

**Секция:**  
**Digital Homo**  
**Consumer 2024**



# Какой потребитель сегодня ?

INSIGHTS

**+5%**

по сравнению с 2022

Восстановилась потребительская уверенность практически до уровня 2019

**+15%**

Ожидаемый рост покупателей на маркетплейсах в 24г

Потребитель переключается на онлайн ввиду удобства и возможности сравнивать цены >> рост аудитории маркетплейсов



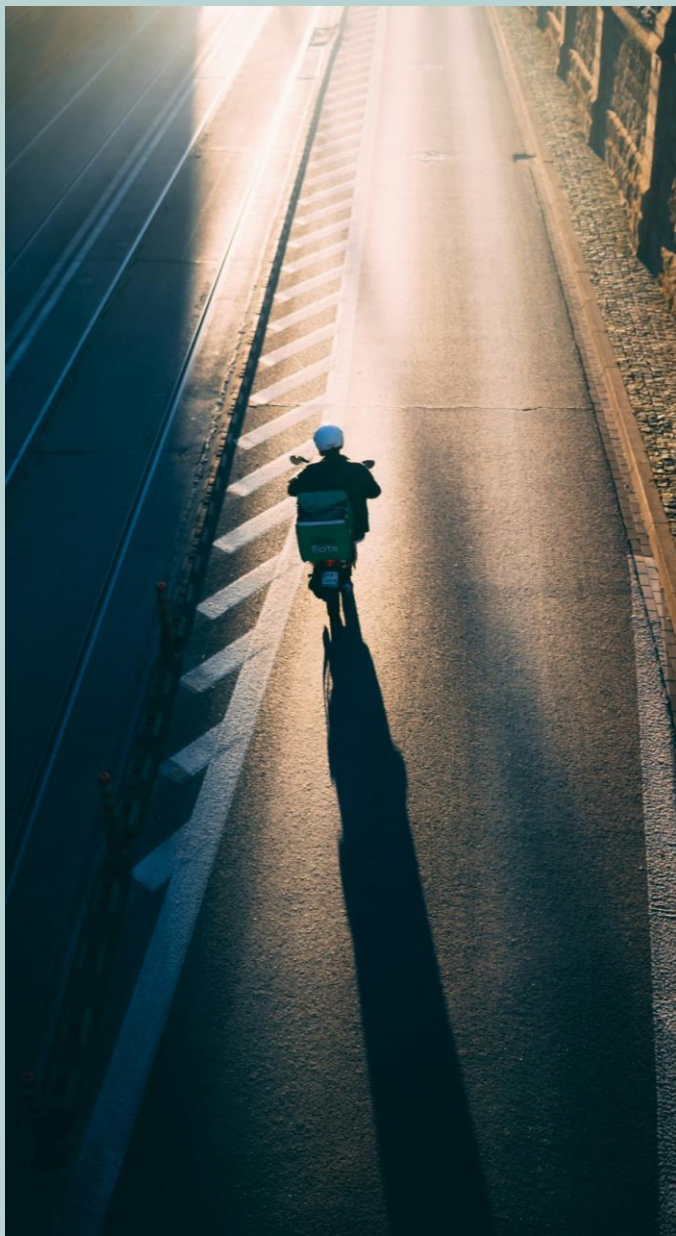
# Маркетплейсы для пользователя стали одним из ключевых каналов для покупок, в котором наблюдается высокий уровень клаттера

5 TOP

Маркетплейсы входят в топ-5 каналов по времяпрепровождению и охвату наряду с Мессенджерами, Соцсетями, Видео-площадками и играми

+19%

Рост количества рекламодателей на маркетплейсах в 2023. Коммуникационное давление на потребителя усилилось



71%

**Покупателей отдают предпочтение тем, кто обеспечивает персонализированную коммуникацию**

**Важность персонализированных действий для потребителя, совершающего покупку впервые, %**



# Продвижения бренда Rexona на Ozon. Фокус на персонализацию

CASES

## МЕХАНИКА

Создали более 100 кастомизированных креативов, посадочных страниц и таргетингов на основе покупок и релевантного ассортимента бренда

