



Как застройщикам работать с Retail Media в 2025 году?

 самолет ×  Avito



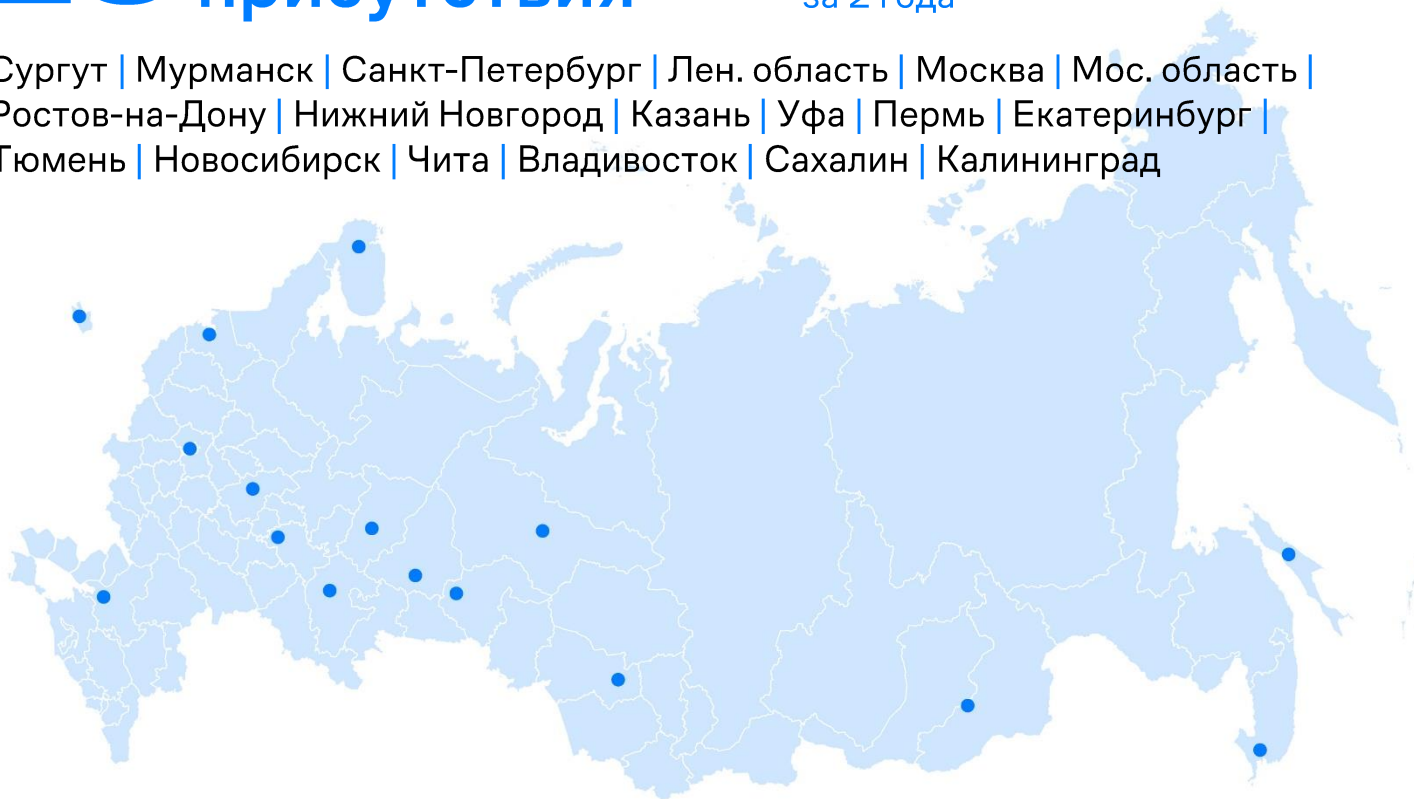
Почему Самолет?

