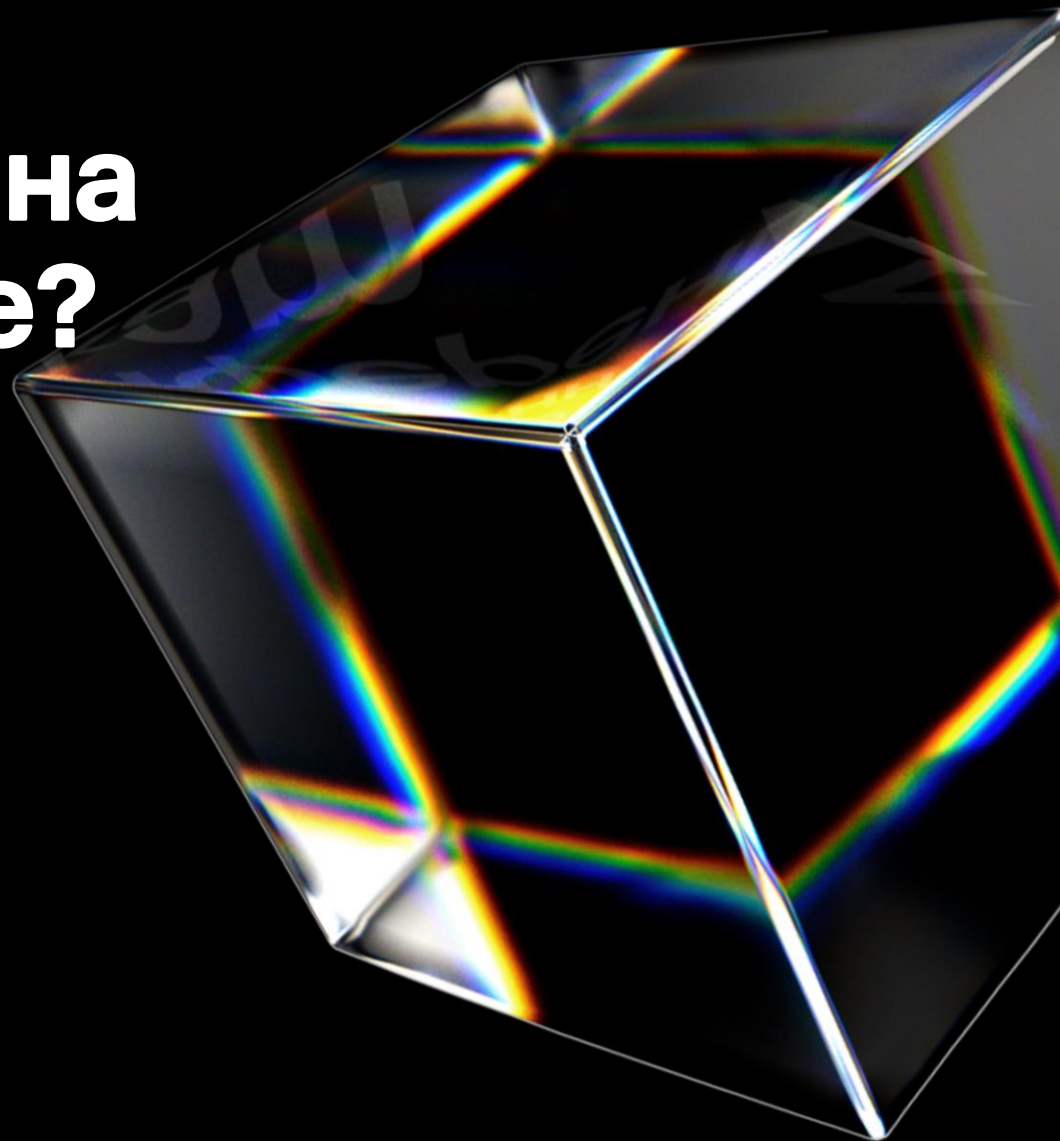


# Как увеличить рентабельность затрат на продвижение в офлайне?

Data-driven подход на основе  
данных Dialog X5

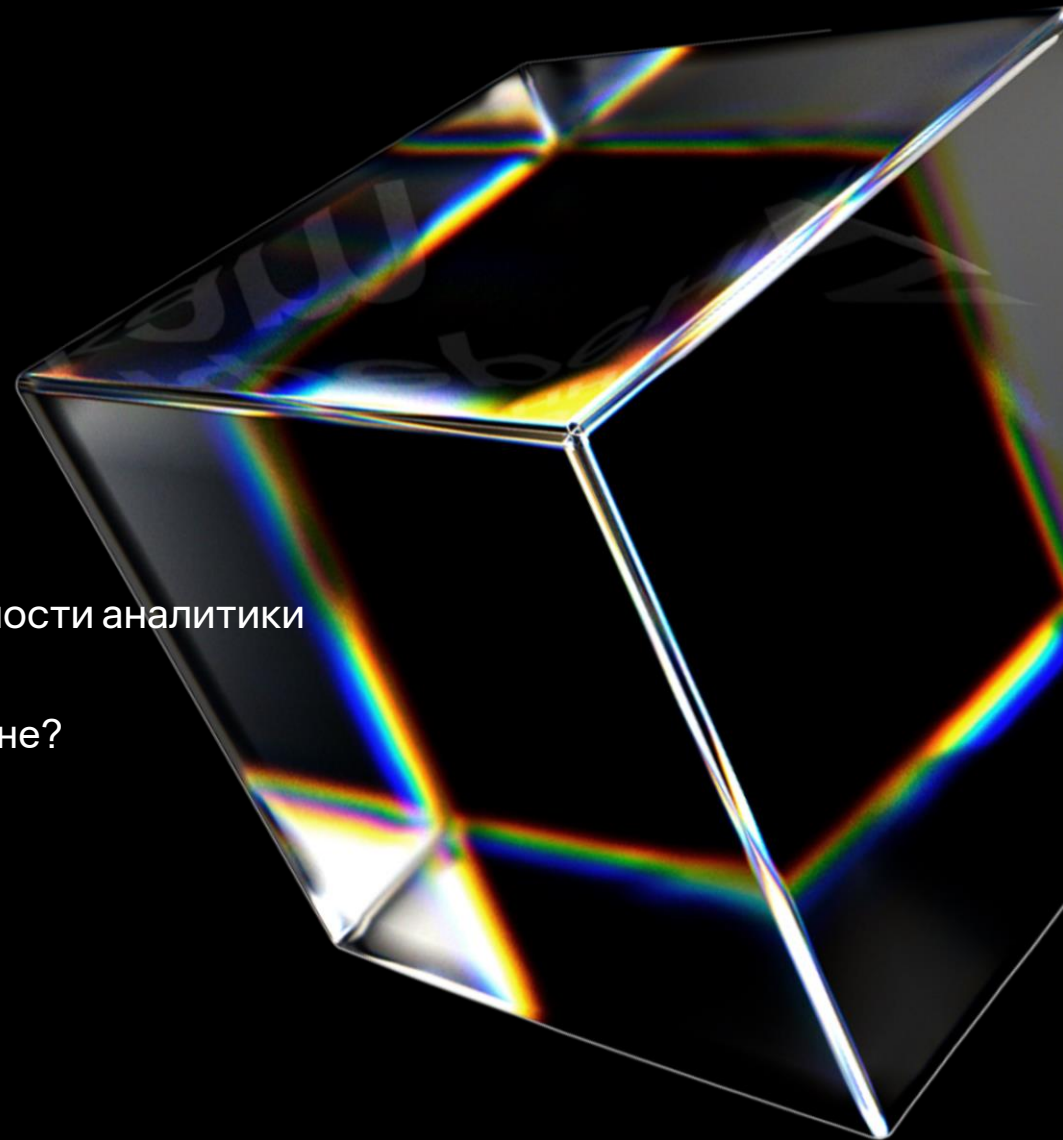


**Наталья Попутникова**  
Ведущий бизнес-консультант,  
Okkam Trade Marketing



## Поговорим сегодня:

- 1 Okkam Trade Marketing – кто мы?
- 2 Роль данных в решении бизнес-задач бренда
- 3 Playbook - интерактивный гайд по Instore продвижению и возможности аналитики
- 4 Retail Media Calculator - как максимизировать ROI кампаний в офлайне?



**29 лет** **>1400**  
на рынке России сотрудников

**Оккам в топ-3 7  
коммуникационных  
групп по объему  
медиабаинга**

**Mera и OOM в топ-5 7 агентств  
по объему медиабаинга**

**Traffic №1 7 среди комплексных  
диджитал-агентств в РФ**

**OKS Labs в топ-10 7  
консалтинговых компаний**

**Easy Commerce в топ-3 7  
лучших компаний по работе  
с маркетплейсами**

**Победители**



**Медиа  
и коммуникации**

Конвертируем потенциальную аудиторию в лояльных покупателей, которые приносят прибыль и остаются с брендом надолго

**mera° IKS oom traffic**

**Трейд-маркетинг**

Проводим 360-анализ брендов и категорий в каменной рознице, активируем эффективный микс инвентаря ритейл-медиа

**OKKAM TRADE MARKETING**

**Устойчивое  
развитие**

Помогаем брендам и НКО делать качественные проекты в области устойчивого развития

**Better**

**OKKAM**  
группа компаний

**Креатив**

Через креативную осознанность усиливаем эффективность коммуникаций бренда в медиа и нон-медиа-каналах

**OKKAM CREATIVE**

**E-Commerce**

Помогаем строить простую, понятную и максимально эффективную работу с маркетплейсами и онлайн-ритейлерами

**easy (commerce)**  
технологический партнер Оккам

**MarTech**

Внедряем маркетинговые технологии в ваши бизнес-процессы. А еще разрабатываем собственные IT-продукты для автоматизации медиапланирования, закупок и отчетности по рекламным кампаниям

**OKKAM MARTECH**  
**x1Suite**  
by OKKAM

**Консалтинг**

Предоставляем профессиональные решения для бизнеса — от управленческого консультирования и функциональных стратегий до корпоративных финансов и M&A

**OKS LABS**  
by OKKAM

