



Как FMCG-брендам расти в непростые времена за счет онлайн продвижения

Лента Он Лайн 2022

ПРОГНОЗЫ НА БЛИЖАЙШЕЕ ВРЕМЯ

Поставщики



Оптимизация линеек (с учетом возможностей импорта)

Частичный отказ от продвижения (особенно в Big Media)

Пересмотр ценообразования с учетом новых реалий

Частичный отказ от промо

Покупатели



Тренд на экономию средств

Переход на более низкий ценовой сегмент

Рост лояльности к ЧТМ и местным продуктам

Еще больший акцент на промо

Неизменность основных психологических паттернов поведения

НЕИЗБЕЖНО ПОЯВЛЕНИЕ НОВЫХ НИШ НА РЫНКЕ



РЕКОМЕНДАЦИИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ

- Мониторить спрос на бренды/товары
-
- Более активно общаться с закупщиками
- Создавать стратегии расширения или оптимизации продуктов и/или линеек
- Обратить особое внимание на e-com, это возможность напрямую взаимодействовать с покупателем, собирать данные о нем
- Использовать возможность для рассказа о своих товарах через все средства e-com каналов (начиная с контента и заканчивая специальными коммуникациями)



КАРТА ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Задача	Инструмент			
Охват и привлечение	Баннеры	Семплинг		Брендирование категории
Продажи	Приоритизация в каталоге, поиске, на главной (карусели)	Фото и текстовый контент		Каталог
Промо	Скидки в лоб, Готовые решения (скидки за сет), прогрессивные скидки (за объем), подарок за покупку			
Коммуникация	push-уведомления	sms		Viber
Аналитика	Клики, показы, переходы (для баннеров)	Открытия (для пушей и SMS)	Продажи за период размещения + динамика роста в %	Доля в категории

