



# Интернет-торговля в России 2024

[datainsight.ru](https://datainsight.ru)

 **Data Insight**

при поддержке:



**Альфа Банк**

# Партнеры исследования



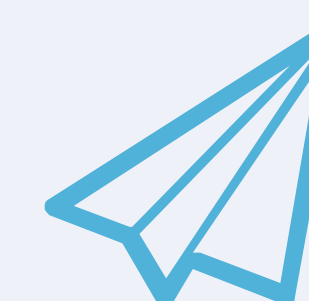
<b>0</b>	Ключевые цифры.....	4	<b>8</b>	Российский рынок ePharma.....	91
<b>1</b>	Интернет-торговля в мире.....	16	<b>9</b>	Логистика для рынка eCommerce.....	102
<b>2</b>	Аудитория интернета в России.....	35	<b>10</b>	Digital Advertisers Barometer.....	109
<b>3</b>	B2C-рынок в России.....	42	<b>11</b>	Экосистема электронной торговли.....	117
<b>4</b>	B2C: прогноз на 2024.....	51	<b>12</b>	Партнеры исследования.....	132
<b>5</b>	Маркетплейсы.....	56	<b>13</b>	Источники данных для отчета.....	136
<b>6</b>	Рейтинг Топ-100 интернет-магазинов.....	66	<b>14</b>	Data Insight.....	139
<b>7</b>	Российский рынок eGrocery.....	82			

- 1 Онлайн-торговля в Казахстане, 2023
- 2 Онлайн-рынок БАДов и витаминов, 2023
- 3 Фэшн: потребительский опыт и перспективы развития, 2024
- 4 Перспективы eCommerсе-рынка Узбекистана – 2024 – [Узнать больше](#)
- 5 Экосистема электронной торговли 2024 – [Узнать больше](#)
- 6 Стратегия работы с логистикой 2024 для интернет-торговли
- 7 CRM. Механики программ лояльности

Подпишитесь на наши новости:



[Подписаться](#)  
на рассылку



[Читать](#)  
в Telegram





# Ключевые цифры





# 0 / Онлайн B2C в России, 2023

**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 (юридических лиц и ИП) и не включается трансграничная торговля (в обе стороны) и торговля между частными лицами. В объем рынка включаются только расходы покупателей на онлайн-покупки и их доставку (и не включаются доходы продавцов от иных услуг – рекламных, финансовых, складских и т.д.)



**5,15 млрд**

заказов

**+80%**



**1 520 руб.**

средний чек

**-18%**



Источник: данные Data Insight, март 2024.



# 0 / Крупные универсальные маркетплейсы, 2023

**Крупные универсальные маркетплейсы в России** – учитываются площадки с оборотом более 100 млрд руб. в год, на которых представлены большинство товарных категорий, и у которых не менее четверти продаж осуществляется по модели маркетплейса. На декабрь 2023 г. это: Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет и Мегамаркет.



**4,03 млрд**

заказов

**+103%**



**1 090 руб.**

средний чек

**-6%**



Источник: данные Data Insight, апрель 2024.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024





# 0 / eGrocery в России, 2023

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.



**607 млн**

заказов

**+48%**



**1 410 руб.**

средний чек

**+5%**

**809**

**млрд руб.**

**объем рынка**

**+43%**

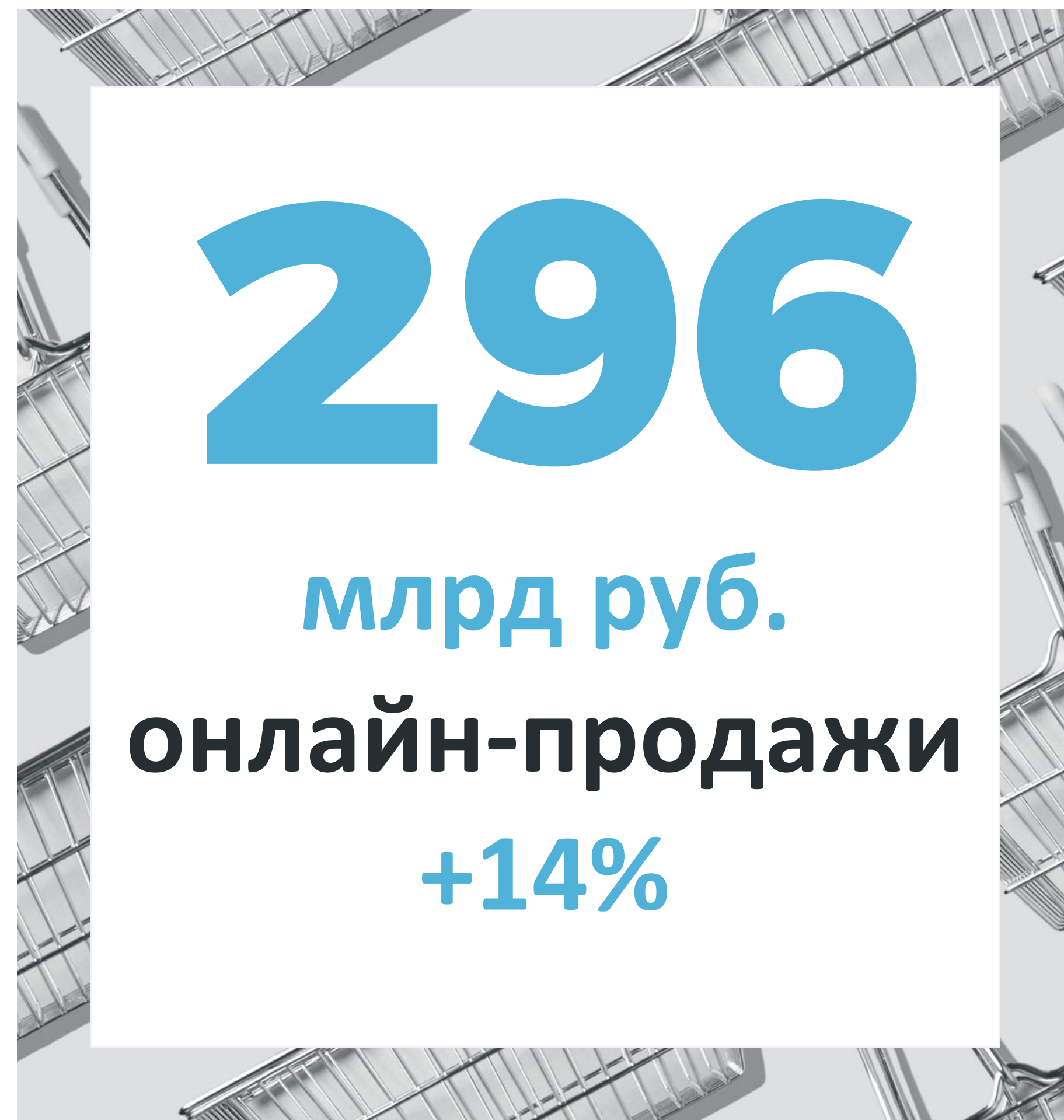
Источник: Data Insight, 2024: ежемесячный бюллетень eGrocery – [datainsight.ru/eGrocery\\_february\\_2024](https://datainsight.ru/eGrocery_february_2024)





# 0 / Рынок интернет-аптек, 2023

**Аптечный онлайн-канал:** включены интернет-магазины, специализирующиеся, в первую очередь, на продаже лекарственных средств. Не включены продажи аптечных товаров через маркетплейсы и интернет-магазины, специализирующиеся на продаже очков и линз, медицинского оборудования, БАДов и других нелекарственных товаров для здоровья. Статистика сегмента приводится по **89 интернет-аптекам**.



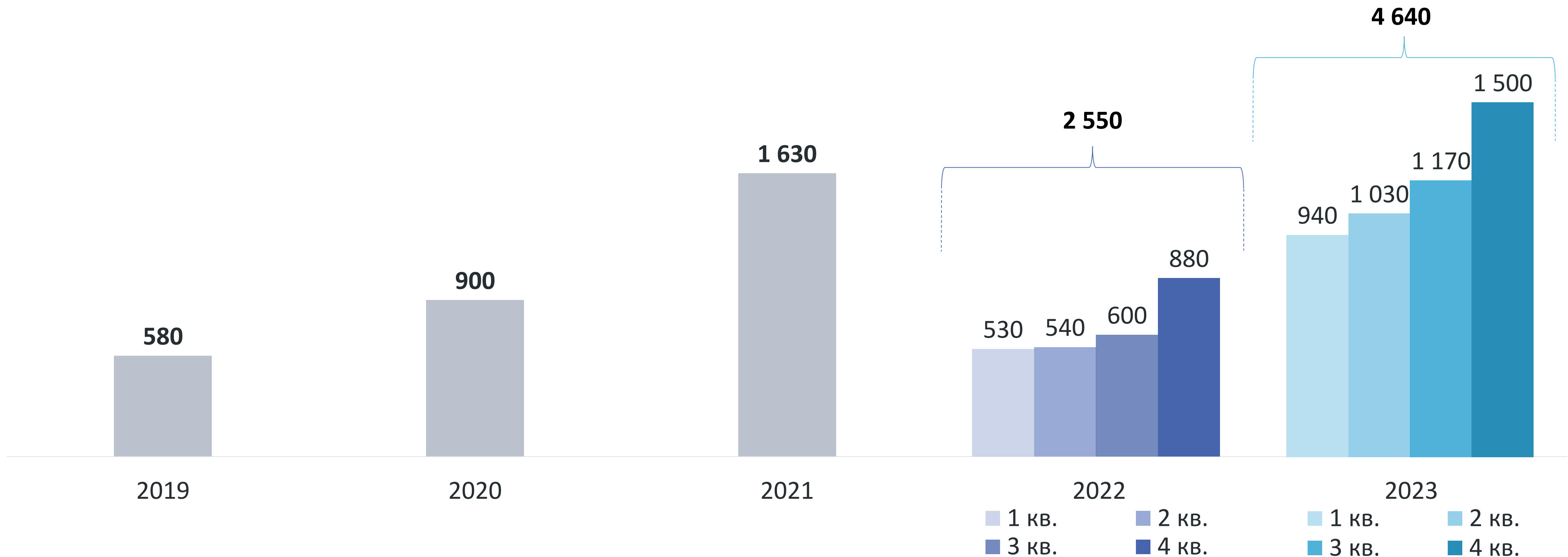
Источник: данные Data Insight, апрель 2024.



# 0 / Рынок логистики для eCommerce, 2023

В 2023 г. доставлено **более 4 640 млн отправлений**, рост относительно 2022 г. составил более 82%.

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, март 2024

© ООО «Дейта Инсайт», 2024





# Логистика без границ

## GBS Import Cross-Border E-commerce:

сервис добавления на витрину товаров из-за рубежа под ключ,  
для магазинов и маркетплейсов

- Поиск поставщиков
- Выкуп товара
- Фулфилмент за рубежом
- Эквайринг

- «Первая миля»
- Экспресс-перевозка
- «Последняя миля»
- Таможенное оформление

### Страны обслуживания:

- Китай
- Турция
- Индия
- Польша
- Гонконг
- ОАЭ
- США
- Великобритания и др.



[www.gbs-broker.ru](http://www.gbs-broker.ru)

[b2c@gbs-broker.ru](mailto:b2c@gbs-broker.ru)

+7 495 790 58 85



# Интервью партнёра GBS



*Илья Рисин,  
генеральный директор GBS*

**” Илья, вы предлагаете онлайн-магазинам добавить на свою витрину товары из-за рубежа. Почему вы считаете это предложение сегодня актуальным?**

Мы привыкли думать о кроссбордере, как об iHerb, Asos и AliExpress. Это качественные, часто недоступные в России товары, которые, может быть, будут довольно долго ехать из другой страны. В 2022 году этот поток резко сократился, и трансграничная торговля «пересела» на мэйлфорвардеров – специальные компании, выкупающие на адреса в странах покупки, и затем пересылающие товары в Россию.

Ситуация поменялась, когда на витрине Ozon Global появились товары из-за рубежа – это как раз случилось 2 года назад. Потребитель может в одну корзину положить товары с подмосковного склада и со склада в Донгуань, и они приедут в один и тот же ПВЗ, просто первый – завтра, а второй – через две-три недели. В этот момент потребителю не нужно задумываться о том, как организовать оплату и доставку выбранного товара – он это делает совершенно как обычно.

Вслед за Ozon о такой же модели задумались и другие ритейлеры. Как итог, рынок трансграничной торговли прямо сейчас перетекает из доставки из зарубежных магазинов в расширение витрины локальных маркетплейсов и магазинов товарами из-за рубежа со склада поставщика или производителя.



# GBS: логистика без границ



**” Любопытно. А как потребители относятся к тому, что доставка занимает несколько недель, а не дней?**

Потребители готовы ждать уникальный товар или уникальную цену указанное время, если это время будет им заранее примерно известно, и получение товаров будет удобным. Многие потребители уже делали покупки за рубежом на той или иной площадке, и имеют опыт как ожидания доставки, так и получения заказов на почте или в логистической компании. Важнейшим условием здесь является успешный опыт взаимодействия с магазином или маркетплейсом (опыт предыдущих покупок на этой площадке) и понятные, предсказуемые условия доставки.

**” Ок, а зачем магазинам продавать товары из-за рубежа? Что это дает?**

В первую очередь – расширение ассортимента. В онлайн-магазине может быть представлено сегодня от нескольких десятков тысяч до нескольких миллионов товаров. Интеграция с международными площадками и продавцами может добавить магазину сразу миллионы SKU. Большинство из которых – длинный хвост, спрашиваемый достаточно редко.

Зачем это магазину? Он получает сразу огромную витрину и потребителей, которые переносят на него больше покупок, тем самым формируя у себя большую лояльность. Специализированный магазин может показать большую экспертизу в товаре, предложить покупателям более широкий выбор специализированного ассортимента. Для магазинов в тех сегментах, где важна полнота корзины (FMCG, детство, спорт и др.), нет необходимости формирования полной матрицы. Для всех без исключения магазинов – это возможность очень гибкого управления ассортиментом, например, для создания уникальных конъюнктурных акций.

# GBS: логистика без границ

” *Но это же приведет к конкуренции с собственным более маржинальным стоком магазина?*

Да, приведет. Как и любой вариант развития маркетплейса на площадке, где 1P конкурирует с любым 3P. Однако, в отличие от обычного маркетплейса, у товаров из-за рубежа принципиально разные условия доставки: это дольше, требует иногда уплаты таможенной пошлины, требует данных о покупателе. Потребительский паттерн для таких покупок сильно различается: условно, для покупки подарка на день рождения мы будем использовать локальный магазин. Таким образом, даже один и тот же потребитель в разные моменты предпочтет разные преимущества покупки: скорость, цена, упаковка, гарантия, сертификация и пр.

В этом смысле товары из других стран на витрине магазина не столько создают внутреннюю конкуренцию, которой легко управлять, сколько добавляют новые предложения для потребителя.

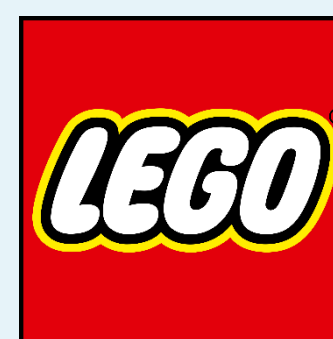
” *Какие категории и товары из-за рубежа стоит выставлять на витрине?*

В первую очередь, конечно, ушедшие из России популярные бренды:

ZARA



H&M



и другие

Эти товары имеют колоссальный спрос (поисковый) и сразу увеличивают посещаемость сайта / активность в приложении. Но если не смотреть на категорию А, то, фактически, нет никаких ограничений по тому, какие товары подключать к витрине, включая и новые бренды. Все добавленные товары расширяют предложение. Единственный правильный ориентир здесь – это ассортиментная политика, позиционирование магазина, его уникальный облик и уникальное торговое предложение.



# GBS: логистика без границ



” *Из каких стран можно (и нужно) доставлять товары?*

Правильнее сказать так: с какими странами быстрее и проще всего можно начать работу?

С какими странами работа будет наиболее стабильной?

На сегодняшний день – это

- Китай
- Турция
- Индия
- ОАЭ

Но это могут также быть и товары из **Европы** и **США** при условии возможности их легальной доставки в Россию в условиях санкций (под которые попадают премиальные товары дороже определенной суммы, товары двойного назначения и пр.).

# GBS: логистика без границ

” **Как выглядит схема: что нужно сделать, чтобы добавить на свою витрину товары из-за рубежа?**

Из моей практики самый распространенный путь построить бесшовную схему продажи зарубежных товаров в своем онлайн-магазине выглядит так:

## 1 Определяем товары и поставщиков

Для этого есть много вариантов от исследований до выставок и рекомендаций. Также можно воспользоваться предложениями компаний, у которых есть портфель поставщиков товаров и сформированы товарные фиды.

## 2 Определяем схему логистики и платежей

Весь объем задач здесь мы берем на себя, включая прием товаров от поставщиков на свои зарубежные склады (от одного товара до партии), сборку заказов, перевозку, таможенное оформление и прием таможенных пошлин, доставку заказов до получателей, при этом здесь есть довольно много деталей, которые влияют на скорость доставки, маржинальность, возможности интеграции, которые мы обсуждаем с заказчиком. На этом же этапе формируется пакет юридических документов для трансграничной торговли.

## 3 Строим схему интеграции витрины, поставщиков и логистики

На этом этапе определяется, как будет выглядеть пользовательский опыт трансграничного заказа на сайте магазина: насколько это будет прозрачно для пользователя, насколько это будет похоже на domestikовые заказы и пр., включая, например, то, как будет устроен сбор данных от пользователя для таможенного оформления.

## 4 Формируем дополнительные требования к упаковке товаров:

Брендинг, специальная упаковка, дополнительная техническая упаковка для транспортировки, вкладыши в упаковку и т.д.

## 5 Формируем карточки товаров и контент

Это один из самых ресурсоемких процессов, и даже с автоматическим переводом карточек и заливкой шаблонов объем корректировок может быть очень значительным.

## 6 Тестируем несколько заказов

И запускаем продажи новых зарубежных товаров на своей витрине.



позвоните или напишите нам, чтобы получить бесплатную консультацию по открытию трансграничных продаж в вашем магазине

[www.gbs-broker.ru](http://www.gbs-broker.ru)

[b2c@gbs-broker.ru](mailto:b2c@gbs-broker.ru)

+7 495 790 58 85



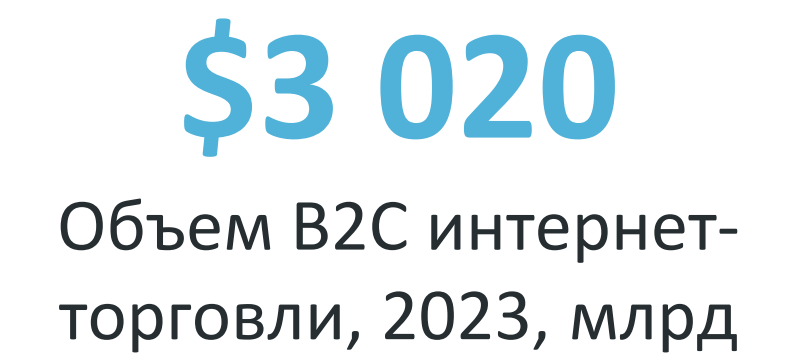
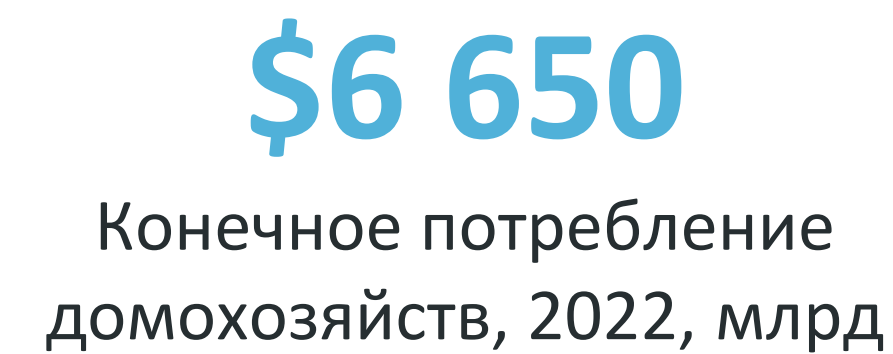
# Интернет-торговля в мире

- Ключевые рынки: страновой обзор
- Источники данных и примечания
- Сравнение рынков: крупнейшие рынки, самые быстрорастущие рынки
- Рейтинг маркетплейсов, 2023





# 1 / Ключевые рынки: Китай



- #55** UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020
- #1** The Most Economically Influential Countries, 2023
- #154** Index of Economic Freedom, 2023
- #22** The Inclusive Internet Index, 2022

**UNCTAD B2C eCommerce 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.

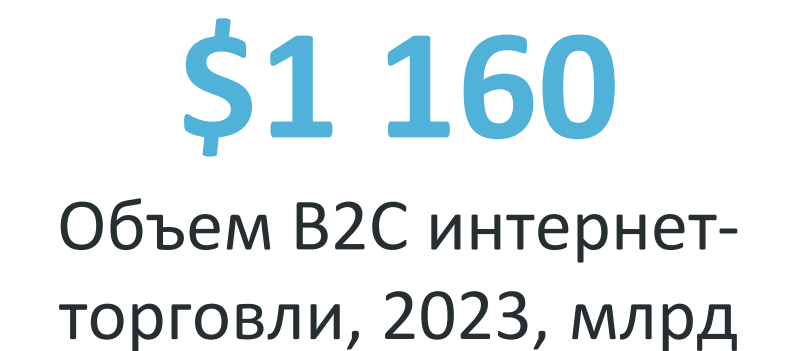
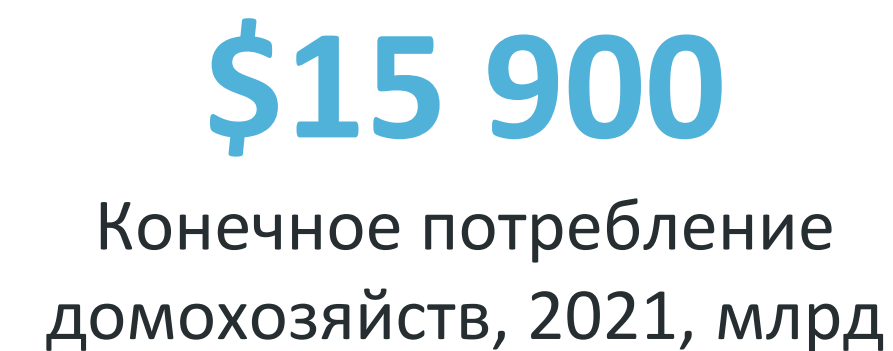
**The Inclusive Internet Index** — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

Источники: World Population Review, 2024; The World Bank, 2023; IMF, 2024; eMarketer, 2024; UNCTAD, 2020; U. S. News, 2024; The Heritage Foundation, 2024; The Economist Group, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024



# 1 / Ключевые рынки: США



**#12** UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020

**#2** The Most Economically Influential Countries, 2023

**#25** Index of Economic Freedom, 2023

**#3** The Inclusive Internet Index, 2022

**UNCTAD B2C eCommerce 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.

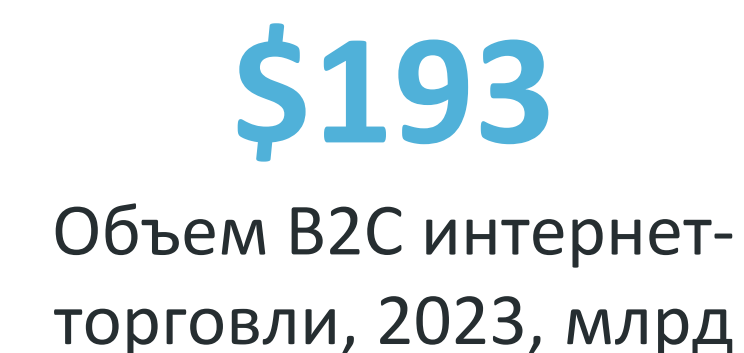
**The Inclusive Internet Index** — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

Источники: World Population Review, 2024; The World Bank, 2023; IMF, 2024; eMarketer, 2024; UNCTAD, 2020; U. S. News, 2024; The Heritage Foundation, 2024; The Economist Group, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024



# 1 / Ключевые рынки: Япония



- #20** UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020
- #4** The Most Economically Influential Countries, 2023
- #31** Index of Economic Freedom, 2023
- #21** The Inclusive Internet Index, 2022

**UNCTAD B2C eCommerce 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

20



**\$52,4**  
ВВП на душу  
населения, 2023, тыс.

**5,9%**  
Доля интернет-торговли  
в ВВП, 2023

**\$1 910**  
Конечное потребление  
домохозяйств, 2022, млрд

**\$196**  
Объем B2C интернет-  
торговли, 2023, млрд

- #5** UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020
- #3** The Most Economically Influential Countries, 2023
- #28** Index of Economic Freedom, 2023
- #5** The Inclusive Internet Index, 2022

**UNCTAD B2C eCommerce 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.

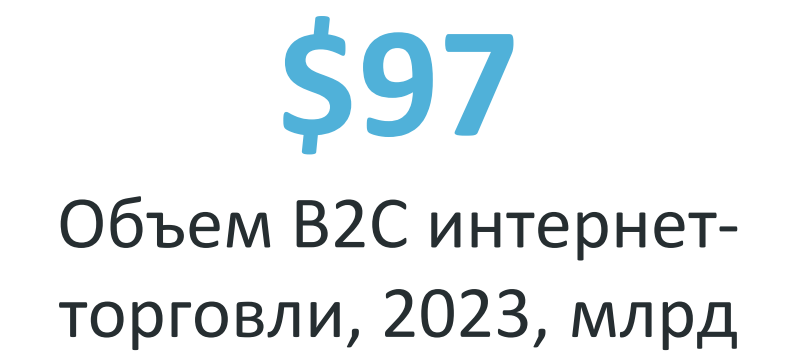
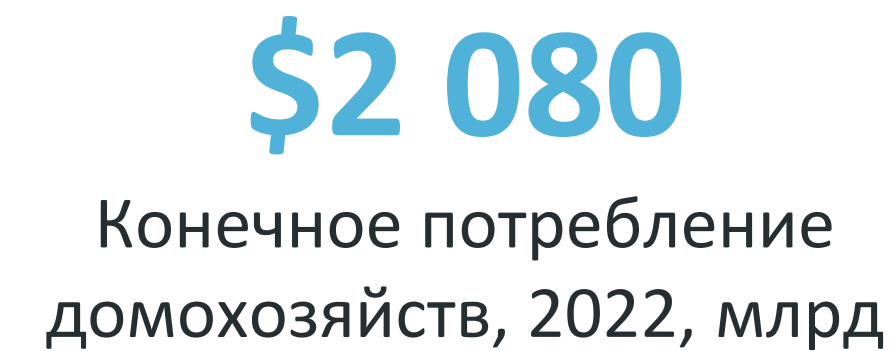
Источники: World Population Review, 2024; The World Bank, 2023; IMF, 2024; eMarketer, 2024; UNCTAD, 2020; U. S. News, 2024; The Heritage Foundation, 2024; The Economist Group, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк



# 1 / Ключевые рынки: Германия



- #6** UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020
- #6** The Most Economically Influential Countries, 2023
- #14** Index of Economic Freedom, 2023
- #14** The Inclusive Internet Index, 2022

**UNCTAD B2C eCommerce 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.

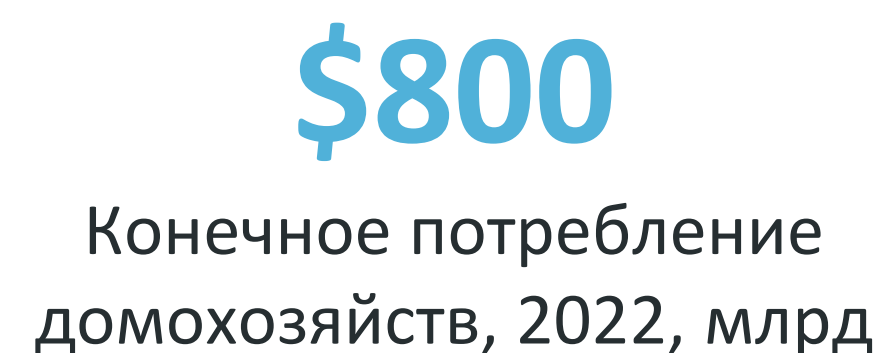
Источники: World Population Review, 2024; The World Bank, 2023; IMF, 2024; eMarketer, 2024; UNCTAD, 2020; U. S. News, 2024; The Heritage Foundation, 2024; The Economist Group, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024





# 1 / Ключевые рынки: Южная Корея



- #18** UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020
- #11** The Most Economically Influential Countries, 2023
- #15** Index of Economic Freedom, 2023
- #2** The Inclusive Internet Index, 2022

**UNCTAD B2C eCommerce 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.

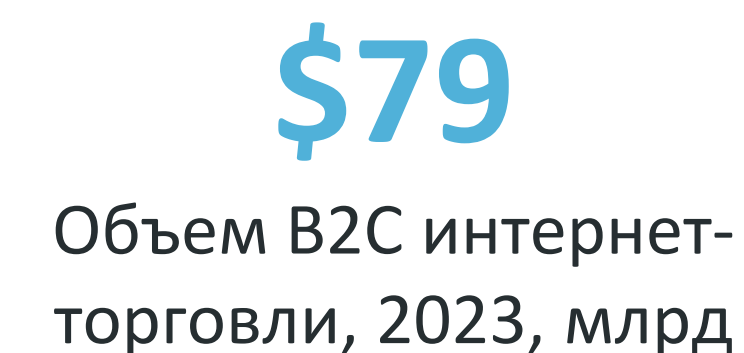
**The Inclusive Internet Index** — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

Источники: World Population Review, 2024; The World Bank, 2023; IMF, 2024; eMarketer, 2024; UNCTAD, 2020; U. S. News, 2024; The Heritage Foundation, 2024; The Economist Group, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024



# 1 / Ключевые рынки: Франция



- #17** UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020
- #9** The Most Economically Influential Countries, 2023
- #57** Index of Economic Freedom, 2023
- #4** The Inclusive Internet Index, 2022

**UNCTAD B2C eCommerce 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.

Источники: World Population Review, 2024; The World Bank, 2023; IMF, 2024; eMarketer, 2024; UNCTAD, 2020; U. S. News, 2024; The Heritage Foundation, 2024; The Economist Group, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024





# 1 / Ключевые рынки: Индия

24



**\$2,9**  
ВВП на душу  
населения, 2023, тыс.

**3,2%**  
Доля интернет-торговли  
в ВВП, 2023

**\$2 070**  
Конечное потребление  
домохозяйств, 2022, млрд

**\$119**  
Объем B2C интернет-  
торговли, 2023, млрд

**#71** UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020

**#16** The Most Economically Influential Countries, 2023

**#131** Index of Economic Freedom, 2023

**#50** The Inclusive Internet Index, 2022

**UNCTAD B2C eCommerce 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.

Источники: World Population Review, 2024; The World Bank, 2023; IMF, 2024; eMarketer, 2024; UNCTAD, 2020; U. S. News, 2024; The Heritage Foundation, 2024; The Economist Group, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк





**\$13,7**  
ВВП на душу  
населения, 2023, тыс.

**4,6%**  
Доля интернет-торговли  
в ВВП, 2023\*

**\$1 080**  
Конечное потребление  
домохозяйств, 2022, млрд

**\$92**  
Объем B2C интернет-  
торговли, 2023, млрд\*

**#41** UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020

**#7** The Most Economically Influential Countries, 2023

**#125** Index of Economic Freedom, 2023

**#30** The Inclusive Internet Index, 2022

**UNCTAD B2C eCommerce 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, апрель 2024.

Источники: World Population Review, 2024; The World Bank, 2023; IMF, 2023; UNCTAD, 2020; U. S. News, 2024; The Heritage Foundation, 2024;

The Economist Group, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024



# 1 / Ключевые рынки: Индонезия



**\$5,5**  
ВВП на душу  
населения, 2023, тыс.

**6,9%**  
Доля интернет-торговли  
в ВВП, 2023

**\$700**  
Конечное потребление  
домохозяйств, 2022, млрд

**\$97**  
Объем B2C интернет-  
торговли, 2023, млрд

**#83** UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020

**#36** The Most Economically Influential Countries, 2023

**#60** Index of Economic Freedom, 2023

**#47** The Inclusive Internet Index, 2022

**UNCTAD B2C eCommerce 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.

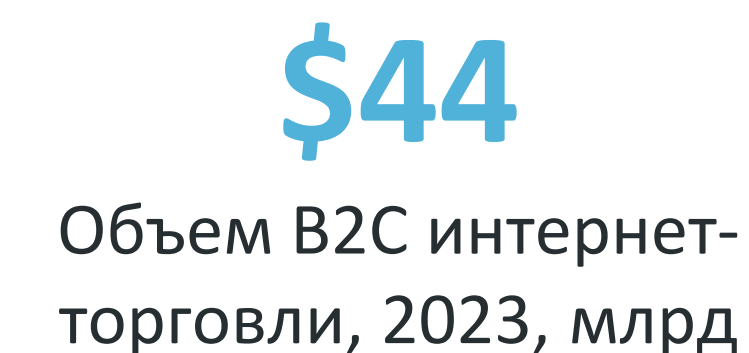
**The Inclusive Internet Index** — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

Источники: World Population Review, 2024; The World Bank, 2023; IMF, 2024; eMarketer, 2024; UNCTAD, 2020; U. S. News, 2024; The Heritage Foundation, 2024; The Economist Group, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024



# 1 / Ключевые рынки: Бразилия



**#62** UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020

**#20** The Most Economically Influential Countries, 2023

**#127** Index of Economic Freedom, 2023

**#23** The Inclusive Internet Index, 2022

**UNCTAD B2C eCommerce 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.

Источники: World Population Review, 2024; The World Bank, 2023; IMF, 2024; eMarketer, 2024; UNCTAD, 2020; U. S. News, 2024; The Heritage Foundation, 2024; The Economist Group, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024





# 1 / Ключевые рынки: Польша

28



**\$23,4**  
ВВП на душу  
населения, 2023, тыс.

**1,9%**  
Доля интернет-торговли  
в ВВП, 2023

**\$400**  
Конечное потребление  
домохозяйств, 2022, млрд

**\$33**  
Объем B2C интернет-  
торговли, 2023, млрд

**#28** UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020

**#42** The Most Economically Influential Countries, 2023

**#40** Index of Economic Freedom, 2023

**#16** The Inclusive Internet Index, 2022

**UNCTAD B2C eCommerce 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.

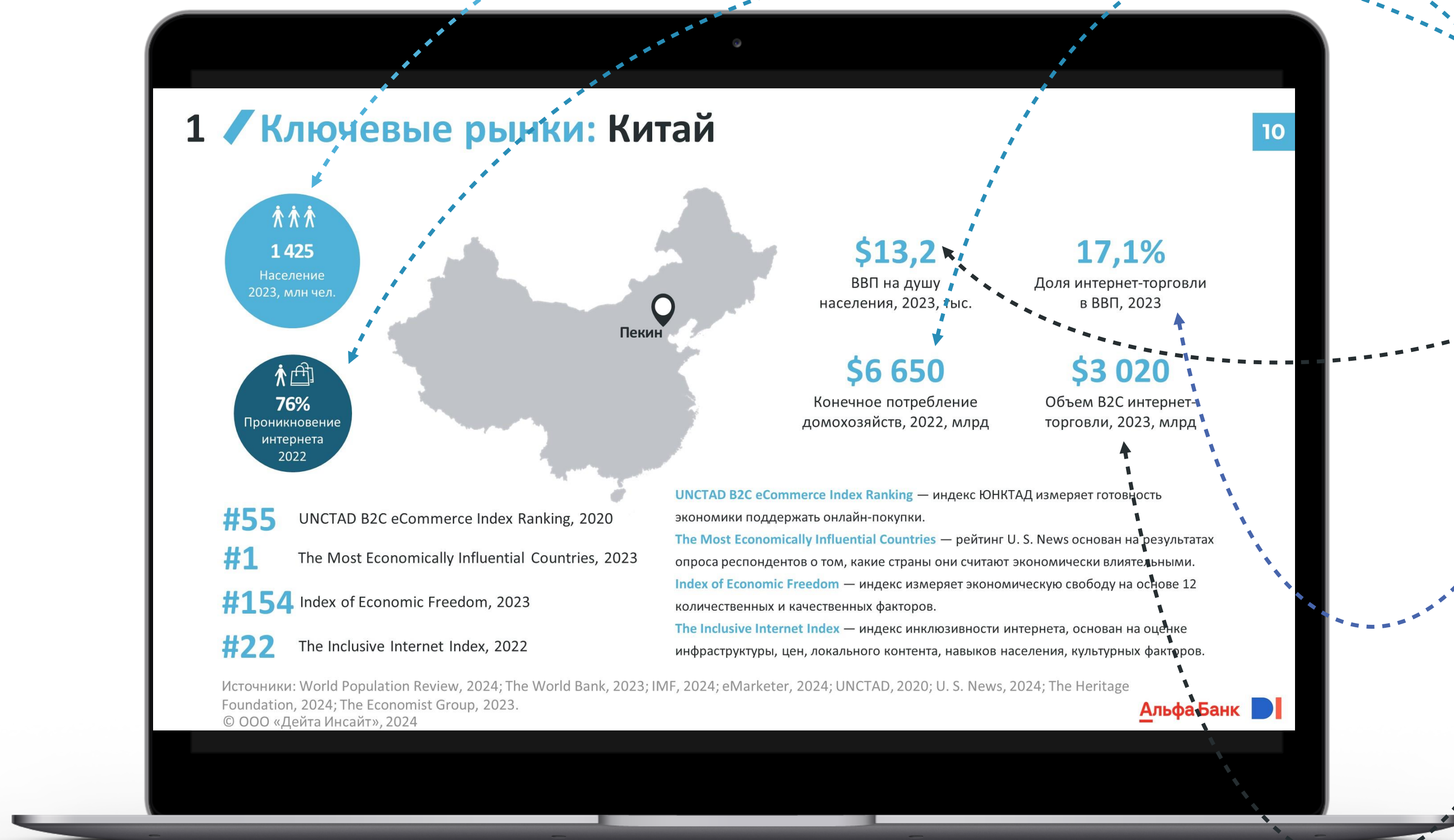
**The Inclusive Internet Index** — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

Источники: World Population Review, 2024; The World Bank, 2023; IMF, 2024; eMarketer, 2024; UNCTAD, 2020; U. S. News, 2024; The Heritage Foundation, 2024; The Economist Group, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк





## World Population Review, 2024:

Население, совокупное.

## The World Bank, 2024:

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

## International Monetary Fund, 2024:

ВВП (номинальный) на душу населения в 2023.

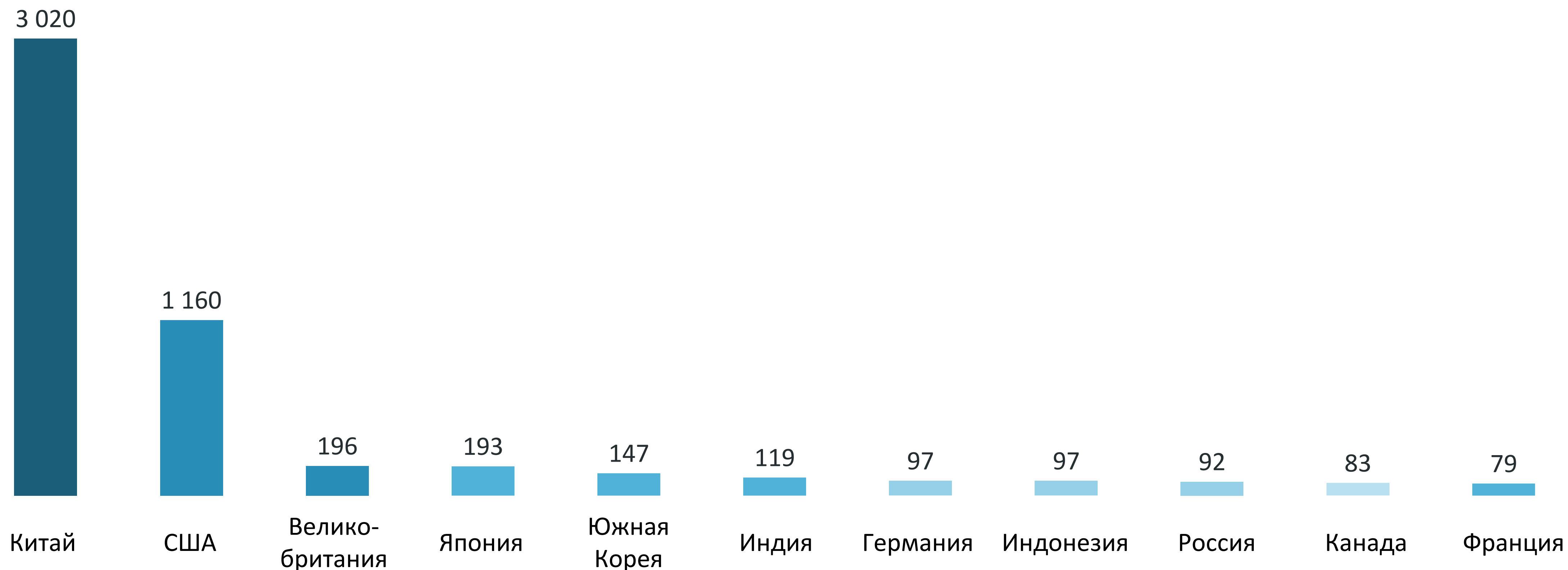
Расчеты Data Insight (апрель 2024) на основе оценок объема B2C интернет-торговли (см. ниже) и данных IMF по номинальному объему ВВП.