# Предлагаем комплексное end-to-end решение



## Консалтинг

Бизнес консалтинг  
сопровождение на  
каждом этапе  
взаимодействия



## Единый источник

Агрегатор данных по  
чекам, логистике и  
данным покупательского  
поведения в ритейле,  
обогащение данных



## 360 поддержка

Интеграция планов  
поддержки бренда в  
трейд и медиа



## Навигация в RM

Гайд по инвентарю и  
возможностям  
аналитики



## Партнерство

Совместное создание  
продуктов по  
аналитике под бизнес  
задачи клиента



## Биг Дата экспертиза

Сильная команда Data  
Science аналитиков  
для построения  
моделей и отчетов



## Баинг

Закупка любого  
инвентаря Retail Media с  
реко по миксу и замером  
эффекта



## Аналитика РК

Пре/пост аналитика с  
примерами релевантных  
для пользователя кейсов  
и бенчмарков



## Результативность

Рост ROI при снижении  
костов и увеличении  
прибыли от применения  
data-driven подхода

Ключевую роль в успешном решении задач компании играют данные. Мы предлагаем комплексный подход по работе с данными.

Бизнес-задачи по направлениям:

Trade marketing

CatMan

Brand marketing

Media

## ТРЕЙД-МАРКЕТИНГ ОККАМ

Данные

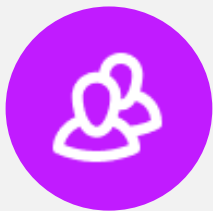
Ресурсы

Наш опыт поможет:

1	+	+	▪ усилить вашу экспертизу рыночными бенчмарками и провести тесты
2	+	-	▪ дополнить данные рекомендациями по вашим бизнес-задачам
3	-	+	▪ закупить оптимальный микс аналитики и внедрить его в ваши бизнес процессы
4	-	-	▪ начать зарабатывать больше с применением data driven подхода

# В 2023 году мы предложили клиентам **Framework** - подход системной работы с покупателями в трейд-маркетинге

## Покупательская аналитика



Применение широкого перечня инструментов по анализу покупательского поведения

- Кластеризация по группам\* и ТТ
- Профилирование и склонность
- Динамика метрик и Gain&Loss

\*на основе покупательского поведения

## Бизнес применимость



Интерпретация данных для постановки корректных бизнес целей и коммуникации

- Постановка KPIs по кластерам
- Реко по коммуникации
- Кросс-промо

## Trade Marketing микс



360 активация кластеров на основе покупательского поведения через Digital, CVM и instore, вкл. аудио, видео и POSM

