

М-Кухня × VK Знакомства

Ты моя котлетка, а я твоя пюрешка

Петр Середкин

Менеджер по работе с клиентами, VK

Мария Лемешкина

Руководитель управления спецпроектов
и influence маркетинга, Магнит



Тренды рынка готовой еды



>40%

ДОМОХОЗЯЙСТВ
состоят из 1 человека

Рост готовой еды

супы:	+148%
салаты:	+69%
вторые блюда:	+135%



Инфраструктура доставки и близость
к дому доставка за 15 минут =
базовый минимум



Время — дороже денег
Каждый 4-й россиянин до 24 лет —
регулярный покупатель готовой еды

Цели



Повышение
узнаваемости
бренда М-Кухня

М КУХНЯ



Формирование
интереса к покупке
блюд М-Кухни



Ведь вполне вероятно, что...

девочки, которые любят
суши — скромняшки



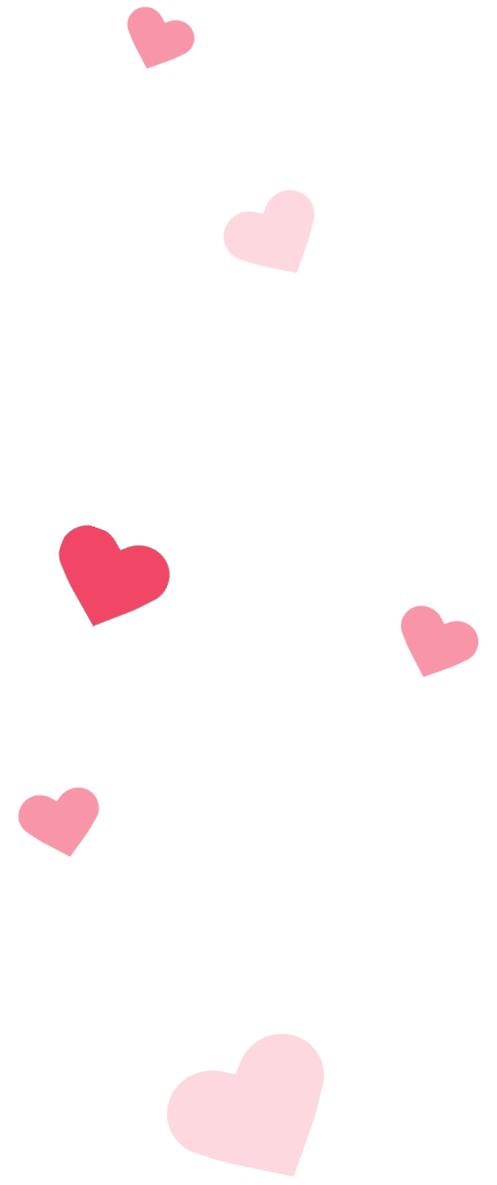
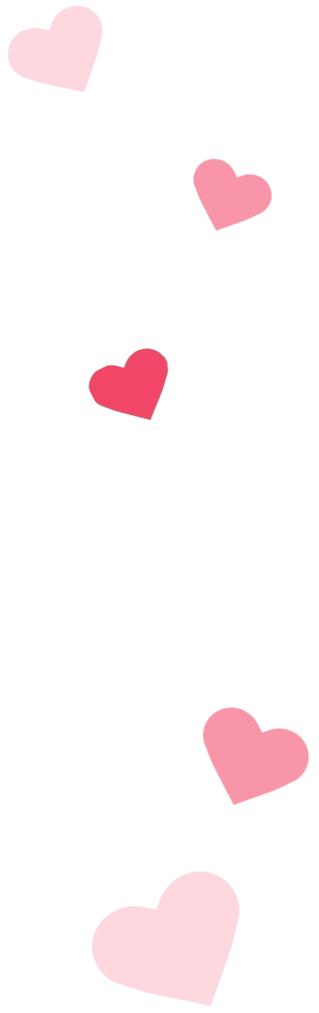
пацаны по стейкам —
те ещё штрихи



мальчики-фанаты
котлеток с пюре —
масики с потенциалом



согласна
на бургер —
настоящая оторва



Мэтч по аппетитам!

Эти данные помогли построить
гипотезу о корреляции предпочтений
в еде и вайба человека



Мэтч по аппетитам!

Как? Мы изучили совместимость любителей самых разных вкусов и сформировали топ архетипов вкусовых интересов

Также мы разработали сервис, в котором пользователь мог пройти тест, чтобы узнать к какому архетипу он относится. После чего получить кастомный интерес в VK Знакомствах!



 Салатовое настроение

 Сладкий пирожок

 Люблю постынее

 Муд на стритфуд

 Азиатский вайб

Исследование



	Люблю посытнее	Азиатский вайб	Салатовое настроение	Сладкий пирожок	Муд на стритфуд
Люблю посытнее	20%	37%	34%	29%	20%
Азиатский вайб	37%	20%	30%	28%	21%
Салатовое настроение	34%	30%	15%	24%	18%
Сладкий пирожок	29%	28%	24%	12%	17%
Муд на стритфуд	20%	21%	18%	17%	7%



Ключевые выводы по матрице:

Самая сильная пара

 Люблю посытнее

 Азиатский вайб

20 519 мэтчей

Вторая по силе связка

 Азиатский вайб

 Салатовое настроение

16 676 мэтчей

Самая сильная «самосвязность»

 Люблю посытнее

 Люблю посытнее

11 028 мэтчей

Цифры и факты



33 млн

общий охват
кампании



200 тыс.

участников
проекта



+16%

рост продаж
Магнита



Сначала мэтч. Потом покупка