ВИЗУАЛЬНЫЙ И ТЕКСТОВЫЙ КОНТЕНТ

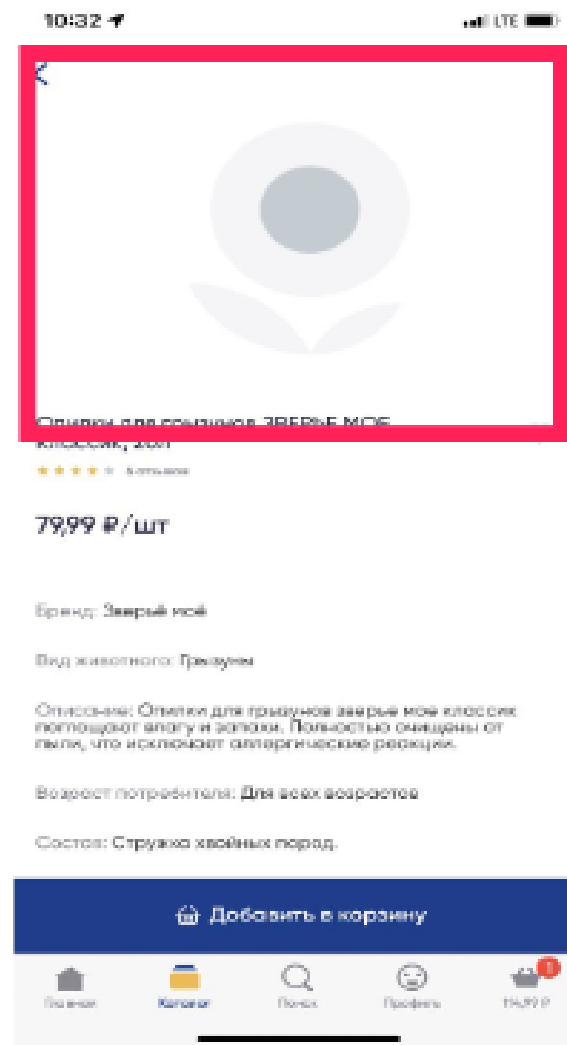


Фото и описание в карточке товара

Метрики

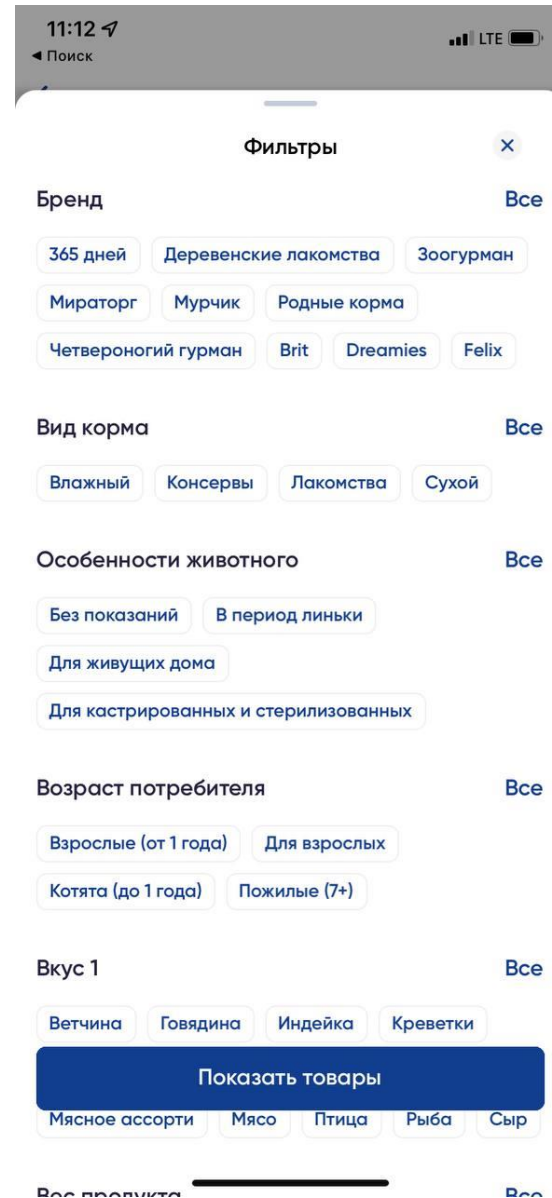
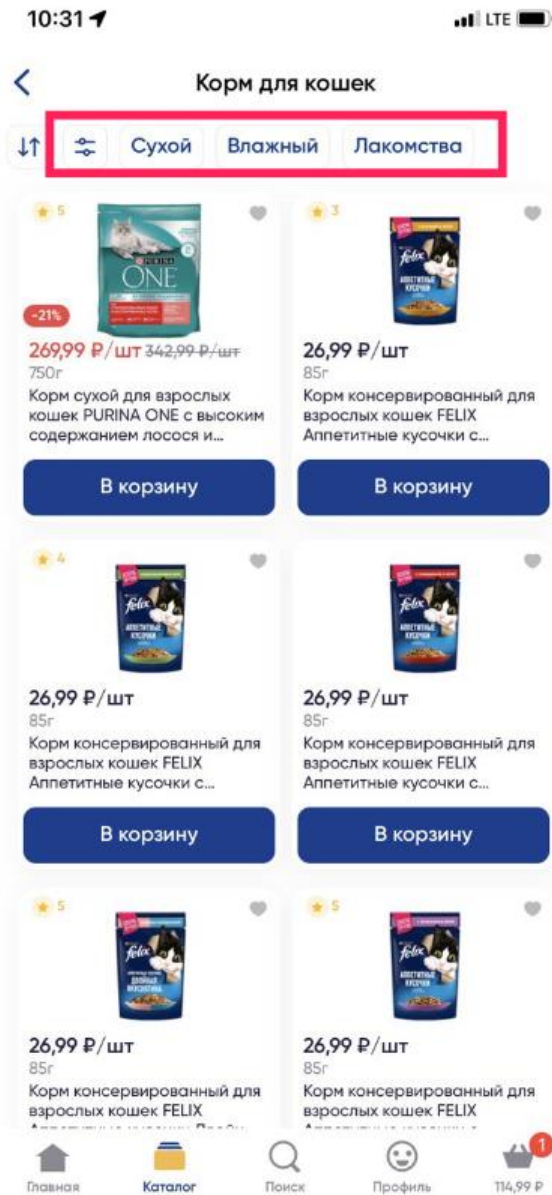
- Кликабельность товара с фото до 83% выше

