

# Клиентский опыт X5 Group —→

Сергей Морозов, начальник управления по взаимодействию с партнёрами  
Ирина Игнатова, руководитель управления СТМ  
Татьяна Самарина, лидер команды по активациям покупателей

Октябрь 2024

 X5 Dialog

# Сергей Морозов

Начальник управления по взаимодействию с партнёрами

БЕ Клиентский опыт X5 Group

[Sergey.Morozov5@x5.ru](mailto:Sergey.Morozov5@x5.ru)





Сервис «Пакет» – платный мультипликатор программы лояльности

## Первый уровень

## Второй уровень



% кешбэк – 0,5%

♥ 1 любимая категория с кешбэком 10%

% кешбэк – 1%

♥ 3 любимые категории с кешбэком 20%



% кешбэк – 0,5%

♥ 1 любимая категория с кешбэком 10%

% кешбэк – 1%

♥ 3 любимые категории с кешбэком 20%



% кешбэк – 0,5%

% кешбэк – 1,5%

Также к программе лояльности подключены:



За 199 ₽/мес.

% кешбэк – 0,5%

♥ 5 любимых категорий с кешбэком 20%

% кешбэк – 0,5%

♥ 5 любимых категорий с кешбэком 20%

% кешбэк – 1,5%

- 8 бесплатных доставок
- До 100% списания кешбэка на покупки
- 20% – кешбэк на выпечку и готовую еду
- 50% – кешбэк на кофе или чай
- Бонусы и скидки от партнёров



