

Brandformance в ритейл-медиа: от начинающих до международных брендов

Анастасия Аксученок,
руководитель отдела продвижения и рекламы брендов

la moda

Lamoda — ведущий ритейлер в сфере моды, красоты и лайфстайл



Более 10 млн
товаров



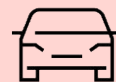
**Более 4
тысяч**
брендов



17+ млн
MAU



Более 10 тысяч
сотрудников



Доставка в тот же день и в **15-минутный** интервал



Бесплатная примерка

Особенности Lamoda

СХ

- Редакционный контент
- Карточки товара
- CRM
- Push-уведомления
- Таргетированный Push
- E-mail-рассылки

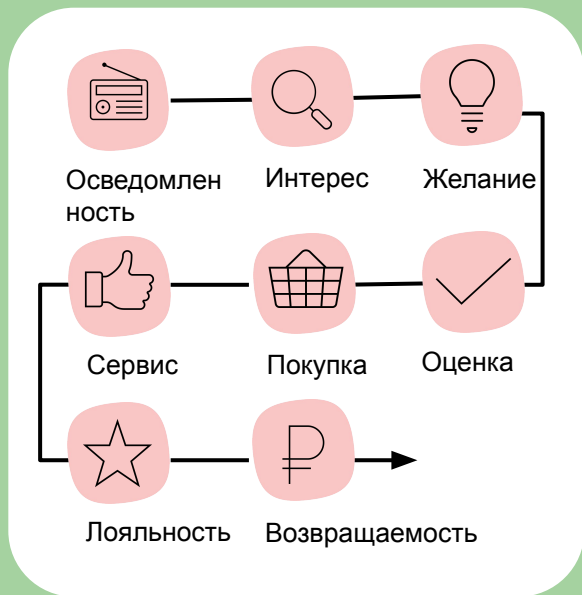
ВХ

- Shop-in-shop
- Бренд контент
- Коллаборации
- Имиджевые материалы
- Новые медийные форматы продвижения

**Lamoda inspirational
and experiential platform**

Путь клиента изменился

Традиционный путь

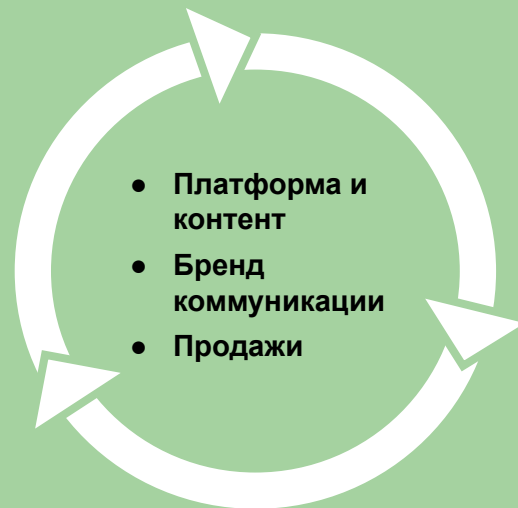


9 шагов

VS.

3 шага

Путь в e-com — все на одной платформе



Мы знаем своих пользователей, и как с ними коммуницировать

знания

- Лог покупок
- Поисковые запросы
- Интерес к брендам
- Чек
- Частота и репертуар
- Gross и net корзина