Россия – оценка Data Insight, апрель 2024; Остальные страны – оценка Data Insight на основе данных Statista, eMarketer и других источников, март 2024.



# 1 / Сравнение рынков: крупнейшие рынки

Ведущие страны мира в области розничной электронной торговли по объему продаж в 2023, млрд дол.

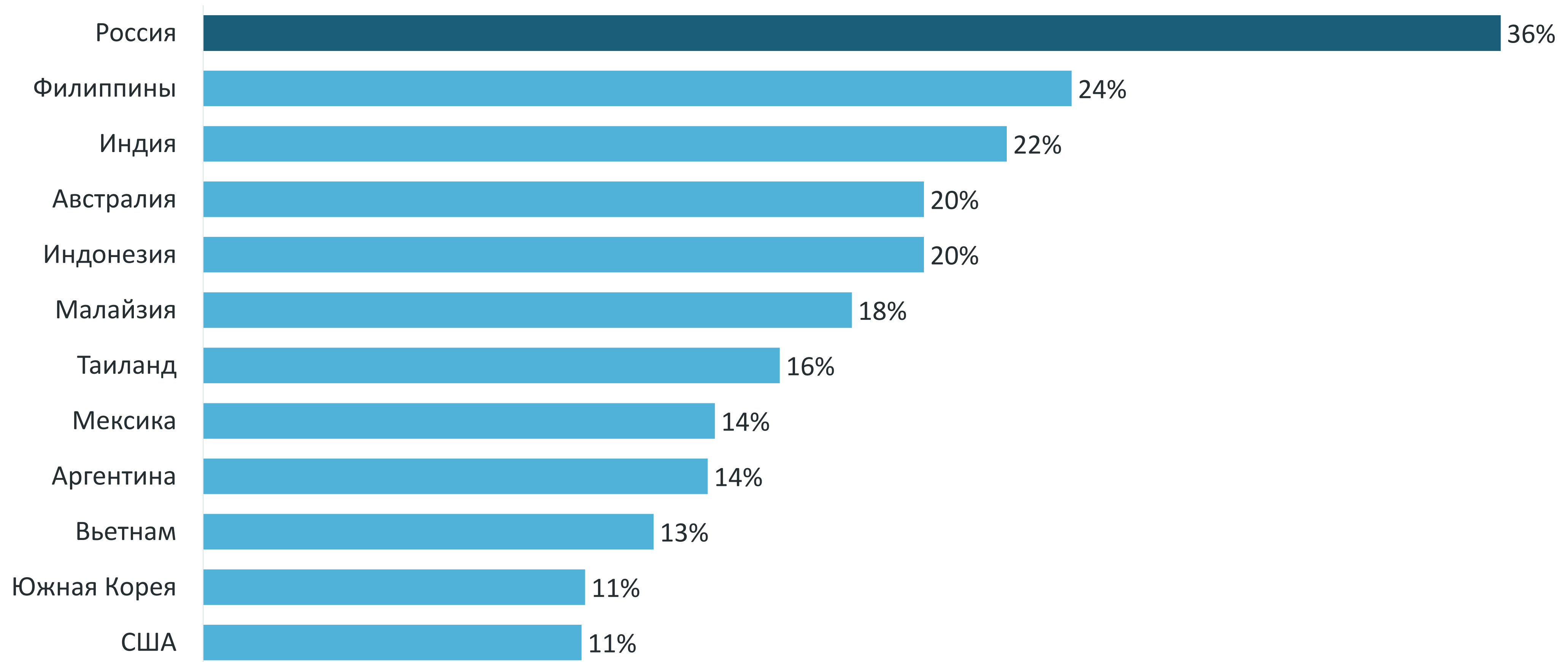


Источник: Statista, 2024; eMarketer, 2024.



# 1 / Сравнение рынков: самые быстрорастущие рынки

Топ стран по росту розничных онлайн-продаж в 2023



Источник: Россия – данные Data Insight, апрель 2024 (динамика в рублях с поправкой на инфляцию и включая входящий кроссбордер); остальные страны – Statista, 2024.

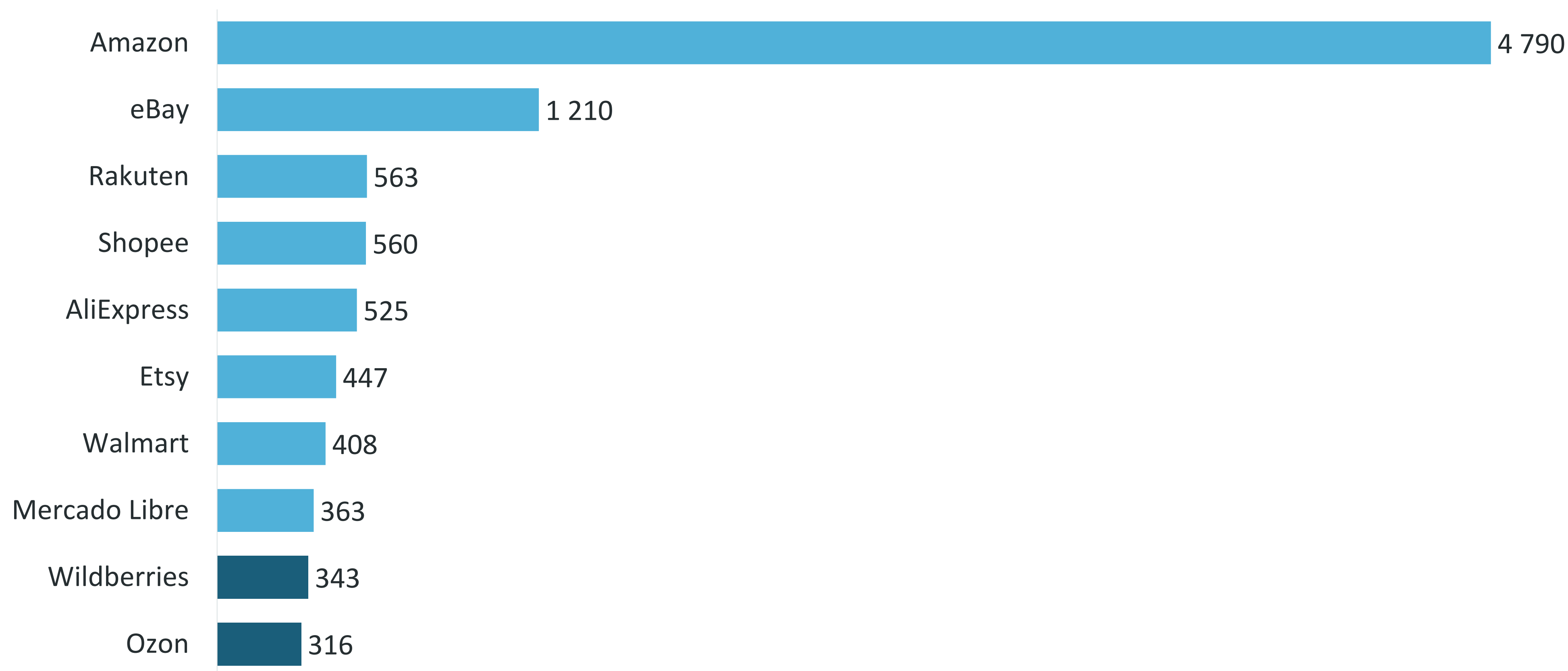




# 1 / Рейтинг маркетплейсов, 2023

В 2023 впервые в десятку лидеров вошли сразу два крупнейших универсальных российских маркетплейса – Wildberries и Ozon.

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



Источник: Webretailer, 2024.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024



# Tinkoff ID — единый вход на сайт и в приложение по номеру телефона



## Доступно всем покупателям

Чтобы войти на ваш сайт или в приложение, покупателю не обязательно быть клиентом Тинькофф



## Защита от ботов и фрода

Фильтруем пользователей при каждом входе — к вам попадают только проверенные покупатели



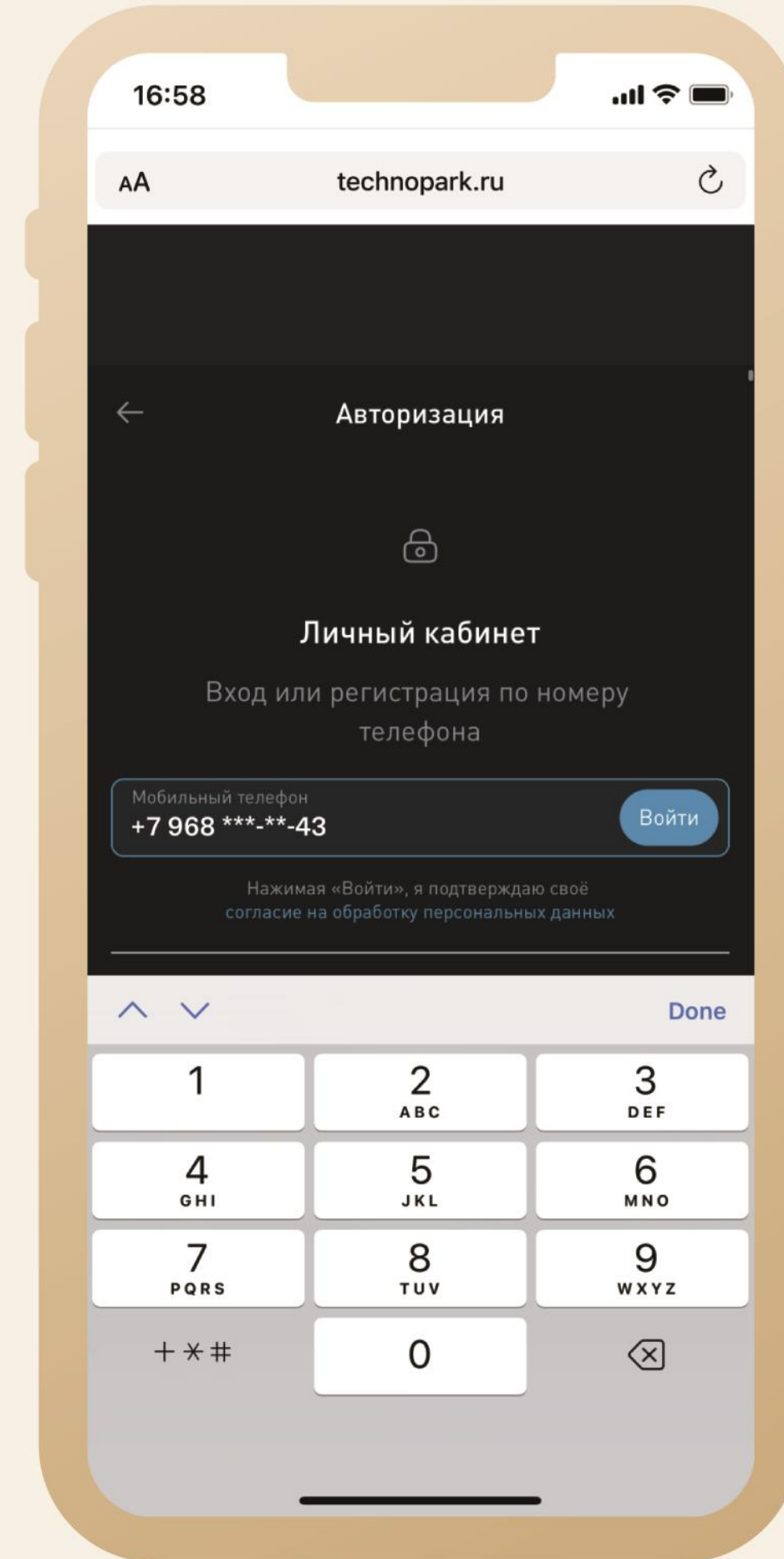
## Привычный способ входа

80% покупателей предпочитают вход по номеру телефона входу по кнопке или электронной почте

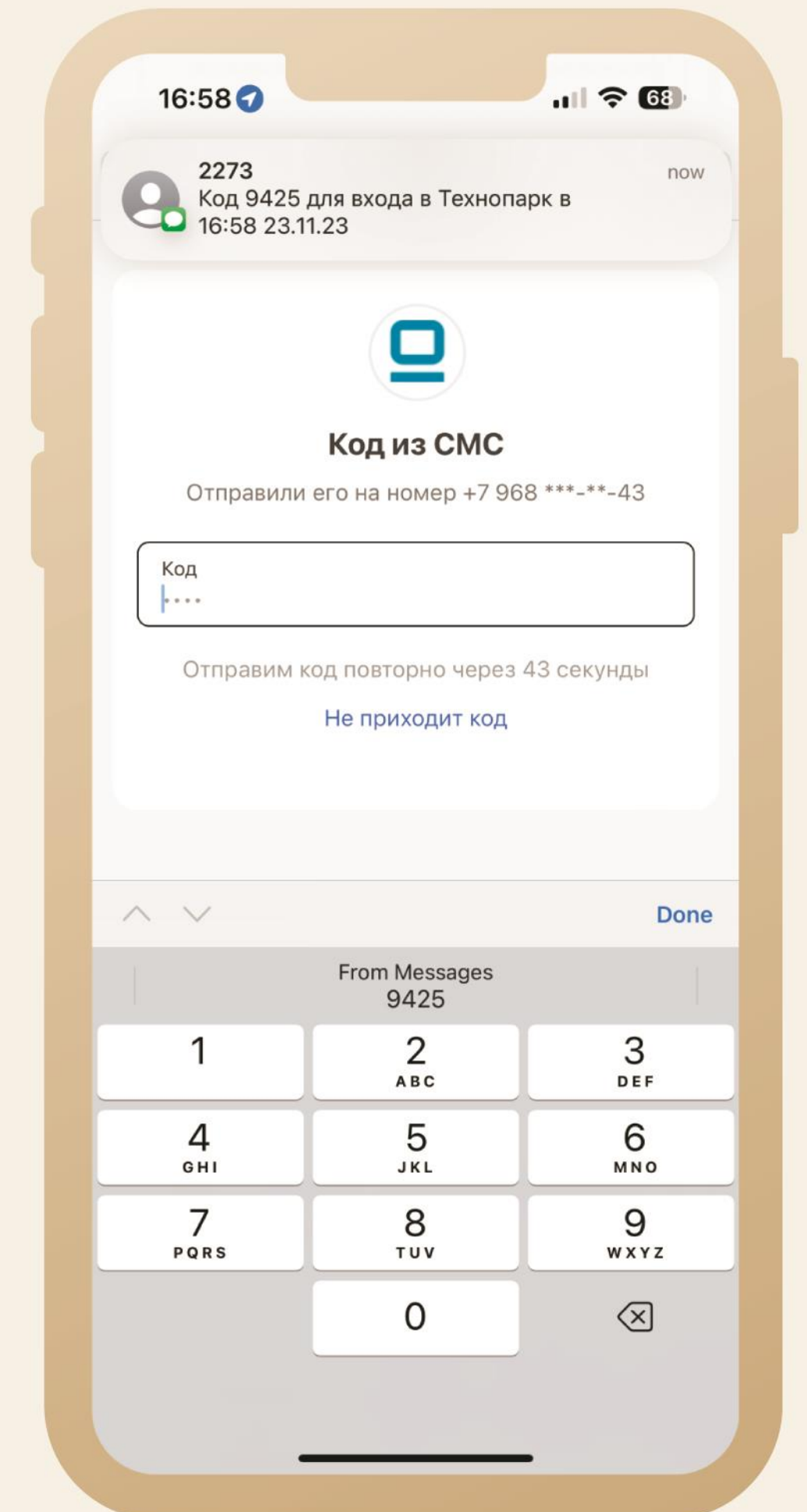


## Больше продаж

Распознаем покупателя, моментально проводим скоринг и отправляем персональное предложение о покупке в рассрочку в вашем магазине



[Подробнее о решении](#)



Источник: внутреннее исследование Тинькофф, ноябрь 2023 года

Рекламодатель АО «Тинькофф Банк»



# Как Тинькофф отвечает на вызовы бизнесу в 2024 году

## До 5 раз

Выросла стоимость привлечения покупателя на онлайн-площадках

Тинькофф Выгода

Долями

Подбираем маркетинговые решения и увеличиваем целевой трафик на ваш сайт и в приложение



Приводим новых платежеспособных покупателей

## 49% покупателей

Откладывают покупку, потому что не готовы заплатить всю сумму сразу

Tinkoff ID

Тинькофф Кредит Брокер

Моментально проводим скоринг покупателя и отправляем предложение о покупке в рассрочку в вашем магазине



Повышаем средний чек и скорость принятия решения о покупке

## 70% покупателей

Бросают корзину из-за долгого оформления заказа и оплаты

Tinkoff ID

Tinkoff Pay

Долями

Упрощаем вход и оформление заказа, проводим быструю бесшовную оплату без перехода в мобильное приложение



Увеличиваем конверсию в оплату

Источники:  
Исследование Sostav.ru,  
2023 год

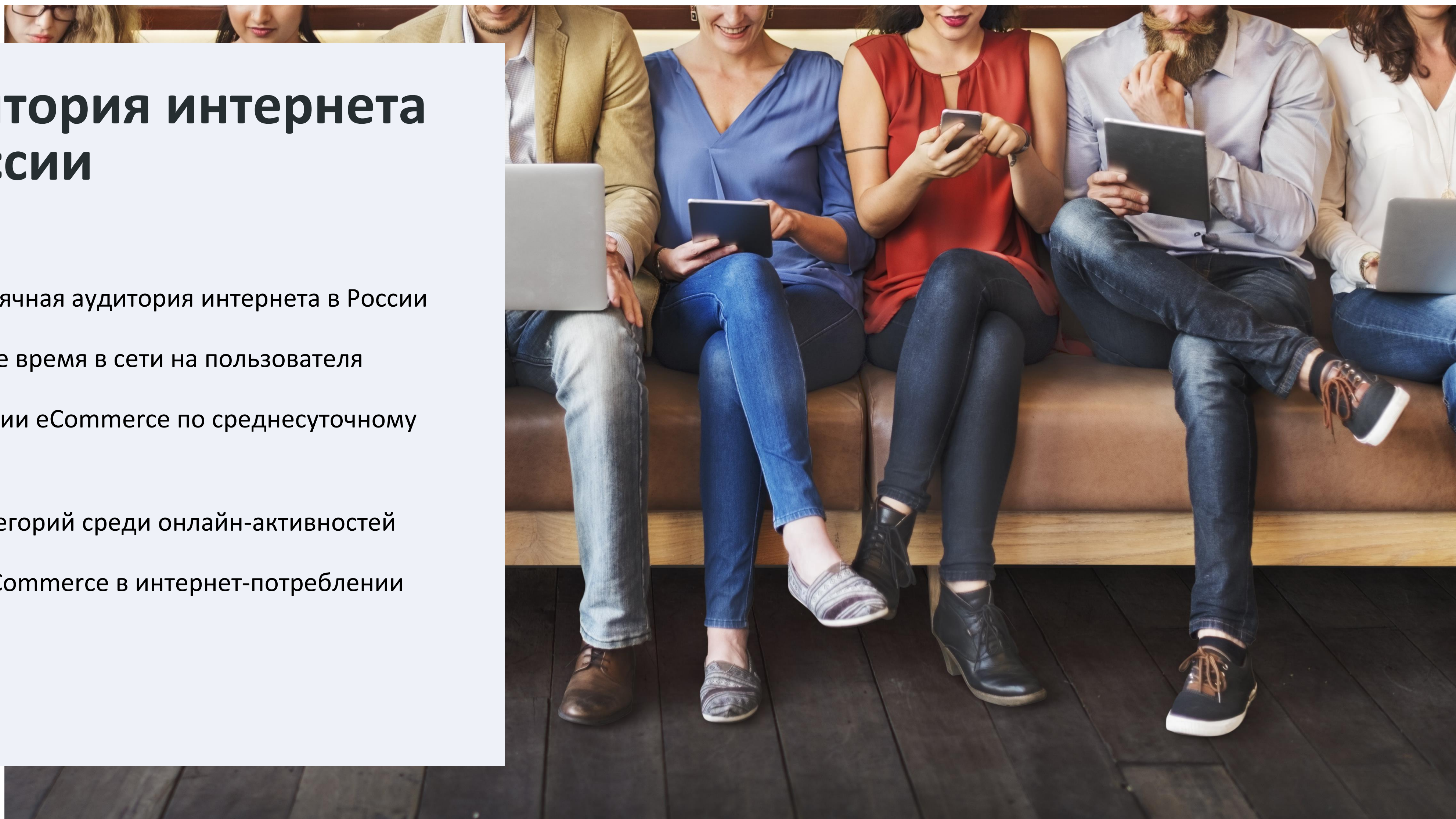
Исследование института  
Baymard, 2024 год

Внутреннее исследование  
Тинькофф, ноябрь 2023 года



## Аудитория интернета в России

- Ежемесячная аудитория интернета в России
- Среднее время в сети на пользователя
- Категории eCommerce по среднесуточному охвату
- Топ категорий среди онлайн-активностей
- Доля eCommerce в интернет-потреблении





101,4

млн чел. (12+)

83%

проникновение





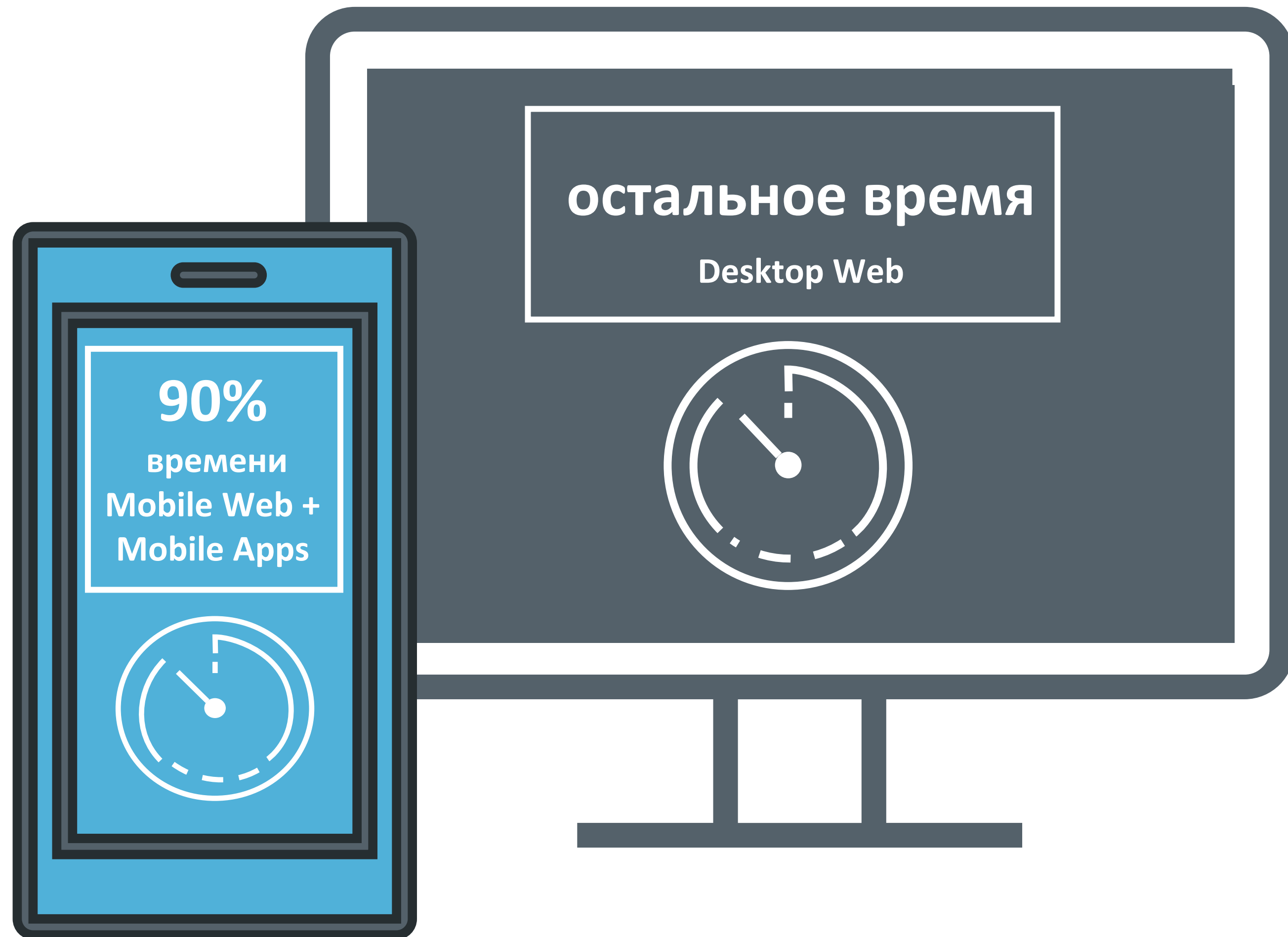
## 2 / Среднее время в сети на пользователя в день

37

# 257

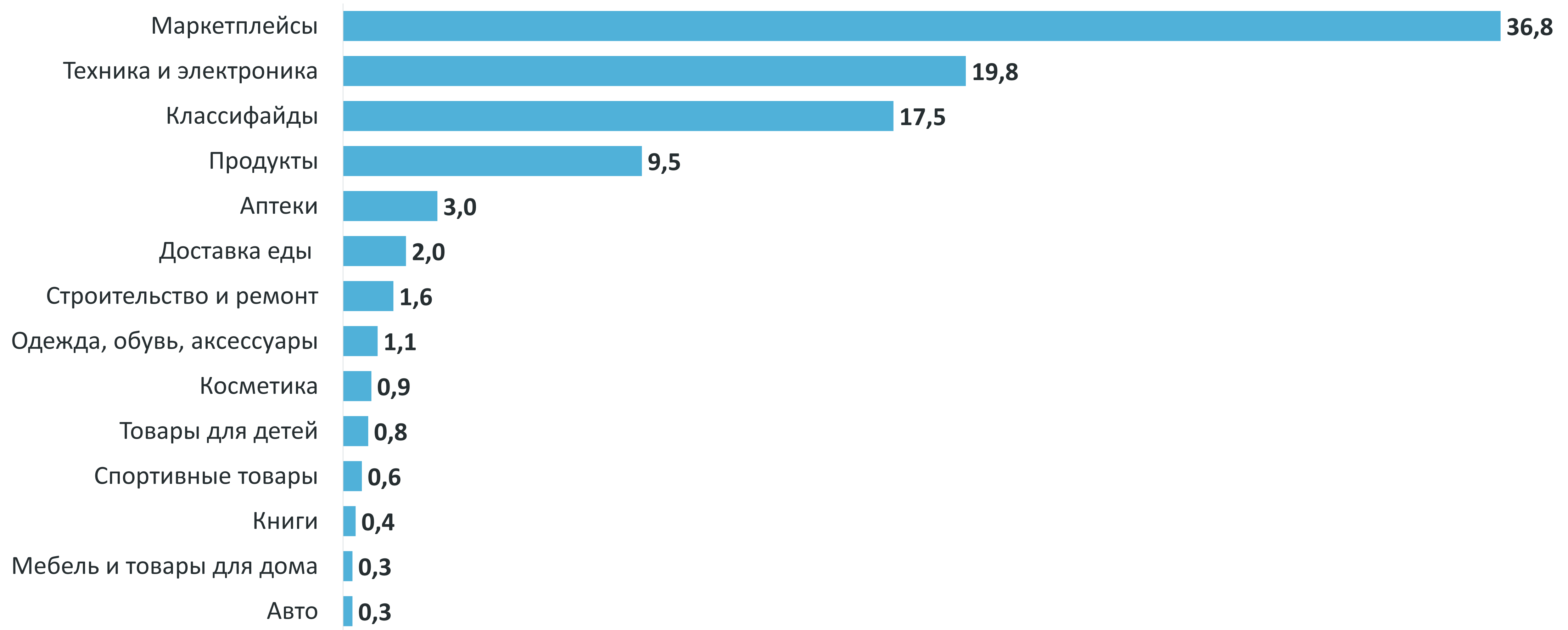
## минут в день

среднее время в сети на одного россиянина



## 2 / Категории eCommerce по среднесуточному охвату

Среднесуточный охват, % от населения



Вся Россия, население 12+, Топ по среднесуточному охвату за октябрь 2023.

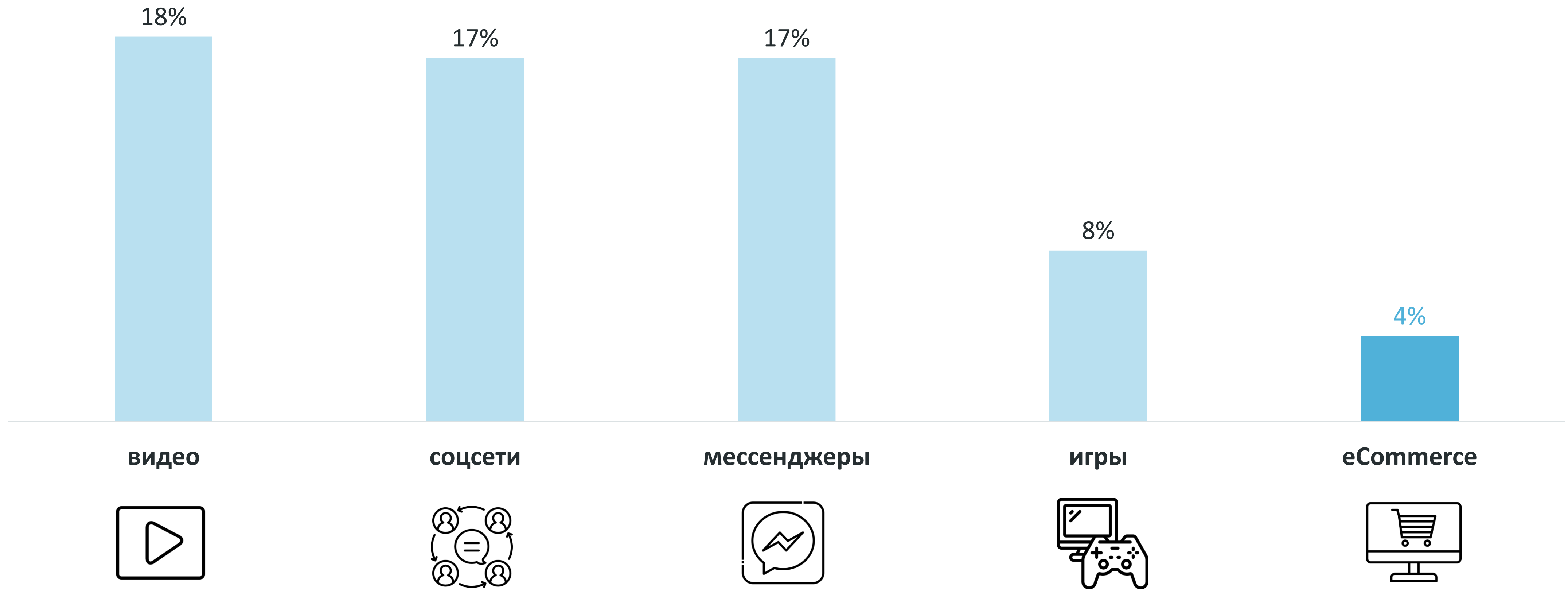
Источник: Mediascope, 2023 – mediascope.net.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024



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

Доля категории, % от суммарного времени, проведенного в интернете



Вся Россия, население 12+, desktop&mobile. Доля категории, % от суммарного времени, проведенного в интернете, октябрь 2023.

Источник: Mediascope, 2023 – mediascope.net.

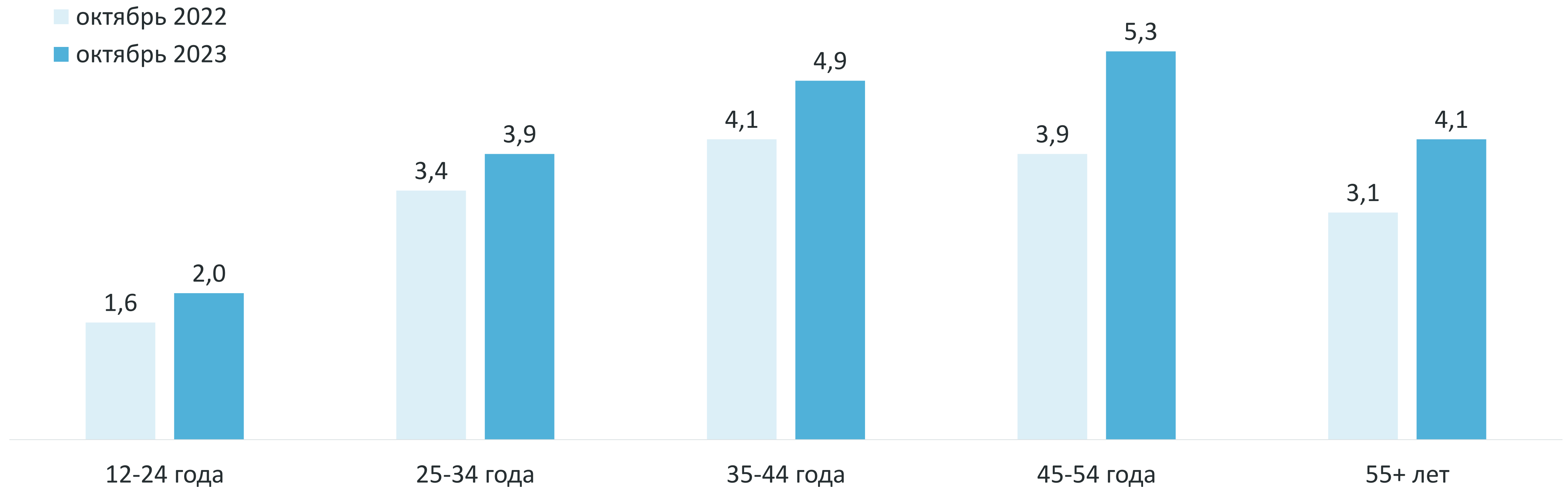
© ООО «Дейта Инсайт», 2024





## 2 / Доля eCommerce в интернет-потреблении

Динамика по возрастным группам,  
% доля eCommerce в интернет-потреблении



Вся Россия, население 12+, desktop&mobile. Октябрь 2023 VS октябрь 2022, среднесуточный охват eCommerce-площадок, % населения.

Источник: Mediascope, 2023 – mediascope.net.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024



**inSales**

# Зарабатывайте больше с платформой inSales

Уже **15 000 продавцов** создали интернет-магазин, подключили каналы онлайн-продаж к платформе и синхронизируют товары и заказы на всех маркетплейсах



## Создайте сайт своего бренда

Выберите один из 20 шаблонов дизайна и получите готовый сайт за 15 минут



## Подключите аккаунты на маркетплейсах

Продавайте товары в режиме одного окна на OZON, Wildberries, Avito, Мегамаркет и Яндекс Маркет



## Автоматизируйте рутинные процессы

Массово управляйте ценами и остатками, отслеживайте заказы в единой ленте



## Анализируйте продажи на маркетплейсах

Получайте отчеты о заказах, прибыли, расходах, маржинальности, дефиците товаров



## Расширьте функционал платформы

Подключите более 200 популярных сервисов для автоматизации доставки, учета, оплаты



## В2С-рынок в России

- Онлайн В2С в России, 2023
- Структура рынка
- Динамика количества заказов
- Онлайн-продажи в России, 2012-2023
- Темпы роста, 2012-2023
- Средний чек, 2016-2023
- Доля eCommerce от рынка ритейла





# 3 / Онлайн B2C в России, 2023

**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 (юридических лиц и ИП) и не включается трансграничная торговля (в обе стороны) и торговля между частными лицами. В объем рынка включаются только расходы покупателей на онлайн-покупки и их доставку (и не включаются доходы продавцов от иных услуг – рекламных, финансовых, складских и т.д.)



**5,15 млрд**

заказов

**+80%**



**1 520 руб.**

средний чек

**-18%**



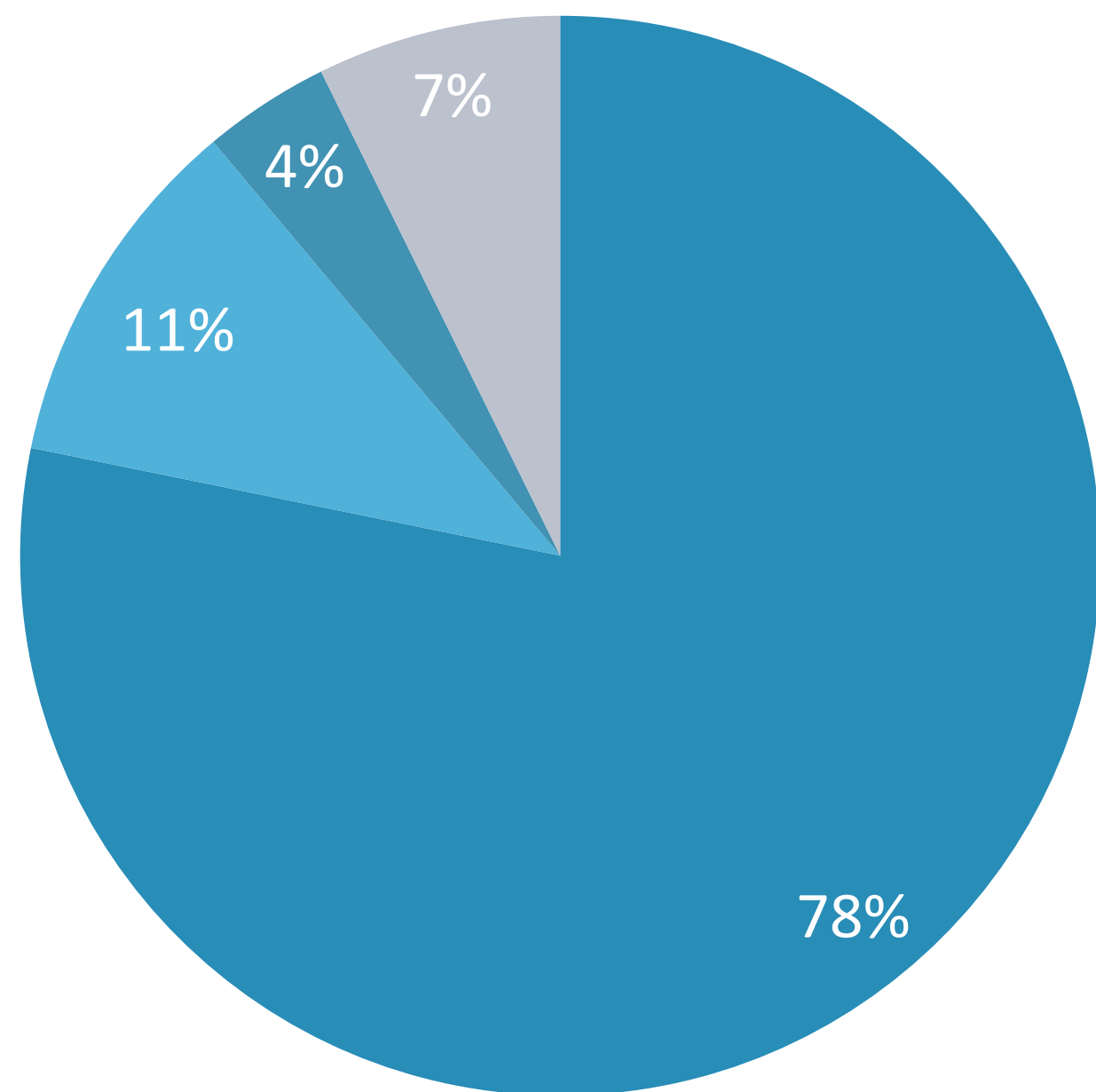
Источник: данные Data Insight, март 2024.



