

Текущие тренды российского рынка e-commerce

Яндекс ЕкомАналитика

916

Категорий
товаров

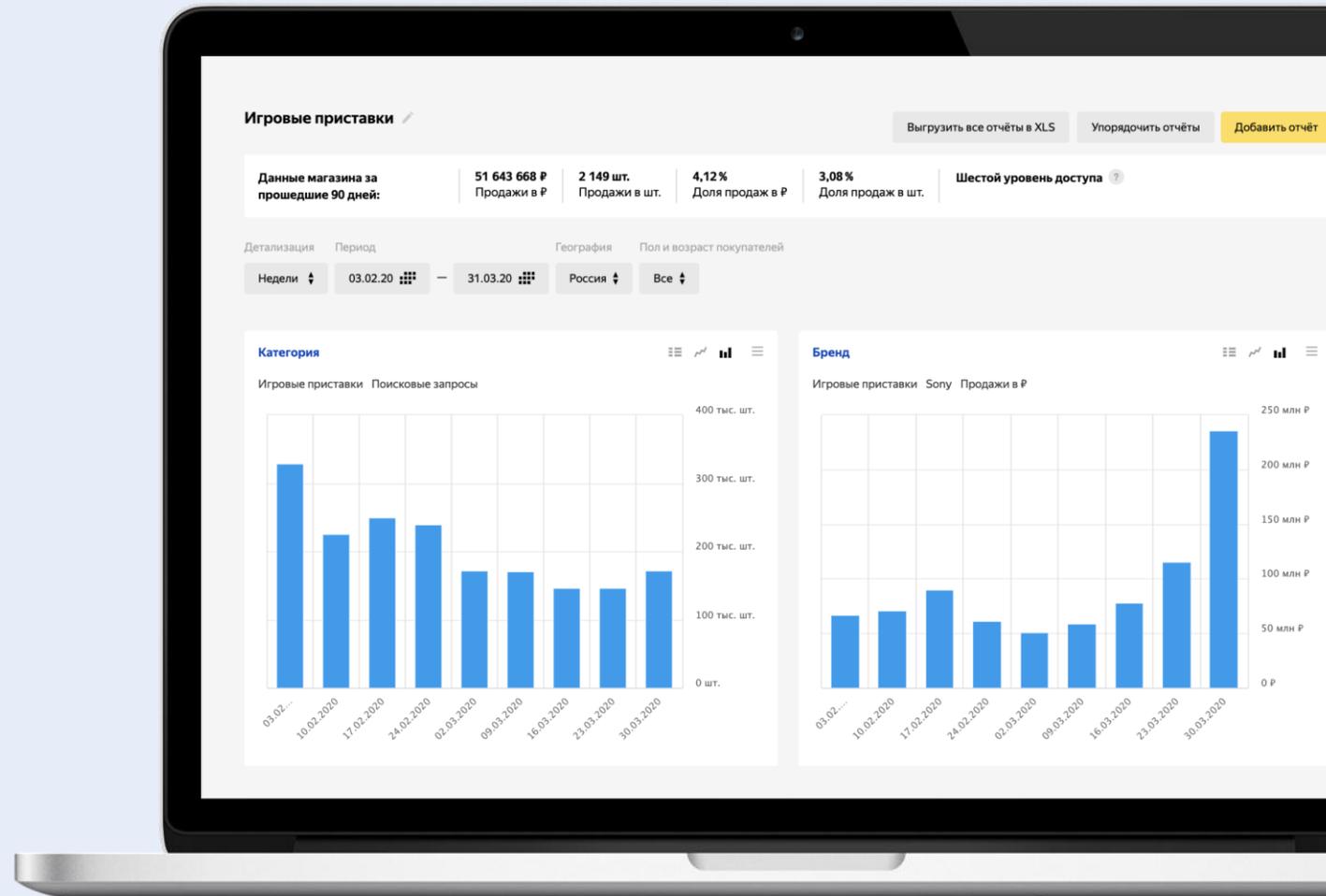
12

Департаментов

Данные обновляем каждый день

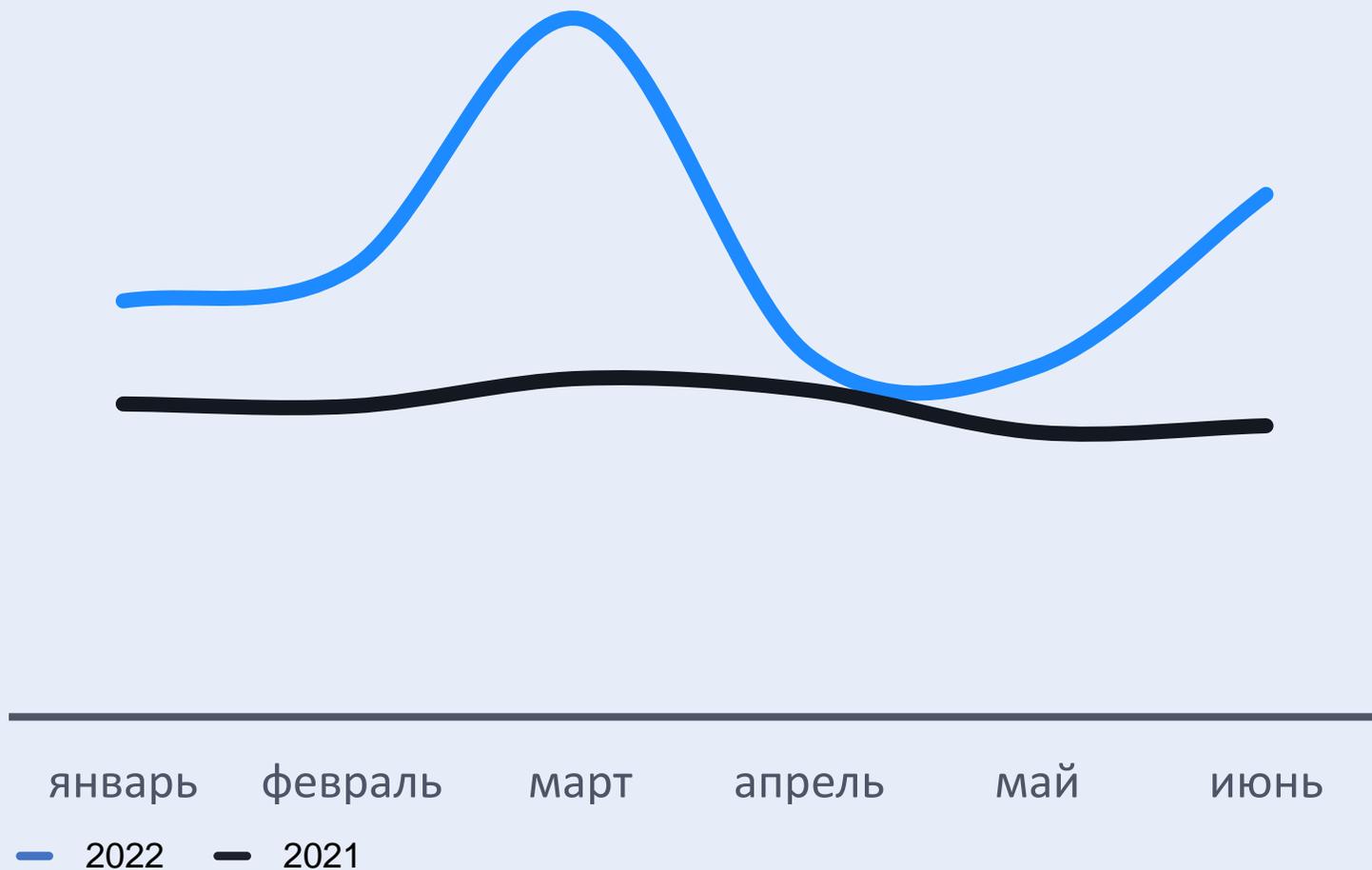
Помогаем

- › Сориентироваться на рынке и в регионах
- › Отследить всплески и тренды
- › Узнать потребителей
- › Оптимизировать ассортимент
- › И многое другое



Динамика оборота российского рынка e-commerce

оборот 2021 и 2022



+ 33,3%

Рост оборота в первые 6 месяцев 2022 года в сравнении с аналогичным периодом 2021 года

+ 27,9%

Рост объема покупок в первые 6 месяцев 2022 года в сравнении с аналогичным периодом 2021 года