### Интеграция в бизнесы X5

Пятёрочка Перекрёсток Много лосося 5post

Vprok.ru Перекрёсток ОКОЛО 5 Доставка FOOD

✓

**81,1 млн**  
клиентов с активированной картой

👤

**49 млн**  
активных участников ежемесячно

📊

**82%**  
проникновение в товарооборот

### Интеграция в агрегаторы

СБЕР МАРКЕТ Яндекс @ Еда Маркет Деливери

📱

**23,4 млн**  
digital-пользователей

🔄

**7,6 млн**  
кросс-клиентов

### Мультипликаторы

пакет апельсин

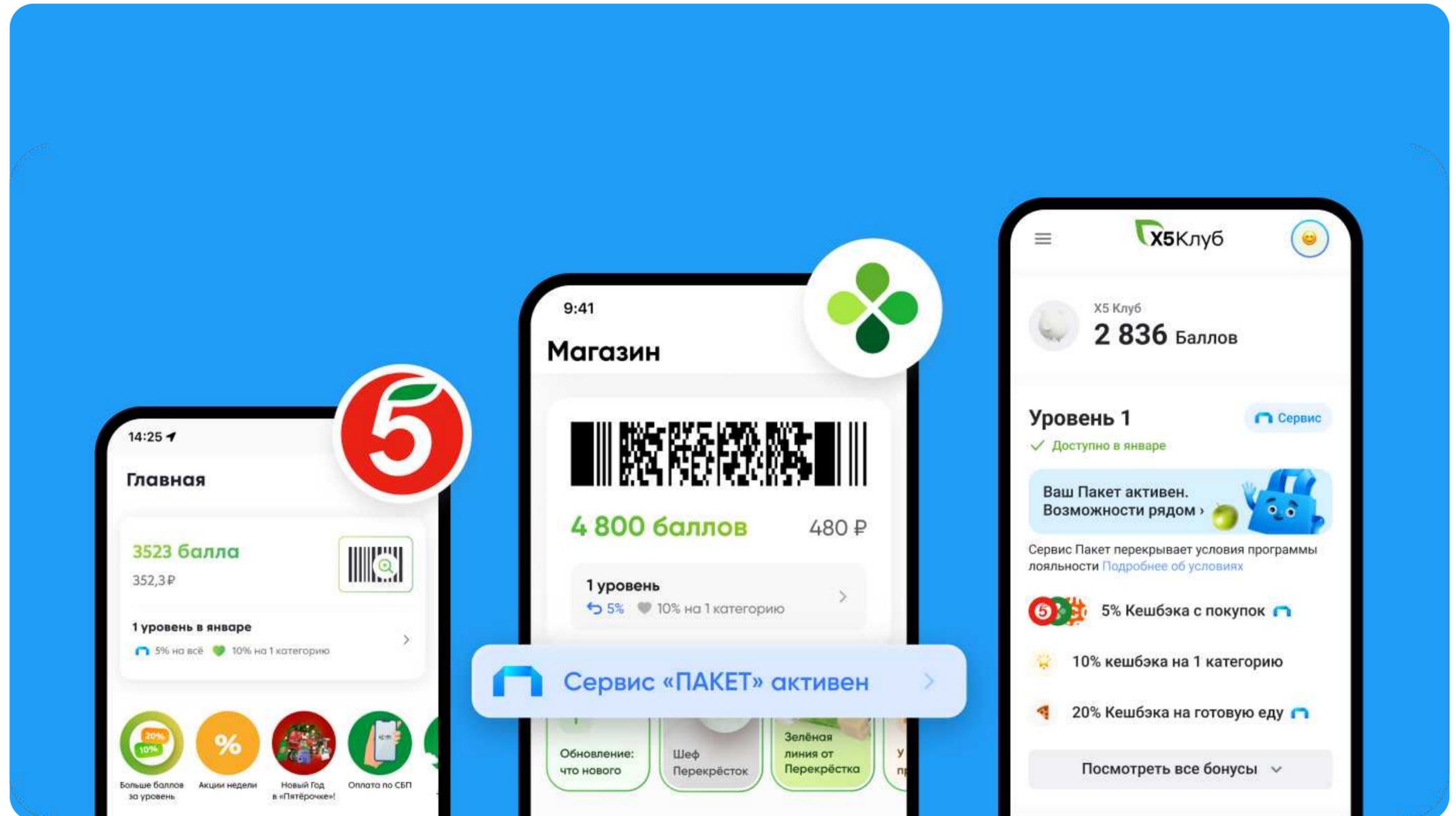


Следить за всеми привилегиями и балансом баллов + копить их можно в:

-  МП «Пятёрочка»
-  МП «Перекрёсток»
-  Личном кабинете «X5 Клуб» [www.x5club.ru](http://www.x5club.ru)
-  Личном кабинете сервиса «Пакет» [www.x5paket.ru](http://www.x5paket.ru)

Дополнительно информацию о баллах/сервисах можно найти в:

-  МП «Много лосося»
-  МП «Впрок»





Сервис «Пакет» меняет поведение покупателей в торговых сетях. А база его подписчиков постоянно развивается и растёт



**>56,6 млрд**

Суммарный РТО подписчиков



**20%**

покупателейкратно увеличили прирост РТО в ТС



**68%**

клиентов окупилподписку



**×2**

Количество посещений магазинов ТС подписчиками



**+6,2%**

Выше средний чек подписчика



**>1 млн**

Количество подписчиков сервиса «Пакет»

# Форматы работы с партнёрами

# Чековое промо на базе «X5 Клуба»

## Механика

Покупай товары партнёра в ТС «Пятёрочка» и «Перекрёсток», а также в доставках в период акции, зарабатывай шансы и участвуй в розыгрыше призов

