



Интернет-торговля в России 2020

datainsight.ru

DA
TA
insight

EWAVE

get  click

 PickPoint

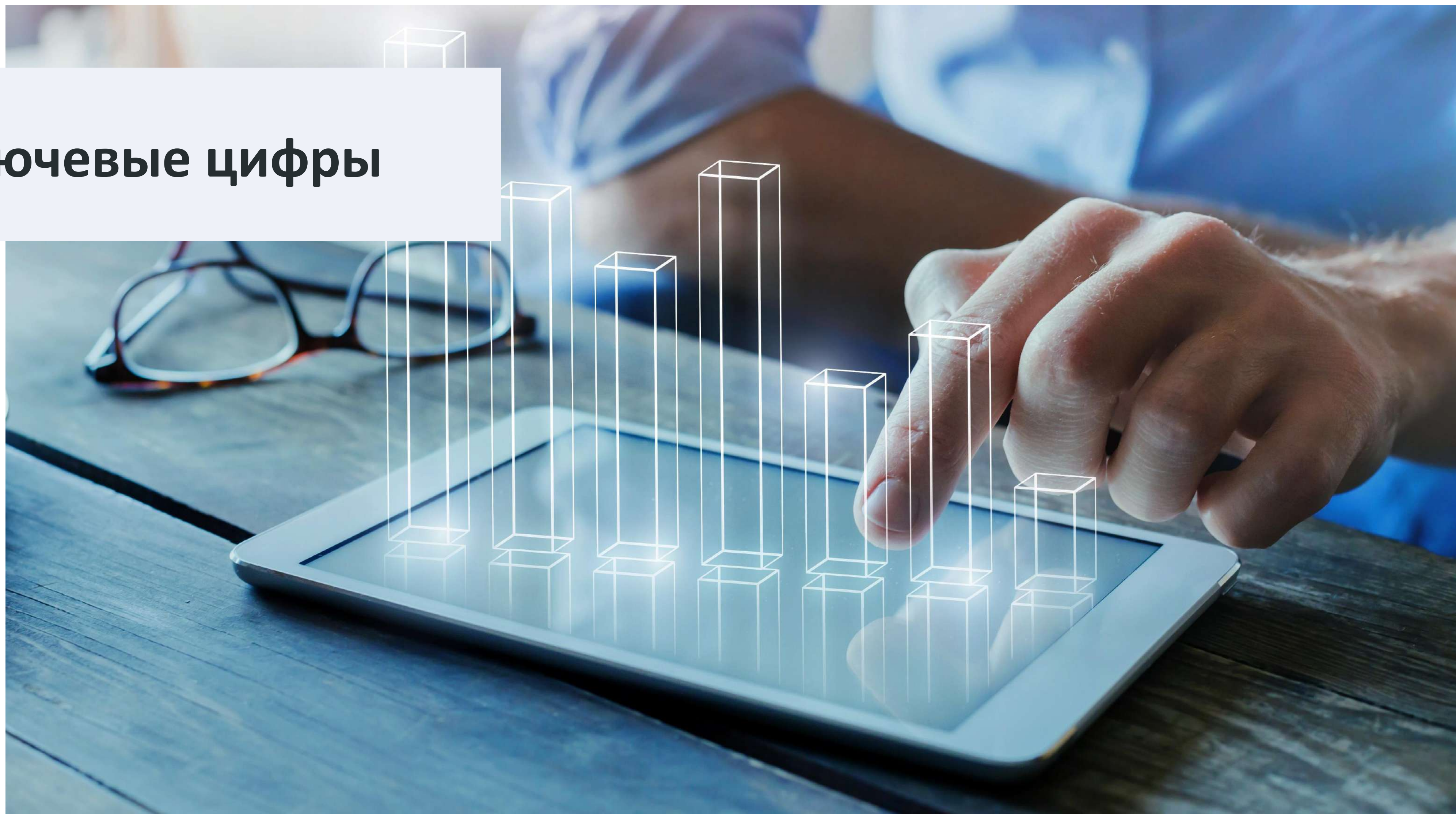
*PONY
EXPRESS*

Яндекс Маршрутизация



0	Ключевые цифры.....	3	8	Логистика для интернет-торговли.....	68
1	Интернет-торговля в мире.....	10	9	География рынка eCommerce.....	80
2	Аудитория интернета в России.....	23	10	Интернет-магазины.....	89
3	B2C-рынок в России.....	28	11	Онлайн-платежи в eCommerce.....	96
4	Влияние пандемии.....	40	12	Партнеры исследования.....	101
5	B2C: прогноз, 2020-25.....	48	13	Источники исследования.....	107
6	C2C-рынок в России.....	53	14	Data Insight.....	109
7	Розничный онлайн-экспорт.....	61			

Ключевые цифры



0 / eGrocery в России, 2020

4

eGrocery включает все продажи интернет-магазинов и сервисов доставки продуктов питания, без учета продаж продуктов питания через универсальные и мультикатегорийные интернет-магазины и маркетплейсы.



69 млн

заказов



1 880 руб.

средний чек



0 / ePharma в России, 2020

5

ePharma включает все продажи интернет аптек, включая специализированные онлайн-аптеки, онлайн-сервисы доставки аптечного ассортимента, онлайн-продажи и резервирование товаров онлайн в оффлайновых аптеках. Не включает продажи аптечного ассортимента через неспециализированные площадки, интернет-магазины и маркетплейсы.



78 млн

заказов



1 679 руб.

средний чек

131
млрд руб.
объем рынка

+53%
рост в рублях

0 / Крупные универсальные маркетплейсы в России, 2020

6

Крупные универсальные маркетплейсы – учитываются входящие в Топ20 онлайн-продавцов площадки, на которых представлены большинство товарных категорий и у которых не менее четверти продаж осуществляется по модели маркетплейса. На декабрь 2020 это: Wildberries, Ozon, Aliexpress Russia (только продажи российских продавцов), Яндекс Маркет ([Pochki.market.yandex.ru](https://pochki.market.yandex.ru)).



405 млн

заказов



1 780 руб.

средний чек

721
млрд руб.

объем рынка

+108%

рост в рублях

Остальные онлайн-магазины – продажи всех B2C игроков рынка eCommerce, исключая продажи продуктов питания через интернет магазинов, и сервисы доставки лекарств, продуктов питания и готовой еды, продажи интернет-аптек, продажи крупных универсальных маркетплейсов маркетплейсов Wildberries, Ozon, Aliexpress Russia, Яндекс Маркет.



278 млн

заказов



6 205 руб.

средний чек

1725
млрд руб.

объем рынка

+38%

рост в рублях

0 / Онлайн B2C в России, 2020

8

Интернет-торговля (B2C-торговля) — покупка у юридического лица материальных товаров через интернет. **Под покупкой понимается** заказ товара через сайт или мобильное приложение независимо от способа оплаты и доставки/получения заказа.



830 млн

заказов



3 260 руб.

средний чек

2,7
трлн руб.
объем рынка

Оценка включает покупки материальных товаров в российских розничных интернет-магазинах, работающих с частными покупателями, и не включают туристические и иные услуги, заказ готовой еды, покупку билетов на мероприятия и транспорт, покупку цифровых/виртуальных товаров, трансграничные покупки. Учитывается конечная стоимость для покупателя, включая НДС и стоимость доставки.

Источник: данные Data Insight, март 2021

0 / Онлайн C2C в России, 2020

9

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

Количество вовлеченных в C2C-торговлю продавцов составило 13,2 миллиона. Число покупателей выросло до 13,3 миллионов.

Количество сделок выросло за последние 1,5 года на 70%.



301 млн

продаж



3 530 руб.

средний чек

1,0
трлн руб.

ВЫРУЧКА

CAGR 2017-2020

53,2%

CAGR типе совокупный среднегодовой темп роста за период с 2017 по 2020 гг.

Источник: Data Insight совместно с Avito, C2C в российском интернете. Интернет-торговля между частными лицами, 2020 – https://datainsight.ru/DI_Avito_C2C_2020

Интернет-торговля в мире

- Ключевые рынки: страновой обзор
- Сравнение рынков: объем и рост крупнейших рынков, наиболее быстрорастущие рынки, прогнозы на 2020-24, объем ecommerce на душу населения, доля eCommerce в ВВП



1 / Ключевые рынки: страновой обзор

11



Китай

\$10,2

ВВП на душу
населения, 2019, тыс.

6,7%

Доля интернет-торговли
в ВВП, 2020F

\$5 350

Конечное потребление
домохозяйств*, 2018, млрд

\$955

Объем B2C интернет-
торговли, 2020F, млрд

#26 Logistics Performance Index Rank, 2018

#31 Ease of Doing Business Index Rank, 2020

#42 The Inclusive Internet Index Rank, 2020

The Logistics Performance Index – показатель эффективности логистики, является оценкой логистической инфраструктуры разных стран мира.

The Ease of Doing Business Index – индекс легкости ведения бизнеса, представляет собой оценку условий предпринимательской деятельности в разных странах мира.

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

* домохозяйств и некоммерческих учреждений, обслуживающих домохозяйства
Источник: The World Bank, 2020; International Telecommunication Union (ITU), 2020; Statista, 2020

1 / Ключевые рынки: страновой обзор

12



США

\$65,2
ВВП на душу
населения, 2019, тыс.

1,7%
Доля интернет-торговли
в ВВП, 2020F

\$14 000
Конечное потребление
домохозяйств*, 2018, млрд

\$374
Объем B2C интернет-
торговли, 2020F, млрд

#14 Logistics Performance Index Rank, 2018

#6 Ease of Doing Business Index Rank, 2020

#3 The Inclusive Internet Index Rank, 2020

The Logistics Performance Index – показатель эффективности логистики, является оценкой логистической инфраструктуры разных стран мира.

The Ease of Doing Business Index – индекс легкости ведения бизнеса, представляет собой оценку условий предпринимательской деятельности в разных странах мира.

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

* домохозяйств и некоммерческих учреждений, обслуживающих домохозяйства
Источник: The World Bank, 2020; International Telecommunication Union (ITU), 2020; Statista, 2020



Великобритания

\$42,3

ВВП на душу
населения, 2019, тыс.

4,7%

Доля интернет-торговли
в ВВП, 2020F

\$1 850

Конечное потребление
домохозяйств*, 2019, млрд

\$133

Объем B2C интернет-
торговли, 2020F, млрд

#9 Logistics Performance Index Rank, 2018

#8 Ease of Doing Business Index Rank, 2020

#8 The Inclusive Internet Index Rank, 2020

The Logistics Performance Index – показатель эффективности логистики, является оценкой логистической инфраструктуры разных стран мира.

The Ease of Doing Business Index – индекс легкости ведения бизнеса, представляет собой оценку условий предпринимательской деятельности в разных странах мира.

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

* домохозяйств и некоммерческих учреждений, обслуживающих домохозяйства
Источник: The World Bank, 2020; International Telecommunication Union (ITU), 2020; Statista, 2020

1 / Ключевые рынки: страновой обзор

14



Германия

\$46,3

ВВП на душу
населения, 2019, тыс.

2,4%

Доля интернет-торговли
в ВВП, 2020F

\$2 000

Конечное потребление
домохозяйств*, 2018, млрд

\$92

Объем B2C интернет-
торговли, 2020F, млрд

The Logistics Performance Index – показатель эффективности логистики, является оценкой логистической инфраструктуры разных стран мира.

The Ease of Doing Business Index – индекс легкости ведения бизнеса, представляет собой оценку условий предпринимательской деятельности в разных странах мира.

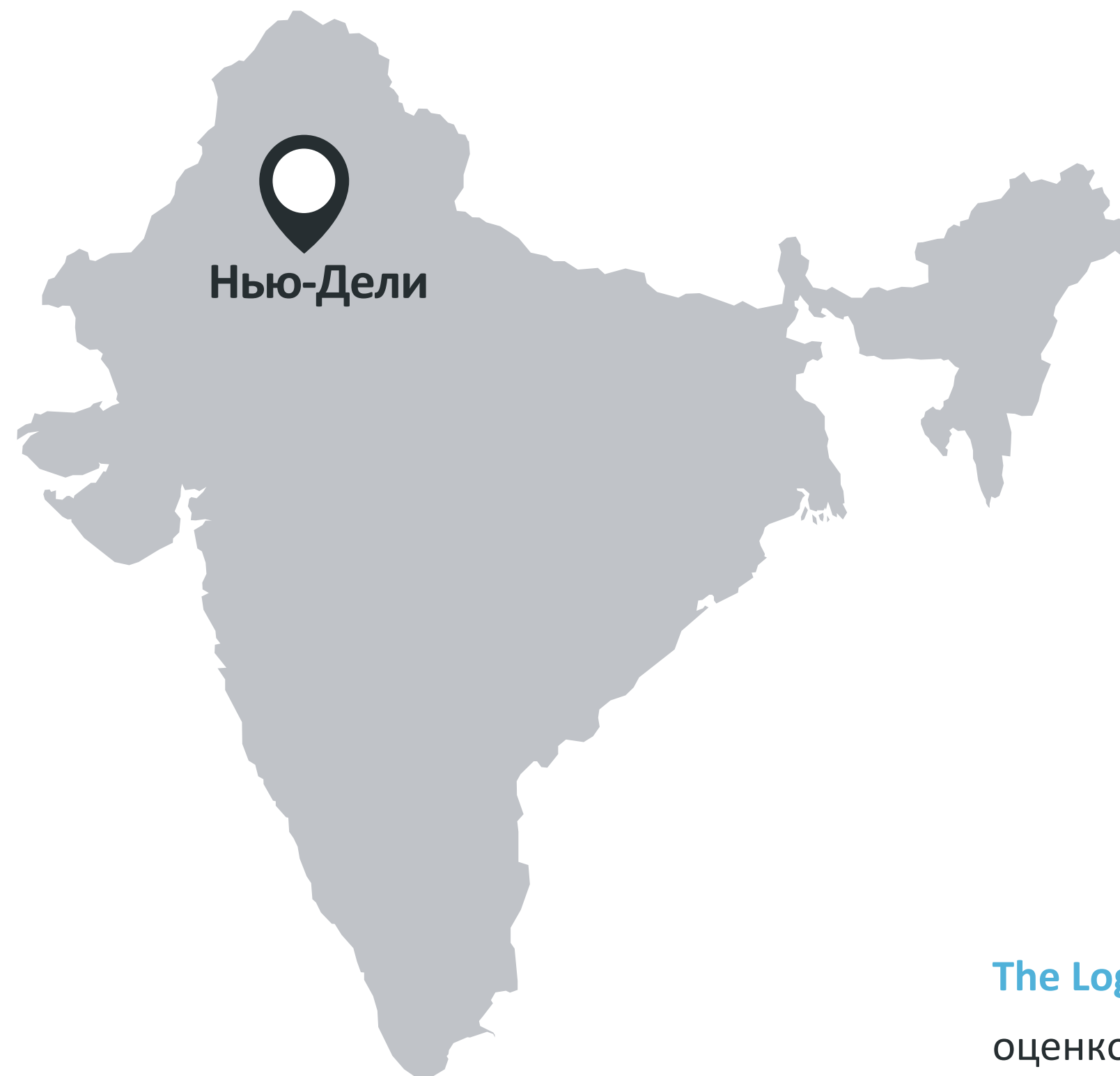
The Inclusive Internet Index – индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

- #1** Logistics Performance Index Rank, 2018
- #22** Ease of Doing Business Index Rank, 2020
- #18** The Inclusive Internet Index Rank, 2020

* домохозяйств и некоммерческих учреждений, обслуживающих домохозяйства
Источник: The World Bank, 2020; International Telecommunication Union (ITU), 2020; Statista, 2020

1 / Ключевые рынки: страновой обзор

15



Индия

\$2,1
ВВП на душу
населения, 2019, тыс.

1,5%
Доля интернет-торговли
в ВВП, 2020F

\$1 750
Конечное потребление
домохозяйств*, 2019, млрд

\$44
Объем B2C интернет-
торговли, 2020F, млрд

#44 Logistics Performance Index Rank, 2018

#63 Ease of Doing Business Index Rank, 2020

#46 The Inclusive Internet Index Rank, 2020

The Logistics Performance Index – показатель эффективности логистики, является оценкой логистической инфраструктуры разных стран мира.

The Ease of Doing Business Index – индекс легкости ведения бизнеса, представляет собой оценку условий предпринимательской деятельности в разных странах мира.

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

* домохозяйств и некоммерческих учреждений, обслуживающих домохозяйства
Источник: The World Bank, 2020; International Telecommunication Union (ITU), 2020; Statista, 2020

1 / Ключевые рынки: страновой обзор

16



Россия

\$11,6

ВВП на душу
населения, 2019, тыс.

2,5%

Доля интернет-торговли
в ВВП, 2019**

\$850

Конечное потребление
домохозяйств*, 2019, млрд

\$37,4**

Объем B2C интернет-
торговли, 2019, млрд**

#75 Logistics Performance Index Rank, 2018

#28 Ease of Doing Business Index Rank, 2020

#26 The Inclusive Internet Index Rank, 2020

The Logistics Performance Index – показатель эффективности логистики, является оценкой логистической инфраструктуры разных стран мира.

The Ease of Doing Business Index – индекс легкости ведения бизнеса, представляет собой оценку условий предпринимательской деятельности в разных странах мира.

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

* домохозяйств и некоммерческих учреждений, обслуживающих домохозяйства

** Оценки Data Insight. Оценка объема B2C интернет-торговли включает входящий кросс-бордер

Источник: The World Bank, 2020; International Telecommunication Union (ITU), 2020; Ecommerce Foundation, country profiles, 2020; Data Insight, 2021

1 / Ключевые рынки: страновой обзор

17



Бразилия

\$8,7

ВВП на душу
населения, 2019, тыс.

1,0%

Доля интернет-торговли
в ВВП, 2020F

\$1 200

Конечное потребление
домохозяйств*, 2019, млрд

\$18

Объем B2C интернет-
торговли, 2020F, млрд

#56

Logistics Performance Index Rank, 2018

#124

Ease of Doing Business Index Rank, 2020

#34

The Inclusive Internet Index Rank, 2020

The Logistics Performance Index – показатель эффективности логистики, является оценкой логистической инфраструктуры разных стран мира.

The Ease of Doing Business Index – индекс легкости ведения бизнеса, представляет собой оценку условий предпринимательской деятельности в разных странах мира.

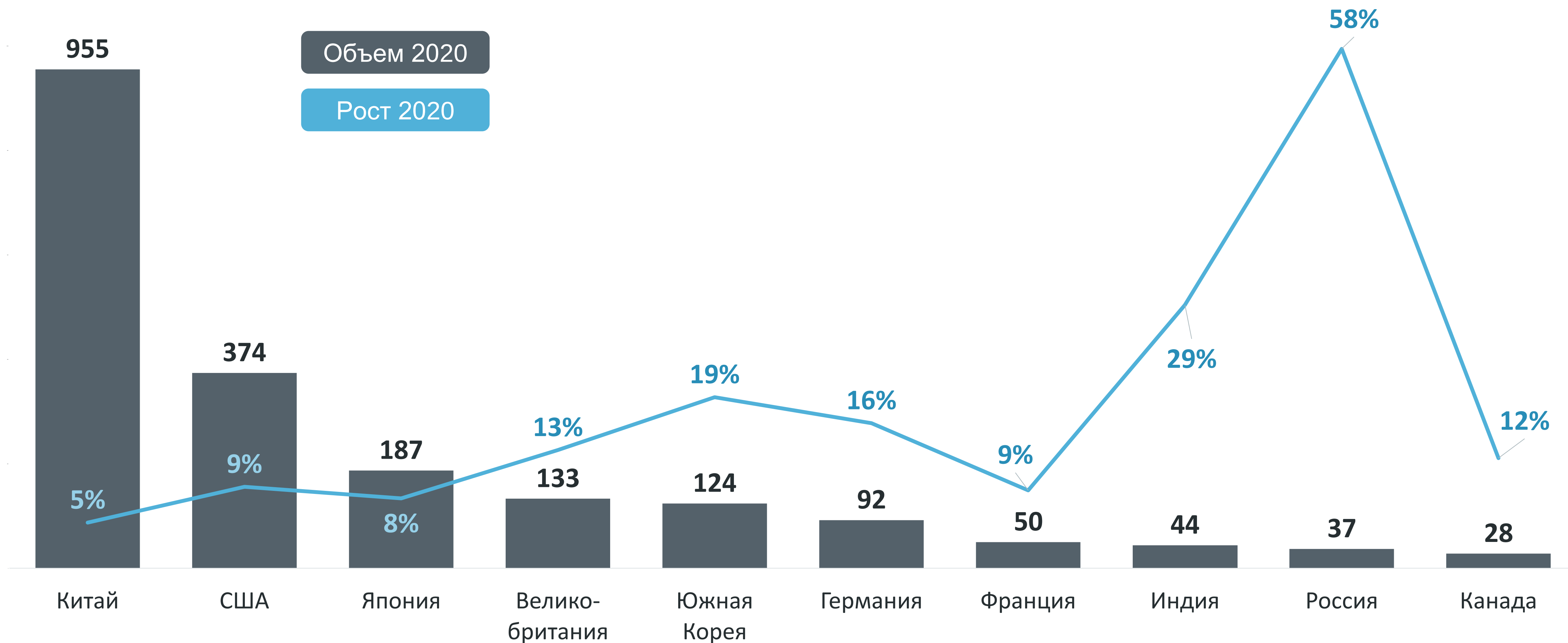
The Inclusive Internet Index – индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

* домохозяйств и некоммерческих учреждений, обслуживающих домохозяйства
Источник: The World Bank, 2020; International Telecommunication Union (ITU), 2020; Statista, 2020

1 / Сравнение рынков: крупнейшие рынки

18

Объем и рост рынка eCommerce в 2020 году (прогноз), млрд долл.

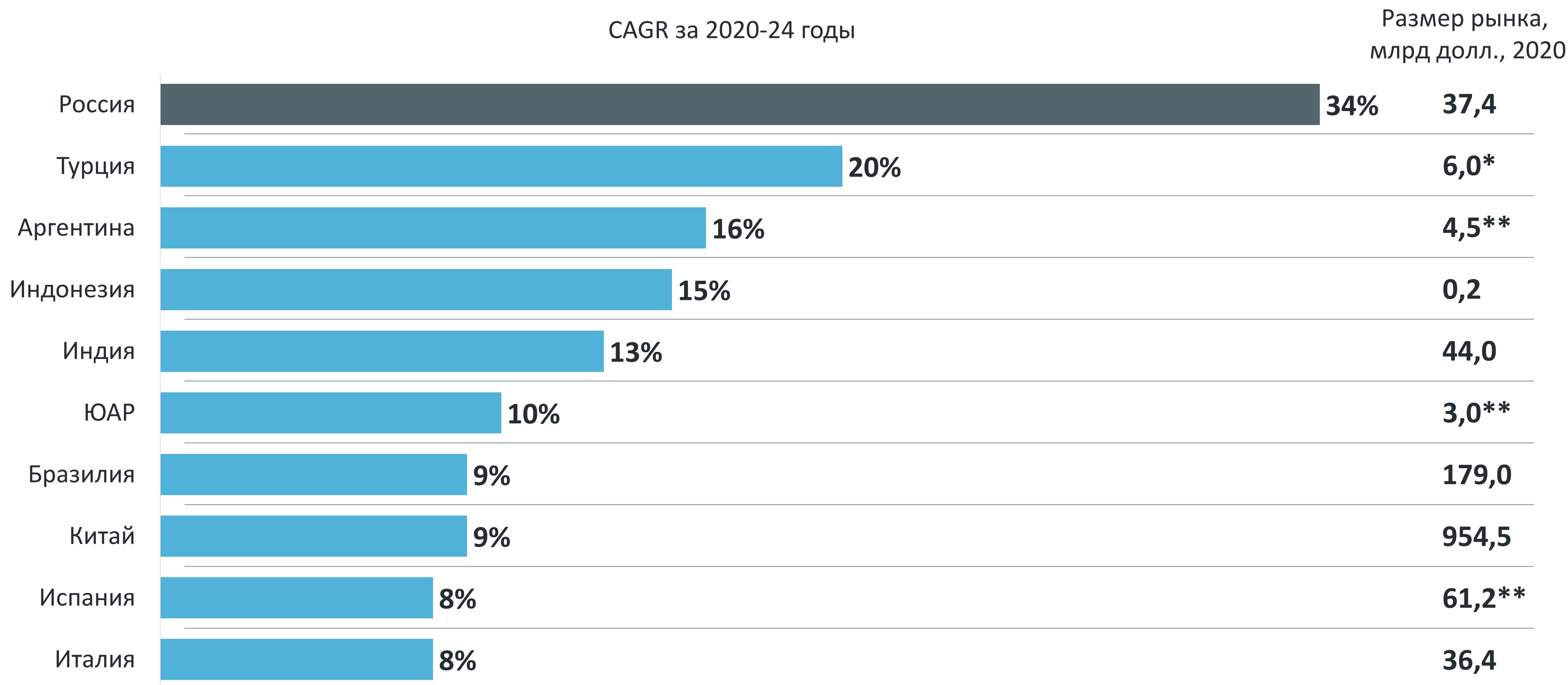


Источники: Statista, 2020; Россия – Data Insight, март 2021

1 / Сравнение рынков:

19

самые быстрорастущие рынки в 2020-24 годах



Источник: Источник: Statista, 2020, Россия (объем и рост) – Data Insight, прогноз март 2021

*в 2018 году

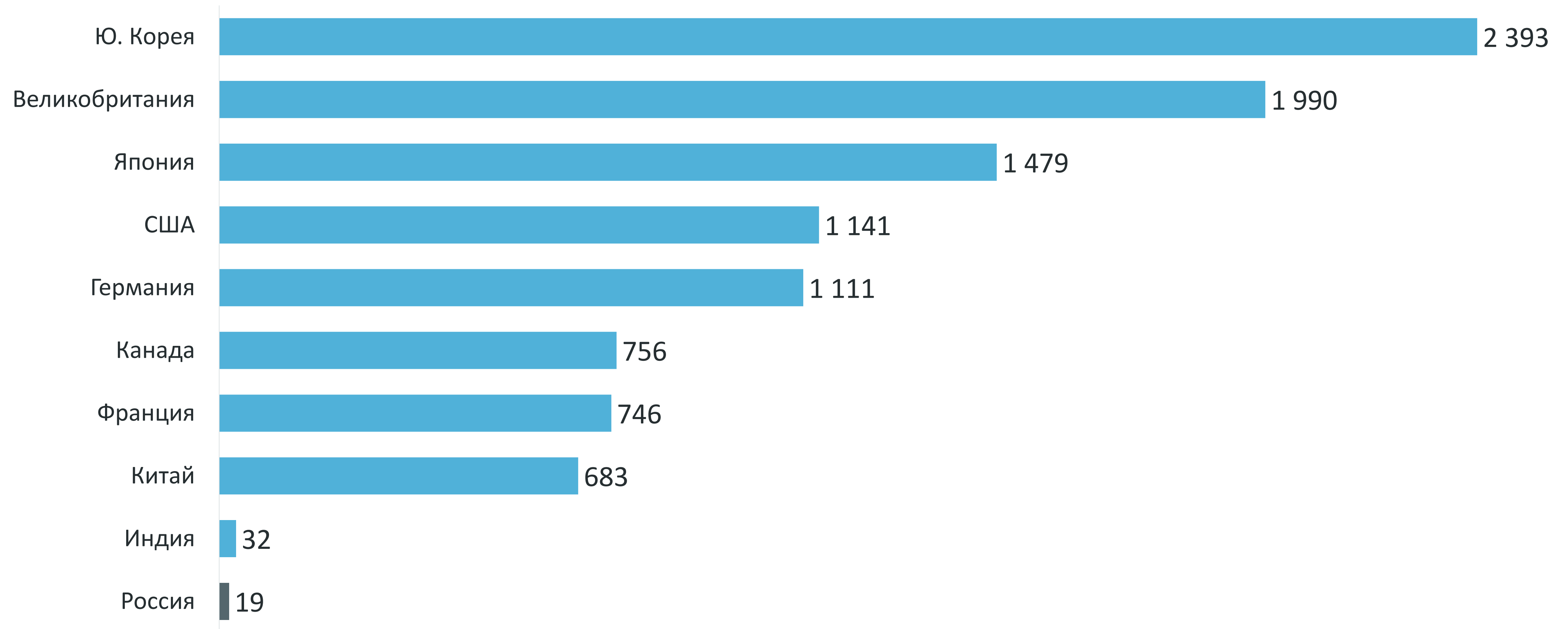
**в 2019 году

Прогноз роста посчитан без учета курсовой разницы

1 / Сравнение рынков: онлайн vs население

20

Объем eCommerce на душу населения, 2020, долл.

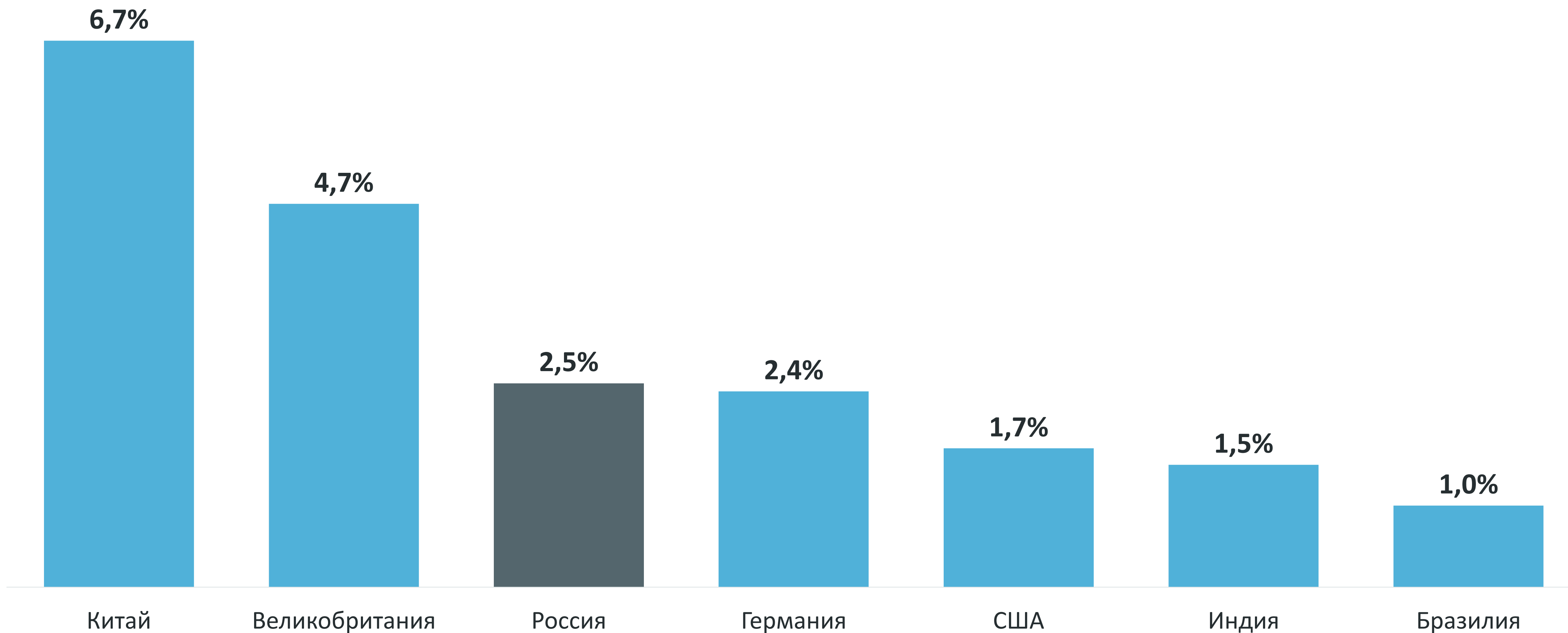


Источник: Statista, 2020, World Bank, 2020, Data Insight, 2021

1 / Сравнение рынков:

доля eCommerce B2C в ВВП

21



Источник: The World Bank, 2020; Statista, 2020, 2019, Data Insight, 2021

Strategic Customer Development

ОБОСНОВАННЫЙ ОТВЕТ НА ВОПРОС, КАКИМ ДОЛЖЕН БЫТЬ ВАШ САЙТ, СЕРВИС И МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, ЧТОБЫ ДОСТИЧЬ ЦЕЛИ



Каким должен быть наш новый продукт, чтобы завоевать лидерство?

Что надо «поправить» в продукте, процессах и сервисе, чтобы увеличить бизнес?

Что мы должны сделать, чтобы клиенты выбрали нас, а не конкурентов?

Как адаптировать наш продукт под новый рынок или сегмент?



