

# Функции Интернет

- Информационный поиск
- Коммуникации
- Рабочая среда
- Развлечения
- Трансакции

## Интерактивные каналы Интернет

1. Интернет-сайты компаний
2. Онлайновые сообщества (сервисов соцсетей (в т.ч., блоги), форумы, новостные группы, рассылочные и дискуссионные листы, электронные доски объявлений )
3. Э-маркетинг на других интернет-сайтах (контентные, порталы для широкой публики, самоидентичности)

# WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS

DEC 31, 2014 - Mid-Year Update

<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

World Regions	Population ( 2015 Est.)	Internet Users Dec. 31, 2000	Internet Users Latest Data	Penetration (% Population)	Growth 2000-20 15	Users % of Table
<a href="#"><u>Africa</u></a>	1,158,353,014	4,514,400	318,633,889	27.5 %	6,958.2 %	10.3 %
<a href="#"><u>Asia</u></a>	4,032,654,624	114,304,000	1,405,121,036	34.8 %	1,129.3 %	45.6 %
<a href="#"><u>Europe</u></a>	827,566,464	105,096,093	582,441,059	70.4 %	454.2 %	18.9 %
<a href="#"><u>Middle East</u></a>	236,137,235	3,284,800	113,609,510	48.1 %	3,358.6 %	3.7 %
<a href="#"><u>North America</u></a>	357,172,209	108,096,800	310,322,257	86.9 %	187.1 %	10.1 %
<a href="#"><u>Latin America / Caribbean</u></a>	615,583,127	18,068,919	322,422,164	52.4 %	1,684.4 %	10.5 %
<a href="#"><u>Oceania / Australia</u></a>	37,157,120	7,620,480	26,789,942	72.1 %	251.6 %	0.9 %
<b><a href="#"><u>WORLD TOTAL</u></a></b>	<b>7,264,623,793</b>	<b>360,985,492</b>	<b>3,079,339,857</b>	<b>42.4 %</b>	<b>753.0 %</b>	<b>100.0 %</b>

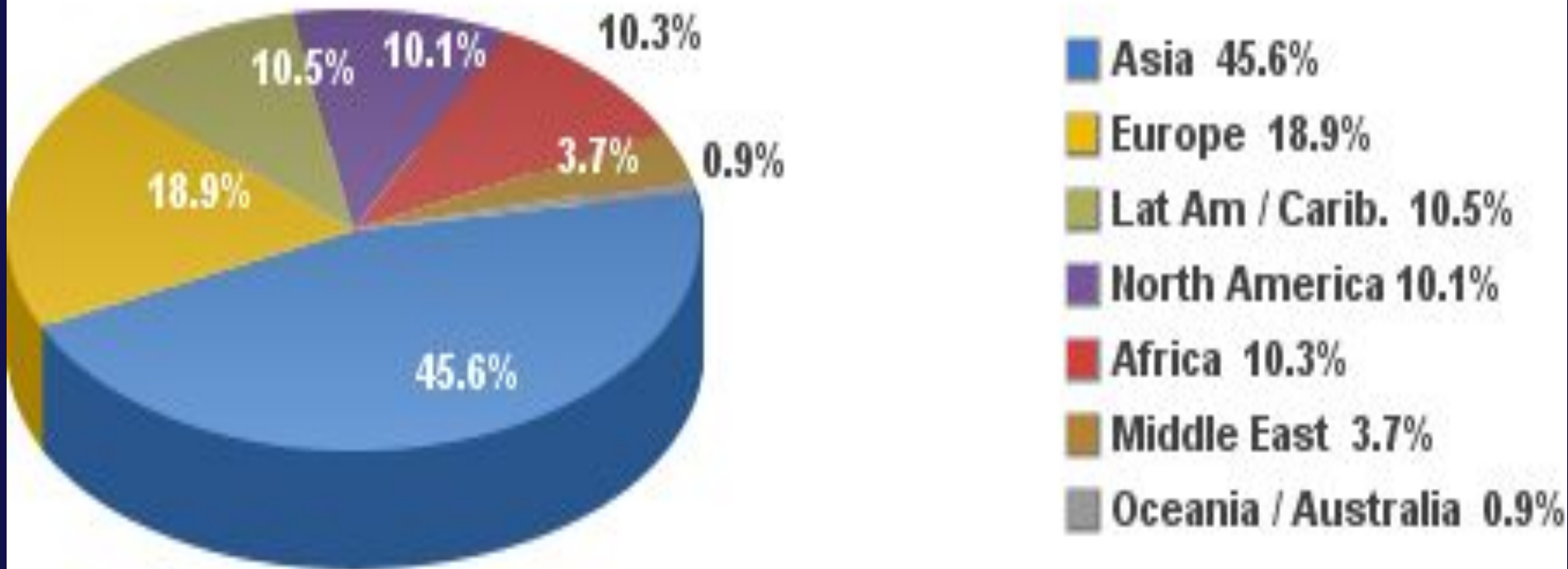
# Internet usage worldwide,

[www.internetworldstats.com/stats.htm](http://www.internetworldstats.com/stats.htm)

<b>WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS      March 31, 2011</b>						
<b>World Regions</b>	<b>Population ( 2011 Est.)</b>	<b>Internet Users Dec. 31, 2000</b>	<b>Internet Users Latest Data</b>	<b>Penetration (% Popul-n)</b>	<b>Growth 2000-2011</b>	<b>Users % of Table</b>
<b>Africa</b>	1,037,524,058	4,514,400	<b>118,609,620</b>	11.4 %	2,527.4 %	5.7 %
<b>Asia</b>	3,879,740,877	114,304,000	<b>922,329,554</b>	23.8 %	706.9 %	44.0 %
<b>Europe</b>	816,426,346	105,096,093	<b>476,213,935</b>	58.3 %	353.1 %	22.7 %
<b>Middle East</b>	216,258,843	3,284,800	<b>68,553,666</b>	31.7 %	1,987.0 %	3.3 %
<b>North America</b>	347,394,870	108,096,800	<b>272,066,000</b>	78.3 %	151.7 %	13.0 %
<b>Latin America / Carib.</b>	597,283,165	18,068,919	<b>215,939,400</b>	36.2 %	1,037.4 %	10.3 %
<b>Oceania / Australia</b>	35,426,995	7,620,480	<b>21,293,830</b>	60.1 %	179.4 %	1.0 %
<b>WORLD TOTAL</b>	<b>6,930,055,154</b>	<b>360,985,492</b>	<b>2,095,006,005</b>	<b>30.2 %</b>	<b>480.4 %</b>	<b>100.0 %</b>

# Internet Users in the World

## Distribution by World Regions - 2014 Q4

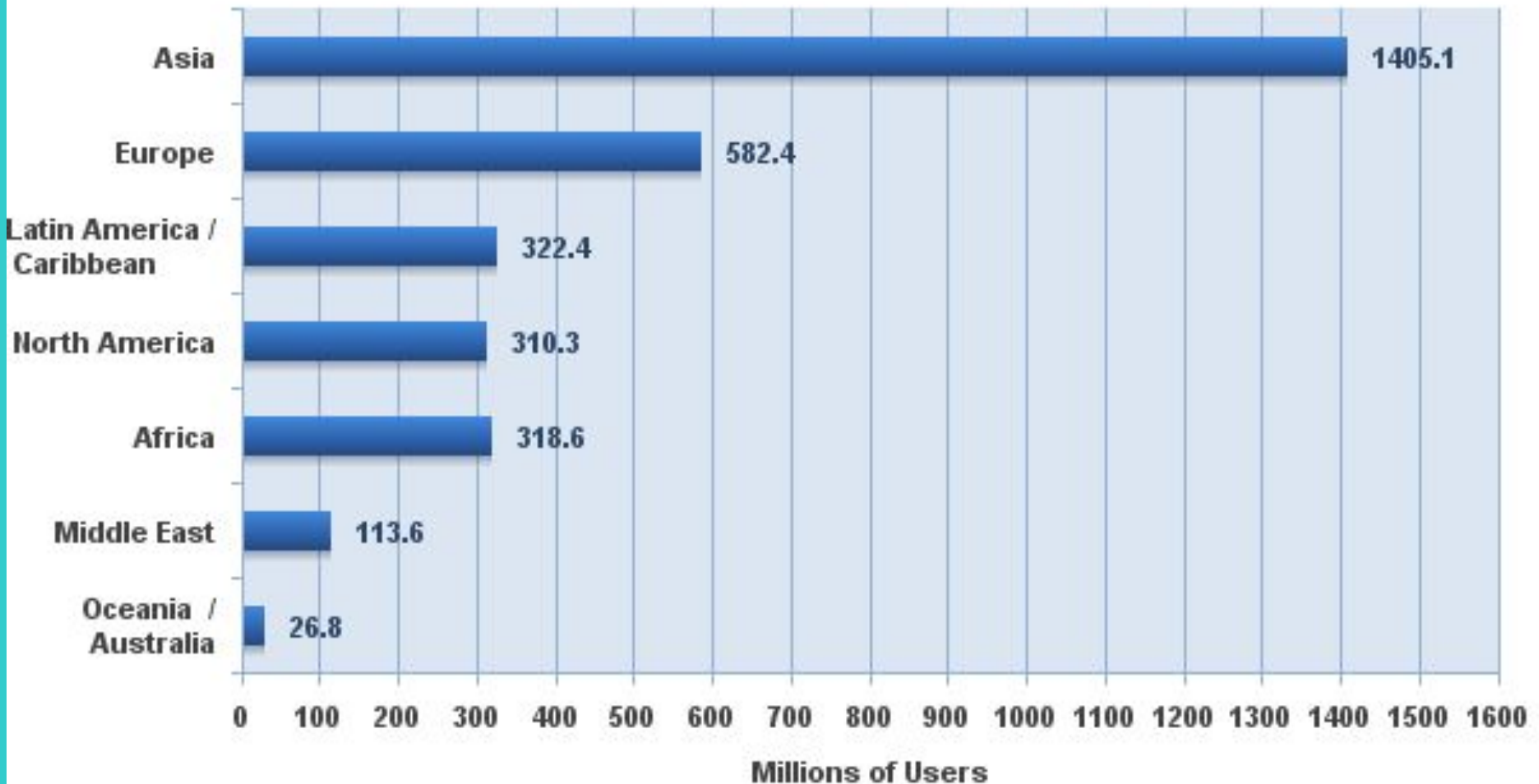


Source: Internet World Stats - [www.internetworldstats.com/stats.htm](http://www.internetworldstats.com/stats.htm)

