

CVM version 2022

Наталия
Богородицкая

руководитель направления
по взаимодействию с
поставщиками

CVM team⁵
Customer Value Maximization

Тамара
Саркисян

менеджер по
коммерции
и кампаниям CVM



CVM **version 2022**

Развитие

За последний год команда CVM значительно расширила сотрудничество с поставщиками разного масштаба: от крупных федеральных поставщиков до локальных лидеров и новых партнеров.



45
ПОСТАВЩИКОВ

124 500 000
КОММУНИКАЦИЙ

75
БРЕНДОВ

CVM **может решать** самые разнообразные задачи



Выбор CVM механики должен быть обусловлен **целями** кампании

Балльные механики

- Стимулирование продаж как в период промо, так и без
- Увеличение текущих объемов или частоты потребления
- Привлечение новых покупателей, развитие категории
- Возврат оттока из бренда, категории

Информационные рассылки

- Поддержка кампаний массового промо
- Усиление эффекта федеральных кампаний
- Информирование и новинках, новой упаковке

NEW

Кэшбэк на карту МИР

- Охватная категория
- Объем не менее 500K контактов
- Всего 3 кампании ежемесячно

В РЕЖИМЕ TEST&LEARN

Кешбэк через Кошелек

Чекбэк в ВК

Кешбэк на баланс мобильного телефона

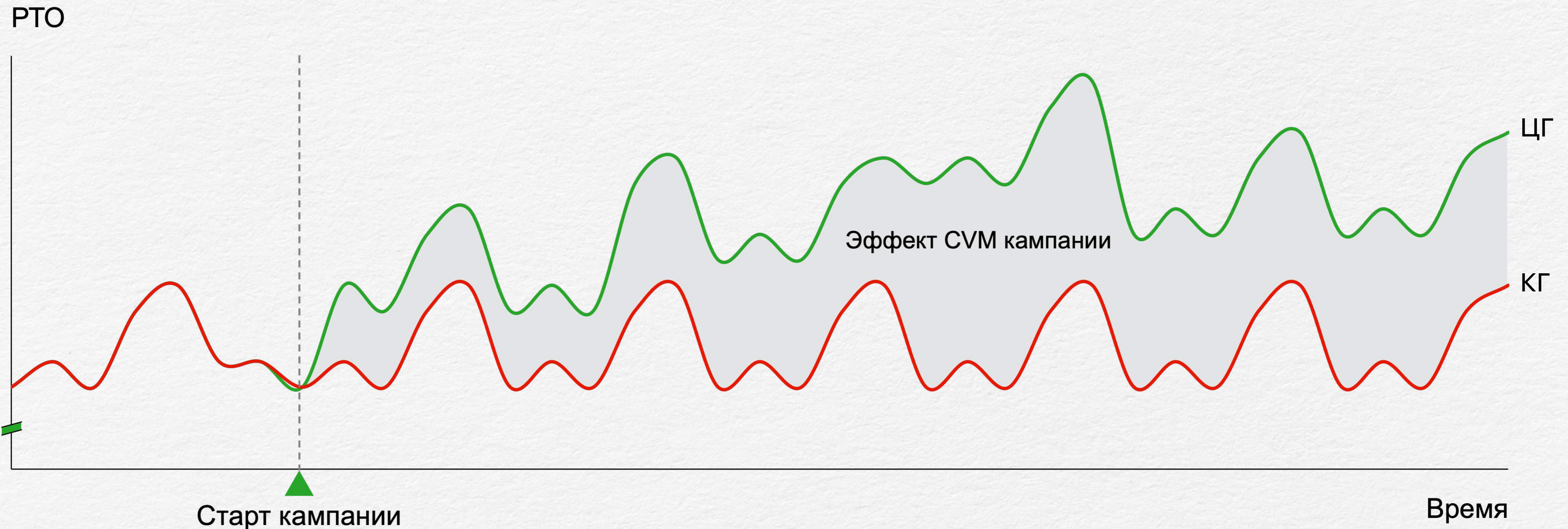


CVM кейсы



Эффект каждой CVM кампаний мы измеряем его в формате A/B-теста

Такая методология позволяет оценить реальный вклад CVM кампании вне зависимости от внешних условиях, при которых проходит кампания



Методология учитывает эффекты только на периоде проведения кампании

Мясо и майонез

Баллы

Бандл

Канал/дата

Viber-SMS

27.12-03.01.2022 г.

