

Стадии развития онлайн-торговли в России на примере американского Amazon. Тренды 2025.

Андрей Мартынов для конференции Household Expo 2025

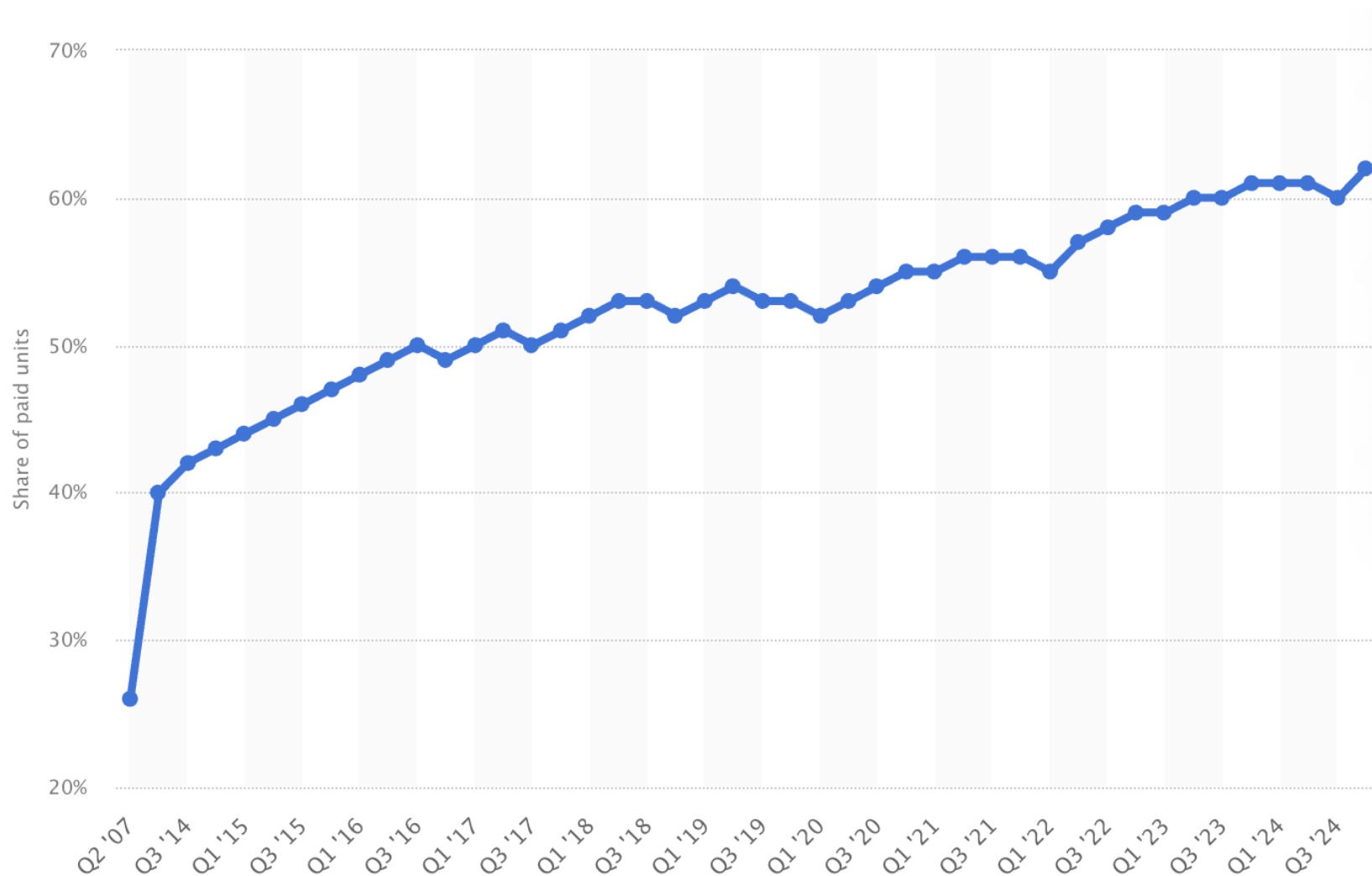
Приятно познакомиться

- Глава ГК «Смартлаб», бренды Homium, Zdk, Nonstopika, Zoowell
- Средний рост выручки компании за последние 5 лет – 90% в год, более 800 млн в 2024 году
- Менеджер по продукту Ozon в 2018-2019 гг
- MBA в IESE, Барселона, по специализации «Электронная коммерция» 2015-2017 гг
- Опыт в E-com компаниях с 2008 года

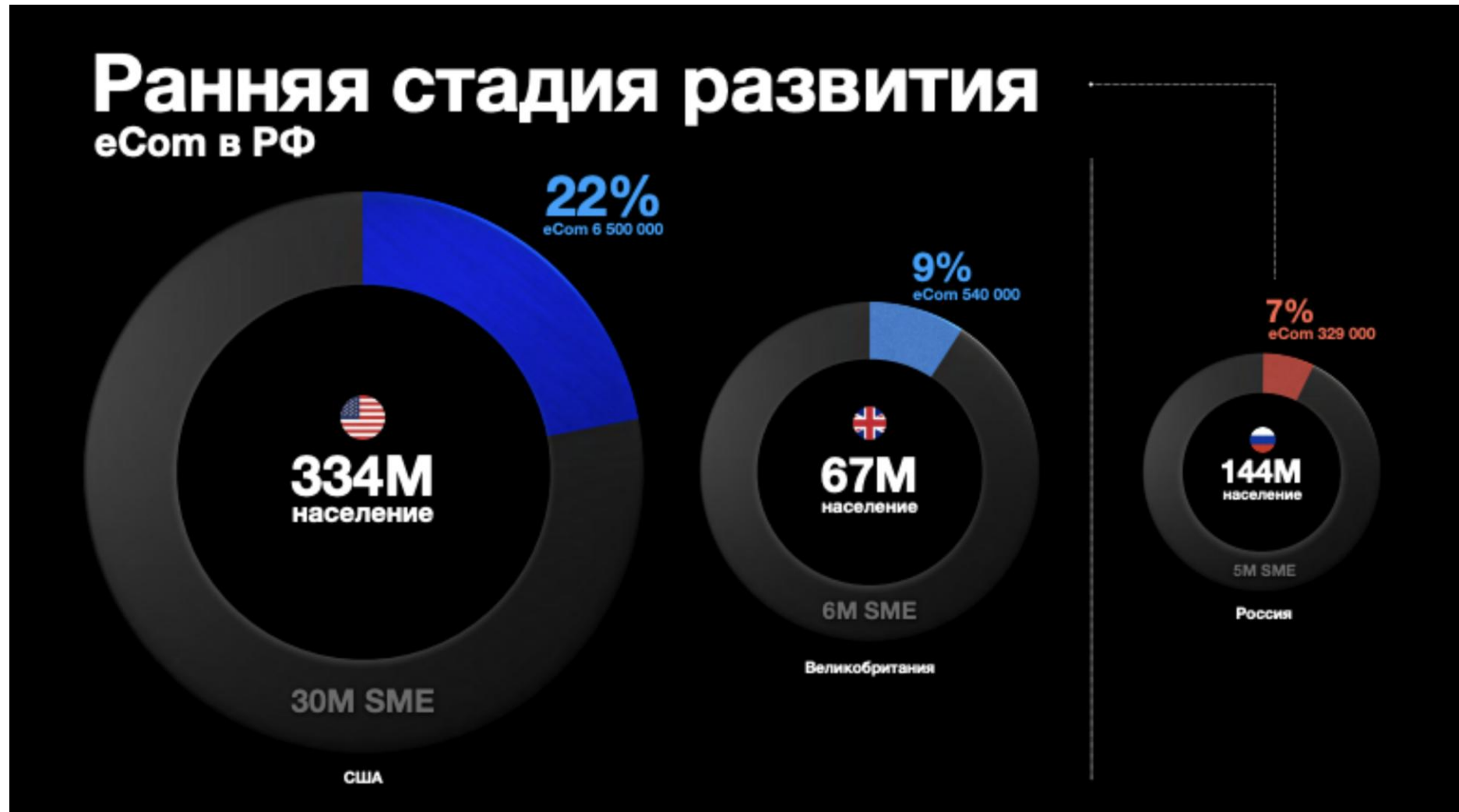
Тренды электронной коммерции 2025

- Рынок электронной коммерции достиг зрелости – замедление роста
- Изменение покупательского поведения
- Доля затрат селлеров на маркетплейсах достигла 50% - уровень традиционного ретейла
- Омниканальность становится критически важной
- Повышение профессионализма селлеров
- Использование технологий

