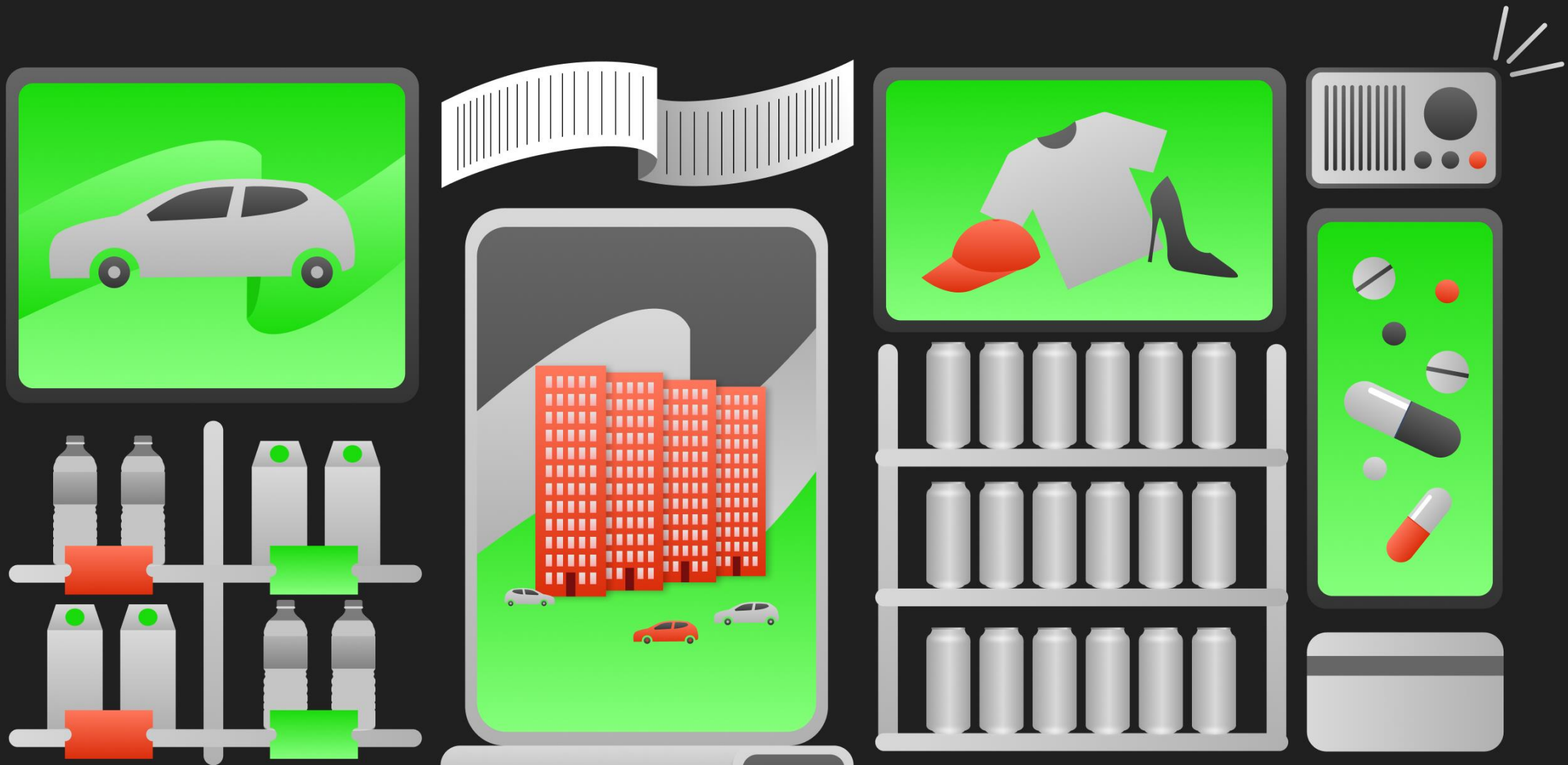


OKKAM × X5 Media

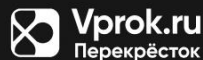


ОККАМ × X5 Media

Точки роста в ритейл-медиа для non-FMCG

Вебинар

29 октября | 16:00



Программа

Спикеры



Маша Неуважаева

Директор по развитию Okkam
(модератор)



Дмитрий Ларин

Директор по трейд-маркетингу Okkam



Анна Иванова

Коммерческий директор X5 Media



Арина Смирнова

Ведущий менеджер по продажам продуктов
больших данных Dialog X5

Тайминг



16:00 - 16:45

выступления экспертов

16:45 - 17:00

Q&A

ОККАМ × **X5 Media**

Точки роста в ритейл-медиа для non-FMCG

Великий переворот в действии



Дмитрий Ларин

Директор по трейд-маркетингу Okkam

29 лет

на рынке России

1400

сотрудников

Okkam в топ-3 ⁷
коммуникационных
групп по объему
медиабаинга

Mera и OOM в топ-5 ⁷ агентств
по объему медиабаинга

OKS Labs в топ-10 ⁷
консалтинговых компаний

Easy Commerce в топ-3 ⁷
лучших компаний по работе
с маркетплейсами

Победители



awards

ТФИ

ИНДУСТРИАЛЬНАЯ
ТЕЛЕВИЗИОННАЯ
ПРЕМИЯ



Медиа и коммуникации

Конвертируем потенциальную аудиторию
в лояльных покупателей, которые приносят
и остаются с брендом надолго

mera• IKS oom traffic

Трейд-маркетинг

Проводим 360-анализ брендов и категорий
в каменной рознице, активируем эффективный
микс инвентаря ритейл-медиа

OKKAM TRADE MARKETING

Устойчивое развитие

Помогаем брендам и НКО делать
качественные проекты в области
устойчивого развития

✘ Better

OKKAM
группа компаний

Креатив

Через креативную осознанность
усиливаем эффективность коммуникаций
бренда в медиа и нон-медиа-каналах

OKKAM CREATIVE

MarTech

Внедряем маркетинговые технологии
в ваши бизнес-процессы. А еще
разрабатываем собственные IT-продукты
для автоматизации медиапланирования,
закупок и отчетности
по рекламным кампаниям

OKKAM MARTECH

x1Suite
by OKKAM

E-Commerce

Помогаем строить простую, понятную
и максимально эффективную работу
с маркетплейсами и онлайн-ритейлерами

easy (commerce)
технологический партнер Okkam

Консалтинг

Предоставляем профессиональные
решения для бизнеса -
от управленческого консультирования
и функциональных стратегий
до корпоративных финансов и M&A

OKS LABS
by OKKAM

В 2024 рынок уверенно шагнул за триллион

(чуть быстрее нашего прогноза за счет РМ)

	2024, прогноз		2025, смелый прогноз	
	Объем рекламных инвестиций (₽ млрд)	Рост vs '23 (%)		Рост vs '24 (%)
Диджитал	560,2 (443,7)	▲ 26%		▲ 20-25%
ТВ	241,6 (199,0)	▲ 22%		▲ 18-23%
ООН	72,7 (58,2)	▲ 25%		▲ 15-2%
Радио	19,8 (16,5)	▲ 20%		▲ 10-15%
Пресса	5,1 (4,9)	3%		▲ 3%
Еком + РМ	435 (200)	▲ x2		▲ 55%+
ИТОГО:	1334 (922)	▲ 45%		▲ 35%

Прогноз 2024:

+45%

С учетом е-сom и РМ

+25%

В традиционных каналах

Прогноз 2025:

+35%

С учетом е-сom и РМ

+19 +24%

В традиционных каналах

Год назад мы говорили о 3 силах, определяющих медиарынок

3 слова, которые будут определять медиа рынок в 2024+

Дефицит

Консолидация

Эффективность



Год назад мы говорили о 3 силах, определяющих медиарынок

3 слова, которые будут определять медиа рынок в 2024+

Дефицит

Консолидация

Эффективность

**Все сбылось,
причем
с интересными
особенностями**



Тут все на месте:
дефицит есть,
и везде кроме
e-com и PM

Пока)

Утилизация инвентаря
крупнейших e-com
площадок < 20%

Год назад мы говорили о 3 силах, определяющих медиарынок

3 слова, которые будут определять медиа рынок в 2024+

Дефицит

- + Тут все на месте: дефицит есть, и везде кроме e-com и PM

Пока)

Утилизация инвентаря крупнейших e-com площадок < 20%

Консолидация

- + Речь шла про селлеров, А она случилась и у рекламодателей, И даже такая межвидовая, которую нельзя было предсказать

Топ-10 клиентов = 35% всего рекламного рынка и 27—39% в каждом из классических медиа

Эффективность

Все сбылось,
причем
с интересными
особенностями

Год назад мы говорили о 3 силах, определяющих медиарынок

3 слова, которые будут определять медиа рынок в 2024+

**Все сбылось,
причем
с интересными
особенностями**

Дефицит

+ Тут все на месте:
дефицит есть,
и везде кроме
e-com и PM

Пока)

Утилизация инвентаря
крупнейших e-com
площадок < 20%

Консолидация

+ Речь шла про селлеров,
А она случилась
и у рекламодателей,

И даже такая межвидовая,
которую нельзя было
предсказать

Топ-10 клиентов = 35%
всего рекламного рынка
и 27—39% в каждом
из классических медиа

Эффективность

+ Нашлась в понятных местах.
Все еще сложно прогнозируется

Почти вернули диджитал
охваты, правда, стало дороже.
E-com, Телеграм, ритейл-медиа,
блогеры — ожидаемое

Премиальные форматы
стоят своих денег

Прогнозирование быстрое
и медленное

Динамика охватов

Снижение ▼

Еженедельный охват

Линейное ТВ

80%

-1,4% 2024/2023й охват

Радио

40%

-7,2% 2024/2023

Печатная пресса

18%

-12% 2024/2023

Стабильно ►

Еженедельный охват

OOH&Indoor

90–95%

Социальные сети

88%

Блогеры

20–30%

Рост ▲

Еженедельный охват

E-com

64%

+9% 2024/2023

Онлайн-видео

84%

+2,3% 2024/2023

Онлайн-TV*

25%

+6% 2024/2023

Telegram

72%

+8,4% 2024/2023

Базовая рекомендация:

1. Включать в медиамикс каналы с **растущей аудиторией**
2. Балансировать микс **стабильно охватных**

Источник: охваты – Mediascope, BrandPulse 2023-2024, База Профиль, Россия 0+, 12-64, Блогеры + M1 Planner Россия 0+, 16-64,

*Online TV – Просмотр ТВ с любых устройств кроме телевизора (Как вы обычно смотрите ТВ?) + M1 Planner Россия 0+, 16-64

Но важно помнить: технический охват носителя и возможность строить в нем знание — не одно и то же

Потеря 7% телесмотрения —
чувствительно,
Но ТВ — это все еще

79%

охвата
в неделю

Можно ли это повторить в другом медиа?