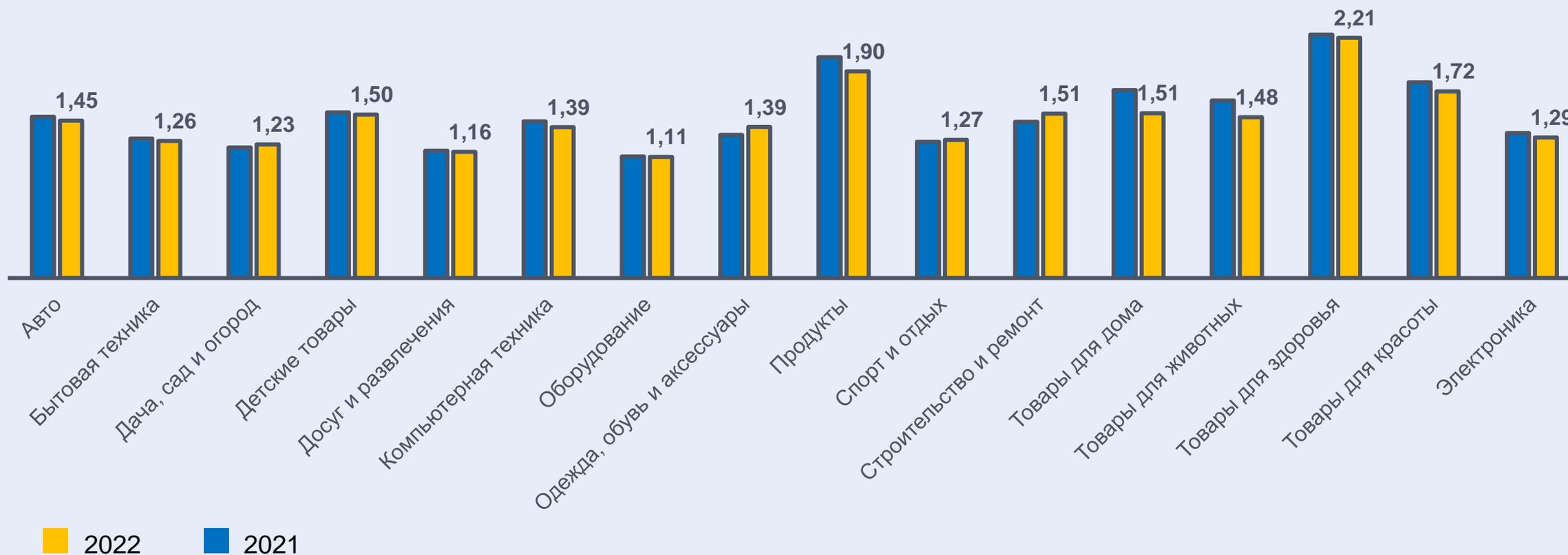
Частота покупки за 6 месяцев 2021/2022

+7 %

Одежда, обувь и
аксессуары

+7 %

Строительство
и ремонт



Средний чек 2021/2022

+42 %

Авто

+54%

Бытовая техника

+25 %

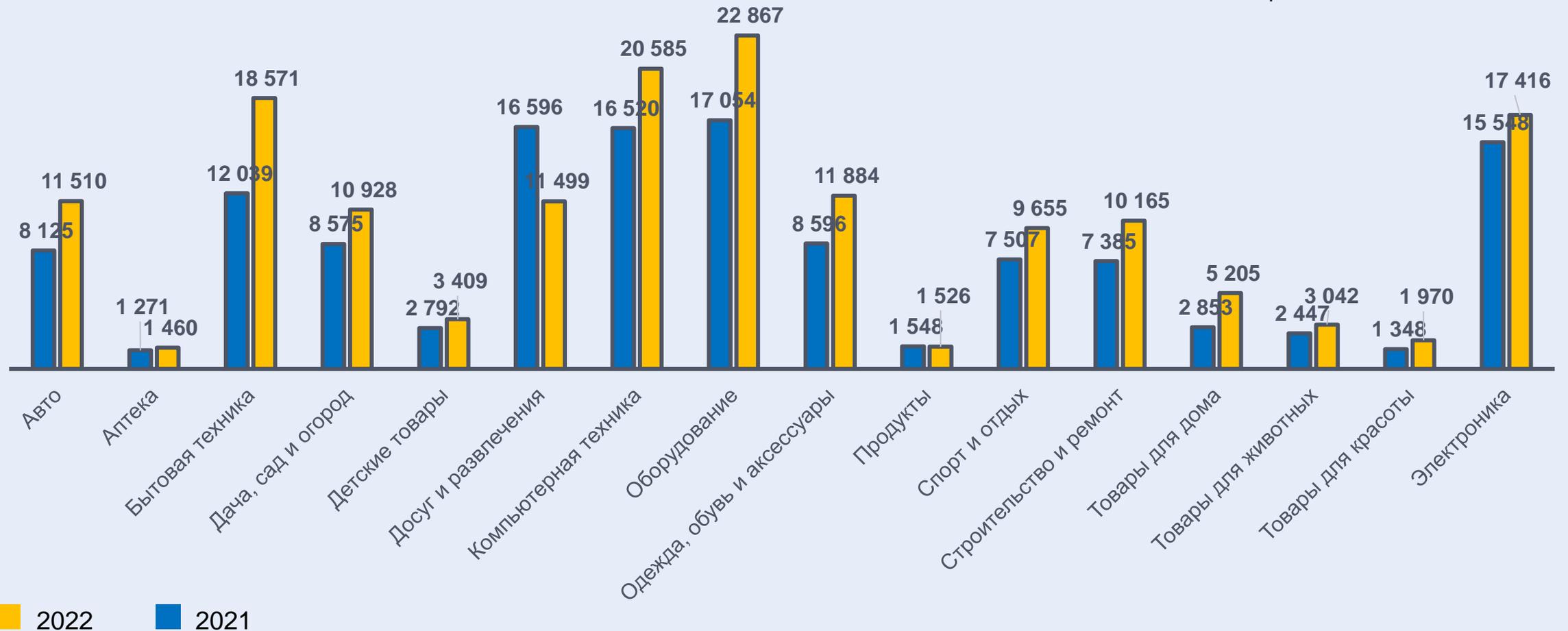