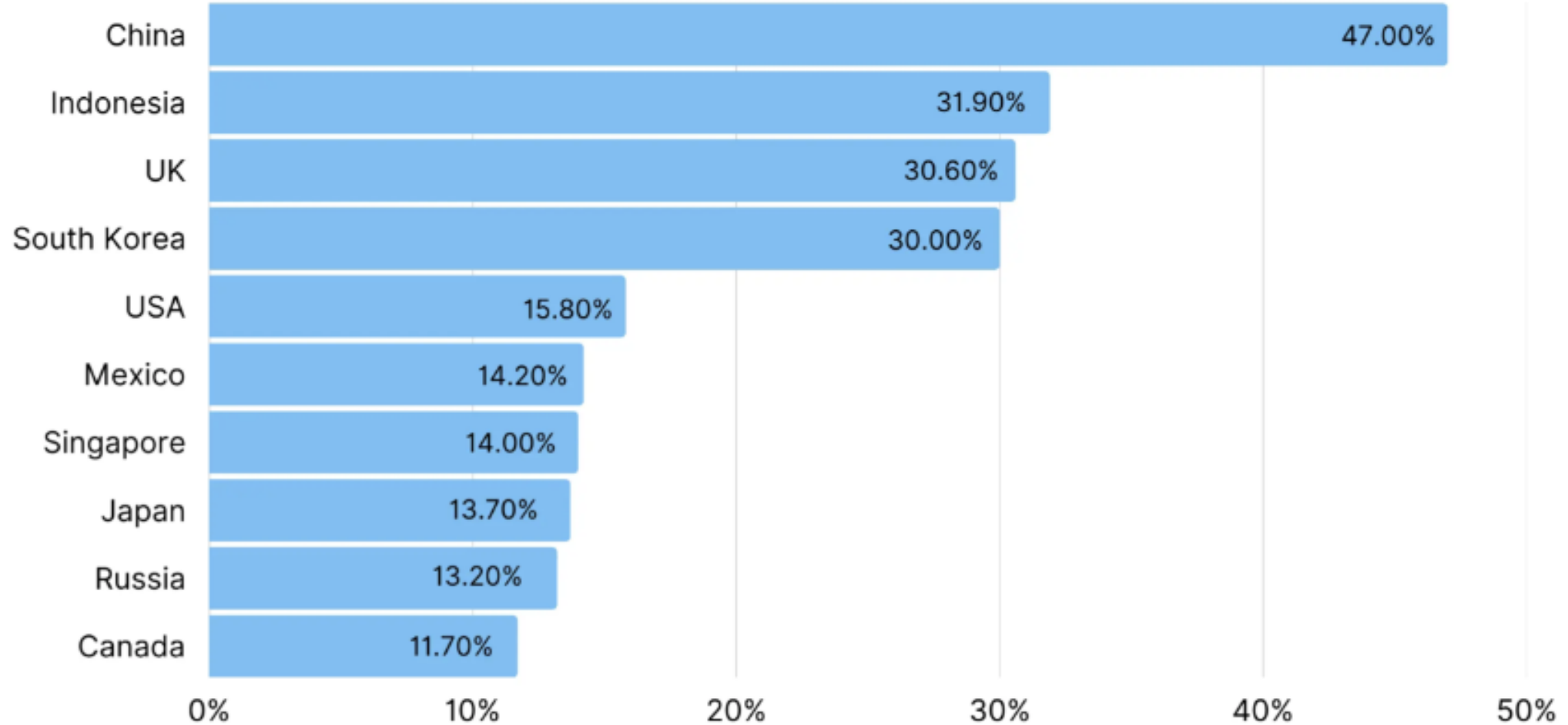
Рост доли 3P-селлеров в выручке Amazon



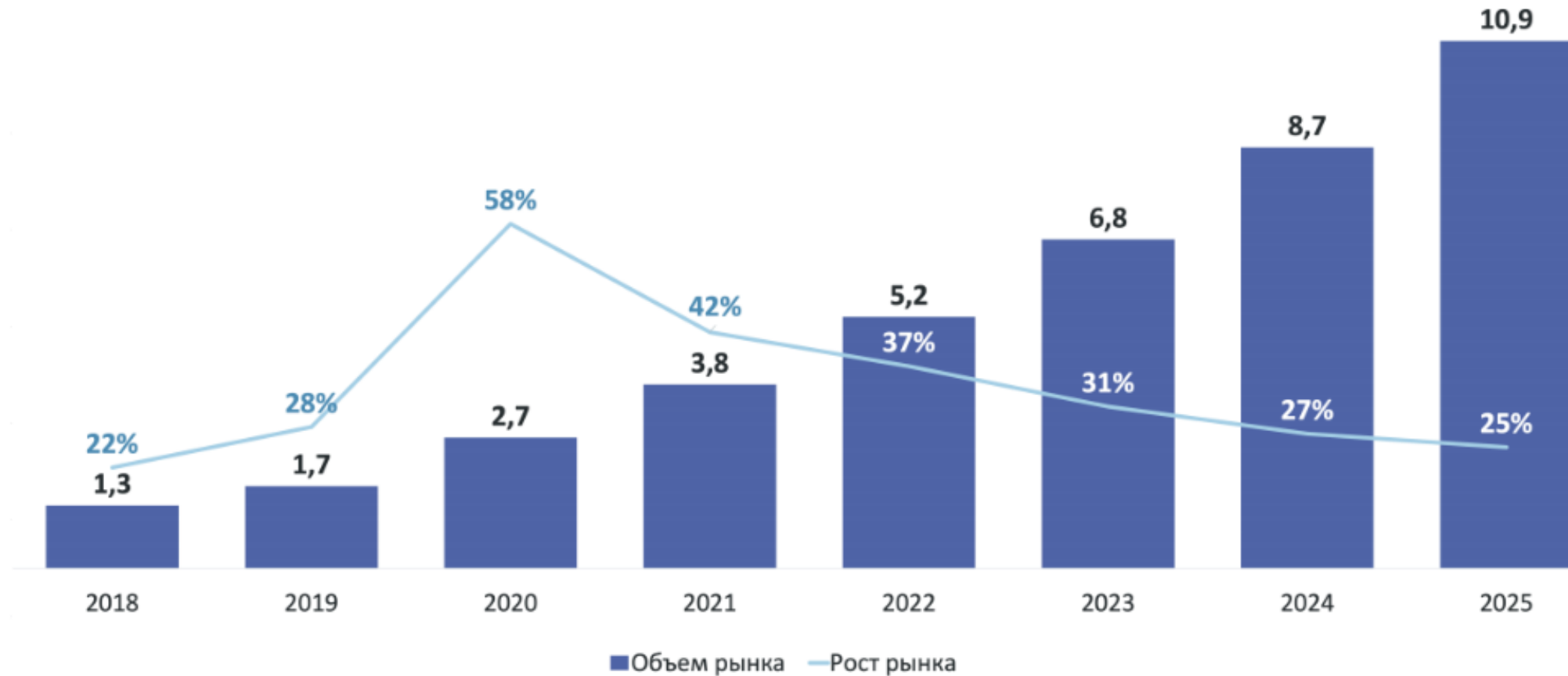
Уровень проникновения электронной коммерции в России в 2020 году



Страны-лидеры по уровню проникновения электронной коммерции в 2024 году




Замедление темпов роста рынка электронной коммерции и прогноз на 2025 год *



* По данным Data Insight

Драйверы быстрого роста Ecom в России в 2018-2024 годах

В 2018-2024 годах Ecommerce рынок рос, по разным оценкам, темпами от 30% до 40% в год 

Ранняя стадия развития – низкая доля Ecom в ретейл-продажах



Переход к модели маркетплейса



Увеличение присутствия Ecom в регионах



Борьба маркетплейсов за долю рынка



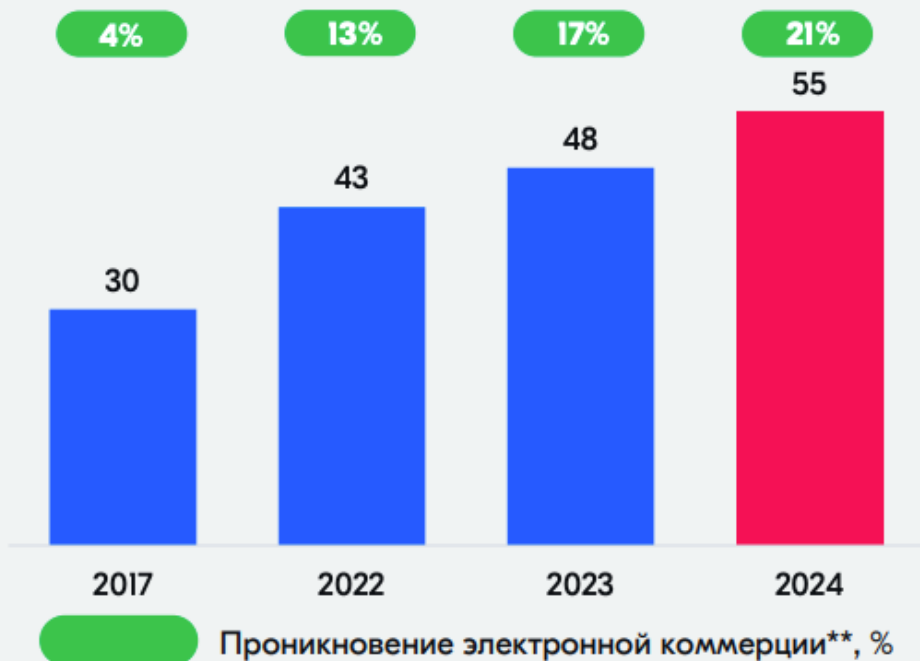
Рынок электронной коммерции достиг зрелости – замедление роста

Доля проникновения Ecom на рынке розничной торговли достигла 21% *

~~Ранняя стадия развития – низкая доля Ecom в ретейл-продажах~~

В 2024 году уровень проникновения электронной коммерции на рынке розничной торговли превысит 20%

Рынок розничной торговли, трлн руб.



