

Ритейл-медиа

X5 Media

и трансформация

X5 Group



пусть

от рекламодателя



к площадке



Николай Шестаков

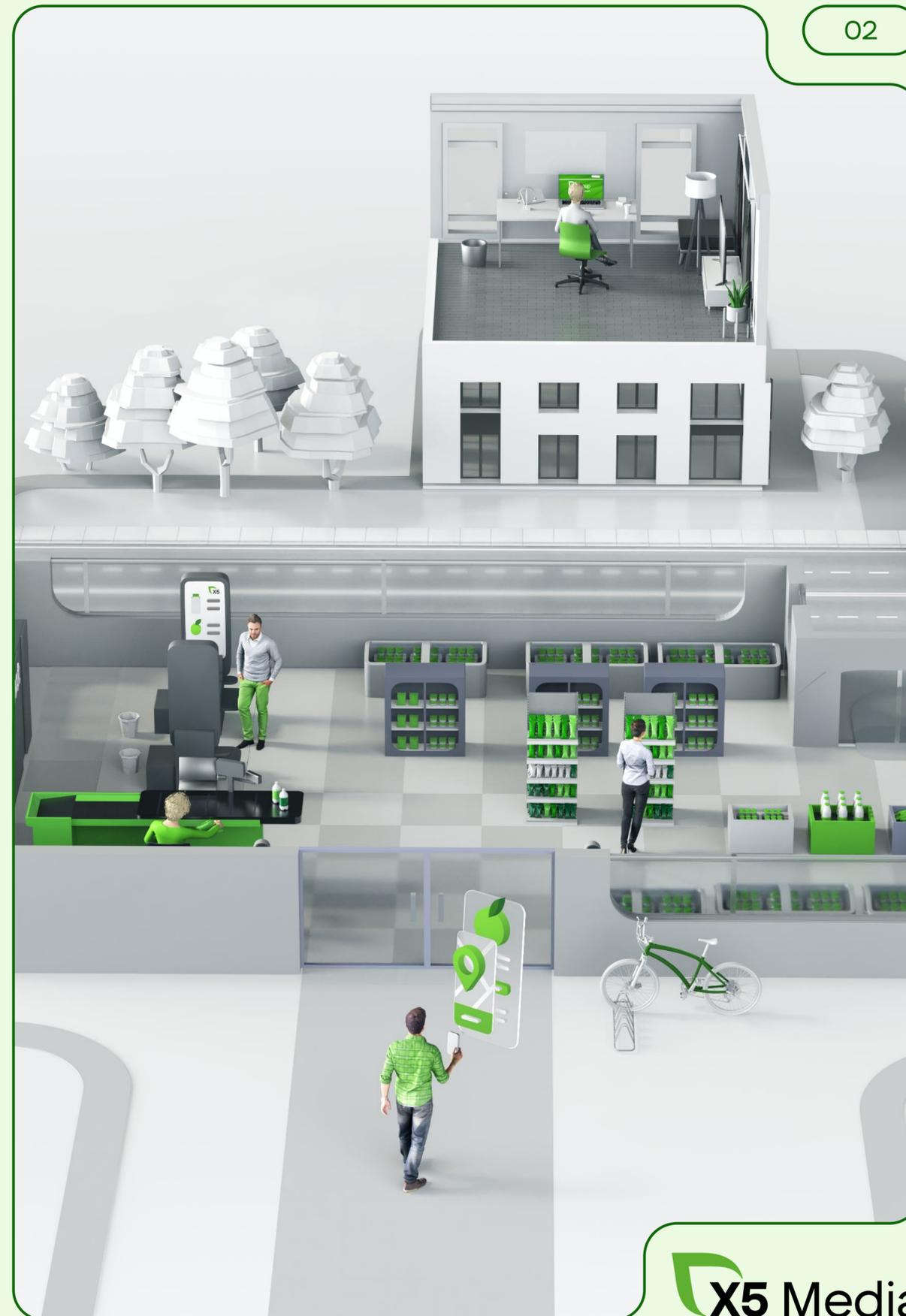
Директор по медиа X5 Group
и CEO медиаплатформы Food.ru

Единое окно рекламных и аналитических возможностей X5 Group

- 1 Доступ к рекламным возможностям
- 2 Аналитика и планирование на основе больших данных
- 3 Консолидация маркетинговой экспертизы
- 4 Реализация всех этапов рекламного процесса

Какие задачи решает единый сервис рекламодателя X5 Group

- Улучшение клиентского опыта B2B-партнеров
- Внедрение омниканальности
- Исследование спроса
- Развитие и расширение рекламного инвентаря
- Оптимизация форматов под внешних рекламодателей и SMB
- Рост эффективности на основе данных единого профиля клиента



Предпосылки: аудитория

79 млн

Активных пользователей программы лояльности X5 на конец 1 кв. 2024 г.



