

RORE

группа
компаний
родная
речь

Retail Media:

Ритейл или медиа?

Москва, 2023

”

Retail media
is media

Cara Pratt, senior vice president
of Kroger Precision Marketing

Retail Media



Retail Media
Networks

Цена вопроса!

2023 глобальная
оценка объема
ритейл-медиа:

\$125.7 млрд

Globally, Retail Media is expected to grow over
10% per year through 2026

\$50B

estimated increase in spend from 2022 to 2026

Bain & Co

Экосистема игроков ритейл-медиа



US Social Network, TV, Retail Media, Connected TV (CTV), and Digital Audio Services Ad Spending, 2023
billions



Note: social network includes paid advertising appearing within social networks, social network games, and social network apps; TV includes broadcast TV (network, syndication, and spot) and cable TV, and excludes digital; retail media includes digital advertising that appears on websites or apps that are primarily engaged in retail ecommerce or is bought through a retailer's media network or demand-side platform (DSP); CTV includes digital advertising that appears on CTV devices, including display ads that appear on home screens and in-stream video ads that appear on CTVs from platforms like Hulu, Roku, and YouTube; digital audio services includes digital advertising revenues for local and national broadcast radio stations, satellite radio services, purely online radio stations, and streaming music services such as Pandora and Spotify; includes podcast advertising and sponsorship;
Source: eMarketer, March 2023

27% рекламодателей в США используют не менее 6 RMN на регулярной основе

В качестве следующего этапа видят развитие инструментов, упрощающих процесс планирования и развитие единых стандартов для ритейл-медиа

Awareness and Usage of Retail Media Networks Among US Consumer Goods Advertisers, May 2023

	Aware	Evaluated	Using	Considering
amazon ads	94%	75%	72%	11%
Walmart Connect	76%	58%	51%	13%
instacart ads	71%	54%	43%	15%
Kroger Precision Marketing	58%	40%	37%	12%
ROUNDEL	55%	38%	32%	9%
COSTCO WHOLESALE	51%	23%	18%	16%
CVS Media Exchange	51%	28%	17%	18%
DOORDASH	51%	20%	15%	16%
Wag Walgreens Advertising Group	50%	31%	21%	19%
ALBERTSONS MEDIA COLLECTIVE	49%	27%	24%	10%
sam's club map	42%	18%	20%	12%
gopuff Ads	36%	10%	7%	6%
AOD retail media	33%	18%	12%	11%
DCMN	33%	14%	10%	9%

Source: Insider Intelligence | eMarketer, "US CPG Retail Media Network Survey 2023," May 2023
350486

INSIDER
INTELLIGENCE | eMarketer

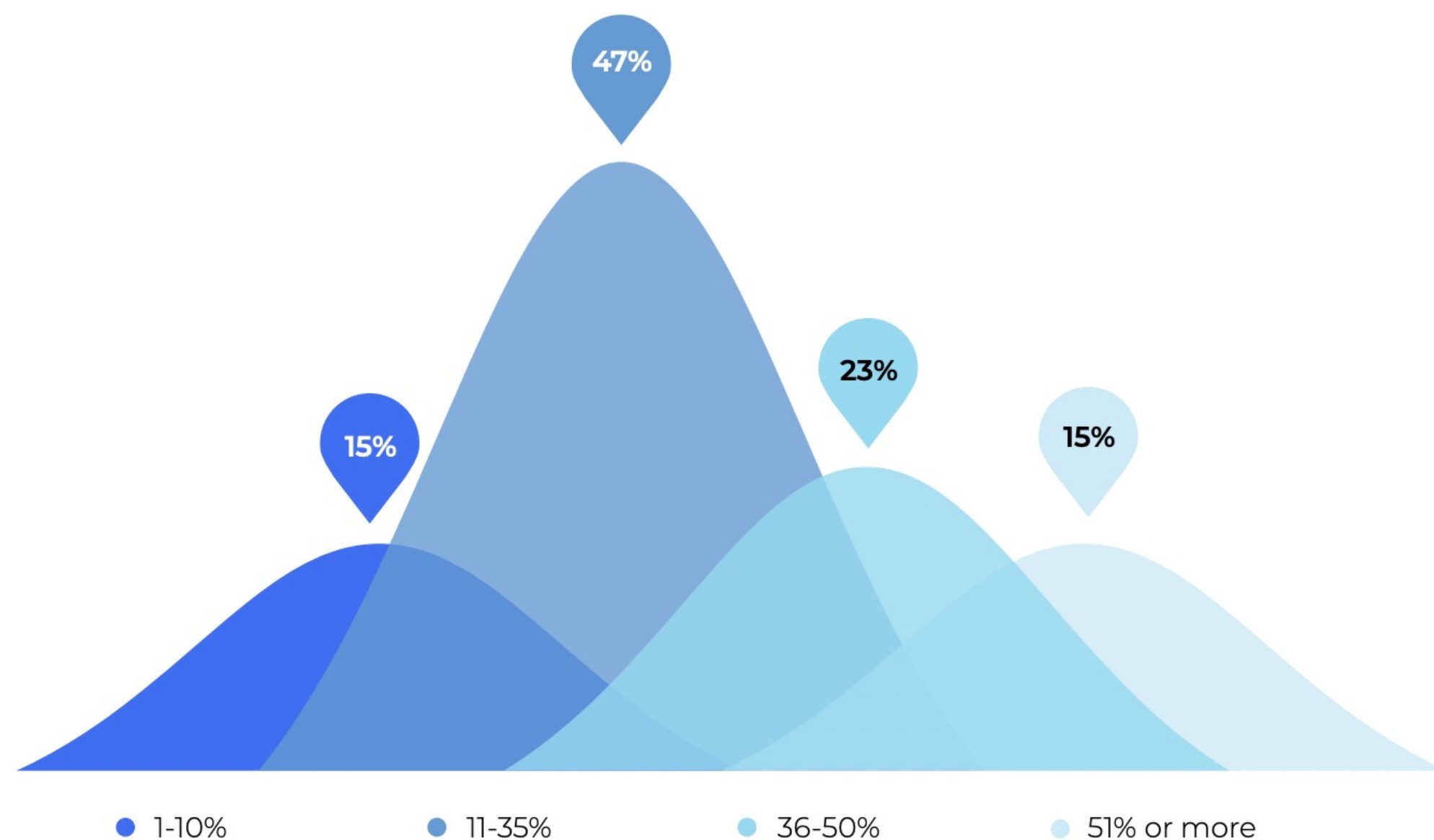
RORE группа компаний родная речь

«Сколько вешать в граммах» и откуда деньги?

