X5 media — X5 Media

единое окно

рекламных и аналитических возможностей X5

Участники вебинара

Николай Шестаков

директор по медиа X5 Group и CEO медиаплатформы Food.ru

Анна Иванова

коммерческий директор X5 Media

Наталия Печенкина

руководитель направления развития маркетингового оффлайн-инвентаря X5 Media

Максим Сивоконь

руководитель цифровых продуктов X5 Media

Максим Силаенков

директор по маркетингу X5 Media

Алёна Полякова

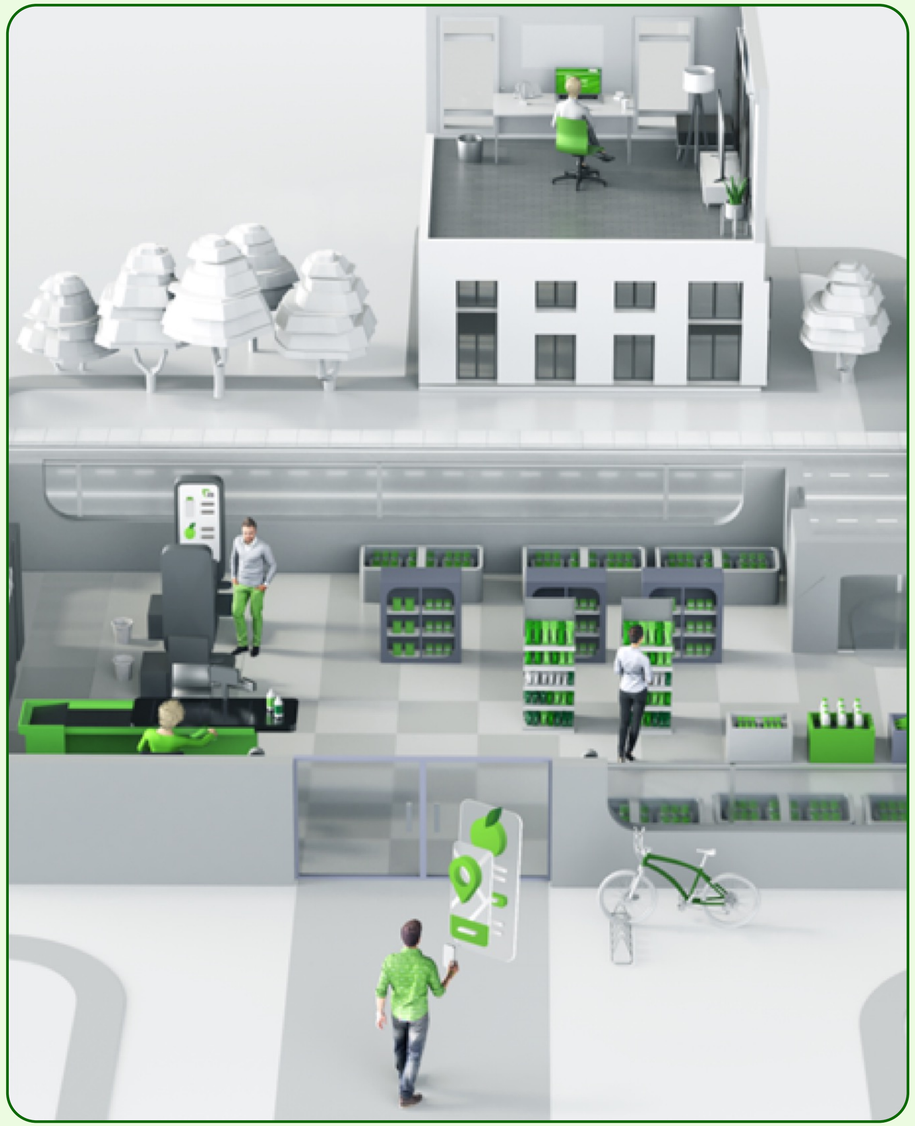
Супервайзер по торговому маркетингу, компания H&N

Николай Шестаков

Директор по медиа X5 Group
и CEO медиаплатформы Food.ru

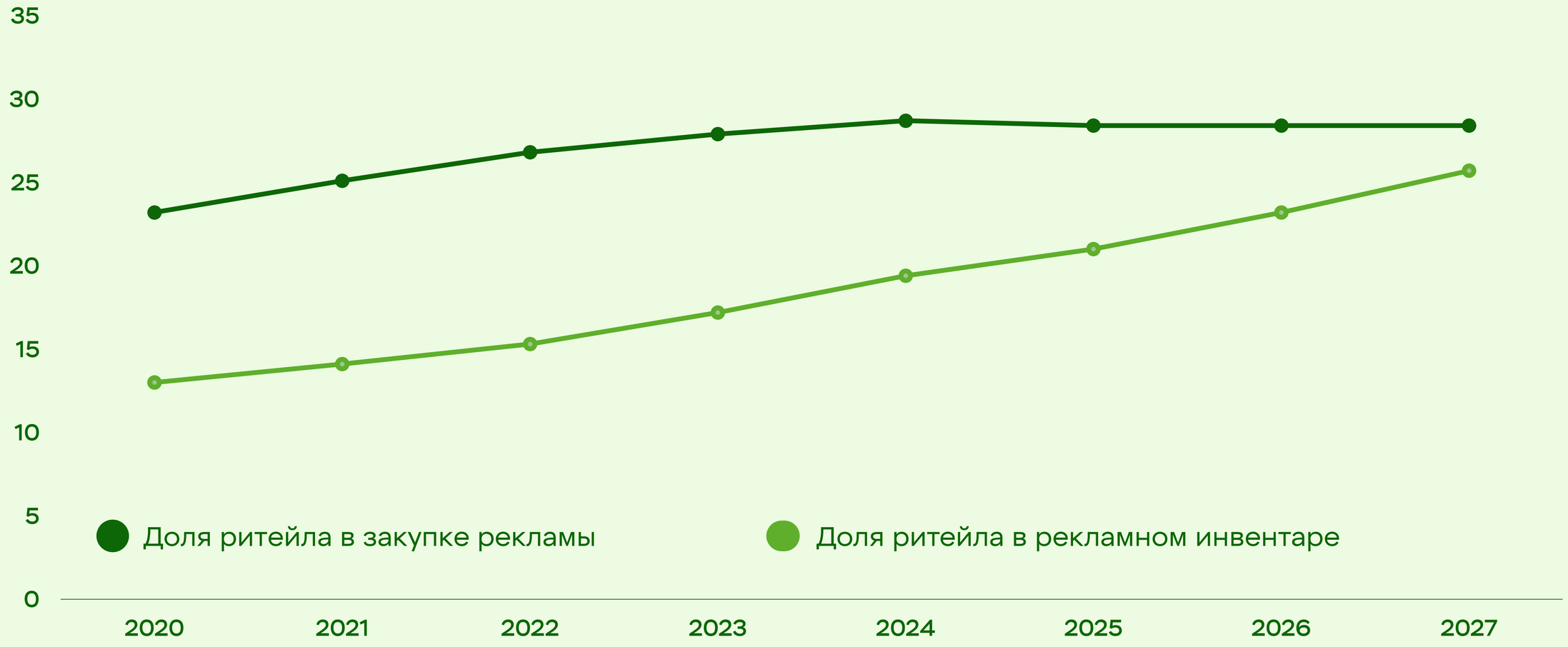
Единое окно рекламных и аналитических возможностей X5 Group

1. Доступ к рекламным возможностям
2. Консолидация знаний о маркетинговом инвентаре
3. Аналитика и планирование на основе больших данных
4. Реализация всех этапов рекламного процесса



X5 Media

Ритейл: от рекламодателя к рекламной площадке



Источник: The eMarketer (2023)

Падение традиционных каналов – ТВ

62% -2 п.п.

Охват в сутки

40 млн -1 млн

Охват в сутки

3 ч. **16** мин. -18 мин

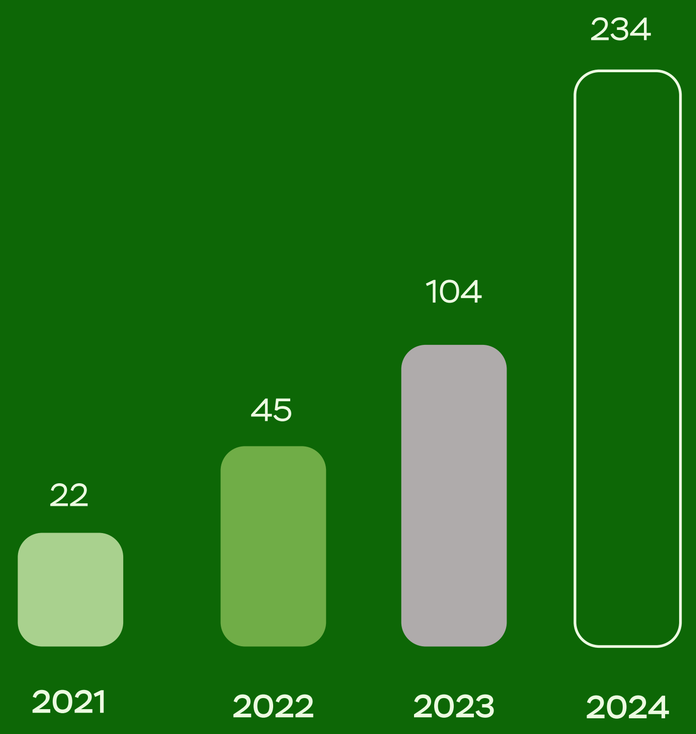
В сутки

Происходит заметный спад потребления тв (2023 к 2022) во всех возрастных группах до 54 лет