РАЗДЕЛЫ КАТАЛОГА И ФИЛЬТРЫ

Пользовательский путь по каталогу

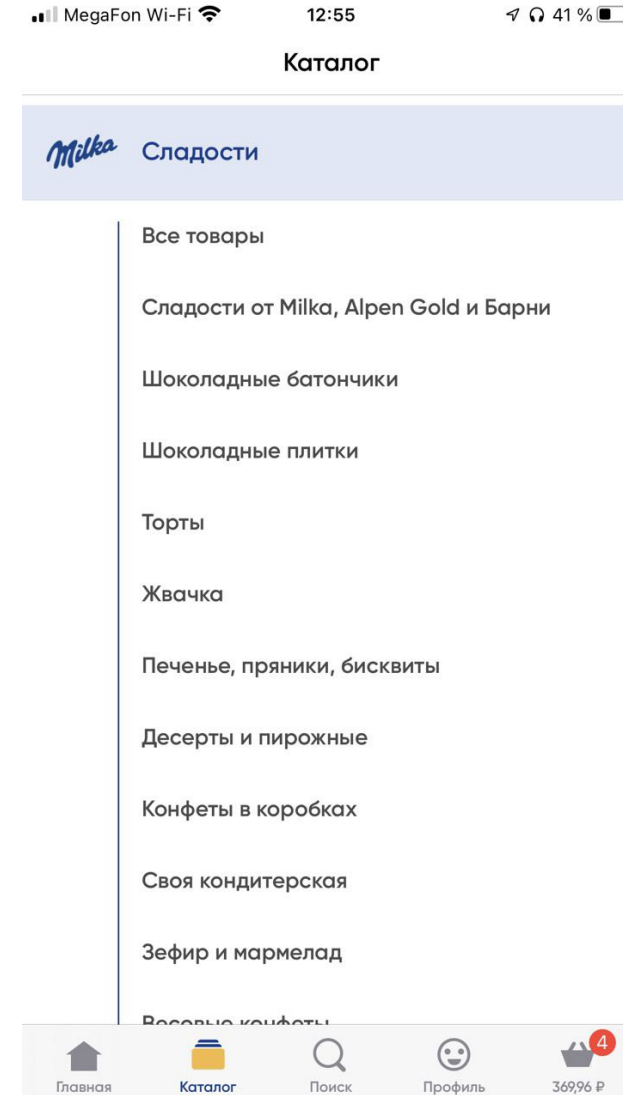
Метрики

- Логичность построения каталога и фильтров значительно увеличивает вероятность покупки



ТОП КЕЙСЫ ВЫДЕЛЕНИЯ В КАТАЛОГЕ

Наименование	Прирост к периоду ДО
Schwarzkopf	842%
Gliss Kur	613%
Pepsi	216%



ЛУЧШЕЕ МЕСТО, ЧТОБЫ ЧТО-ТО СПРЯТАТЬ – ВТОРАЯ СТРАНИЦА ПОИСКОВОЙ ВЫДАЧИ

Потребитель ПРОСТО НЕ В СОСТОЯНИИ вести себя полностью рационально: он принимает решение на основании ограниченной информации, его решение не всегда тщательно обосновано и часто он действует инертно:

- Около 70% покупателей приобретают товары, находящиеся на глазах и даже не меняют настройки дефолтного фильтра
- Более 80% кликов совершаются на 1-ой странице

БАННЕРЫ В НИЖНЕЙ И ВЕРХНЕЙ КАРУСЕЛИ АРР ЛЕНТА-ОН-ЛАЙН

Главная страница

App Первый экран

Условия:

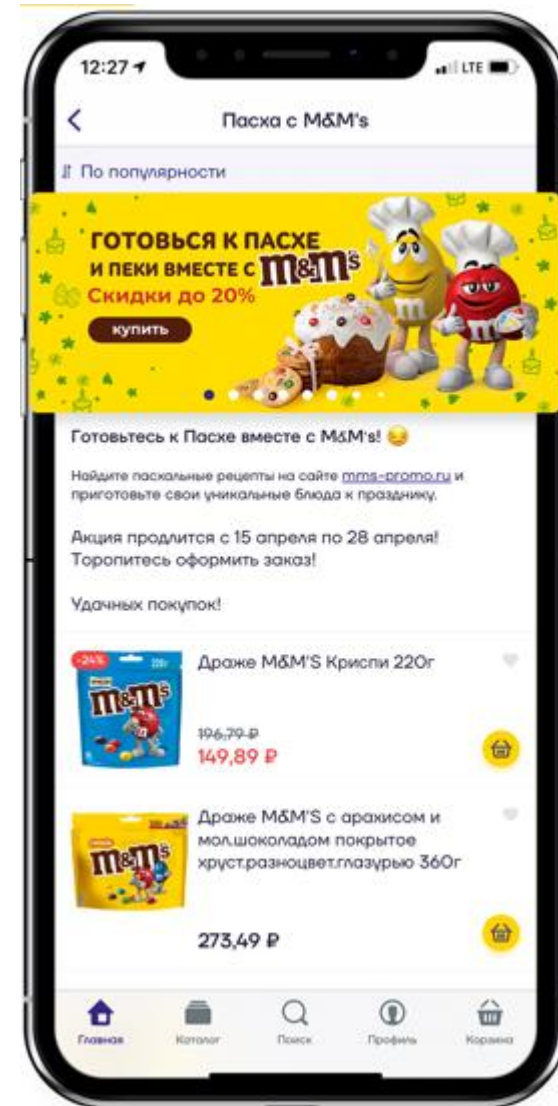
- Доступно для товаров с федеральным и локальным покрытием
- Возможно согласовать скидку только для Ленты онлайн
- Скидка компенсируется отдельно