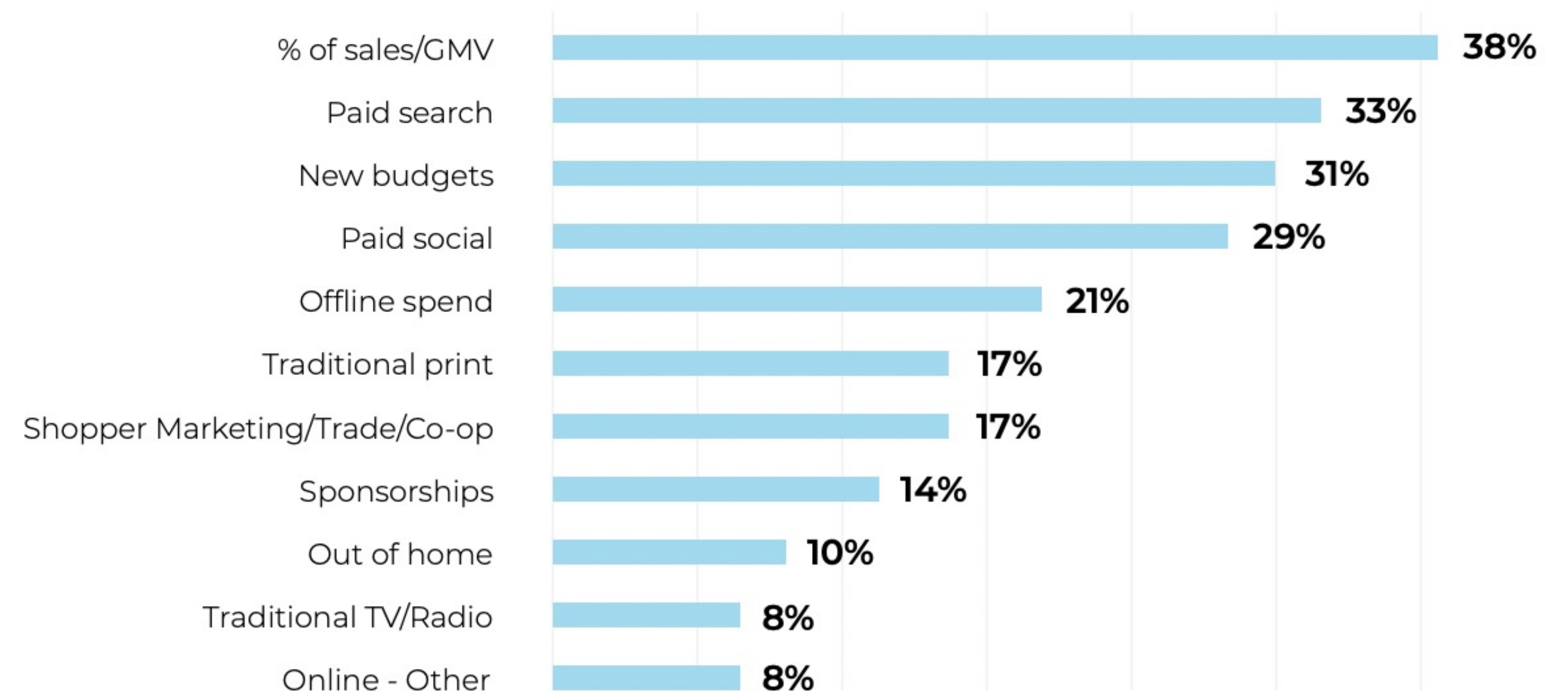
Перераспределение денег с поисковой рекламы и соц. медиа размещений являются одним из лидирующих источников бюджетирования РМ. Большинство клиентов отметили в качестве высокой сложности обоснование выделения доп. бюджетов (новых денег).

INVESTMENT TRENDS

Approximately what percentage of your total marketing budget is retail media?



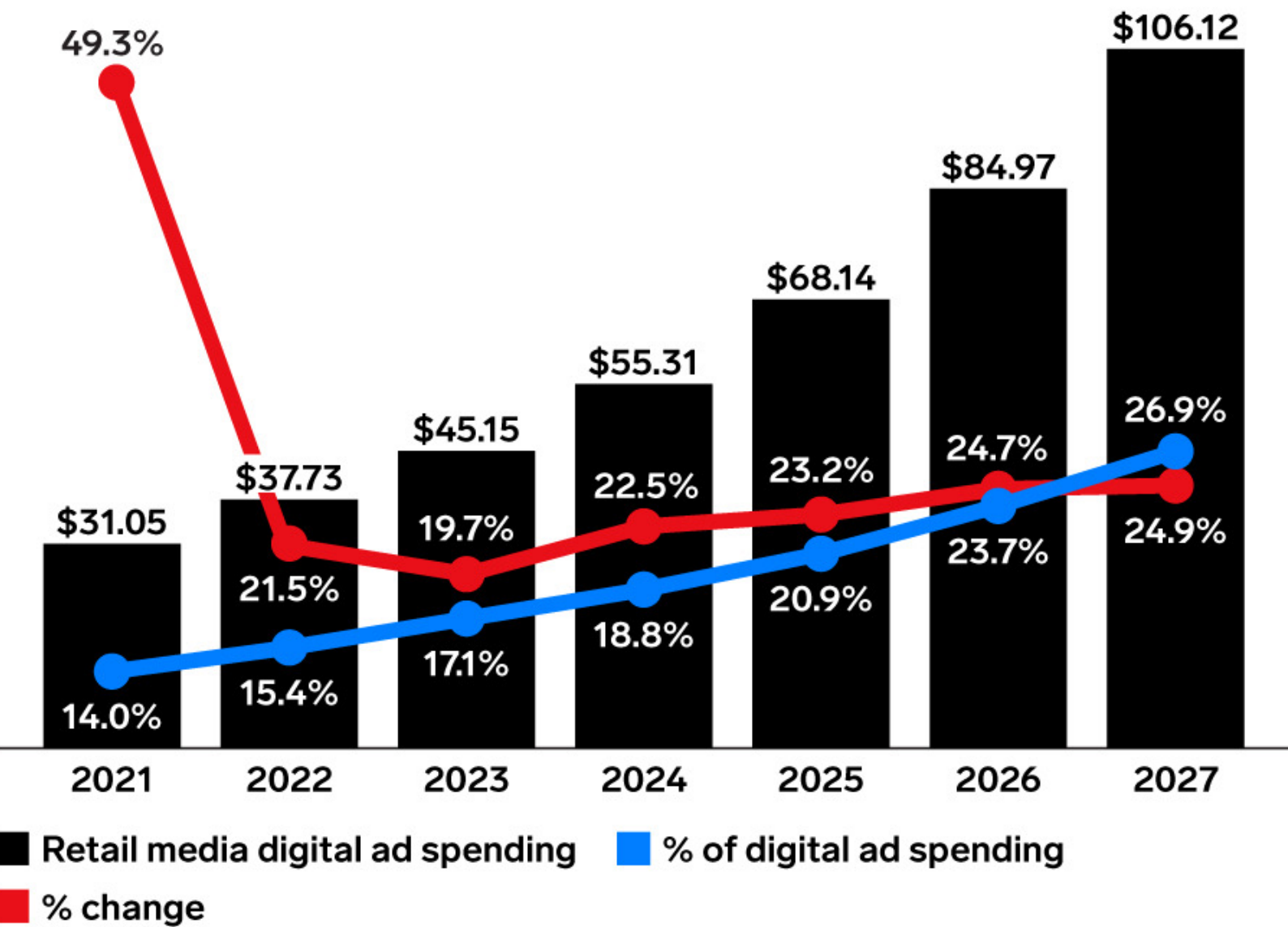
Where are retail media investments coming from?



Источник: Skai, advertisers online survey, 167 US retail media clients

Россия — один из лидирующих рынков по доле RM — 20,5% от диджитал рынка

US Retail Media Digital Ad Spending, 2021-2027
billions, % change, and % of digital ad spending



Note: digital advertising that appears on websites or apps that are primarily engaged in retail ecommerce or is bought through a retailer's media network or demand-side platform (DSP); examples of websites or apps primarily engaged in retail ecommerce include Amazon, Walmart, and eBay; examples of retail media networks include Amazon's DSP and Etsy's Offsite Ads; includes ads purchased through retail media networks that may not appear on ecommerce sites or apps
Source: eMarketer, March 2023