в 4 раза

Быстрее растет e-commerce по сравнению с розничной торговлей*

3%

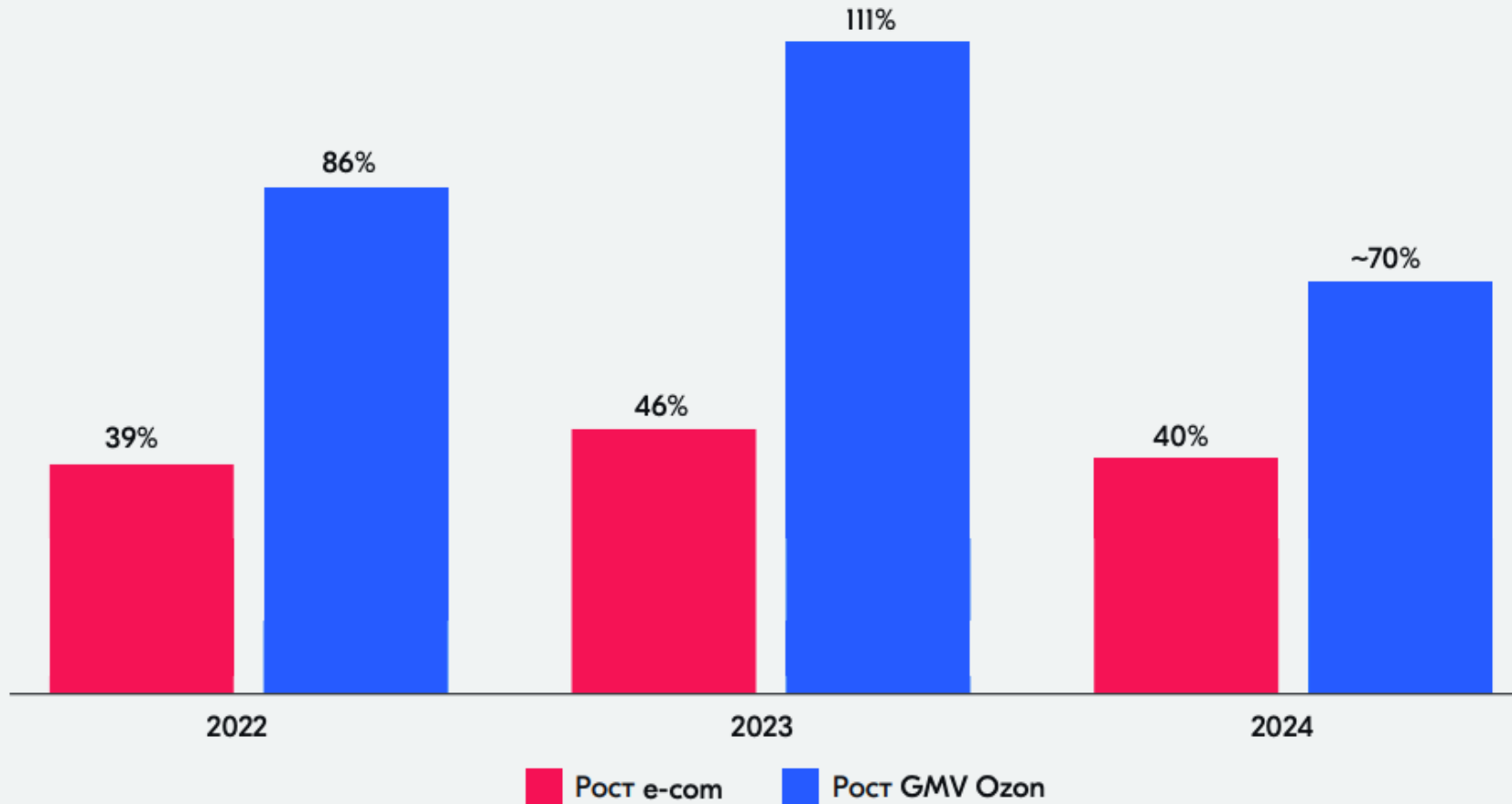
Доля Ozon на рынке розничной торговли в 2023 году**

* По данным Ozon. Презентация для акционеров 2025

Рынок электронной коммерции достиг зрелости – замедление роста

Прогноз роста GMV Ozon на 2025 год – 56%, что на десятки процентов ниже показателей последних пяти лет *

~~Ранняя стадия
развития – низкая доля
Ecom в ретейл-
продажах~~



* По данным Ozon. Презентация для акционеров 2025

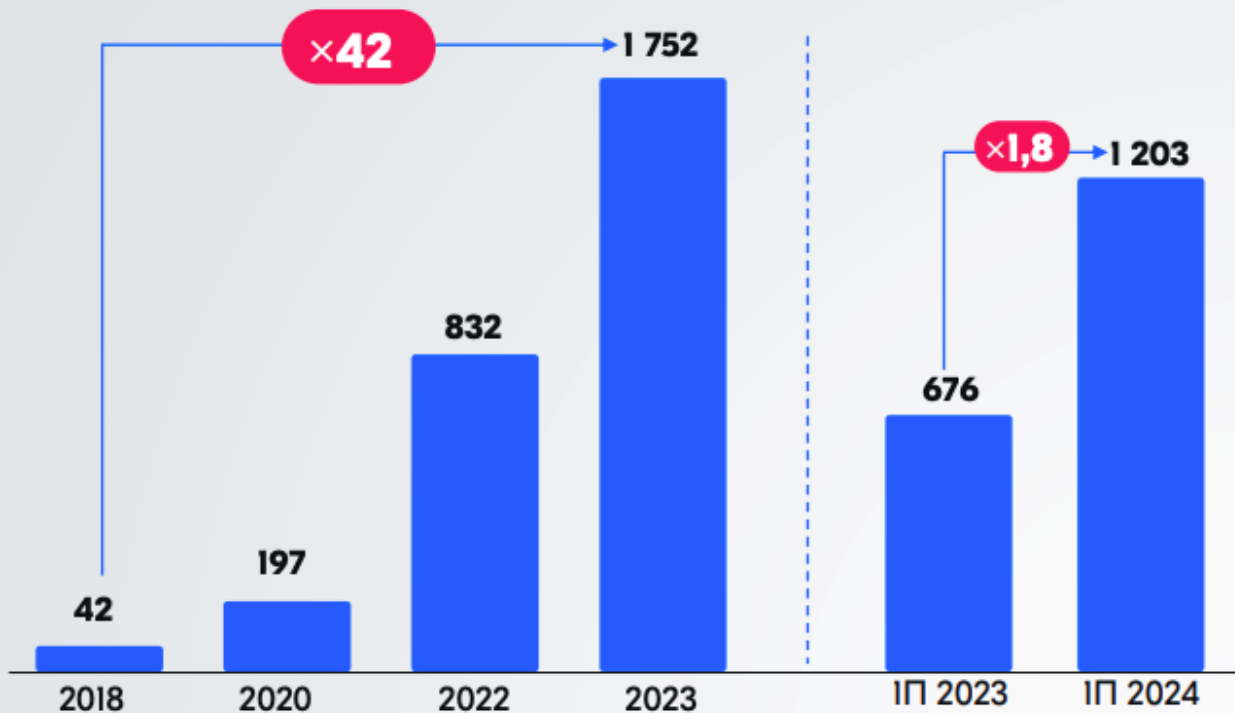
Стадии развития онлайн-торговли в России на примере американского Amazon. Тренды 2025. Андрей Мартынов для конференции Household Expo 2025

Рынок электронной коммерции достиг зрелости – замедление роста

Дальнейший рост количества селлеров или затруднен, или не приведет к бурному росту GMV

Переход к модели маркетплейса

GMV (Оборот), млрд руб.*



Продавцы формируют >90% оборота товаров Ozon

>90%

За ИП 2024 года

1%

В 2018 году

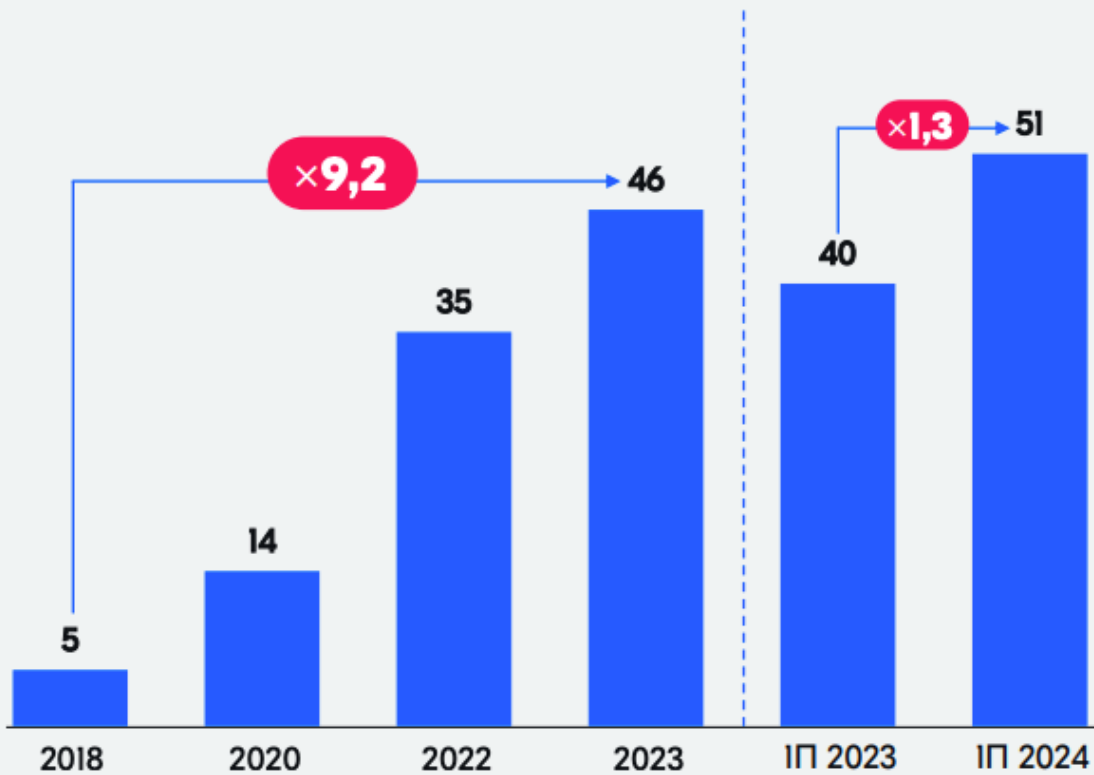
* По данным Ozon. Презентация для акционеров 2025