Можно, если:

Выкупить 90%

ООН-инвентаря во всех
городах и селах

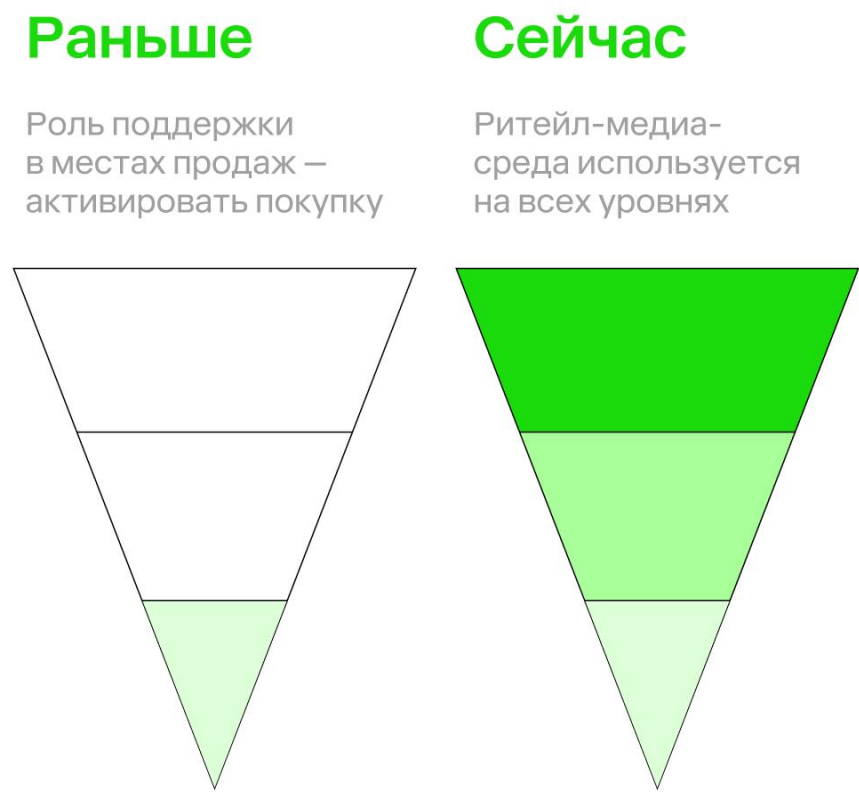
Выкупить 100%

инвентаря Пятерочки,
КИБ и Магнита с поправкой
на качество контакта

Выкупить 100%

емкости всего OLV
на всех площадках рунета

«Великий переворот воронки», кажется, состоялся и открыл новое медиа - ритейл



+ Эффективность коммуникации в ритейл-медиа сопоставима с видеорекламой

	ТВ	Онлайн-видео	Маркетплейсы	Супермаркеты
Пользуются каналом* Еженедельный охват, %	78,5	78,9	53,7	59,1
Запомнят бренд после контакта Brand recall	7,2	5,2	8,4	10
Узнают больше о бренде или попробуют Brand action	3,8	4,1	7,6	7,9

*Источник: Онлайн-опрос, все 16–64, реальный сектор, декларируют заметное увеличение дохода за последние 12 месяцев. Выборка – 2468 человек
Источник: M1 Panel 2024, Россия 0+, 16-64 . *охват форматов размещения рекламы

Живем в трех средах и учимся планировать также

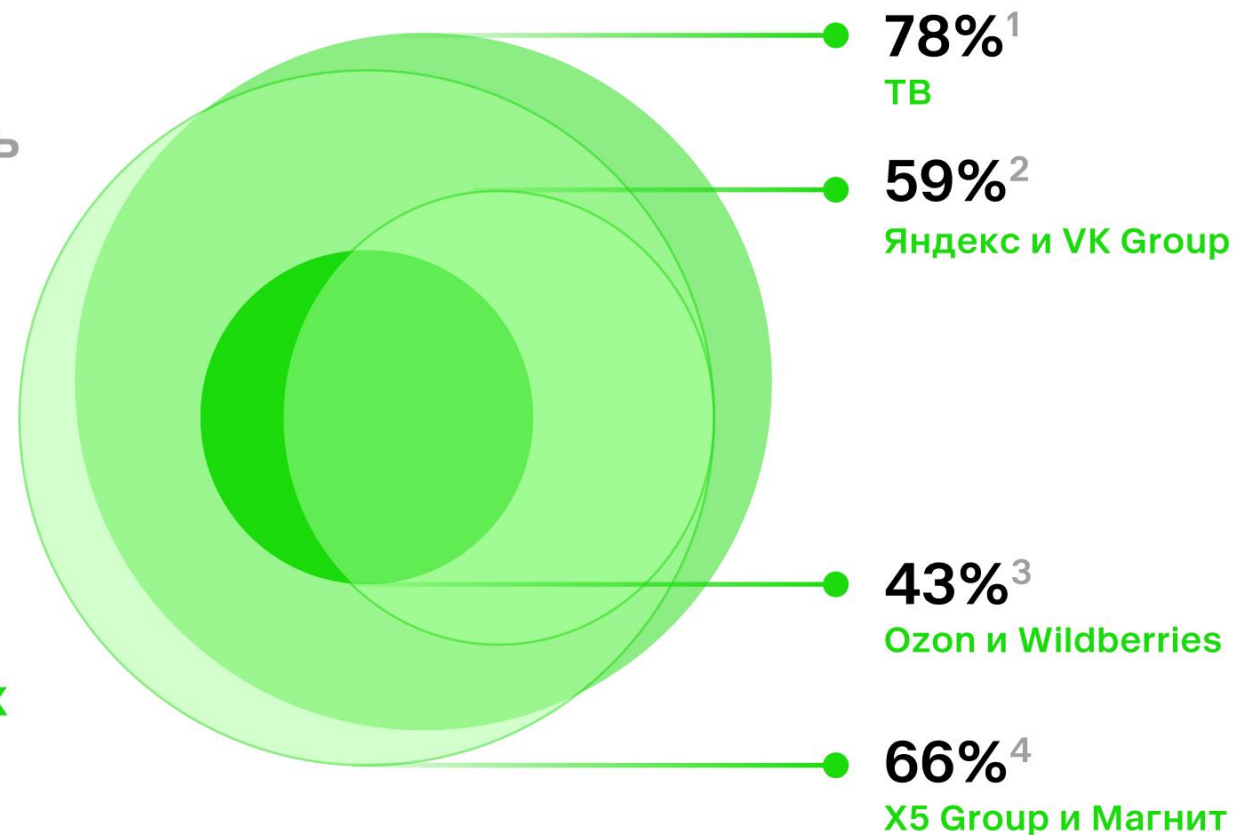
+ Синергия всех сред взаимодействия с потребителем выводит эффективность коммуникации на новый уровень

Комплексная
оценка
потребительского
восприятия

=

Эффективность
построения
брендов

Мы уже считаем кросс-охват в трех средах и экспериментируем с методами расчета остальных метрик



1 M1 Panel Россия, все население 18+, 2024

2,3 Mediascope CrossWeb, Россия, все население 18+, 2024; расчет с применением бенчмарка Okkam

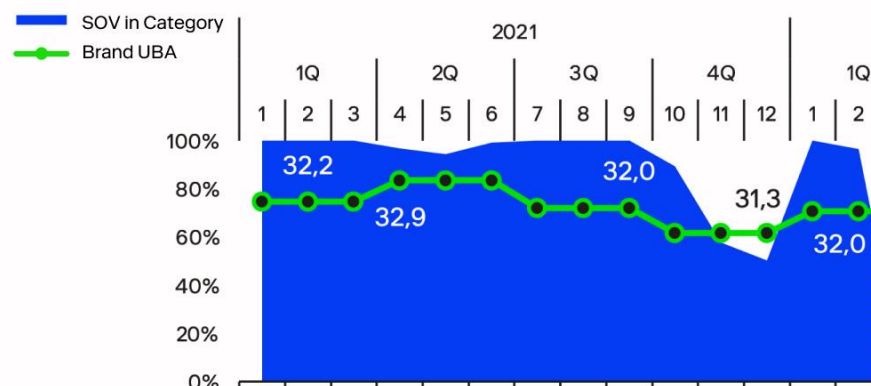
4 Mediascope BrandPulse, Россия, все население 18+, 2024. расчет с применением бенчмарка Okkam на Частоту 3+

**Для одного
из наших клиентов
мы проверили
что будет, если
оставить только
Retail Media**

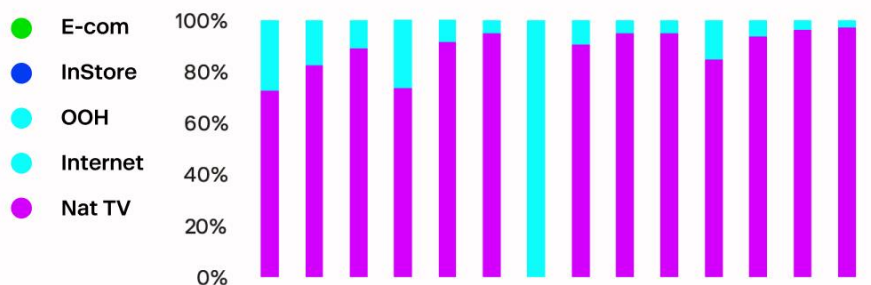


Как ритейл медиа помогает растить знание брендов?

+ Динамика спонтанного знания бренда и Share of Voice бренда в категории



+ Сплит медиа каналов

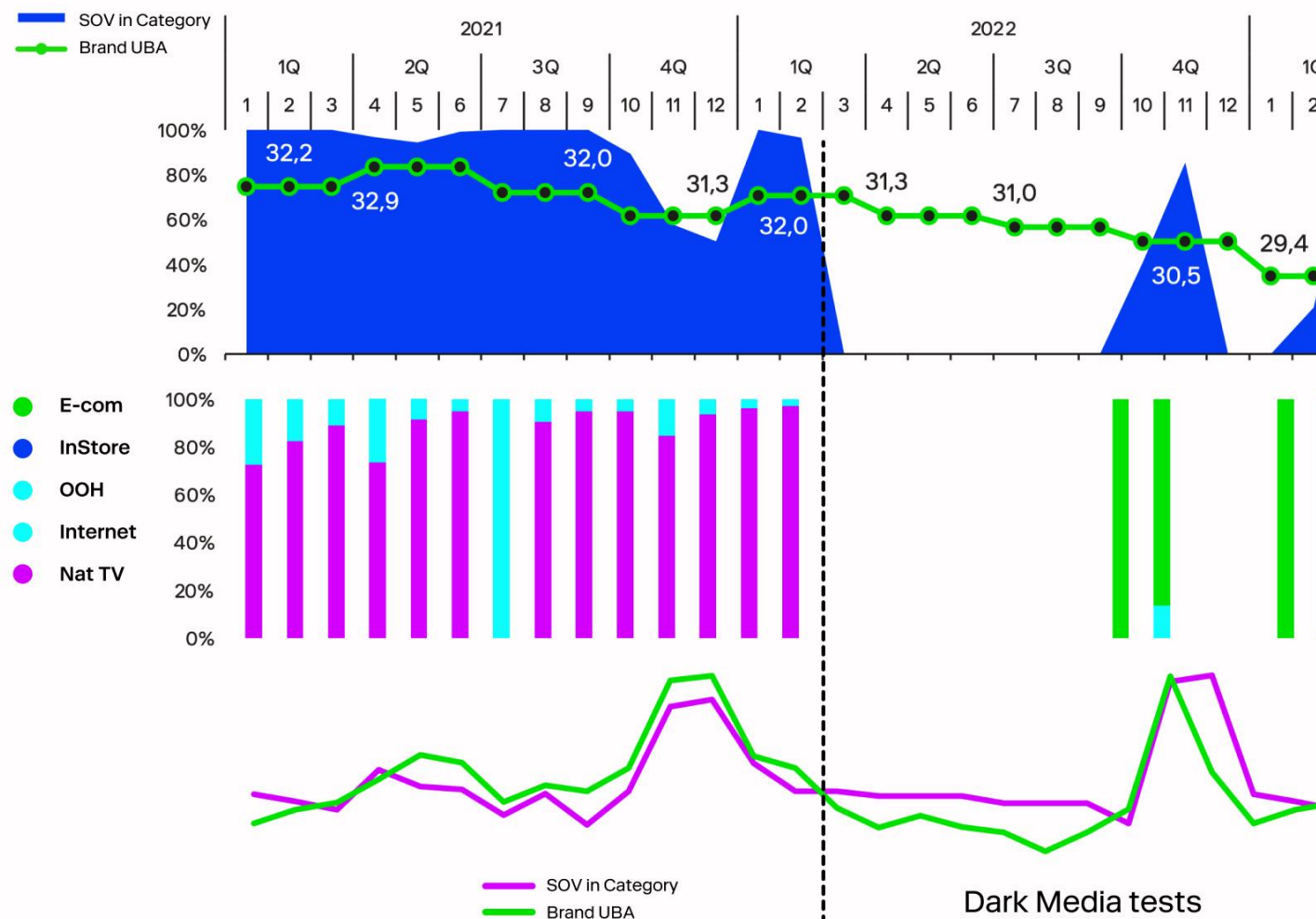


+ Выручка бренда и категории



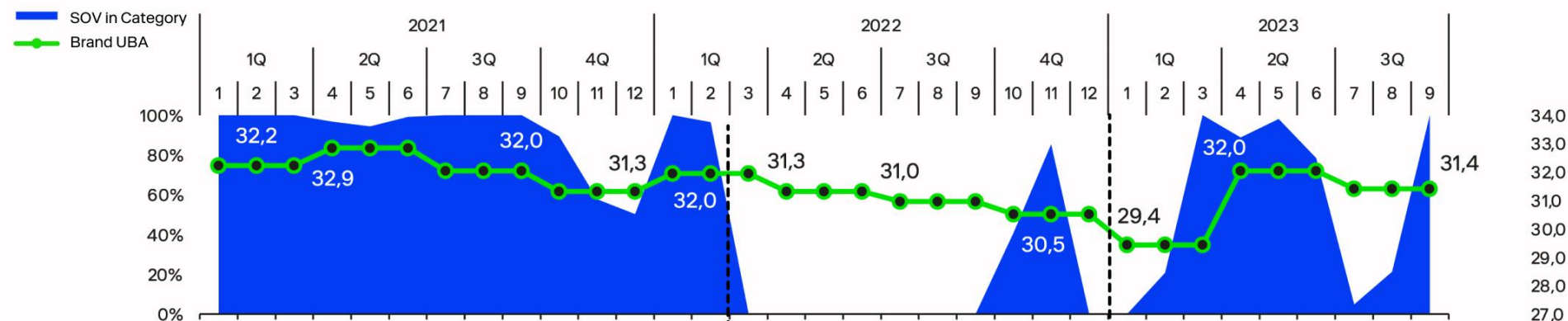
Как ритейл медиа помогает растить знание брендов?