2 часа

Проводят 50% россиян каждый месяц в магазинах X5

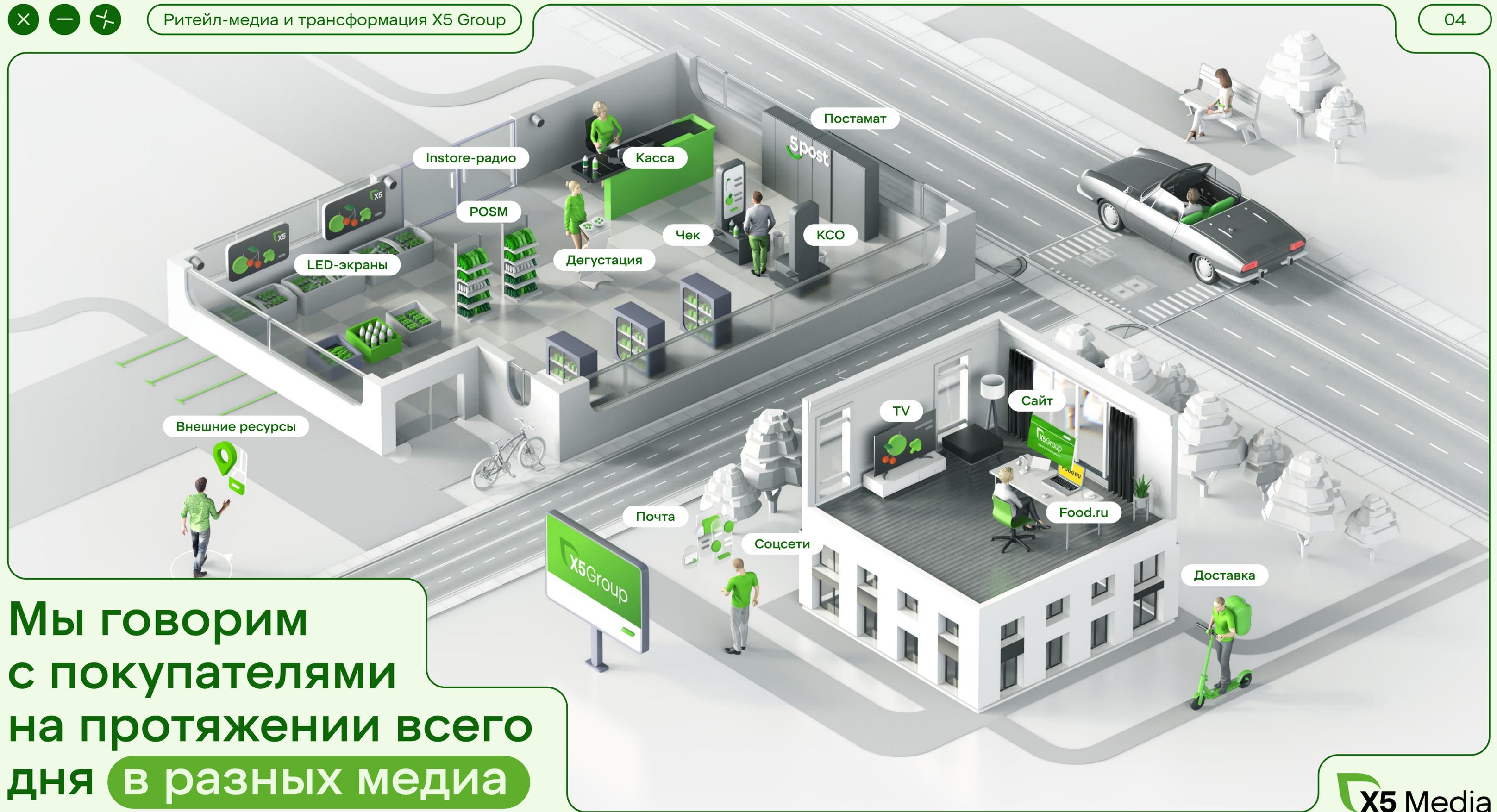


20 vs 8 млн

Сравнение ежедневной аудитории X5 и топ-радиостанций



- Традиционно основными инструментами рекламы в офлайн ритейле являлись печатные POSM-материалы и акции – слабо управляемые и таргетируемые
- Несмотря на революцию в e-commerce, долгое время наблюдалось отставание цифровизации рекламы в офлайн ритейле
- Сокращение объема доступных инструментов для рекламодателей, развитие омниканальности и экспертизы в дата-аналитике способствовали началу эпохи Ритейл-медиа



Мы говорим с покупателями на протяжении всего дня в разных медиа

Предпосылки: данные

Источники данных о клиенте,
которые попадают в X5ID:

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

01

Аналитика как
самостоятельный
продукт

02

Данные
для таргетинга
и планирования
кампаний

03

Post-campaign
аналитика –
sales lift

04

Реклама
во внешнем контуре
на данных ритейлера

Предпосылки: НОВЫЕ ДЕНЬГИ

Прибыль Ритейл-медиа намного превышает прибыль ряда других сегментов, представленных в розничных сетях

70%–90%

Ритейл-медиа
на собственном сайте

20%–40%

Ритейл-медиа на внешних
каналах и платформах

23%

Электроника

20%

Grocery (продукты питания,
напитки, товары для детей
и бытовая химия)

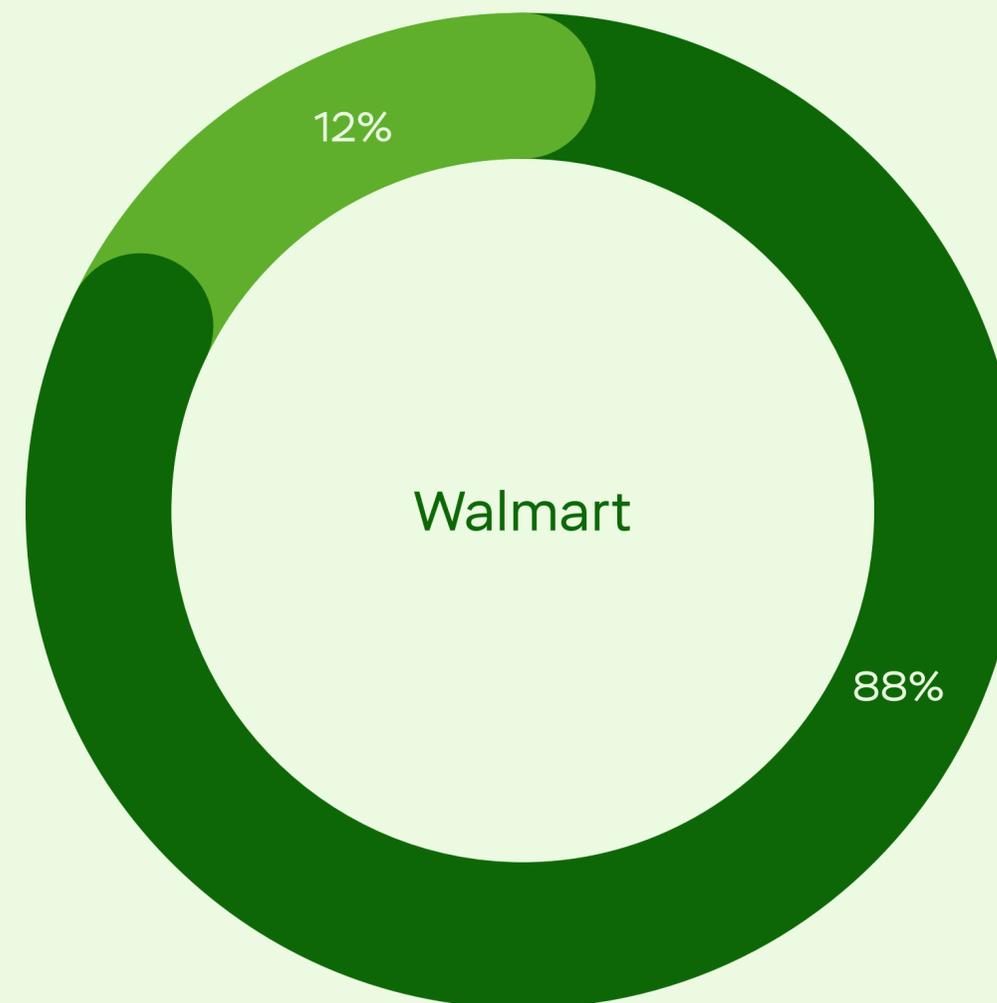
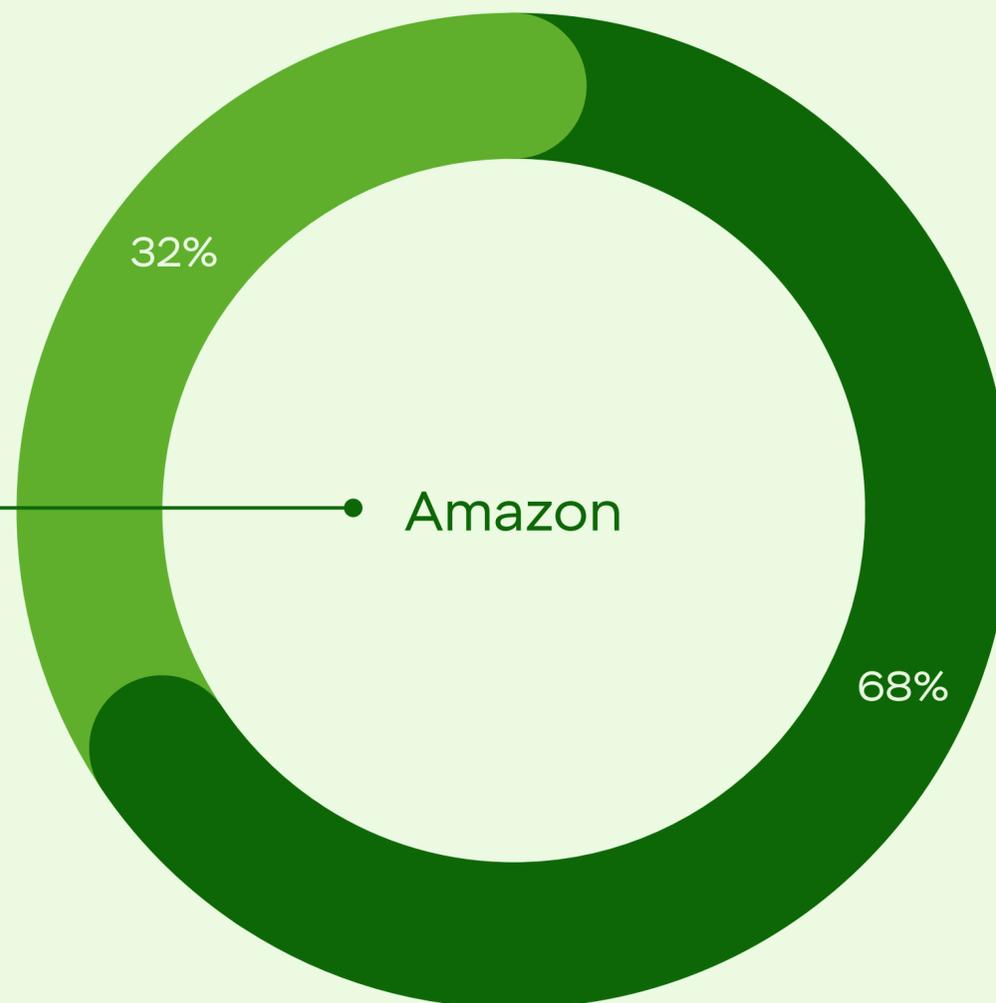