Рынок электронной коммерции достиг зрелости – замедление роста

Проникновение в регионы завершилось*

~~Увеличение
присутствия Ecom в
регионах~~

Количество активных покупателей, млн



~90%

GMV Ozon приходится
на регионы



~90%

Покупателей
из регионов



* По данным Ozon. Презентация для акционеров 2025

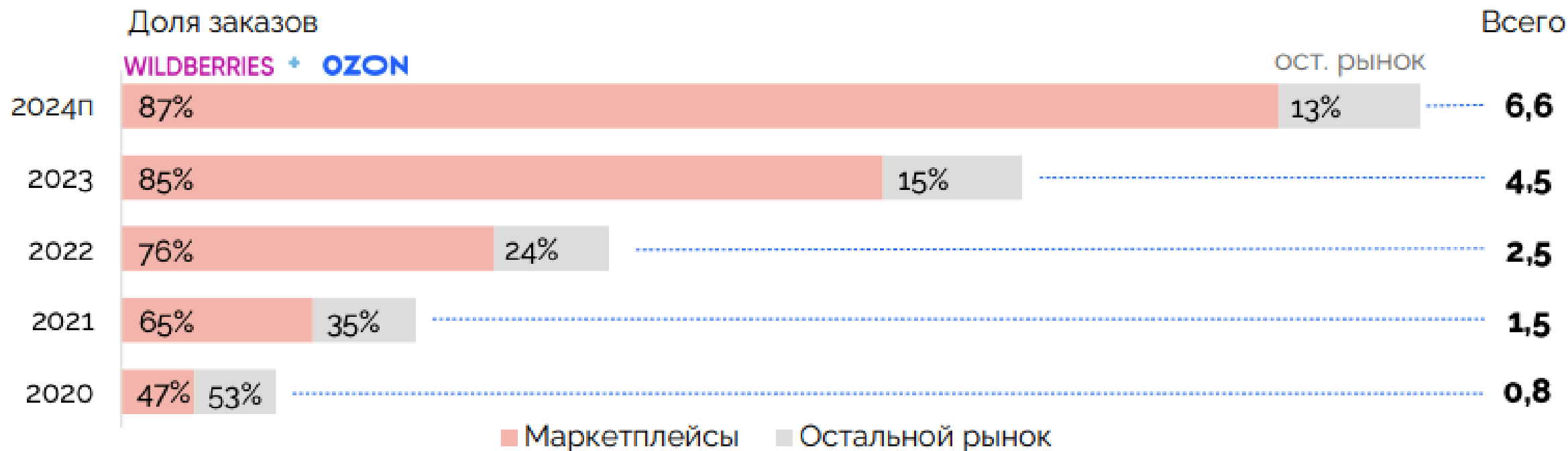
Стадии развития онлайн-торговли в России на примере американского Amazon. Тренды 2025. Андрей Мартынов для конференции Household Expo 2025

Рынок электронной коммерции достиг зрелости – замедление роста

Доля заказов, сделанных на Ozon и Wildberries достигла 87% в 2024 году *

Борьба за долю рынка

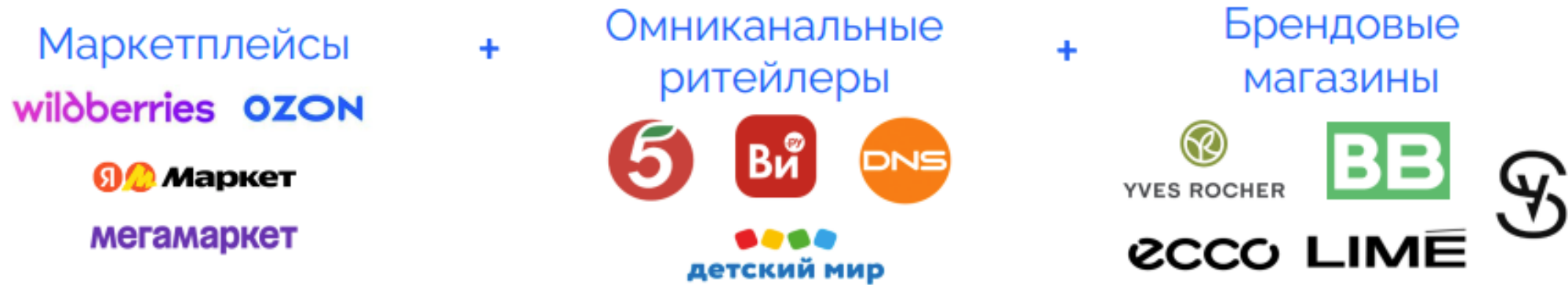
Количество заказов на рынке eCommerce и доля двух маркетплейсов, млрд шт.



*Без заказов Egrocery и Ozon Fresh. По данным АКИТм

Стадии развития онлайн-торговли в России на примере американского Amazon. Тренды 2025. Андрей Мартынов для конференции Household Expo 2025

Рынок электронной коммерции консолидировался на годы вперед на три большие категории



- Маленькие и средние неспециализированные игроки становятся селлерами на маркетплейсах
- Неспециализированные интернет-магазины теряют трафик на своих сайтах, наращивая компетенции и продажи на маркетплейсах
- Брендовые магазины сохраняют свои позиции в силу уникальности товар

* По данным DataInsight

Ключевые факторы успеха селлеров в разные фазы развития рынка электронной коммерции в России

	Фаза	С точки зрения селлера	Ключевые факторы успеха для селлеров
До 2018	Консолидация Еcom-рынка	<ul style="list-style-type: none"> • вход в крупный Еcom ограничен • длинная цепь посредников (дистрибьютеры) 	
2018-2019	Переход на модель маркетплейсов	<ul style="list-style-type: none"> • первые селлеры снимают самые сливки • формирование первых инфраструктурных игроков, все начинают говорить о D2C • посредники старого типа - дистрибьютеры, оптовые компании чувствуют себя намного хуже 	<ul style="list-style-type: none"> • быстрый поиск новых товаров, расширение ассортимента
2020	Бурный рост	Быстрое заведение товаров - самое главное, но возникает конкуренция со стороны крупных игроков и большого количества мелких селлеров	<ul style="list-style-type: none"> • маркетинговые инструменты начинают играть роль • нужен профессиональный софт и специализированные подходы для управления на маркетплейсах
2021-2024	Резкое обострение конкуренции между селлерами	<ul style="list-style-type: none"> • Консолидация селлеров, мелким селлерам все труднее добиться успеха, если их товар не уникален и нет 100% фокуса на маркетплейсах • 90% продаж принадлежит 10% селлеров 	<ul style="list-style-type: none"> • маркетинг СТМ играет первостепенную роль • необходимо профессиональное управление продвижением на маркетплейсе
2025-2030	Окончание процесса консолидации селлеров внутри маркетплейсов	90% продаж принадлежит 1% селлеров	<ul style="list-style-type: none"> • вход для большинства новых селлеров ограничен и требует не только профессионализма, но и высоких затрат • Ренессанс традиционного ретейла (оффлайн и собственные интернет-магазины) • крупные игроки захватывают долю рынка через M&A

С момента снижения ставки ожидается бум сделок по поглощению селлеров специализированными фондами

Companies buying up Amazon brands

(Companies that have disclosed their funding. Funds raised in millions of dollars)

Company	Date founded	HQ	\$raised
Thrasio	2018	Walpole MA	396.5
Heyday	2020	San Francisco	175
Perch	2019	Boston	133.8
SellerX	2020	Berlin	118
Boosted Commerce	2020	Los Angeles	87
Heroes	2020	London	65
Razor Group GmbH	2020	Berlin	34.8
TOTAL			1010.1