УНИКАЛЬНАЯ
ЭКСПЕРТИЗА



БОЛЕЕ 300
ВЫПОЛНЕННЫХ
ПРОЕКТОВ



РОСТ ПРОДАЖ
КЛИЕНТОВ –
БОЛЕЕ ЧЕМ x5



Позвоните нам, и мы расскажем
подробности или проведём
короткий семинар для руководства
вашей компании

+7 (495) 540-59-06

a@datainsight.ru

www.datainsight.ru



Аудитория интернета в России

- Объем и предпочтения аудитории интернета в России
- Возраст пользователя и предпочитаемое устройство для выхода в интернет
- Среднее время в сети на пользователя



2 / Объем и предпочтения аудитории интернета в России

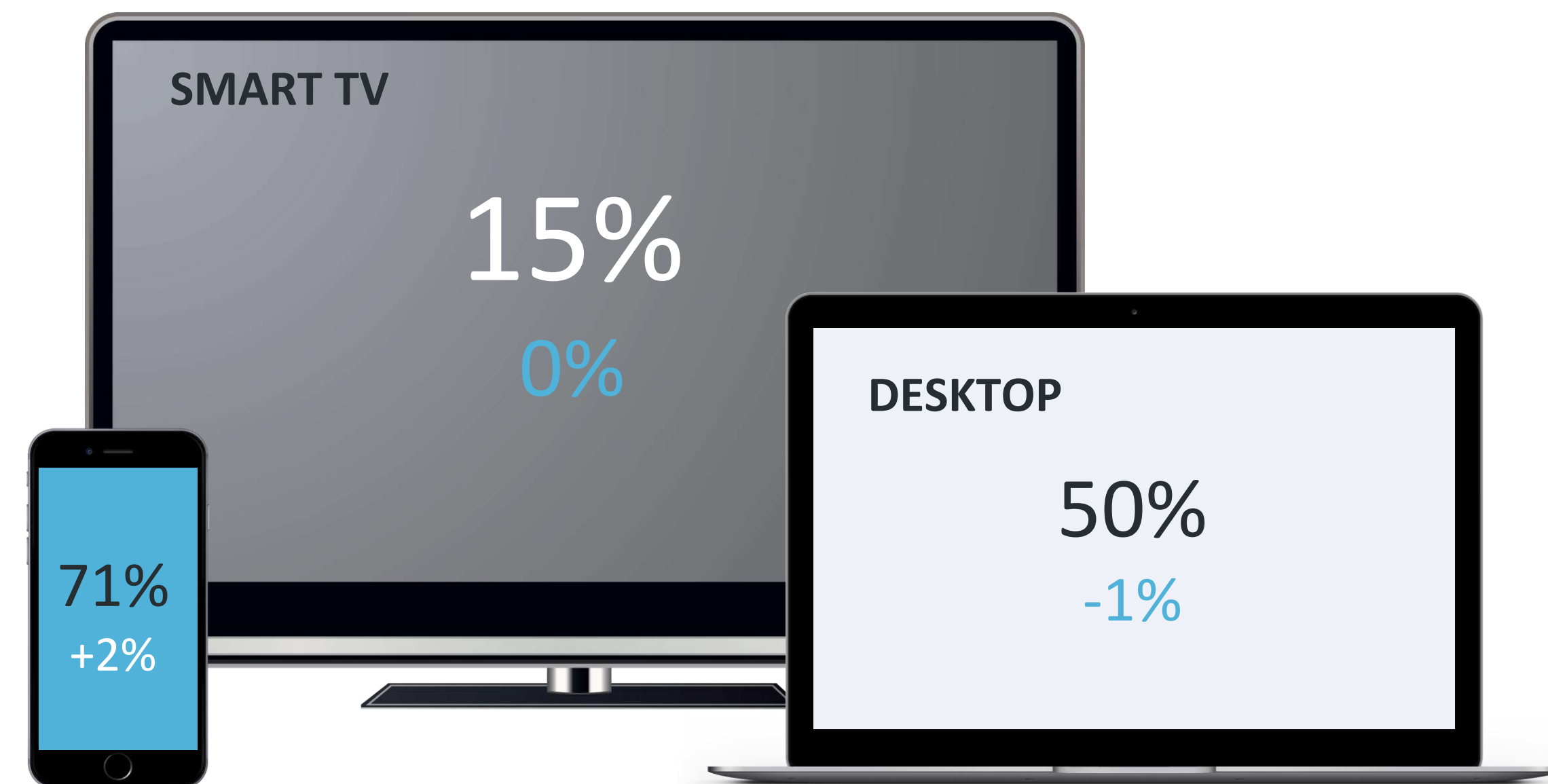
24



91% из них пользуются каждый день

Ежемесячная аудитория интернета

95,5 МЛН ЧЕЛ. 0% (за год)



2 / Объем и предпочтения

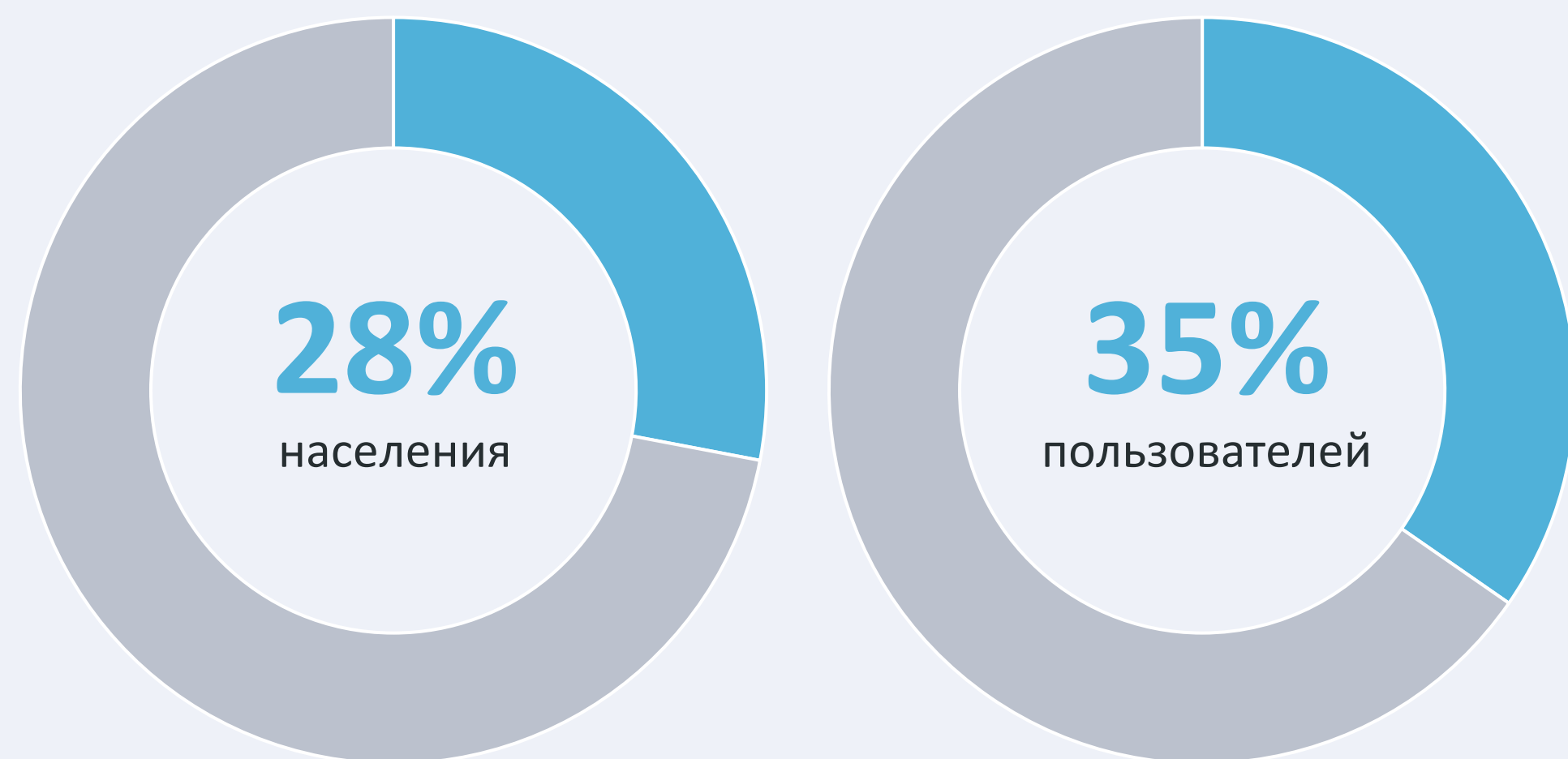
25

аудитории интернета в России

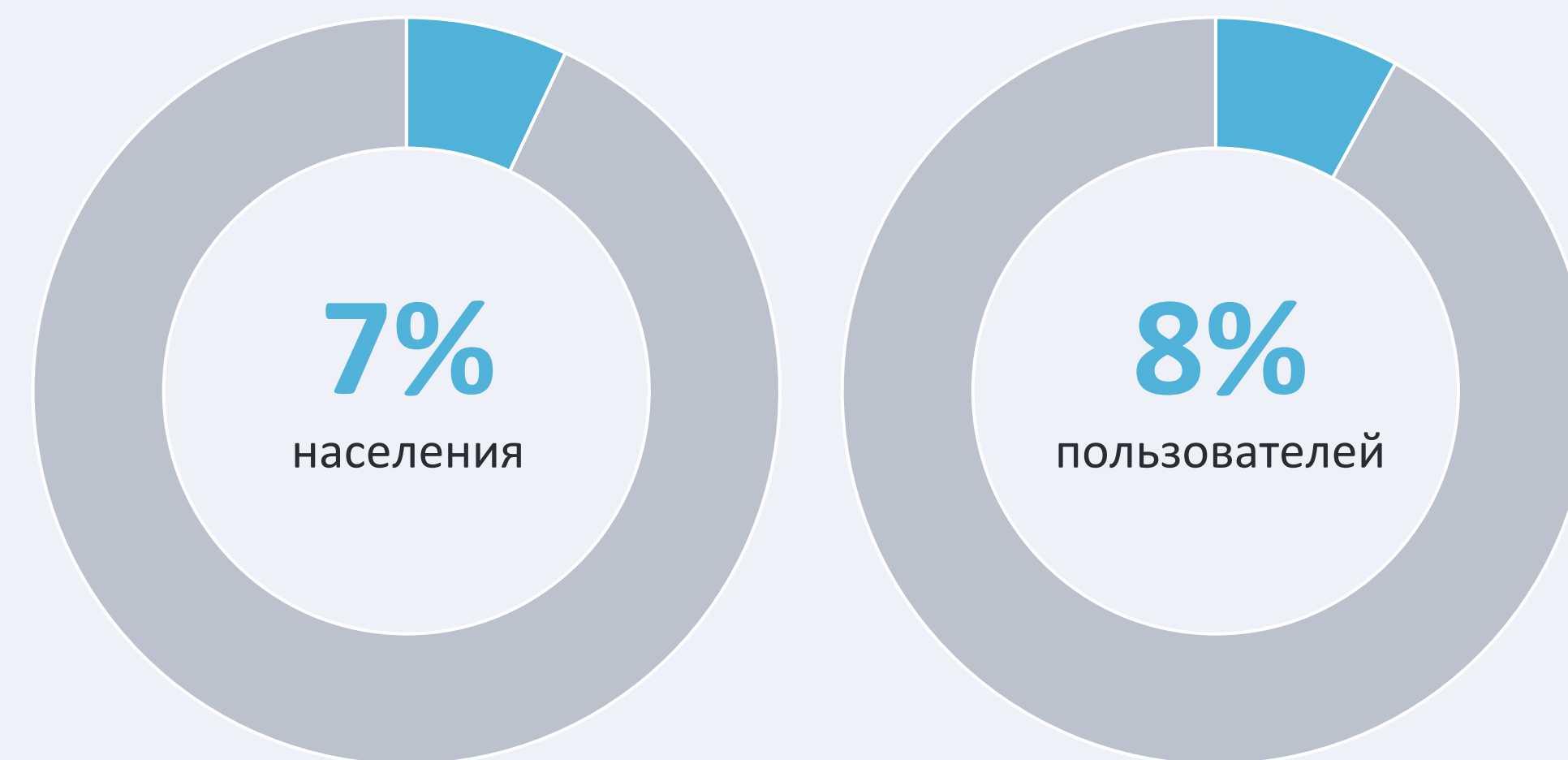
MOBILE EXCLUSIVE

VS

DESKTOP EXCLUSIVE



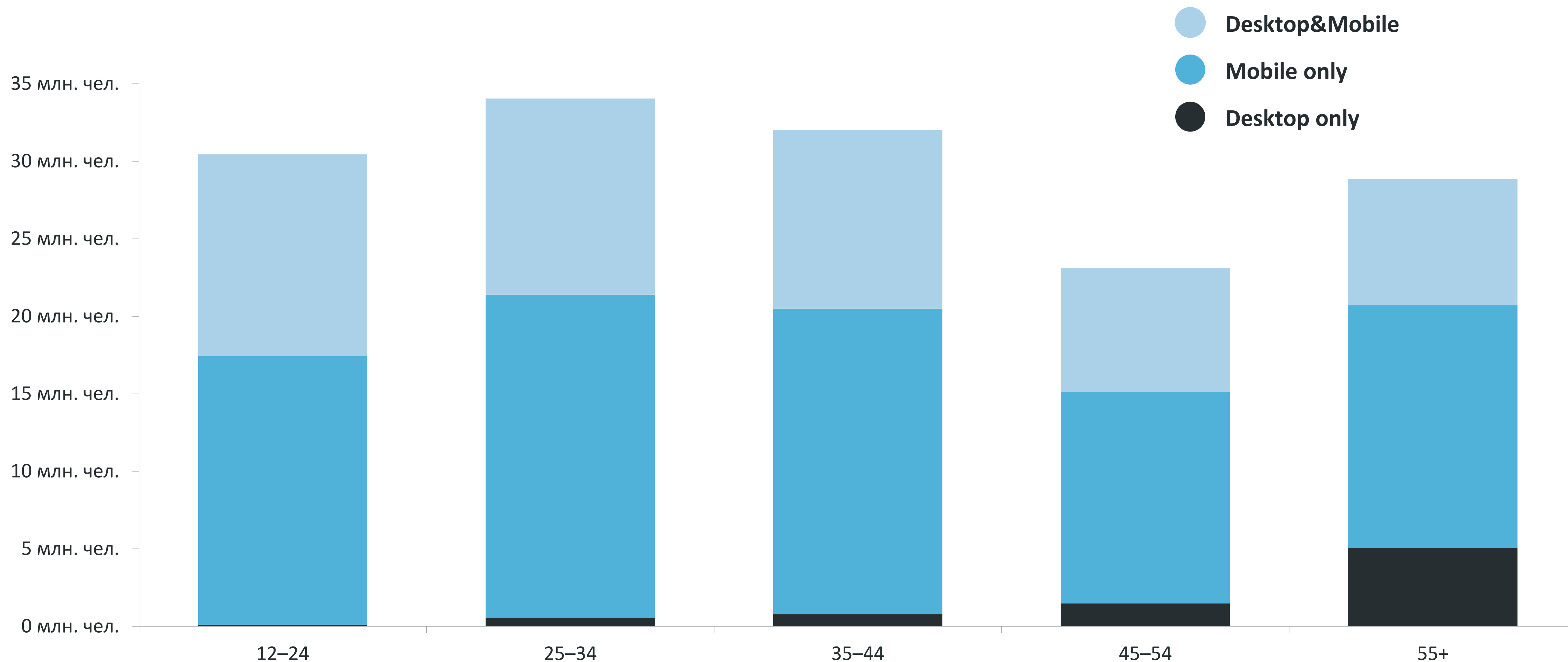
33,9 млн чел. +3% (за год)



8,0 млн чел. - 25% (за год)

2 / Возраст пользователя и предпочитаемое устройство для выхода в интернет

26



Россия 0+, Monthly reach, начиная с 12 лет, июль–сентябрь 2020
Источник: Mediascope: WEB-Index, 2020

2 / Среднее время в сети на пользователя (в день)

27



В2С-рынок в России

- Онлайн В2С в России, 2020
- Онлайн-продажи в России, 2011-2020
- Структура рынка, объем продаж и количество заказов
- Структура роста за 2020
- Рост количества заказов
- Динамика среднего чека, 2015-20
- Доля eCommerce от рынка ритейла



3 / eGrocery в России, 2020

29

eGrocery включает все продажи интернет-магазинов и сервисов доставки продуктов питания, без учета продаж продуктов питания через универсальные и мультикатегорийные интернет-магазины и маркетплейсы.



69 млн

заказов



1 880 руб.

средний чек

130
млрд руб.

объем рынка

+250%

рост в рублях

3 / ePharma в России, 2020

30

ePharma включает все продажи интернет аптек, включая специализированные онлайн-аптеки, онлайн-сервисы доставки аптечного ассортимента, онлайн-продажи и резервирование товаров онлайн в оффлайновых аптеках. Не включает продажи аптечного ассортимента через неспециализированные площадки, интернет-магазины и маркетплейсы.



78 млн

заказов



1 679 руб.

средний чек

131
млрд руб.
объем рынка

+53%
рост в рублях

3 / Крупные универсальные маркетплейсы в России, 2020

31

Крупные универсальные маркетплейсы – учитываются входящие в Топ20 онлайн-продавцов площадки, на которых представлены большинство товарных категорий и у которых не менее четверти продаж осуществляется по модели маркетплейса. На декабрь 2020 это: Wildberries, Ozon, Aliexpress Russia (только продажи российских продавцов), Яндекс Маркет ([Pochki.market.yandex.ru](https://pochki.market.yandex.ru)).



405 млн

заказов



1 780 руб.

средний чек

721
млрд руб.

объем рынка

+108%

рост в рублях

3 / Онлайн-магазины в России, 2020

32

Остальные онлайн-магазины – продажи всех B2C игроков рынка eCommerce, исключая продажи продуктов питания через интернет магазинов, и сервисы доставки лекарств, продуктов питания и готовой еды, продажи интернет-аптек, продажи крупных универсальных маркетплейсов маркетплейсов Wildberries, Ozon, Aliexpress Russia, Яндекс Маркет.



278 млн

заказов



6 205 руб.

средний чек

1725
млрд руб.

объем рынка

+38%

рост в рублях

3 / Онлайн B2C в России, 2020

33

Интернет-торговля (B2C-торговля) — покупка у юридического лица материальных товаров через интернет. **Под покупкой понимается** заказ товара через сайт или мобильное приложение независимо от способа оплаты и доставки/получения заказа.



830 млн
заказов



3 260 руб.
средний чек



2,7
трлн руб.
объем рынка

Оценка включает покупки материальных товаров в российских розничных интернет-магазинах, работающих с частными покупателями, и не включают туристические и иные услуги, заказ готовой еды, покупку билетов на мероприятия и транспорт, покупку цифровых/виртуальных товаров, трансграничные покупки. Учитывается конечная стоимость для покупателя, включая НДС и стоимость доставки.

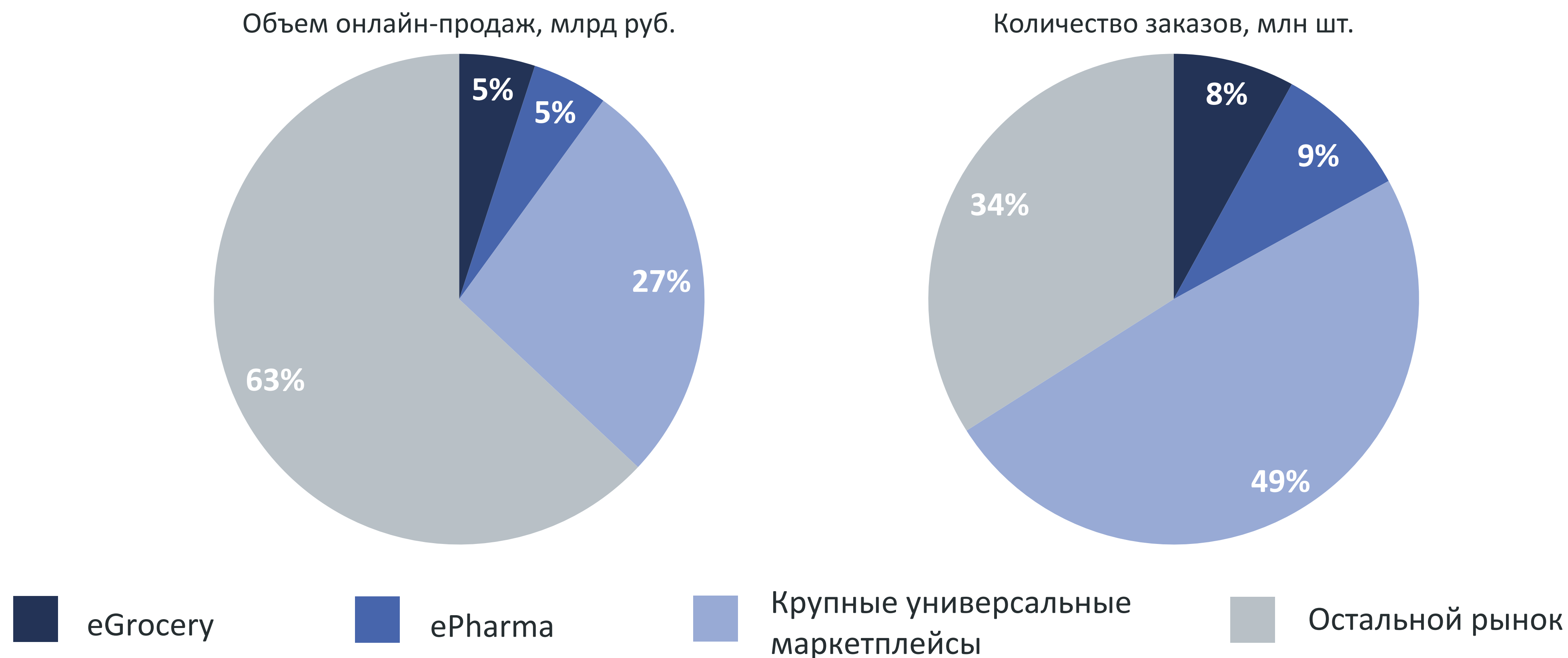
Источник: данные Data Insight, март 2021

3 / Структура рынка,

34

объем продаж и количество заказов

В 2020 году к рынку B2C-торговли добавились новые сегменты, которых не было в предыдущие годы: eGrocery, ePharma, крупные универсальные маркетплейсы.

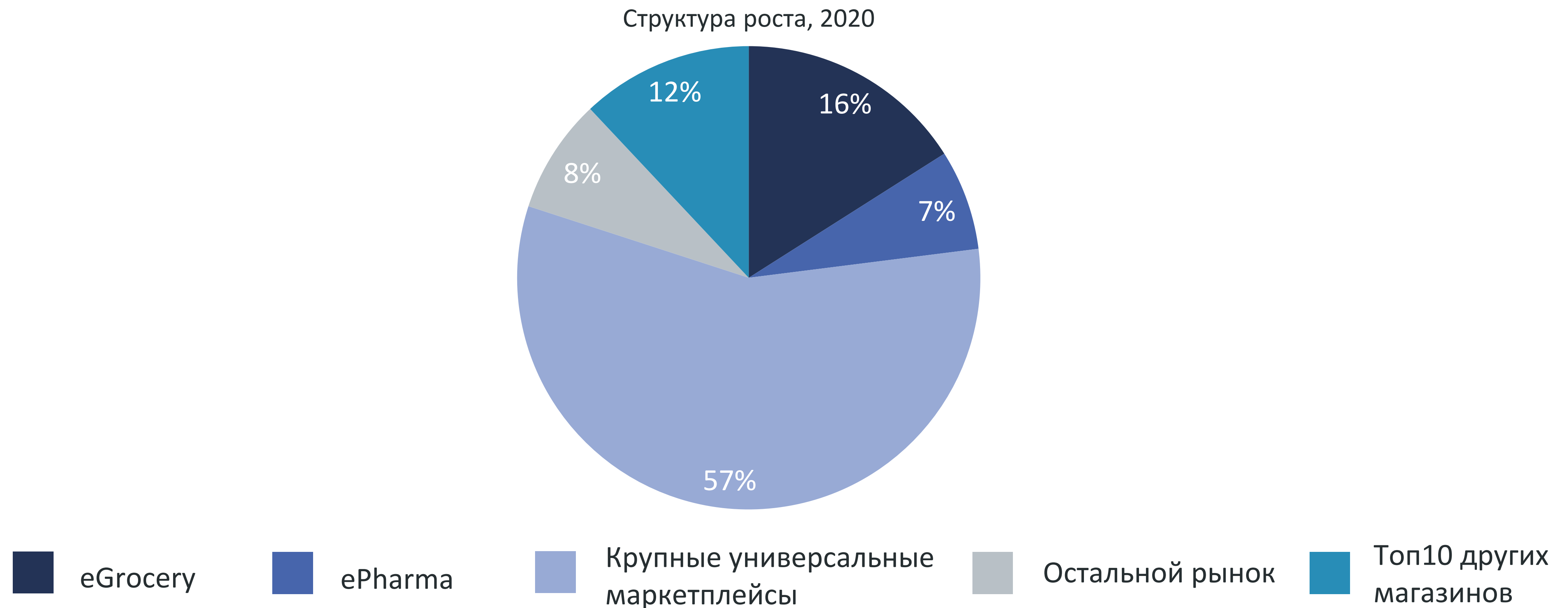


Источник: данные Data Insight, март 2021

3 / Структура роста за 2020

35

За 2020 год **количество выполненных заказов увеличилось на 365 млн.** Из них самый большой рост наблюдался у крупных универсальных маркетплейсов – 57%.



Источник: данные Data Insight, март 2021

3 / Динамика количества заказов, 2011-20

36



Источник: данные Data Insight, март 2021

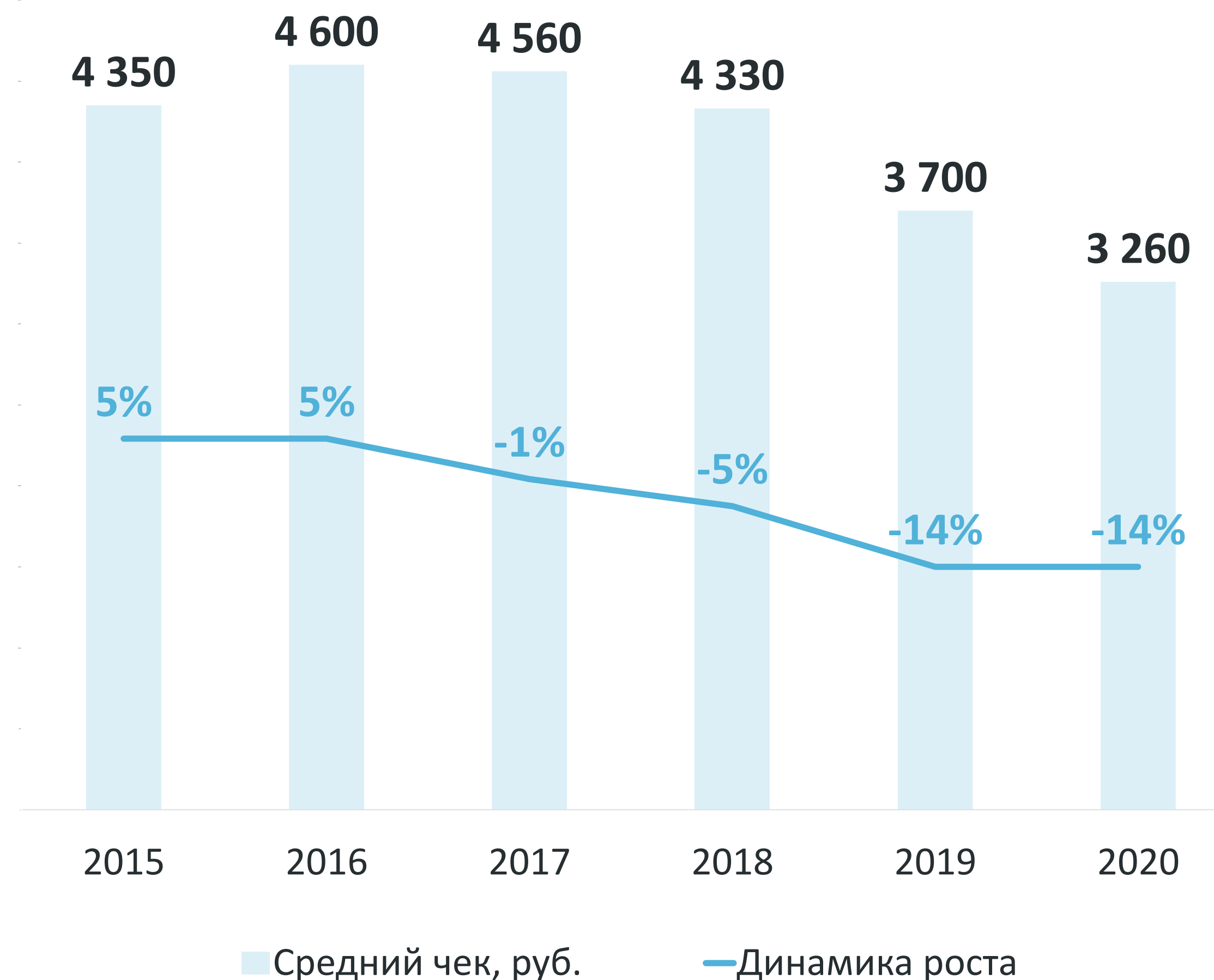
3 / Динамика среднего чека, 2015-20

37

За 2020 год произошло **снижение среднего чека на 14%**.

Основные факторы:

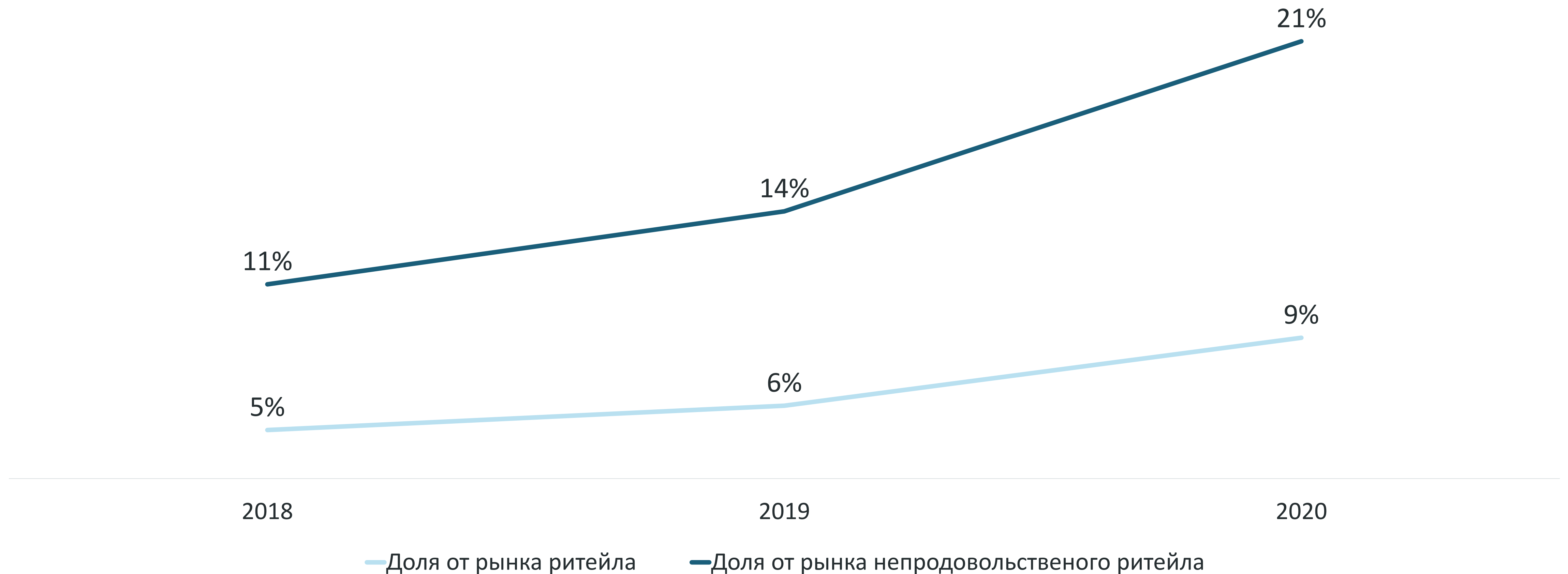
- превращение онлайн-заказов в повседневную практику;
- растущая доступность заказов с бесплатной или дешевой доставкой;
- опережающий рост универсальных маркетплейсов с низким средним чеком;
- опережающий рост сегментов с низким средним чеком (интернет-аптеки, локальная доставка продуктов питания).



3 / Доля eCommerce от рынка ритейла

38

Доля eCommerce растет: в 2020 году она составила **9%** от рынка ритейла (без учета продаж автомобилей и топлива) и **21%** от рынка непродовольственного ритейла.