- Тестирование гипотез
- Расчет эффективного микса
- Мониторинг активаций

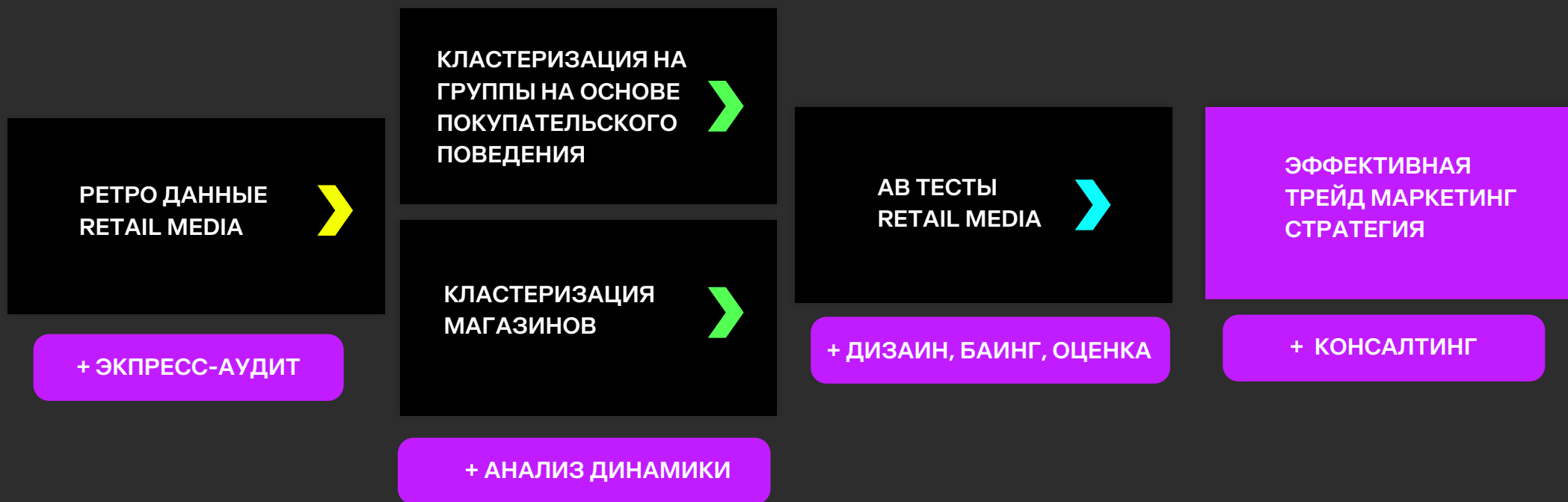
## LTV эффект



Оценка краткосрочного и долгосрочного эффекта от Retail Media воздействия

- SL по активациям
- Разметка Retail Media
- Замер долгосрочного эффекта

# Команда Trade Marketing помогает брендам создавать эффективные кампании на основании данных



# Для эффективного продвижения брендов нужно решить множество вопросов

---

Какие инструменты продвижения существуют и отвечают задачам бренда?

Какие инструменты продвижения работают эффективнее?

Какая аналитика подойдёт под задачи бренда?

Каковы рыночные и категорийные бенчмарки?

Как использовать полученную аналитику?

Как рассчитать потенциал продаж и использовать его?

**АНАЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ + ЭКСПЕРТИЗА ОККАМ ДАЮТ ОТВЕТЫ НА ЭТИ ВОПРОСЫ**

**Playbook - интерактивный гайд по Retail инструментам**

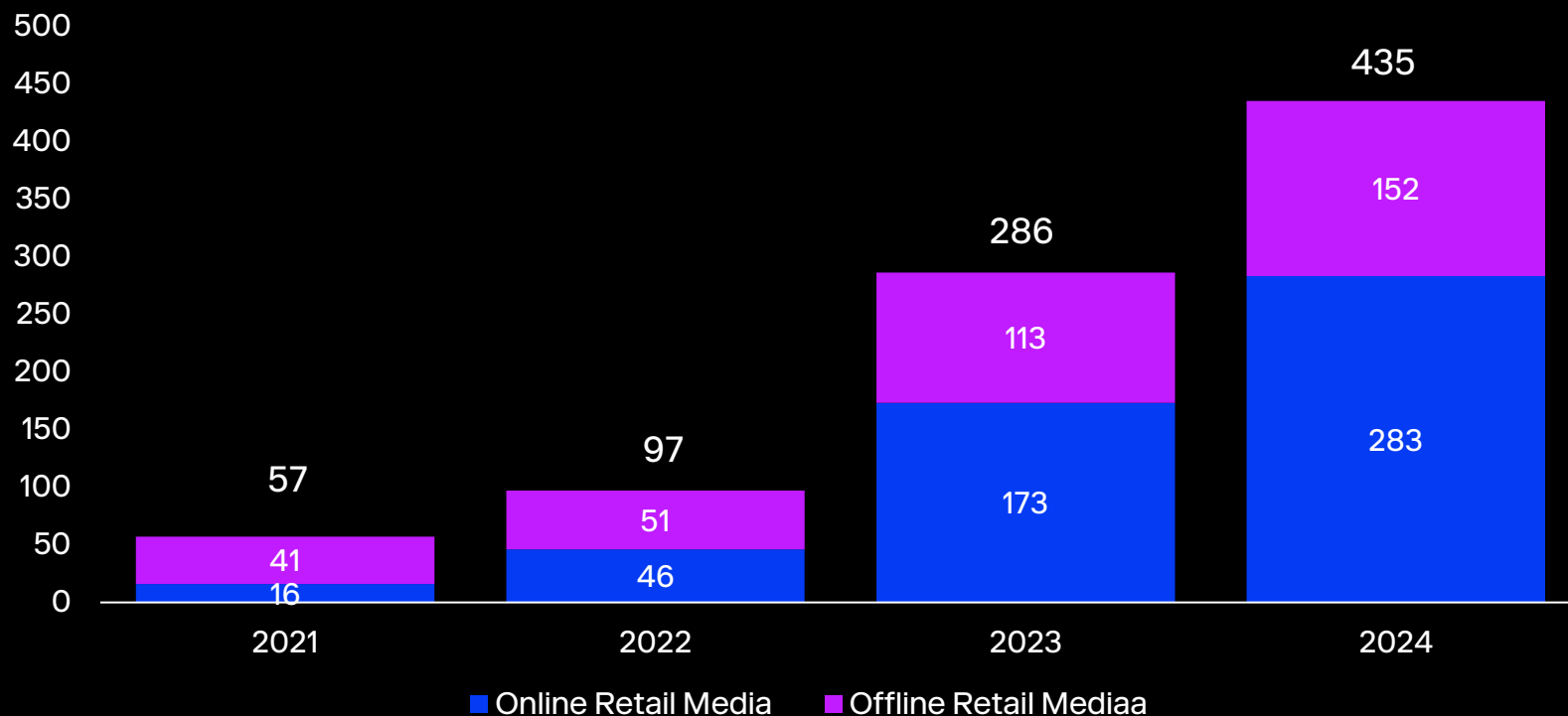
**Калькулятор эффективности Retail инструментов**



# Playbook - интерактивный гайд по Instore продвижению и ВОЗМОЖНОСТИ аналитики

# Объем рынка Retail Media в 2024 достигнет 435 млрд. рублей.

Retail Media (млрд. рублей)