Basis: 3,079,339,857 Internet users on Dec 31, 2014

Copyright © 2015, Miniwatts Marketing Group

# Internet Users in the World by Geographic Regions - 2014 Q4

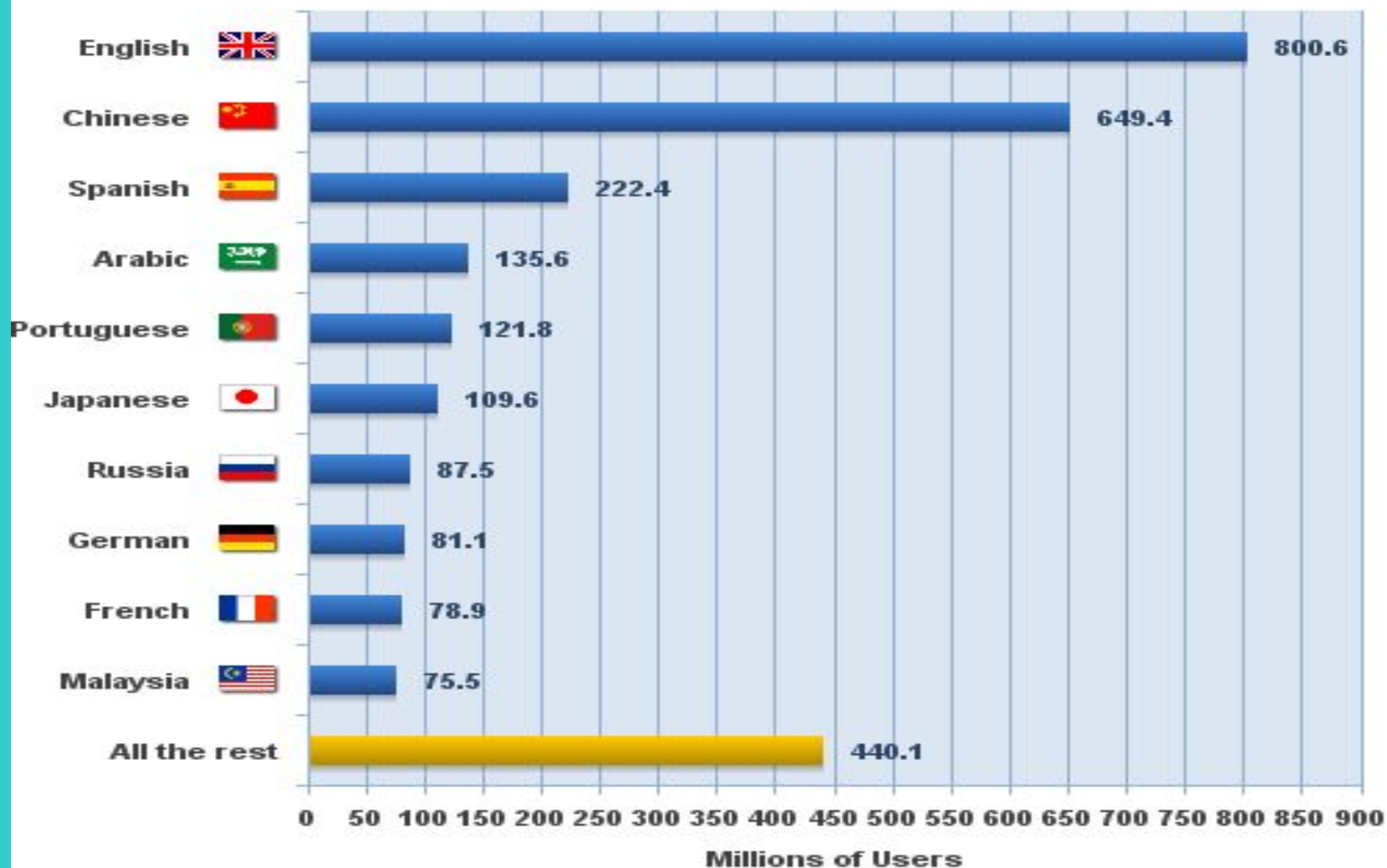


Source: Internet World Stats - [www.internetworldstats.com/stats.htm](http://www.internetworldstats.com/stats.htm)

3,079,339,857 Internet users estimated for Dec 31, 2014

Copyright © 2015, Miniwatts Marketing Group

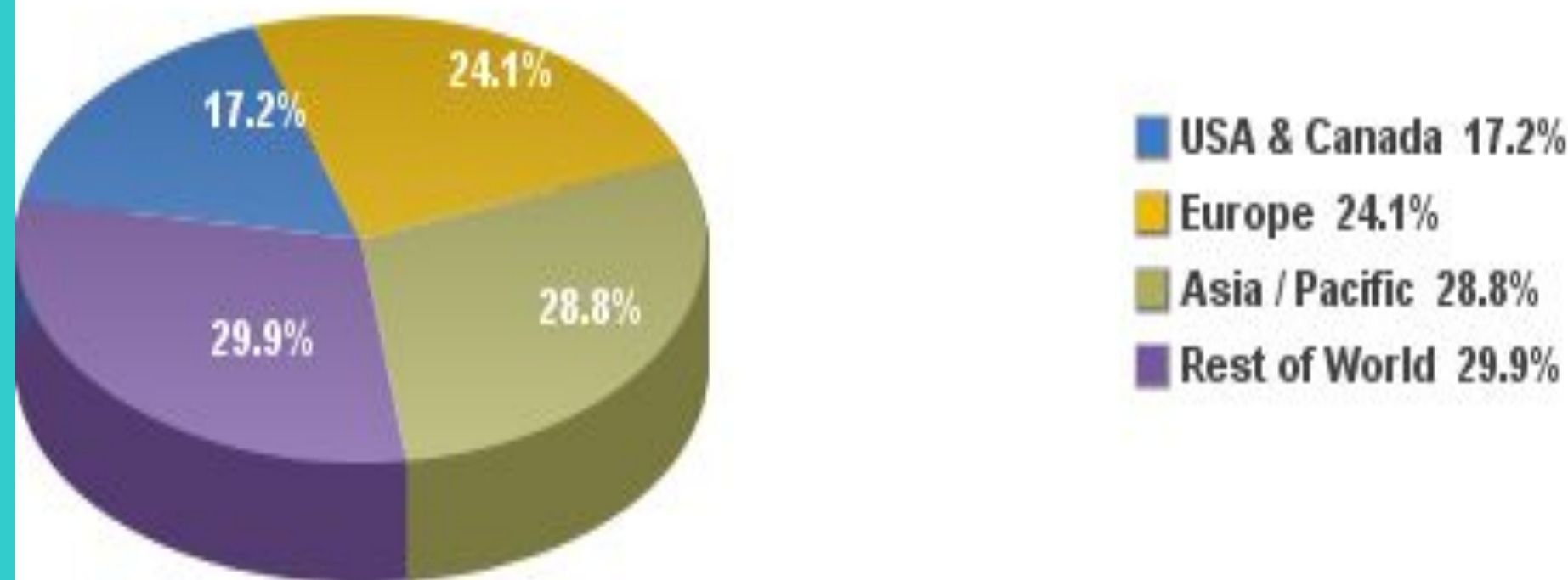
# Top Ten Languages in the Internet 2013 - in millions of users



Source: Internet World Stats - [www.internetworldstats.com/stats7.htm](http://www.internetworldstats.com/stats7.htm)  
Estimated Internet users are 2,802,478,934 on December 31, 2013  
Copyright © 2014, Miniwatts Marketing Group

# Facebook Users in the World

## Daily Active Users (DAU) - 2015Q1



Source: Internet World Stats - [www.internetworldstats.com/facebook.htm](http://www.internetworldstats.com/facebook.htm)

Basis: Facebook Published Data, retrieved on April 26, 2015

Copyright © 2015, Miniwatts Marketing Group



# List of Countries by Internet Usage (2014)

<http://www.internetlivestats.com/internet-users/> )

List of

RANK	Country	Internet Users	1 Year Growth %	1 Year User Growth	Total Country Population	1 Yr Population Change (%)	Penetration (% of Pop. with Internet)	Country's share of World Population	Country's share of World Internet Users
1	<a href="#">China</a>	641,601,070	4%	24,021,070	1,393,783,836	0.59%	46.03%	19.24%	21.97%
2	<a href="#">United States</a>	279,834,232	7%	17,754,869	322,583,006	0.79%	86.75%	4.45%	9.58%
3	<a href="#">India</a>	243,198,922	14%	29,859,598	1,267,401,849	1.22%	19.19%	17.50%	8.33%
4	<a href="#">Japan</a>	109,252,912	8%	7,668,535	126,999,808	-0.11%	86.03%	1.75%	3.74%
5	<a href="#">Brazil</a>	107,822,831	7%	6,884,333	202,033,670	0.83%	53.37%	2.79%	3.69%
6	<a href="#">Russia</a>	84,437,793	10%	7,494,536	142,467,651	-0.26%	59.27%	1.97%	2.89%
7	<a href="#">Germany</a>	71,727,551	2%	1,525,829	82,652,256	-0.09%	86.78%	1.14%	2.46%
8	<a href="#">Nigeria</a>	67,101,452	16%	9,365,590	178,516,904	2.82%	37.59%	2.46%	2.30%
9	<a href="#">United Kingdom</a>	57,075,826	3%	1,574,653	63,489,234	0.56%	89.90%	0.88%	1.95%
10	<a href="#">France</a>	55,429,382	3%	1,521,369	64,641,279	0.54%	85.75%	0.89%	1.90%



## TOP 20 COUNTRIES WITH HIGHEST NUMBER OF INTERNET USERS

#	Country or Region	Population, 2011 Est	Internet Users Year 2000	Internet Users Latest Data	Penetration (% Population)	World % Users
1	China	1,336,718,015	22,500,000	485,000,000	36.3 %	23.0 %
2	United States	313,232,044	95,354,000	245,000,000	78.2 %	11.6 %
3	India	1,189,172,906	5,000,000	100,000,000	8.4 %	4.7 %
4	Japan	126,475,664	47,080,000	99,182,000	78.4 %	4.7 %
5	Brazil	203,429,773	5,000,000	75,982,000	37.4 %	3.6 %
6	Germany	81,471,834	24,000,000	65,125,000	79.9 %	3.1 %
7	Russia	138,739,892	3,100,000	59,700,000	43.0 %	2.8 %
8	United Kingdom	62,698,362	15,400,000	51,442,100	82.0 %	2.4 %
9	France	65,102,719	8,500,000	45,262,000	69.5 %	2.1 %
10	Nigeria	155,215,573	200,000	43,982,200	28.3 %	2.1 %
11	Indonesia	245,613,043	2,000,000	39,600,000	16.1 %	1.9 %
12	Korea	48,754,657	19,040,000	39,440,000	80.9 %	1.9 %
13	Iran	77,891,220	250,000	36,500,000	46.9 %	1.7 %
14	Turkey	78,785,548	2,000,000	35,000,000	44.4 %	1.7 %
15	Mexico	113,724,226	2,712,400	34,900,000	30.7 %	1.7 %
16	Italy	61,016,804	13,200,000	30,026,400	49.2 %	1.4 %
17	Philippines	101,833,938	2,000,000	29,700,000	29.2 %	1.4 %
18	Spain	46,754,784	5,387,800	29,093,984	62.2 %	1.4 %
19	Vietnam	90,549,390	200,000	29,268,606	32.3 %	1.4 %
20	Argentina	41,769,726	2,500,000	27,568,000	66.0 %	1.3 %
<b>TOP 20 Countries</b>		<b>4,578,950,118</b>	<b>275,424,200</b>	<b>1,601,772,290</b>	<b>35.0 %</b>	<b>75.9 %</b>
<b>Rest of the World</b>		<b>2,351,105,036</b>	<b>85,561,292</b>	<b>508,993,520</b>	<b>21.6 %</b>	<b>24.1 %</b>
<b>Total World - Users</b>		<b>6,930,055,154</b>	<b>360,985,492</b>	<b>2,110,765,810</b>	<b>30.5 %</b>	<b>100.0 %</b>

# Internet and New Economy

- Internet-based applications and technologies underlie major advances in science, mass communications, business organization, transport management, education and e-government, environmental monitoring
- Internet is a growing research and educational environment
  - Ebsco, ProQuest, Emerald
- distinct information networks (data, video, telephony) are now converging towards the Internet – PDM, IP telephony, PCTV
- Contemporary world can be identified as Internet-centric
- Internet technologies' changes constantly challenge cultural, political, legal and regulatory frameworks . They disrupt and put in question many existing business models in areas such as media and content production, education and science, marketing and promotion, human resource management, engineering and design, tourism, transportation. But also create enormous opportunities for innovation and growth.

# Коллаборативные инструменты Интернет и Интранет

1. Сервисы соц-сетей,  
в тч. блоги (Blog, Web-log) – идеи, взгляды
2. Разделяемый десктоп / рабочее пространство (shared desktop, shared workspace – проекты, дизайн, исс-я, CRM,
3. Форум/ доска объявлений (асинхронность, модерация)
4. Мгновенные сообщения (Instant messaging, синхрон-ть)
5. Подкасты (podcasting, медиа загрузка; новости, обращения, обучение)
6. Web-конференции (web-conferencing; webinars)
7. Wiki

# Э-бизнес, э-коммерция, Инт-маркетинг



# Электронный бизнес и э-коммерция

**Электронный бизнес** (electronic business) – ведение бизнеса через Интернет или другие электронные сети; все формы электронной бизнес-деятельности. Примеры - электронная коммерция (e-commerce) или электронная торговля (e-trade), электронный консалтинг (e-consulting), электронное издательство (e-publishing house)

**Электронная коммерция** (e-commerce, electronic commerce) - комплексная деятельность, ведущаяся посредством телекоммуникационных сетей и включающая: выявление потребителей путем сбора и анализа бизнес-информации, проведение бизнес-транзакций и поддержание онлайн-отношений с потребителями.