форматы

- Вся воронка
- От видео до карточки товара
- Внутри платформы
- Вне платформы

**уникальное сочетание данных
и форматов коммуникации**

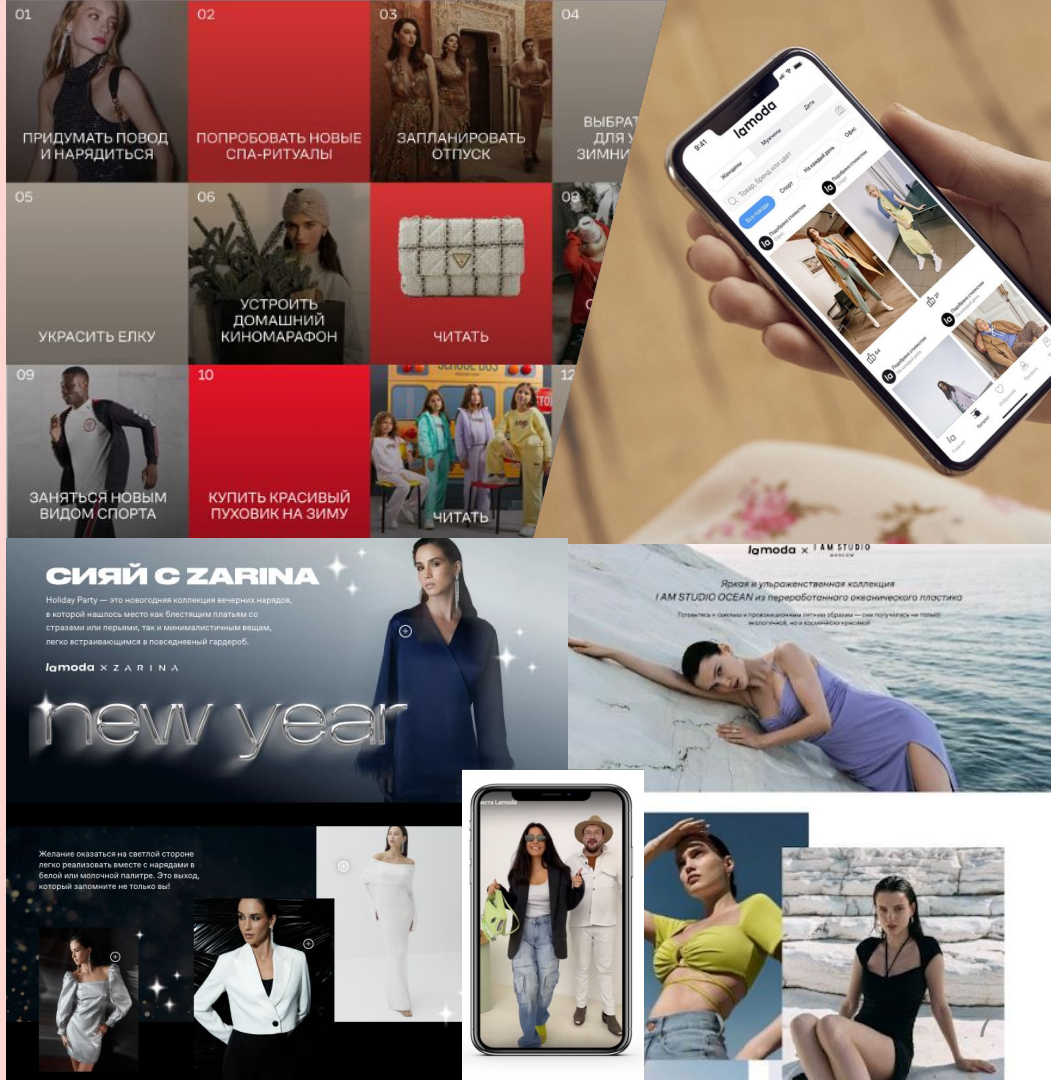
Наша цель — усилить
экспертность фэшн-игрока,
поэтому мы не только продаем
модные товары, но и ...

- ... вдохновляем покупателей
- ... знакомим с трендами
- ... помогаем с выбором

Lamoda — это медиа платформа о моде и стиле

- Собственная редакция, стилисты и фотостудия
- Авторский контент и нативные медийные спецпроекты о моде и стиле от экспертов и блогеров
- Ведущие лидеры мнений в fashion
- Разный контент для разных аудиторий, каждый бренд найдет свою ЦА
- Разный контент: от текста и описания до телешоу

Lamoda



Ритейл-медиа, которое решает задачи бизнеса

Работа над
**узнаваемостью
бренда**

Увеличение
вовлеченности
клиентов
Построение
КОММЬЮНИТИ
ЛОЯЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ
вокруг бренда

