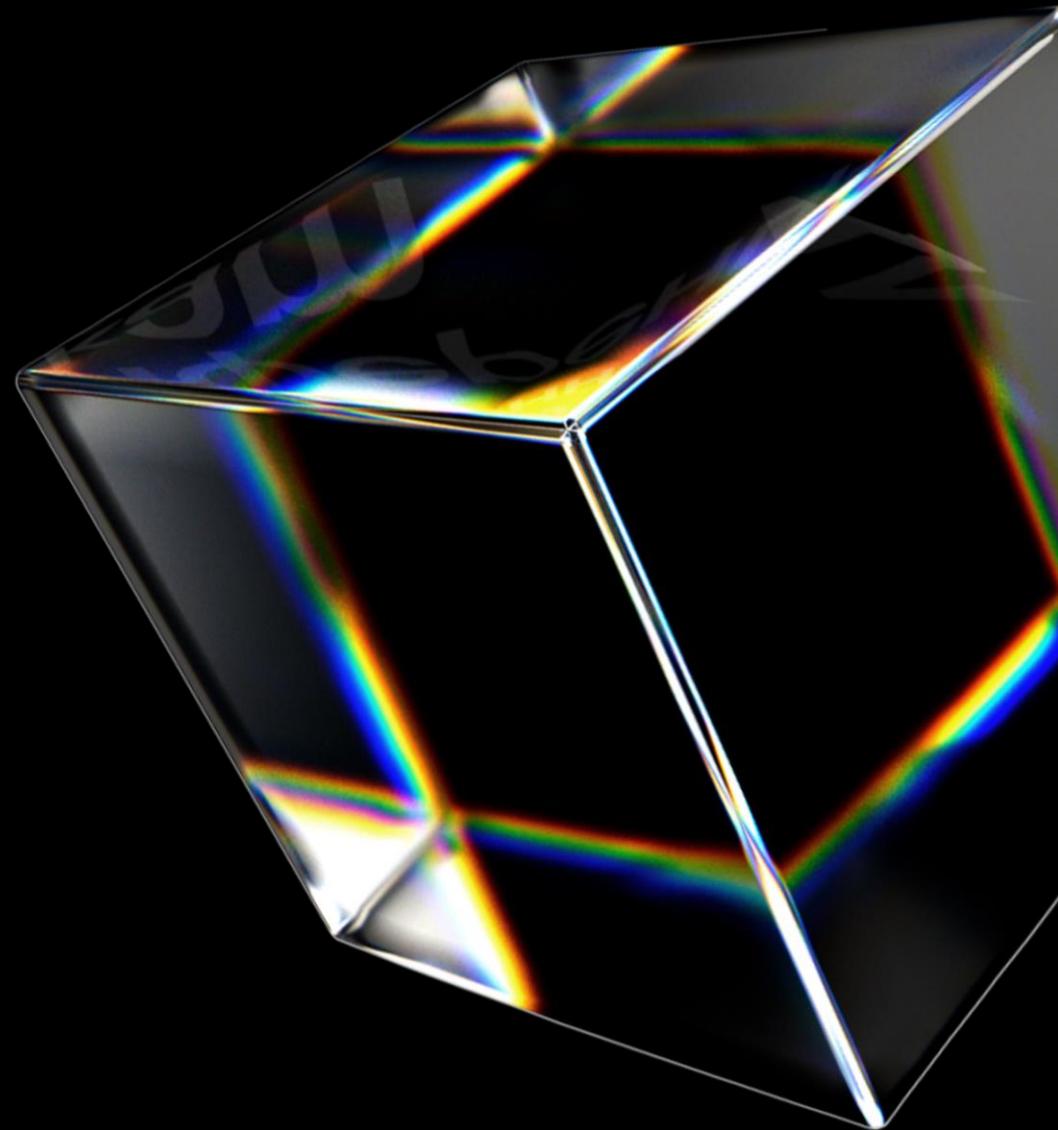


# Retail Media: новый рубеж для брендов и ритейлеров

## PLAYBOOK 1.0

Okkam Trade Marketing подготовил  
первый Playbook – исследование,  
в котором собрано все о Retail Media



# Retail Media в мире

ОККАМ



# Retail Media на международном рынке

Мировой рынок Retail Media пользуется высоким спросом, в лидерах США, Европа и Северо-Восточная Азия

Размер рынка  
retail media  
(worldwide), 2023

125<sup>B</sup>



47<sup>B</sup>



6<sup>B</sup>

Брендов в  
Retail Media

52%

Online + offline: 56%

Online: 24%

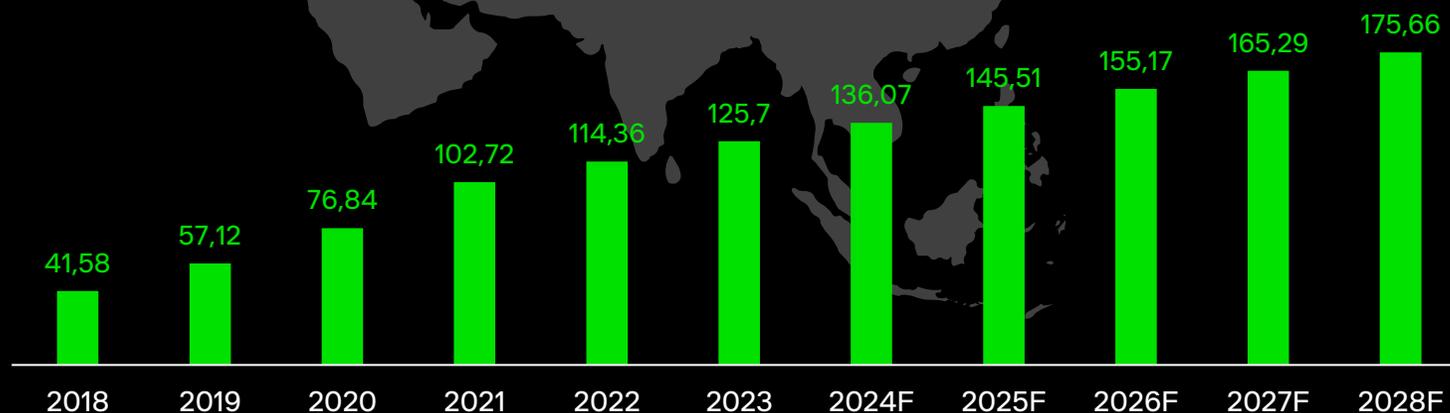
Покупателей в ОАЭ  
совершали покупки  
под влиянием  
ритейла

90%

Рынок Retail Media стремительно растет по всему миру,  
и не только за счет e-commerce

- Рост e-commerce
- Рост омниканального ритейла
- Преимущества данных ритейла
- Эффективность в сравнении с классической рекламой
- Новый канал дохода для ритейла
- Закат cookies

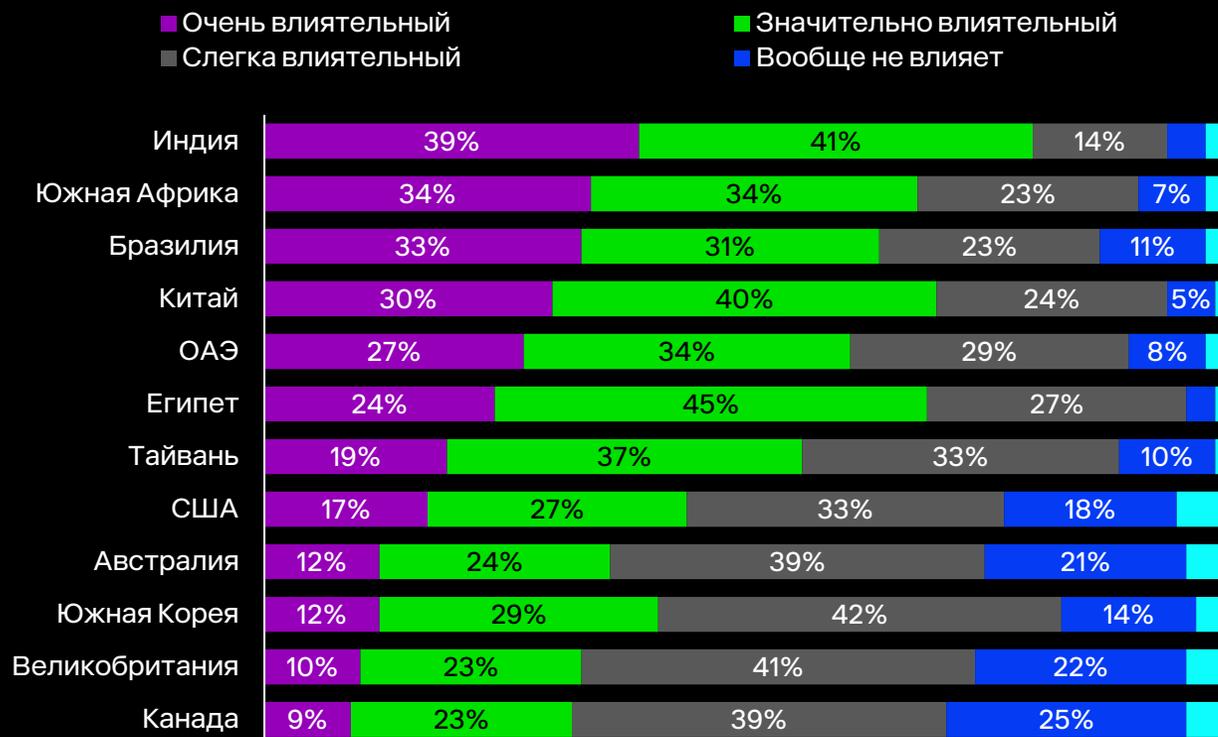
Расходы на рекламу в Retail Media (USD \$bn)  
Весь мир, 2018-2028



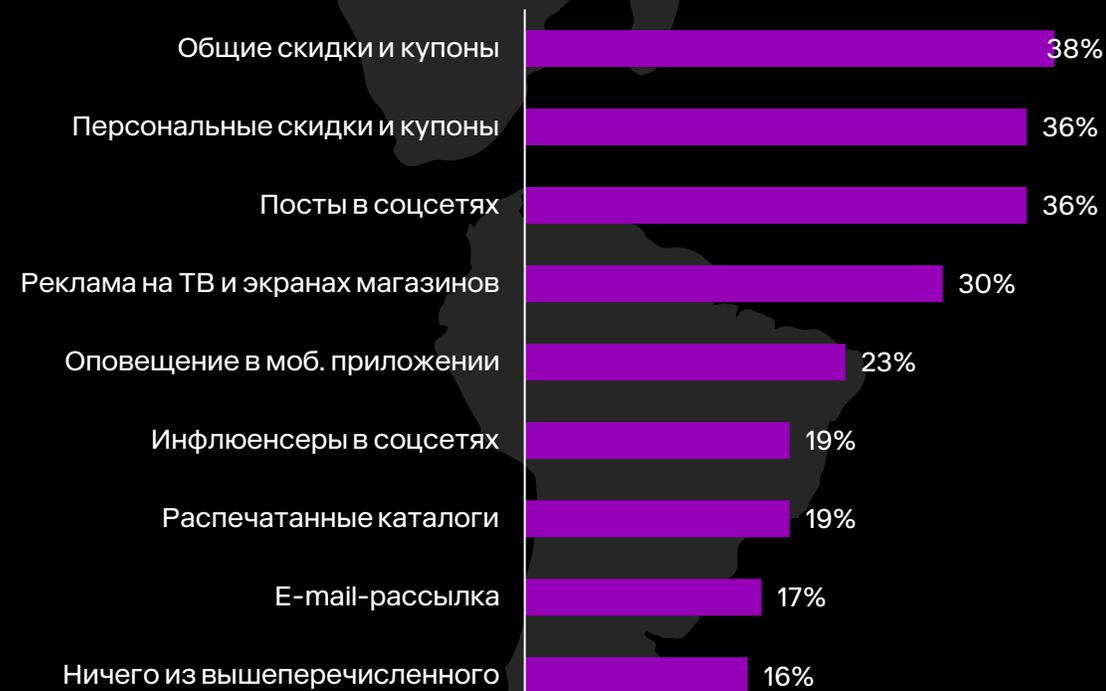
# Retail Media на международном рынке

Ритейл рекомендует, а покупатель в большинстве случаев прислушивается, однако вариантов, где разместиться, много

## Влияние рекомендаций ритейлера на решения о покупке бренда



## Где покупатель узнаёт о товаре?

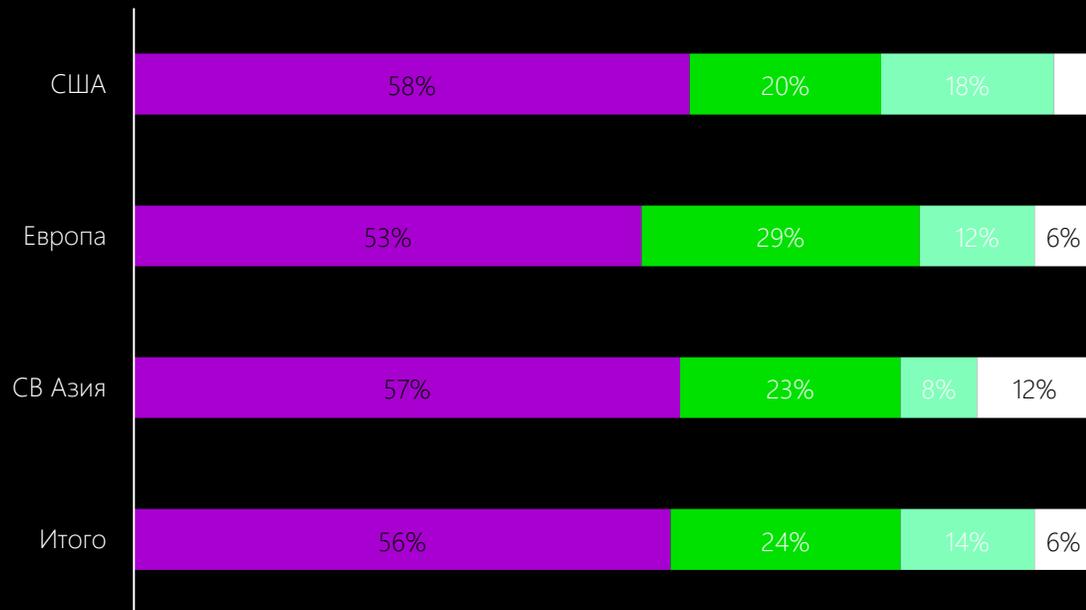


# Retail Media на международном рынке

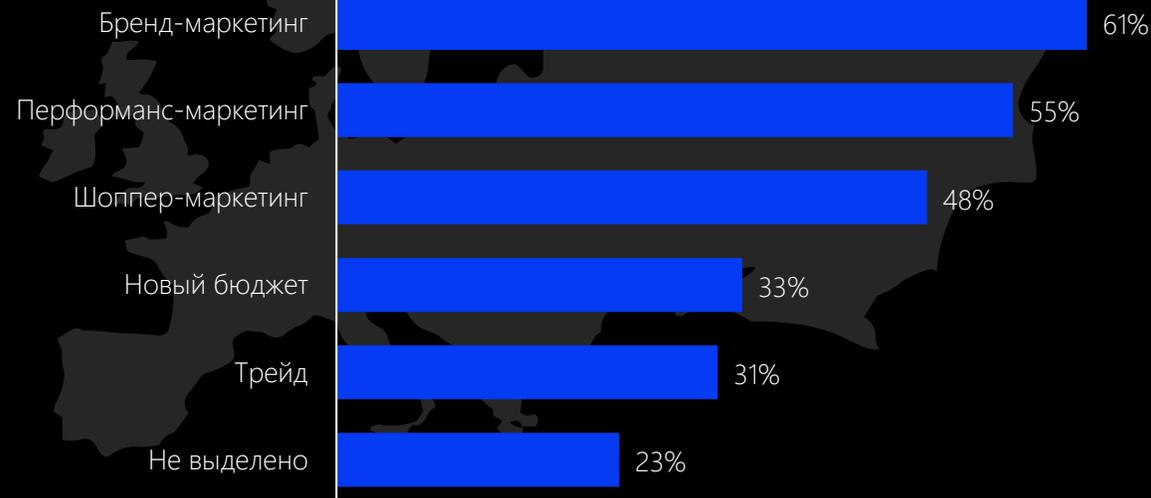
Более половины брендов уже используют онлайн- и офлайн-возможности, ещё четверть активно расширяется в офлайн, при этом бренды продолжают активно экспериментировать

