



Новая эра маркетинга: что нужно учитывать маркетологам?

Снежана Черногорцева

Директор по стратегическому маркетингу
и клиентскому опыту торговой сети
«Перекрёсток»

Экономика внимания: цена каждой секунды

1–2 секунды

Среднее время удержания
внимания поколения Z

8 секунд

Среднее время
удержания внимания

85%

рекламы не удерживает
внимание дольше 2,5 секунд

Эмоция — единственный ключ ко вниманию и лояльности



LUSH СВЕЖАЯ
КОСМЕТИКА
РУЧНОЙ РАБОТЫ

Революция в коммуникациях через «эмоциональные триггеры»
и сенсорные впечатления



 **Перекрёсток**

Репозиционирование «Всё для вас как для себя»
и трансформация клиентского опыта

94%

покупателей
«Перекрёстка»
отметили
изменения
в лучшую
сторону



70%

возвращаются
регулярно

CMO

Chief
Meaning
Officer



Новая эра маркетинга

ИИ и технологии: от автоматизации к созданию ценности



Использование ИИ для анализа покупательских корзин

- «Оздоровление» рациона
- Повышение приверженности программам лояльности

❖ Перекрёсток

- Магазины-лаборатории
- Оцифровка 90% процессов, улучшение клиентского опыта

Лаборатория данных оптимизирует бизнес-процессы и улучшает клиентский опыт

Синхронизация данных → Комплексный взгляд на операции → Новые подходы к управлению

>90%

процессов
оцифрованы

Bluetooth Low Energy
(BLE)

Компьютерное
зрение

Аудиобейджи

Интернет вещей
(IoT)

Чем занимается сотрудник?
Как часто перемещается по СМ?

В каком состоянии
находится робот-поломой?
Нужен ли ему ремонт?

Сколько товара
доступно на полке?
Насколько чисто?

Насколько качественно
сотрудник обслужил клиента?
Придерживался ли скрипта?

ИИ: экзоскелет маркетолога

McKinsey

78%

глобальных компаний
используют ИИ в бизнесе

PwC

на 50%

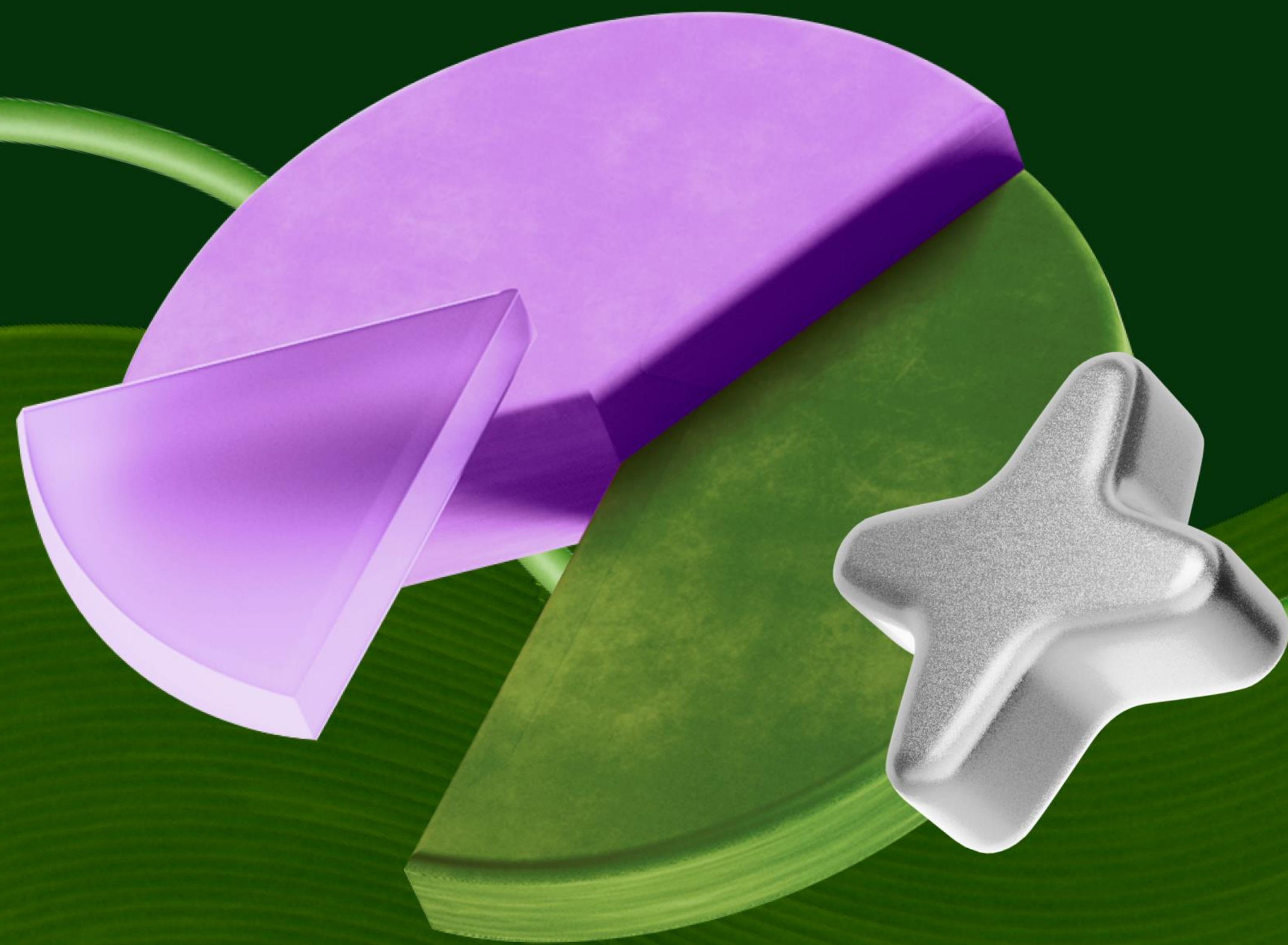
ИИ сокращает время
на рутинные задачи



ИИ-ассистенты
в маркетинге
уже сегодня

- анализ поведения
- гиперперсонализиро-
ванные сообщения
- оптимизация
Customer Journey

Платформенная трансформация маркетинга



Ритейл-медиа: новый must в media mix

300 млрд ₹

2024



900 млрд ₹

2029

×300

Рост объёма рынка
за последние 5 лет



А где ещё будущее? Гиперперсонализация, иммерсивный шоппинг и метавселенные

Иммерсивный шоппинг



Виртуальные примерочные
сокращают возвраты

на 20–30%

Объём рынка VR/AR
в мировом ритейле к 2030 году

\$88–89 млрд

MetLife: система Cogito

First Call Resolution

+3,5–5%

Удовлетворённость
клиентов

+13%



Средняя длительность
звонка

–50%

Спасибо за внимание!