+ Динамика спонтанного знания бренда и Share of Voice бренда в категории

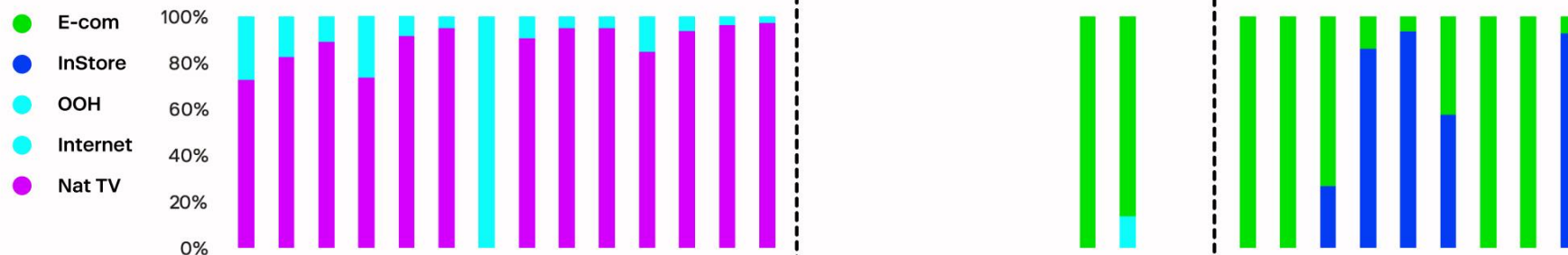


Как ритейл медиа помогает растить знание брендов?

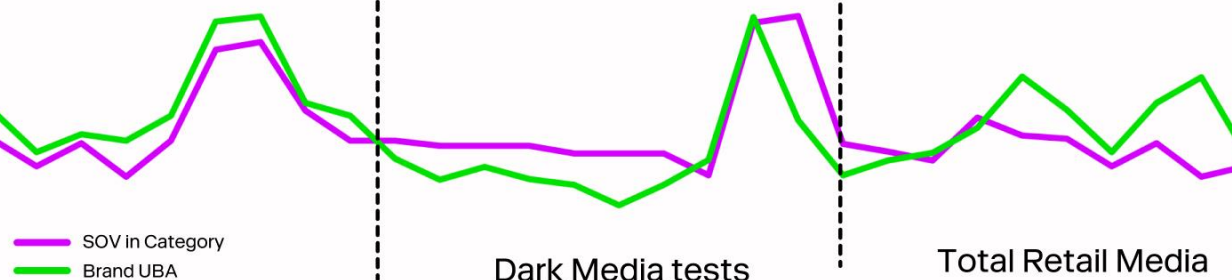
+ Динамика спонтанного знания бренда и Share of Voice бренда в категории



+ Сплит медиа каналов

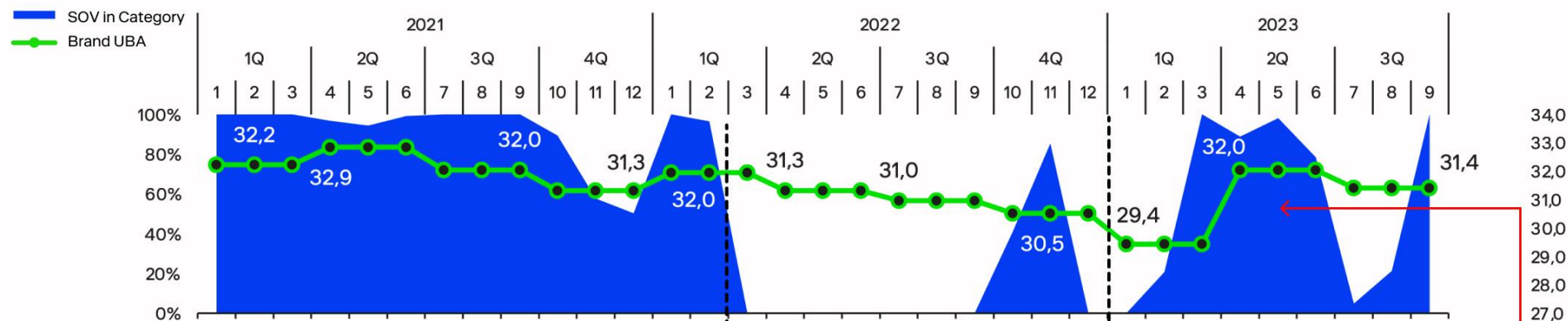


+ Выручка бренда и категории

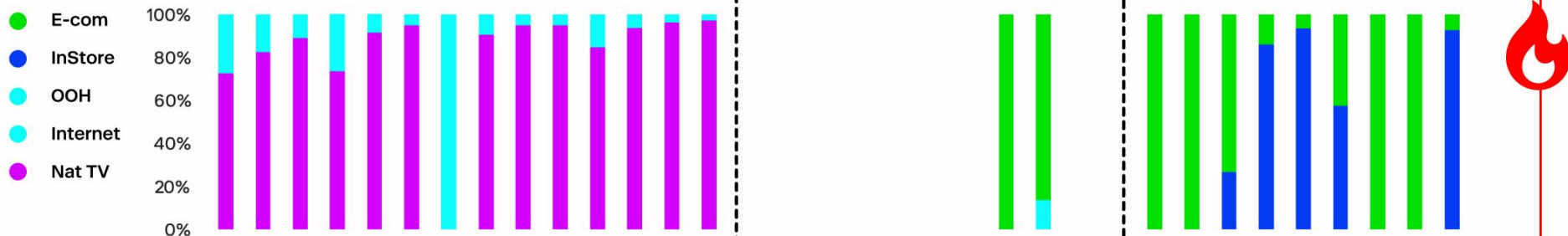


Как ритейл медиа помогает растить знание брендов?

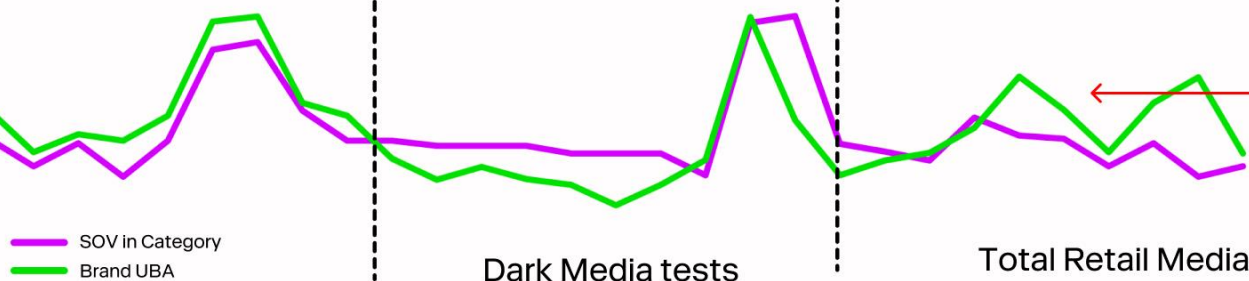
+ **Динамика спонтанного знания бренда и Share of Voice бренда в категории**



+ **Сплит медиа каналов**



+ **Выручка бренда и категории**



Ландшафт Retail Media обширен и быстро меняется с появлением новых каналов взаимодействия с потребителем



А за счет каких конкретно инструментов можно достичь этого эффекта мы узнаем далее

Передаю слово X5 Media, которые в деталях
раскроют возможности Retail Media

X5 Media — единое окно рекламных и аналитических возможностей X5 Group



Анна Иванова

Коммерческий директор X5 Media

X5 как Media

24 млн

Человек ежедневная аудитория
бизнесов X5 Group

>15

Различных каналов офлайн
и онлайн коммуникации

81 млн

Активных пользователей
программы лояльности¹

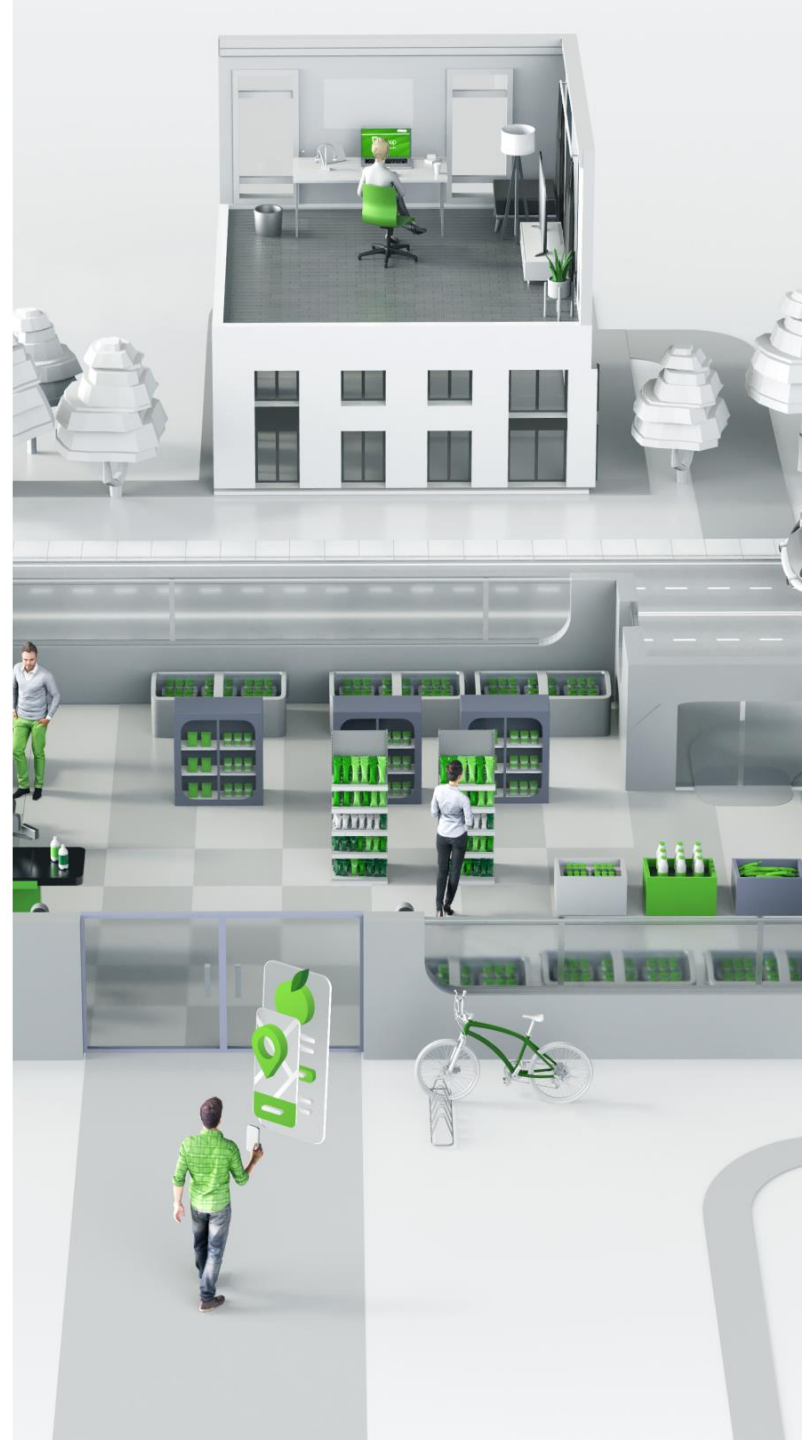
2 часа

Проводят **50%** россиян каждый
месяц в магазинах X5

№1

Ритейлер России по объему выручки
и доле за 2023 г.²

¹X5 Group годовой отчет за 2023 г.
²InfoLine



Единое окно продаж рекламных возможностей X5

Инвентарь X5 Media

 Пятёрочка  Перекрёсток  5post  Vprok.ru
Перекрёсток  X5 Blogger

+ Instore

аудио и видео в офлайн-магазинах,
брендирование постаматов 5Post

+ E-com

Приложения, сайты
онлайн-магазинов X5 Group

+ Food.ru

Сайт и приложение Food.ru,
социальные сети Food.ru

+ X5 Blogger

Активации с блогерами
и торговыми сетями X5

Проекты 360

Любые нестандартные
механики с максимальным
охватом и вовлечением

Целевые сегменты в «Пятёрочке»

