

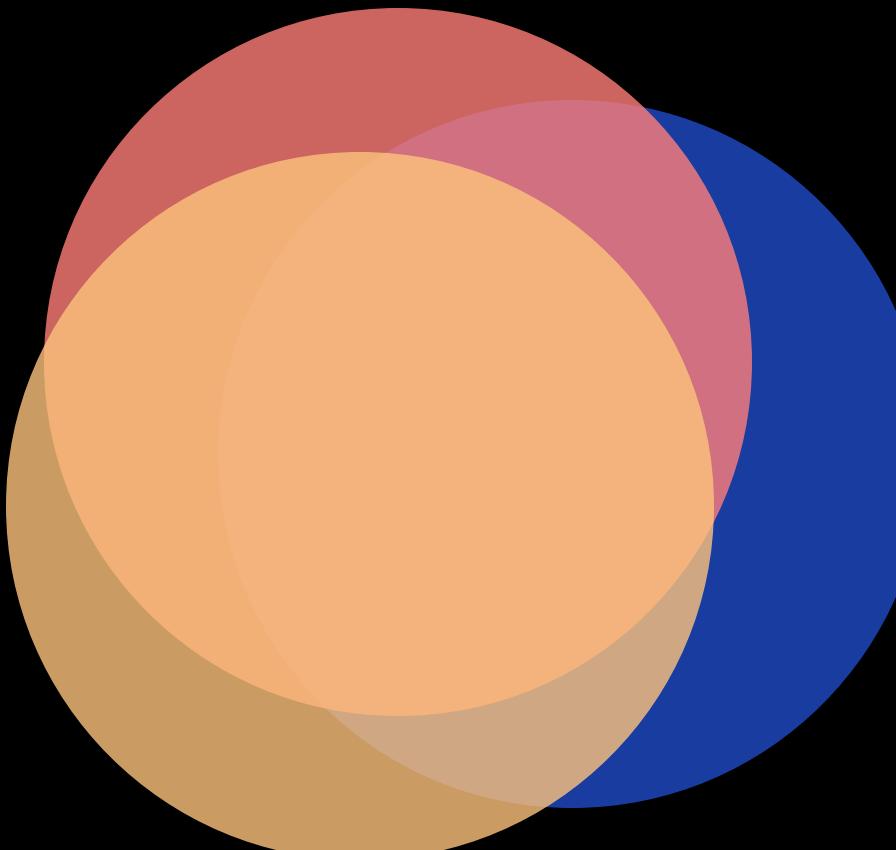
Secret topic: анонс нового продукта Okkam

Осенняя ежегодная конференция Okkam,
сентябрь 2025 года

Дарья Куркина,
главный операционный директор Okkam

Артем Колобашкин,
глава разработки цифровых решений
на базе Big Data

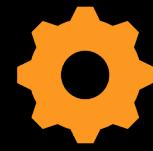
ОККАМ



Данные
торговых
сетей

Данные
Brand Pulse

Открытые
источники

Координаты магазинов	Площадь магазинов	Время работы	Среднесуточный трафик	Количество покупателей	Время в магазине
					
					
Портрет аудитории	Пересечения торговых сетей	Частота посещения магазинов	Количество магазинов за посещение	Механика выбора торговых точек для покупок	Ценообразование и проникновение видов инвентаря



Для каждого покупателя за каждый день
во всех регионах требуется оценить:

- Количество походов в магазин
- Координаты посещаемых магазинов
- Время, проведенное в магазине
- Демографические признаки покупателя
- Вероятность контакта с форматами
рекламы