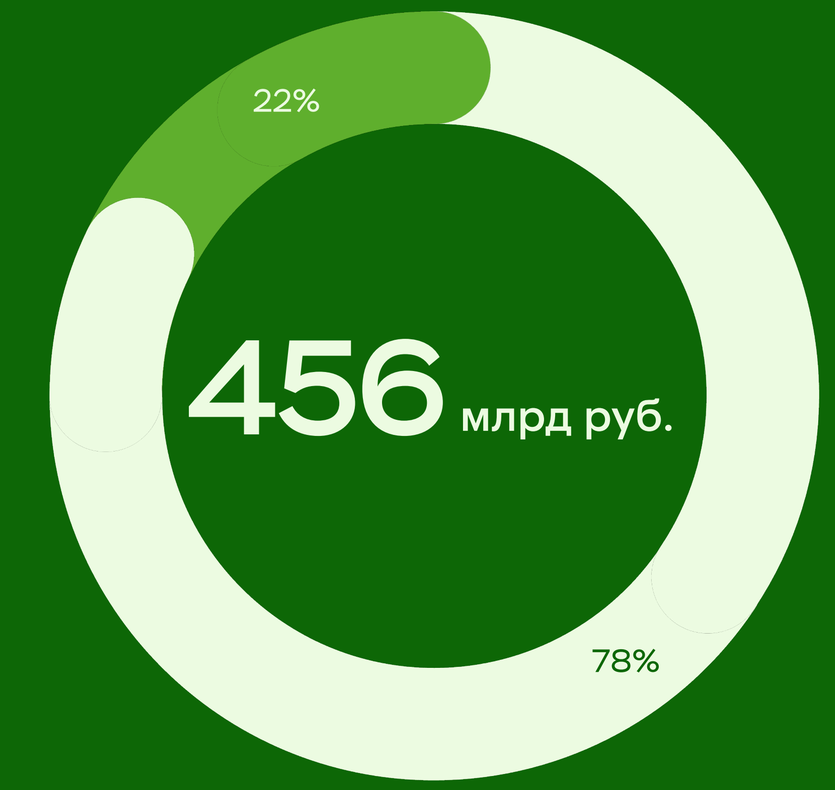
Источник: Mediascope

Рост инвестиций в ритейл-медиа

Объем бюджетов в ритейл-медиа по годам, млрд руб.



Доля ритейл-медиа от диджитал рекламы



Традиционная диджитал реклама

Ритейл-медиа

Источник: Родная Речь, данные за 2023 год
*Не включая трейд-маркетинговые обязательства и ко-промо в прочих каналах

Рост рекламных бюджетов

Ритейл медиа

Ритейл-медиа

- ОХВАТ АУДИТОРИИ
- ДАННЫЕ И АНАЛИТИКА
- НОВЫЕ ФОРМАТЫ: IN-STORE И OFF-SITE
- НОВЫЕ РЕКЛАМОДАТЕЛИ: НЕ ТОЛЬКО ПОСТАВЩИКИ

Предпосылки: аудитория

49 млн
Покупатели Ozon

63 млн
Покупатели Wildberries

79 млн
Покупатели торговых сетей X5 Group

Посещающие маркетплейс или онлайн-магазин, обычно готовы к покупке. Они уже находятся в магазине и готовы совершить покупку без лишних препятствий. Следовательно, реклама оказывает на них значительное воздействие.

Источник: OKKAM

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

Тем временем в офлайне

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

88%	E-commerce реклама
63%	Реклама с 1st party данными ритейлера
42%	POSM / коммуникация на площадке
33%	Внешняя реклама с посадочной на ритейлера web и app
25%	Ценовые предложения
21%	TV-пакеты ритейлеров
17%	**Indoor реклама ритейлера**

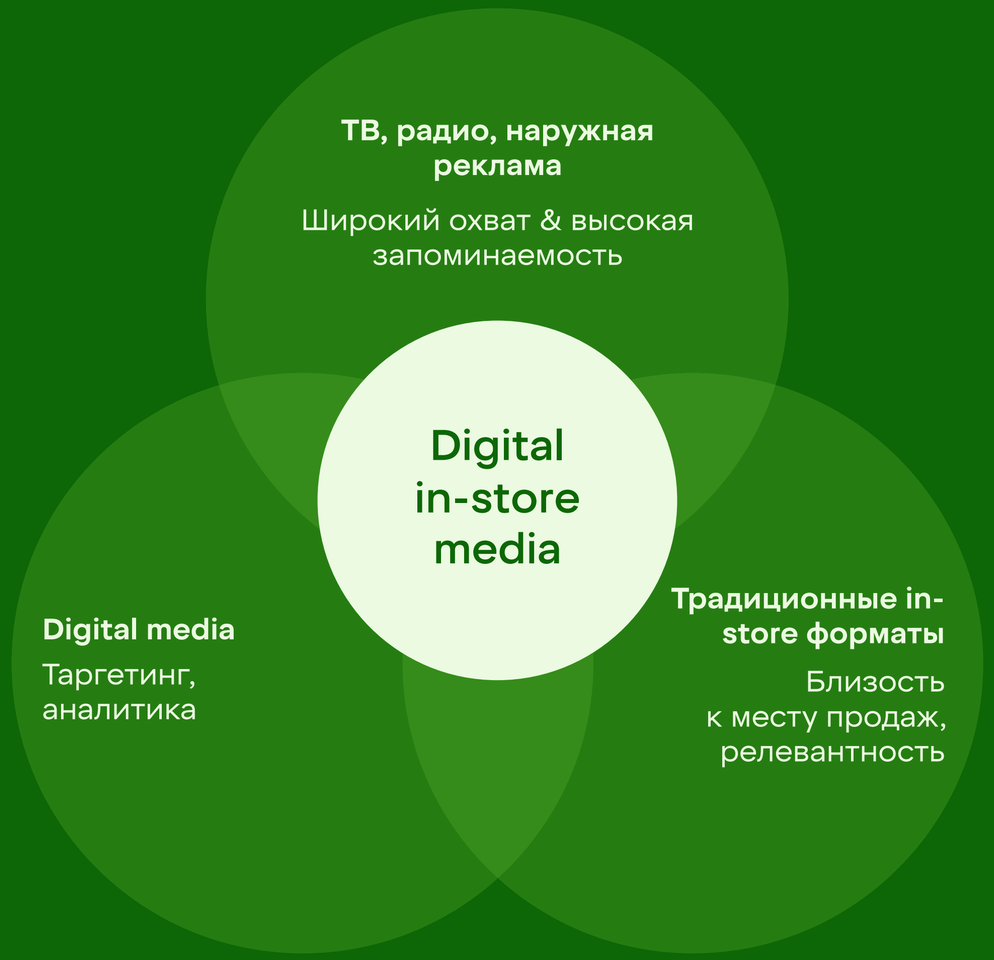
*Источник: eshopmedia (2024)

ГДЕ ЛЮДИ ЧАЩЕ ВСЕГО УЗНАЮТ О НОВЫХ БРЕНДАХ**

58%	В офлайн магазинах
48%	От знакомых
38%	E-commerce
37%	Поисковики
31%	Социальные сети

**Источник: PWC (2023), опрос

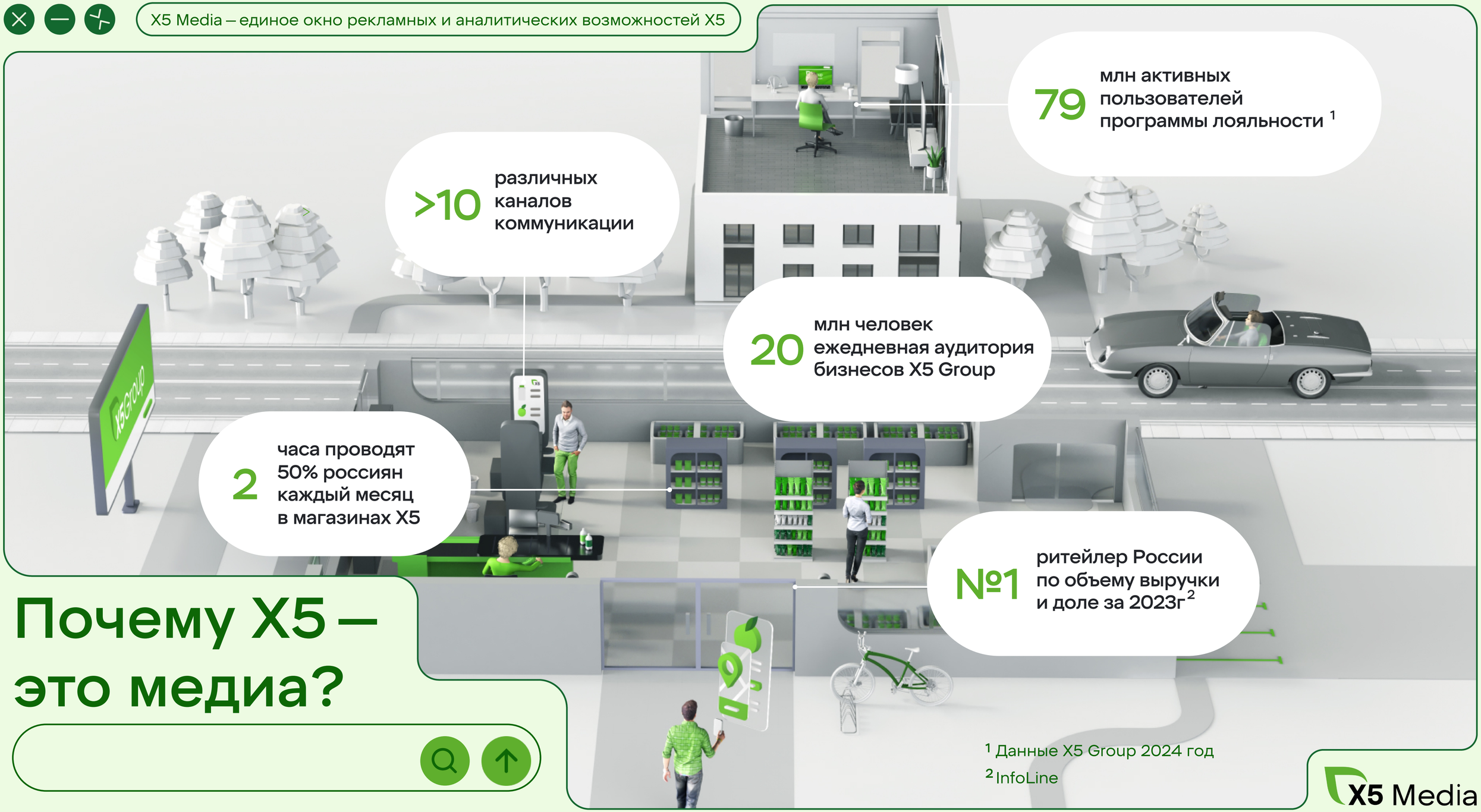
Перерождение офлайна



- Охват
- Нативность
- Гибкие цифровые форматы
- Близость к месту продаж
- Возможность сегментации
- Аналитика по brand и sales lift

Анна Иванова

Коммерческий директор
X5 Media



79 млн активных пользователей программы лояльности [1]

>10 различных каналов коммуникации

20 млн человек ежедневная аудитория бизнесов X5 Group

2 часа проводят 50% россиян каждый месяц в магазинах X5

№1 ритейлер России по объему выручки и доле за 2023г [2]

Почему X5 – это медиа?

