



Mobile performance маркетинг eGrocery сервиса в 2023 году

Нуждин Денис

Про спикера



Денис Нуждин

10 лет опыта в маркетинге

8 лет в маркетинге мобильных приложений

Возглавляю маркетинг доставки «Пятёрочки» с 2020 года.

Работал в ABBYY, Otto Group Russia, СберМегаМаркет

Образование:

РЭУ им Плеханова

НИУ ВШЭ

РАНХиГС



Пятёрочка Доставка



Сервис по доставке продуктов из «Пятёрочки» от 30 минут

Входит в топ-10 по обороту в eGrocery

Низкие цены как в магазине и быстрая доставка

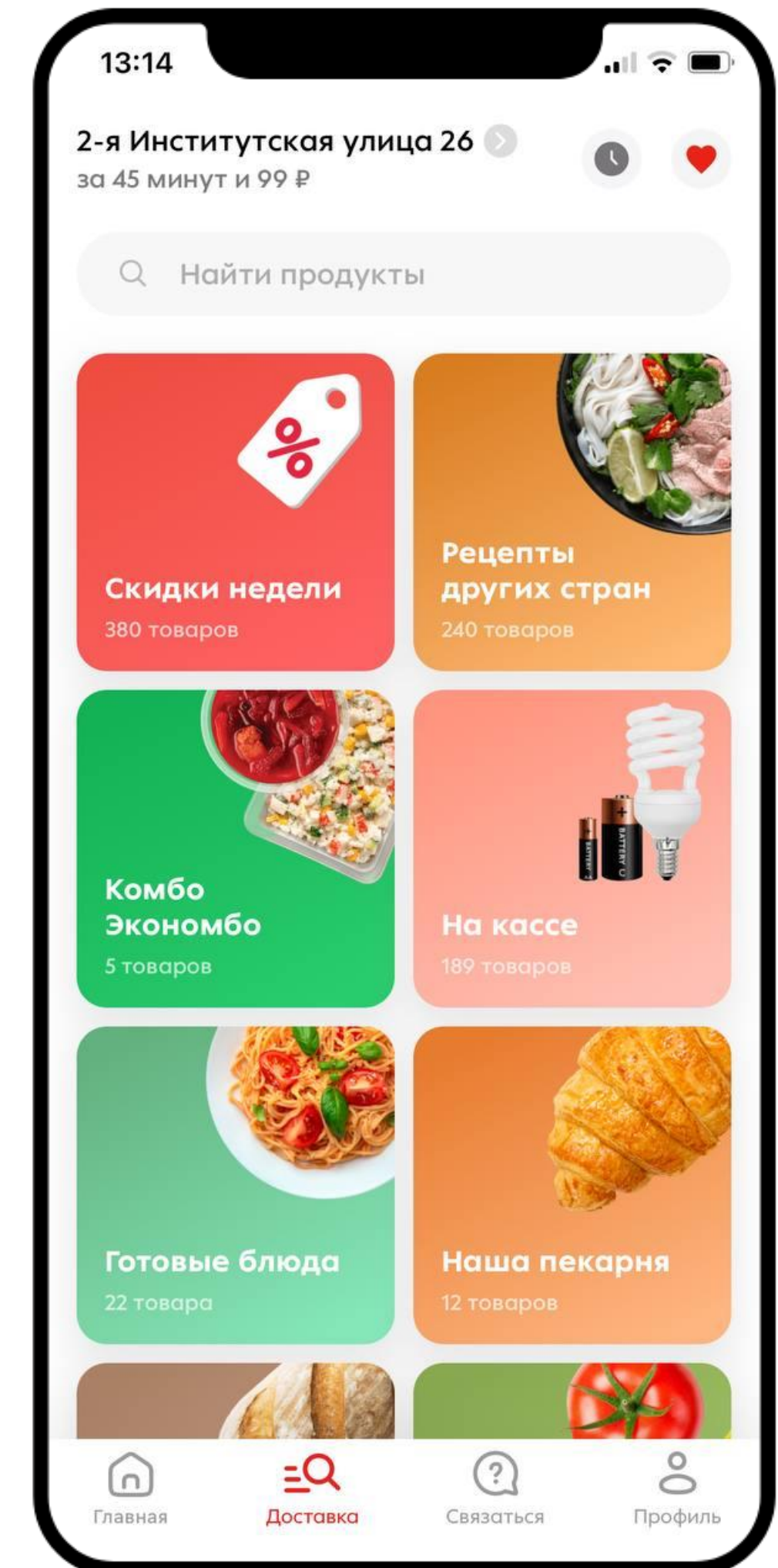
Mobile only

Запущен
в 2019

350+ городов
присутствия

до 150 000+
заказов в день

Ассортимент
до 5000 SKU



Доли платных каналов в разрезе привлечения первых заказов



Стратегия перформанс маркетинга

40% Работа с блогерами

- CPA-формат: оплата за активацию промокодов у микроблогеров
- CPP-формат: оплата за публикацию в пабликах, каналах и сообществах

35% Аукционные каналы

- Закупка по CPM/CPC с оптимизацией на полезное действие (CAC/CPO)
- Контекст, соцсети, programmatic, in-app.

