

ЕСОМ Expo'19: крупнейшая и успешная

В конце мая в Сокольниках прошла традиционная выставка ЕСОМ Expo'19, организованная компанией Oborot.ru для российских интернет-магазинов. Это, безусловно, крупнейшая российская выставка в сфере электронной торговли с обширной деловой программой. В этом году ее посетили свыше 10 тыс.

представителей e-commerce бизнеса, рекорд поставило и количество экспонентов — 267. По подсчетам организаторов, 25 часов потребовалось бы одному посетителю, чтобы обойти все стенды, если каждой компании уделять по пять минут. И это без бизнес-программы и партнерских конференций!

В каждом из 7 залов в течение двух дней проводились секции деловой программы, посвященные вопросам IT, CRM и телефонии, автоматизации маркетинга, созданию сайтов и организации платежей, логистике и работе на последней миле, оптимизации работы складов, новым каналам продаж и доставки. Не были обойдены вниманием тенденции, существующие в российском e-commerce, и “болевые точки” по исполнению российского законодательства в области электронной торговли. Высказывались и прогнозы будущего развития интернет-торговли.

Тренды

Первое, что бросилось в глаза, — увеличение числа компаний, оказывающих интернет-магазинам различного рода услуги. Это лишний раз подтверждает не только рост российского e-commerce, но и частичную неудовлетворенность в существующих инструментах и услугах. Тем более в условиях жесткой конкуренции, которая также явно демонстрируется на фоне роста числа компаний в сегменте.

Еще один тренд, который отмечали участники деловой программы, связан с изменением потребительского поведения населения. Это — следствие конкуренции. Много компаний, много предлагаемых товаров и услуг — и покупатель чувствует себя королем! Для его завоевания и удержания требуются новые формы продаж, различ-

ные варианты доставки, новые инструменты для привлечения и т. д.

На фоне роста мелких компаний в среде e-commerce в последние годы весьма заметны и процессы глобализации. Рынки поглощаются гигантами, и уже многие из них, такие как продажа готовой еды, бытовой техники, одежды и обуви, косметики и т. п., практически монополизированы. Нет смысла конкурировать с гигантами. Выжить мелким магазинам в это время можно только за счет уникальности своих товаров, понимания именно своего клиента и правильной организации процессов.

Рост числа маркетплейсов — тренд, уже проявляющий себя не первый год. Некоторые торговые площадки были представлены и на выставке ЕСОМ Expo'19. Даже традиционные оффлайновые сети начинают через маркетплейсы продавать в онлайне. Это серьезная сила, и на одной

из секций эксперты рынка учили представителей небольших магазинов, как противостоять маркетплейсам, вплоть до блокировки их “всплывающих окон”.

Продолжает расти популярность выкупа товаров в пунктах выдачи заказов и постаматах. Ряд курьерских служб подтверждают эту тенденцию, увеличив объемы доставки в постаматы и пункты выдачи заказов (ПВЗ) партнеров и планируя устанавливать собственные постаматы.

К началу 2019 г. число постаматов в России составляло 5560, из них 1928 работали под брендом QIWI, 1605 — PickPoint, 1031 — Ozon, 812 — “Халва” (принадлежит X5 Retail Group и Совкомбанку). По мнению экспертов компании QIWI, к 2023 г. через постаматы в России будет доставляться 12 % всех посылок, а их сеть вырастет почти в пять раз и достигнет 24 тыс.

Активный рост этого канала доставки связан с запросом онлайн-по-