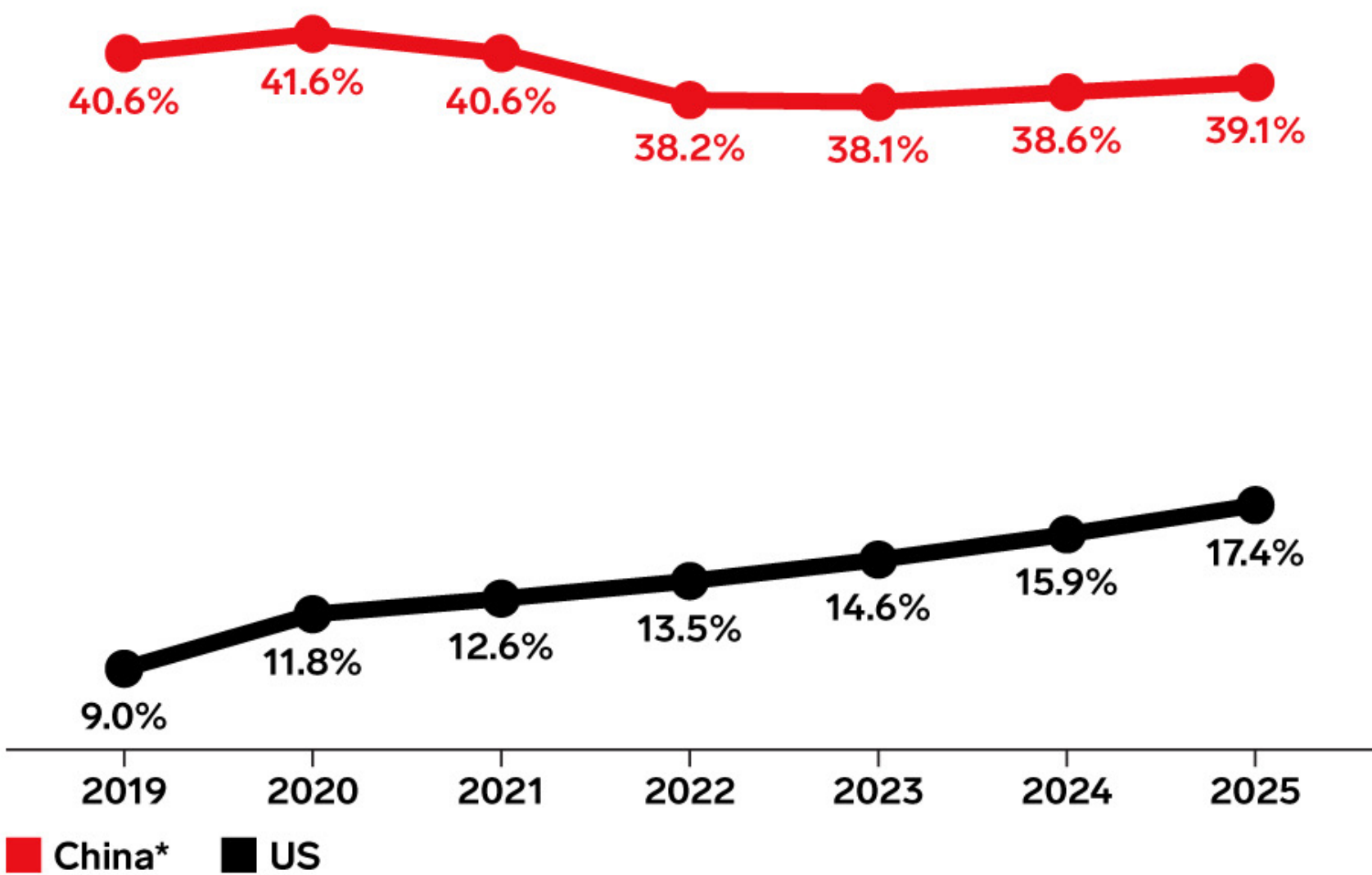
Интернет-сегмент	2022	2023 прогноз	2023/2022 прогноз
Баннеры	25.6	28..29	+10%..+15%
Видео	43.6	50..52	+15%..+20%
In-stream	24.8	30..31	+20%..+25%
Out-stream	18.8	20..21	+8%..+12%
Поиск	127.2	155..162	+22%..+27%
CPX	83.6	100...105	+20%..+25%
Ритейл-медиа	45	90	+100%
Интернет	324.9	424..438	+30%..35%

Источник: eMarketer, прогноз российского рынка ГК «Родная Речь»

А как же Китай?

Ecommerce Channel Ad Spending in China* vs. the US, 2019-2025

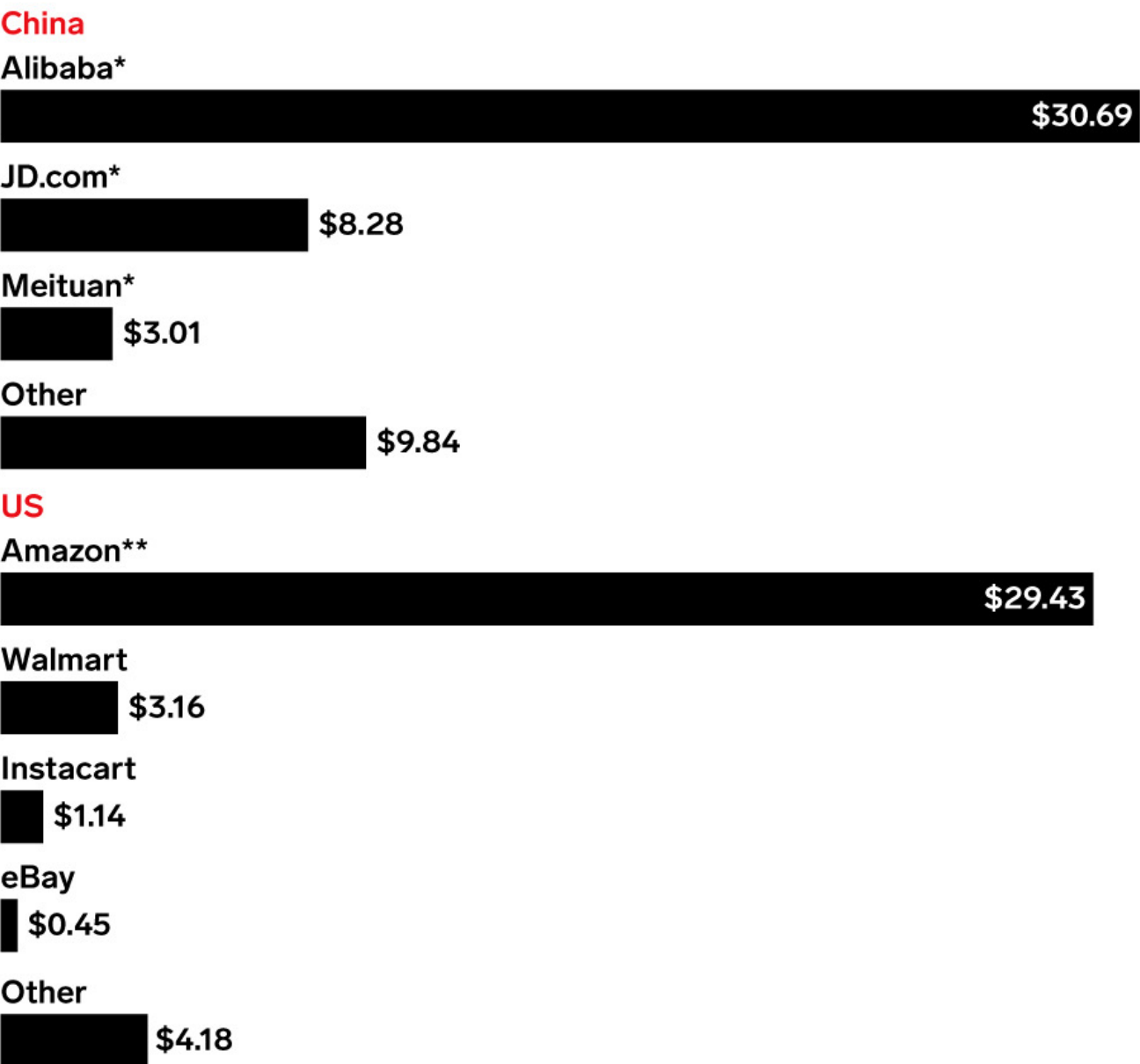
% of total digital ad spending



Note: digital advertising that appears on websites or apps that are primarily engaged in retail ecommerce; examples include advertising on Amazon, Walmart, Alibaba, and JD.com; excludes advertising on social networks or search engines; includes advertising that appears on desktop and laptop computers as well as mobile phones, tablets, and other internet-connected devices, and includes all the various formats of advertising on those platforms; *excludes Hong Kong
Source: eMarketer, March 2023

Ecommerce Channel Ad Revenues in China and the US, by Company, 2023

billions



Note: includes advertising that appears on desktop and laptop computers as well as mobile phones, tablets, and other internet-connected devices, and includes all the various formats of advertising on those platforms; net ad revenues after companies pay traffic acquisition costs (TAC) to partner sites; Meituan includes ad revenues from Meituan's food delivery segment; excludes ad revenues from its in-store, hotel and travel, new initiatives, and other segments; *excludes Hong Kong; excludes off-site advertising bought through the referenced company; **excludes advertising on Amazon-owned media properties, like Amazon Fire TV and Twitch, and advertising placed on non-Amazon-owned properties
Source: eMarketer, March 2023

”