Экономная молодежь	Состоятельная молодежь	Взрослые с вредными привычками	Взрослые с детьми до 3 лет	Экономные зрелые	Состоятельные зрелые	Старшие
						
+ Низкий бюджет + Перекус, быстрая готовка	+ Высокий бюджет + Перекус, быстрая готовка	+ Средний/низкий бюджет	+ Средний/низкий бюджет	+ Средний/низкий бюджет + Товары дома, продукты	+ Высокий бюджет + Товары дома, продукты	+ Низкий/средний + Социальный набор + Дешевые товары, Борщевой набор



▲ 68 млн
покупателей

*источник: Данные «Пятёрочки»

Целевые сегменты в «Перекрёстке»

Беспечная молодежь



Ценители жизни



VIPстеры



Прогрессивные семьи



Цели покупки / Покупательские миссии

- + Почувствовать себя особенным
- + Поднять себе настроение
- + Купить что-то новое, необычное
- + Купить готовое для приема пищи

- + Вдохновиться для новых кулинарных идей
- + Отключиться от работы
- + Поднять себе настроение

- + Купить что-то необычное
- + Купить что-то в подарок
- + Почувствовать себя особенным

- + Купить товары для детей
- + Закупиться товарами впрок
- + Сэкономить время для близких, для работы и дел

36%

мужчины

64%

женщины

❖ Перекрёсток

▲ **14 млн**
покупателей

OKKAM × **X5 Media**

Instore

Instore

InStore Media

90%

Городов России —
покрытие instore-рекламы X5

>23 тыс

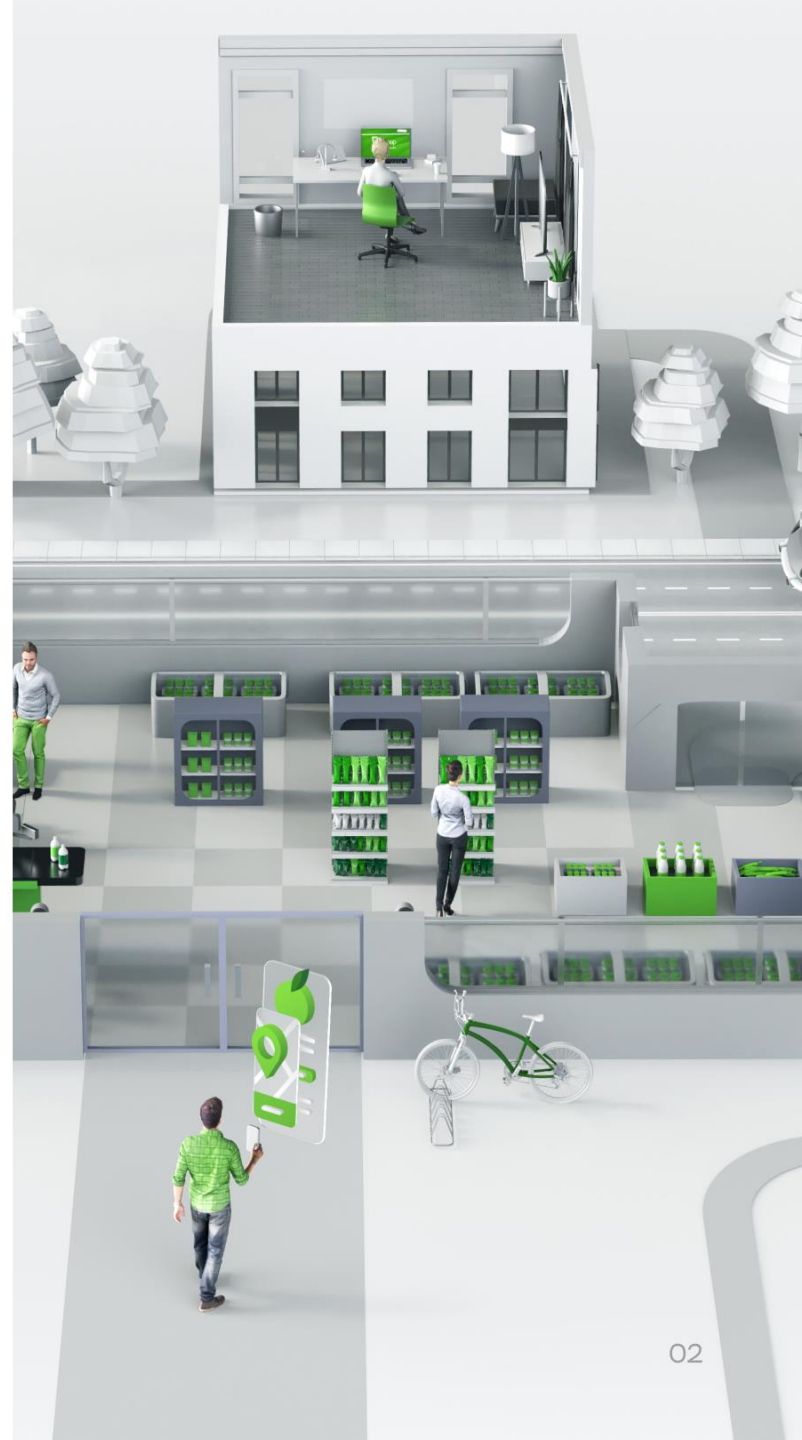
Магазинов для трансляции
рекламного сообщения

>1 тыс

Городов покрытие аудиорекламы

6 из 8

Федеральных округов присутствия



InStore Media

90%

Городов России —
покрытие instore-рекламы X5

>23 ТЫС

Магазинов для трансляции
рекламного сообщения

21 МИН

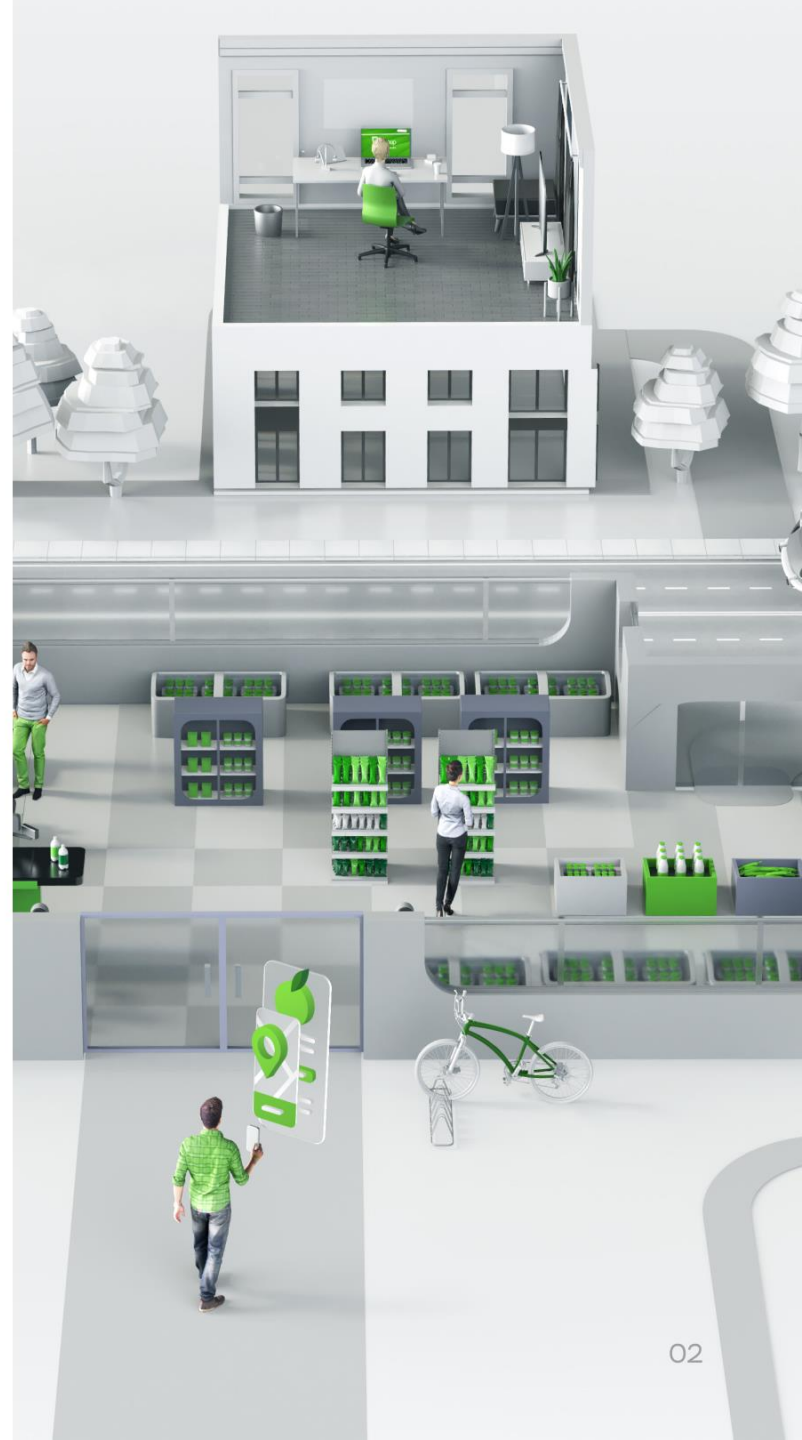
Средняя продолжительность
визита покупателей в «Пятёрочке»

>1 ТЫС

Городов покрытие аудиорекламы

6 ИЗ 8

Федеральных округов присутствия



Магазин как рекламная площадка



Перерождение офлайна

- + **Охват и нативность**
- + **Гибкие цифровые форматы**
- + **Близость к месту продаж**
- + **Возможность сегментации**



Видеореклама в магазинах

Кассы самообслуживания (КСО). «Пятёрочка» и «Перекрёсток»

⑤ Пятёрочка

>8 тыс.

магазинов
с рекламой на КСО

>24 тыс.

экранов
на КСО

>31 млн

человек, охват в месяц

>245 млн

OTS

❖ Перекрёсток

>900

магазинов

с рекламой
на КСО

>6 тыс.

экранов
на КСО

>14 млн

человек, охват в месяц

>54 млн

OTS



Instore

Видеореклама в магазинах

Экраны в торговом зале. «Пятёрочка»

5 Пятёрочка

>800 магазинов

по всей стране

>1,7 тыс.

экранов
в торговых залах

>5 млн

человек, охват в месяц

>56 млн

OTS

OKKAM X X5 Media



Instore

Видеореклама в магазинах

Экраны в торговом зале «Перекрёсток»

❖ Перекрёсток

>500 магазинов

во всех регионах
России

>1 тыс.

экранов
в торговом зале

>7 млн

человек, охват в месяц

>57 млн

OTS



Instore

Аудиореклама

Самый охватный инструмент retail media X5

22 тыс

⑤ Пятёрочка

Магазинов «Пятёрочки» оборудованы радио

730

♣ Перекрёсток

Магазинов «Перекрёстка» оборудованы радио

18 млн

⑤ Пятёрочка ♣ Перекрёсток

Дневной охват Радио в магазинах
«Пятёрочки» и «Перекрёстка» по всей РФ

ОККАМ X X5 Media



Instore

5Post Media

Размещение рекламы на постаматах 

>766

Населенных пунктов

>5,7 тыс

Постаматов

>20 млн

Человек

География размещения

Количество площадок

Количество получателей

Доступные форматы:

Видеоэкраны на постаматах

Имиджевая оклейка
постаматов

 Постаматы расположены в прикассовых зонах магазинов «Пятёрочка» и «Перекрёсток»

OKKAM  X5 Media

Сервис доставки 5Post – удобный способ получения онлайн-заказов в постаматах и на кассах магазинов «Пятёрочка» и «Перекрёсток».



