

# «ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ – 2017»: ОТ ХАЙПА ДО ПРЕДИКТИВНОЙ АНАЛИТИКИ



В московском Центре международной торговли 18–20 октября прошла 13-я конференция «Электронная торговля». С 2005 года конференция – главное профессиональное событие российской интернет-торговли. Прошлогоднюю «ЭТ»-2016 посетили более 900 человек: топ-менеджеров и владельцев интернет-магазинов и мультимедийных ритейлеров. В этом году «ЭТ» побила собственные рекорды посещаемости: доклады 107 топ-спикеров слушали более 1 200 профессиональных участников. Организатор мероприятия – Oborot.ru.

Пленарную секцию «ЭТ» открыл заместитель министра промышленности и торговли РФ Виктор Евтухов. Представитель регулирующего госоргана познакомился с главными продавцами страны и представил проект «Стратегии развития электронной торговли в РФ до 2025 года». Минпромторг вынес документ на общественное обсуждение, которое продлится до 18 ноября. Виктор Евтухов предложил ритейлерам обсудить документ, в том числе на форуме Oborot.ru. «В России сейчас 40 тыс. интернет-магазинов, но пока в плане развития еще есть над чем работать, и часть этой работы – нормативно-правовое регулирование», – отметил В. Евтухов.

Ближайшее будущее e-commerce вместе с замминистра обсудили руко-

водитель Яндекс.Маркета Максим Гришаков, гендиректор Ozon Дэнни Перекальски, сооснователь и гендиректор Lamoda Нильс Тонзен, гендиректор Delivery Club Андрей Лукашевич, гендиректор Ticketland.ru Виталий Виноградов и другие представители российской интернет-торговли.

E-commerce стремительно развивается, и покупателям уже мало низких цен или неплохого сервиса. Они ждут впечатлений и эмоций. Как продать им эмоции, как построить единую систему взаимодействия с клиентом во всех каналах продаж, какие вещи помогут превратить случайного покупателя в лояльного клиента? В этом году «Электронная торговля» сконцентрировалась вокруг самой актуальной и во многом болезненной темы – клиентский опыт и лояльность. В докладах были и самые яркие, провокативные кейсы российского рынка, и аналитика от ведущих компаний.

Андрей Осинцев, руководитель коммерческой службы «Связной Трэвел», рассказал о ботах, которые умеют подбирать авиарейсы, шутить и утешать пользователя при возврате билетов: «У нас с вами много общего – я тоже никуда не лечу».

Анастасия Баулина, руководитель направления стратегических программ

для ритейла Nielsen, показала, что пути пользователя к покупке неисповедимы, а один и тот же запрос может закончиться в совершенно разных местах. Ритейлеры должны видеть эти возможности и аккуратно проводить покупателя туда, куда нужно.

Михаил Морозов, руководитель департамента интернет-маркетинга и электронной коммерции «М.Видео», показал на примерах, как анализ поведения клиентов в офлайне помогает онлайн-продажам сети. А Константин Баяндин, директор по онлайн-маркетингу и ценообразованию OZON.ru, продемонстрировал, как работает предиктивная аналитика компании.

В рамках «Электронной торговли» в московском клубе Icon 19 октября вручили главную российскую e-commerce-премию «Большой Оборот – 2017». Премия уже третий год присуждается лучшим на рынке мультимедийного ритейла. В этом году ее вручали сразу в 19 номинациях. Гран-при досталась мебельному ритейлеру Hoff, он же стал победителем в номинации «Инновации».

Мебельный магазин Divan.ru победил в номинации «Дебют» для новичков e-commerce.

«Мобильным магазином» года стала Lamoda, а ее основатель Нильс Тонзен был признан «Лучшим руководителем». «Человеком года», оказавшим наибольшее влияние на развитие отрасли, эксперты назвали Илью Айзена – сооснователя сервиса реферального маркетинга Flocktory. Победители остальных номинаций распределились следующим образом: «Прорыв года» – Delivery Club; «Клиентский сервис» – Деликатеска.ру; 54-ФЗ – Atol; «Последняя миля» – Pickpoint; «Платформа и бэк-офис» – TrackAD; «Digital-агентство» – RialWeb; «Лояльность и конверсия» – Retail Rocket; «Трафик» – Admitad; «Маркетинговая компания» – Tele2 shop; «Логистика» – DPD; «Платежи» – PayU.