▶ самолет

18 регионов присутствия

+16 регионов
за 2 года

Сургут | Мурманск | Санкт-Петербург | Лен. область | Москва | Мос. область |
Ростов-на-Дону | Нижний Новгород | Казань | Уфа | Пермь | Екатеринбург |
Тюмень | Новосибирск | Чита | Владивосток | Сахалин | Калининград



Современный
подход к развитию
городской среды

Опыт реализации
масштабных проектов
комплексной застройки

Передовые
стандарты
строительства

1-е место

* по данным ЕРЗ

По объему строительства
среди девелоперов РФ и Европы

110

проектов
в реализации

46,5

млн м² — самый большой
земельный банк

5,7

млн м²
построено

5,3

млн м²
в строительстве

1,7 млн м²

введено
в 2023 году

> 600 тыс.

семей уже выбрали
Самолет для жизни

Недвижимость

Автомобили

Потребительское кредитование

Электроника

Одежда

FMCG



Попасть
в первоначальный
список брендов

Имеет первоначальный
список брендов,
с которого начинает
поиск жилья

Донести УТП
и детали проекта

Детально
сравнивает критерии.
Корректирует
первоначальный список
жилья

Стимулировать
к действию

Оформляет заявку
или совершает звонок
в офис компании

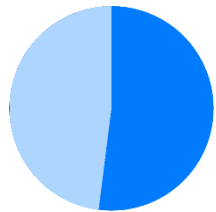
Покупка квартиры



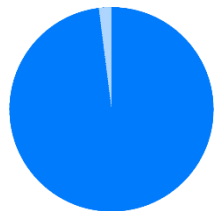
\$125 млрд МИР, 2023 [1]

435 млрд руб. РФ, 2024 [1]

791 млрд руб. РФ, 2026 [1]



52% брендов по миру присутствуют в RM



98% брендов в США используют RM [3]

Уже в 2024 году Retail Media занимали 5% от среднего времени медиапотребления пользователей

На текущий момент в России 70-90 млн человек в месяц соприкасается с теми или иными каналами в Retail Media

Пользователь уже находится в контексте выбора, желания, покупки. Поведенческие данные дают глубину понимания стадии клиента. Можно работать не только на охват, но и на реальную конверсию в сделку