[1] Данные X5 Group 2024 год

[2] InfoLine

X5 Media

X5 Media – единое окно рекламных и аналитических возможностей X5

Многообразие каналов коммуникации с аудиторией X5

X5 Media

Retail Media в X5: как это было

*иллюстративно

X5 Media — единое окно продаж рекламных и аналитических инструментов X5 Group

In-store
Аудио и видео в магазинах, брендирование постаматов 5Post

E-com
Приложения, сайты онлайн-магазинов X5

Food.ru
Сайт и приложение, социальные сети Food.ru

X5 Blogger
Активации с блогерами и торговыми сетями X5

Off-site
На данных X5 (ВК, Яндекс) + тематические площадки (RussianFood, Povarenok и др.)

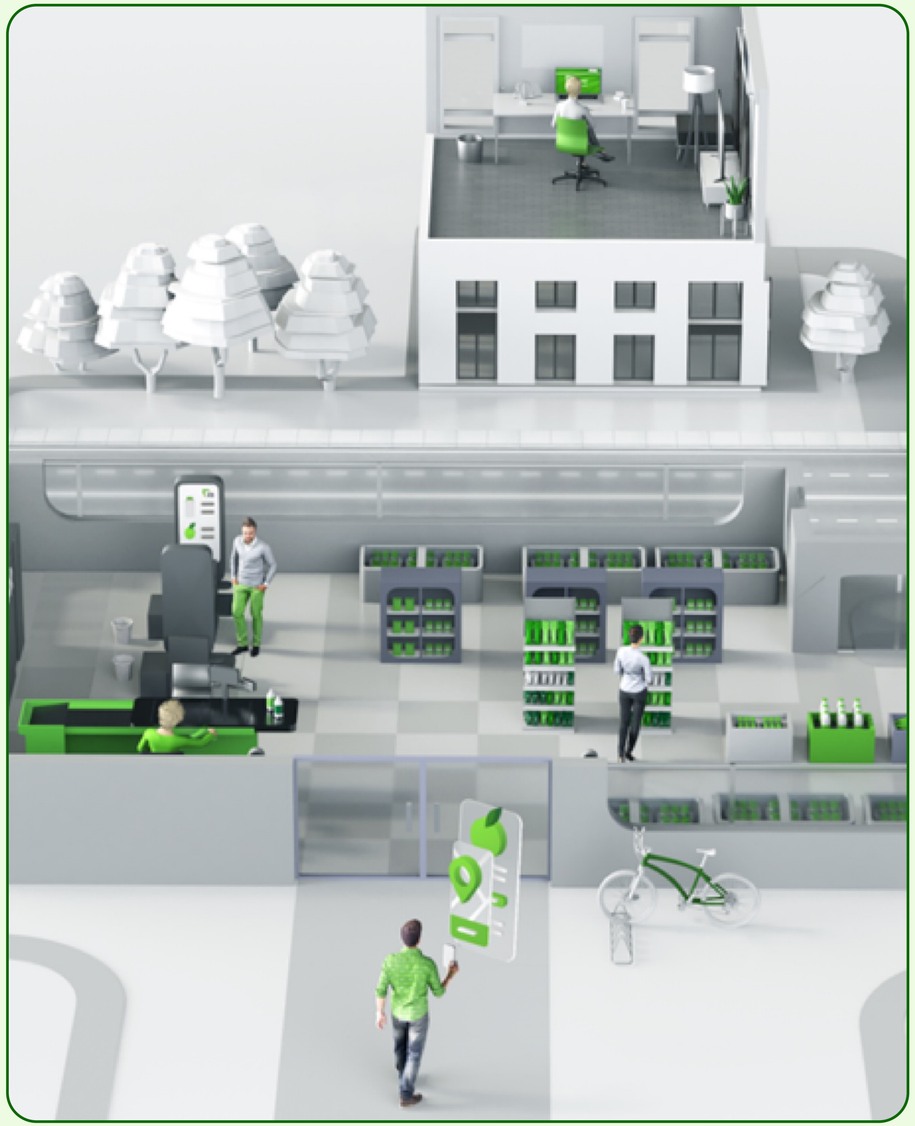
X5 Media

Единое маркетинговое окно X5 Group – это:

1. Доступ к рекламным возможностям всех бизнесов группы
2. Аналитика на основе больших данных
3. Консолидация знаний о маркетинговом инвентаре
4. Реализация всех этапов рекламного процесса

Какие задачи решает единый сервис рекламодателя X5 Group

- Построение и развитие знаний о бренде
- Продвижение продукта
- Исследование спроса
- Стимулирование роста продаж
- Использование инструментов влияния на покупателей
- Получение максимальных охватов за счет кросс-форматных возможностей сервиса



Instore реклама в X5

X5 Media

Наталия Печенкина

Руководитель направления развития маркетингового оффлайн-инвентаря X5 Media

Тем временем в офлайне

>24 тыс.
Магазинов X5 Group на территории РФ

- 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

Источник: Данные X5 Group

InStore Media – объединённый рекламный продукт двух торговых сетей – «Пятёрочки» и «Перекрёстка», с охватом на всю Россию от Калининграда до Владивостока

Пятёрочка

Перекрёсток супермаркет

24 тыс.
Магазинов X5 Group для трансляции рекламного сообщения

6 из 8
Федеральных округов присутствия

71
Регионов присутствия

2 часа
Проводят 50% россиян в магазинах X5 ежемесячно

20 тыс.
Экранов для трансляции видео

1000+
Городов трансляции аудиорекламы

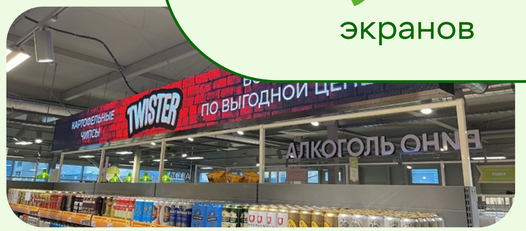
Видеореклама в магазине позволяет дотянуться до клиента непосредственно в точке продаж

Что есть сейчас

Видеоролики на кассах самообслуживания в 5 200 магазинах

17,5 тыс. экранов

Видеоролики на экранах в торговом зале и кассовой зоне в 1,5 тыс магазинах



2,4 тыс. экранов

X5 Media

Радио – общение с вашим клиентом в каждом магазине торговых сетей X5 Group

~22 тыс.

Магазинов X5 Group оборудованы радио

Ваш рекламный ролик услышат в каждом магазине «Пятёрочки» и «Перекрёстка»

18 млн vs 8 млн

Дневной охват Радио в магазинах «Пятёрочки» и «Перекрёстка» по всей РФ (сравнение с топовыми радиостанциями)

Рекламу в ритейле выбирают не только наши поставщики

312 Рекламных кампаний запущено в 2023

Каждый рабочий день запускается минимум одна рекламная кампания

59% Рекламных кампаний были с не поставщиками FMCG: недвижимость, банки, операторы связи, аптеки

Результаты кампаний на КСО

Нас часто спрашивают: «Вернётся ли покупатель с полной корзиной продуктов после просмотра рекламного ролика на КСО?»

Эффективные результаты рекламной кампании кетчупа доказывают: покупатель вернётся и купит продукты

Результаты Sales Lift отчетов рекламных кампаний

Товар	Результаты рекламной кампании, UPFIT, п.п.	
	Продажи в рублях, п.п.	Чеки, п.п.
Шоколадные батончики	+27,9	+26,6
Жевательная резинка	+20,1	+15,6
Кетчуп	+62,8	+58,9

