



DIGITAL BRAND DAY

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДАННЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ В DIGITAL:
ТОЧКА РОСТА ДЛЯ FMCG БРЕНДОВ**

Мы в Юнилевер Русь
работаем с данными
покупателей с 2019 года

ЗА 5 ЛЕТ МЫ ПРОШЛИ ДЛИННЫЙ ПУТЬ

ЭТОТ ПУТЬ БЫЛ
ТЕРНИСТ

15+

ПЕРВЫХ КАМПАНИЙ ТАК
И НЕ ВЫШЛИ НА
ОКУПАЕМОСТЬ

МЫ ПРОВОДИЛИ МНОГО ТЕСТОВ И СРАВНИВАЛИ ЭФФЕКТИВНОСТЬ С РАЗЛИЧНЫМИ СЕГМЕНТАМИ

СЕГМЕНТЫ ПЕРЕКЛЮЧАЮЩИХСЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ РАБОТАЮТ ЛУЧШЕ, ЧЕМ СЕГМЕНТЫ ПОКУПАТЕЛЕЙ КОНКУРЕНТОВ

ПЕРЕКЛЮЧАЮТСЯ МЕЖДУ БРЕНДАМИ ШАМПУНЕЙ VS ПОКУПАТЕЛИ КОНКУРЕНТОВ ШАМПУНЕЙ

X2,4

ROAS выше у сегмента переключающихся

СЕГМЕНТЫ ПОКУПАТЕЛЕЙ ПОКАЗЫВАЛИ БОЛЕЕ ВЫСОКУЮ ЭФФЕКТИВНОСТЬ VS БАЗОВЫЕ СЕГМЕНТЫ КАБИНЕТОВ

my VS ИНТЕРЕС «БЫТОВАЯ ХИМИЯ» & «ОНЛАЙН ШОППИНГ» VS ПОКУПАТЕЛИ ЧИСТЯЩИХ СРЕДСТВ

X2,5

Conversion Rate

-49%

Cost per action

МЫ НАЧАЛИ СОЗДАВАТЬ ОСМЫСЛЕННЫЙ ПОДХОД

к продвижению на данных покупателей ритейл-сетей

Какие типы продуктов продвигать

Для каких типов кампаний использовать данные

С каким коммуникационным сообщением выходить

Требования к поставщикам данных

Что обязательно должно быть в креативе

Минимальная ёмкость сегмента

И МНОГОЕ ДРУГОЕ



МЫ СФОРМИРОВАЛИ ЭФФЕКТИВНЫЙ ПОДХОД В РАБОТЕ С ДАННЫМИ ПОКУПАТЕЛЕЙ

+200%

Средний ROAS
кампаний

+30%

Средний прирост
продаж от активаций

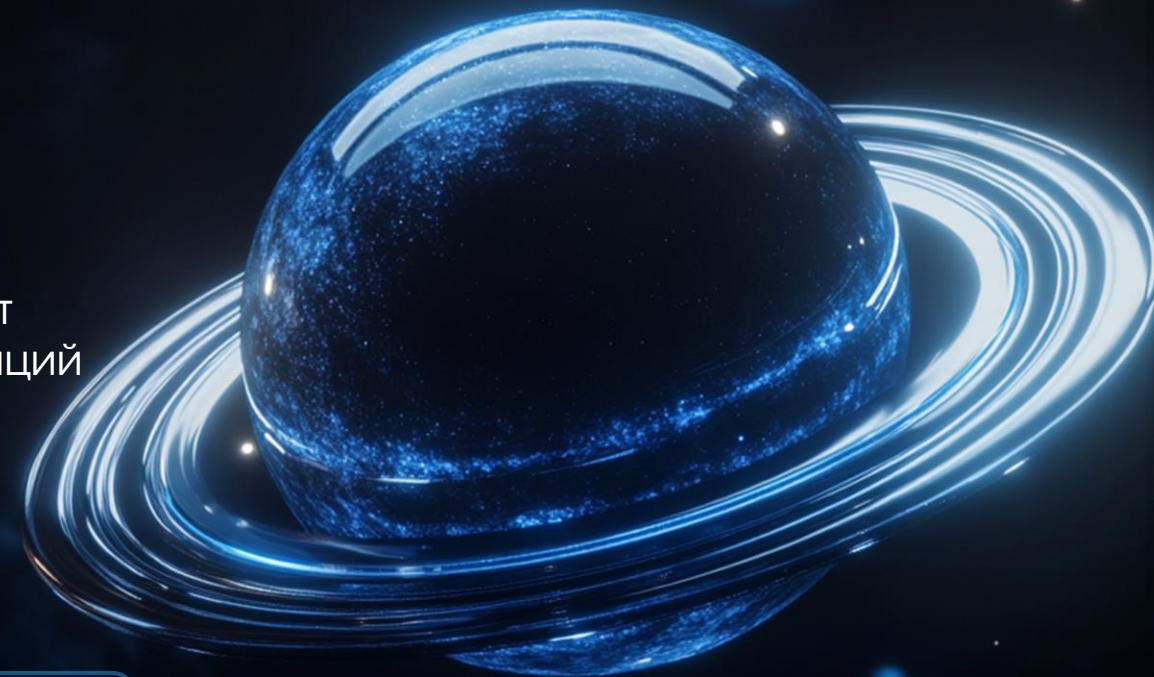
НО ТЕСТИРОВАНИЕ ПРОДОЛЖАЕТСЯ...