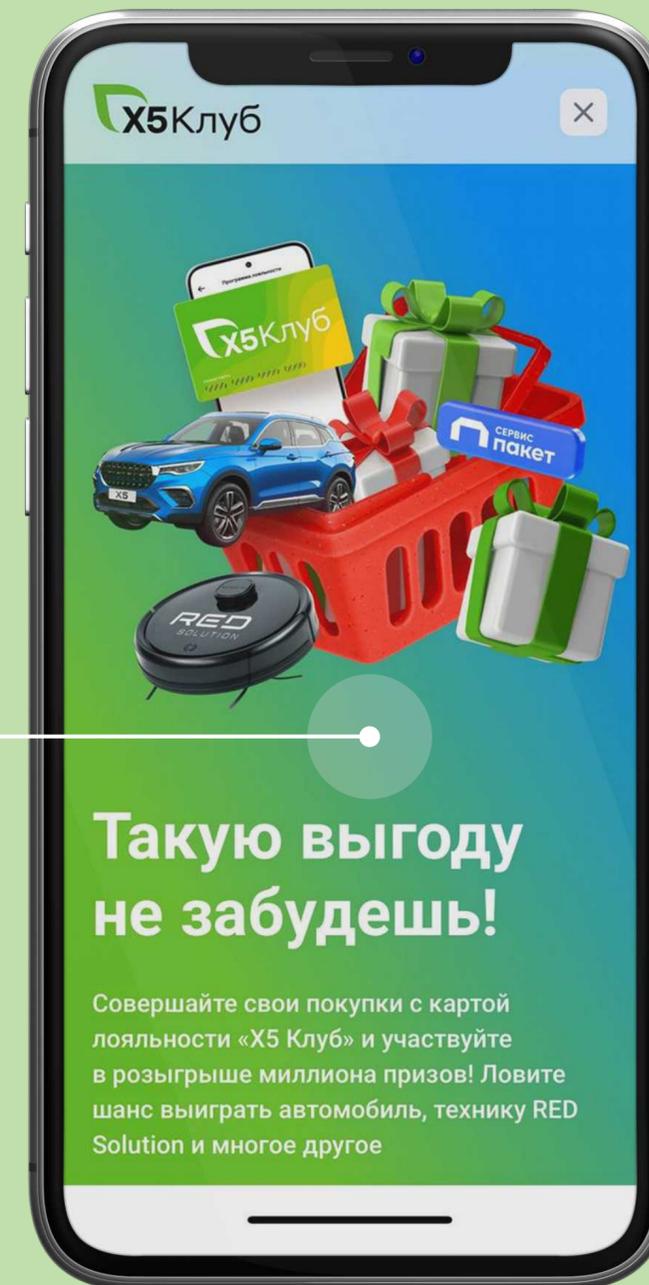
## Особенности

- Сразу на обе ТС
- Без регистрации чеков
- Покупки с применением карты лояльности
- Продвижение с упором на digital-каналы