В наших магазинах можно рекламировать даже алкоголь

20 п.п. средний рост алкогольной кампании на радио и экранах

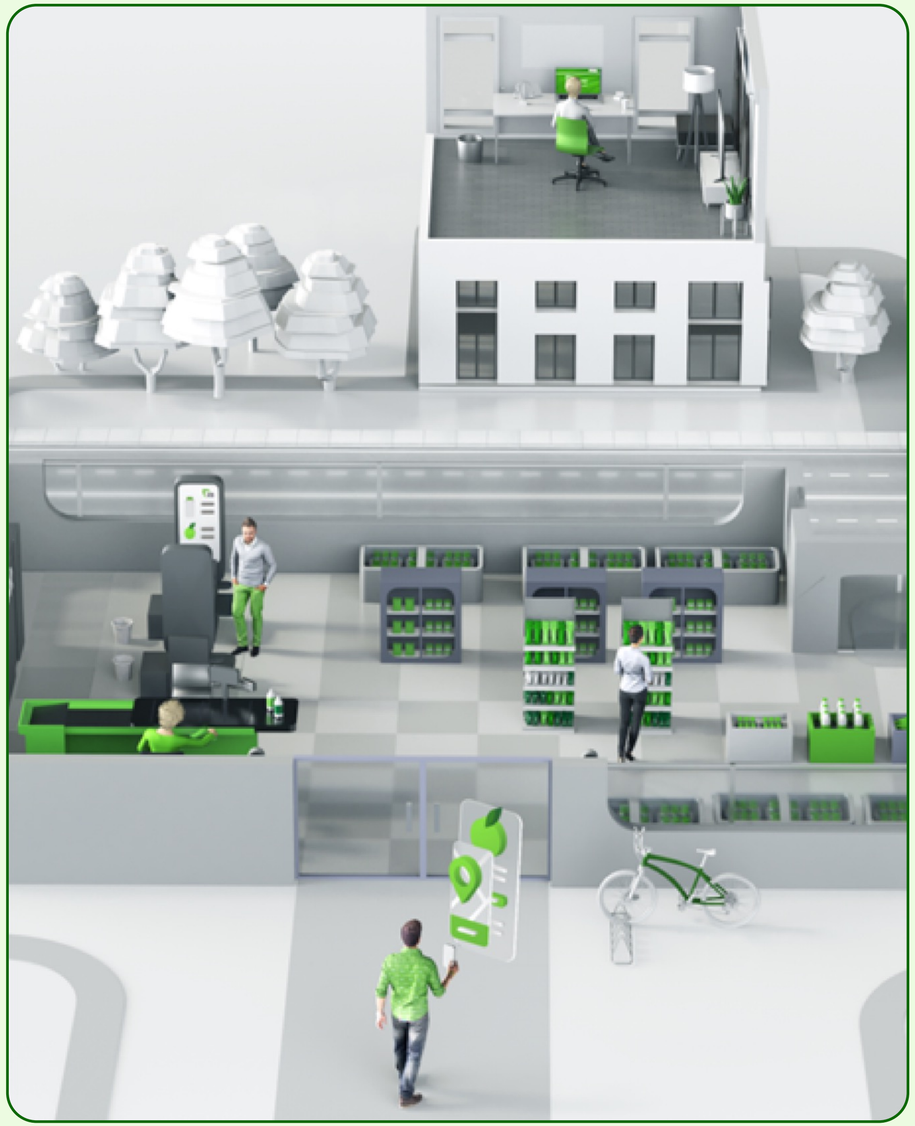
Категория	Продажи, п.п.	Покупатели, п.п.
Водка	+19,75	+19,77
Игристое вино	+17,78	+26,48
Джин	+25,55	+33,62
Пиво	+18,40	+16,44

А что дальше?
ТВ в «Пятёрочке» — Москва и регионы

1 500
«Пятёрочек» Москвы

8 500
видеоэкранов для ещё больших рекламных охватов

2 500
«Пятёрочек» в городах-миллионниках



Видеореклама на КСО в «Перекрёстке»

921
Магазинов «Перекрёстка»

13 540
Экранов для трансляции роликов

А также

Сквозной баннер на КСО в «Перекрёстке» и «Пятёрочке»

Теперь клиент точно не пропустит вашу рекламу

И что в итоге

42 000

экранов для трансляции роликов в 2025 году

30+

Городов трансляции видеоконтента

X5 Media

Цифровые продукты: форматы, аналитика и техническая часть

Максим Сивоконь

Руководитель цифровых продуктов
X5 Media

Сайт и приложение «Пятёрочка»

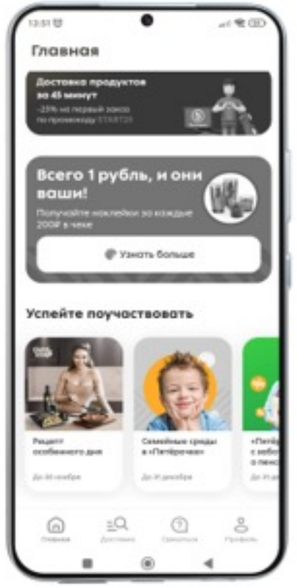
Баннерная реклама на главных точках входа в digital-пространство «Пятёрочки»

Доступные форматы

Баннеры на главной странице

Баннер в карусели на главной

Stories



Баннер в карусели на главной

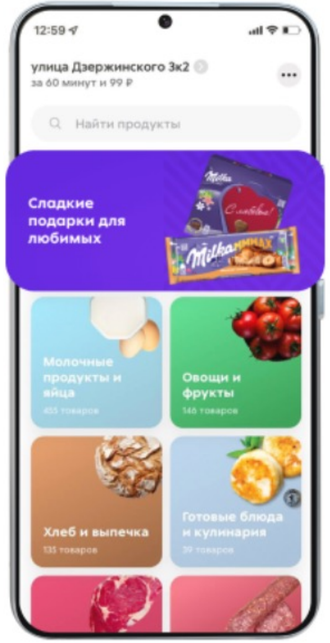
Сайт	Приложение
1,4 млн MAU	17,1 млн MAU
52 тыс. DAU	3,5 млн DAU
2 мин. Время на сайте	

Источник: Данные X5 Group, Q1 2024

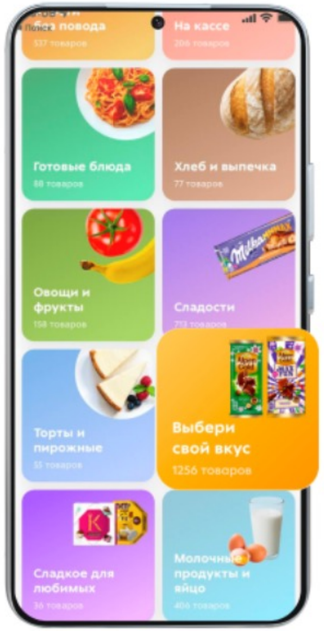
Приложение «Пятёрочка Доставка»

Коммуникация с покупателями в e-com «Пятёрочки»

Доступные форматы



Баннер на главной



Промо-категория бренда

Медийные

- Брендирование карточки стандартной категории
- Баннер на главной
- Изображение карточки товара (с дополнительной коммуникацией)

Конверсионные

- Промо-категория бренда
- Промо-категория «Подборка»
- Брендированная полка

1 600 ₽
Средний чек

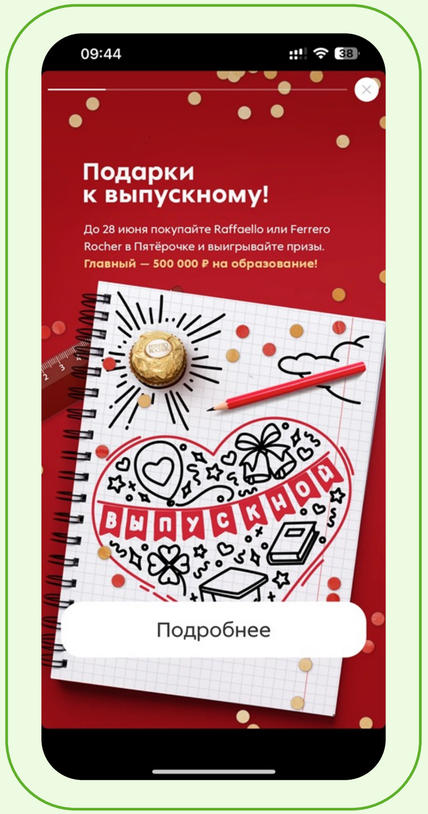
>17,1 млн
MAU

>3,5 млн
DAU

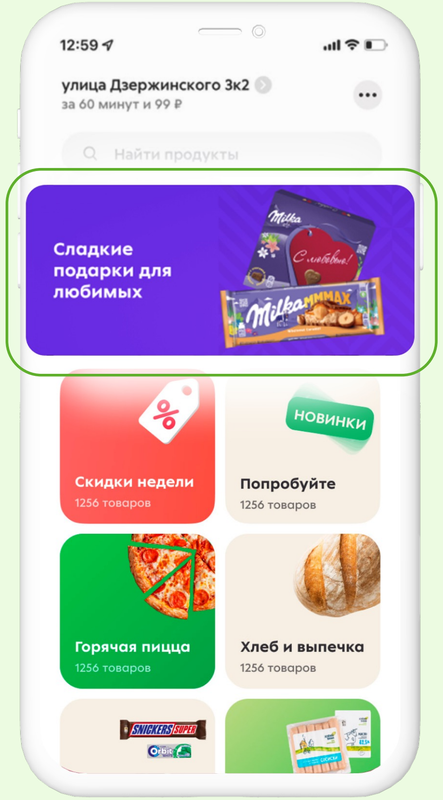
Источник: Данные X5 Group, Q1 2024

Приложение «Пятёрочка Доставка»

