

М.ВидеоЭльдорадо

Технологии и данные для роста продаж в omnichannel retail

Дмитрий Буров

Руководитель рекламной монетизации

М.Видео-Эльдорадо

О ЧЕМ ПОГОВОРИМ СЕГОДНЯ

ДАННЫЕ ДЛЯ РОСТА ПРОДАЖ

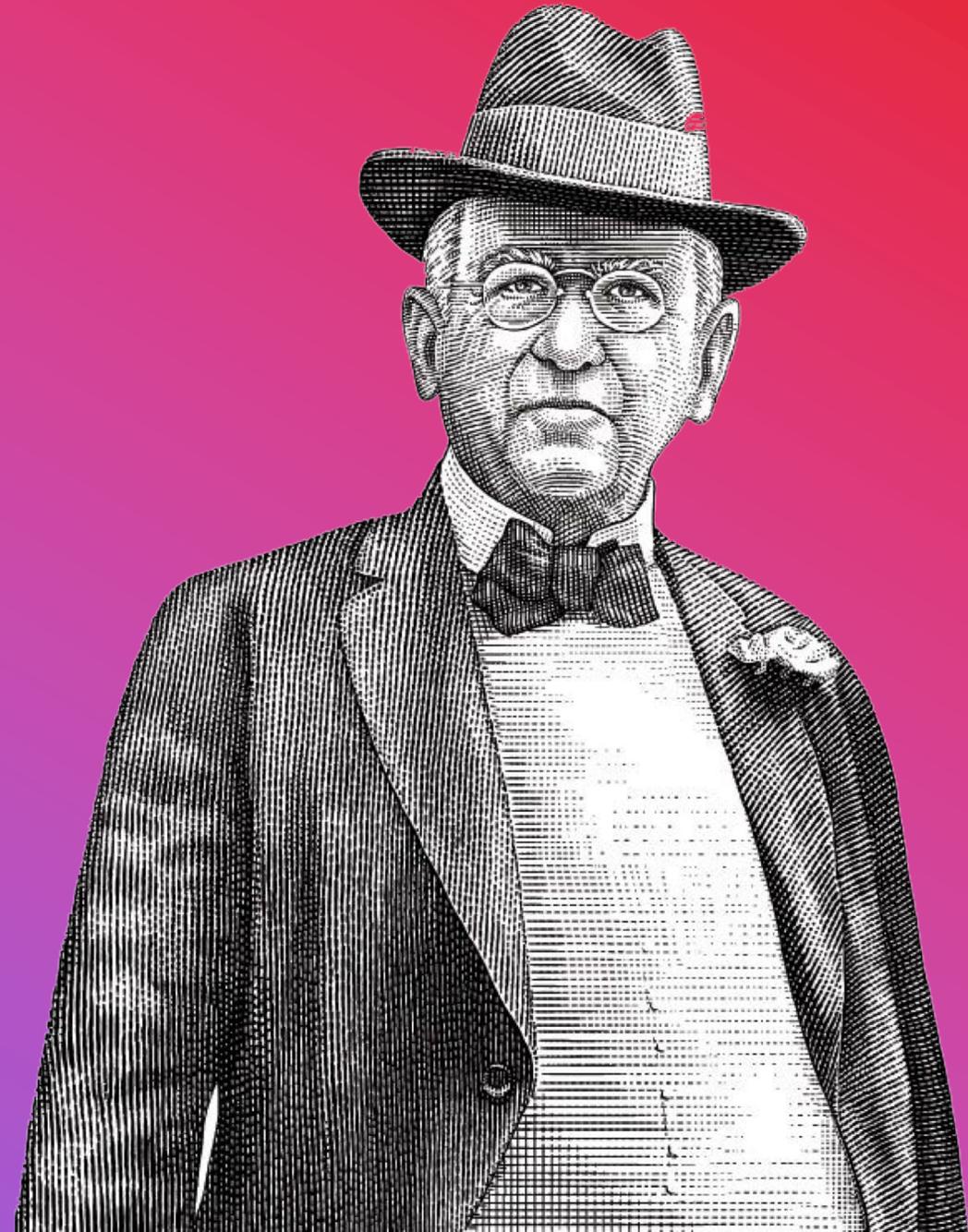
ТЕХНОЛОГИИ РОСТА ПРОДАЖ

ВНЕШНЯЯ РЕКЛАМА, КОТОРАЯ ПРОДАЕТ

ON-SITE И IN-APP РЕКЛАМА - VISION 2023

Я знаю, что половина моего
рекламного бюджета
расходуется впустую.
Проблема в том, что я не
знаю, какая именно
половина.