Instore: умное планирование

Подходы для планирования Instore размещений

+ По целевой аудитории

Таргетируемся на наиболее аффинитивные магазины по параметрам:

1. Пол
2. Возраст
3. Доход (высокодоходная аудитория, эконом-покупатели)
4. Социальное положение (пенсионеры, студенты)
5. Семьи с детьми
6. Покупательская корзина

+ По характеристикам торговой точки

Таргетируемся вплоть до каждой торговой точки по следующим параметрам:

1. Населенный пункт
2. Конкретные адреса
3. Величина торговой площади
4. Близость к точкам продаж рекламодателя



Offline-to-online механики

01.

Охватываем аудиторию
в InStore

02.

Передаем аудиторию
на диджитал-площадки
(ВК, Яндекс и др.)

03.

Догоняем онлайн
аудиторию, видевшую
рекламу в офлайне

Преимущества механики:

Увеличение количества касаний с покупателем

Возможность приводить
офлайн-покупателей на сайт клиента

Рекламу в ритейле выбирают не только наши поставщики

312

Рекламных кампаний
запущено в 2023

59%

Рекламных кампаний были
с не поставщиками FMCG:
недвижимость, банки,
операторы связи, аптеки

Каждый рабочий день запускается минимум одна
рекламная кампания с НЕ поставщиками



ТОЧНО

ЗДРАВСИТИ ♥

грузовичкоф



OKKAM × **X5 Media**

Food.ru



Food.ru — это медиаплатформа о еде

>24 млн

охват медиаплатформы Food.ru (сайт, приложение и социальные сети)*

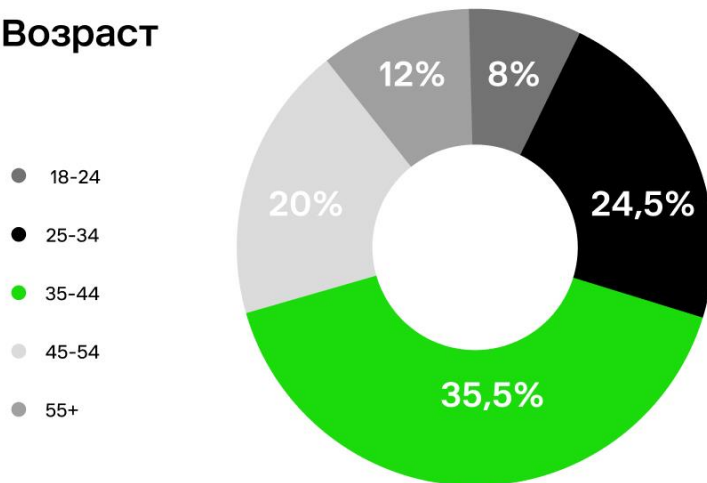
1-2 место

рейтинг приложения по запросу «рецепты»**

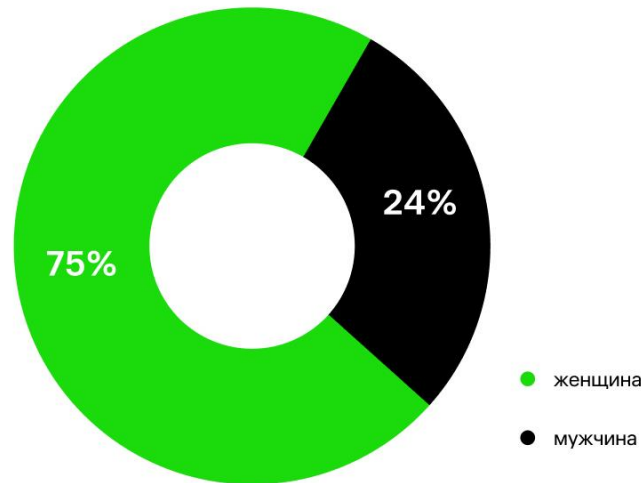
>60%

контента, создано пользователями за последний год

Возраст



Пол



*Данные на январь 2024; ** 1 место — Google Play; 2 место — App Store



Возможности для продвижения

Статьи



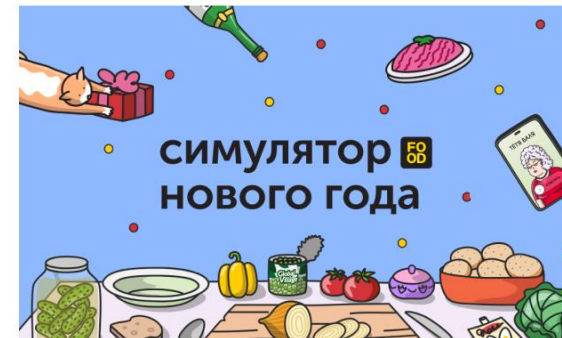
Рецепты от редакции



UGC-контент



Спецпроекты



Интеграции в шоу



SMM, CRM



Баннерная реклама



Любой бренд
может быть
интегрирован
в контент

Наши кейсы

25 лет «Пятёрочка»

- + Онлайн-вечеринка с авторскими иллюстрациями на отдельном лендинге
- + Поздравления и истории от пользователей
- + Розыгрыш призов

104 тыс

посетителей

3,5 тыс

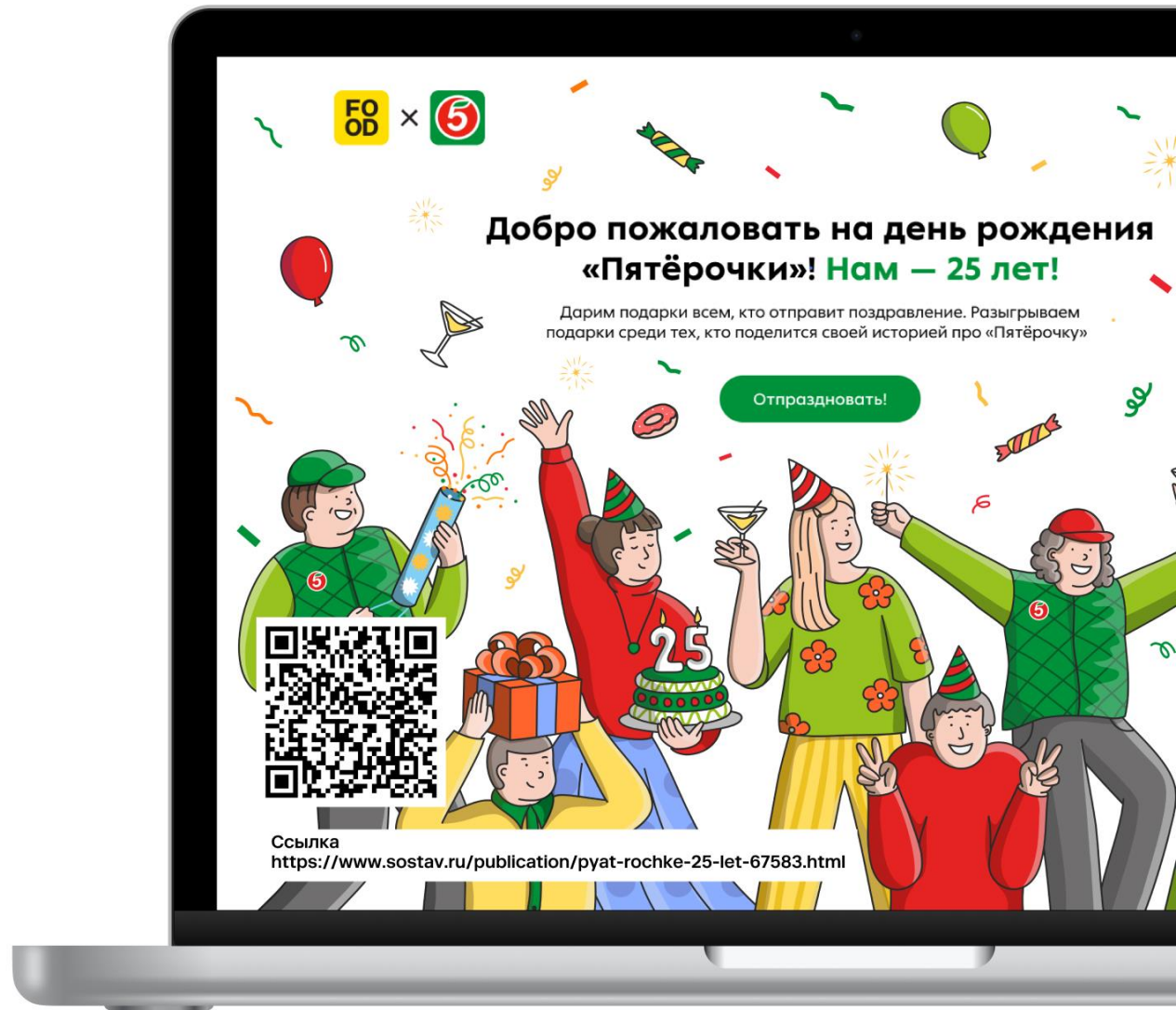
историй

17 тыс

поздравлений

2:24

минуты (среднее время на сайте)



Проекты 360 градусов

Масштабное анонсирование:

+ Коллаборация с фильмом «Домовенок Кузя»

InStore  X5 Blogger PR- поддержка 



+ Нативные интеграции в сериал «Еда Наших»

  Дзен  Пятёрочка



OKKAM × **X5 Media**

E-Com

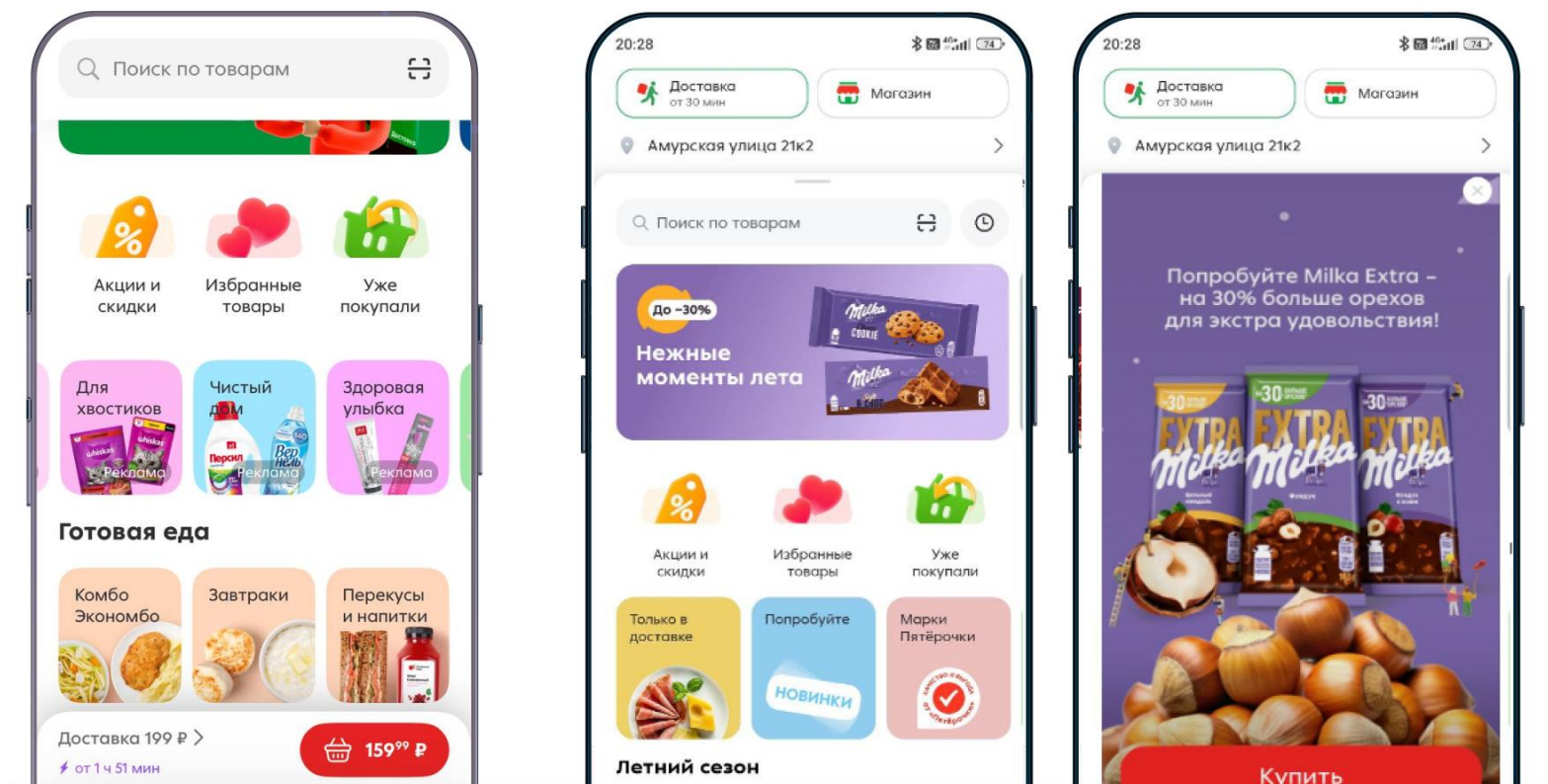
Приложение «Пятёрочка Доставка»

Коммуникация с покупателями в онлайн-магазине

Эксклюзивная подборка товаров с описанием

Баннер в каталоге

Брендинг Истории



1 650 руб.