Источник: BCG Commerce Media Survey (2022), BCG CPG Retail Media Benchmarking Survey (2021)

Предпосылки: новые деньги

Ритейл-медиа могут генерить компании значительную долю прибыли

Глобальный доход Amazon от Web-сервисов составляет около 19 миллиардов долларов, что говорит о низкой прибыльности основного розничного бизнеса.



- Реклама на Amazon
- Другие источники прибыли

- Другие источники прибыли
- Walmart Connect (расчет основан на доходах от рекламы с примерно 75% маржой)

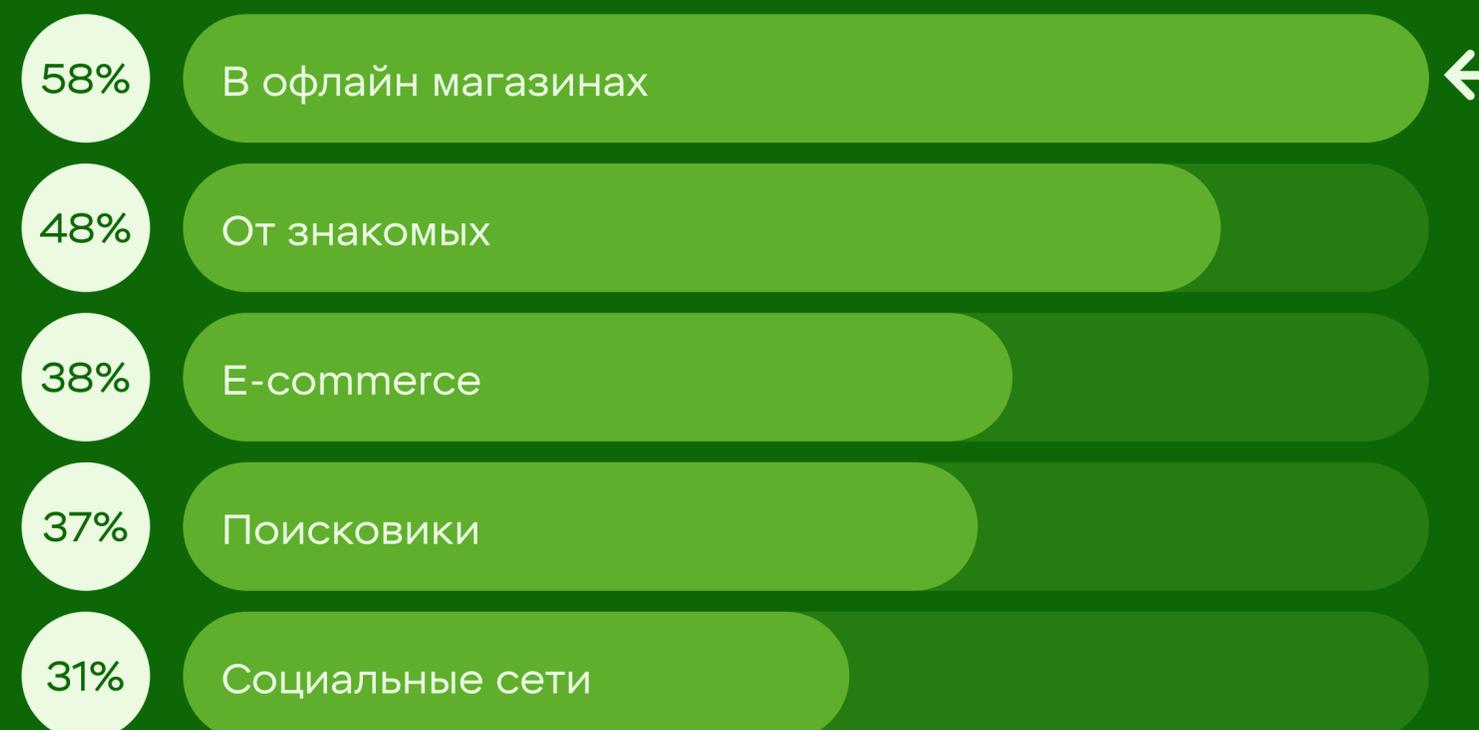
Источник: CapitalIQ; 10-Ks; материалы для инвесторов; BCG analysis

