

Discover E-commerce

Не панацея,
но должно быть в каждом сплите!



**Media
Instinct
Group**



Быстрый Тест

При минимальном бюджете
можно очень быстро
проверить гипотезу
по товару

> 360 тыс руб

Бюджет на маркетплейсы

Источник: данные FMCG клиента М1

x2,5

Рост продаж

16%

DRP

1,9 млн

Оборот во время
активации

за **4** дня

Месячный
план



E-commerce как рекламный канал

Высокий ROI

При продвижении в e-commerce мы в целом видим крутой ROI, местами превышающий ТВ и OLV

> 250 млн руб

Бюджет на маркетплейсы

Источник: данные крупного фармклиента МІ

ROI по медиа





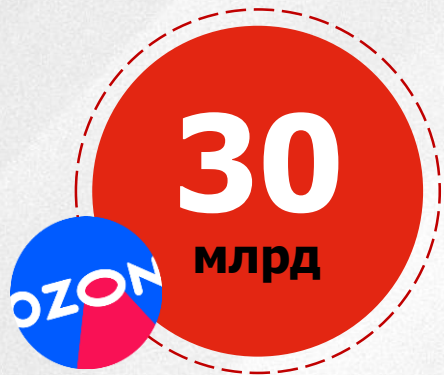
Доход от монетизации рекламы в E-commerce составил 44,5 млрд в 2022 году





E-commerce как рекламный канал

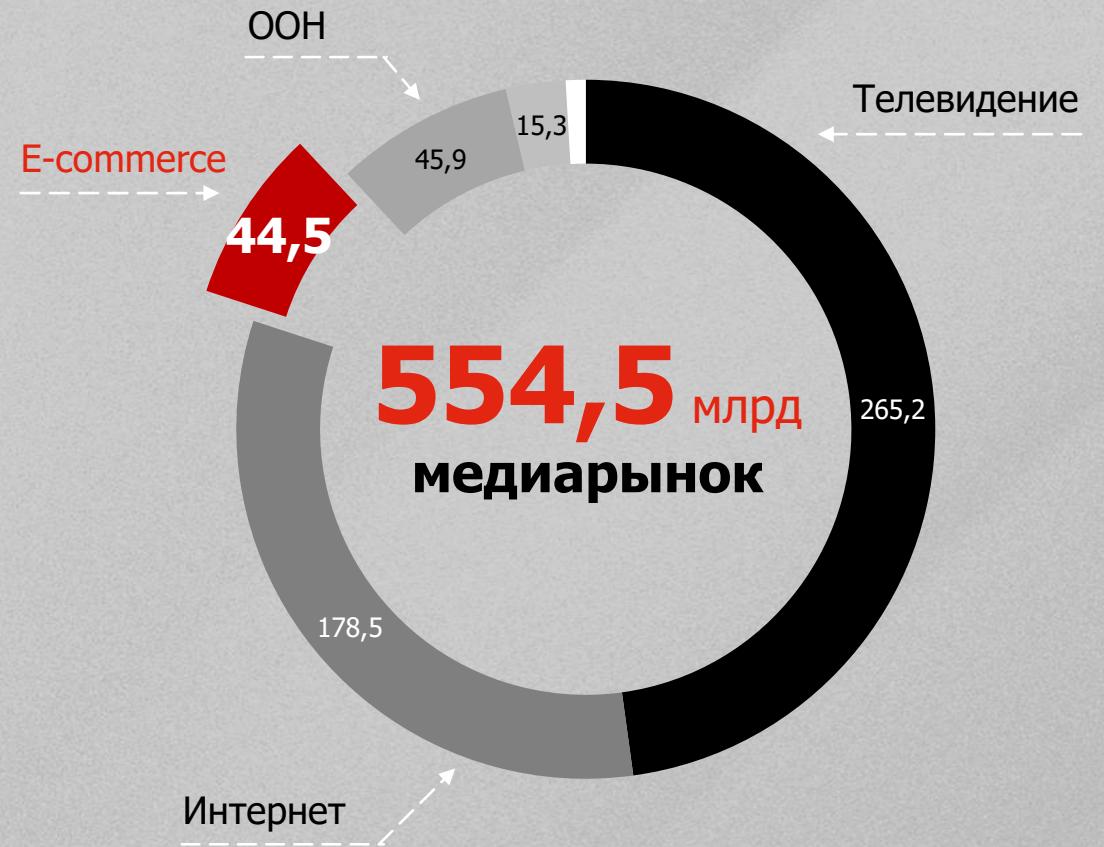
Доход от монетизации рекламы в E-commerce составил **44,5 млрд в 2022 году**



- WILDBERRIES
- Впрок
- СБЕР МАРКЕТ
- СБЕР МЕГАМАРКЕТ
- аптека.ru
- AliExpress
- EAПТЕКА
- здравсити

Источник: Media Market Overview

E-commerce занимает **8%** от всех рекламных каналов по итогам 2022 года





Мы знаем, как планировать, **потому что знаем бенчмарки**

Этап воронки	Инструмент	KPI	Маркетплейсы	Прочее
Информирование	Баннеры Сторис Онлайн-стримы Спецпроекты Национальное промо	Охват CTR	CPM 270 руб 3–5%	CPM 140 руб 0,3%
Покупка	Товарное продвижение Поиск Аналоги / Конкуренты Категорийные активации Рекомендации	Конверсия	5–7%	0,2%
Лояльность	Upsale Email / Push Баллы за отзывы Ценовые промо	Retention	28%	N/A



Вот чего сейчас не надо делать — это пытаться пилить софты.
Пока следует делать ставку на людей



Мы знаем, как планировать, **потому что работаем по всей воронке**





Минимальные бюджеты для разных категорий, млн

	FMCG	PHARMA	СЕНАС*	FASHION
S	5	7	10	12
M	10	12	18	20
L	17	20	30	35

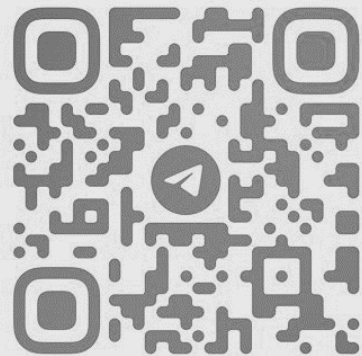
*СЕНАС — категория бытовой техники и электроники



Media Instinct Group

**Настя
Беккер**

Ecommerce
Director



@BEKKERAD

MI СОММЕТА

Подразделение
Media Instinct Group
по работе с маркетплейсами

Делаем ставку
на крутых экспертов!