

Polina Shraer
Customer insights
PepsiCo



ПепсиКо Россия

Компания является крупнейшим производителем продуктов питания и напитков в России*

НАПИТКИ



СОКИ



СНЕКИ



ДЕТСКОЕ ПИТАНИЕ



МОЛОЧНЫЕ ПРОДУКТЫ



РЕЗУЛЬТАТЫ



\$3,4 млрд**
чистая выручка
в 2021 году

БРЕНДЫ



10
сильнейших
брендов

МАСШТАБ



>20
заводов по
всей стране

СОТРУДНИКИ



20 000
сотрудников



**Мы вместе с Dialog.X5
практически с их
рождения – 2 года**



Начинали с аналитики конкурентной среды в сетях



Доли РЕР в категориях



Изучение конкурентной среды



Ценовое позиционирование брендов



Тренды, динамика



Прогнозы на исторических данных

Анализ трендов/Диагностика категорий на портале Insights

<https://supplierportal.x5.ru/reports>

Уже сейчас мы вместе тестируем идеи и отслеживаем стоки по точкам!



Доли РЕР в категориях



Изучение конкурентной среды



Ценовое позиционирование брендов



Тренды, динамика



Прогнозы на исторических данных



Сервис Logistics



Test&Learn



Анализ новинок

Анализ трендов/Диагностика категорий на портале Insights

<https://supplierportal.x5.ru/reports>

Тестирование брендированного доп.оборудования в торговых сетях – как яркий пример взаимодействия с Dialog.X5



Контекст

Ограниченность способов коммуникации с покупателем и продвижения категорий и брендов



Воплощённая идея

Брендированное оборудование, которое в том числе удобно для ритейлера с точки зрения реализации в точке продаж



Что хотели узнать

? Влияет ли оборудование на положительную динамику продаж категории и бренда?
? Какие источники роста для наших брендов?



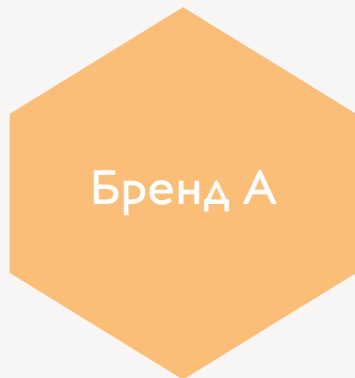
Что будем делать

Если всё круто:
зафиксируем успешные кейсы и оформим их в честную selling story для клиента – на цифрах подтвердим эффективность оборудования



Если провал:
Сделаем работу над ошибками, обновив дизайн, изменив наполнение оборудования и подобрав более релевантный период установки

По результатам теста делаем работу над ошибками и усиливаем успешные кейсы



Бренд А

Нет эффекта ни на бренд, ни на категорию.
НО! Замедление снижения бренда во всей сети



Корректируем локацию оборудования и период установки



Бренд В

Контрольную группу для категории подобрать не удалось; эффект на бренд есть +6%



Тестируем в новых точках и пробуем другие позиции бренда в оборудовании



Бренд С

Бинго! Эффект есть и на бренд +2%, и на категорию +1,5%



Рисуем selling story и расширяем дистрибуцию оборудования

Преимущества и ограничения



Определение **эффекта на бренд и на категорию** через сравнение продаж в тестовых точках с контрольными + vs другие периоды



Понимание того, **каких покупателей привлекли и с каких брендов/категорий**



Выявление **покупательских метрик, которые повлияли на результат** больше всего (кол-во покупателей, корзина, частота и т.п.)



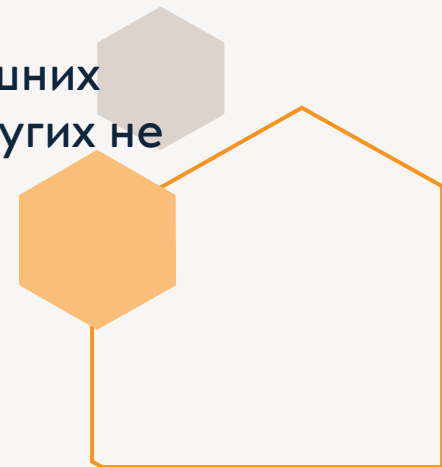
Не всегда возможно определить контрольные группы



Нет многофакторного анализа, который учитывает логистические признаки, качество исполнения в точке продаж



Невозможность учёта внешних социальных факторов и других не нац. активаций




Спасибо, что послушали!

Polina Shraer

DX Insights PepsiCo

 polina.shraer@pepsico.com

 +7-916-700-70-68