Средний чек

>18 млн

MAU*

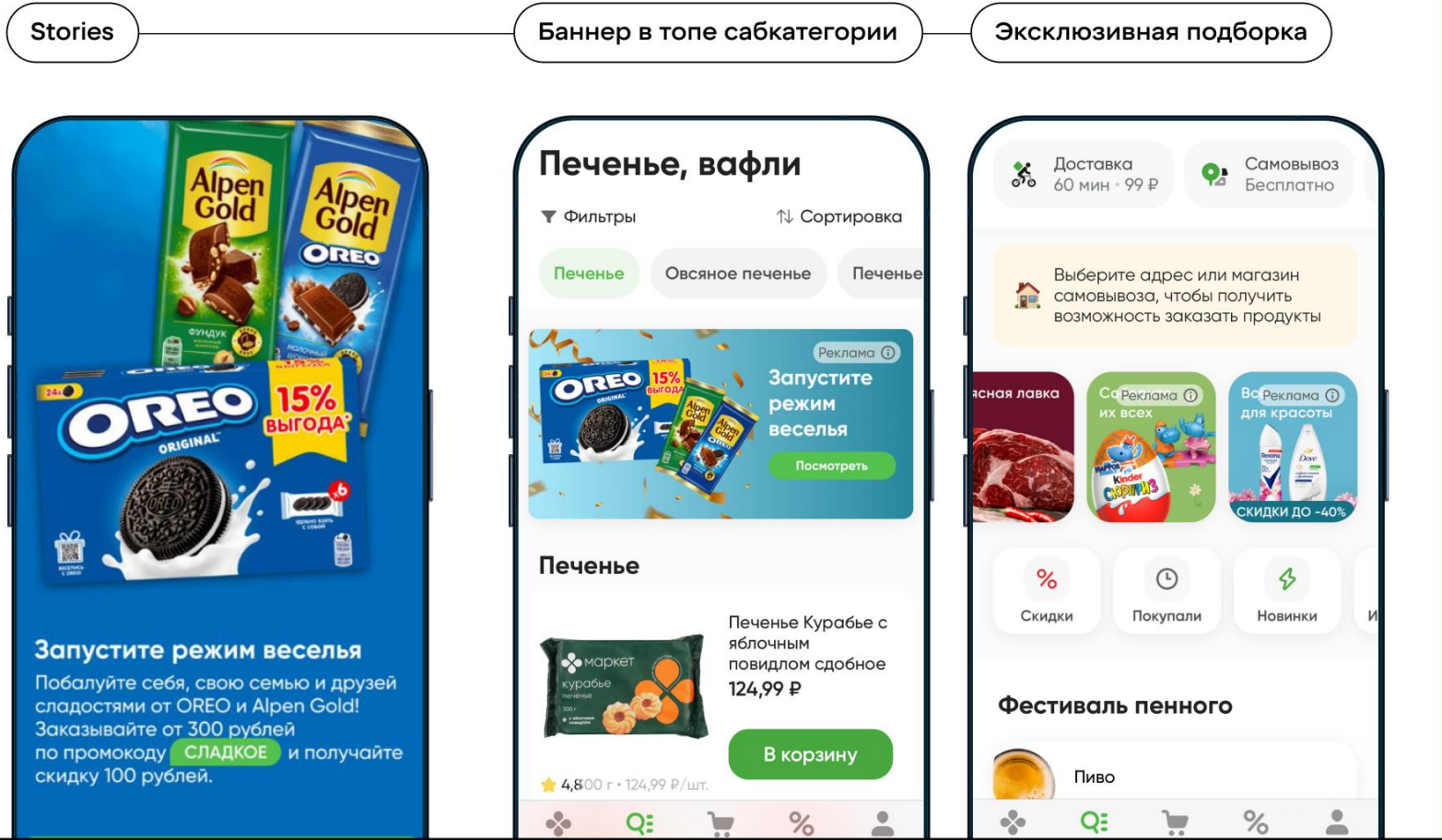
>3,5 млн

DAU*

*Данные на 30.06.2024 года

Приложение «Перекрёсток Доставка»

Коммуникация с покупателями в онлайн-магазине



2 133 руб.

Средний чек

>4,3 млн

MAU*

>596 тыс

DAU*

*Данные на 30.06.2024 года

Dialog X5 data-продукты для маркетинга



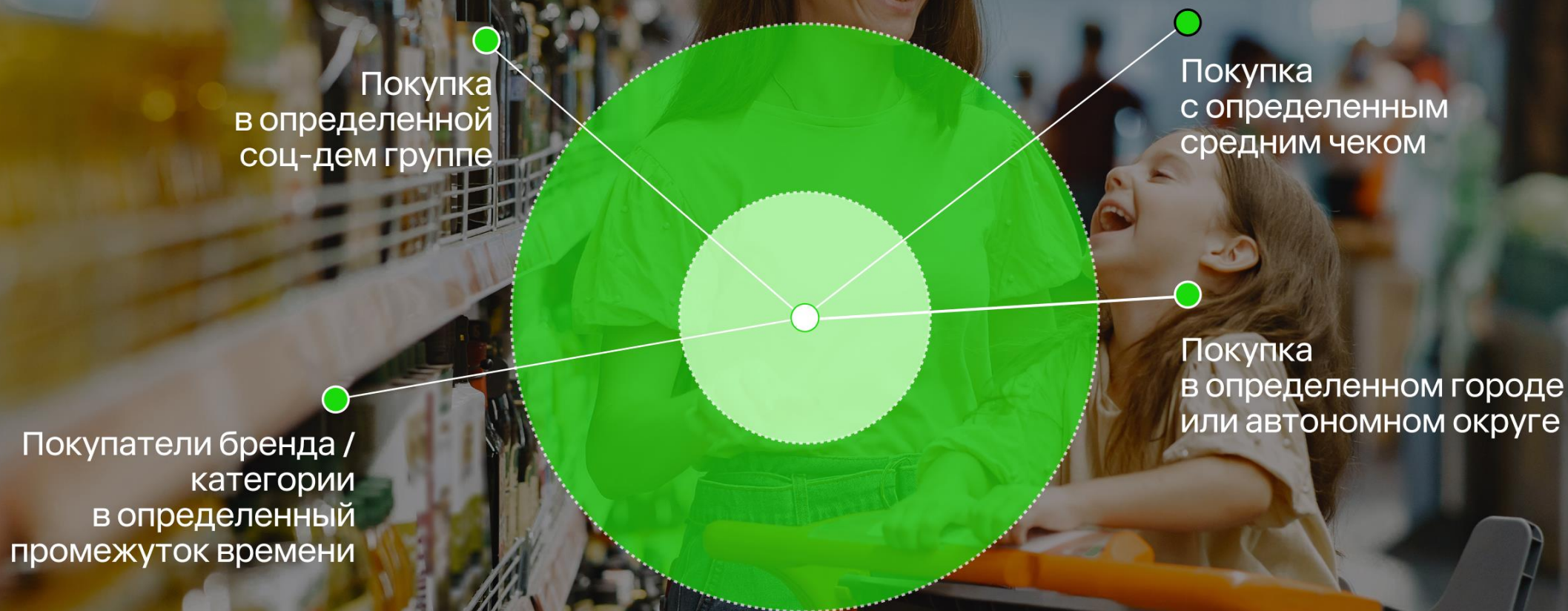
Арина Смирнова

Ведущий менеджер по продажам продуктов
больших данных Dialog X5

OKKAM × **X5 Media**

Digital. Targeting

Можем создать любой уникальный сегмент



Универсальность данных



Путешественники

Покупали 1 раз
в другом регионе

Финансы

Платят
только картой

Красота

Покупают
средства ухода
для кожи

Родители с детьми

Покупатели
детских товаров

Фарма

Покупатели
продуктов без лактозы

Корзина пользователя — это не просто знание о потреблении, это предположение об образе жизни.

Площадки для сегментирования

Яндекс



mytarget

ВКонтакте

гпм data →

gotech

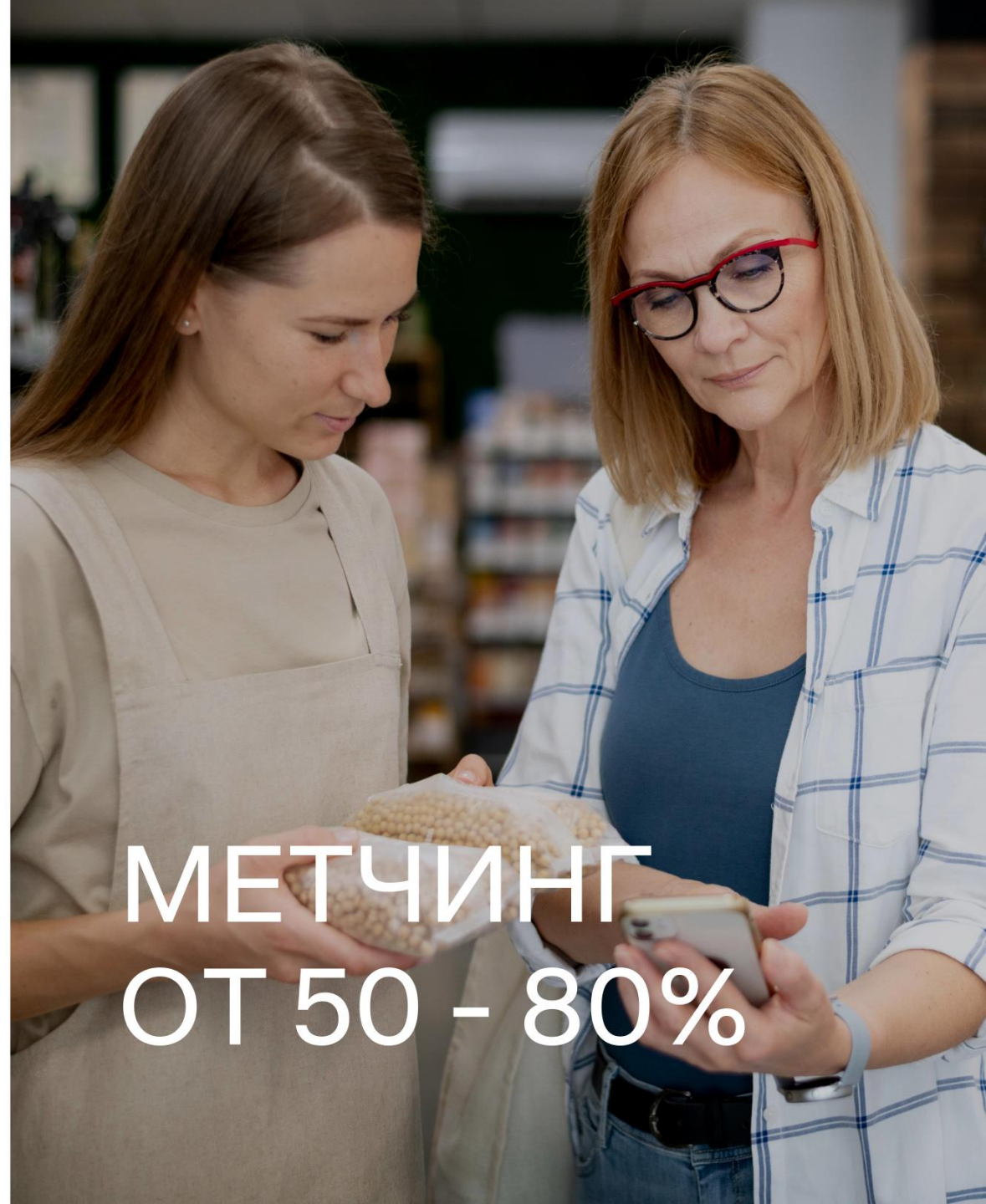
М Т
C ADS

getintent

OTM
онлайн технологии и медиа

DIGITAL
ALLIANCE

OKKAM X X5 Media



МЕТЧИНГ
ОТ 50 - 80%

Customer Profiling

Customer profiling

Продукт, построенный на глубокой аналитике данных о покупках и прогнозировании моделей поведения на базе программы лояльности X5 Group