## Адаптация брендов к Retail Media

- Инвестируем в онлайн и офлайн RM
- Инвестируем в онлайн, планируем в офлайн RM
- Инвестируем только в онлайн RM
- Никуда



## Чья команда оплачивает размещения



Опрос на 52 брендах показал, что есть 22 различные комбинации совместного планирования и бюджетирования

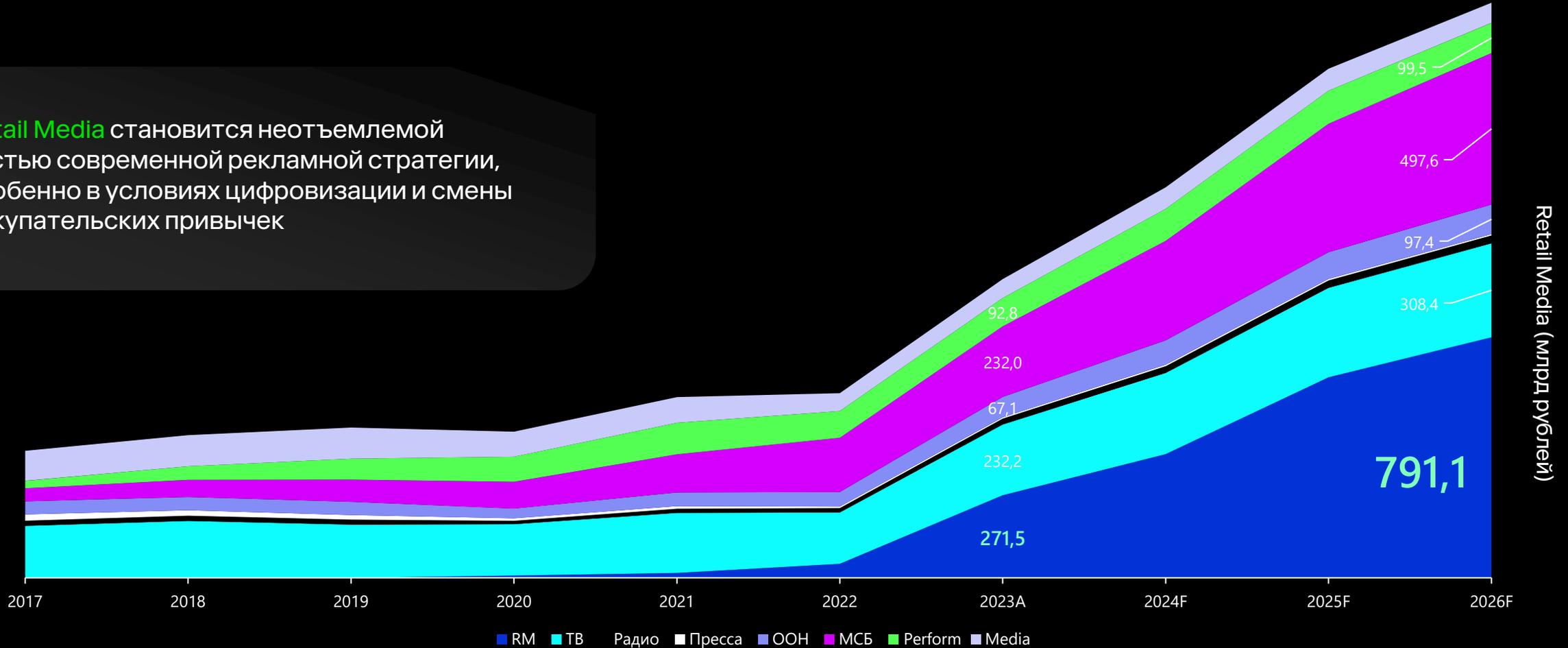
# Retail Media на российском рынке



# Retail Media на российском рынке

Объем рынка Retail Media в 2024 достигнет 435 млрд рублей

**Retail Media** становится неотъемлемой частью современной рекламной стратегии, особенно в условиях цифровизации и смены покупательских привычек



# Retail Media на российском рынке — предпосылки

## Падение традиционных каналов — ТВ\*

Происходит заметный спад потребления ТВ (2023 vs 2022) во всех возрастных группах до 54 лет

ОХВАТ В СУТКИ  
**62%** -2 п.п.

ОХВАТ В СУТКИ  
**40 млн** -1 млн

ОХВАТ В СУТКИ  
**3 ч. 16 мин.** -18 мин

## Аудитория\*\*

Посещающие маркетплейс или онлайн-магазин обычно готовы к покупке. Они уже находятся в магазине и готовы совершить покупку без лишних препятствий. Следовательно, реклама оказывает на них значительное воздействие.

 **49 млн** ПОКУПАТЕЛИ

 **63 млн** ПОКУПАТЕЛИ

 **84 млн** ПОКУПАТЕЛИ

 **80 млн** ПОКУПАТЕЛИ

## Данные

- Данные о прошлых покупках
- Real-time-запросы
- Данные о транзакциях
- Мобильные данные

- 1 Аналитика как самостоятельный продукт
- 2 Данные для таргетинга и планирования
- 3 Post-campaign-аналитика — Sales Lift
- 4 Реклама во внешнем контуре на данных ритейлера

# Retail Media на российском рынке

В условиях постоянного роста цен и сокращающегося ТВ инвентаря особую значимость приобретают каналы с растущей аудиторией и инфляцией ниже рыночной

## ТВ инфляция

15-20%

## Демография

-9 млн

сократится население РФ в возрасте 25-44 к 2034 году

## Падение

Еженедельный охват

Традиционное ТВ

80%

-1.4% 2024/2023

Радио

40%

-7.2% 2024/2023

Печатная пресса

18%

-12% 2024/2023

## Стабильно

Еженедельный охват

Наружная реклама & Indoor

90-95%

Социальные сети

88%

Блогеры

20-30%

## Рост

Еженедельный охват

Retail Media

64%

+9% 2024/2023

Онлайн-видео

84%

+2.3% 2024/2023

Онлайн-TV\*

25%

+6% 2024/2023

Telegram

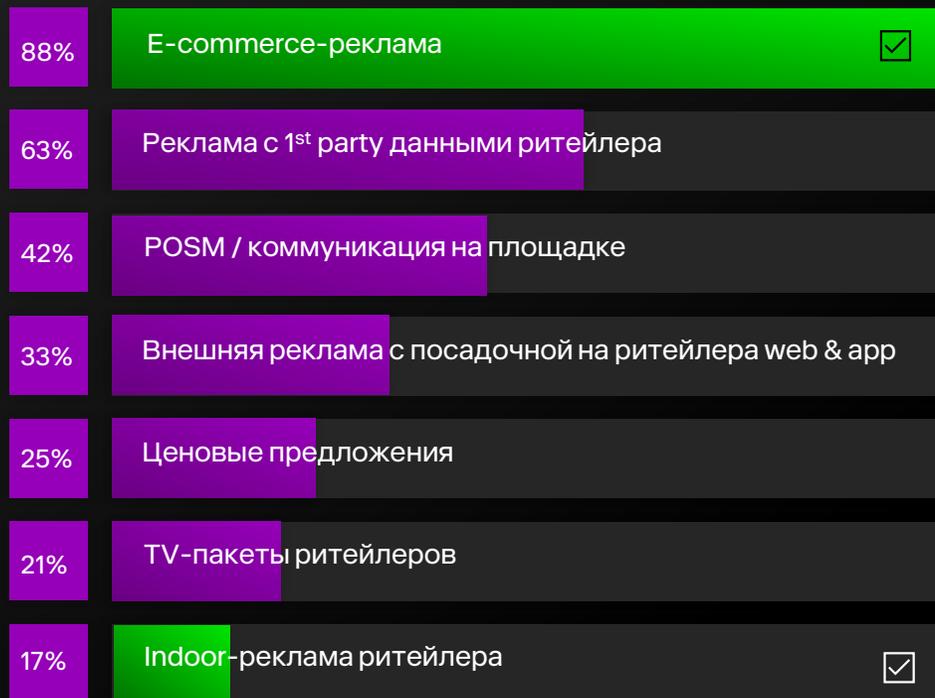
72%

+8.4% 2024/2023

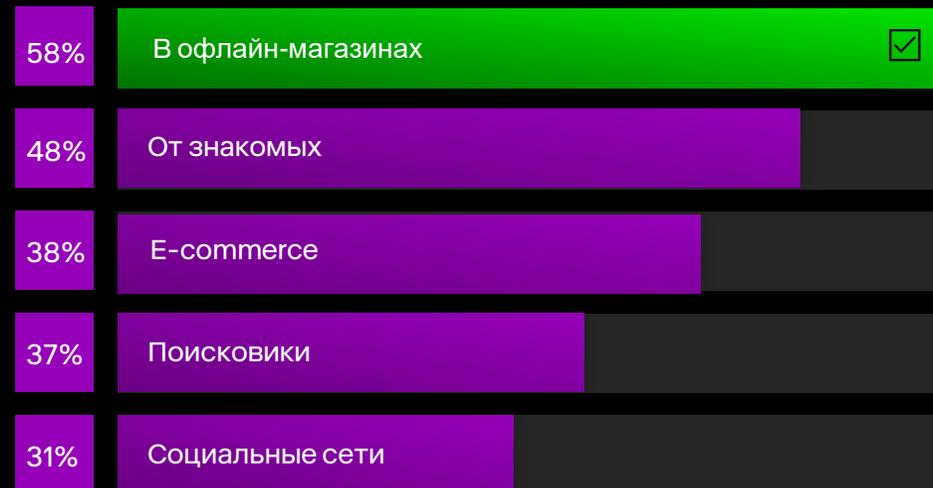
# Retail Media на российском рынке

А что в офлайне?

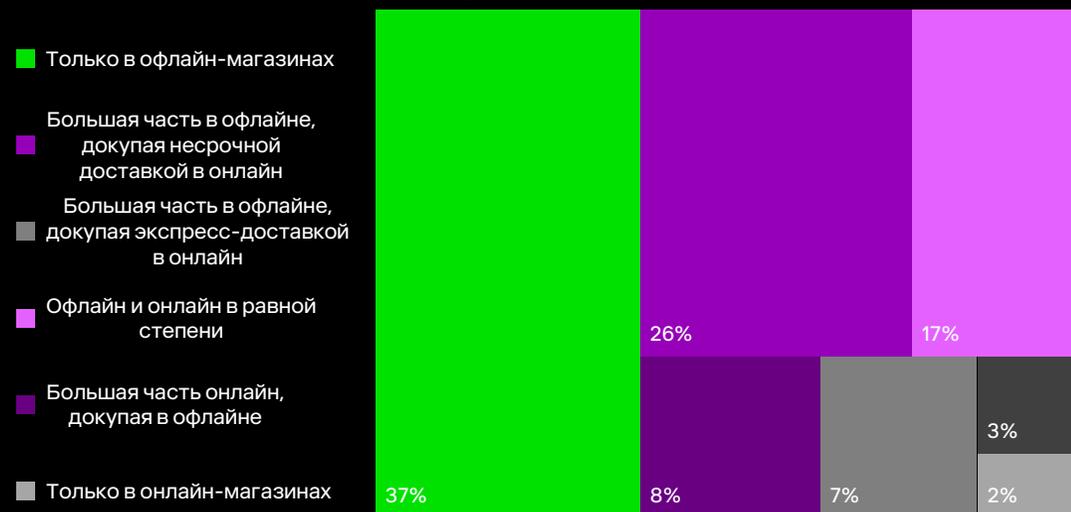
По мнению рекламодателей, Retail Media — это...\*