С переходом:

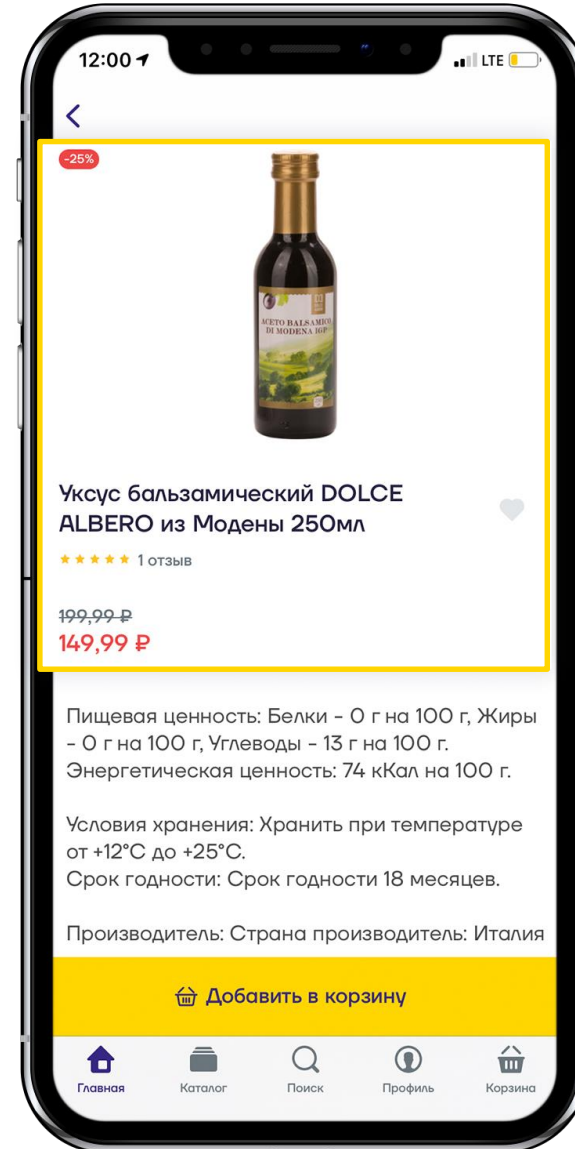
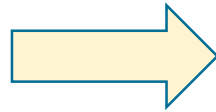
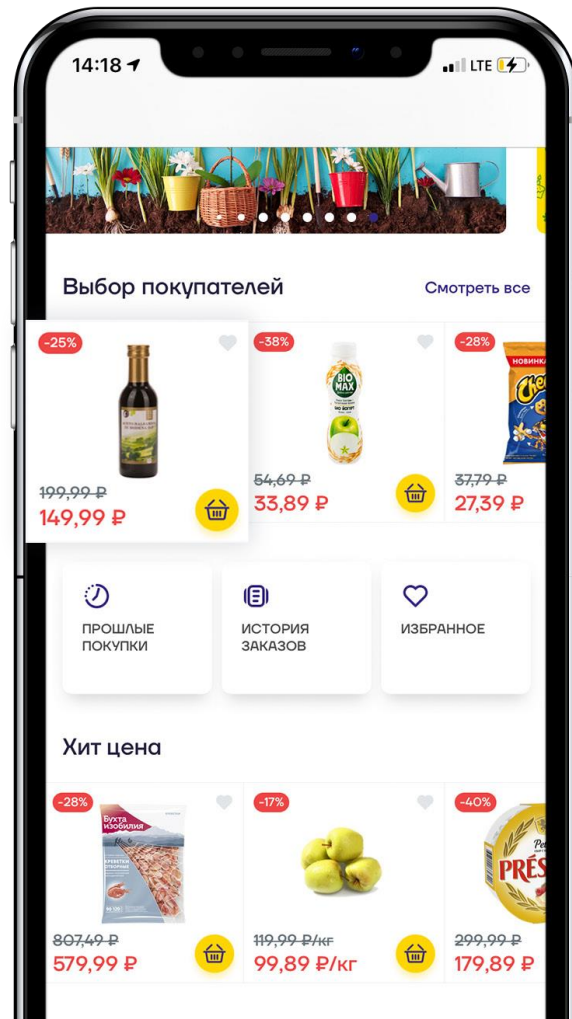
- В подборку товаров (с активной ссылкой)
- В категорию
- В подкатегорию
- В собственную подкатегорию