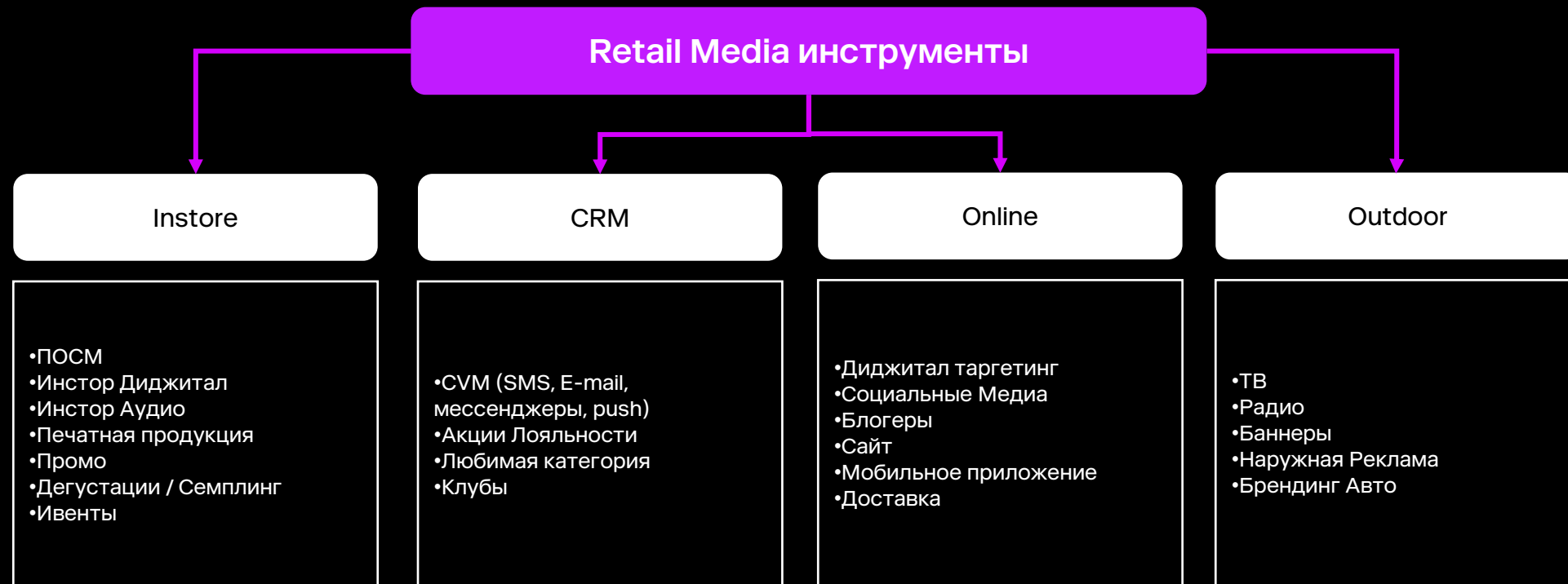


200+  
Замолчавших брендов

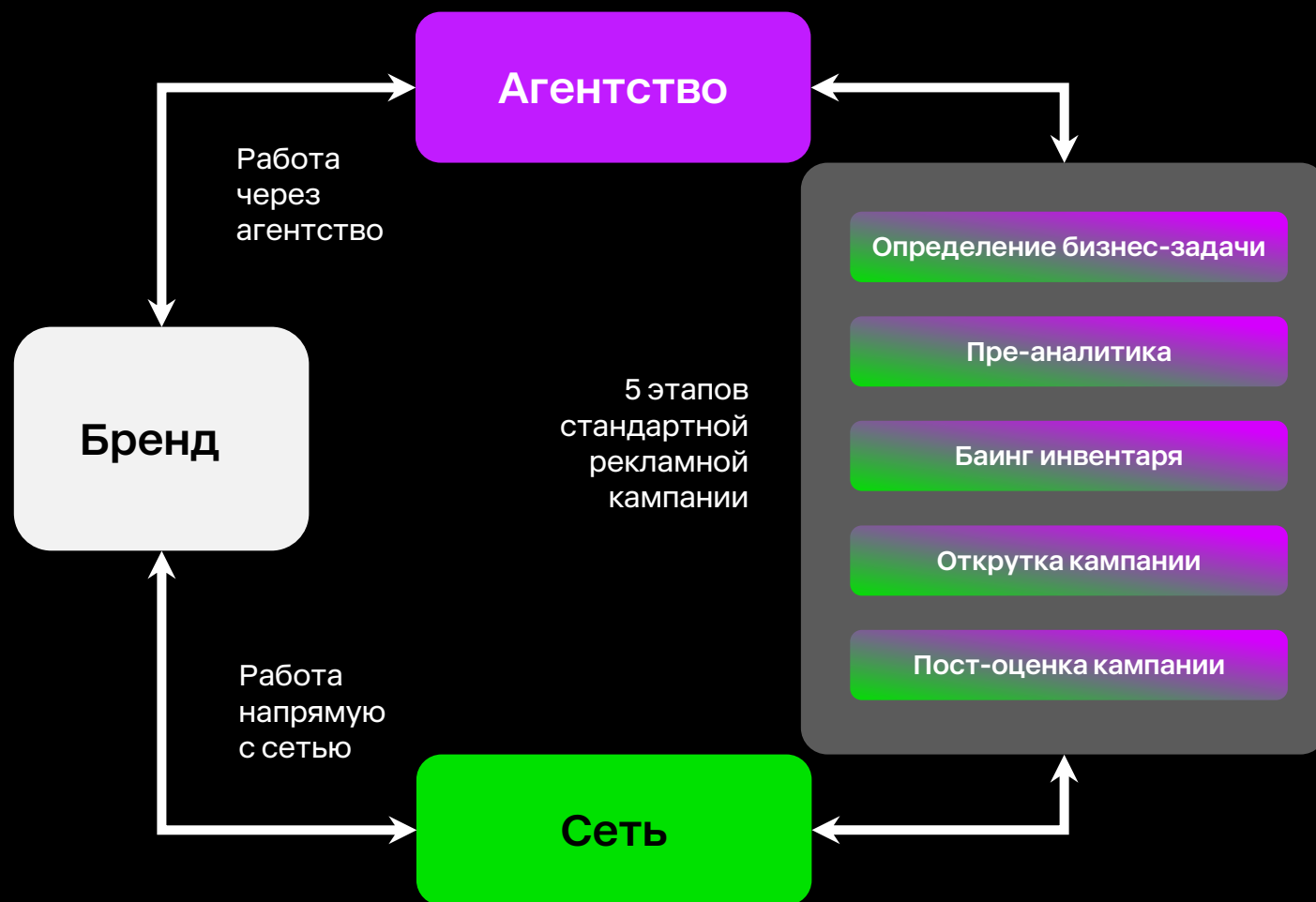
80%+  
чеков по картам  
лояльности

80+ млн  
активных покупателей

Не существует единого определения Retail инструментов, но в широком смысле это - любая реклама, размещенная на офлайн и онлайн площадках сетей