Где люди чаще всего узнают о новых брендах\*\*

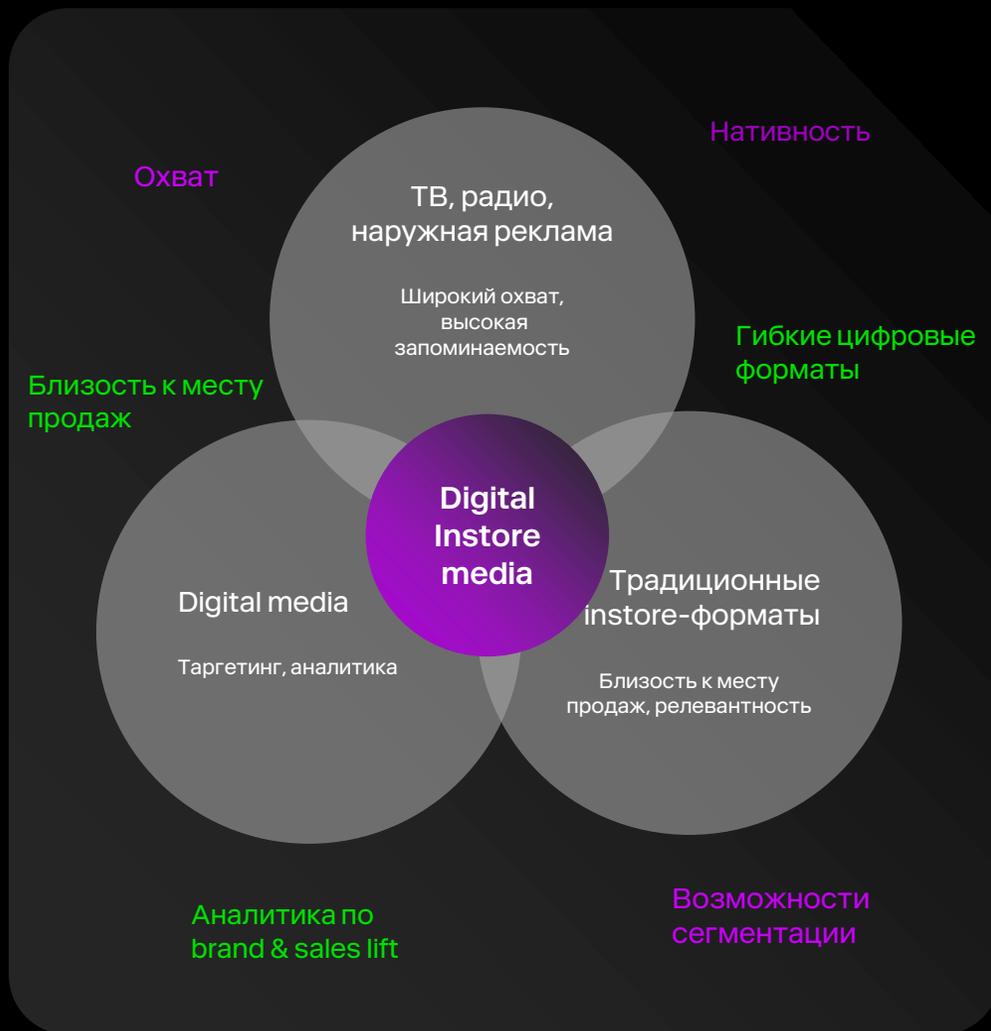


Доля покупателей в офлайн- и онлайн-магазинах на рынке

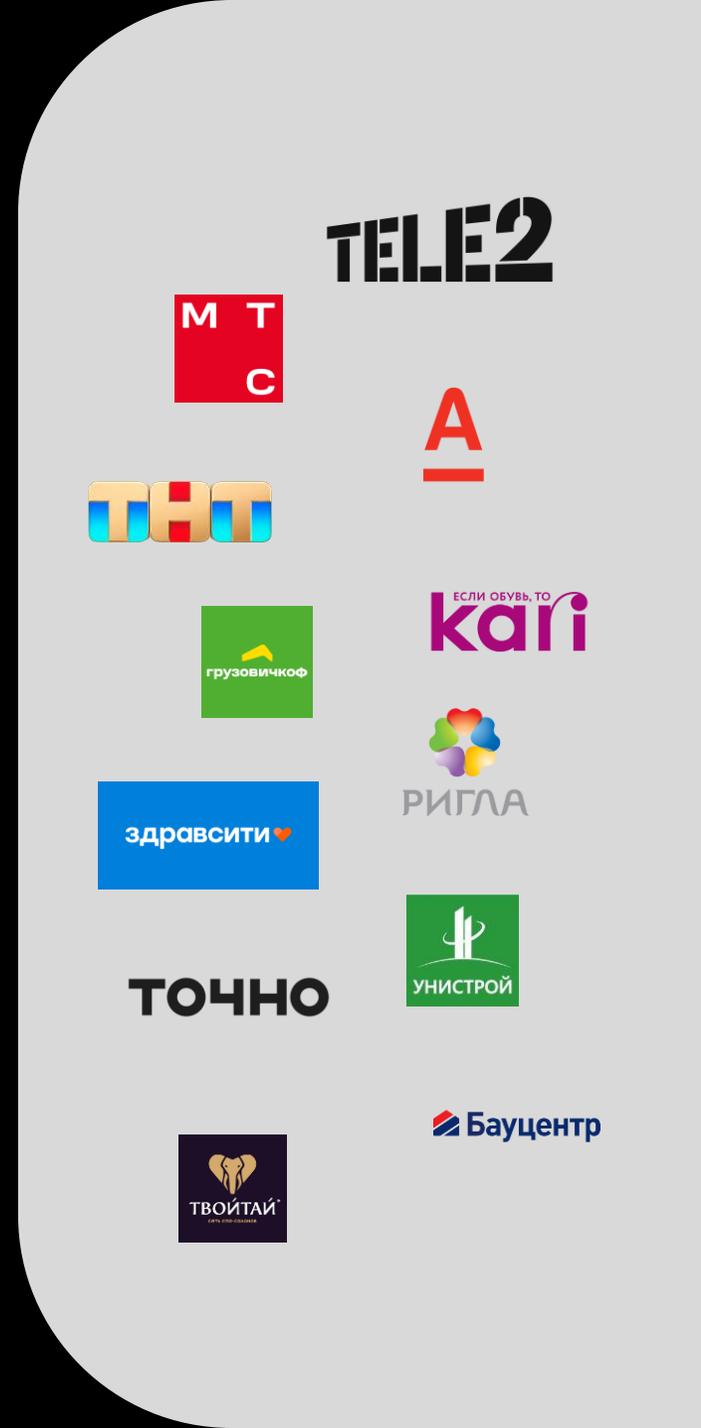


# Retail Media на российском рынке

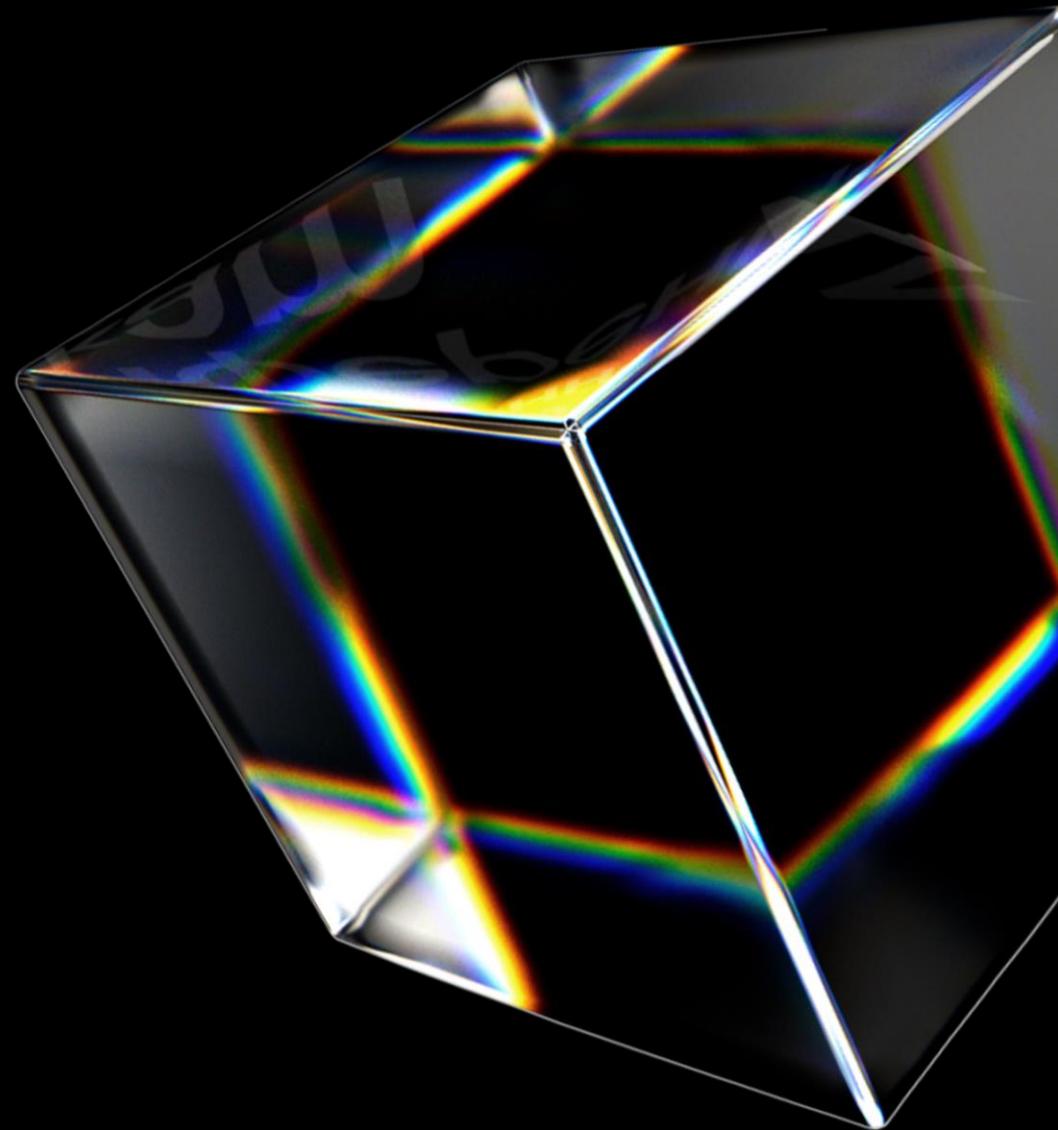
Перерождение офлайна, какие возможности стоят за Retail Media\*



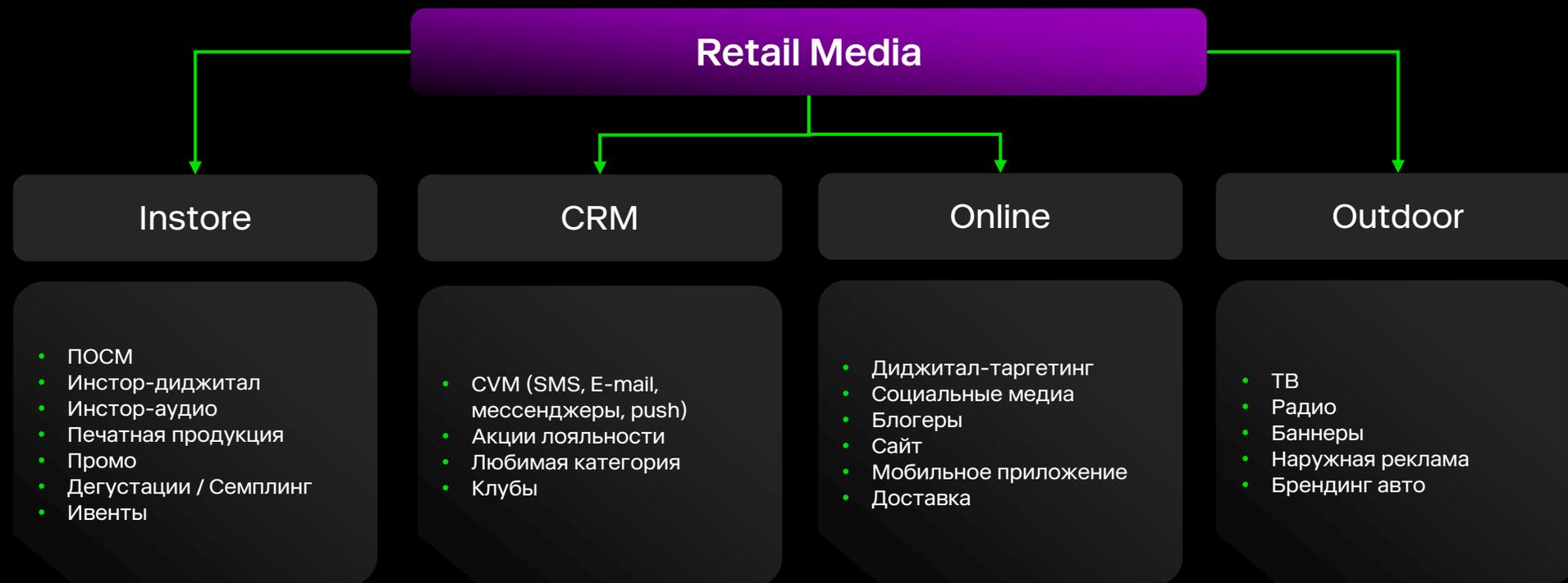
Рекламу в ритейле выбирают не только поставщики\*



# Инструменты и форматы Retail Media



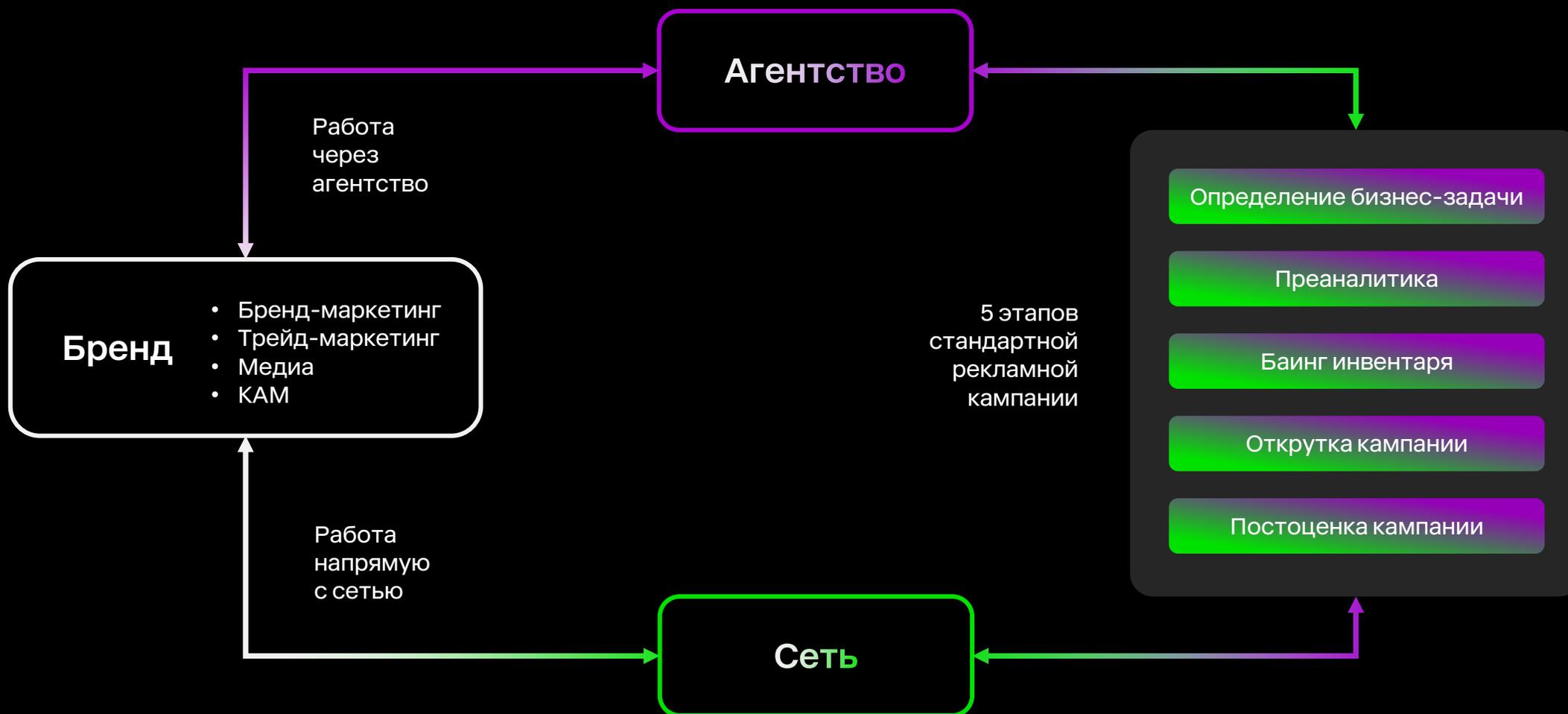
Не существует единого определения Retail Media, но в широком смысле это любая реклама, размещенная на офлайн- и онлайн-площадках сетей



