

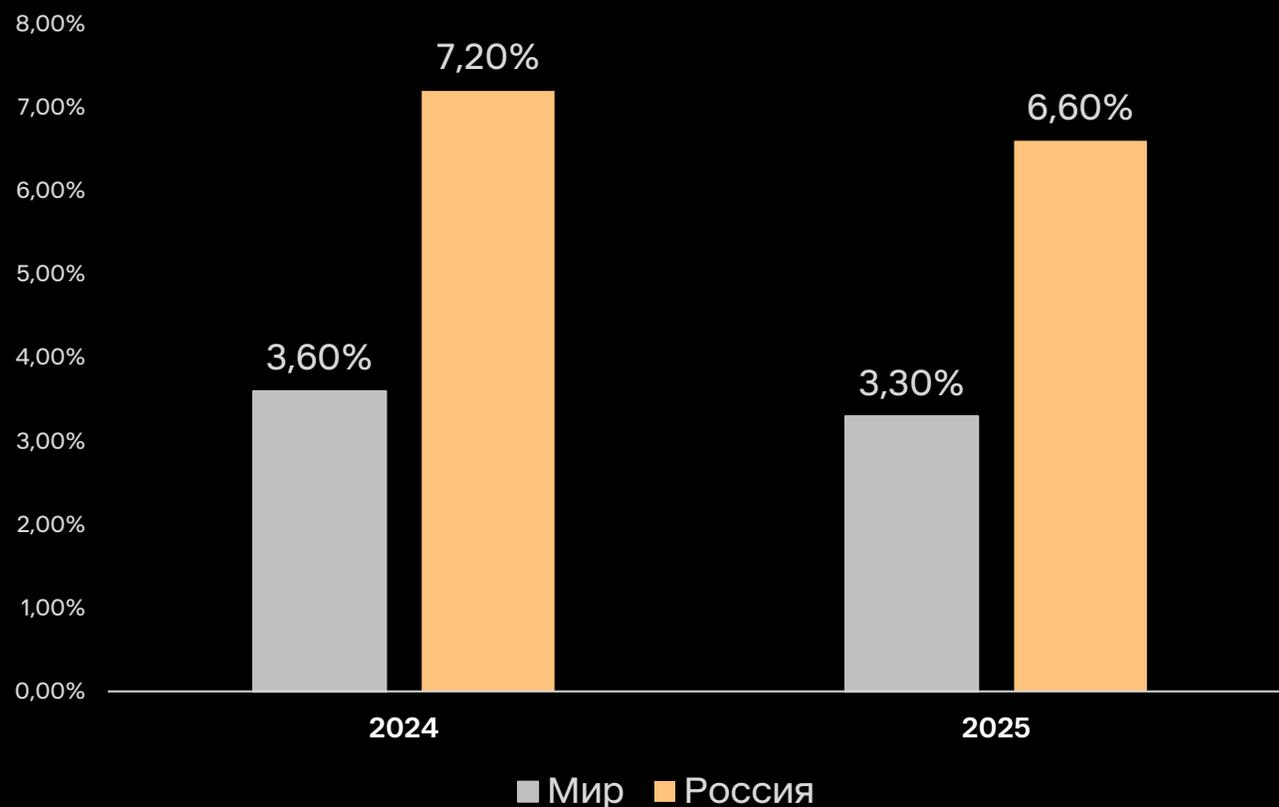
За счет чего расти в Retail Media сегодня

Дмитрий Ларин
Директор по трейд-маркетингу
Оккам

Что определяет рост ритейла?

Российский ритейл сохраняет высокие темпы роста

Динамика роста рынка ритейла



Ключевые факторы роста

+10%
средний чек

+4%
количество покупок

22% Рост выручки топ-10 ритейлеров

77% Доля продаж в офлайн-магазинах

Retail Media В мире

Что определяет развитие медиарынка в ритейле в мире?

