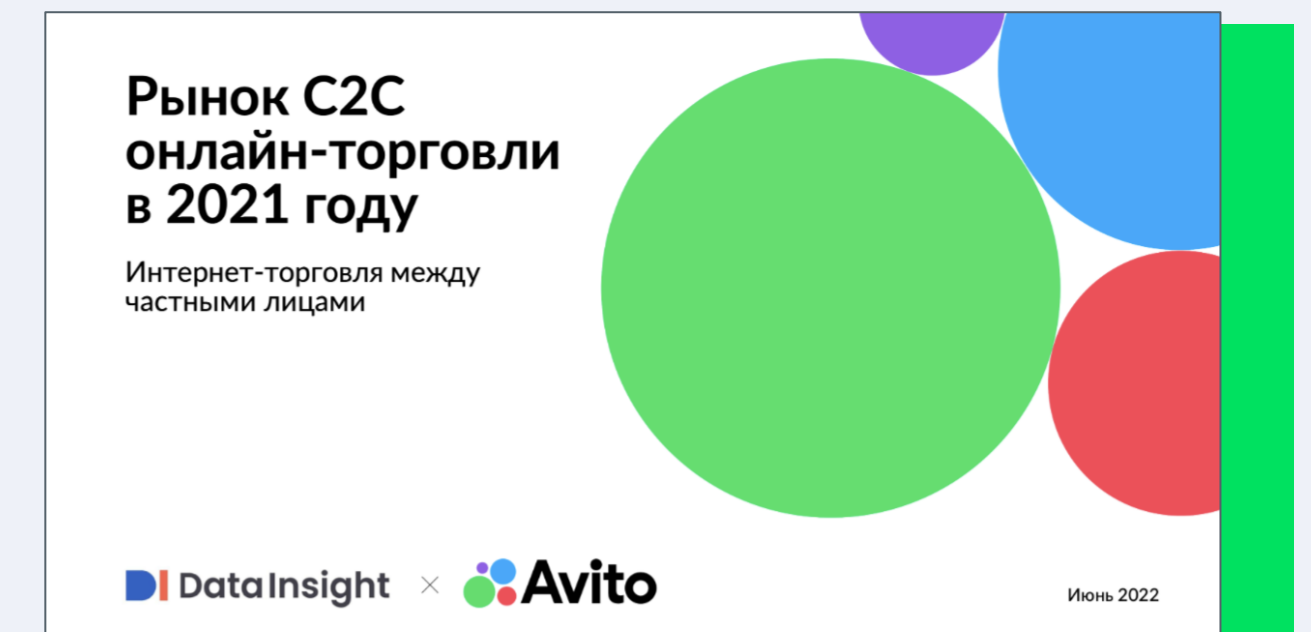


Российский рынок услуг в 2021 году, 2022

Рекламодатель ООО "Дейта Инсайт"



Селлеры на российских маркетплейсах, 2022



Рынок С2С онлайн-торговли в 2021 году, 2022

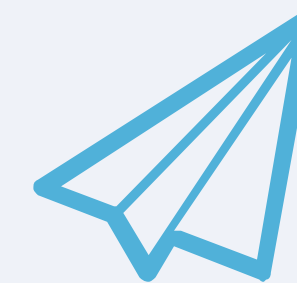


- 1 [Рейтинг Топ-100 интернет-магазинов, 2022](#)
- 2 [Рынок интернет-аптек 2022](#)
- 3 [Онлайн-рынок косметики 2022](#)
- 4 [Экосистема электронной торговли в России, 2023](#)
- 5 [Онлайн-рынок одежды и обуви 2022](#)
- 6 [Кто, как и почему заказывает доставку продуктов, 2023](#)
- 7 [Покупатели аптечного ассортимента 2023](#)
- 8 [Логистика для интернет-магазинов: мнения и ожидания, 2023](#)
- 9 Фармацевтический рынок России 2022-2023
- 10 [Рынок интернет-аптек 2023 H1](#)
- 11 [Интернет-торговля в России, 2022](#)

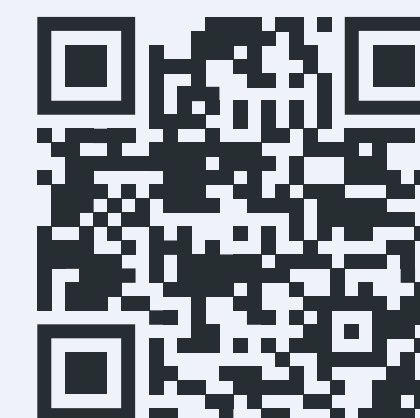
Подпишитесь на наши новости:



[Подписаться](#)
на рассылку



[Читать](#)
в Telegram

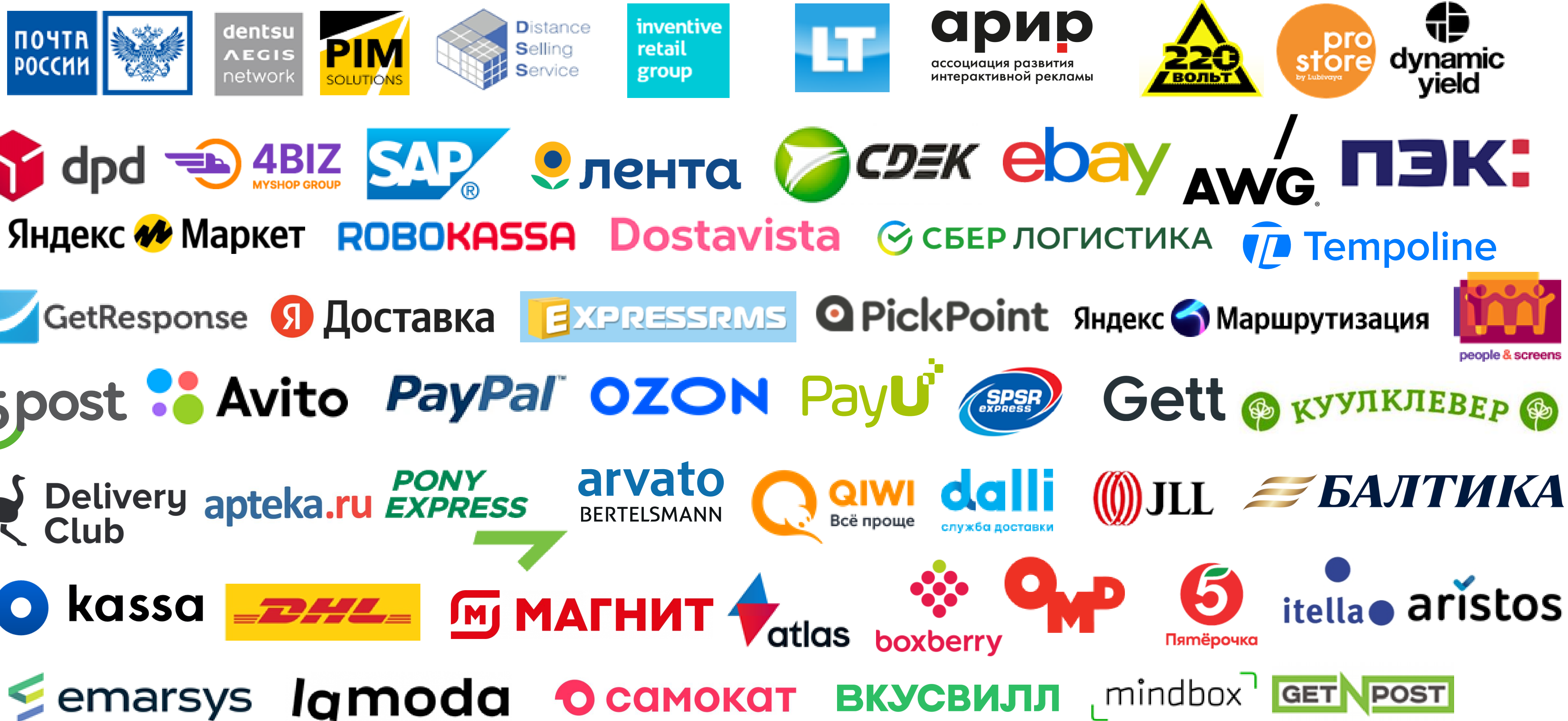


Источники данных и методики, используемые Data Insight

- 1 Опросы покупателей и бизнесов
- 2 Мониторинг популярности и посещаемости сайтов и приложений интернет-магазинов
- 3 Мониторинг количества заказов интернет-магазинов (более 3000 ритейлеров)
- 4 Собственные данные интернет-магазинов (более 100 ритейлеров)
- 5 Агрегированные данные B2B-сервисов (логистических, платежных и других)
- 6 Анализ выборочных данных по онлайн-поведению интернет-пользователей («кликстримы»)
- 7 Анализ контента сайтов интернет-магазинов и маркетплейсов (ассортимент, цены, отзывы)
- 8 Статистика поисковых интересов пользователей



Партнеры Data Insight



Data Insight

Первое в России агентство, специализирующееся на исследованиях и консалтинге в области eCommerce и других интернет-рынков

Новости Data Insight

Рассылка исследований Data Insight на почту в день публикации

[Подписаться](#)

Мониторинг eCommerce

Новостной еженедельный мониторинг рынка eCommerce от Data Insight

[Подписаться](#)

Контакты



datainsight.ru

+7 (495) 540 59 06

a@datainsight.ru

Название исследования	Интернет-торговля в России 2022
Автор	Data Insight
Дата выхода	Март 2023
Формат отчета	Презентация в формате pdf
Объем отчета	216 страниц
Рекламодатели	ООО «АДВ-КЕЙК»; ООО «АДВ»; ООО «Боксберри софт»; ООО «ЦАЙНЯО САПЛАЙ ЧЕЙН МЕНЕДЖМЕНТ (РУ)»; ООО «Далли-сервис»; ООО «ФЛАУВАУ»; ООО «Логсис Групп; ООО «МАРКЕТ ПАПА»; ООО «ПИМПЭЙ КАССА»; ООО «ПРОФЭШНСОЛЮШНС»; АО «ТИНЬКОФФ БАНК»; ООО «Вебит»; ООО «Яндекс.Доставка».