# Работа с Retail Media инструментами для брендов может строиться напрямую с сетью или через агентство



## Продукты X5 Dialog

- Изучение покупательского поведения
- Анализ категории
- Анализ конкурентов

Insights

Customer Profiling

- Инвентарь X5
- Таргетинг на данные X5

Targeting. Digital

X5 Media

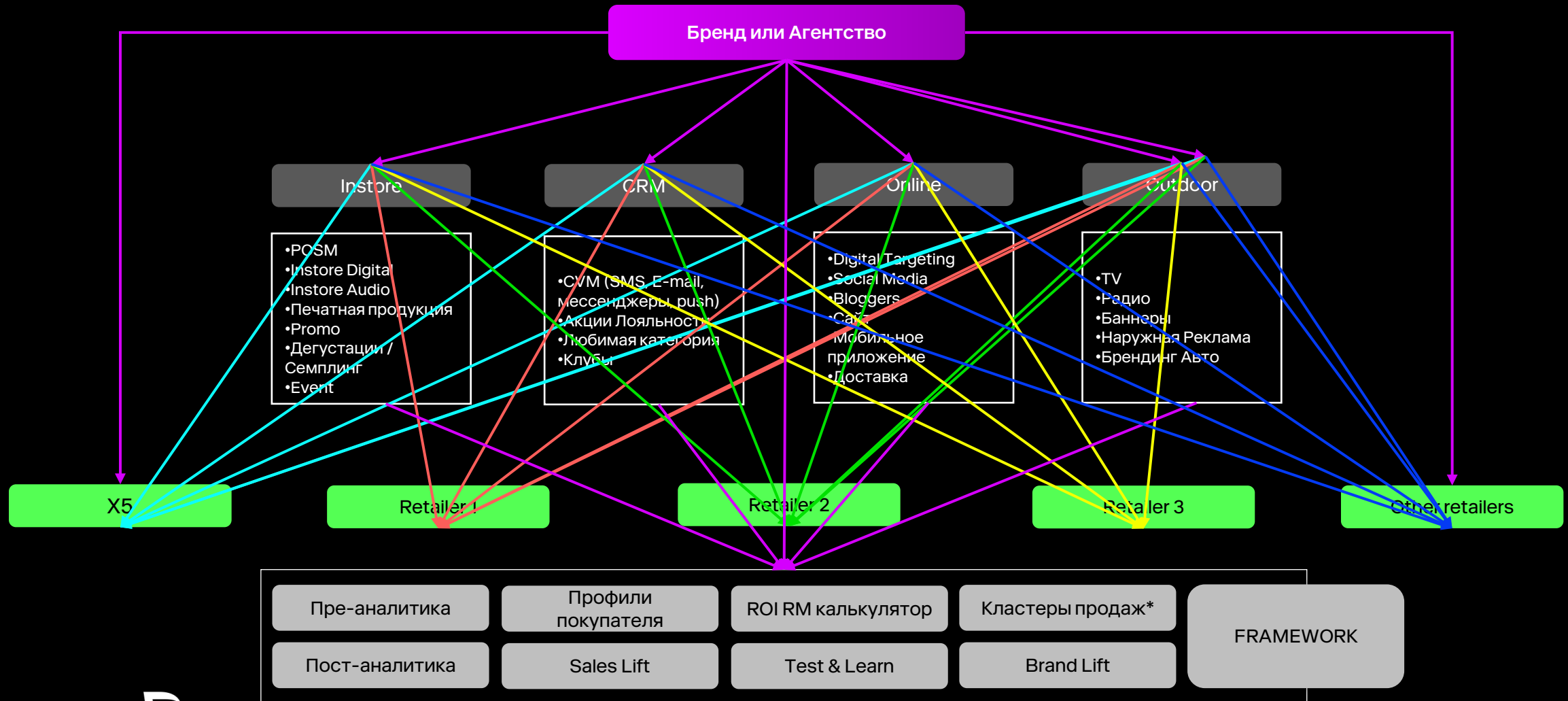
- Построение отчетов по различным рекламным инструментам

Sales Lift

Опросы

Test&Learn

# Мы предлагаем единое операционное окно, унифицированную методологию оценки и экспертизу на базе данных



# Playbook применяет сценарный подход в работе с инструментами и доступной аналитикой, рассматривая **650+ комбинаций** в зависимости от **ВВОДНЫХ КЛИЕНТА**

**Шаг 1.** Клиент определяет вводные 10 параметров

Контекст

Тип промо

Тип клиента

Сеть

Бизнес задача

Инвентарь

Тип коммуникации

Аналитика

Тип ассортимента

Бюджет

**Шаг 2.** В зависимости от бизнес-задачи клиент выбирает

Базовый уровень:

Баинг инвентаря

Продвинутый уровень:

Пре-аналитика

Пост-аналитика

Framework

Retail Media  
Calculator

▪ Brand Lift

▪ Sales Lift

▪ Test & Learn

+ консалтинг ТМ Okkam

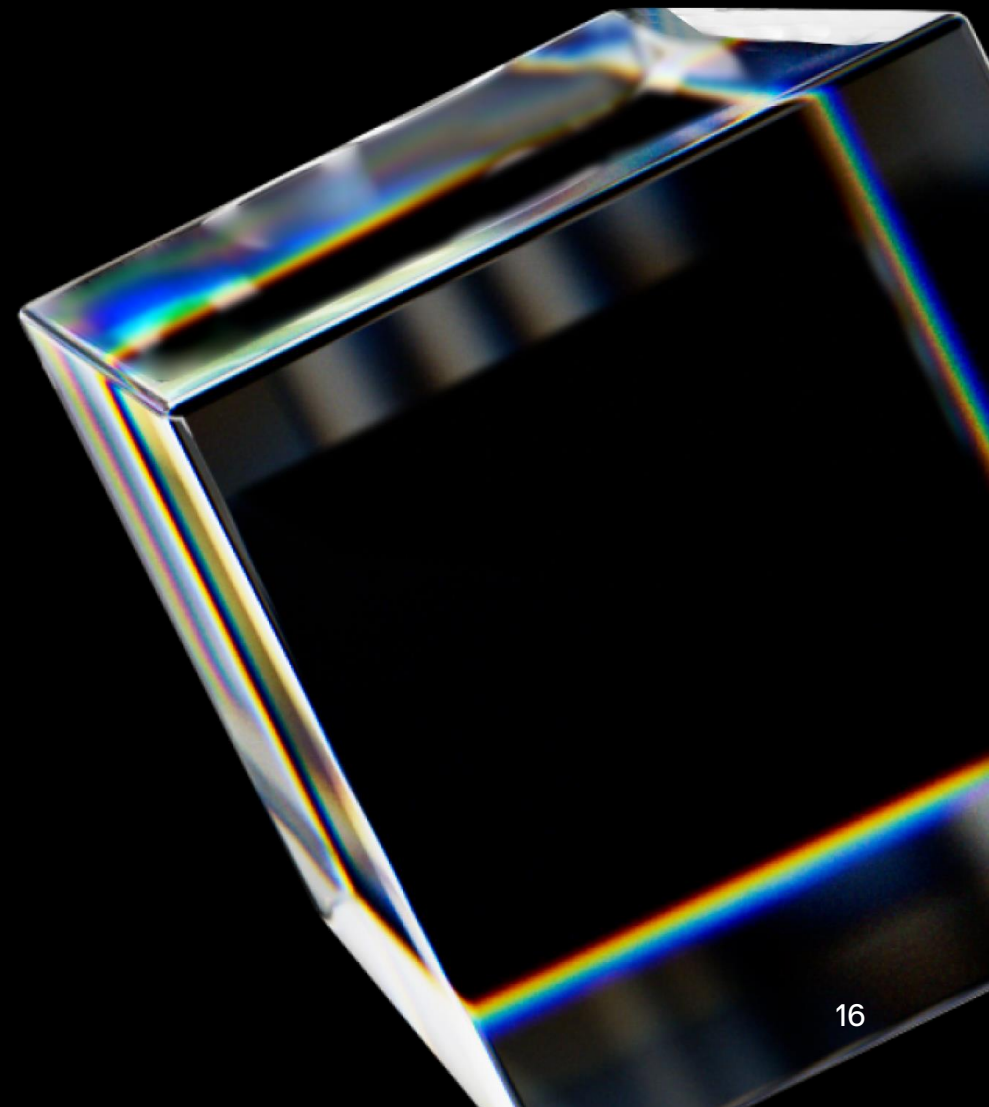


**Релиз Playbook 1.0  
запланирован 31 октября**

**Получайте Playbook по запросу на  
TradeMarketing@okkam.ru и  
подписывайтесь на обновления!**



# In-store Retail Media калькулятор - как максимизировать ROI кампаний в офлайне?

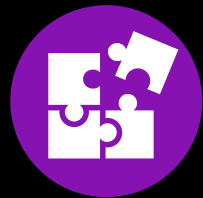




# Retail Media калькулятор - строит максимально эффективный микс Instore инструментов



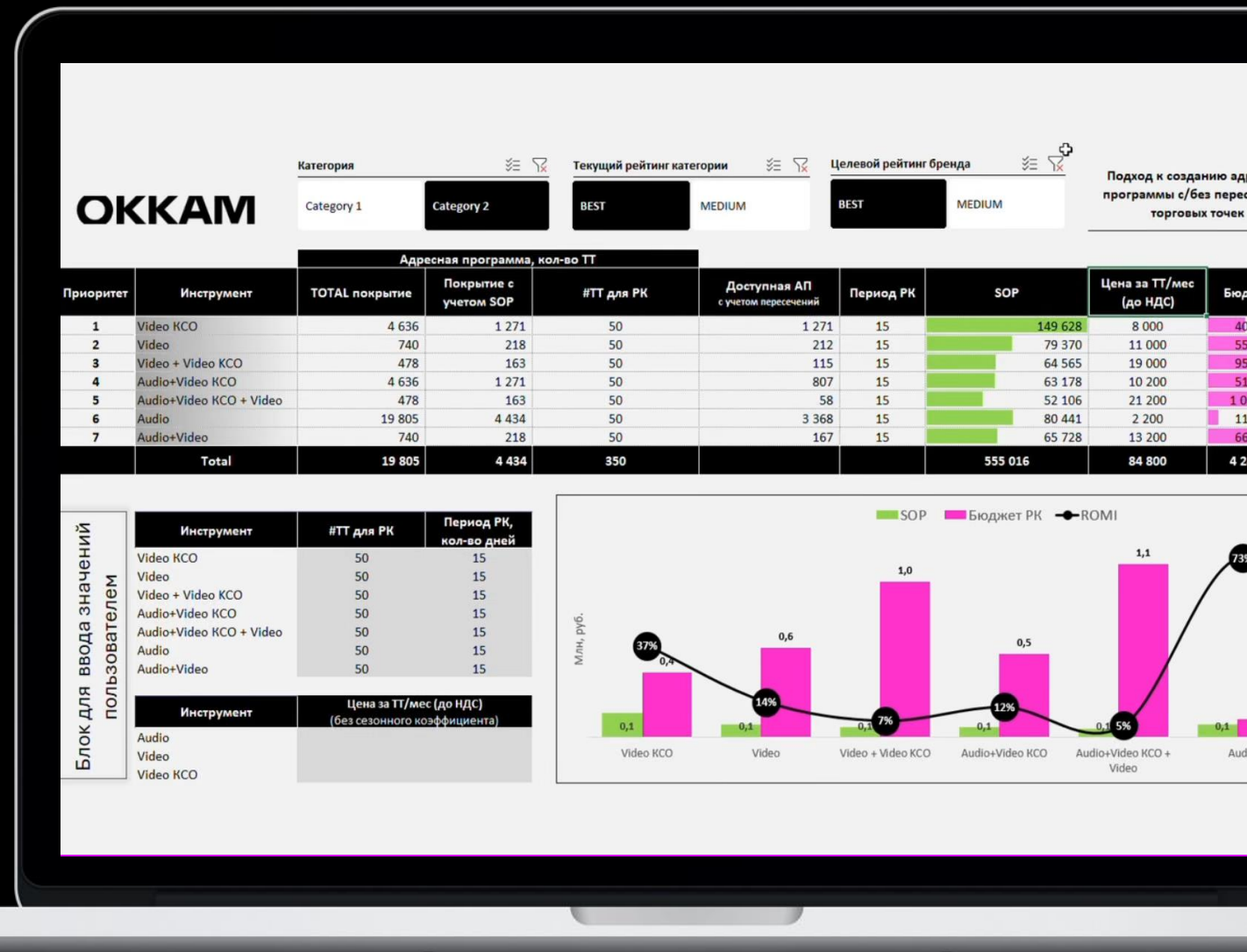
User-friendly интерфейс



Возможность кастомизации



Уникальный продукт на рынке

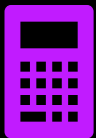


# Какие бизнес-задачи мы решаем?

---



**Оцениваем**  
размер упущенных продаж



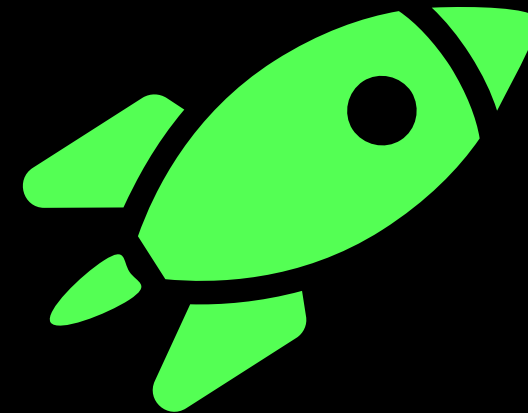
**Прогнозируем**  
эффективность рекламных кампаний