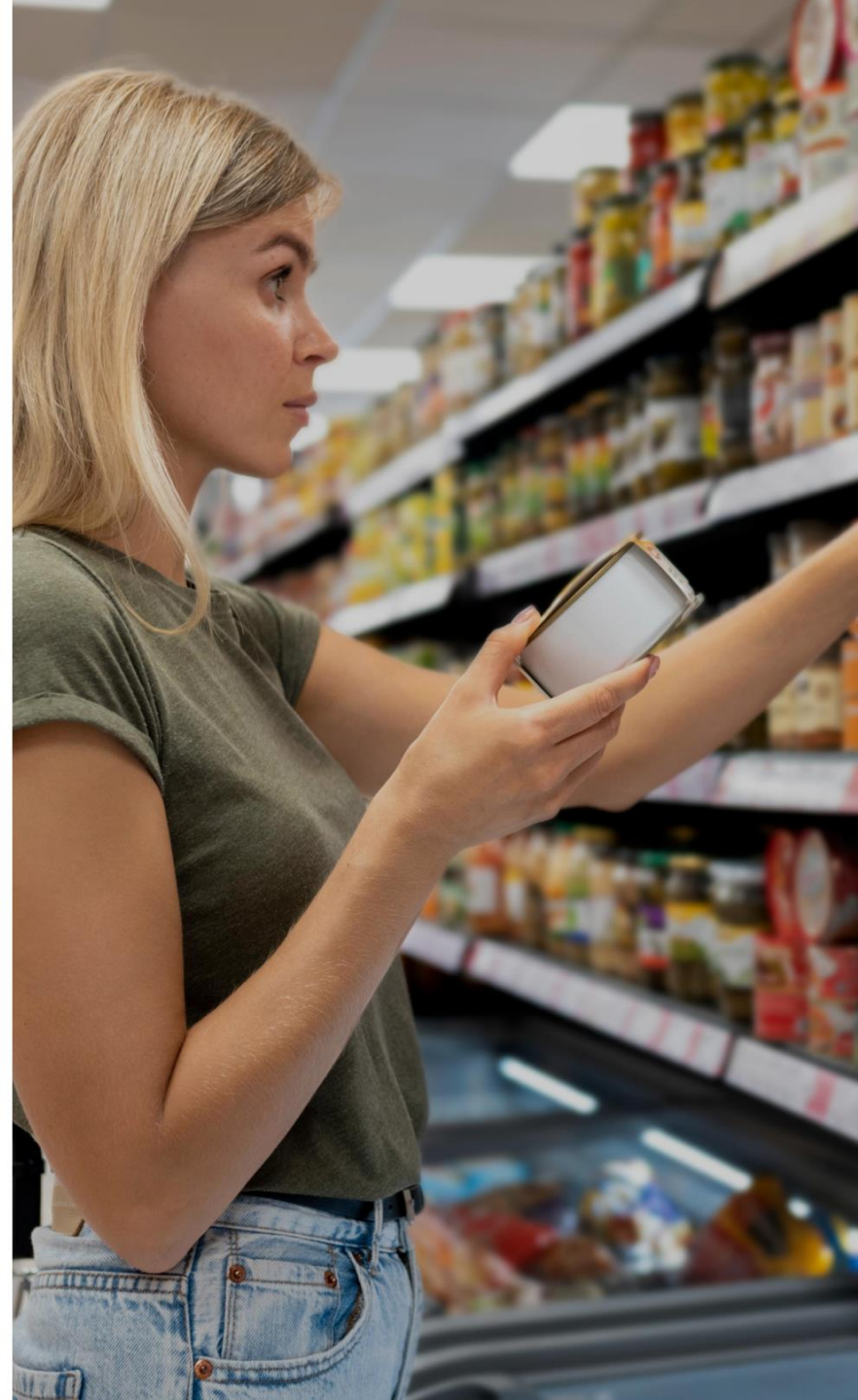
+ Обогащение транзакций**

Обогащение базы знаний о поведении потребителей бренда за счет данных о продажах в торговых сетях **X5 Group** с последующим анализом

+ Моделирование

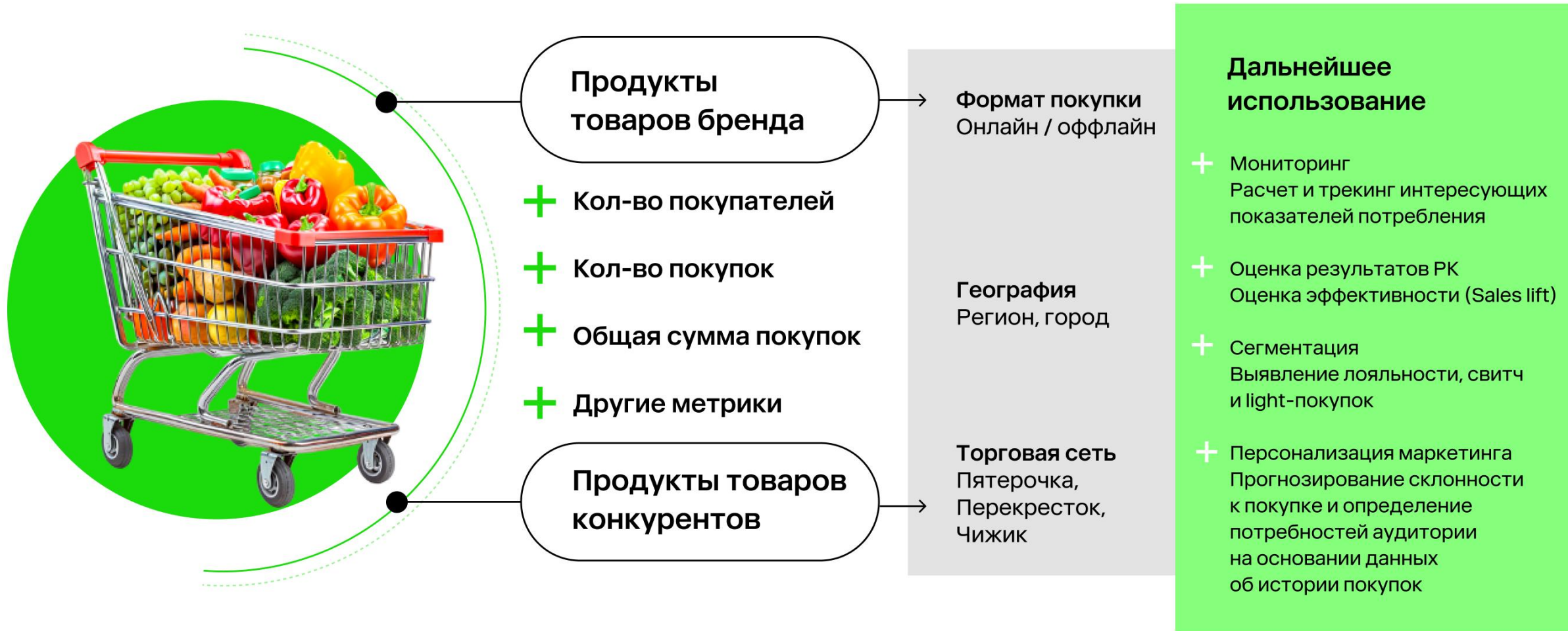
Построение аналитических моделей для выявления склонности к покупке категории / бренда, отклика на рекламную кампанию или других потребительских паттернов поведения

* При наличии согласия на обработку персональных данных клиентов



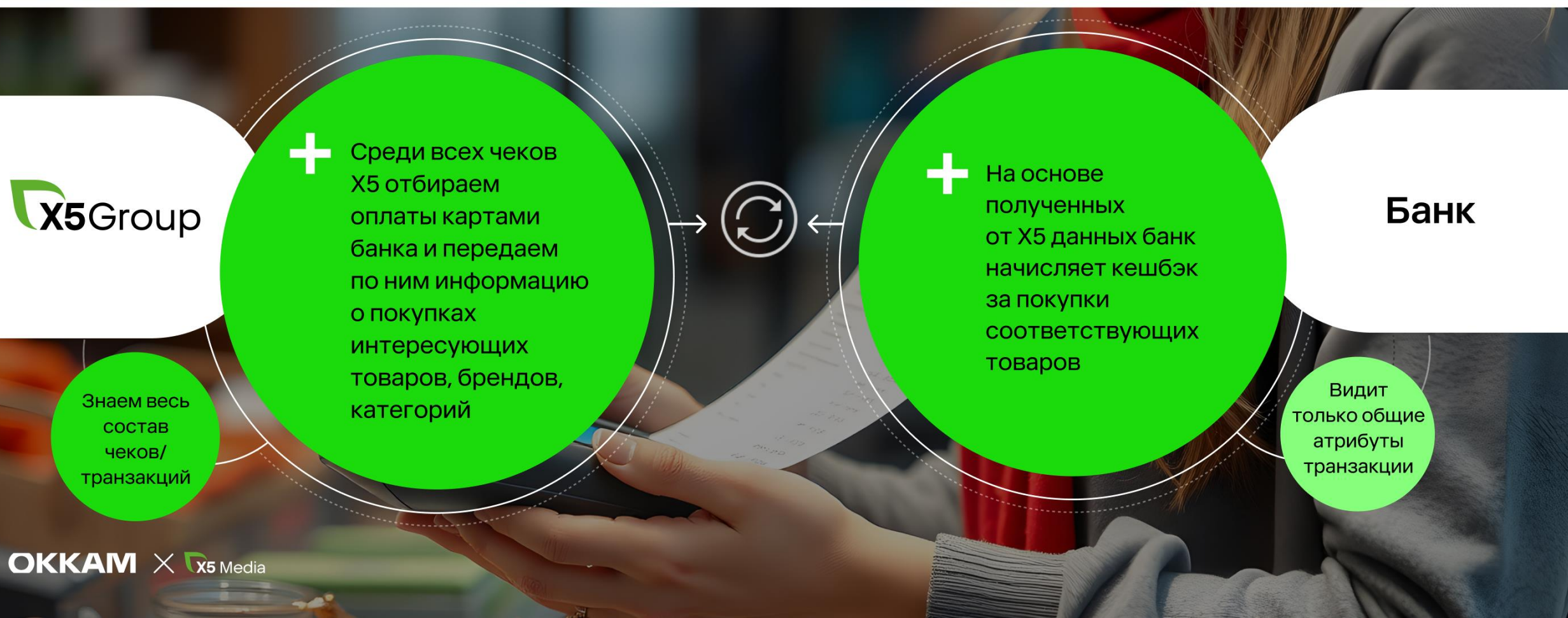
Обогащение данных

Обогащение базы знаний о поведении покупателей бренда на основе данных о покупках



Обогащение данных

Через сопоставление чеков и транзакций без раскрытия личности покупателя банк-партнер получает возможность восстановить на своей стороне информацию о размере и сумме трат клиента в магазинах X5 на выбранные товары, бренды, категории или получить иную агрегированную аналитику. например, чтобы своевременно и корректно начислить кешбэк



Моделирование

01.

Выделение выборки для обучения
на основе обогащенных данных
или данных о продажах бренда

Пример: целевое событие
(клик, просмотр, завершение
оформления заявки)

Преимущества для партнеров:

02.

Обучение ML-модели* на выделенной
выборке. Выявление и интерпретация
результатов моделирования

Пример: оценка целевой конверсии
при масштабировании на всю базу

03.

