

Клиентские тренды

Топ-тренды для ритейла: как будет меняться подход X5 Group



Сокращение численности населения: лучше понимать клиента и эффективнее взаимодействовать

Возрастные группы, где за 2020 год численность сократилась максимально:

25–29 лет –845 тыс. чел.

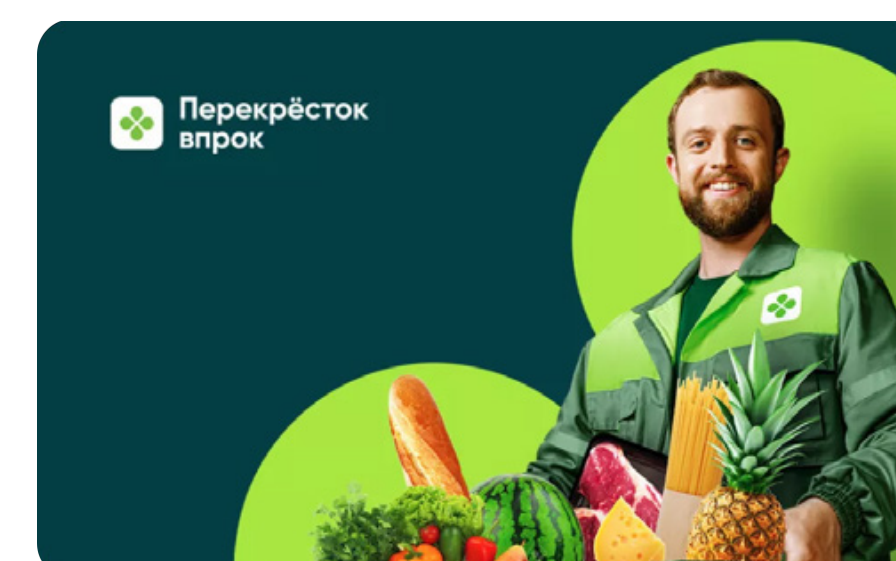
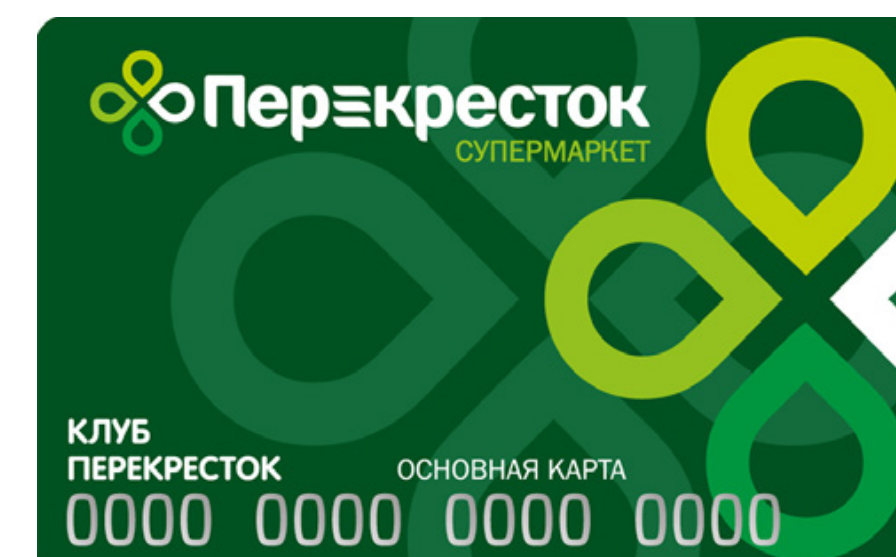
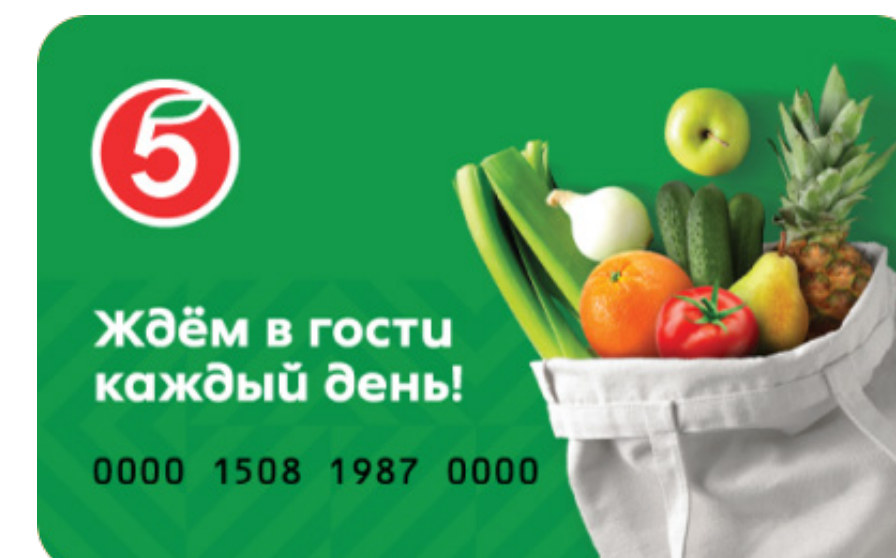
0–4 года –499 тыс. чел.

55–59 лет –586 тыс. чел.

70+ лет +325 тыс. чел.