Оборот розничной торговли в России за год без учета продаж автомобилей и топлива.

Источник: данные Data Insight, март 2021

Подключайте бесконтактную доставку PickPoint – покупатели предпочитают самовывоз!

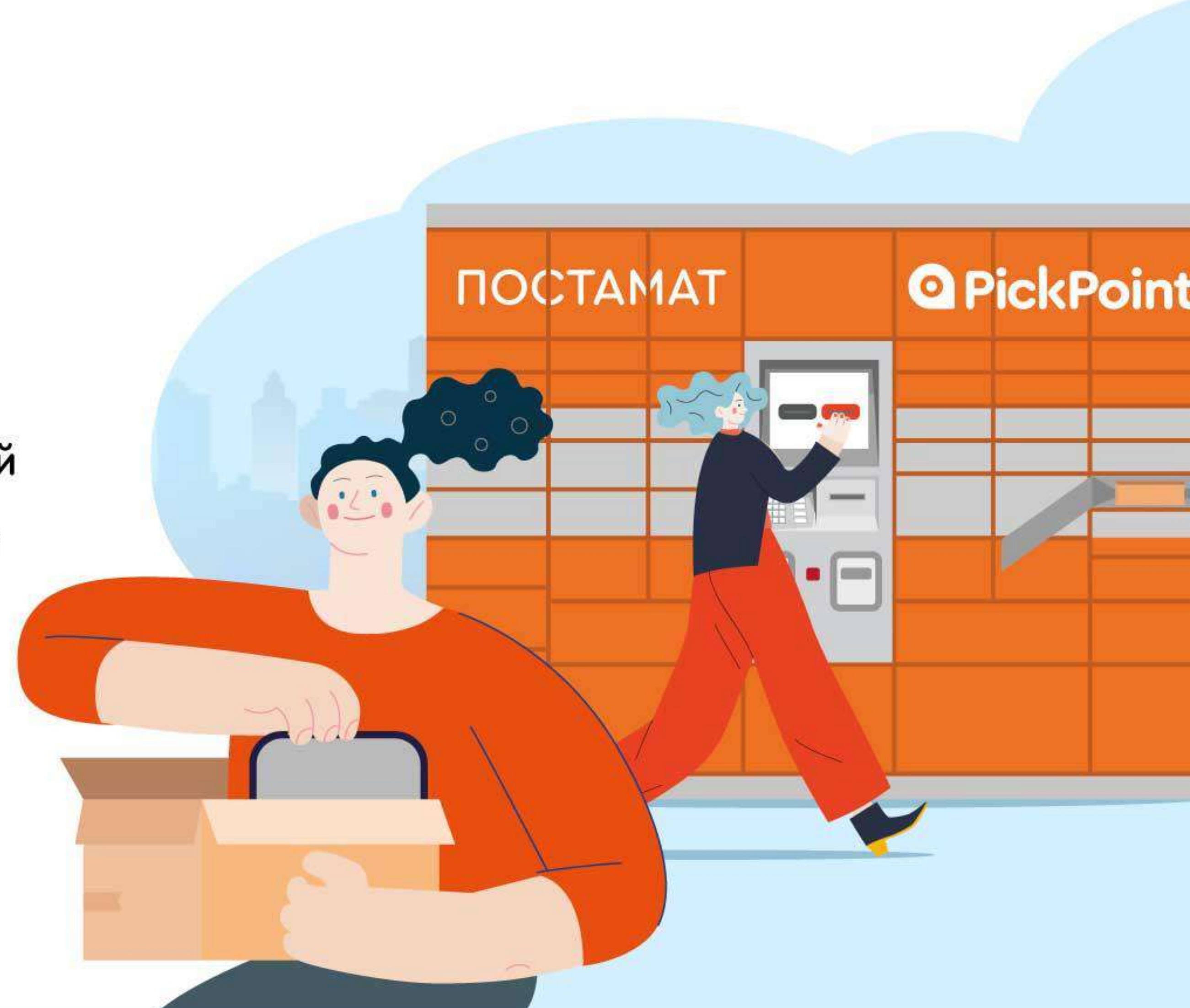


- ✓ Выдача онлайн заказов через постаматы и ПВЗ
- ✓ Услуга возврата неподошедших товаров в интернет-магазин
- ✓ Шаговая доступность точек
- ✓ Бесконтактное получение посылок
- ✓ Удобное мобильное приложение для получателей
- ✓ Возможность сдачи груза в ближайший постамат
- ✓ Интеграция через основные CMS системы и компании интеграторы

13 500
постаматов
и пунктов выдачи

13 500 000
уникальных
пользователей

657
населенных
пунктов



Влияние пандемии

- Изменения доставки: сравнение 2019-2020H1
- Влияние пандемии на каналы доставки, 2020H1
- Значение доставки для ресторанного бизнеса
- Влияние пандемии на малый бизнес



Изменения доставки: сравнение 2019-2020H1

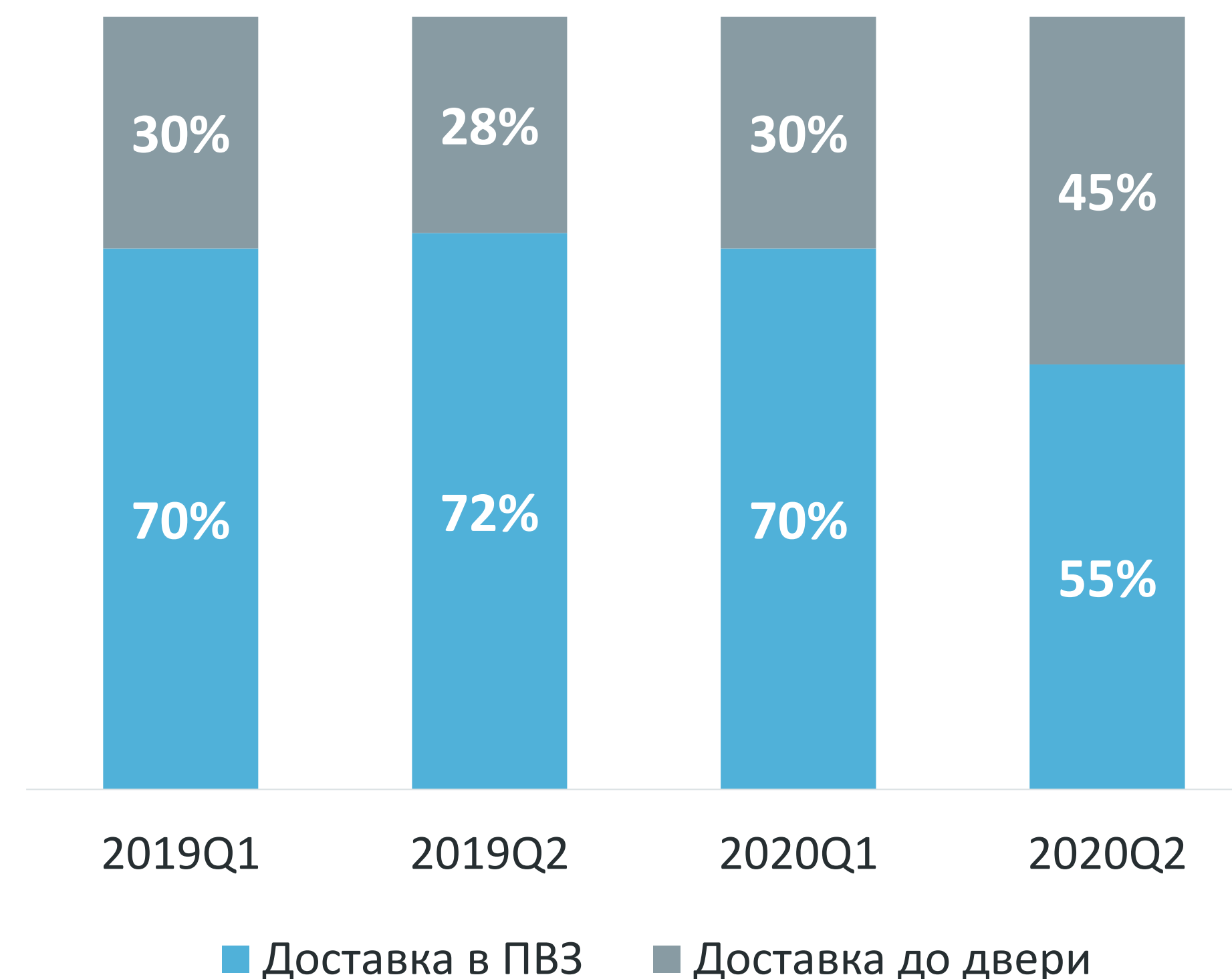
Доля заказов «до двери» в первой половине 2020 года превышает долю таких заказов в 2019 году в среднем на **9%**.

В среднем в первой половине 2019 года был сделан **71%** заказов с доставкой «до двери» и **29%** с доставкой в пункты самовывоза.

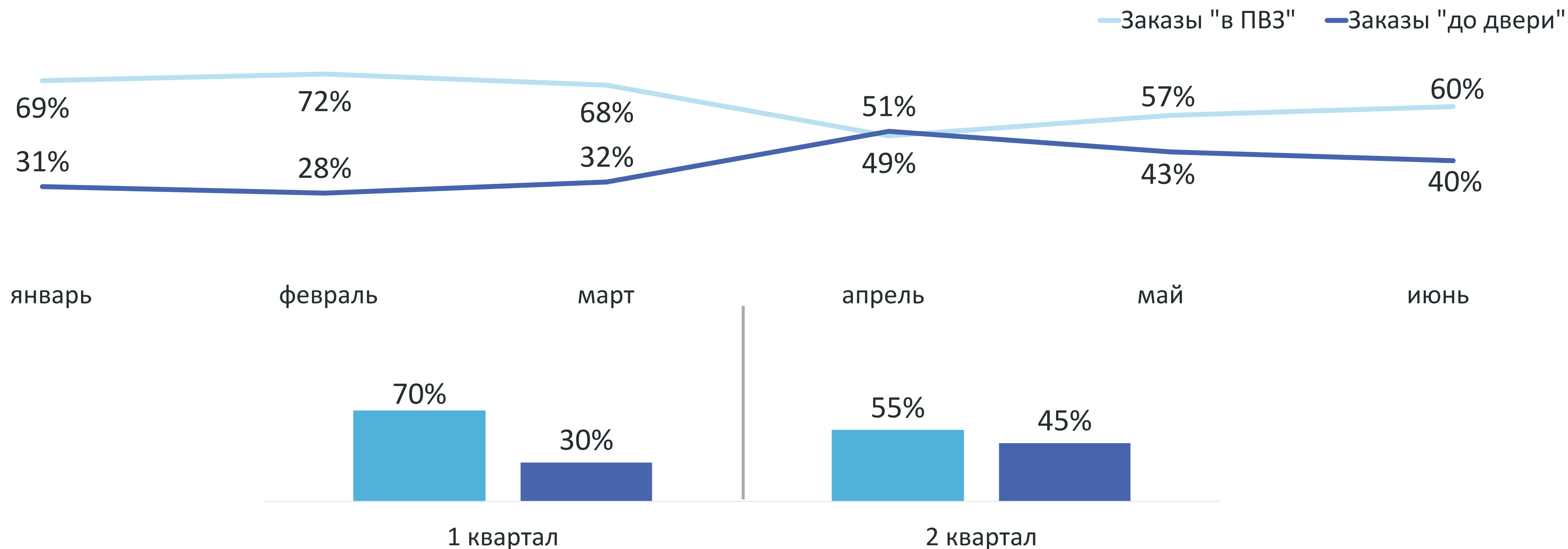
В первом квартале 2020 данные показатели существенно не отличаются по сравнению с первым кварталом 2019.

Во втором квартале 2020 существенно выросла доля заказов с доставкой в пункты самовывоза – на **15%** по сравнению с первым кварталом. Несмотря на более равномерное распределение заказов по способам доставки, перевес остался в сторону доставки "до двери" (**55%** от всех заказов).

Сезонность способов доставки: 2019H1 vs 2020H1



В первом квартале 2020 года доли заказов «в ПВЗ» и «до двери» были на уровне 2019 года, но в апреле — в связи с самоизоляцией — доля заказов, оформленных на дом, превысила долю заказов в ПВЗ.



Значение доставки для ресторанного бизнеса: начало перехода в марте 2020

В начале периода самоизоляции рестораны стали быстро организовывать работу с доставкой: **18%** опрошенных рестораторов организовали доставку за март и **почти каждый десятый планировал организовать в ближайшее время. Доля заказов в доставке увеличивается** – об этом говорит более трети участников опроса.



*100-500: города с населением от 100 тыс. до 500 тыс.; 500+: города с населением от 500 тыс. до 1 млн;

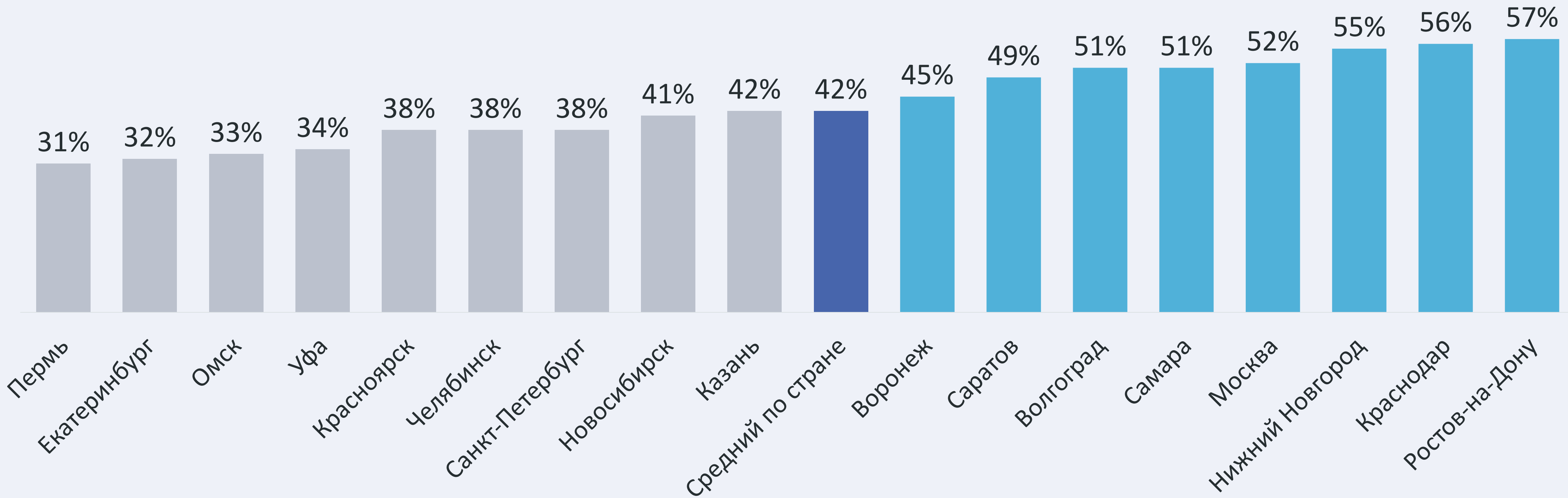
Миллионники: города с населением более 1 млн

Источник: Data Insight совместно с Delivery Club, Значение доставки для ресторанного бизнеса, 2020 – https://www.datainsight.ru/Delivery_2020

Значение доставки для ресторанного бизнеса: города-лидеры и зоны роста

Самая высокая доля ресторанов с доставкой – в Ростове-на-Дону (**57%**) и Краснодаре (**56%**).
На третьем месте Москва и города Московской области с показателем использования доставки **52%** и **53%** соответственно.

Доля ресторанов с доставкой по городам на март 2020 г.



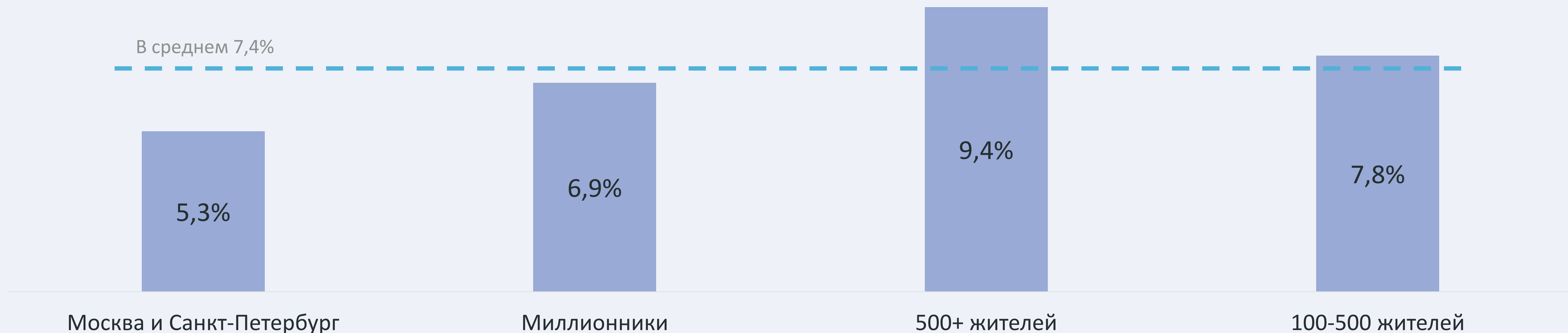
Источник: Data Insight совместно с Delivery Club, Значение доставки для ресторанного бизнеса, 2020 – https://www.datainsight.ru/Delivery_2020



Значение доставки для ресторанного бизнеса: dark kitchen

В городах среднего размера (500+) доля ресторанов, использующих dark kitchen, выше, чем в миллионниках и малых городах. Определяющий фактор – потребительские привычки. Жители городов 500+ чаще, чем в миллионниках, предпочитают заказ еды на дом походу в ресторан. Жители малых городов чаще готовят дома. Кроме того, в миллионниках, и особенно в столицах, ресторанный зал для конкретного ресторана может оказаться более рентабельным с учетом стоимости аренды, чем открытие dark kitchen.

Доля dark kitchen среди ресторанов с доставкой



*100-500: города с населением от 100 тыс. до 500 тыс.; 500+: города с населением от 500 тыс. до 1 млн;

Миллионники: города с населением более 1 млн

Источник: Data Insight совместно с Delivery Club, Значение доставки для ресторанного бизнеса, 2020 – https://www.datainsight.ru/Delivery_2020

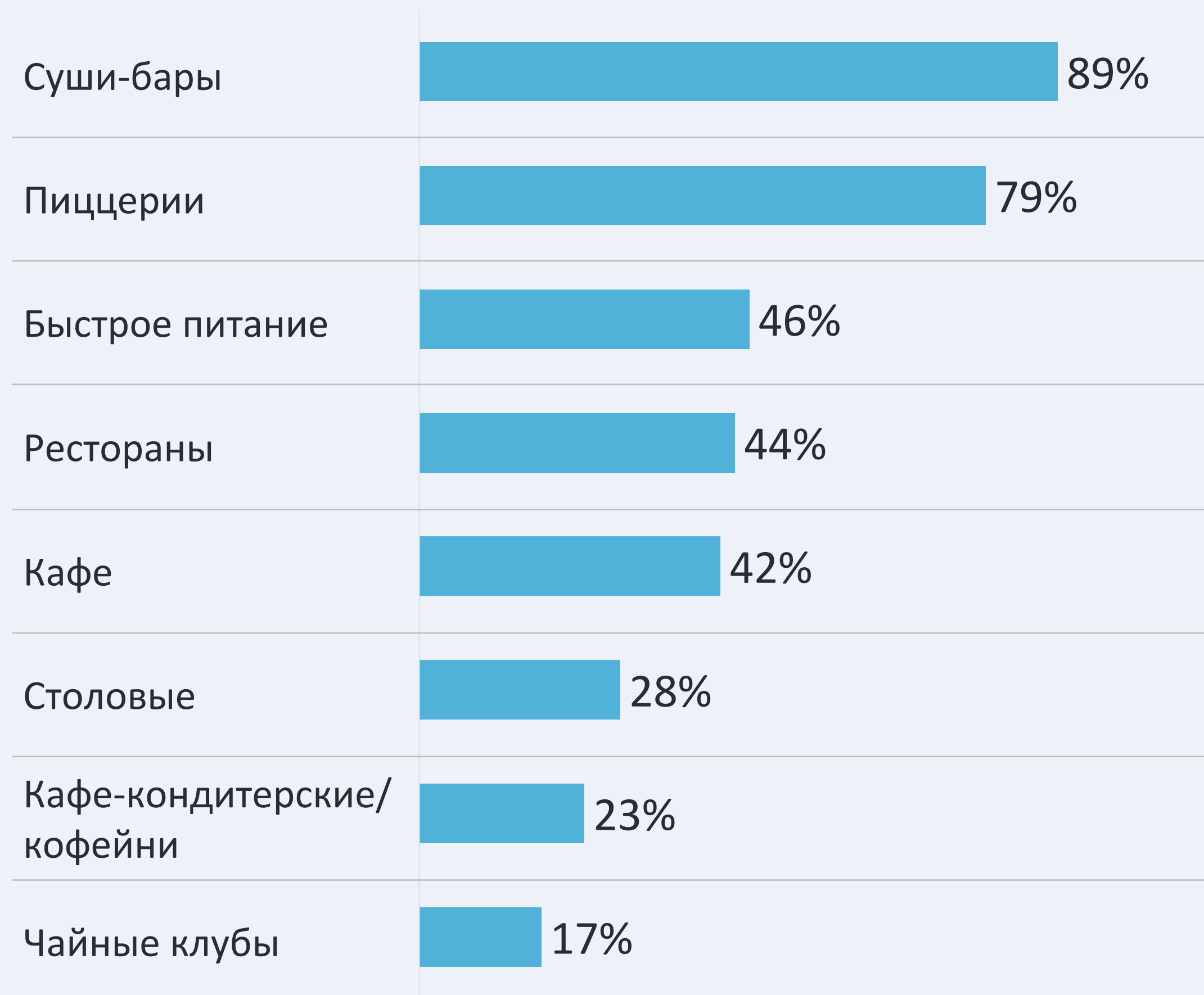
Значение доставки для ресторанного бизнеса: условия успеха и сегменты-лидеры

Чаще всего доставка встречается у ресторанов категорий суши-бар и пиццерия – 89% и 79% соответственно. Доля ресторанов остальных категорий ниже 50 %.

Рестораторы об условиях, которые должны выполняться, чтобы доставка была выгодна:

- Еда быстро готовится, **в пределах 20 минут**;
- **Расположение в центре или в жилом массиве.** Заказ можно быстро доставить;
- **Блюда легко переносят транспортировку** и сохраняют внешний вид;
- **Ресторан справляется с большим объемом заказов одновременно.** Заказы на доставку поступают в обед и ужин – время, которое в ресторане и так пиковое;
- **Основной продукт ресторана – еда.** Не эстетика, атмосфера или алкоголь – они не доставляются.

Доли ресторанов разных категорий с доставкой



мнение миллениалов

В июне 2020 года аналитики Data Insight спросили у предпринимателей разных поколений и сфер бизнеса, как они пережили самоизоляцию и каким видят eCommerce в ближайшем будущем.

Развитие eCommerce

9 из 14 предпринимателей отметили, что их вовлечение в электронную коммерцию с приходом пандемии увеличилось. Долю в eCommerce увеличили и те компании, чей бизнес предполагает оказание услуг клиентам, например, массаж и фитнес.

Государственная поддержка бизнеса

Более половины предпринимателей получили государственную поддержку в виде выплат МРОТ и субсидий, часть из них не ожидала помощи государства.

Пандемия как угроза

12 из 16 предпринимателей оценили пандемию, как угрозу для своего бизнеса. Половина ответивших говорит о снижении покупательской способности и сложностях в привлечении клиентов. Часть предпринимателей отметила, что на их бизнесе негативно сказалось закрытие границ и приостановление ввоза сырья.

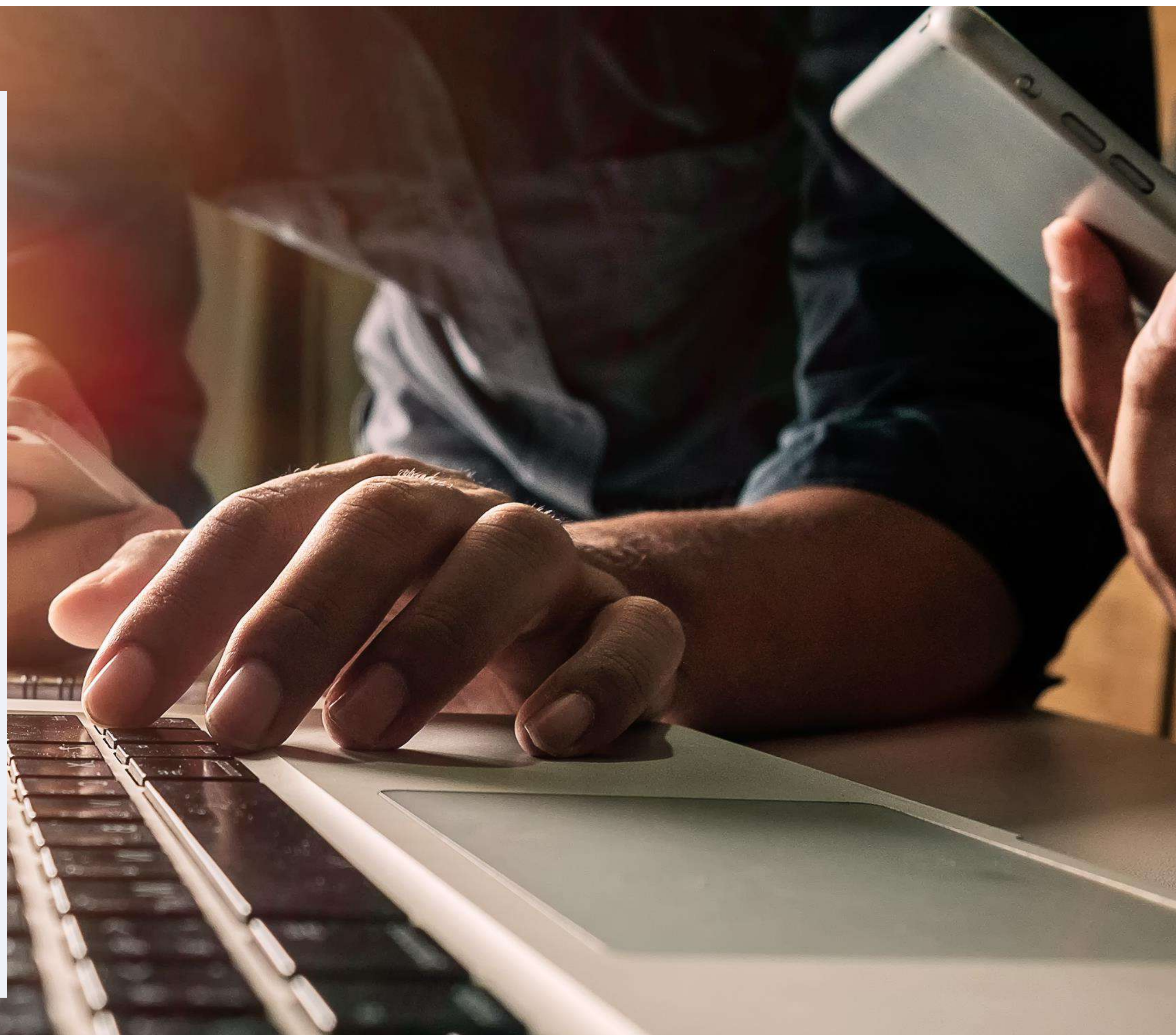
Пандемия как драйвер

9 предпринимателей говорят об изучении новых инструментов для развития. Часть предпринимателей отметили, что за время самоизоляции им удалось улучшить организацию бизнеса: пересмотреть партнерские связи и формат работы сотрудников.

Все предприниматели высказались, что eCommerce ждет дальнейший рост, несмотря на все сложности и резкое изменение условий. Часть из них говорят, что благодаря пандемии появятся новые технические возможности, с помощью которых будет легче перейти в онлайн.

В2С: прогноз, 2020-25

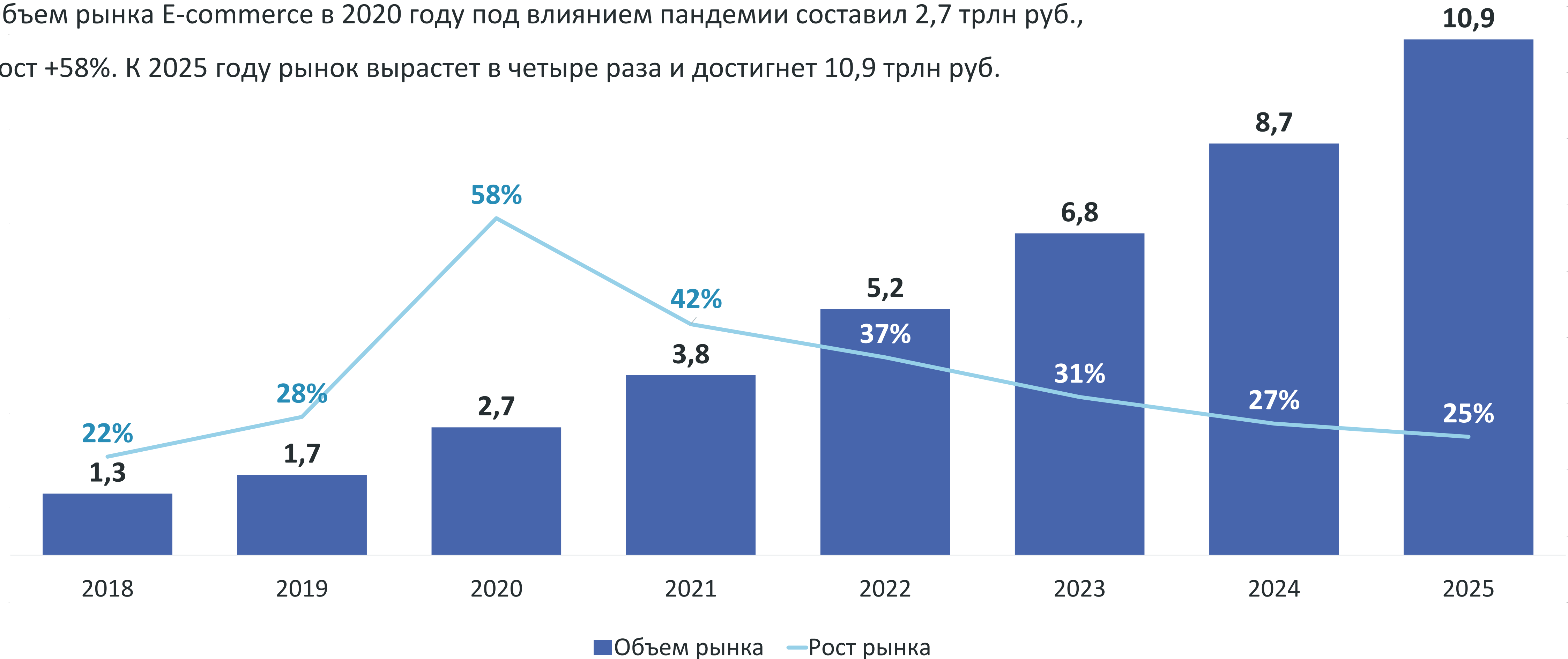
- Прогноз объема рынка eCommerce
- Доля eCommerce от общего рынка



5 / Прогноз объема рынка eCommerce: объем рынка

49

Объем рынка E-commerce в 2020 году под влиянием пандемии составил 2,7 трлн руб., рост +58%. К 2025 году рынок вырастет в четыре раза и достигнет 10,9 трлн руб.