Source: Crunchbase, Digital Commerce 360

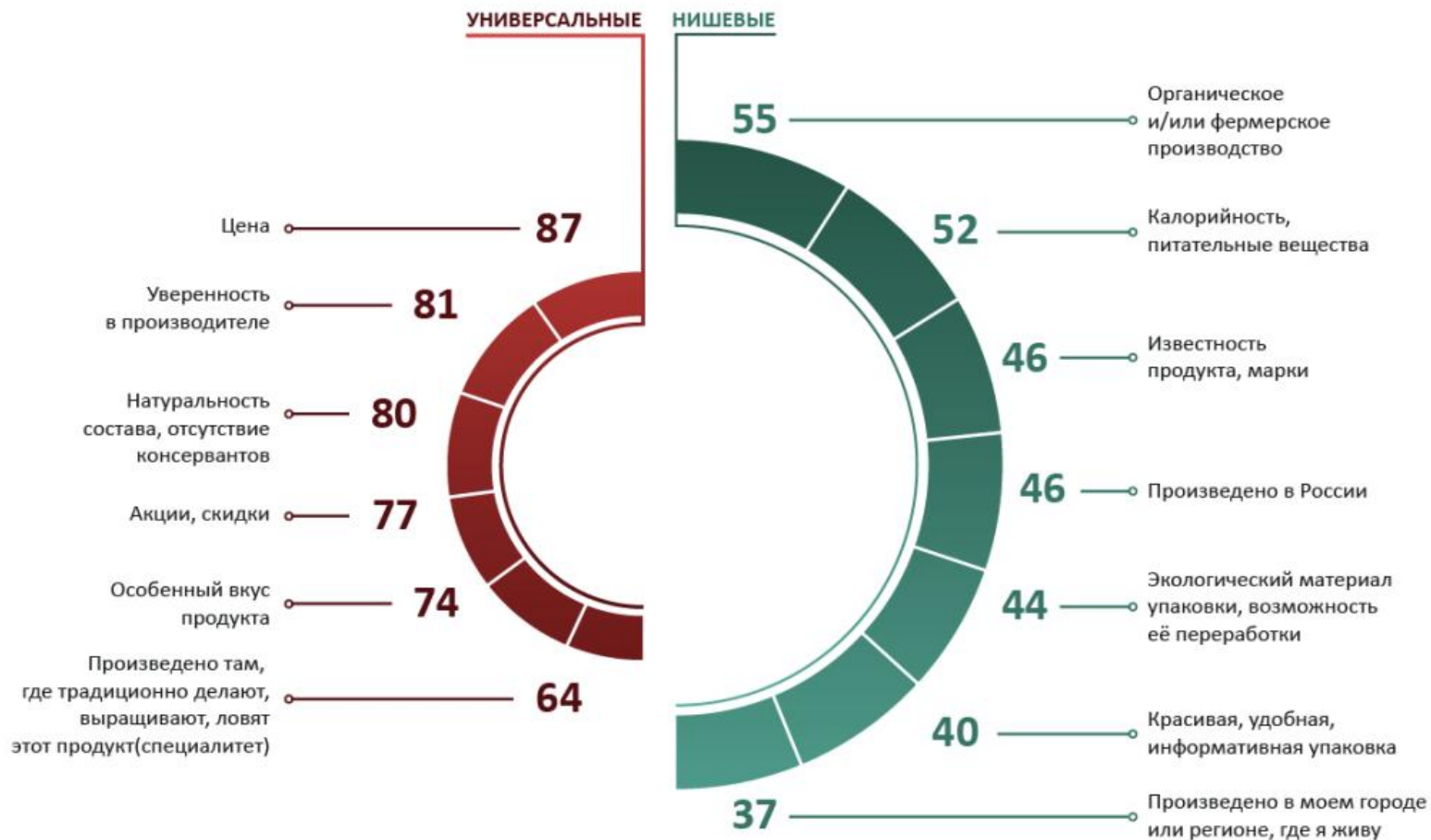
Тренды электронной коммерции 2025

- Рынок электронной коммерции достиг зрелости – замедление роста
- Изменение покупательского поведения
- Доля затрат селлеров на маркетплейсах достигла 50% - уровень традиционного ретейла
- Омниканальность становится критически важной
- Повышение профессионализма селлеров
- Использование технологий

Тренды в изменении покупательского поведения

- Интернет-торговля стала незаменимой в жизни потребителей. Каждый второй заказ недовольственных товаров осуществляется в онлайн.
- Маркетплейсы стали первым каналом, куда приходит покупатель. В среднем, 87% заказов от всех заказов в онлайн происходит на Wildberries и Ozon.
- Покупатель становится всё более требовательным к качеству из-за наличия выбора. Быстрое развитие онлайн-торговли с 2020 года увеличило и запросы к рынку. Недостаточно просто знать, что товар приедет. В своих заказах пользователь опирается на большое количество факторов - и выбирает наилучший вариант для себя.
- Площадки предлагают огромный выбор товаров, но нет гарантии, что покупатель выберет именно ваш товар.
- Рост доверия к локальным брендам

Предпочтение локальным брендам – один из новых факторов, интересующих покупателей



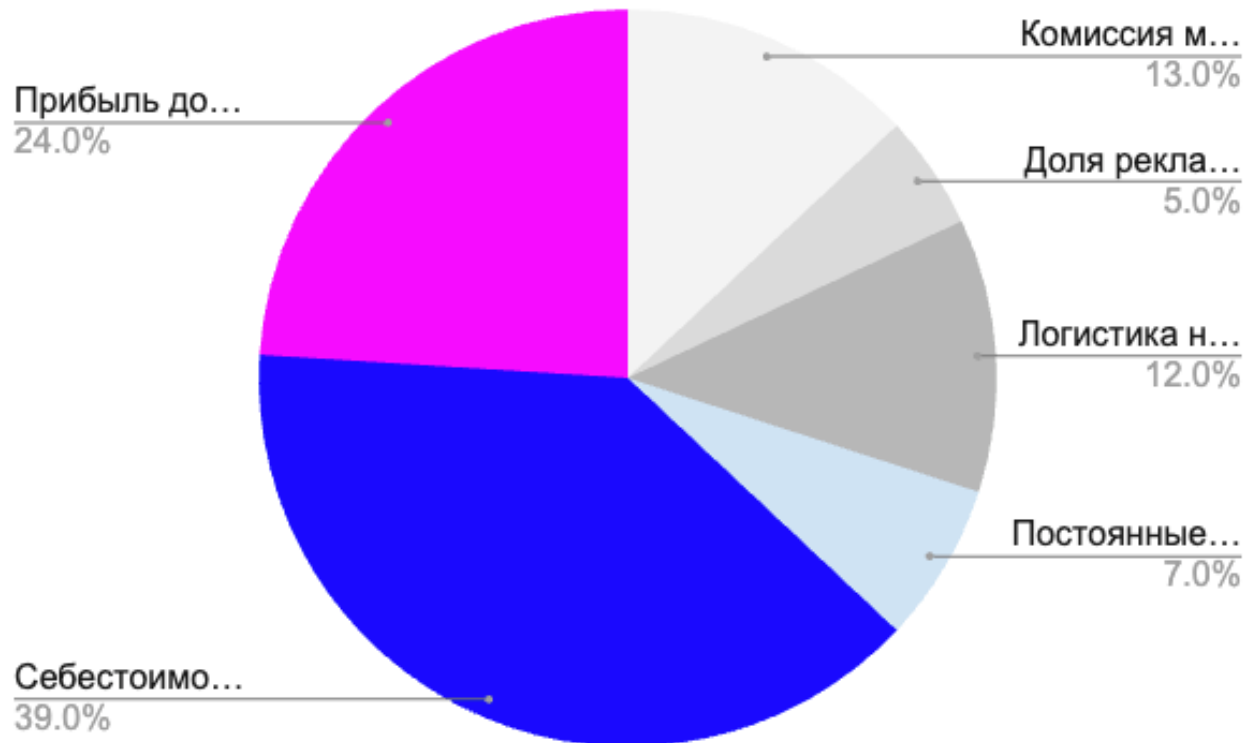
Тренды электронной коммерции 2025

- Рынок электронной коммерции достиг зрелости – замедление роста
- Изменение покупательского поведения
- Доля затрат продавцов на маркетплейсах достигла 50% - уровень оффлайн-ритейла – и продолжает расти
- Омниканальность становится критически важной
- Профессионализация продавцов
- Использование технологий

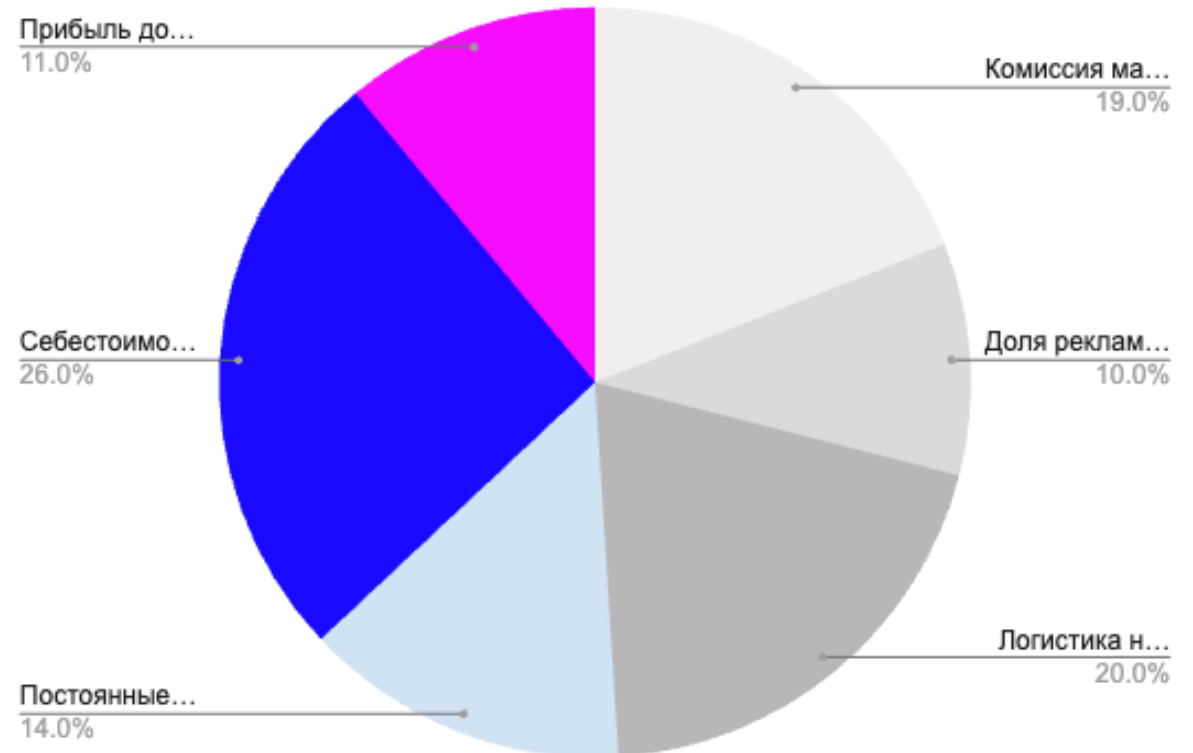
Доля затрат продавцов на маркетплейсах достигла 50% - и продолжает расти

