



**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»



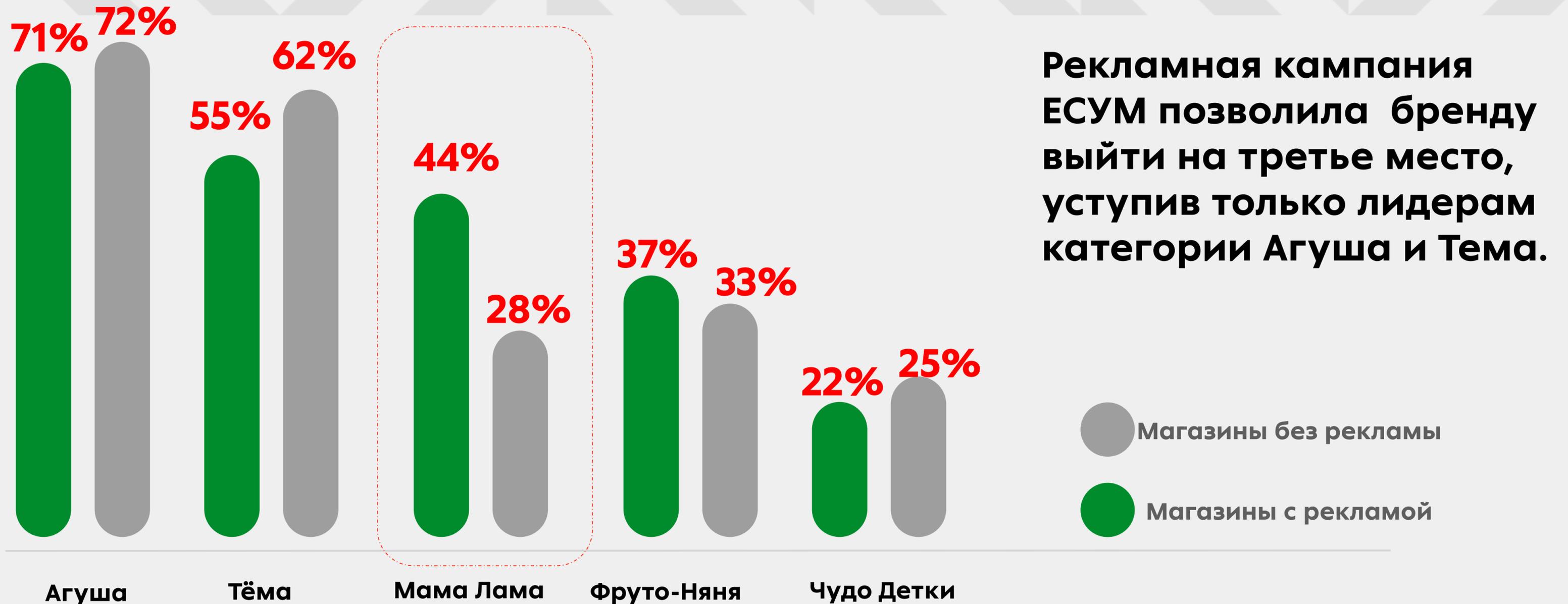
Понимаем какие товары
и в какое время покупаются
в магазинах.

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

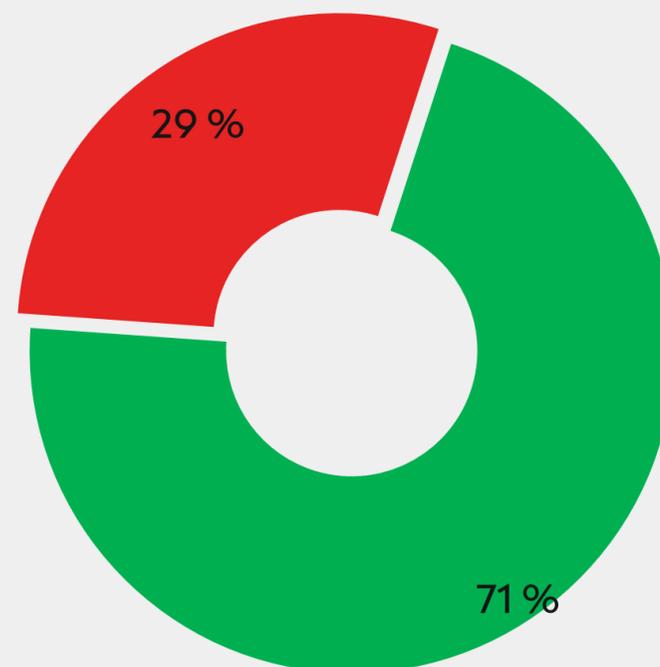


Мотивация к повторной покупке бренда Мама-Лама выросла в 1,5 раза

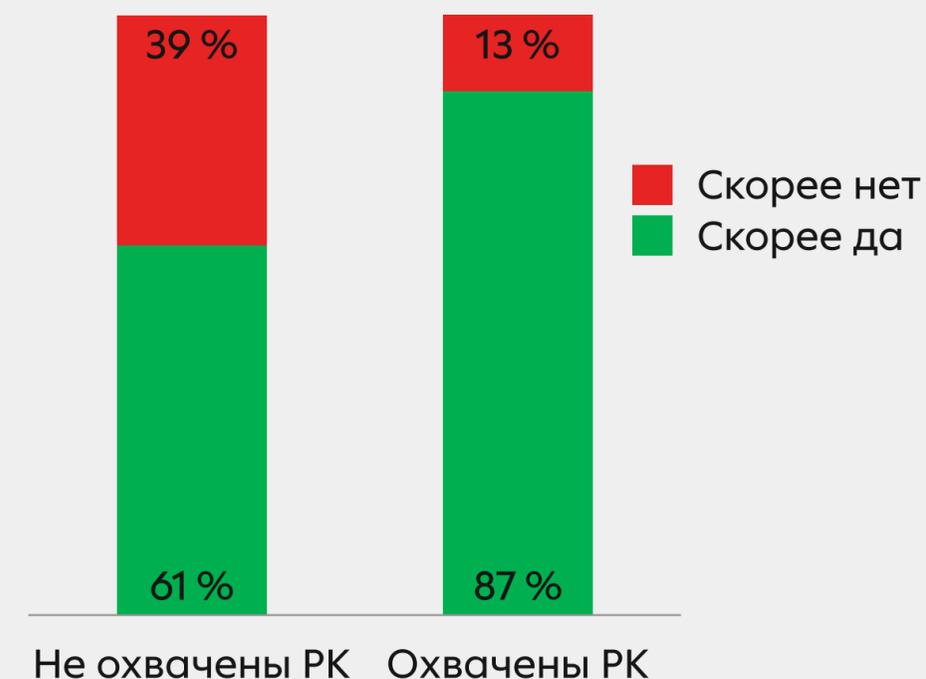


71% знающих Маму-Ламу готовы покупать продукты этого бренда, среди охваченных рекламой таких в 1,5 раза больше.

Среди всех знающих бренд



В зависимости от коммуникации с РК



Данные исследовательского агентства VISION, ноябрь 2021

Хотели бы в следующий раз, когда Вы будете покупать молочную продукцию для детей, купить продукцию бренда Мама Лама?

База: 914 (Знают бренд) / 346 (Охваченные РК) / 568 (Не охваченные РК, знают бренд)



Подключайтесь

esum.5ka.ru