.... для каждой торговой сети из трех

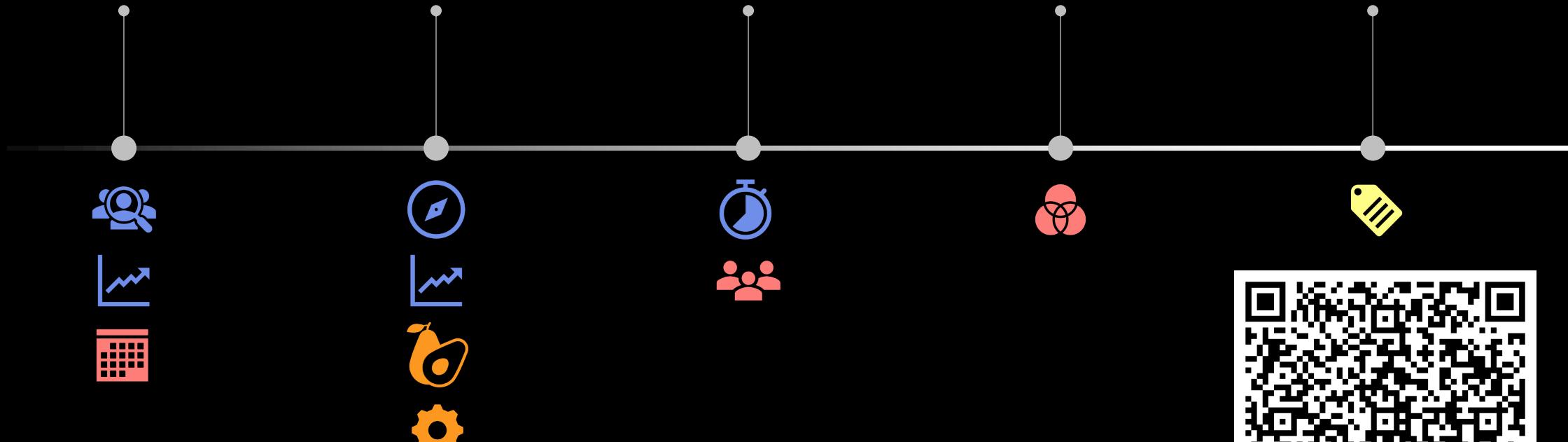
Распределяем покупателей по дням таким образом, чтобы выполнялся дневной охват и для каждой недели выполнялась частота посещений

Каждого покупателя в каждый день в модели назначаем в определенную торговую точку так, чтобы выполнялся среднесуточный трафик

Назначаем каждому покупателю демографию и время в магазине, а также признак пользователя касс самообслуживания

Объединяем несколько отдельных моделей по торговым сетям таким образом, чтобы выполнялись пересечения между торговыми сетями

Добавляем данные по доступности рекламного инвентаря и стоимости размещения



Накопление охвата

по различным сетям, аудиториям и форматам рекламы — аудио реклама, реклама на видео экранах и на кассах самообслуживания

Расчет плана

состоящего из нескольких сетей и форматов, с учетом пересечений аудиторий

Адресная программа,

построенная исходя из охватных характеристик торговых точек

Синергетический расчет

охвата онлайн-ритейла вместе с онлайн-ритейлом, телевидением, диджиталом, радио и наружной рекламой

Накопление охвата

по различным сетям,
аудиториям, и форматам
рекламы – аудио реклама,
реклама на видео экранах
и на кассах самообслуживания

Расчет плана

состоящего из нескольких
сетей и форматов, с учетом
пересечений аудиторий

Адресная программа

построенная исходя
из охватных характеристик
торговых точек

Синергетический расчет

охвата онлайн-ритейла вместе
с онлайн-ритейлом,
телевидением, диджиталом,
радио и наружной рекламой