Возможность
наращивать
аудиторию

Дополнительные
инструменты
продвижения
коллекции и
увеличение продаж

IDOL x Lamoda

Задачи:

запустить продажи нового бренда, ознакомить ЦА с товарными категориями, сформировать комьюнити, запустить продажи

Решение:

- создание ознакомительной страницы бренда
- создание Shop-in-Shop с полным ассортиментом
- рассылки и PUSH-уведомления
- баннеры на главной странице App и web
- SMM Lamoda
- Сторис в приложении
- Интеграция в блог «Идеи»



IDOL x Lamoda

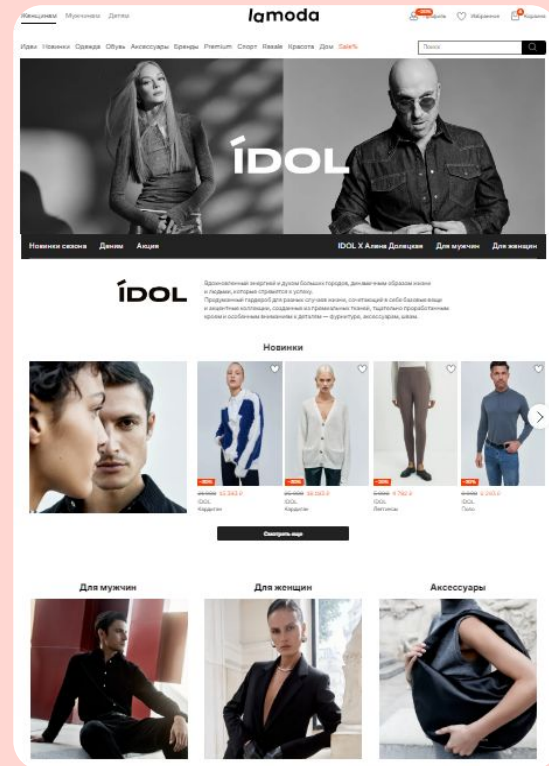
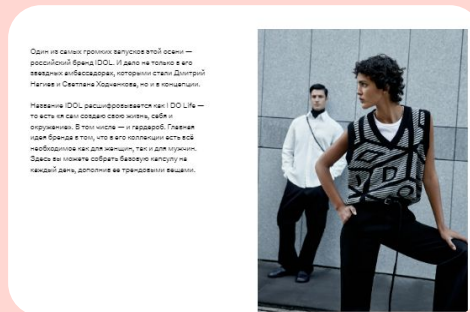
- Shop – in – shop
- Баннеры главной страницы сайта
- Баннеры в приложении
- Прямой маркетинг (пуши, NL)
- CMM
- Блог Lamoda
- Сторис в приложении Lamoda



+ 857% увеличение трафика во время запуска

+ 120% увеличение заказов

lamoda



IDOL x Lamoda

IDOL x Алена Долецкая



lamoda

Женщинам Мужчинам Детям

Идеи Новинки Одежда Обувь Аксессуары Бренды Premium Спорт Resale Красота Дом Sale%

Поиск

ÍDOL

В серии видеороликов друг бренда и fashion-эксперт Алена Долецкая рассказывает, чем ей близка философия IDOL, за что она любит кашемир, как правильно выбирать шерстяной свитер, на что похожа современная мода на деним и какой пуховик из коллекции IDOL ей понравился больше всего

ПУХОВИКИ **КАШЕМИР** **ДЕНИМ** **ШЕРСТЬ**

ЭПИЗОД 1 ПУХОВИКИ

Как правильно выбирать зимнюю куртку, что такое «эффект тюльпана», какой пуховик подойдет для total black образов, а также, какая модель пуховика понравилась Алене Долецкой больше всего.

ЭПИЗОД 2 КАШЕМИР

«Кашемир — это самый дорогой и самый сложно обрабатываемый вид шерсти»: во втором эпизоде Алена Долецкая рассказывает, за что она ценит кашемир, почему носит его круглый год, откуда «родом» кашемир IDOL и какой оттенок особенно подходит этому материалу.