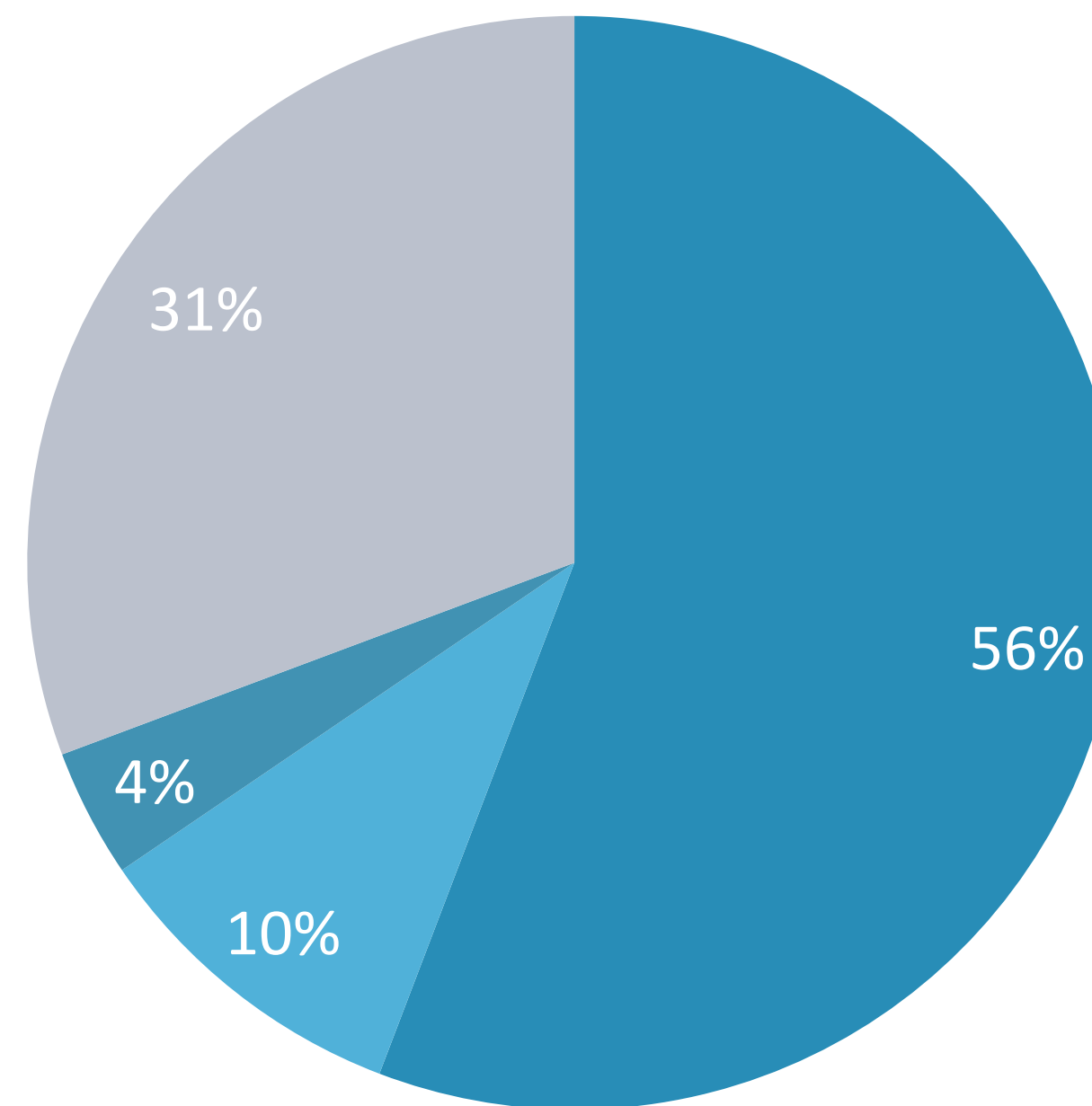
# 3 Структура рынка: продажи и заказы

Самый большой рост продолжает наблюдаться у **крупных универсальных маркетплейсов** (Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет, Мегамаркет). За год их доля поднялась на 13 п.п. до более половины (56%) продаж, а по количеству заказов возросла с 69% до 78%.

Количество заказов, млн шт.



Объем продаж, млрд руб.



■ Крупные универсальные маркетплейсы    ■ eGrocery    ■ ePharma    ■ Остальной рынок

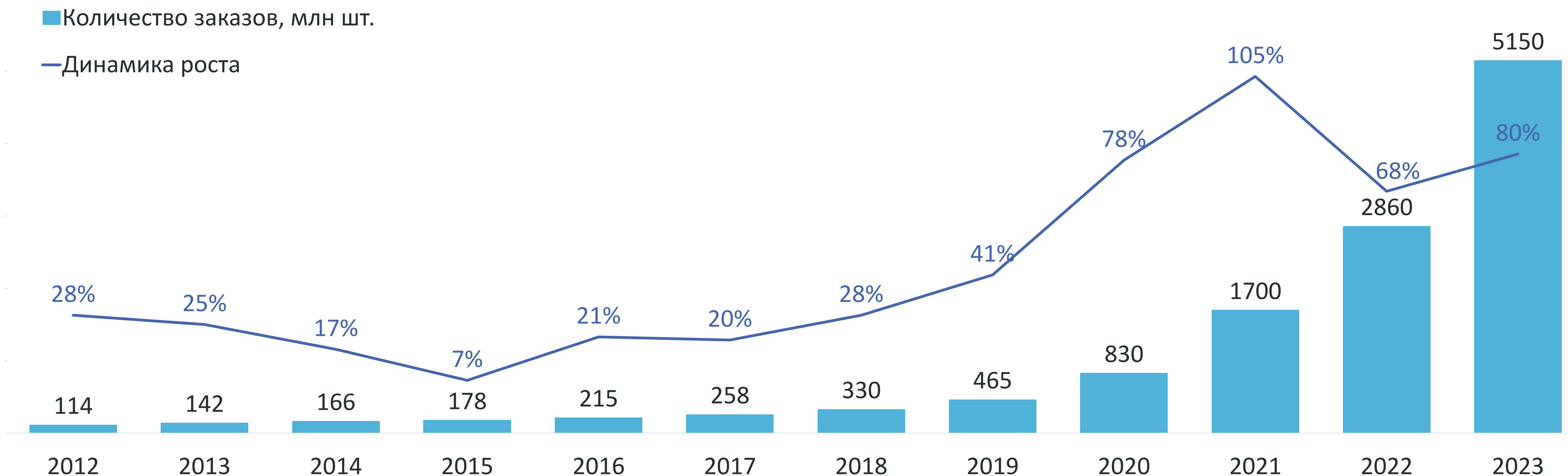
Источник: данные Data Insight, апрель 2024.



# 3 / Динамика числа заказов, 2012-2023

Четвертый год подряд количество заказов растет с фантастической скоростью (CAGR +82%). При этом пик роста количества заказов был пройден в 2021 году, а ускорение роста в 2023 году (на 12 п.п. по сравнению с 2022 г.) носит временный характер и определено в первую очередь относительно низкой базой кризисного 2022 года и его слабой динамикой.

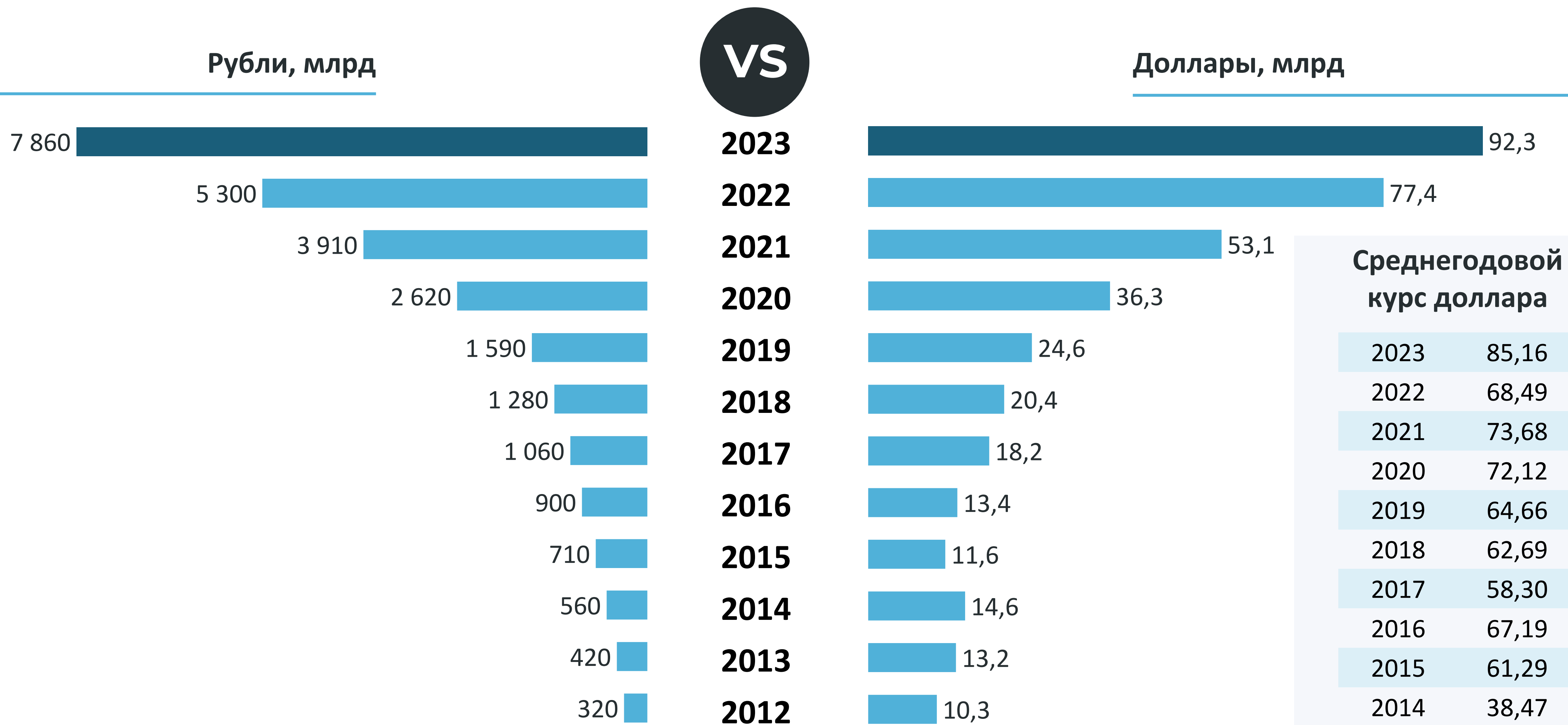
### Динамика числа заказов, 2012-2023



Источник: данные Data Insight, март 2024.



# 3 / Онлайн-продажи в России, 2012-2023



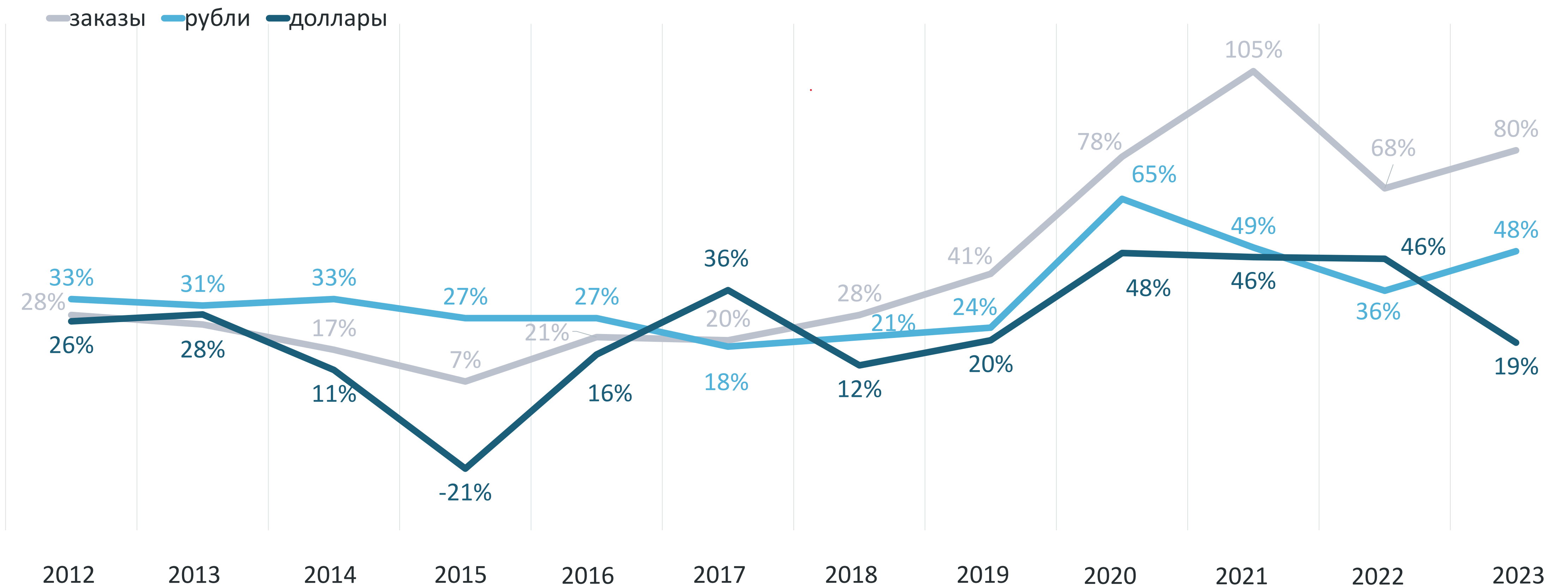
Пересчет в доллары США проводился по среднегодовому курсу. Среднегодовые курсы по данным [kursvaliut.ru](https://kursvaliut.ru)  
Источник: данные Data Insight, март 2024.





# 3 / Темпы роста, 2012-2023

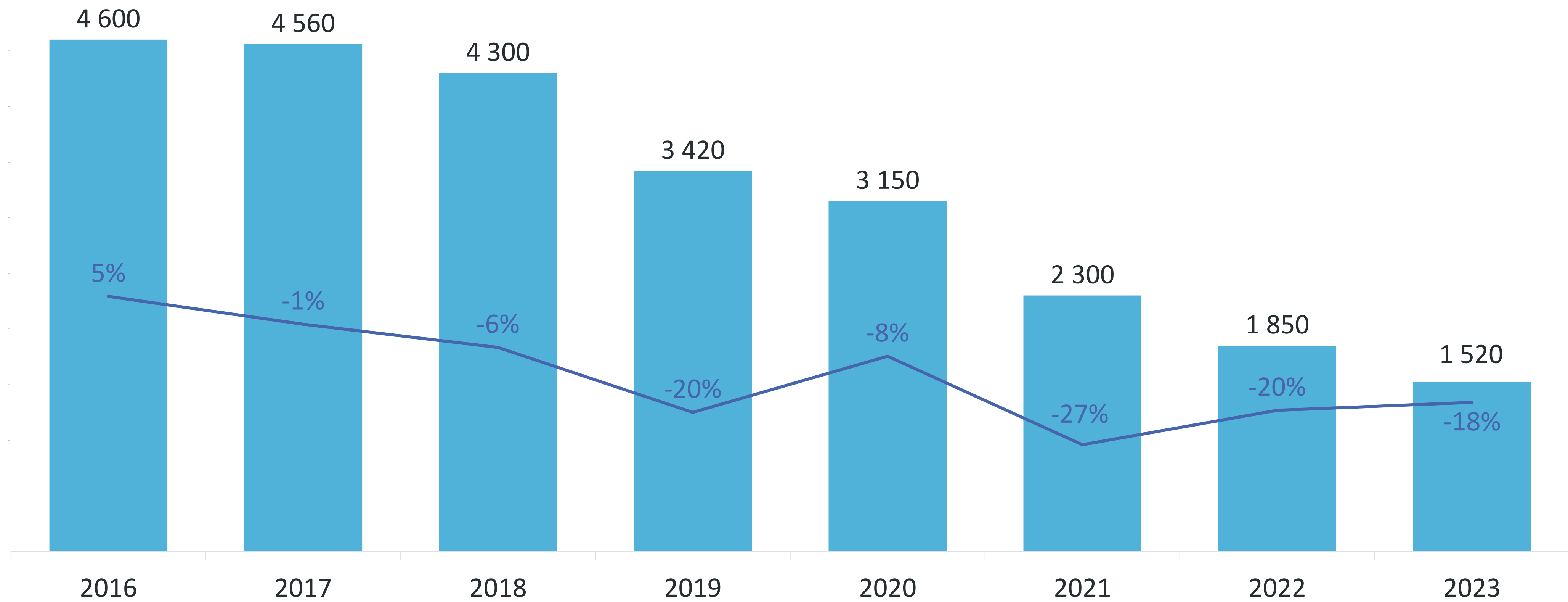
## Темпы роста, 2012-2023



Источник: данные Data Insight, март 2024.

# 3 / Средний чек, 2016-2023

Динамика среднего чека, 2016-2023



Источник: данные Data Insight, март 2024.

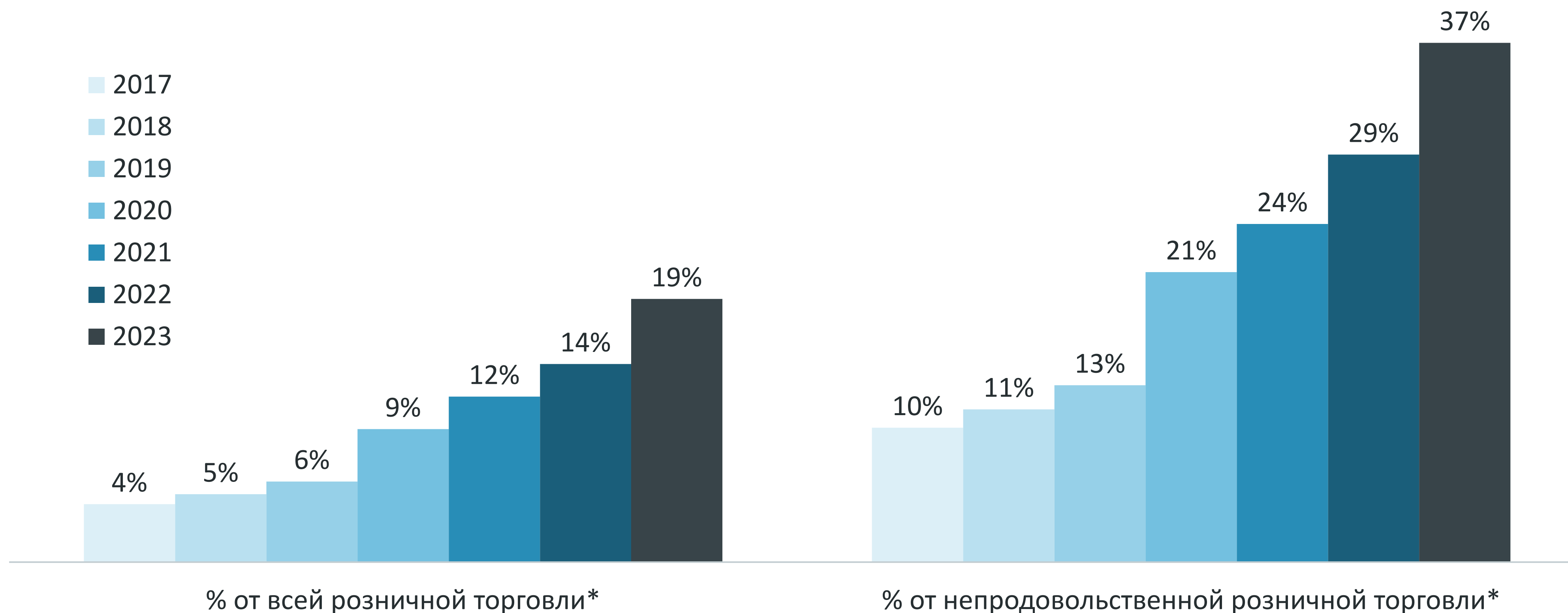
© ООО «Дейта Инсайт», 2024



# 3 / Доля eCommerce от рынка ритейла

Доля eCommerce продолжает расти: в 2023 она составила **19%** от рынка ритейла и **37%** от рынка непродовольственного ритейла.

### Рост доли eCommerce от рынка ритейла, 2017-2023



\*Размер розничного рынка в России – оценки Data Insight. Оборот розничной торговли в России рассчитан за год без учета продаж автомобилей и топлива.

Источник: данные Data Insight, март 2024.

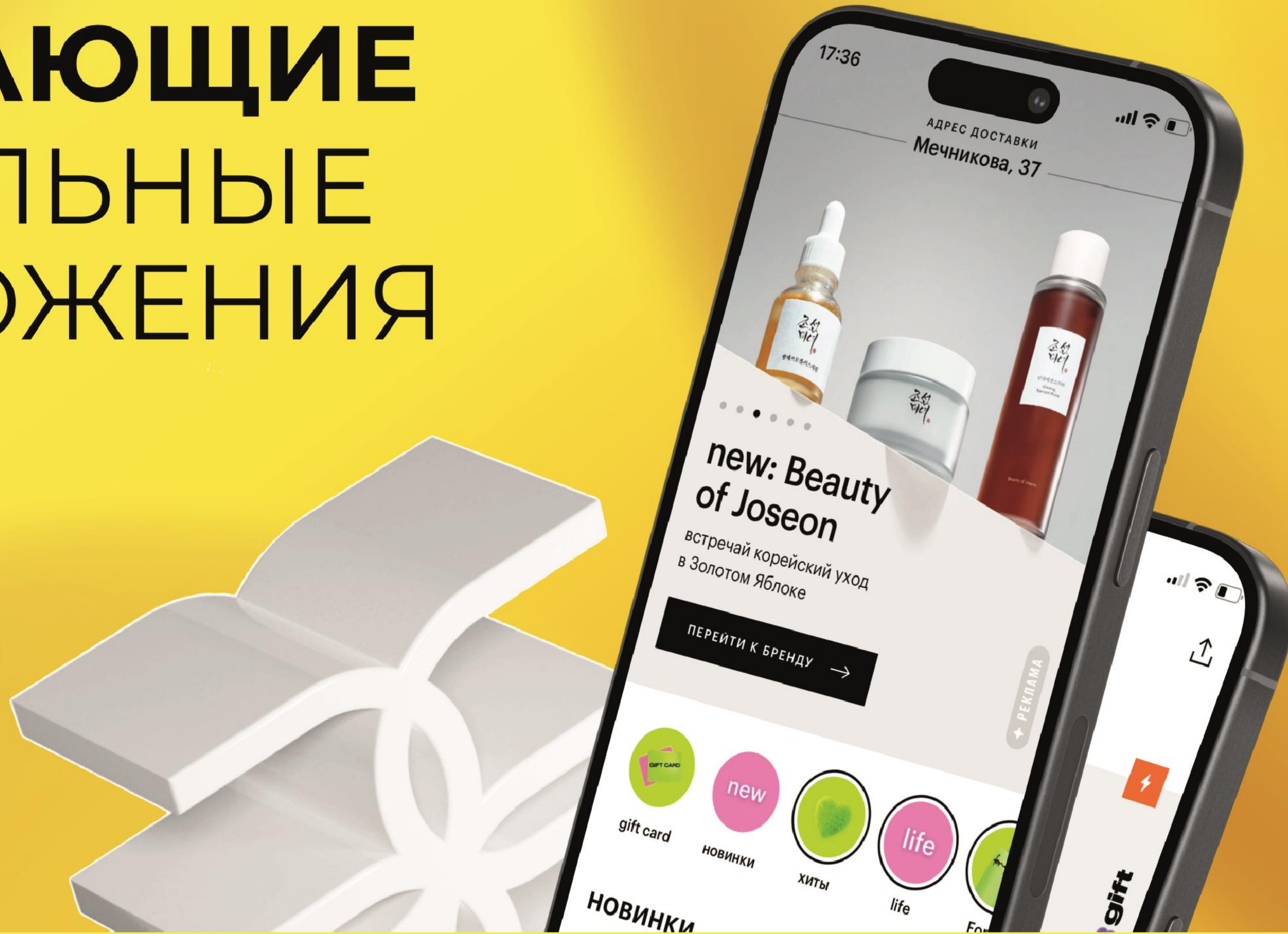
© ООО «Дейта Инсайт», 2024



Надежные IT-решения для крупного eCommerce

oggetto.ru

# ПРОДАЮЩИЕ МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ



КРАСИВЫЕ  
И ВЫСОКО-  
НАГРУЖЕННЫЕ  
КАК У ЗОЛОТОГО  
ЯБЛОКА



Золото в конкурсе  
«Рейтинг Рунета 2020»



Серебро в конкурсе  
«Золотое приложение 2020»



## B2C: прогноз на 2024-2028

- Прогноз объема рынка eCommerce: продажи, заказы, средний чек
- Ключевые тренды 2023-2024

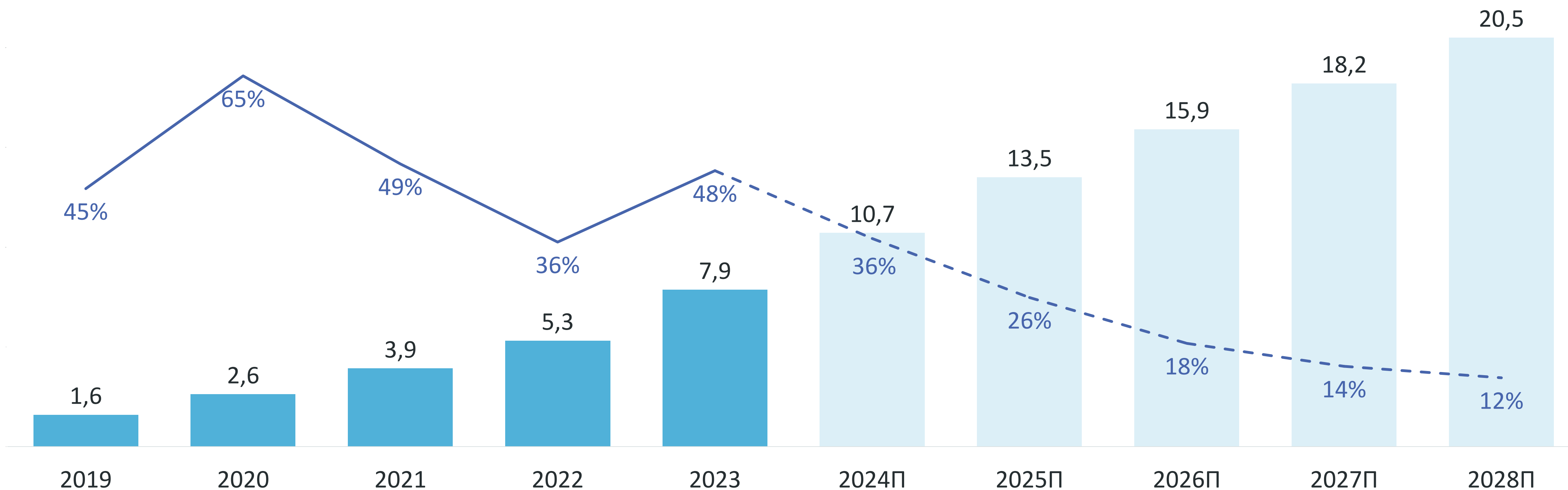




# 4 / Прогноз объема рынка: продажи

По прогнозу Data Insight, в 2024 г. объем продаж на рынке eCommerce вырастет более чем на треть (+36%) до **10,7 трлн рублей**.

Динамика объема продаж с прогнозом на 2024-2028 гг., трлн руб.



Источник: данные Data Insight, апрель 2024

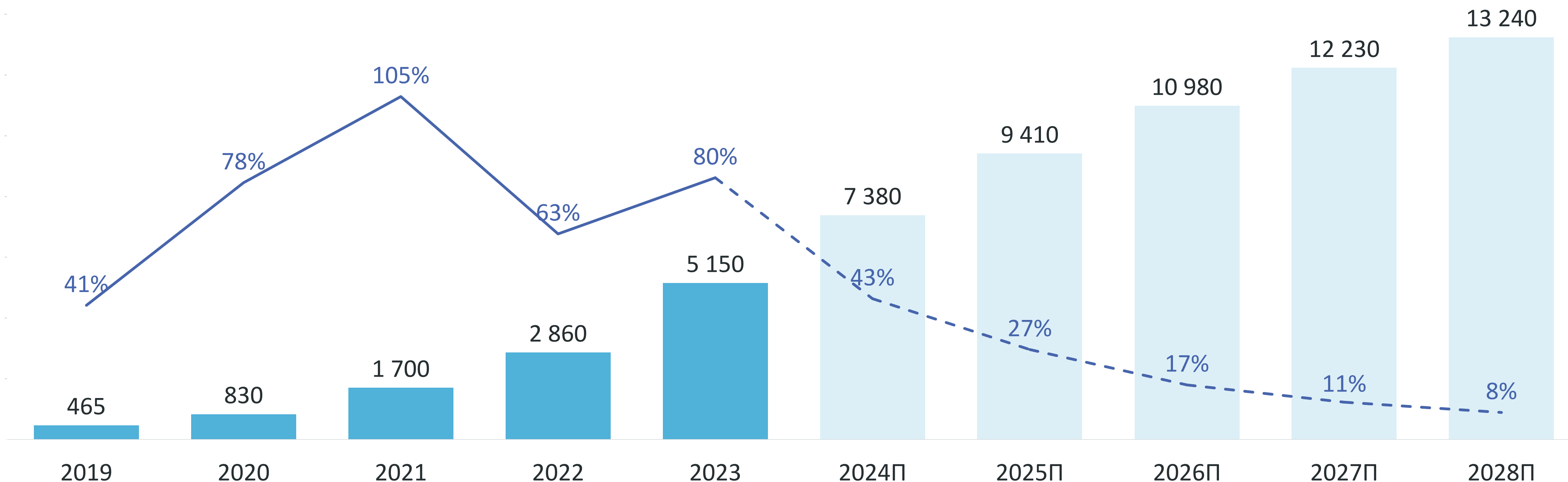
© ООО «Дейта Инсайт», 2024



# 4 / Прогноз объема рынка: заказы

В 2024 г. темпы роста количества заказов снова начнут замедляться, но все равно рост будет выше, чем в период до COVID-19. Количество выполненных заказов на рынке eCommerce в 2024 г. **увеличится более чем на 40% и превысит 7 млрд.**

Динамика количества заказов с прогнозом на 2024-2028 гг., млн штук



Источник: данные Data Insight, апрель 2024



## Онлайн-шопинг становится не просто привычкой, а обыденностью

Частота покупок у тех потребителей, которые пришли в онлайн за несколько последних лет, увеличивается. Особенно это заметно в городах миллионниках.

## Доля регионов в онлайн-торговле существенно растёт

В регионах онлайн-торговля только начинает развиваться. В следующие несколько лет покупатели в регионах станут драйверами рынка.

## Работа с лояльностью покупателей

Реферальные программы, акции и скидки, персональные предложения, а также качество товара и бесшовность использования сервисов увеличивают шанс, что покупатель вернётся.

## Маркетплейсы лидируют из-за качества сервиса и постоянства для покупателей:

покупатель уверен в заказе (или в том, что сможет его без проблем вернуть), в доставке и в том, что найдёт то, что нужно. На большой ассортимент маркетплейсов влияют селлеры – именно они, а не маркетплейсы, являются драйверами роста рынка.

## DTC не потеряла актуальность

Однако, сегодня с одной стороны на рынке наблюдается взрывной рост маркетплейсов, которые формируют огромный трафик и имеют «безразмерную полку», что делает ценовую конкуренцию самой эффективной и ведет к размыванию бренда. С другой стороны существует запрос со стороны рынка на выстраивание личной коммуникации с потребителем на основе доверия и личных потребностей покупателя - персонализированный подход.





# SalesFinder

Собираем данные с 2021 года

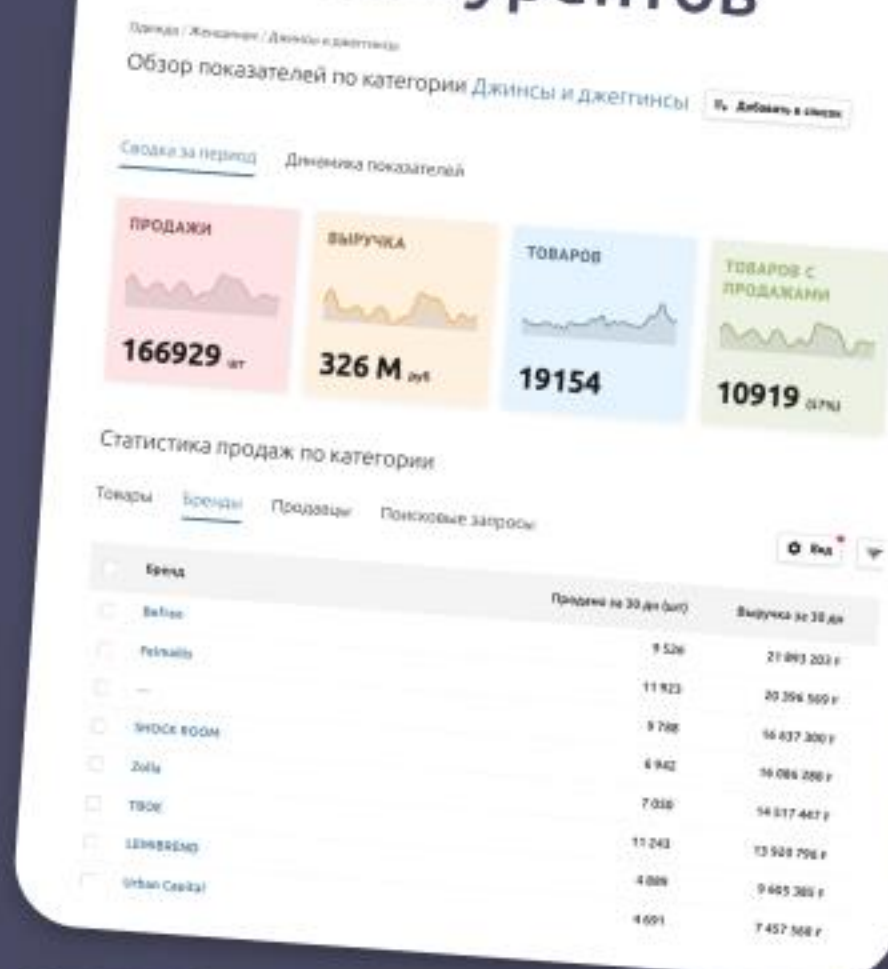
## Умная аналитика маркетплейсов для увеличения ваших продаж

- Узнайте, на какие товары высокий спрос
- Анализируйте стратегию конкурентов
- Отслеживайте позиции в поиске
- Оптимизируйте продажи вашего магазина
- Найдите самые прибыльные ниши
- Отслеживайте новые тренды



Рекламодатель ООО «С-Файндер»

### Аналитика продаж конкурентов



### Контроль изменения розничной цены



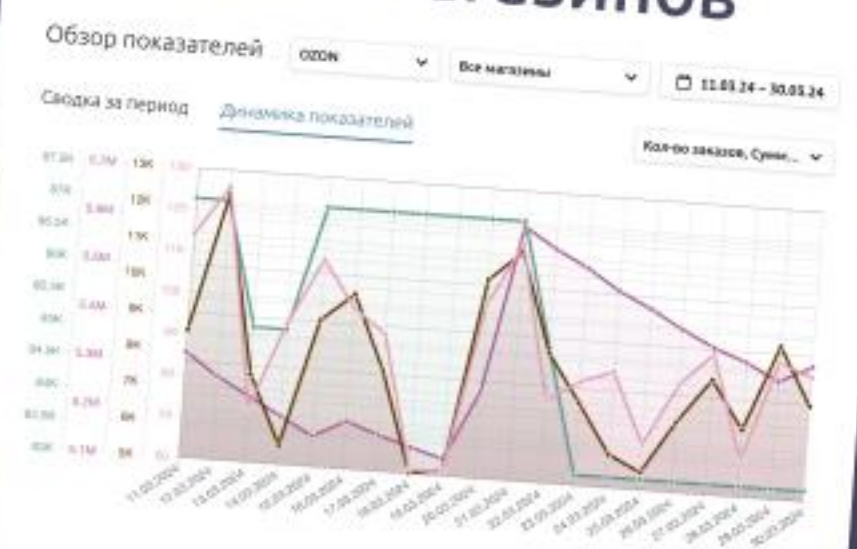
### Автоматические ответы на отзывы



### Контроль изменений у конкурентов



### Внутренняя аналитика своих магазинов



### Мониторинг позиций и ключевых запросов

SalesFinder

Категории	Запросы	Склады	Размеры
Запрос	Частота	Поз.	
befree джинсы серые	75	2	
джинсы wide leg женские	2 230	3	
джинсы befree женские широкие	180	3	
джинсы женские бифри	270	4	
befree джинсы wide	115	4	
джинсы вайд лег женские	665	5	

Скачать отчет

Посмотреть в SalesFinder

### Поиск прибыльных товаров и ниш



— Все товары  
— ТОП-100 по выручке  
— Товары с продажами



## Маркетплейсы

- Крупные универсальные маркетплейсы в России, 2023
- Рост доли, заказов и объема продаж универсальных маркетплейсов
- Покупатели на маркетплейсах





# 5 / Крупные универсальные маркетплейсы, 2023

**Крупные универсальные маркетплейсы в России** – учитываются площадки с оборотом более 100 млрд руб. в год, на которых представлены большинство товарных категорий, и у которых не менее четверти продаж осуществляется по модели маркетплейса. На декабрь 2023 г. это: Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет и Мегамаркет.



**4,03 млрд**

заказов

**+103%**



**1 090 руб.**

средний чек

**-6%**



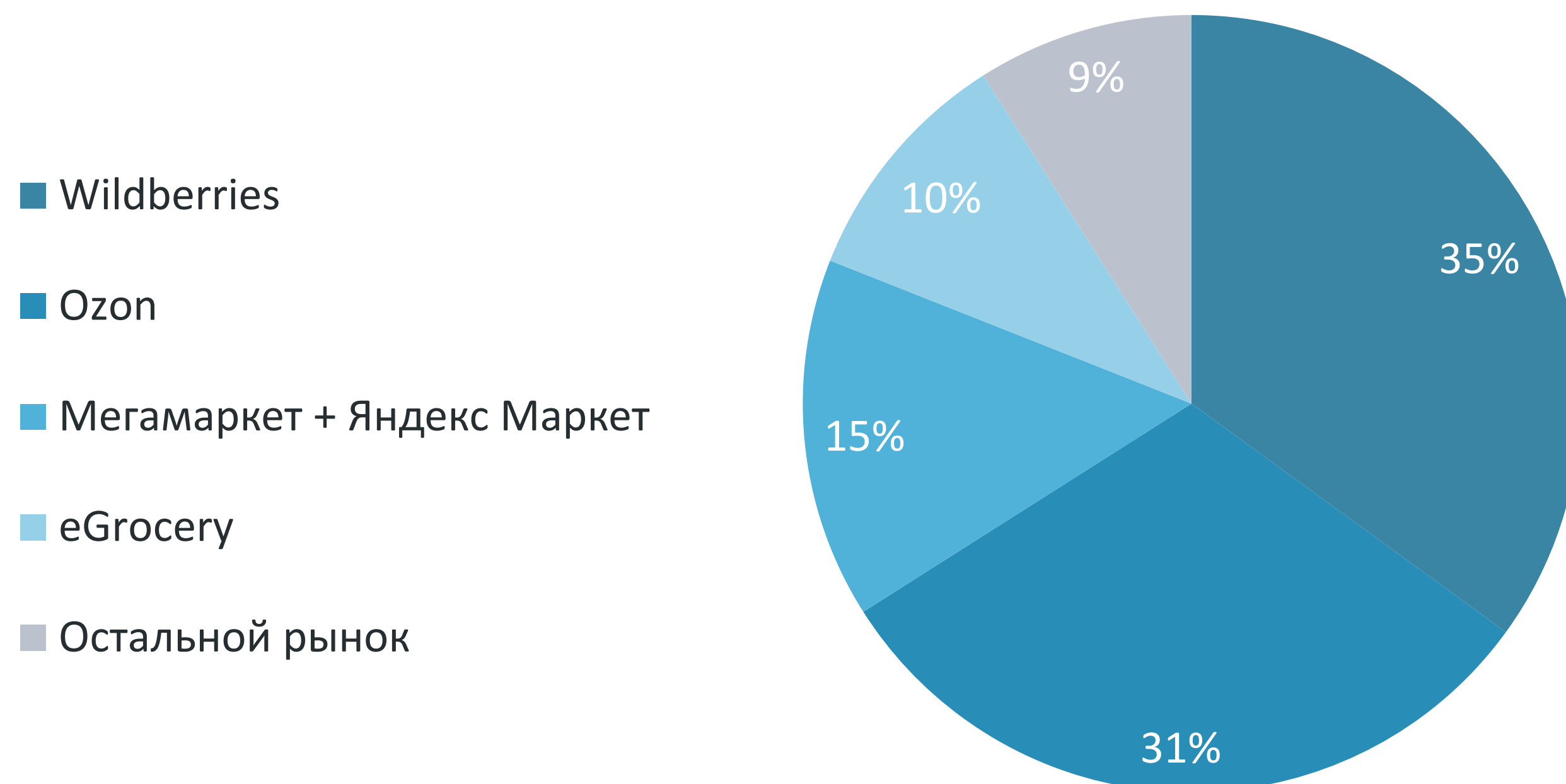
Источник: данные Data Insight, апрель 2024.