Общее проникновение программы лояльности в товарооборот — **более 85%**

Пилот подписки на сервисы X5 «Пакет»

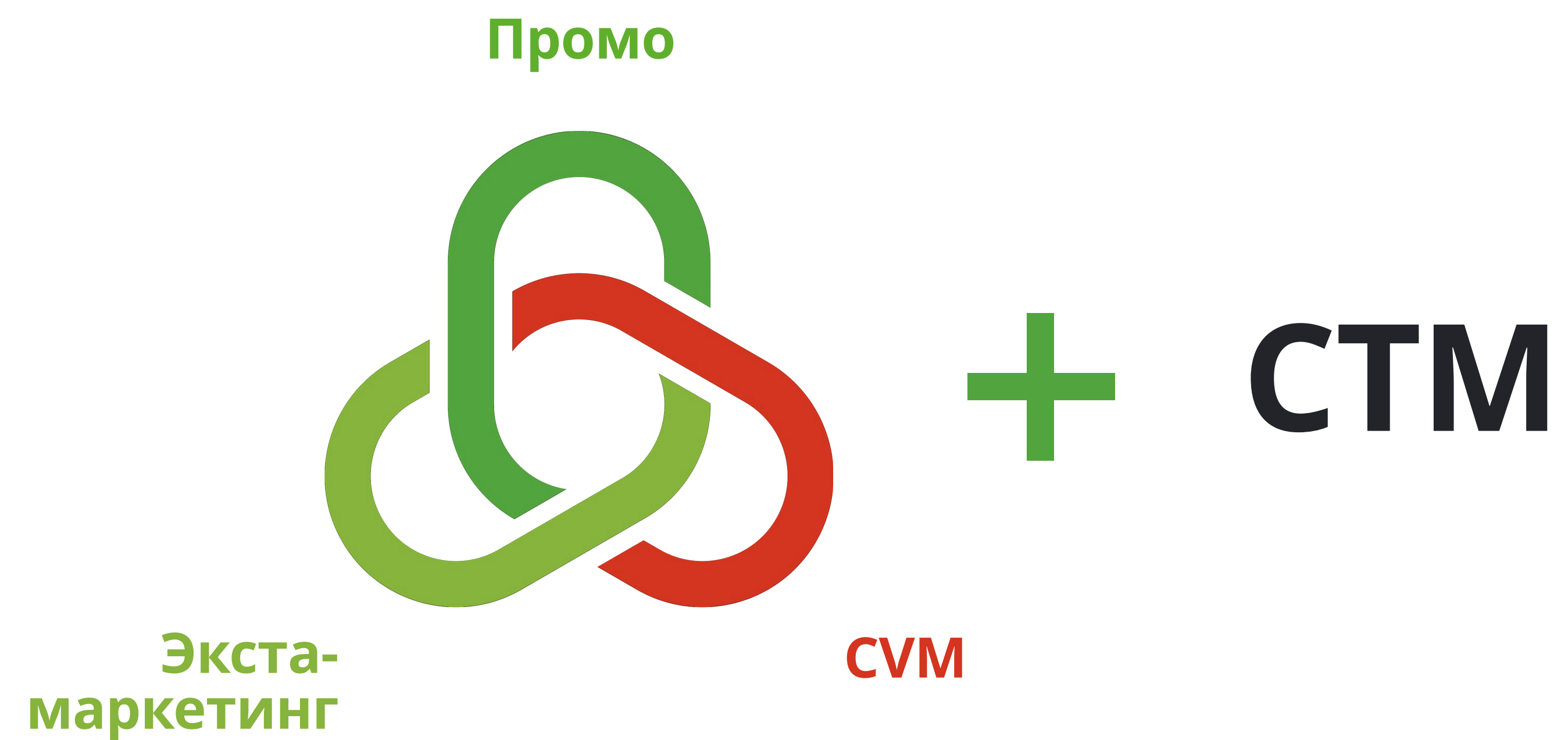


Основные фокусы

- Рост проникновения программы лояльности
- Максимизация выручки и доходности на клиента (LTV)
- Повышение клиентской лояльности (NPS)

