



Интернет-аукционы как eCommerce- модель в RUnete

Павел Токарев
pt@molotok.ru

Как развивается eCommerce в России

- Прирост ~30%
- Доля ИА

Какие бизнес-модели мы различаем

- Интернет-магазины
- Сайты сравнения цен
- Доски объявлений
- Шопинг-клубы
- «Daily Deal»
- Совместная покупка
- Интернет-аукционы или шопинг-моллы

Что покупают сейчас и что хотели вчера

- Одежда, электроника, компьютеры
- Уникальные предложения - драйвер развития ИА
- Б/У сегмент
- Запросы аудитории стимулируют изменения в классических e-commerce моделях

Модели адаптируются (конвергенция)

- Выделение магазинов на досках объявлений (avito.ru)
- Объявления на сайтах сравнения цен (torg.ru)
- «Предложение дня» на сайтах интернет-магазинов (mvideo.ru)
- Витрины магазинов на сайтах других интернет-магазинов (ozon.ru) или интернет-аукционах (molotok.ru)
- ИА инкорпорируют элементы досок объявлений, сайтов сравнения цен, шопинг-клубов

Как выглядит модель интернет-аукциона

- Аукционы - меньшая часть предложений
- Транзакционная модель
- Автономность и вовлеченность продавца
- Рейтинги на базе отзывов покупателей
- Pay-per-action

Как эволюционируют интернет-аукционы

- В прошлом основная аудитория - физические лица
 - продажа ненужных вещей, продажа for fun
 - доля уменьшается
- Выделение профессиональных продавцов и магазинов
- Быстрорастущий сегмент - профессиональные продавцы
 - источник дополнительного или основного дохода
- Новый сегмент - магазины
 - магазин может открыть витрину на интернет-аукционе и интегрироваться в торговую площадку
 - дополнительный канал продаж

Какие проблемы требуют внимания

- Адаптация ИА для интернет-магазинов
- Требовательная аудитория покупателей
- Логистика

Молоток.Ру в 2009 году

- Пользователи: +114%
- Товарные предложения: +87%, 6 млн новых единиц
- Посещаемость: +40%, ~30 млн в год

Спасибо!

Павел Токарев
Молоток.Ру
pt@molotok.ru