# 5 Структура прироста онлайн-продаж

В 2023 г. рынок eCommerce вырос на **2,6 трлн рублей**. Основная часть этого роста пришлась на Wildberries и Ozon (соответственно **35%** и **31%**), а в сумме четыре крупнейших маркетплейса обеспечили более **80%** от всего роста рынка.

Распределение прироста рынка по категориям игроков, 2023, млрд руб.



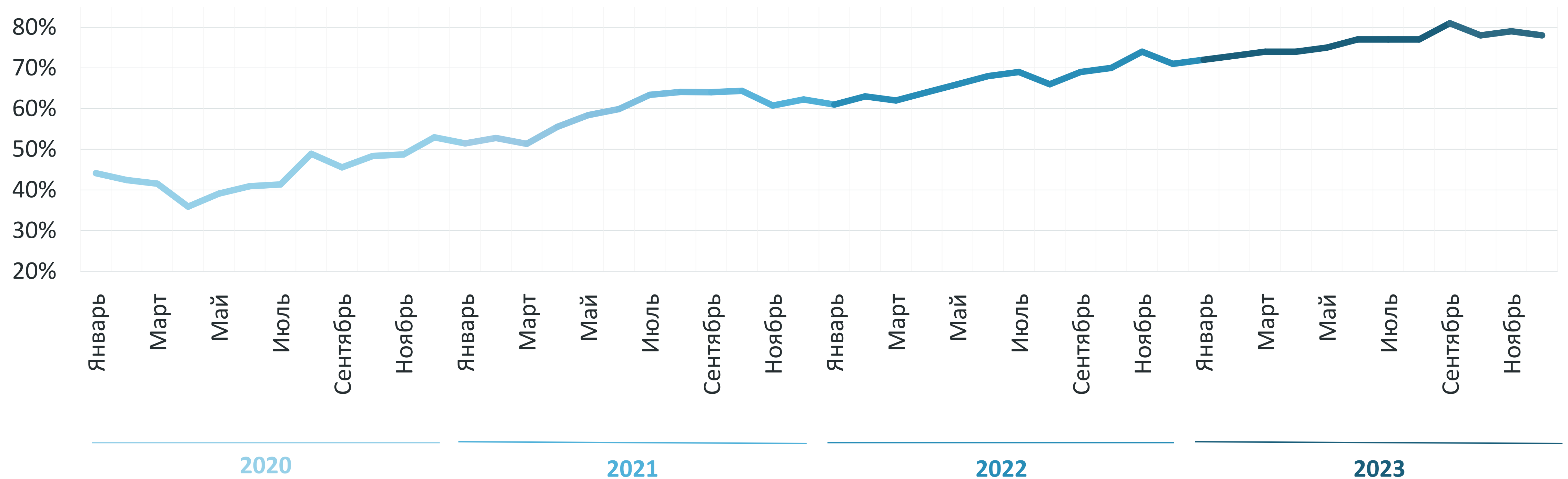
Источник: данные Data Insight, апрель 2024.



# 5 / Доля Wildberries и Ozon в онлайн-заказах

В 2023 совокупная доля двух крупнейших российских маркетплейсов Wildberries и Ozon от всех онлайн-заказов продолжала расти. Во втором полугодии этот показатель достиг составил **78%** против **70%** за тот же период 2022 года.

### Динамика доли Wildberries и Ozon от всех онлайн-заказов, 2020-2023



Источник: данные Data Insight, апрель 2024.



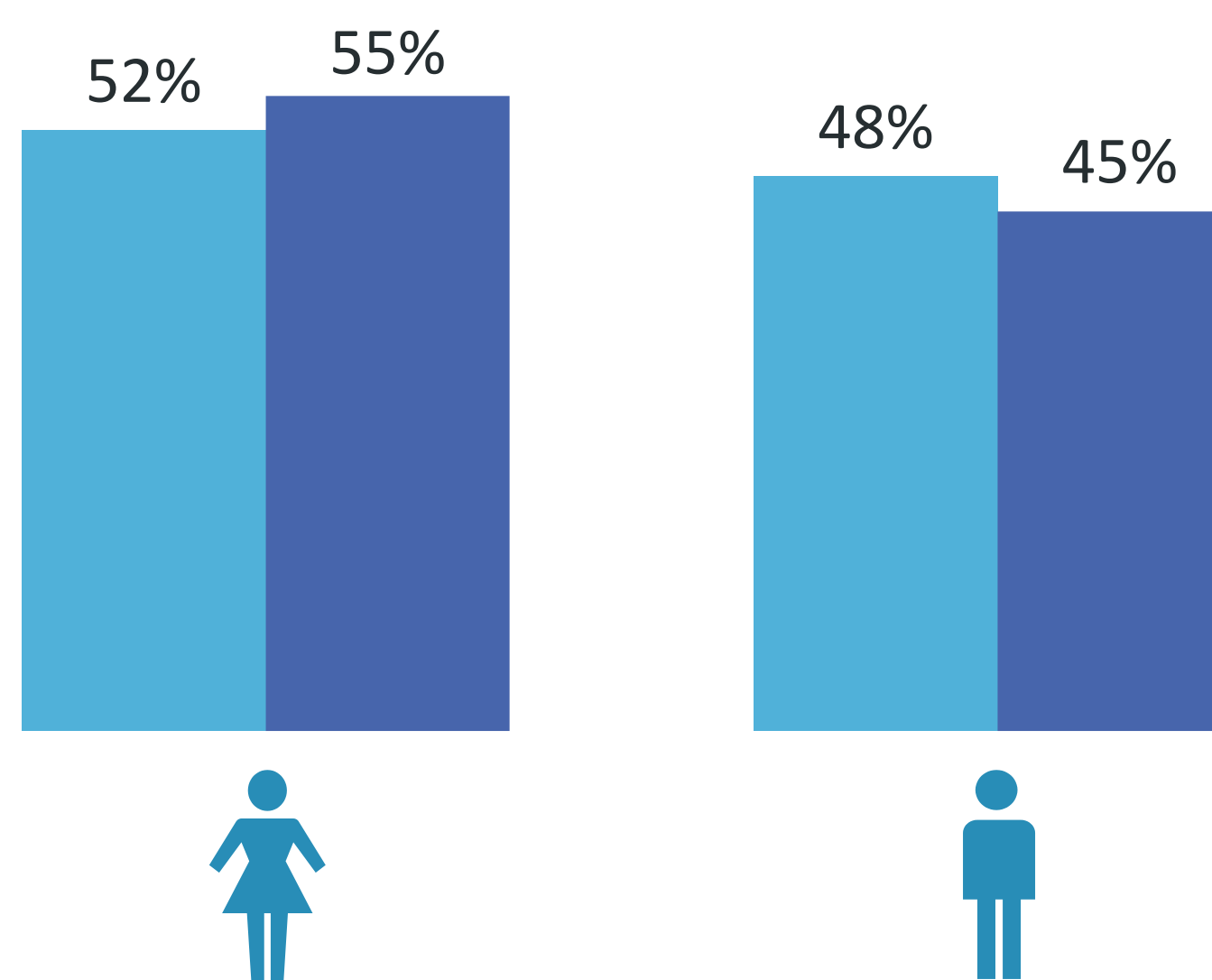
# 5 / Покупатели на маркетплейсах: портрет

По сравнению с аудиторией категорийных магазинов, покупательская аудитория маркетплейсов более сбалансированная – в ней меньше перекос в сторону женщин и возраста от 25 до 44 лет.

### Распределение по возрасту



### Распределение по полу



Онлайн-опрос покупателей в рамках исследования «Как потребители выбирают бренды на страницах маркетплейсов», ноябрь 2023.

База: Россия, города 1млн+, 18-65, совершали покупки на маркетплейсах за последние 6 месяцев, N=1650.

Источник: Data Insight. Выбор брендов на маркетплейсах, 2023 – [datainsight.ru/DI\\_Choosing\\_brands\\_on\\_marketplaces\\_2023](https://datainsight.ru/DI_Choosing_brands_on_marketplaces_2023).

© ООО «Дейта Инсайт», 2024





# 5 / Факторы выбора товара на маркетплейсе

## Ценовые

Более выгодная цена, чем на другие аналогичные товары	46%
Наличие скидки на товар или участие в акции	33%

## Сервисные

Более быстрая доставка, чем у других аналогичных товаров	19%
--	-----

## Лояльность

Наличие положительных отзывов о товаре	39%
Отзывы от покупателей о том, что товар является оригинальным	25%
Отсутствие отрицательных отзывов о товаре	24%
Высокий рейтинг продавца	23%
Наличие программы лояльности у продавца	14%
Этот товар из коллекции известного мне бренда	8%

## Информационные

Наличие фото и видео товара от покупателей	30%
Подробное описание характеристик товара в карточке	30%
Наличие оригинальных фото и видео в карточке товара от продавца	19%
Наличие сертификатов, подтверждающих качество товара	12%
Наличие сертификатов, подтверждающих оригинальность товара	12%

Онлайн-опрос покупателей в рамках исследования «Как потребители выбирают бренды на страницах маркетплейсов», ноябрь 2023.

Вопрос: «Что из этого, при выборе товаров на Вашем основном маркетплейсе, убедит Вас сделать выбор в пользу конкретного товара?» База: Россия, города 1млн+, 18-65, совершали покупки на маркетплейсах за последние 6 месяцев, N=1650.

Источник: Data Insight. Выбор брендов на маркетплейсах, 2023 – [datainsight.ru/DI\\_Choosing\\_brands\\_on\\_marketplaces\\_2023](https://datainsight.ru/DI_Choosing_brands_on_marketplaces_2023).

# 5 / Отказ от покупки товара на маркетплейсе

Наличие отрицательных отзывов о товаре (45%) почти настолько же важно, как и более высокая цена, чем на аналогичные товары (44%), когда речь идет о том, что может побудить покупателей отказаться от покупки товара в пользу другого, аналогичного. Еще 31% покупателей учитывают при выборе рейтинг продавца, а почти четверть покупателей не станут покупать товар, если его карточка не будет подробно заполнена.

## Что заставит отказаться от покупки товара на маркетплейсе



Полный график можно посмотреть в исследовании [«Как потребители выбирают бренды на страницах маркетплейсов»](#)

Онлайн-опрос покупателей в рамках исследования «Как потребители выбирают бренды на страницах маркетплейсов», ноябрь 2023.

Вопрос: «А что из этого заставит Вас точно отказаться от покупки конкретного товара на Вашем основном маркетплейсе?». База: Россия, города 1млн+, 18-65, совершали покупки на маркетплейсах за последние 6 месяцев, N=1650.

Источник: Data Insight. Выбор брендов на маркетплейсах, 2023 – [datainsight.ru/DI\\_Choosing\\_brands\\_on\\_marketplaces\\_2023](https://datainsight.ru/DI_Choosing_brands_on_marketplaces_2023).





## Как стартующим брендам привлечь покупателей?

35%

покупателей хотят видеть отзывы о новом (ранее им неизвестном) бренде на маркетплейсе

30%

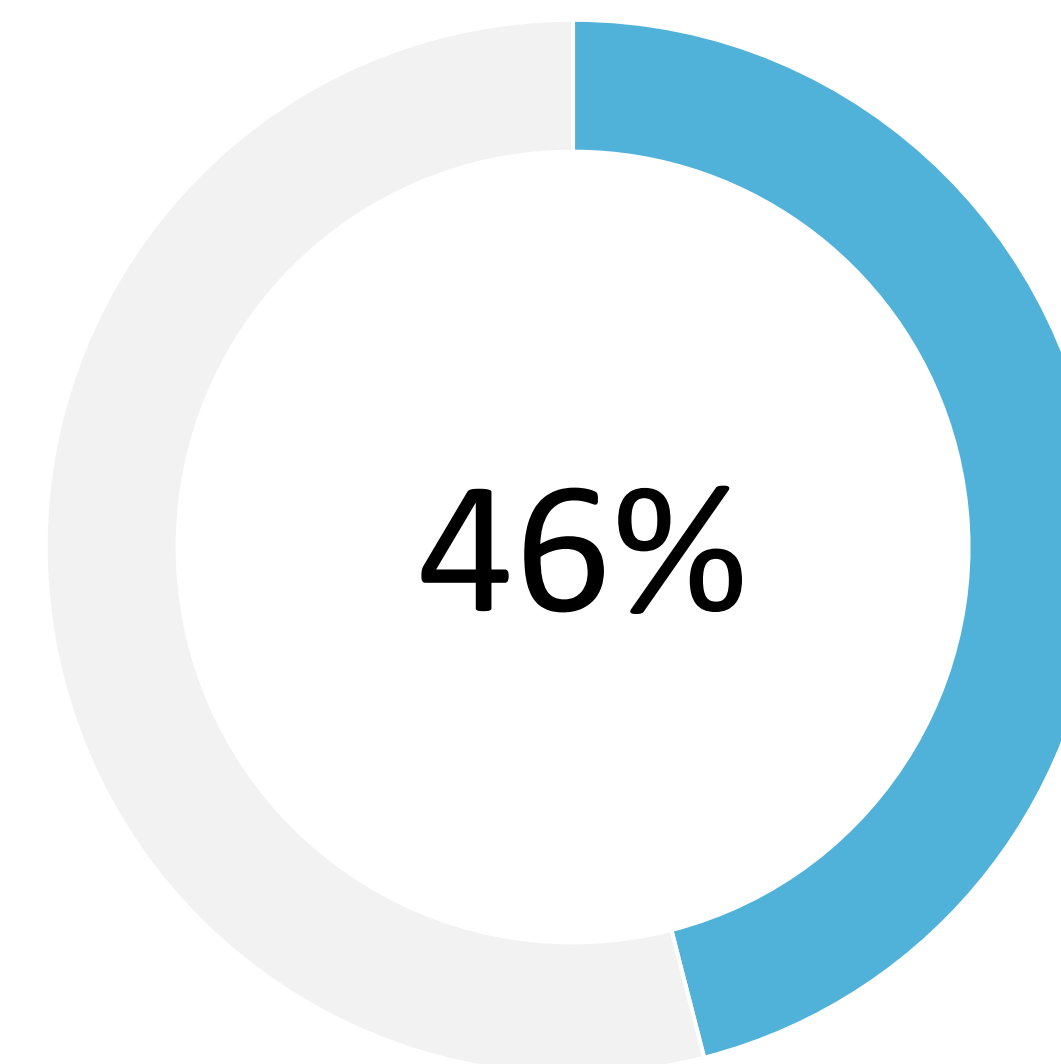
покупателей прислушаются к рекомендациям родственников, друзей, коллег

25%

покупателей хотят видеть у новых брендов более низкую цену, чем у известных брендов

22%

покупателей купят товар нового бренда, если он будет превосходить по характеристикам привычный бренд



Покупают товары новых брендов\* на маркетплейсах

\*Новые бренды – те бренды, недавно появившиеся и вышедшие на маркетплейсы, которые пользователям были до этого неизвестны и с которыми они познакомились на маркетплейсе.

Онлайн-опрос покупателей в рамках исследования «Как потребители выбирают бренды на страницах маркетплейсов», ноябрь 2023.

Вопрос: «Что могло бы побудить Вас купить на маркетплейсе товар нового, ранее незнакомого Вам бренда?». База: Россия, города 1млн+, 18-65, совершали покупки на маркетплейсах за последние 6 месяцев, N=1650.

Источник: Data Insight. Выбор брендов на маркетплейсах, 2023 – [datainsight.ru/DI\\_Choosing\\_brands\\_on\\_marketplaces\\_2023](https://datainsight.ru/DI_Choosing_brands_on_marketplaces_2023).

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

**точка** | МАРКЕТПЛЕЙСЫ

# Маркетплейсов много — кабинет *один*

Управляйте товарами и заказами  
на нескольких площадках  
из Единого кабинета

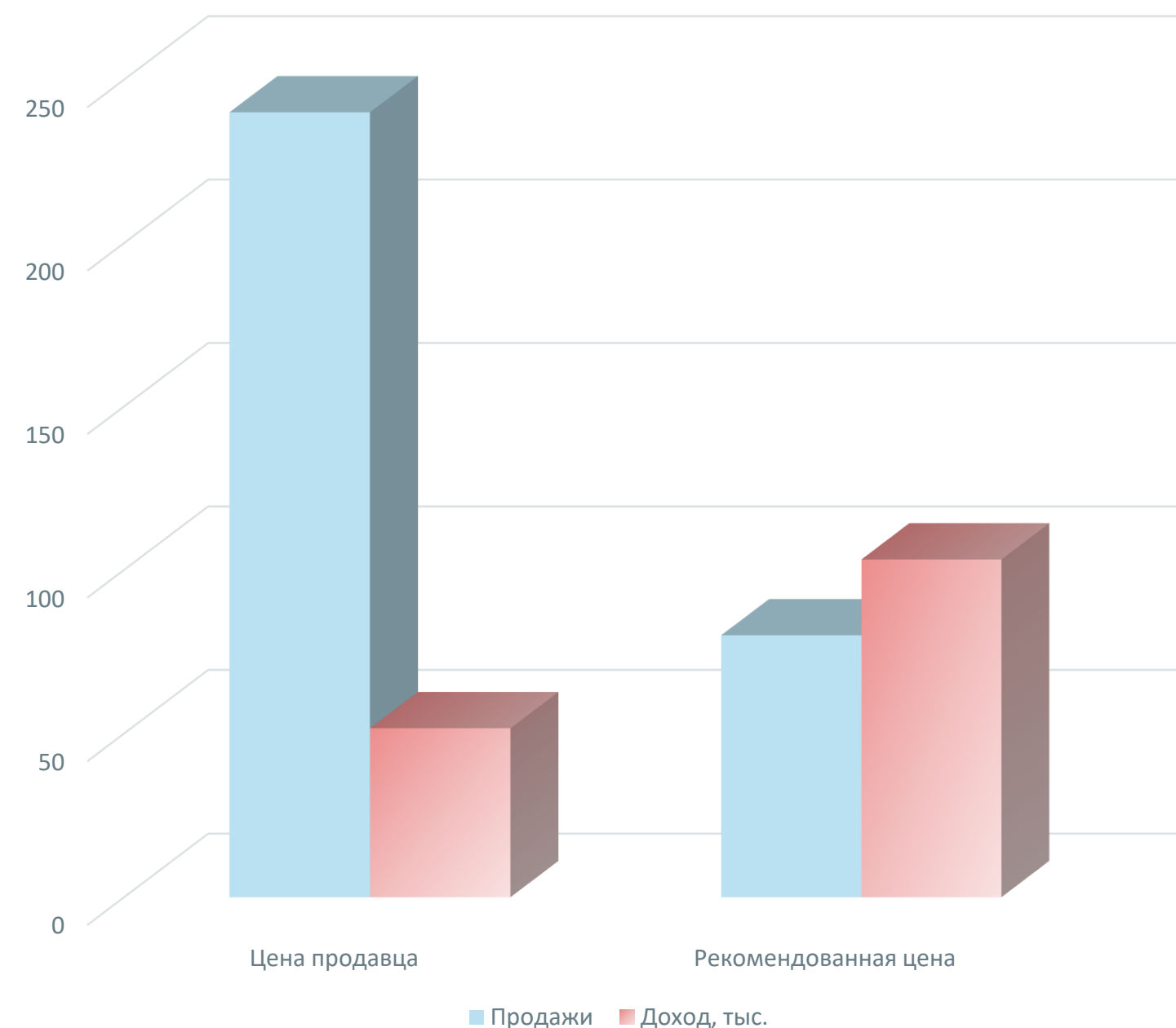




# Кейс клиента сервиса «Точка Маркетплейсы»

В 2022 году «Точка» запустила сервис для онлайн-торговли «Точка Маркетплейсы». С его помощью селлер может эффективно управлять продажами, контролировать доходы и расходы, создавать и переносить карточки с товарами, анализировать полученные данные, а также автоматически обновлять остатки через единый интерфейс.

В Единый кабинет «Точка Маркетплейсы» обратился клиент, торгующий товарами для дома сразу на трёх площадках: Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет. Он хотел улучшить операционные процессы и упростить сборку товаров, так как ежедневно приходилось обрабатывать и отправлять 300 заказов.



## Результаты подключение сервиса

- Благодаря работе в Едином кабинете удалось в два раза ускорить процесс сборки заказов. Все заказы, поступившие с разных маркетплейсов, были в единой ленте.
- Более того, при исследовании аналитики продаж в сервисе, стало ясно, что самый популярный товар магазина приносит лишь 5% маржи и буквально уничтожает операционную мощность. На основе выявленных цифр мы предложили клиенту увеличить стоимость товара на 20%. Несмотря на то, что изменение цены снизило продажи в 3 раза, чистая прибыль от товара возросла. Клиент стал тратить меньше ресурсов на сборку заказов, оптимизировал штат сотрудников и стал получать больше прибыли.



## Рейтинг Топ-100 интернет-магазинов 2023

- Рейтинг Топ-100 интернет-магазинов от Data Insight
- Топ-100 2023: динамика, порог вхождения, структура
- Лидеры категорий и роста
- E-commerce Index Топ-100: победители 2023



**Рейтинг Топ-100 интернет-магазинов России** – список 100 крупнейших интернет-магазинов России, ранжированный по объему онлайн-продаж. Рейтинг публикуется ежегодно с 2016, 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	универсальные магазины	2 143 700	73%	2 976 200	104%	720	-15%
2	ozon.ru	универсальные магазины	1 369 000	125%	914 400	103%	1 500	11%
3	market.yandex.ru	универсальные магазины	370 600	57%	96 700	101%	3 750	-22%
4	megamarket.ru	универсальные магазины	312 700	417%	49 300	199%	7 220	73%
5	dns-shop.ru	электроника и техника	239 400	17%	17 100	5%	14 000	11%
6	samokat.ru	FMDG	159 900	111%	190 600	56%	840	33%
7	vseinstrumenti.ru	товары для дома	151 600	56%	21 900	47%	6 920	6%
8	citilink.ru	электроника и техника	151 200	2%	9 100	-16%	16 600	23%
9	sbermarket.ru	FMDG	127 100	50%	55 400	68%	2 290	-11%
10	vkusvill.ru	FMDG	126 600	53%	96 800	53%	1 280	0%
11	mvideo.ru	электроника и техника	122 500	12%	9 900	-14%	12 400	30%
12	lamoda.ru	одежда, обувь и аксессуары	119 300	31%	23 000	28%	5 190	3%
13	simland.ru	универсальные магазины	80 600	11%	12 100	36%	6 660	-18%
14	laska.yandex.ru	FMDG	77 400	67%	72 900	54%	1 060	8%
15	goldapple.ru	красота	76 400	98%	18 500	83%	4 130	8%
16	petrovich.ru	товары для дома	75 700	9%	4 310	6%	17 600	3%
17	apteka.ru	здоровье	73 100	0%	46 700	6%	1 570	-6%
18	leroymerlin.ru	товары для дома	67 600	16%	7 600	18%	8 890	-2%
19	detmir.ru	товары для детей	59 400	8%	39 400	17%	1 480	-8%
20	sportmaster.ru	спорт и активный отдых	57 000	73%	11 000	49%	5 180	16%
21	letu.ru	красота	56 700	87%	13 600	72%	4 170	9%
22	etm.ru	товары для дома	51 600	24%	2 380	16%	21 700	8%
23	eldorado.ru	электроника и техника	49 800	16%	4 330	-4%	11 300	21%
24	dostavka.Ska.ru	FMDG	42 400	81%	29 800	104%	1 420	-11%
25	onlinetrade.ru	универсальные магазины	39 800	14%	4 100	8%	9 460	6%
26	eda.yandex.ru	FMDG	34 000	69%	17 300	57%	1 970	8%
27	komus.ru	офис и бизнес	33 600	71%	3 350	60%	10 000	7%
28	lenta.com	FMDG	32 500	38%	13 800	42%	2 360	-3%
29	market-delivery.yandex.ru	FMDG	29 400	2%	23 600	-14%	1 250	19%
30	espteka.ru	здоровье	29 900	31%	17 700	25%	1 630	5%
31	perekrestok.ru	FMDG	26 900	27%	14 600	30%	1 840	-2%
32	kolesa-darom.ru	автотовары	26 300	23%	950	20%	27 700	3%
33	vprok.ru	FMDG	25 900	1%	4 400	-18%	5 890	23%
34	hoff.ru	товары для дома	25 600	23%	2 230	23%	11 500	1%
35	sunlight.net	подарки и развлечения	25 200	34%	3 800	23%	6 630	9%
36	rivegauche.ru	красота	22 500	59%	2 800	45%	8 040	10%
37	exist.ru	автотовары	22 200	12%	6 000	3%	3 700	9%
38	faberlic.com	красота	21 000	14%	7 500	5%	2 800	9%
39	kazanexpress.ru	универсальные магазины	17 600	-10%	22 000	-14%	800	4%
40	petshop.ru	FMDG	17 100	6%	4 700	-3%	3 640	9%
41	officemag.ru	офис и бизнес	16 900	16%	1 260	16%	13 400	0%
42	zdrevcity.ru	здоровье	16 300	21%	9 900	35%	1 650	-10%
43	magnit.ru	FMDG	15 500	157%	10 000	129%	1 550	12%

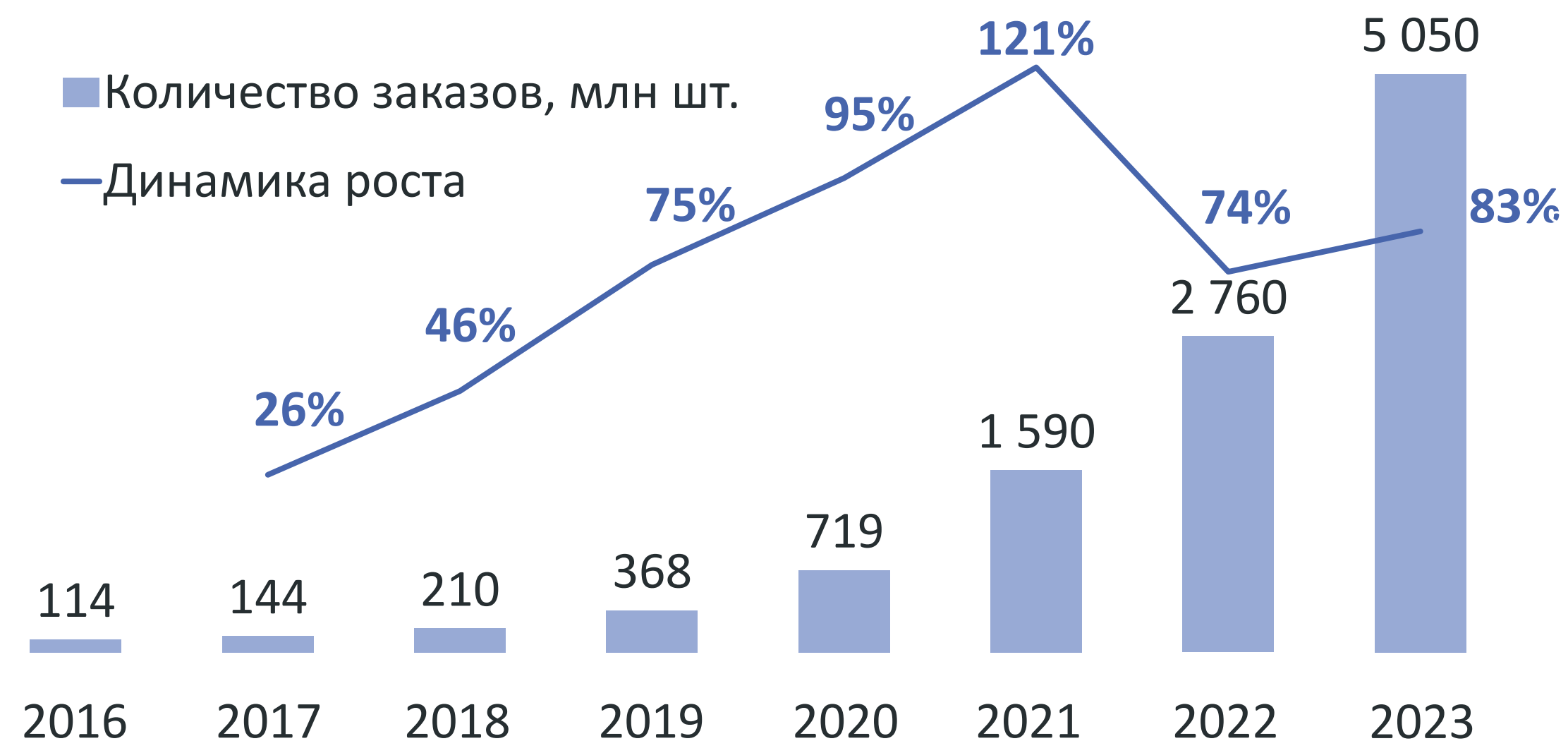
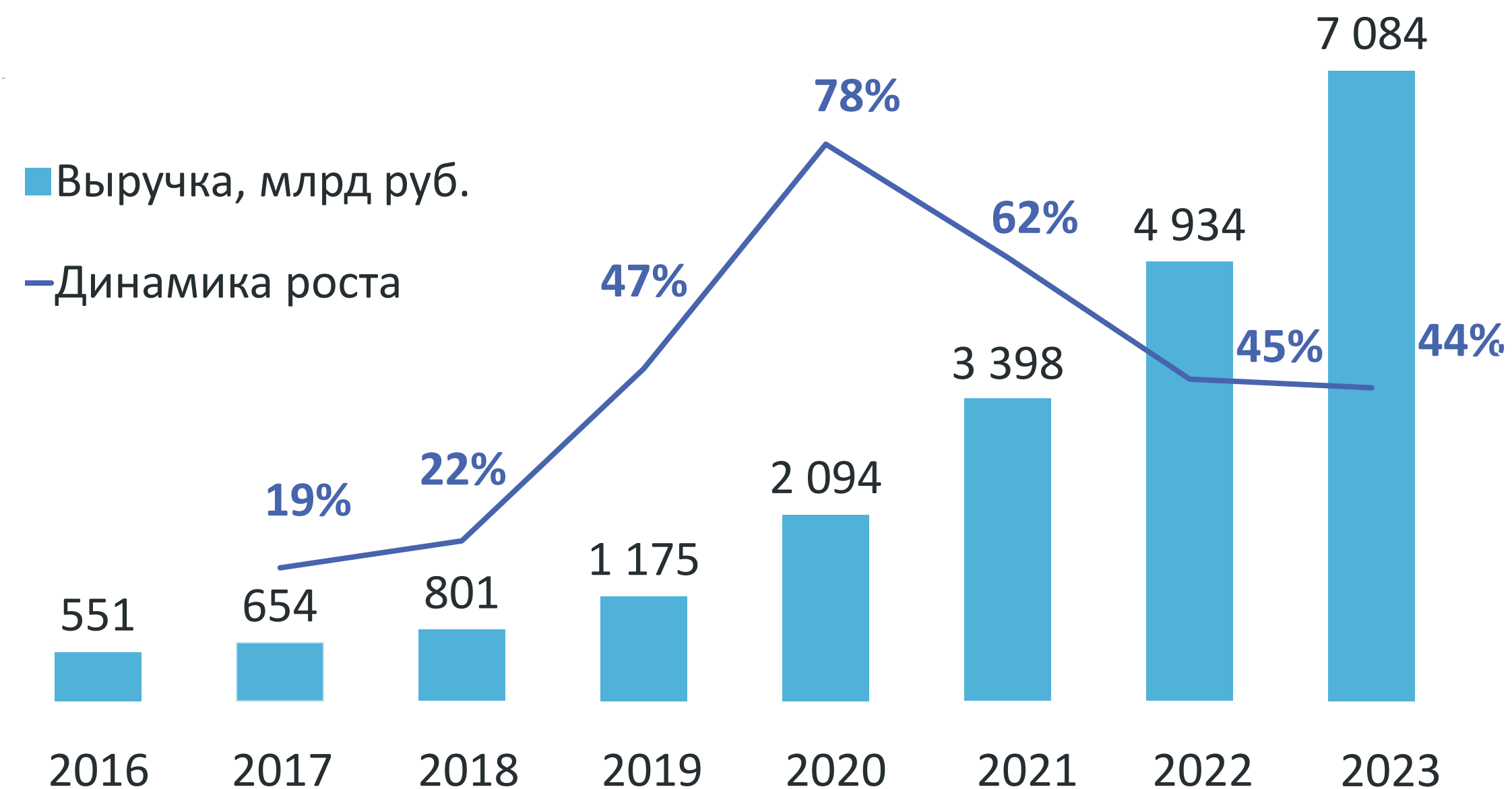
Источник: Data Insight, Рейтинг Топ-100 интернет-магазинов в России 2023, 2024 – top100.datainsight.ru

# 6 / Динамика Топ-100: деньги и заказы

Объем выручки для Топ-100 российских онлайн-ритейлеров увеличился на **44%** в 2023, достигнув более **7 трлн руб.** Количество заказов за этот период также выросло и составило **5 млрд**, превосходя предыдущий год в **1,8** раза.

### Объем онлайн-продаж, млрд руб.

### Заказы, млн шт.



Данные до 2020 включительно – с учетом клиентских возвратов, данные за 2021 – за вычетом клиентских возвратов (без их вычета значение за 2021 было бы на 2–3% выше). Данные за 2022 и ранее включают выручку маркетплейсов от услуг селлерам; без учета выручки от услуг селлерам объем онлайн-продаж топ100 в 2022 году составил бы 4384 млрд, а рост объем онлайн-продаж в 2023 году составил бы +61%.

Источник: Data Insight. Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100, 2023, 2024 – [datainsight.ru/winners-top100-2023](https://datainsight.ru/winners-top100-2023).

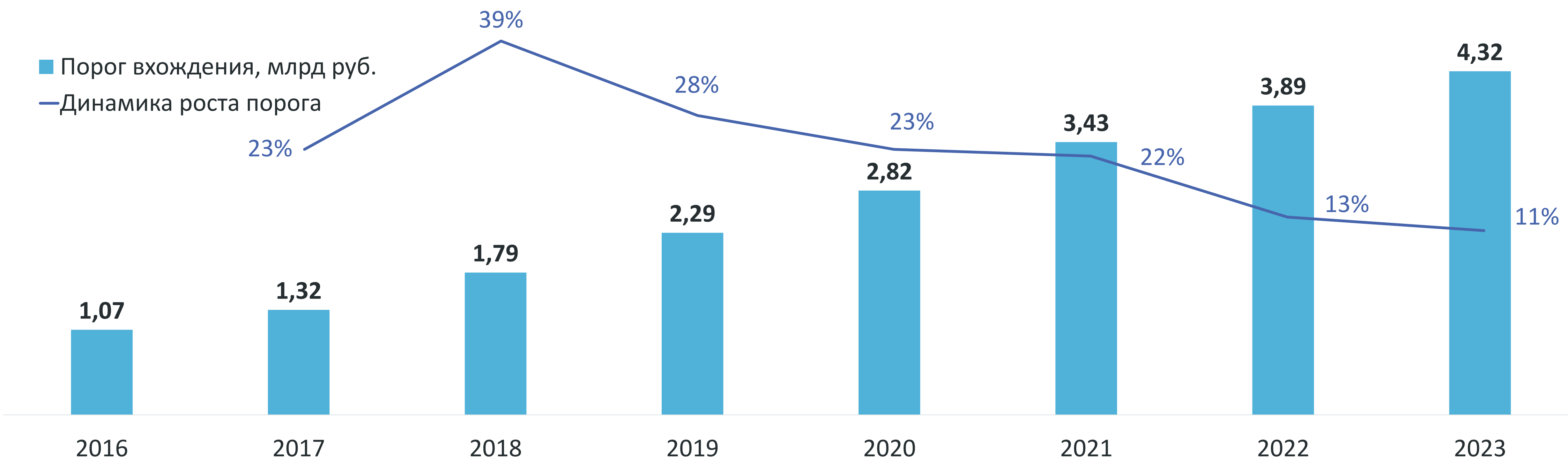




# 6 / Порог вхождения в Топ-100

Порог вхождения в Топ-100 вырос за год на **11%** или **430 млн рублей** до более чем **4,3 млрд**. Впервые с 2018 года порог вхождения за год поднялся менее чем на **450 миллионов**.

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



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

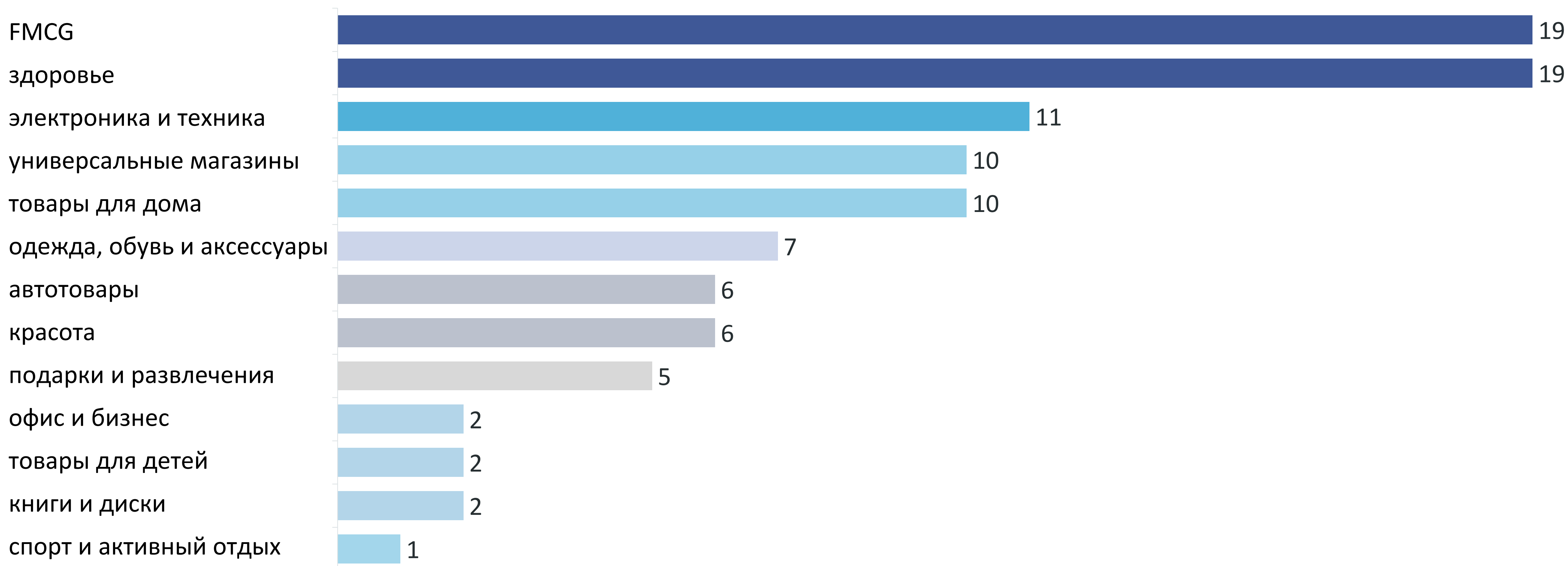
Источник: Data Insight. Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100, 2023, 2024 – [datainsight.ru/winners-top100-2023](https://datainsight.ru/winners-top100-2023).



# 6 / Структура Топ-100: товарные категории

В 2023 два лидера по количеству проектов в Топ-100: «FMCG» и «Здоровье». В этих категориях по 19 интернет-магазинов. В категории «FMCG» 16 из 19 магазинов относятся к подкатегории «Продукты питания».