**Подбираем**  
оптимальный микс инструментов

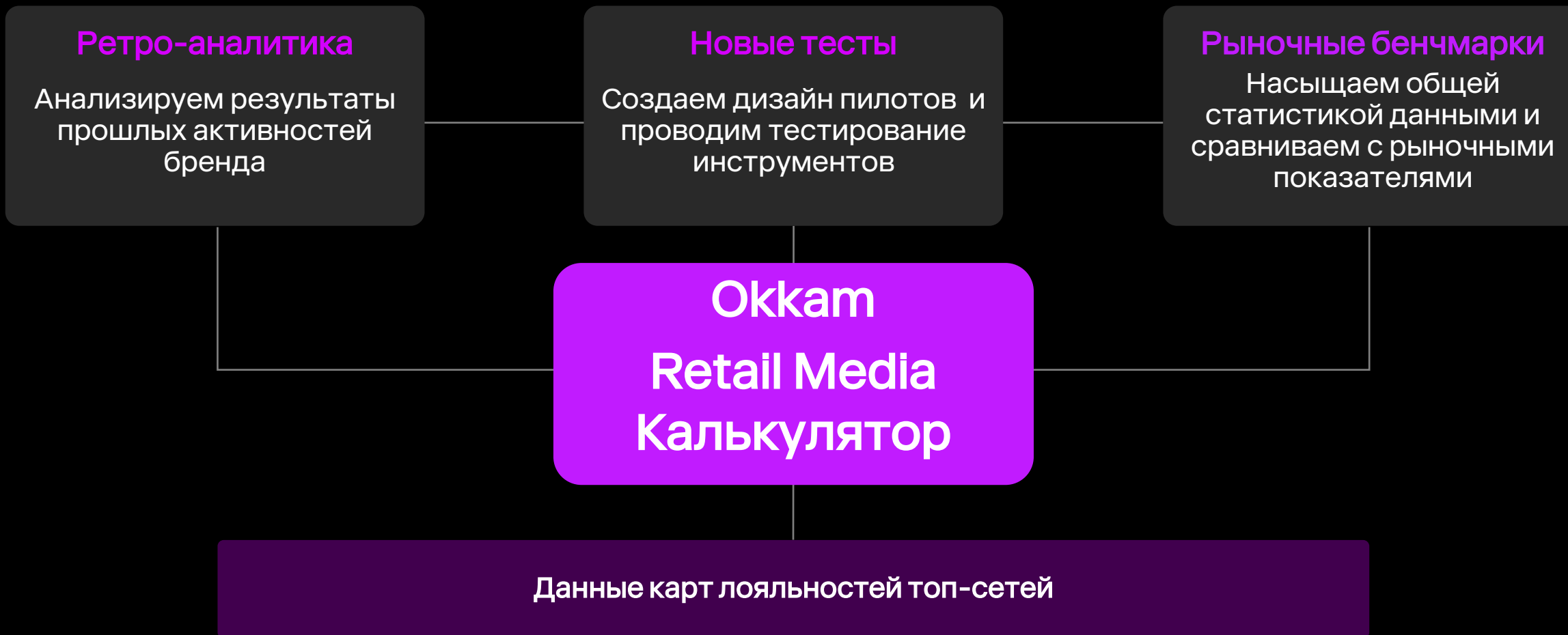


**Создаем**  
адресную программу для активации



**Увеличиваем**  
эффективность активаций в instore

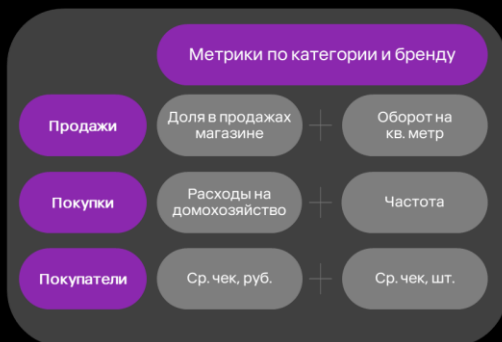
# Какие источники данных мы используем?



# Как работает Retail Media калькулятор?

## Шаг 1 ABC-ранжирование и определение рейтинга ТТ

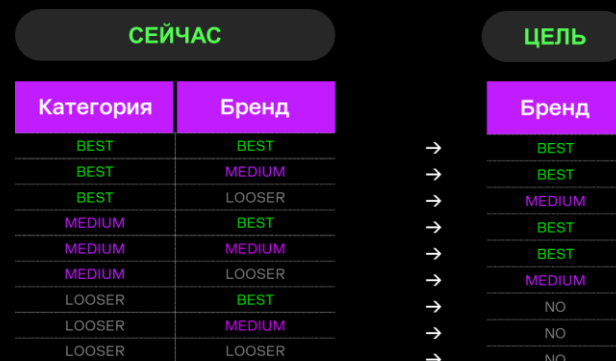
Объединяем метрики в группы параметров:



Получаем таблицу с рейтингом ТТ:

РЕЙТИНГ	ПРОДАЖИ	ПОКУПКИ	ПОКУПАТЕЛИ	TOTAL SCORE
AAA	A	A	A	BEST
AAB	A	A	B	BEST
AAC	A	A	C	MEDIUM
ABA	A	B	A	BEST
ABB	A	B	B	MEDIUM
ACA	A	C	A	MEDIUM
ACB	A	C	B	MEDIUM
ACC	A	C	C	MEDIUM
BAA	B	A	A	BEST
BAB	B	A	B	BEST
BAC	B	A	C	MEDIUM
BBA	B	B	A	BEST
BBB	B	B	B	MEDIUM
BCB	B	C	B	LOOSER
BCC	B	C	C	LOOSER
...	...	...	...	...