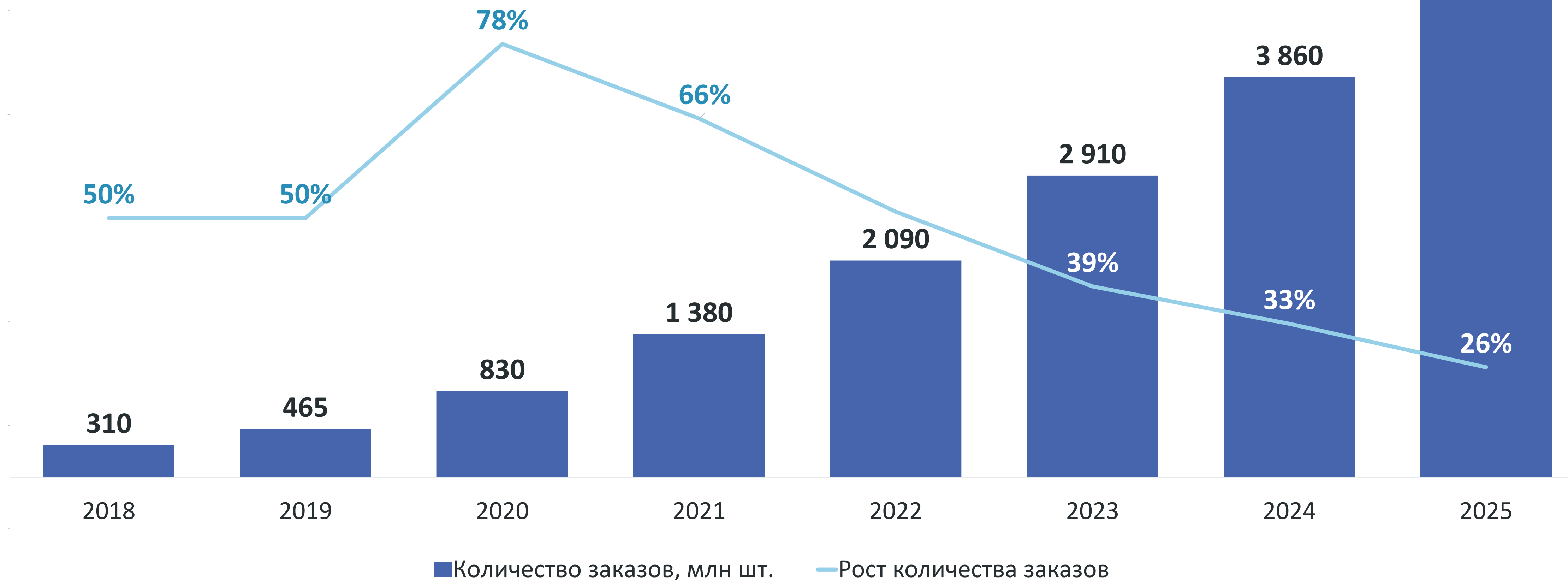


Источник: данные Data Insight, март 2021

5 / Прогноз объема рынка eCommerce: количество заказов

50

Количество заказов в 2020 году составило 830 млн штук, рост +78%. К 2025 году рынок вырастет более чем в 5,5 раз и составит 4 860 млн.

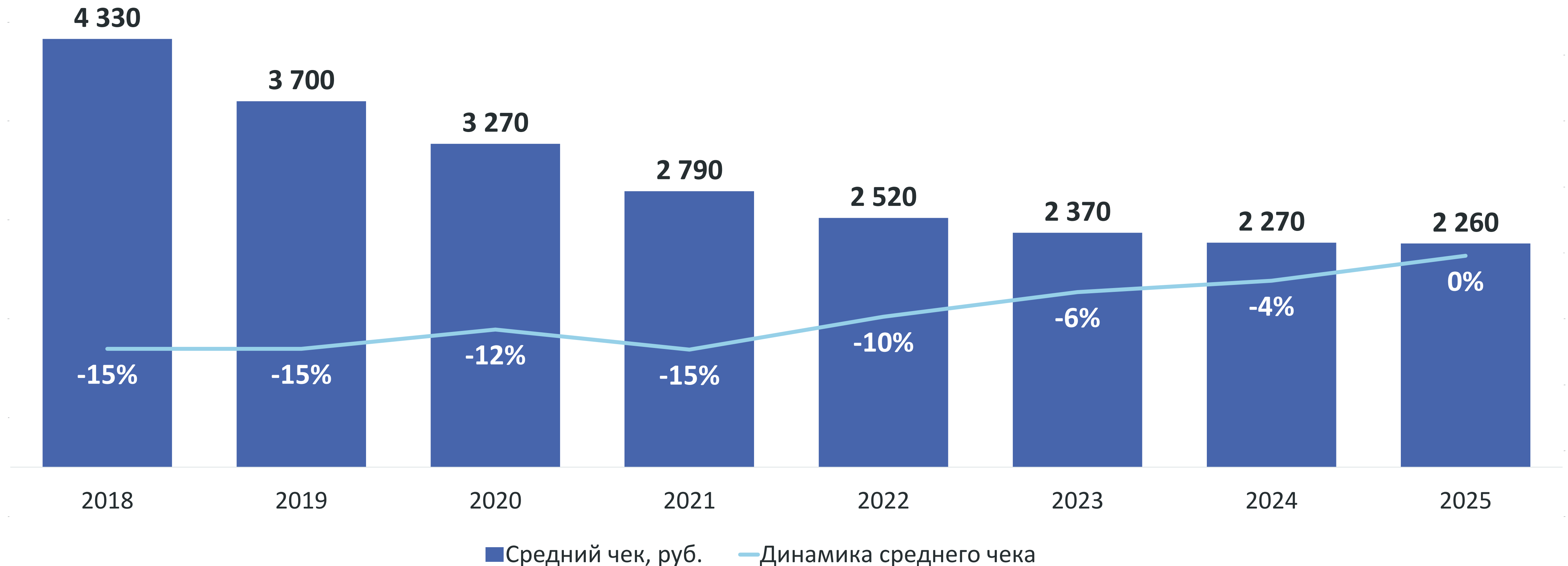


Источник: данные Data Insight, март 2021

5 / Прогноз объема рынка eCommerce: средний чек

51

С каждым годом падение среднего чека уменьшается: в 2025 году средний чек останется на уровне 2024 года.



Источник: данные Data Insight, март 2021

5 / Доля eCommerce от общего рынка

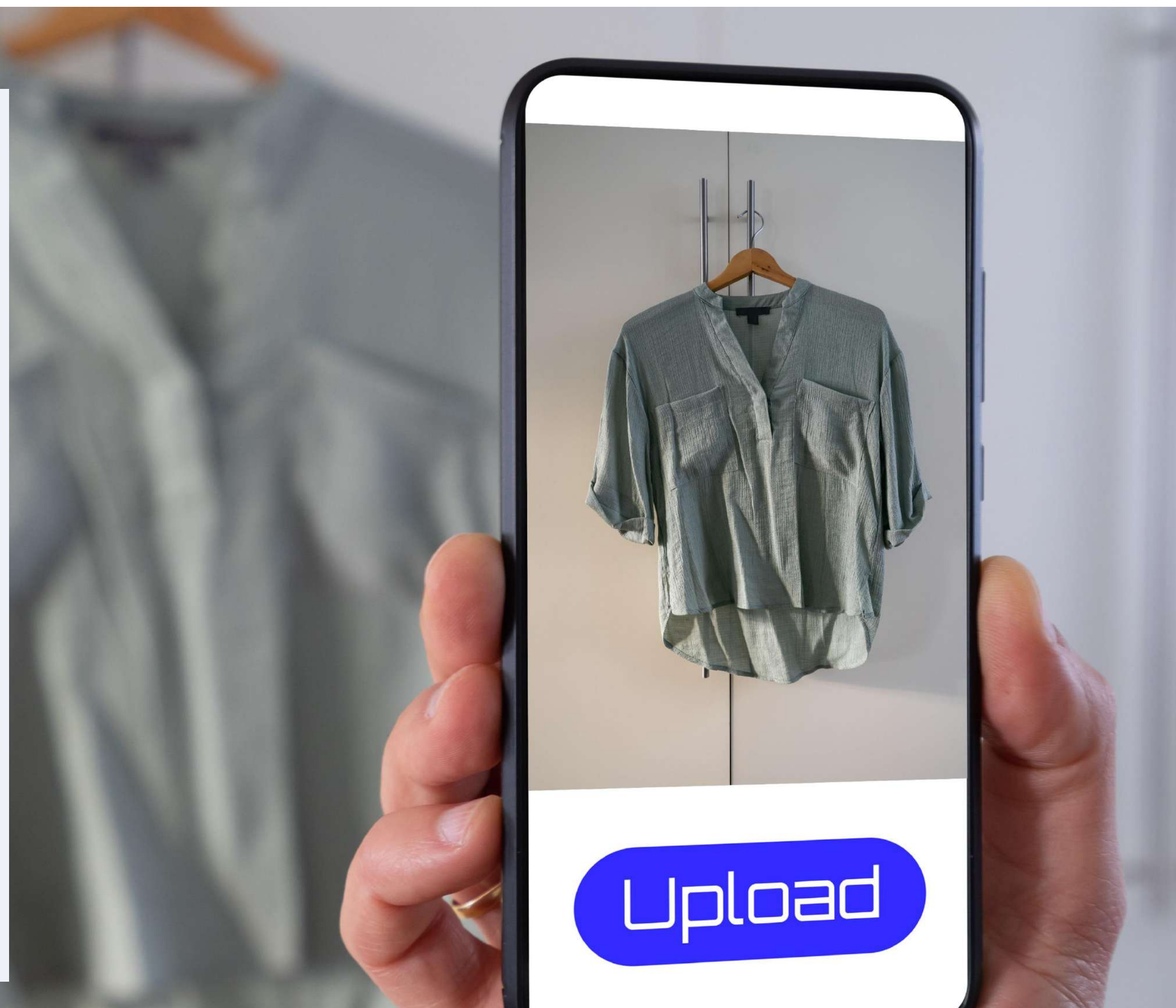
52

Доля электронной торговли в розничной будет расти с каждым годом: в 2020 году она равна 8%, а в 2025 году будет равна 26%.



C2C-рынок в России

- Онлайн C2C в России, 2020
- C2C-продавцы: портрет, география, доставка и ареал доставки
- Что продают на C2C-рынке: продажи товаров разных категорий
- 5 ключевых фактов российского C2C-рынка в 2020 году



6 / Онлайн C2C в России, 2020

54

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

Количество вовлеченных в C2C-торговлю продавцов составило 13,2 миллиона. Число покупателей выросло до 13,3 миллионов.

Количество сделок выросло за последние 1,5 года на 70%.



301 млн

продаж



3 530 руб.

средний чек

1,0
трлн руб.

ВЫРУЧКА

CAGR 2017-2020

53,2%

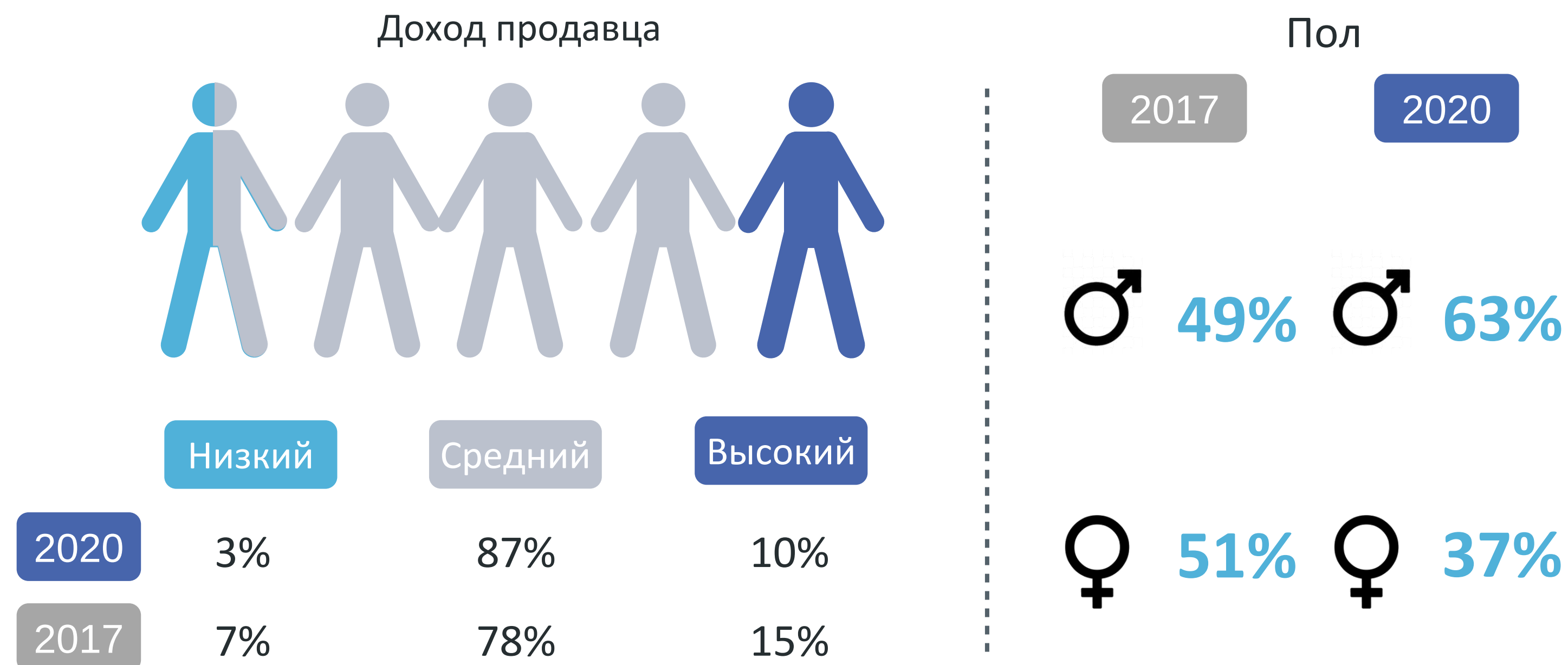
CAGR – совокупный среднегодовой темп роста за период с 2017 по 2020 гг.

Источник: Data Insight совместно с Avito, C2C в российском интернете. Интернет-торговля между частными лицами, 2020 –

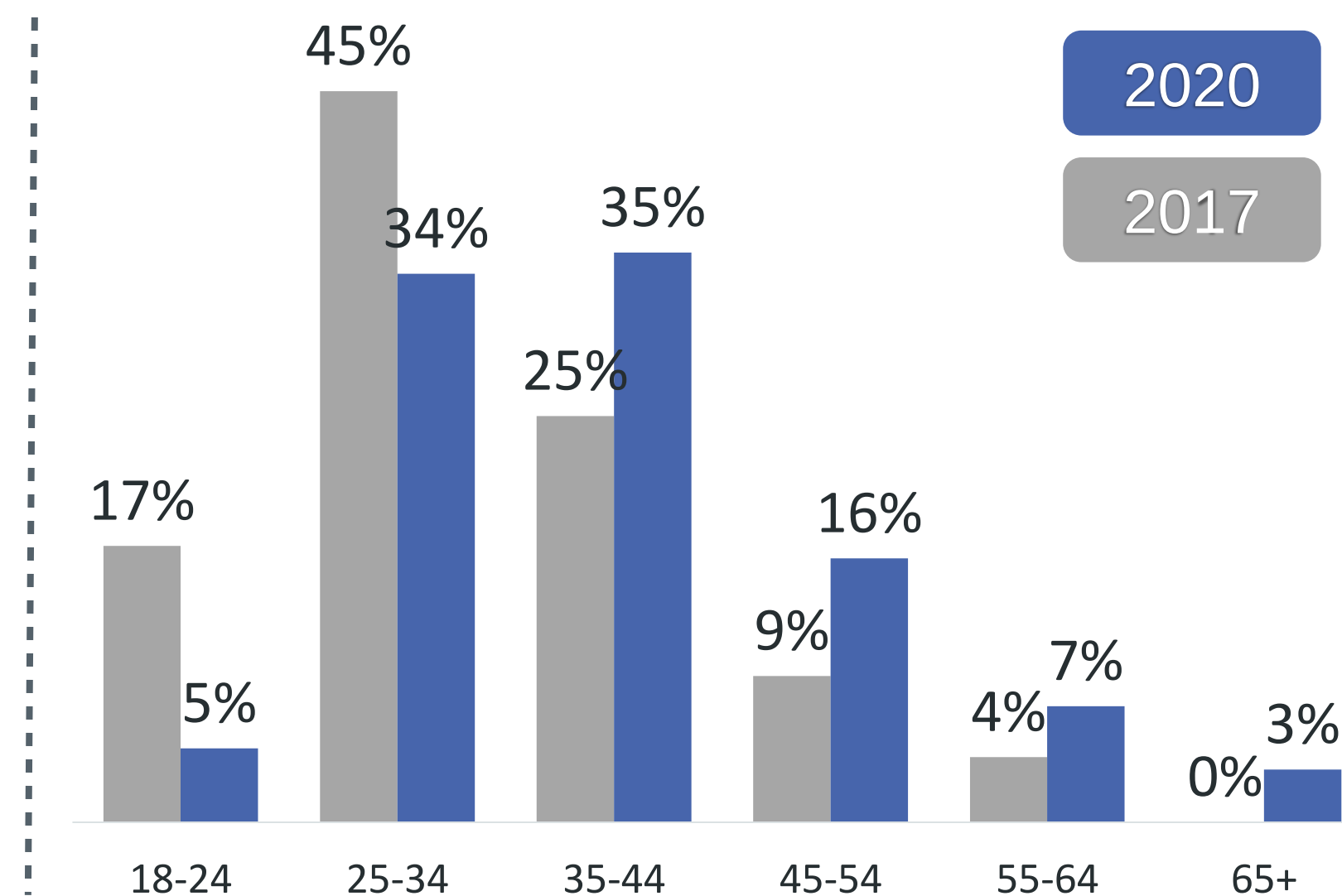
https://datainsight.ru/DI_Avito_C2C_2020

В 2020 году заметно выросла доля продавцов со средним доходом. Распределение продавцов C2C по полу сильно сместилось в пользу мужчин. В структуре продавцов по возрасту продолжается рост роли старших возрастных групп – доля C2C продавцов старше 55 лет выросла за три года с 4% до 10%. В 2017 году доля продавцов моложе 35 лет составляла 62%, в 2020 почти такую же долю заняли люди старше 35 лет (61%).

Распределение C2C-продавцов по уровню дохода и полу

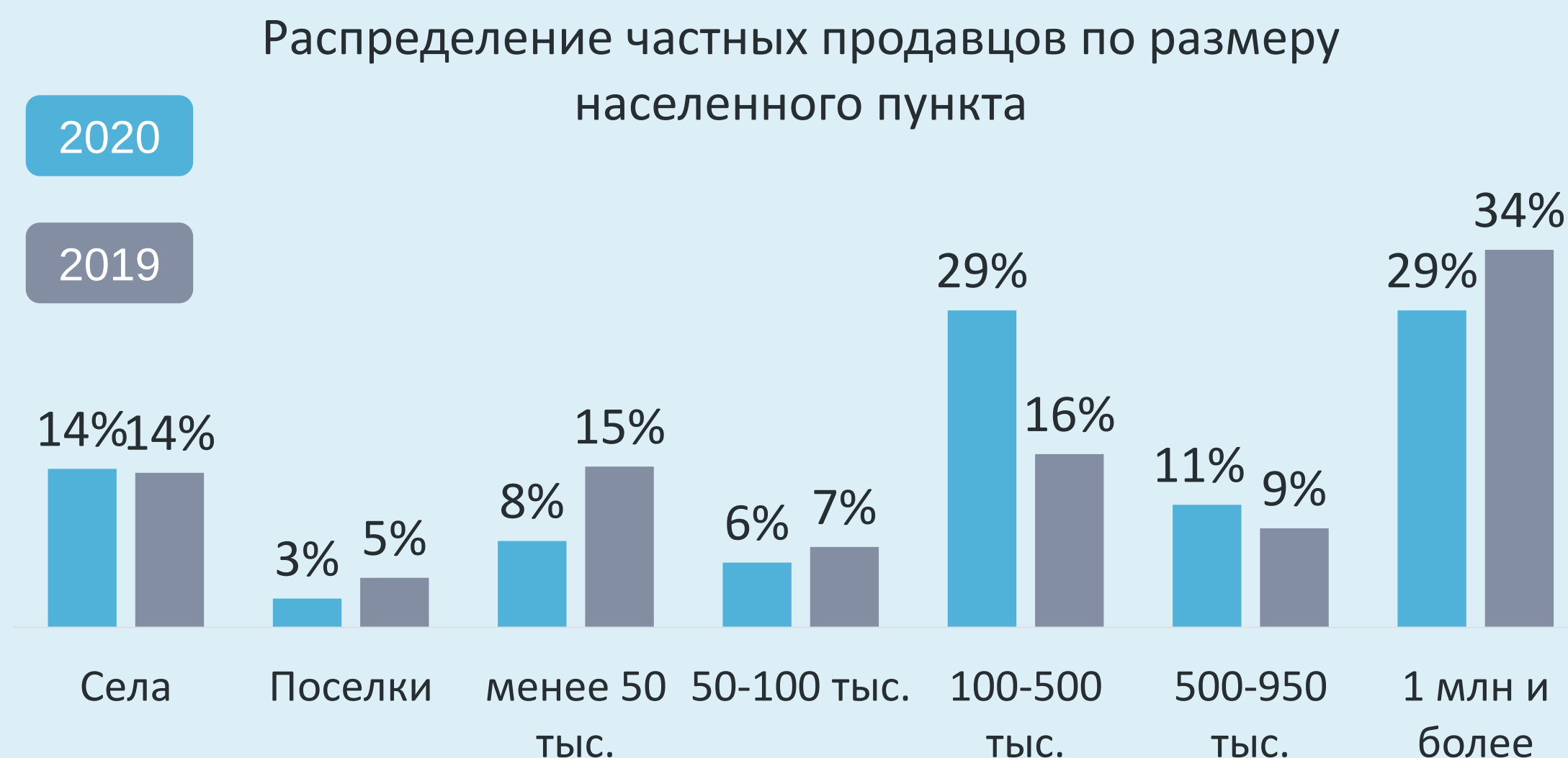


Распределение C2C-продавцов по возрасту



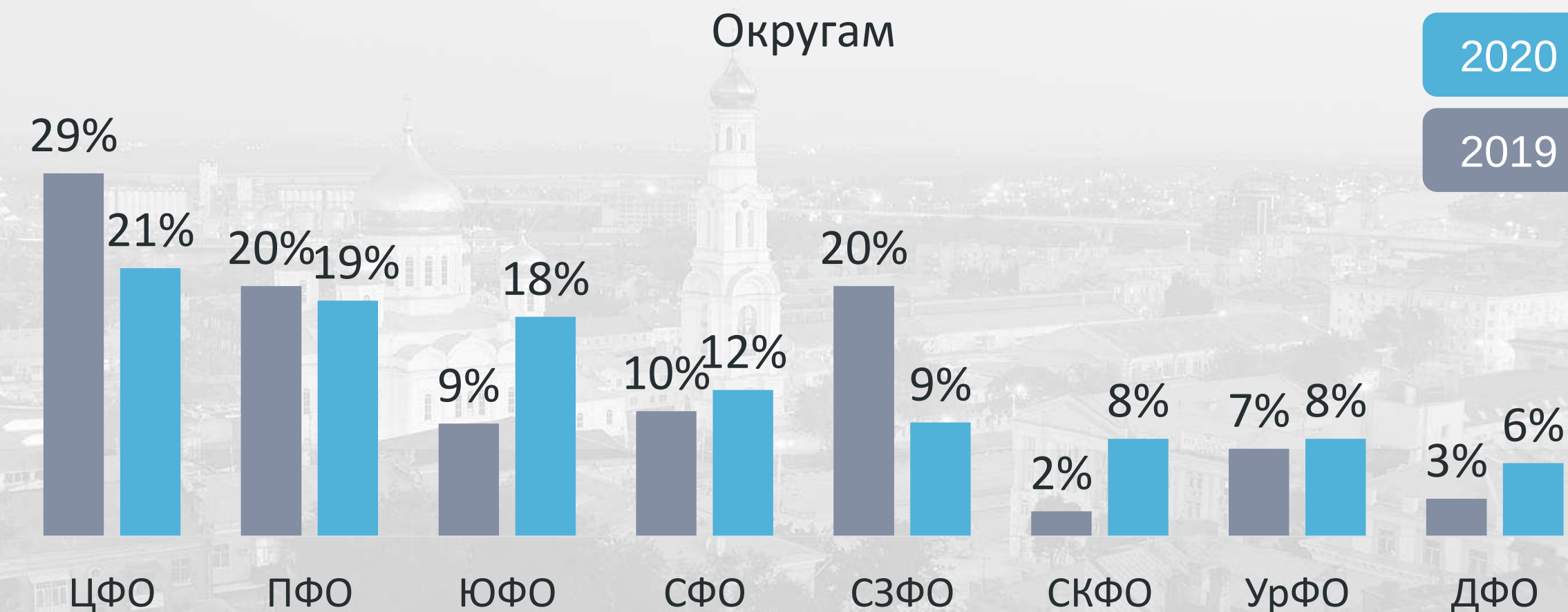
Источник: Data Insight совместно с Avito, C2C в российском интернете. Интернет-торговля между частными лицами, 2020 –

https://datainsight.ru/DI_Avito_C2C_2020



Быстрее всего растет доля C2C-продавцов, живущих в городах с населением от 100 тысяч до 1 миллиона. Если в 2019 на них приходилось 25% C2C-продавцов, то в 2020 году – уже 40%.

Распределение частных продавцов по Федеральным Округам



Быстрее всего за последние три года росла доля C2C-продавцов из Южного и Северо-Кавказского ФО. Доли Центрального и особенно Северо-Западного ФО заметно снизилась. В 2017 году суммарно они составляли почти половину продавцов, в 2020 – только 29%.

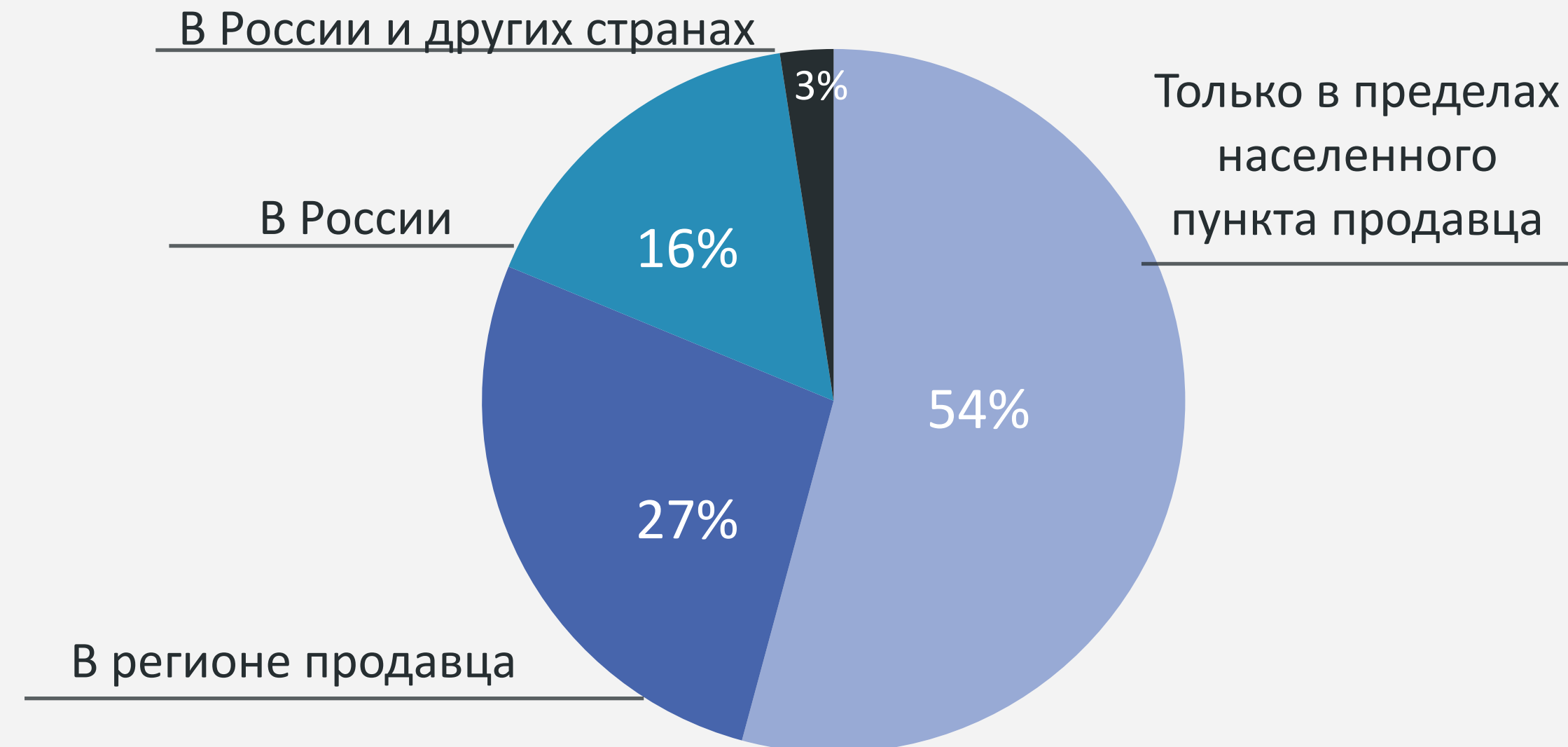
В 2020 году **C2C-продавцы стали чаще использовать доставку** транспортной или курьерской компанией и особенно доставку до ПВЗ. Снизилась роль личной доставки товара покупателю и доля Почты России.

Использование доставки заказов C2C-продавцами



Продолжает расширяться география: доли продавцов, продающих только в пределах своего нас. пункта или региона в 2020 снизились, а доля тех, кто продает за пределами своего региона выросла с 8% в 2017 году до 19% в 2020.

Где живут ваши покупатели? Ответы продавцов



Источник: Data Insight совместно с Avito, C2C в российском интернете. Интернет-торговля между частными лицами, 2020 –

https://datainsight.ru/DI_Avito_C2C_2020

6 / Что продают на C2C-рынке:

58

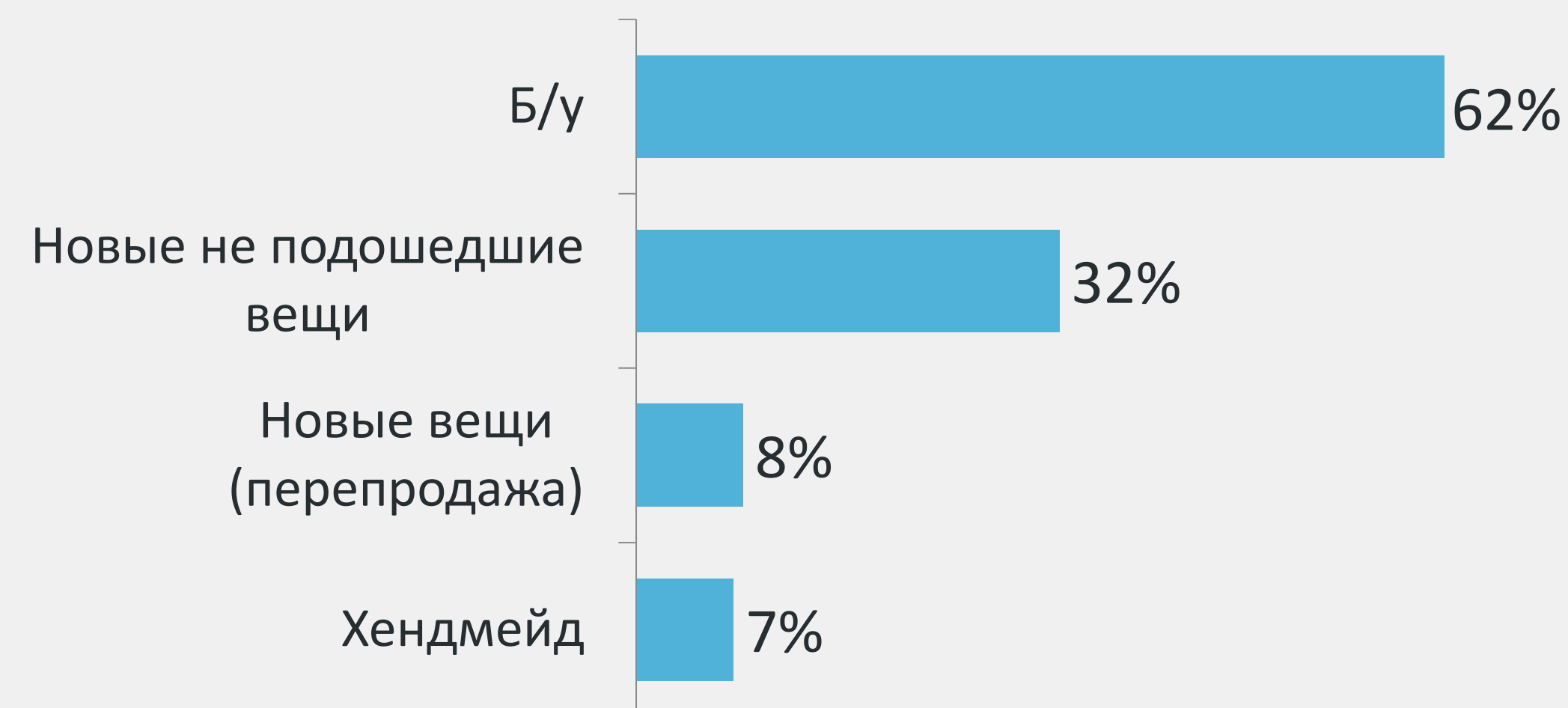
продажи товаров разных категорий

Доля новых товаров в C2C-продажах продолжает расти. Доли C2C-продаж **продажи новых вещей и не подошедших продавцу товаров** в 2017 году составляли суммарно 27%, в 2020 году на эти категории пришлось 8% и 32% соответственно*.