Распределение интернет-магазинов Топ-100 по товарным категориям



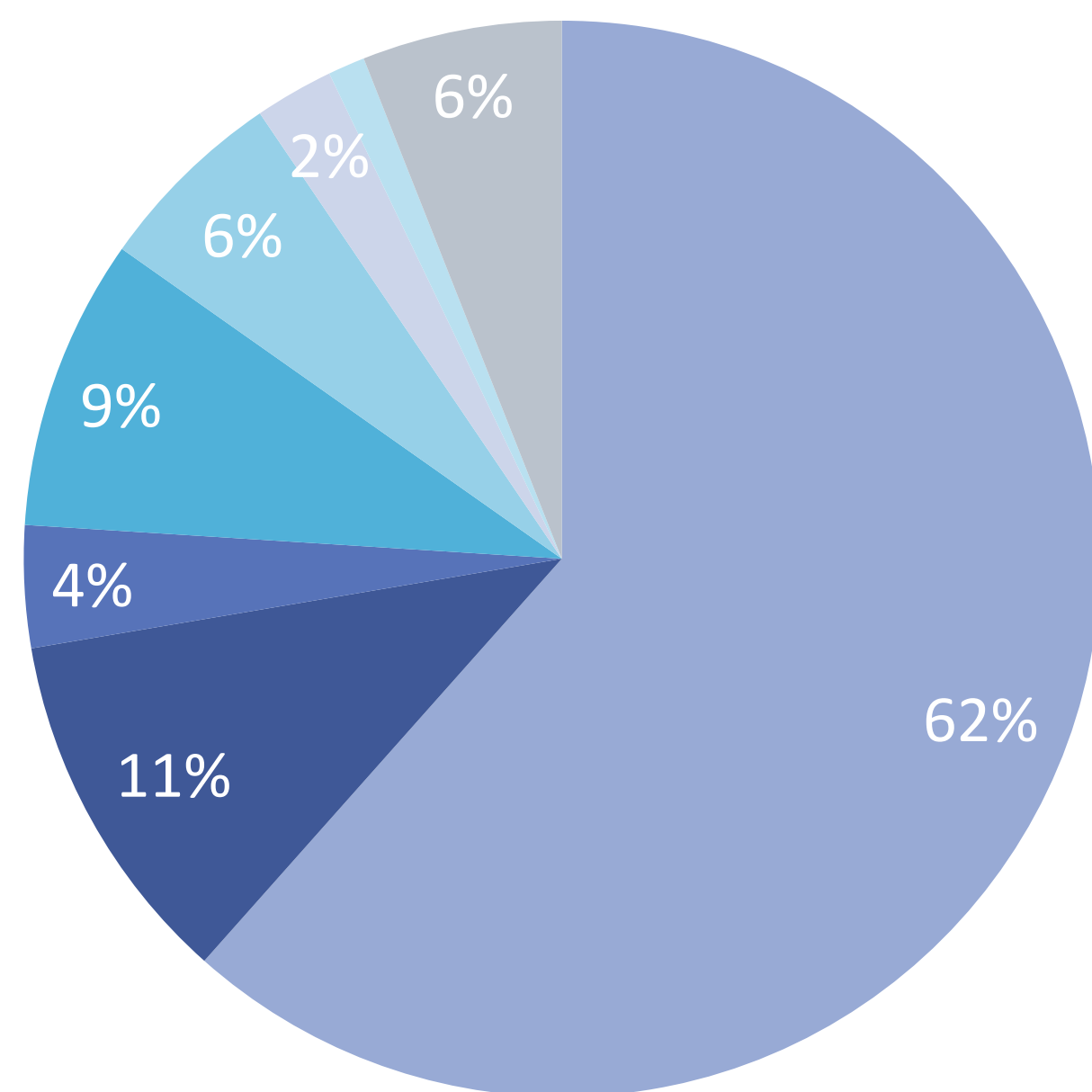
Источник: Data Insight. Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100, 2023, 2024 – [datainsight.ru/winners-top100-2023](https://datainsight.ru/winners-top100-2023).



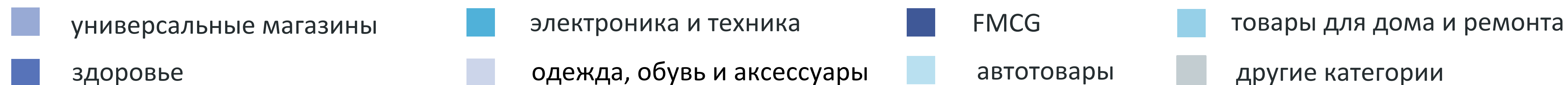
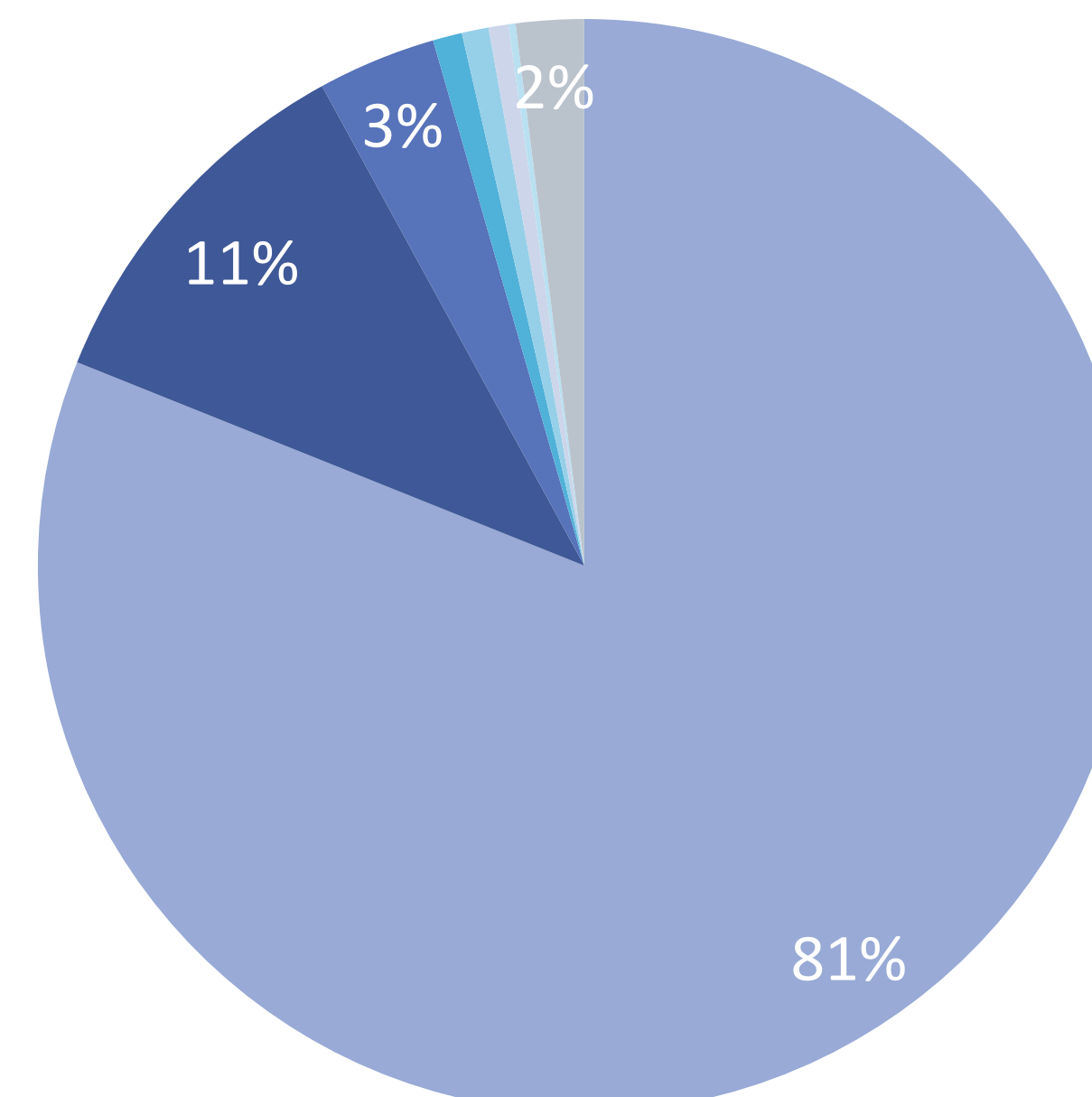
## 6 Структура Топ-100: деньги и заказы

Категория «FMCG» включает 19 проектов, однако обеспечивает лишь 11% от общего объема продаж. Лидером по объему онлайн-продаж и заказам являются универсальные магазины: на них приходится более половины объема продаж и более двух третей заказов. Несмотря на малую (1%) долю заказов, магазины категории «Электроника и техника» дают значительную (9%) долю объема онлайн-продаж.

### Объем онлайн-продаж



### Заказы



Источник: Data Insight. Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100, 2023, 2024 – [datainsight.ru/winners-top100-2023](https://datainsight.ru/winners-top100-2023).

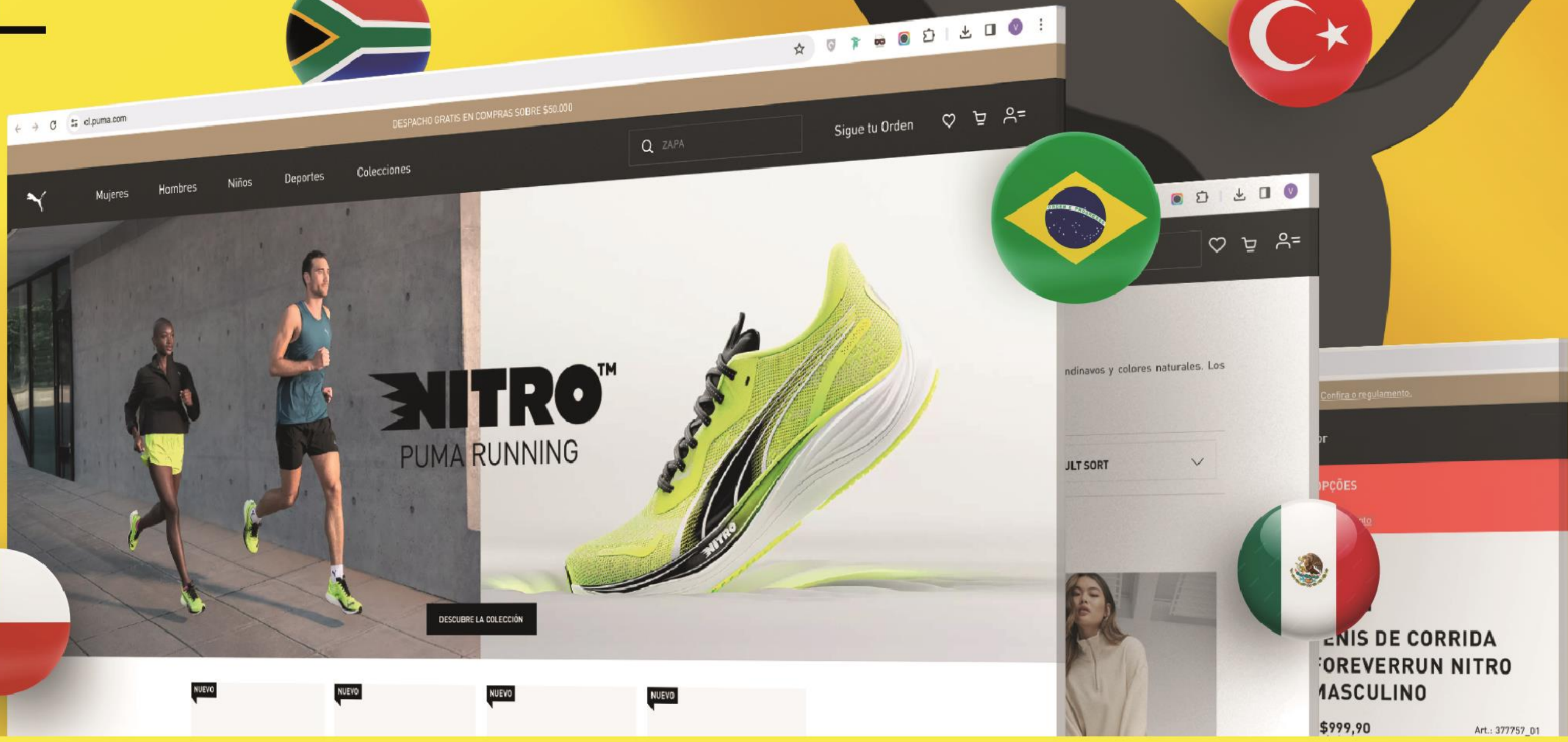
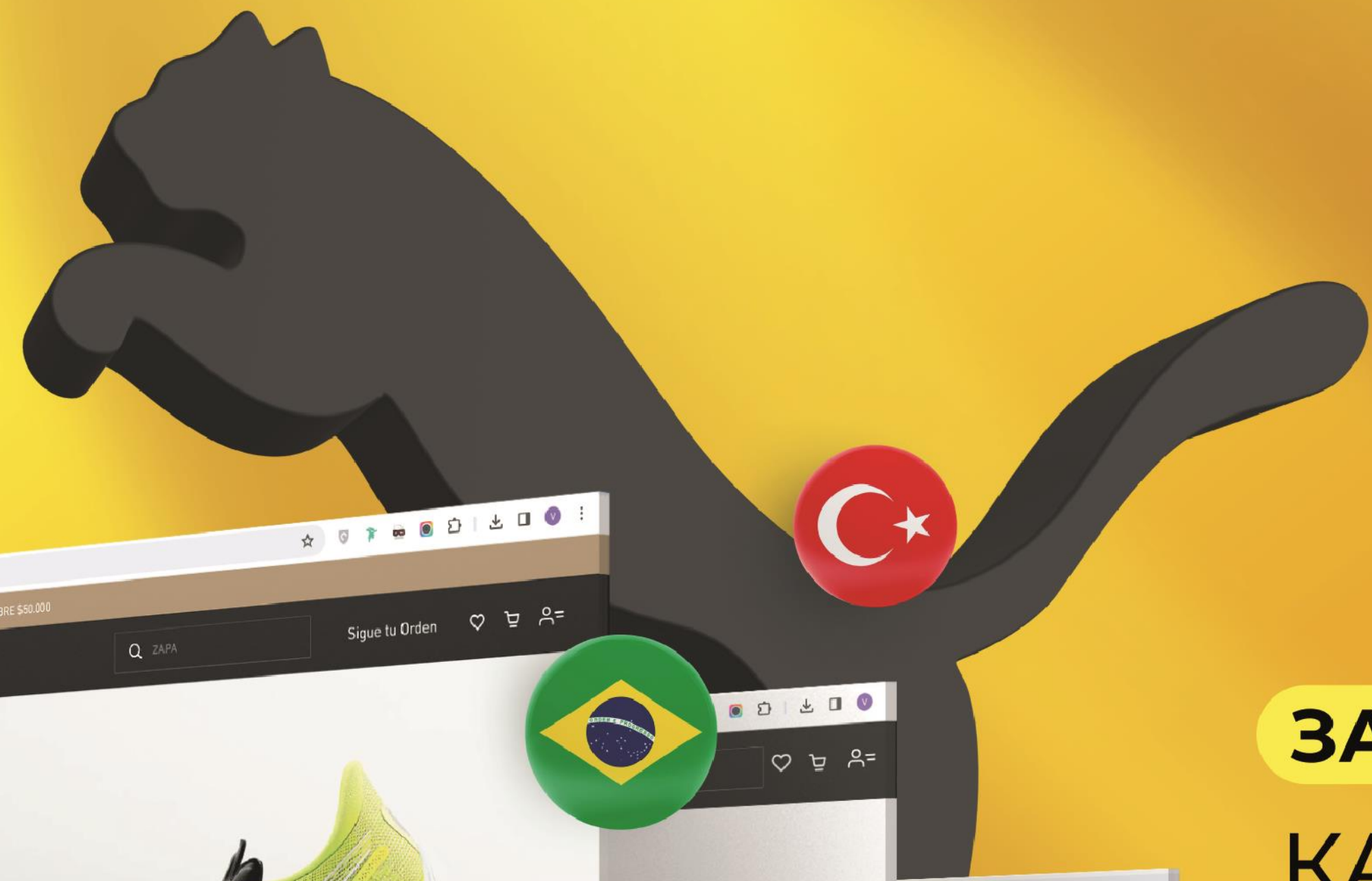




Надежные IT-решения для крупного eCommerce

oggetto.ru

# БЫСТРЫЕ РОЛЛАУТЫ НА НОВЫЕ РЫНКИ



ЗАПУСК В НОВЫХ СТРАНАХ

**ЗА 2 МЕСЯЦА**

**КАК У PUMA**





# 6 / Лидеры категорий 2023

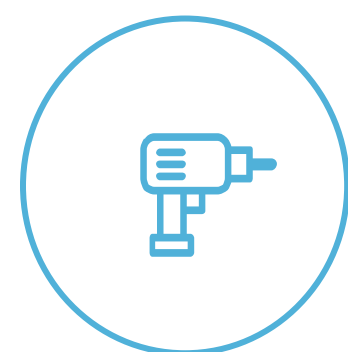


Номинация	FMCG (19 магазинов)	Здоровье (19 магазинов)	Электроника и техника (11 магазинов)	Универсальные магазины (10 магазинов)
Лидер по объему продаж (млн руб.)	Samokat.ru, 159 900	Apteka.ru, 73 100	Dns-shop.ru, 239 400	Wildberries.ru, 2 143 700
Лидер по количеству заказов (тыс. шт.)	Samokat.ru, 190 600	Apteka.ru, 46 700	Dns-shop.ru, 17 100	Wildberries.ru, 2 976 200
Лидер по среднему чеку (руб.)	Vprok.ru, 5 890	Stolichki.ru, 2 100	Xcom-shop.ru, 60 400	Rbt.ru, 10 100
Лидер роста по объему продаж	Magnit.ru, +157%	Megapteka.ru, +107%	Technopark.ru, +93%	Megamarket.ru, +417%
Лидер роста по количеству заказов	Winelab.ru, +134%	Megapteka.ru, +141%	Technopark.ru, +74%	Megamarket.ru, +199%
Лидер по росту среднего чека	Samokat.ru, +33%	Farmlend.ru, +6%	Mvideo.ru, +30%	Megamarket.ru, +73%

Источник: Data Insight. Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100, 2023, 2024 – [datainsight.ru/winners-top100-2023](https://datainsight.ru/winners-top100-2023).



# 6 / Лидеры категорий 2023



Номинация	Товары для дома и ремонта (10 магазинов)	Одежда, обувь и аксессуары (7 магазинов)	Автотовары (6 магазинов)	Красота (6 магазинов)
Лидер по объему продаж (млн руб.)	Vseinstrumenti.ru, 151 600	Lamoda.ru, 119 300	Kolesa-darom.ru, 26 300	Goldapple.ru, 76 400
Лидер по количеству заказов (тыс. шт.)	Vseinstrumenti.ru, 21 900	Lamoda.ru, 23 000	Exist.ru, 6 000	Goldapple.ru, 18 500
Лидер по среднему чеку (руб.)	Divan.ru, 53 200	Tsum.ru, 30 900	Shinservice.ru, 41 900	Rivegauche.ru, 8 040
Лидер роста по объему продаж	Nonton.ru, +87%	Stockmann.ru, +122%	Shinservice.ru, +70%	Goldapple.ru, +98%
Лидер роста по количеству заказов	Nonton.ru, +82%	Stockmann.ru, +93%	Shinservice.ru, +54%	Goldapple.ru, +83%
Лидер по росту среднего чека	Pm.ru, +19%	Laredoute.ru, +29%	Shinservice.ru, +10%	Oriflame.ru, +20%

Источник: Data Insight. Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100, 2023, 2024 – [datainsight.ru/winners-top100-2023](https://datainsight.ru/winners-top100-2023).






# 6 / Лидеры роста 2023 среди участников Топ-100, 2022

По объему продаж

По количеству заказов

По среднему чеку

	По объему продаж	По количеству заказов	По среднему чеку
1	Megamarket.ru +417% <b>мега маркет</b>	Megamarket.ru +199% <b>мега маркет</b>	Megamarket.ru +73% <b>мега маркет</b>
2	Magnit.ru +157% <b>МАГНИТ</b>	Magnit.ru +129% <b>МАГНИТ</b>	Samokat.ru +33% <b>САМОКАТ</b>
3	Ozon.ru +125% <b>OZON</b>	Dostavka.5ka.ru +104% 	Mvideo.ru +30% <i>М.видео</i>
	Средний рост*	Средний рост*	Средний рост*
	36%	30%	5%

\*Среди участников Топ-100, 2022, которые также вошли в Топ-100, 2023.

Источник: Data Insight. Рейтинг Топ-100 интернет-магазинов в России 2023, 2024 - top100.datainsight.ru.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

# 6 / E-commerce Index Top-100: победители 2023

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

В начале апреля 2024 Data Insight подвела итоги 2023. В мероприятии участвовали крупнейшие российские интернет-магазины и сервисы. Награждение прошло в 17 номинациях.

## Лидеры рынка

Крупнейшие интернет-магазины по обороту за 2023

### I место

**WILDBERRIES**

### II место

**OZON**

### III место

**Яндекс Маркет**

Источник: Data Insight. Церемония награждения победителей рейтинга eCommerce Index Top-100, 2023, 2024 – top100party.ru.



# 6 / E-commerce Index Top-100: победители 2023

## Лидер роста: стайер

Самые высокие минимальные за три года темпы роста.



## Лидер роста: ускорение

Максимальное улучшение динамики в 2023 относительно динамики 2022.

**ПЕРВЫЙ МЕБЕЛЬНЫЙ**

## 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.



Источник: Data Insight. Церемония награждения победителей рейтинга eCommerce Index Top-100, 2023, 2024 – top100party.ru.



# 6 / E-commerce Index Top-100: победители 2023

78

## Лидер роста: рост доли рынка

Наибольший прирост (разница) доли онлайн-рынка.



## Лидер роста: прорыв года

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



**ВИНЛАБ**  
СУПЕРМАРКЕТ НАПИТКОВ

## Лидер роста: лидер среди селлеров

Мультибрендовый селлер с наибольшим объемом продаж на маркетплейсах.



## Лидер роста: рост в мобайле

Лидер по динамике количества установок приложения



Источник: Data Insight. Церемония награждения победителей рейтинга eCommerce Index Top-100, 2023, 2024 – top100party.ru.





## 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.

**SOKOLOV**

## Бренд в онлайнe: развитие ритейл-бренда

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

flowwow

## Бренд на маркетплейсах: развитие

Самый быстрорастущий из Топ-100 брендов на маркетплейсах.

**GALTEX**

## Бренд на маркетплейсах: прорыв года

Самый большой по объему продаж на маркетплейсах бренд из числа тех, кто не входил Топ-100 на маркетплейсах годом ранее.

**[ТЕЛОДВИЖЕНИ'Я]**

# 6 / E-commerce Index Top-100: победители 2023

80

## Бренд в онлайн: продажи на маркетплейсах

Бренд с наибольшим объемом прямых продаж через маркетплейсы.

**sela**

## CPA-маркетинг. Лучшее развитие своей партнерской сети

Специальная номинация от генерального партнера Adv.Cake.

**36.6** интернет  
аптека

Источник: Data Insight. Церемония награждения победителей рейтинга eCommerce Index Top-100, 2023, 2024 – top100party.ru.





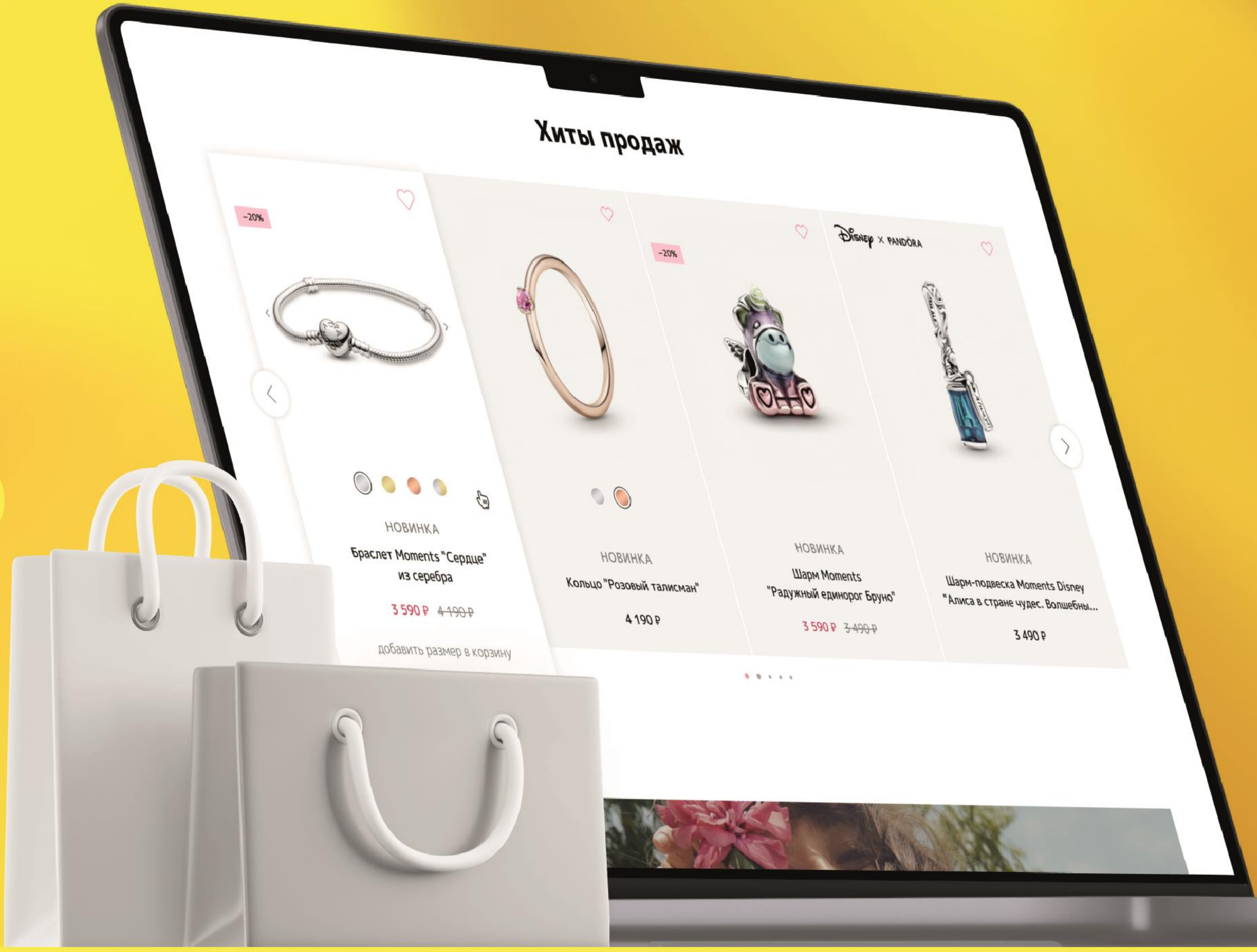


Надежные IT-решения для крупного eCommerce

oggetto.ru

# MVP ИНТЕРНЕТ- МАГАЗИНА

**ЗА 1,5 МЕСЯЦА**



СТАРТ  
«С НУЛЯ»  
ИЛИ БЫСТРЫЙ  
ПЕРЕЗАПУСК



# Российский рынок eGroscery

- eGroscery в России, 2023
- Динамика количества заказов, 2022-2023
- Средний чек онлайн-заказа
- Цель онлайн-заказа
- Ключевые выводы об онлайн-покупателях продуктов
- Прогноз: объем рынка в 2024





# 9 / Бюллетень eGrocery Data Insight



## Бюллетень eGrocery в России

В бюллетене раскрываются основные цифры, характеризующие рынок онлайн продажи продуктов за февраль 2024 года.



## Приложение к бюллетеню eGrocery

Включает данные по количеству заказов в основных регионах присутствия для ТОП-15 крупнейших магазинов.

**Оформить  
ежемесячную подписку**

# 9 / eGrocery в России, 2023

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.



**607 млн**

заказов

**+48%**



**1 410 руб.**

средний чек

**+5%**

**809**

**млрд руб.**

**объем рынка**

**+43%**

Источник: Data Insight, 2024: ежемесячный бюллетень eGrocery – [datainsight.ru/eGrocery\\_february\\_2024](https://datainsight.ru/eGrocery_february_2024)

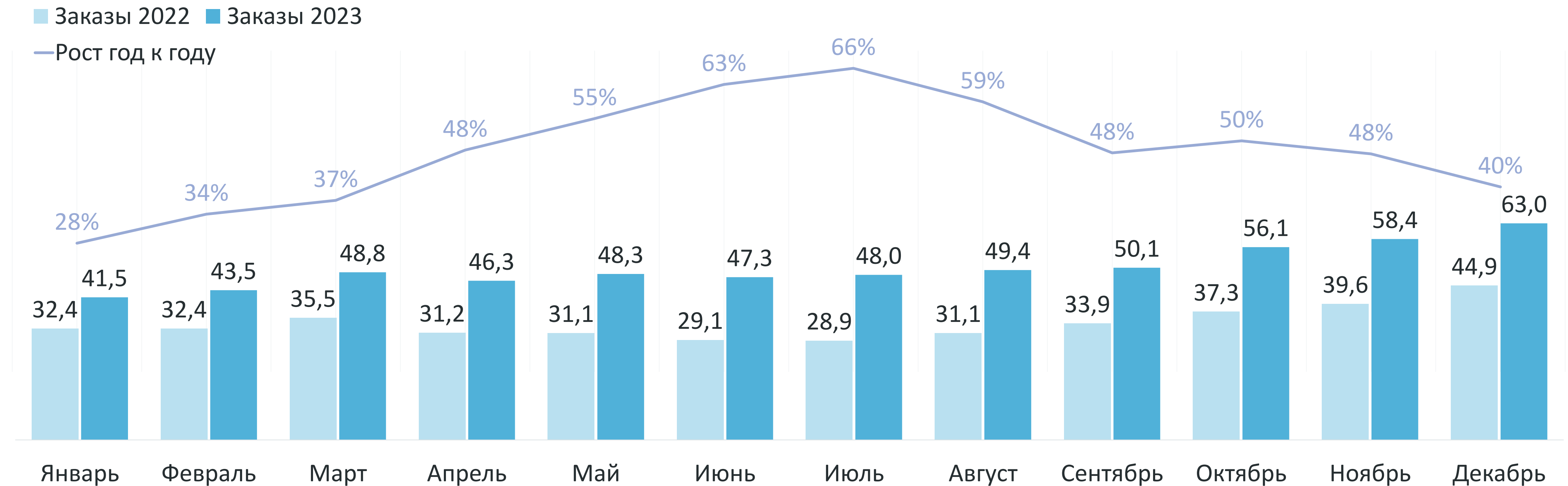




# 9 / Динамика количества заказов

В 2022 после мартовского всплеска количество заказов снижалось с апреля по июль. Рост возобновился с августа, а в декабре количество заказов приблизилось к **45 млн**. В 2023 мы наблюдали сходную картину: заметный рост в марте и переменная динамика конца весны - начала лета. Декабрь 2023 с показателем **63 млн** заказов стал рекордным за всю историю.

### Количество заказов по месяцам, 2022-2023, млн



Не учитываются продажи маркетплейсов с несрочной доставкой.

Источник: Data Insight, 2023: ежемесячный бюллетень eGrocery – [datainsight.ru/eGrocery\\_January\\_2024](https://datainsight.ru/eGrocery_January_2024).

© ООО «Дейта Инсайт», 2024



## 9 / Средний чек онлайн-заказа

Чек **20%** заказов составляет до 1 000 руб., от 1 000 до 1 500 руб. – **19%**, на чеки в интервалах стоимости от 1 500 до 2 000 руб. приходится **17%**. У покупателей в возрасте 35-44 года наблюдается наибольший медианный чек – **2 200 руб.**, наименьший чек у молодежи (18-24 года), он составил **1 500 руб.**

Стоимость заказа	2 000 руб.
Состав заказа	8 наименований различных товаров
Частота совершения покупки	2 раза в месяц
Доля в месячных расходах на еду (заказ продуктов через интернет)	Более 20%



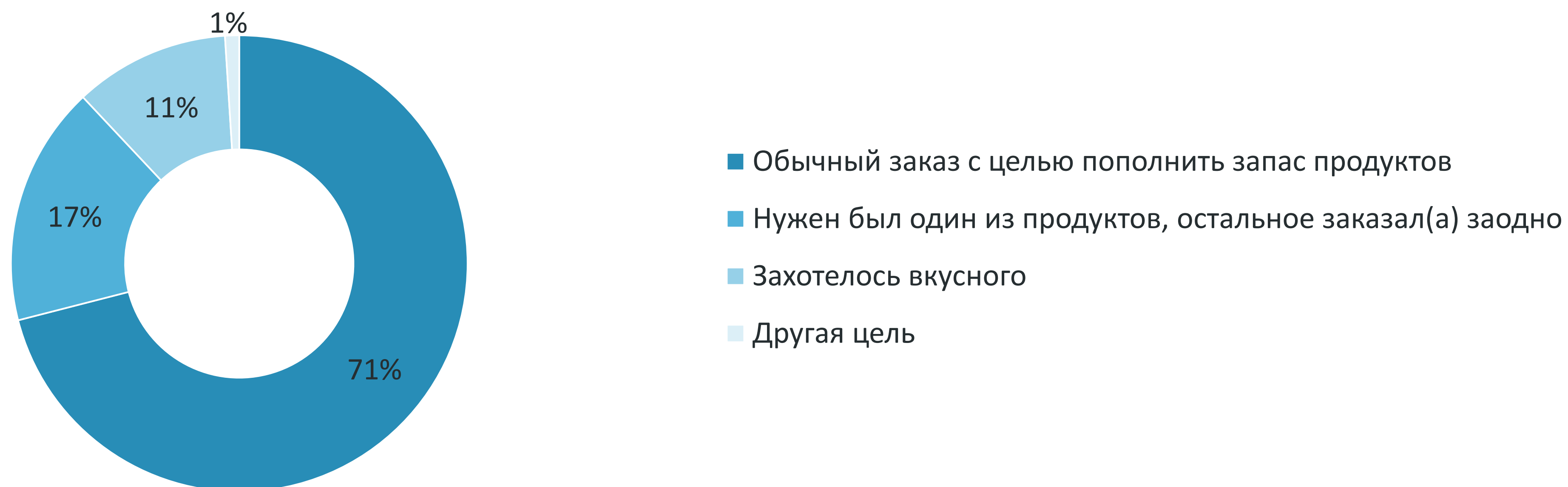
Источник: Data Insight. Кто, как и почему заказывает доставку продуктов 2023, 2023 –[datainsight.ru/DI\\_eGrocery\\_buyers\\_2023](https://datainsight.ru/DI_eGrocery_buyers_2023).



# 9 / Цель онлайн-заказа

**71%** заказов были сделаны в рамках обычной плановой закупки продуктов. **17%** - это докупка, то есть был нужен какой-то из продуктов, а остальные были заказаны заодно. **11%** - заказов были сделаны под влиянием момента, потому что захотелось вкусного.

### Цель последнего онлайн-заказа



Онлайн-опрос покупателей в рамках исследования «Кто, как и почему заказывает доставку продуктов 2023». Вопрос: «Укажите, пожалуйста, какова была цель Вашего последнего заказа». База: Россия, города 1млн+, 18-54, покупали продукты питания через интернет за 30 дней, предшествующих опросу, N=1784.

Источник: Data Insight. Кто, как и почему заказывает доставку продуктов 2023, 2023 –[datainsight.ru/DI\\_eGrocery\\_buyers\\_2023](https://datainsight.ru/DI_eGrocery_buyers_2023).

© ООО «Дейта Инсайт», 2024



# 9 / Ключевые выводы об онлайн-покупателях продуктов

## Около 11% респондентов

не являются сегодня активными покупателями продуктов через интернет («попробовали и перестали»). Такое поведение более характерно для молодых покупателей в возрасте 18-24 года.

## 78% онлайн-покупателей продуктов

выбирают курьерскую доставку (москвичи – 84%, а жители городов-миллионников – 75%). Самостоятельно забирают заказ из магазина 10% опрошенных покупателей, преимущественно до 35 лет, а из ПВЗ – 11%.

## 40% респондентов

делают заказы продуктов питания через интернет регулярно, несколько раз в месяц. Почти каждый пятый (18%) делает заказы несколько раз в неделю: москвичи – 21%, а жители других городов-миллионников – 16%.

## 65% составляет

доля самой многочисленной группы по возрасту – покупатели продуктов через интернет в возрасте 35-54 года. В Москве – 79%, а в городах-миллионниках – 55%.

## Для 78% респондентов

покупка продуктов питания онлайн – это обычный заказ с целью пополнить запас продуктов, а 15% обращаются к онлайн-покупкам, когда нужен один из продуктов, остальное заказывают заодно. И для 6% – когда захотелось вкусного.