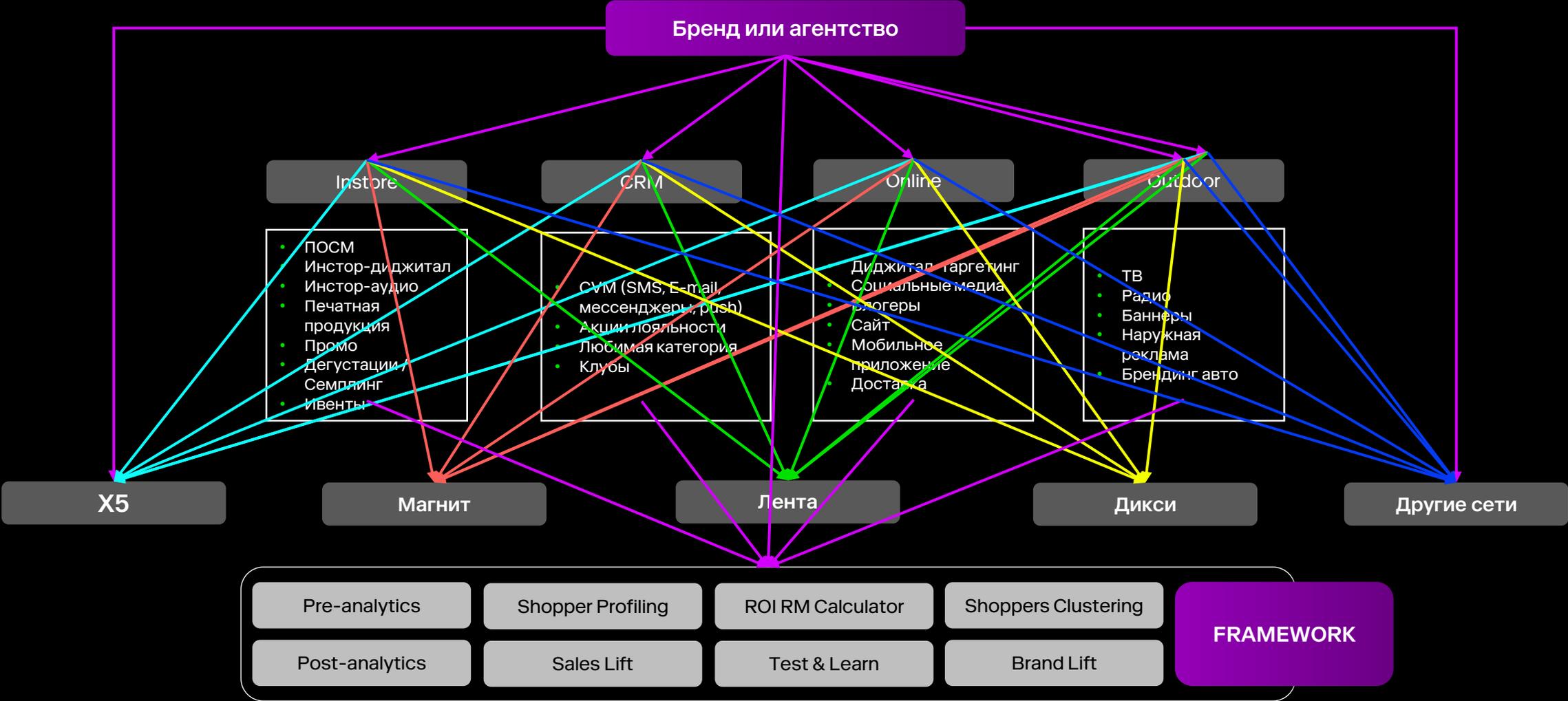
# Ландшафт Retail Media значительно различается по сетям и быстро меняется с появлением новых каналов взаимодействия с потребителем



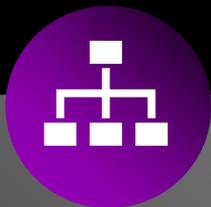
# В идеале работа с Retail Media для поставщиков и непоставщиков сетей должна строиться по относительно простой схеме



На самом деле не существует единого операционного окна, методологии оценки, источника данных и экспертизы на рынке (кроме ТМ Оккам :)



# Okkam Trade Marketing Playbook – интерактивный гайд по Retail Media, который повышает ROI трейд-маркетинг-инвестиций через:



## Создание ТМ-стратегий

- Упрощает создание трейд-маркетинговых стратегий в зависимости от типа клиента, категории, бизнес-задач, ограничений и бюджетных возможностей



## Навигацию по инвентарю

- Агрегирует материалы для комфортной и понятной навигации по инвентарю по сетям как для новичков, так и для продвинутых трейд-маркетологов



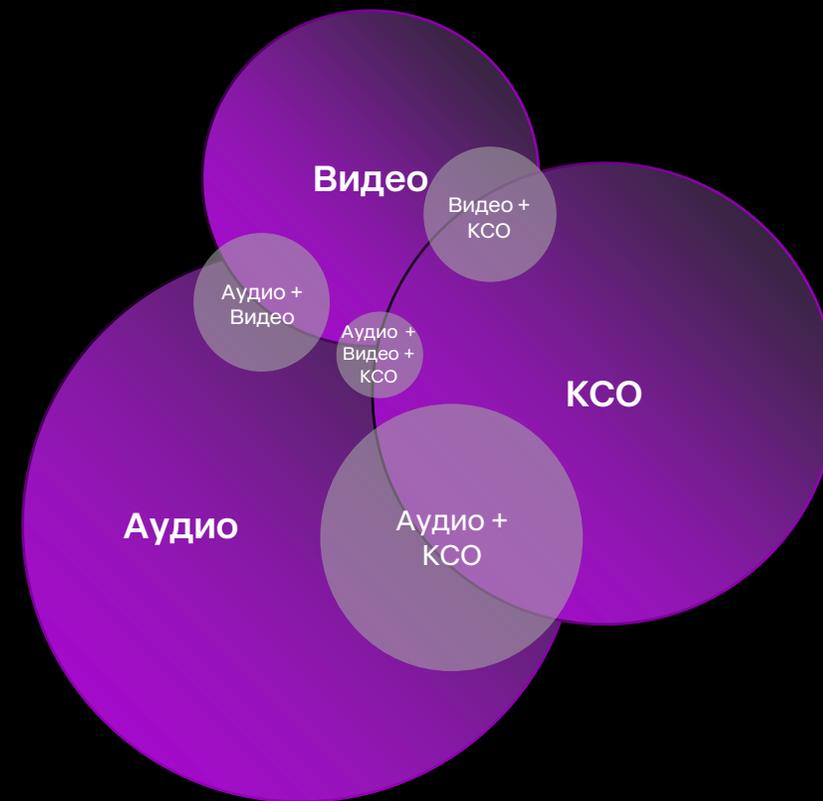
## Пре-/постаналитику

- Предоставляет путь по полному циклу Retail Media с учетом пре-и постаналитики с примерами релевантных для пользователя кейсов и бенчмарков

## Покрытие инвентаря в digital instore по сетям

	 Пятёрочка	 Перекрёсток	 Чижик	 Магнит	Покрытие инвентаря
<b>Аудио</b>	22 449	996	2 346	2 330	<b>28 121</b>
<b>Видео</b>	2 775	516		2 101	<b>5 392</b>
<b>КСО</b>	12 849	973		518	<b>14 340</b>
<b>ТТ в сети</b>	22 449	992	2 346	30 904	

## Комбинации инвентаря





Коммуникация по рекламным размещениям в торговых сетях «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Чижик» осуществляется через единое окно рекламных и аналитических возможностей X5 Group – X5 Media (Sales\_X5Media@x5.ru)

**Видеоформат — это экраны внутри торговой точки. Он не включает в себя видео, КСО, прайсчекеры (эти форматы рассмотрим отдельно).** Видео играет ключевую роль в создании визуальных коммуникаций внутри торговых точек. Применение оптимизированного видеоконтента помогает брендам не только привлекать внимание, но и эффективно взаимодействовать с покупателями в реальном времени, создавая уникальные и запоминающиеся впечатления.

&gt; 12%

ОТ ТОВАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

2775

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

5530

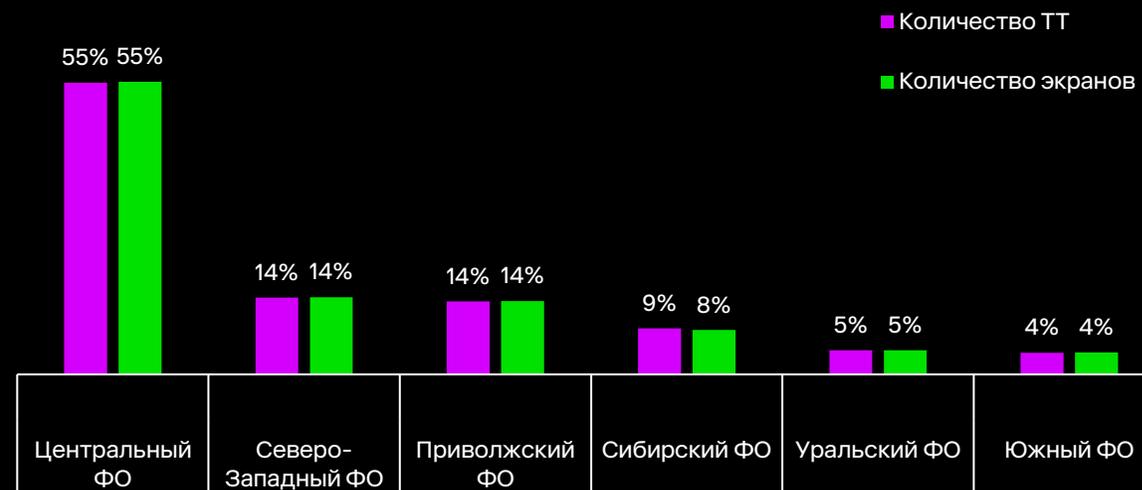
ЭКРАНОВ

&gt;1300\*

ЧЕЛОВЕК – СРЕДНИЙ  
ТРАФИК НА ТТ В СУТКИИнструмент представлен в пяти  
федеральных округах

География	Торговых точек	Количество устройств*
Центральный ФО	1 516	3 032
• Москва	1 516	3 032
Северо-Западный ФО	400	800
Сибирский ФО	240	460
Приволжский ФО	380	760
Уральский ФО	126	252
Южный ФО	113	226
<b>Grand Total</b>	<b>2 775</b>	<b>5 530</b>

\*в ближайшие 3 месяца будет подключено еще около 1500 экранов в городах-миллионниках (актуальная информация у X5 Media)

Микс представленности торговых точек  
в федеральных округах

Коммуникация по рекламным размещениям в торговых сетях «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Чижик» осуществляется через единое окно рекламных и аналитических возможностей X5 Group – X5 Media (Sales\_X5Media@x5.ru)

&gt; 12%

ОТ ТОВАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

2775

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

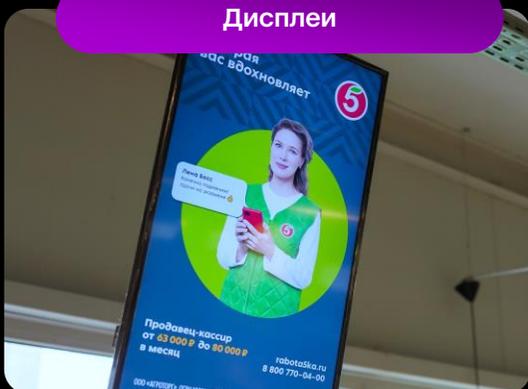
5530

ЭКРАНОВ

&gt;1300

ЧЕЛОВЕК – СРЕДНИЙ  
ТРАФИК НА ТТ В СУТКИ

## Дисплеи



- Охватывают всю аудиторию магазина, находятся в зоне касс, около категорий по периметру торговой точки.
- Вертикальная ориентация (720 x 1280 px)

## Яркие LED-экраны в витринах



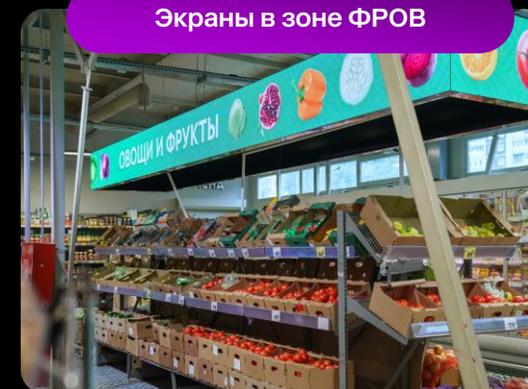
- Охватывают внешний трафик, располагаются на окнах, в каждой ТТ по 2 экрана.
- Вертикальная ориентация: 640 x 640 px; 960 x 960 px; 640 x 1280 px

## Экраны в зоне алкоголя



- Охватывают трафик в категории алкоголя, располагаются над полками с товарами. Наличие экранов только в Санкт-Петербурге.
- Горизонтальная ориентация: 1920 x 160 px

## Экраны в зоне ФРОВ



- Охватывает трафик в категории ФРОВ, располагается над полками с товарами. Наличие экранов только в Санкт-Петербурге.
- Горизонтальная ориентация: 416 x 156 px; 2703 x 312 px

Коммуникация по рекламным размещениям в торговых сетях «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Чижик» осуществляется через единое окно рекламных и аналитических возможностей X5 Group – X5 Media (Sales\_X5Media@x5.ru)

Для гостя создает более удобный канал коммуникации (real-time)

Для бизнеса представляет возможность для монетизации трафика

#### Технические требования:

720 x 1280 px

Вертикальная ориентация экрана

Хронометраж ролика 10-20 сек

Ролик без звуковой дорожки  
Формат .mp4



LED-экраны

>12%

ОТ ТОТАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

2775

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

5530

ЭКРАНОВ

>1300

ЧЕЛОВЕК – СРЕДНИЙ  
ТРАФИК НА ТТ В СУТКИ

Изображение : [ссылка](#)

Коммуникация по рекламным размещениям в торговых сетях «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Чижик» осуществляется через единое окно рекламных и аналитических возможностей X5 Group – X5 Media (Sales\_X5Media@x5.ru)

**Аудиоформат — это радио внутри торговой точки.** Аудио помогает усилить восприятие бренда и стимулировать покупательскую активность, а также привлечь внимание покупателей к акциям и улучшить взаимодействия с ними.