Инфляционный рост цен

Основа CVM — это **333 млн чеков** и **46,9 млн** клиентов ежемесячно*



Основные фокусы

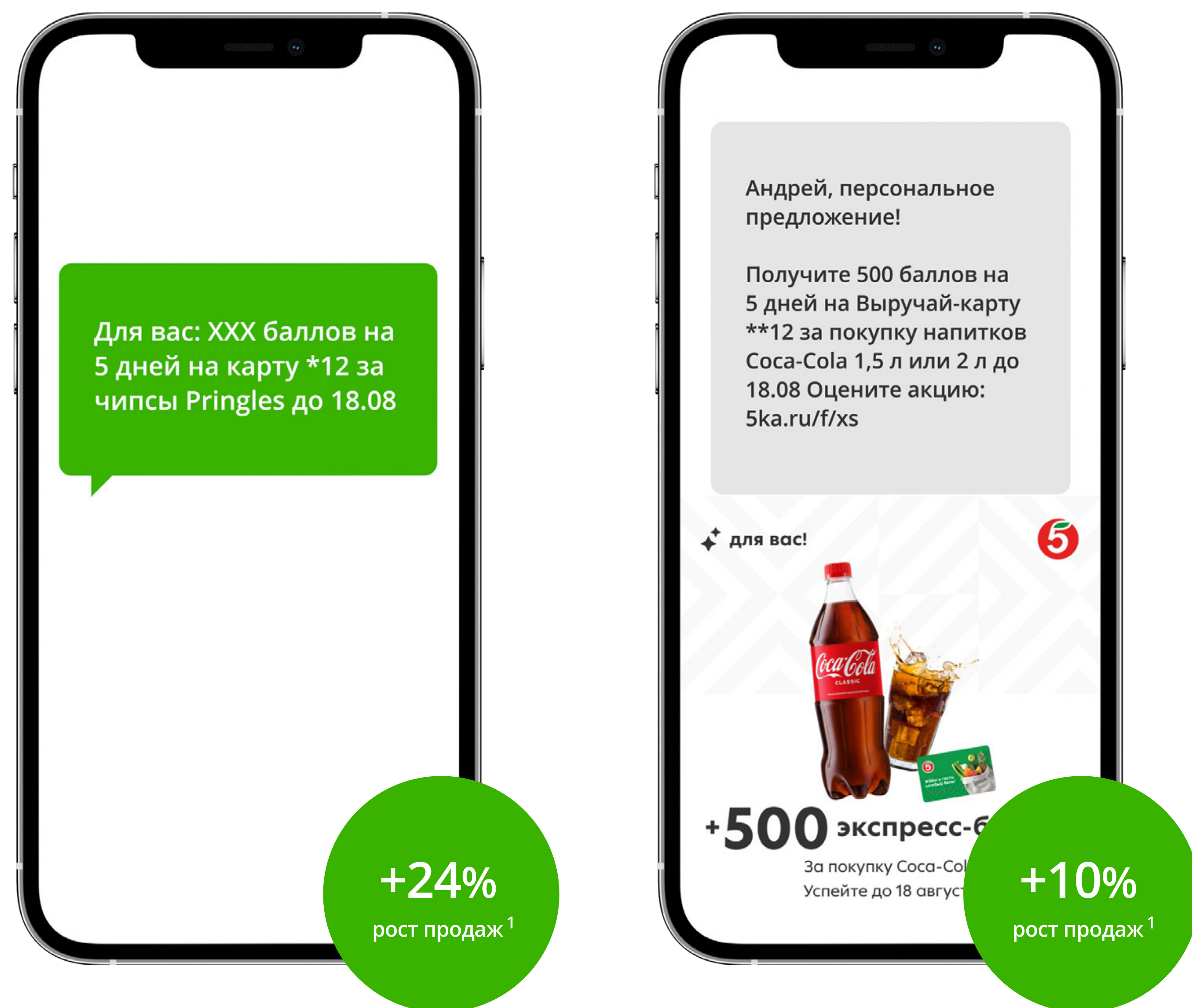
- Внутреннюю эффективность — транслируем покупателю
- Промо / экстра-маркетинг / CVM / обратная связь —
- еще эффективнее

STM — качественный рост

* суммарные данные по ТС «Пятёрочка» и ТС «Перекрёсток»

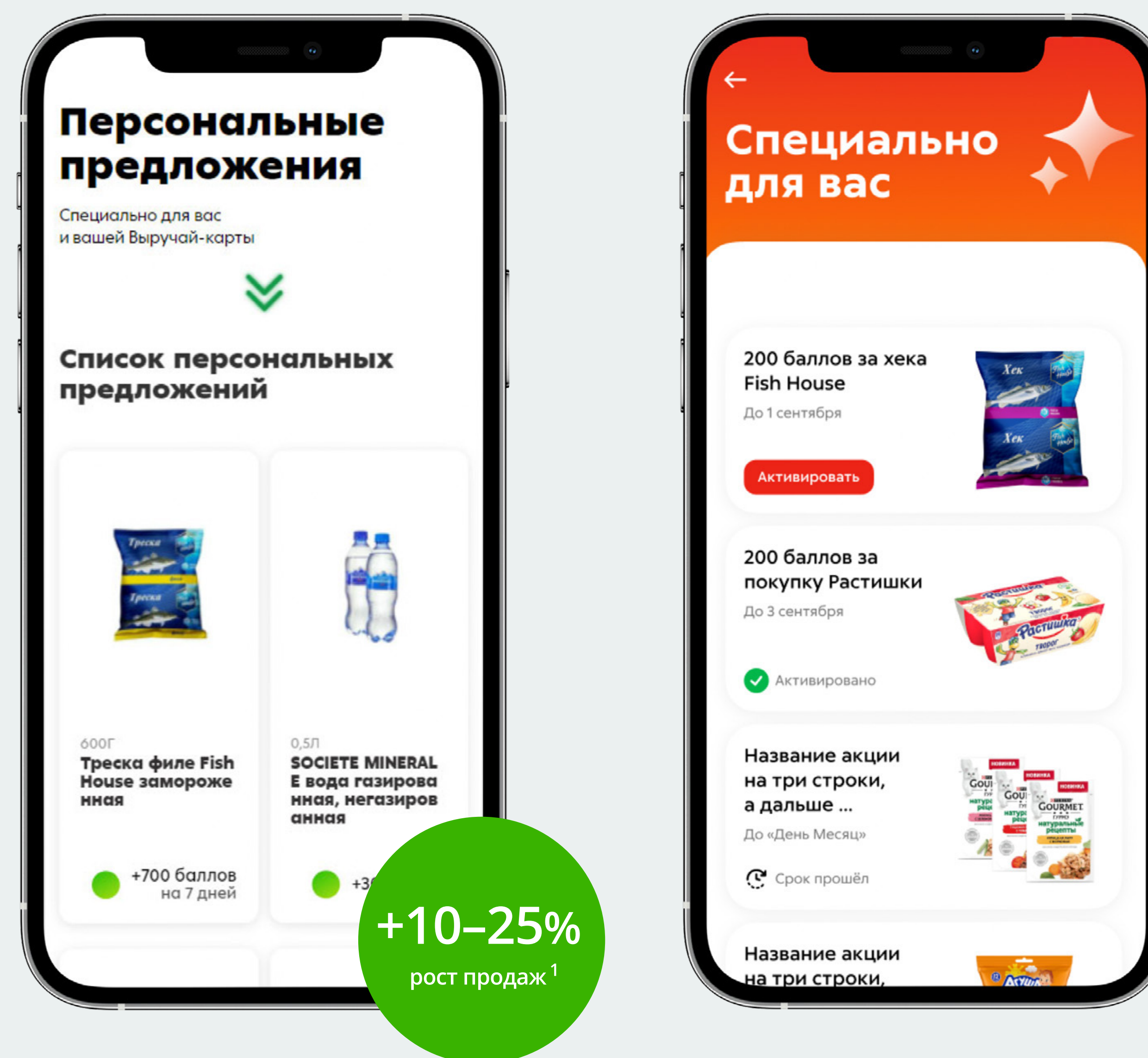
CVM — можем дать больше покупателю и партнёру