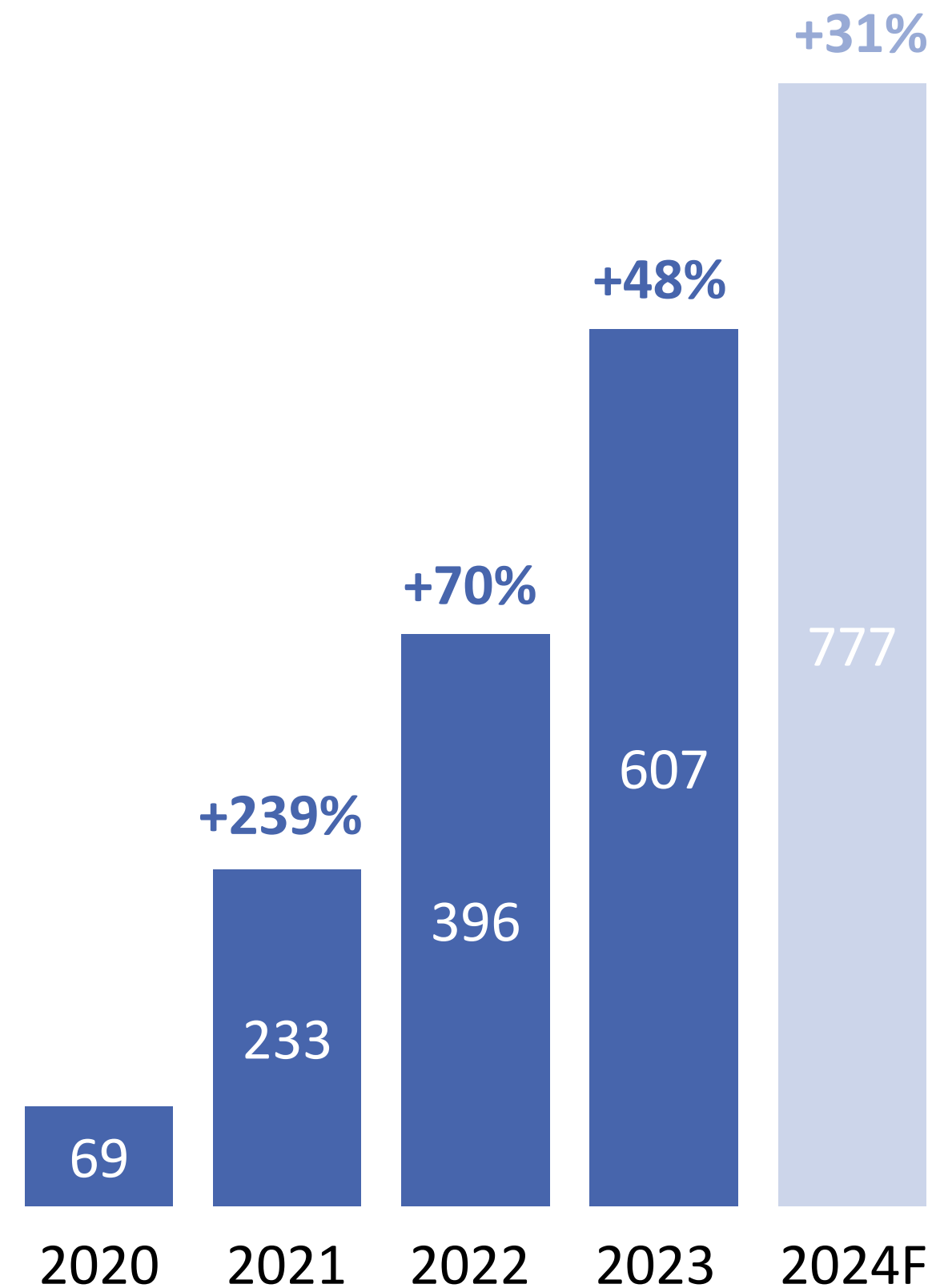
# 9 / Прогноз объема рынка eGrosery в 2024

## ПРОГНОЗ\*

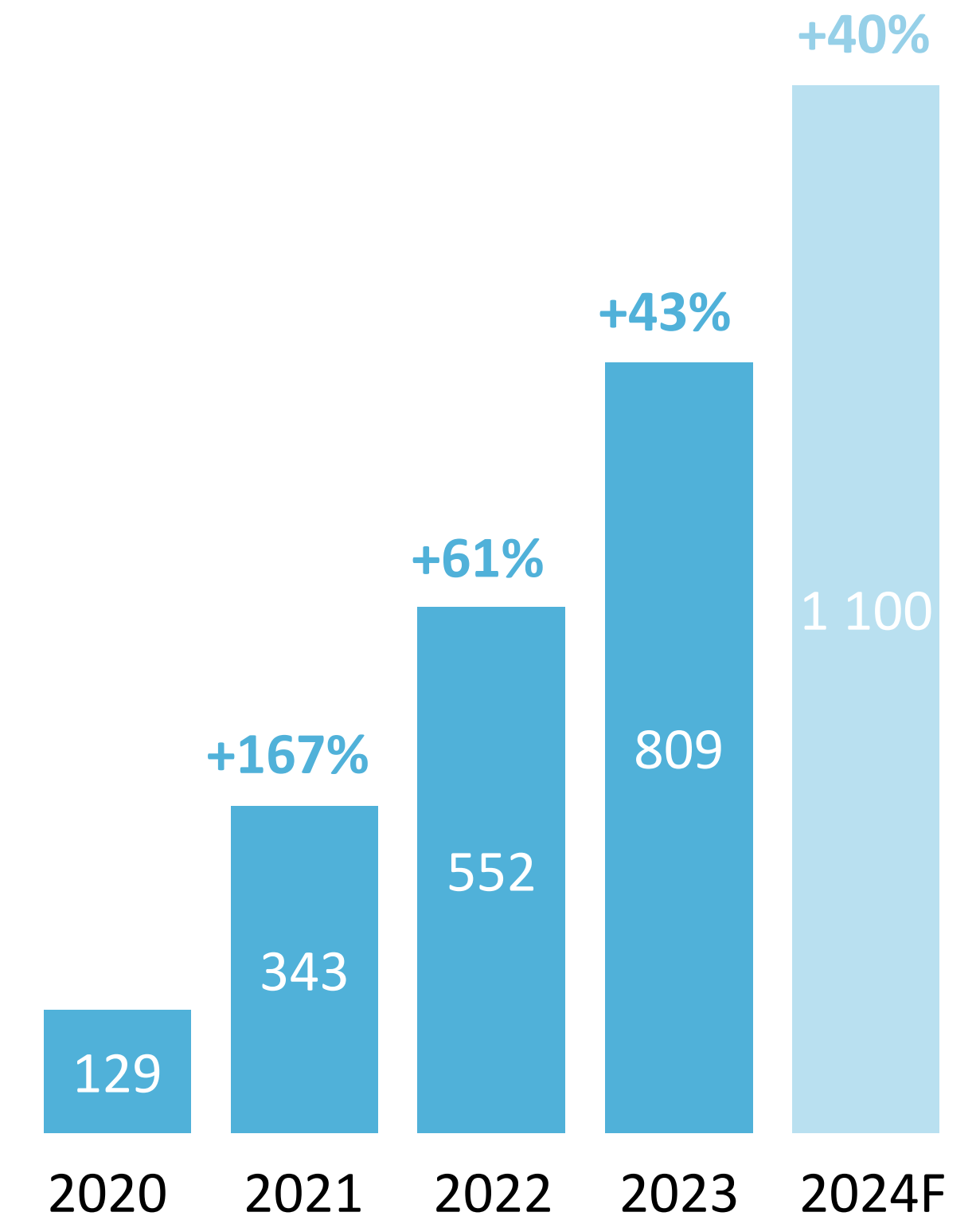
Количество заказов по итогам 2024 может составить около **780 млн**, а годовой объем продаж – **1,1 трлн руб.**

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 январь 2023 включительно.

Источник: Data Insight, 2023. Ежемесячный бюллетень eGrosery – [datainsight.ru/eGrosery\\_february\\_2024](https://datainsight.ru/eGrosery_february_2024).

© ООО «Дейта Инсайт», 2024





# Сервис приёма онлайн-платежей

**21 год**  
работы







**230 000**  
клиентов

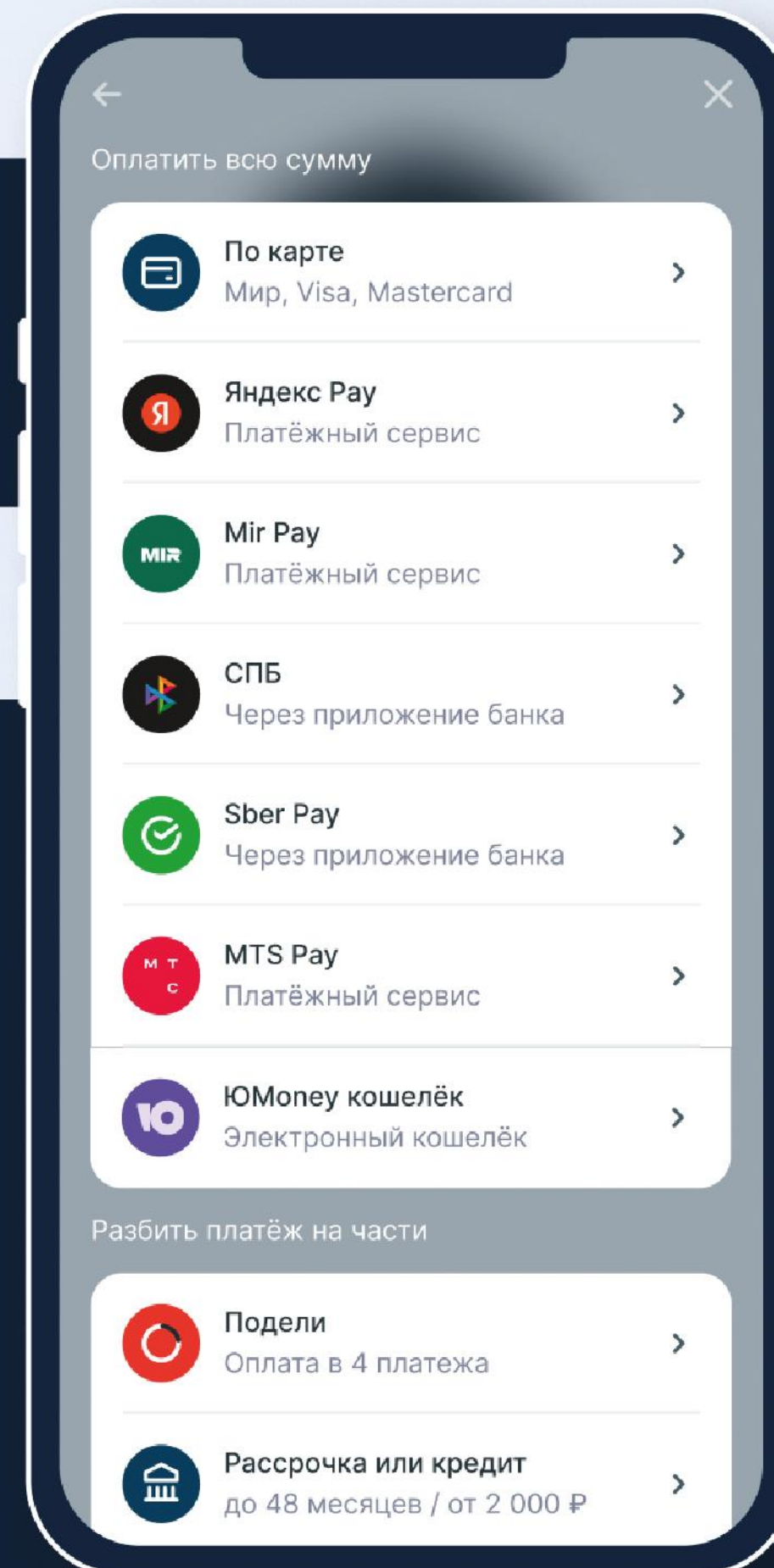
**98%**  
конверсия\*

\* по банковским картам РФ, данные продуктовой аналитики.

**Принимайте оплату  
где и как удобно клиенту!**

Система платежей для роста вашего бизнеса

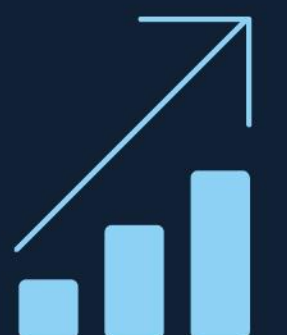
-  **Без границ:** с карт РФ и иностранных карт
-  **Клиент платит, как ему удобно:** 13+ способов оплаты
-  **Безопасная оплата:** на сайт, в соцсети и мессенджеры
-  **Без сомнений:** в рассрочку, кредит и по частям
-  **Разово или по подписке:** продавайте регулярно
-  **Чеки по 54-ФЗ:** встроенная, онлайн и физическая касса



**1**

**день на подключение  
интеграция  
договор на всё**

**Подключайтесь к Robokassa  
и увеличивайте продажи**





## Российский рынок ePharma

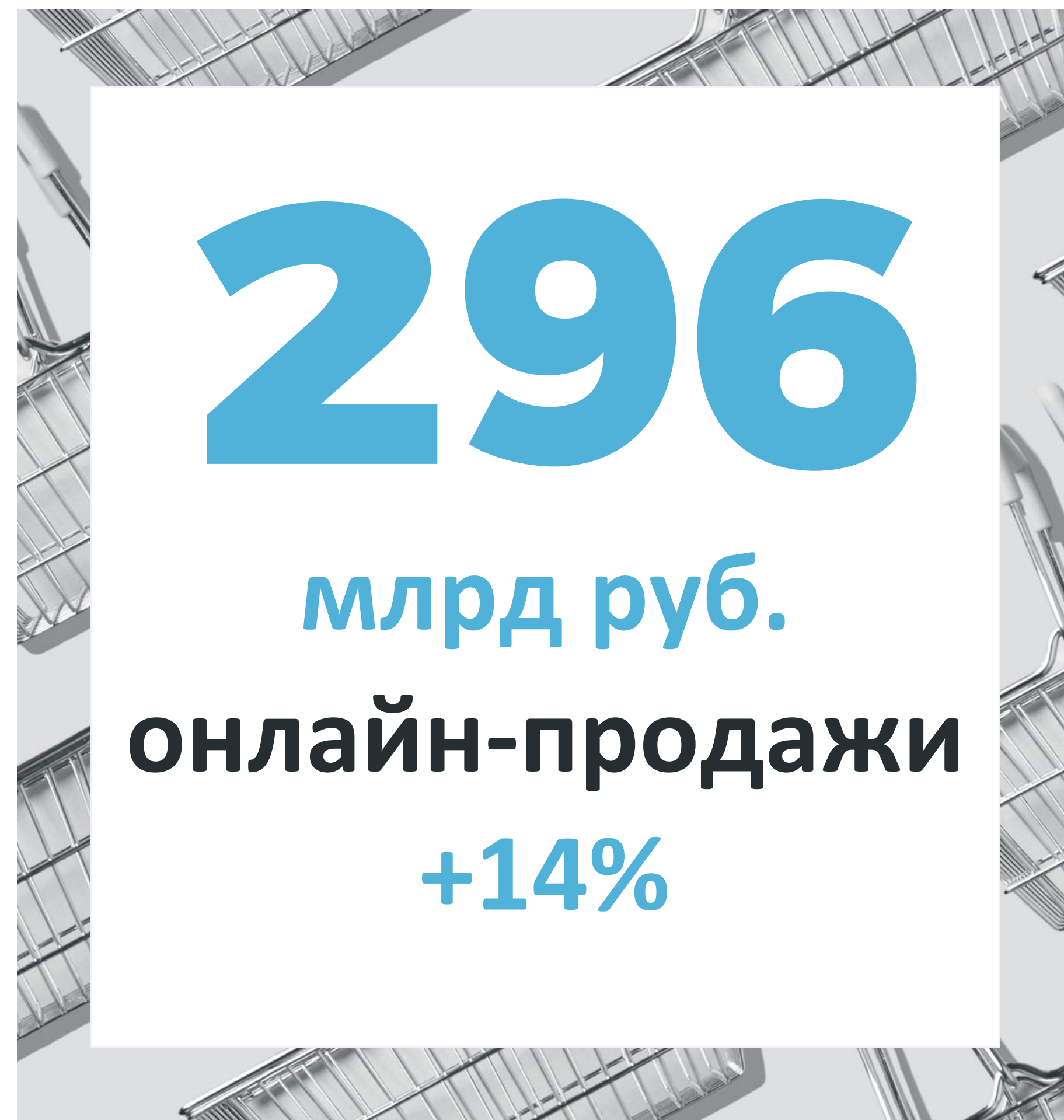
- Рынок ePharma: структура
- Рынок ePharma трансформация 2023
- Рынок ePharma: факторы влияния 2023
- Рынок интернет-аптек, 2023
- Покупатели аптечных товаров в онлайн-канале
- Аптечные товары в онлайн-канале
- Аптечные товары во внеаптечных каналах
- Причины покупки в онлайн-канале





# 8 / Рынок интернет-аптек, 2023

**Аптечный онлайн-канал:** включены интернет-магазины, специализирующиеся, в первую очередь, на продаже лекарственных средств. Не включены продажи аптечных товаров через маркетплейсы и интернет-магазины, специализирующиеся на продаже очков и линз, медицинского оборудования, БАДов и других нелекарственных товаров для здоровья. Статистика сегмента приводится по **89 интернет-аптекам**.

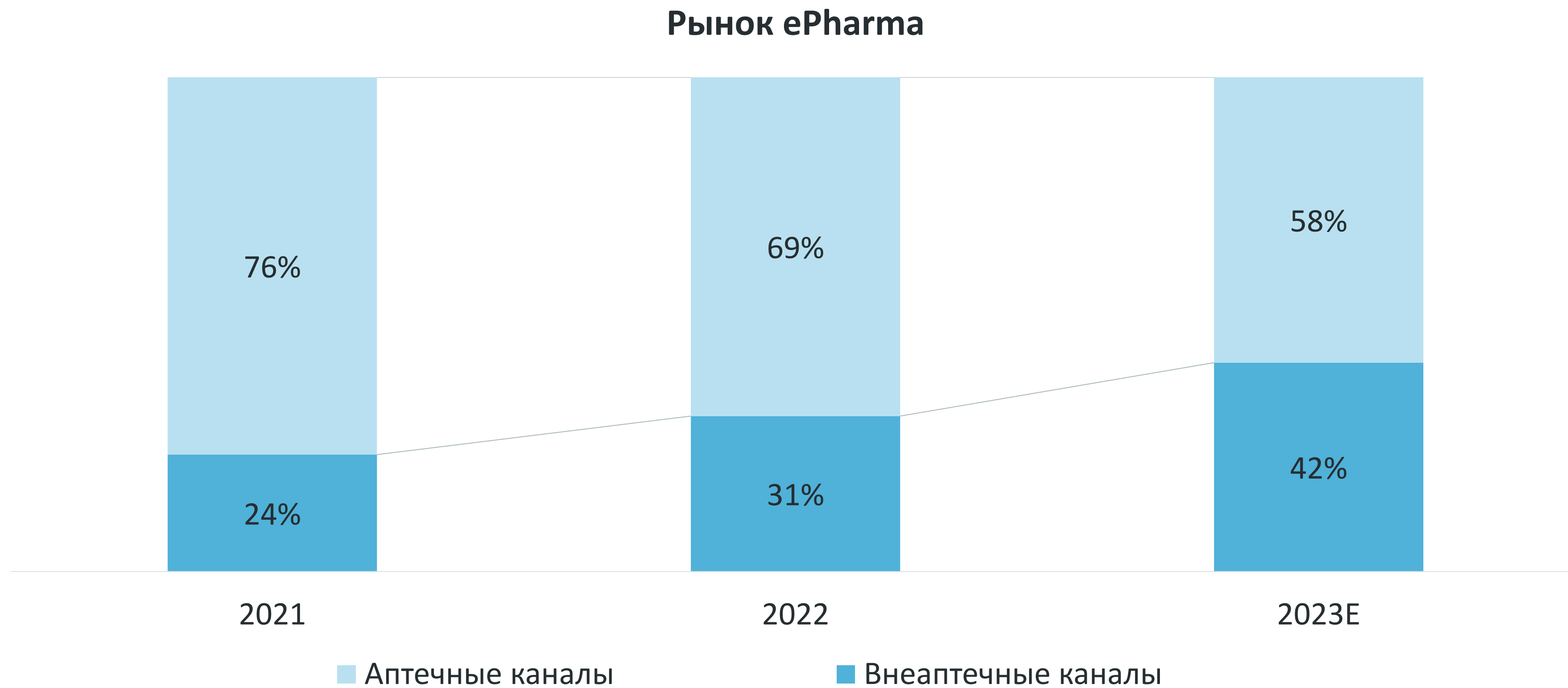


Источник: данные Data Insight, апрель 2024.

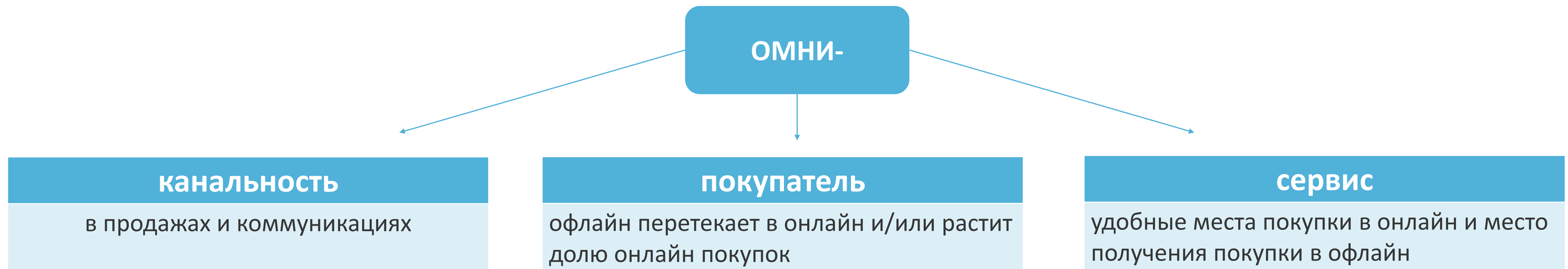


# 10 / Рынок ePharma: структура

На рынке ePharma с учетом продаж во внеаптечных каналах заметно вырастет доля последних. Мы прогнозируем долю продаж на универсальных маркетплейсах и через сервисы eGrocery **49%** к 2025.



Источник: Data Insight, «ePharma в России – прогноз развития 2023-2025», 2023 – [datainsight.ru/DI\\_prognoz\\_epharma\\_2023](https://datainsight.ru/DI_prognoz_epharma_2023).



- Развитие **собственного бренда** аптечными сетями в онлайн и офлайн.
- Развитие собственных торговых марок (**СТМ**) игроками.
- **Перетекание продаж во внеаптечные каналы – маркетплейсы** (по категориям: «БАДы и витамины», «Лечебная косметика», «Медтехника») и увеличение продаж на **площадках eGrocery**.



## Рост доли онлайн-покупок в покупках аптечных товаров:

рост доли онлайн-покупок у опытного онлайн-покупателя и перетекание покупателей из офлайн в онлайн.

## Активный маркетинг аптечных сетей по «перетягиванию» покупателей в онлайн-канал:

развитие собственных онлайн-каналов и развитие омниканальности в продажах.

## Рост продаж аптечных товаров во внеаптечных каналах продаж:

- стремительный рост маркетплейсов в целом на рынке, а также рост категорий аптечных товаров: фармы (незначительно) и парафармы (значительно);
- рост сегмента eGrocery: рост предлагаемого ассортимента аптечных товаров на площадках, доступных для доставки вместе с продуктами питания.

## Уход производителей с российского рынка или отзыв (полный и/или частичный) некоторых лекарств и субстанций для поставки в Россию:

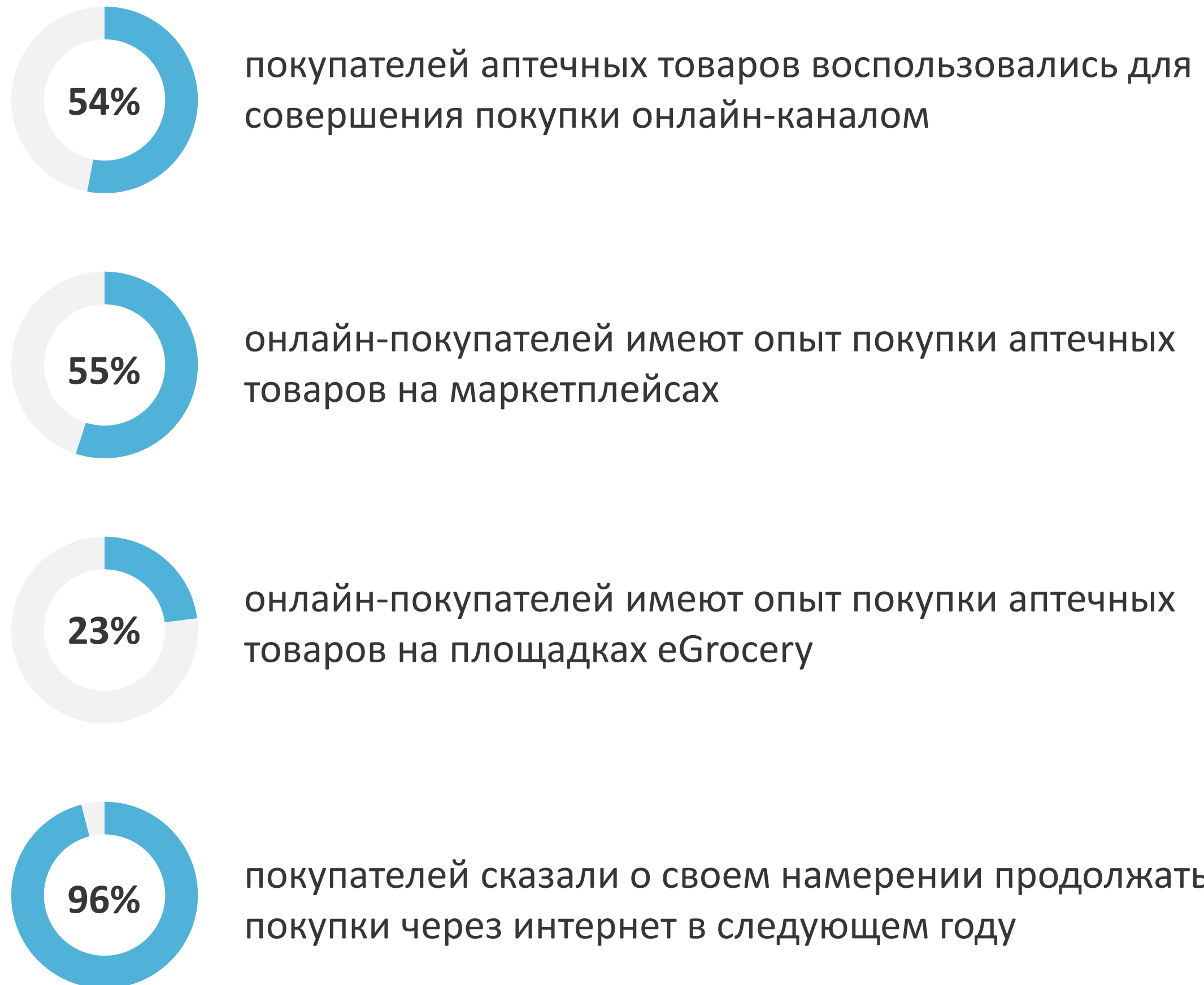
усложнение трансграничной логистики и изменения в ассортименте: дефектура/замена отдельных позиций препаратов.

## COVID-19: фокус потребителей на профилактику заболеваний:

массовая привычка принимать БАДы и витамины.

## Инфляционные процессы в стране

Источник: Data Insight. «Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей», 2023 – [datainsight.ru/DI\\_Pharmacy\\_shoppers\\_2023](https://datainsight.ru/DI_Pharmacy_shoppers_2023).



Онлайн-опрос покупателей (18-64) в рамках исследования «Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей», вся Россия, май 2023, N=1096. Вопрос: «Как Вы думаете, в ближайшие 12 месяцев Вы будете заказывать в онлайн-лекарства и аптечные товары чаще или реже, чем сейчас?»

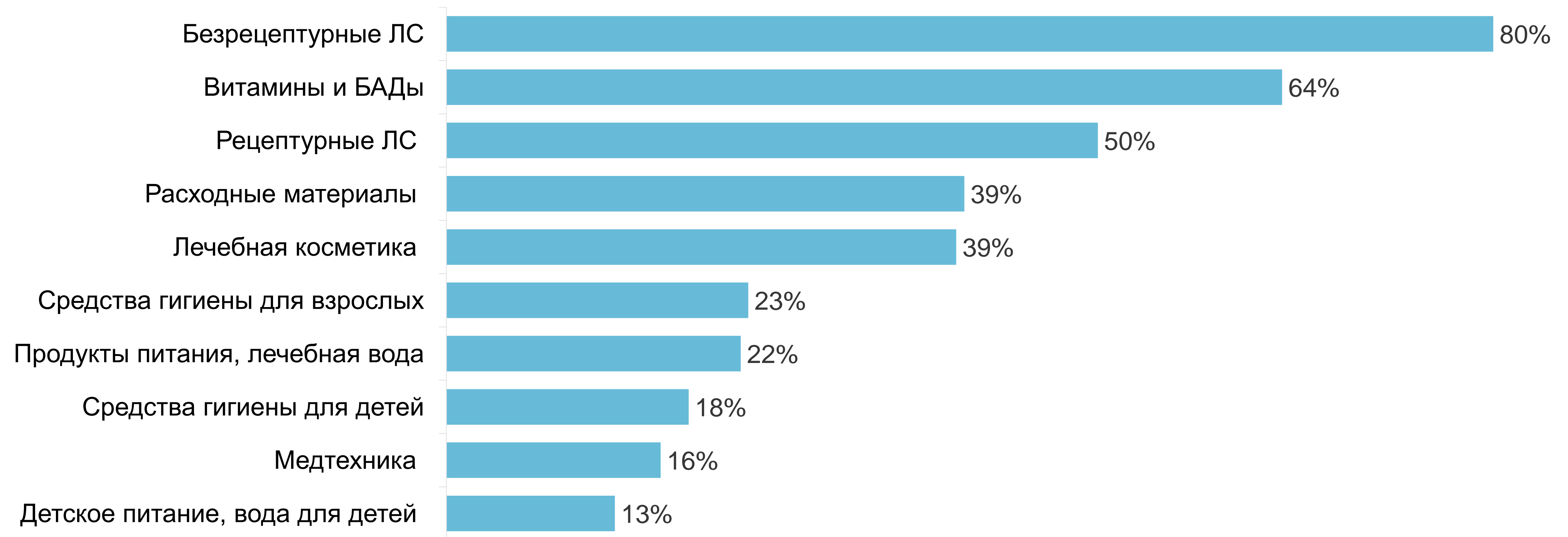
Источник: Data Insight. «Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей», 2023 – [datainsight.ru/DI\\_Pharmacy\\_shoppers\\_2023](https://datainsight.ru/DI_Pharmacy_shoppers_2023).

© ООО «Дейта Инсайт», 2024



Безрецептурные лекарственные средства – категория аптечных товаров, которую чаще всего заказывали через интернет. 80% опрошенных сказали об этом.

## Какие категории аптечных товаров заказывают в онлайн-канале



Онлайн-опрос покупателей (18-64) в рамках исследования «Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей», вся Россия, май 2023, N=1096. Вопрос: «Какие товары из перечисленных ниже Вы заказывали через интернет хотя бы один раз за последние 12 месяцев».

Источник: Data Insight. «Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей», 2023 – [datainsight.ru/DI\\_Pharmacy\\_shoppers\\_2023](https://datainsight.ru/DI_Pharmacy_shoppers_2023).

© ООО «Дейта Инсайт», 2024



Онлайн-опрос покупателей (18-64) в рамках исследования «Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей», вся Россия, май 2023, N=1096. Вопросы: «Что из перечисленного ниже Вы покупали в подобных универсальных интернет-магазинах (маркетплейсах) за последние 12 месяцев?», «Что из перечисленного ниже Вы покупали на подобных сайтах / в приложениях сервисов быстрой доставки» N=604.

Источник: Data Insight. «Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей», 2023 – [datainsight.ru/DI\\_Pharmacy\\_shoppers\\_2023](https://datainsight.ru/DI_Pharmacy_shoppers_2023).

© ООО «Дейта Инсайт», 2024



**Удобство** становится важнее экономии времени, аптечная продукция в интернете перестает быть только товаром.

## Почему покупали аптечные товары в онлайн-канале?



Онлайн-опрос покупателей (18-64) в рамках исследования «Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей», вся Россия, май 2023, N=1096. Вопрос: «Что для Вас является главной причиной для использования интернета при покупке лекарств и другого аптечного ассортимента в онлайн?»

Источник: Data Insight. «Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей», 2023 – [datainsight.ru/DI\\_Pharmacy\\_shoppers\\_2023](https://datainsight.ru/DI_Pharmacy_shoppers_2023).

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

**Data Insight совместно с EW club создали «Клуб лидеров электронной торговли»**

## Развивая себя, мы развиваем рынок

- › Полезен тем, кто хочет лучше узнать рынок
- › Возможность решить свой запрос в кругу единомышленников

## Мы продаем онлайн, а встречаемся оффлайн



**отсканируйте QR-код,  
заполните анкету для  
вступления в Клуб**

## Кооперация и коллаборации, а не конкуренция

- › Обмен опытом.  
Networking
- › Повысить свою  
ценность и  
популярность

**Клуб людей, а не компаний**





Следующий EW  
в августе 2024 г

E-COMMERCE  
WEEKEND

## E-commerce Weekend

Это выездное мероприятие, организованное совместно Data Insight и EW club, сочетающее деловую и неформальную части с участием лидеров и экспертов электронной коммерции и компаний, способствующих развитию ECOM.

Прекрасная возможность стать частью сообщества успешных бизнесменов и топ-менеджеров ECOM, найти единомышленников и партнеров по бизнесу, обменяться опытом и поучаствовать в захватывающих мероприятиях.

- Мы организовали уже **17 ECOMMERCE WEEKEND** в разных локациях
- Посетили **12 уникальных регионов России и 5 стран**
- Наши мероприятия посетили **более 2000 участников**, многие из которых принимают участие **каждый год**

2015

2024





## Логистика для рынка eCommerce

- Рынок логистики для eCommerce в 2022
- Объемы рынка логистики: каналы доставки
- Распределение отправок по типам игроков
- Популярность разных каналов доставки
- Срочная доставка
- Факторы трансформации логистики, 2023

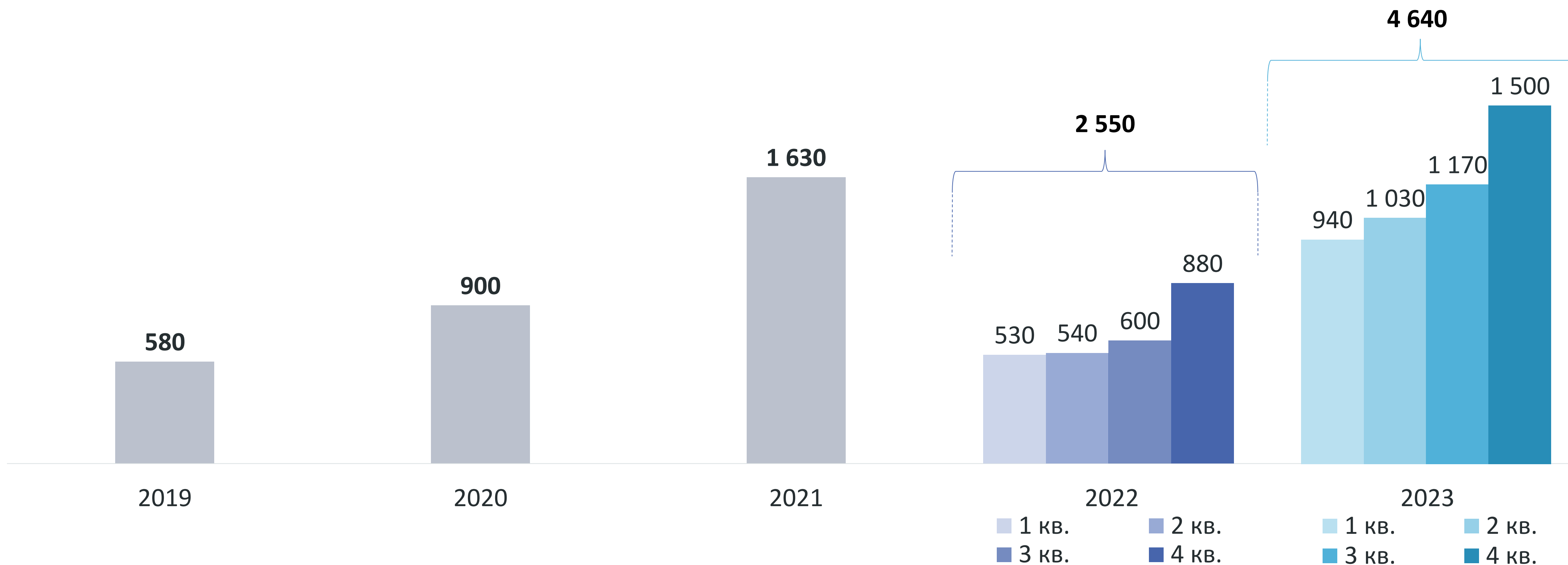




# 9 / Рынок логистики для eCommerce, 2023

В 2023 г. доставлено **более 4 640 млн отправлений**, рост относительно 2022 г. составил более 82%.

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, март 2024

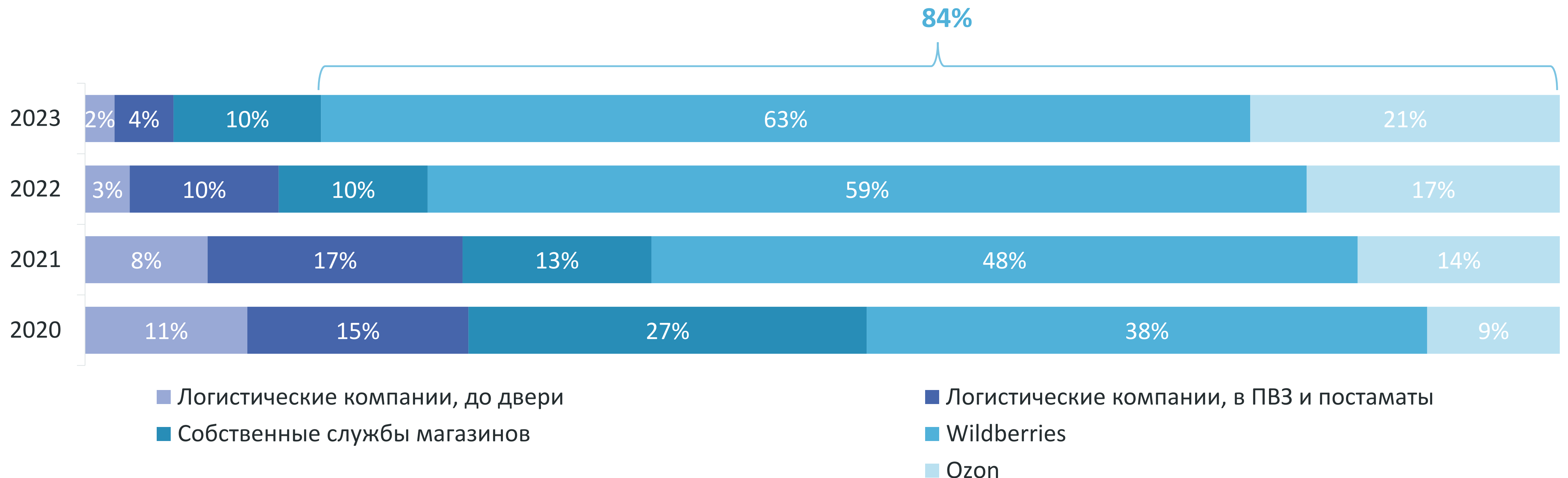
© ООО «Дейта Инсайт», 2024



# 9 / Распределение отправок по типам игроков

В среднем по итогам 2023 доля собственных служб доставки **выросла на 8 п.п. – 94%** по сравнению с 86% в 2022. Суммарная доля отправок маркетплейсов Ozon и Wildberries в 2023 составила 84%.

### Распределение отправок по типам игроков, 2020-2023



Оценка количества заказов представлена с учетом заказов C2C и MLM. Оценка не включает заказы eGrocery.

Источник: Data Insight. Размер рынка логистики для eCommerce, 2023 — [datainsight.ru/DI\\_LogisticsSize2023](https://datainsight.ru/DI_LogisticsSize2023).

© ООО «Дейта Инсайт», 2024





# 9 / Популярность разных каналов доставки

Самовывоз – самый востребованный способ доставки.

## Предпочитаемый способ доставки



Ответы на вопрос: «Если в интернет-магазине есть возможность выбора, какой вариант доставки Вы предпочитаете в большинстве случаев?»

Респондентов: 1 145.

Источник: Data Insight. Логистика интернет-торговли России в 2023. Мнения и ожидания, 2023 —

[datainsight.ru/DI\\_ecom\\_logistics\\_opinions\\_expectations\\_2023](https://datainsight.ru/DI_ecom_logistics_opinions_expectations_2023).

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Понятие «срочной доставки» варьируется среди потребителей, но большинство ожидает, что товар будет доставлен на следующий день или в течение того же дня. Ожидания относительно более короткого времени доставки менее однозначны и могут значительно различаться. Опрос свидетельствует, что гонка за скоростью доставки и попыткой доставить любой заказ за один-три часа не нужна большинству онлайн-покупателей.

## Предпочитаемое время доставки



Ответы на вопрос: «Срочная доставка для Вас – это доставка...» Респондентов: 1 145.

Источник: Data Insight. Логистика интернет-торговли России в 2023. Мнения и ожидания, 2023 — [datainsight.ru/DI\\_ecom\\_logistics\\_opinions\\_expectations\\_2023](https://datainsight.ru/DI_ecom_logistics_opinions_expectations_2023).

© ООО «Дейта Инсайт», 2024



## Увеличение доли покупок на маркетплейсах и абсолютного числа таких заказов:

увеличивается абсолютное число заказов, которые попадают на доставку из офлайна, омниканального ритейла.

## Уход (фактический и формальный) зарубежных омниканальных ритейлеров с рынка.

Перед логистами сразу же остро вставали три вопроса:

1. Кто, кому и сколько должен? И будет ли платить?
2. Заплатили или нет? Удалось ли получить по суду?
3. Как заместить выпадающие объемы заказов? И как свести юнит-экономику, если выпадающий объем нельзя заменить?

## Изменение структуры ресурсов регионов и миграция повлияли на рынок логистики для интернет-торговли разнонаправленно:

из-за миграции снижаются доходы в столице, снизились доходы в ряде регионов с зарубежным локализованным автопромом.

## Дефицит складов:

имеющихся площадей на классических складских площадках не хватает. Крупный онлайн забирает большие проекты под себя и строит под себя. Онлайн-торговля заняла 51% спроса на склады за 9 месяцев 2023.

## Дефицит кадров:

миграция, мобилизация, демографическая яма, конкуренция со стороны ВПК, отъезд мигрантов из Центральной Азии из-за курса валют.

# ДИСТРИБУЦИЯ ПО ТОРГОВЫМ ТОЧКАМ

## ★ ★ ★ НОВАЯ УСЛУГА



**Logsis** логистический  
оператор

доставка интернет-магазинам

- Премиальное качество
- Индивидуальный подход
- Оптимальные тарифы
- Финансовая дисциплина

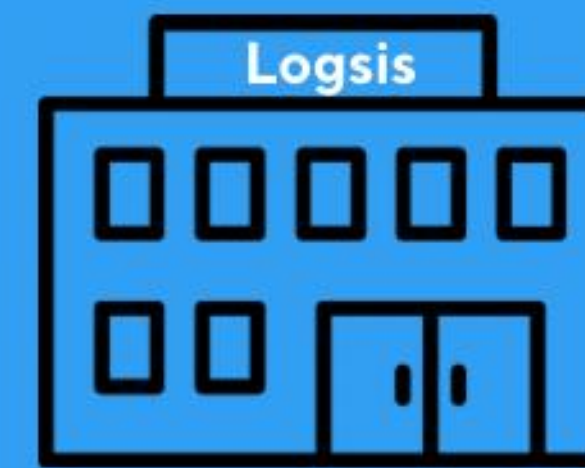
☎ +7(499)4902840 | 🌐 WWW.LOGSIS.RU

Забор у производителя  
или поставщика.