Джон Ванамейкер
(1838 – 1922)



ДААННЫЕ ДЛЯ РОСТА ПРОДАЖ



ПРОФИЛИРОВАНИЕ И СЕГМЕНТАЦИЯ КЛИЕНТОВ

Единая CDP-система – основа для эффективной коммуникации

Агрегируем **данные пользователя в профиль:**

- интерес к категориям (онлайн + офлайн)
- история покупок (включая прогноз по обновлению модели)
- готовность к коммуникации

Сегментированные базы покупателей используем в директ-коммуникациях, таргетированной рекламе, персонализации наших ресурсов



ПЛАНИРОВАНИЕ ПОРТФЕЛЯ ТОВАРОВ

Планирование портфеля товаров при выходе на новый рынок – огромный вызов для производителя

На основе собственных накопленных данных, а также отраслевых исследований помогаем определить:

- **ширину матрицы** (кол-во SKU)
- **глубину матрицы** (сток по регионам)
- **ценовое позиционирование** бренда и SKU
- динамику спроса (онлайн+офлайн)
- **прогноз трафика** (онлайн + офлайн)



ПЛАНИРОВАНИЕ ПРОМО И ПРОДВИЖЕНИЯ

Промо на основе данных = успеха для бренда

Совместно с производителем планируем:

- **ассортимент**
- **размер скидки** (для каждого SKU)
- **микс рекламной поддержки**

Управляем результатом по модели
«трафик – конверсия – средний чек»



OMNICHANNEL РЕКЛАМНЫЕ КАМПАНИИ

Omnichannel взаимодействие = контакт с покупателем в онлайн и/или оффлайне для закрытия покупки в онлайн или оффлайне

«Покрытие» чеков программой лояльности М.Видео-Эльдорадо **>90%**

Анализ по когортам:

- online only
- offline only
- online to offline
- offline to online



ТЕХНОЛОГИИ РОСТА ПРОДАЖ



АНАЛИТИКА В КАБИНЕТЕ ПОСТАВЩИКА

М.ВидеоЭльдорадо | Личный кабинет менеджера Инструкции Вы вошли как Тест перевода

Клиенты / Профиль клиента

Профиль клиента

[Сбросить фильтры](#)

Дата продажи	Месяц	Наименование товара	Группа	Категория	Бизнес-юнит	Бренд	Торговая сеть	Пол клиента	Возраст клиента	Операционная система	Канал продаж	Регион
-												
2020-01-01	январь	ЭПК Endever Skyline IP-22	Настольная электрическая плита	Плиты	КБТ	Endever		Мужской	46-60	No data	Розница	Свердловская обл.
2020-01-01	январь	ЭПК Endever Skyline IP-22	Настольная электрическая плита	Плиты	КБТ	Endever		Не определён	NA	No data	Розница	Московская обл.
2020-01-01	январь	SAM ACV AVS-1711R	USB-Автомобильная магнитола	АВТОМОБИЛЬНАЯ ЭЛЕКТРОНИКА	Фото - Авто	ACV		Не определён	NA	No data	Розница	Бурятия
2020-01-02	январь	Термос Zanussi ZVF21221DF	Термос	Товары для кухни	Аксессуары	Zanussi		Мужской	26-35	No data	Розница	Ульяновская обл.
2020-01-02	январь	Термос Zanussi ZVF51221DF	Термос	Товары для кухни	Аксессуары	Zanussi		Не определён	NA	No data	Сайт	Самарская обл.
2020-01-02	январь	ЭПК Endever Skyline IP-22	Настольная электрическая плита	Плиты	КБТ	Endever		Не определён	NA	No data	Розница	Воронежская обл.
2020-01-02	январь	Термос Zanussi ZVF51221DF	Термос	Товары для кухни	Аксессуары	Zanussi		Мужской	36-45	ios	Розница	Вологодская обл.
2020-01-02	январь	Терка Endever Cook-20	Терка	Товары для кухни	Аксессуары	Endever		Мужской	46-60	android	Розница	Челябинская обл.
2020-01-02	январь	Термос Zanussi ZVF51221DF	Термос	Товары для кухни	Аксессуары	Zanussi		Женский	46-60	No data	Розница	Московская обл.
2020-01-03	январь	ЭПК Endever Skyline IP-22	Настольная электрическая плита	Плиты	КБТ	Endever		Не определён	NA	No data	Розница	Омская обл.