179
млрд \$

Ожидаемый объем
рынка Total Retail
Media в 2025 году

23,2%

Доля Retail Media
в общем объеме
рекламного рынка

~17%

Прогнозируемый
ежегодный рост
рынка Retail Media

261
млрд \$

Прогнозируемый
объем рынка Retail
Media к 2028 году

Как развивается рынок Retail Media в мире

Запуск Retail Media в 2025 году:



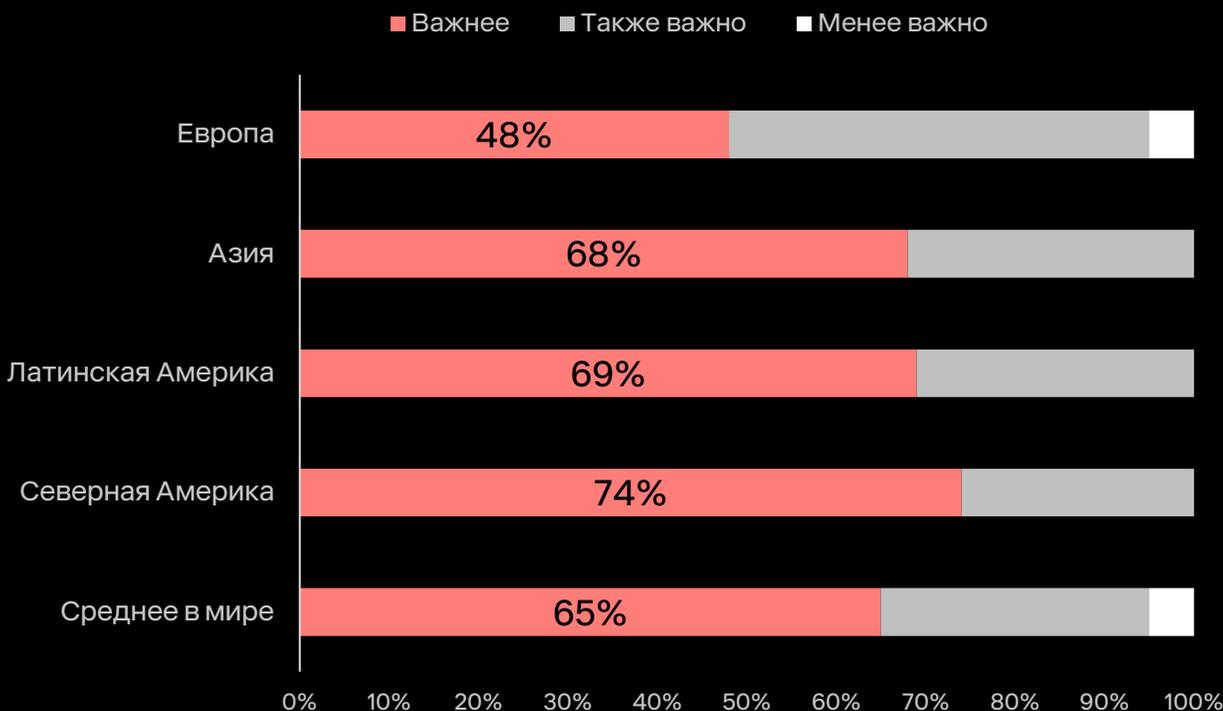
75%

ритейлеров запустили
Retail Media Network
при поддержке
партнерств

Retail Media — неотъемлемая часть медиастратегий

Важность Retail Media в медиастратегиях растет по всему миру и в 2025 году уже стала их неотъемлемой частью

