



ДЕНЬ БРЕНДА

СОВРЕМЕННАЯ
ПИРАМИДА
ЦЕННОСТЕЙ

Новые горизонты в промо-активациях:

Трехсторонние партнерства



**Александра
Гилева**

Мондэлис Россия

Shopper marketing activation manager

НЕМНОГО КОНТЕКСТА

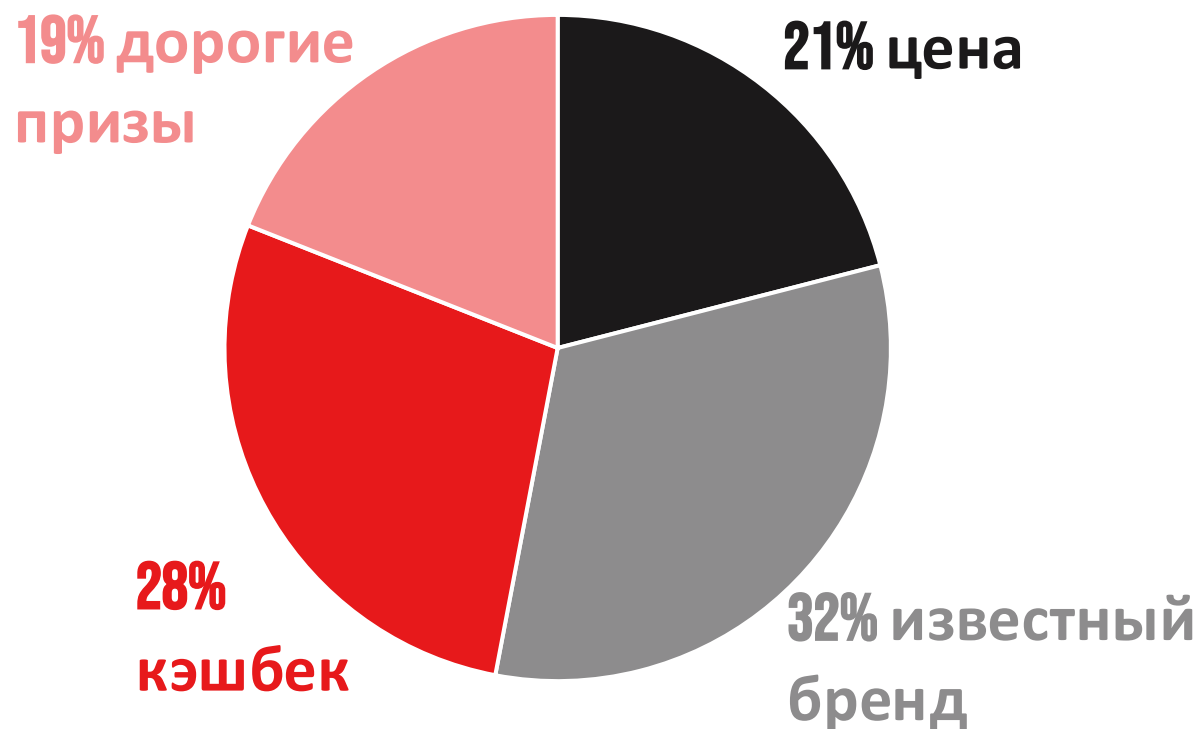
Только за лето 26 года
компании провели

100+

Промоакций с
розыгрышами призов



Что важно
участникам?



**КОГДА ТИПИЧНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ
ПЕРЕСТАЮТ РАБОТАТЬ, НА ПОМОЩЬ
ПРИХОДЯТ ТРЕХСТОРОННИЕ ПАРТНЕРСТВА**

Поговорим про «Красное и Белое»

С одной стороны:

- Входит в Mercury Retail Holding

- Большая география: 21+ тысяч магазинов

- Дифференцированный ассортимент и подход

С другой стороны:

- Нетипичный подход в области маркетинга и продаж

- Нет своей собственной активационной платформы*

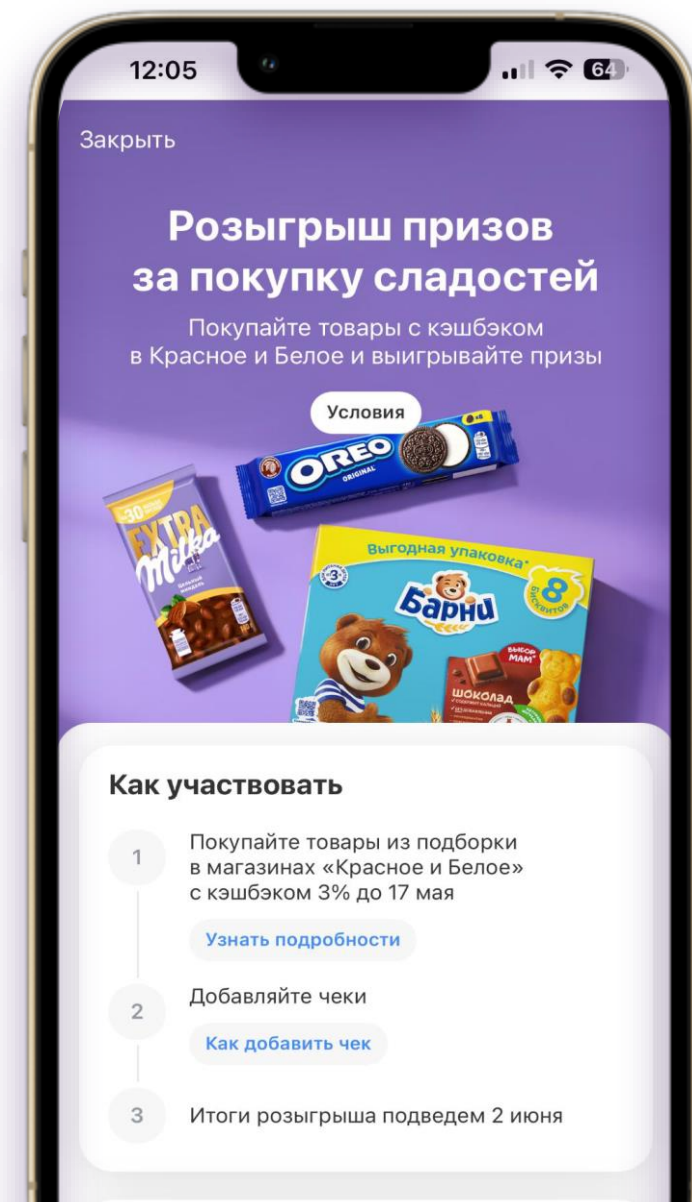
- Отменена программа лояльности*

Наглядный пример трехстороннего партнерства.

Кейс активации в приложении Т-банка **для сети**

«Красное и белое»

- Покупайте товары из подборки в магазинах «Красное и Белое» с кэшбеком
- Добавляйте чеки
- Выигрывайте призы



Активация повлияла позитивно не только на наши метрики, но и на метрики сети

~12%

участников акции
пришли впервые в
«КиБ» благодаря
данной акции

~30%

участников два или
более раз сходили в
торговую сеть за
покупкой акционных
товаров

~13%

участников вернулись в
магазин и купили
повторно продукции в
течение 30 дней после
завершения акции

Мультибрендовая
нетипичная механика, в
которой мы увидели
увеличение количества
чеков **X2** (vs план)