Количество на странице: 1 - 10 из 26748

[Выгрузить в Excel](#)

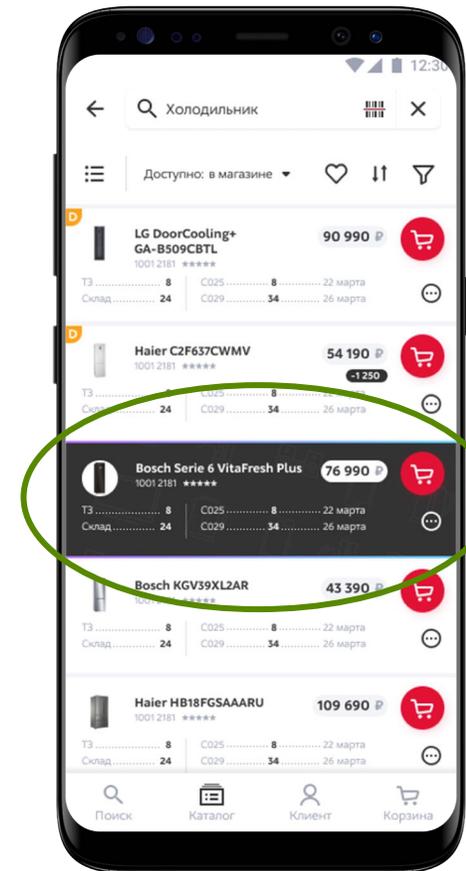
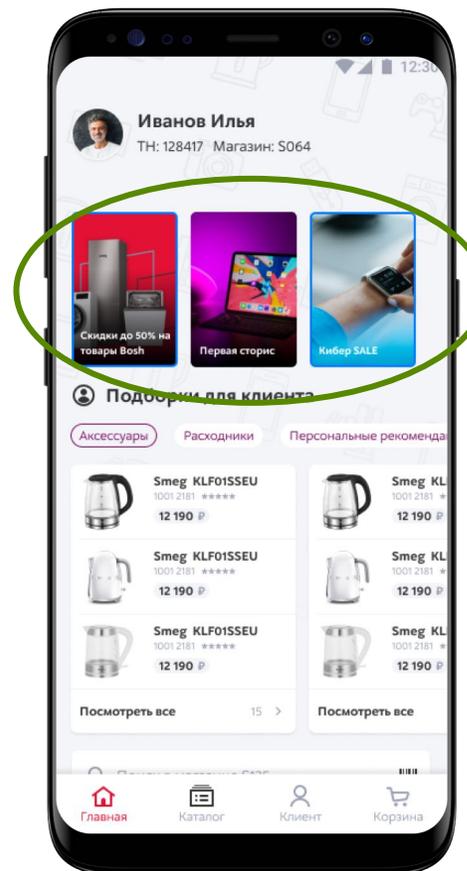
МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ ПРОДАВЦА (МПП)

Мобильное приложение продавца (МПП) – точка контакта для продвижения ваших товаров среди консультантов в зале

МПП – это **инструмент подбора товара** под запрос покупателя прямо в торговом зале

Форматы внутри МПП **акцентируют внимание продавца** на целевых товарах

Сегментация продвигаемого ассортимента бренда между когортами покупателей



КЕЙС: РОСТ ПРОДАЖ TOSHIBA НА 300+%

Задача: увеличение продаж телевизоров бренда Toshiba

Период: август 2022

Медиамикс: 360 support

Digital: on-site, in-app, CRM, external ads
+ in-store
+ TV flight

Рост продаж – 304%¹

Рост интереса – 132%²

Рост трафика офлайн – 583%

Рост трафика онлайн – 493%

The image shows a screenshot of the ElDorado.ru website and a search engine result for the same promotion. The website header includes the ElDorado.ru logo, a search bar with the text "Поиск по каталогу", and navigation links for "Вход или регистрация" and "Корзина". The main navigation bar features "Каталог" and "ВСЕ АКЦИИ". The "Новые акции" section displays a Toshiba promotion banner for "Недели Toshiba" with a price reduction from 34,499 to 29,999 rubles (30% discount) on a Toshiba 43V35KE TV. The "Товары дня" section shows a Huawei nova Y70 smartphone with a 16% discount, priced at 15,999 rubles. Below the website screenshot is a search engine interface with the Yandex logo and a search bar containing "Найдётся всё". The search results show a banner for "М.Видео" featuring the same Toshiba promotion.

1 – рост продаж в авг. 2022 по сравнению с июл. 2022; собственные данные М.Видео-Эльдорадо

2 – рост кол-ва поисковых запросов «телевизор toshiba» и «телевизор тошиба» в период дек.21 – сент. 22; по данным Яндекс.Вордстат