Три самых популярных категории товаров для продажи на рынке C2C-продаж – электроника и бытовая техника, одежда и обувь и детские товары (34%, 30% и 25% частных продавцов соответственно).

Самая большая доля сделок приходится на категорию электроники и бытовой техники – 24%. Далее идут детские товары (18%) и автозапчасти и аксессуары (17%).

Оценка распределения продаж по типам товаров*



В 2020 сумма по вопросу > 100%, т.к. на одну сделку может приходиться более одного товара

Источник: Data Insight совместно с Avito, C2C в российском интернете. Интернет-торговля между частными лицами, 2020 –

https://datainsight.ru/DI_Avito_C2C_2020

6 / 5 ключевых фактов

59

российского C2C-рынка в 2020 году

РЫНОК



Онлайн C2C рынок в денежном эквиваленте **вырос на 87% за 1,5 года** – его годовой объем составил **в 2020 году 1,06 трлн рублей при 568 млрд в H2 2018 - H1 2019.**

Количество онлайн-покупок на C2C рынке выросло **за 1,5 года на 70% и достигло 301 млн.**

ПРОДАВЦЫ И ПОКУПАТЕЛИ



В 2020 году количество покупателей на C2C рынке продолжило расти, в то время как рост числа продавцов прекратился при одновременном увеличении частоты продаж. Количество продавцов и покупателей **составило 13,2 млн и 13,3 млн соответственно.**

СДЕЛКИ



Количество сделок на продавца в месяц растет: **2017 г. в среднем у продавца была одна сделка в месяц, в 2019 г. – 1,3, в 2020 – 2,3.**

Продолжился тренд на **рост количества междугородних и межрегиональных сделок и рост популярности доставки, в особенности доставки до ПВЗ.**

EWAVE

Ведущее мировое eCommerce агентство полного цикла

*Мы поможем вашему бизнесу покорить самую
высокую волну электронной коммерции.*

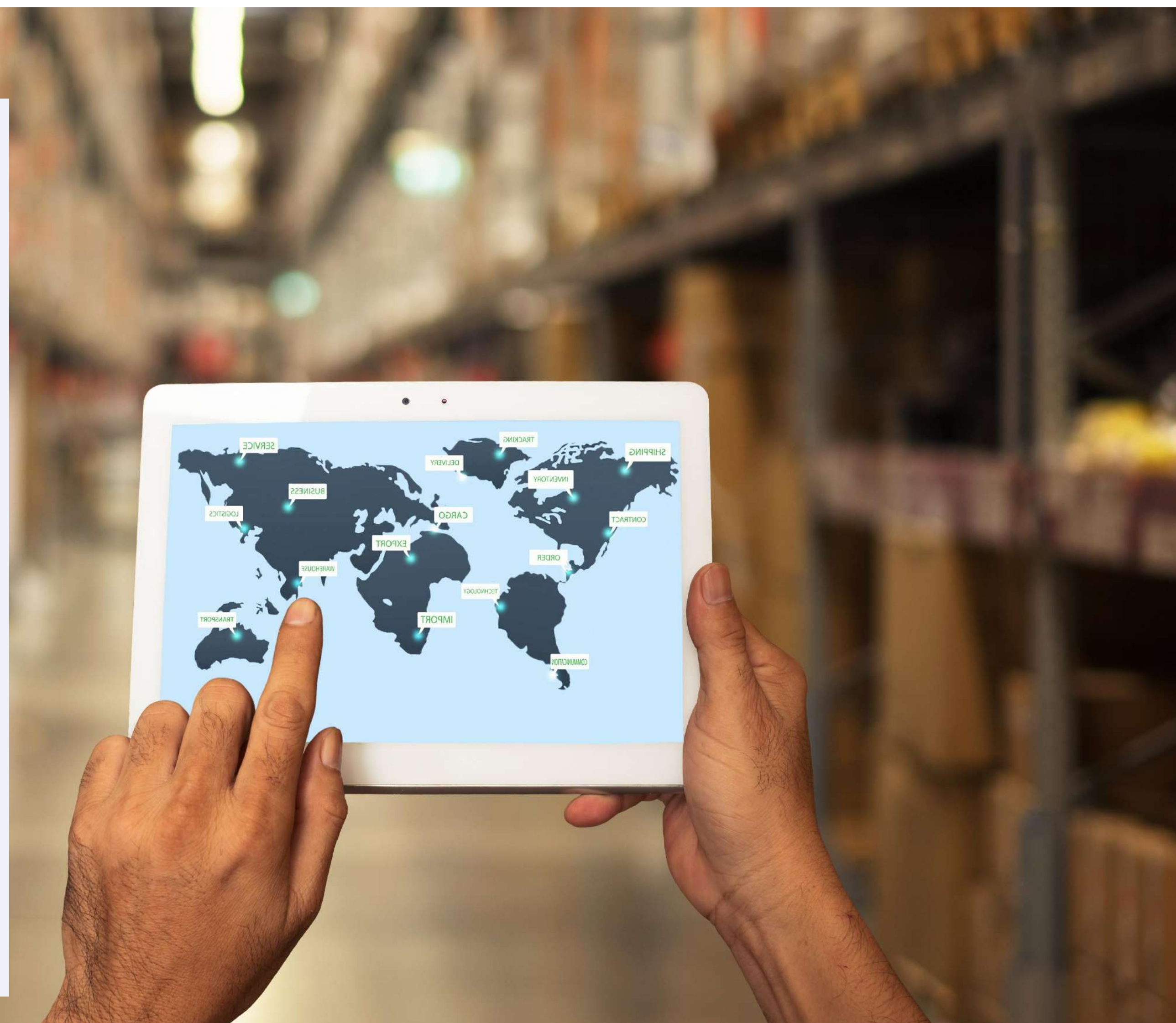
- Консалтинг в сфере электронной коммерции
- Аудит текущего eCommerce решения
- Разработка решений для онлайн торговли мирового уровня
- Омниканальная торговля
- CRM, автоматизация маркетинга, PIM, OMS
- UX/UI, уникальный покупательский опыт
- Разработка решений на базе Adobe, Magento, Salesforce
- Headless, PWA решения

Инновационные технологии и лучшие практики
в отрасли для вашего eCommerce сайта

- Быстрый time to market
- B2B/B2C/D2C/Маркетплейсы
- Ритейл, фэшн, косметика, мебель, ювелирные изделия, электроника, еда и напитки, FMCG, здравоохранение
- Бренды с Мировым именем в портфолио

Розничный онлайн-экспорт

- Розничный онлайн-экспорт в России, 2020
- Динамика выручки розничного онлайн-экспорта
- Структура доставки в розничном экспорте
- Страновая структура розничного онлайн-экспорта, 2018-20
- Товарные категории розничного онлайн-экспорта
- Розничный онлайн-экспорт по федеральным округам



7 / Розничный онлайн-экспорт в России, 2020

62

Под **розничным онлайн-экспортом** мы понимаем зарубежные заказы российских интернет-магазинов, включая оформление заказов покупателями из-за рубежа через сайт, соцсети, другие каналы, а также продажи через представительства и сайты магазина в доменах других стран, а также зарубежные заказы у российского малого и среднего бизнеса, получаемые через платформы продаж, включая мировые маркетплейсы и социальные сети.



27,4 млн

отправлений



\$42

средний чек

По сравнению с прошлым годом **количество отправок** выросло на 11,7 миллиона, а **средний чек** снизился на 19%.

Источник: Data Insight совместно с eBay, Розничный экспорт товаров через интернет, 2020 – datainsight.ru/DI_eBay_Export2020

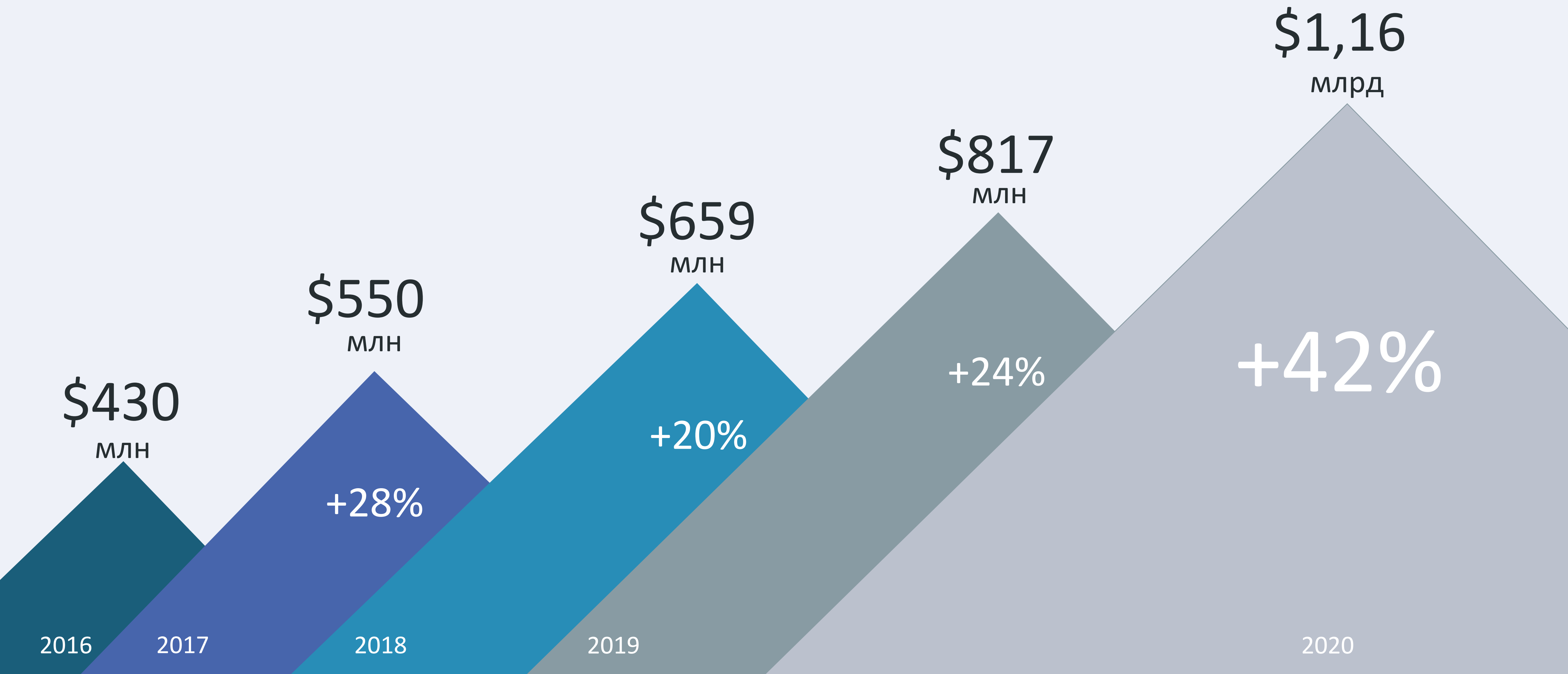
\$1,16
млрд

83,8 млрд руб.

ОБЪЕМ РЫНКА

7 / Динамика выручки розничного онлайн-экспорта

63



Источник: Data Insight совместно с eBay, Розничный экспорт товаров через интернет, 2020 – datainsight.ru/DI_eBay_Export2020

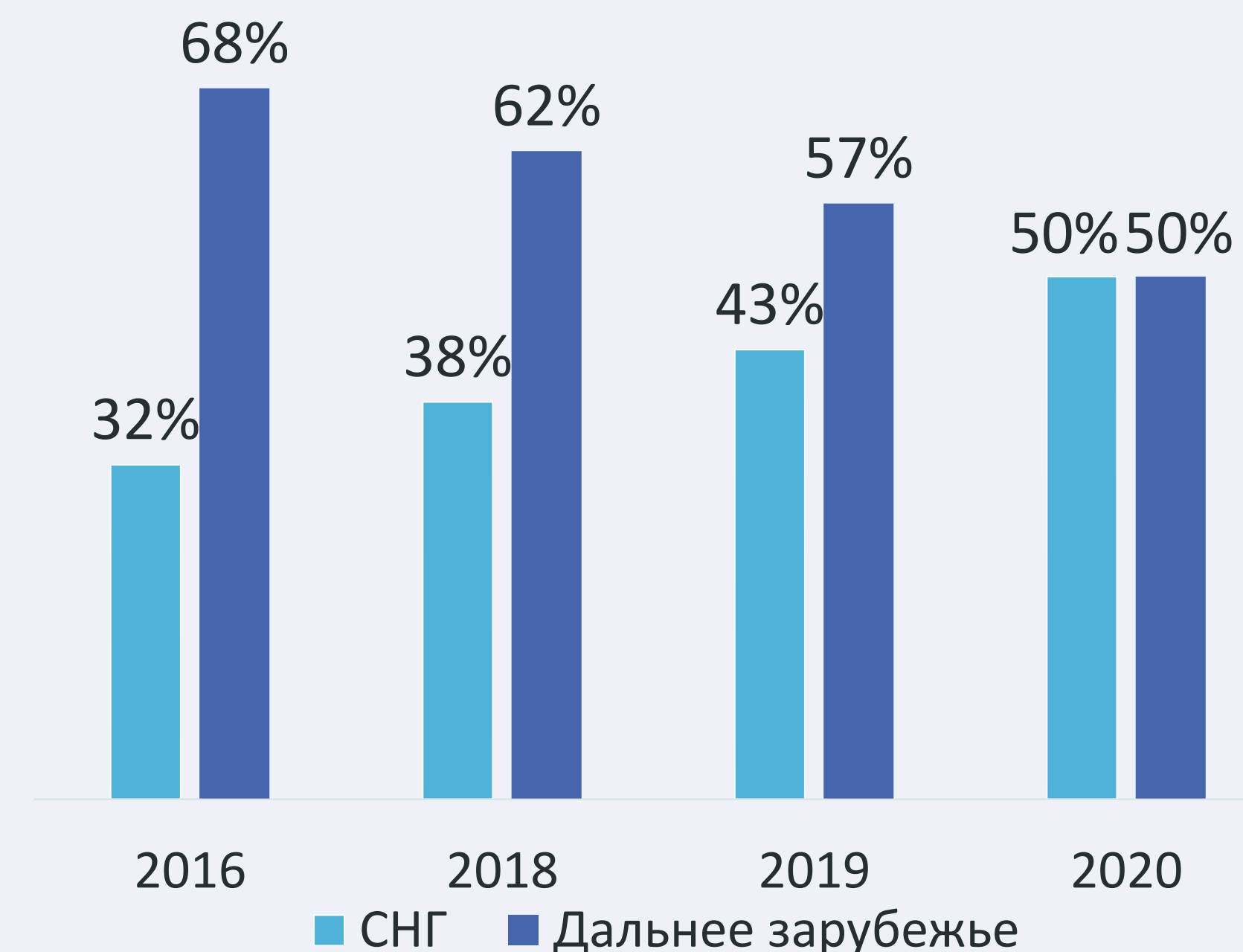
7 / Страновая структура розничного онлайн-экспорта, 2018-20

64

Страны ближнего зарубежья	2018	2019	2020
Беларусь	17,5 %	21,8 %	22,3 %
Казахстан	13,7 %	12,9 %	17,7 %
Украина	6,6 %	4,6 %	5,6 %
Другие страны ближнего зарубежья		3,5 %	3 %

Страны дальнего зарубежья	2018	2019	2020
США	17,6 %	20,4 %	17,3 %
Западная Европа	10,7 %	10,4 %	10,8 %
Великобритания	3,8 %	3,8 %	4,0 %
Израиль	2,0 %	2,2 %	3,0 %
Канада	2,2 %	2,3 %	2,2 %
Китай	2,4 %	1,9 %	1,3 %
Другие страны дальнего зарубежья		20,0 %	10,0 %

Сохраняется тренд на рост доли стран СНГ в структуре российского розничного онлайн-экспорта. По прогнозу на конец 2020 года доля стран СНГ в экспортной выручке российских продавцов достигнет 50%.



* Бывшие республики СССР (не включая страны Балтии)

Источник: Data Insight совместно с eBay, Розничный экспорт товаров через интернет, 2020 – datainsight.ru/DI_eBay_Export2020



7 / Товарные категории розничного онлайн-экспорта

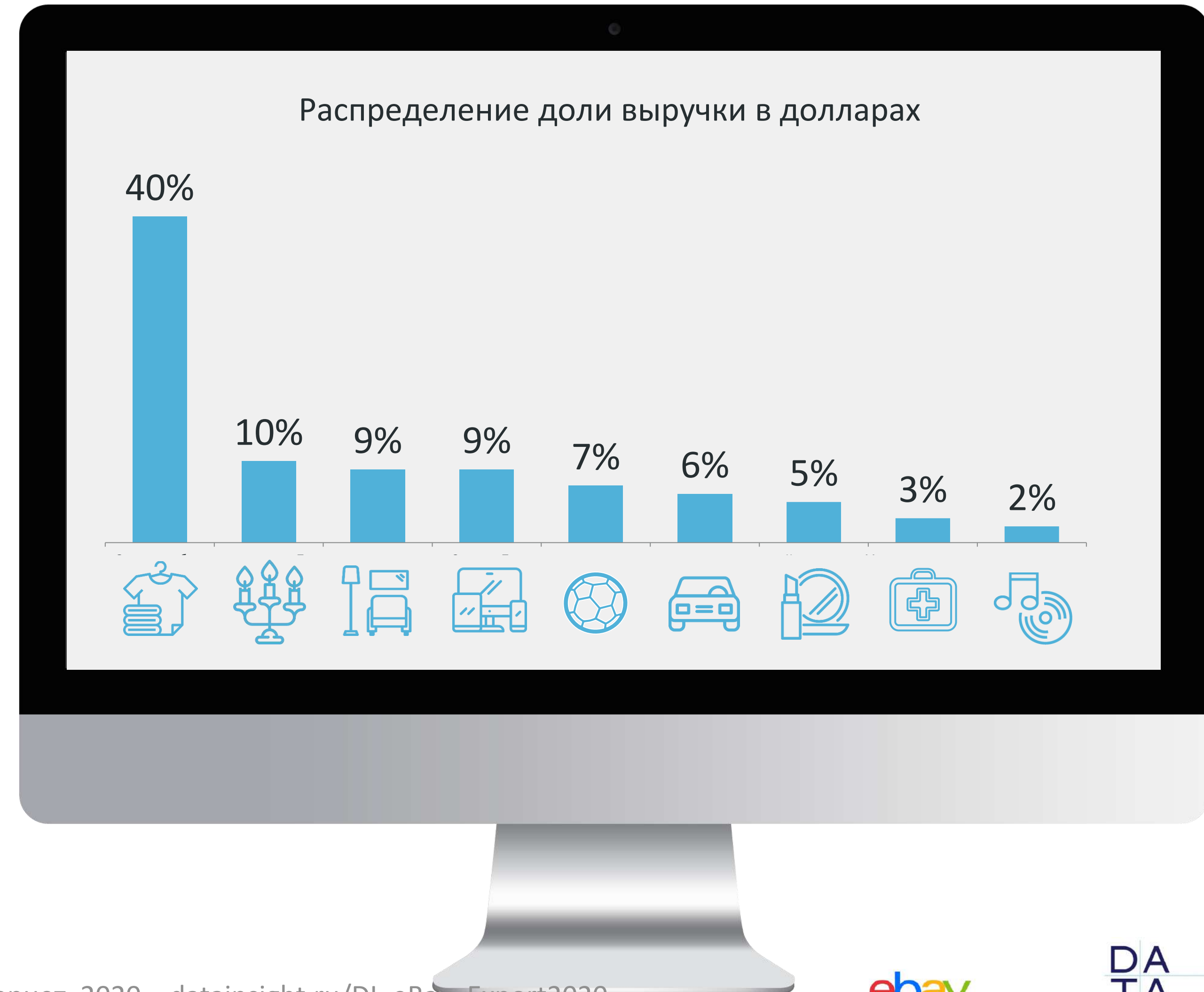
65

Категория «Одежда и обувь», как и в 2019 году, сохраняет лидерство по доле долларовой выручки.



Самые динамичные категории 2019:

- Товары для дома и интерьера **+215%** YoY*;
- Товары для спорта, отдыха и досуга **+101%** YoY*;



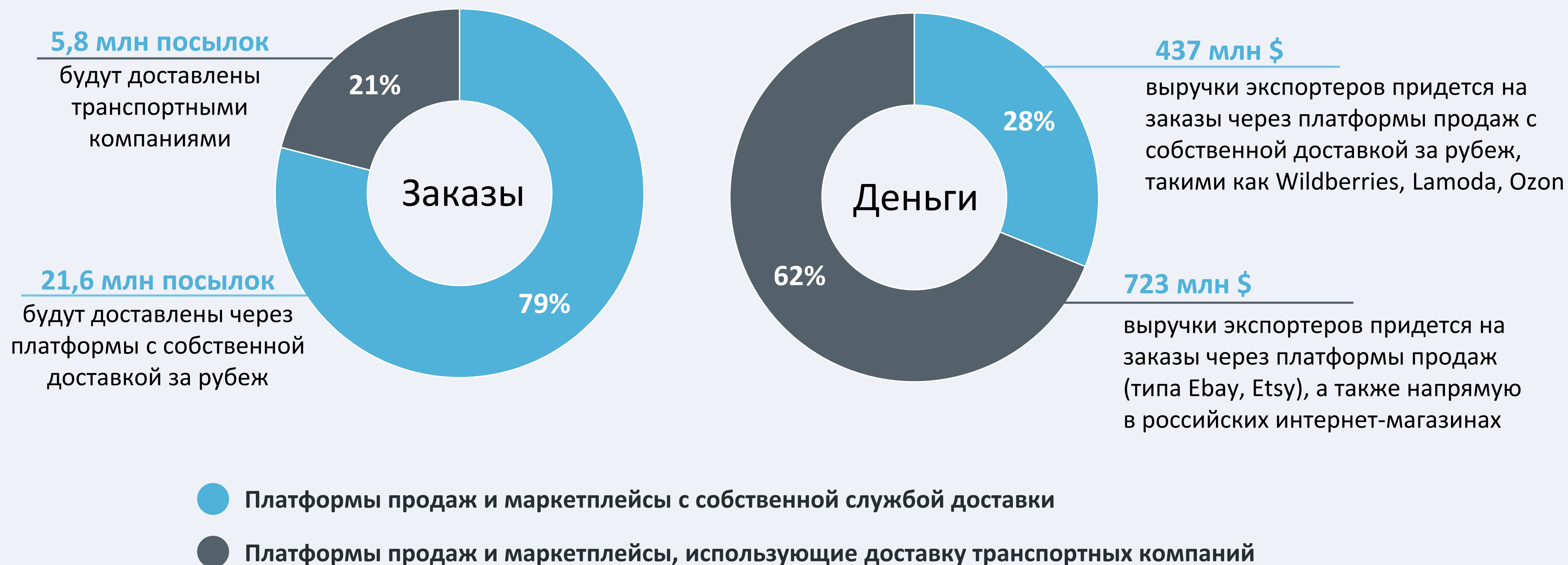
* YoY – «year-over-year», год к году

Источник: Data Insight совместно с eBay, Розничный экспорт товаров через интернет, 2020 – datainsight.ru/DI_eBay_Export2020



7 / Структура доставки в розничном онлайн-экспорте

66



Источник: Data Insight совместно с eBay, Розничный экспорт товаров через интернет, 2020 – datainsight.ru/DI_eBay_Export2020

7 / Розничный онлайн-экспорт по федеральным округам

67

17 регионов с долей онлайн-экспортеров eBay выше среднероссийской.

Экспортная активность СМБ по регионам*:

169 (+24) Санкт-Петербург
169 (-17) Москва
164 (-17) Башкортостан
147 (-17) Тюменская область
137 (+7) Марий Эл
123 (+5) Московская область
121 (+5) Воронежская область
117 (-13) Ярославская область
116 (+18) Саратовская область
113 (+11) Омская область
111 (+4) Удмуртия
111 (-16) Новгородская область
110 (+49) Волгоградская область
108 (-13) Калининградская область
104 (+18) Самарская область
102 (+11) Челябинская область



*Экспортный индекс региона рассчитан как Affinity Index и равен отношению доли экспортеров на eBay в компаниях региона (в %) к их доле во всех российских компаниях.

Источник: Data Insight совместно с eBay, Розничный экспорт товаров через интернет, 2020 – datainsight.ru/DI_eBay_Export2020

Логистика для интернет-торговли

- Объём российского рынка логистики для электронной коммерции
- Логистика для e-commerce в России, 2020Q3
- Распределение по каналам доставки
- Способы доставки интернет-магазинов, 2020Q3
- Доставка до двери и в ПВЗ в крупных городах, 2019-2020H1
- Доставка в ПВЗ в крупных городах, 2019-2020H1
- Доставка крупногабарита, 2019
- Фулфилмент



8 / Объем российского рынка логистики для электронной коммерции

69

По оценке Data Insight, только за 2020 год было доставлено 883 млн отправлений. Это на 35% больше, чем в 2019 году.



Оценка основана на данных от логистических компаний и Почты России, а также данных Data Insight по числу отправлений на рынке электронной коммерции. Оценка учитывает C2C-продажи, которые осуществляют частные лица через социальные сети и специализированные площадки, и MLM. Оценка не включает импорт, экспорт и продажу еды. Объем Wildberries и Ozon рассчитан по числу заказов, а не отправлений (в некоторых случаях они не совпадают).

* учитывая все виды транспорта и все сегменты перевозок

Источник: Data Insight, Логистика для электронной торговли, 2020— <http://logistics.datainsight.ru/logistika-dlya-elektronnoy-torgovli>

Логистика для eCommerce включает в себя все варианты получения конечным покупателем заказа, сделанного через интернет.

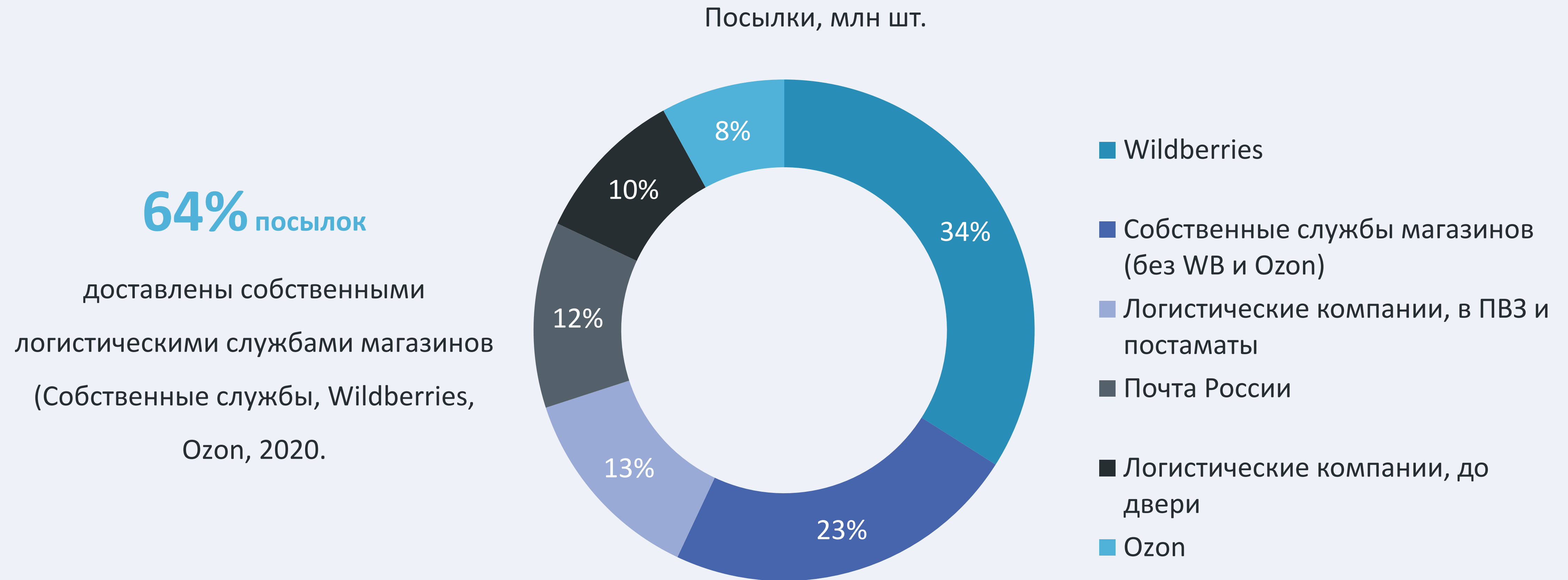
	2020, млн посылок	2020, доля от всех посылок	2019, млн посылок	2019, доля от всех посылок	Рост 2020- 2019
Почта России	104	12%	95	17%	+9%
Логистические компании	203	23%	141	29%	+31%
Собственные службы магазинов	576	65%	335	59%	+42%
Всего	883		331		+35%

Среди важнейших факторов, повлиявших на состояние рынка логистики в 2020 году, были:

1. Пандемия: увеличение количества интернет-покупателей, переход на удаленную работу, спрос на бесконтактную доставку;
2. Бурный рост больших магазинов и маркетплейсов и развитие их собственных служб доставки: за три квартала 2020 года с помощью собственных служб доставки было доставлено 64% от всех посылок.

8 / Распределение по каналам доставки

71

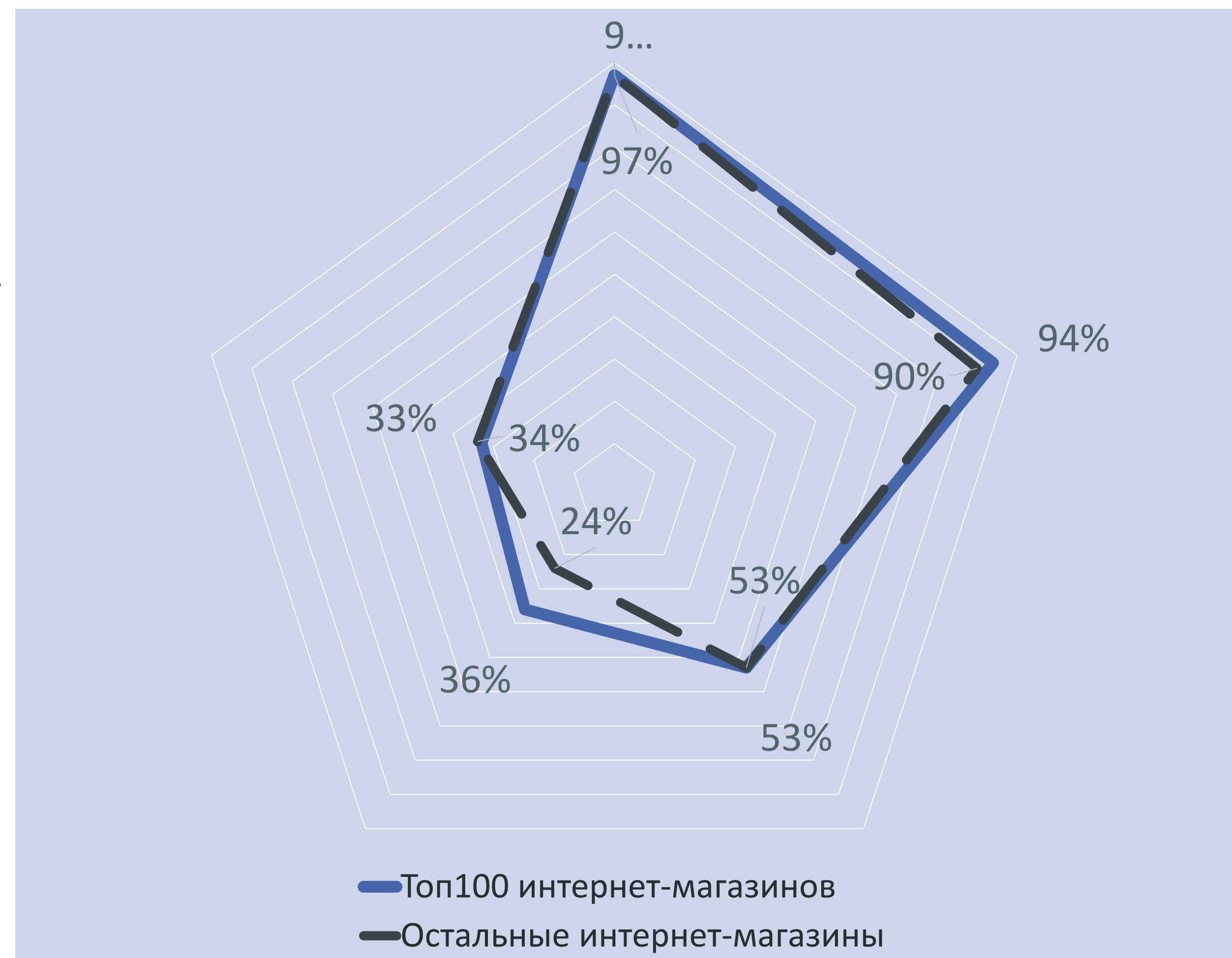


Источник: Data Insight, Логистика для электронной торговли, 2020— <http://logistics.datainsight.ru/logistika-dlya-elektronnoy-torgovli>

Почти у всех интернет-магазинов – **97%** – есть доставка до двери.

