



# DIGITAL BRAND DAY

ШОППИНГ 2024 - DIGITAL-ТРЕНДЫ

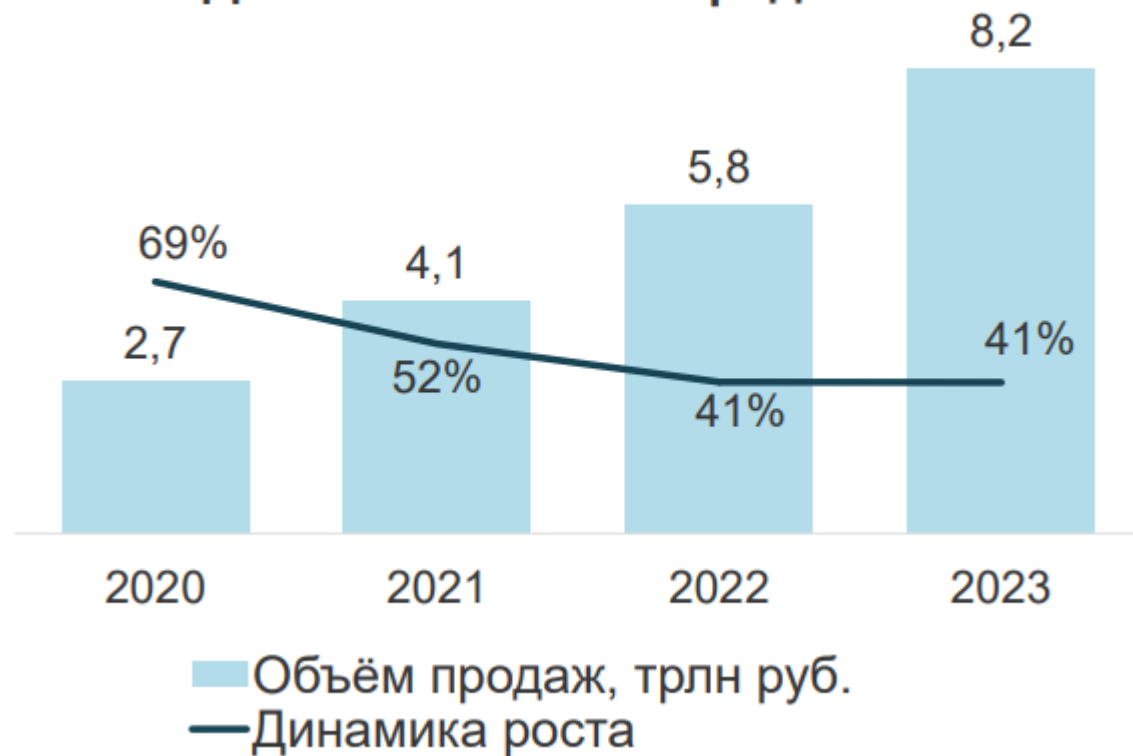


НА РЫНКЕ ОНЛАЙН-ПОКУПОК

# E-Commerce продолжает расти.

## E-grocery - один из ключевых драйверов роста

Динамика объёма продаж

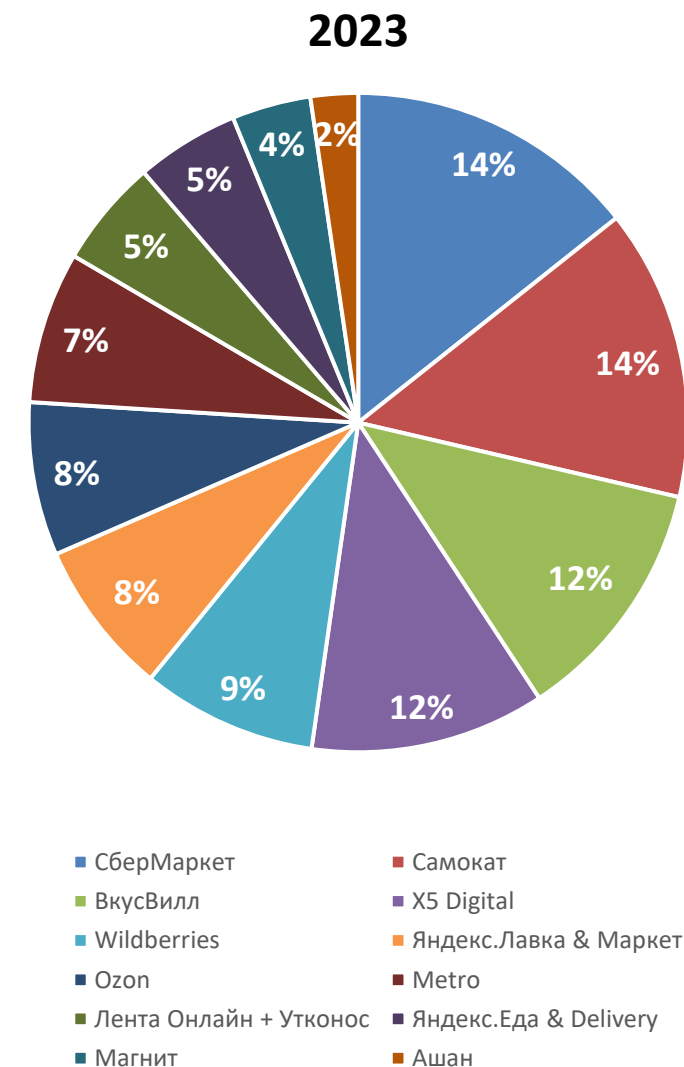


Топ-10 категорий за Н1 2023

Цифровая и бытовая техника	+3%
Мебель и товары для дома	+9%
Одежда и обувь	+28%
Продукты питания	+37%
Красота и здоровье	+26%

# По итогам 2023 года выручка онлайн-магазинов по категории E-grocery составила 935 млрд рублей, что