# Рынок э-коммерции

	2011	2015
Объем рынка э-коммерции, млрд долл		
США	220	340
РФ	12	30
Доля э-коммерции в товарообороте, %		
США	5,5	7,5
РФ	1,5	3,0

Адаптировано, <http://digit.ru/telecom/20120330/390561856.html>

# Интернет-торговля, объем, РФ

2008 г – 3,5 млрд.долл.

2010 г – 181 млрд руб = 6 млрд долл

[http://www.bizhit.ru/index/e\\_commerce\\_oborot/0-159](http://www.bizhit.ru/index/e_commerce_oborot/0-159)

2011 г. – 320 млрд руб =10,6 млрд. долл

2012 г - 13 млрд долл. (10,4 "Коммерсанта", №30 (5061), 19.02.2013 )

2015 г - 35 млрд. Долл (36 млрд.д., 4,5% от розн

продаж "Коммерсантъ", №30 (5061), 19.02.2013 )

2020 г – 100 млрд.долл

(Data Isight, [www.kommersant.ru/doc/1891668](http://www.kommersant.ru/doc/1891668)Data Isight,

[www.kommersant.ru/doc/1891668](http://www.kommersant.ru/doc/1891668)\_Data Isight, [www.kommersant.ru/doc/1891668](http://www.kommersant.ru/doc/1891668)

[2012-03-12](http://www.kommersant.ru/doc/1891668)

Доля интернет-продаж в обороте розничной

торговли в России составила в 2011 году - всего

1,6%, в 2012 - 2,2% ("Коммерсантъ", №30 (5061), 19.02.2013 )

что в 3,5 раза меньше, чем в Европе, и в 4 раза меньше, чем в США <http://itsz.ru/news/n98068/>



# E-commerce

E-commerce includes and influence such spheres as

- electronic funds transfer,
- supply chain management,
- Internet marketing,
- online transaction processing,
- electronic data interchange (EDI),
- inventory management systems, and
- automated data collection systems

# Э-маркетинг и интернет-маркетинг

**Электронный маркетинг** (electronic marketing) - маркетинг, использующий электронные средства для разработки, реализации и оценки маркетинговых решений – компьютерные сети, электронные базы данных, телекоммуникации.

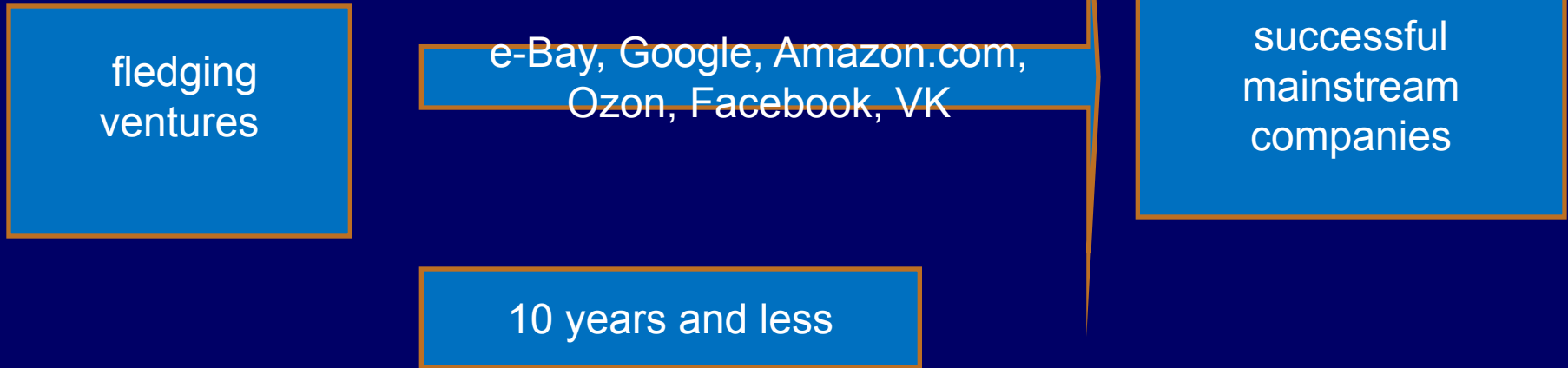
[e-Bay](#), [Google](#), [Amazon.com](#), [Ozon.ru](#)

**Интернет- маркетинг** (internet marketing) - маркетинг, использующий **Интернет** для разработки, реализации и оценки маркетинговых решений – компьютерные сети, электронные базы данных, телекоммуникации.

[www.renacoder.com](#) , [www.freelance.ru](#),  
[www.hh.ru](#), [www..superjob.ru](#) , [Uber](#), [Airbnb](#)

# Internet and New Economy

New internet-business appeared



New internet-services such as Skype, ICQ, iTunes and YouTube, have become part of the daily life for millions of people around the world

Between 2004 and 2007, the number of registered Skype users worldwide increased by over 50 times, up to 276 million

# Internet Economy

The Internet Economy refers to conducting business through markets whose **infrastructure** is based on the Internet and World-Wide Web

An Internet economy **differs** from a traditional economy in a number of ways, including: communication, market segmentation, distribution costs, and price.

Internet economy is **global**, it grows rapidly and challenges traditional economy institutions, national cultures, policies and law

# Market capitalization of the largest internet companies worldwide as of May 2015 (in billion U.S. dollars)

Google	373
Alibaba	233
Facebook	226
Amazon.com	199
Tencent	190
eBay	73
Baidu	72
Priceline.com	63
Salesforce.com	49
JD.com	48

# New challenges for marketers

Internet Economy **encompass** previously off-line industries (mass media, publishing, transport, trade and commerce, tourism), and markets and has **created a new ones** (internet-access, internet advertising, internet publishing, IP-telephony, distant learning, e-taxi, e-accomodation . . .)

Speed and global scale in conjunction with personalisation and interactivity are obvious **advantages** of internet-technologies.

Traditional **marketing-mix** (4 “P”) is more often developed and realized through Internet – in part or even completely .

Products: software, graphics, papers;

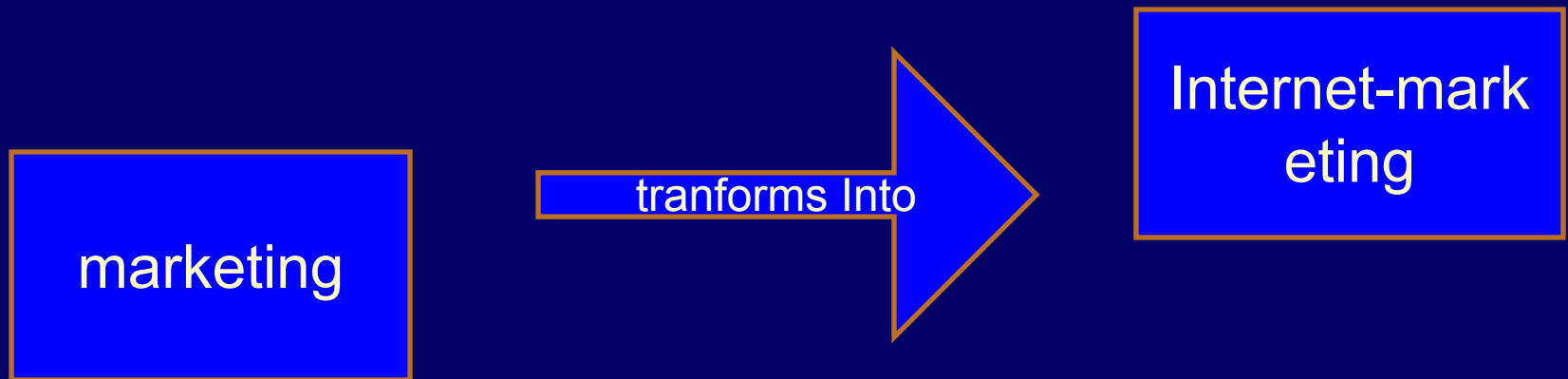
Services: hosting, coding, design and web-design, SEO, translation, copywriting, headhunting, mediaplanning, advertising, sales promotion, research , survey (CAWI), teleconferencing, social media services, internet-marketing, taxi ...

# New challenges for marketers

[www.rentacoder.com](http://www.rentacoder.com) , [www.freelance.ru](http://www.freelance.ru), [www.hh.ru](http://www.hh.ru),  
[www.superjob.ru](http://www.superjob.ru), [Airbnb.com](http://Airbnb.com), [Uber.com](http://Uber.com)

[www.idk.ru](http://www.idk.ru) (commodities exchange; agricultural products),  
[www.b2b-energo.ru](http://www.b2b-energo.ru)

Growing part of marketing mix decision in internet-centric world **can not be** developed and implemented without internet-based technologies





# Most Popular Internet Activities

The average time spent by Americans 13–64 with different online activities.

Internet Activities	Time spent engaging in activity (minutes per day)
Social networks	37
Email	33
Online video	24
Search	22
Online games	17
Blogs	7
Online radio	6
Online newspapers	6
Online magazines	3
Other	31

*Source: Statista.com, 2012.*

формации в Интернет для

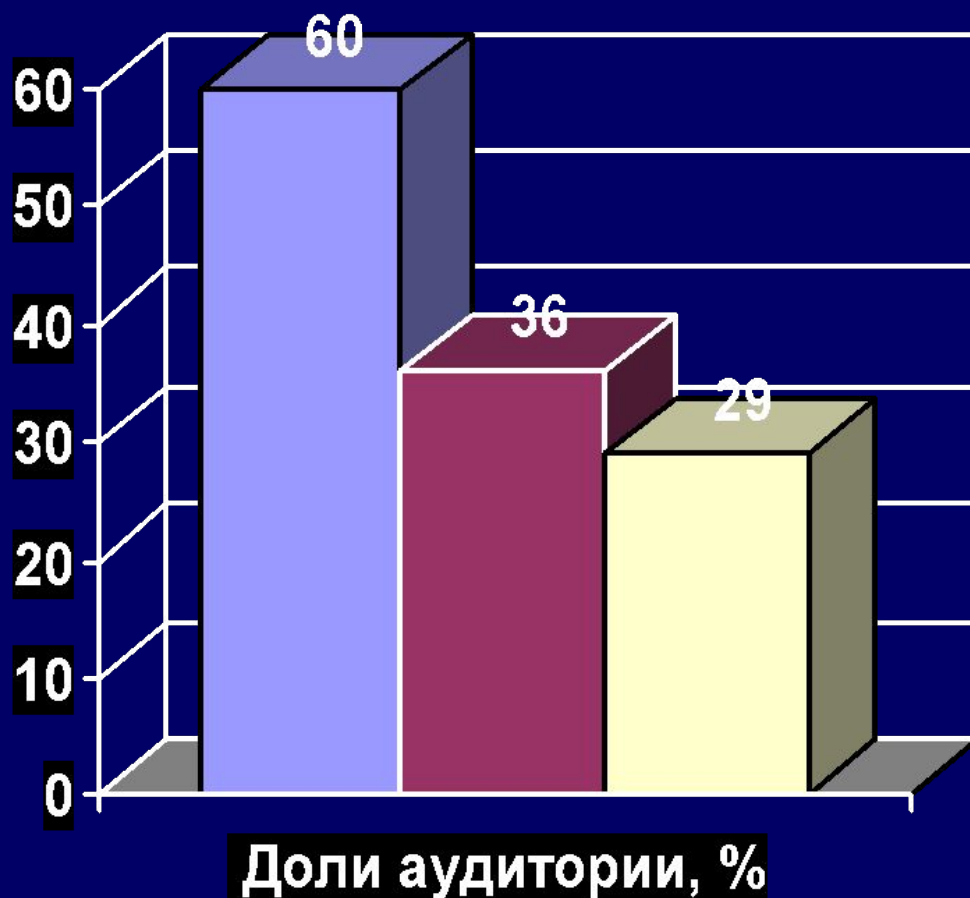
Покупка  
online



Покупка offline

Влияние интернет-поиска на покупки off-line

# Что делают в Интернет посетители (США), 2004



- 60% - ищут информацию (в т.ч. новости 46%)
- 36% - проходят обучение
- 29% - выполняют задачи, составляющие их работу