Персональные коммуникации с товарами поставщика



¹ В группе гостей, которые получили персональное предложение

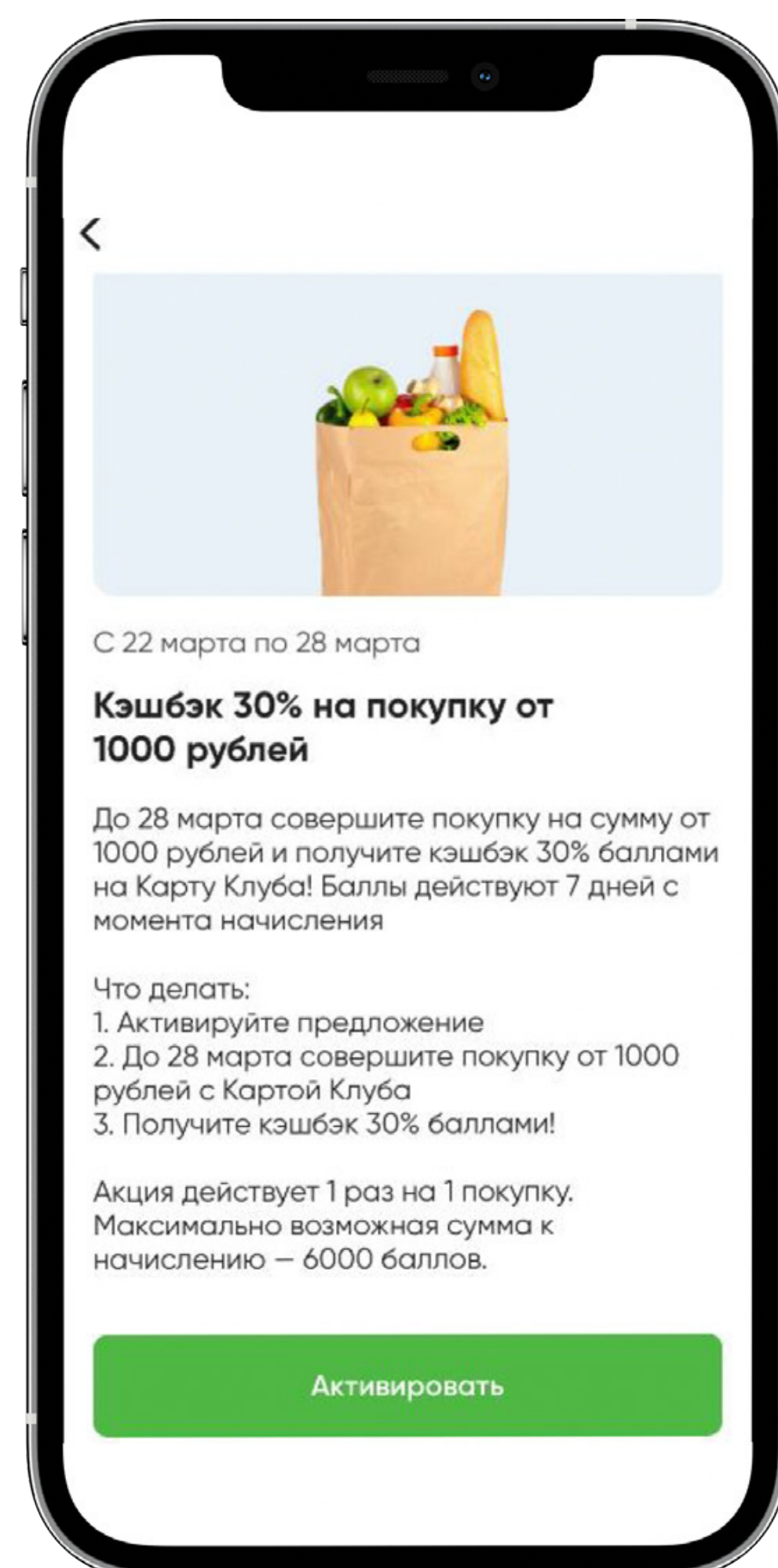
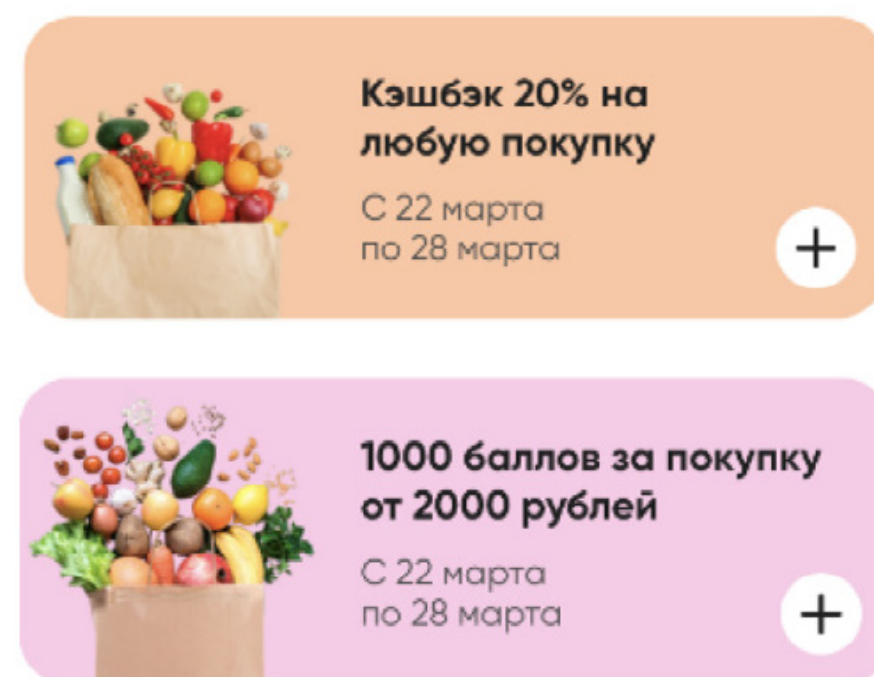
Включение товаров поставщика в персонализированный дайджест с набором предложений²