CPM на 27% ниже

CPC на 110% выше

35% от всех сделок

ДРР по LC на 60% ниже





CPM на 27% ниже

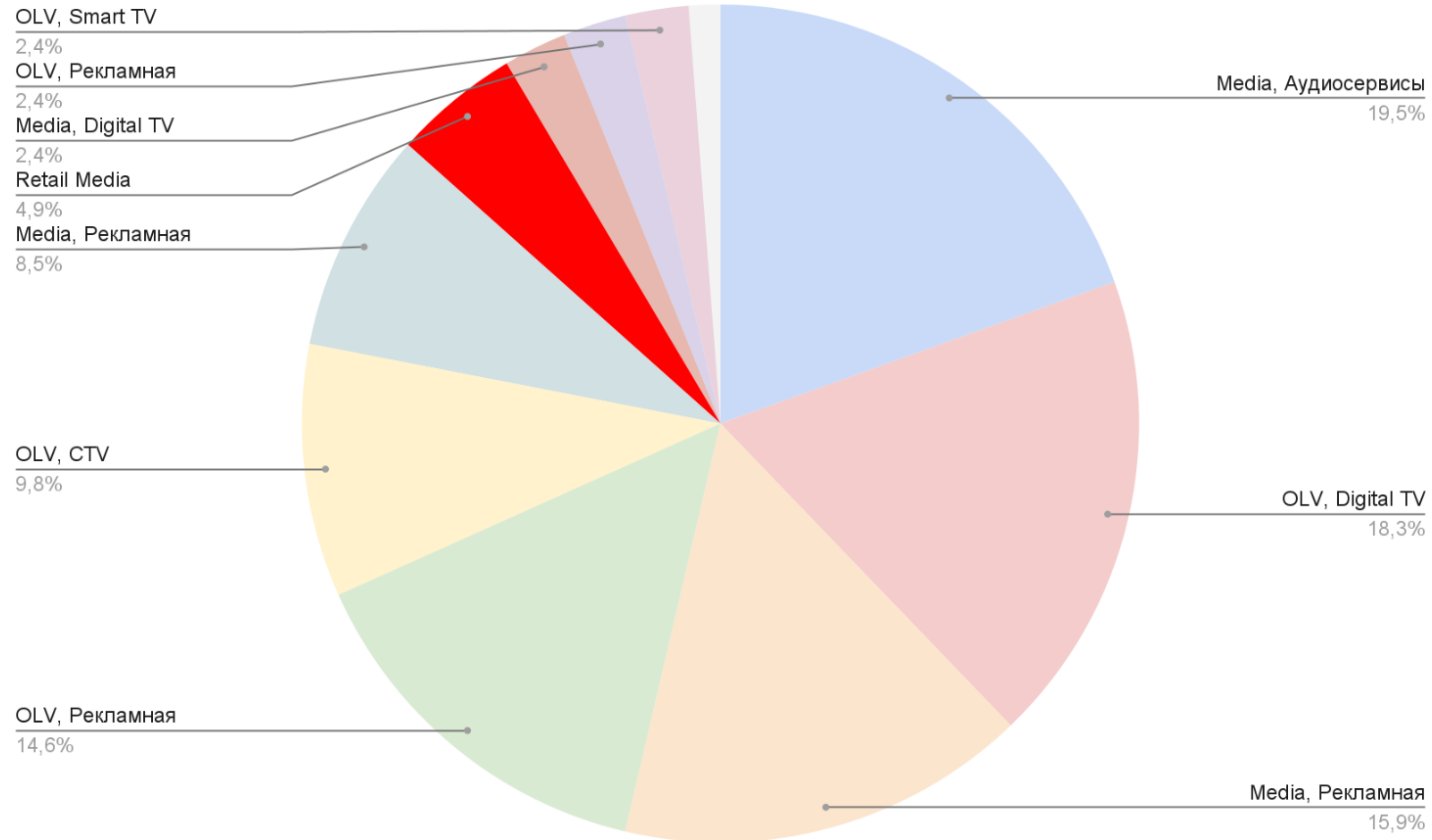
CPC на 110% выше

35% от всех сделок

DRP по LC на 60% ниже

Эконометрика!