## B2C Ecommerce Sales Worldwide, by Region, 2012-2017

billions

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Asia-Pacific	\$301.2	\$383.9	\$525.2	\$681.2	\$855.7	\$1,052.9
North America	\$379.8	\$431.0	\$482.6	\$538.3	\$597.9	\$660.4
Western Europe	\$276.8	\$308.9	\$342.0	\$374.5	\$404.0	\$432.6
Central & Eastern Europe	\$41.5	\$49.5	\$58.0	\$64.4	\$68.9	\$73.1
Latin America	\$37.6	\$48.1	\$57.7	\$64.9	\$70.6	\$74.6
Middle East & Africa	\$20.6	\$27.0	\$33.8	\$39.6	\$45.5	\$51.4
<b>Worldwide</b>	<b>\$1,057.6</b>	<b>\$1,248.4</b>	<b>\$1,499.2</b>	<b>\$1,762.7</b>	<b>\$2,042.5</b>	<b>\$2,345.0</b>

*Note: includes products and services ordered and leisure and unmanaged business travel sales booked using the internet via any device, regardless of the method of payment or fulfillment; numbers may not add up to total due to rounding*

*Source: eMarketer, Jan 2014*

# Е-commerce в мире





## B2C Ecommerce Sales Growth Worldwide, by Country, 2012-2017

% change

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
China*	93.7%	78.5%	63.8%	43.3%	34.4%	29.4%
Indonesia	85.0%	71.3%	45.1%	37.2%	26.0%	22.0%
India**	35.9%	34.9%	31.5%	30.3%	24.5%	20.0%
Argentina	31.1%	6.3%	24.0%	18.0%	12.0%	10.0%
Mexico	55.8%	41.9%	20.0%	14.5%	10.0%	5.0%
Brazil	21.8%	16.5%	19.1%	8.5%	6.9%	6.0%
Russia	34.4%	19.4%	17.1%	10.8%	6.9%	5.2%
Italy	17.0%	16.8%	15.3%	13.5%	12.0%	10.6%
Canada	15.0%	14.2%	14.0%	13.5%	12.5%	11.5%
Spain	10.0%	10.0%	13.8%	11.9%	10.0%	8.0%
Sweden	18.4%	16.2%	13.3%	10.3%	9.0%	8.4%
UK	13.7%	13.7%	12.2%	10.2%	8.2%	7.3%
US***	14.2%	13.4%	11.8%	11.4%	10.9%	10.4%
Norway	14.9%	12.7%	11.0%	10.8%	8.1%	7.2%
Denmark	14.3%	12.4%	10.6%	8.9%	6.5%	5.9%
France	32.3%	10.3%	10.0%	9.8%	7.6%	7.1%
Netherlands	12.7%	11.4%	9.4%	8.4%	6.3%	5.3%
South Korea	12.7%	9.6%	7.4%	4.8%	4.3%	3.6%
Germany	25.6%	5.7%	7.4%	6.9%	6.5%	6.1%
Japan	12.3%	-10.2%	7.1%	6.7%	5.6%	5.0%
Australia	10.5%	6.0%	5.7%	5.1%	5.0%	4.2%
Finland	4.3%	4.4%	3.7%	3.2%	2.7%	2.5%
<b>Worldwide</b>	<b>22.2%</b>	<b>18.0%</b>	<b>20.1%</b>	<b>17.6%</b>	<b>15.9%</b>	<b>14.8%</b>

Note: includes products and services ordered and leisure and unmanaged business travel sales booked using the internet via any device, regardless of the method of payment or fulfillment; \*includes sales from businesses that occur over C2C platforms; excludes Hong Kong; \*\*digital travel sales represent roughly 70% of B2C ecommerce sales; \*\*\*excludes event tickets

Source: eMarketer, Jan 2014

# Он-лайн торговля РФ, ритейл

1.4 трлн руб., РФ (2015 г.) , 7% рост

736 млрд (2012)

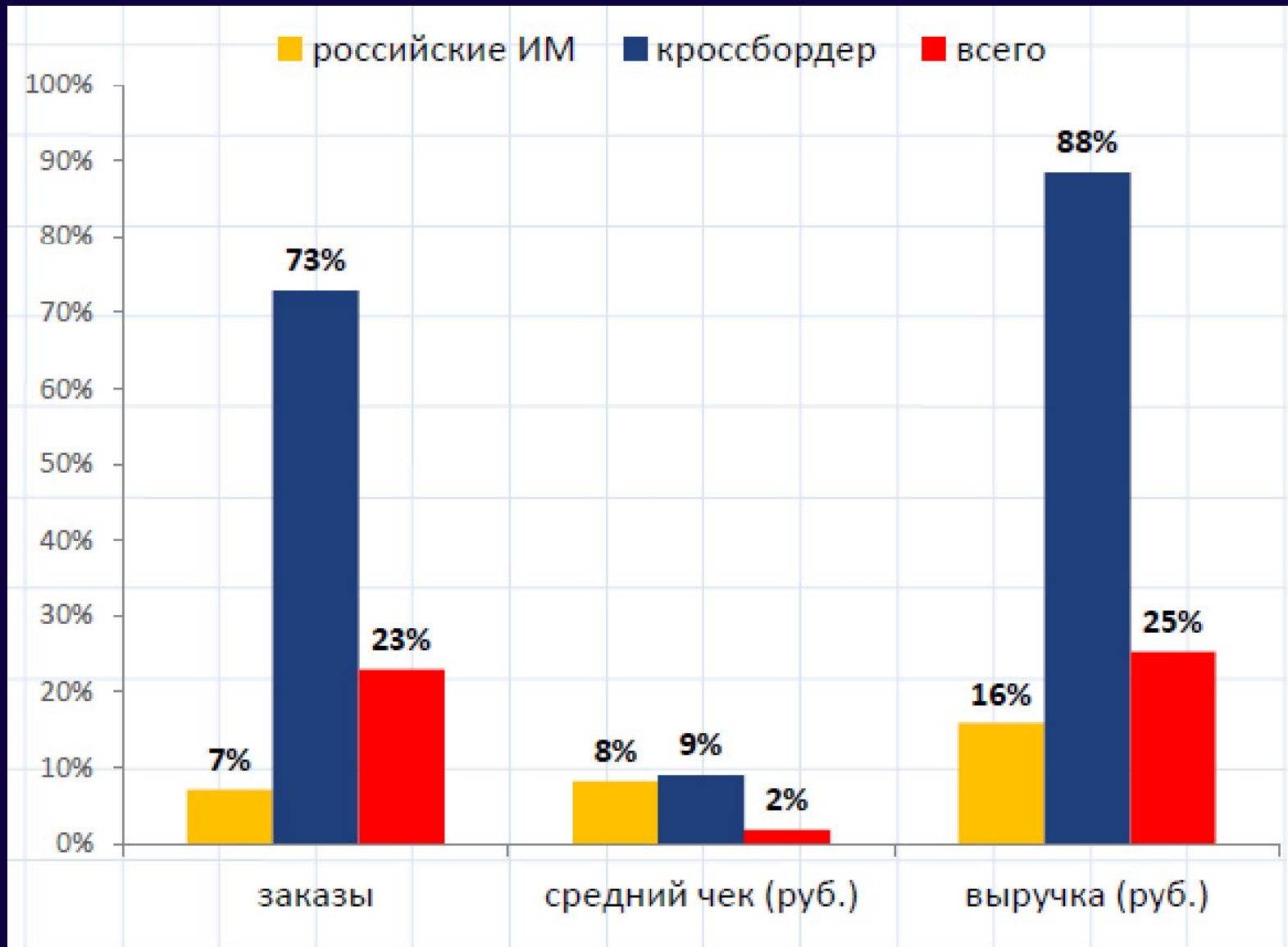
доля в ВВП в РФ – 1,8%

в Европе в среднем – 2,5%

<https://www.gazeta.ru/business/2016/07/27/9715211.shtml>



# Рост продаж интернет-магазинов в РФ, 2015



# ТОП-10 интернет – магазинов РФ, 2015

#	ДИНАМИКА	МАГАЗИН	ОБОРОТ	ЗАКАЗЫ	ЧЕК
1	+1	<b>ULMART.RU</b> универсальный магазин	36 800	7 360	5 000
2	+1	<b>WILDBERRIES.RU</b> одежда, обувь и аксессуары	32 000	17 000	1 900
3	+1	<b>CITILINK.RU</b> универсальный магазин	24 800	2 840	8 700
4	+2	<b>MVIDEO.RU</b> электроника и техника	20 400	1 570	13 000
5	-4	<b>EXIST.RU</b> автомобильные товары	17 300	6 650	2 600
6	+3	<b>ELDORADO.RU</b> электроника и техника	16 900	2 090	8 100
7	+1	<b>SVYAZNOY.RU</b> электроника и техника	16 700	1 720	9 700
8	+23	<b>KUPIVIP.RU</b> одежда, обувь и аксессуары	16 600	1 770	9 400
9	-2	<b>OZON.RU</b> универсальный магазин	15 200	5 180	2 900
10	0	<b>KOMUS.RU</b> товары для офиса	12 900	1 250	10 300

<http://www.ruward.ru/ecommerce-index-2016/>

# Интернет-магазины Москвы

- более 20 тысяч интернет-магазинов зарегистрированы в Москве — 45% от общего числа онлайн-ритейлеров в России.
- 174 млрд. руб., - оборот 1.полуг 2016 г., рост 13%
- 87 тысяч человек заняты в онлайн-торговле Москвы
- 5 тысяч рублей. – средний чек в онлайн-магазине

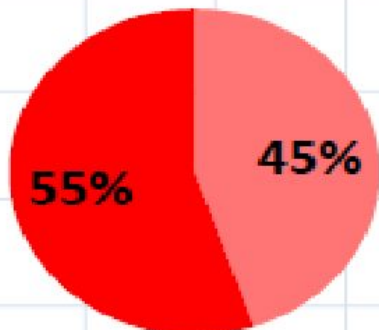
[http://www.akit.ru/dit\\_plus13/](http://www.akit.ru/dit_plus13/)



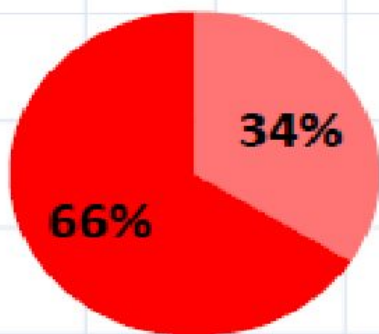
Департамент  
информационных  
технологий  
города Москвы

# Продажи интернет-магазинов в РФ, 2015

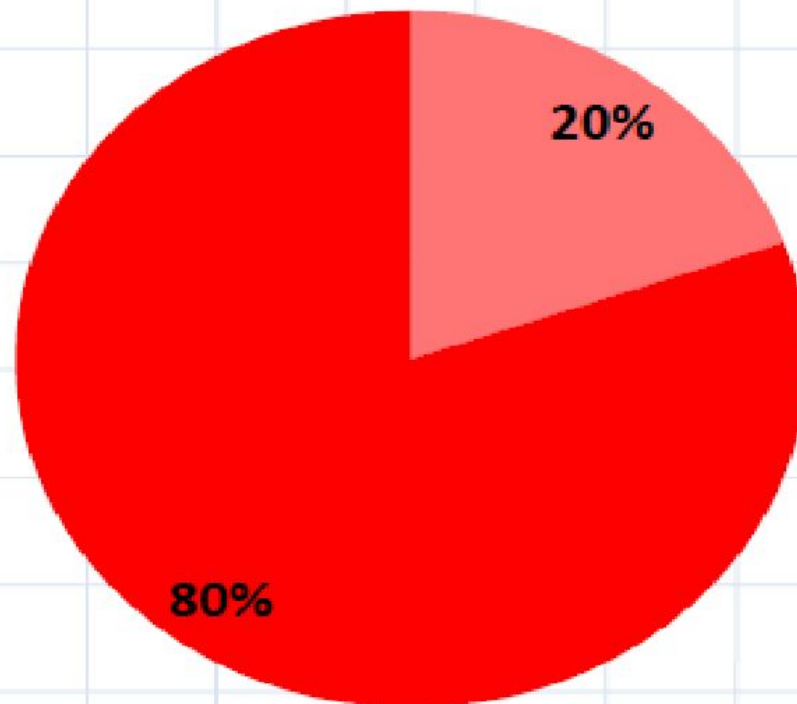
Посылки 290 млн.