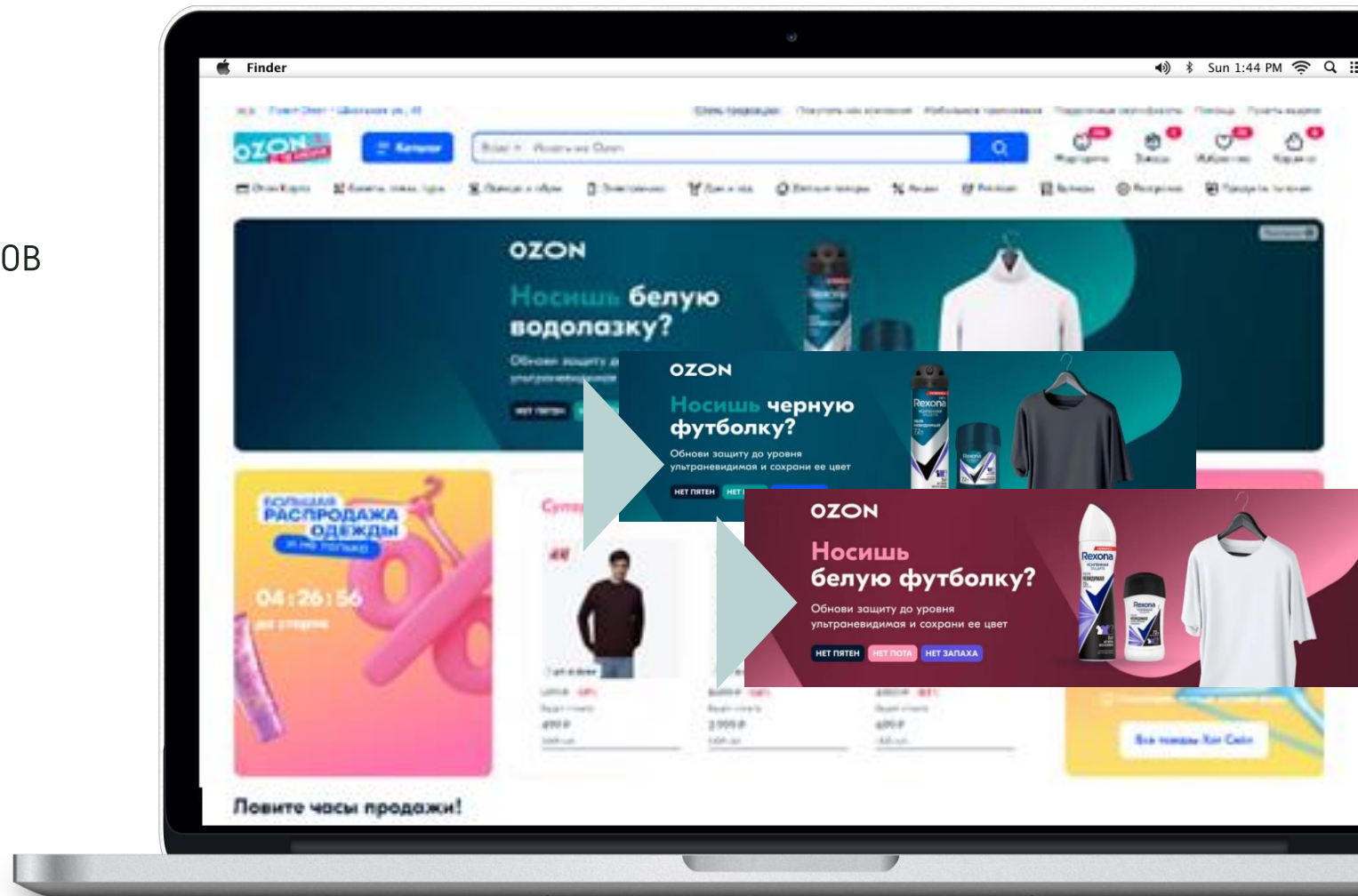
## РЕЗУЛЬТАТЫ

**+60%**

Выросли продажи новинки по сравнению с периодом до

**+34%**

Выросли продажи регулярного ассортимента



# SELF-FOCUS

## РЕКОМЕНДАТЕЛЬНЫЕ АЛГОРИТМЫ

Помогают сформировать инфополе из адаптированного контента для потребителя

## AI-ТЕХНОЛОГИИ

Позволяют решать задачу нативного встраивания в контент, привычный для пользователя