## Длительность

от 1 месяца

Ваши товары



# Платформа достижений «Х5 Клуба»

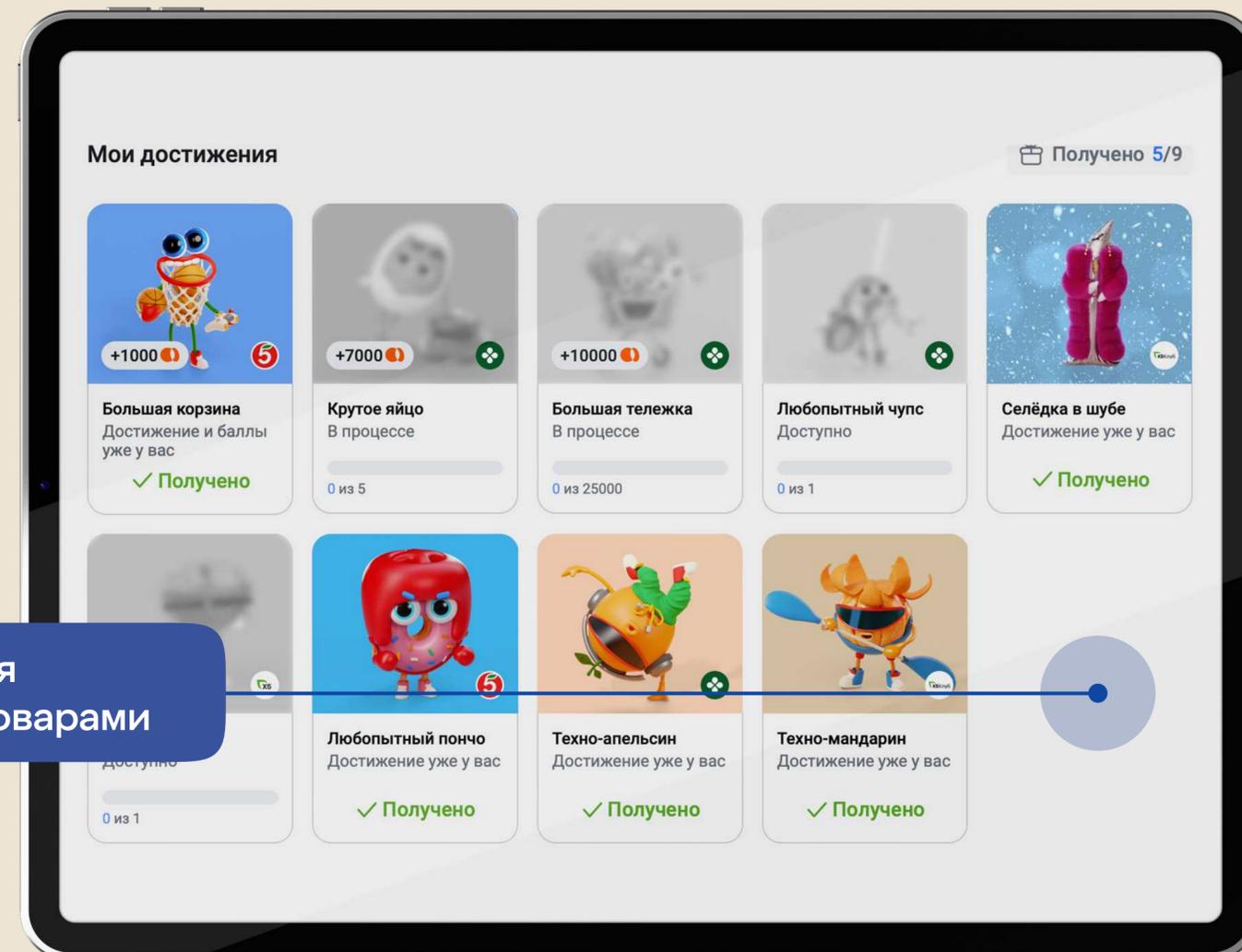
## Механика

- Количественные купи X товаров
- Привязанные к сумме купи товары партнёра на X рублей
- Кросс-сетевые купи X товаров / на X рублей в «Пятёрочке» и Y товаров / на Y рублей в «Перекрёстке»

## Особенности

- Сразу на обе ТС
- Брендирование ачивки под партнёра
- Активация ачивки для получения награды
- Продвижение с упором на digital-каналы

 **Длительность**  
от 1 месяца



Достижения с вашими товарами

# Партнерский оффер на витрину сервиса «Пакет»

## Механика

X%

кешбэк баллами при покупках товаров партнёра из списка в период промо

## Особенности

- Сразу на обе ТС
- Покупки с применением карты лояльности
- Кешбэк начисляется на покупки товаров из списка
- Продвижение с упором на digital-каналы
- 5% от повышенного кешбэка партнёра покрывается в рамках правил постоянного оффера сервиса «Пакет» за счёт бюджета сервиса