на 59% больше, чем в 2022 году

Бренд	2022 млрд. р. с НДС	2023 млрд. р. с НДС	2023 vs. 2022
СберМаркет	103,5	165,6	+60%
Самокат	82,5	165,3	+101%
ВкусВилл	91,2	140,0	+53,5%
X5 Digital	77,2	133,1	+78,8%
Wildberries	57,3	99,3	+73,3%
Яндекс.Лавка & Маркет	50,6	87,9	+72,1%
Ozon	58,1	87,0	+49,7%
Metro	67,9	86,0	+12,5%
Лента Онлайн + Утконос	46,3	61,1	+31,9%
Яндекс.Еда & Delivery	50,6	58,6	+110,3%
Магнит	32,6	44,8	+37,7%
Ашан	19,6	26,9	+37,2%



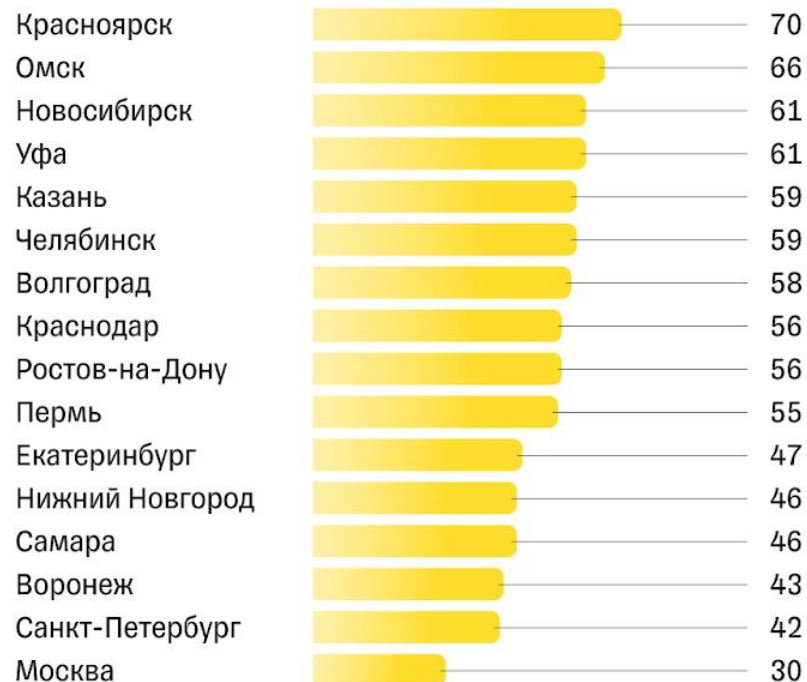
# Динамика покупок на маркетплейсах в регионах