Рост важности Retail Media в медиастратегиях

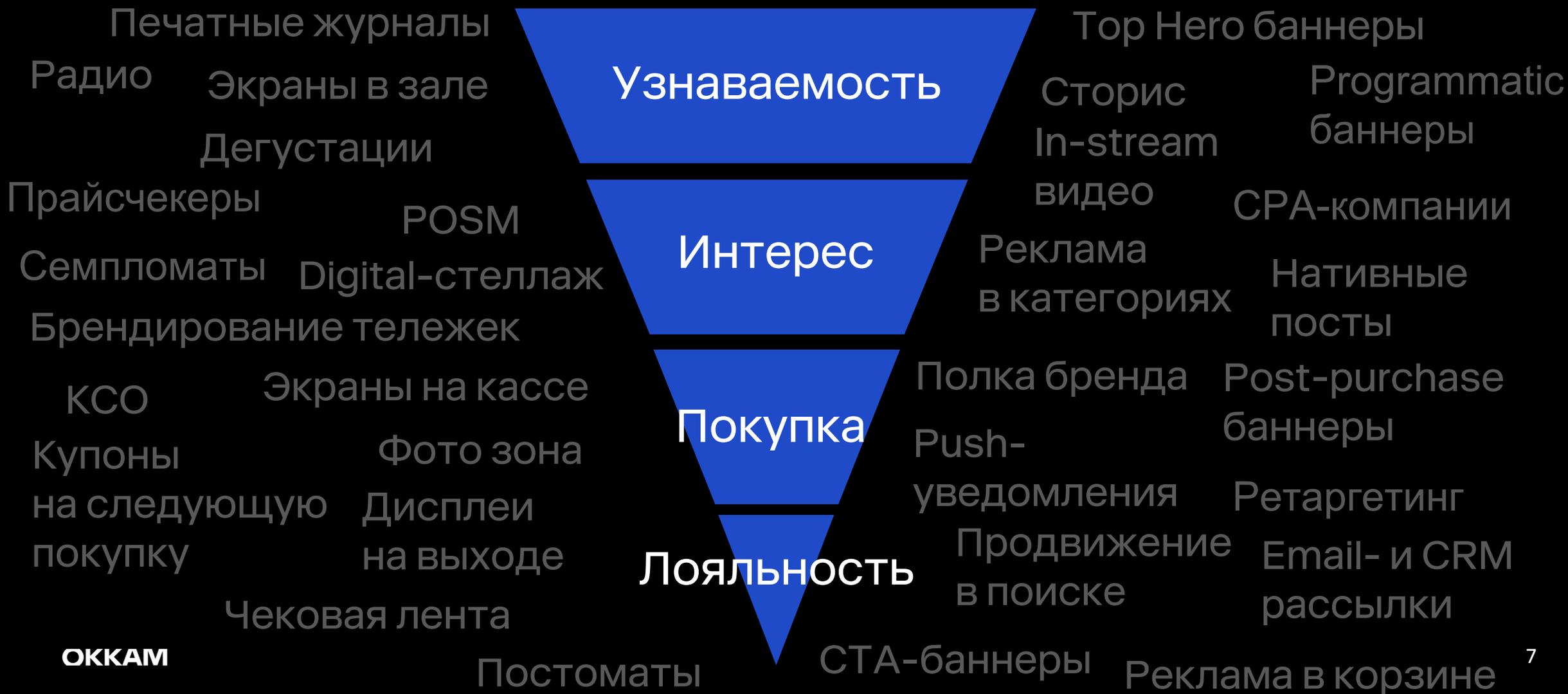


Для каких целей чаще всего используется канал Retail Media

- Рост продаж
- Повышение узнаваемости бренда
- Поддержка мультиканальных кампаний
- Тестирование новых продуктов

Retail Media по уровням воронки

Бренды используют Retail Media на всех уровнях воронки



Retail Media – канал для платежеспособной аудитории. Исследование агентства Kantar в Греции в 2025 году

Влияние на Brand Lift у аудитории 18-39 лет

+49 п.п.

Дополнительный
охват

+13 п.п.