24.000 15 393 P IDOL Пушистик	26.000 21 904 P IDOL Пушистик	20.000 23 994 P IDOL Пушистик	25.000 25 393 P IDOL Пушистик	16.990 13 592 P IDOL Свитер	16.990 13 592 P IDOL Варлава	16.990 13 592 P IDOL Свитер	16.990 15 992 P IDOL Дневник

NAOS x Lamoda

Задача:

Увеличение продаж портфеля брендов +100% к предыдущему году

Решение:

- участие в бьюти-марафонах
- рассылки и PUSH-уведомления
- баннеры на главной странице App и web
- SMM Lamoda
- Mobile App Stories
- интеграция в стримы Lamoda на диване
- интеграция в Discovery
- интеграция в Lamoda Community

Результат:

рост продаж +216%



Гамма SUN Institut Esthederm

**Бьюти блог: вовлекающий контент
и подборки от редакции Lamoda**

*Какими средствами пользоваться,
если обычные SPF-кремы надоели?
Например, солнечной линейкой
от Institut Esthederm,
у них всё не как у всех*

Lamoda



Результаты

7 из 10 ТОП средств
в продажах марки
Institut Esthederm

Средства линии SUN

lamoda



Объединяя промокампании H2O

Lamoda community
Этим летом я хочу



5 форм воды

Вместе с Naos мы приглашаем вас на вечеринку,
посвященную пяти формам воды.

Узнаем все о мицеллярной, зарядим кожу энергией с клеточной водой и
научимся разбираться во вкусах и свойствах питьевой вместе с водным сомелье.

До встречи 31 августа в 19:00 в творческом пространстве Naos в Москве.

[ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ](#)

lamoda



Результаты

Мицеллярная вода — хит продаж Bioderma, прирост по франшизе в 3Q составил **275%** в шт