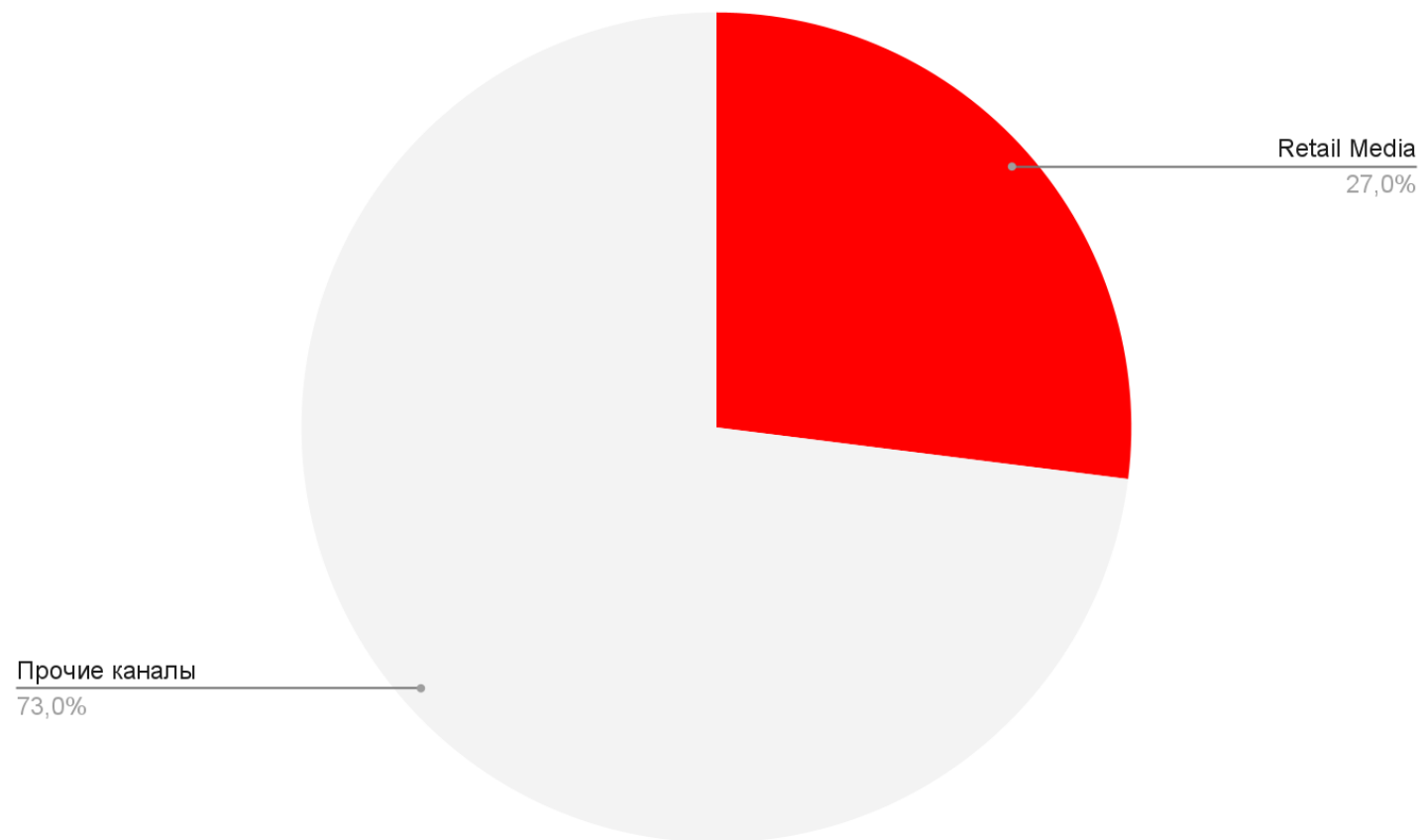




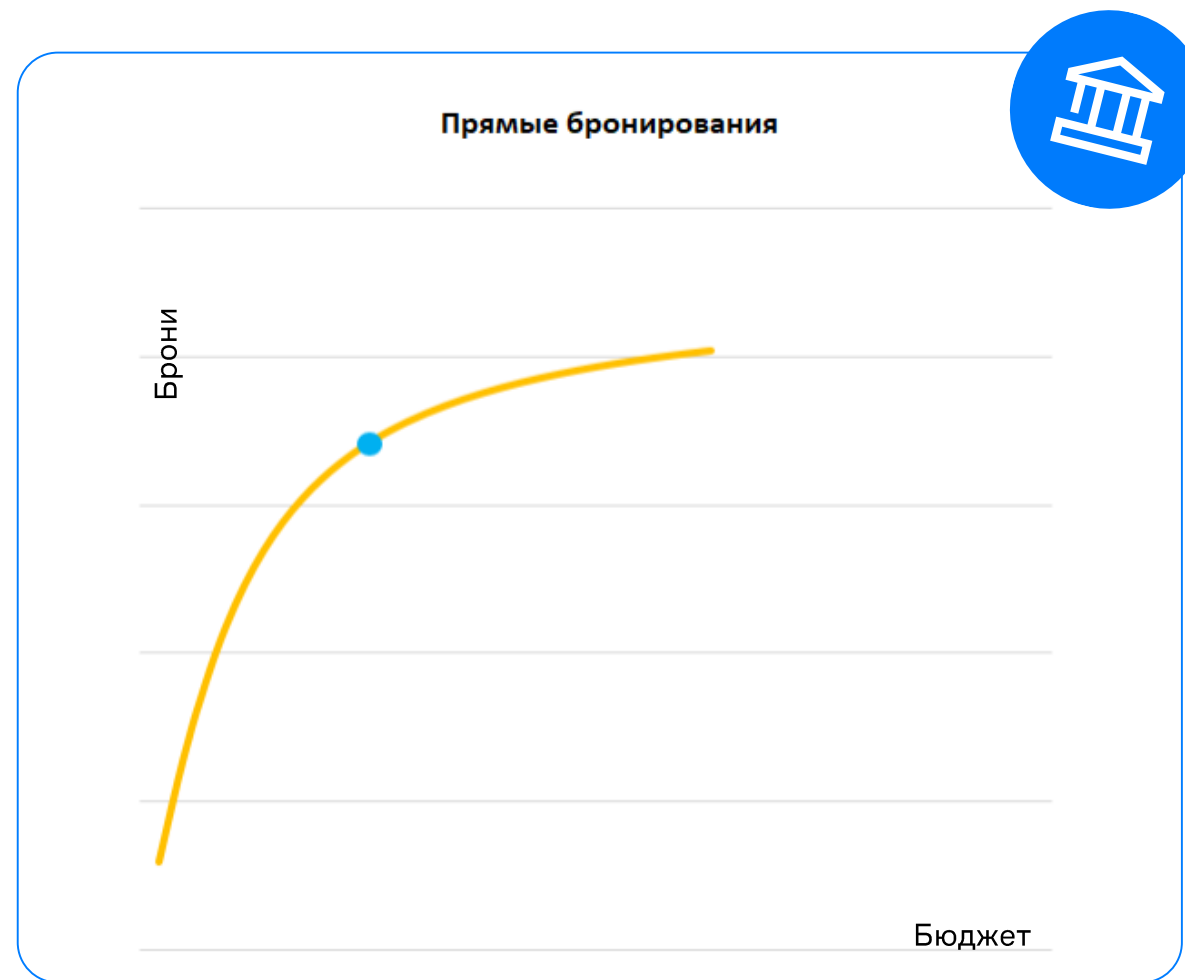