ВНЕШНЕЕ ПРОДВИЖЕНИЕ: ТРЕНДЫ 2023



ТАРГЕТИНГ НА ПОКУПАТЕЛЕЙ

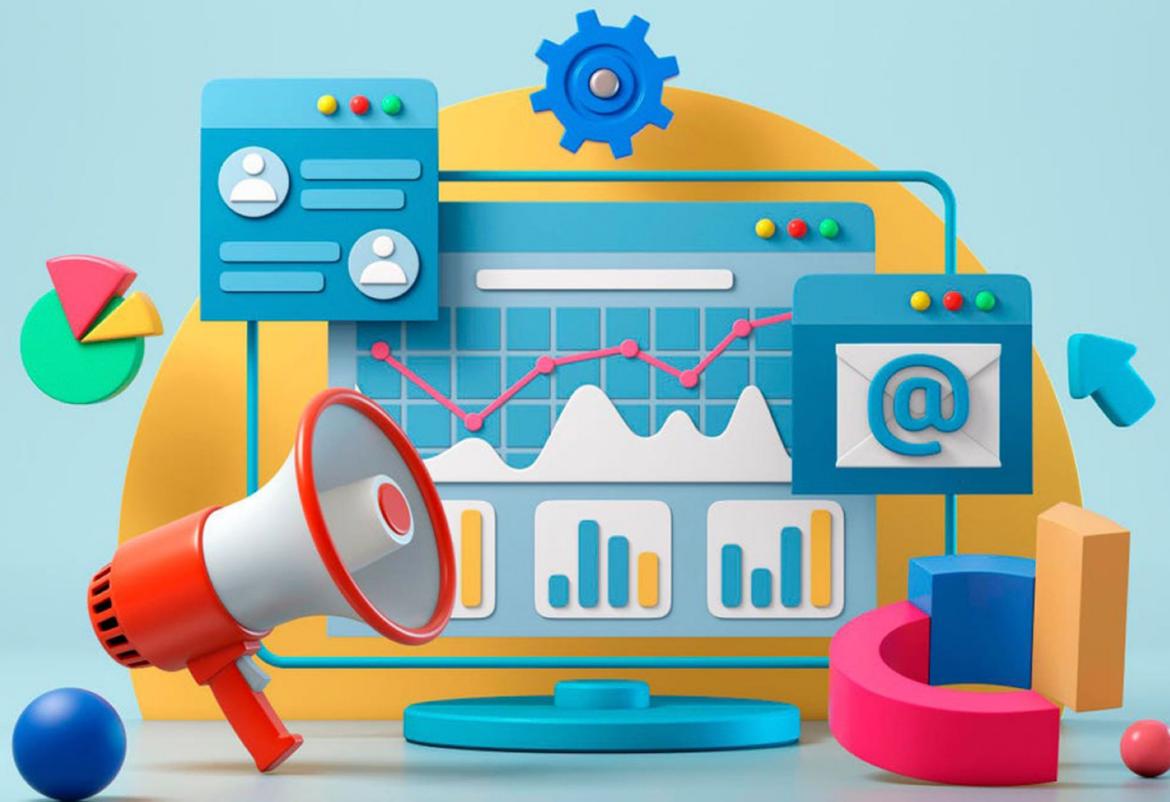
База покупателей
~19 млн активных
идентифицированных пользователей

Обезличенное таргетирование
(Яндекс, VK, MyTarget)

Match Rate – до 95%

Построение **look-alike** сегментов

**БОЛЕЕ XX УСПЕШНЫХ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ
В СЕТИ М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО**



