



retail media



digital

brand

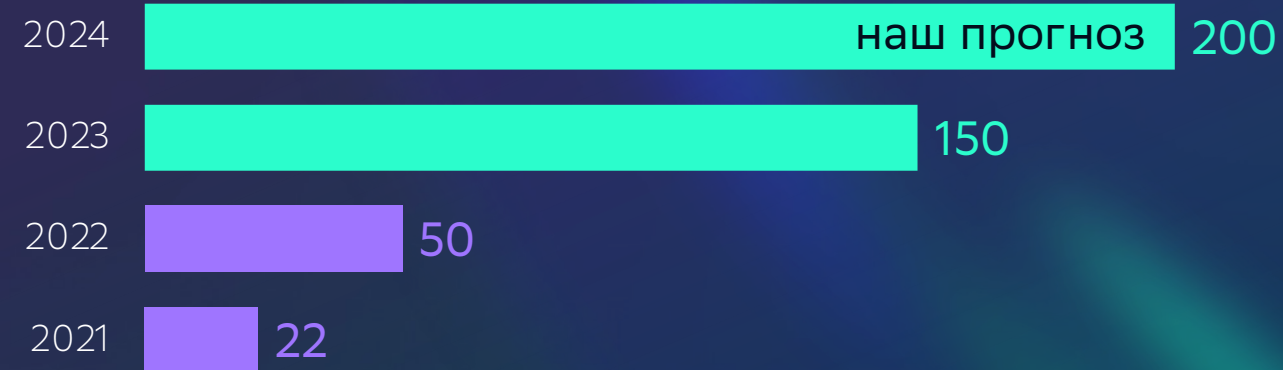
day



 СБЕР МАРКЕТИНГ

Ритейл сегодня и завтра

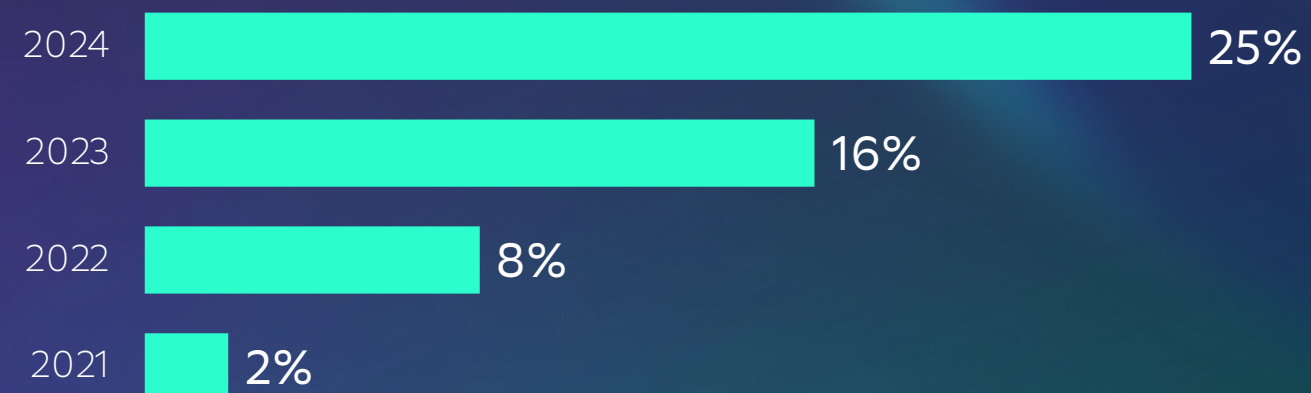
Инвестиции рекламодателей в ритейл*



KPI

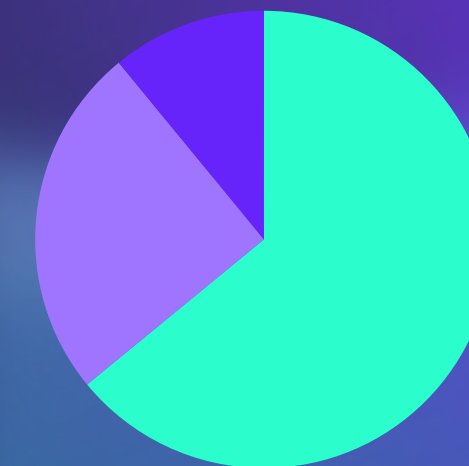


Доля ритейл-медиа в сплите**



Сплит по форматам**

- Баннеры
- Полка
- Click-out



* АРИР, «Объем российского рынка интерактивной рекламы 2023», млрд. руб.