² Предварительные макеты в мобильном приложении

CVM — можем дать больше покупателю и партнёру

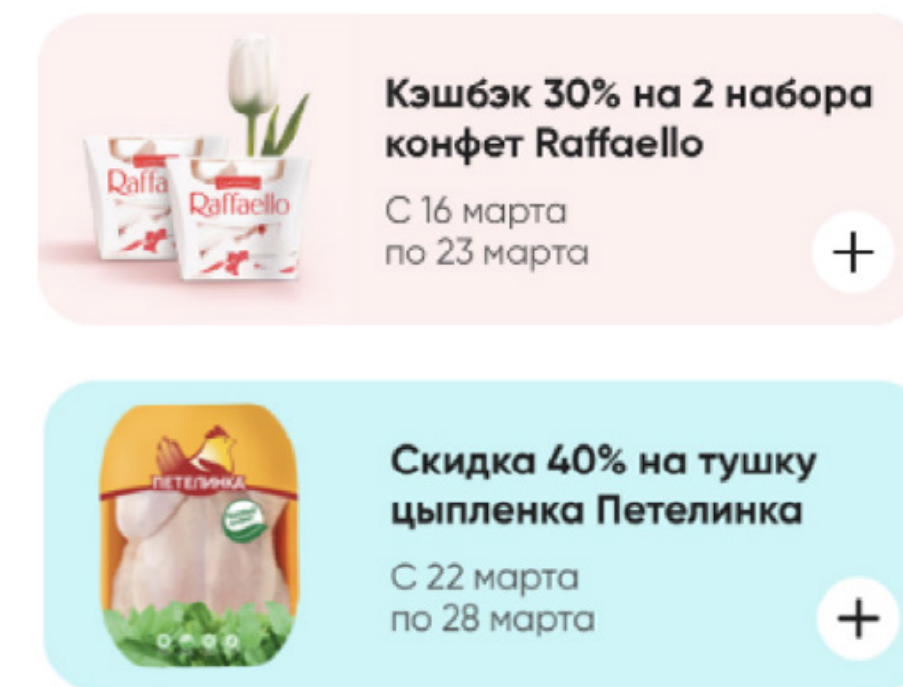
На весь чек



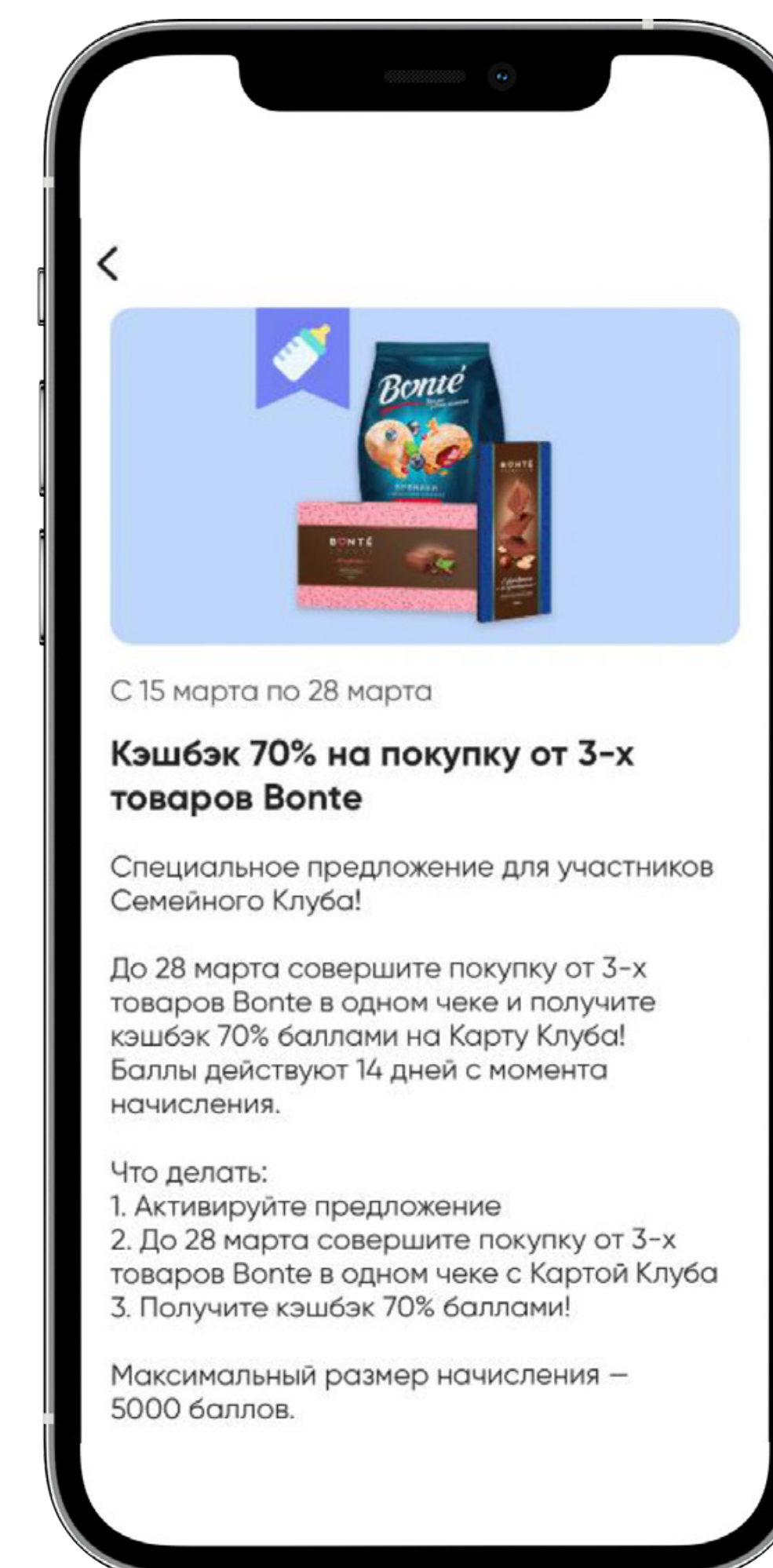
На категорию