Тем временем в офлайне

ПО МНЕНИЮ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ, РИТЕЙЛ-МЕДИА – ЭТО...*



ГДЕ ЛЮДИ ЧАЩЕ ВСЕГО УЗНАЮТ О НОВЫХ БРЕНДАХ**



*Источник:eshopmedia (2024)

**Источник:PWC (2023), опрос

Тем временем в офлайне

>24 тыс.
Магазинов X5 Group
на территории РФ



17 млн

Покупок по всей России
ежедневно только
в торговой
сети «Пятёрочка»



- Только в офлайн магазинах
- Большая часть в офлайн, докупая несрочной доставкой в онлайн
- Большая часть в офлайн, докупая экспресс-доставкой в онлайн
- Офлайн и онлайн в равной степени
- Большая часть в онлайн, докупая в офлайн
- Только в онлайн-магазинах
- Затрудняюсь ответить

Перерождение офлайна



Охват



Нативность



Гибкие цифровые форматы



Близость к месту продаж



Возможность сегментации



Аналитика по brand и sales lift

Зачем ритейлеру свое медиа?

1 Планирование

→ **Контакт с клиентом на нулевом этапе**

Защита от конкурентов, повышение осведомленности о СТМ, привлечение и реактивация клиентов в торговых сетях и прочих бизнесах экосистемы

→ **Производство контента и новых сервисов**

Разработка интегрируемых foodtech сервисов, производство собственных шоу и нативные интеграции в контент на платформе

2 Поиск и выбор

→ **Генерация и обогащение данных о клиентах**

Обогащение профиля клиента в торговой сети уникальными данными, новые возможности для предиктивного маркетинга

→ **Построение сообщества**

Активное сообщество создателей контента, долгосрочная коммуникация с потенциальными клиентами

3 Покупка

→ **Рекламный инвентарь**

Реклама на медиаплатформе и в социальных сетях, а также построение собственной партнерской программы

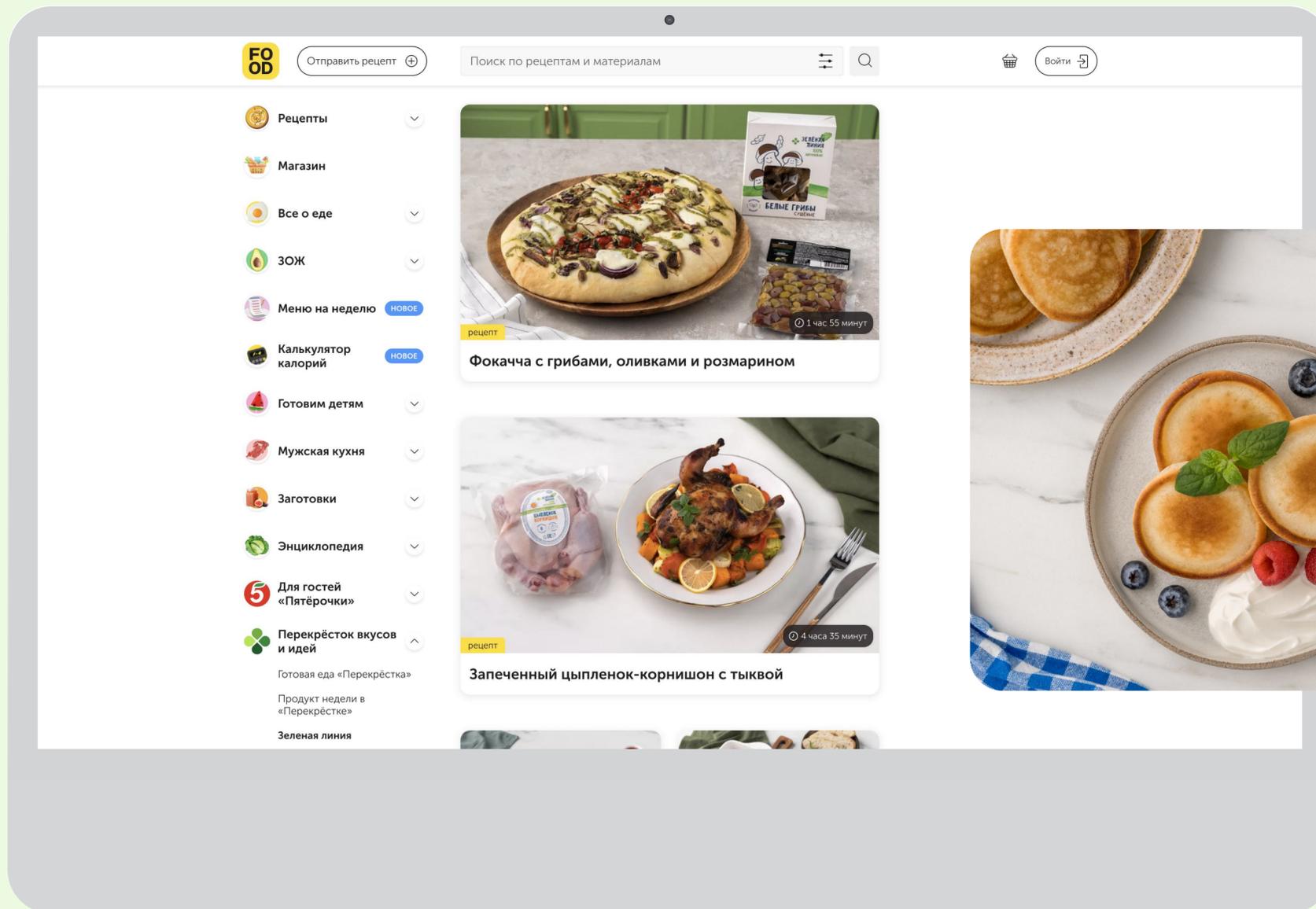
→ **Независимый взгляд**

Коммуникация от сообщества или независимого источника воспринимается с большим доверием, чем традиционная реклама от лица ритейлера

