



ВЗЯТЬ ОТ ЖИЗНИ ВСЁ

E-commerce умеет
работать как медиа

Своя аудитория + экосистема инструментов = синергия

Интернет-торговля России в 2025 году

13,4 трлн ₽

Объём рынка
+19% к предыдущему году

8,3 млрд

Онлайн-заказов
+24% к предыдущему году

25,6%

Доля e-commerce в ритейле
+1,9 п.п. за год

52%

Доля онлайн в
непродовольственном ритейле

Рост заказов
замедляется

+24% — минимум за 8 лет.
Пик заказов — в декабре.

Маркетплейсы задают масштаб

81%

всех онлайн-заказов

62%

объёма онлайн-продаж

eGrocery

≈1,5 трлн ₽

+23% за год ↗

Более 1 млрд заказов
в 2025 году

Источник: Data Insight • datainsight.ru/DI_eCommerce_2026 • данные за 2025 год

Ритейл — шестое медиа

1 TV 2 Диджитал 3 Наружная реклама 4 Пресса 5 Радио

6 eRetail media — крупнейший сегмент
российского рынка интернет-рекламы и продвижения

580 млрд ₽

объём сегмента eRetail media по оценке АРИР

+58%

рост год к году

Источник: АРИР • interactivead.ru

1,569 трлн ₽ — общий объём рынка по оценке АРИР

Контакт с намерением купить

Традиционные медиа

Пользователи приходят
за контентом

Поисковые системы

Пользователи ищут
ответы на свои запросы

E-commerce медиа

Пользователь уже
настроен на покупку



Призыв к действию в креативе
Качественный контакт
Канал Peer-to-Peer

Аудитория e-commerce площадок

до 83,6 млн

охват одной площадки в месяц

до 44,0 млн

охват одной площадки в день

Профиль	 WB	 Ozon	 Маркет
М / Ж	34 / 66%	46 / 54%	53 / 47%
12-24	15%	17%	12%
25-34	35%	20%	36%
35-44	34%	23%	35%
45+	16%	40%	16%