Метрики

- Показы – до 400 000
- CTR – до 2.5%
- CR – до 0.36%



ТОВАРНЫЕ КАРУСЕЛИ WEB, APP



Главная страница




С переходом:

В карточку товара

Метрики

- Средний рост продаж в промо до 2000%
- Пост-промо продажи до 700%

ТОП КЕЙСЫ ХИТ-ЦЕНА

Товар	Размещение	Наименование	Прирост 2 к 1	Прирост 3 к 1
	Хит-цена 2 место	Напиток б/а PEPSI Макс газ ПЭТ1.5L	5 428%	1 882%
	Хит-цена 3 место	Гель д/уд засоров TIRET Turbo500мл	5 268%	168%
	Хит-цена 1 место	Чипсы LAY'S Stax Аромат барбекю 140г	4 671%	318%

ПАКЕТНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

	Traffic	Essential	Impuse/Opport	Expert
Баннеры	👍	👍		
Рассылки	👍	👍		👍
Карусели	👍	👍	👍	
Семплинг	👍	👍	👍	👍
Digital/Perform/SMM	👍			👍
Своя подкатегория	👍	👍	👍	👍
Приоретизация		👍	👍	
Full Screen			👍	
* Check-Out		👍	👍	
* Кросс (в КТ/ПКГ)		👍	👍	

РАБОЧИЕ МЕХАНИКИ АКЦИЙ НЕ СОВПАДАЮЩИЕ С ОФФ-ЛАЙН

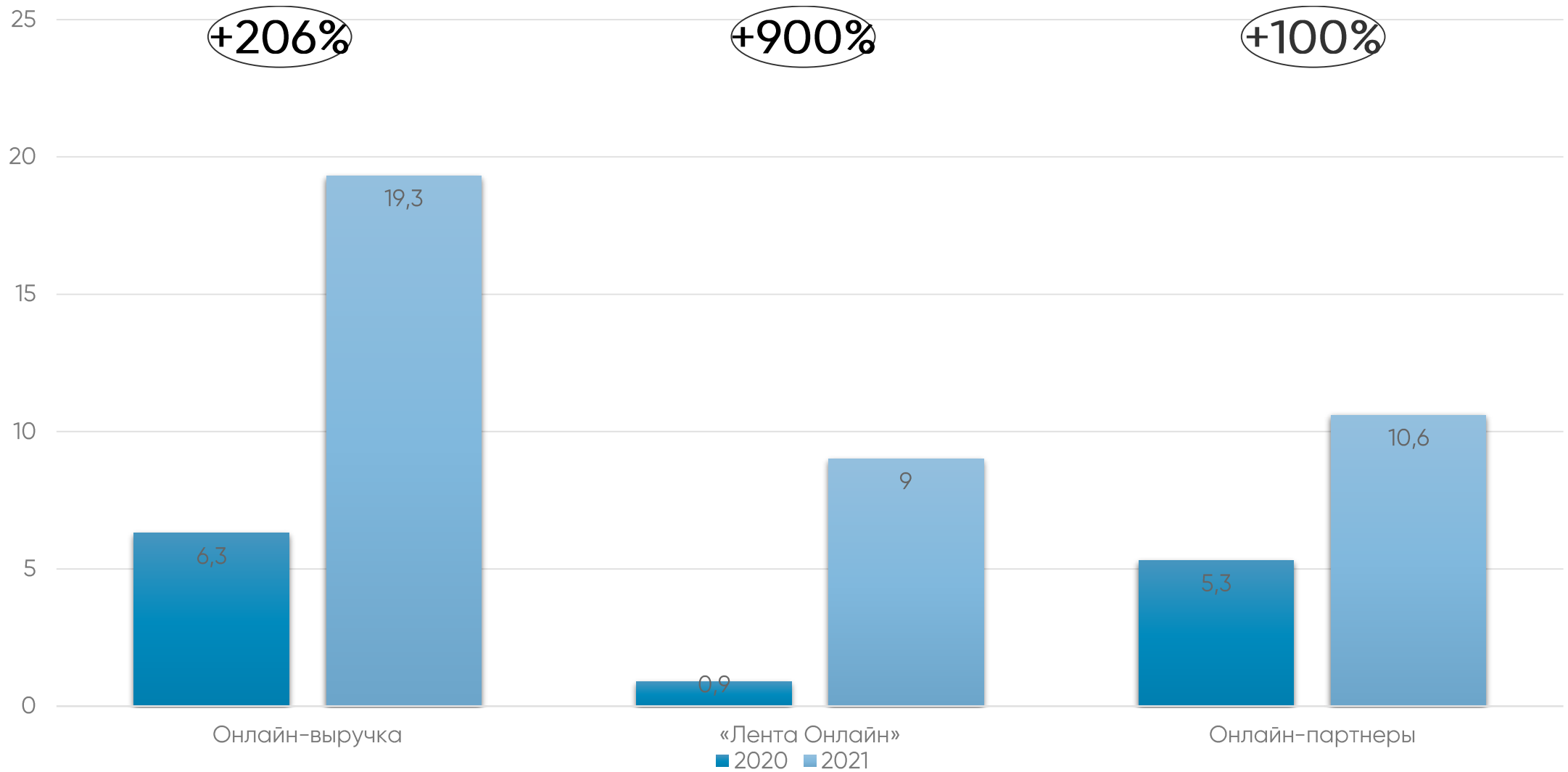
- Скидки «в лоб»
- Акции Bogoff
- Прогрессивные скидки (больше – дешевле)
- Товар за 1 рубль (или любую фиксированную цену) при покупке определенных СКЮ
- Скидка на набор