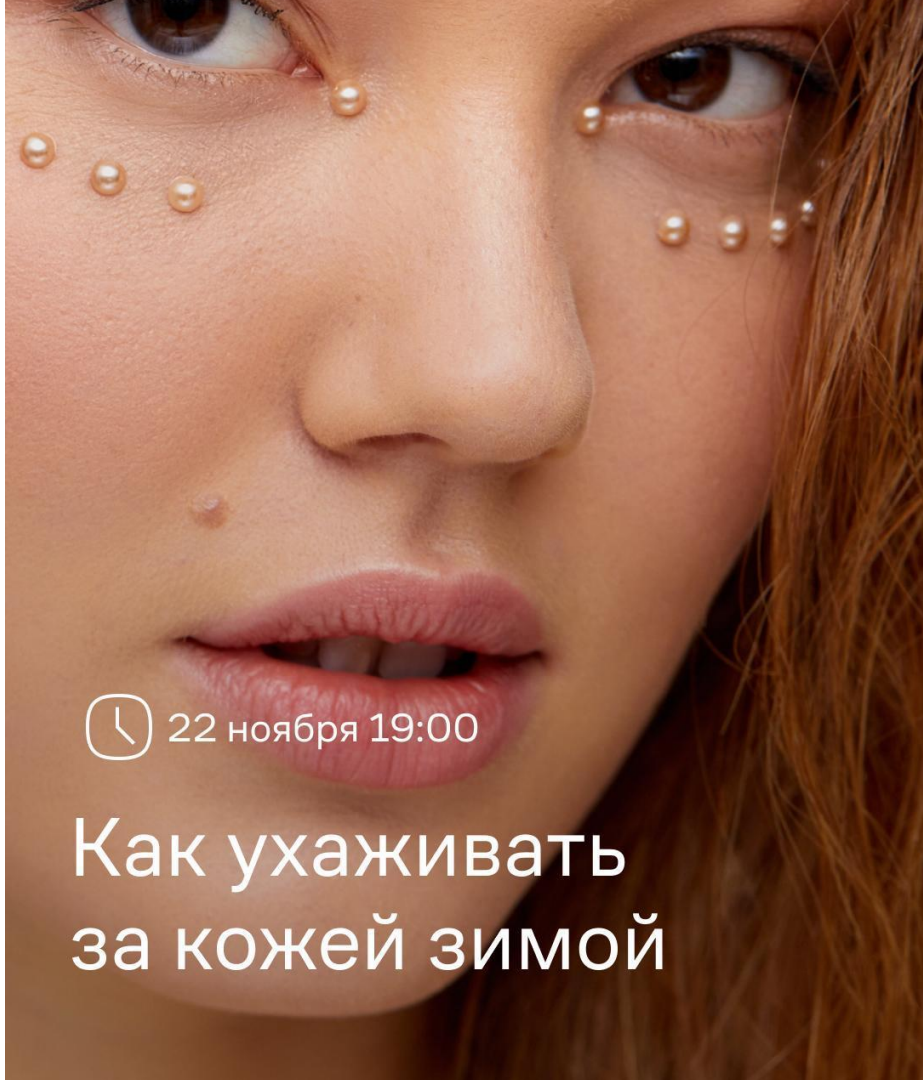
Lamoda на диване

Как ухаживать за кожей зимой: советы эксперта

Зимой холодный ветер, перепады температур и сухой воздух в помещениях делают кожу более чувствительной и обезвоженной. Как правильно подобрать кремы и сыворотки и бальзамы в морозный сезон, расскажет врач-косметолог, дерматолог и трихолог Марина Каспирович, эксперт компании NAOS (TM Institut Esthederm и Bioderma)



Lamoda



 22 ноября 19:00

Как ухаживать
за кожей зимой

Вовлеченность аудитории



Результаты

20 596 просмотров в финале эфира

Продажи, шт




lqmoda



Участие в Бьюти-марафонах

Поддержка Ламоды: участие в подборках и статьях



Гель Bioderma для умывания

Идеален для жирной и проблемной кожи: сокращает количество воспалений и регулирует выработку себума. При этом совсем не пересушивает.

На распродажу

154



Что купить на распродаже?

Бьюти-бестселлеры со скидками до 50%

154



Пилинг Institut Esthederm

Отличный пилинг Institut Esthederm с хорошей концентрацией кислот. Уже через 2 месяца кожа станет сияющей и гладкой.

