

22 июля 2020

Пандемия повысила спрос малого и среднего бизнеса Петербурга на e-commerce

Ведущие ИТ-эксперты – о стремительном росте объема рынка электронной коммерции и основных сферах интереса в этой области среди малых и средних компаний.

По данным Data Insight, в 2019 году объем рынка электронной коммерции в России составил \$30,6 млрд, а общая выручка интернет-магазинов – 1,6 трлн рублей. По подсчетам аналитиков, локдаун привел в интернет-торговлю как минимум 10 млн новых пользователей.

Крупнейшими российскими онлайн-ритейлерами эксперты Radius Group называют «Яндекс.Маркет» (10% рынка e-commerce) и Tmall (Alibaba, около 8,5%).

Директор по продуктам и инновациям VR_Bank Михаил Петров обращает внимание, что крупные игроки маркетплейс-платформ увидели кратный рост количества пользователей. Например, на Wildberries с января по апрель зарегистрировалось 950 новых поставщиков из Петербурга, что почти вдвое больше, чем в прошлом году, а продажи товаров в штучном выражении в апреле-июне увеличились более чем в 3 раза к 2019-му.

«В период пандемии e-commerce оставался одним из наиболее надежных каналов продаж. Всего сейчас на нашей платформе торгуют около 40 тыс. поставщиков, почти 20 тыс. из них – индивидуальные предприниматели», – рассказали в пресс-службе Wildberries. А на маркетплейсе Ozon весной



удвоилось количество продавцов из Петербурга.

Коронакризис доказал, что выход в онлайн – жизненно необходимое условие для большинства компаний малого и среднего бизнеса. «Это уже стандарт работы, онлайн-игроки будут все быстрее вытеснять офлайн-компании», – подчеркивает **эксперт по стратегии департаментов CRM & e-commerce ГК «КОРУС Консалтинг» Владимир Средников.**

Компании по разработке интернет-магазинов за последние месяцы зафиксировали прирост количества заказчиков. Директор по продукту компании «Факт» Владимир Борковский рассказал, что в условиях пандемии их стало больше на 25%. В основном это компании по доставке товаров (FMCG) и предоставлению образовательных услуг в режиме онлайн.

Основатель ИТ-компании Appomart Владимир Черный в свою очередь отмечает, что с апреля количество обращений действительно выросло в 2–3 раза, но, по его словам, это скорее «интерес» клиентов. «Количество запросов выросло, но количество сделок не растет пропорционально: нет денег», – поясняет он.

Эксперты отмечают, что заказчики уже начинают «запутываться в предложениях». «Многие продают “пилюли от пандемии для бизнеса”, не особо заботясь об отстройке от конкурентов. Рекламных лендингов стало больше, но что собой представляют новички - непонятно», – парирует Владимир Черный. По мнению Владимира Борковского, редкий бизнес готов довериться новичкам, предприниматели все же отдают предпочтение проверенным компаниям.

Источник: «Деловой Петербург»