Компьютерная техника

+34 %

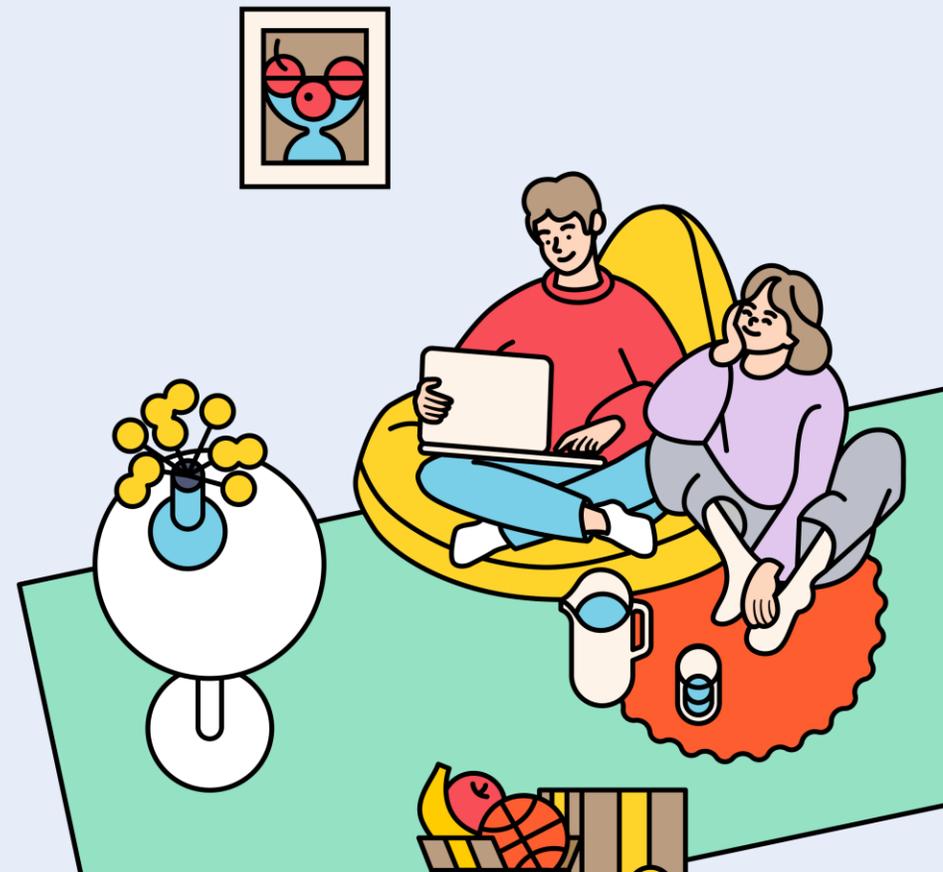
Оборудование

-31 %

Досуг и развлечения

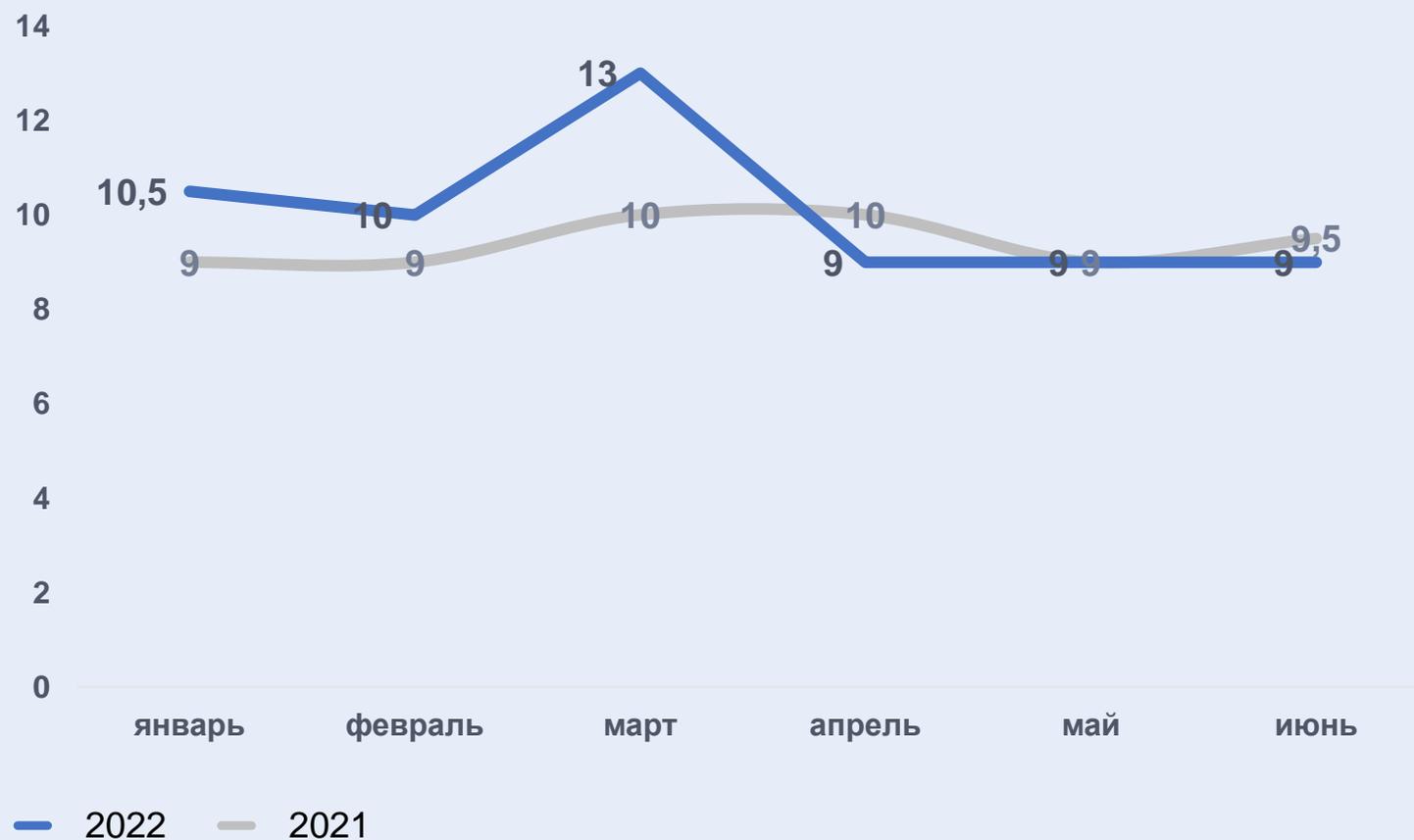


Онлайн-покупатель



Количество покупателей в e-commerce

2021-2022, млн.