За период с 2020 по 2024 год доля затрат продавцов на Ozon выросла с 30% до 49%

Структура выручки на Ozon 2020 год



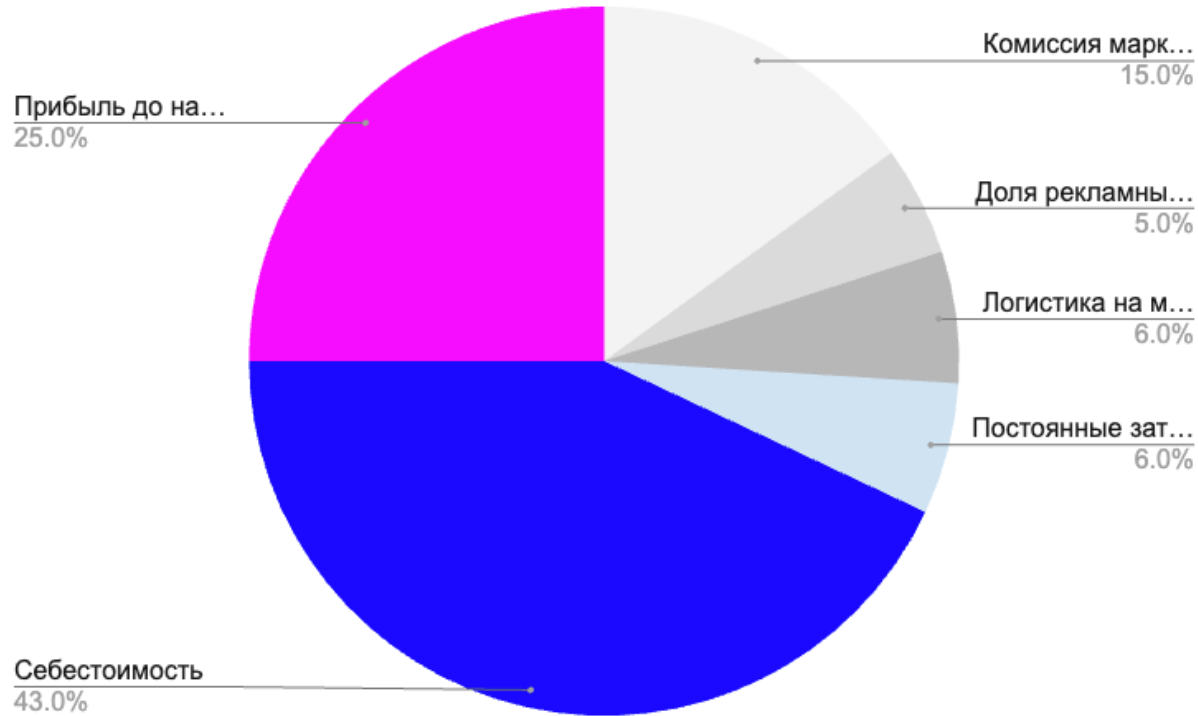
Структура выручки на Ozon 2024 год



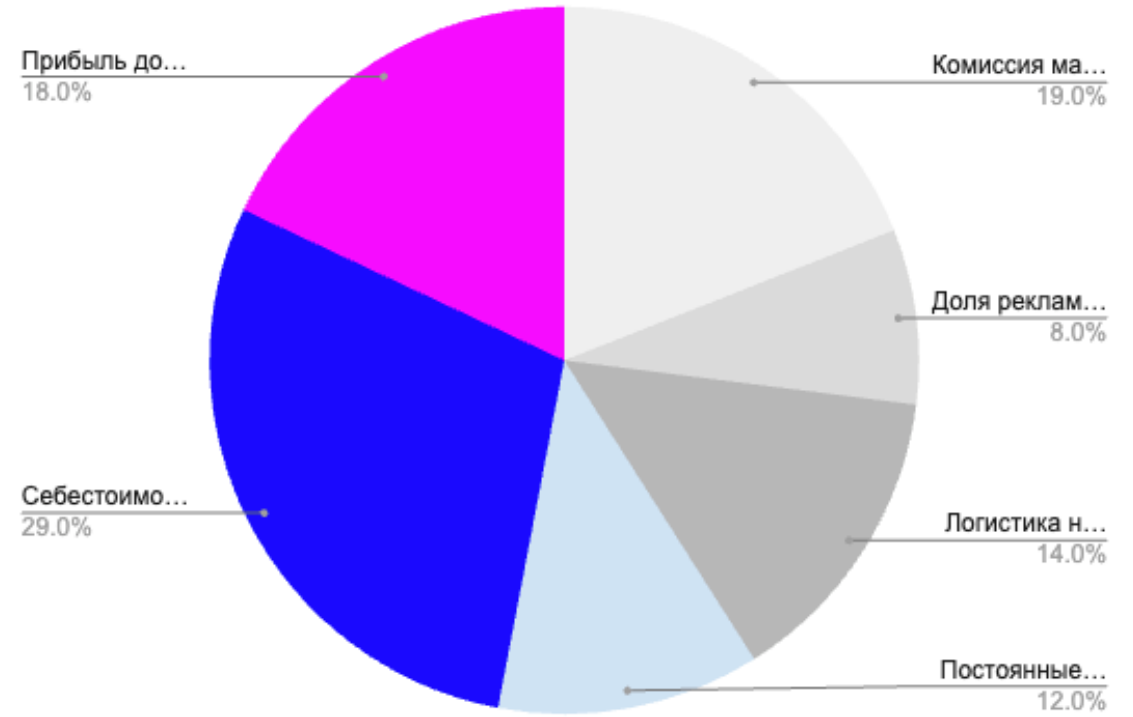
Доля затрат селлеров на маркетплейсах достигла 50% - и продолжает расти

На вайлдберис доля затрат селлеров выросла с 26% до 49%

Структура выручки на Вайлдберис 2020 год



Структура выручки на Вайлдберис 2024 год



Тренды электронной коммерции 2025

- Рынок электронной коммерции достиг зрелости – замедление роста
- Изменение покупательского поведения
- Доля затрат селлеров на маркетплейсах достигла 50% - уровень оффлайн-ритейла – и продолжает расти
- Омниканальность становится критически важной
- Повышение профессионализма селлеров
- Использование технологий

Преимущества оmnиканальных компаний в США против не-оmnиканальных

Рост выручки оmnиканальных ретейлеров в США



- Выручка растет в 2,7 раза быстрее
- Удержание клиентов 89% против 33%
- LTV клиентов на 30% выше
- Конверсия в покупку выше в 3,5 раза

Топ российских оmnиканальных ретейлеров

№	Название	Общие показатели	Покупательский опыт	Опыт взаимодействия с технологиями	Опыт получения заказа
1	ВкусВилл	31,90	7,93	11,84	10,3
2(+2)	Перекресток	31,53	6,88	12,35	10,80
3(+5)	М.Видео	31,13	7,81	12,46	9,20
4 _{new}	КуулКлевер	29,88	8,01	10,49	10,05
5 _{new}	Сантехника-онлайн	29,87	7,07	12,27	9,70
6(+24)	Эльдорадо	29,55	8,11	11,15	9,30
7(+41)	Чип и Дип	29,39	5,40	12,49	10,50
8(-6)	Детский мир	29,12	7,81	10,97	8,67
9 _{new}	4 лапы	28,99	7,31	11,72	8,63
10(+48)	METRO	28,96	5,89	12,28	9,80

Оmnиканальность на маркетплейсах – выход Ozon и Вайлдберис в новые подкатегории

Крупнейшие категории на Ozon в 2024 году:

1. Одежда и обувь
2. Продукты питания
3. Товары для детей
4. Канцтовары и товары для хобби
5. Электроника и бытовая техника
6. Автомобильные товары (+125,5%)
7. Товары для дома и дачи
8. Косметика и парфюмерия
9. Товары для ремонта и строительства
10. Товары для животных
11. Товары повседневного спроса
12. Медицинские товары (+120%)