## Длительность

от 3 месяцев

15% кешбэк на ваши товары

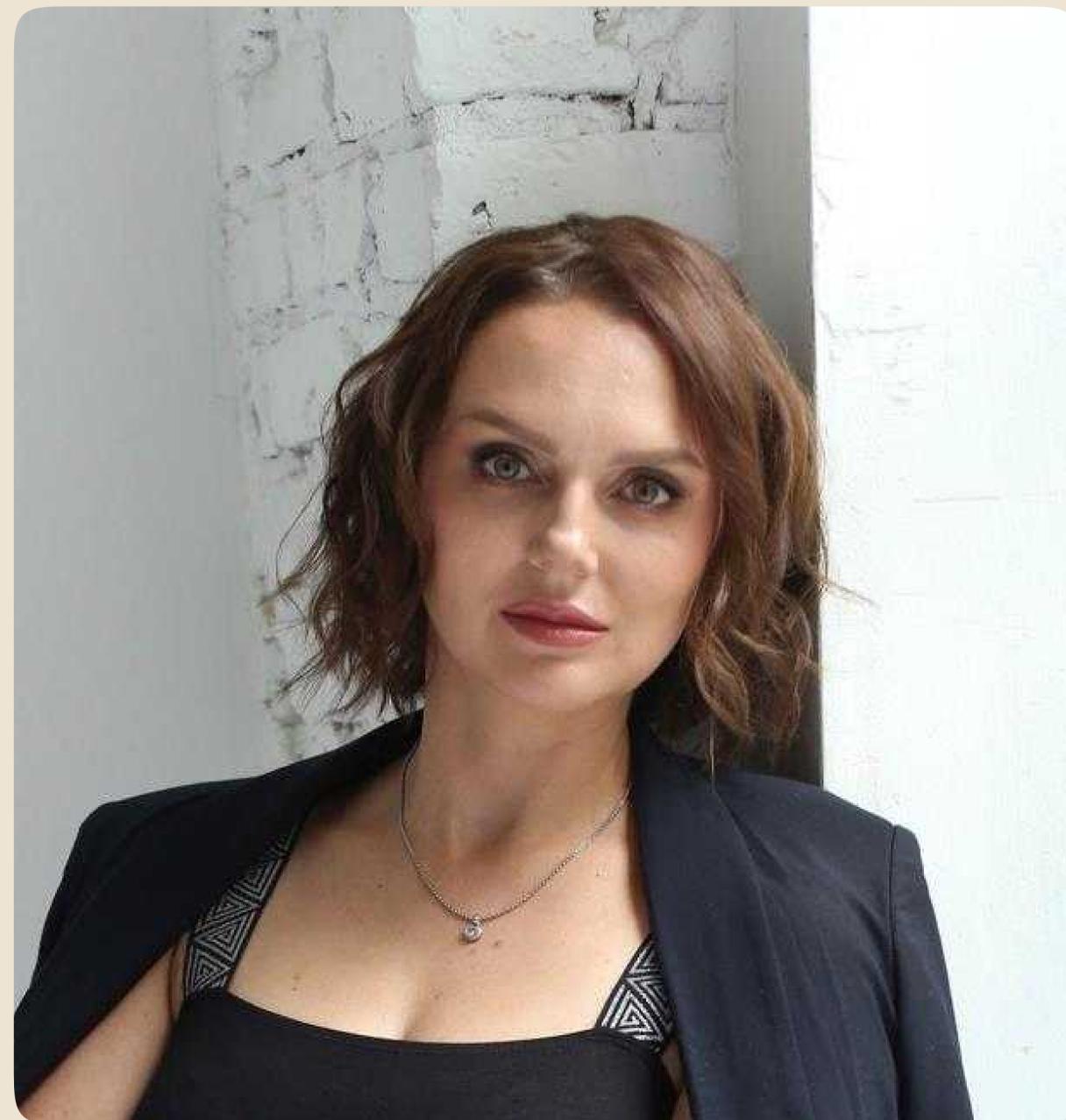


# Ирина Игнатова

Руководитель управления СТМ

ТС «Перекрёсток»

 Перекрёсток





## 1 Определение роли категории — «Мы лучше многих»

Мясной гастроном: фокусная категория с точки зрения реализации CVP в рамках новой стратегии ТС, имеющая высокую важность для ЦА и онлайн-покупателей

## 2 СТМ — драйвер роста категории

- СТМ в целом растёт опережающими индустрию темпами: прирост на 13,6%<sup>1</sup>
- Мясной гастроном — одна из самых быстрорастущих категорий СТМ (прирост на 93,4%<sup>1</sup>)