Тестирование Machine Learning
сегментов

Использование покупательских
данных для размещения в TG

Обогащение покупками
собственных 1st party данных

Масштабирование сегментов
покупателей в e-com





КАКИЕ ЗАДАЧИ МЫ РЕШАЕМ С ПОМОЩЬЮ ДАННЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ?

- ➔ ПРОМО-ОФФЕР В СЕТЯХ
- ➔ СОВМЕСТНЫЕ АКТИВАЦИИ БРЕНДОВ
- ➔ АНОНС НОВИНОК

ПРОМО-ОФФЕР В СЕТЯХ

ЗАДАЧА

Анонсирование промо-цены и стимулирование продаж бренда

РЕШЕНИЕ

Таргетирование на покупателей зубных паст до 150 руб. и ополаскивателей 2+ раз за 8 месяцев



Чтобы исключить покупателей премиум паст, мы выставляем ограничение по цене за единицу товара

+30%

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ПРИРОСТ
ПРОДАЖ В СЕТИ СРЕДИ
КОНТАКТИРОВАВШИХ

Лесной Бальзам
TOTAL КОМПЛЕКС
ИНТЕНСИВНАЯ ЧИСТКА + УКРЕПЛЕНИЕ ДЕСЕН
МИНЕРАЛЫ МОРСКОЙ СОЛИ
4xРАЗА*
95% NATURAL ORIGIN
до -30%
ПРАЗДНУЕМ ВМЕСТЕ! МАГНИТ 30 лет
УЛЫБАЙТЕСЬ НА ЗДОРОВЬЕ
без кариеса и проблем дёсен

*95% влаги и 95% ингредиентов натурального происхождения. Компоненты натурального происхождения отмечены в составе на упаковке. Акция действует с 14.08.24 по 18.09.24 в магазинах «Магнит» на Лесной Бальзам зубную пасту TOTAL комплекс реншо и облепихи, 75 г. Количество акционных товаров ограничено. Акции может быть прекращено досрочно. Продавцом является Акционерное Общество «Горький» Крайнего адрес: РФ, с/проспекта ул. Ленинского, 105, ОГРН 1022301510541. *Результат чистки 1 месяц применения зубной пасты в отношении Лесной Бальзам в сравнении с начальным состоянием полости рта подтверждены клиническими ИТМ Минздрава РФ, 2018. Не является лекарственным средством. Эффект 4х раз* означает не пропорционально за счет частоты чистки. Применение не освобождает от посещения стоматолога. TOTAL - TOTAL

Лесной Бальзам
TOTAL КОМПЛЕКС
МИНЕРАЛЫ МОРСКОЙ СОЛИ
95% МЕНЬШЕ НАЛЕТА
до -17%
ПРАЗДНУЕМ ВМЕСТЕ! МАГНИТ 30 лет
ПОКУПАЙТЕ ОПОЛАСКИВАТЕЛЬ
для полости рта
до 95% меньше налета