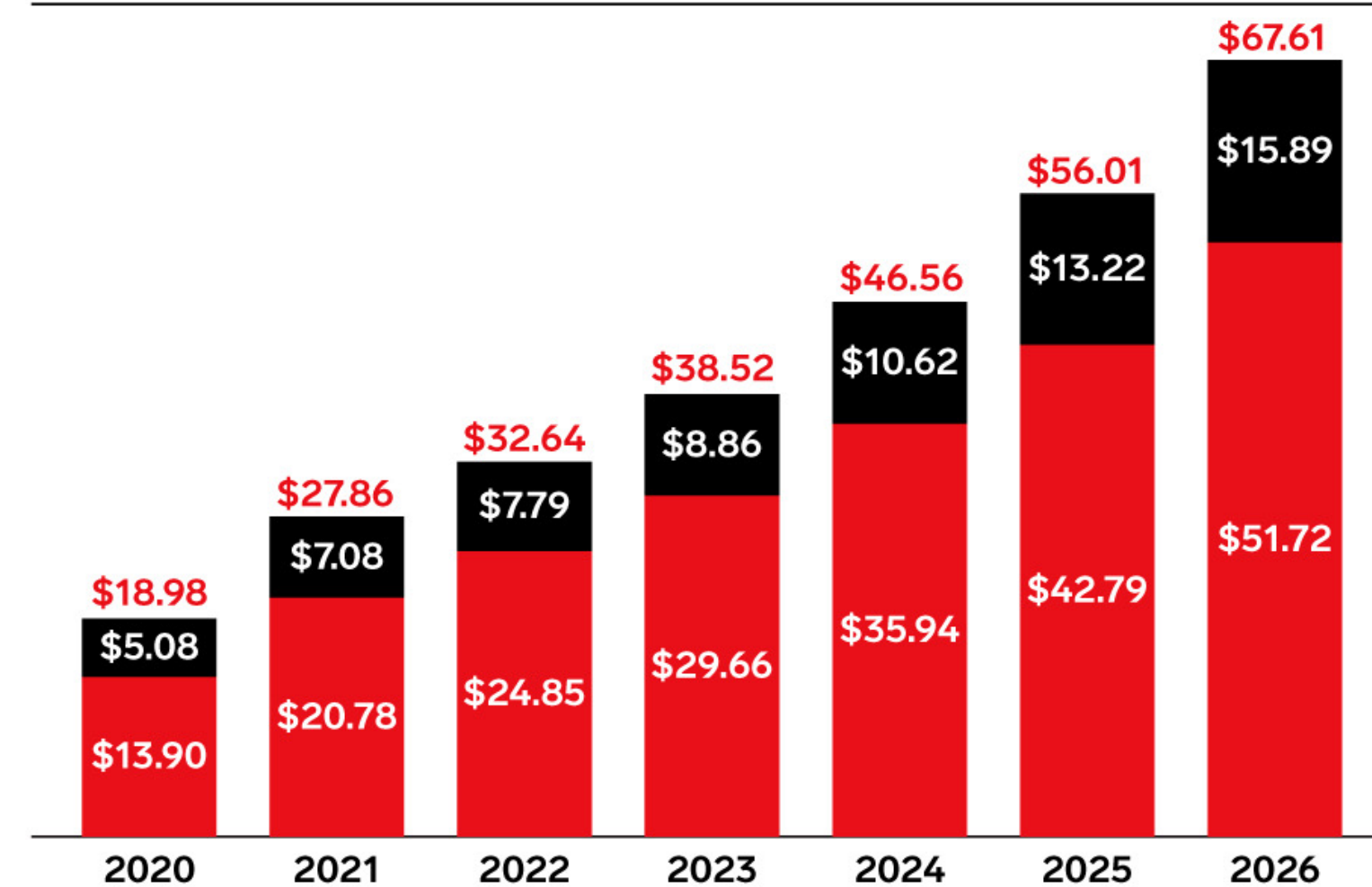
«Где вы учились
развитию ритейл-
медиа, там мы
преподаем»

Китай

От перформанса к брендовой рекламе

US Ecommerce Channel Ad Spending, by Format, 2020-2026

billions



■ Ecommerce channel search ad spending

■ Ecommerce channel display ad spending

Note: digital advertising that appears on websites or apps that are primarily engaged in retail ecommerce; examples include advertising on Amazon, Walmart, and eBay; excludes advertising on social networks or search engines; includes advertising that appears on desktop and laptop computers as well as mobile phones, tablets, and other internet-connected devices, and includes all the various formats of advertising on those platforms

Source: eMarketer, Oct 2022

280127

eMarketer | InsiderIntelligence.com

Instore

Аудио- и видеореклама
в магазинах Пятёрочка

TV+OOH+Digital

Кобрендинговая реклама
с Пятёрочкой

Кэшбэк и другие механики

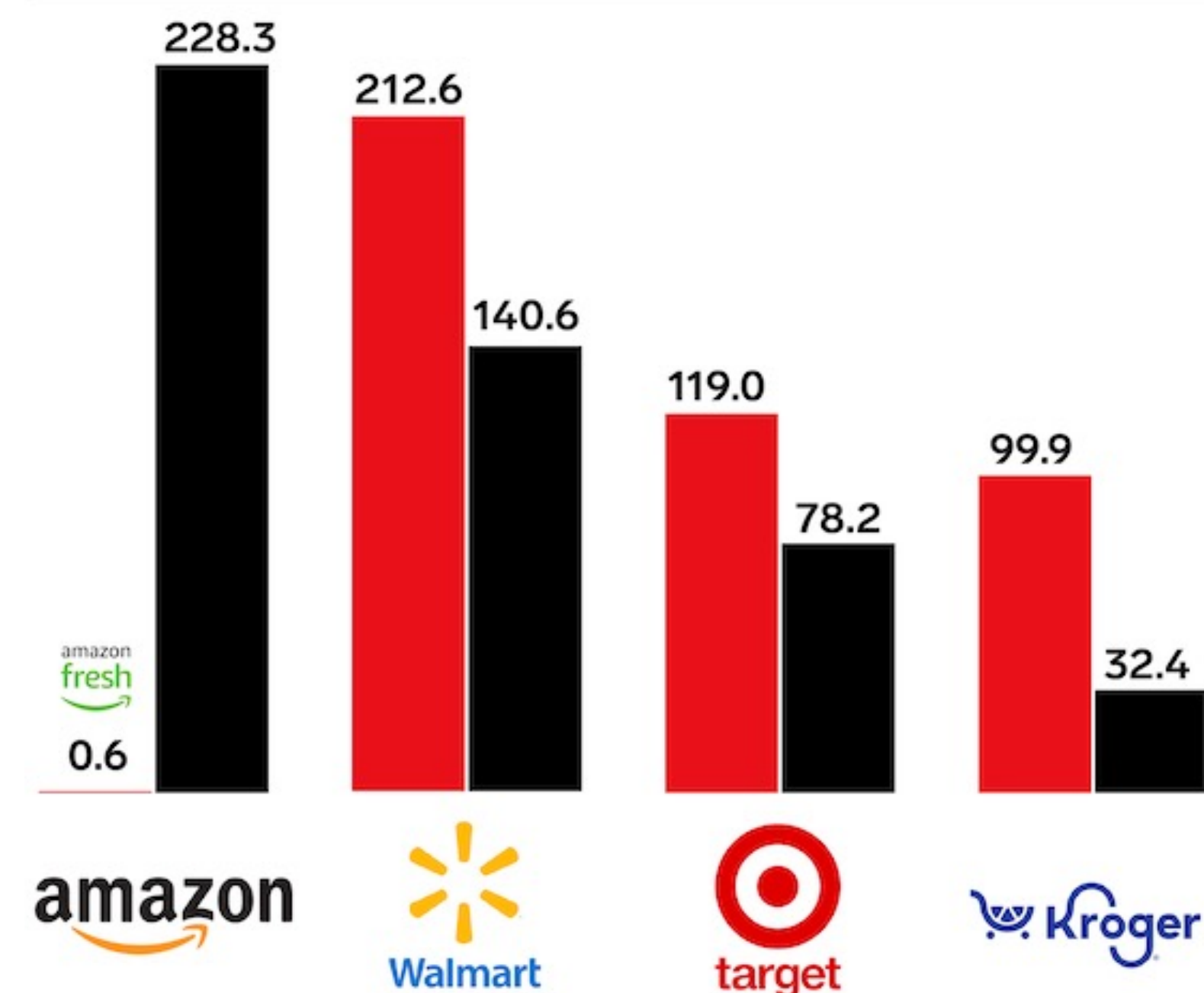
Пакет, спецпроекты и прочее

Digital

Реклама в приложениях,
на сайте или в соцсетях

Развитие инструментария омниканальных ритейлеров

In-Store vs. Digital US Monthly Audience Reach, Nov 2022
millions of unique visitors



■ In-store ■ Digital

Note: data is for the branded stores and websites of each retailer except The Kroger Co., which includes all Kroger-owned retailers such as Food 4 Less, Fred Meyer, and Harris Teeter
Source: In-store: Placer.ai, Dec. 15, 2022; Digital: Comscore Media Metrix Multi-Platform, Jan. 13, 2023

X5 Retail Group запустили единый рекламный кабинет

80+ млн

человек посещает магазины X5 Group
в месяц

20,5 млн

посещений мобильных приложений
и сайтов

1 500+

магазинов, оснащенных видео-экранами

4 млн

посещений страниц X5 Group
в социальных сетях

Какие атрибуты RM для вас наиболее значимы?