Заказы 242 млн.



Выручка 806 млрд. руб.



■ кроссбордер ■ российские ИМ

Данные за 2015 г.

Только материальные товары, только B2C продажи



## Ebay.com -

- крупнейший в мире интернет-аукцион, 1995 г.
- **Revenue**: 8.59 billion USD (2015)
- **Net income** : 1.72 billion USD (2015)
- 11600 people employed (2016)
- 800 million items listed for sale on our platforms as of December 31, 2015
- operations localized in over 30 countries
- 59% revenue is international

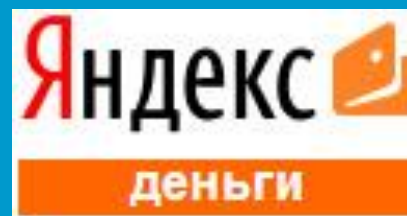
## Pay Pal - worldwide online payments system

**Revenue**: 9.24 billion USD (2015) в мире  
4 миллиарда операций, 202 страны мира,  
179 млн.польз.-й

# Платежные системы Интернет



# Э-деньги Рунета



Компании – агрегаторы э-платежей



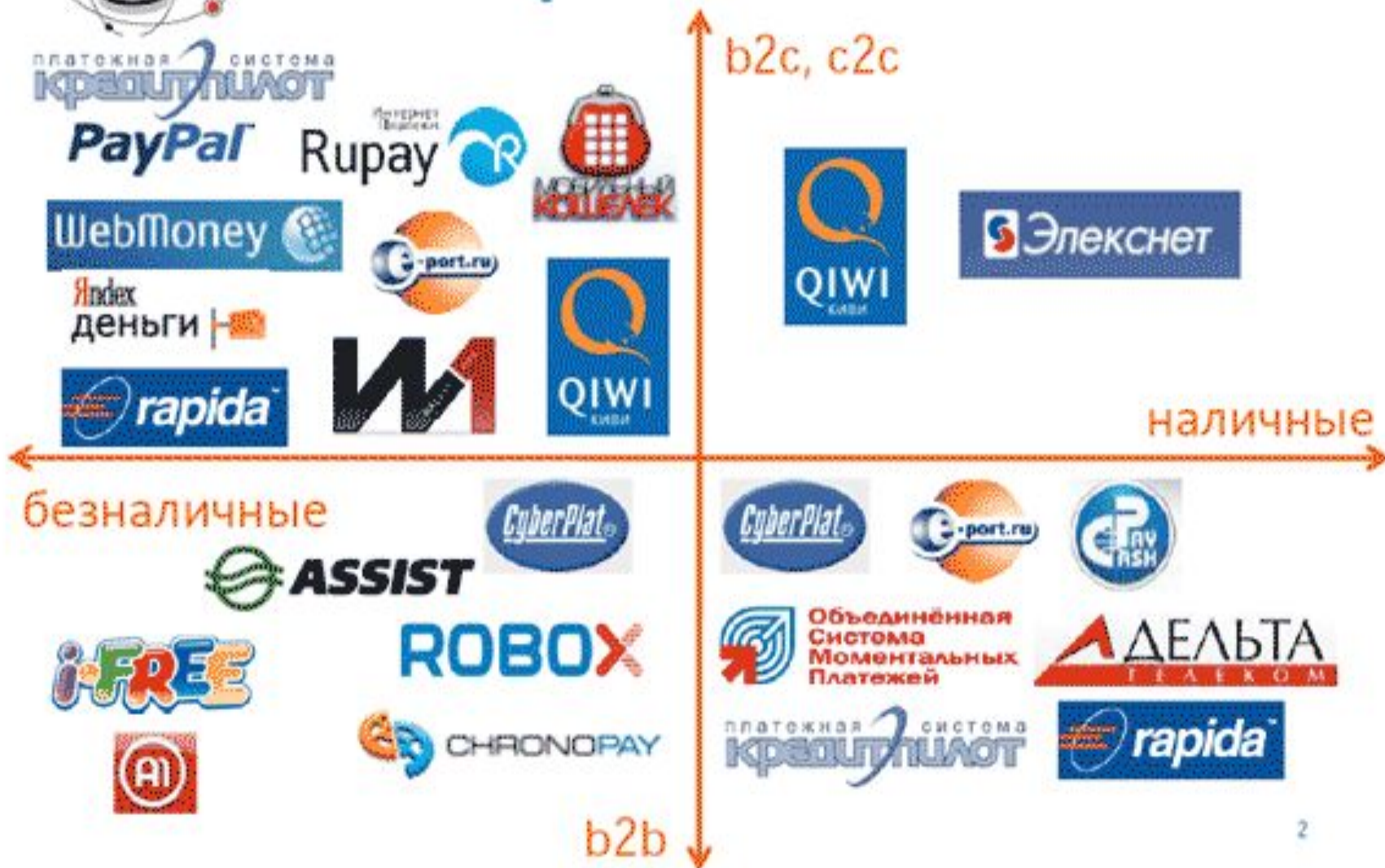
<http://moneynews.ru/Article/11802/>





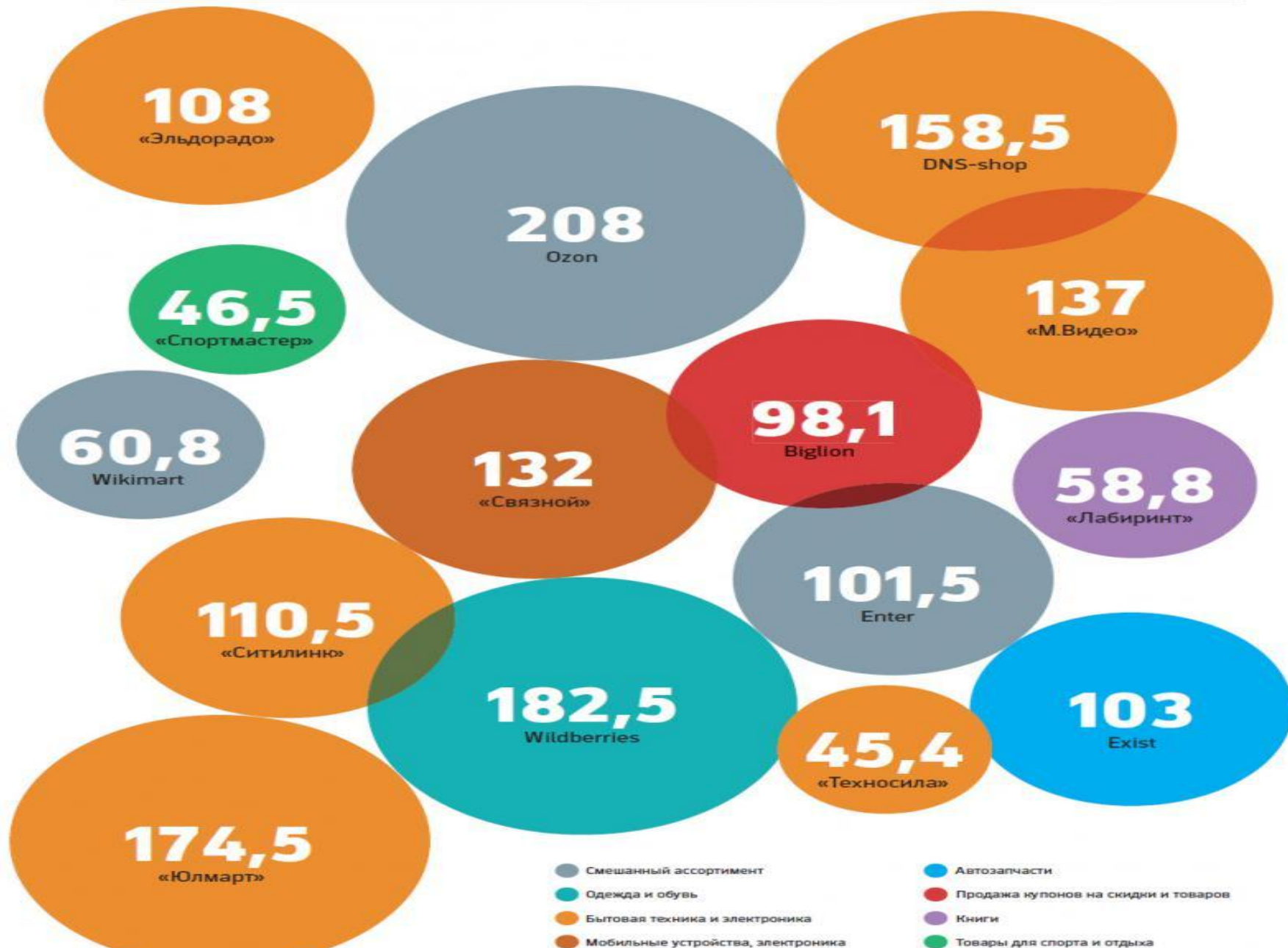
Национальная  
Ассоциация  
Участников  
Электронной  
Торговли

# Участники рынка электронных платежей





Топ-15 российских онлайн-магазинов по количеству посещений за 2014 год, млн



Источник: SimilarWebPRO

- Смешанный ассортимент
- Одежда и обувь
- Бытовая техника и электроника
- Мобильные устройства, электроника
- Автозапчасти
- Продажа купонов на скидки и товаров
- Книги
- Товары для спорта и отдыха

Ранжирование магазинов по конвертации (отношению количества посетителей к числу заказов) и выручке может существенно отличаться от ранжирования по посещаемости

## Топ-5 лидеров cross border в России

Процент посетителей из России\*

✓ Ebay.ru	3,5%
✓ Aliexpress.com	11%
✓ Alibaba.com	4,5%
✓ Amazon.com	1%
✓ Tabao.com	0,5%



\*данные Alexa

<http://www.akit.ru/wp-content/uploads/2014/03/E-commerce.-Итоги-2013-года.-Цифры-тренды-факты.pdf>



АССОЦИАЦИЯ  
КОМПАНИЙ  
ИНТЕРНЕТ  
ТОРГОВЛИ

# OZON.RU

- 1998 г – создан как аналог Amazon.com,
- 2003 г. – выход на окупаемость
- оборот - 2 млрд руб (2014)
- > 1,6 млн наим-й товаров (2011 )
- >4 млн. пользователей
- Рост оборота >30% в год
- 15-20 тыс заказов ежедневно
- стр-ра оборота (2011):
  - 37% - книги,
  - 30% - электроника,
  - 33% - другие категории
- > 50% продаж в регионах (за пределами Москвы и СпБ)
- 1100 точек реализации заказов, >