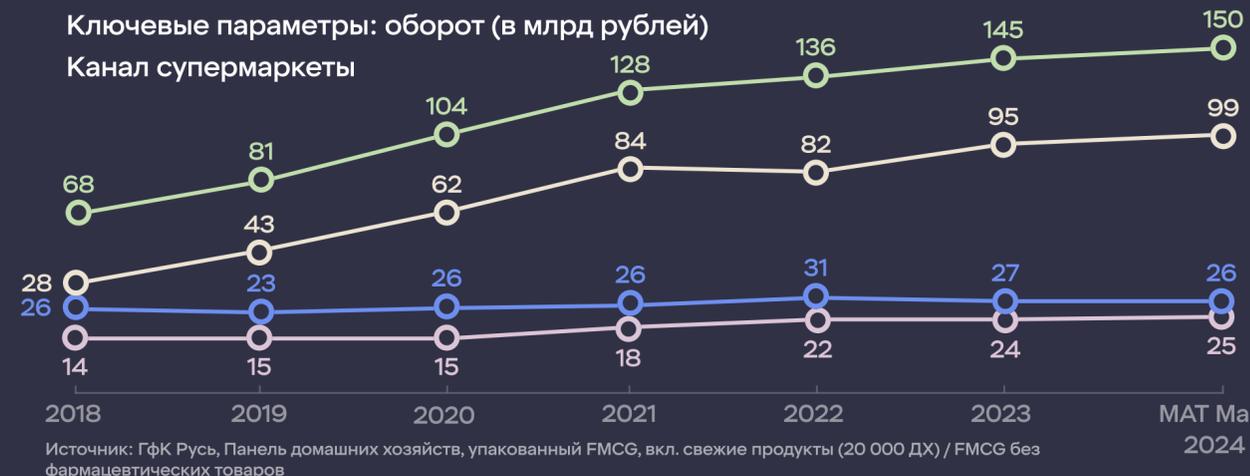


## 3 Фокус на развитии СЦС/ВЦС

- Высокие темпы роста на рынке
- Потенциал с точки зрения ВД

### Динамика оборота: ценовые сегменты СТМ (канал супермаркеты)

Сегмент премиум СТМ занимает существенно большую долю в обработке канала супермаркета, чем по рынку в целом. Данный сегмент на фоне кризиса замедлил свой рост, но всё ещё опережает по темпам роста эконом сегмент



### Динамика оборота Янв-Мар 2024 к Янв-Мар 2023

- Тотал СТМ (+12,2%)
- Премиум (+15,9%)
- Эконом (-4,4%)
- Средний (+17,2%)

<sup>1</sup> Прирост за период с августа по декабрь при сравнении данных за 2023 и 2022



## Продукт

Мясные деликатесы в среднем и выше среднего ценовых сегментах

## Механика проекта

Покупай акционные товары с кешбэком 10% по подписке на сервис «Пакет»

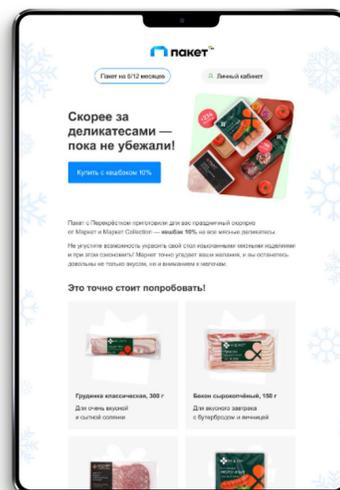
## Период проекта

С 21.12.2023 по 21.03.2024

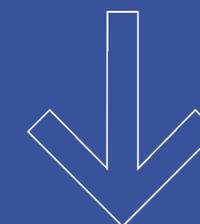
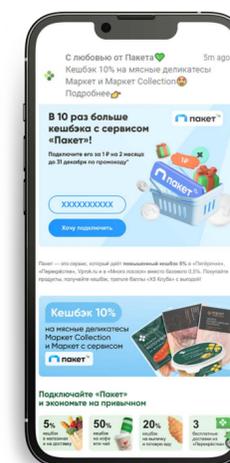
## Про проект мы рассказывали через несколько каналов



Карточка партнёра на витрине, CRM-рассылки по базе сервиса «Пакет»



Push-уведомления в МП ТС, CRM-рассылки по базе ТС



POSM-материалы в магазинах ТС





## 53,4%

Доля инкрементального РТО от совокупного РТО в рамках акции



## 98,8%

ROI проекта для партнёра

## ×10

Выросло количество чеков с товарами партнёра в акционный период по сравнению с доакционным

## 103%

Рост СТМ ТС «Перекрёсток» в период проведения акции в сервисе «Пакет»

