

MARTECH ПРОДУКТЫ ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И АГЕНТСТВ

X5 Group
Сивоконь Максим



DIALOG X5

X5 GROUP

Несколько основных цифр



17 959

магазинов



44M

активных карт
лояльности



70%

продаж через карты
лояльности

DIALOG.X5

Комплексные решения для поставщиков



Targeting

Таргетирование и оценка эффективности рекламных кампаний



Insights

Анализ покупательского поведения в категории



Tender

Площадка для проведения конкурсных закупок



Partner

Базовые сервисы для работы с X5



Logistics

Данные о поставках, продажах и остатках от торговых сетей

TARGETING

Бизнес-применение продукта



TARGETING

Поиск подходящей аудитории и аналитики рекламных кампаний

ЧТО ДАЕТ?

- + **Оптимизацию бюджета:**
реклама показывается только заинтересованным пользователям
- + **Замер влияния на продажи:**
оценка эффекта на основе данных о покупках аудитории кампании
- + **Self-service:**
построение уникальных сегментов и оценка емкости сегмента за минуты

Сегментация по критериям:

- Товарная категория
- Период покупки
- Цена товара
- Частота покупки
- Образ жизни

Таргетинги

- на похожих по репертуару (look-alike)
- по циклу покупки (predict).

Инвентарь

- MyTarget, VK, Yandex, Facebook, GPMD, Maxima Telecom, **Пятерочка, Перекресток**

IN-STORE

Инвентарь магазинов



14M

покупателей
ежедневно



17 959

магазинов



IN-STORE TARGETING

Данные – прозрачность и эффективность размещения



**1. Медиа-планирование
с учетом таргетингов**



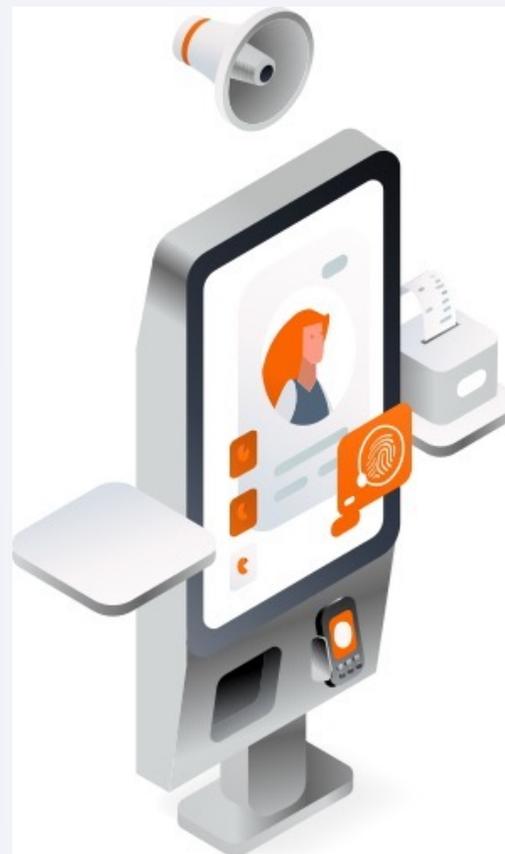
**2. Оптимизация
охвата**



**3. Пост-кампейн
отчет**



4. Sales Lift



SALES LIFT

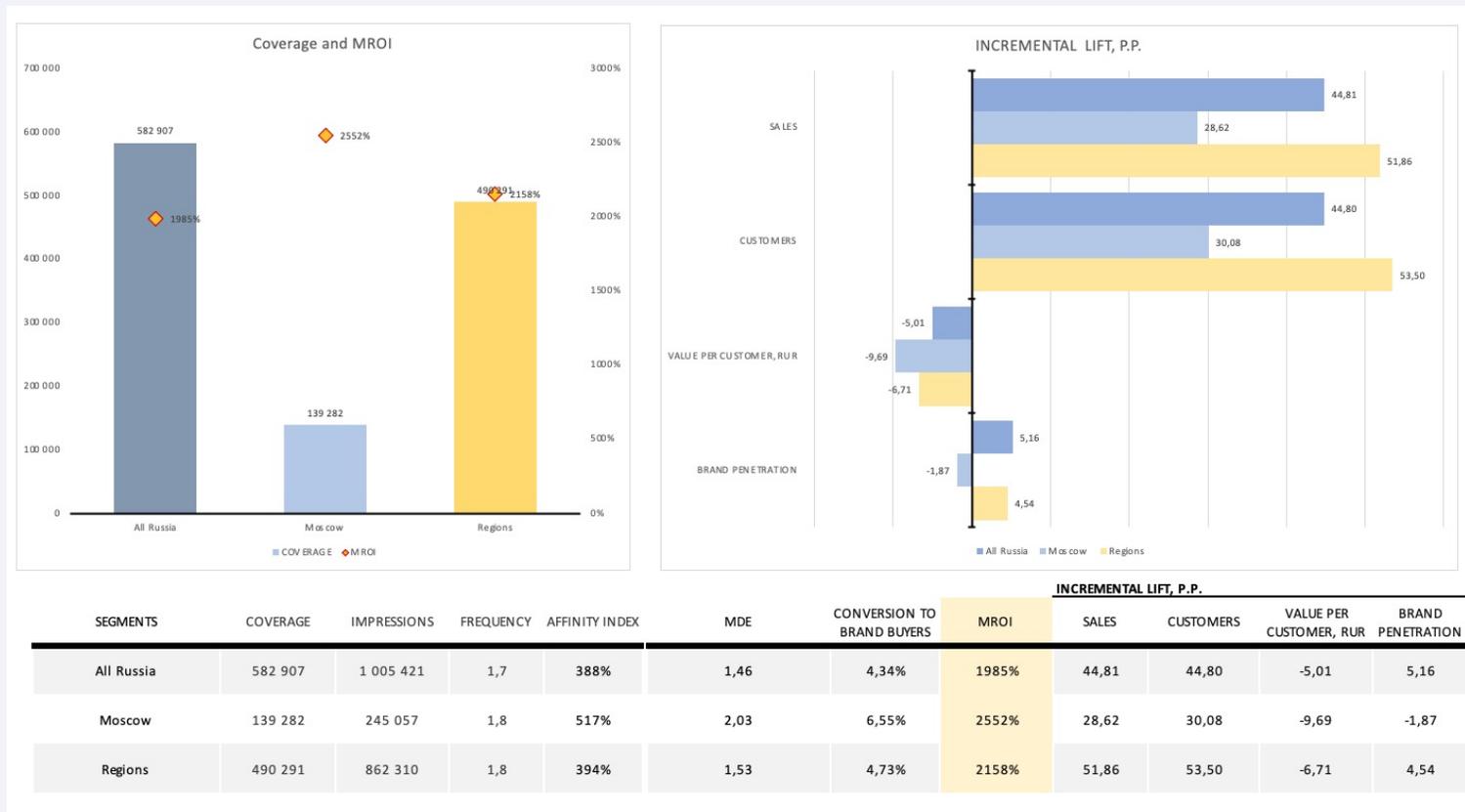
Измерение влияния рекламной кампаний на продажи