# Как (где) совершают покупку

в % от интернет-покупателей



**88%**

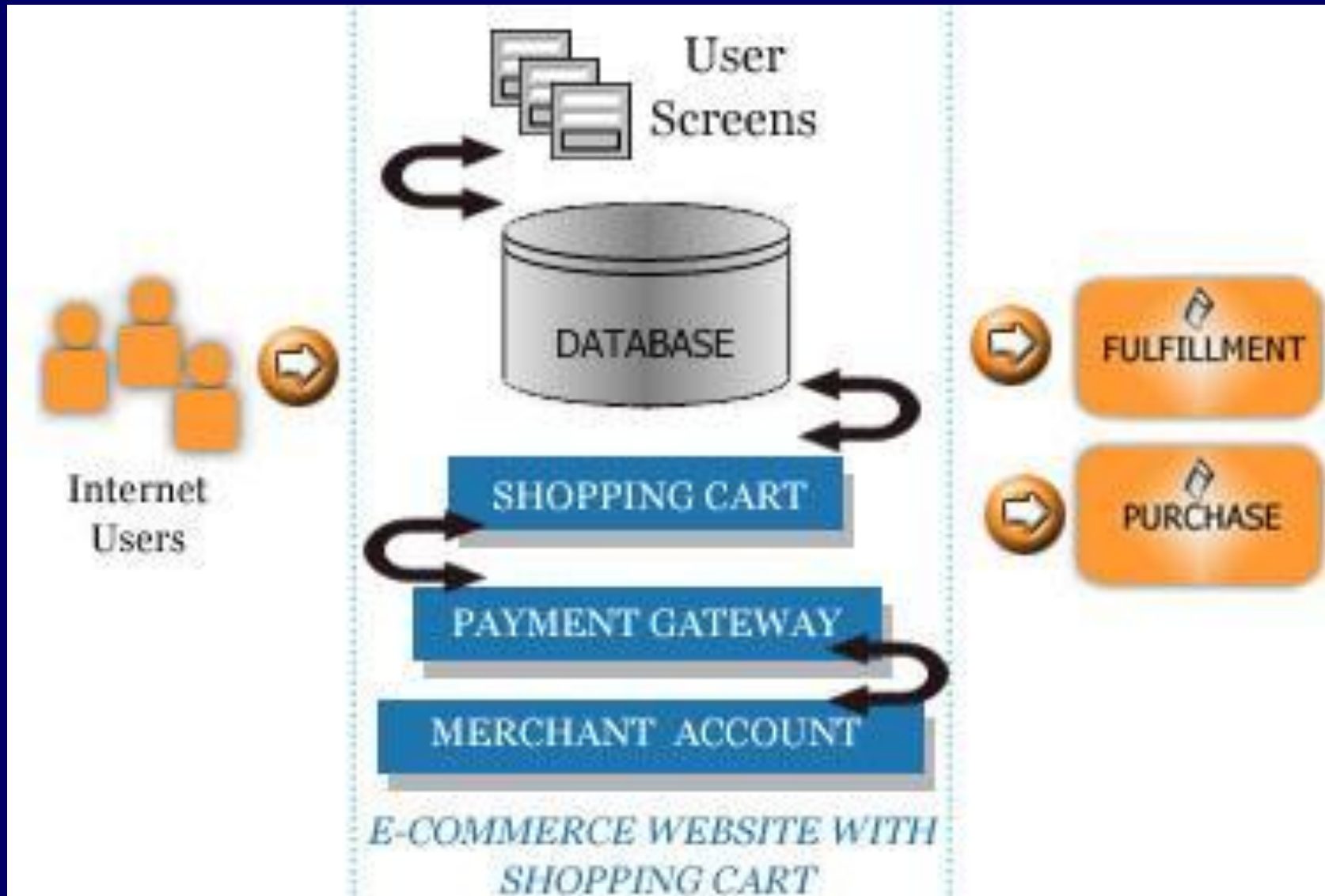


**14%**



**10%**

# how an E-commerce shopping cart website works







# ЭлТорг Площадки B2G и B2B

<http://zakupki.gov.ru> - общероссийский портал, информация о размещении заказов для госуд-х и муницип-х нужд ЕИС, [torgi.gov.ru](http://torgi.gov.ru) ( за 2006-2010 – [zakupkiold.gov.ru](http://zakupkiold.gov.ru) / [www.rospil.info](http://www.rospil.info) – Алексей Навальный

<http://aetr.ru/> - ассоциация электронных торговых площадок, в ее составе:

- **Федеральные ЭТП**      **ОАО ЕЭТП** <http://etp.roseltorg.ru>  
ЭТП «ММВБ — ИТ» - госзакупки и мун.зак-ки - <http://www.etp-micex.ru/>  
Сбербанк-АСТ (Э-площадка Сбер-банка РФ ) <http://www.sberbank-ast.ru>  
РТС-Тендер - гос, мун, корп. закупки - <http://rts-tender.ru/>  
Система Электронных Торгов [www.zakazrf.ru](http://www.zakazrf.ru)
- **Группы площадок (торги коммерческих орг-й) и Коммерческие торгово-закупочные системы**  
- Фабрикант.ру , Группа площадок B2B, НТК Алтимета , Норбит, Группа площадок iTender  
ЭТП ONLINECONTRACT, ЭТП «Tender Pro» и др
- **ЭТП регионов РФ и муниципальных образований**
- **Системы электронных аукционов** и др.

# B2B ЭТП

ЭТП – универсальные , отраслевые, межотраслевые, корпоративные ЭТП B2B – около 50 (май 2014), из них универсальных крупных около 10;

В т.ч.

B2B Center, Фабрикант.ру , Сбербанк АСТ, Tender.Pro, ТЗС Электра, АКД

<http://gazprombank.ru> – межотраслева эТП 2014-05-28

[www.tendersng.ru](http://www.tendersng.ru)

[www.b2b-npk.ru](http://www.b2b-npk.ru) нефть-газ

[www.b2b-energo.ru/](http://www.b2b-energo.ru/)



# Товарно-сырьевые биржи - онлайн

**ММТБ** – (нефть, газ)  
[http://www.fexer.ru/On\\_line.php](http://www.fexer.ru/On_line.php)



**СПБМТСБ** - Санкт-Петербургская Международная Товарно-сырьевая Биржа» [http://www.s-pimex.ru/services/access/general\\_info/](http://www.s-pimex.ru/services/access/general_info/)



# Интернет и маркетинг



1. Реализация комплекса маркетинга в Интернет
2. Изучение потребительского поведения он-лайн
3. Персонализация маркетинга
4. Разработка продукта он-лайн,  
управление данными о продукте (CALS,PDM)
5. Стандартизация цен
6. Элиминирование посредников
7. Глобальность, интерактивность, мультицентризм,  
реальный режим времени коммуникаций

Маркетинг трансформируется в интернет-маркетинг

# 2009 - Happy 40<sup>th</sup> Birthday Internet!

- 1969 – DoD's ARPANET connects computers at 4 sites
- 1971 – ARPANET expands to 23 server sites
- Early 70's – advent of email messaging
- 1981 – ARPANET now has 213 sites
- 1982 – term “internet” first used
- 1987 – more than 10,000 internet hosts
- 1989 – more than 100,000 internet hosts – AOL ISP launched
- 1992 – more than 1,000,000 internet hosts
- 1995 – Yahoo! founded
- 1998 – Google founded
- 2003 – LinkedIn founded
- 2004 – Facebook founded
- 2006 – Twitter launched

# The Web 2.0 Revolution

- Initially, most web sites had a one-way flow of information
  - Content was generated by the owner of the domain
  - Users visit site to access information, then leave
- In Web 2.0 sites, information flows in more than one direction
  - Much or all of the content is user-generated
  - Users form communities based on common interests
  - The internet provides a conduit for information flow between network/community members
  - The power of Web 2.0 sites is dependent on the quality of user contributions

# Интернет-маркетинг

- online research, survey

<http://www.google.com/google-d-s/intl/ru/spreadsheets/>,

<http://www.surveymonkey.com/s/VZC75BK>,

- <http://www.surveypirate.com>, [www.esurveyspro.com](http://www.esurveyspro.com)

- i-Product (Soft, Web-design, articles,...)

- i-Price

- i-Place

- i-Promotiom (i-PR,i-advertising (context,display), i-sales promo -Groupon, Biglion, i-personal selling,..)

- i-Rrocesses

- i-People

- i-Physical appearance (web portal)

# Сервисы организации вебинаров

<http://learn.gotomeeting.com> (Citrix UK)

[www.anymeeting.com](http://www.anymeeting.com) (free)

[www.onwebinar.com](http://www.onwebinar.com) (free)

# One Social Graph



**Everyone is connected.**

How can you get a marketing message to be cost effectively carried across the social graph?

# Social media strategy

- Corporate blog as a Hub + social media services as a spokes ( b2c, b2b marketing\* )

twitter



- Twitter - 232 mln (Oct.2013), since March, 2006

- Facebook - > 1bln (March. 2013), since Feb 2004



- Youtube - 100 mln daily visitors, Oct 2009, since Feb 2005

- LinkedIn - > 200 mln professionals, Apr 2013, since 2003



- \* <http://www.slideshare.net/mbertuzzi/b2b-marketing-lessons-learned-in-2009>

- Vkontakte.ru - 400 mln - Jan.2017, since 2006



- Odnoklassniki.ru - 25 mln - Oct 2011, since 2006





# Аудитория соцсетей, 2013

Ежедневная аудитория россиян 12-64 лет, млн. чел, 2013, август:

Twitter - 1,6 млн,

Facebook — 3,8 млн

"В контакте" — 22,5 млн.

TNS Russia, на август 2013 года

<http://www.kommersant.ru/doc/2337937>

# Рейтинг популярности социальных сетей; доля трафика, генерируемая данной социальной сетью в Рунете, Янв 2017

<b>ВКонтакте</b>	<b>42.63%</b>
<b>Facebook</b>	28.27%
<b>Одноклассники</b>	13.20%
<b>Twitter</b>	4.08%
<b>YouTube</b>	<b>10.02%</b>
прочие – менее 1% каждая	<b>1.10%</b>



# Facebook.com Overview

## World Largest Social Networking Site

- 1.13 billion daily active users on average (June 2016)
- 85% of daily active users are outside the US and Canada
- 14,5 th employees as of June 30, 2016
- 17,93 bln \$, revenue (2015)
- More than 45 million active user groups
- More than 70 translations available on the site
- About 85% of Facebook users are outside the United States (2016), about 5 mln Russians (2011) <http://newsroom.fb.com/company-info/>

[https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc\\_financials/annual\\_reports/2015-Annual-Report.pdf](https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc_financials/annual_reports/2015-Annual-Report.pdf)

© Алешина  
И.В.,  
1996-2016

# twitter

A tweet is a text-based message up to 140 characters automatically delivered to the author's *followers*.

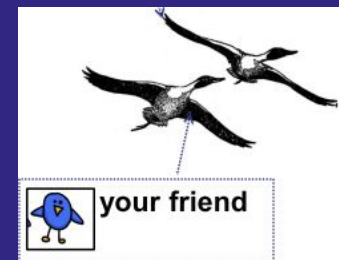
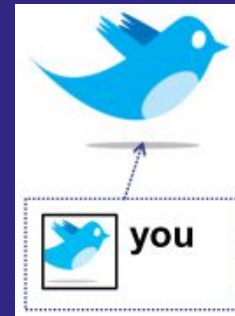
*Following* someone means you get their tweets as soon as they post them.

Your *followers* get your tweets in real-time : you become a **media**.

232 mln of users = 53 US + 179 oth countries  
Oct., 2013



**mashable**



# Michael E Porter



<http://twitter.com/MichaelEPorter>

2016-02-14

@MichaelEPorter

ТВИТЫ 1 080

ЧИТАЕМЫЕ 70

ЧИТАТЕЛИ 125 тыс.