РЕТАРГЕТИНГ

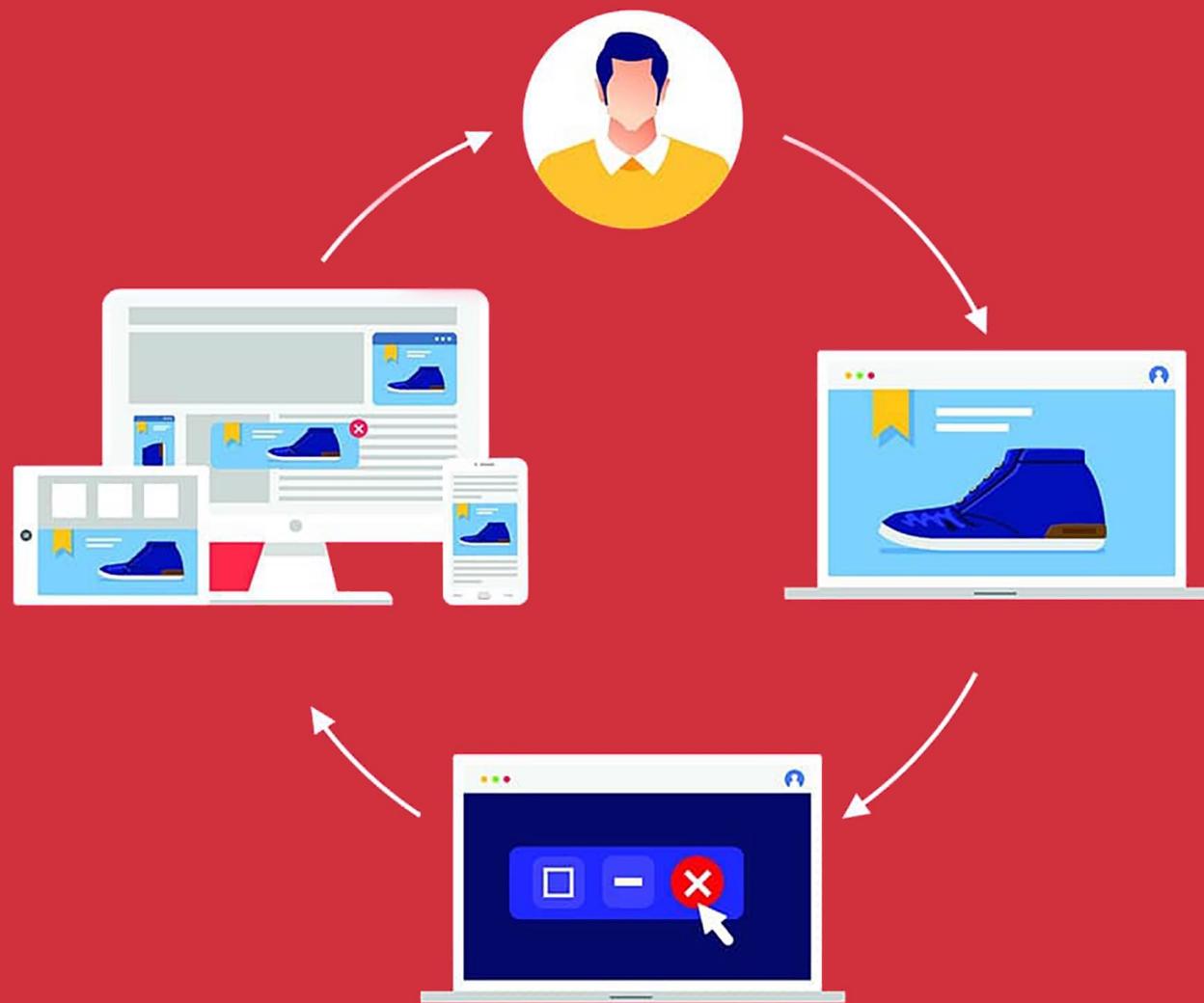
Возврат потенциальных покупателей – одна из наиболее эффективных рекламных тактик

Охват посетителей карточек товаров, «корзинщиков»

Использование в Яндексе, VK, MyTarget

Запуск с участием команды маркетинга М.Видео-Эльдорадо

Тестовые запуски – Q2 2023



ТОВАРНЫЕ КАМПАНИИ

Товарные кампании = показ пользователю подходящего товара, быстрый захват внимания и перевод на карточку товара из поисковой выдачи

Товары подбираются автоматически на основе поискового запроса и популярности

Рекламная кампания оптимизируется на конверсии = максимум продаж

**УЖЕ ДОСТУПНЫ ПАРТНЕРАМ
М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО**

Яндекс Найти

Поиск [Картинки](#) [Видео](#) [Карты](#) [Товары](#) **Новое** [Переводчик](#) [Все](#)

Купить: [купить плиту](#) >

<p>49 990 ₽ Электрическая плита Gorenje EC6111WG technopark.ru ...</p>	<p>Кэшбек 2900₽ -29% <i>М.видео</i> 28 999 ₽ 40 999 ₽ Газовая плита (50-55 см) Gorenje GG5A11XF mvideo.ru ...</p>	<p>28 990 ₽ Газовая плита GEFEST ПГ 6500-02 0045 citilink.ru ...</p>	<p>37 990 ₽ Плита Electrolux RKR560100W technopark.ru ...</p>	<p>Кэшбек 735₽ -29% <i>М.видео</i> 24 500 ₽ 34 999 ₽ Комбинированная плита (50-55 см) Gorenje... mvideo.ru ...</p>
--	--	--	---	---

Лучшие цены по запросу «купить плиту» >

<p>4,5 Электроплита Gorenje EC5121WG-B 20 280 ₽ Лучшая цена ещё 29 предложений</p>	<p>4,6 Электроплита GEFEST ЭПНД 5140-01 0035 14 488 ₽ 18 599 ₽ Лучшая цена ещё 31 предложение</p>
<p>4,6 Электроплита Hansa FCEX54110 25 989 ₽ Лучшая цена ещё 16 предложений</p>	<p>4,4 Электроплита GEFEST ЭПНД 5560-03 0053 31 420 ₽ Лучшая цена ещё 16 предложений</p>
<p>4,4 Электрическая плита Deluxe 5004.12 э черная 11 814 ₽ Лучшая цена ещё 26 предложений</p>	<p>4,4 Электроплита Hansa FCEW53001 16 147 ₽ Лучшая цена ещё 16 предложений</p>