Спонтанное
знание бренда

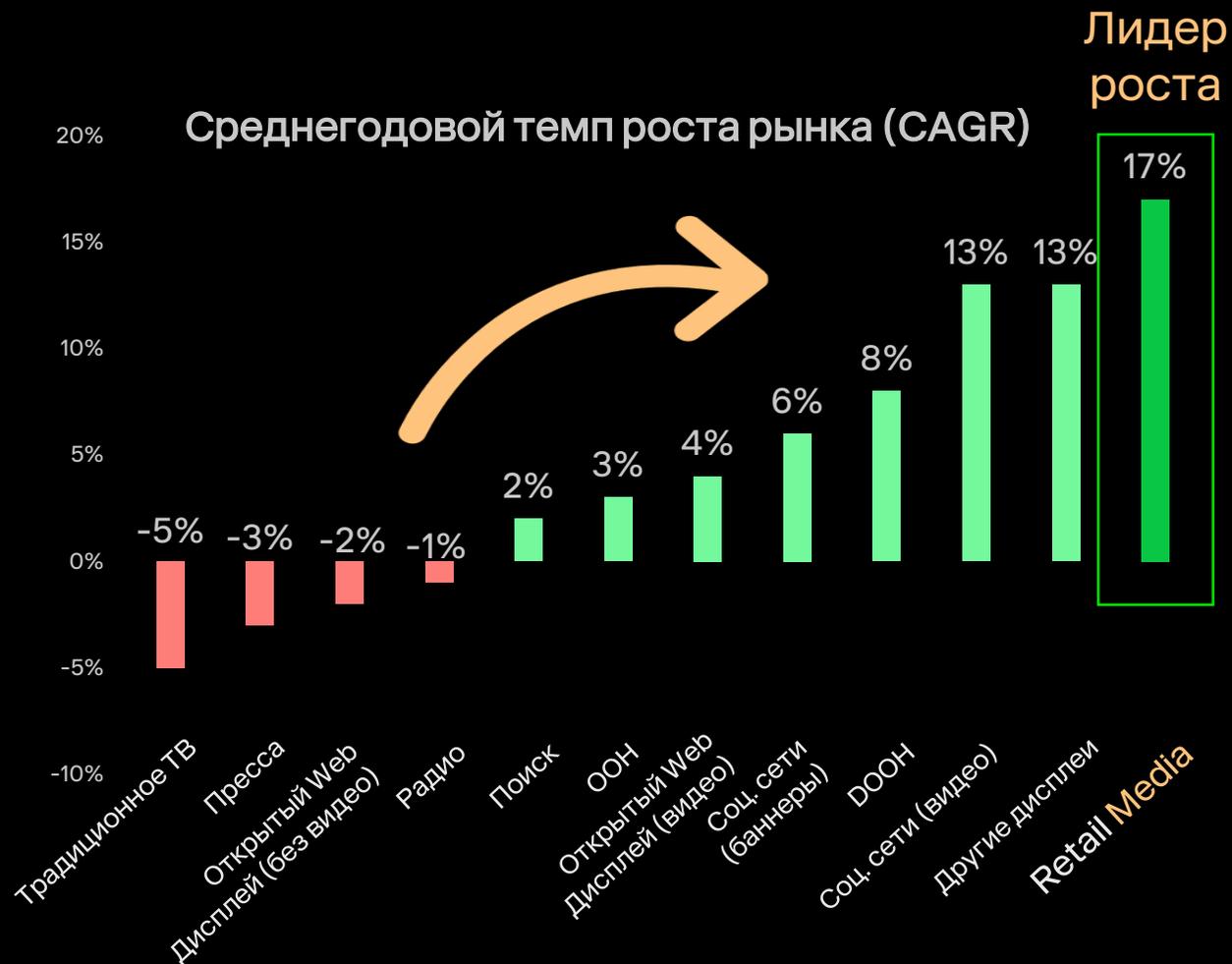
+23 п.п.

Предпочтение
к бренду

+18 п.п.

Намерение
покупки

Как формируются доходы в Retail Media в мире



Органический рост за счет расширения роли канала и притока новых медиабюджетов

Переток бюджетов из традиционных каналов и трейд-маркетинга в Retail Media (лидер по CAGR)

Retail Media в России

Рост Retail Media в России опережает мировые тренды

891 млрд ₽

~ **47%**

~ **73%**

Объем рынка
Total Retail Media 2025

Доля Retail Media
в общем объеме
рекламного рынка
России 2025

Прогноз роста
рынка Retail Media
в России в 2025

Как развивается рынок Retail Media в России

Проникновение медиа в сети растет быстрее, чем сами сети, увеличивая охваты

+7,4%

Количество магазинов
с рекламным инвентарем
за 2025 год

+6,2%

Количество новых
магазинов сетей

+41%

Спонтанное знание
бренда

Как развивается рынок Retail Media в России

Персонализация через first-party data

- Личные кабинеты клиентов и Digital Targeting порталы



- Расширение инструментов пре-аналитики



Слияние офлайн- и онлайн-инвентаря

- Рост online-to-offline
- Интеграция офлайн-инвентаря в цифровые медиа
- Использование офлайн-данных для онлайн-ретаргетинга

Как развивается рынок Retail Media в России

АКАР

Возглавляем комитет АКАР по Новым медиа

- Краткий обзор Retail Media в России (релиз в октябре 2025)
- Карты рынка Retail Media в России
- Методология оценки объема рынка Retail Media в России