4 Потребление и лояльность

Не реклама, а контент

В отличие от лендингов спецпроектов, контент живет не только вечно, но и воспринимается с большим доверием

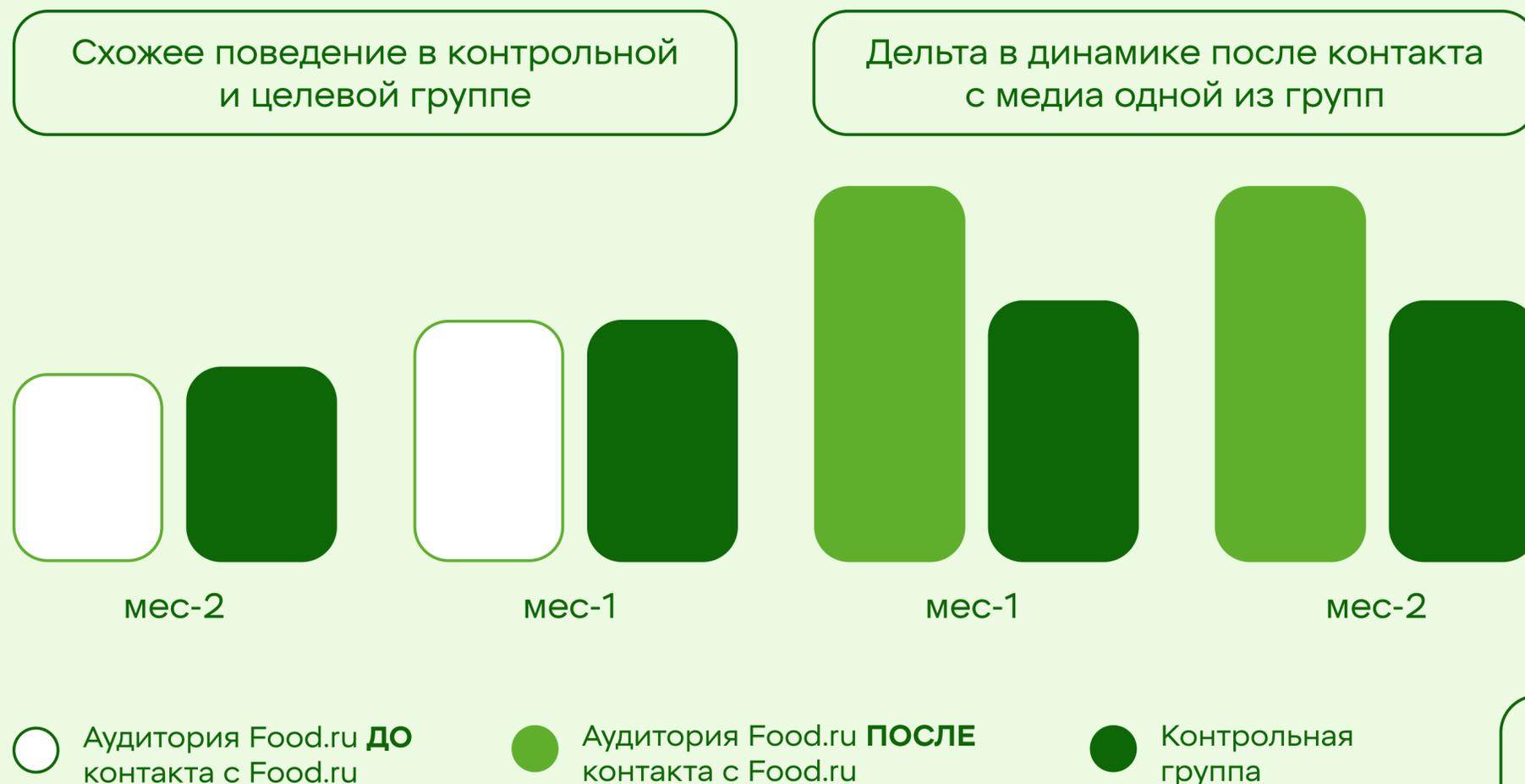


Опыт Food.ru: о влиянии медиа на продажи

Данные X5ID и Food.ru позволяют

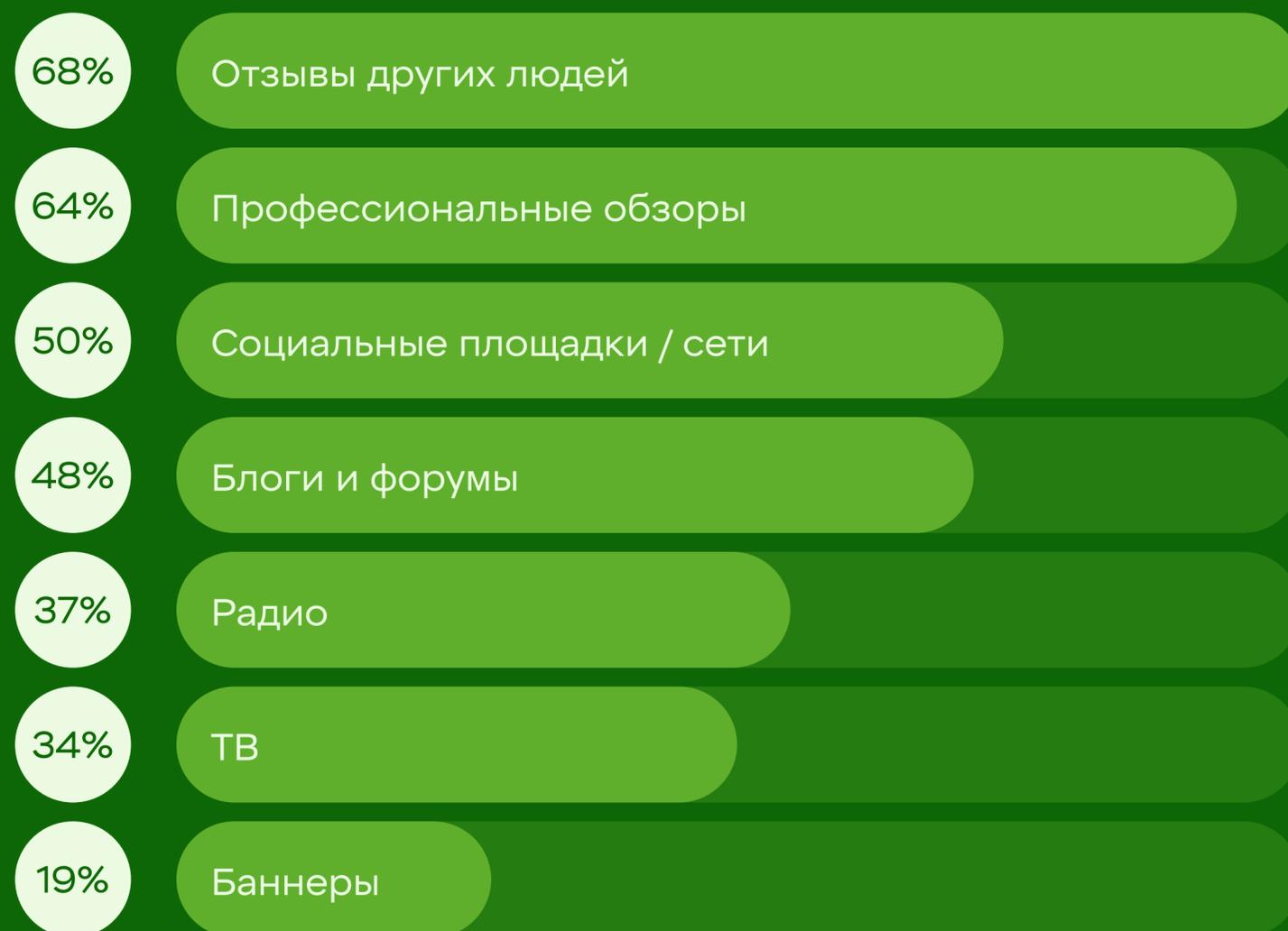
- Подбирать контрольную группу по широкому набору характеристик
- Исключать максимальное количество внешних факторов (открытие новых магазинов, другие рекламные активации и пр.)