На товар



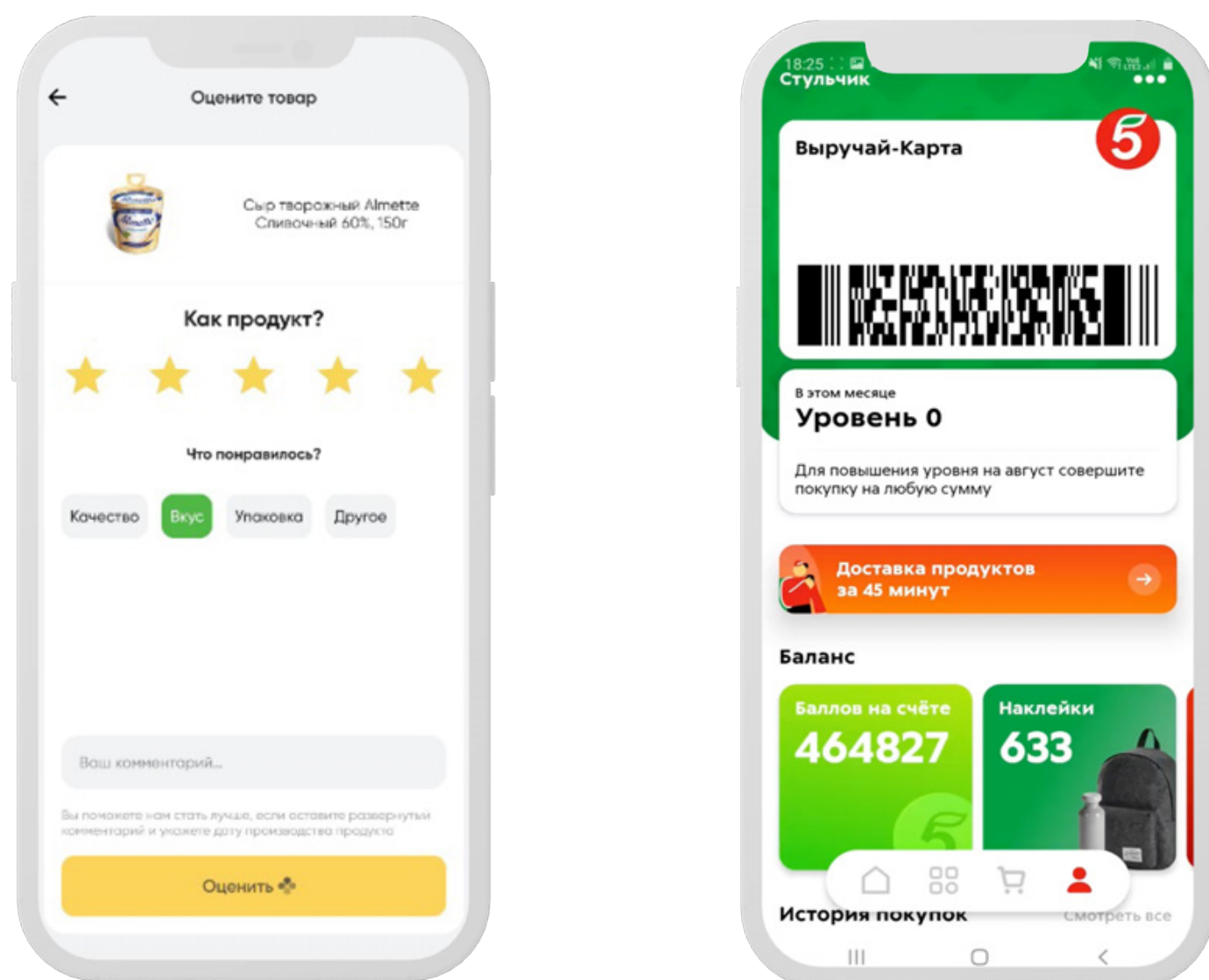
Участникам клубов



Влияние обратной связи покупателя растёт

Ротируем товары с низким рейтингом и продвигаем лучшие по оценкам клиентов

Глазами гостя



>900 тыс.