(оценка по 5-бальной шкале,
CPG рекламодатели)

Providing Access to In-Store Purchase Data Is a Key Untapped Opportunity for Retail Media Networks			
Criteria	Opportunity gap	Importance	Score
Access to in-store/ omnichannel purchase data	1.18	3.86	2.69
Reporting metrics and KPIs	1.13	4.31	3.18
Return on ad spend (ROAS)	1.09	4.34	3.25
First-party consumer insights data	1.04	4.25	3.21
Audience targeting capabilities	1.00	4.32	3.32
Closed-loop sales attribution	0.98	3.99	3.01
Traffic quality	0.95	4.43	3.48
Advertising relevance	0.71	4.15	3.43
Platform ease of use	0.59	3.66	3.08
Advertising load	0.53	3.46	2.93
Off-site targeting capability	0.45	3.28	2.83
Traffic scale	0.40	3.98	3.58
Variety of available ad formats	0.30	3.49	3.19
Note: respondents were asked to rate 13 different attributes on a 5-point scale according to their importance in deciding which retail media networks to use for advertising, with 5="extremely important"			
Source: Insider Intelligence eMarketer, "US CPG Retail Media Network Survey 2023," May 2023			
350513		Insider Intelligence eMarketer	

Барьеры и вызовы для ритейл-медиа

Leading Challenges That Could Slow Investment Growth to Retail Media According to Retail Media Decision-Makers in North America, Jan 2023

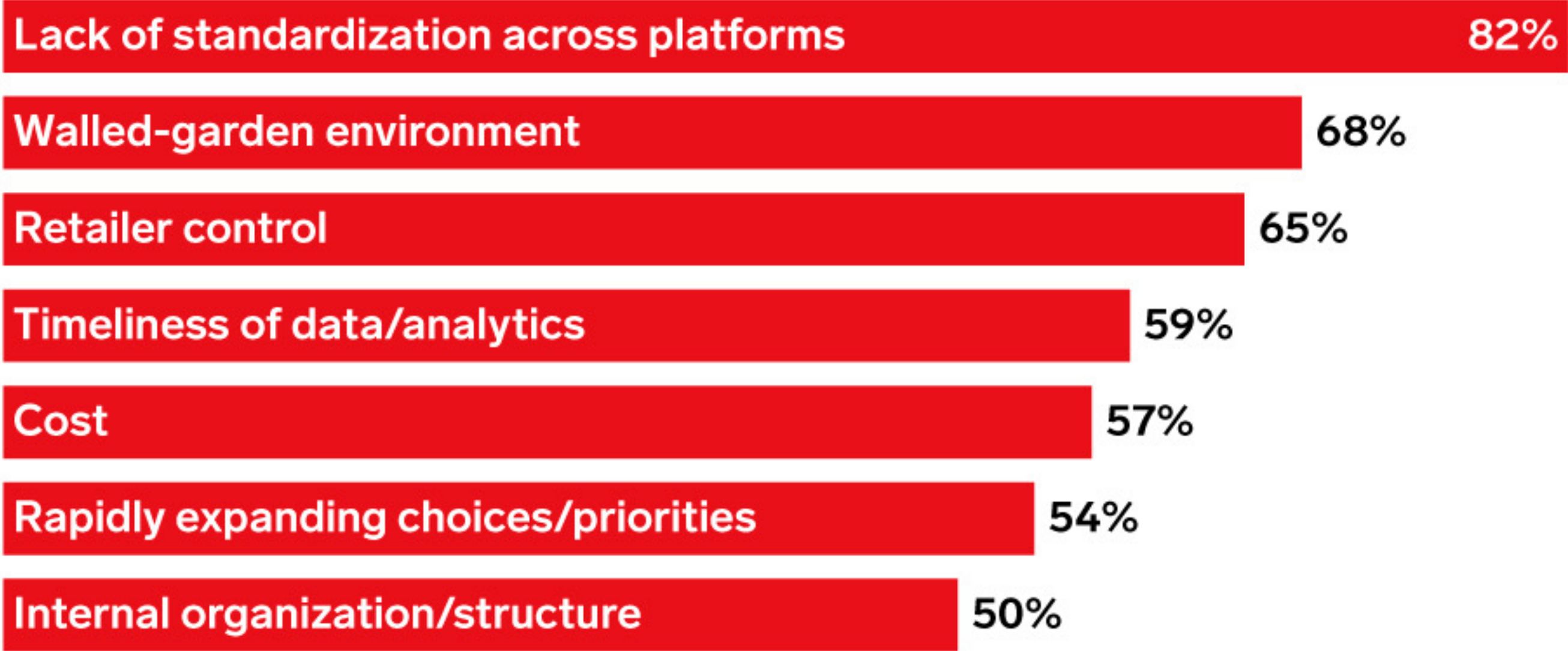
% of respondents



Note: n=167
Source: Skai and BWG Strategy, "The State of Retail Media: 2023," March 29, 2023
281053 eMarketer | InsiderIntelligence.com

Biggest Challenges With Retail Media Networks According to US Marketers, Summer 2022

% of respondents



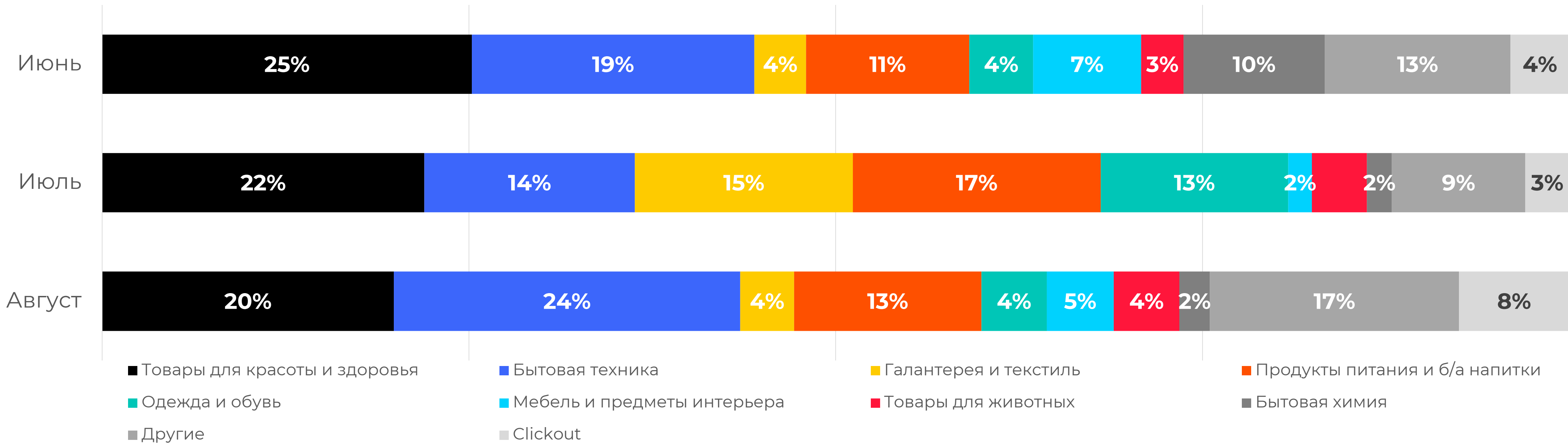
Note: selected 'a challenge' or 'big challenge'
Source: Association of National Advertisers, "Retail Media Networks: A Forced Marriage or Perfect Partnership?" Jan 30, 2023