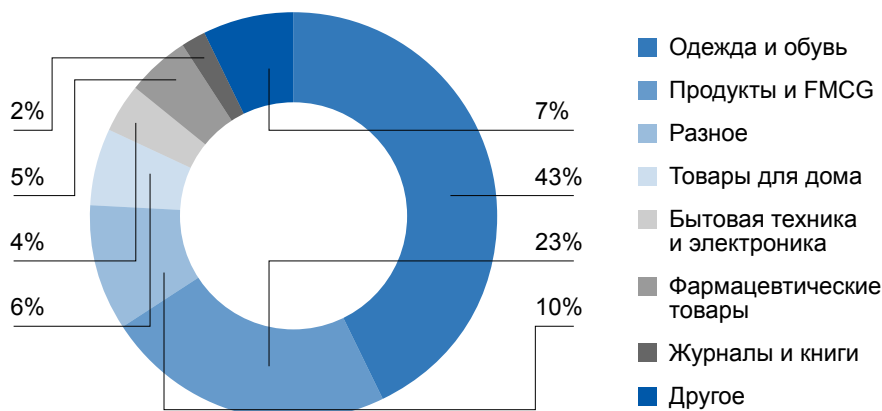
13-я «Электронная торговля» собрала рекордное число слушателей и вышла на новый уровень качества по контенту. 5 потоков докладов, 107 спикеров, 36 секций – в эти два дня был спрессован опыт всех лидеров рынка.

# СПРОС НА КРУПНЫЕ СКЛАДСКИЕ ПЛОЩАДИ СТИМУЛИРУЕТ ДЕВЕЛОПЕРОВ К НОВОМУ СТРОИТЕЛЬСТВУ

CBRE, ведущая международная консалтинговая компания в области недвижимости, подвела итоги III квартала 2017 г. на рынке складской недвижимости Москвы. Общий объем спроса за III квартал составил 363 тыс. м<sup>2</sup>, что на 16,7% превышает аналогичный показатель предыдущего квартала. Впервые за четыре года в структуре спроса преобладали сделки покупки (крупные договоры генподряда и BTS-строительства) – 59%. К аренде относятся только 39% транзакций. Девелоперы расширяют свой бизнес за пределы логистических парков и строят склады на земельных участках клиентов в рамках генерального подряда. Таким образом, генподряд становится важным элементом спроса, стимулирующим его рост.

Крупными сделками в III квартале 2017 г. в складском сегменте стали:

- строительство распределительного центра площадью 146 тыс. м<sup>2</sup> для онлайн-ритейлера Wildberries («А Плюс Девелопмент»);
- строительство склада площадью 69 тыс. м<sup>2</sup> в логистическом комплексе «Ориентир Север» для онлайн-ритейлера «Утконос»;
- аренда крупным фармацевтическим дистрибутором склада площадью 15 тыс. м<sup>2</sup> на складе «Ориентир Север 2» («Ориентир»). Сделка



Структура спроса в III квартале 2017 г. по товарным группам, %  
Источник: CBRE, III кв. 2017 г.

была закрыта при участии компании CBRE.

Спрос в III квартале сгенерирован в основном крупными компаниями сектора e-commerce (62%). В структуре сделок по типам размещенных на складах товаров преобладают одежда и продукты, а также товары повседневного спроса.

По итогам 2017 г. общая площадь сделок может достичь отмет-

ки в 1,1 млн м<sup>2</sup>, превысив результаты прошлого года, а общий объем строительства – 600 тыс. м<sup>2</sup>.

Крупные проекты, анонсированные в 2017 г.:

- «Ориентир Запад» (400 тыс. м<sup>2</sup>), Новорижское шоссе, девелопер – компания «Ориентир» (ранее – «Логопарк Девелопмент»);
- PNK «Парк Новая Рига» (300 тыс. м<sup>2</sup>), Новорижское шоссе, девелопер – PNK Group;
- PNK «Парк Жуковский» (500 тыс. м<sup>2</sup>), Новорязанское шоссе, девелопер – PNK Group.

По мнению Антона Алябьева, директора отдела индустриальной и складской недвижимости CBRE, спрос в прошедшем квартале продемонстрировал значительный рост за счет крупных сделок по строительству built-to-suit складов на новых площадках. В связи с этим на рынке вновь появляется интерес к спекулятивному строительству – был анонсирован ряд перспективных проектов. Кроме того, девелоперы проявляют гибкость в работе с крупными клиентами, предлагая, например, возможность строительства склада на их земельном участке в рамках генерального подряда.

## Основные показатели рынка складской недвижимости Московской области

	2015	2016	2017
Общее предложение на конец периода, класс А, млн м <sup>2</sup>	9,47	10,3	10,9
Объем нового строительства, млн м <sup>2</sup>	0,69	0,87	0,6
Объем заключенных сделок, млн м <sup>2</sup>	1,2	1,01	1,1
Средняя ставка аренды, руб./м <sup>2</sup> /год	4 200	3 300	3 500
Доля свободных площадей, %	11,2	12,8	12,0

Источник: CBRE, III квартал 2017 г.