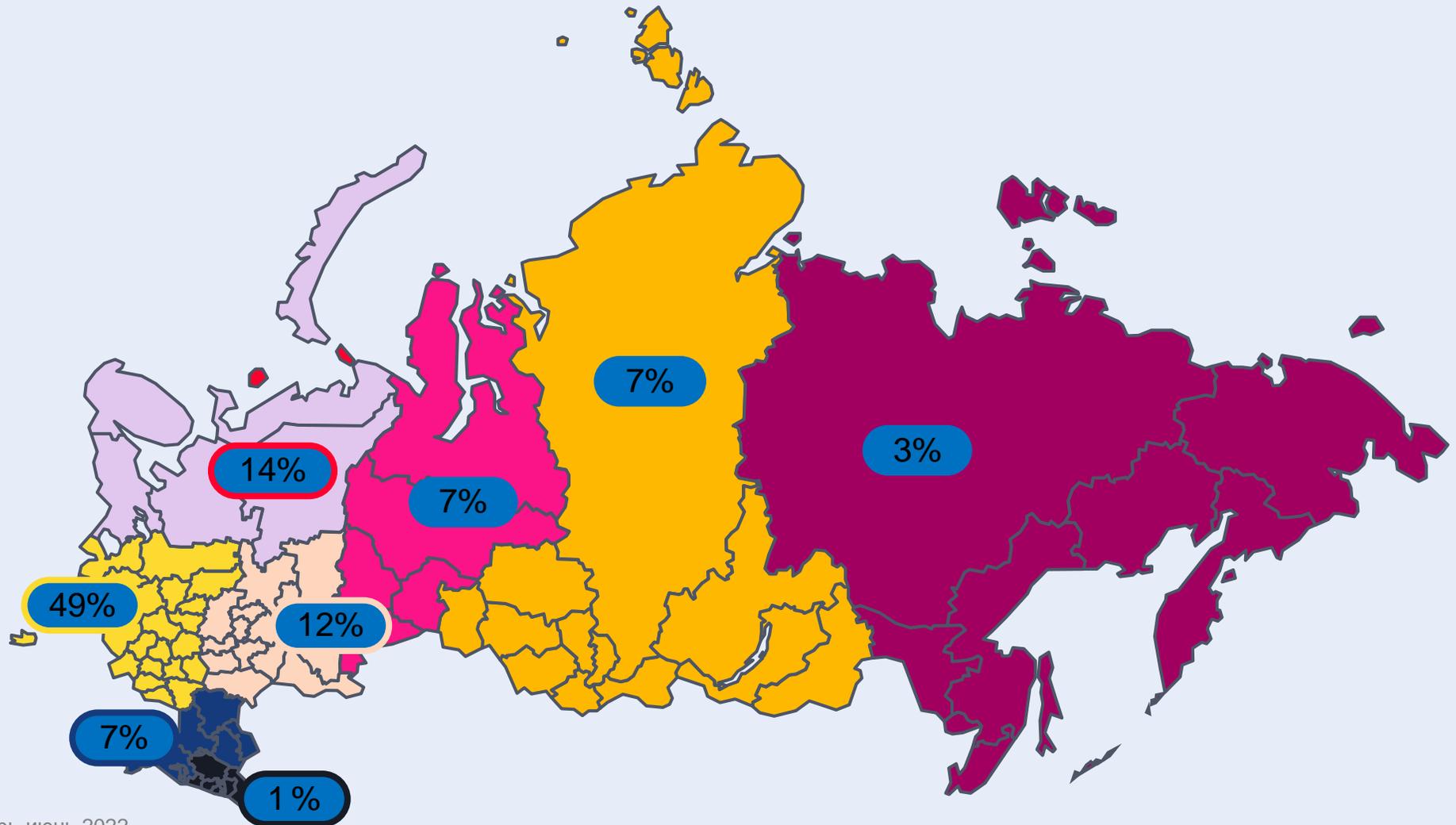
+6,5% или 621

тыс.

Рост среднего количества покупателей за первые 6 месяцев 2022 года в сравнении с аналогичным периодом прошлого года

