



**Цифровая  
КОММУНИКАЦИЯ  
в offline-store**

**НАТАЛЬЯ ЛОБАНОВА**  
**Маркетинг «Пятёрочка»**

# Мы создали качественный продукт indoor-рекламы



## Единая Система Управления Медиаконтентом (ЕСУМ) – это

цифровая платформа, процесс и набор девайсов, что в комплексе:

- для Гостя создает более удобный канал коммуникации (real-time);
- для Бизнеса предоставляет возможности для монетизации трафика.



# Портрет гостя



Мы знаем кто наш гость,  
составили точную сегментацию из 13 персон



до 21 года

- Состоятельные студенты
- Экономные студенты



22-35 лет

- Состоятельные молодые семьи с детьми
- Состоятельная молодежь без детей
- Экономная молодежь с вредными привычками
- Экономная ЗОЖ-молодежь



36-45 лет

- Экономные взрослые без детей
- Состоятельные взрослые без детей
- Взрослые папы
- Взрослые мамы



46-60 лет

- Экономные зрелые люди
- Состоятельные зрелые люди

60+ лет

- Пенсионеры

**18 500**  
МАГАЗИНОВ

**68%** ЖЕНЩИН  
**32%** МУЖЧИН



**7 раз в месяц**  
совершают покупки



**21 мин**  
продолжительность визита

## Наш трафик:

**250 тыс**  
сотрудников

**15 млн**  
покупателей  
в день

**72 млн**  
покупателей  
в квартал

**19 700**

рекламных устройств  
по всей торговой сети

**18 500**

радиоточек  
в 3 083 населённых  
пунктах

**1 200**

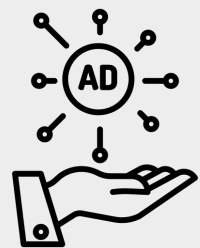
видеоэкранов  
в двух городах

# Яркие LED-экраны в витринах



Поверхности отлично работающие на внешний трафик.  
В магазине установлено по 2 экрана

**67 магазинов**  
**134 LED-экрана**



Рекламная кампания:  
1 мес., 1 магазин  
15 сек., ролик без звука  
30 выходов в час



# Дисплеи

Дисплеи охватывают всю аудиторию магазина – они находятся в зоне ожидания людей на уровне их взгляда

**516 магазинов**  
**1 000 дисплеев**



Рекламная кампания:  
1 мес., 1 магазин  
15 сек., ролик без звука  
30 выходов в час

Хронометраж ролика, кол-во выходов, период размещения настраиваются под запрос клиента



# Экраны в зоне ФРОВ



LED-экраны ФРОВ - это, то, что никогда не останется незамеченным  
Экраны только в С-Петербурге

7 магазинов  
14 дисплеев

Рекламная кампания:

1 мес., 1 магазин

15 сек. ролик без звука

30 выходов в час

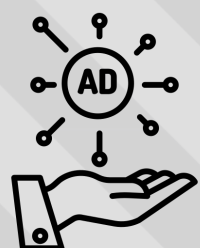


# Экраны в зоне алкоголя



Экраны для трансляции  
алкогольного контента  
Экраны только в С-Петербурге

7 магазинов  
7 дисплеев



Рекламная кампания:  
1 мес., 1 магазин  
15 сек. ролик без звука  
30 выходов в час





# Новые возможности рекламы алкогольных брендов



Средний показатель  
роста РТО СТМ

**63,3**  
п.п.

Охват: 1,7 млн. человек  
в каждой кампании

Рекламируемые бренды СТМ

Игристое Мартиамо  
Игристое Терруар Кубани  
Водка Таинская  
Водка Сибирские корни  
Джин Gletcher  
Пиво Furstkeg

Период рекламной кампании:  
10 февраля – 20 марта 2022 года  
ГЕО: Магазины Санкт-Петербурга

# 84% опрошенных покупателей положительно относятся к рекламе в «Пятёрочке»



Понимаем какие товары  
и в какое время покупаются  
в магазинах.

Эффективно настраиваем кампании  
руководствуясь данными  
о покупательской активности.

Повышаем лояльность брендов и  
покупателей сети.