Медиамониторинг главных страниц Ozon и Wildberries



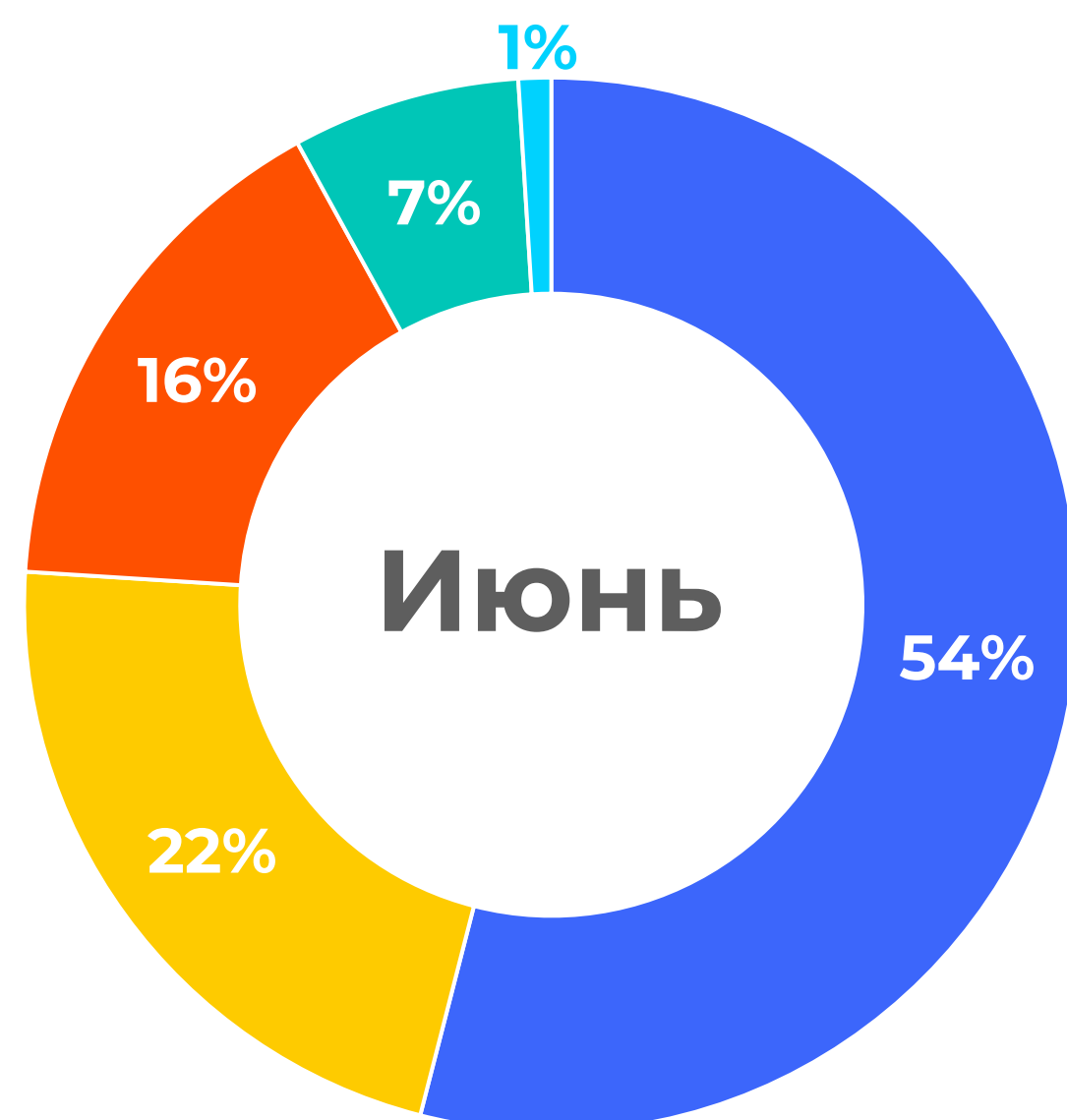
В августе наиболее растущими категориями стали Бытовая техника, за счет активности в подкатегории МБТ, и другие менее продвигаемые категории: средства связи, компьютерная техника, СМИ

Категорийная динамика доли показов на главной Ozon

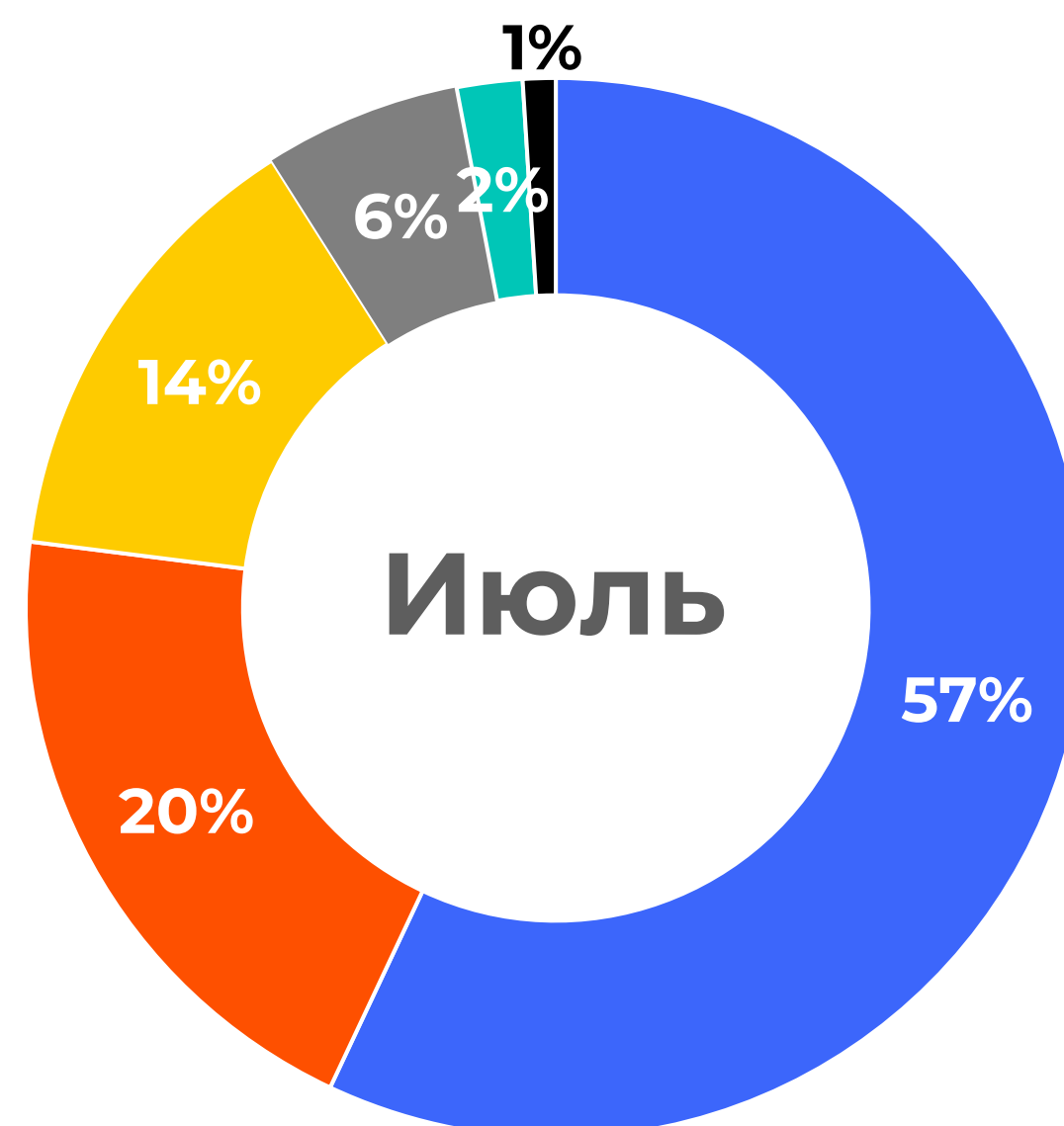


Период: июнь – август 2023. Результат трекинга главной страницы Ozon.ru, включающий баннерные форматы медиакита в долях от общего количества показов. Платформы: desktop

