Экосистема электронной торговли — 2019

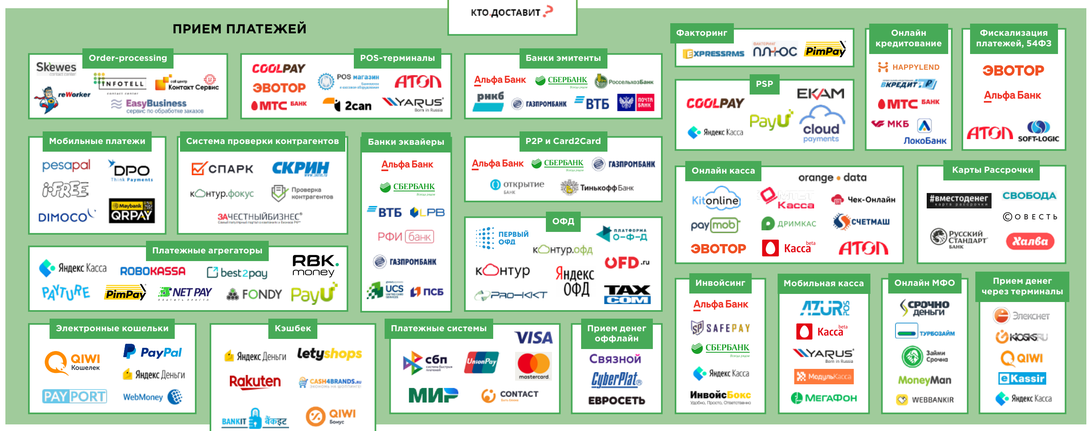
DATA insight

в партнёрстве с

Oborot.ru — двигаем интернет-торговлю

При поддержке

boxberry, AWG, NLO



“Российский рынок e-commerce сейчас растет за счет маркетплейсов и таких игроков, как Ozon и Wildberries. Их показатели в этом году можно считать рекордными. Параллельно с этим мы наблюдаем развитие малого и среднего бизнеса в регионах. Предприниматели, которые ранее ориентировались на продажи в рамках своего города или максимум области, могут за час подключить крупную службу доставки, решить проблему логистики и продавать по всей стране. И они активно используют эту возможность.

Меняется поведение покупателей: увеличивается частотность заказов, повышаются требования к сервису, в том числе на «последней миле». Чтобы удовлетворить клиентов, логисты предоставляют интернет-магазинам возможности для многоканальной дистрибуции, сокращают сроки, стандартизируют работу операторов отделений и курьеров. Чем ближе к дому клиент может получить заказ, тем чаще он готов покупать онлайн. Поэтому объемы продаж онлайн-ритейлеров в ближайшие годы будут стабильно прирастать, в том числе и за счет постоянного расширения сетей пунктов выдачи.”

Михаил Бахарев, директор службы доставки Boxberry

“Рынок ecommerce 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 ecommerce. 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 Tik-Tok, новые форматы контента захватывают внимание потребителей. В перспективе выиграет 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

DATA insight

© DATAINSIGHT, 2019

БЛАГОДАРИМ ЗА ПОМОЩЬ В СОЗДАНИИ ЭКОСИСТЕМЫ ЭКСПЕРТОВ РЫНКА ECOMMERCE:

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,
- Iml,
- PickPoint,
- Яндекс Деньги,
- Brandquad,
- iContext Group,
- Metacommerce,
- Qiwi

“Экосистема позволяет погруженному в ECOM человеку сверить или уточнить свои знания об отрасли, а начинающему понять как эта сфера устроена.”

Иван Кургузов, исполнительный директор Oborot.ru

“Экосистема служит простым и понятным ориентиром для решения проблем и выборе подрядчика/сервиса в бизнес-процессах омниканального ритейла.”

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.”

Борис Овчинников, партнер Data Insight