**50**  
рекламодателей  
разместили  
с начала года

# 44% опрошенных спонтанно назвали бренд Мама-Лама

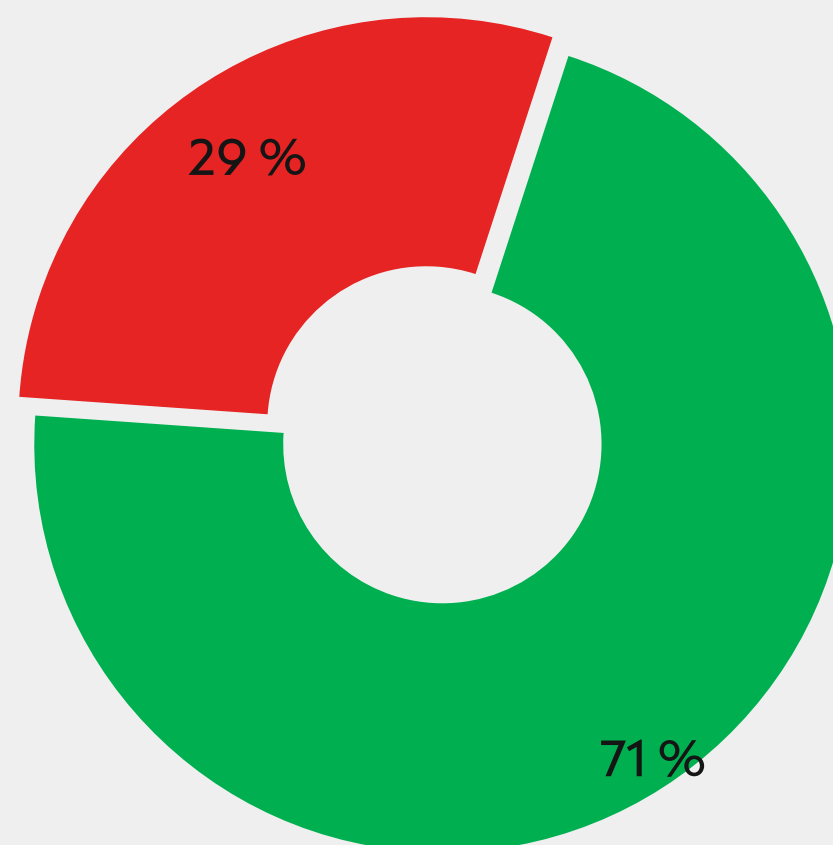


# Мотивация к повторной покупке бренда Мама-Лама выросла в 1,5 раза

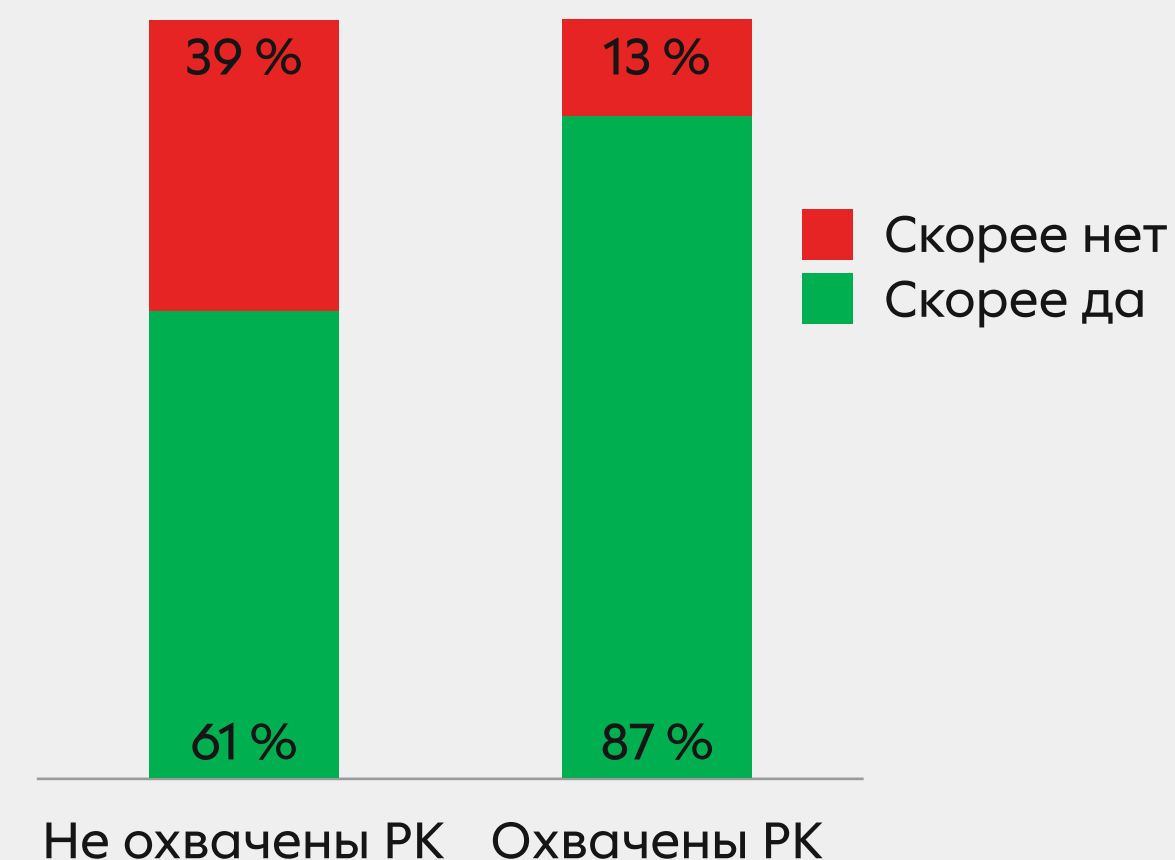


**71% знающих Маму-Ламу готовы покупать продукты этого бренда, среди охваченных рекламой таких в 1,5 раза больше.**

Среди всех знающих бренд



В зависимости от коммуникации с РК





Подключайтесь

[esum.5ka.ru](https://esum.5ka.ru)