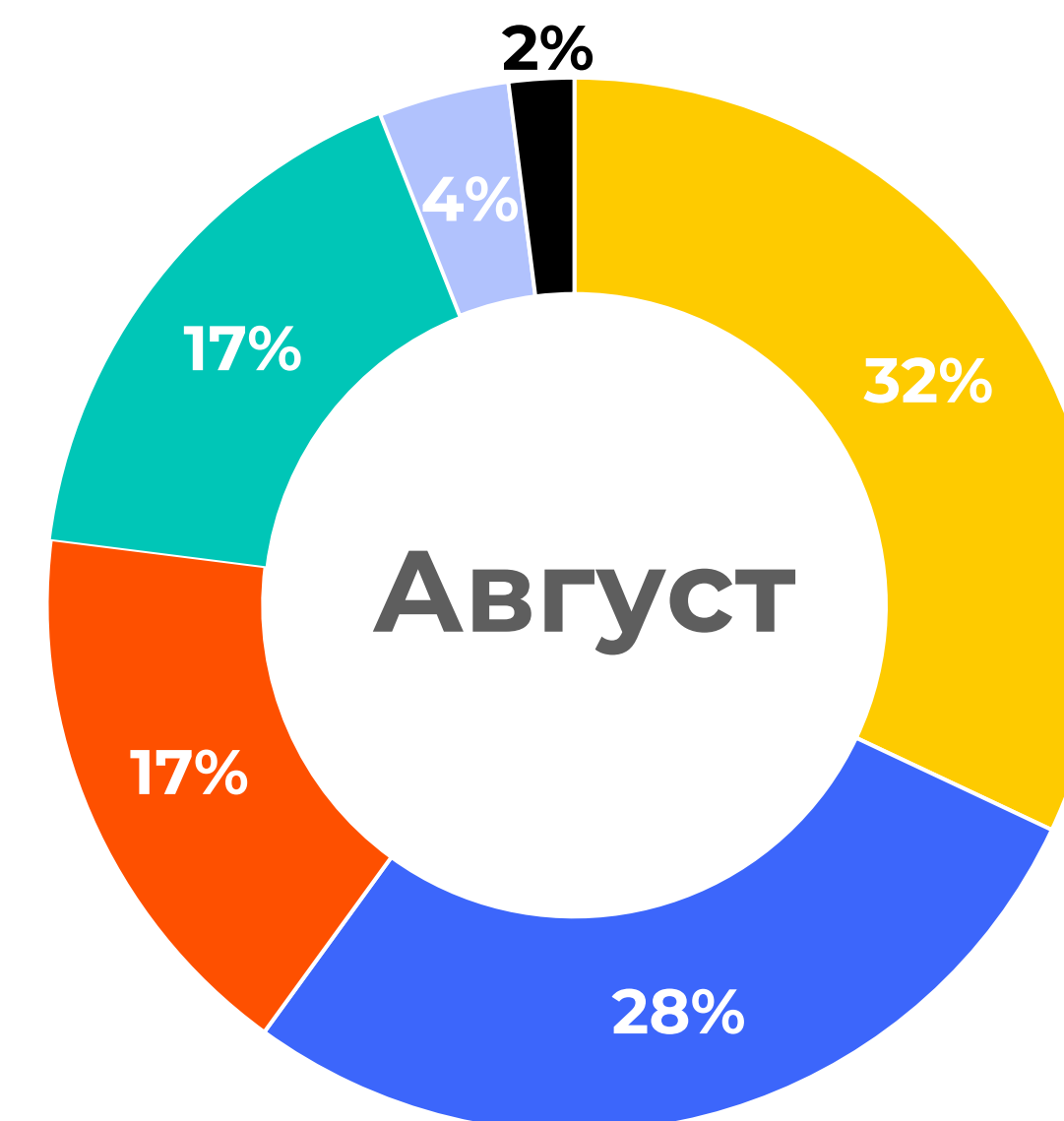
За период июнь-август доля показов clickout баннеров выросла с 4% до 8%. В августе наибольшая доля пришлась на финансовые услуги



- Услуги по операциям с недвижимостью
- Услуги финансовые
- Услуги общественного питания
- Средства массовой информации
- Социальная реклама



- Услуги по операциям с недвижимостью
- Услуги общественного питания
- Услуги финансовые
- Строительные, отд.материалы, сантехника
- Средства массовой информации
- Другие



- Услуги финансовые
- Услуги по операциям с недвижимостью
- Услуги общественного питания
- Средства массовой информации
- Услуги связи
- Другие

Топ-3 брендов по самым популярным категориям, которые вошли в clickout за период июнь-август

OZON

Июнь

Застройщики

самолет



Финансы



TINKOFF

Рестораны



Июль

Застройщики

самолет



Финансы



TINKOFF



Рестораны



Август

Застройщики

самолет



Финансы



TINKOFF



Рестораны



Топ-5 брендов-рекламодателей на главной Ozon

OZON

Июнь



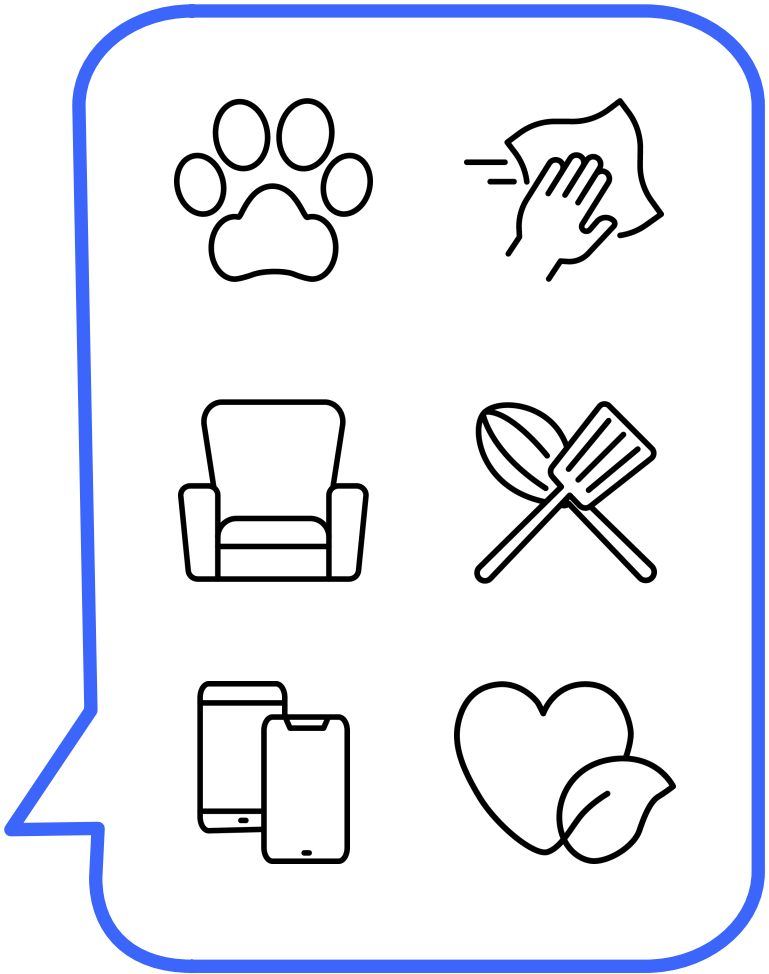
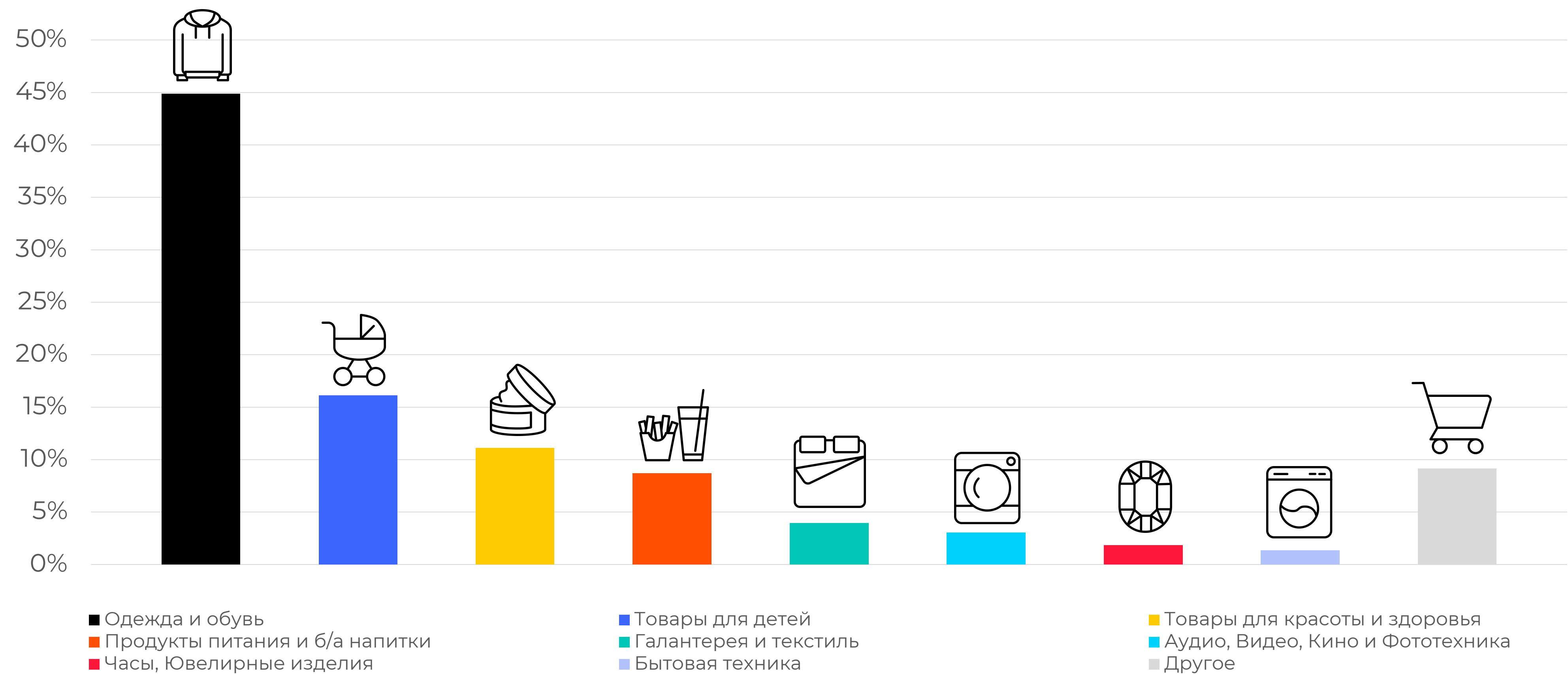
Июль