Акция действует с 14.08.2024 по 18.09.2024 в магазинах «Магнит» на Лесной Бальзам ополаскиватель для полости рта TOTAL комплекс с алоэ и бальзам чен, 400 мл. Количество акционных товаров ограничено. Акции может быть прекращено досрочно. Продавцом является Акционерное Общество «Горький» Крайнего адрес: РФ, с/проспекта ул. Ленинского, 105, ОГРН 1022301510541. *Упаковка на 100% изготовлена из переработанного пластика. Упаковка пригодна для переработки. *При совместном применении с зубной пастой. Свойства подтверждены клиническими испытаниями ИТМ Минздрава РФ, 2018. 95% МЕНЬШЕ НАЛЕТА в отношении экстракта сандалит и натуральность. Без SLS - без натрия лаурилсульфата. Не является лекарственным средством. Применение не освобождает от посещения стоматолога. TOTAL - TOTAL

ПОДДЕРЖКА СОВМЕСТНЫХ АКТИВАЦИЙ БРЕНДОВ

ЗАДАЧА

Поддержка подарочных наборов в праздничный сезон

РЕШЕНИЕ

Анонс активации среди аудитории, кто ранее покупал наборы любых брендов в сети

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ПРИРОСТ
ПРОДАЖ В СЕТИ СРЕДИ
КОНТАКТИРОВАВШИХ

+28%

СРЕДНЕЕ КОЛ-ВО ПОКУПОК
ПОДАРОЧНЫХ НАБОРОВ НА
ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

1,5

ПРАЗДНУЕМ ВМЕСТЕ!
МАГНИТ

ОТКРОЙ СЕЗОН ПОДАРКОВ!*

Борщевые ручки
CLEAR MEN
Rexona
Dove

СЕРТИФИКАТ
300 000 Р

**ГЛАВНЫЙ ПРИЗ
СЕРТИФИКАТЫ НА ОТДЫХ**

Освежающий эффект до 24 часов — потребительский тест РФ, 2023, 100 респондентов. MEN - мужчины.
*Мобильное приложение «Магнит: акции и доставка» (категория 5+) (мобильное приложение), Общий срок акции: с 13.11.2024 по 04.02.2025 года. Срок совершения покупок в «Магнит Косметика», «Магнит Семейный», «Магнит Экспресс», «Магнит у дома», а также в разделе «Доставка» в мобильном приложении, с 13.11.2024 по 07.01.2025. Купите от 1 ул. (с обязательным предъявлением карты «Магнит Плюс» в мобильном приложении). Информация об организаторе акции, полных правилах её проведения, количестве призов, сроках, месте, и порядке их получения доступна в мобильном приложении. В рекламном материале представлены изображения некоторых акционных товаров. Количество призов и акционных товаров ограничено. Есть иные ограничения. Продавец: АО «Тандер», ОГРН 1022301598549, г. Краснодар, ул. им. Леваневского, 185.

АНОНСИРОВАНИЕ НОВИНОК

ЗАДАЧА

Поддержка выхода новинки в сети

РЕШЕНИЕ

Таргетинг на покупателей мужских дезодорантов и гелей для душа и частых посетителей сети



Важно таргетировать рекламу не по конкретному гендеру, а на реальных покупателей.



X 1,4

ПРИРОСТ ПРОДАЖ В СЕТИ СРЕДИ ЖЕНЩИН

5 Пятёрочка



X 2,0

ПРИРОСТ ПРОДАЖ В СЕТИ СРЕДИ МУЖЧИН

5 Пятёрочка

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАБОТЕ С ДАННЫМИ ПОКУПАТЕЛЕЙ



Не стоит таргетироваться на лояльных покупателей конкурентов – заведомо проигрышная стратегия



Выбирайте релевантные продукты. Для выхода на окупаемость стоимость продвигаемого продукта должна быть не менее 100 рублей



Фокусируйтесь на охвате аудитории, не на частоту

Чтобы не переинвестировать в данные – при этом конверсионность сегментов не падает



Учитывайте цикл покупки продукта в категории