

# Экосистема электронной торговли — 2019

DATA  
insight

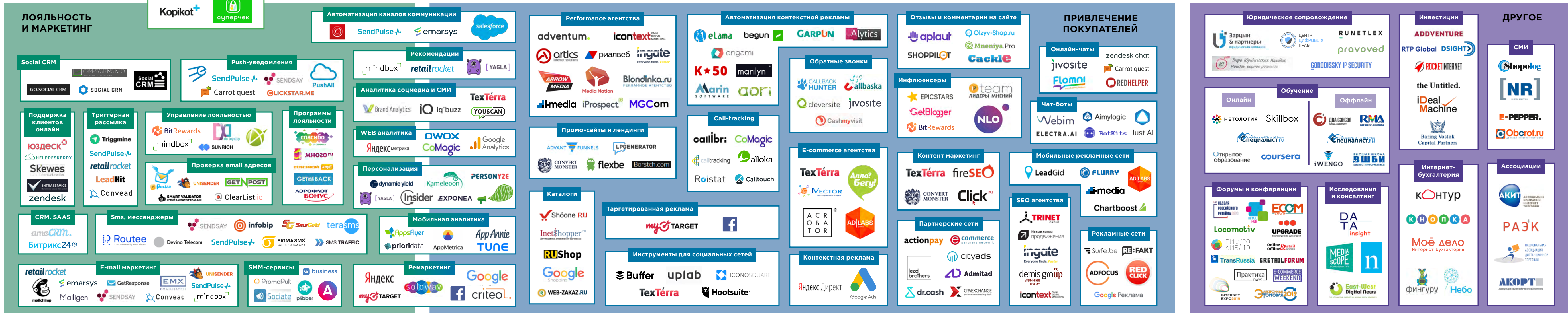
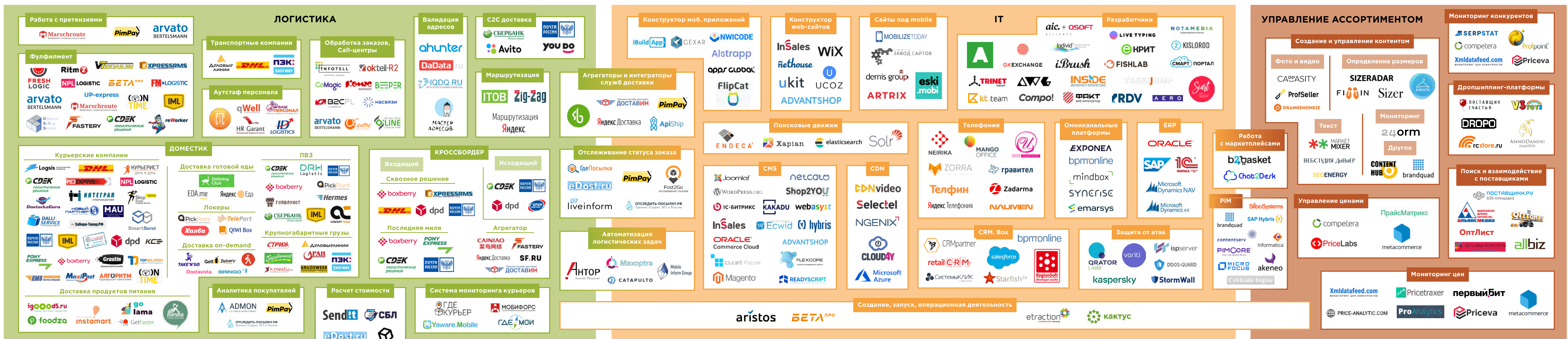
в партнёрстве с

Obcrot.ru  
АБИГАЕМ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВАЯ

При поддержке

boxberry

NLO



**БЛАГОДАРИМ ЗА ПОМОЩЬ В СОЗДАНИИ ЭКОСИСТЕМЫ ЭКСПЕРТОВ РЫНКА ЕСOMMERCE:**

Ивана Боровикова (Mindbox),  
Татьяну Глазачеву (Robokassa),  
Леонида Гольдорта (СДЭК),  
Сергея Журавлева (Fastery),  
Леонида Зондберга (Почта России),  
Надежду Романову (PickPoint),  
Ольгу Сатановскую и Евгения Чернова (PimPay),  
Александра Хачияна (AWG),  
Надежду Шилову (Adlabs),

а также компании:

- Где Материал,
- Alloka,
- Emarsys,
- PickPoint,
- Яндекс Деньги,
- Brandquad,
- iContext Group,
- Metacommerce,
- QIWI

**Иван Кургузов,**  
исполнительный директор Oborot.ru

**Владимир Бугаевский,**  
коммерческий директор Oborot.ru

**С** каждым годом экосистема электронной торговли растет и усложняется — появляются новые еще более узкоспециализированные ниши, появляются и конвергентные решения на стыке разных «классических» услуг. Нарисовать полную, исчерпывающую экосистему наверное уже невозможно — она просто не уложится в существующие ограничения листа А1 или экрана компьютера, двухмерности отображения и доступного времени.

Усложняются и потребности интернет-магазинов — в условиях растущей конкуренции выживают только уникальные, а уникальному интернет-магазину будет нужна и уникальная комбинация B2B-услуг, так что подобную экосистему не стоит воспринимать как однозначный гид «если вам нужно вот это — идите туда». Это всего лишь иллюстрация сложности и многообразия экосистемы рынка электронной торговли - но даже такая упрощенная иллюстрация может заметно расширить представления «читателей» о том, какие еще услуги, технические решения и возможности аутсорсинга доступны на российском рынке для интернет-магазинов.

**Михаил Бархав,**  
директор службы доставки Boxberry

“ Рынок e-commerce один из самых динамично развивающихся. В борьбе за клиента создается множество сервисов на стороне сайта (онлайн-магазина или маркетплейса) и в инфраструктуре компании. Часто они требуют от бизнеса гибких IT-решений.

В современной IT-архитектуре задействовано множество информационных систем, и внедрение изменений требует тщательной проработки. Развитие собственного внутреннего ресурса или привлечение внешней команды остается насущным IT-вопросом в e-commerce. Одним из вариантов его решения может стать параллельное развитие внутренних компетенций и усиление внешними командами. Подобная гибридная модель позволяет быстрее достигать целей компании и выводить бизнес на новый уровень с помощью IT.”

**Александр Хачиян,**  
директор компании AWG

“ Важной, но не для всех очевидной, задачей e-commerce проекта является создание своего канала коммуникации с потребителями. И тут социальные сети играют ключевую роль.

2019 год становится переломным в сфере social media marketing — все большую роль играют контентные социальные сети, такие как Instagram, YouTube и TikTok, новые форматы контента захватывают внимание потребителей. В перспективе выигрывает тот, кто будет смотреть на социальные сети не только как на канал продаж, а как на возможность для работы над брендом и имиджем интернет-магазина.”

**Вячеслав Кокорин,**  
руководитель social media агентства NLO

**Борис Овчинников,** партнер Data Insight

© DATAINSIGHT, 2019