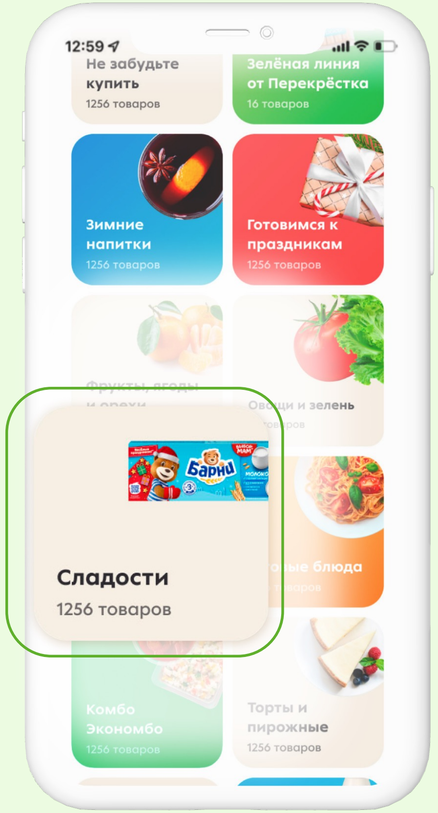
Охватные механики



Stories на главном экране



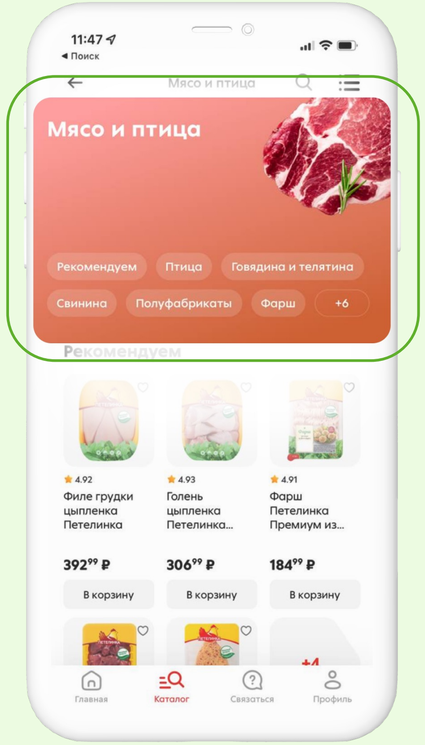
Баннер в каталоге



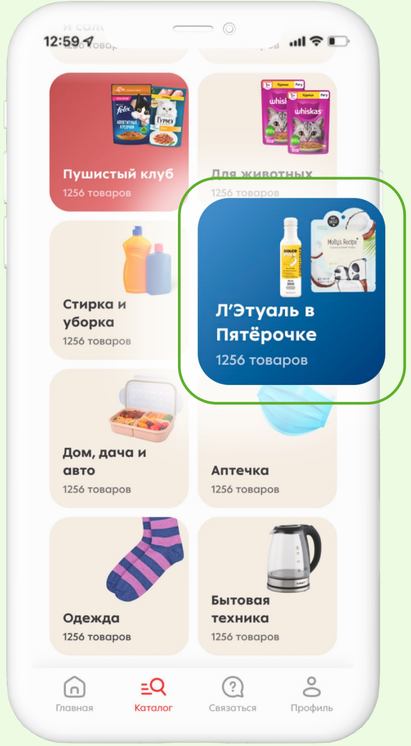
Брендинг иконки категории

Приложение «Пятёрочка Доставка»

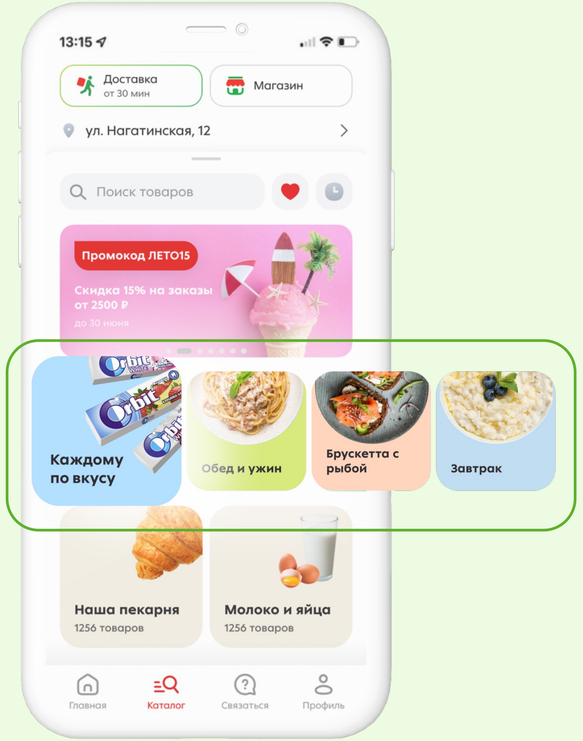
Конверсионные механики



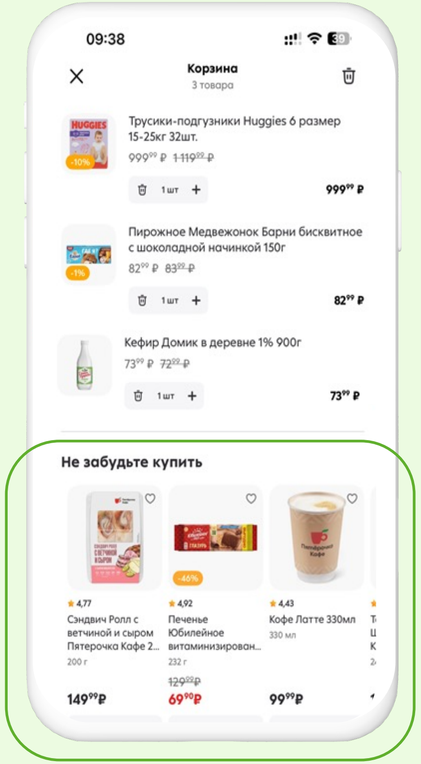
Брендированная полка в стандартной категории



Эксклюзивная категория бренда



Эксклюзивная подборка товаров с описанием

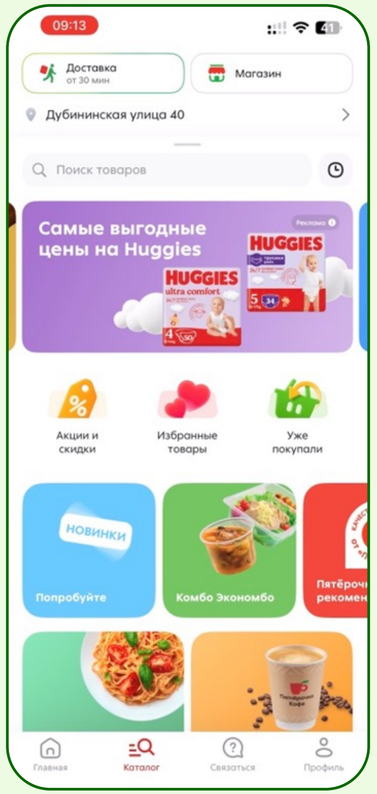


Рекомендации в корзине

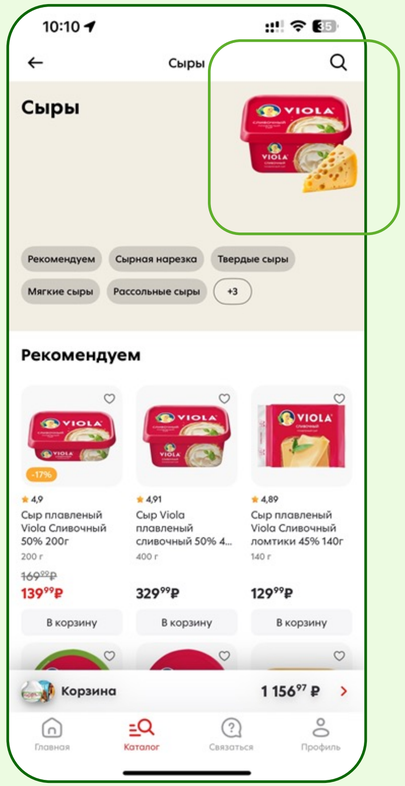
Приложение «Пятёрочка Доставка»

Продвигаем новинку или просто любимое SKU

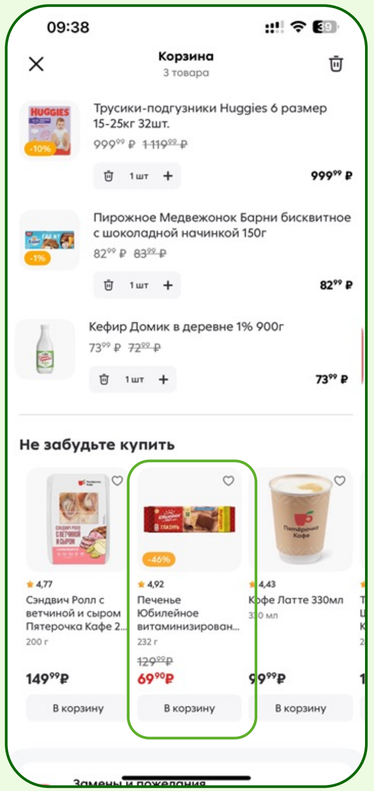
Сторис на главном экране



Баннеры на первой странице каталога



Брендированные категории



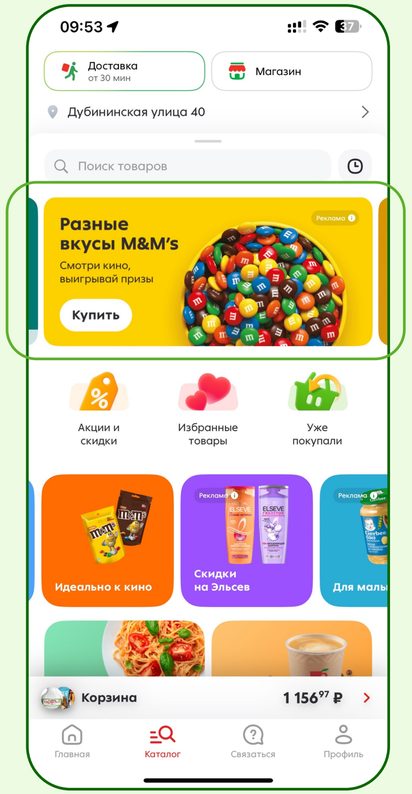
Рекомендации в корзине

X5 Media

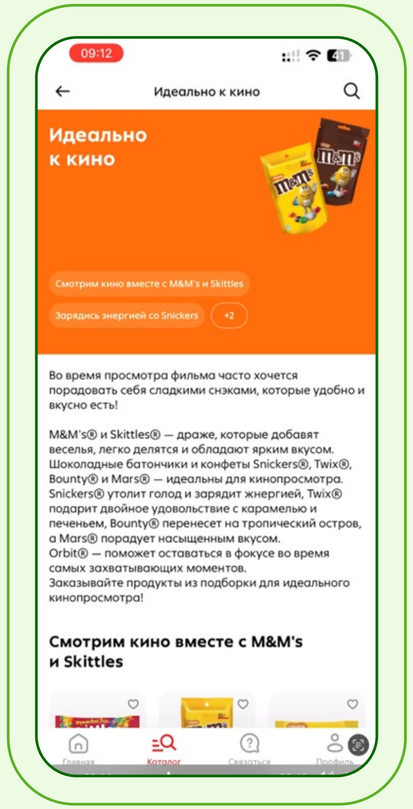
Приложение «Пятёрочка Доставка»