У большинства – **94%** из Топ100 и **90%** остальных магазинов – есть возможность заказать доставку в ПВЗ.

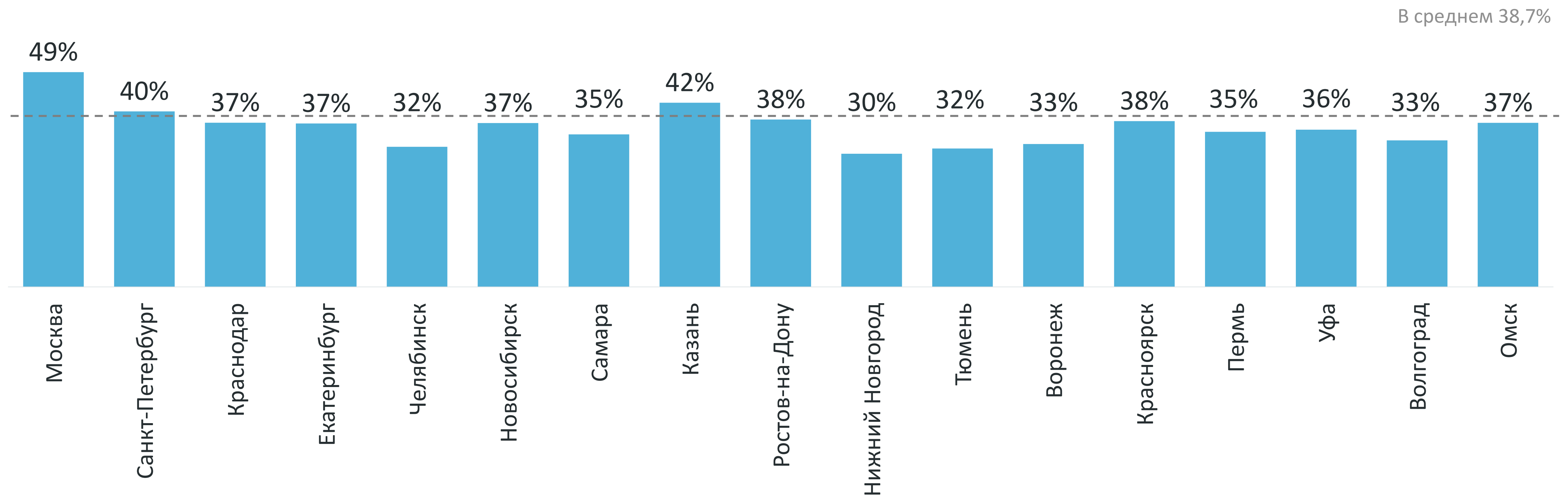
Пункты выдачи партнерских сетей одинаково популярны среди всех магазинов. Доли магазинов, сотрудничающих с сетями ПВЗ и постаматов, не зависят от их размера. Среди 100 крупнейших магазинов доставка в партнёрские постаматы и по почте распространены примерно одинаково – **36%** и **33%** соответственно. У магазинов за пределами Топ100 почтовая доставка популярнее, чем в постаматы.



8 / Доставка до двери в крупных городах

73

Самая большая доля заказов до двери — в Москве, Санкт-Петербурге и Казани. В целом, доставка до двери сильнее распространена в больших городах. Среднее значение по России — 38,7%.

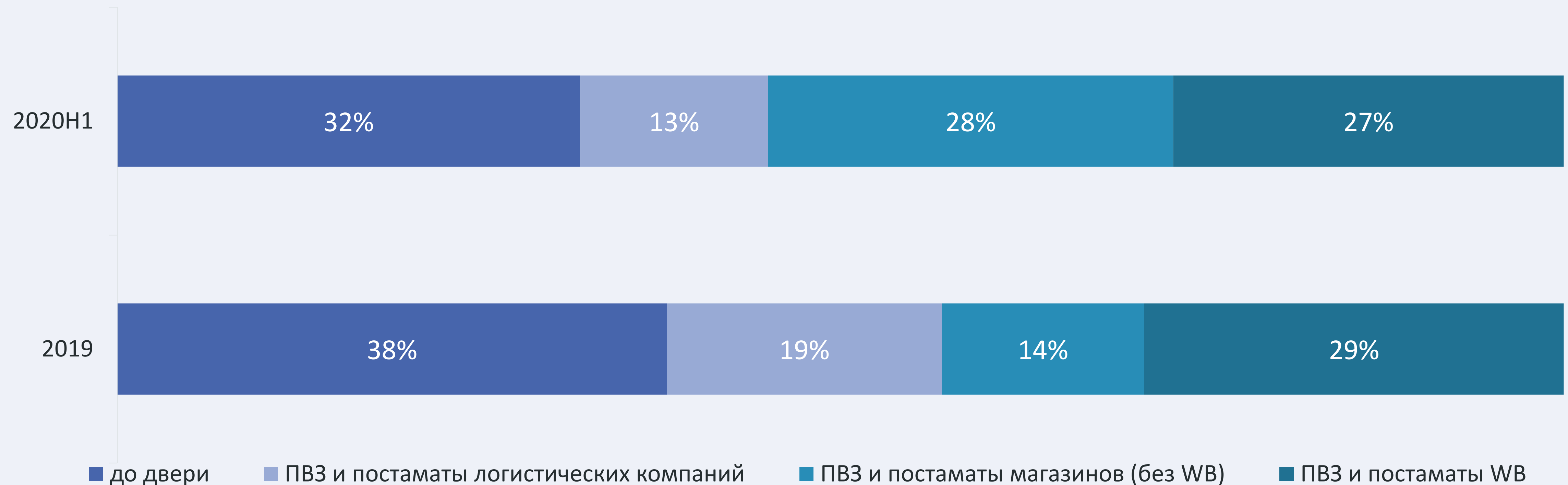


Источник: Data Insight совместно с PIMSolutions, География доставки интернет-магазинов, 2019 – datainsight.ru/PP-DeliveryRussia2019

8 / Доставка в ПВЗ: доли на рынке

74

ПВЗ и постаматы остаются самым популярным каналом доставки. По оценке Data Insight, в первой половине 2020 через ПВЗ и постаматы было получено 68% всех посылок. Лидер рынка, Wildberries, доставляет через ПВЗ 90% всех посылок.



Источник: Data Insight, Логистика для электронной торговли, 2020— <http://logistics.datainsight.ru/logistika-dlya-elektronnoy-torgovli>

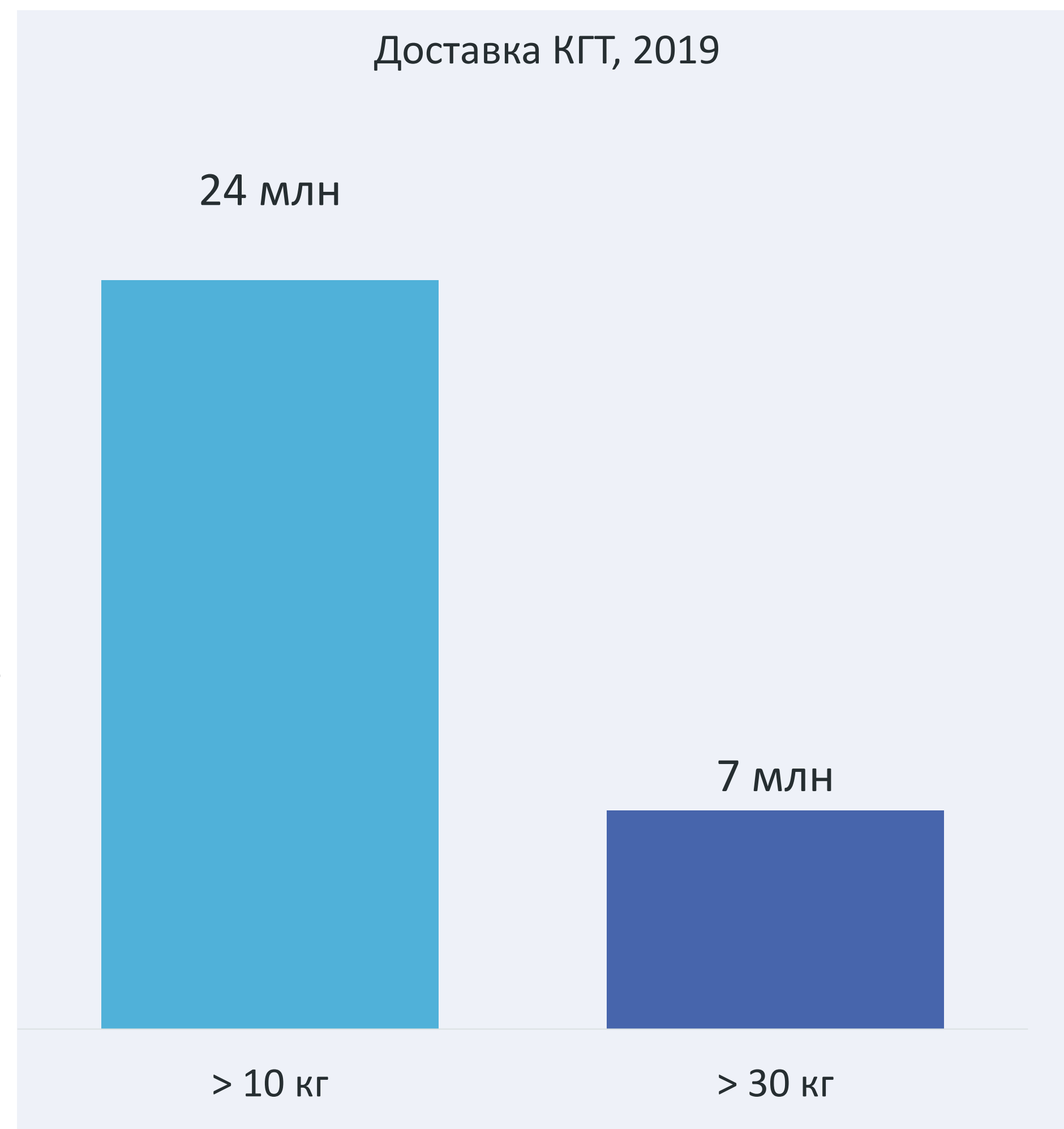
8 / Доставка крупногабарита: оценка сегмента и особенности

75

По оценке Data Insight, российские магазины отправили в 2019 году 24 млн заказов тяжелее 10 кг и 7 млн заказов тяжелее 30 кг.

Особенности доставки крупногабарита:

1. К доставке крупногабарита не применим один из основных трендов — доставка в пункты выдачи и постаматы.
2. Доставка КГТ — комплексная услуга. Для нее становятся важны отдельные части процесса — парковка, разгрузка, подъем на этаж. Из-за этого возникают новые требования ко всем участникам доставки.
3. Для доставки КГТ актуальны дополнительные услуги. Например, вынос старой мебели и техники, подключение, сборка, утилизация упаковки. Сейчас в большинстве случаев покупатели договариваются об этом самостоятельно.
4. При работе с разными транспортными компаниями возрастает значимость технических решений, которые помогут подобрать оптимального партнера для каждого конкретного груза.
5. Достаточно часто крупногабаритные грузы не только большие и тяжелые, но и дорогие. Поэтому магазинам приходится страховать перевозки и думать о том, как избежать хищений.



Источник: Data Insight, Доставка крупногабаритных товаров, 2020 — http://logistics.datainsight.ru/content/Logistic_DI_KGT_2020

8 / Доставка крупногабарита: товарные категории

76

Помимо категорий с большой долей крупногабаритных заказов, вклад в доставку КГТ вносят крупные категории, в которых даже небольшая доля соответствует большому количеству заказов. Например, «Электроника» (2% КГТ), «Товары для детей» (7%), «Товары для офиса» (2%).

Категории с наибольшей долей крупногабарита:

	95%	шины и диски
	90%	мебель
	75%	товары для ремонта и строительства
	70%	спортивный инвентарь
	50%	оборудование для бизнеса

Показаны категории с наибольшим количеством заказов от 10 килограмм. Количество мест во многих категориях не совпадает с количеством заказов — то есть на один заказ, содержащий крупногабарит, приходится несколько мест.

Количество заказов и мест по категориям (топ-10):

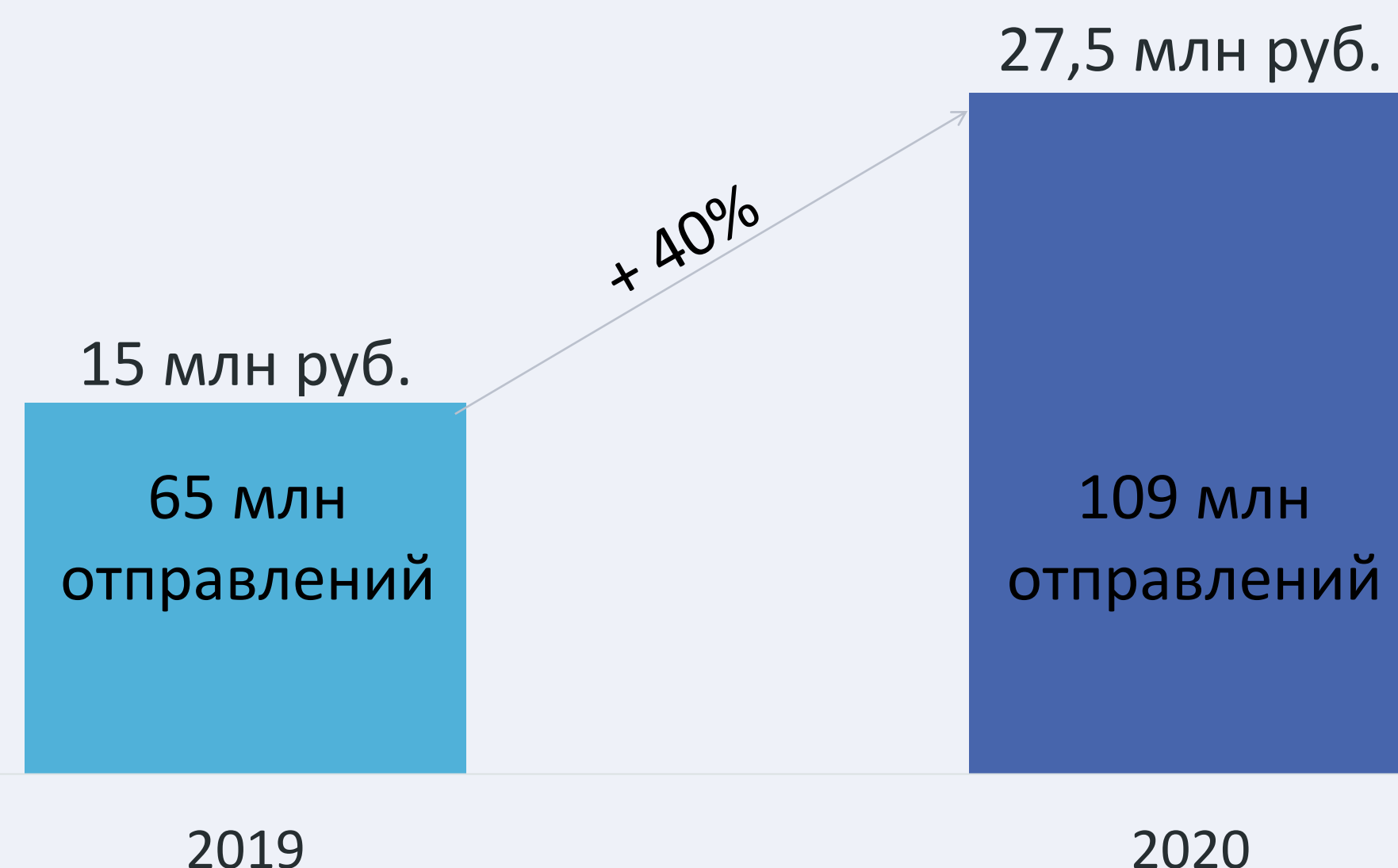
Товарная категория	Количество заказов от 10 кг в сутки	Доля от всех заказов более 10 кг	Количество мест
Автозапчасти	14 300	23%	21 450
Мебель	14 300	23%	57 200
Ремонт и строительство	10 700	17%	16 050
Шины и диски	6 000	10%	24 000
Инструменты	4 800	8%	4 800
Электроника и техника	3 000	5%	3 000
Товары для детей	2 900	5%	4 060

динамика, 2018-20

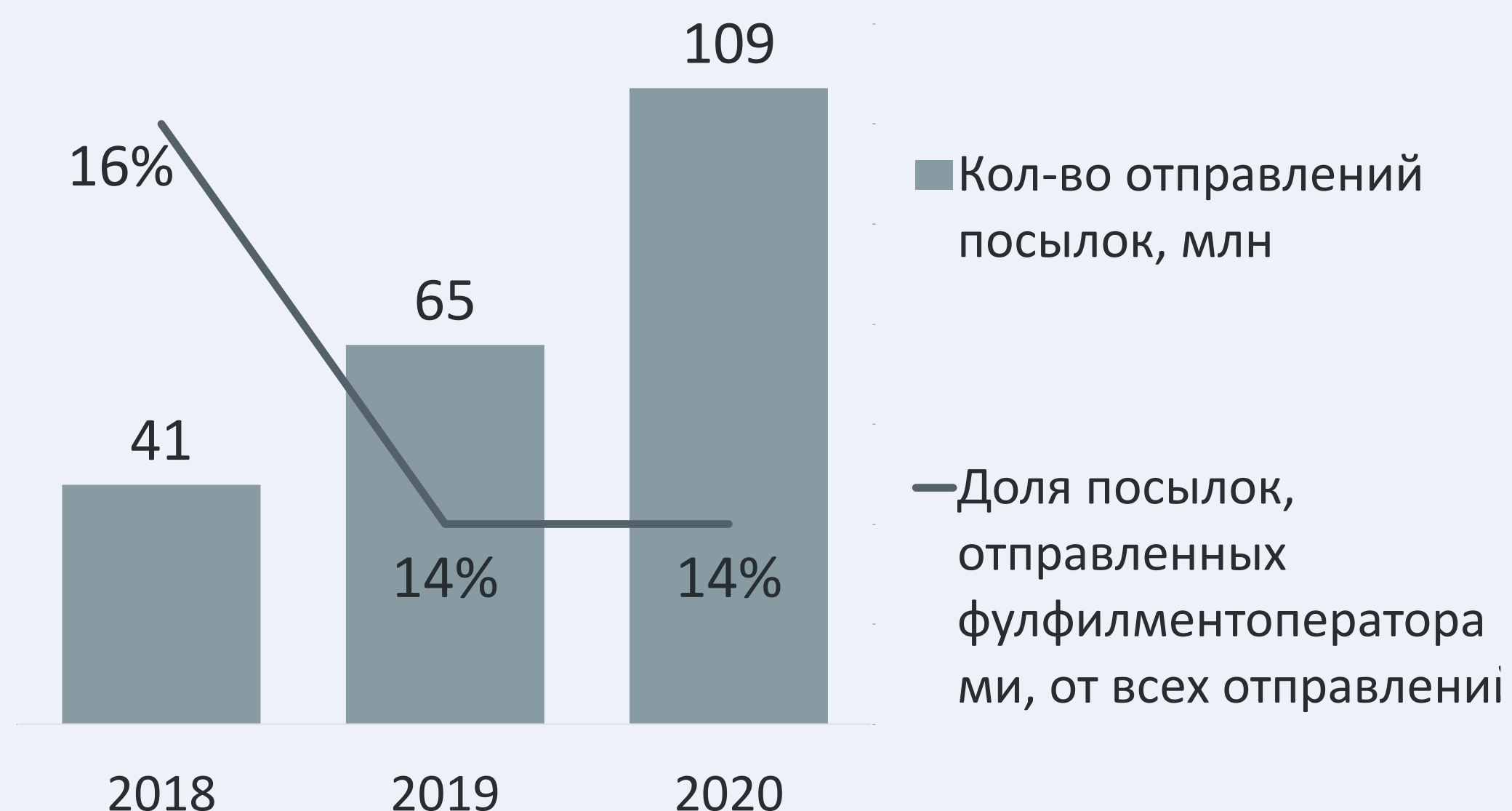
15 млрд рублей и 65 млн отправок — оценка рынка фулфилмента в 2019 году. 27,5 млрд. рублей и 109 млн отправок — прогноз Data Insight на 2020 год. Рост в 2020 году по сравнению с 2019 составил 40%.

Количество посылок за два года изменилось на 165%, CAGR — на 63%.

Оценка рынка фулфилмента*



Изменение за два года



*Оценка рынка включает фулфилмент для интернет-магазинов и модель работы с маркетплейсами, при которой товары размещаются не на складе маркетплейса (FBS). Оценка не включает собственный фулфилмент маркетплейсов, когда для продажи на Беру (Яндекс.Маркете), Озоне или Wildberries магазины и производители размещают товары на их складах, потому что эта модель не позволяет реализовывать продукцию по каким-либо другим каналам.

Источник: Data Insight, Фулфилмент для интернет-торговли, 2020 — <http://logistics.datainsight.ru/fulfilment-dlya-internet-torgovli-2020>

рост показателей: клиенты, сотрудники, мощности

Максимальная мощность (количество заказов, которое операторы способны отгрузать за день) по сравнению с 2019 выросла на 14%, за счет запуска новых площадей и развития существующих. При росте рынка на 40% это означает, что запас емкости уменьшился.



* на правах рекламы

25%

на доставку до двери и ПВЗ*

PONY
EXPRESS



- ✓ Удобная IT-интеграция и персональный менеджер
- ✓ Возможность подписания SLA
- ✓ Выбор режима: «экспресс»; двухчасовая и интервальная доставка**
- ✓ Все типы «последней мили»: пункты выдачи заказов, постаматы, курьерская доставка до двери
- ✓ Гибкий набор дополнительных опций: частичный выкуп, примерка, наложенный платеж и пр.
- ✓ Работа с маркетплейсами
- ✓ Удобные форматы оплаты стоимости заказов: картой и наличными
- ✓ Работа с маркированными товарами («Честный знак»)
- ✓ Поддержка получателей: онлайн-трекинг, информирование о статусах и доставке (sms / Viber), многоканальный контактный центр
- ✓ Решения для разных типов товаров: одежда и обувь, товары для дома и красоты, техника и электроника, ювелирные изделия и пр.
- ✓ Нестандартные логистические решения (кастомизированные решения «под ключ»)
- ✓ Логистика возврата

*При заключении договора до 30.06.2021. Скидка действует в течение года с момента оформления договора.
Для получения особых условий на доставку при оформлении договора через сайт нужно выбрать опцию «ЕСОМ 2021».
При общении со специалистами компании по телефону: +7 (495) 785 44 78 (доб. 70249; доб. 70234) или почте slqpost@ponyexpress.ru нужно назвать промо-слово «ЕСОМ 2021».

**По Москве

>14 000

населенных пунктов РФ

138

экспресс-центров

>7 000

партнерских пунктов
выдачи и постаматов

77 600

кв.м. общая площадь
терминалов и
складов

>1 300

единиц техники
в автопарке

>4000

сотрудников

>11 млн

отправлений
ежегодно

География рынка eCommerce

- География доставки
- География онлайн-заказов
- Количество онлайн-заказов на одного жителя
- Среднее время доставки в крупных городах
- Расстояние, проходимое заказом
- География доставки: сравнение крупнейших городов

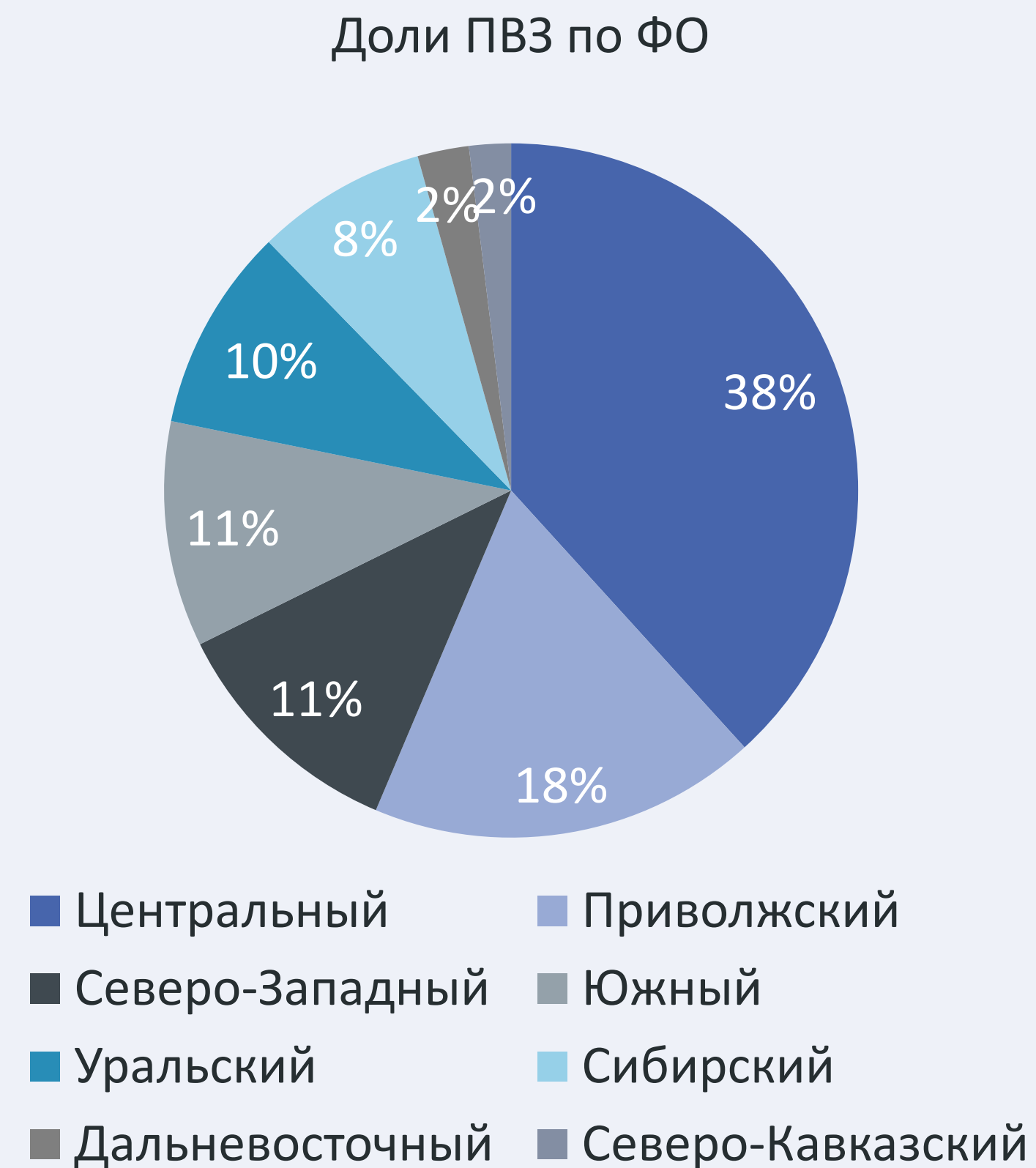


9 / География доставки: пункты выдачи заказа по федеральным округам России

81

Всего на территории России насчитывается более 46 тысяч пунктов выдачи заказов.

Больше всего ПВЗ находится в Центральном ФО – свыше 17 тысяч, что составляет 38% от всего количества.

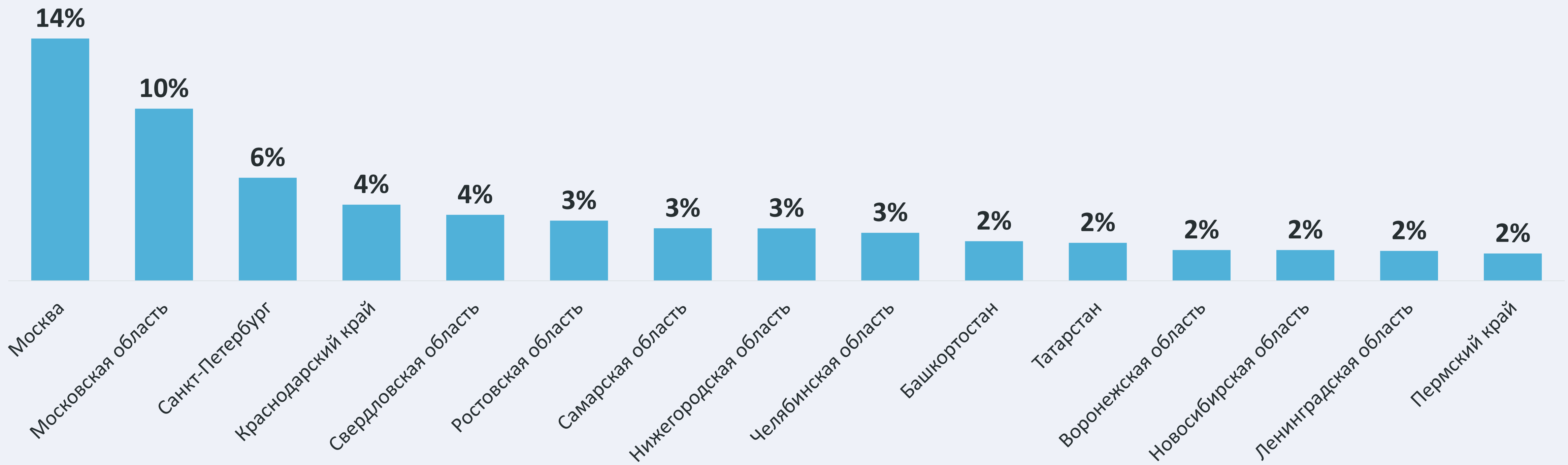


9 / География доставки:

82

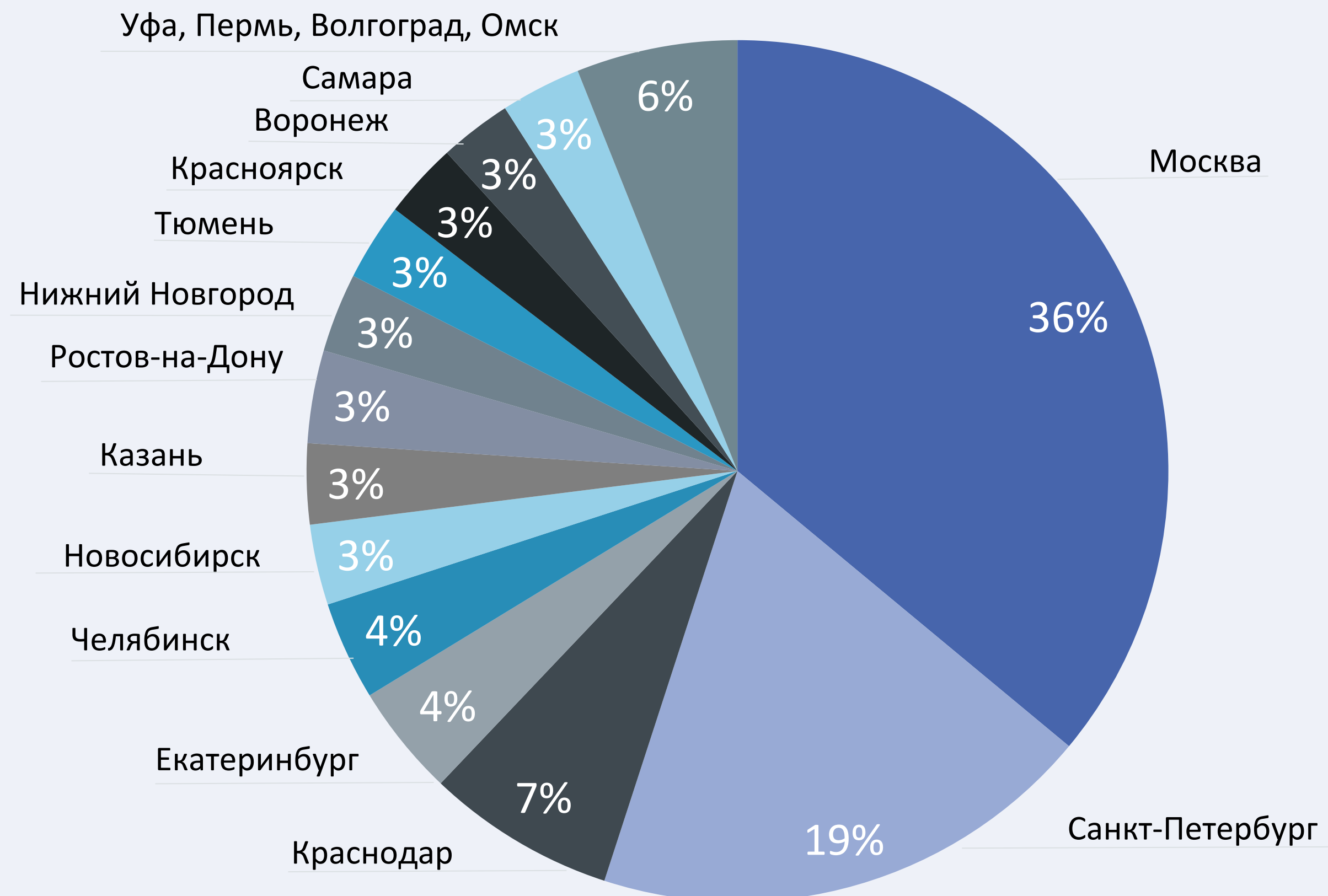
распределение по областям России, топ-15

На топ-15 областей приходится 61% от всех ПВЗ. Лидерами по количеству ПВЗ являются Москва и Московская область, на них приходится 24% всех пунктов выдачи заказов.