Эффект Food.ru – разница динамики в месяц:



Люди продают людям

ПРОЦЕНТ ДОВЕРИЯ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПЛАТФОРМЫ



«НАСКОЛЬКО ЧАСТО ВЫ ПРЕДПРИНИМАЕТЕ ДЕЙСТВИЯ В ОТВЕТ НА ЭТИ ВИДЫ РЕКЛАМЫ?»



Зачем мы создавали платформу X5 Blogger

Помимо расширенной real-time аналитики по самой кампании, платформа также позволяет замерять влияние на поведение клиента в торговых сетях X5

>85 тыс.

Блогеров с качественным контентом и релеватной аудиторией

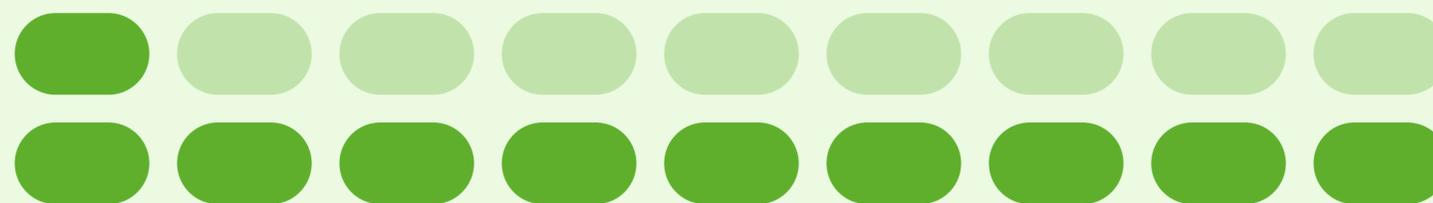
5-20 млн

Средний охват рекламной кампании

>70

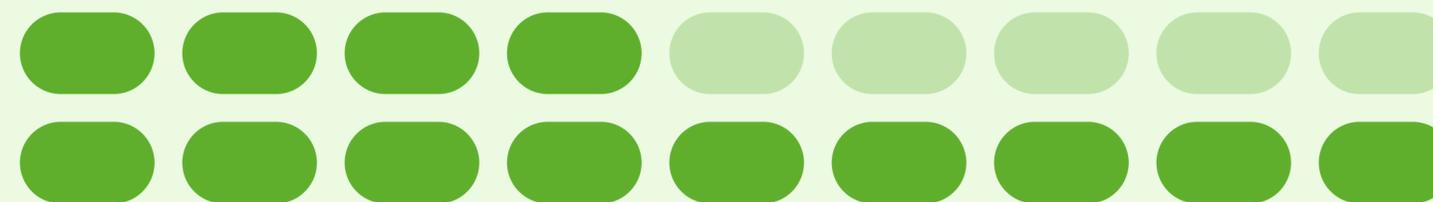
Кампаний за 5 месяцев

*Источник: НАФИ (2024), ВЦИОМ (2022)



57%

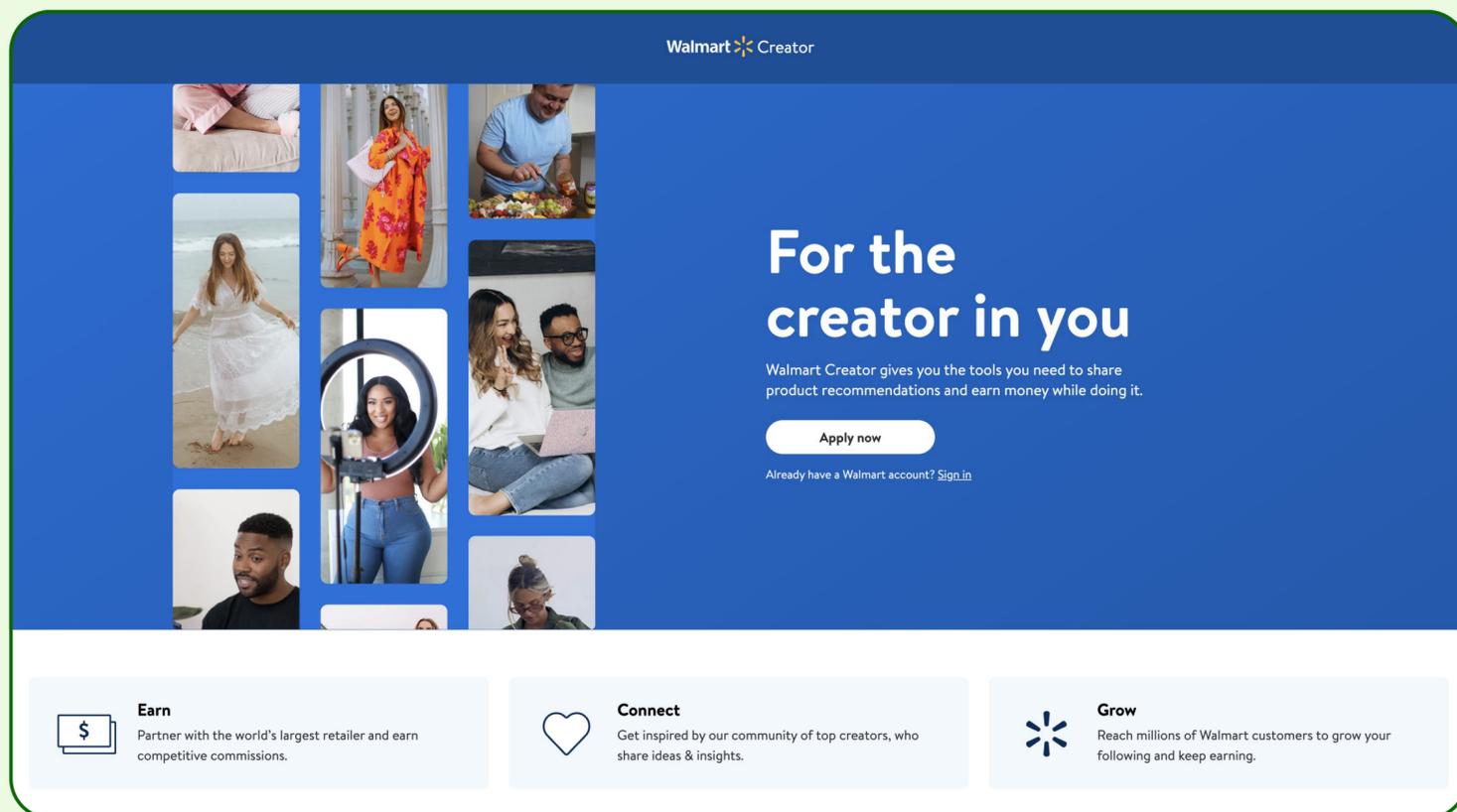
Россиян предпочитают, чтобы в рекламе были показаны обычные люди*