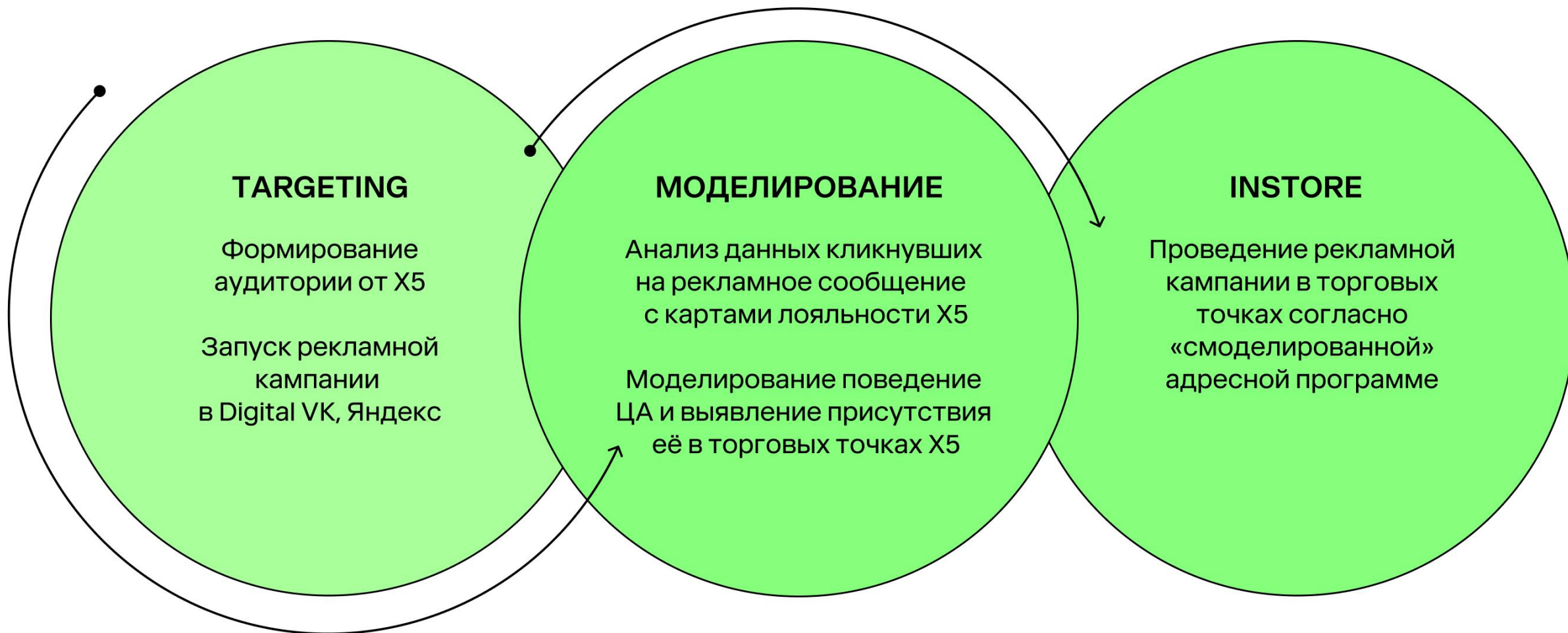
Масштабирование
обученной модели
на всю клиентскую базу
с последующей
сегментацией

Повышение эффективности
рекламных кампаний

Оптимизация затрат
на маркетинг

Выявление взаимосвязей
и инсайтов

Online to offline планирование



OKKAM



X5 Media

Опросы

Опрос от Dialog.X5 будет полезен, если вы хотите

+ Оценить

удовлетворенность клиентов
продуктом / брендом

+ Изучить потребности

и предпочтения потребителей

+ Проанализировать

эффективность рекламной кампании

+ Протестировать

восприятие новых идей или
концепций

+ Изучить

восприятие бренда

+ Исследовать

узнаваемость бренда

Варианты опросов

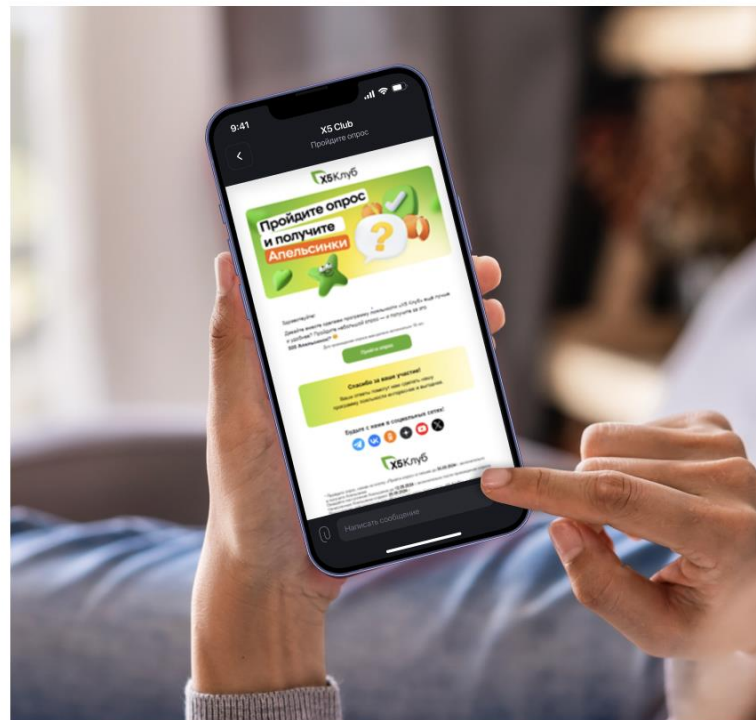
- + Допускается до 20 вопросов
Возможные варианты вопросов:
 - Одиночный
 - Открытый вопрос: стандартный
 - NPS
 - Множественный
 - Открытый вопрос: числовой
 - Текстовый клик-тест
 - Шкалы
 - Возможность вписывать «Другое»
- + Есть возможность добавлять картинки

Процесс опроса для респондентов

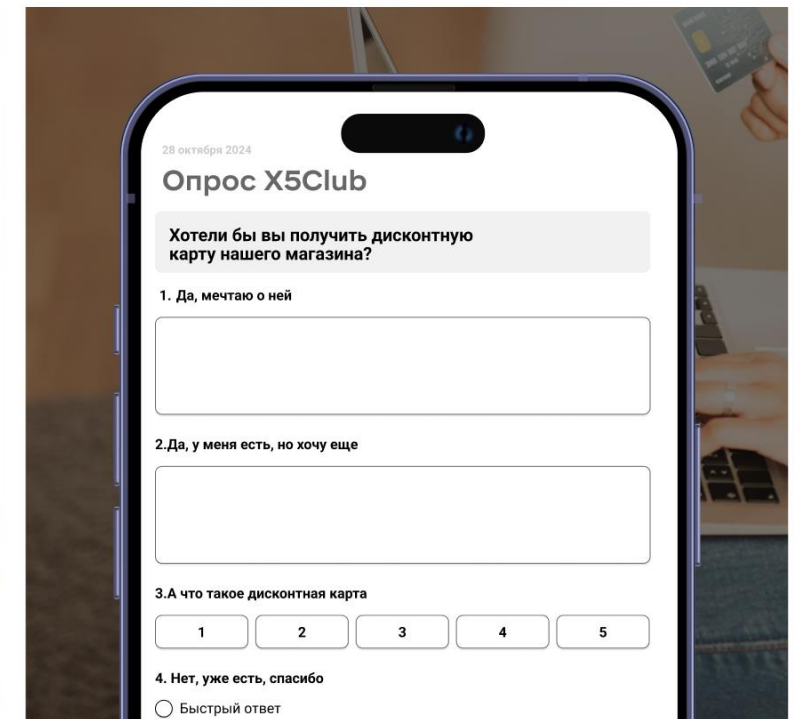
Получение e-mail



Открытие письма



Проведение опроса



Преимущества опросов Dialog.X5

+ Большая выборка

покупателей
торговых сетей
и сервисов X5

+ Вовлеченность

немотивированных
пользователей

+ Оперативность

проведения опросов
(от 3 дней)

ОККАМ



X5 Media

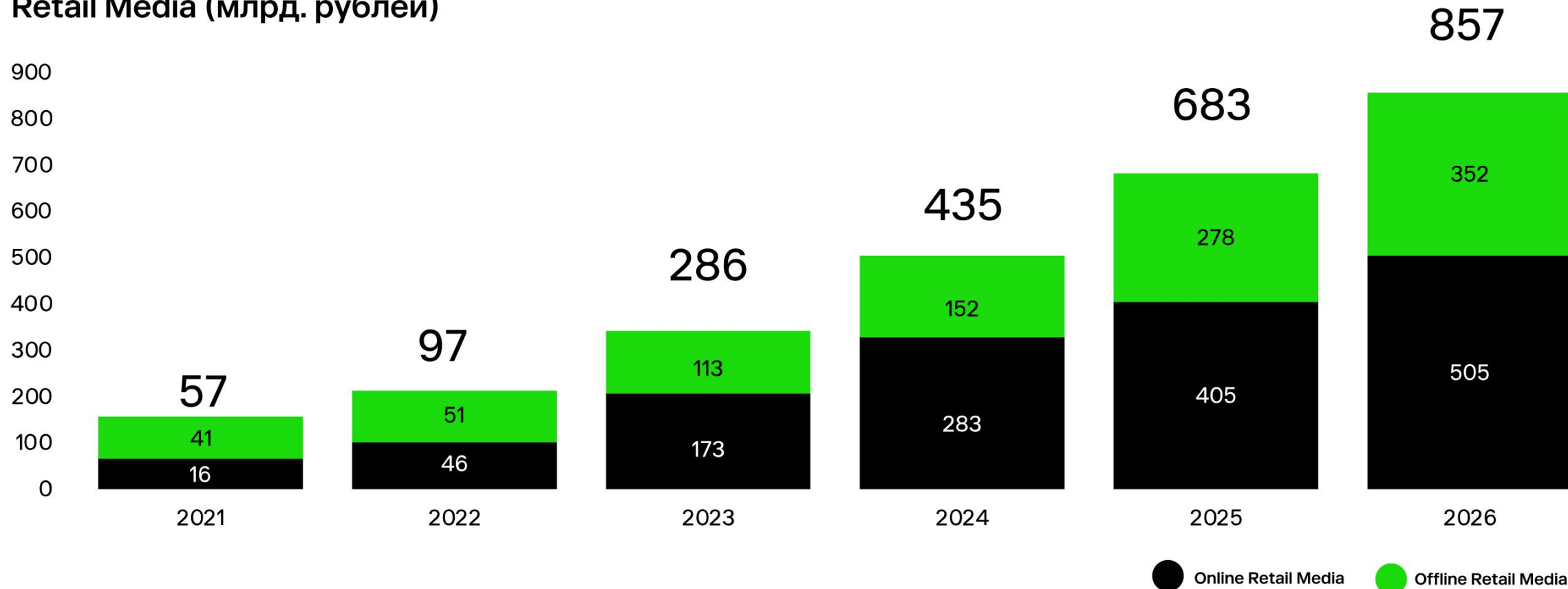


Скачайте медиаakit
Dialog X5 и узнайте о всех
рекламных ВОЗМОЖНОСТЯХ
бизнесов X5 Group

Выводы

Total Retail Media - медиа канал #1 уже через пару лет. Вполне реальный сценарий, к которому надо готовиться уже сейчас.

Retail Media (млрд. рублей)



Источники: публичная и бухгалтерская отчётность компаний, собственные расчёты ОККАМ; отчётность ФНС по селлинговым агентствам в ПОСМ, данные сетей

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

+ Создание RM Стратегий

Упрощает создание Retail Media 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-/Пост-Аналитику

Предоставляет путь по полному циклу Retail Media с учетом пре/пост аналитики с примерами релевантных для пользователя кейсов и бенчмарков

Презентацию смотрите: <https://goo.su/mXlcyTJ> | Видео: <https://youtu.be/kczCwwJlfAw>

Анонс интерактивного гайда по Retail Media. Только для брендов



Оставьте заявку, чтобы в числе первых
получить Retail Media Playbook 1.0



Анна Иванова

Коммерческий директор X5 Media

annivanova@x5.ru

x5media.ru



Скачайте медиакит
X5 Media и узнайте о всех
рекламных возможностях
бизнесов X5 Group

[ССЫЛКА](#)



Дмитрий Ларин

Директор по трейд-маркетингу Okkam

Dmitry.Larin@okkam.ru

Вопрос о Retail Media?

Пишите на TradeMarketing@okkam.ru

или вашему контактному лицу в Okkam.



Подпишитесь на наш
канал Okkam Insights,
где мы делимся полезным
для рынка и помогаем
ориентироваться в хаосе.

[ССЫЛКА](#)