АППЕНДИКС (ИСТОЧНИК LENTA.COM)

канал	4 кв. 2021	4 кв. 2020	Изм.	Изм. (%)	2021	2020	Изм.	Изм. (%)
Онлайн-выручка (млн руб.)	7 033	3 088	3 944	128%	19 340	6 269	13 071	208%
Онлайн-партнеры	3 619	2 257	1 362	60%	10 625	5 259	5 366	102%
«Лента Онлайн»	3 228	729	2 500	343%	8 085	886	7 199	813%
Click & Collect	186	103	83	80%	631	125	506	406%
Средний онлайн-чек (руб.)	1 960	1 847	114	6%	1 852	1 930	-78	-4%
Доля онлайн	4,8%	2,5%		192%	4,0%	1,4%		284%

ДИНАМИКА ОН-ЛАЙН КАНАЛА В ЛЕНТЕ 20VS21



ПОЧЕМУ «ЛЕНТА ОНЛАЙН»

100

ГОРОДОВ

300

МАГАЗИНОВ

30 мин.

от
ДОСТАВКА

8,5 млн

Ежемесячная аудитория

17 млн

Лояльных клиентов



**Санкт-Петербург
Москва и МО**

Альметьевск Армавир
Астрахань
Балаково
Барнаул
Белгород
Брянск
Великий Новгород
Владимир Волгоград
Вологда

Воронеж
Димитровград
Екатеринбург
Железноводск
Иваново
Ижевск
Иркутск Йошкар-
Ола
Казань
Калуга
Каменск-Уральский
Кемерово Кострома

Краснодар
Красноярск
Курган
Курск
Липецк
Магнитогорск
Майкоп Мурманск
Набережные Челны
Нижневартовск
Нижнекамск
Нижний Новгород
Нижний Тагил

Новокузнецк
Новороссийск
Новосибирск
Новочеркасск
Ноябрьск
Обнинск Омск
Оренбург Орск
Пенза
Петрозаводск
Псков
Ростов-на-Дону

Рязань
Самара Саранск
Саратов
Смоленск
Ставрополь
Стерлитамак
Сургут Сыктывкар
Таганрог
Тверь
Тобольск Тольятти

Томск Троицк Тула
Тюмень Ульяновск
Уфа
Ханты-Мансийск
Чебоксары
Челябинск
Череповец
Черкесск
Энгельс Ярославль

КОНТАКТЫ

По вопросам размещения рекламы:

Поляничко Елизавета

Менеджер по продаже рекламы

✉ e.polyanichko@lenta.com

Свиридов Евгений

Руководитель направления
продажи рекламы

✉ eugeny.l.sviridov@lenta.com

По коммерческим вопросам:

Трифонова Ольга

Руководитель направления
коммерции

✉ olga.m.trifonova@lenta.com