Целевая аудитория

550 000 покупателей TC5,
приобретающих свинину и соусы

Оффер – экспресс-баллы

800 экспресс-баллов на 5 дней за совместную покупку свинины
«Слово Мясника» и майонеза «Московский Провансаль» от бренда
«Я люблю готовить»

Результаты

5,0%

конверсия
в покупку PLU

1,70₽

инкрементальный PTO
на контакт

26%

прирост конверсии

% для вас

+800

баллов

на 5 дней

За совместную
покупку свинины
«Слово Мясника»
и майонеза
«Московский
Провансаль»
до 3 января!

Ждём
в гости!

РУСАГРО
Группа Компаний

Минеральная вода

Баллы

Порог

Канал/дата

Целевая аудитория

Viber-SMS

24.12-31.12.2021 г.

400 000 покупателей TC5,
приобретающих в категории вода

Оффер – экспресс-баллы

300 баллов на 5 дней за покупку от 2-х бутылок воды Ессентуки

Результаты

6,5%

конверсия
в покупку PLU

1,78₽

инкрементальный PTO
на контакт

106%

прирост конверсии

150 ЛЕТ

НАСТОЯЩИЕ
ЕССЕНТУКИ
1871

2021
ЛЕГЕНДА
ПРОДОЛЖАЕТСЯ

+300
баллов

экспресс на 5 дней

За покупку от 2-х любых
бутылок воды «Ессентуки»
до 31 декабря

Сладости

Баллы

Slip

Канал/дата

Целевая аудитория

Viber-SMS+Slip

14-20.02.2022 г.

5 000 000 покупателей TC5,
приобретающих в категории
шоколадная паста, шоколад, печенье

Оффер – экспресс-баллы

300 баллов за покупку любой сладости Milka

Результаты

8,4%

конверсия в покупку PLU

1,81₽

инкрементальный РТО на контакт

78%

прирост конверсии

Успейте с 14 по 20 февраля



**+300
баллов**

 экспресс на 5 дней

за покупку любых
конфет, пасты,
или шоколада
Milka

Ⓢ для вас



Творожки

Баллы

Порог

Категория

Канал/дата

Viber-SMS

24-31.12.2021 г.

Целевая аудитория

200 000 покупателей TC5, которые перестали покупать категорию творожных десертов, Москва, СПб и Юг

Оффер – экспресс-баллы

350 баллов на 14 дней за покупку 2 творожков Даниссимо

Результаты

10,4%

конверсия
в покупку PLU

3,07₽

инкрементальный PTO
на контакт

101%

прирост
конверсии

+13%

прирост покупок
в категории

% для вас

+350
баллов

на 14 дней

За покупку
любых творожков
«Даниссимо» 130 г
до 14 февраля!



Горошек и кукуруза

Баллы

Категория

Канал/дата

Viber-SMS

27.12-07.01.2022 г.

Целевая аудитория

330 000 покупателей TC5, у которых в топе покупок составляющие для салатов, но нет горошка и кукурузы

Оффер – экспресс-баллы

120 баллов на 5 дней за покупку горошка или кукурузы Bonduelle

Результаты

12,5%

конверсия
в покупку PLU

4,05₽

инкрементальный PTO
на контакт

81%

прирост
конверсии

+12%

прирост покупок
в категории



Сладкие снеки

Баллы

Порог

Канал/дата

Целевая аудитория

+ черная пятница

Viber-SMS

20-28.11.2021 г.