- Фреш
- Алкоголь
- Свежеобжаренный кофе

- Шины
- Автомобили

- Двери

- Аптека

Оmnиканальность становится критически важной

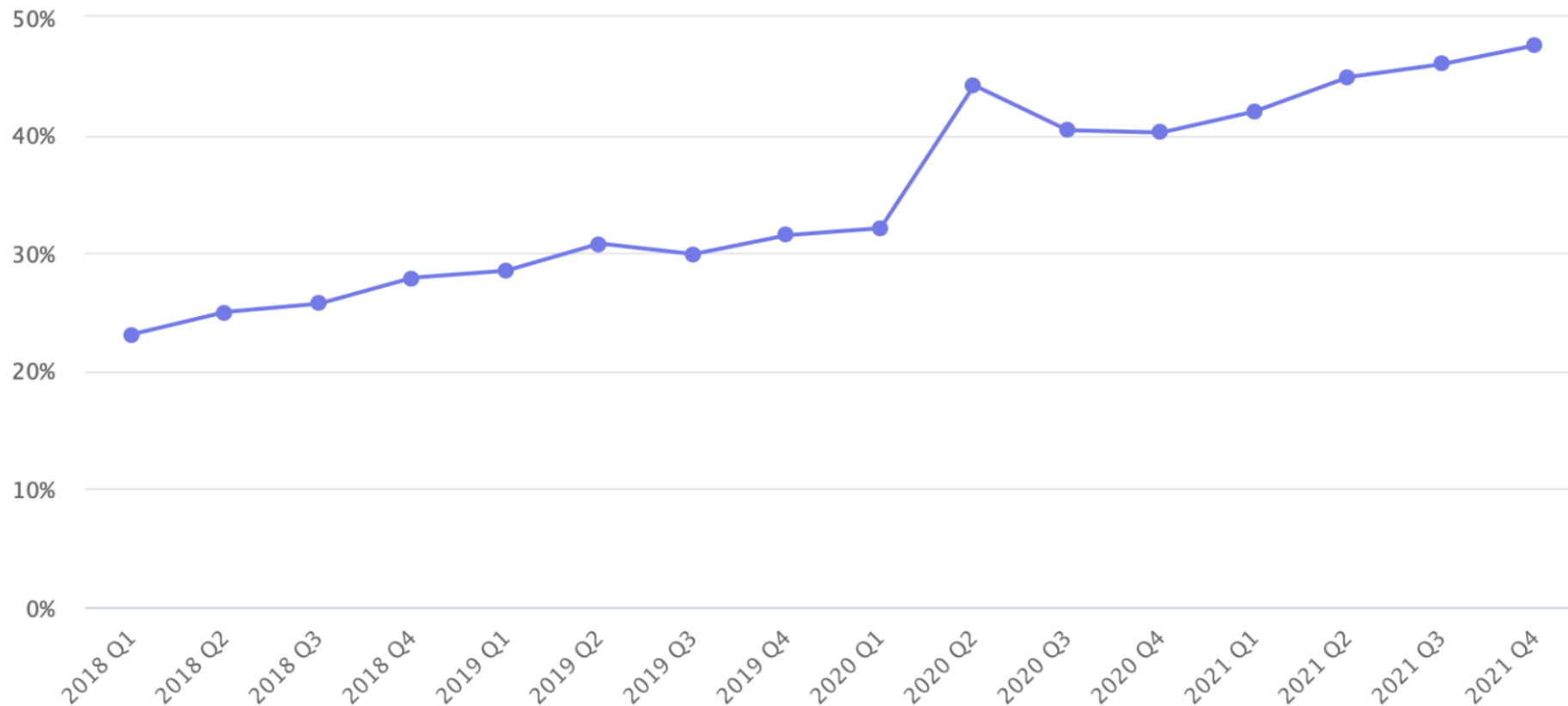
Использование CDP-платформ для повышения эффективности управления данными и взаимодействия с клиентами



Оmnиканальность становится критически важной

Оmnиканальность для селлеров означает ренессанс традиционного Ecom-ритейла




Рост доли Shopify в сравнении с продажами селлеров на Амазон



Тренды электронной коммерции 2025

- Рынок электронной коммерции достиг зрелости – замедление роста
- Изменение покупательского поведения
- Доля затрат селлеров на маркетплейсах достигла 50% - уровень оффлайн-ритейла – и продолжает расти
- Омниканальность становится критически важной
- Повышение профессионализма селлеров
- Использование технологий

Причины повышения профессионализма селлеров

-  **Количество и состав селлеров меняется со стремительной скоростью**
Ежемесячно на маркетплейсы выходят до 20 тыс. новых селлеров, но только 5% из них задерживаются на площадках дольше трех месяцев: наблюдается высокая ротация селлеров.
-  **Большая доля селлеров концентрируется на двух маркетплейсах**
Только 20% селлеров не продают на Wildberries и Ozon. За счет высокой концентрации селлеров на двух площадках основная доля заказов в онлайне также приходится на них.
-  **90% продаж на маркетплейсах сконцентрированы у 10% крупных игроков**
Несмотря на огромное количество селлеров на рынке и большой объем продаж (примерно 5,7 млрд заказов приходится на 620 тыс. селлеров), большинство селлеров имеют низкие обороты, даже если продают на нескольких площадках.
-  **Постоянные изменения в условиях работы – основная проблема селлеров**
Селлеры постоянно сталкиваются с изменениями в условиях работы с маркетплейсами, многие из них не успевают адаптироваться и прекращают продажи.

Ограничения для развития бизнеса селлеров

В ходе интервью селлеры рассказали, с какими сложностями они сталкиваются на маркетплейсах и какие ограничения они считают основными. Ограничения можно разделить на четыре группы:

Поведение покупателей – 3 ограничения



- Невыкупы товаров
- Возврат товара
- Мошенничество со стороны покупателя

Условия работы на маркетплейсах – 6



- Высокая комиссия маркетплейса
- Высокая стоимость рекламы
- Непрозрачность рекламных кампаний
- Высокое влияние маркетплейса
- Частые изменения в условиях работы
- Платная приемка товара на складе

Логистические услуги маркетплейсов – 7



- Перенос сроков доставки
- Потеря товара во время доставки
- Долгий возврат товаров на склад
- Отмена заказа со стороны маркетплейса
- Высокая стоимость обратной логистики
- Повреждения товара во время доставки
- Повреждение товаров при хранении

Поведение конкурентов – 1 ограничение



- Копирование товара/карточек конкурентами

Главные факторы, ограничивающие селлеров в развитии

Чаще всего селлеры сталкиваются с возвратом товара, однако не все считают это ограничение наиболее влияющим на их бизнес.

Распределение ограничивающих факторов на топ-3 для селлеров, которые с ними столкнулись

Ограничение, с которыми столкнулись селлеры	Всего ответов	% селлеров, для которых этот фактор		
		первый по влиянию	второй по влиянию	третий по влиянию
Возврат товара	234	17%	24%	19%
Повреждения товара во время доставки	210	22%	29%	15%
Высокая комиссия маркетплейса	184	46%	23%	8%
Повреждение товаров на складе или на ПВЗ	176	15%	24%	16%
Высокая стоимость рекламы на маркетплейсе	147	33%	26%	16%
Потеря товара во время доставки в ПВЗ или покупателю	133	31%	17%	17%
Перенос сроков доставки в ПВЗ или покупателю	133	17%	19%	18%
Высокая стоимость обратной логистики	131	24%	24%	20%
Невыкупы товаров	130	28%	20%	15%
Частые изменения в условиях работы с маркетплейсом	127	21%	20%	11%

«Продажи на маркетплейсах – это бизнес на выживание...»

В 2020-21 годах, после взрывного роста популярности онлайн-торговли из-за пандемии, ведение продаж на маркетплейсах воспринималось как простой и быстрый способ дополнительной продажи. Но текущие реалии показывают, что бизнес на маркетплейсах – это не про легкий старт и автономное ведение бизнеса. Для того, чтобы быть успешным селлером сейчас, приходится учитывать множество факторов, влияющих на продажи и развитие бизнеса.

«Продажи на маркетплейсах – это бизнес на выживание уже полтора года, но все понимают это только сейчас. Нужно очень хорошо разбираться в воронке продаж, маркетинге, внутренней рекламе на маркетплейсе и продвижении товара. Выигрышная стратегия бизнеса сейчас – это способность обрабатывать трафик эффективнее конкурентов».

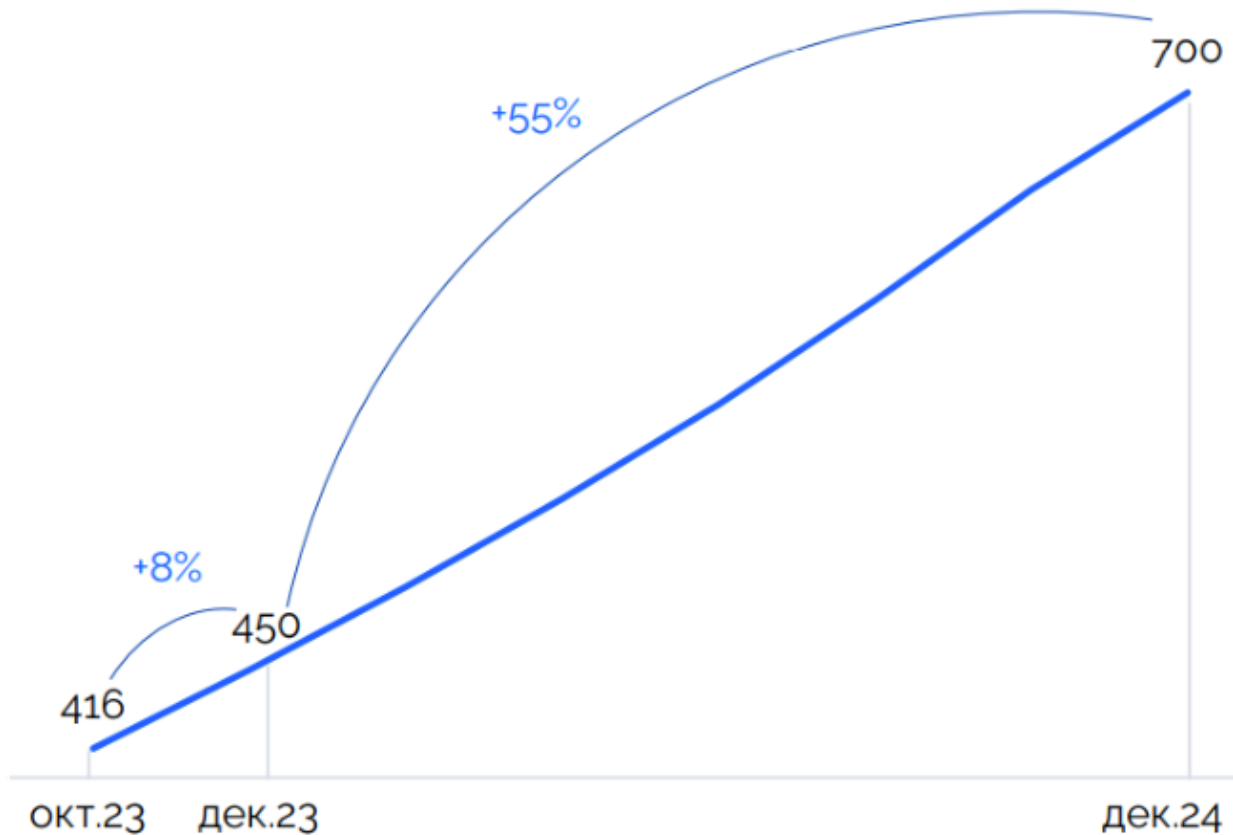
Данил Шоробура, селлер с 2020 года

«Процесс получения чистой прибыли может занять гораздо больше времени, чем ожидалось. Этому способствует политика маркетплейсов. Например, срок возврата товара на FBS занимает минимум 10 дней, что составляет треть месяца, и все это время товар не участвует в обороте. Хотя сейчас маркетплейсы пошли на встречу селлерам и предлагают отправлять качественные возвраты на их склады для дальнейшей реализации».