**Нативная реклама  
заметнее для  
пользователя по  
сравнению с баннерной  
рекламой, так как  
встроена в  
потребляемый им  
контент**

**70%**

Пользователей предпочитают узнавать о продукте через нативную рекламу по сравнению с традиционной

**82%**

Маркетологов считают, что нативная реклама приносит высокие результаты по вовлечению

# ПРОДВИЖЕНИЕ ПОДАРОЧНЫХ НАБОРОВ АХЕ. ФОКУС НА НАТИВНОСТЬ И AI-ТЕХНОЛОГИИ

# +63%

прирост по метрике  
"Намерение покупки"\*

CASES

## ЦЕЛИ

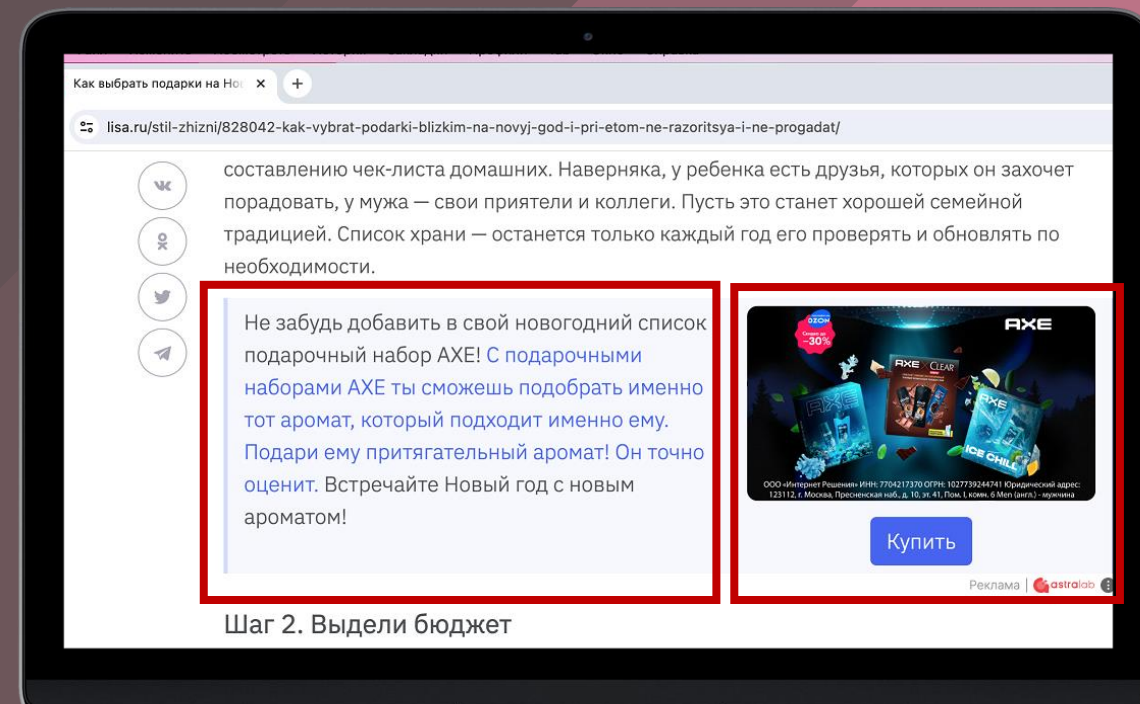
Рост брендовых метрик используя максимально нативное размещение рекламы

# +44%

прирост по метрике  
"Знание продукта"\*

## МЕХАНИКА

Запустили РК с авто-генерацией текстов через ChatGPT для бренда АХЕ. Реклама нативно интегрировалась в подходящую часть статьи соответствующей тематики.



\*по сравнению со стандартным форматом без использования AI



# Спасибо!

Александр Щипанов  
Head of Digital Unilever

 @aleksdigital