Wildberries

78,4 млн / мес.
>41 млн покупателей



Ozon

83,6 млн / мес.
>51 млн покупателей



Яндекс Маркет

45 млн / мес.
>17 млн покупателей

Источник: данные площадок из исходных материалов

Экосистема E-Retail Media 2026

Сканируйте QR,
чтобы ознакомиться
подробнее



арио

Площадки

Маркетплейсы, ритейл и отраслевые сегменты

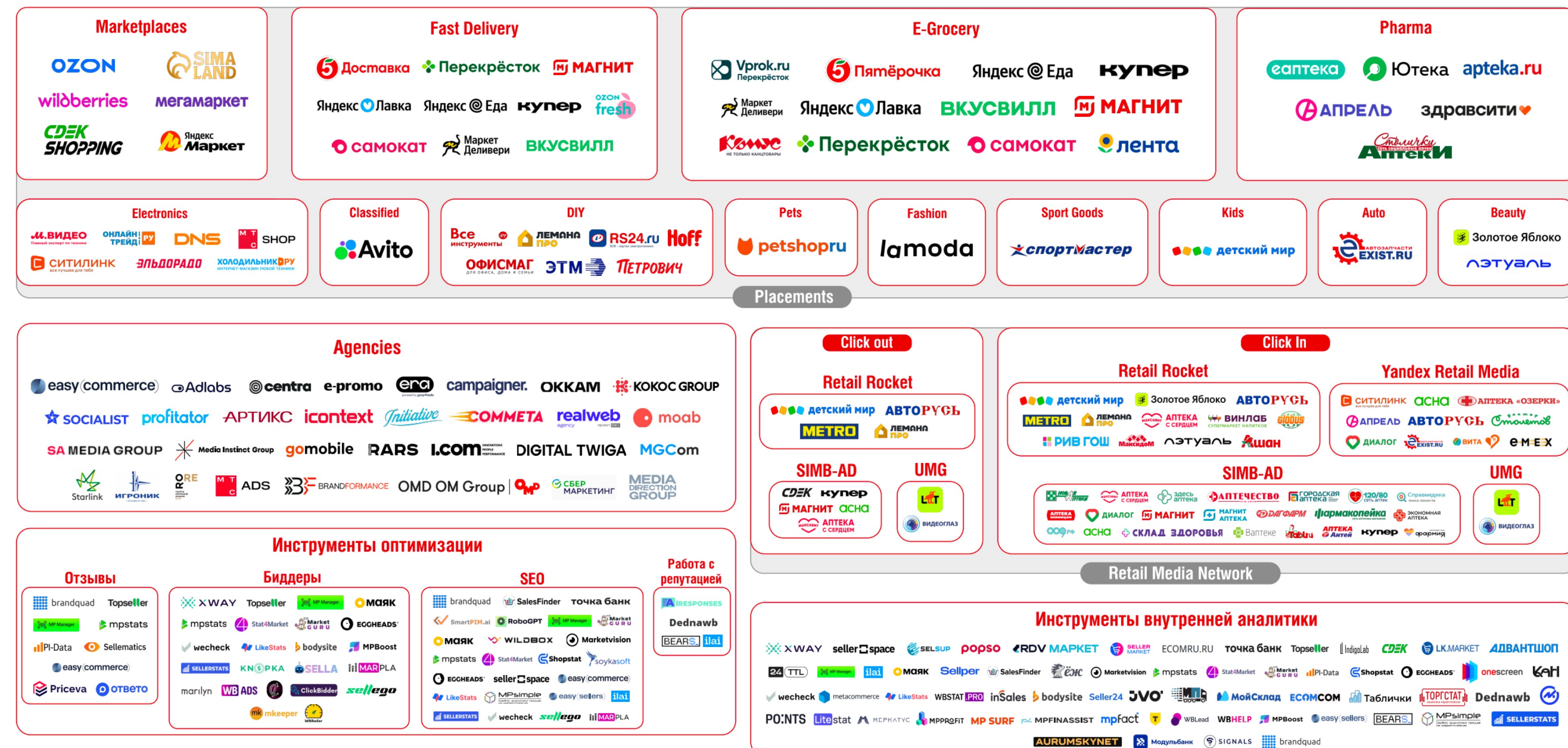
Инструменты

Агентства, размещения и рекламные сети

Аналитика

Оптимизация, данные и измерение результата

Экосистема E-Retail Media 2026



Актуальные для вас метрики и срезы, 30+ параметров

Название сайта
Название товара
Бренд
Категория
ID товара на сайте
Ссылка URL на товар
Продавец
Цена со скидкой
Цена без скидки
Размер скидки в %
Место в категорийной выдаче
Место в поисковой выдаче
Товарная выдача под баннером
Кол-во фото в карточке
Наличие фото/видео
Рейтинг товара
Кол-во отзывов
Остатки
Поисковый запрос
Кол-во символов в названии
Фото в карточке
Страна, город, адрес
Рекламные баннеры
Тип РС, мобайла, App
Текст отзывов

В разрезе по SKU категории бренду запросам

SOV (Share of voice) – доля показа банера бренда

SIS (Share in search) – доля бренда в поисковой выдаче по ключевым словам

SOS (Share of self) – доля в категории

OOS (Out of stock) – наличие (по регионам)

LS (Lost sales) – упущенные продажи

Контент рейтинг – оценка общего рейтинга карточки

Динамика набора отзывов в сравнении с конкурентами

Оценка тональности отзывов по ключевым словам

Динамика продаж

Исследования покупателей Wildberries

Профиль аудитории

Ваш покупатель и покупатель конкурента
Кто видит рекламу и кто проходит мимо
Источники информации и другие покупки

Brand lift

До и после кампании:
знание, намерение купить
и имидж бренда

Обратная связь

Драйверы и барьеры
покупки брендов
Влияние информации
Удовлетворённость

Тесты креативов

Что покупатели думают
о рекламных материалах
Потенциал гипотез
и новых идей

Новая аудитория

Определение
потенциальной
целевой аудитории
нового продукта

FishStat.ru

Экосистема сервисов для оптовой торговли рыбой онлайн

Покупка, продажа, аукционы,
логистика, склад, регистрация сделок

FishChat 

Общение и переговоры по сделкам



Екатерина
Подлесских
Директор по маркетингу и PR



fishchat



fishstat.ru