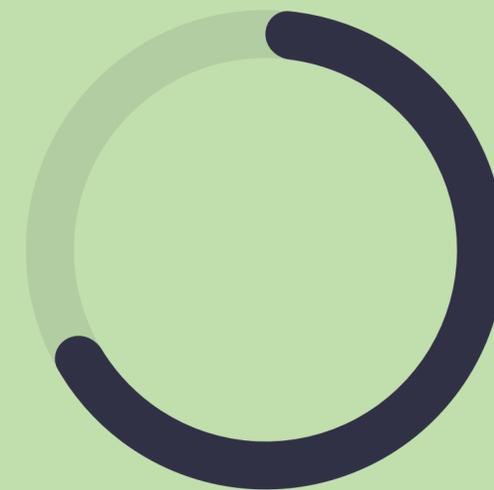
## 21%

Рост категории мясной гастрономии в ТС «Перекрёсток» в период проведения акции в сервисе «Пакет»



## 68,3%

участников акции стали новыми покупателями для партнёра



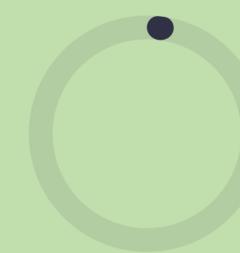
## 22,9%

участников акции стали новыми покупателями для категории в торговой сети



## 2,6%

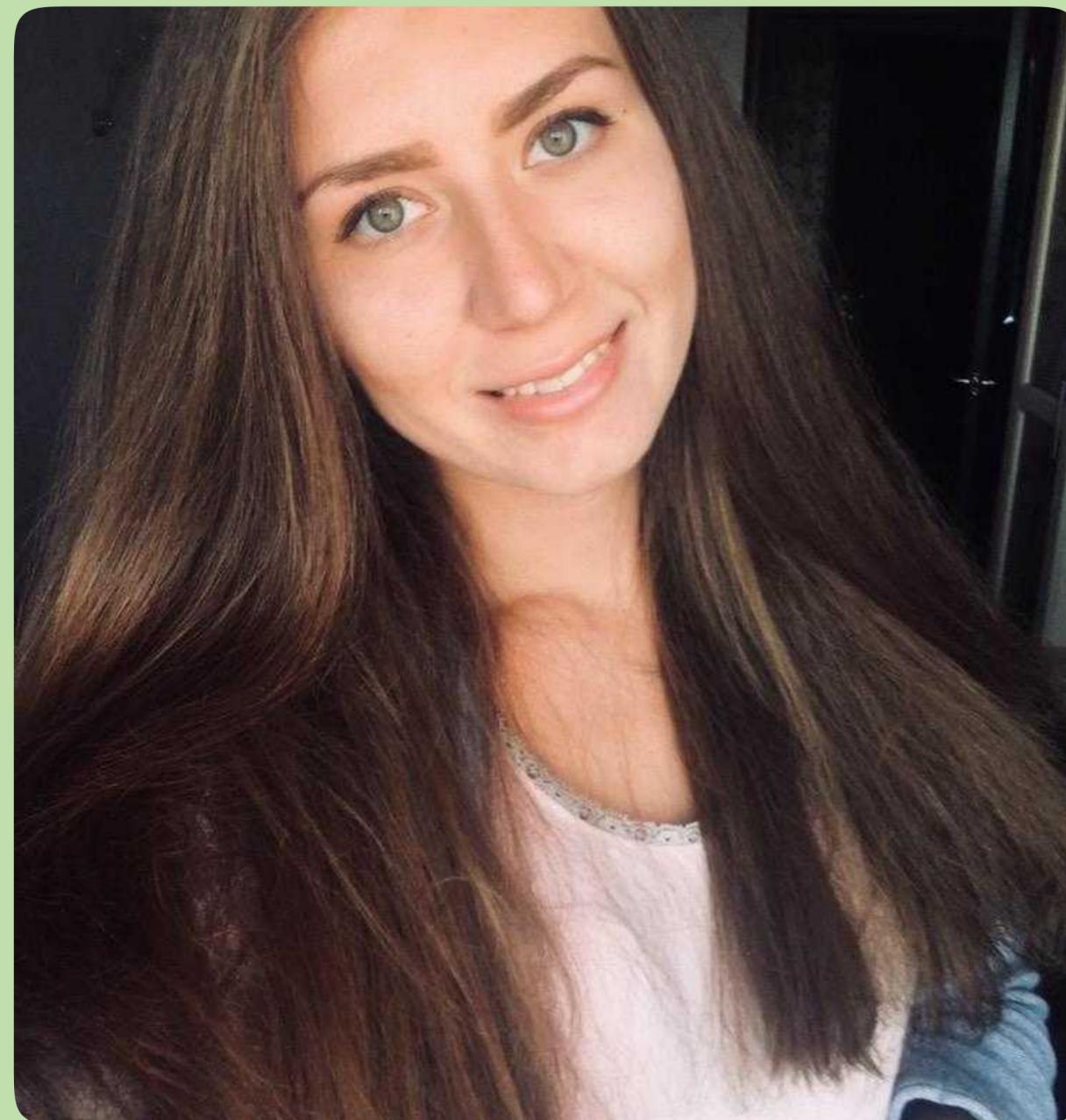
участников акции стали новыми покупателями для торговой сети «Перекрёсток»