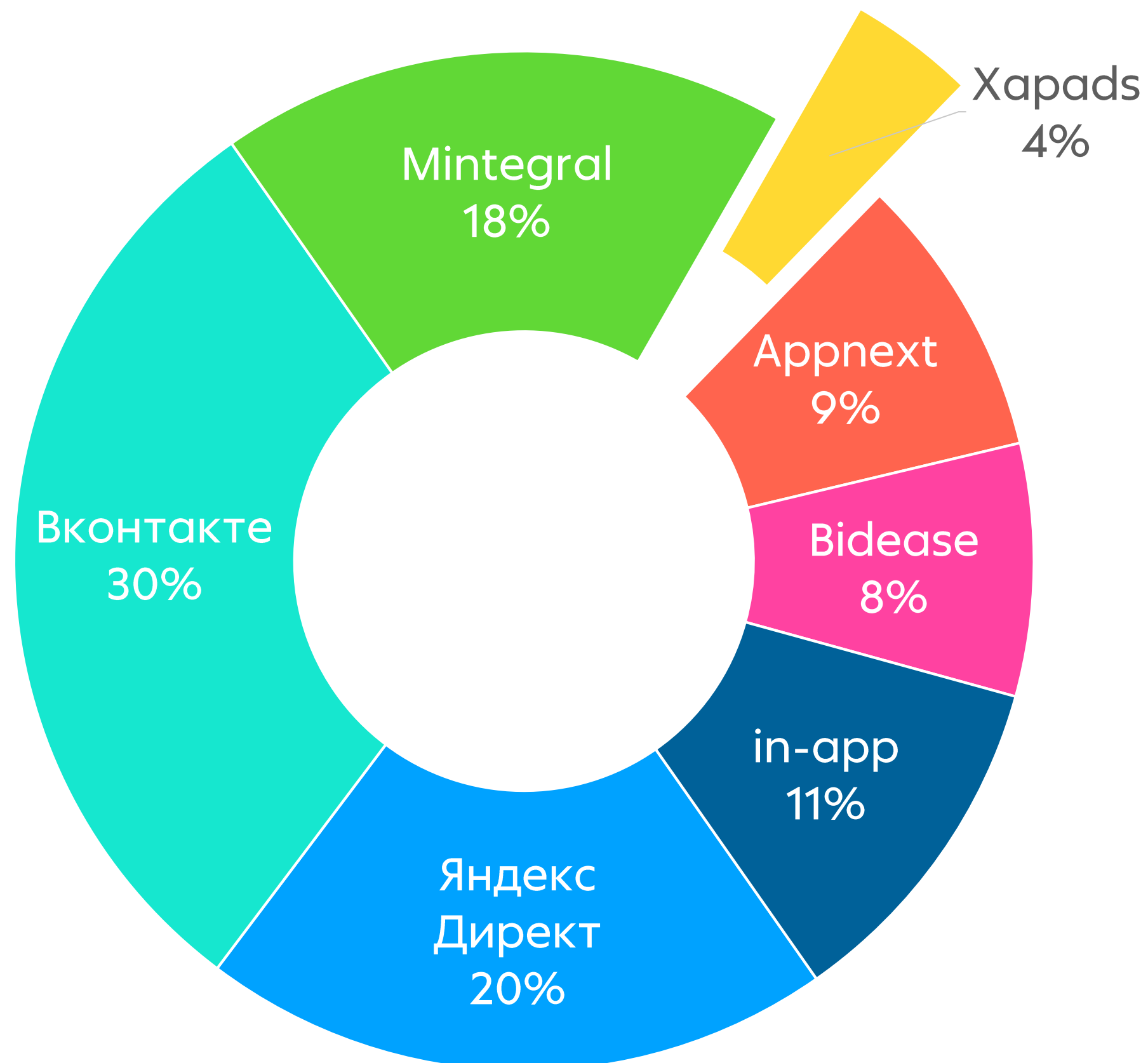
25% Партнёрский маркетинг

- CPA-формат (Едадил, Кошелёк и прочие)
- Кэшбэк-формат (банки, сотовые операторы и прочие)

Аукционные каналы



Распределение «новичков»
по источникам



Основные выводы

- Канал даёт относительно высокий САС, но при этом один из лучших показателей retention
- Хорошо решает вопросы локальной поддержки городов, вплоть до района доставки отдельного магазина