Рёв

Крупные игроки оглушают
потребителя
45% инвестиций = топ-20
в любом медиа

Шум

Медиа захватывают
товары, а не бренды,
по дороге формируя
глухоту к носителю

Шелест

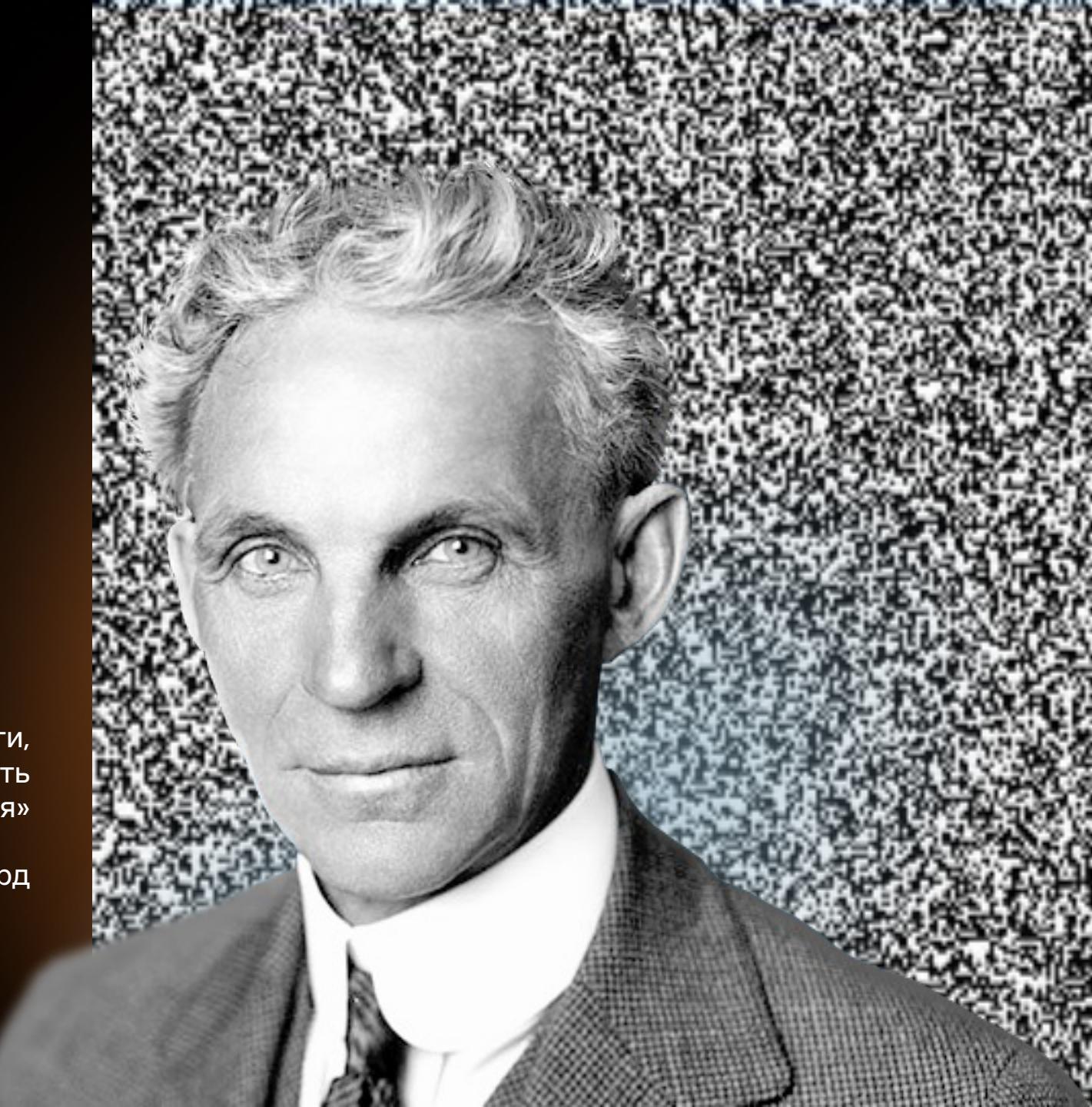
Легкое шуршание денег
в кармане потребителя
в правильных аудиториях,
географиях и точках касания

А может, надо помолчать?

«Остановить рекламу, пытаясь сэкономить деньги,
всё равно, что остановить часы, пытаясь сэкономить
время»

Генри Форд

ОККАМ



Спасибо!

Презентация скоро будет
в наших Telegram-каналах ↗



ОККАМ



The image displays three mobile phone screens side-by-side, each showing a different part of a presentation or article. The phones are set against a dark background with a blurred gradient overlay.

- Left Phone Screen:** Shows a section titled "OKKAM OFFICIAL" with 437 subscribers. It features a large image of a laptop displaying the "Prometheus" platform interface, which includes a dashboard with a car image and various data metrics. Below the image, text reads: "Подписка на Prometheus AI теперь доступна всему рынку". A detailed paragraph explains that in July 2024, Okkam and PoRe announced Prometheus AI, a platform for automatic analysis of advertising creatives. It allows tracking of competitors' ads in real-time and getting analytics by key parameters. A note at the bottom states: "Раньше платформа работала в закрытом режиме для клиентов определенных групп. Теперь же...".
- Middle Phone Screen:** Shows a section titled "Okkam insights" with 10,414 subscribers. It features a section titled "Прямой доступ к 2 млн клиентов с растущими доходами" (Direct access to 2 million clients with growing incomes). It includes a list of bullet points about the target audience and a section titled "Их много и они за пределами больших городов" (There are many of them and they are beyond major cities) with a bar chart showing age distribution. Another section titled "Неоднородная аудитория" (Heterogeneous audience) shows gender distribution with 51% men and 49% women. A large call-to-action button at the bottom says "Настраиваем кампании на «новых обеспеченных»" (Configuring campaigns for "newly affluent").
- Right Phone Screen:** Shows a section titled "Okkam Retail & Ecom" with 494 subscribers. It features a section titled "OKKAM TRADE MARKETING" with the heading "Как аналитика на данных ритейлеров помогает увеличивать продажи FMCG-брендов" (How retailer data analytics helps increase FMCG brand sales). It includes a diagram titled "РЕЙТИНГ" (RATING) with three main points: 01 brand Lifts, 02 Sales Lifts, and 03 Test & Learn. A large call-to-action button at the bottom says "Поставщикам превращать огромные массивы данных, заполненных торговыми сетями, в ценные деньги?" (Transforming huge data sets filled with trade networks into valuable money?).