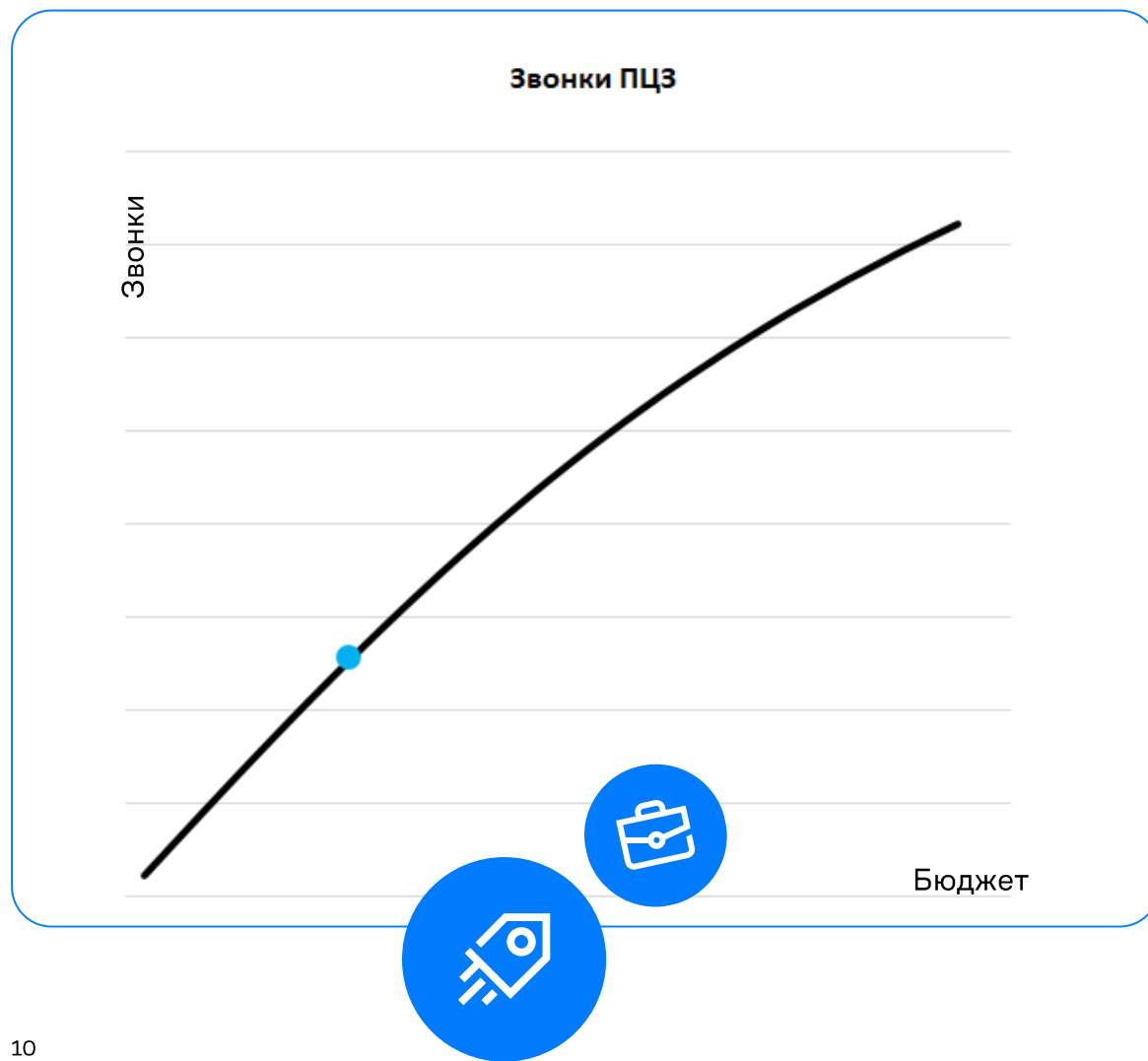
Влияние e-commerce площадок на дополнительные факторы, в % от всего влияния маркетинга:

- Органический трафик 3,5%
- Брендовый спрос 2,5%
- Перфоманс каналы 7,5%





Кривые накопления для Retail Media



Как работать с ритейл-медиа в 2025 году?

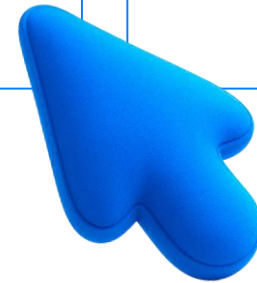


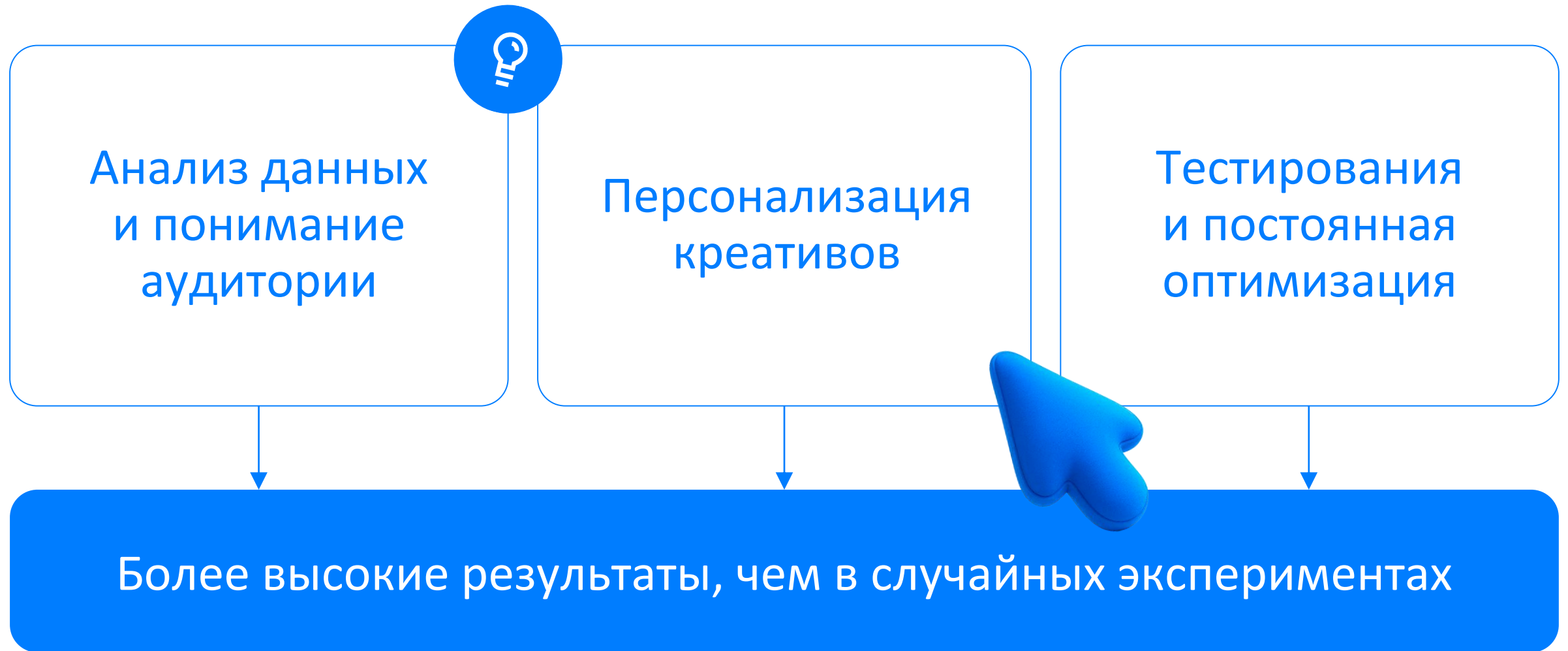


Анализ данных
и понимание
аудитории

Персонализация
креативов

Тестирования
и постоянная
оптимизация









▶ самолет
лаз, два, тли
ваша новая
квартира
от 3,6 млн ₽



Будьте внимательны! Самолет. Недвижимость, ООО «Самолет Недвижимость» ИСХ, ИНН 502947868. Застройщик: ООО «ОЗ-САМОЛЕТ ВОДОУБОРЩИК» ИСХ, ОГРН 505000084796. Подаренные и прочие
дисконенты не являются частью цены за кв. м. Представление подготовлено на 30.09.2023, не является





Geo + Intent: ищет дачу в Подмосковье — показываем новостройку с инфраструктурой рядом



Интерес + Поведение: купил холодильник — предложим квартиру с кухней под ключ



Lookalike CRM: «Похожие» пользователи на наших покупателей по паттерну действий

Главный принцип:

Retail Media — это про ловлю намерения, а не просто охват. Мы не прерываем пользователя — мы помогаем ему принять решение. Порой может сработать РК и без ограничений по интересам/поведению ;)