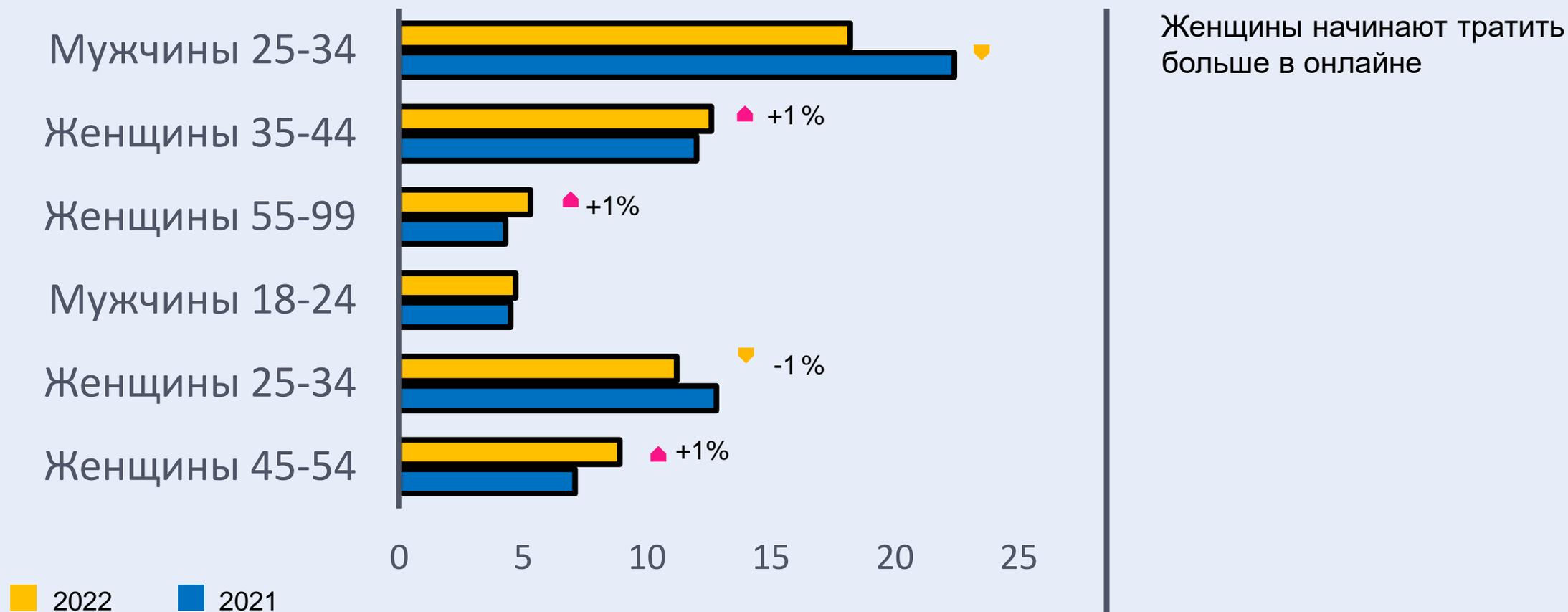
Распределение сегментов по округам

- Центральный
- Северо-Западный
- Приволжский
- Южный
- Сибирский
- Северо-Кавказский
- Уральский
- Дальневосточный



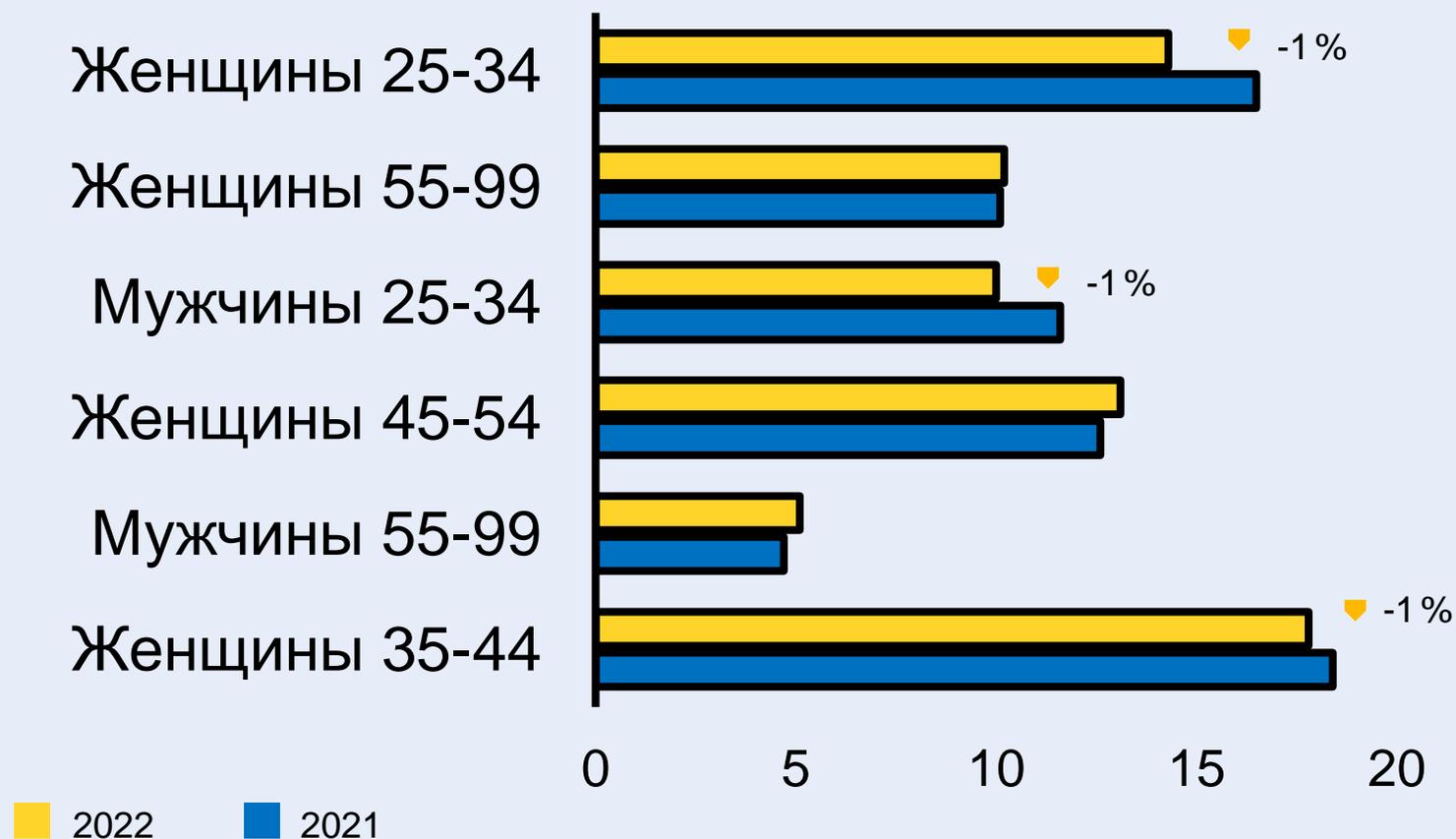
Динамика сегментов покупателей 2021/2022

оборот, руб.