Источник: Data Insight совместно с PIM Solutions, География доставки интернет-магазинов, 2019 – datainsight.ru/PP-DeliveryRussia2019

Распределение онлайн-заказов по крупным городам



15 городов-миллионников и 2 крупных города (Тюмень и Краснодар) обеспечивают заказ **47,4% товаров** электронной коммерции. Количество заказов, сделанных в средних и небольших городах России, всего на несколько процентов выше количества заказов, сделанных в городах-миллионниках.

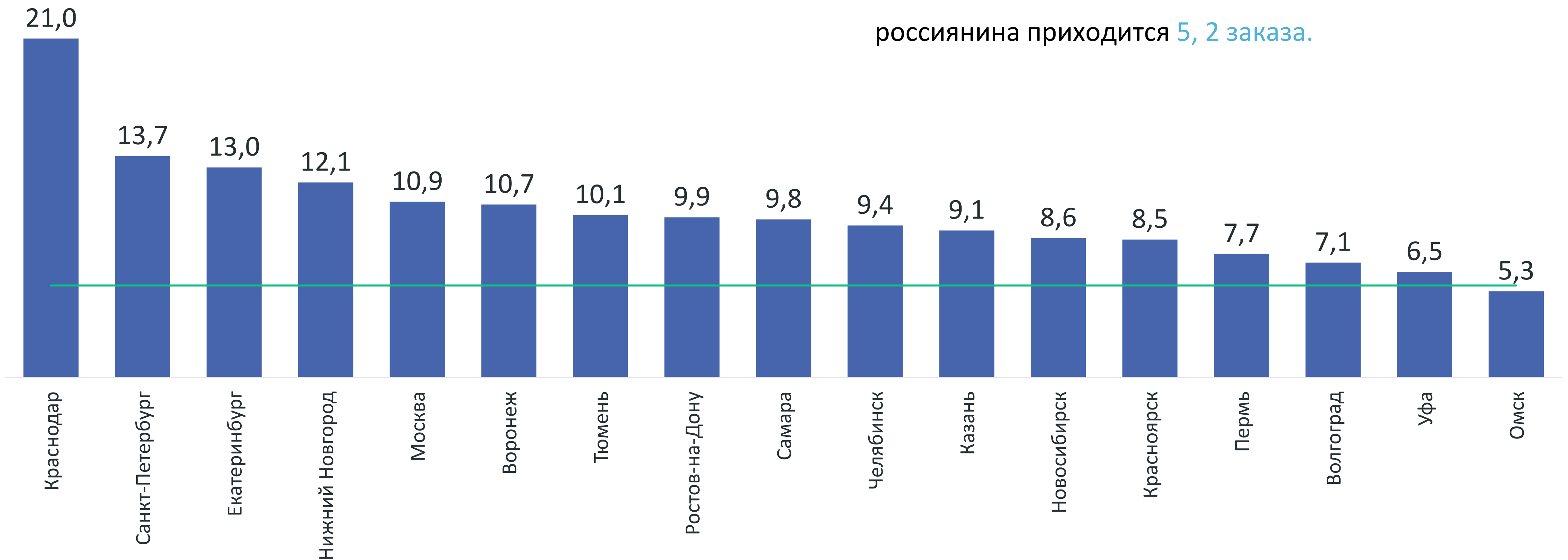
* Показаны доли от всех онлайн-заказов за 2020 год

Источник: Data Insight совместно с PIMSolutions, География доставки интернет-магазинов, 2019 – datainsight.ru/PP-DeliveryRussia2019

9 / Количество онлайн-заказов на одного жителя

84

Количество интернет-заказов на одного жителя (включая пенсионеров и детей) в 2020 году. В среднем на каждого россиянина приходится 5, 2 заказа.



Показаны заказы за вторую половину 2019 года – первую половину 2020.

Источник: Data Insight совместно с PIM Solutions, География доставки интернет-магазинов, 2020 – datainsight.ru/PP-DeliveryRussia2019

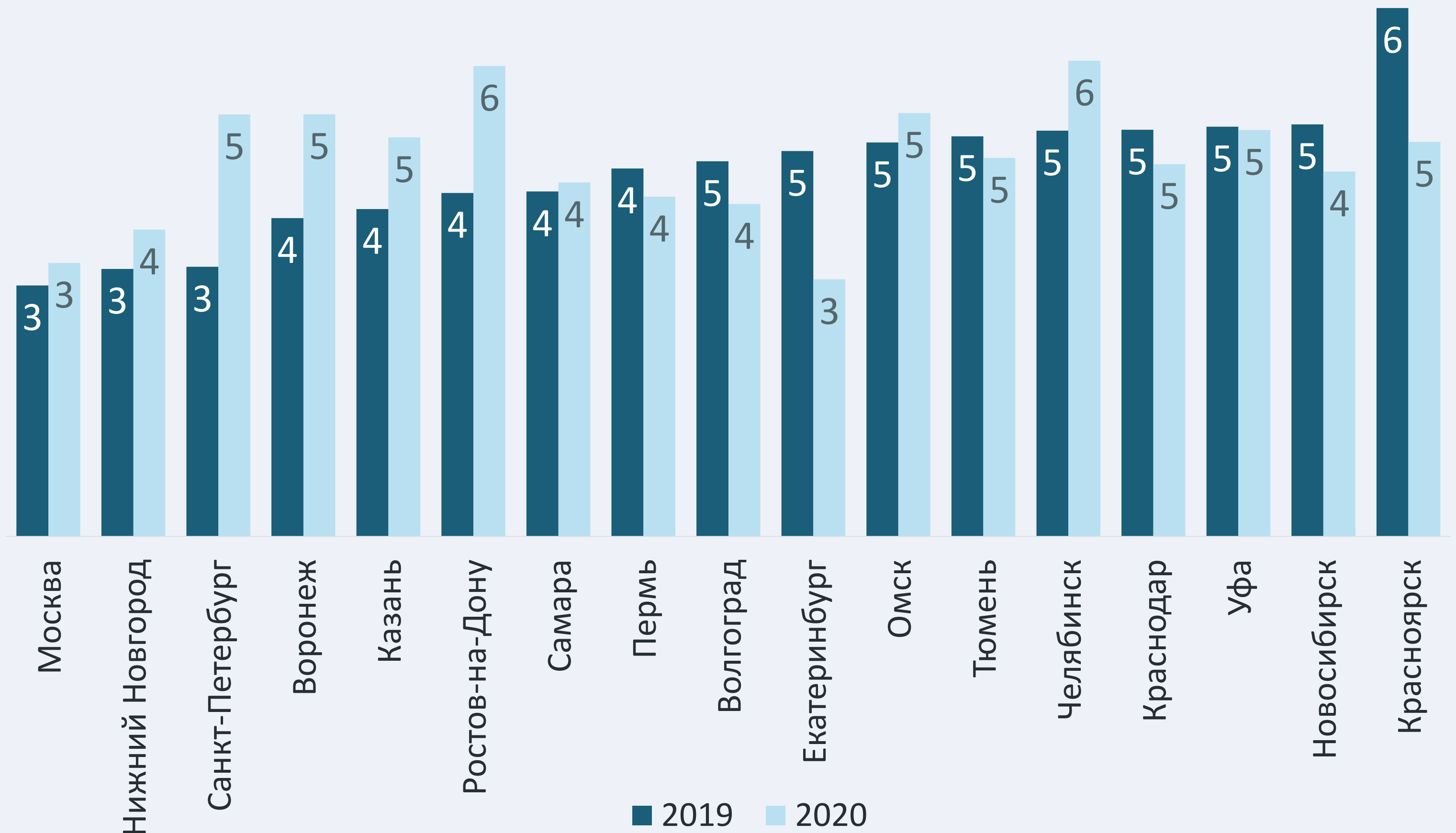
9 Среднее время доставки в крупных городах (в сутках)

85

В первой половине 2020 года по сравнению с 2019 годом наблюдается **увеличение времени доставки.**

Из-за режима самоизоляции увеличился рост заказов, который увеличил рост нагрузки на логистические компании.

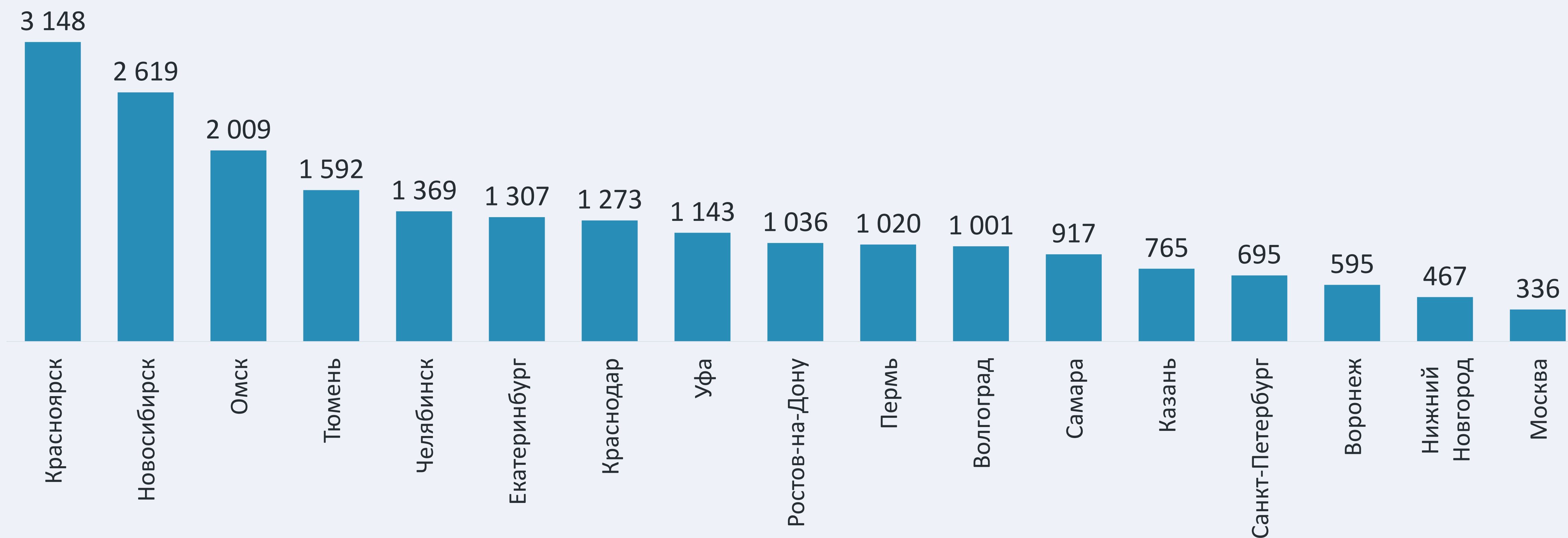
Среднее время доставки в 2019 году – 4 дня, за первую половину 2020 года – **почти 5 дней.**



9 / Расстояние, проходимое заказом (км)

86

Больше проходят заказы, идущие к покупателю из Сибири; меньше всего – к покупателям из центральной России. Заказы, идущие до Сибири, проходят расстояние в **среднем в 3 раза больше**, чем заказы, идущие в города центральной части России.

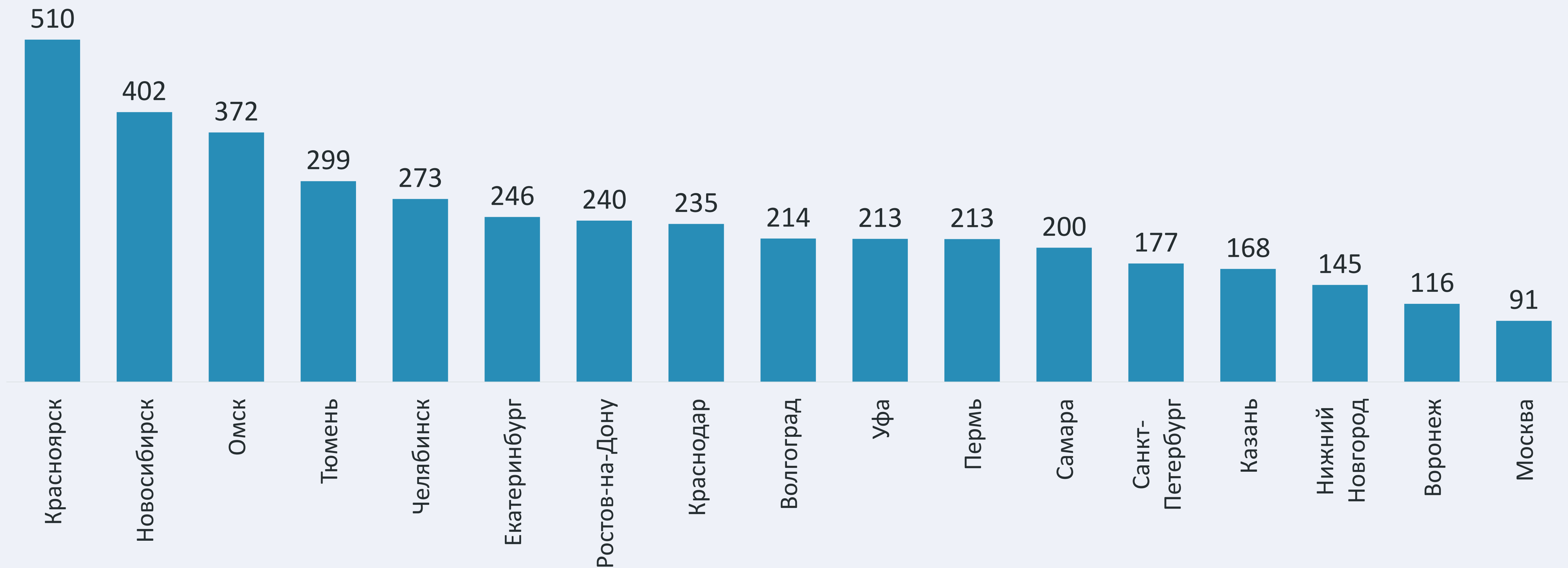


Источник: Data Insight совместно с PIMSolutions, География доставки интернет-магазинов, 2019 – datainsight.ru/PP-DeliveryRussia2019

9 / Расстояние, проходимое заказом за день (км)

87

Заказ, идущий в Восточную Сибирь проходит за день в **5 раз больше**, чем заказ покупателя из европейской части России



Источник: Data Insight совместно с PIM Solutions, География доставки интернет-магазинов, 2019 – datainsight.ru/PP-DeliveryRussia2019

9 География доставки: сравнение крупнейших городов

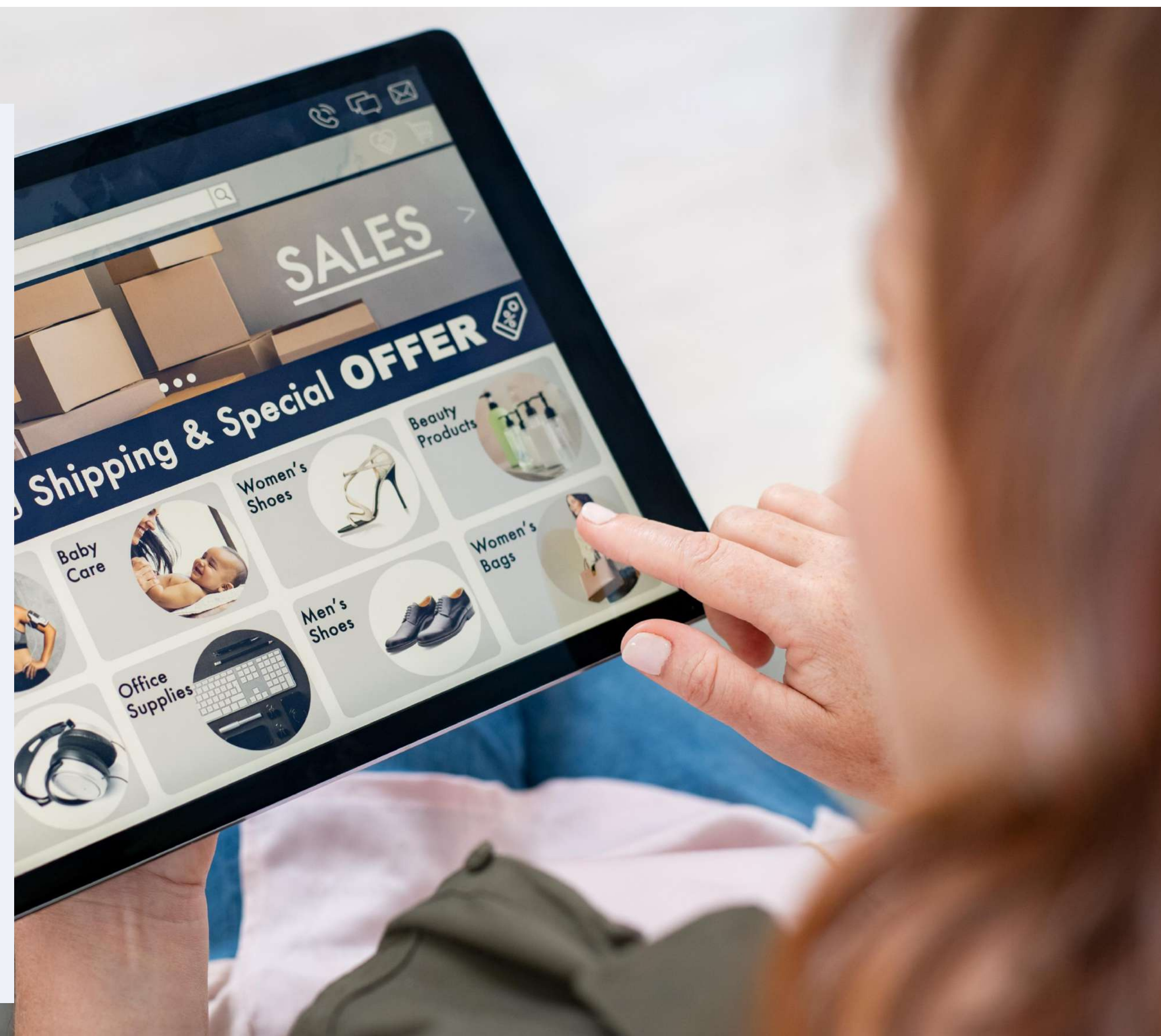


Площадь круга пропорциональна населению города.

Источник: Data Insight совместно с PIMSolutions, География доставки интернет-магазинов, 2019 – datainsight.ru/PP-DeliveryRussia2019

Интернет-магазины

- Количество магазинов по товарным категориям
- Изменение структуры Топ1000 российских интернет-магазинов
- Источники трафика в товарных категориях
- Рейтинг омниканальности розничных ритейлеров



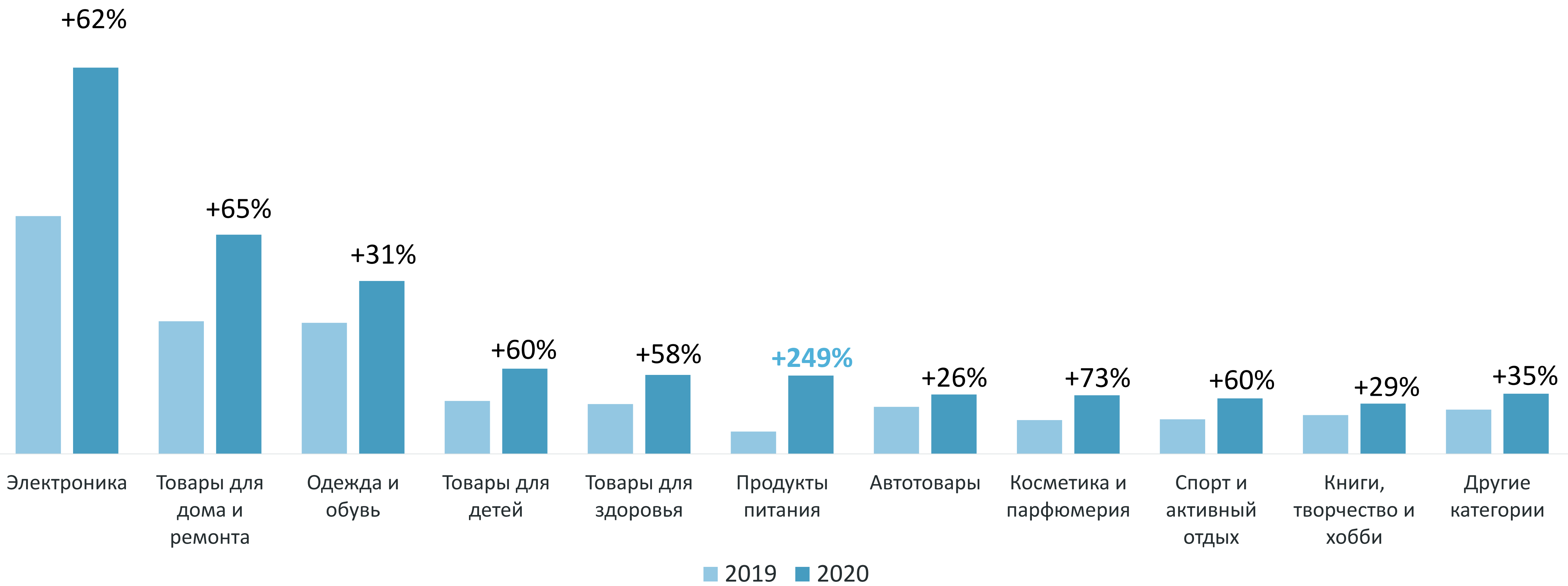
Топ1000 российских интернет-магазинов, распределение выручки по товарным категориям



Источник: Data Insight, март 2021

10 Изменение структуры Топ1000 российских интернет-магазинов, 2019-20

Самый большой рост в 2020 году наблюдается среди магазинов категории «Продукты питания» – 249%.



Данные по Топ1000 интернет-магазинов России
Источник: Data Insight, март 2021

Интернет-магазины книг отличаются наибольшей зависимостью от органического поискового трафика, а доля прямого трафика выше всего у универсальных интернет-магазинов и продавцов продуктов питания.

Доля источников трафика в магазинах разных товарных категорий

Категория	Органический поиск	Прямые переходы	По ссылкам	Платный поиск	Email	Соц. сети	Медийная реклама
DIY	44%	19%	15%	10%	5%	3%	3%
Автотовары	47%	28%	8%	9%	4%	2%	2%
Бытовая техника и электроника	39%	21%	29%	5%	2%	2%	2%
Детские товары	38%	16%	8%	8%	5%	4%	2%
Зоотовары	42%	26%	9%	12%	8%	2%	2%
Интернет-аптеки	56%	29%	7%	2%	1%	3%	1%
Книги	51%	20%	20%	2%	2%	4%	1%
Продукты питания	33%	31%	10%	10%	7%	4%	4%
Спортивные товары	43%	24%	6%	10%	5%	5%	4%
Ювелирные изделия	39%	20%	15%	10%	5%	4%	7%

Усредненная структура источников трафика для магазинов определенной товарной категории посчитана как среднее арифметическое, без учета "весов" отдельных магазинов по количеству посещений или заказов. Учитываются магазины, входящие в общий Топ-1000 российских интернет-магазинов
Источник: Data Insight на основе данных SimilarWeb, 2020

10 / Рейтинг омниканальности розничных ритейлеров

93

Data Insight и AWG исследовали уровень омниканальности крупнейших российских ритейлеров. Оценивалась **«бесшовность» опыта покупателя** в независимости от того, как происходит процесс покупки — в оффлайн-магазине, через сайт, мобильное приложение или при покупке через колл-центр.

Победитель общего рейтинга



М.Видео

Победители отдельных рейтингов

Рейтинг покупательского опыта



Спортмастер

Рейтинг опыта взаимодействия с
технологиями



Детский мир

Рейтинг опыта получения заказа



Перекресток

Для составления рейтинга использовались:

данные, полученные в результате исследования «тайный покупатель»;

оценки AWG и Data Insight на основе накопленных данных и/или полученные с помощью собственных технологических решений;

данные интернет-магазинов по скорости и способам доставки, информативности карточек товара в онлайн, объему онлайн-продаж;

данные сторонних сервисов по оценкам и количеству загрузок мобильных приложений, downtime, скорости и качеству загрузки страниц сайта.

Источник: Data Insight совместно с AWG, Рейтинг омниканальности крупнейших розничных ритейлеров глазами покупателя, 2020 – <https://omni.datainsight.ru/>



№	Компания	Сайт	Категория	Общий рейтинг	Рейтинг покупательского опыта	Рейтинг опыта взаимодействия с технологиями	Рейтинг опыта получения заказа
1	М.Видео	mvideo.ru	Электроника и техника	26,88	8,13	12,75	4,0
2	Adidas	adidas.ru	Спортивные товары	26,68	6,58	13,35	5,3
3	Все инструменты	vseinstrumenti.ru	Товары для дома и ремонта	26,48	6,50	12,35	5,6
4	Спортмастер	sportmaster.ru	Спортивные товары	26,17	8,79	11,75	4,1
5	Петрович	petrovich.ru	Товары для дома и ремонта	26,13	8,25	11,50	4,4
6	Re-Store	re-store.ru	Электроника и техника	26,11	7,86	11,25	5,5
7	DNS	dns-shop.ru	Электроника и техника	25,80	8,13	11,05	4,6
8	SUNLIGHT	sunlight.net	Украшения, часы	25,40	7,65	12,00	4,8
9	Комус	komus.ru	Товары для офиса	24,89	8,29	12,35	2,8
10	Перекресток	vprok.ru	Продукты питания	24,82	8,17	9,15	6,0

Источник: Data Insightсовместно с AWG, Рейтинг омниканальности крупнейших розничных ритейлеров глазами покупателя, 2020 – <https://omni.datainsight.ru/>



ЗАКРЫТАЯ ПАРТНЁРСКАЯ СЕТЬ С УНИКАЛЬНОЙ РЕФЕРАЛЬНОЙ МОДЕЛЬЮ

2 500 000 активных покупателей ежемесячно

Целевой трафик с конверсией 10-15% в заказы

Трафик с кассовых чеков ОФД

Модель оплаты CPA, CPL, fix

«Прогретая» база для рассылок

130+ ПАРТНЁРОВ



Tefal

ECCO

HUGGIES

ТЕХНОПАРК

IQOS

HOLODILNIK.RU

CDEK

детский мир

YVES ROCHER
FRANCE

SAMSUNG

Открытие
Банк



Большой оборот-2020

Победитель в номинации
«Трафик и лидогенерация»



ШАГ 1

Ваше предложение
размещается
на витрине Get4Click.



ШАГ 2

Пользователи внутри
сети интересуются
предложением, получают
промокод и совершают
покупку.



ШАГ 3

Вы оплачиваете пришедшие
заявки по модели СРО.
На следующий месяц,
после сверки.

WWW.GET4CLICK.RU



Онлайн-платежи в eCommerce

- Способы оплаты в электронной коммерции
- Драйверы роста онлайн-платежей
- Онлайн-платежи: опыт покупателей
- Структура платежей по сегментам
- Выбор провайдера: приоритеты бизнеса
- Опции платежей, важные для бизнеса



Опыт бизнесов

Большинство бизнесов подключают оплату банковской картой через **прямой банковский эквайринг – 56%**, **платежные шлюзы – 37%**. Популярны также электронные деньги и токенизированные методы оплаты.

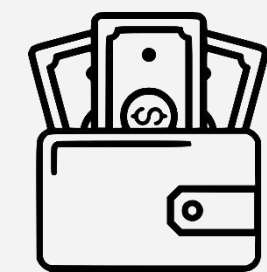
Виды подключенных платежей



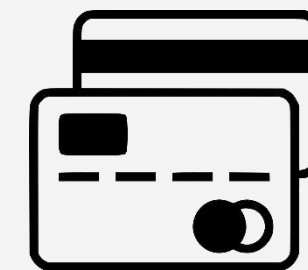
Опыт покупателей



91% покупателей оплачивают банковской картой онлайн (в момент заказа на сайте или в приложении).



77% покупателей оплачивают заказ наличными при получении.



66% покупателей оплачивают банковской картой офлайн, то есть при получении заказа.

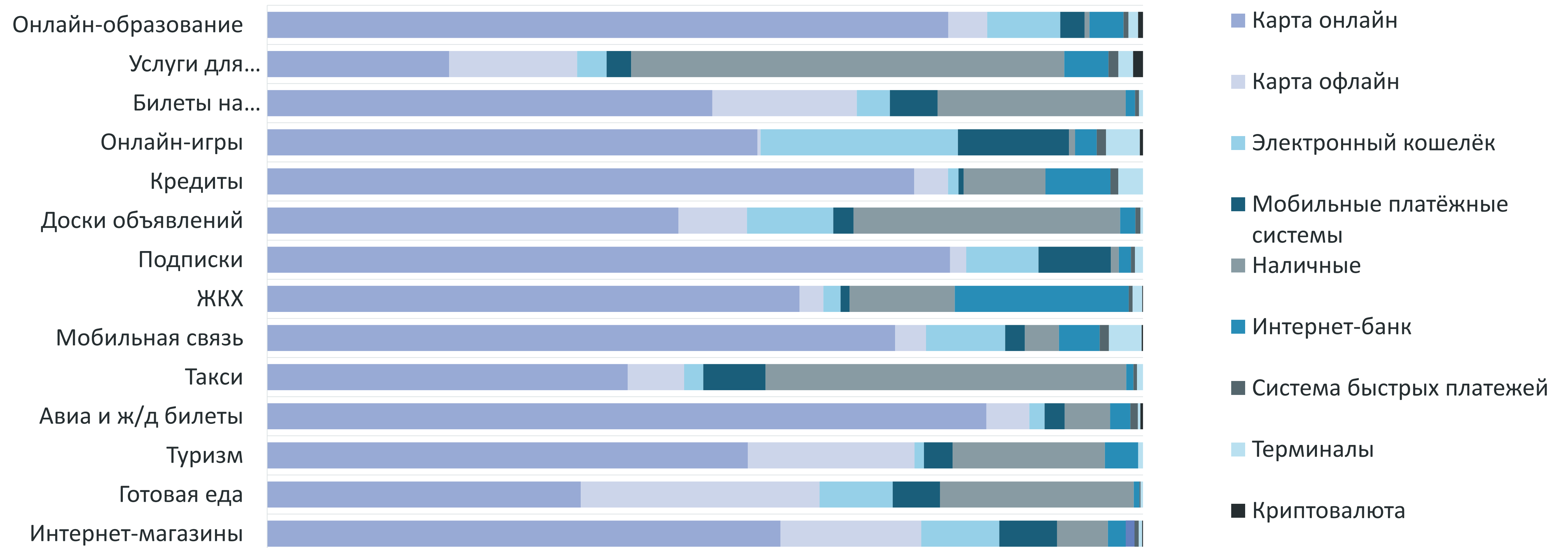
Среди других методов оплаты (**менее 50% ответов**): оплата через клиент-банк, электронный кошелек, мобильные платежные системы, терминалы, систему быстрых платежей, оплата криптовалютой.

11 / Структура платежей по сегментам

98

Практически везде ведущую роль играют онлайн-платежи картой.

Наиболее сильно выделяются покупка билетов, онлайн-образование, кредиты, подписка на сервисы и мобильная связь.



Источник: Data Insight совместно с RBK.money, 2020. Онлайн-платежи глазами покупателей,
https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_RBKMoney_OnlinePayments2020.pdf, 2020

При выборе способа оплаты почти **80% покупателей смотрят на размер комиссии**, для 25% из них комиссия – первое, на что они обратят внимание при покупке. При принятии решения о покупке большинство покупателей смотрят на удобство оплаты – 75%.