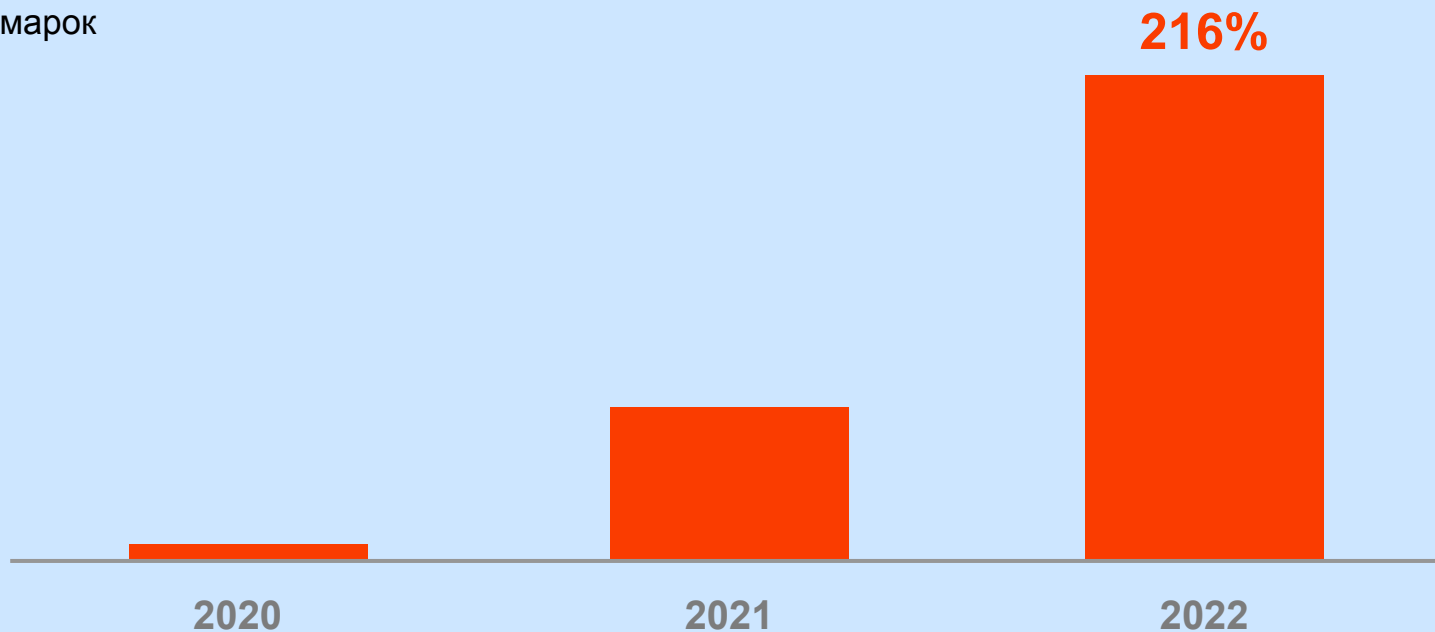
154



Дополнительно до 20% на любимые бренды

Цифры и факты. В партнерстве с Lamoda

■ продажа марок
NAOS



Lamoda

Прирост +216% в 2022 г

Коллаборация может решать большой спектр задач бренда

**Усиление
позиционирования
бренда в определенном
направлении**

Divno



Выход в новый сегмент

*Перед Vaop стояла задача
выйти в middle+ сегмент*



**Привлечение внимания
покупателей за счет
создания уникального
продукта, а также выход на
новую аудиторию**



lamoda

Studio29 x Lamoda

Совместная капсула

Задача:

Выход на новую аудиторию

E-mail

Пуши

0,65% - CTR

0,64% - CR

Страница компании

34 831

уникальные пользователи

Сторис в
мобильном
приложении

CMM

Impressions 3 200

Likes 17

21 522 - просмотры

1 917 - клики

Результат:

Солд-аут брюк из капсулы в первый день запуска

Рост посещений страницы бренда на 25%

Увеличение продаж на 20%

lamoda



Что мы сделали

STUDIO 29
×
lamoda

1 Разработали совместно с брендом идею, сделали лендинг с описанием идеи и коллаборации

2 Подключили различные способы продвижения: от баннеров на Lamoda до поиска Яндекс и соцсетей

3 Вышли на международный уровень: открыли продажи коллекции в Беларуси и Казахстане

5,5 млн
общий охват проекта

Бестселлер
брюки из коллаборации были проданы в первый же день запуска

Для всех и на каждый день

Чтобы создать унисекс-капсулу, бренд расширил размерную сетку, пересмыслил крой и форму классических моделей. Брюки на резинке из костюмной ткани, однобортный пиджак прямого силуэта, объемный свитер — одежда, которая подойдет всем вне зависимости от пола и для любого случая: долгой прогулки в парке, деловой встречи с коллегами и уютного домашнего вечера.



BURO.

МОДА КРАСОТА КУЛЬТУРА

новости | стиль

Lamoda выпустила коллаборацию с российским брендом Studio 29

В коллекцию вошли брюки, рубашки и свитеры

Текст: Екатерина Кравчина
15.09.23, 17:30

Онлайн-платформа Lamoda запускает продажи коллекции, созданной совместно с российским брендом Studio 29. В капсуле можно найти брюки, рубашки и свитеры. Многие модели разработаны в унисекс-формате.

Совместная коллекция брендов — это новое прочтение универсальной одежды, которая удобна при любых обстоятельствах. Она позволяет создать один законченный образ или собрать парный лук. В коллаборации также доступны бестселлеры марки в новых цветовых сочетаниях. При разработке капсулы дизайнеры использовали комфортные для повседневной носки ткани.



Спасибо!

Анастасия Аксученок,
brand_solutions@lamoda.ru

lamoda