CPA (ОПЛАТА ЗА ЗАКАЗ)

CPA-сети в 2023 году продолжают приносить пользу для ритейлеров и производителей

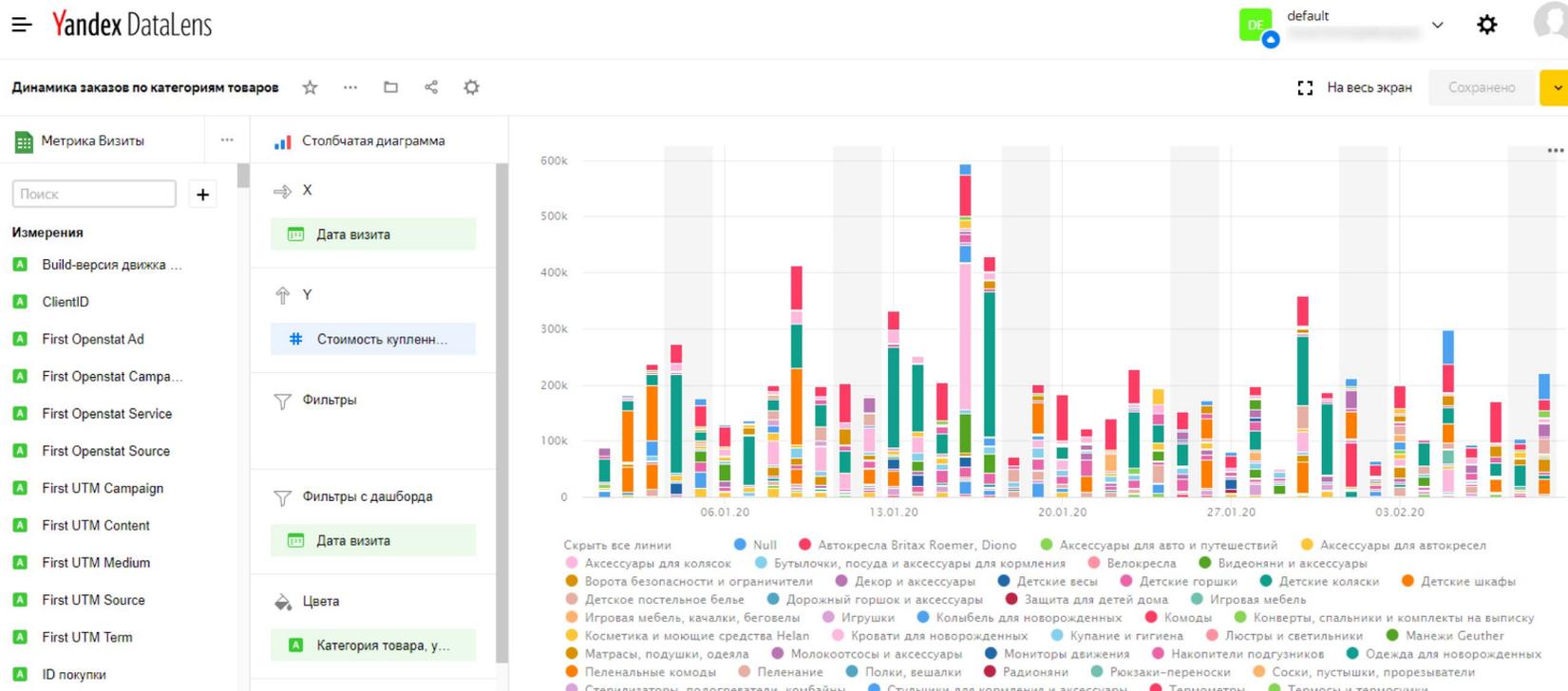
Преимущества М.Видео: **качественный трафик** (без фрода) и **быстрое масштабирование** (с 1 до 10, с 11 до 1 000 заказов)

Нет комиссии CPA-сети = ниже стоимость привлечения одного заказа

М.Видео продолжает выстраивать **собственную партнерскую сеть** для привлечения качественных заказов



АНАЛИТИКА ВНЕШНЕЙ РЕКЛАМЫ



Аналитические данные по товарам производителя по post-click модели на основе правила UTM-разметки

Автономный доступ к данным 24/7 в Yandex DataLens

ЗАПУСК – Q1 2023

POST-VIEW АНАЛИТИКА

Позволяет оценить результат охватного размещения в Digital в продажах товаров

Необходима прометка всех охватных размещений с участием ритейлера ДО старта рекламного размещения

**УЖЕ ДОСТУПНА ПАРТНЕРАМ
М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО**
(по предварительному запросу)



СТРАНИЦА И МОДУЛЬ «ГДЕ КУПИТЬ»