# Управление контентом сайта

## Интересный и привлекательный контент

1. Веб-корреспонденты (все подр-я, не только ПР и маркетинг)
2. Коммуникации – часть работы менеджеров и специалистов
3. Вознаграждение контрибуторов контента
4. Удобство системы управления контентом (content management system) для контрибуторов
5. График предоставления материалов для сайта
6. Ориентиры для контрибуторов – формат, шрифт, объем
7. Разделение успеха сайта (материалов) с контрибуторами
8. Постоянный контакт и обратная связь с контрибуторами

# SEO-copywriting - поисковая оптимизация текстов интернет-страниц

1. Анализ характера **бизнеса** (профиля) - сфера д-ти, продукты, масштаб
2. Определение **целевой аудитории** посетителей (потребителей, клиентов) - кто это (занятие, возраст, доход) - лексика, что они будут искать - какие слова использовать при поиске
3. Определение **семантического ядра сайта** - подбор **ключевых** слов и ключевых словосочетаний (обеспечивает фокус). Высокочастотные слова - высокая вероятность попадания в результаты, но низкий фокус и рейтинг. Уникальность ключевых слов = высокая фокусированность на целевой аудитории. Статистика (частота) поиск. запросов

<http://wordstat.yandex.ru/>, <http://www.google.ru/insights/search/#>  
<http://wordstat.yandex.ru/>, <http://www.google.ru/insights/search/#>  
<http://adstat.rambler.ru/wrds/>,

Доля ключевых слов в тексте - не больше 5-8 % - иначе м.б. бан поисковиками за серую оптимизацию

4. Написание **текста** с использованием **ключевых слов** и словосочетаний (для робота) и качественной структуры, содержания, стилистики - для посетителей.

Черная и серая оптимизация - краткосрочный эффект и бан страницы поисковиками.  
ОСНОВЫ ПОИСКОВОЙ ОПТИМИЗАЦИИ

<http://www.seo.ru/articles/seo.php>

Оптимизация статей <http://optiblog.ru/optimizaciya-statej.html>

# Маркетинг отношений и транзакционный маркетинг

Характеристики	Транзакционный маркетинг	Маркетинг отношений
Временная ориентация	Краткосрочная	Долгосрочная
Организационная цель	Сделать продажу	Акцент на сохранении потребителей
Приоритет обслуживания потребителей	Относительно низкий	Ключевой компонент
Контакты с потребителем	От минимальных до средней частоты	Частые
Степень потребительской приверженности	Низкая	Высокая
Основа для взаимодействий продавец-покупатель	Конфликтное манипулирование	Кооперация, доверие
Источник качества	Преимущественно производство	Приверженность всей компании

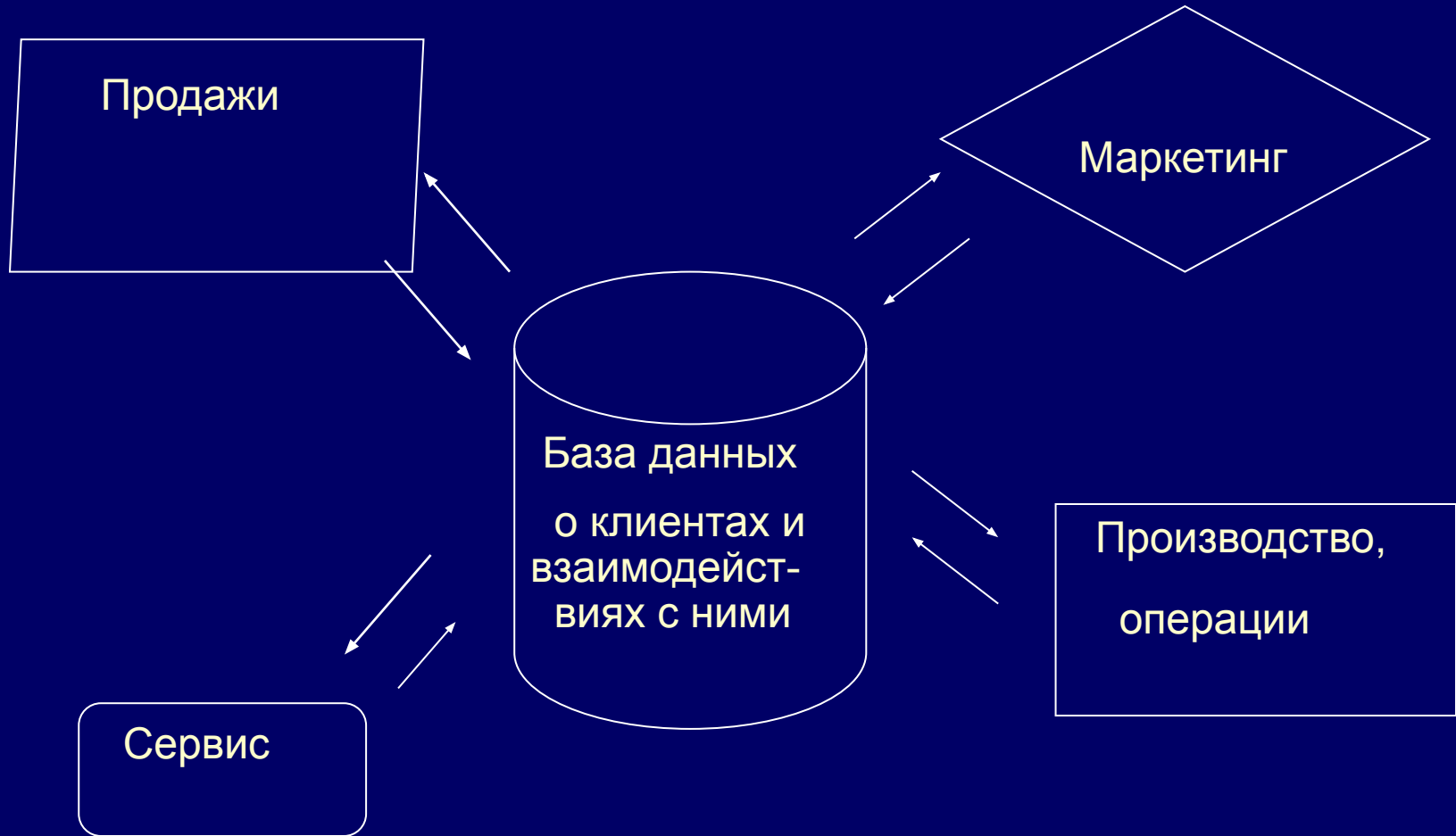




Уровни формирования ценности отношений поставщика и потребителя .