** По данным СберМаркетинга

Эффективность ритейл-медиа в 2023 году

Модели и стоимость закупки

CPM Мегамаркет
CPD СберМаркет
Самокат

CPM Ozon
ожидаем CPC

CPM Авито
CPC

100–250₽ средний наблюдаемый CPM в Retail Media
на уровне или ниже стоимости закупки в классических медиаканалах

Для кого

Инвентарь эффективен почти для любого B2C-клиента, нацеленного на широкую аудиторию

Не подойдет клиентам с CPL
<1000–1300₽

Эффективность

0,5–1%
средний CTR
на Ozon

1–3%
post-click
конверсия Авито

4%
post-view
Авито

* На основе 50+ click-out кампаний для клиентов СберМаркетинга

Эффективная ритейл-стратегия

данные и аналитика

Исследования, сегментация и работа с большими аудиторными данными и трендами

технологии

Фокус на внутренних разработках и tech партнёрствах для повышения эффективности РК

- Мониторинг онлайн полки и конкурентов
- ИИ технологии для eCom

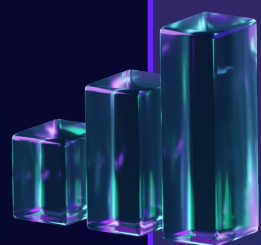
продакшн

Производство контента с помощью ИИ и нейромаркетинга

Лаборатория нейромаркетинга

Индивидуальный подход к каждому сегменту аудитории

Как работает?



Анализ креативов РК

- геометрия
- цвета
- сюжеты
- люди
- семантика



Формирование уникальных покупательских психотипов



Рекомендации по созданию адаптированных креативов



рост CTR, CR от **30%**

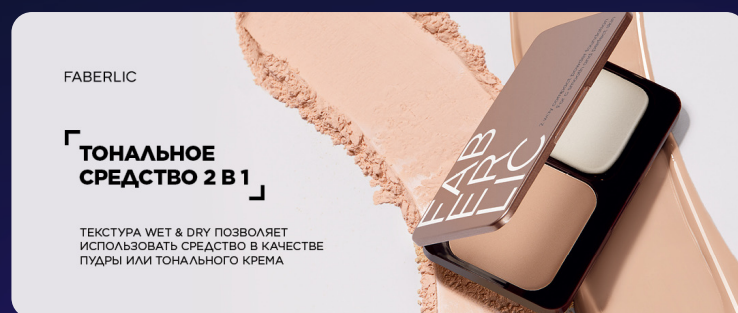
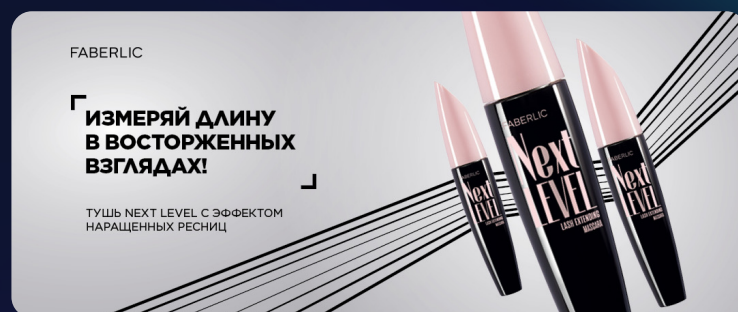


снижение CPL на **20-40%**

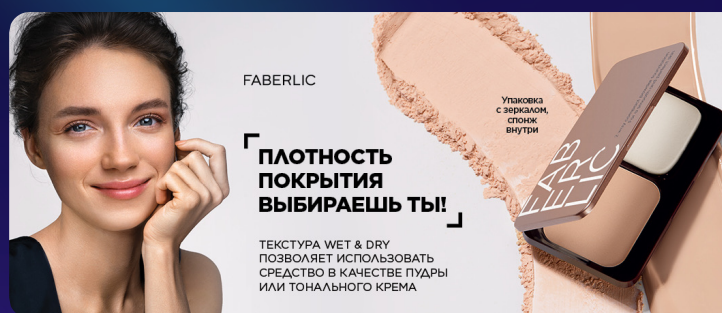
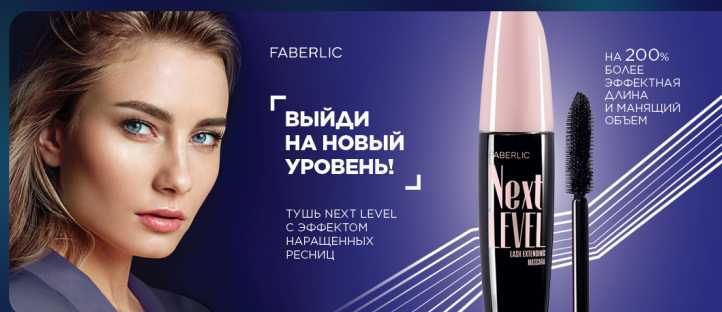


Кейс с Faberlic

стандартные



адаптированные



+14% CTR

+164% CTR



СБЕР МАРКЕТИНГ

остались вопросы?