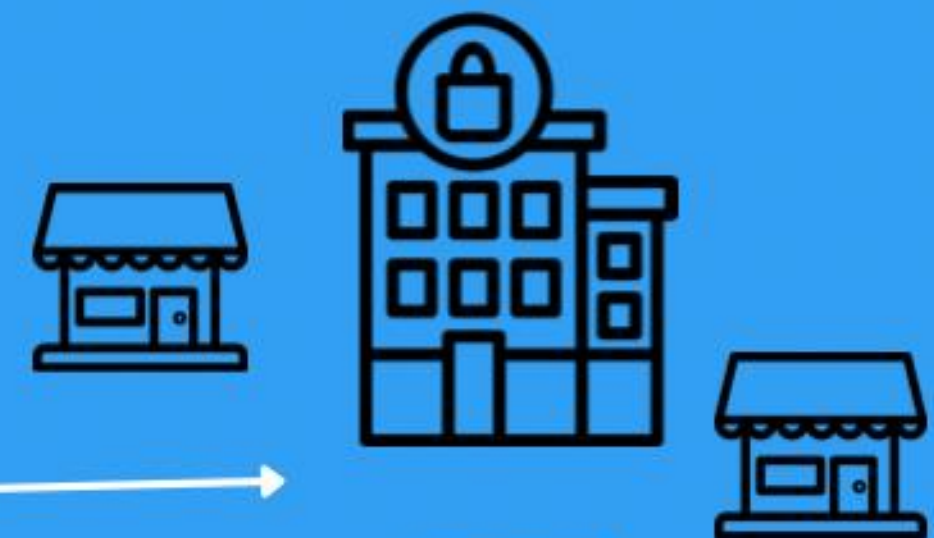
1

Сортировка и  
консолидация  
отправлений.

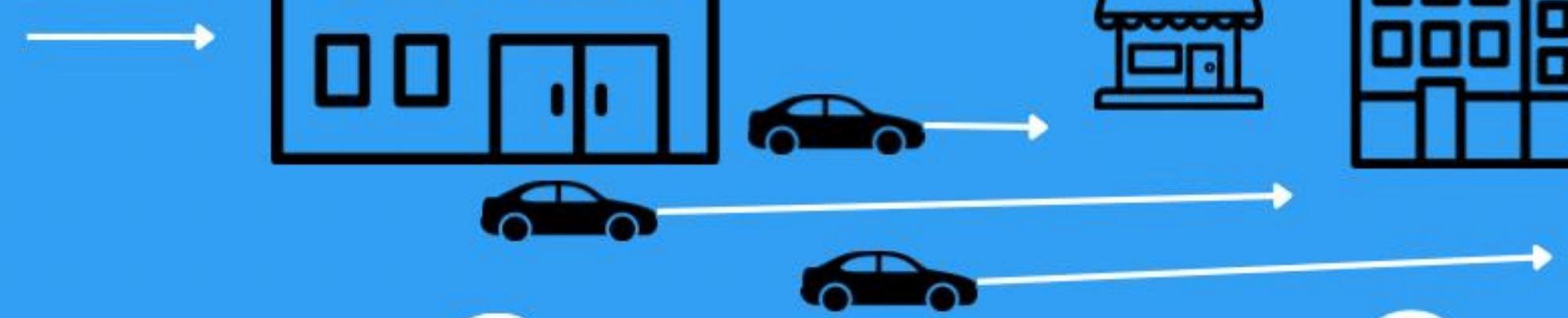


2

Доставка по торговым точкам:  
- в магазины;  
- в торговые центры;  
- в торгово-ярмарочные комплексы.



3





## Digital Advertisers Barometer — 2022-2023. Перспективы интерактивной рекламы в России: взгляд рекламодателей

- Портрет компаний по рекламному бюджету
- Динамика изменения рекламного бюджета
- Рост доли digital
- Инструменты интерактивной рекламы
- Динамика рекламных инструментов
- Эксперименты в сфере Digital



# 10 / Портрет компаний по рекламному бюджету

В 2022 рекламные бюджеты как в целом, так и на отдельные виды рекламы **сократились более чем на 70%**. Турбулентность в экономике, массовый уход рекламных сервисов с рынка РФ, сокращение у мировых брендов маркетинговых бюджетов, выделяемых для российского рынка, — все это негативно повлияло на рекламные бюджеты компаний.

### Изменение рекламного бюджета компаний в рублях в 2022



Онлайн-опрос рекламодателей в рамках исследования «АРИП Digital Advertisers Barometer 2022—2023», N=84.

Вопрос: «Как изменился Ваш рекламный бюджет (в рублях) в 2022 по сравнению с 2021 годом?», N=84.

Источник: Data Insight. «Digital Advertisers Barometer — 2022—2023», 2023 — [datainsight.ru/Digital\\_Advertisers\\_Barometer\\_2023](https://datainsight.ru/Digital_Advertisers_Barometer_2023).

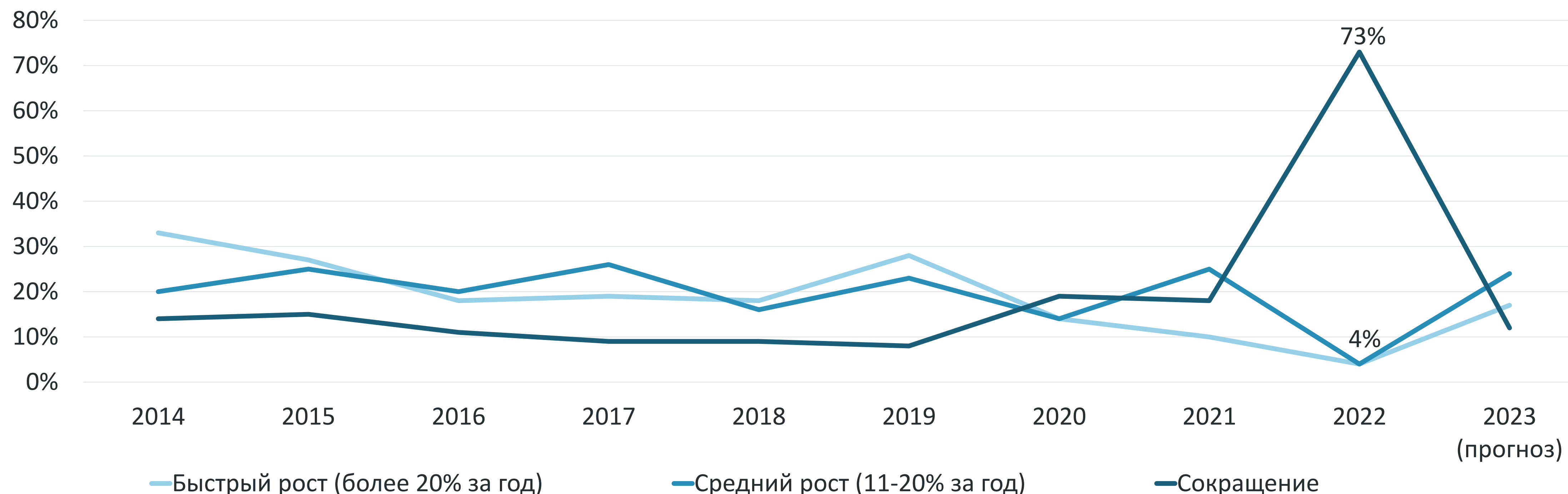
© ООО «Дейта Инсайт», 2024



# 10 / Динамика изменения рекламного бюджета

**73% респондентов** ответили, что их рекламный бюджет на интерактивную рекламу в 2022 по сравнению с 2021 **сократился** — это самый высокий показатель за все волны исследования.

### Динамика изменения рекламного бюджета компаний на интерактивную рекламу



Онлайн-опрос рекламодателей в рамках исследования «АРИП Digital Advertisers Barometer 2022—2023», N=84.

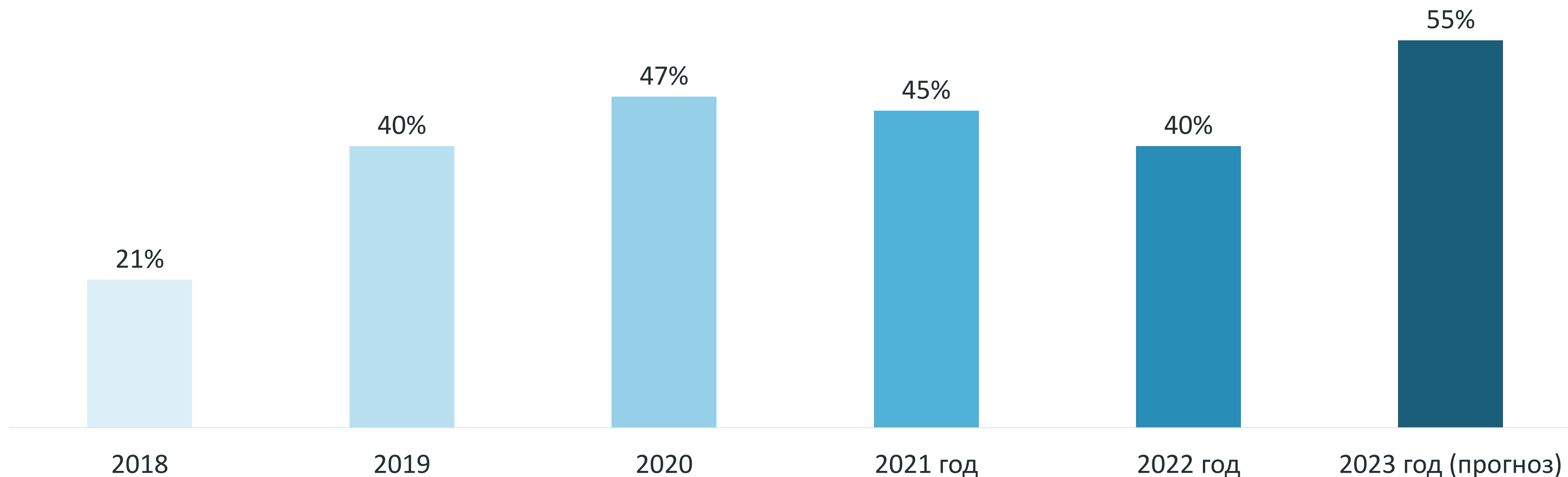
Вопрос: «Как изменился бюджет Вашего бренда на интерактивную рекламу (в рублевом выражении) в прошлом году? (данные опросов 2015—2022, динамика доли компаний с быстрорастущим, растущим и сокращающимся рекламным бюджетом)», N=84.

Источник: Data Insight. «Digital Advertisers Barometer — 2022—2023», 2023 — [datainsight.ru/Digital\\_Advertisers\\_Barometer\\_2023](https://datainsight.ru/Digital_Advertisers_Barometer_2023).

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Несмотря на проседание рекламных бюджетов на интерактивную рекламу в 2021-2022, респонденты **ожидали рост** доли интерактивной рекламы в 2023, который может составить **55%** всех рекламных бюджетов.

## Динамика средней доли digital (интерактивной рекламы) в рекламных бюджетах компаний



Онлайн-опрос рекламодателей в рамках исследования «АРИР Digital Advertisers Barometer 2022—2023», N=84.

Вопрос: «Динамика средней доли digital (интерактивной рекламы) в рекламных бюджетах компаний (результаты опросов 2023, 2021 и 2020 годов)», N=84.

Источник: Data Insight. «Digital Advertisers Barometer — 2022—2023», 2023 — [datainsight.ru/Digital\\_Advertisers\\_Barometer\\_2023](https://datainsight.ru/Digital_Advertisers_Barometer_2023).

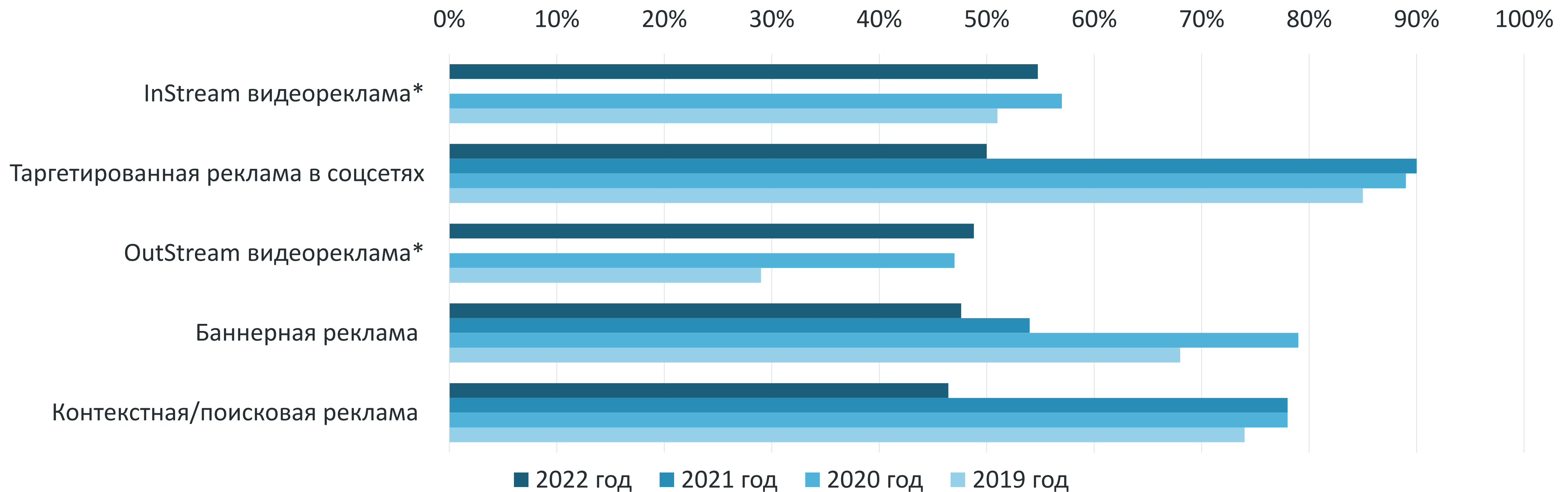
© ООО «Дейта Инсайт», 2024



# 10 / Используемые инструменты интерактивной рекламы

В 2022 использование таргетированной, контекстной/поисковой и баннерной рекламы резко сократилось. При этом **InStream** и **OutStream видеореклама** сохранили свою аудиторию, эти виды используют **55%** и **49%** опрошенных соответственно.

Топ-5 используемых видов и инструментов интерактивной рекламы в 2022



\*Нет данных за 2021 год.

Онлайн-опрос рекламодателей в рамках исследования «АРИР Digital Advertisers Barometer 2022—2023», N=84.

Вопрос: «Топ-5 используемых видов и инструментов интерактивной рекламы в 2022», N=84.

Источник: Data Insight. «Digital Advertisers Barometer — 2022—2023», 2023 — [datainsight.ru/Digital\\_Advertisers\\_Barometer\\_2023](https://datainsight.ru/Digital_Advertisers_Barometer_2023).

© ООО «Дейта Инсайт», 2024



# 10 / Динамика рекламных инструментов

В 2022 произошли кардинальные изменения в наборе рекламных инструментов. Компании ожидают быстрого роста у таких инструментов как **реклама на маркетплейсах (50% ожидают роста расходов), в мобильных приложениях (44%), influencer marketing (41%)**.

2019	2020	2021	2022
1. Реклама в социальных сетях	1. Реклама в социальных сетях	1. Реклама в социальных сетях	1. Реклама на маркетплейсах
2. Контекстная реклама	2-4. Контекстная реклама	2. Контекстная реклама	2. Реклама в мобильных приложениях
3. Instream видеореклама	2-4. Instream видеореклама	3. Instream видеореклама	3. Influencer Marketing
4. Мобильная видеореклама	2-4. Influencer Marketing	4. Influencer Marketing	4. Реклама с оплатой за результат
5. Нативная реклама	5-6. Ремаркетинг	5. Реклама на маркетплейсах	5. Мобильная видеореклама
	5-6. Реклама в играх		

Онлайн-опрос рекламодателей в рамках исследования «АРИП Digital Advertisers Barometer 2022—2023», N=84.

Вопрос: «Для каких из перечисленных видов рекламы Вы ожидаете увеличения доли в общей структуре расходов Вашего бренда на интерактивную рекламу? Топ-5 названных вариантов в 2019—2021», N=84.

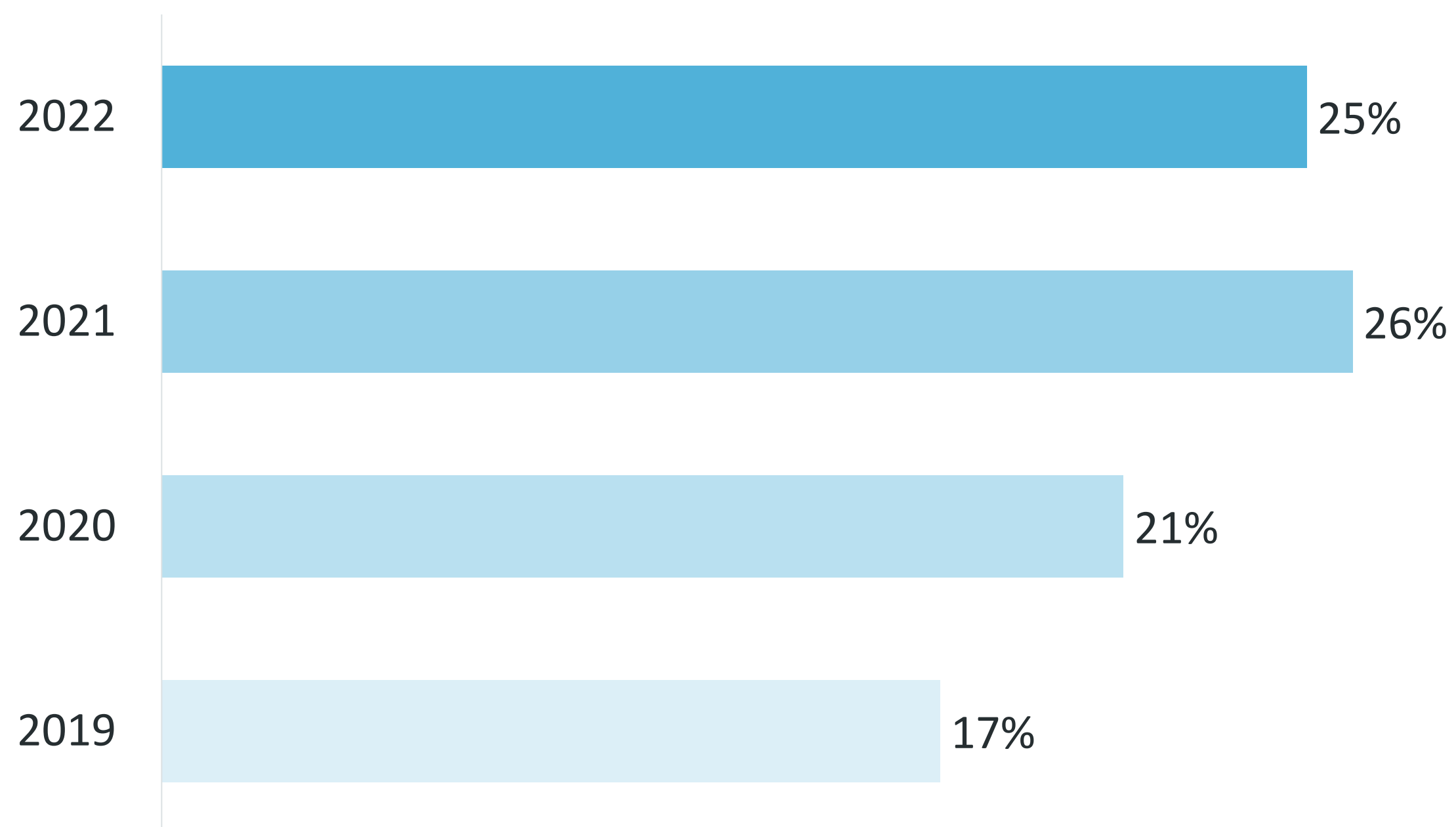
Источник: Data Insight. «Digital Advertisers Barometer — 2022—2023», 2023 — [datainsight.ru/Digital\\_Advertisers\\_Barometer\\_2023](https://datainsight.ru/Digital_Advertisers_Barometer_2023).

© ООО «Дейта Инсайт», 2024



Компании активно вкладываются в использование экспериментальных форматов и технологий рекламы. Самыми популярными направлениями в 2022 стали: **реклама на маркетплейсах (26% компаний), Online to Offline конверсия (24%), реклама в мессенджерах (23%).**

### Доля затрат на экспериментальные форматы и технологии в 2019-2022



### Топ-5 популярных направлений экспериментов в 2021-2022

2021	2022
1. Influencer marketing	1. Реклама на маркетплейсах
2. Реклама в мессенджерах	2. Online to Offline конверсия
3. RTB	3. Реклама в мессенджерах
4. Кэшбеки, купоны	4. Обогащение данных
5. Нативная реклама	5. Активация Offline аудиторий

Онлайн-опрос рекламодателей в рамках исследования «АРИП Digital Advertisers Barometer 2022—2023», N=84.

Вопрос 1: «Доля затрат на экспериментальные форматы и технологии в 2019—2022», N=84. Вопрос 2: «Самые популярные направления экспериментов в 2020—2022», N=84.

Источник: Data Insight. «Digital Advertisers Barometer — 2022—2023», 2023 — [datainsight.ru/Digital\\_Advertisers\\_Barometer\\_2023](https://datainsight.ru/Digital_Advertisers_Barometer_2023).

© ООО «Дейта Инсайт», 2024



# CPAExchange —

## РЕКЛАМА С ОПЛАТОЙ ЗА РЕЗУЛЬТАТ

Вы платите только за целевое действие: регистрацию, установку приложения, заполненную анкету, звонок, поданную заявку и т.п.

Работаем с разными вертикалями: банки, FMCG, исследования, HR, e-commerce, всего 15 категорий.

Более 28 000 вебмастеров с разными источниками размещают вашу рекламу по всему миру!







# 11 / Экосистема электронной торговли 2023 v.2

## в цифрах



Источник: Data Insight. Карта экосистемы электронной торговли в России, 2023 – eCommerce.datainsight.ru.



# 11 / Экосистема электронной торговли 2023 v.2:

## результаты и выводы

### В Экосистеме 2023 впервые появился блок «Работа с СТМ»

Он отражает яркий тренд на инвестиции в онлайн-продажи собственных торговых марок. В осенней версии карты мы расширили этот блок: добавили больше сервисов и мероприятий по поиску поставщиков и производителей, выделили категорию с патентными бюро и логистами ВЭД.

### Вокруг блока «Маркетплейсы» появляется все больше смежных категорий

Это свидетельствует о том, что сервисы продолжают наращивать функционал или даже искать новые виды услуг для работы с этими площадками. Перспективная ниша открылась в блоке «Логистика»: новая категория «Экспресс-фулфилмент» включает игроков, которые обеспечивают складской инфраструктурой для срочной доставки заказов из маркетплейсов. Появляются новые игроки по доставке на склад маркетплейсов, управлению контентом и, конечно, Retail Media.

### Среди игроков по мониторингу и аналитике появилась новая группа сервисов — «Работа с клиентским опытом»

Здесь представлены инструменты для сбора и анализа обратной связи пользователей сайта, заполнившие нишу, оставшуюся после ухода крупных международных игроков с российского рынка.

# 11 / Экосистема электронной торговли: сравнение версий

Параметр	2019	2021	2022 v.2	2023 v.1	2023 v.2
<b>КОЛИЧЕСТВО БЛОКОВ</b>	9	5	7	8	8
В экосистеме 2023 восемь блоков: появился блок «Работа с СТМ».					
<b>КОЛИЧЕСТВО КАТЕГОРИЙ</b>	30	41	58	60	63
Категории стали более дробными, более половины из них не включают подкатегории.					
<b>КОЛИЧЕСТВО ПОДКАТЕГОРИЙ</b>	119	134	134	136	140
Количество подкатегорий с 2021 меняется незначительно.					
<b>КОЛИЧЕСТВО СЕРВИСОВ</b>	690	1 251	1 178	1 160	1 208
В 2023 количество уникальных сервисов в экосистеме выросло за счет появления новых категорий (978 уникальных игроков, 124 новых).					

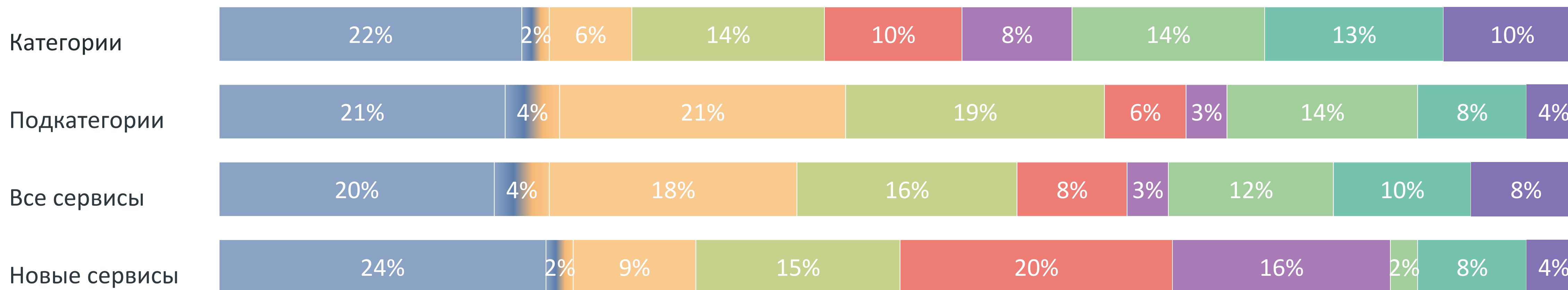
В количество сервисов входит каждый сервис предоставляемый уникальным игроком

Источник: Data Insight. Карта экосистемы электронной торговли в России, 2023 – eCommerce.datainsight.ru.



По итогам 2023, блок «Привлечение покупателей» лидирует по количеству категорий и сервисов, а также делит лидерство по доле подкатегорий с блоком «Управление магазином». Кроме того, «Привлечение покупателей» остается лидером по количеству новых игроков, что во многом обусловлено появлением в осенней версии 2023 сразу двух новых групп сервисов: «Операторы мобильных данных» и «Операторы рекламных данных (ОРД)».

Доли категорий, подкатегорий и сервисов по блокам Экосистемы



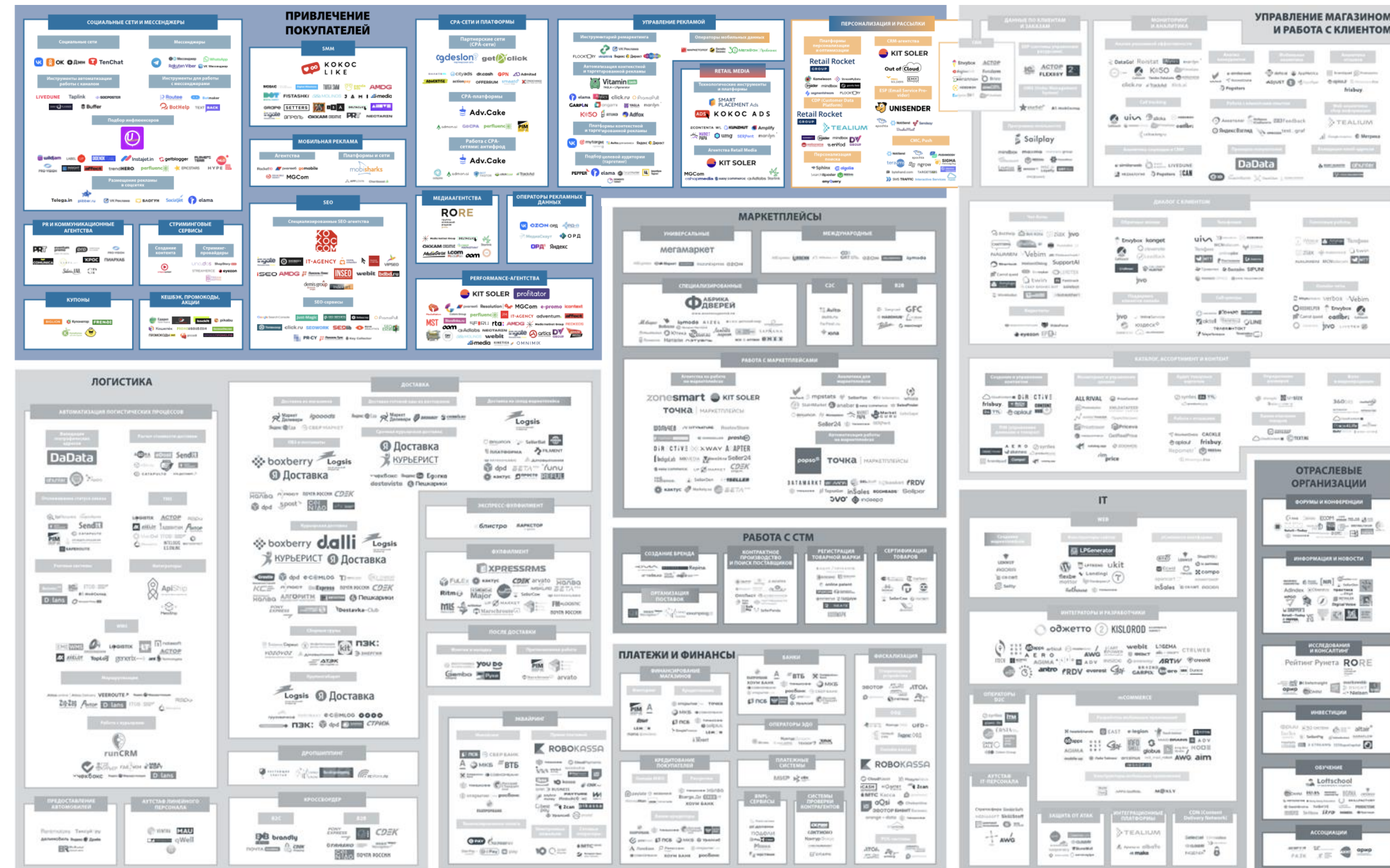
- Привлечение покупателей
- Персонализация и рассылки\*
- Управление магазином
- Логистика
- Маркетплейсы
- Работа с СТМ
- Платежи и финансы
- IT
- Отраслевые организации

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

Источник: Data Insight. Карта экосистемы электронной торговли в России, 2023 – eCommerce.datainsight.ru.

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

**15** категорий **35** подкатегорий **299** сервисов



Доля сервисов блока от всех сервисов на карте



Включены данные из смежной категории «Персонализация и рассылки», в том числе из подкатегории «CRM». Источник: Data Insight. Карта экосистемы электронной торговли в России, 2023 – eCommerce.datainsight.ru.

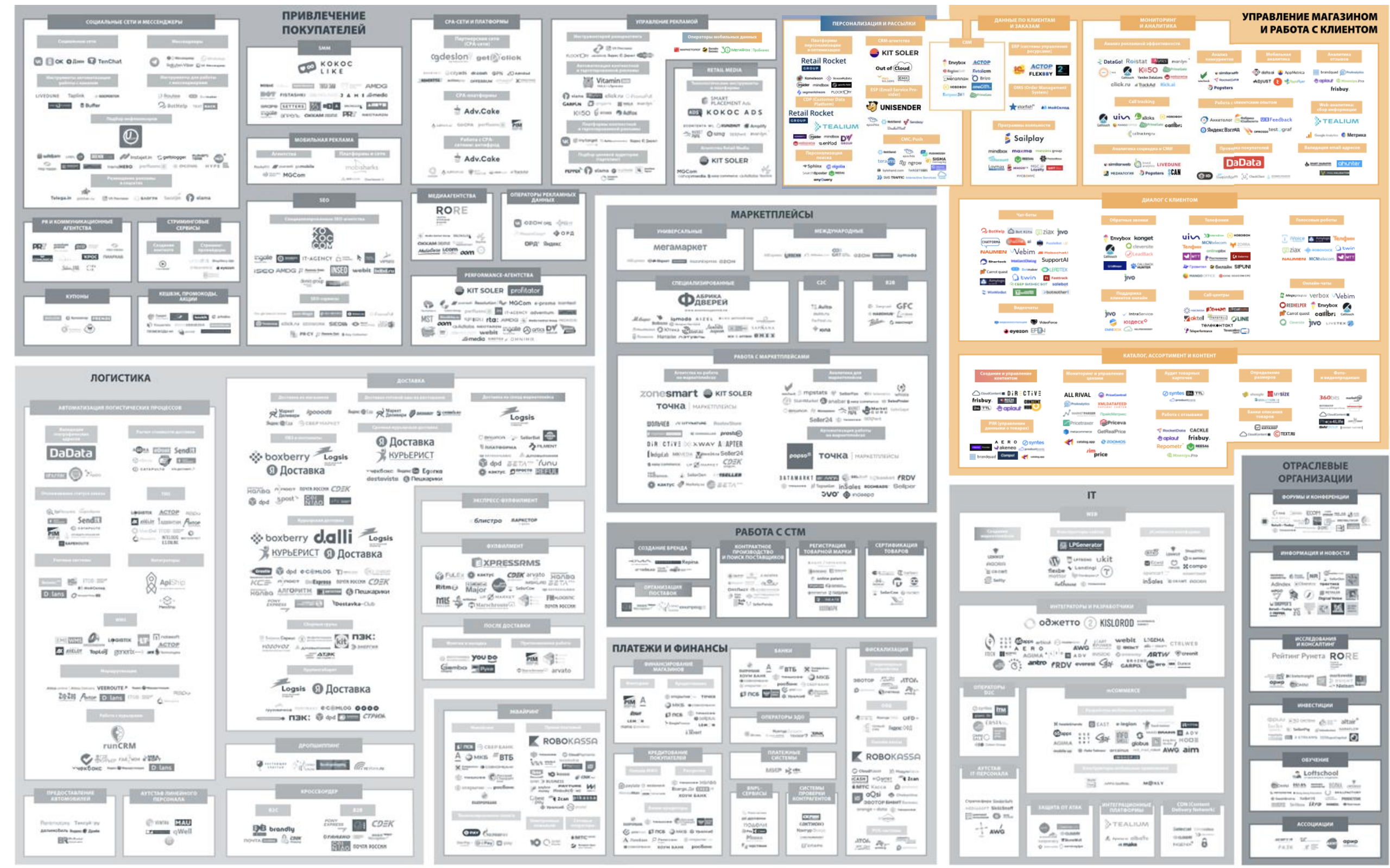


# 11 / Блоки Экосистемы. Управление магазином и работа с клиентом

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 **36** подкатегорий **266** сервисов

Доля сервисов блока от всех сервисов на карте



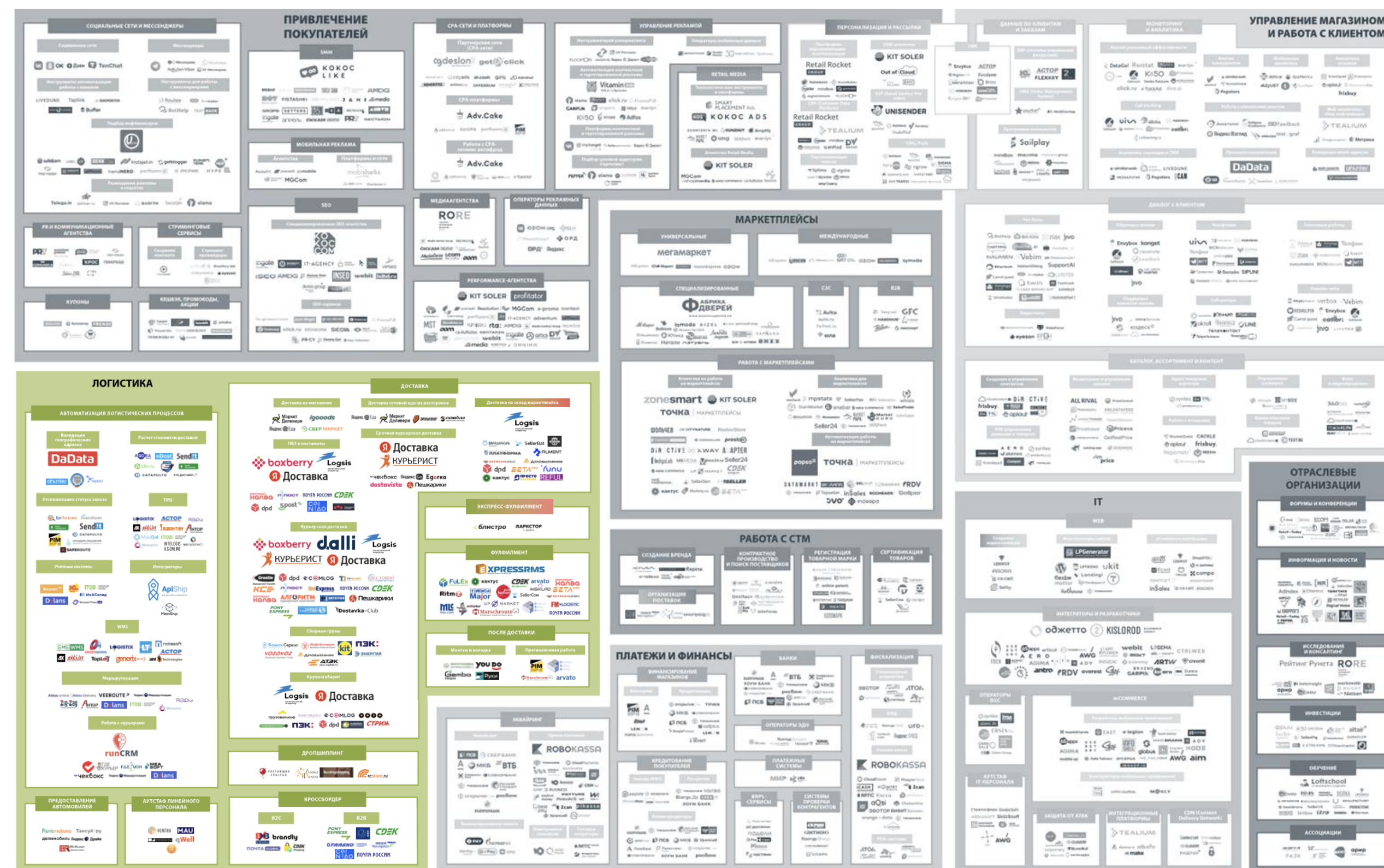
Включены данные из смежной категории «Персонализация и рассылки», в том числе из подкатегории «CRM». Источник: Data Insight. Карта экосистемы электронной торговли в России, 2023 – eCommerce.datainsight.ru.



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.