Продвигаем несколько товаров

Сторис на главном экране



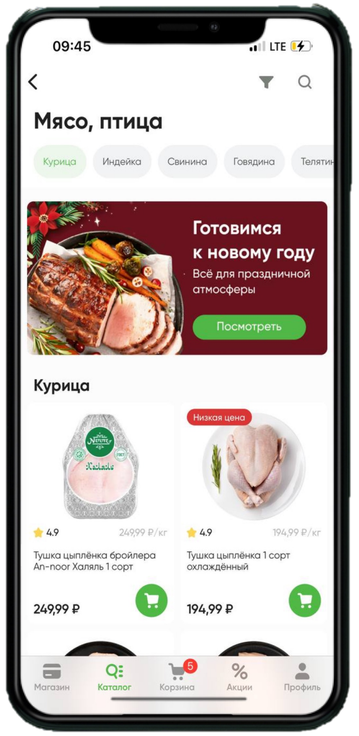
Баннеры на первой странице каталога



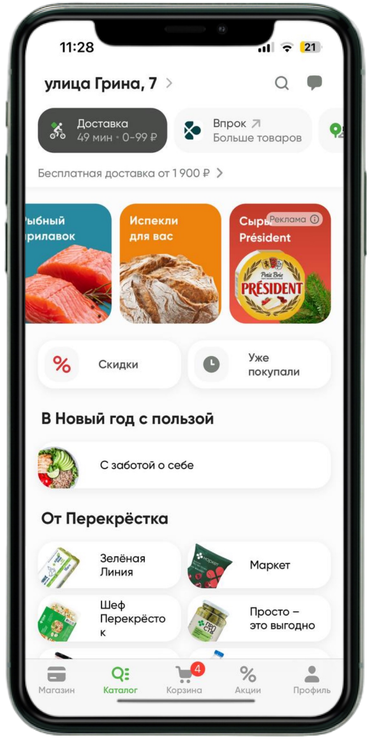
Эксклюзивная категория с описанием

Приложение «Перекрёсток Доставка»

Коммуникация с покупателями в онлайн-магазине «Перекрёсток»



Баннер в топе сабкатегории



Эксклюзивная подборка

Медийные

- Истории
- Эксклюзивная подборка
- Баннер в топе сабкатегории
- Плитка «Что интересного»
- Промокоды

>3 млн
MAU*

>533 тыс.
DAU*

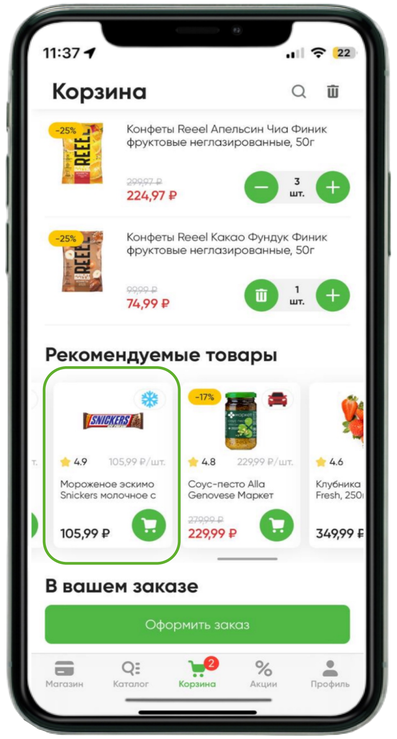
1 890 ₽
Средний чек

* Данные X5 Group за 2023 год

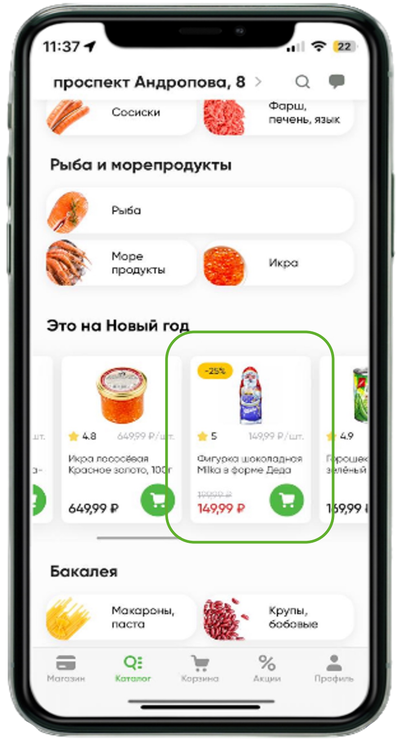
X5 Media

Приложение «Перекрёсток Доставка»

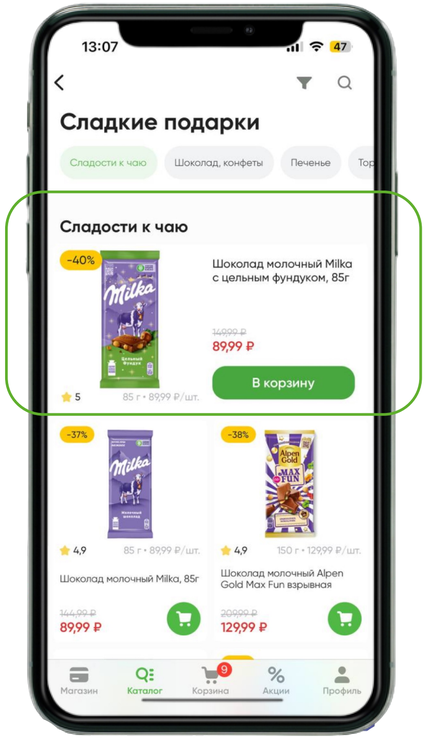
Коммуникация с покупателями в онлайн-магазине «Перекрёсток»



Рекомендации в корзине



Карусель товаров



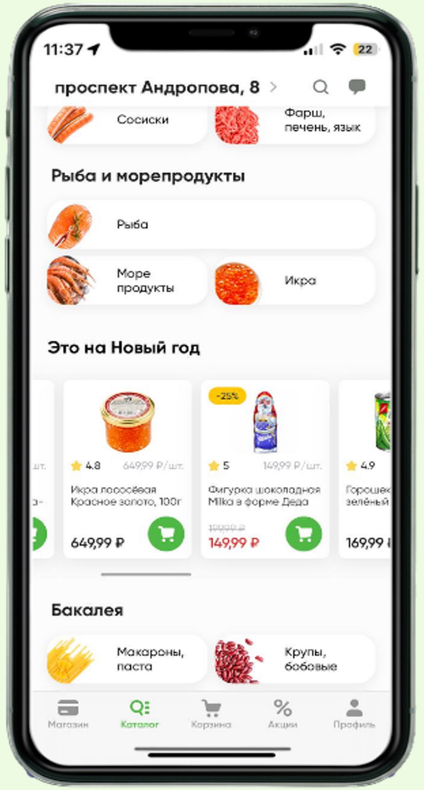
Увеличенная карточка товара

Конверсии

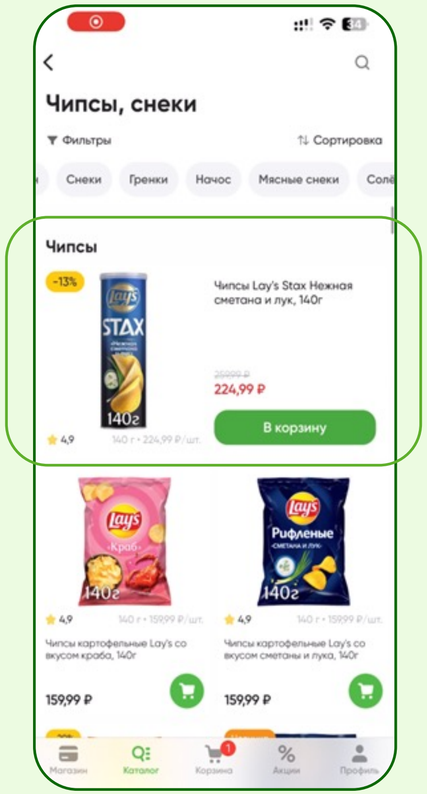
- Карусель товаров
- Рекомендации в корзине
- Увеличенная карточка товара
- Участие в сезонной подборке
- Интеграции в сезонную категорию

Приложение «Перекрёсток Доставка»

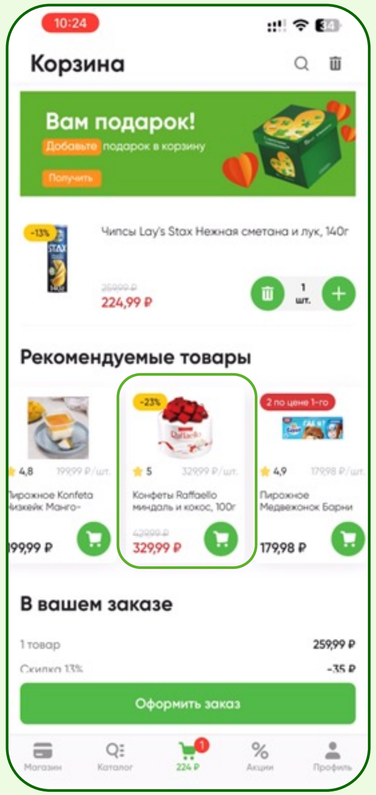
Продвигаем новинку или просто любимое SKU



Карусель товаров



Увеличенная карточка товара



Рекомендации в корзине

Какие планы?

Обновление технологии показа рекламы

- Ротация баннеров
- Быстрый старт и остановка кампании
- Разные сценарии показа креативов

Таргетинги по ГЕО и истории покупок

- По городу / региону
- Покупатели категории
- Покупатели бренда

Внедрение новых форматов

- Ваши любимые форматы в приложениях торговых сетей

Разработка рекламного кабинета

- Начинаем с Instore, e-com следом...

Будем рады обсудить идеи по развитию форматов, аналитики или кабинета.

Как X5 Group создает свое медиа

X5 Media

и платформу

по работе с блогерами

telegram

Максим Силаенков

Директор по маркетингу X5 Media

Maksim.Silaenkov@x5.ru

FO
OD

Роль медиаплатформы

1. Планирование
2. Поиск и выбор
3. Покупка
4. Потребление и лояльность

Медиасервисы влияют не только на этапе планирования, но и на всем последующем пути клиента: помогают ему с выбором товара, повышают конверсию в покупку, корректируют долгосрочное поведение и сокращают отток из бизнеса.