Модуль и/или страница «ГДЕ КУПИТЬ» – тренд для брендов без собственного D2C магазина

Следует использовать **только при строгих требованиях** по приземлению рекламы на брендовые порталы

Необходимо получать **пост-клик аналитику**: по UTM-разметке или через интеграцию модуля «ГДЕ КУПИТЬ» с ритейлером

The screenshot shows the Gorenje website interface. At the top, the logo 'gorenje' is followed by the tagline 'Делает жизнь проще'. Navigation links include 'Продукты', 'Коллекции', 'Поддержка', and 'Лайфхаки'. The breadcrumb trail reads: 'Главная / Продукты / Охлаждение / Отдельностоящие холодильники / NRM8181UX'. The main content area features a large image of a refrigerator, a vertical gallery of smaller images on the left, and a detailed description on the right. The description includes the title 'ConvertActive: преобразование морозильного отделения в нулевую зону ZeroZone, NoFrost Plus' and technical specifications: 'Многодверный холодильник · NRM8181UX', 'Класс энергопотребления: А+', 'Объем нетто: 421 л', 'Конструкция: Отдельностоящий прибор', 'Ширина: 794 мм, Высота: 1817 мм'. At the bottom of the page, there are tabs for 'Преимущества', 'Техническое описание', and 'Поддержка'. A red-bordered box highlights a 'ГДЕ КУПИТЬ' (Where to buy) module. This module contains a search bar labeled 'НАЙТИ АДРЕС' and a button 'Купить в магазине'. Below these are three retailer options, each with a right-pointing arrow: 'М.Видео', 'СБЕР МЕГАМАРКЕТ', and 'Маркет'.

ON-SITE & IN-APP PEKΛAMA

VISION 2023



МОДЕЛИ ЗАКУПКИ РЕКЛАМЫ: ПЕРЕХОД ОТ ПАКЕТОВ К АУКИЦОНУ

ПАКЕТНАЯ ЗАКУПКА:

- непрогнозируемые результаты
- нет контроля над итоговой стоимостью медийной единицы
- долгая и непрозрачная отчетность
- сложно масштабировать

МОДЕЛИ ЗАКУПКИ РЕКЛАМЫ: ПЕРЕХОД ОТ ПАКЕТОВ К АУКИЦОНУ

ПАКЕТНАЯ ЗАКУПКА:

- непрогнозируемые результаты
- нет контроля над итоговой стоимостью медийной единицы
- долгая и непрозрачная отчетность
- сложно масштабировать

АУКЦИОННАЯ ЗАКУПКА:

- Прогноз результатов от ситуации в аукционе
- Контроль за стоимостью медийной единицы через ставку в аукционе
- Прозрачные данные в рекламном кабинете
- Легко масштабировать

МОДЕЛИ ЗАКУПКИ РЕКЛАМЫ: ПЕРЕХОД ОТ ПАКЕТОВ К АУКИЦОНУ

ПАКЕТНАЯ ЗАКУПКА:

- непрогнозируемые результаты
- нет контроля над итоговой стоимостью медийной единицы
- долгая и непрозрачная отчетность
- сложно масштабировать

АУКЦИОННАЯ ЗАКУПКА:

- Прогноз результатов от ситуации в аукционе
- Контроль за стоимостью медийной единицы через ставку в аукционе
- Прозрачные данные в рекламном кабинете
- Легко масштабировать