5 000 000 покупателей TC5, покупающие хотя бы в одной категории, где представлен Mondelez

Оффер – экспресс-баллы

200 баллов на 5 дней за покупку 2х Alpen Gold, Барни, др. сладостей

Результаты

36,4%

конверсия
в покупку PLU

2,58₽

инкрементальный PTO
на контакт

24%

прирост конверсии



Корм для кошек

Баллы

AWOP

Канал/дата

Целевая аудитория

+ промо

Viber-SMS

07-13.06.2022 г.

30 000 покупателей влажного Whiskas за последние три месяца от 16 до 20 упаковок за 1 транзакцию (не на промо)

Оффер – баллы

550 баллов за покупку от 30-ти упаковок влажного корма Whiskas

Результаты

39,1%

конверсия
в покупку PLU

158%

прирост конверсии

+550
баллов

за покупку
от 30-ти
упаковок
влажного
корма
Whiskas с
7 по 13 июня!

% для вас



Корм для кошек

Инфо

Промо

Канал/дата

Целевая аудитория

+ промо

Viber-SMS

07-13.06.2022 г.

4 000 000 покупателей, в чьих корзинах за последние 2 месяца были Whiskas pouch

Инфорассылка

Специальная цена 20,99 рублей на все рационы Whiskas

Результаты

87,9%

конверсия
в покупку PLU

13%

прирост конверсии

Специальная цена



% для вас

до 13 июня

Плиточный шоколад

Мир

Порог

Канал/дата	Целевая аудитория
Viber-SMS 07-16.06.2022 г.	200 000 покупателей, приобретавшие шоколадки Alpen Gold в прошлом, оплачивающие покупки картой МИР в ТС5

Оффер - кешбэк

Кешбэк 25% на карту Мир
за покупку от 2-х шоколадок Alpen Gold

Результаты

43,5% конверсия в покупку PLU	3,31₽ инкрементальный PTO на контакт	18% прирост конверсии
---	--	------------------------------------

- Рост размера покупки

Очень высокие оценки акции от покупателей





FAQ



Стоимость CVM кампании

Инфорассылка

2₽ **-50%**

CVM кампания
без механик с
вознаграждениями

Test&Learn

2,8₽ **-30%**

Пилотные кампании с
новым поставщиком:
неограниченное кол-во
кампаний и течение 1
календарного месяца

Регулярная CVM кампания

4₽

CVM кампания с
балльной механикой
вознаграждения

Кампания по расписанию

3₽ **-25%**

Серия одинаковых
CVM кампаний по
календарю: не менее
100K контактов и 7
повторений

Стоимость указана за контакт, без НДС

Что входит в стоимость CVM кампании?

ЭТАП 1

Выбор сегмента и
механик предложения



Бесплатно

.....

Количество PLU
не влияет на стоимость
кампании. Для высокой
эффективности
рекомендуется запускать
кампании на несколько
PLU (бред / линейка)

ЭТАП 2

Подготовка и согласование
визуалов и текста



Бесплатно

ЭТАП 3

Отправка
коммуникаций



**Оплата
за каждое
доставленное
сообщение**

.....

4₽/контакт

ЭТАП 4

Применение
предложения на кассе



Бесплатно

.....

Баллы в оффере уже
заложены в стоимость
кампании

СТОИМОСТЬ ДЛЯ ПОСТАВЩИКА

CVM кампанию можно запустить за 3 недели



- **Длительность предложения:** 1-2 недели
- **Сегмент для рассылки коммуникаций:** 50 тыс. - 10 млн. человек
- **Доступные каналы:** СМС, Viber, МП+Push
- **Варианты определения аудитории рассылок:** Бизнес-правила или использование аналитических моделей Пятёрочки

Всегда **на связи** с вами!



Наталия Богородицкая

Руководитель направления по
взаимоотношениям с поставщиками

E-mail: Natal.Bogoroditskaya@x5.ru

Тел.: +7 (915) 323-06-07



Виктория Лапшина

Менеджер направления по
взаимоотношениям с поставщиками

E-mail: Vikto.Lapshina@x5.ru

Тел.: +7 (915) 157-42-58

СVМ⁵

Всем спасибо!