География	Торговые точки
Центральный ФО	7 398
• Московская область	1 888
• Москва	1 553
Приволжский ФО	5 652
• Республика Татарстан	905
• Нижегородская область	718
• Самарская область	710
Южный ФО	2 800
• Краснодарский край	1 195
• Ростовская область	885
Северо-Западный ФО	2 165
• Санкт-Петербург г	547
• Ленинградская область	433
Уральский ФО	2 096
• Свердловская область	833
Сибирский ФО	1 558
Северо-Кавказский ФО	525
Дальневосточный ФО	255
<b>Grand Total</b>	<b>22 449</b>

100%

ОТ ТОВАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

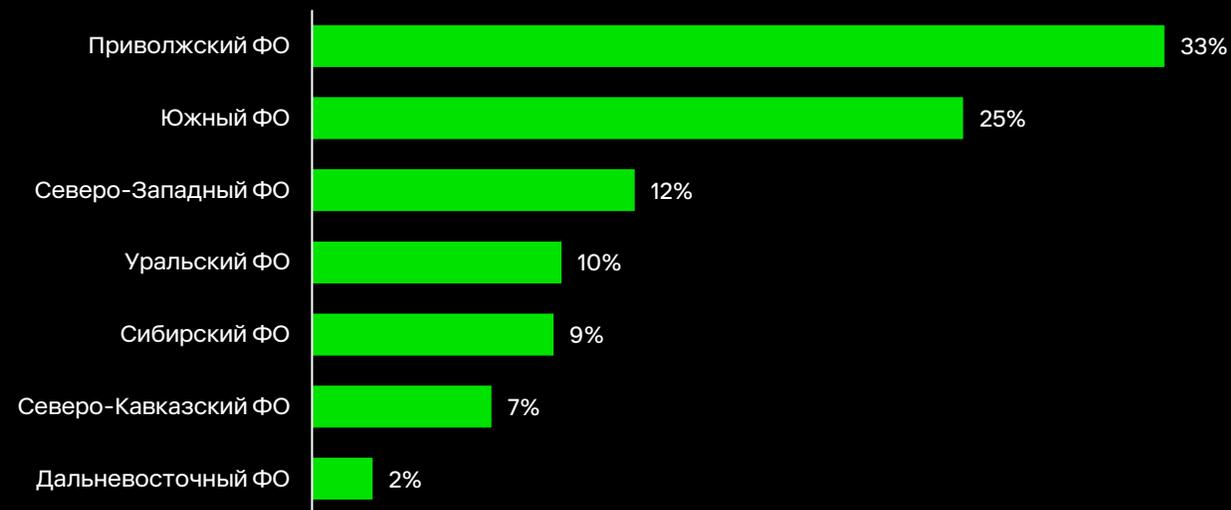
22 449

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

&gt;1300

ЧЕЛОВЕК – СРЕДНИЙ  
ТРАФИК НА ТТ В СУТКИ

Микс представленности торговых точек  
в федеральных округах



Коммуникация по рекламным размещениям в торговых сетях «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Чижик» осуществляется через единое окно рекламных и аналитических возможностей X5 Group — X5 Media (Sales\_X5Media@x5.ru)

**Для гостя** создает более удобный канал коммуникации (real-time)

**Для бизнеса** представляет возможность для монетизации трафика

#### Технические требования:

- Радио — хронометраж 15, 20, 25 или 30 сек.
- Max. sample value: от -0.5dB до -0.2dB
- MP3 (44 100Hz / 256 kbp/s)



**100%**  
ОТ ТОТАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

**22 449**  
ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

**>1300**  
ЧЕЛОВЕК – СРЕДНИЙ  
ТРАФИК НА ТТ В СУТКИ

Изображение : [ссылка](#)

Коммуникация по рекламным размещениям в торговых сетях «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Чижик» осуществляется через единое окно рекламных и аналитических возможностей X5 Group – X5 Media (Sales\_X5Media@x5.ru)

**КСО – это автоматизированные кассовые устройства внутри торговой точки, которые позволяют покупателям самостоятельно сканировать и оплачивать товары без участия кассира.** Реклама на КСО актуальна благодаря высокой вовлеченности покупателей, возможности таргетированной рекламы, стимуляции импульсивных покупок, эффективному использованию рекламного пространства, прямому взаимодействию в момент принятия решения, а также усилению брендинга.

57%

ОТ ТОТАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

12 849

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

&gt;33 600

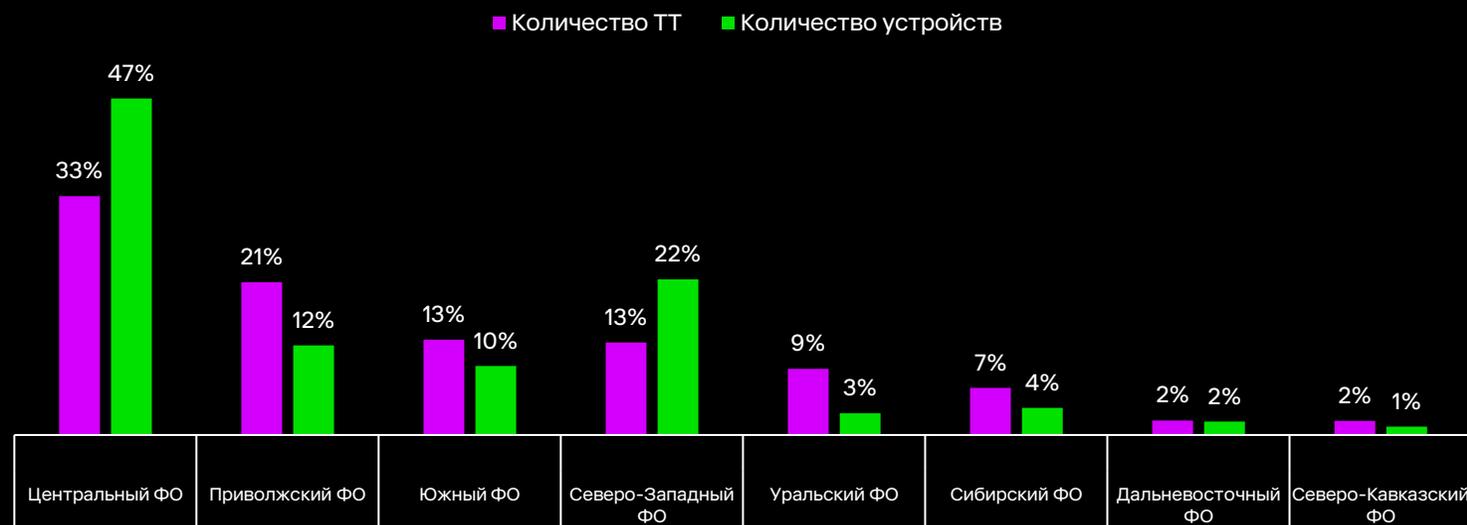
УСТРОЙСТВ

&gt;1300

ЧЕЛОВЕК – СРЕДНИЙ  
ТРАФИК НА ТТ В СУТКИ

География	Торговые точки	Количество устройств
Центральный ФО	4 253	15 674
Приволжский ФО	2 723	4 175
Южный ФО	1 701	3 213
Северо-Западный ФО	1 645	7 252
Уральский ФО	1 180	1 018
Сибирский ФО	838	1 256
Дальневосточный	259	630
Северо-Кавказский ФО	250	383
<b>Grand Total</b>	<b>12 849</b>	<b>33 600</b>

Микс представленности торговых точек в Федеральных Округах



57%

ОТ ТОТАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

12 849

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

&gt;33 600

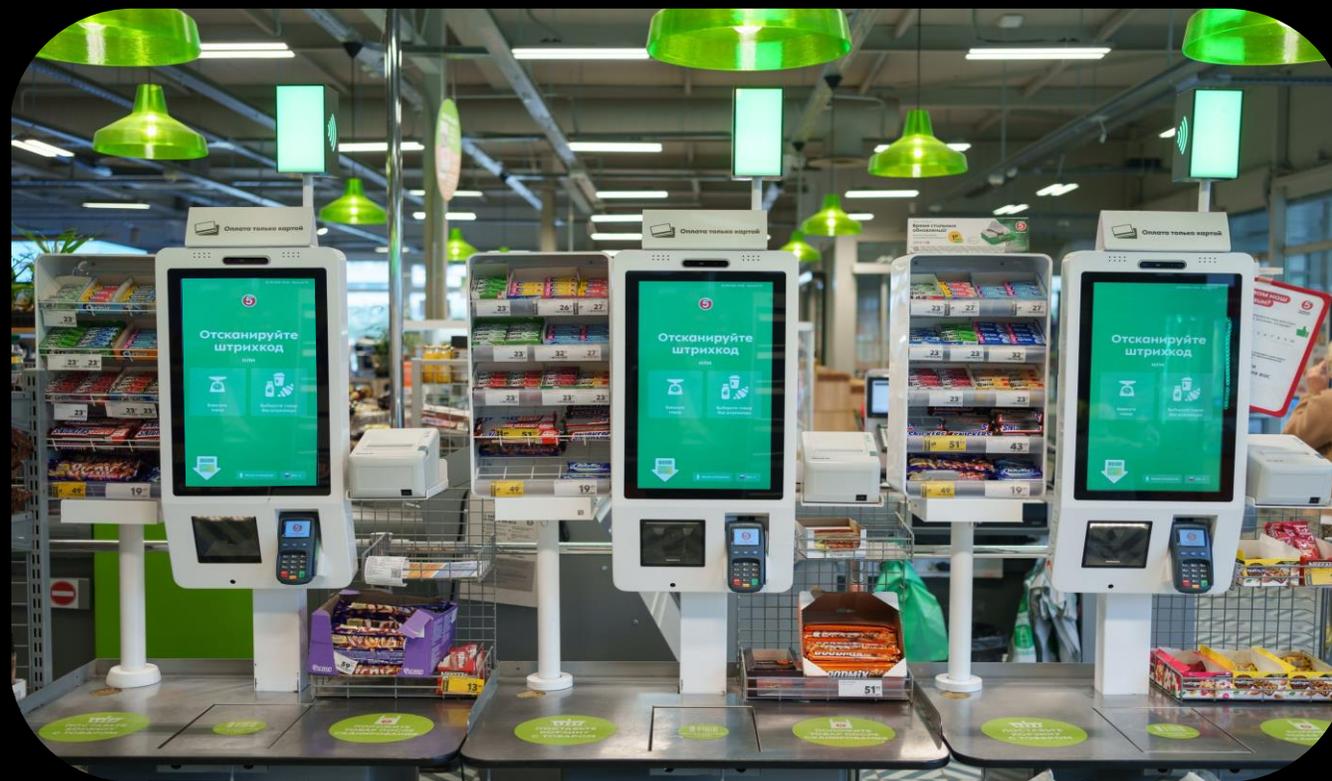
УСТРОЙСТВ

&gt;1300

ЧЕЛОВЕК – СРЕДНИЙ  
ТРАФИК НА ТТ В СУТКИ

### Параметры рекламных роликов для размещения на КСО:

- 15 сек., ролик без звука
- Вертикальная ориентация ролика
- Разрешение ролика 1080 x 1920 px
- Формат MP4



Коммуникация по рекламным размещениям в торговых сетях «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Чижик» осуществляется через единое окно рекламных и аналитических возможностей X5 Group – X5 Media (Sales\_X5Media@x5.ru)

Для гостя создает более удобный канал коммуникации (real-time)

Для бизнеса представляет возможность для монетизации трафика

#### Технические требования:

1080 x 1920 px

Вертикальная ориентация экрана

Хронометраж ролика 10-20 сек

Ролик без звуковой дорожки

Формат .mp4



Кассы самообслуживания

57%

ОТ ТОТАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

12 849

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

>33 600

УСТРОЙСТВ

>1300

ЧЕЛОВЕК – СРЕДНИЙ  
ТРАФИК НА ТТ В СУТКИ

Изображение : [ссылка](#)





Коммуникация по рекламным размещениям в торговых сетях «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Чижик» осуществляется через единое окно рекламных и аналитических возможностей X5 Group – X5 Media (Sales\_X5Media@x5.ru)

**Видеоформат – это экраны внутри торговой точки. Он не включает в себя видео, КСО, прайсчекеры (эти форматы рассмотрим отдельно).** Видео играет ключевую роль в создании визуальных коммуникаций внутри торговых точек. Применение оптимизированного видеоконтента помогает брендам не только привлекать внимание, но и эффективно взаимодействовать с покупателями в реальном времени, создавая уникальные и запоминающиеся впечатления.

51%

ОТ ТОТАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

&gt;500

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

&gt;3 900

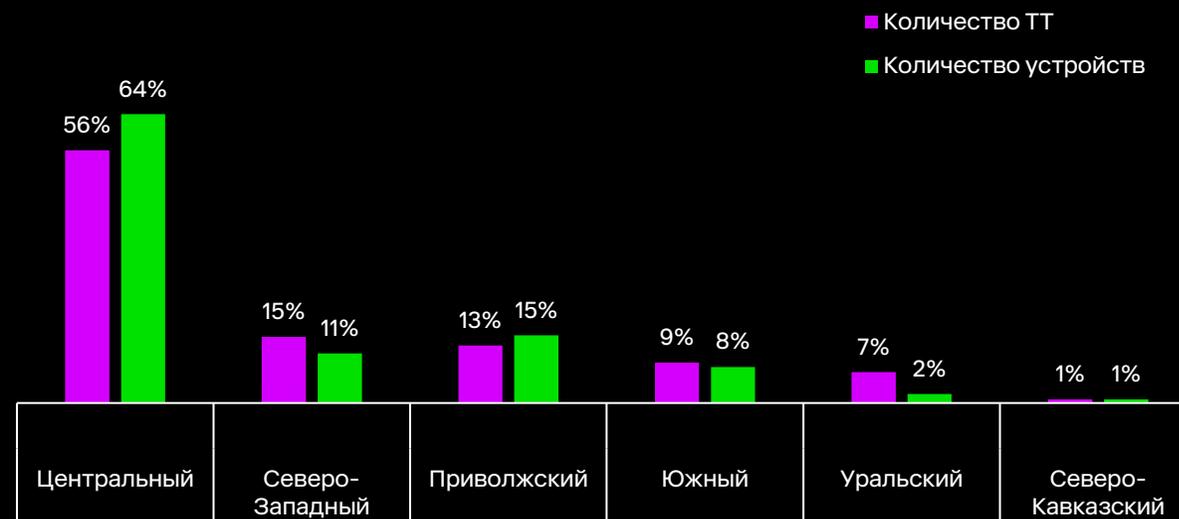
ЭКРАНОВ

&gt;2 200

ЧЕЛОВЕК – СРЕДНИЙ ТРАФИК НА  
ТТ В СУТКИ

География	Торговые точки	Количество устройств
Центральный ФО	291	2 520
• Москва	199	1 978
Северо-Западный ФО	73	434
Приволжский ФО	67	595
Южный ФО	52	320
Уральский ФО	29	86
Северо-Кавказский ФО	4	9
<b>Grand Total</b>	<b>516</b>	<b>3 964</b>