- Канал легко масштабируется путём увеличения доли in-app
- Хорошо отработывает в связке с brandformance кампаниями, путём повторного взаимодействия с аудиторией охватных кампаний
- Канал чувствителен к сезонности

Общие рекомендации:

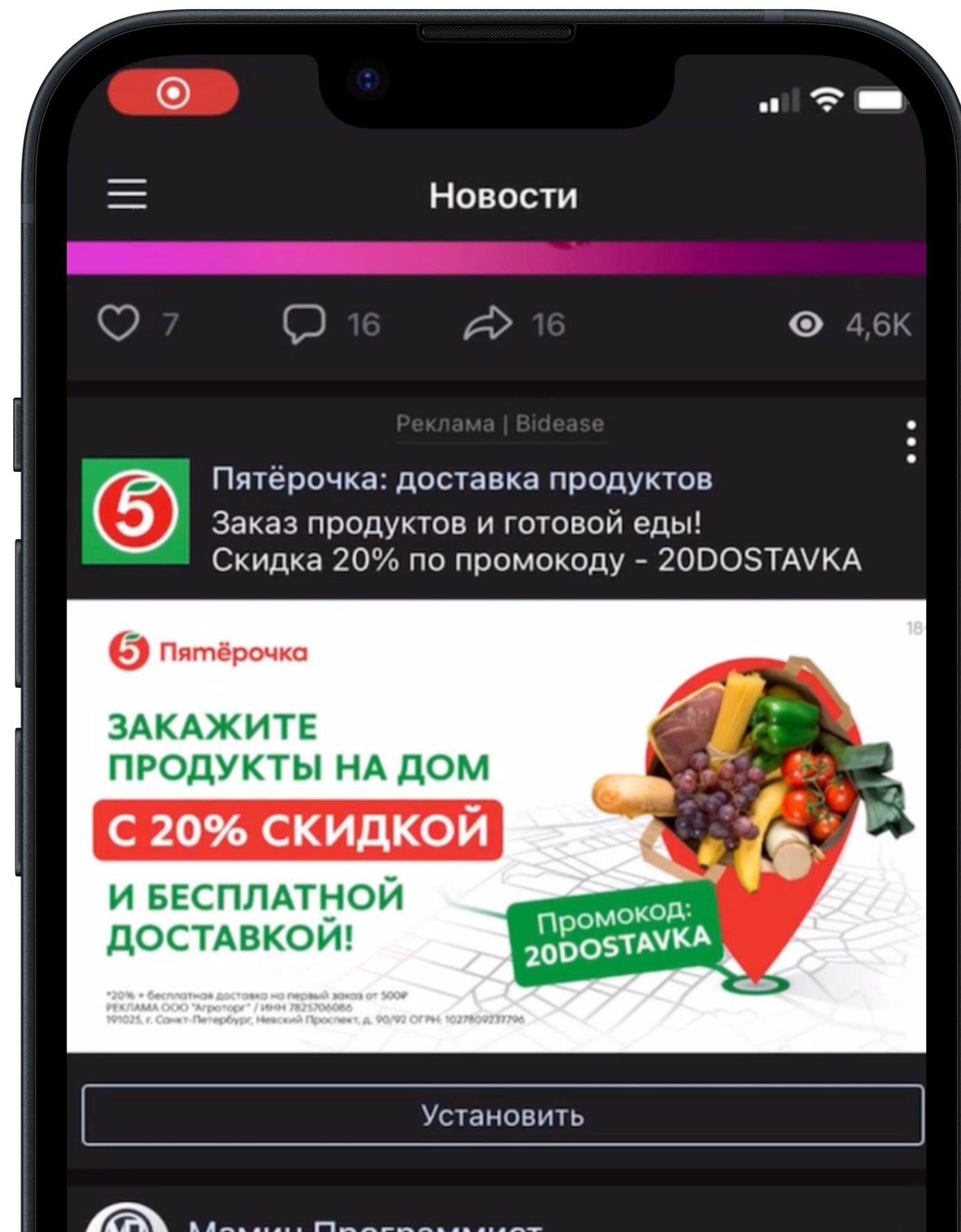
- Обязательно наличие антифрод системы с дополнительными настройками
- Непрерывные А/Б-тесты креативов