# Татьяна Самарина

Лидер команды по активациям покупателей

H&N





## Продукт

Детское питание (биотворог, биолакт, биойогурт, мясное пюре, молоко) бренда «Тёма»

## Механика проекта

Покупай акционные товары **с кешбэком 15%** по подписке на сервис «Пакет» в ТС «Перекрёсток»

## Период проекта

С 15.07.2024 по 15.10.2024

### Про проект мы рассказывали через несколько каналов

#### Карточка партнёра на витрине

**Кешбэк 15% на детское питание Тёма**

Тёма – это натуральные продукты питания для детей раннего возраста с содержанием необходимых нутриентов для гармоничного роста и развития.

Порадуйте себя и своего малыша – покупайте продукцию Тёма и получайте 15% кешбэка с сервисом «Пакет».

Акция распространяется на товары из списка. Предложение действует при покупках и доставках в торговой сети «Перекрёсток», и доступно только для активных подписчиков сервиса «Пакет».

Для питания детей раннего возраста предпочтительнее грудное вскармливание. Продукты «Тёма» – питание для детей с 6 месяцев (биотворог), с 8 месяцев (биолакт, биойогурт) до трёх лет в соответствии с законодательством РФ. Перед введением прикорма необходимо проконсультироваться со специалистом.

[Подключить от 199Р/мес.](#)

#### CRM-рассылки по базе сервиса «Пакет»

**Суперкешбэк 15% за покупку «Тёма»**

У Пакега новый друг – детское питание «Тёма» с повышенным кешбэком 15%. Успейте воспользоваться самым выгодным предложением: персональное мясное пюре и другие продукты до 15 октября.

Продукты «Тёма» дарит кешбэк 15%. Брать и получать, не пропуская и на детские площадки, чтобы малыши всегда были счастливы.

**Как получить суперкешбэк?**

1. Покупайте питание «Тёма» в Перекрёстке до 15.10 по карте X5 Мульти и в магазинах Пакет. Биотворог, биолакт, мясное пюре и биолакт – весь список товаров вы можете посмотреть здесь.
2. Кешбэк 15% будет начислен на карту X5 Мульти.

**Мискуйте продукты «Тёма» в течение дня**

- Перед сном
- Добавить в кашу

Почему «Тёма»?

- Натуральные продукты
- Питание с 6 месяцев
- 17 витаминов и минералов
- Высокая питательность



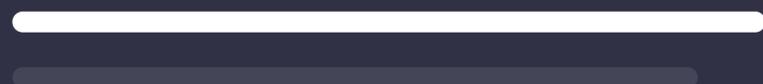
## 62,6%

Доля инкрементального РТО от совокупного РТО за первые 2 месяца акции



## +9,96%

Инкрементальный эффект по среднему РТО на участника акции за первые 2 месяца



## ×2

Выросло среднее количество чеков с товарами партнёра на покупателя бренда в акционный период по сравнению с доакционным



## 60,5%

участников акции стали новыми покупателями бренда за первые 2 месяца акции



## 38,4%

участников акции стали новыми в категории акционных товаров за первые 2 месяца акции



## 22,0%

участников акции переключились с товаров-конкурентов за первые 2 месяца акции