9 категорий 26 подкатегорий 202 сервиса

Доля сервисов блока от всех сервисов на карте



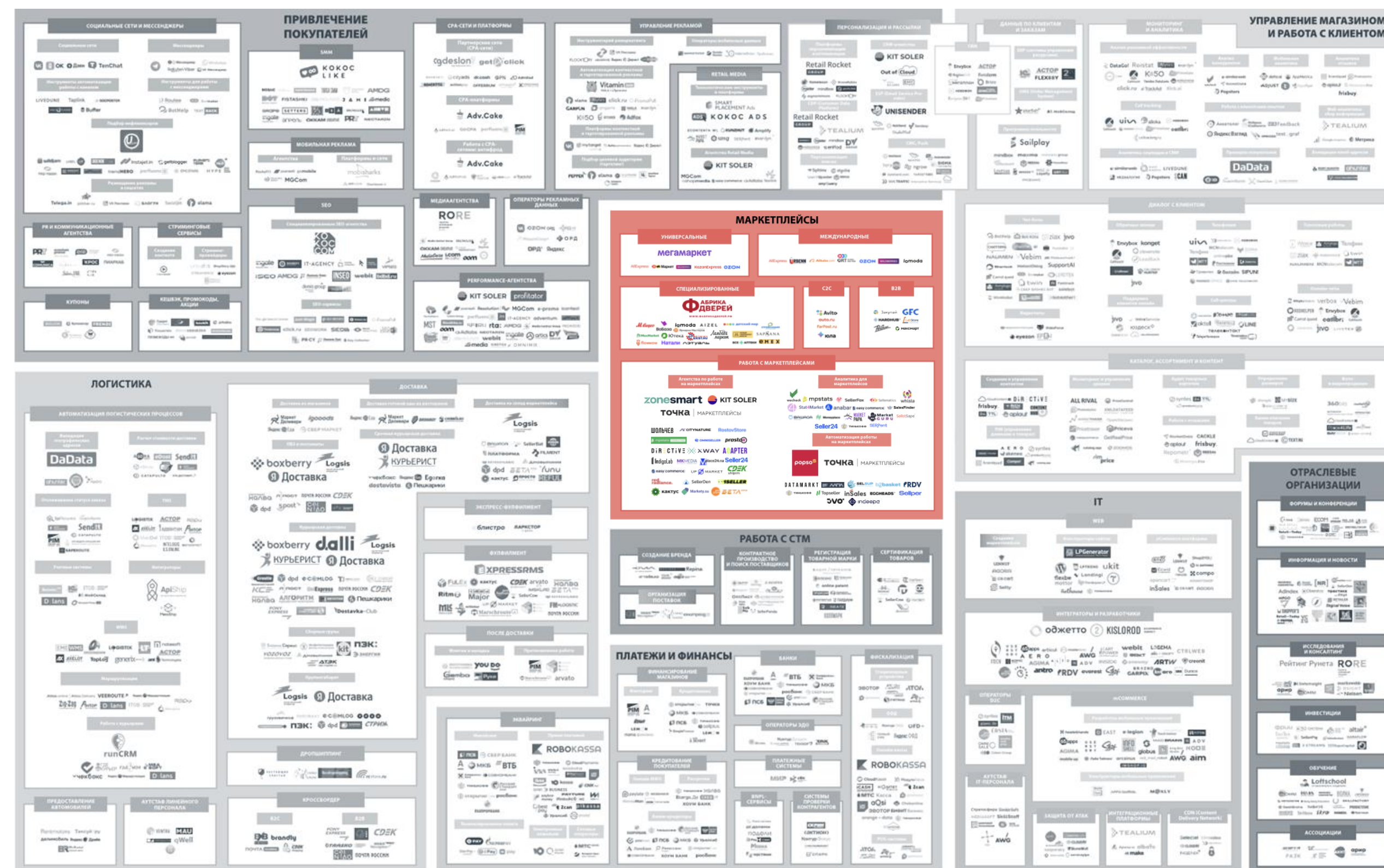
Источник: Data Insight. Карта экосистемы электронной торговли в России, 2023 – eCommerce.datainsight.ru.



Блок «Маркетплейсы» закрывает задачу интернет-магазина по развитию новых каналов продаж. В блок включены торговые площадки разного типа, а также сервисы по работе на маркетплейсах.

**6** категорий **8** подкатегорий **99** сервисов

Доля сервисов блока от всех сервисов на карте



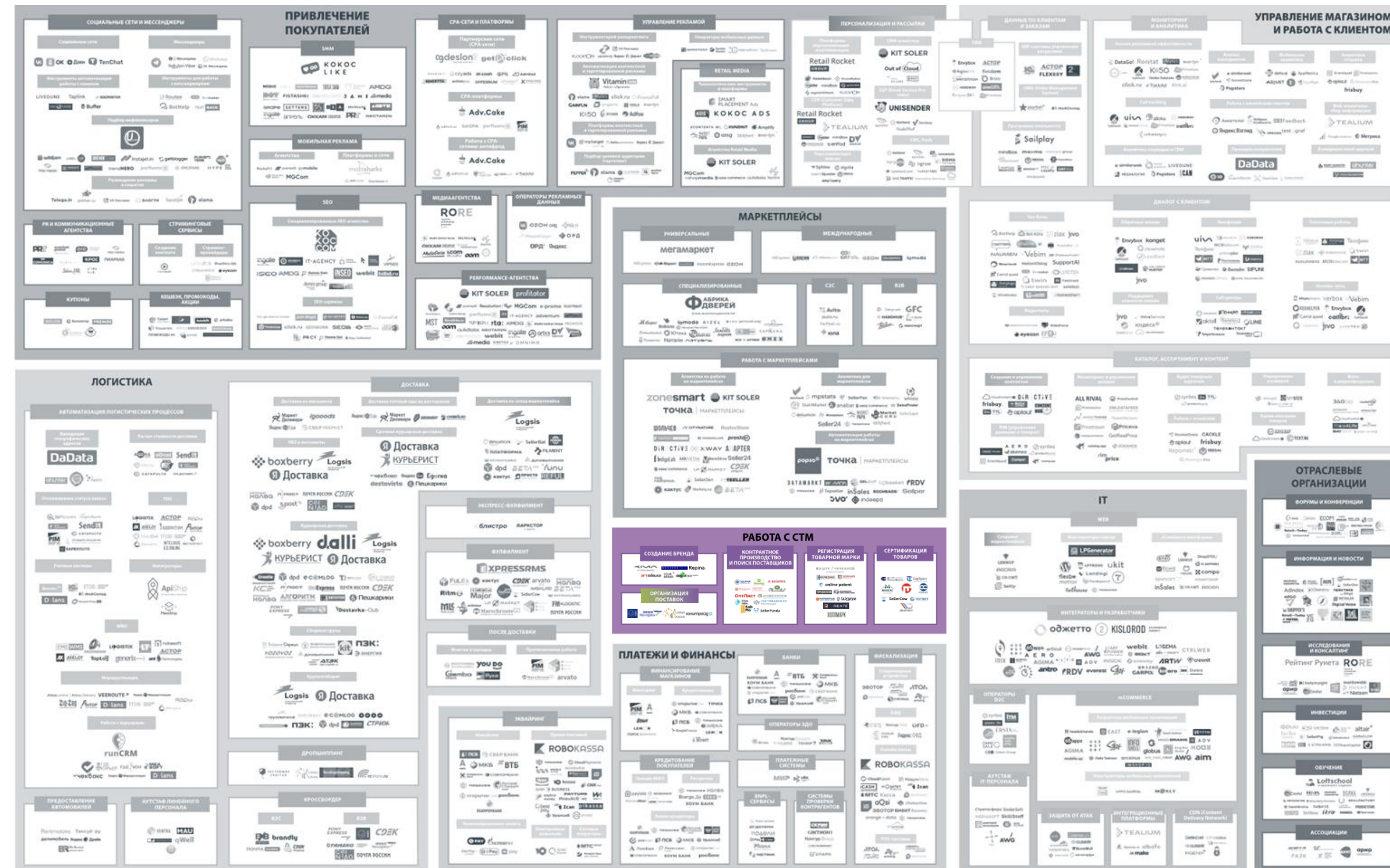
Источник: Data Insight. Карта экосистемы электронной торговли в России, 2023 – eCommerce.datainsight.ru.



Блок «Работа с СТМ» включает сервисы, предоставляющие продавцам (селлерам) услуги для создания и организации продаж собственных торговых марок онлайн.

**5** категорий **5** подкатегорий **39** сервисов

Доля сервисов блока от всех сервисов на карте



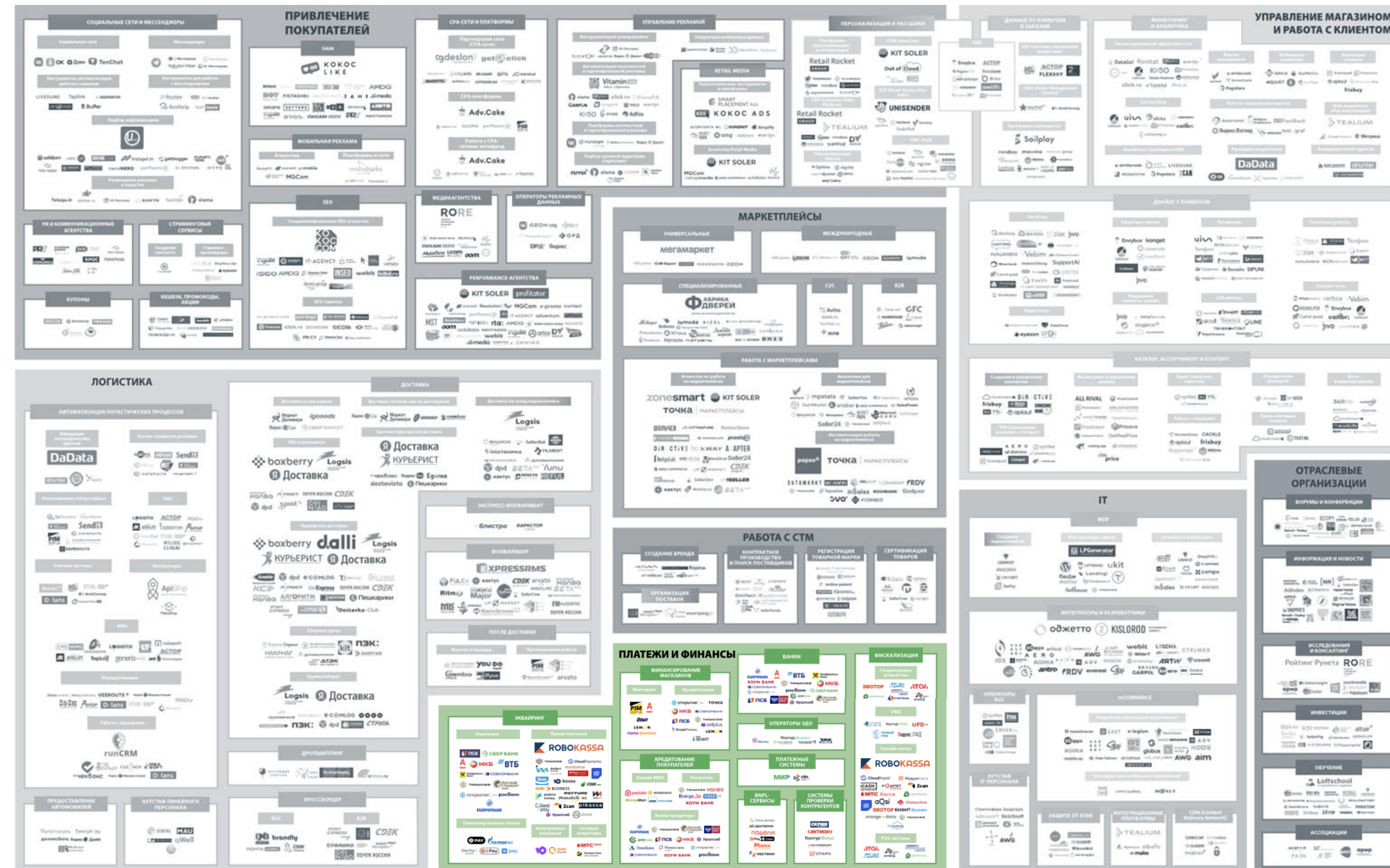
Источник: Data Insight. Карта экосистемы электронной торговли в России, 2023 – eCommerce.datainsight.ru.



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

9 категорий 19 подкатегорий 143 сервиса

Доля сервисов блока от всех сервисов на карте



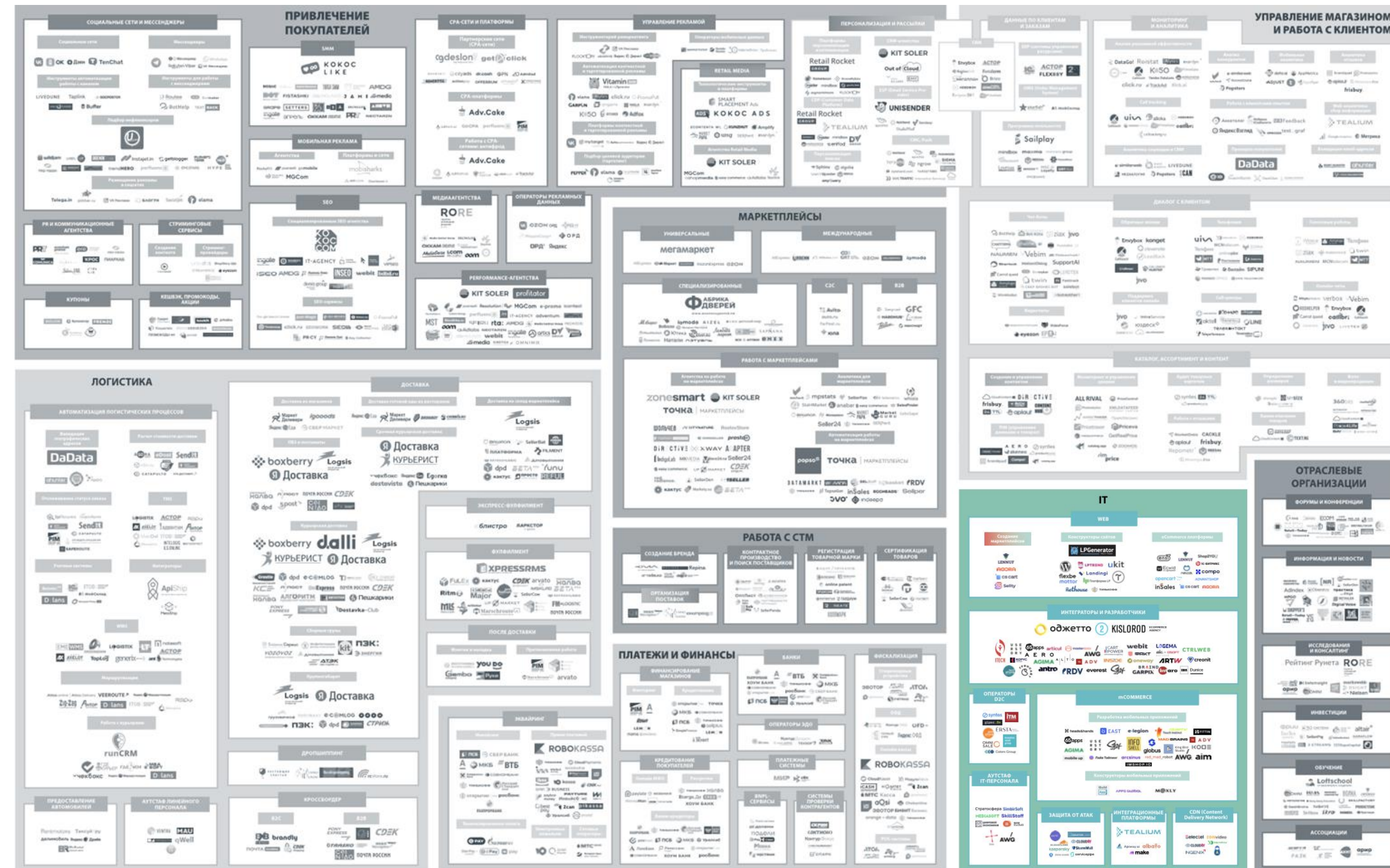
Источник: Data Insight. Карта экосистемы электронной торговли в России, 2023 – eCommerce.datainsight.ru.



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

8 категорий    11 подкатегорий    120 сервисов

Доля сервисов блока от всех сервисов на карте



Источник: Data Insight. Карта экосистемы электронной торговли в России, 2023 – eCommerce.datainsight.ru.

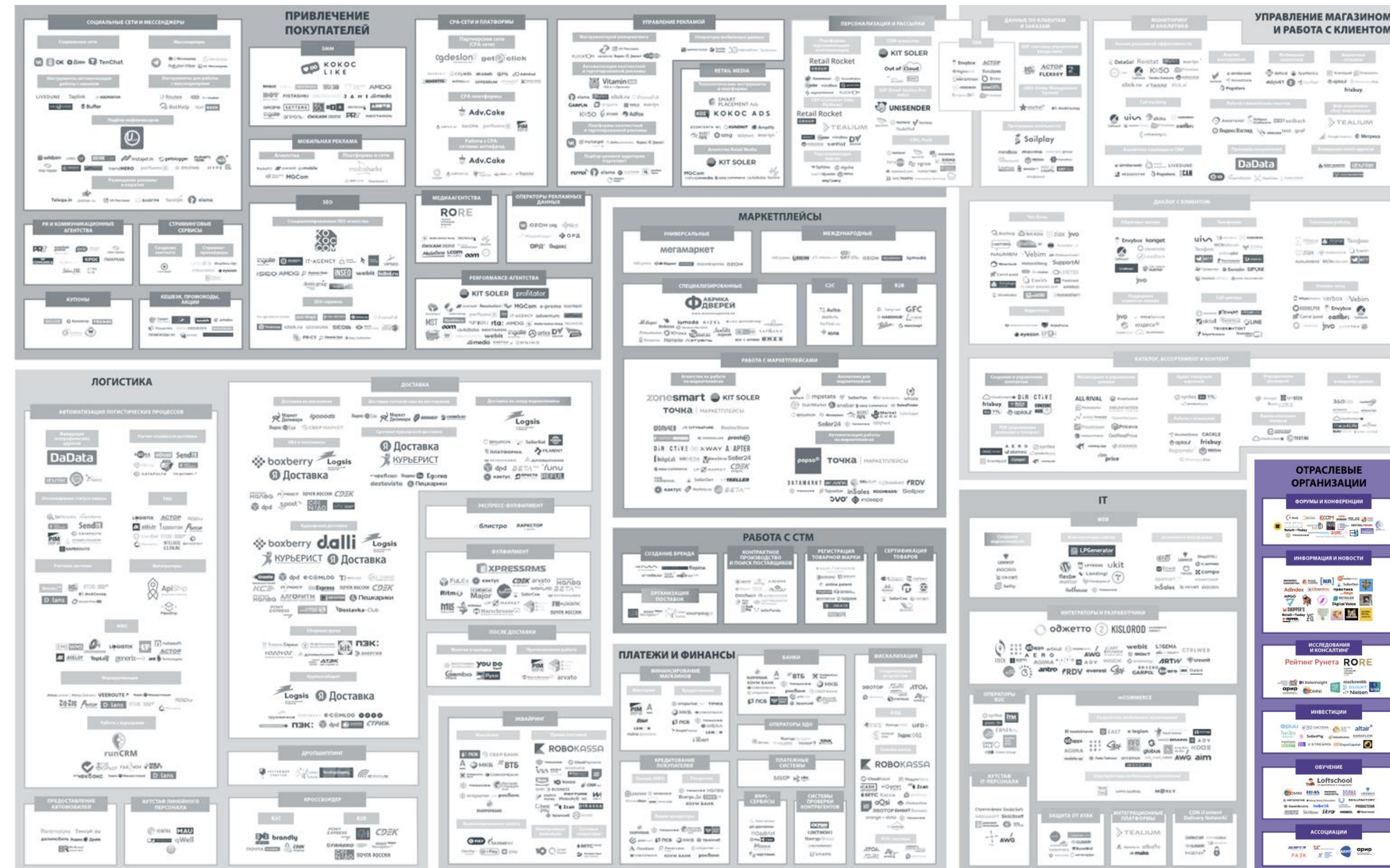
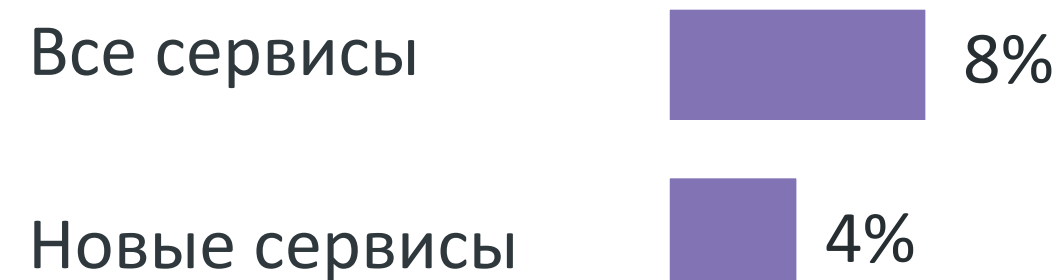


# 11 / Блоки Экосистемы. Отраслевые организации

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

6 категорий 6 подкатегорий 91 сервис

Доля сервисов блока от всех сервисов на карте



Источник: Data Insight. Карта экосистемы электронной торговли в России, 2023 – eCommerce.datainsight.ru.



# 11 / Принять участие в Экосистеме

## Участник экосистемы

Возможности:

- ✓ рассказать о своей компании
- ✓ войти в один список с лидерами рынка
- ✓ узнать своих конкурентов и найти новых клиентов

Стать участником



## Партнер экосистемы

Возможности:

- ✓ выделить свой логотип на фоне других компаний
- ✓ рассказать о себе в разных форматах: цитата, описание компании, баннеры, ссылки, упоминание в разделе «Партнеры»

Стать партнером





# Кейс партнера «Фабрика дверей»



## Онлайн продажа дверей: страхи розничных продавцов и решение на маркетплейсе фабрикадверей.рф

Дверная розница еще скептически относится к онлайн-торговле. Отрасль консервативна и в целом отстает от внедрения высокотехнологичных инструментов продаж. Например, CRM-системы используют не более 10% продавцов дверей.

### Участники рынка озвучивают 2 основные проблемы:

- 1 Сложность товара:** множество деталей, материалов, вариантов комплектации. Поэтому **нужна полноценная консультация специалиста.**
- 2 Привычка покупателя посмотреть товар «живьем»,** так как стоимость заказа часто превышает месячный доход.

В 2022 году запустили **маркетплейс фабрикадверей.рф.**

Настроили **тандем онлайн и офлайн форматов продаж:** продавец получает запрос с сайта, по телефону обсуждает сделку и формирует комплект, клиент оплачивает в личном кабинете.

Внедрили **процесс замера** дверных проемов на объекте клиента **с образцами покрытий.**

**Обучаем и помогаем освоить онлайн продажи дверей** дверному бизнесу.



**По завершении 2023 года на площадке работают магазины в 83 городах России.**  
Продолжаем подключать партнеров и инвестировать в интерфейс маркетплейса с целью перевести торговлю дверями в высокотехнологичный процесс.



# Партнеры исследования





# О компании ExpressRMS

**ExpressRMS** фулфилмент-оператор, работающий на рынке e-commerce с 2013 года.

Основной фокус компании — комплексное обслуживание он-лайн продавцов.

Возможность отгрузок оптовых и розничных заказов интернет-магазинов, магазинов на маркетплейсах и иных каналов продаж, в торговые и сетевые структуры, формирование маркетинговых рассылок с единого склада фулфилмент-оператора.



Работаем с основными маркетплейсами по схемам FBO, FBS, DBS и Express.

**Фулфилмент ExpressRMS** — это:

- продажи с одного склада через интернет-магазин и на основных маркетплейсах без хранения на складе площадок;
- возможность работать по разным схемам отгрузки на маркетплейсы (FBO, FBS, DBS и Express), комбинировать их в зависимости от сезона/поставленных задач;
- доставка до СЦ маркетплейсов и непосредственно в руки получателей (через 8 федеральных служб доставки);
- переупаковка (включая термоусадку и запайку) и перестикеровка товаров, формирование комплектов и наборов;
- работа с Честным Знаком, КИЗами, серийными номерами и остаточным сроком годности;
- интеграция учетной системы селлера с учетной системой ExpressRMS;
- бесплатная интеграция с маркетплейсами (заказы автоматически выгружаются из кабинета селлера в учетную систему фулфилмента, а складские остатки подгружаются на маркетплейсы).

# О компании GBS

[GBS \(ООО «ГБС-Брокер»\)](#) – основанная в 2017 г. логистическая компания и лицензированный таможенный брокер с комплексными решениями для международных e-commerce посылок, образцов и коммерческих грузов.



Мы осуществляем экспресс-доставку посылок из Китая, Гонконга, Турции, Индии, ОАЭ, Польши, Великобритании, США и др. стран.

Наше комплексное решение «GBS Import Cross-Border E-commerce» включает в себя услуги «первой мили» и фулфилмента за рубежом, авиа, авто или комбинированную доставку до РФ, таможенное оформление, включая сбор паспортных данных получателей и прием оплаты таможенных пошлин, а также широкий выбор вариантов доставки на «последней миле».

**Наши клиенты** – это не только зарубежные бренды и онлайн-магазины, но и российские маркетплейсы и ритейлеры.

Вместе с GBS компании, готовые адаптироваться и использовать преимущества кроссбордерной торговли, могут расширить свой ассортимент уникальными товарами, оптимизировать часть затрат и достичь новых высот в развитии своего бизнеса.



# О компании Intensa

Е-commerce агентство [Intensa](#) — разрабатываем, поддерживаем и развиваем интернет-магазины.

The logo for Intensa, featuring the word "intensa" in a lowercase, sans-serif font. A small green triangle is positioned above the letter 'i'.

**Наши клиенты** — крупные торговые компании, среди которых:

- бытовая химия Synergetic,
- магазины мужской одежды Kanzler,
- магазины для детей «Олант»,
- магазин чемоданов и сумок «Пан Чемодан»,
- одежда для туризма Nordman,
- интернет-магазин белорусской одежды Mark Formelle,
- дизайнерская мебель Cosmorelax,
- интернет-магазин брендовой одежды brand-a-porter,
- онлайн-сервис для автоматизации маркетинга Mindbox,
- платформа лояльности для ритейл-сетей Махма.

Мы обеспечиваем стабильную и быструю работу интернет-магазина, интегрируем его с сервисами и маркетплейсами, подбираем каналы трафика, внедряем лучшие практики увеличения конверсии, формируем <sup>[[[ ]]</sup> и тестируем гипотезы, чтобы увеличить выручку и оптимизировать процессы.



# Источники данных для отчета





- [Data Insight](#): ежемесячный бюллетень eGrocery, 2024;
- [Data Insight](#), Кто, как и почему заказывает доставку продуктов, 2023;
- [Data Insight](#), ePharma в России – прогноз развития 2023-2025 гг., 2023;
- [Data Insight](#), Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей, 2023;
- [Data Insight](#), Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100, 2023, 2024;
- [Data Insight и Мегамаркет](#), Выбор брендов на маркетплейсах, 2023;
- [Data Insight и Tinkoff eCommerce](#), Рынок нишевых маркетплейсов в России, 2023;
- [Data Insight](#), Логистика интернет-торговли России в 2023. Мнения и ожидания, 2023;
- [Data Insight](#), Digital Advertisers Barometer — 2022-2023, 2023;
- [Data Insight](#), Экосистема российской электронной торговли, 2023.

- eMarketer, 2024
- European eCommerce Report, 2023;
- International Monetary Fund, 2023;
- Mediascope, 2023;
- Statista, 2024;
- The Economist Group, 2023;
- The Heritage Foundation, 2024;
- UNCTAD, 2020;
- The World Bank, 2022;
- U. S. News, 2024;
- World Population Review, 2024.



# Мы и наши исследования

 Data Insight







## Исследования рынков

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



## Конкурентный анализ

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



## 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



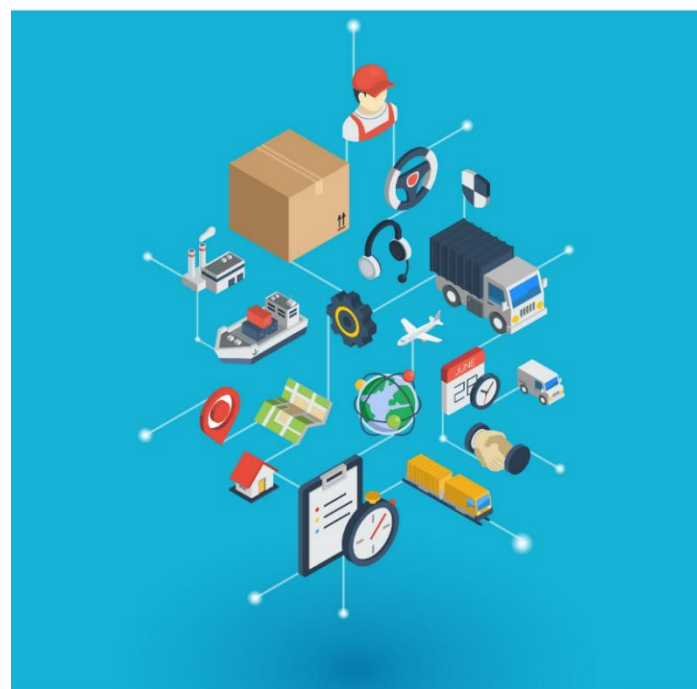
## PR с помощью аналитики

- 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

Логистика интернет-торговли  
России в 2023.  
Мнения и ожидания



Data Insight

## Логистика интернет-торговли России в 2023. Мнения и ожидания

#	Магазины	Категория	Онлайн-продажи, млн руб. <sup>1</sup>	Рост онлайн-продаж <sup>2</sup>	Заказы, тыс. шт.	Рост заказов <sup>3</sup>	Средний чек, руб	Рост среднего чека <sup>4</sup>
1	wildberries.ru	универсальные магазины	2 143 700	73%	2 976 200	104%	720	-15%
2	ozon.ru	универсальные магазины	1 369 000	125%	914 400	103%	1 500	11%
3	market.yandex.ru <sup>5</sup>	универсальные магазины	370 600	57%	98 700	101%	3 750	-22%
4	megamarket.ru	универсальные магазины	312 700	417%	43 300	199%	7 220	73%
5	dns-shop.ru	электроника и техника	239 400	17%	17 100	5%	14 000	11%
6	samokat.ru	FMCG	159 900	111%	190 600	58%	840	33%
7	vseinstrumenti.ru	товары для дома	151 600	56%	21 900	47%	6 920	6%
8	citilink.ru	электроника и техника	151 200	2%	9 100	-16%	16 600	23%
9	sbermarket.ru <sup>4</sup>	FMCG	127 100	50%	55 400	68%	2 290	-11%
10	vkusvill.ru	FMCG	126 600	53%	98 800	53%	1 280	0%
11	mvideo.ru	электроника и техника	122 500	12%	9 900	-14%	12 400	30%
12	lamoda.ru	одежда, обувь и аксессуары	119 300	31%	23 000	28%	5 190	3%
13	sima-land.ru	универсальные магазины	80 600	11%	12 100	36%	6 660	-18%
14	lavka.yandex.ru <sup>5</sup>	FMCG	77 400	67%	72 900	54%	1 060	8%
15	goldapple.ru	красота	76 400	98%	18 500	83%	4 130	8%
16	petrovich.ru	товары для дома	75 700	9%	4 310	6%	17 600	3%
17	apteka.ru	здоровье	73 100	0%	46 700	6%	1 570	-6%
18	leroymerlin.ru	товары для дома	67 600	16%	7 600	18%	8 890	-2%

## Рейтинг российских интернет- магазинов Топ-100 2023



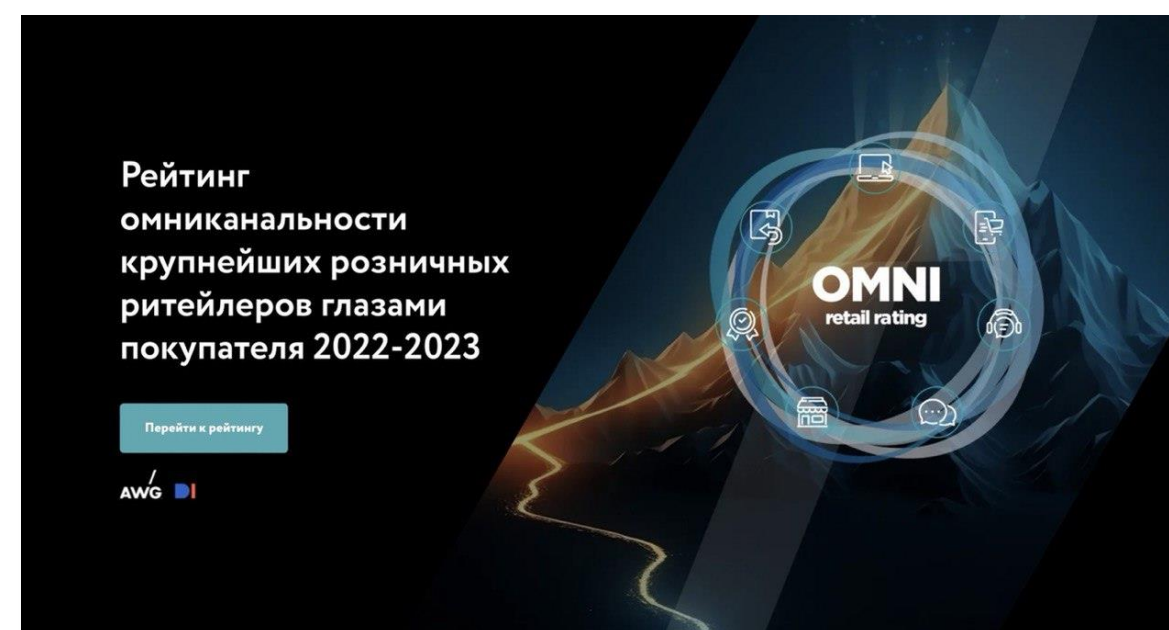
## Digital Advertisers Barometer — 2022 - 2023

Выбор брендов на маркетплейсах

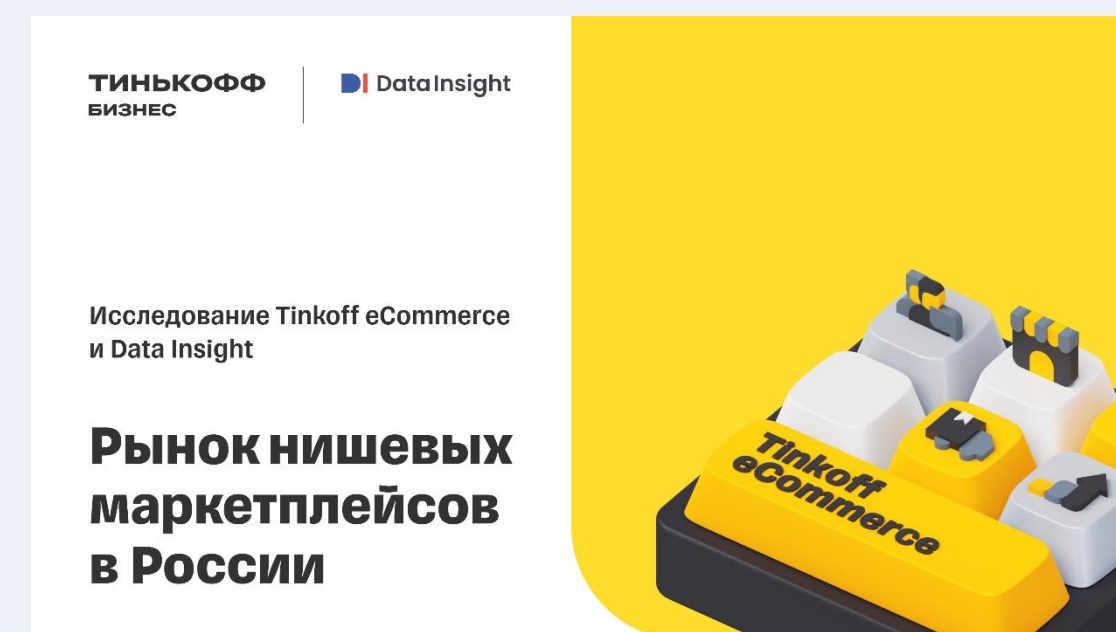
Потребительское поведение покупателей на маркетплейсах

Data Insight × мегамаркет

## Выбор брендов на маркетплейсах, 2023



## Рейтинг омниканальности крупнейших розничных ритейлеров глазами покупателя 2022-2023



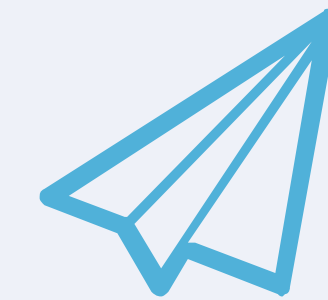
## Рынок нишевых маркетплейсов в России 2023

- 1 Онлайн-торговля в Казахстане, 2023
- 2 Онлайн-рынок БАДов и витаминов, 2023
- 3 Фэшн: потребительский опыт и перспективы развития, 2024
- 4 Перспективы eCommerce-рынка Узбекистана – 2024 – [Узнать больше](#)
- 5 Экосистема электронной торговли 2024 – [Узнать больше](#)
- 6 Стратегия работы с логистикой 2024 для интернет-торговли
- 7 CRM. Механики программ лояльности

Подпишитесь на наши новости:



[Подписаться](#)  
на рассылку



[Читать](#)  
в Telegram





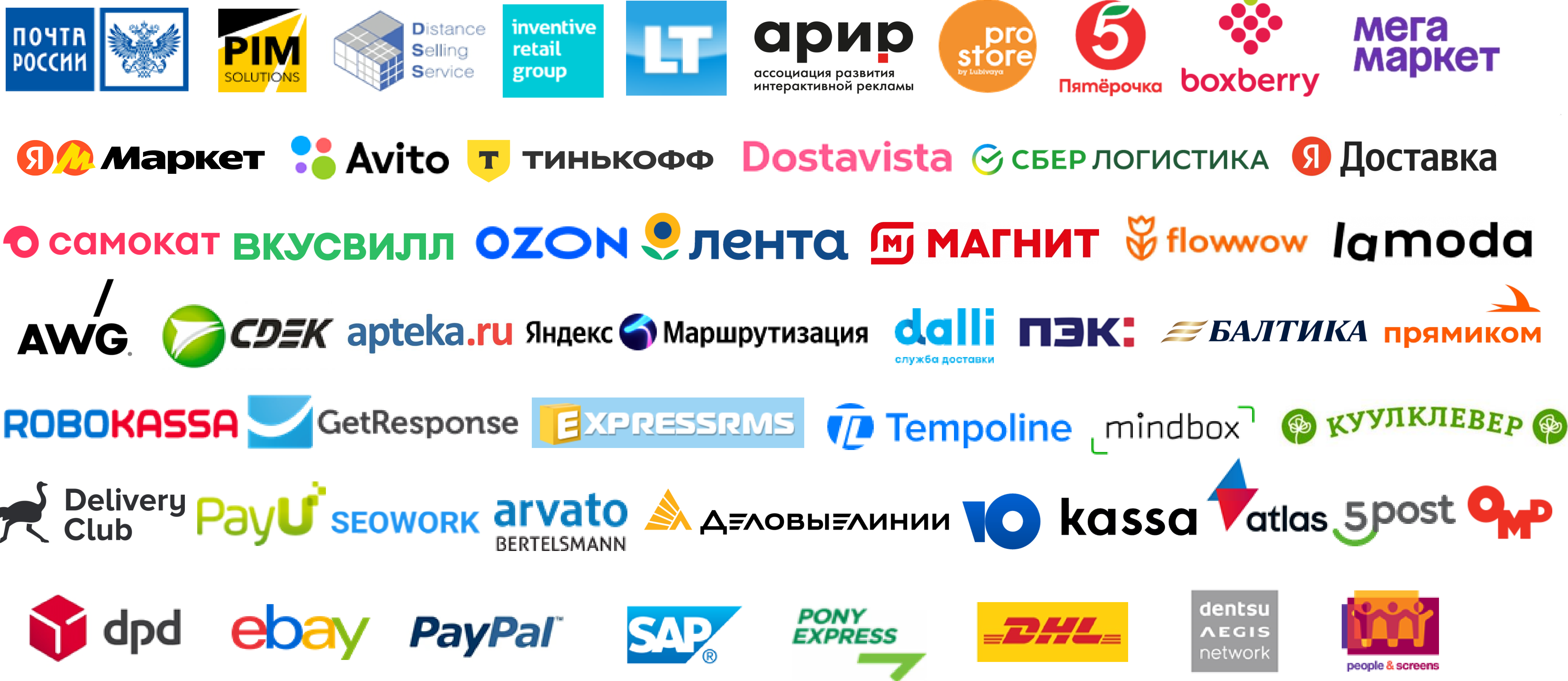
# Источники данных и методики, используемые Data Insight

- 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](https://datainsight.ru)

+7 (495) 540 59 06

[a@datainsight.ru](mailto:a@datainsight.ru)

<b>Название исследования</b>	Интернет-торговля в России 2024
<b>Автор</b>	Data Insight
<b>Дата выхода</b>	Май 2024
<b>Формат отчета</b>	Презентация в формате pdf
<b>Объем отчета</b>	146 страниц
<b>Рекламодатели</b>	АО «Альфа-банк»; ООО «Боксберри софт»; ООО «Глобальные Брокерские Решения»; ИП Грунтов Сергей Николаевич; ООО «ИНСЕЙЛС РУС»; ООО «Интенса Групп»; ООО «Логсис Групп»; ООО «ОДЖЕТТО ВЕБ»; ООО «РОБОКАССА»; ООО «С-Файндер»; АО «ТИНЬКОФФ БАНК»; АО «ТОЧКА», ООО «ФО ЛИДС»; ООО «Экспресс РМС».