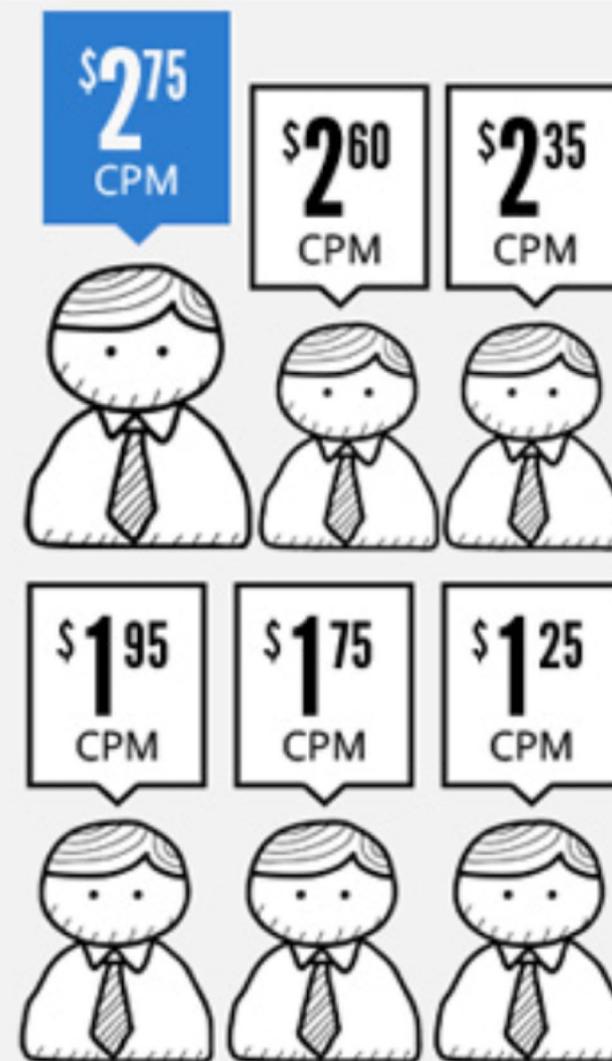
АУКЦИОН В РЕАЛЬНОМ ВРЕМЕНИ

Ожидания рекламодателей от форматов продвижения в ритейле – **гибкость аукциона**

Постепенный **переход** большинства рекламных форматов на аукционную модель закупки **неизбежен**

Модель закупки вначале – **СРМ** (за 1000 показов), с постепенным **переходом к СРС** (за клик)

Модель конкуренции вначале – **аукцион первой цены**, с постепенным (небыстрым) переходом к **аукциону второй цены**



ВЕРИФИКАЦИЯ ПОКАЗОВ И КЛИКОВ

Верификация рекламных кампаний – **критическое требование** большинства рекламодателей для запуска рекламных кампаний, нацеленных на рост знания

Требуется верификация как **медийных результатов**, так и **кросс-частоты** внутри ритейла

ВЫВОД:

Переход к верификации показов неизбежен для ритейлеров, которые развивают внутренний рекламный инвентарь как медиа



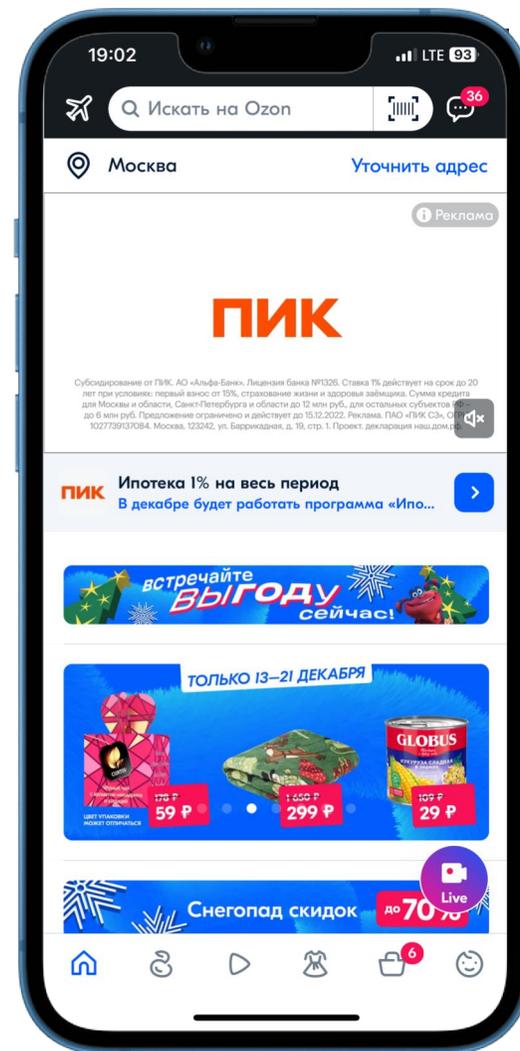
ВНЕШНИЕ ССЫЛКИ В БАННЕРНОЙ РЕКЛАМЕ В РИТЕЙЛЕ

Ритейл медиа получают все больше аудитории и внимания -> **невозможно утилизировать 100% показов** рекламой товаров

Внешние ссылки во внутренних медийных форматах в ритейле – **логичное развитие** подхода к внутренним баннерным форматам

Подход в реализации может быть **разным** (приоритет «товарным» или внешним баннерам и т.п.)

Баннеры с внешними ссылками еще больше повышают важность **соц-дем. таргетингов**





СКАНИРУЙТЕ QR-КОД ДЛЯ УСТАНОВКИ ПРИЛОЖЕНИЯ

Регистрируйтесь на маркетплейсе
mvideo.ru/promo/marketpleis-mvideo



ПОД

ИДЕИ

В

сы
Кредит

Любимые сериалы

GAME

Будь в игре!



испытать
максимум
m_mobile

возьми подкл



М.ВидеоЭльдорадо

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Дмитрий Буров

Руководитель рекламной монетизации
М.Видео-Эльдорадо

DMITRY.BUROV@MVIDEO.RU
facebook.com/dm.burov