При выборе способа платежа покупатели обращают внимание на:

	В первую очередь	Во вторую очередь
Размер комиссии	25%	53%
Защищённость данных	21%	43%
Удобство пополнения	17%	38%
Скорость проведения	14%	41%
Количество действий	7%	23%

Защищенность данных важна для 64% покупателей: у 41% есть сумма, которую они не станут превышать в целях безопасности

При принятии решения о покупке покупатели обращают внимание на:



Удобство способа оплаты и безопасность платежа влияют на решение о покупке **сильнее**, чем скидки или бесплатная доставка.

Яндекс Маршрутизация

Получите максимум от вашей логистики!

+20%

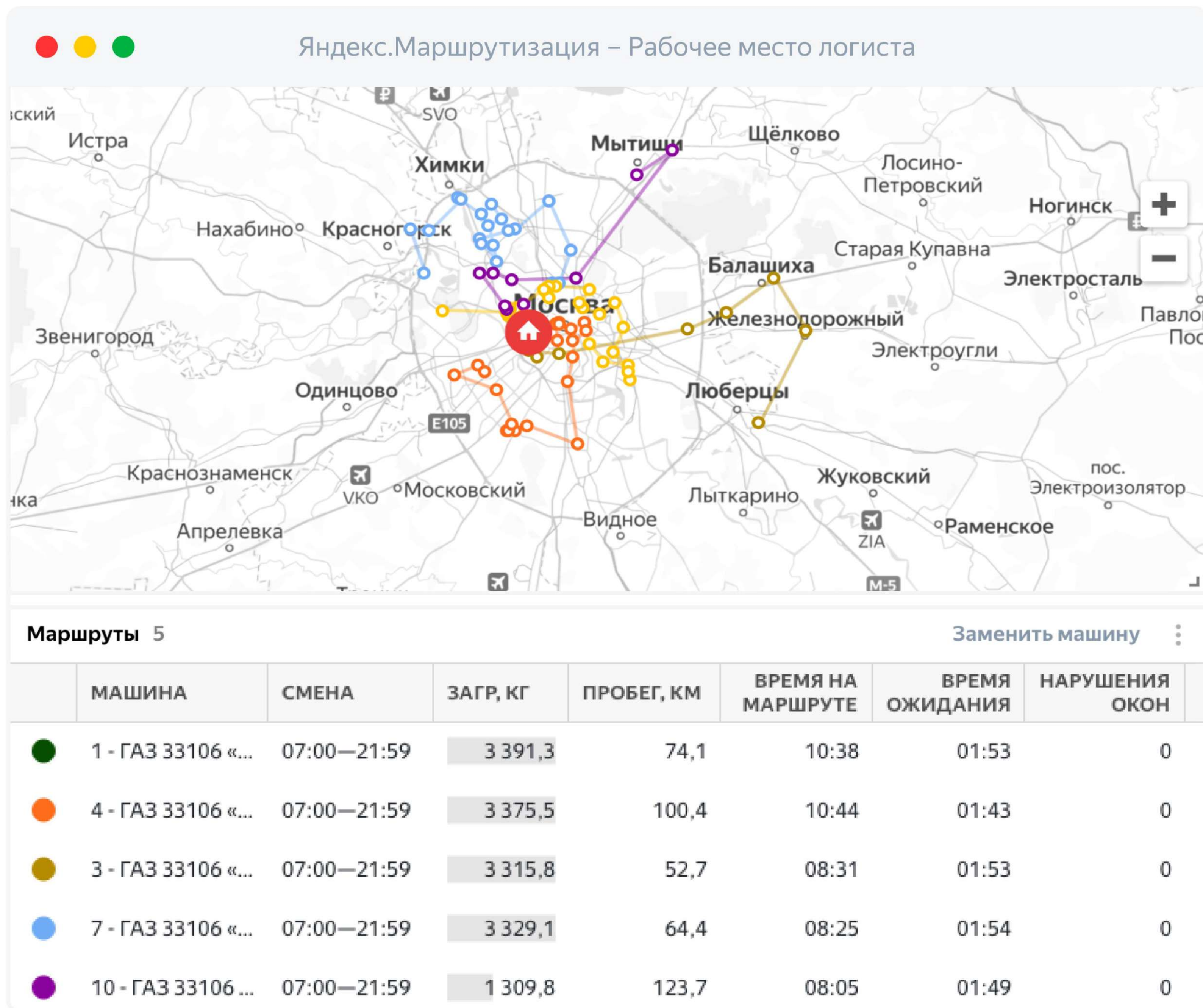
заказов в одном маршруте

× 5

раз быстрее работа логиста

Попробовать бесплатно

на сайте yandex.ru/routing



Партнеры исследования



eWave — ведущий глобальный инноватор в области электронной коммерции, которому доверяют бренды мирового уровня (Nike, Canon, L'Oréal и др). Компания оказывает B2C и B2B бизнесу широчайший спектр услуг в сфере онлайн торговли и цифровой трансформации.

The logo for eWave, featuring the word "EWA" in a large, bold, sans-serif font, followed by "VE" in a smaller, bold, sans-serif font.

Уникальный подход компании eWave сочетает в себе: создание исключительного клиентского опыта, настройку различных каналов продаж в единую экосистему, официально признанный высокий профессионализм в области коммерции, консалтинг по управлению и сопровождение изменений в бизнесе, индивидуальный подход к обслуживанию и поддержке клиентов, облачные решения с постоянными бизнес-инновациями.

Компания основана в 2009 году и насчитывает сегодня более чем 280 сотрудников по всему миру. Являясь сертифицированным партнером платформ корпоративного класса – Salesforce Commerce Cloud, Adobe Magento Commerce и других API-базирующихся и Headless Commerce решений, eWave помогает клиентам создавать конкурентное преимущество, в основе которого лежит электронная торговля.

Get4click – сервис для привлечения и монетизации трафика и заказов.



За последний год мы выросли в 5 (!) раз и продолжаем активно развиваться вместе с Еcom, к нам присоединились новые бренды: СДЕК, Детмир, ОФД платформы, Сбермаркет, Braun, Перекресток, Profi, Метро и многие другие – всего у нас теперь более 130 клиентов. Get4click успешно работает на рынке более 8 лет.

Кроме высококонверсионного трафика от брендов, сервис располагает уникальным трафиком с кассовых чеков ОФД. Сейчас мы работаем с пятью партнерами: Платформа ОФД, Первая ОФД, Таксиком, Ярус и ОФД.ру.

В этом году сервис выиграл первую премию «Большой Оборот-2020» в номинации «Трафик и лидогенерация»

Достижения за последний год:

1. Трафик и заказы – рост в 5 раз
2. Клиенты – рост в 2 раза
3. Средний чек – рост более 10%
4. Конверсия из визитов в покупки – рост более 73%

PickPoint – провайдер логистических услуг полного цикла для доставки онлайн-заказов.



На начало 2021 последняя миля PickPoint включает в себя 13 500 постаматов и ПВЗ. Сеть PickPoint обеспечивает онлайн-покупателей полным комплексом бесконтактных сервисов для получения и оплаты заказов, а также возврата неподошедших товаров. В декабре 2020 года PickPoint запустил C2C-сервис PickPoint Box, с помощью которой частные лица и малый бизнес отправляют свои посылки через постаматы по всей стране.

Пользовательская база PickPoint насчитывает 13,5 млн человек.

К сети PickPoint подключено более 10 тысяч онлайн-ритейлеров. PickPoint – пионер российского рынка постаматов, в 2010 году установивший первый в стране терминал.

**PONY
EXPRESS**

PONY EXPRESS – универсальный логистический оператор.

28 лет компания успешно реализует проекты в области почтовых услуг и экспресс-доставки, грузоперевозок и складской логистики, динамично развивает трансграничное и мультимодальное направление, специализируется на создании промышленных решений для разных секторов экономики. Сегодня компания обслуживает более 40 000 населенных пунктов в более чем 220 странах (и территориях) мира.

В инфраструктуре PONY EXPRESS 138 экспресс-центров (собственные филиалы и представительства).

Клиентам доступно более 7 000 партнерских пунктов выдачи.

Общая площадь терминалов и складов составляет 77 600 кв.м.

В автопарке компании более 1 300 автомобилей.

В штате – более 4 000 сотрудников.

Ежегодно компания обслуживает более 11 млн отправок.

Яндекс Маршрутизация — система для решения задач планирования оптимальных маршрутов и контроля за их выполнением в режиме реального времени.

Яндекс Маршрутизация

Кому подходит?

- Компаниям, которые развивают собственную логистику и хотят сделать ее более дешевой, прозрачной и качественной.
- FMCG-производителям, ритейлу и интернет торговле, транспортным компаниям и курьерским службам.

Для СМБ и Enterprise:

- Пригодится даже при небольших объемах доставки — для малого бизнеса предусмотрен отдельный интерфейс и специальные тарифы.
- Крупные компании пользуются API с подробной документацией и возможностью встроить процесс маршрутизации в свои внутренние системы.

yandex.ru/routing

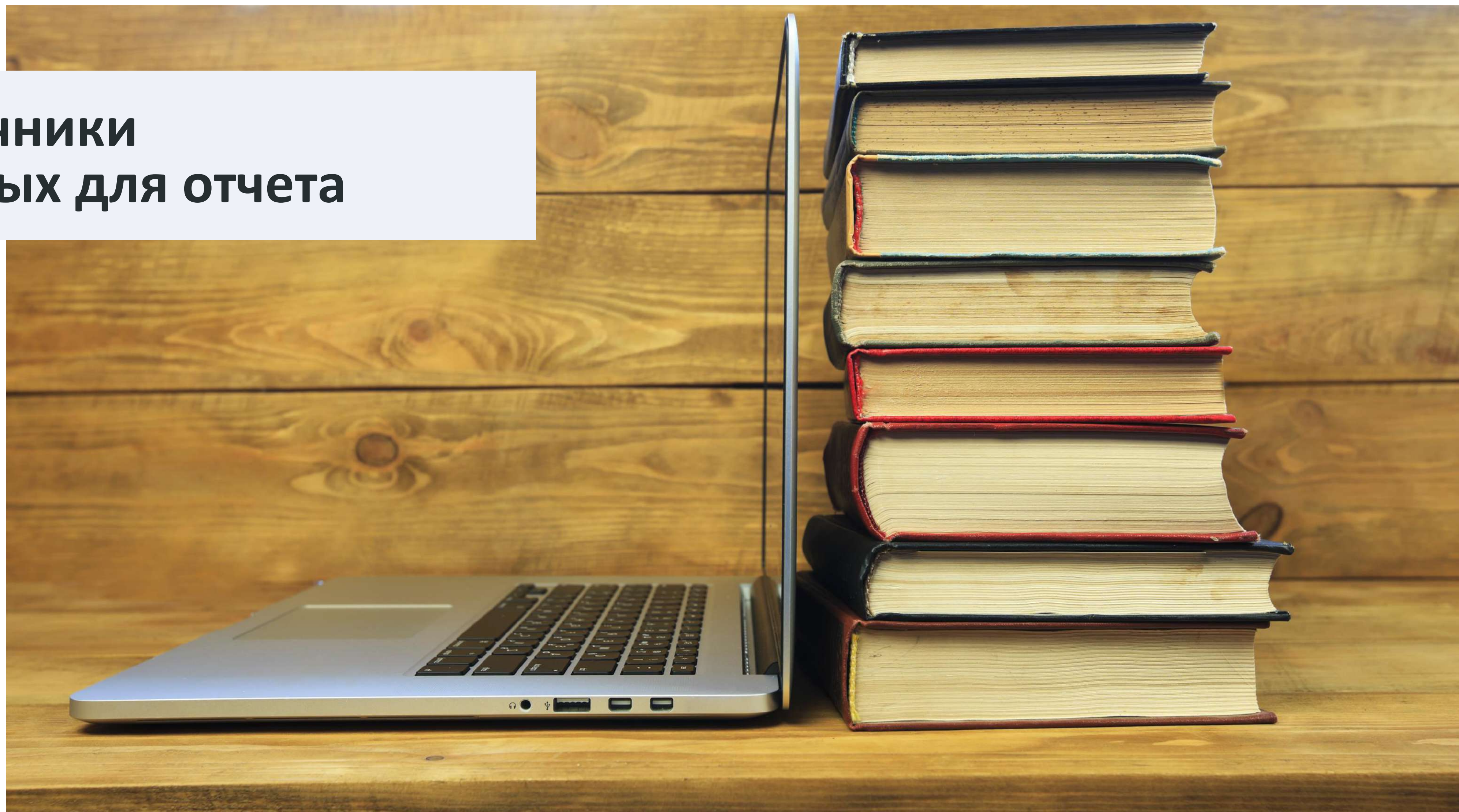
Яндекс.Маршрутизация помогает:

- Быстро планировать маршруты
- Эффективно использовать ресурсы
- Улучшать клиентский сервис
- Контролировать выполнение заказов
- Упростить работу курьеров и водителей

Зарегистрироваться и попробовать — легко.

Первые 14 дней — бесплатно.

Источники данных для отчета



Исследования и данные Data Insight:

- ❓ Data Insight совместно с Avito, C2C в российском интернете. Интернет-торговля между частными лицами 2020 ;
- ❓ Data Insight совместно с eBay, Розничный экспорт товаров через интернет, 2020;
- ❓ Data Insight совместно с PIM Solutions, География доставки интернет-магазинов, 2019;
- ❓ База данных Data Insight о российских интернет-магазинах;
- ❓ Data Insight, Логистика для электронной торговли, 2020;
- ❓ Data Insight совместно с Delivery Club, Значение доставки для ресторанного бизнеса, 2020;
- ❓ Data Insight совместно с Ozon, Исследование «Поколение миллениалов в бизнесе», 2020;
- ❓ Data Insight совместно с AWG, Рейтинг омниканальности крупнейших розничных ритейлеров глазами покупателя, 2020;

- ❓ Data Insight совместно с RBK.money, Онлайн-платежи в интернет-торговле глазами онлайн-бизнеса, 2020;
- ❓ Data Insight совместно с RBK.money, Онлайн-платежи глазами покупателей, 2020;

Внешние источники:

- ❓ The World Bank, 2020;
- ❓ International Telecommunication Union (ITU), 2020;
- ❓ Accenture report on Cross-Border E-Commerce, 2020;
- ❓ Mediascope: Аудитория интернета, 2020;
- ❓ Mediascope: WEB-Index, 2020
- ❓ Statista, 2020;
- ❓ Ecommerce Foundation, country profiles, 2020;

Data Insight

DATA
insight



Исследования рынков

- Размер рынка
- Основные игроки и их доли
- Структура рынка
- Основные тренды и барьеры развития рынка



Исследования покупателей

- Анализ поведения покупателей
- Портрет покупателя (соцдем)
- Стимулы и преграды при выборе, покупке и использовании товаров/услуг



Конкурентный анализ

- Ключевые конкуренты: размер, доля рынка
- Анализ ассортимента товаров/услуг
- Ключевые преимущества и недостатки



Консалтинг

- Стратегический консалтинг. Разработка стратегии развития компании
- Маркетинговый консалтинг
- Анализ конъюнктуры рынка
- Анализ бизнес-потребностей клиента



Онлайн-платежи в интернет-торговле глазами онлайн-бизнеса



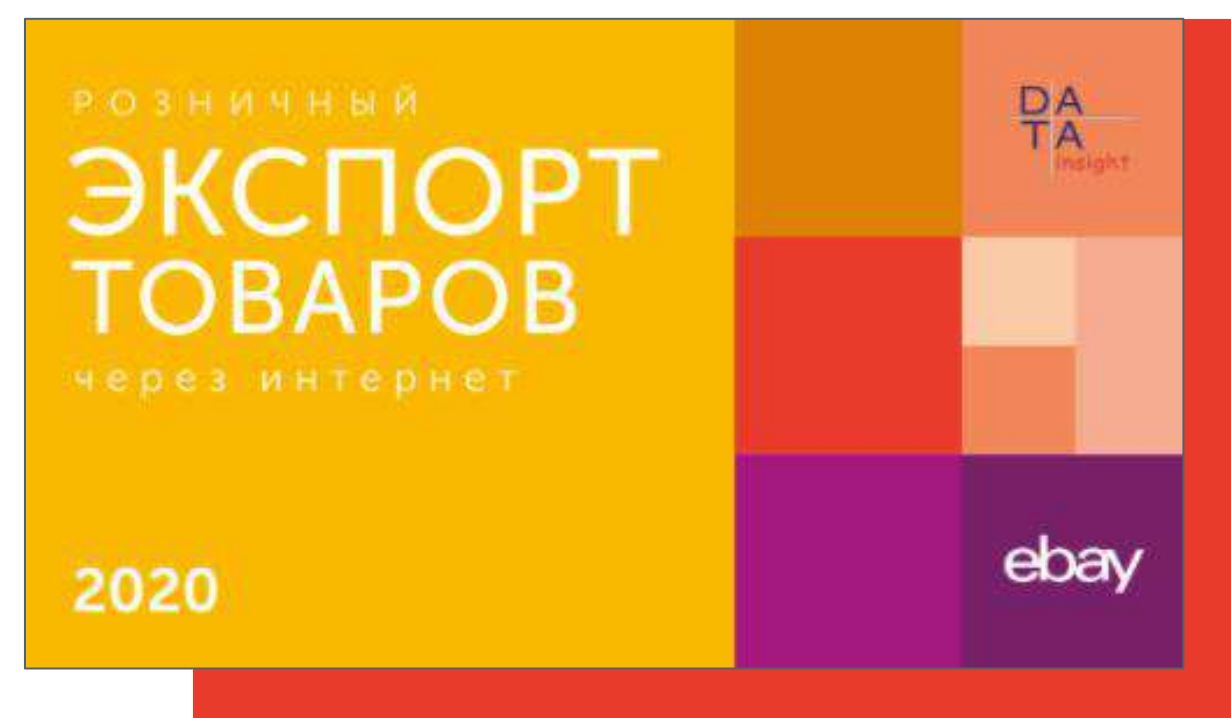
Экосистема маркетплейсов: Ozon, 2020



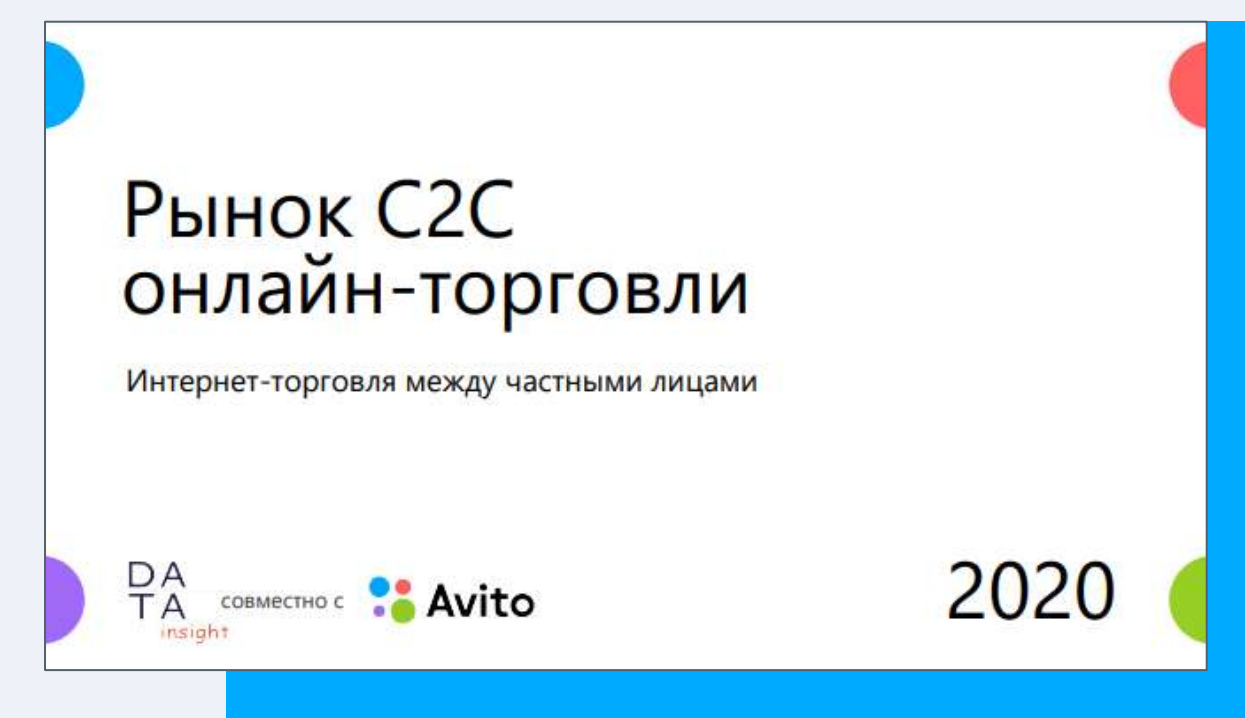
IAB Russia Digital Advertisers Barometer, 2020



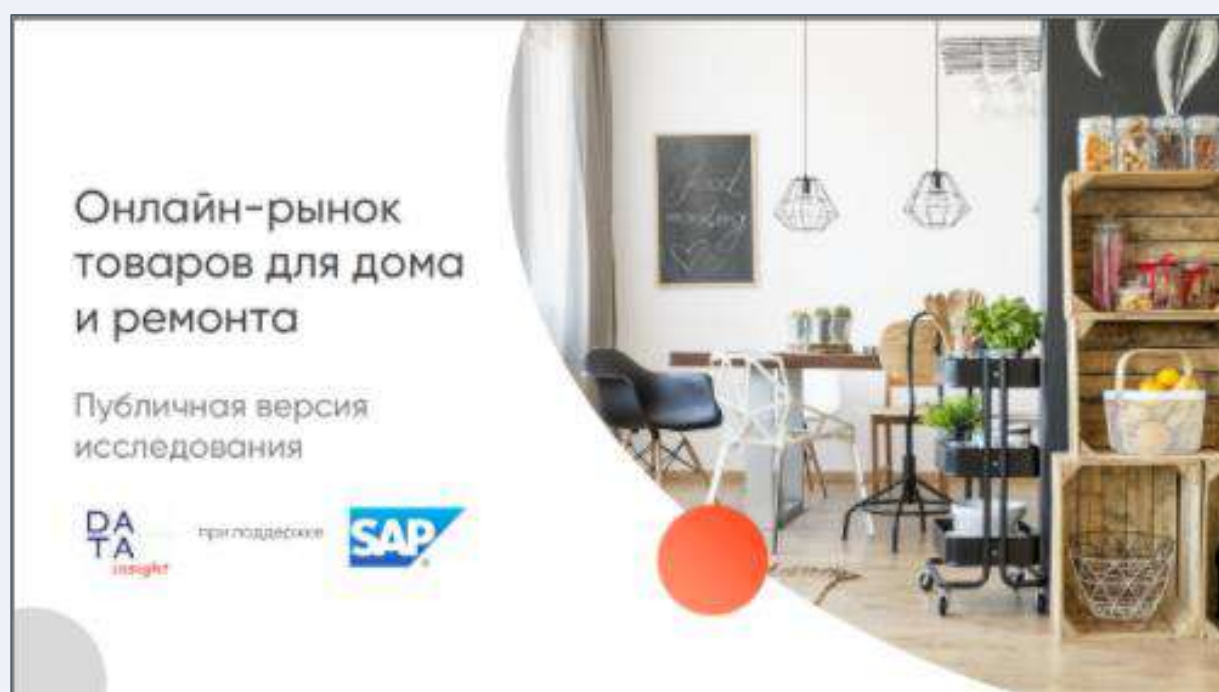
Логистика для электронной торговли, 2020



Розничный экспорт товаров через интернет, 2020



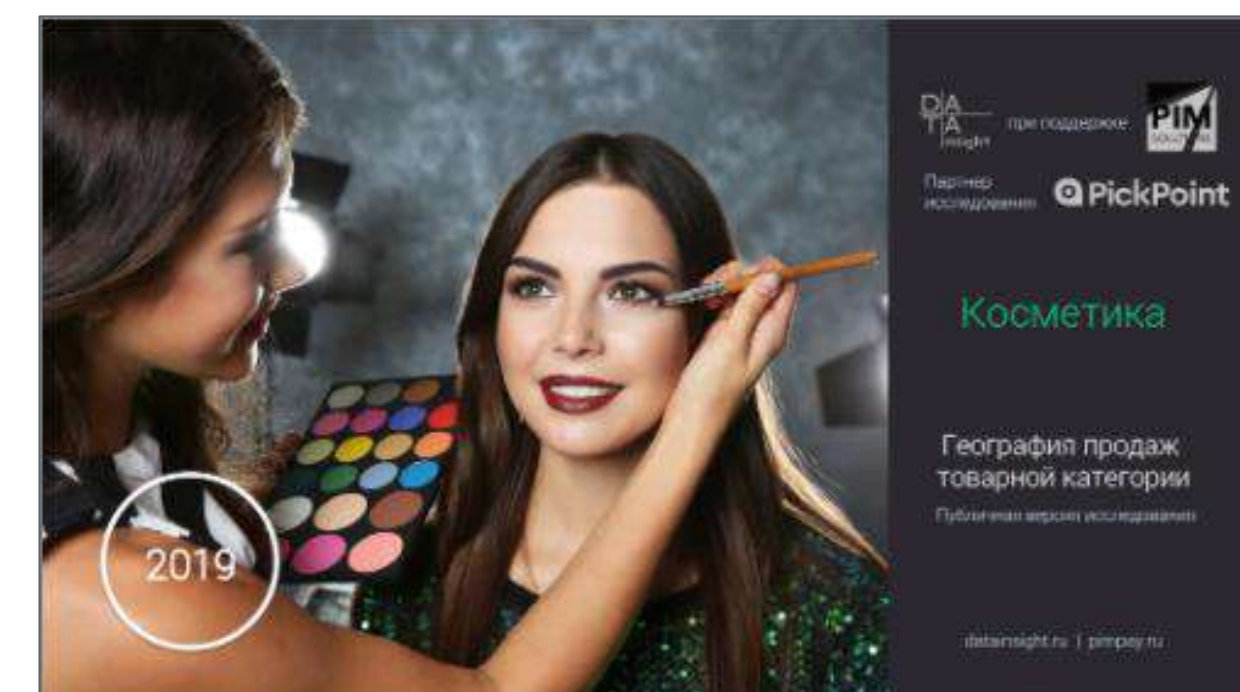
Рынок C2C онлайн-торговли, 2020



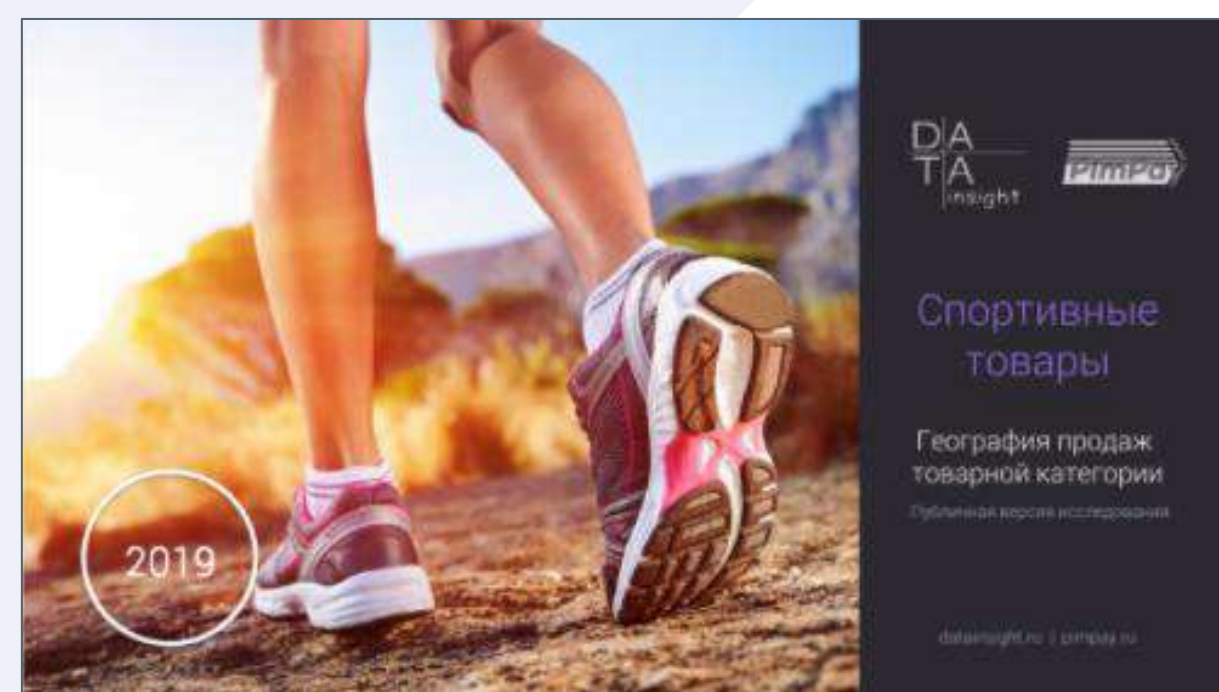
Онлайн-рынок товаров для дома и ремонта



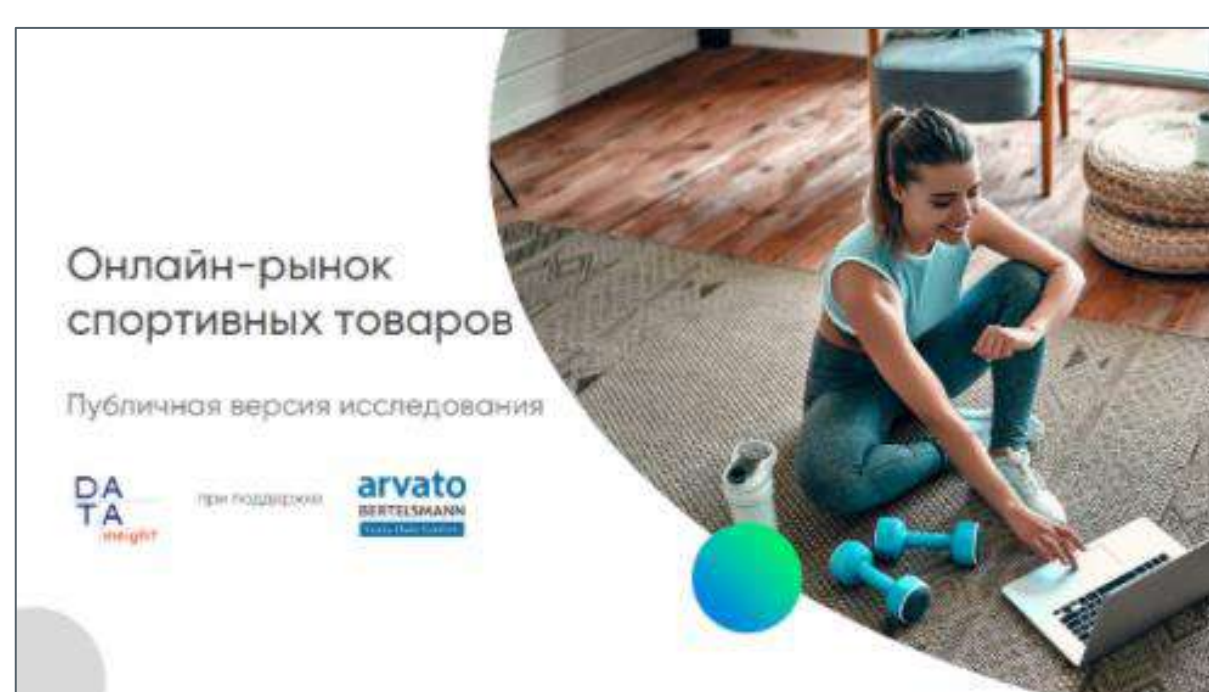
География продаж товарной категории: Одежда и обувь



География продаж товарной категории: Косметика



География продаж товарной категории: Спортивные товары



Онлайн-рынок спортивных товаров



Рынок интернет-аптек 2019

1. ТОП100 российских интернет-магазинов
2. ПВЗ и постаматы
3. Экосистема электронной торговли в России
4. Срочная доставка
5. Последняя миля
6. Фулфилмент
7. Логистические услуги для интернет-магазинов: мнения и ожидания клиентов
8. Итоговая логистика
9. Интернет-торговля в России



Источники данных и методики, используемые DI

114

- 1 Опросы покупателей и бизнесов
- 2 Мониторинг посещаемости интернет-магазинов (данные Яндекс.Радара, SimilarWeb и др.)
- 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 т.д.)
- 6 Анализ выборочных данных по онлайн-поведению интернет-пользователей («кликстримы»)
- 7 Анализ контента сайтов (ассортимент, цены, отзывы)
- 8 Статистика поисковых интересов пользователей





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 e-commerce

Data Insight осуществляет
новостной еженедельный мониторинг
рынка e-commerce

[Подписаться](#)



Контакты



datainsight.ru

+7 (495) 540 59 06

a@datainsight.ru