От маркетинга транзакций к маркетингу отношений

# Взаимосвязь функций управления в CRM

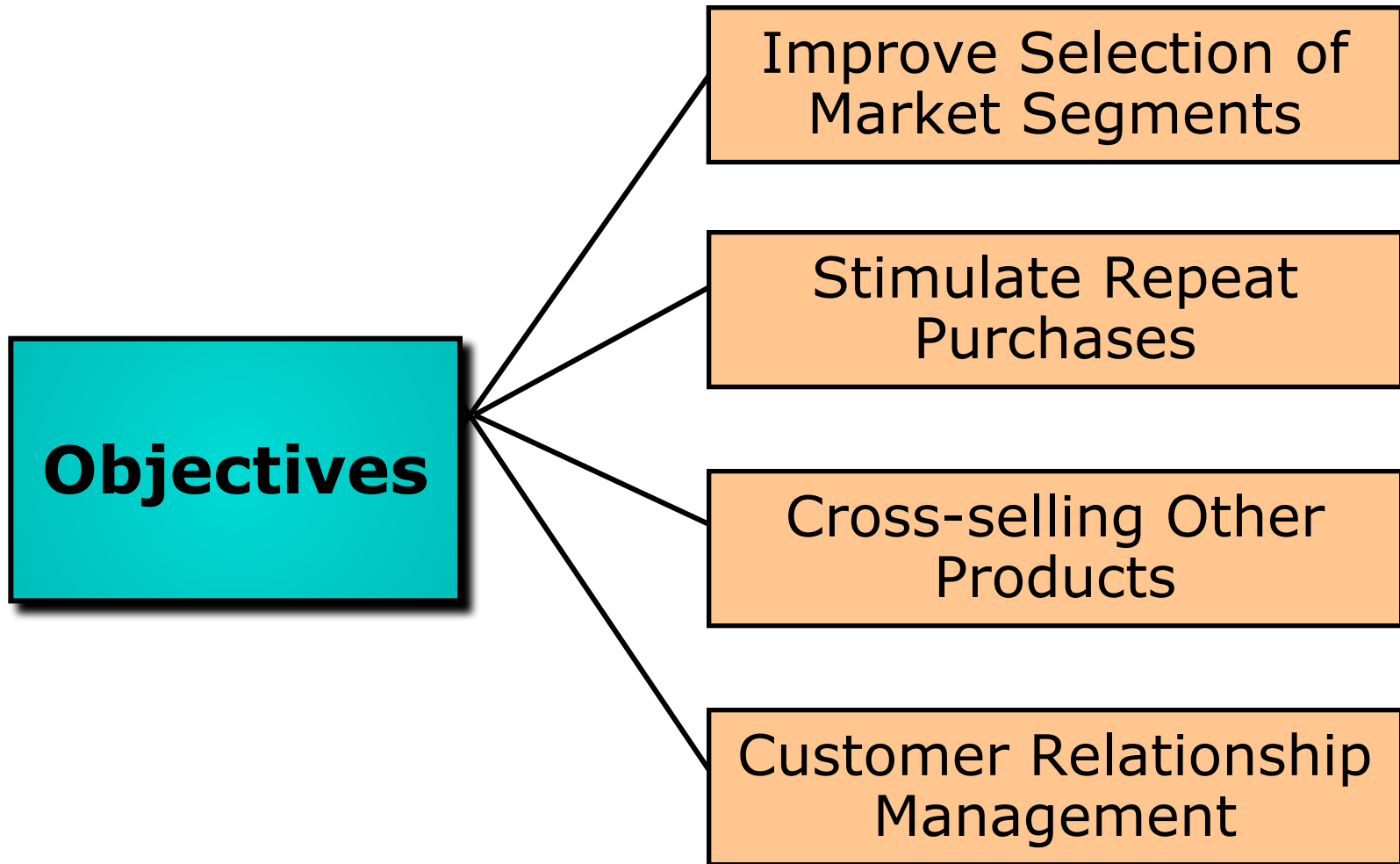


## CRM Short List, 2010

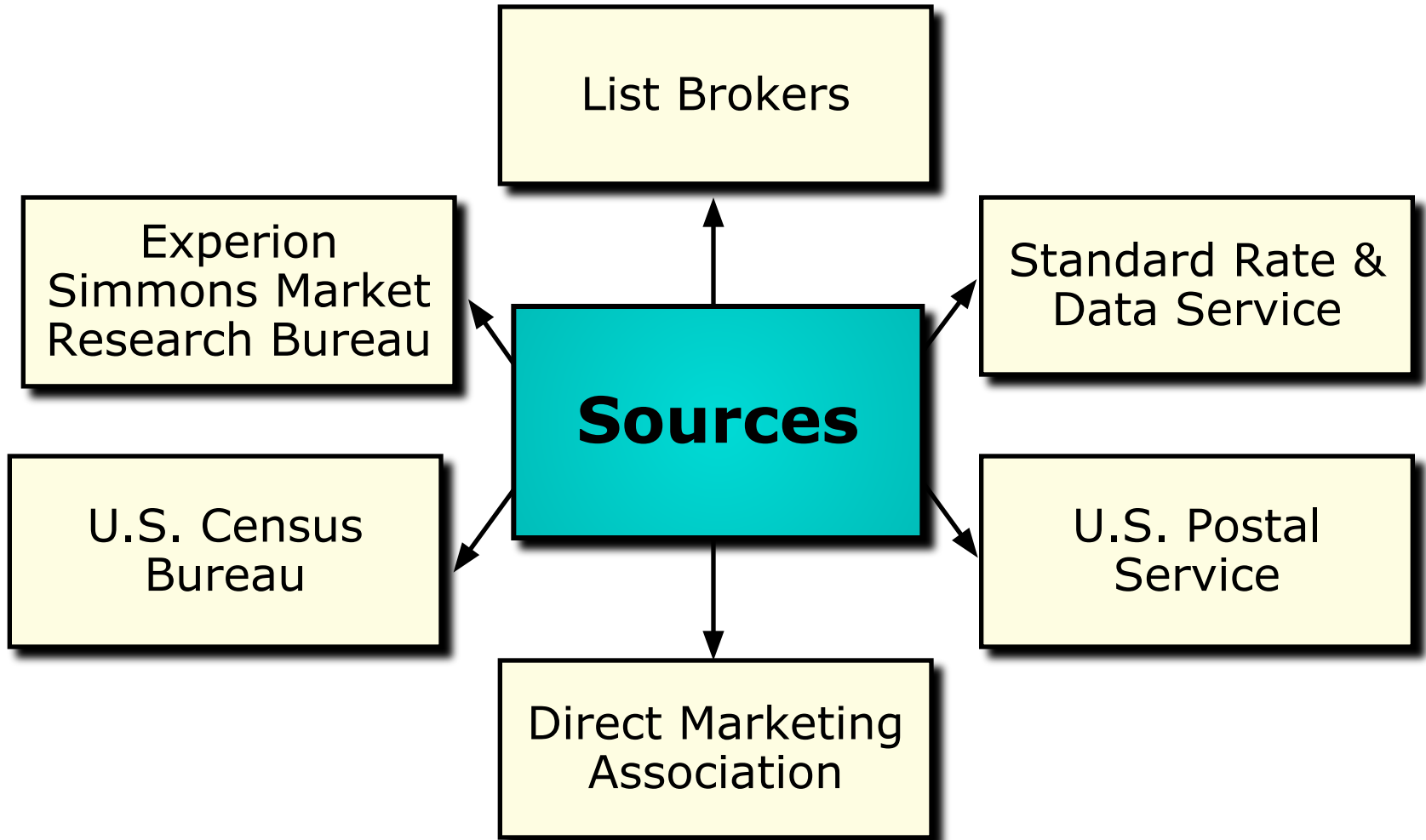
<http://www.softwaretop100.org/crm-short-list>

<i>Company offering</i>	<i>Size</i>	<i>Momentum</i> <i>(number of new customers)</i>
Oracle CRM (Siebel)	◆◆◆◆◆	◆◆◆◆
SAP CRM	◆◆◆◆◆	◆◆◆
Microsoft Dynamics CRM	◆◆◆◆	◆◆◆
Infor (Epiphany)	◆◆◆	◆◆
Salesforce.com	◆◆◆◆	◆◆◆◆◆
NetSuite CRM+	◆◆◆	◆◆◆◆
SugarCRM		

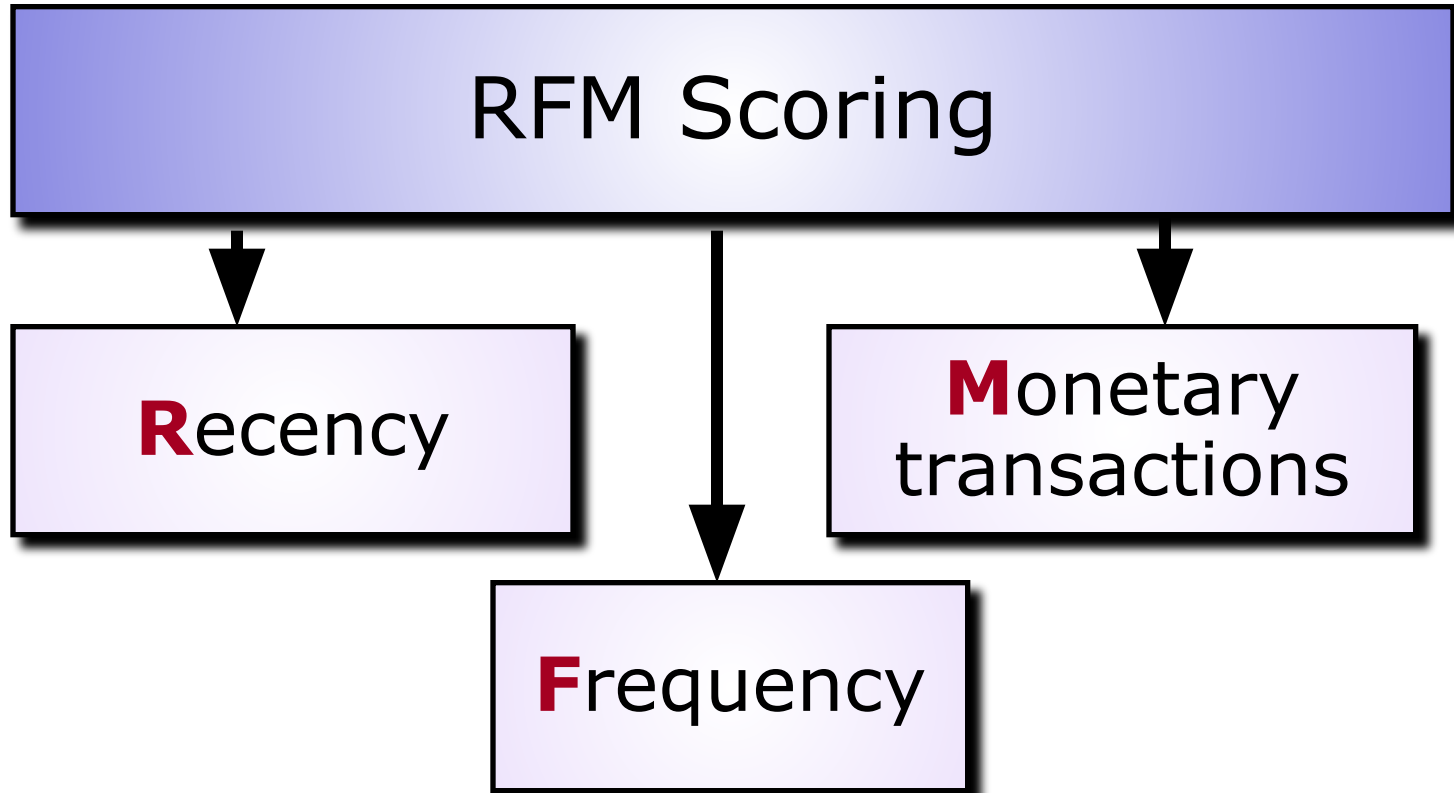
# Objectives of Database Marketing



# Developing a Database



# Effective Databases



# От CRM к CMR

Конкурентный, динамичный рынок

## От CRM

- Корпоративные базы данных
- Истории работы с клиентами
- Корпорации управляют отношениями с клиентами
- Маркетер - это поставщик

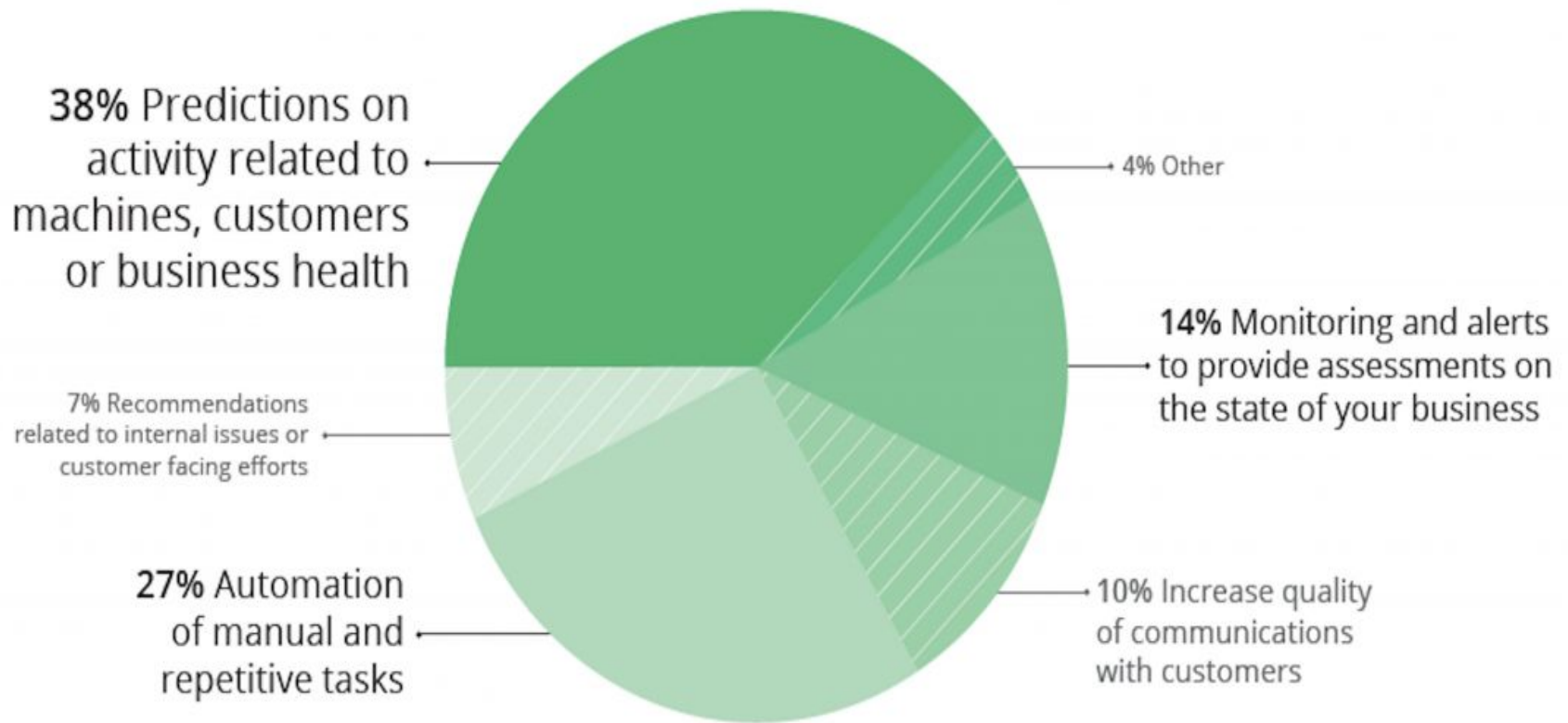


## К CMR

- Персональные базы данных
- Будущие покупочные потребности
- Потребители управляют отношениями с корпорациями
- Маркетер – это потребитель

Customer generated media - gazeta.ru, allguu.ru, livejournal,

## The Most Important Benefit that an AI-Powered Solution Should Provide





- **What does the blockchain do?**
- The blockchain is software that stores and transfers value or data across the internet.
- Blockchain will be used for online transactions. It will enable smart contracts, crowdfunding and auctions. It will verify the provenance of artworks and diamonds; transfer title to real estate and other assets; and store information about people, products and property. Apps for music distribution, sports betting and a new type of financial auditing are also being tested.

# How a blockchain works

1

A wants to send money to B



2

The transaction is represented online as a 'block'



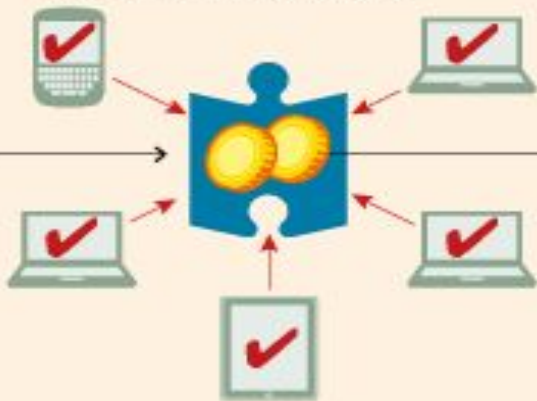
3

The block is broadcast to every party in the network



4

Those in the network approve the transaction is valid



5

The block then can be added to the chain, which provides an indelible and transparent record of transactions



6

The money moves from A to B