Brand + Performance



-30%
CAC

+44%
НОВИЧКОВ



Задача:

- рассказать жителям небольших городов о том что теперь есть ещё и доставка в Пятёрочке;
- увеличить объём первых заказов.

Что делали

Повышали знание о наличии сервиса Доставки с помощью формата OLV в охватных медиа кампаниях, параллельно запускали перформанс кампании на пользователей, которые уже взаимодействовали с нашей рекламой. Везде используя супер гео- таргетинг.

Новые каналы: лендинг с промокодами



Механика

Рекламные кампании ведут на мобильный лендинг, на котором пользователи получают уникальные промокод и возможность перейти в стор.

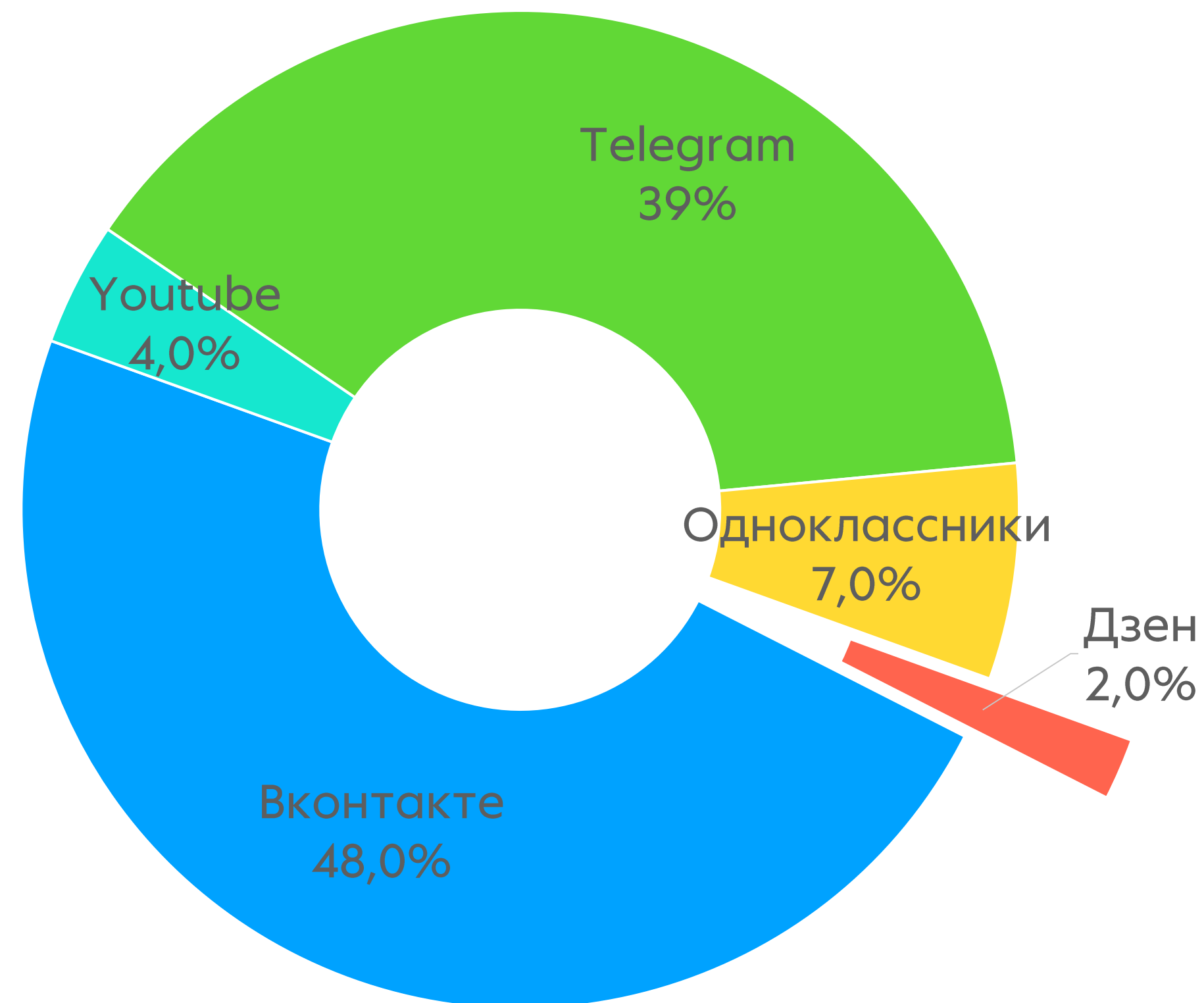
Что получили

- Дополнительный источник трафика без перегрева мобильного аукциона.
- CAC сравнимый с основными app-кампаниями ведущими сразу на мобильное приложение
- Возможен формат работы по CPA-формату за активированные промокоды

Работа с микроблогерами по СРА



Распределение «новичков»
по соцсетям



Основные выводы

- Канал может давать хороший объём трафика по средним САС, но при этом закладывайте низкую возвращаемость таких клиентов.
- Из-за ухода зарубежных рекламных площадок потеряли в объёмах до 30% трафика

Общие рекомендации:

- Следить и отсеивать блогеров по retention
- Быть готовым к генерации большого количества промокодов и разных механик
- Проводите мотивирующие мероприятия для скаутов и самих блогеров, разыгрывая ценные призы среди них. Это поднимет приоритет вашего офера среди десяткой других

Новые каналы привлечения



30+

НОВЫХ КАНАЛОВ

1,5+

МЛН НОВЫХ
КЛИЕНТОВ

-21%

САС

+5%

средний чек

За последний год мы:

- Пересмотрели подход к старым каналам и стали оценивать каналы по ARPU и Retention
- Увеличиваем объёмы первых покупателей и при этом снижаем стоимость за привлечение (САС)
- Протестировали более 30+ источников трафика и 7 из них сейчас в нашем ежемесячном сплите
- Безболезненно заменили ушедшие иностранные площадки

**Доставка
от 30 минут**

Промокод

DBD2023

**Скидка 25% +
бесплатная доставка
на первый заказ**

Промокод действует до 30 мая





Спасибо!