Отчёт для определения роста продаж, покупательской базы и пр.

Параметры в отчёте:

- Конверсия в покупателей бренда
- MROI
- Продажи Р, шт, кг
- Новые покупатели
- Средний чек
- Пенетрация бренда
- Средняя цена

Можно сравнивать сегменты между собой по разным параметрам (MROI).



CASE 1

Реклама на радио в магазинах

Отрицательное влияние на продажи бренда.

Метрики	X5 INSTORE TARGETING		
	Неохваченные покупатели	Охваченные покупатели	Изменение, п.п.
Продажи, руб.	47,5%	45,0% -	 2,49
Количество чеков	51,9%	50,4% -	 1,50
Продажи в шт.	59,4%	59,5%	 0,07
Объем на покупателя, в кг.	6,3%	5,0% -	 1,31
Расход на покупателя, в руб.	0,1%	-1,7% -	 1,81
Количество покупателей	47,4%	47,5%	 0,17

Так выглядят результаты кампании **в период скидки у конкурента.**

Период кампании vs пре-период для тестовой и контрольной группы.

CASE 2

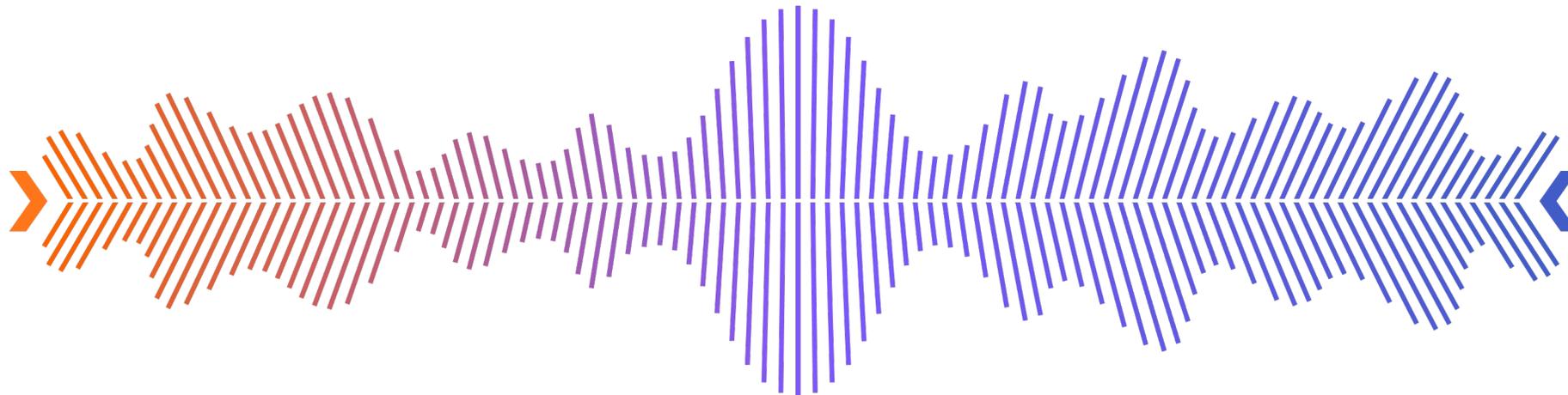
Реклама на радио в магазинах

Положительное влияние на продажи бренда.

Метрики	X5 INSTORE TARGETING		
	Неохваченные покупатели	Охваченные покупатели	Изменение, п.п.
Продажи, руб.	51,3%	70,4%	19,18
Продажи, шт.	40,5%	57,0%	16,58
Количество чеков	50,6%	68,2%	17,54
Количество покупателей	26,0%	55,5%	29,53
Расход на покупателя, в руб.	20,1%	9,6% -	10,47
Расход на покупателя, в кг.	37,7%	25,5% -	12,17

Так выглядят результаты кампании **в период скидки у бренда.**

Период кампании vs пре-период для тестовой и контрольной группы.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

dialog.x5.ru