70%

Пользователей хотя бы раз покупали товар по рекомендации блогера*

Международный опыт



Walmart Creator

For the creator in you

Walmart Creator gives you the tools you need to share product recommendations and earn money while doing it.

[Apply now](#)

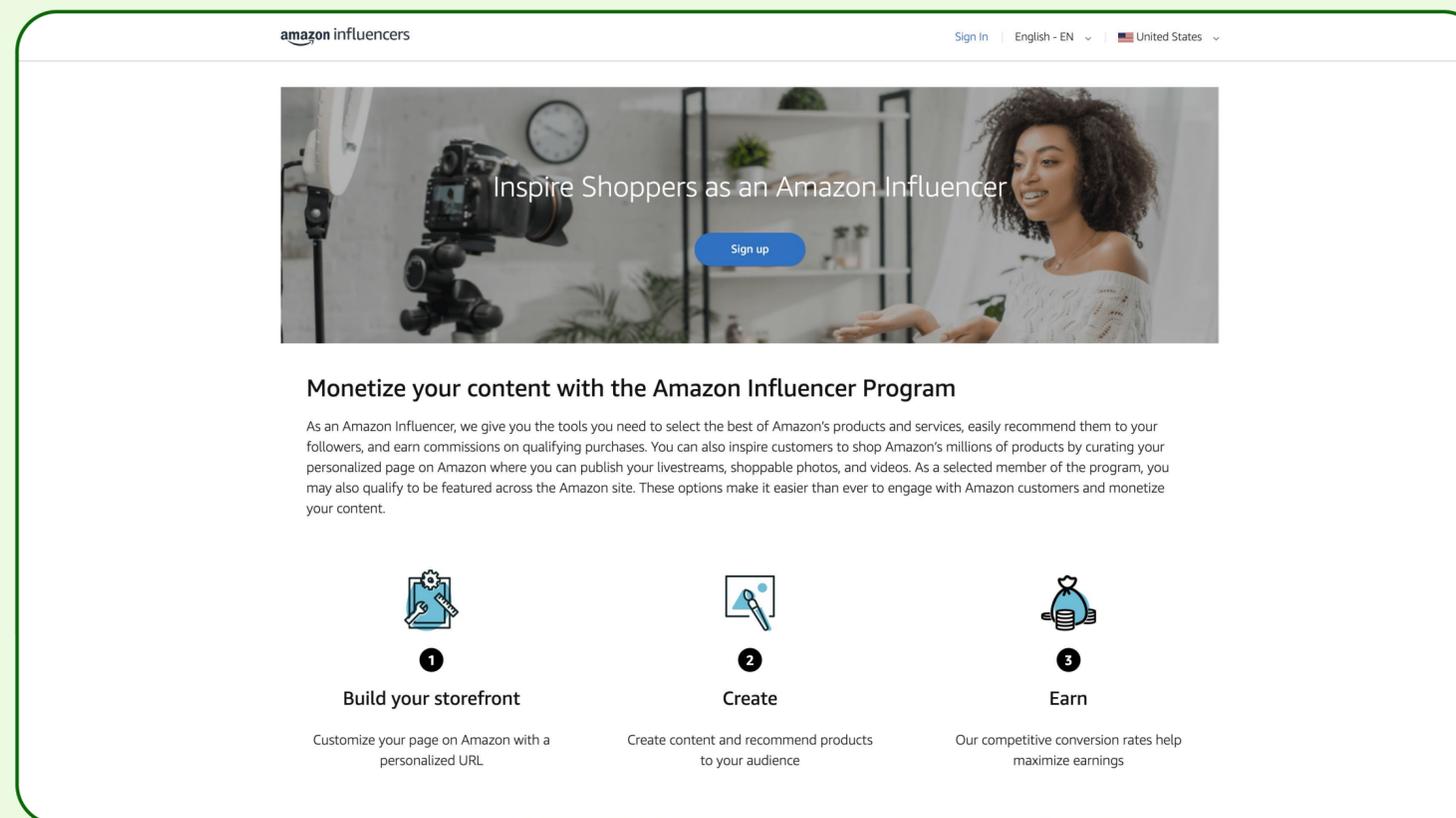
Already have a Walmart account? [Sign in](#)

Earn
Partner with the world's largest retailer and earn competitive commissions.

Connect
Get inspired by our community of top creators, who share ideas & insights.

Grow
Reach millions of Walmart customers to grow your following and keep earning.

Walmart



amazon influencers

Sign in | English - EN | United States

Inspire Shoppers as an Amazon Influencer

[Sign up](#)

Monetize your content with the Amazon Influencer Program

As an Amazon Influencer, we give you the tools you need to select the best of Amazon's products and services, easily recommend them to your followers, and earn commissions on qualifying purchases. You can also inspire customers to shop Amazon's millions of products by curating your personalized page on Amazon where you can publish your livestreams, shoppable photos, and videos. As a selected member of the program, you may also qualify to be featured across the Amazon site. These options make it easier than ever to engage with Amazon customers and monetize your content.