Микс представленности торговых точек  
в федеральных округах





Коммуникация по рекламным размещениям в торговых сетях «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Чижик» осуществляется через единое окно рекламных и аналитических возможностей X5 Group – X5 Media (Sales\_X5Media@x5.ru)

# 51%

ОТ ТОТАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

# >500

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

# >3 900

ЭКРАНОВ

# >2 200

ЧЕЛОВЕК – СРЕДНИЙ ТРАФИК  
НА ТТ В СУТКИ

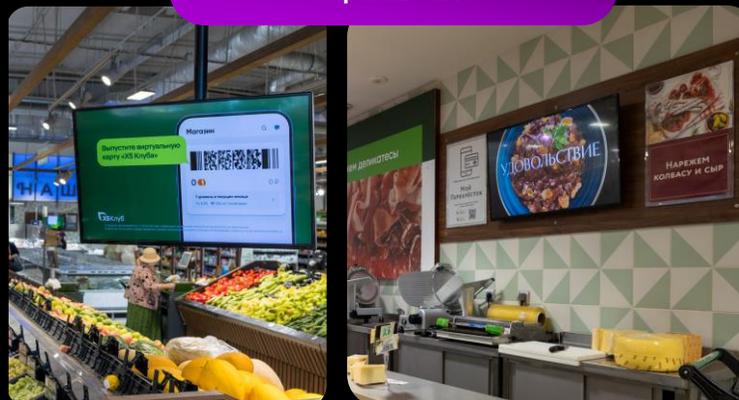
Аплифт, руб, п.п.\*

# +27,2 п.п.

## Технические требования:

Хронометраж ролика	15 секунд
Титры	да
Компрессия (формат)	mp4 (H.264), Quick Time/MOV, Windows media video/WMV
Тип развертки	progressive scan, прогрессивная (без полей)
Частота смены кадров	25 fps
Соотношение сторон	16 x 9
Разрешение	1280 x 720 или 1920 x 1080
Bitrate	не ниже 6000 kbps (предпочтительно CBR)

### Экран в зале



- Охватывают всю аудиторию магазина, находятся в зоне касс, около категорий по периметру торговой точки.
- Вертикальная ориентация (720x1280 px)

### Видеопланшет на входе



- Охватывают весь трафик точки (на вход и выход), находятся во входной зоне торговой точки.
- Вертикальная ориентация: 640 x 640 px; 960 x 960 px; 640 x 1280 px



Коммуникация по рекламным размещениям в торговых сетях «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Чижик» осуществляется через единое окно рекламных и аналитических возможностей X5 Group – X5 Media (Sales\_X5Media@x5.ru)

Для гостя создает более удобный канал коммуникации (real-time)

Для бизнеса представляет возможность для монетизации трафика

#### Технические требования:

1920 x 1080 px

Горизонтальная ориентация экрана

Хронометраж ролика 10-20 сек

Ролик без звуковой дорожки

Формат .mp4



51%

ОТ ТОТАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

>500

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

>3900

ЭКРАНОВ

>2200

ЧЕЛОВЕК – СРЕДНИЙ  
ТРАФИК НА ТТ В СУТКИ

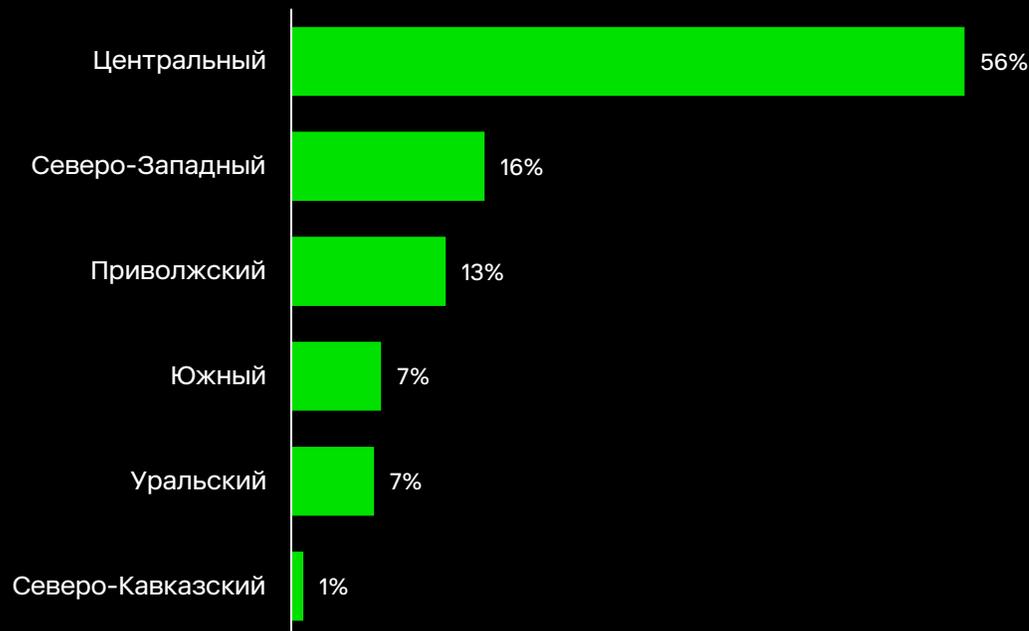
LED-экраны



Коммуникация по рекламным размещениям в торговых сетях «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Чижик» осуществляется через единое окно рекламных и аналитических возможностей X5 Group – X5 Media (Sales\_X5Media@x5.ru)

**Аудиоформат — это радио внутри торговой точки.** Аудио помогает усилить восприятие бренда и стимулировать покупательскую активность, а также привлечь внимание покупателей к акциям и улучшить взаимодействия с ними.

Микс представленности торговых точек в федеральных округах



98%

ОТ ТОТАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

>990

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

>2200

ЧЕЛОВЕК – СРЕДНИЙ  
ТРАФИК НА ТТ В СУТКИ

География	Торговые точки
Центральный ФО	554
Северо-Западный ФО	159
Приволжский ФО	127
Южный ФО	74
Уральский	68
Северо-Кавказский	10
<b>Grand Total</b>	<b>992</b>



Коммуникация по рекламным размещениям в торговых сетях «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Чижик» осуществляется через единое окно рекламных и аналитических возможностей X5 Group – X5 Media (Sales\_X5Media@x5.ru)

Для гостя создает более удобный канал коммуникации (real-time)

Для бизнеса представляет возможность для монетизации трафика

#### Технические требования:

- Радио – хронометраж 15, 20, 25 или 30 сек.
- Max. sample value: от -0.5dB до -0.2dB
- MP3 (44 100Hz / 192 kbp/s – предпочтительно CBR)



# 98%

ОТ ТОТАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

# >990

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

# >2200

ЧЕЛОВЕК – СРЕДНИЙ  
ТРАФИК НА ТТ В СУТКИ



Коммуникация по рекламным размещениям в торговых сетях «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Чижик» осуществляется через единое окно рекламных и аналитических возможностей X5 Group – X5 Media (Sales\_X5Media@x5.ru)

**КСО — это автоматизированные кассовые устройства внутри торговой точки, которые позволяют покупателям самостоятельно сканировать и оплачивать товары без участия кассира.** Реклама на КСО актуальна благодаря высокой вовлеченности покупателей, возможности таргетированной рекламы, стимуляции импульсивных покупок, эффективному использованию рекламного пространства, прямому взаимодействию в момент принятия решения, а также усилению брендинга.

94%

ОТ ТОТАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

&gt;950

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

&gt;7000

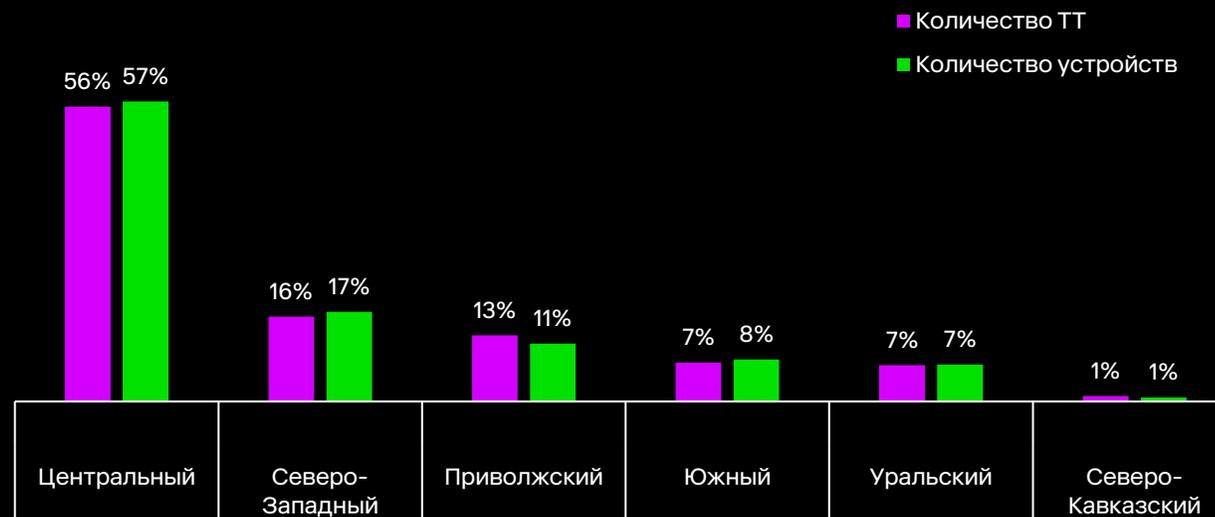
ЭКРАНОВ

&gt;2200

ЧЕЛОВЕК – СРЕДНИЙ  
ТРАФИК НА ТТ В СУТКИ

География	Торговые точки	Количество устройств
Центральный ФО	531	3 982
• Москва	316	2 591
• Московская область	150	995
Северо-Западный ФО	158	1 216
Приволжский ФО	119	764
Южный ФО	71	527
Уральский ФО	66	461
Северо-Кавказский ФО	10	59
<b>Grand Total</b>	<b>955</b>	<b>7 009</b>

Микс представленности торговых точек  
в федеральных округах





Коммуникация по рекламным размещениям в торговых сетях «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Чижик» осуществляется через единое окно рекламных и аналитических возможностей X5 Group – X5 Media (Sales\_X5Media@x5.ru)

# 94%

ОТ ТОТАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

# >950

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

# >7000

ЭКРАНОВ

# >2200

ЧЕЛОВЕК – СРЕДНИЙ  
ТРАФИК НА ТТ В СУТКИ

## Параметры рекламных роликов для размещения на КСО:

- 15 сек., ролик без звука
- Вертикальная ориентация ролика
- Разрешение ролика 1080 x 1920
- Формат MP4





Коммуникация по рекламным размещениям в торговых сетях «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Чижик» осуществляется через единое окно рекламных и аналитических возможностей X5 Group – X5 Media (Sales\_X5Media@x5.ru)

Для гостя создает более удобный канал коммуникации (real-time)

Для бизнеса представляет возможность для монетизации трафика

#### Технические требования:

1080 x 1920 px  
 Экраны в окнах (1500 x 1920)  
 Вертикальная ориентация экрана  
 Хронометраж ролика 10-20 сек  
 Ролик без звуковой дорожки  
 Формат .mp4



Кассы самообслуживания

94%

ОТ ТОТАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

>950

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

>7000

ЭКРАНОВ

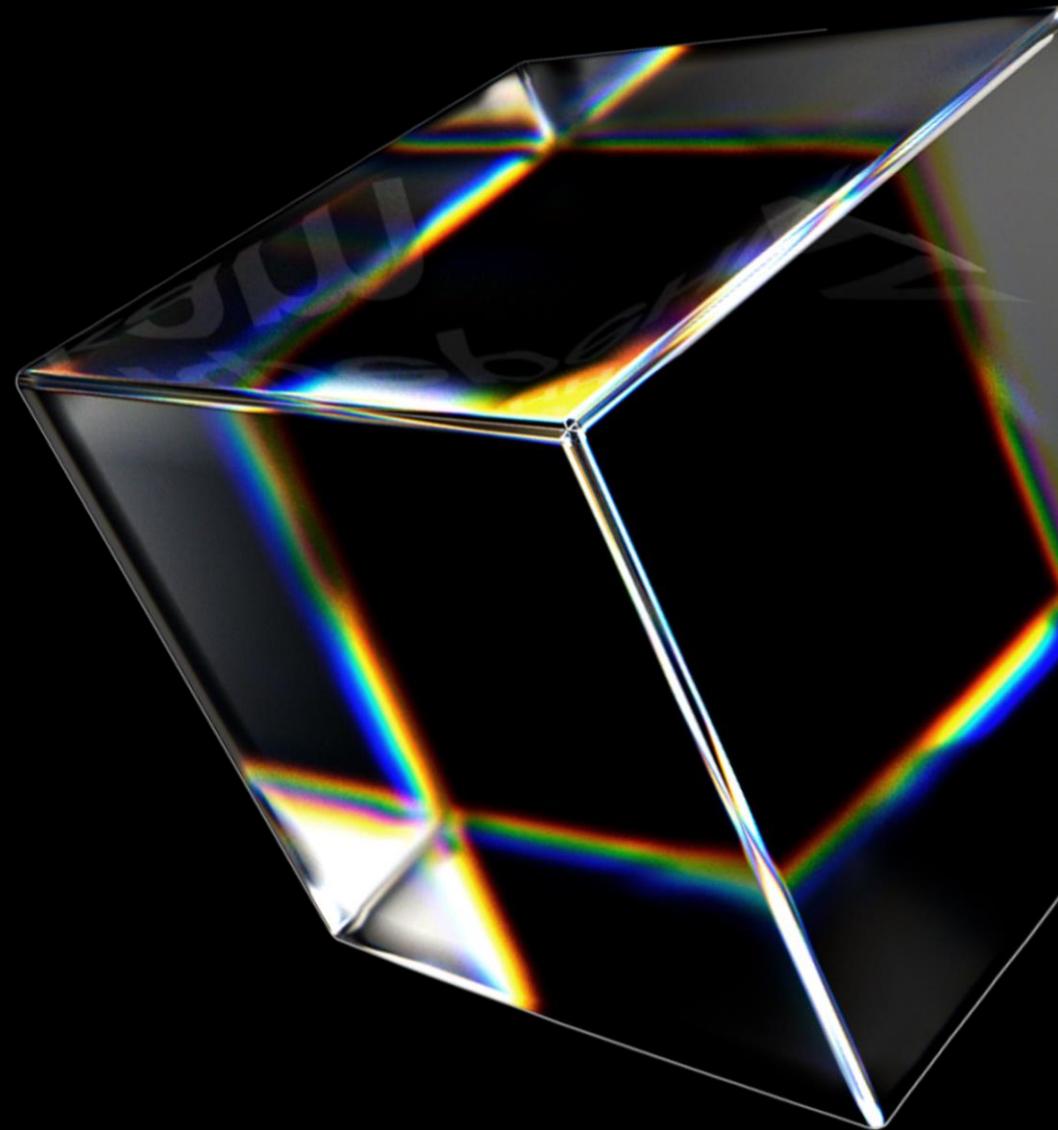
>2200

ЧЕЛОВЕК – СРЕДНИЙ  
 ТРАФИК НА ТТ В СУТКИ

Изображение : [ссылка](#)



**Магнит**



**ОККАМ**

Во 2-ой версии Playbook планируется детализация по форматам магазинов и инвентаря ритейлера

**Видеоформат — это экраны внутри торговой точки. Он не включает в себя видео, КСО (этот формат рассмотрим отдельно).** Видео играет ключевую роль в создании визуальных коммуникаций внутри торговых точек. Применение оптимизированного видеоконтента помогает брендам не только привлекать внимание, но и эффективно взаимодействовать с покупателями в реальном времени, создавая уникальные и запоминающиеся впечатления.