## Шаг 2 Определение потенциала торговой точки

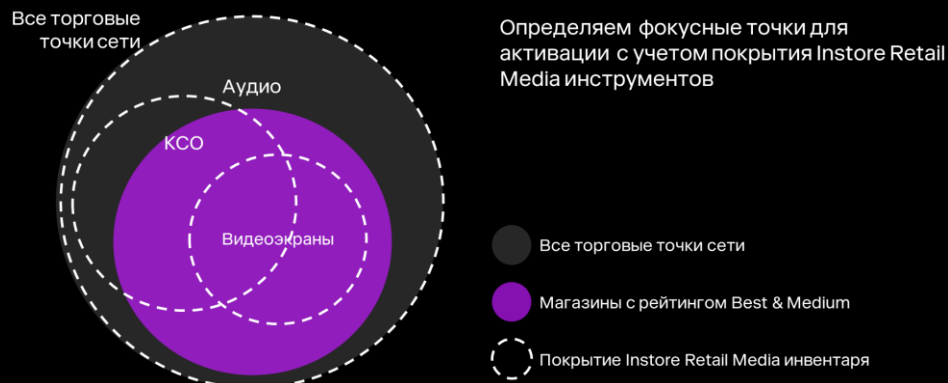


## Шаг 3 Расчет целевых показателей - SIZE OF PRIZE\*



$$\text{SIZE OF PRIZE} = \text{потенциальные продажи} - \text{текущие продажи}$$

## Шаг 4 Синхронизируем с покрытием инструментов



# Шаг 5

## Загружаем данные в калькулятор для дизайна РК

ОККАМ

Подход к созданию адресной программы с/без пересечения торговых точек

Не пересекается

Категория: Category 1, Category 2 | Текущий рейтинг категории: BEST, MEDIUM | Целевой рейтинг бренда: BEST, MEDIUM

Адресная программа, кол-во ТТ

Приоритет	Инструмент	TOTAL покрытие	Покрытие с учетом SOP	#ТТ для РК	Доступная АП с учетом пересечений	Период РК	SOP	Цена за ТТ/мес (до НДС)	Бюджет РК	ROMI
1	Video KCO	4 636	1 271	50	1 271	15	149 628	8 000	400 000	37%
2	Video	740	218	50	212	15	79 370	11 000	550 000	14%
3	Video + Video KCO	478	163	50	115	15	64 565	19 000	950 000	7%
4	Audio+Video KCO	4 636	1 271	50	807	15	63 178	10 200	510 000	12%
5	Audio+Video KCO + Video	478	163	50	58	15	52 106	21 200	1 060 000	5%
6	Audio	19 805	4 434	50	3 368	15	80 441	2 200	110 000	73%
7	Audio+Video	740	218	50	167	15	65 728	13 200	660 000	10%
Total		19 805	4 434	350			555 016	84 800	4 240 000	-

Блок для ввода значений пользователем

Инструмент	#ТТ для РК	Период РК, кол-во дней
Video KCO	50	15
Video	50	15
Video + Video KCO	50	15
Audio+Video KCO	50	15
Audio+Video KCO + Video	50	15
Audio	50	15
Audio+Video	50	15

Инструмент	Цена за ТТ/мес (до НДС) (без сезонного коэффициента)
Audio	
Video	
Video KCO	

Инструмент	SOP	Бюджет РК	ROMI
Video KCO	0,1	0,4	37%
Video	0,1	0,6	14%
Video + Video KCO	0,1	1,0	7%
Audio+Video KCO	0,1	0,5	12%
Audio+Video KCO + Video	0,1	1,1	5%
Audio	0,1	0,1	73%
Audio+Video	0,1	0,7	10%

# Кейс ТОП-100 поставщик FOOD в Dark Media

## Задача бренда

- Рост эффективности инвестиций - ROI
- Инкрементальный рост продаж - SL
- Снижение стоимости контакта - CPT

Планы и цели по проекту были перевыполнены по всем KPIs: SL, ROI, CPT.

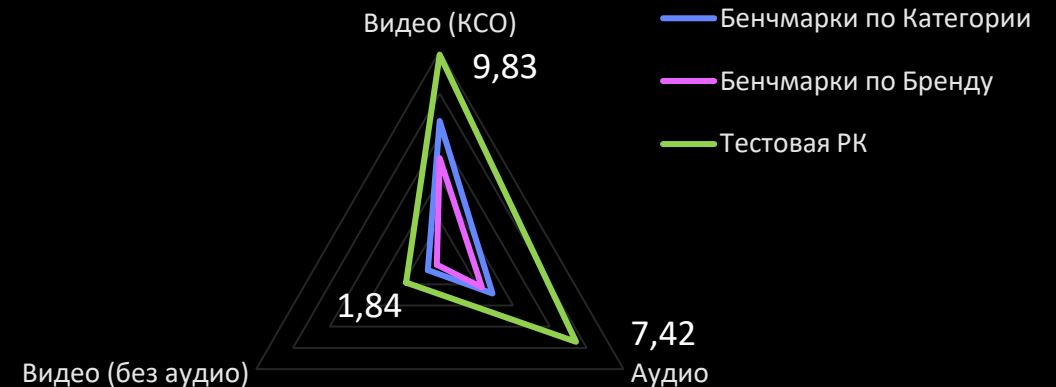
Тестовая РК показала высокий ROI к целям клиента и бенчмаркам по Категории и Бренду.

Все форматы Retail Media показали приросты ROI выше бенчмарков, самый высокий ROI – KCO (+9,83)

Результаты к целям и бенчмаркам по категории и бренду

	Цель	Разница к бенчмаркам	
		по категории	по бренду
Sales lift, руб, п. п.	8	8,76	18,27
ROI рост	1,30	3,87	3,92
CPT	-30%	-61%	-58%

Сравнение ROI по форматам RM



# Мы использовали **подход Okkam Framework** и провели анализ «что если» по рекламным кампаниям клиента за 2023-2024

Расчёт «упущенных продаж» построен на ретро-анализе по 10 + рекламных кампаний по Бренду на базе Retail Media калькулятора по шагам:

- Gain & Loss анализ по кластерам
- Динамика и вклад метрик по кластерам
- Кластеризация магазинов по ЦА
- Генерация гипотез для тестирования
- Корректный дизайн тестов
- Оценка SOP по Retail Media

	Sales Lift, руб, п.п.	ROI	CPT
ЦЕЛЬ	2 -> 4	1->1,3	-30%
РАЗНИЦА *	+8,06	+1,65	-65%
ИНКРЕМЕНТАЛЬНЫЕ ПРОДАЖИ			+38%

# Предлагаем идеальную формулу по достижению wow-результатов активаций в офлайн

---



Готовый  
аналитический  
инструмент



Экспертиза  
команды



Уникальная  
методология



**WOW**  
**РЕЗУЛЬТАТ**



**Готовы увеличивать ROI рекламных кампаний?**

**Отправляйте запрос на  
TradeMarketing@okkam.ru и  
подписывайтесь на обновления!**



# Спасибо!

TradeMarketing@okkam.ru