1 Build your storefront
Customize your page on Amazon with a personalized URL.

2 Create
Create content and recommend products to your audience.

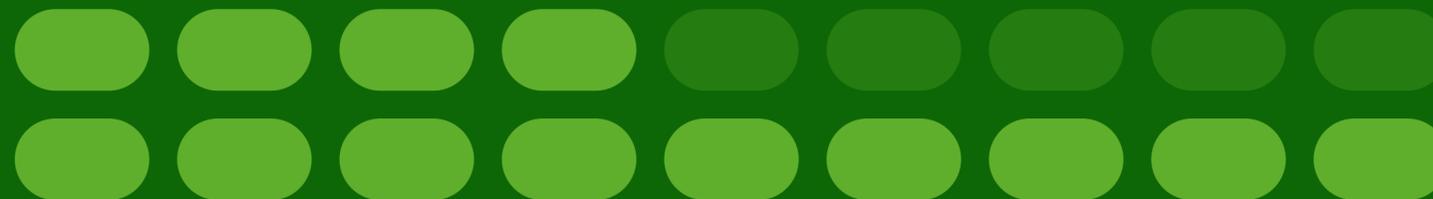
3 Earn
Our competitive conversion rates help maximize earnings.

Amazon

Phygital контент для повышения продаж



Источник: 2023 1WorldSync Product Content Benchmark



61%

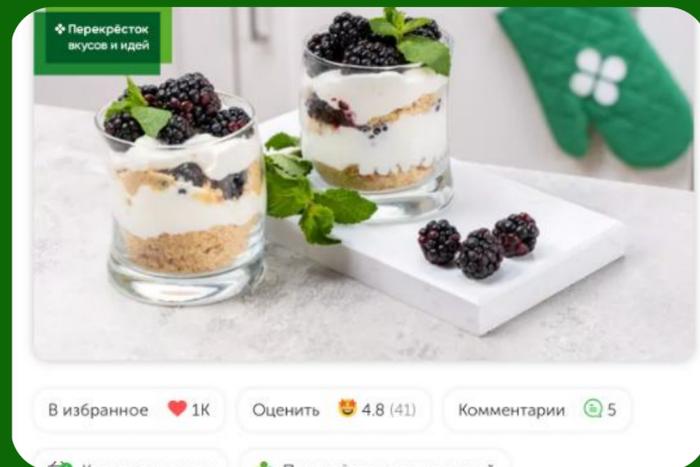
Потребителей изучает товары онлайн перед походом в офлайн-магазин



87%

Потребителей использует смартфон для изучения товаров в офлайн магазине

Phygital контент для повышения продаж



52%

Офлайн-клиентов продуктового ритейла с большей вероятностью купят продукт с интеграцией отзывов и рейтингов

35%

Считают удобной интеграцию контента в ценник

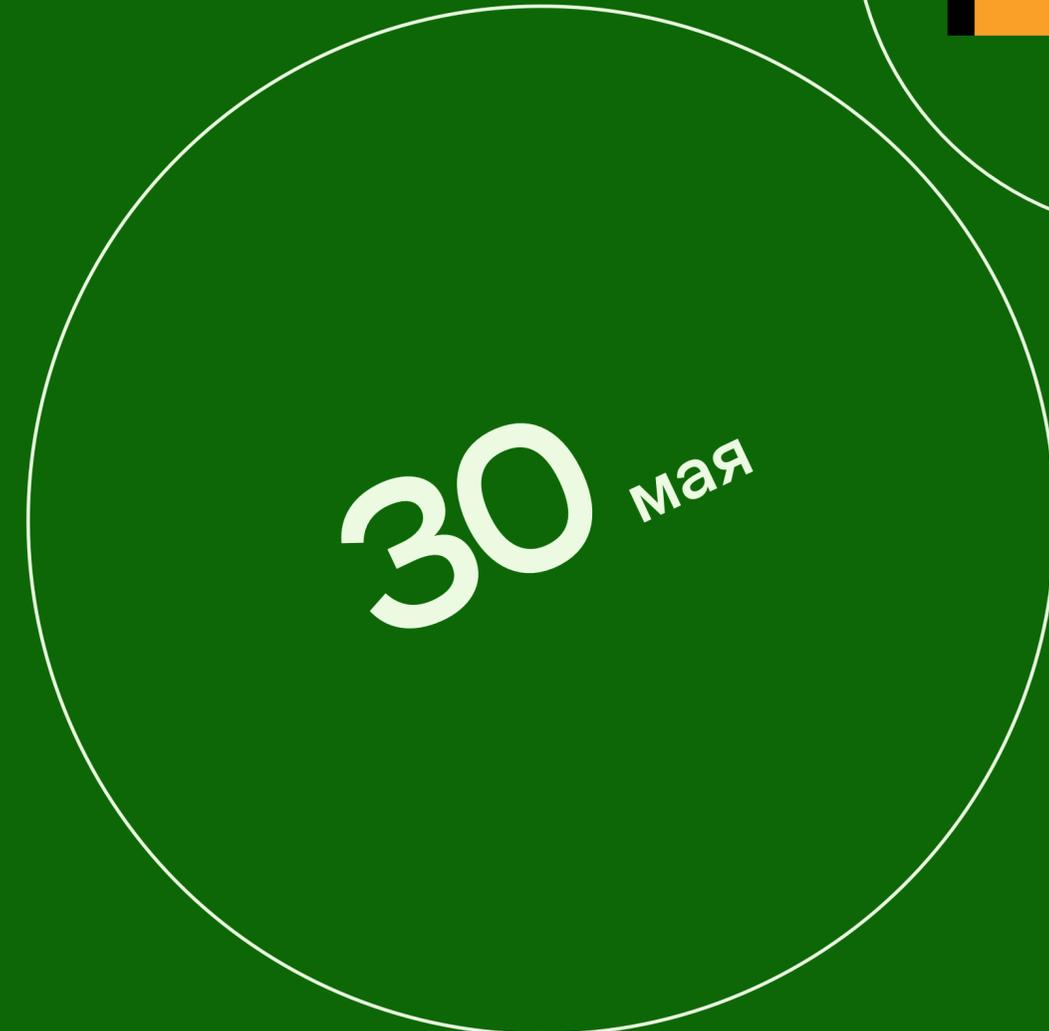
Источник: Grocery Dive (2017), Power Reviews Insights

X5 Future night

Присоединяйтесь к конференции X5 Group для партнеров

X5 Media модерировует секцию

«ТОРГОВЛЯ – ДВИГАТЕЛЬ РЕКЛАМЫ»





Николай Шестаков

Директор по медиа X5 Group
и CEO медиаплатформы Food.ru



Единое окно
рекламных
и аналитических
возможностей