Илья Бухарин, Клуб партнеров, селлер с 2019 года

В 2025 году конкуренция между селлерами продолжит усиливаться

Рост количества селлеров на Ozon*





- Не менее 90% продаж принадлежит 10% селлеров
- Многие «селлеры выходного дня» разочаровались и перестали заниматься маркетплейсами
- Статистика, возможно, является завышенной из-за наличия у большого количества селлеров нескольких юрлиц и аккаунтов
- Уникальность продукта и уровень профессионализма в управлении маркетплейсами – два основных фактора успеха

* По данным DataInsight

Функции профессиональной компании-селлера на маркетплейсах


Управление на маркетплейсах

Управление рекламой 

Создание контента (тексты) 


Организация поставок

Оптимизация карточек


Создание контента (дизайн) 

Реализация уцененного товара

Заведение карточек

Ценообразование 

Аналитика

Общение с клиентами и отзывы 

Внешняя реклама

Продвижение в соцсетях

Управление продуктом

Управление ассортиментом / Управление производством

Разработка нового продукта

Ценообразование

Аналитика

Операции

Производство / Склад

IT

Бухгалтерия

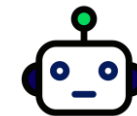
Подбор персонала

Логистика (ВЭД)

Критически важная функция, выполняемая отдельным сотрудником или отделом

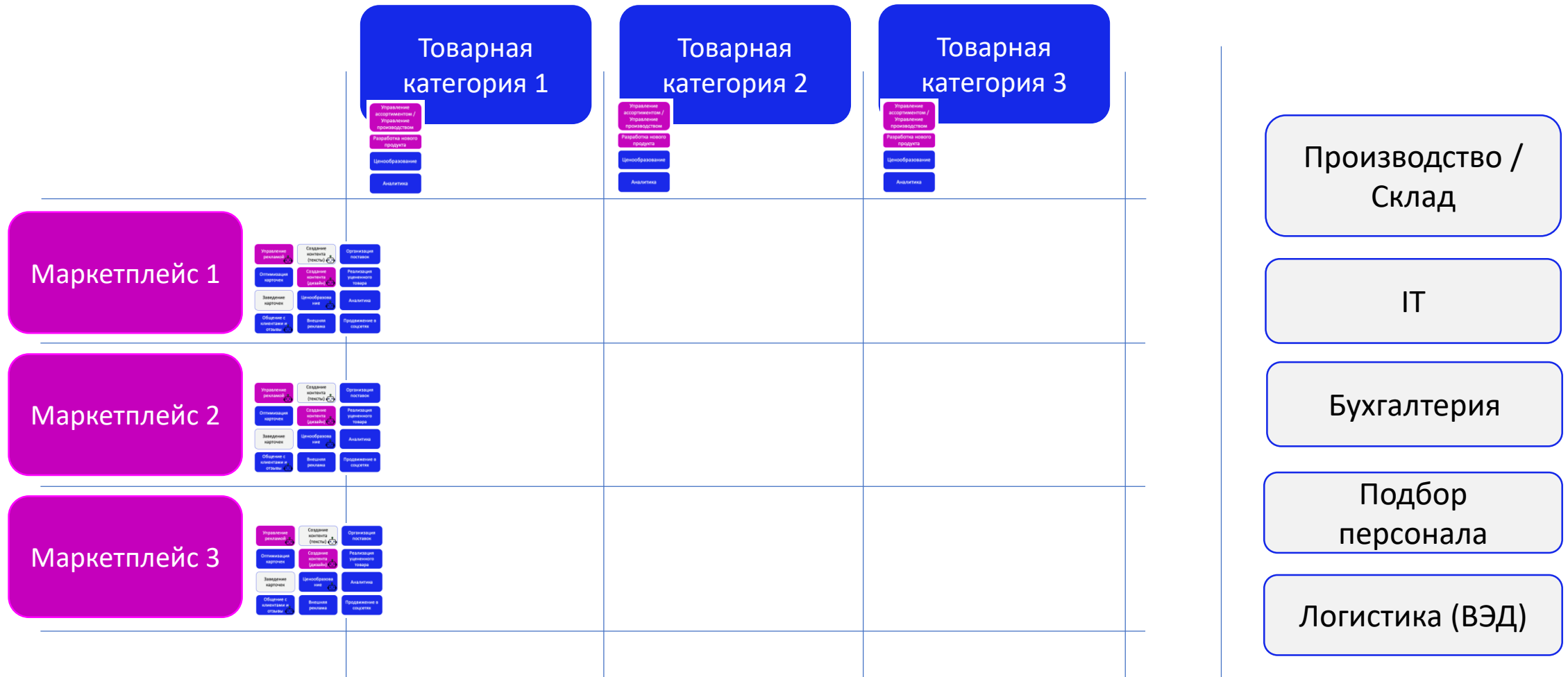
Важная функция, требующая специальной компетенции и выполняемая сотрудником в штате

Можно вынести на аутсорс



Актуально для автоматизации / применения нейросетей

Оптимальная оргструктура компании-селлера - матричная

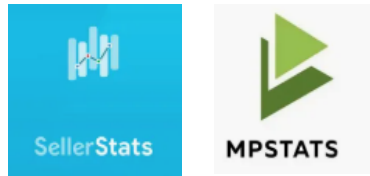


Тренды электронной коммерции 2025

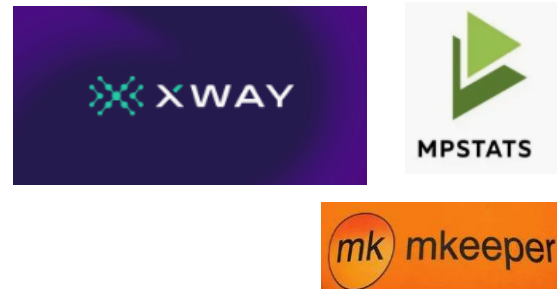
- Рынок электронной коммерции достиг зрелости – замедление роста
- Изменение покупательского поведения
- Доля затрат селлеров на маркетплейсах достигла 50% - уровень оффлайн-ритейла – и продолжает расти
- Омниканальность становится критически важной
- Повышение профессионализма селлеров
- Использование технологий

Используемое программное обеспечение

Аналитика рынка



Управление рекламой



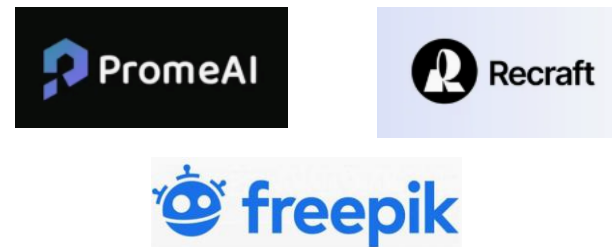
Учетная система



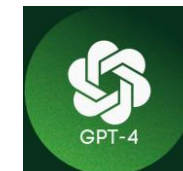
Интеграции с маркетплейсами



Создание инфографики – графические нейросети



Ответы на вопросы / отзывы Написание текстов



Критерии выбора графической нейросети

Нейросети	цена	описание	картинка из текста	upscaler	удаление фона	удаление лишних объектов с фото	скетч в изображении	генерировать объекты на фото	генерировать фон	дорисовывать за кадром	генерировать похожие но другие	менять источник света	картинка из картинки через	видео из фото	работа с текстом	промпт генератор
https://www.promeai.pro/ru/ai-tools	бесплатная (за монеты) платная генерация за монеты	инструменты из списка плюс еще куча инструментов	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
https://www.recraft.ai/projects	бесплатная 50 генераций в сутки	умеет делать простые редактируемые обложки!!	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
https://www.freepik.com/ai	есть бесплатно и платно	ФОТОБАНК С НЕЙРОНКАМИ .хороший интерфейс, но платно	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
https://app.24ai.tech/en/editor	полуплатная	работает только с загруженной картинкой	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
https://www.basedlabs.ai/apps	25\$ в месяц. ограниченное колво генераций		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
https://chatgpt.com/gpts	бесплатно чуть чуть и потом платный		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
https://lexica.art/	бесплатно		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
https://phraser.tech/	бесплатно		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
https://magicstudio.com/ru/magiceraser/	бесплатно	чудо ластик	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		тут много														

Спасибо за внимание!

Андрей Мартынов для конференции Household Expo 2025



@WBMARTYNOV

+7 985 006 87 47