Август



Одежда и обувь — наиболее продвигаемая категория на Wildberries



Период: июнь-август 2023. Результат трекинга главной страницы wildberries.ru, включающий баннерные форматы медиакита в долях от общего количества показов. Платформы: desktop

Топ-5 брендов-рекламодателей на главной странице

WB

Июнь

HEINZ
ESTD 1869

adidas

SOKOLOV
JEWELRY

ТЕСНО
mobile

NIVEA

Июль

HUGGIES


Happy Baby
ИНТЕРНЕТ МАГАЗИН ДЛЯ ДЕТЕЙ

NUTRICIA
Nutrilon 3

Fitness
SHOCK

МАЛЮТКА

Август

 **NATURA**
SIBERICA

HUGGIES

ARAVIA
Professional

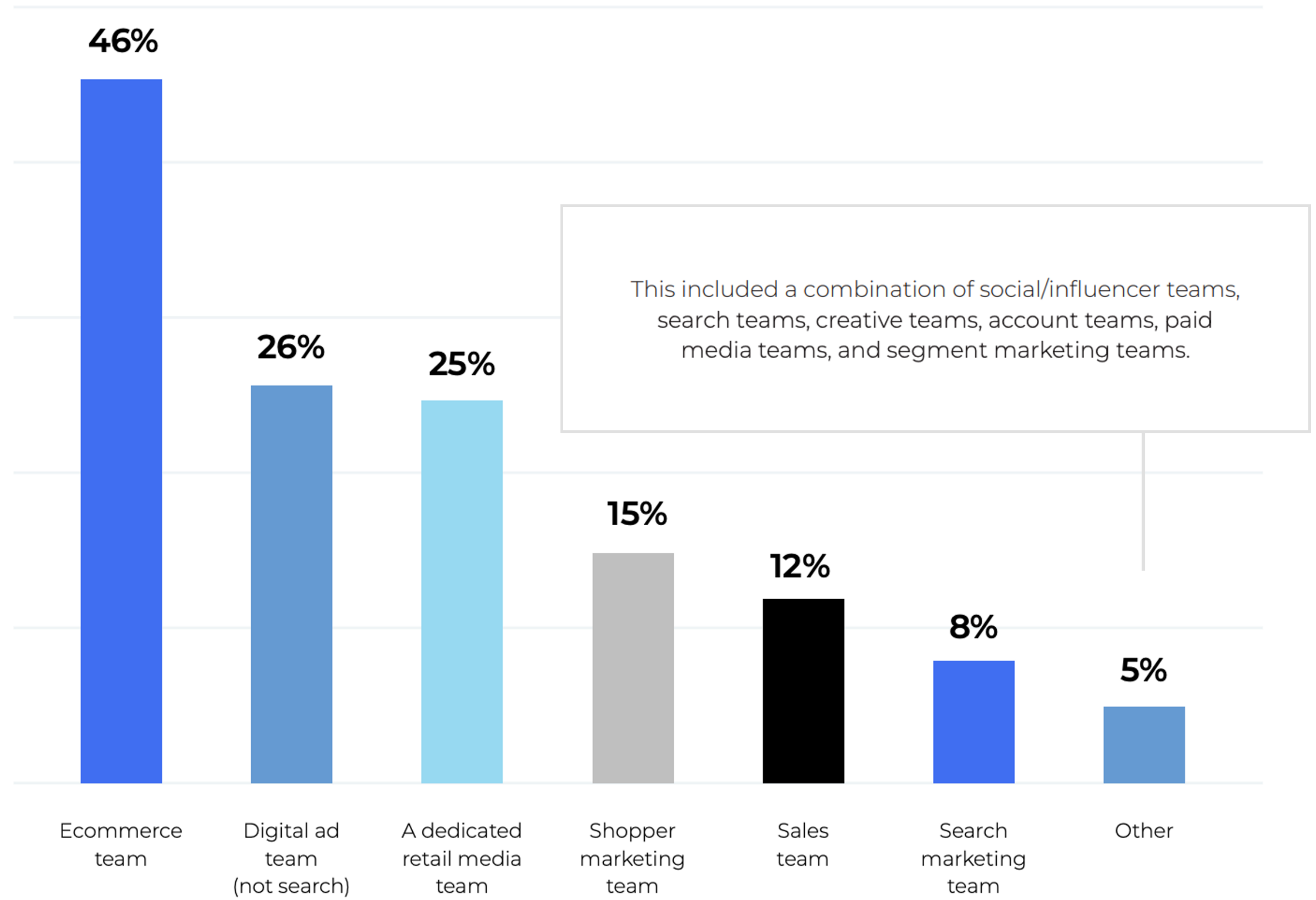
NIVEA

cd
constant
DELIGHT

- Ритейл-медиа — движение снизу вверх по пирамиде в сторону усиления имиджевых форматов
- «Сдвиг» календаря планирования — планирование от событий в ритейле
- Принцип работы как в трейдинге — комбинация настроек продвижения и динамичного ценообразования
- Операционные сложности — отсутствие единых стандартов и усложнение процессов при масштабировании
- Ритейл-медиа — это ритейл или медиа? Кто «у руля»?

Бонус слайд:

Кто у вас
в компании
управляет
ритейл-
медиа?



Источник: Skai, advertisers online survey, 167 US retail media clients

SERPent

СПАСИБО!



Юлия Удовенко

Вице-президент по маркетингу

ГК «Родная Речь»

 **@digitalopinion**



+7 (495) 937-33-00

Москва, Ленинградский
проспект, 15, строение 1

contact@rore.group

rore.group