Динамика сегментов покупателей 2021/2022

объем, шт.



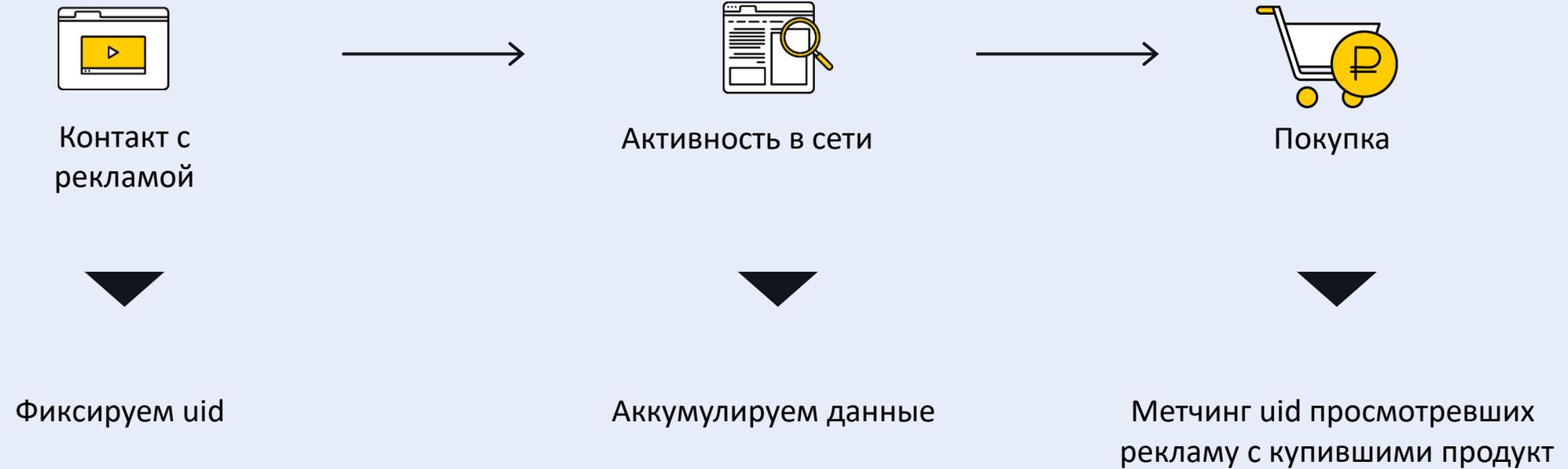
Произошло перераспределение долей сегментов в более взрослые аудитории

Замеры, исследования и сегменты в годовых сделках

Какие данные мы собираем



Методология анализа конверсий



Строим воронку от контакта с рекламой до покупки товара

Широкий охват без таргетинга по соц-дему (04.02-22.05)



11,5% от всех онлайн покупок Бренда

Бюджет на медиа	1 732 224 руб
Покупка Бренда после контактов с медиа	3 540
Сумма продаж	5 900 000 руб

Широкий охват с таргетингом по соц-дему (23.03-28.08)



14,5% от всех онлайн покупок Бренда

Бюджет на медиа	3 256 586 руб
Покупка Бренда после контактов с медиа	4 456
Сумма продаж	6 027 000 руб

Ретаргетинг с использованием сегментов (23.03-28.08)



10,6% от всех онлайн покупок Бренда

Бюджет на медиа	1 147 840 руб
Покупка Бренда после контактов с медиа	3 225
Сумма продаж	4 402 283 руб

Как мы анализируем данные для построения цепочек

Контакт

Yandex Media campaigns
Yandex Perform campaigns
E-com ADV campaigns
E-com Trade Activity

Фиксируем uid/data/time

Касания

Частота
Время

Аккумулируем данные

Покупка

Какой контакт привел к покупке

Метчим uid с рекламными инструментами в разрезе метрик (сколько, когда, последний контакт)