пользователей в месяц
оценивают покупки

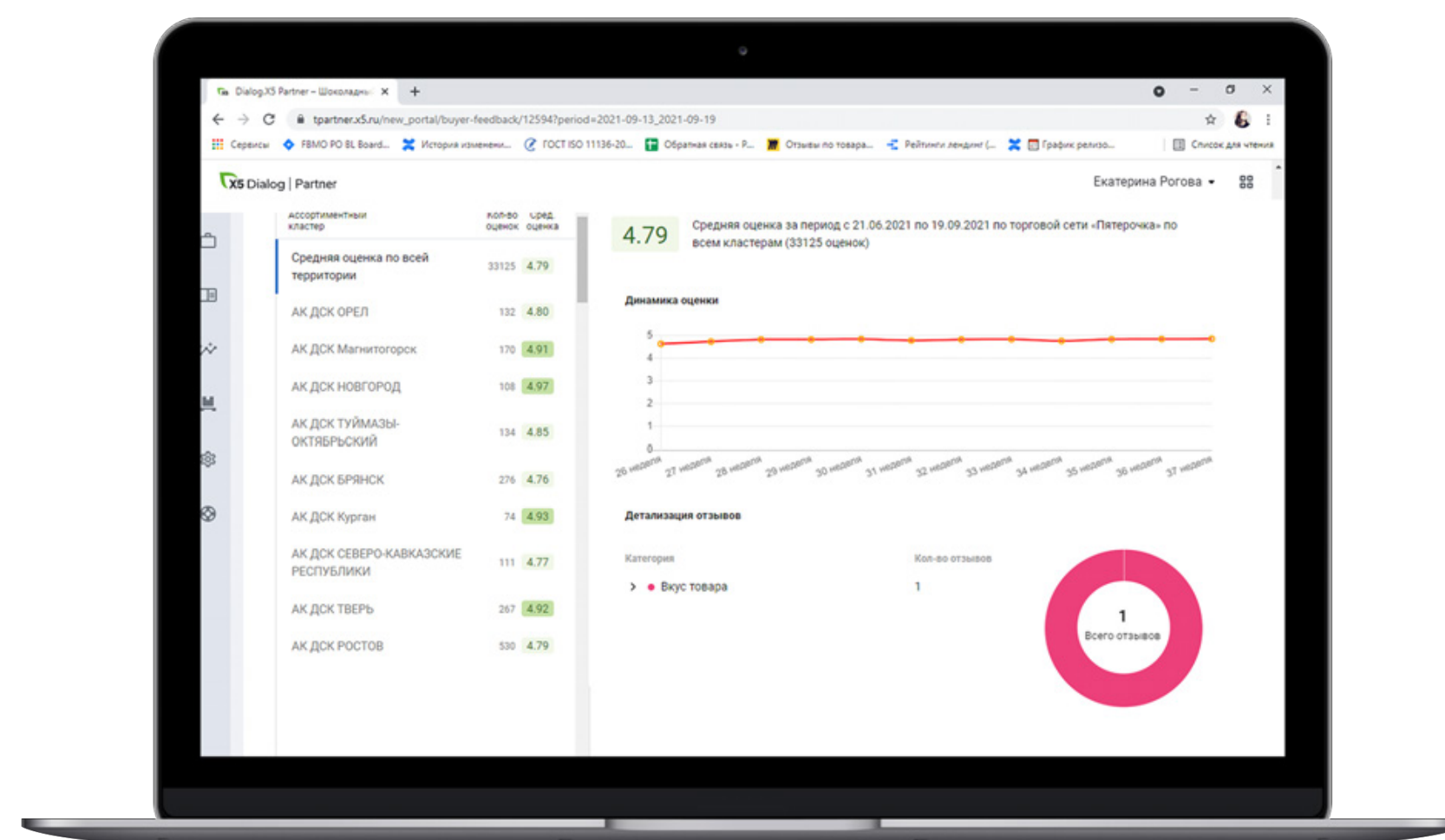
~15% от пользователей
мобильного приложения

>1,5% чеков

с оценками гостей

> 30 млн оценок в месяц

Глазами партнёра



Контролирую

>85% PLU

ассортимента
с актуальным
рейтингом (в РТО)

Действую

- 20% Рейтинг А: мой ассортимент продвигается в Пятёрочке
- 60% Рейтинг В: целевой рейтинг, покупатели удовлетворены
- 15% Рейтинг С: риск потерь, товар дорабатывается
- 5% Рейтинг D: товар в красной зоне, требуется доработка