Walmart (Save money. Live better.) · TESCO · МАГНИТ · СБЕР

Экосистемы

Walmart Connect · TESCO Real Food · гастрономъ · RAMBLER GROUP

Медиаплатформы

FOOD

Роль медиаплатформы

Контакт с клиентом на нулевом этапе

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

Генерация и обогащение данных о клиентах

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

Рекламный инвентарь

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

Производство контента и новых сервисов

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

Построение сообщества

Активное сообщество создателей контента, долгосрочная коммуникация с потенциальными клиентами

FO
OD

Что за Food.ru и с чем его едят?

Food.ru — это

>22 млн

Аудитория медиасервиса Food.ru (сайт + приложение + социальные сети)*

И самое главное

Возможность персонализированной коммуникации с активной базой пользователей

1-2 место

Рейтинг приложения по запросу «рецепты»**

>80%

Контента, создано пользователями за последний год, а не редакцией

*Данные на январь 2024

** 1 место – Google Play; 2 место – App Store

Мы растем

Растут продуктовые метрики Food.ru

+57%
MAU
(аудитория)

+189%
Органический
трафик

+57%
Новые
регистрации

+98%
Скачивания
приложения

Растет узнаваемость бренда

6,5% → 13,8%

вырос коэффициент узнаваемости
бренда в 2023 году,
согласно исследованию Яндекс.Взгляда

*Данные по метрикам приведены год к году
**Данные Food.ru 2024 к 2023 году

Медиа = данные?

МЕДИАСЕРВИС

- ✔ Знание о том, что интересно клиенту на текущий момент
- ✔ «Органическое» присутствие на нулевом этапе клиентского пути
- ✖ Ограниченное знание о поведении в магазине и эффектах рекламы

ТОРГОВАЯ СЕТЬ

- ✔ Знание о прошлых покупках клиента
- ✔ Широкие возможности воздействия в самом магазине
- ✖ Ограниченное знание о том, что потребитель хочет сейчас

FO
OD

Реклама на Food.ru

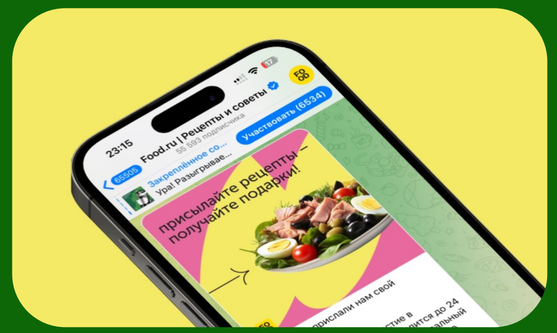
Food.ru как рекламная площадка

статьи

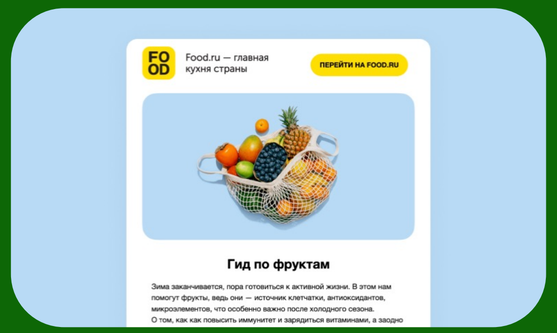
рецепты от редакции

UGC-контент

спецпроекты



СММ



CRM-маркетинг

баннерная реклама

Любой бренд может быть интегрирован в контент

Наши партнёры

Перекрёсток супермаркет

Vprok.ru Перекрёсток

Пятёрочка

X5 Клуб

Много лосося

Чижик

пакет X5

HEINZ

m&m's

Простоквашино

REDMOND

СпортМастер

Триколор

синхронизация

ВТБ

М.ВИДЕО

FOOD

Нативная реклама

как оптимальный способ продвижения продукта

Нативная реклама, включая брендированный и спонсорский контент, отличается более высокими показателями вовлеченности, чем традиционные медийные форматы.

30% людей, как минимум, склонны доверять нативному формату

Любители нативной рекламы на первое место ставят пользу (35%) и креатив (25%).

20% респондентов выделяют её честность и заметность.

Источники: Исследование Rambler&Co: россияне ценят в нативной рекламе пользу и креатив

FOOD

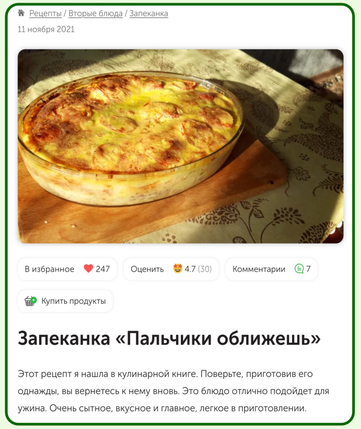
Статьи и рецепты редакции

148 398 единиц контента на сайте

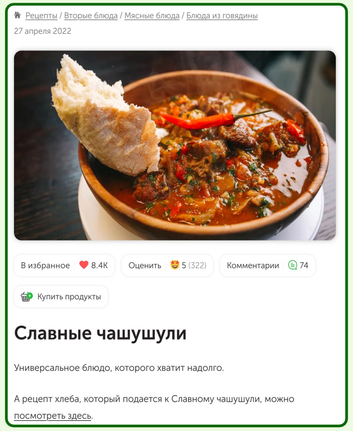
11 249 статей

137 149 рецептов

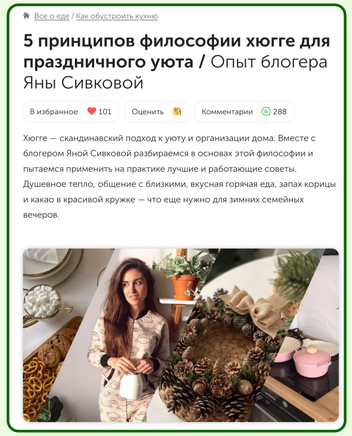
из которых **69 632** UGC



>3 млн просмотров



>8 тыс комментариев



>280 добавлений в Избранное

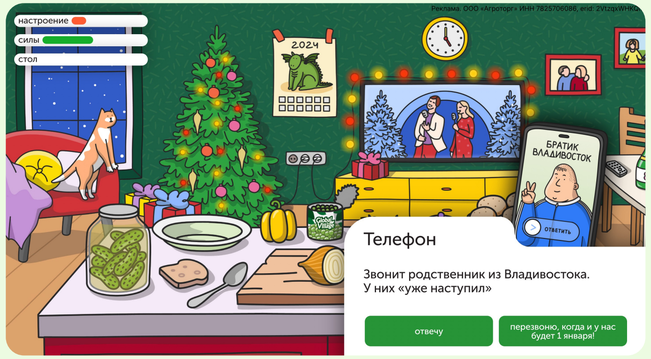
Возможности для брендов

- Брендирование фото и интеграция продукта в рецепте
- Интеграция бренда в список продуктов и заказ продуктов из рецепта
- Вовлечение эксперта бренда в контент на платформе
- Бренд может вести на собственную страницу на платформе со всеми материалами, отзывами и оценками: история прошлых кампаний сохраняется

FOOD

Игровые механики

- Повышают лояльность аудитории
- Укрепляют репутацию бренда и дополняют воронку продаж новой точкой касания с клиентом
- Увеличивают посещаемость сайта и конверсию
- Увеличивают вовлеченность пользователей на 30%
- Могут увеличивать показатели удержания клиентов на 5%, способствуют росту доходности



Геймификация — устойчивая и растущая тенденция электронной коммерции

FO
OD

Игра «Собери обед»

нативное продвижение СТМ «Пятёрочки»

Мы создали виртуальный магазин «Пятёрочки», где участникам предлагалось пройти по разным отделам и найти все необходимое для семейного обеда

10 062
Пользователя прошли игру и оставили данные

46 620
Уникальных посетителей лендинга

131 433
Просмотров лендинга

6:19 Среднее время на сайте

Задачи проекта:

- Формирование и наращивание знания собственных торговых марках бренда
- Повышение доверия к собственным торговым маркам бренда
- Увеличение лояльности к торговой сети

Что получили участники:

- Баллы на карту лояльности первым 2000 прошедшим игру
- Возможность выиграть одну из 20 корзин с продукцией СТМ

FOOD

Как проходила интеграция СТМ

Брендирование части товаров

Упоминание бренда во всплывающих подсказках

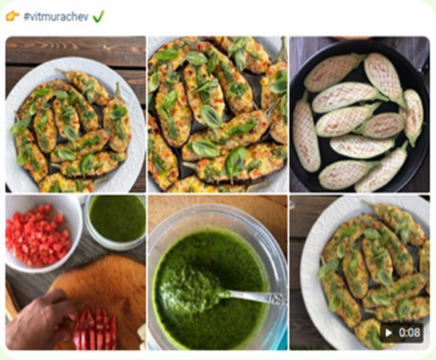
Упоминание бренда во всплывающих окнах

Посты в соцсетях

Видео-рецепты Pinterest

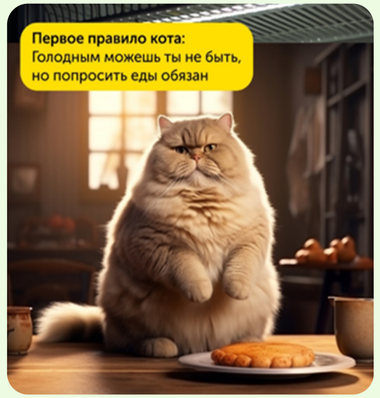
- 1 328 506 охват
- 15 682 лайков
- 12 580 репостов
- 286 комментариев
- 2,15% ER