Gain & Loss анализ

Методология gain&loss анализа

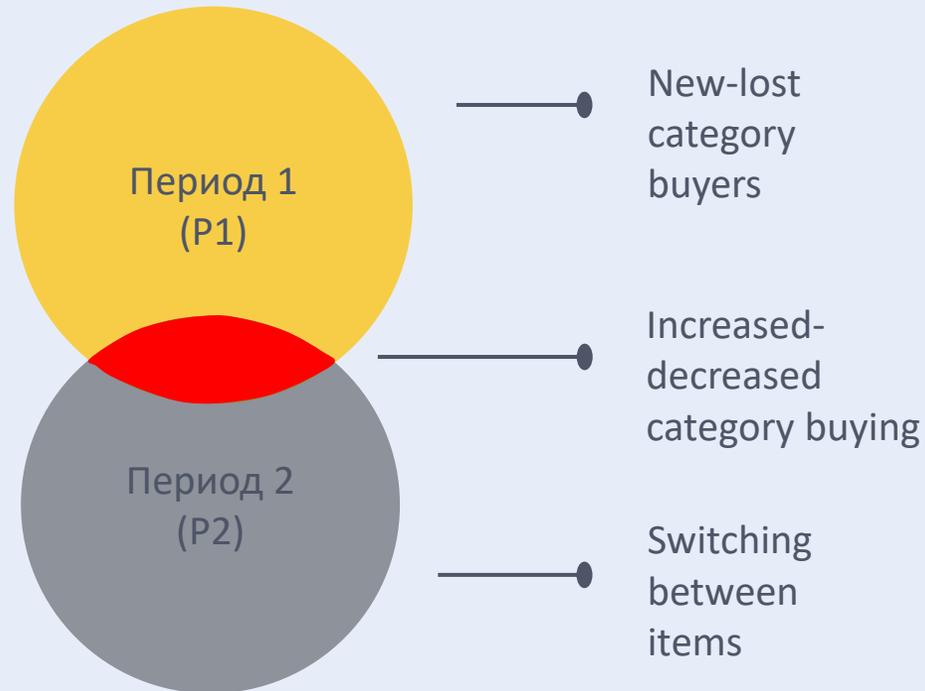
Источники данных

От магазинов партнёров

От Яндекс.Маркета —
о категориях, товарах
и их характеристиках

От Яндекса —
о пользователях
и поисковых запросах

Информация о пользователе (весь e-com)



**рассматриваем пользователей,
совершивших покупку в e-com
в обоих периодах*

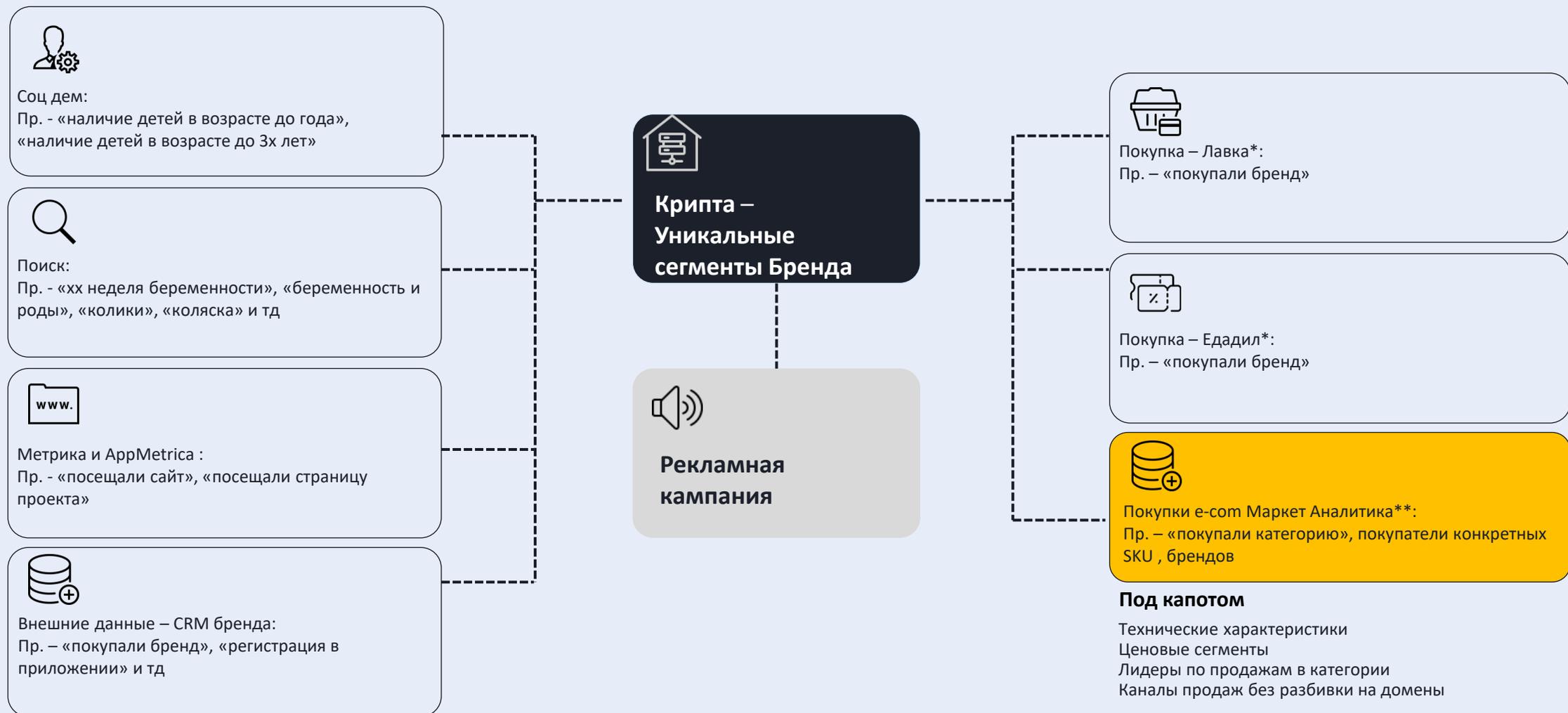
*Пользователи e-com,
покупавшие выбранную категорию
в одном из периодов*

*Пользователи e-com,
покупавшие выбранную
категирию в обоих периодах*

Сегменты



Пример сбора сегменты на основе данных о покупках ЕкомАналитики



* **Условия – включение

Спасибо!

Эдита Артамонова

Руководитель группы развития и продаж Яндекс Реклама

e.artamonova@yandex-team.ru

+7(903) 193-85-78