6%

ОТ ТОТАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

&gt;2100

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

&gt;4700

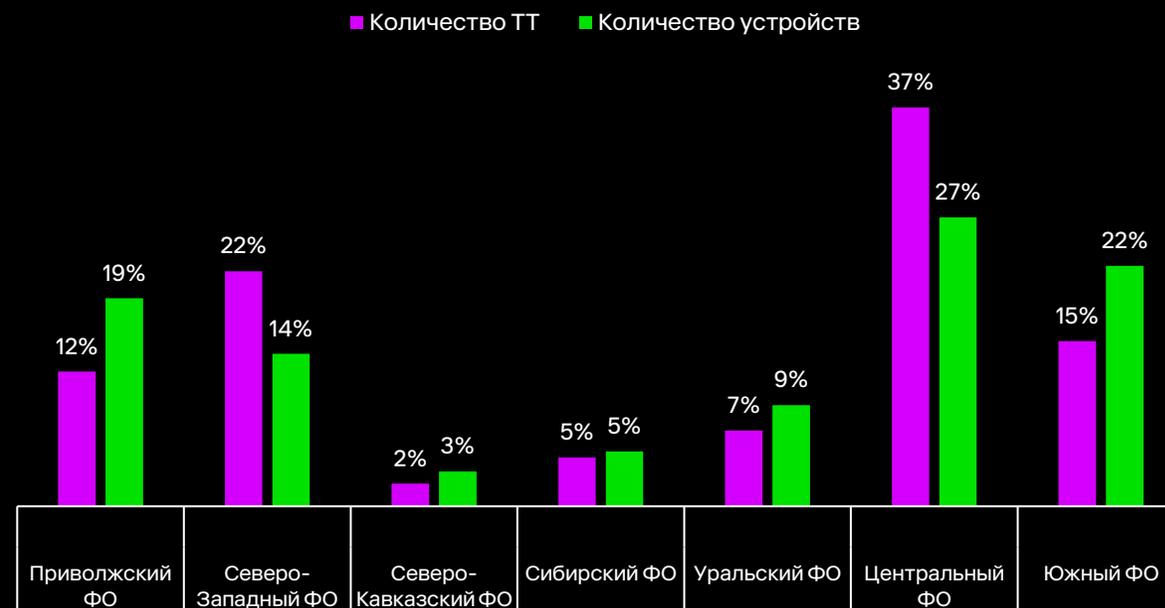
ЭКРАНОВ

&gt;1300

ЧЕЛОВЕК – СРЕДНИЙ  
ТРАФИК НА ТТ В СУТКИ

География	Торговые точки	Количество устройств
Приволжский ФО	262	905
Северо-Западный ФО	457	664
Северо-Кавказский ФО	44	152
Сибирский ФО	95	238
Уральский ФО	147	440
Центральный ФО	775	1 257
Южный ФО	321	1 046
<b>Grand Total</b>	<b>2 101</b>	<b>4 702</b>

Микс представленности торговых точек в федеральных округах



Во 2-ой версии Playbook планируется детализация по форматам магазинов и инвентаря ритейлера

# 6%

ОТ ТОТАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

# >2100

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

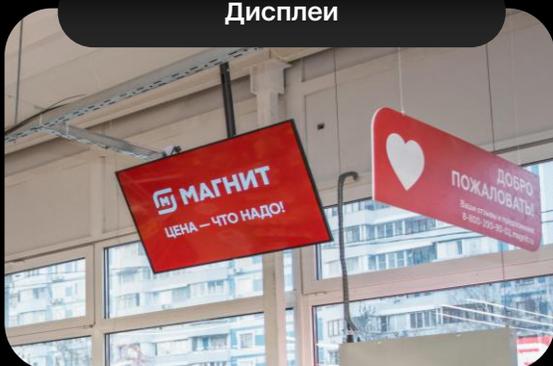
# >4700

ЭКРАНОВ

# >1300

ЧЕЛОВЕК – СРЕДНИЙ  
ТРАФИК НА ТТ В СУТКИ

Дисплеи



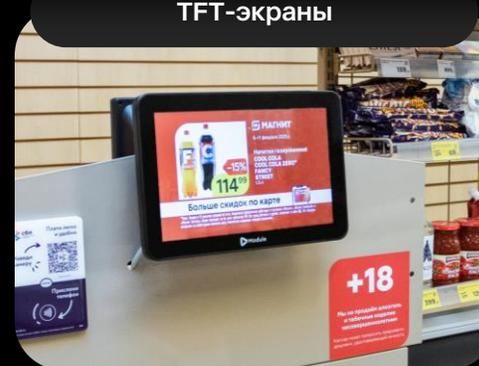
- Возможность трансляции роликов категории «Алкоголь».
- Территория покрытия — МС.
- >75 экранов
- Кодек: H.264 (mp4) Количество кадров: 25–30 fps
- Разрешение 1920 x 1080, 25
- Ролик должен быть кратен 5 сек.
- Формат: MP4

Яркие LED-экраны в витринах



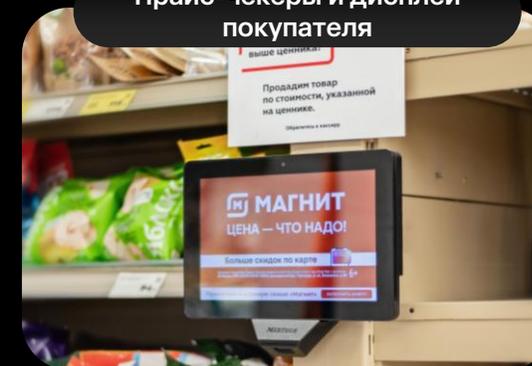
- Экраны направлены не в торговый зал, а на внешнюю аудиторию.
- Зона размещения — витрина.
- Тип конструкции — потолочный.

TFT-экраны



- Информирование покупателей об акциях, распродажах, скидках.
- Возможность трансляции роликов категории «Алкоголь».
- Территория покрытия — МС, ММ, МК.
- > 8000 ЖК мониторов.

Прайс-чекеры и дисплеи покупателя



- Зона размещения — торговый зал и касса
- Размер: 10 дюймов
- Кодек: H.264
- Количество кадров: 25–30 fps
- Битрейт для разрешения 1280 x 800 (прайс-чекер и дисплей покупателя) — не более 7000 kbps
- Формат: MP4, PNG, JPEG, GIF.

Во 2-ой версии Playbook планируется детализация по форматам магазинов и инвентаря ритейлера

**Для гостя** более удобная коммуникация с брендом в режиме реального времени.

**Для бизнеса** — монетизация трафика, привлечение новой аудитории, рост лояльности и потребления.

#### Технические требования:

ТВ экраны

- Продолжительность: ролик должен быть кратен 5 сек.
- Разрешение 1920 x 1080
- Формат MP4

ДП/ПЧ

- Разрешение 1280 x 800
- Формат MP4, PNG, JPEG, GIF



LED-экраны

6%

ОТ ТОТАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

>1100

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

>4200

ЭКРАНОВ

>1300

ЧЕЛОВЕК — СРЕДНИЙ  
ТРАФИК НА ТТ В СУТКИ

Изображение : [ссылка](#)



Во 2-ой версии Playbook планируется детализация по форматам магазинов и инвентаря ритейлера

**Аудиоформат — это радио внутри торговой точки.** Аудио помогает усилить восприятие бренда и стимулировать покупательскую активность, а также привлечь внимание покупателей к акциям и улучшить взаимодействия с ними.

География	Торговые точки
Центральный ФО	774
• Москва	444
Северо-Западный ФО	438
▪ Санкт-Петербург	339
Приволжский ФО	379
Южный ФО	373
▪ Краснодарский край	222
Уральский ФО	196
Сибирский ФО	108
Северо-Кавказский ФО	62
<b>Grand Total</b>	<b>2 330</b>

6%

ОТ ТОВАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

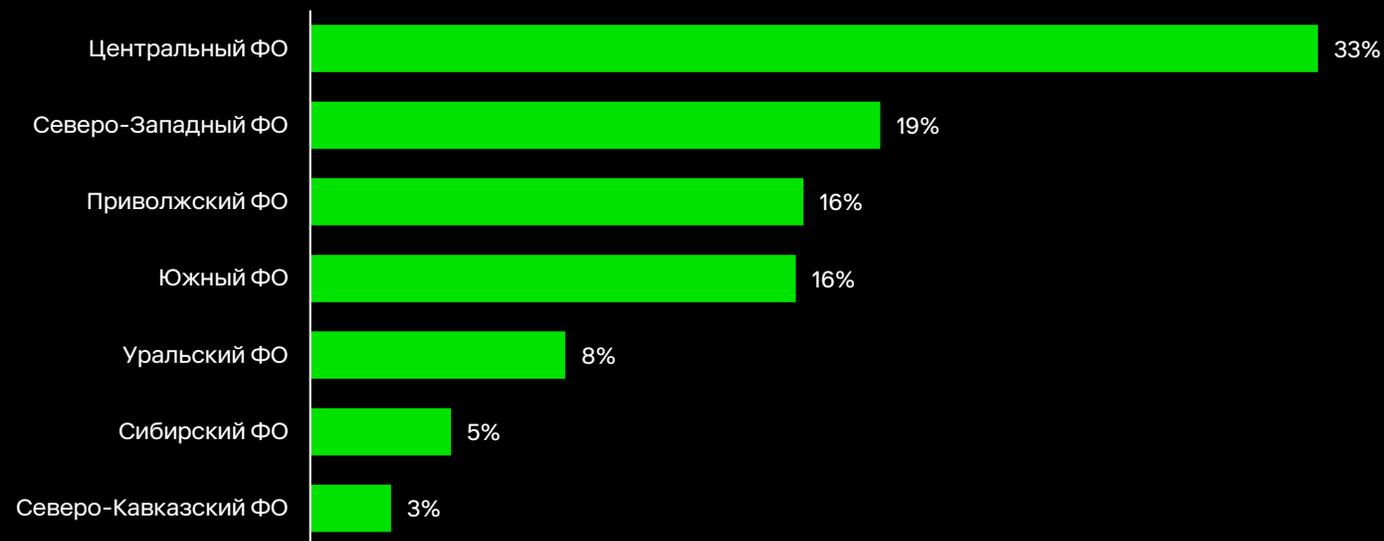
&gt;2300

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

&gt;1300

ЧЕЛОВЕК – СРЕДНИЙ  
ТРАФИК НА ТТ В СУТКИ

Микс представленности торговых точек в федеральных округах



Во 2-ой версии Playbook планируется детализация по форматам магазинов и инвентаря ритейлера

**Для гостя** создает более удобный канал коммуникации (real-time).

**Для бизнеса** представляет возможность для монетизации трафика.

#### Технические требования:

- Минимальная продолжительность ролика — 5 сек.
- Минимальный период размещения — 1 сутки.
- Формат файла — MP3



# 6%

ОТ ТОТАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

# >2 300

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

# >1 300

ЧЕЛОВЕК – СРЕДНИЙ  
ТРАФИК НА ТТ В СУТКИ

Изображение : [ссылка](#)

Во 2-ой версии Playbook планируется детализация по форматам магазинов и инвентаря ритейлера

**КСО — это автоматизированные кассовые устройства внутри торговой точки, которые позволяют покупателям самостоятельно сканировать и оплачивать товары без участия кассира.** Реклама на КСО актуальна благодаря высокой вовлеченности покупателей, возможности таргетированной рекламы, стимуляции импульсивных покупок, эффективному использованию рекламного пространства, прямому взаимодействию в момент принятия решения, а также усилению брендинга.

2%

ОТ ТОВАЛ ПОВЕРТИА СЕТИ

&gt;500

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

&gt;1900

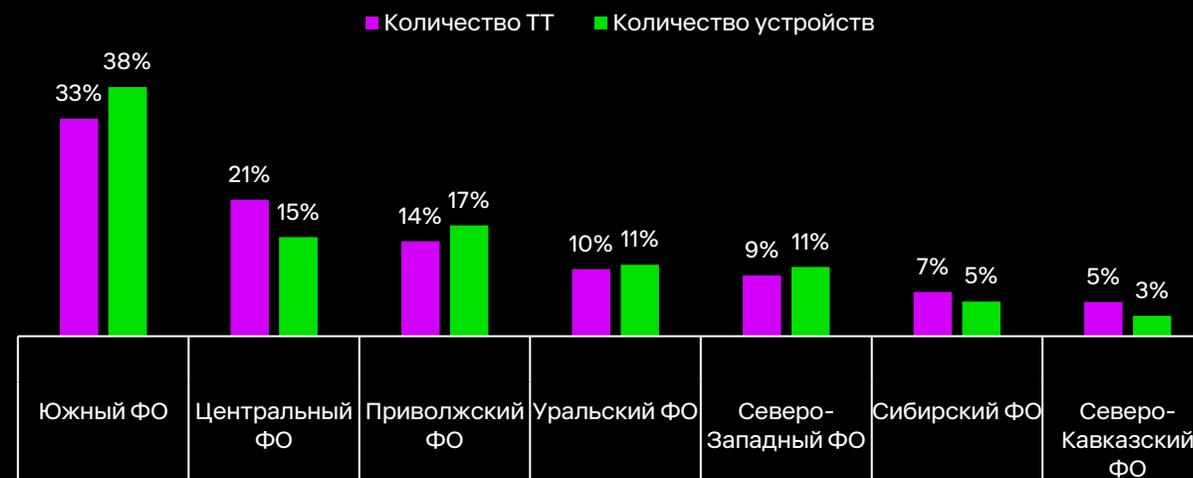
ЭКРАНОВ

&gt;2000

ЧЕЛОВЕК – СРЕДНИЙ  
ТРАФИК НА ТТ В СУТКИ

География	Торговые точки*	Количество устройств
Южный ФО	172	759
Центральный ФО	108	302
Приволжский ФО	75	338
Уральский ФО	53	218
Северо-Западный ФО	48	211
Сибирский ФО	35	106
Северо-Кавказский ФО	27	62
<b>Grand Total</b>	<b>518</b>	<b>1996</b>

Микс представленности торговых точек в федеральных округах



Во 2-ой версии Playbook планируется детализация по форматам магазинов и инвентаря ритейлера

5,3%

ОТ ТОТАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

>500

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

>1900

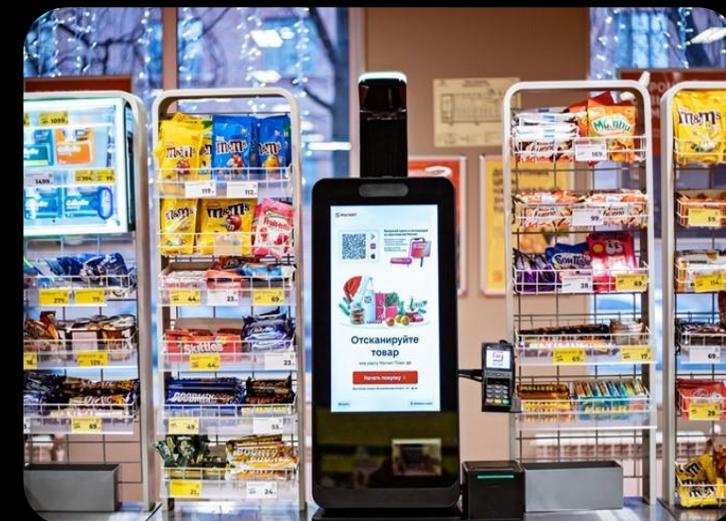
УСТРОЙСТВ

>2000

ЧЕЛОВЕК – СРЕДНИЙ  
ТРАФИК НА ТТ В СУТКИ

### Параметры рекламных роликов для размещения на КСО:

- Рекламный блок — 5 минут, или 12 выходов в час. Минимальный размер ролика — 5 секунд. Только статичное изображение.
- Минимальный период размещения — 1 сутки.
- Территория покрытия — МС и ММ.