Рецепты от амбассадоров



- 1 342 526 охват
- 5 765 лайков
- 5 017 репостов
- 104 комментариев
- 0,28% ER

Юмор



- 1 056 990 охват
- 8 914 лайков
- 4 387 репостов
- 77 комментариев
- 1,27% ER

Советы

- 1 253 989 охват
- 8 380 лайков
- 7 718 репостов
- 108 комментариев
- 1,29% ER

Возможности для брендов

- Упоминание бренда в посте (в том числе нативно)
- Брендированное фото или видео

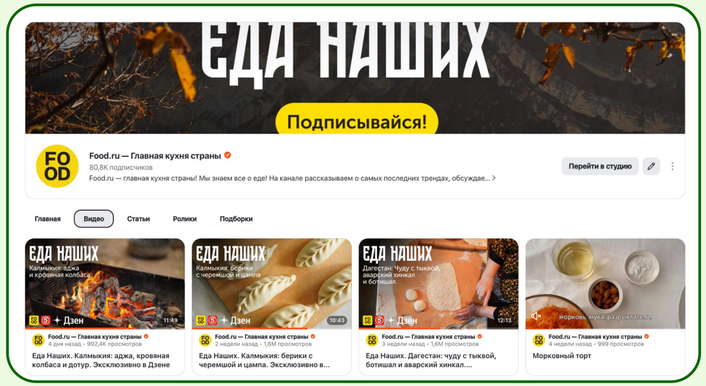
Шоу «Еда наших»

Сериал-исследование

Food.ru в партнерстве с «Пятёрочкой» и «Дзеном» запустили уникальный документальный сериал о кулинарных традициях регионов России

13 059 600
Охват всего проекта

1 600 000
Средний охват серии



Премьеру проекта посетило **245** человек, из них **30** блоггеров и представителей прессы.

В итоге мы получили более **50** сториз с премьерного показа, общим охватом более **1 000 000**

Phygital

Задачи

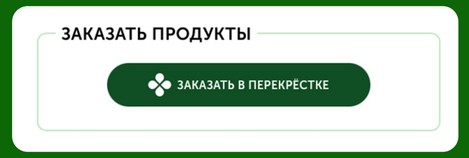
- Повышение конверсии в покупку
- Повторные продажи

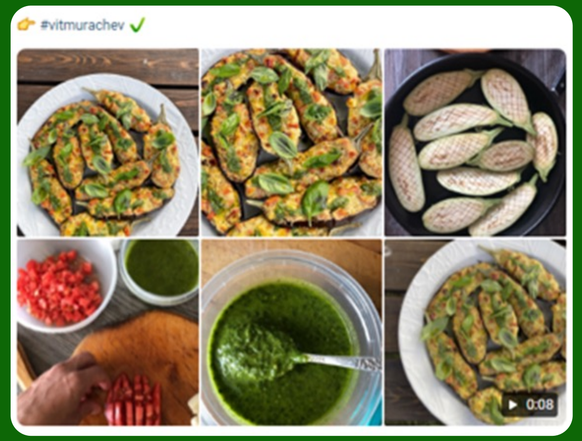
Продвижение бренда

- Интеграция в рецепт и в инструменты продвижения
- Приземление трафика на рецепты, отзывы и рейтинги товара, промо предложения

Offline to online – механики (и обратно)

- Создание фото для обложки, QR-кода
- Распространение упаковок в торговые сети
- Создание и продвижение рецептов на Food.ru





X5 Blogger

FO
OD

X5 Blogger

85 000 +
Блогеров с качественным контентом и релеватной аудиторией

70
проведенных РК

> 1.5 млрд
просмотров

5-20 млн
пользователей средние охваты рекламных акций на платформе

x5blogger.ru

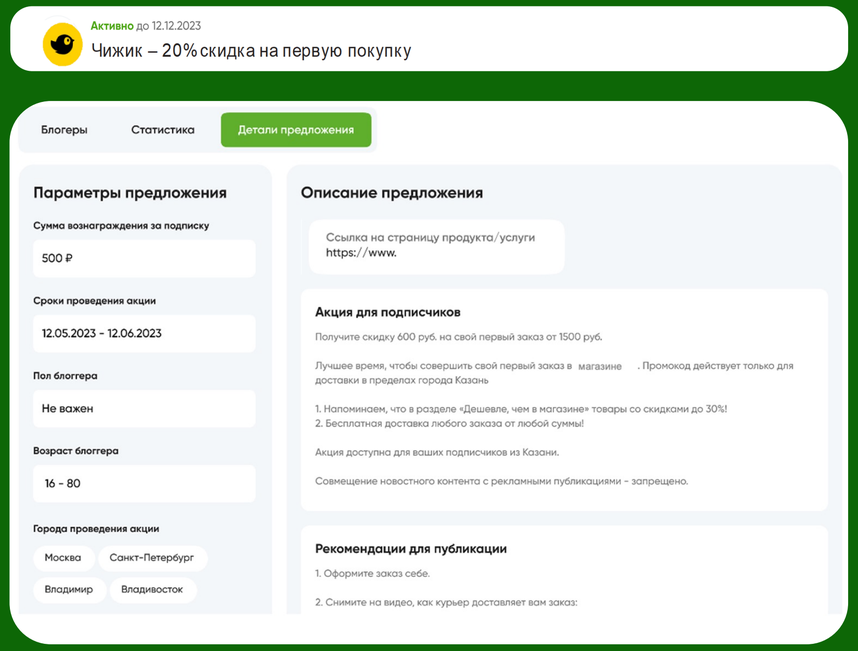
Нам уже доверяют

X5Клуб
Пятёрочка
FOOD
пакет
Чижик
Перекрёсток быстро
Много лосося
Vprok.ru Перекрёсток

FOOD

X5 Blogger – платформа возможностей

- Больше конверсий и результирующих объемов продаж при одинаковых маркетинговых инвестициях
- Возможность работы по CPP и CPA-модели
- Автоматизированная и более прозрачная работа с проверенными блогерами
- Прямой доступ к полной статистике и аналитике через сайт рекламодателя
- Расширенные возможности за счет интеграций с Food.ru и торговыми сетями X5*
- Продвижение онлайн и офлайн-продаж



*Возможность расчета sales lift в торговых сетях X5

Алёна Полякова

Супервайзер по торговому маркетингу, компания H&N

H&N
Health & Nutrition

Мы развиваем бренд «Простоквашино» на территории готовки

100% Узнаваемость бренда

61% Считают, что продукты бренда идеальны для готовки

Health & Nutrition

Источники: Milward Brown, Мониторинг KPI Danone, Ноябрь-Декабрь'22 Brand image: Adult Brand Healthy Tracking Apr'24

Задачи новогоднего спецпроекта:

- Показать, что продукты бренда идеально подходят для готовки и вовлечь потребителей
- Стимулировать конверсию в покупку

Задачи масленичного спецпроекта:

- Показать, что продукты бренда идеально подходят для готовки
- Вовлечь потребителей в федеральную активацию с благотворительной составляющей
- Стимулировать конверсию в покупку

H&N Health & Nutrition

X5 Media

Новогодний проект с «Простоквашино»

15 Уникальных пошаговых фото-рецептов

3 Поста в сообществах Food.ru

4 Видео-рецепта в сообществах Food.ru:

1 Статья с советами по подготовке необычного новогоднего стола

Health & Nutrition

X5 Media

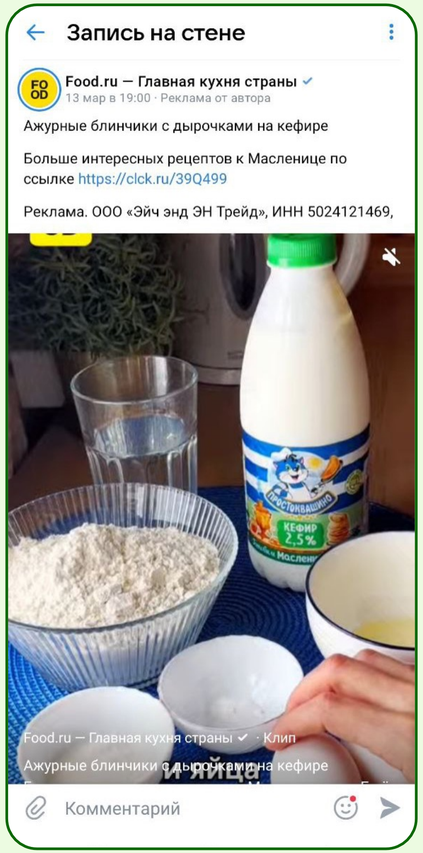
Масленичный спецпроект с «Простоквашино»

5 Уникальных пошаговых фото-рецептов

2 Фото- и видеопоста в сообществах Food.ru

3 Блогерские интеграции с анонсированием благотворительной акции на YouTube

1 Статья с советами по приготовлению идеальных блинов



>700 тыс.

APP и e-mail рассылок по базе Food.ru

Health & Nutrition

X5 Media

«Простоквашино»: новогодний кейс

Спецпроект
с необычными
рецептами к НГ
с продуктами бренда
«Простоквашино»

114% Выполнение плана по посетителям

46% Посетителей заходили более 1 раза

10% Пользователей, посмотревших рекламу, стали для бренда новыми покупателями, совершившими конверсию

H&N Health & Nutrition

X5 Media

«Простоквашино»: масленица

Спецпроект с рецептами и советами к Масленице с брендом «Простоквашино»

121% Выполнение плана по посетителям

48% Посетителей заходили более 1 раза

10,3% Пользователей, посмотревших рекламу, стали для бренда новыми покупателями

8:08 Среднее время на сайте

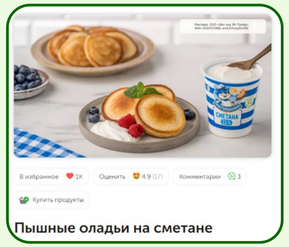
2,764 Средний показатель просмотра страниц

12% посетителей купили продукцию бренда

10% были для клиента новыми

6% были и новыми, и купили именно те продукты, которые им предлагали

5% от посмотревших были старыми клиентами, после рекламы купили продукты бренда



H&N Health & Nutrition

X5 Media

Единое окно рекламных и аналитических возможностей

X5 Media