Пятёрочка продвигает
меня на ценниках
и в подборках

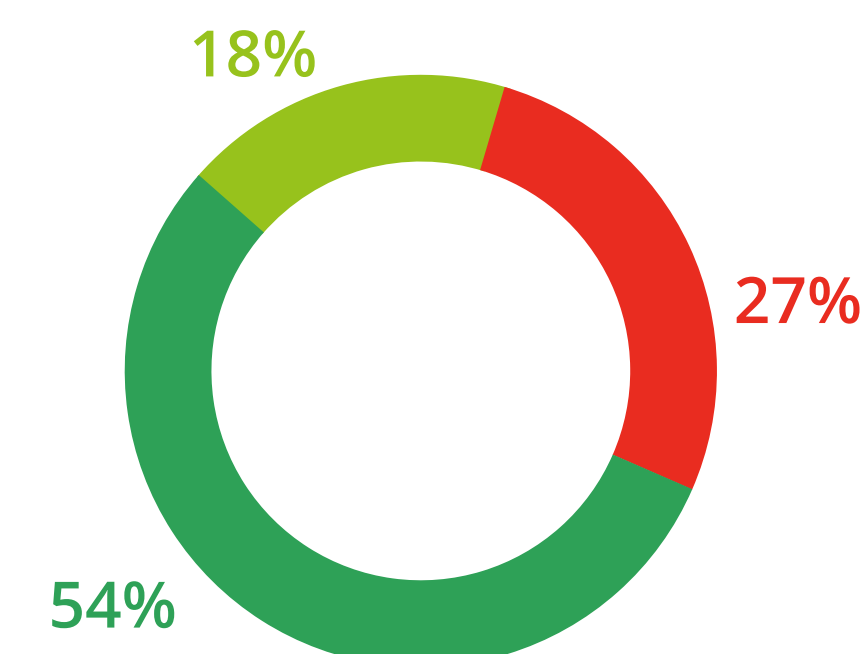


Mondelez увеличили
количество какао
в шоколаде

Пятёрочка
продвигает меня
на ценниках
и в подборках

Нашими глазами

С ноября 2020 года приняты эффективные
решения по 1000 PLU
(~2% от ассортимента) с низким рейтингом



- Корректировка ценообразования
- Вывод из ассортимента
- Доработка с производителем

Рейтинг PLU в Оптимизаторе

В апреле 2021
рейтинг и оценка
PLU интегрированы
в Оптимизатор

Оценка товара
учитывается
при защите
категорий

Запрос на позитивные эмоции. Уникальный эмоциональный опыт в каждом формате X5

5 Пятёрочка



Перекрёсток



ЧИЖИК



Основные фокусы

- Усиление дифференциации форматов
- Синергия по сквозным процессам

В НОВЫХ ФОРМАТАХ
ВЫШЕ LFL И NPS К
СРЕДНЕМУ ПО СЕТИ

Перекрёсток

+8,3 п. п. **+10 п. п.**

PTO LFL

NPS

5 Пятёрочка

+7 п. п. **×1,4**

PTO LFL

NPS

Внимание к здоровью



Основные фокусы

- Опережающее развитие фреш-категорий
- Повышение экспертизы в готовой еде
- Развитие экспертизы в ЗОЖ
- Развитие бесконтактных сервисов

Устойчивое развитие



Основные фокусы

- Разработка рекомендаций и пропаганда

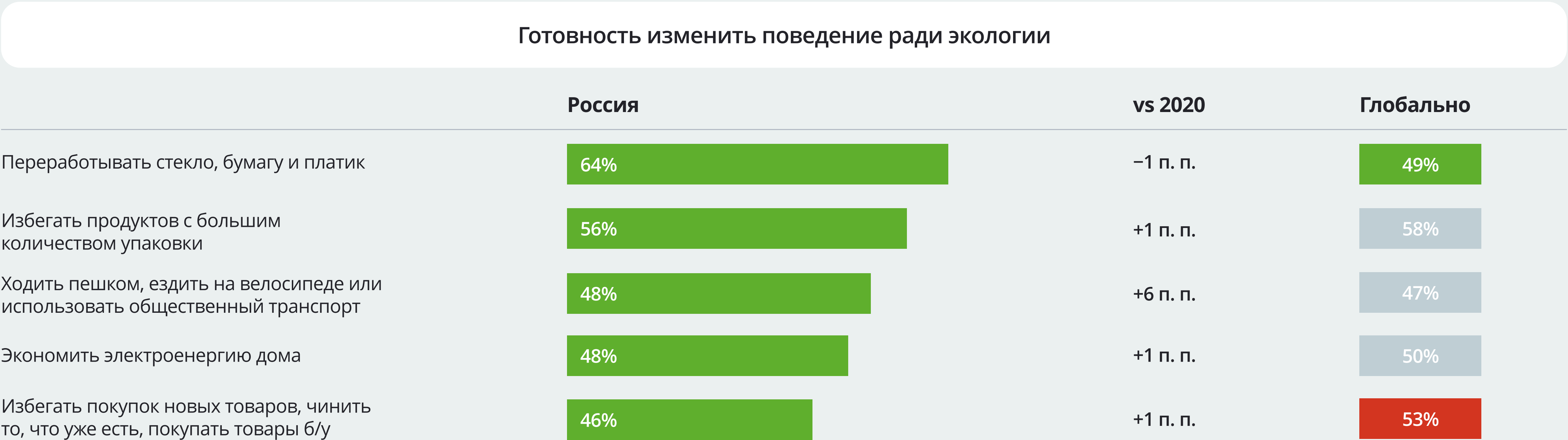
Примеры активностей

Экология

- Пропаганда ответственного потребления
- #ЩеткаСдавайся с компанией Splat (более 1,5 тонны зубных щеток сданы на переработку, частота покупок увеличилась до 1,4 раза за 5 мес. на одного клиента)
- Акция «На переработку!» с Собиратором и Mars (сдали более 20 тонн вторсырья), проект #ПЕРЕрождение и и другие проекты

Социальная ответственность

- Инициативы с фондами «Линия жизни» и «Помощь», проект «Корзина доброты» с фондом «Русь», «Островки безопасности» в рамках совместного проекта с «Лиза Алерт» и другие проекты



Удобство и скорость

За время пандемии мы укрепили базу клиентов в программе лояльности, нарастили свои позиции в диджитал-аудитории и показали взрывной рост в доставке продуктов

Проникновение пользователей мобильного приложения в аудиторию программ лояльности

>30 %

❖ Перекрёсток

>22 %

5 Пятёрочка

Поведение клиентов в доставке

>20 %

к LTV приносит OMNI-клиент

Основные фокусы

- Развитие миссии экспресс-доставки и большой закупки впрок

Количество заказов (включая Около)



Среднее время доставки до клиента в минутах



Топ-тренды для ритейла