Первый уровень

Показатели размещения

Post click метрики

Post View метрики

Второй уровень

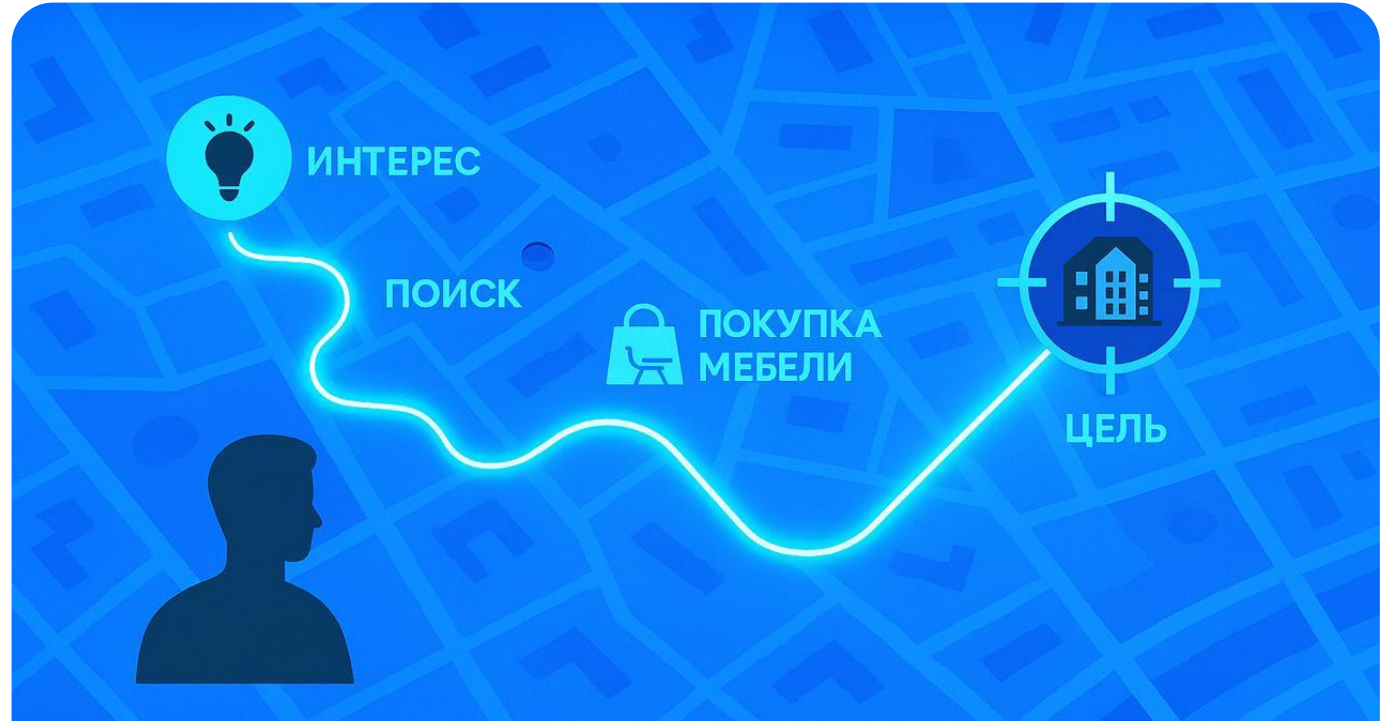
Affinity-индекс

Performance показатели по
разным моделям атрибуции

Эконометрика

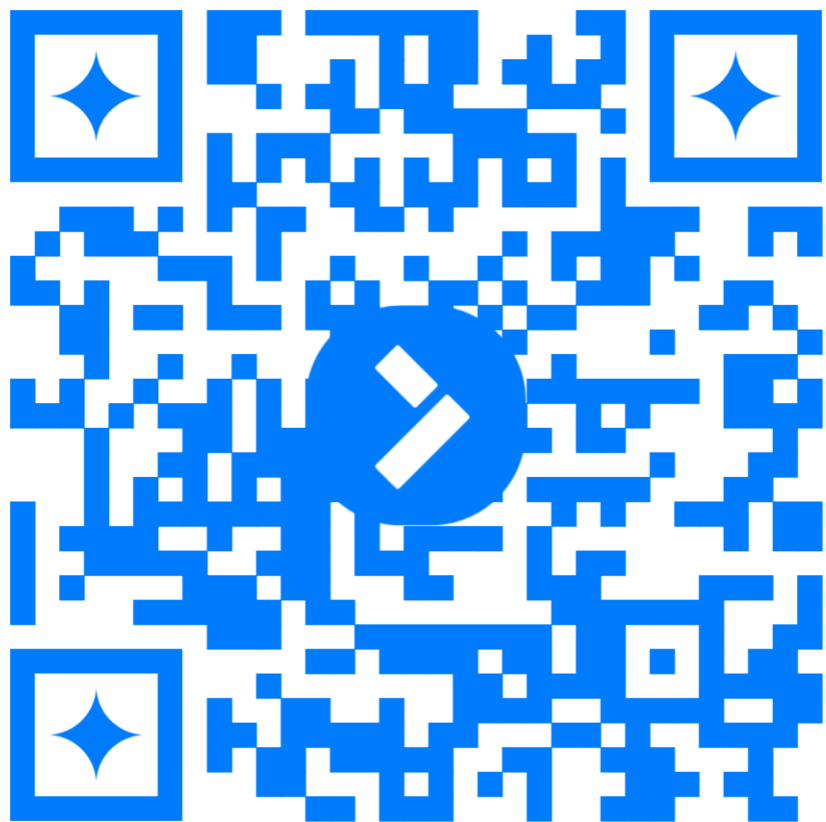


1. Идти туда, где уже есть намерение — не ждать, пока пользователь придет к тебе
2. Использовать силу данных — но помнить, что за ними человек
3. Быть в потоке принятия решения — не выдергивать, а подталкивать



Мы не просто ловим внимание. Мы строим путь к покупке и направляем клиента по нему шаг за шагом.





Кейсы, эксперименты,
рейтинги и многое другое
от группы «Самолет»