Во 2-ой версии Playbook планируется детализация по форматам магазинов и инвентаря ритейлера

Для гостя создает более удобный канал коммуникации (real-time)

Для бизнеса представляет возможность для монетизации трафика

**Технические требования:**

- Рекламный блок — 5 минут (12 выходов в час).
- Минимальный размер ролика — 5 секунд.
- Только статичное изображение.



Кассы самообслуживания

5,3%

ОТ ТОТАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

>600

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

>2500

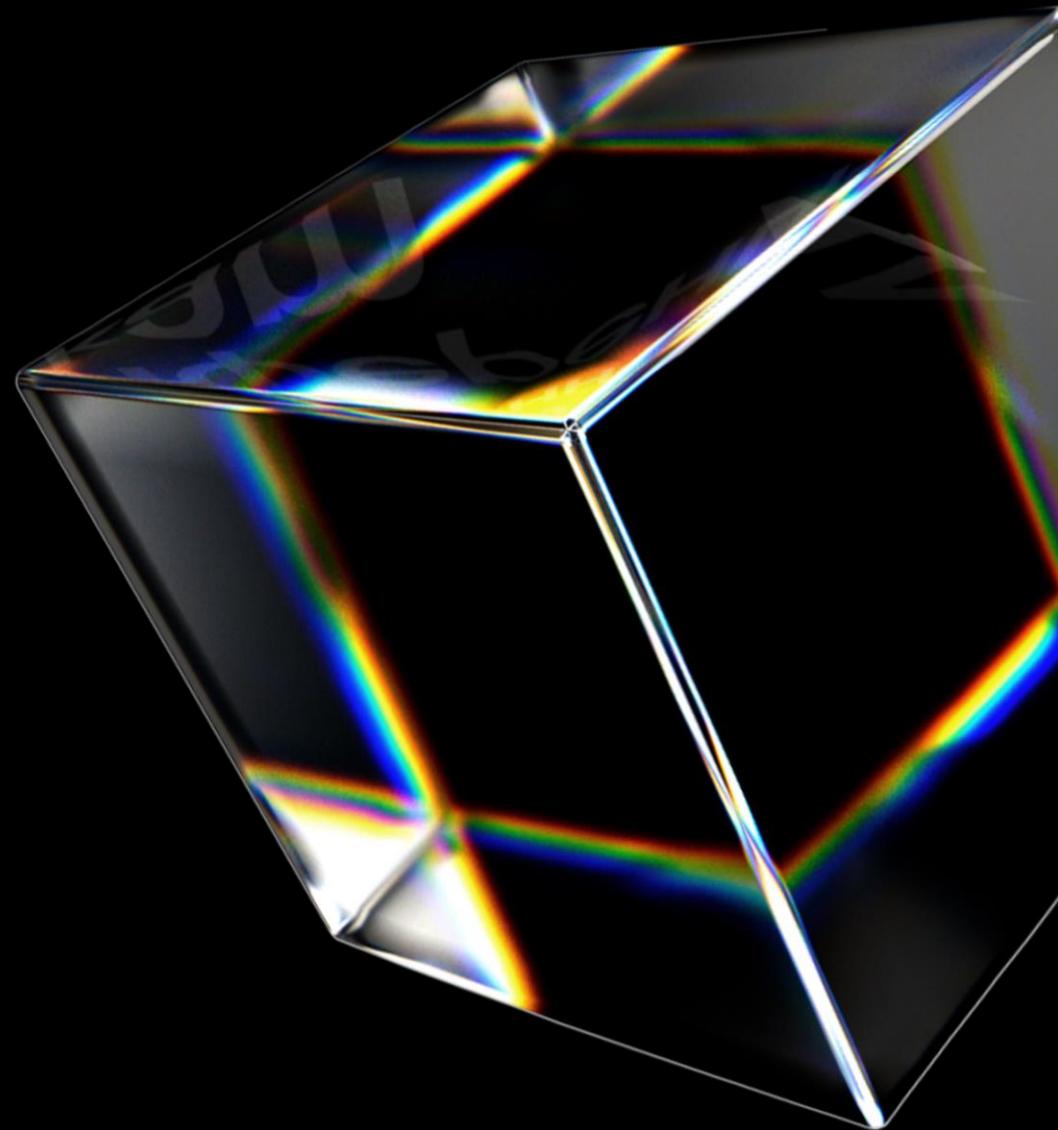
УСТРОЙСТВ

>2000

ЧЕЛОВЕК – СРЕДНИЙ  
ТРАФИК НА ТТ В СУТКИ

Изображение : [ссылка](#)

# Преимущества Retail Media



## Преимущества Retail Media в России:

### Близость к точке покупки

Retail Media взаимодействует с покупателями в момент принятия решения, что обеспечивает высокую конверсию.

### Доступ к уникальным данным

Ритейлеры обладают детальной информацией о покупательском поведении (чеки, покупки, частота визитов), что позволяет таргетировать аудиторию максимально точно.

### Интеграция с продажами

Возможность напрямую измерить эффективность кампании через прирост продаж (sales uplift).

### Разнообразие форматов

Включает digital-экраны, аудиорекламу, кассы самообслуживания, ПОСМ, мобильные приложения, сайты и пр.

### Высокая лояльность аудитории

Покупатели доверяют ритейлерам, что повышает восприимчивость к рекламным сообщениям.

### Охват широкой аудитории

Розничные сети в России имеют значительный трафик, что обеспечивает широкий охват кампаний.

## Данные как основа таргетинга:

### First-party данные ритейлеров

- Чековые данные
- Данные по картам лояльности
- Транзакционные данные

### Сегментация и профилирование покупателей

- Потребительские метрики
- Социально-демографические признаки
- География

### Преаналитика / Постаналитика

- Кластеризация магазинов
- Кластеризация покупателей
- Sales Lift
- Test & Learn
- Brand Lift

Коммуникация по рекламным размещениям в торговых сетях «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Чижик» осуществляется через единое окно рекламных и аналитических возможностей X5 Group — X5 Media (Sales\_X5Media@x5.ru)

Прирост был подтверждён в рекламных кампаниях брендов:

### Неалкогольная продукция

### Алкогольная продукция

Продажи, руб.

**+20** п.п.

Продажи, руб.

**+63** п.п.

**Whiskas**

корма для домашних животных (продукты для кошек)

**Martiamo**

бренд вина

**Bonduelle**

консервированные и замороженные овощи

**Терруар Кубани**

бренд вина

**Эконива**

молочные продукты (в основном молоко, сыр, йогурты)

**Таинская**

крепкий алкоголь (водка)

**Гроспирон**

молочные продукты (мороженое из свежего молока и сливок)

**Gletcher**

слабоалкогольные напитки (пиво)

**Pepsi**

безалкогольные напитки (газированные напитки)

**Furstkeg**

слабоалкогольные напитки (пиво)



Коммуникация по рекламным размещениям в торговых сетях «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Чижик» осуществляется через единое окно рекламных и аналитических возможностей X5 Group — X5 Media (Sales\_X5Media@x5.ru)

Прирост был подтверждён в рекламных кампаниях брендов:

100%

ОТ ТОТАЛ ПОКРЫТИЯ СЕТИ

22 500

ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

>1300

ЧЕЛОВЕК — СРЕДНИЙ  
ТРАФИК НА ТТ В СУТКИ

Продажи, руб.

+15 п.п.

Whiskas

корма для домашних животных (продукты для кошек)

Bonduelle

консервированные и замороженные овощи

Эконива

молочные продукты (в основном молоко, сыр, йогурты)

Гроспирон

молочные продукты (мороженое из свежего молока и сливок)

Pepsi

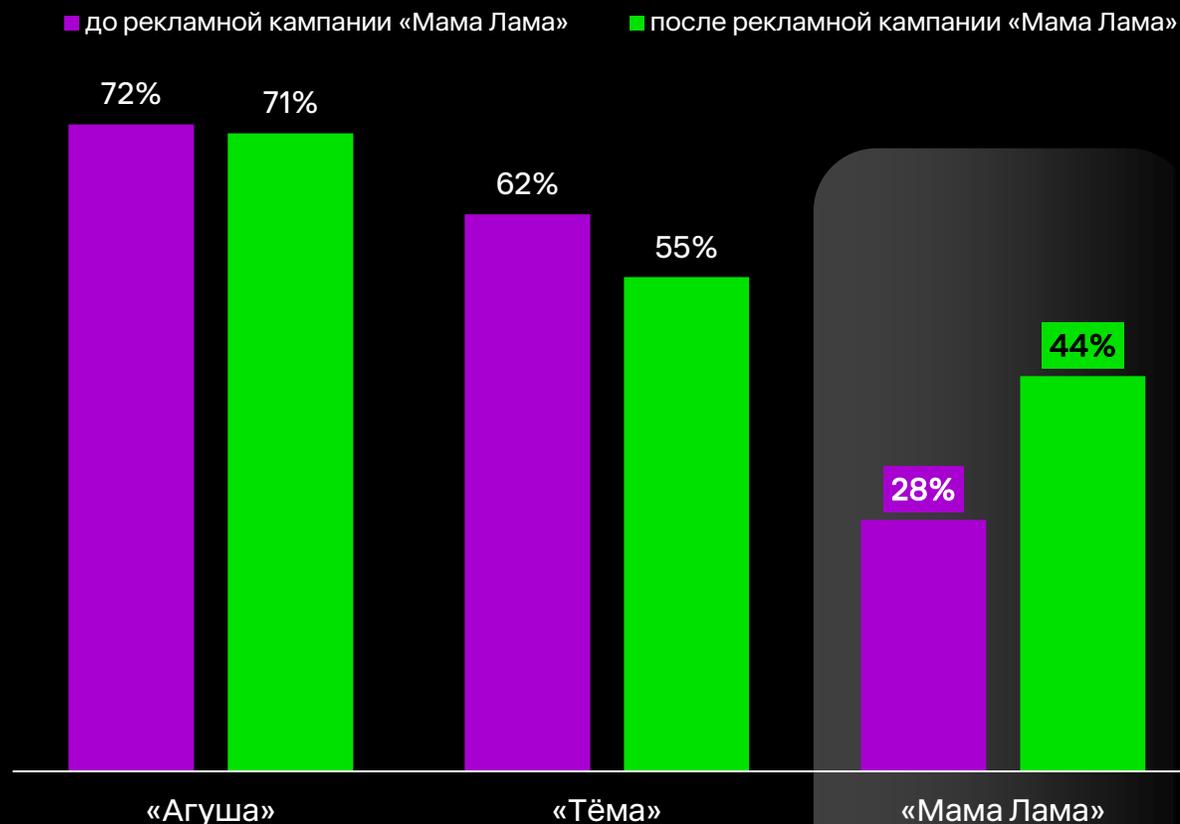
безалкогольные напитки (газированные напитки)

**Вводные по РК**

- Сеть: Пятёрочка
- Бренд: «Мама Лама»
- Период РК: декабрь — январь 2022 г.
- География размещения: Санкт-Петербург, Новосибирск

**Результаты РК**

- Узнаваемость бренда выросла в 2 раза согласно данным исследовательского агентства Vision, ноябрь 2021
- Мотивация к повторной покупке выросла в 1,5 раза согласно данным X5 Dialog (см. диаграмму справа)

**Рост повторной покупки бренда в сети (в 1,5 раза)**

Возможность выбора

Offline

Instore

- ПОСМ
- Инстор-диджитал
- Инстор-аудио
- Печатная продукция
- Промо
- Дегустации / Семплинг
- Ивенты

Outdoor

- ТВ
- Радио
- Баннеры
- Наружная реклама
- Брендинг авто

Online

CRM

- CVM (SMS, E-mail, мессенджеры, push)
- Акции лояльности
- Любимая категория
- Клубы

Online

- Диджитал-таргетинг
- Социальные медиа
- Блогеры
- Сайт
- Мобильное приложение
- Доставка

# Будущее Retail Media



# Будущее Retail Media:

Ключевое направление — синергия технологий, аналитики и персонализации для улучшения опыта брендов и покупателей.

## Развитие аналитики

- Углубленная персонализация: прогнозирование поведения покупателей с помощью AI.
- Точные инструменты атрибуции и оценки ROI для кросс-канальных кампаний.
- Предиктивная аналитика для симуляции эффективности до запуска рекламы.

## Внедрение технологий

- Автоматизация медиапланирования и генерации контента через AI.
- Интеграция с IoT: «умные» полки, адаптивная реклама.
- Использование AR/VR для интерактивных магазинов и виртуальных шоурумов.
- Блокчейн для прозрачности данных и транзакций.

## Прогнозы на 2025-2030 гг.

- Ритейл медиа станет основным каналом для брендов, генерируя до 30% прибыли ритейлеров.
- Магазины превратятся в интерактивные медиа-площадки с персонализированной рекламой.
- Полная интеграция онлайн и офлайн данных для создания бесшовного опыта.
- Рост локализованных кампаний и усиление защиты данных.

Следите за анонсами в нашем  
TG-канале



Присылайте ваши запросы:

[TradeMarketing@okkam.ru](mailto:TradeMarketing@okkam.ru)