2023-й год против 2022-го, изменение в %

## Количество покупок



## Сумма покупок



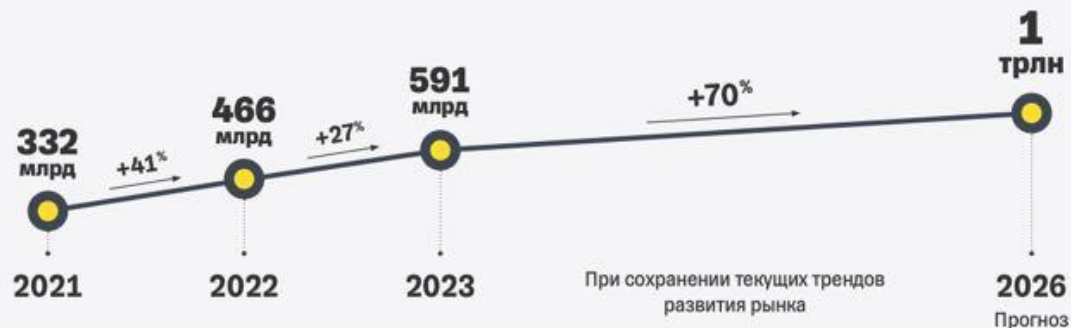
**TINKOFF**  
Data

Исследование  
Tinkoff eCommerce

На основе обезличенных данных клиентов Тинькофф

# Динамика роста рынка нишевых маркетплейсов

В 2023 году рынок нишевых маркетплейсов вырос на **27%**.



Исследование Tinkoff eCommerce и Data Insight: рынок нишевых маркетплейсов в России в 2023 году

**22%**

Чуть меньше четверти оборота рынка нишевых маркетплейсов в 2023 году пришлось на продажи Lamoda

**8%**

Маркетплейсы автозапчастей

**8%**

Категорийные маркетплейсы — Детский мир, М. Видео, Леруа Мерлен и пр.

**3%**

Фармацевтические маркетплейсы

Нишевые маркетплейсы — качественный дополнительный канал продаж для предпринимателей благодаря уникальной лояльной аудитории, высокой конверсии в продажу и прибыльности, а также невысоким комиссиям.

+

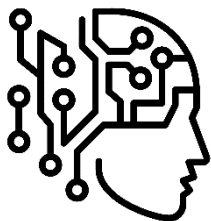
Покупатели приходят на нишевый маркетплейс за широким выбором качественных товаров в определенной категории.

+

Более половины респондентов выберут нишевый маркетплейс для поиска коллекционных вещей, товаров, требующих экспертизы либо ориентированных на определенные потребности или физические особенности, а также товаров для профессиональных целей.

# Основные тренды на рынке онлайн-покупок

Темп жизни ускоряется: **38%\*** пользователей принимают решение купить онлайн, потому что не было времени идти за покупками, а для **35%\*** покупка онлайн - уже привычный способ покупки



## ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ С ПОМОЩЬЮ ИИ

Ускорение доставки и точности прогнозирования ее, предсказание трендов и оптимизации цен



## ЭКОНОМИЯ ВРЕМЕНИ КЛИЕНТА В ПРОЦЕССЕ ШОППИНГА

Персонализация покупательского опыта, быстрые и удобные формы заказа и оплаты



## УЛУЧШЕНИЕ ОНЛАЙН-ОПЫТА

дополнительная информация о товарах (видео контент), виртуальная реальность, опросы