Разрабатываем метрики «доверия» с X5 — улучшаем методику расчета OTS

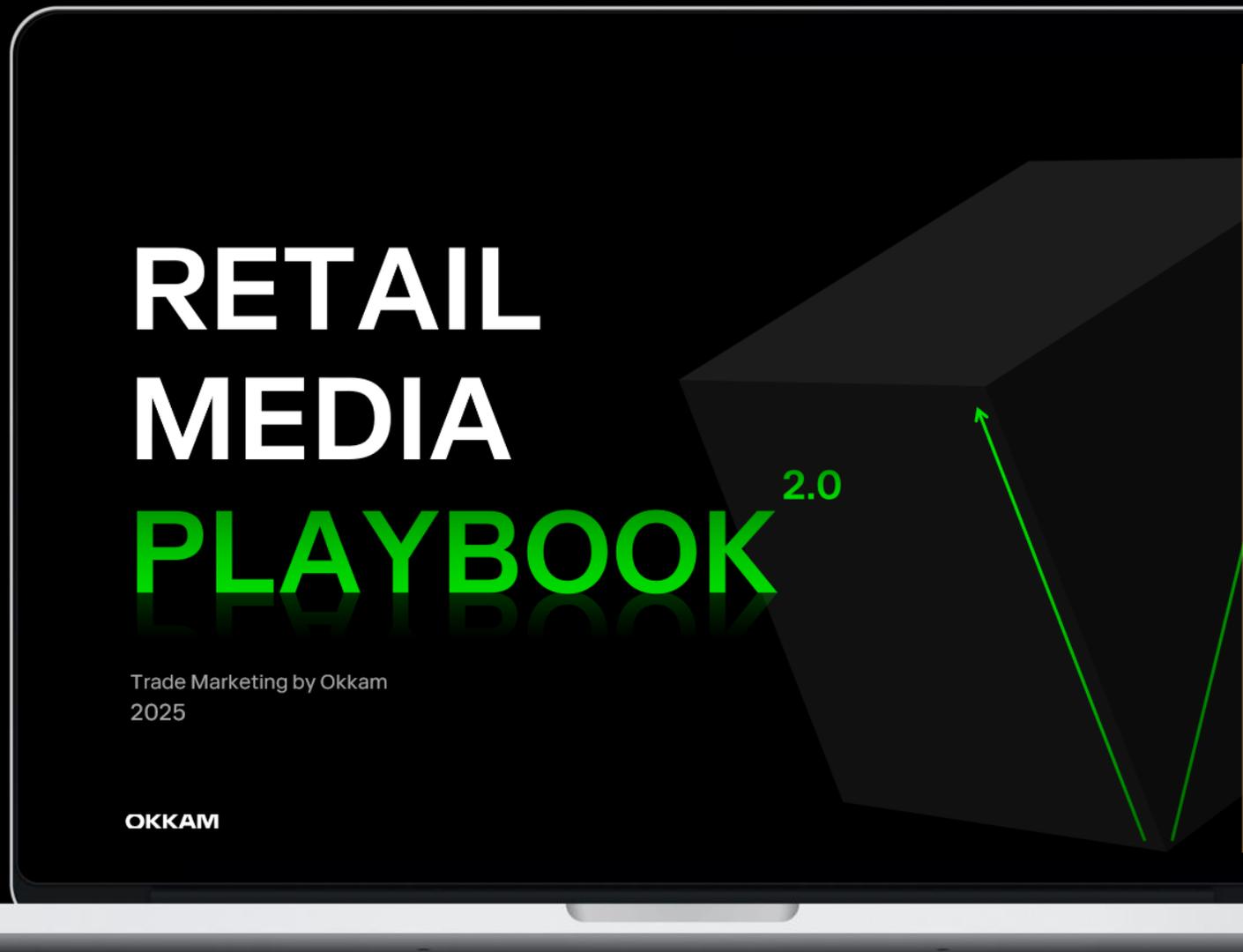
- Добавление коэффициента вероятности просмотра
- Учет коэффициента видимости инвентаря
- Корректировка зависимости OTS от длины ролика

Playbook 2.0 — обновление

- 10 новых сетей
- Интеграция возможностей e-commerce ритейлеров
- Подробный анализ Retail Media в России и в мире
- Методология пре- и пост- аналитики



Отсканируйте QR-код, чтобы скачать презентацию



Как продукты TM Okkam развивают Retail Media платформу

Retail Media Продукты

Retail Media Calculator



Retail Media Ranking



Retail Media Playbook



Total Media Mix



Retail Media Platform



CatMan & Shopper Insights Продукты

Shopper Scorecard

LTV-service

CDT-service

Аналитика

Базовая аналитика

Кластеризация магазинов

Кластеризация покупателей

Кластеризация товаров

Пост-аналитика

Sales Lift

Brand Lift

Test & Learn

Продвинутая аналитика ad-hoc

Новинки

GAP

Анализ трендов

Источники продаж

Миграция покупателей

Диагностика категорий

Анализ корзин

Репертуар категории

Профилирование покупателей

Как ТМ Okkam реализует потенциал Retail Media

Данные о покупателях и категориях превращаем в план действий, чтобы каждое размещение усиливало ценность бренда

4P активации



Category Management ×
Shopper Insights

4C аналитика

Рост продаж
и доли

Оптимизация
трейд-инвестиций

Усиление
партнерства (JBP)

