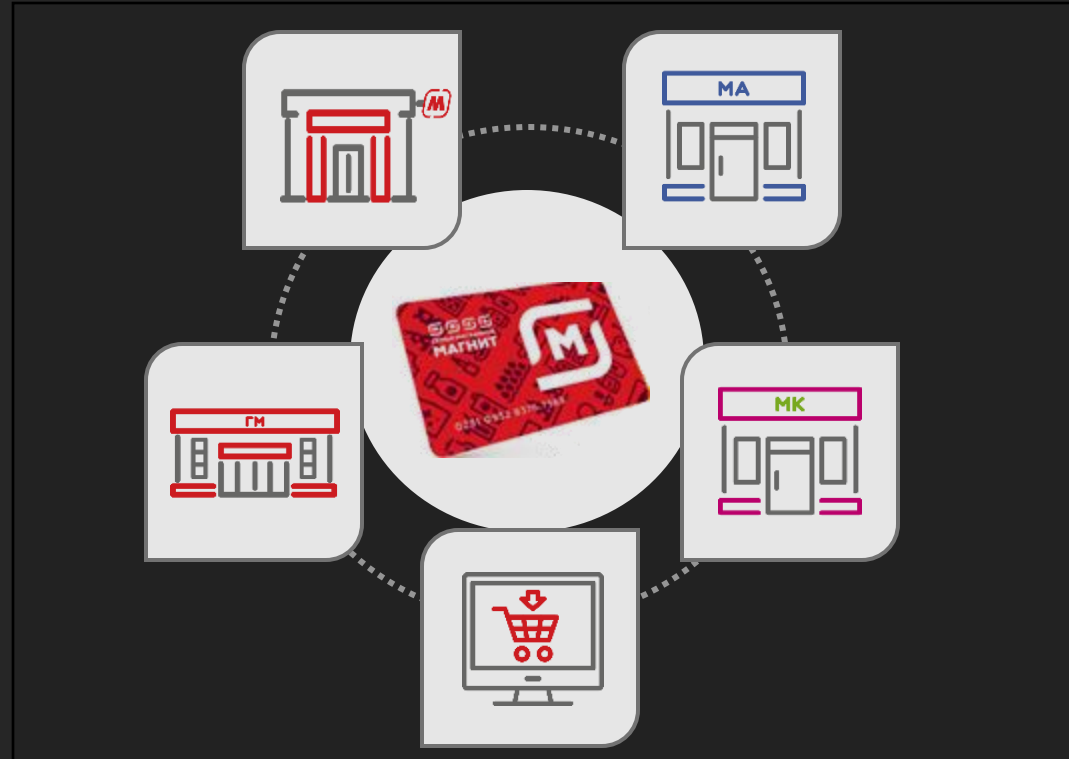




Магнит.DMP: ритейл- возможности 2.0

Зарегистрировано свыше **61 млн** карт лояльности



Более **30 млн** активных карт в месяц.

Социально-демографические

География проживания

Покупательская способность

Покупки

Триггеры (события)

Поведенческие характеристики

Миссия покупок

Активность в торговых точках

Дети

Питомцы

Кастомные сегменты



Преимущества:

Self-service работа с сегментами данных, запуск рекламных кампаний, получение автоматической отчетности и аналитики

O2O аналитика, SalesLift, опросы

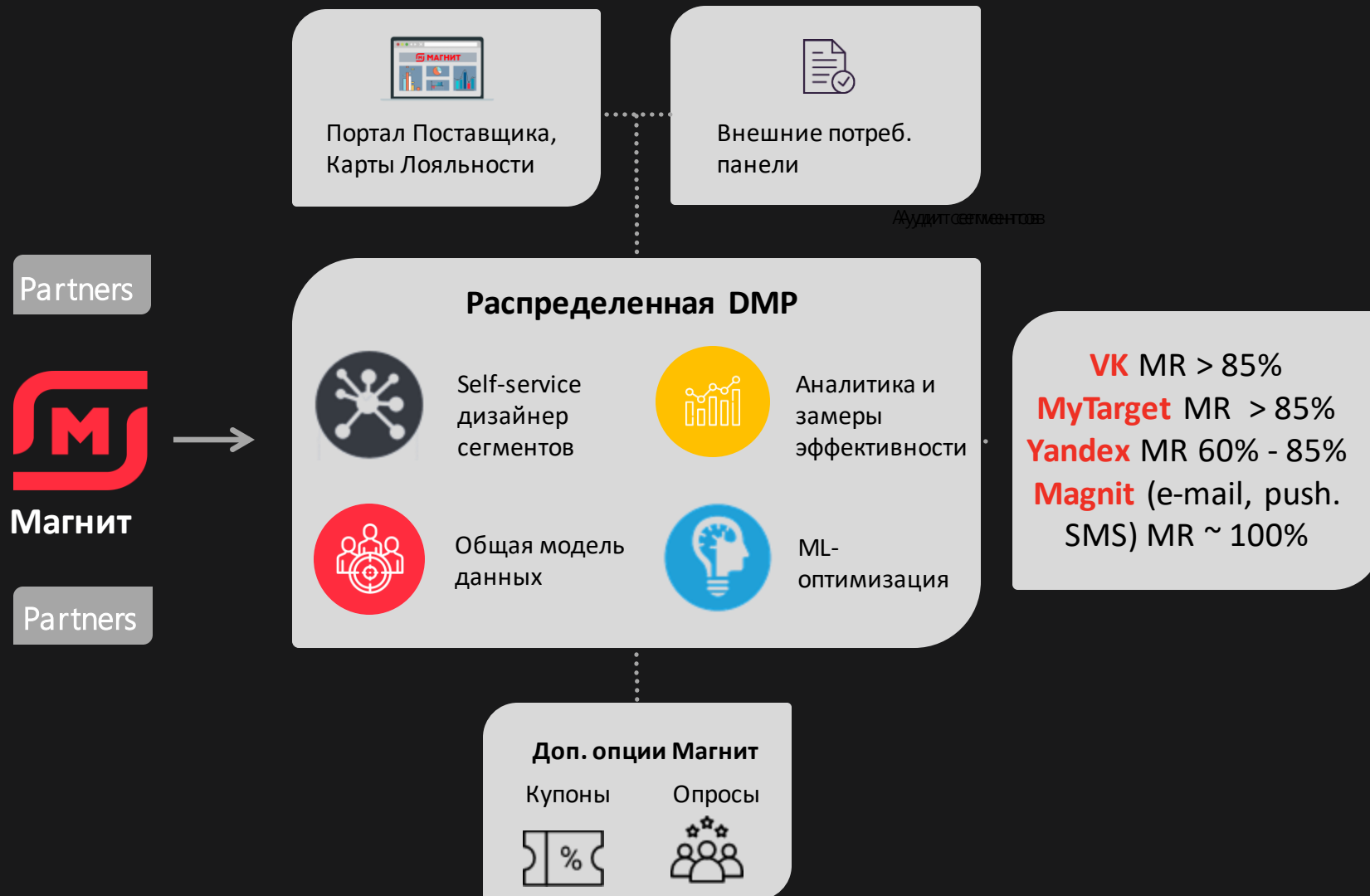
Широкая таксономия (более 2000 готовых сегментов), возможность создания кастомных сегментов

Интеграция с основными рекламными площадками MyTarget (в т.ч. VK, Одноклассники), Яндекс. В планах подключение к ГПМ и Beeline

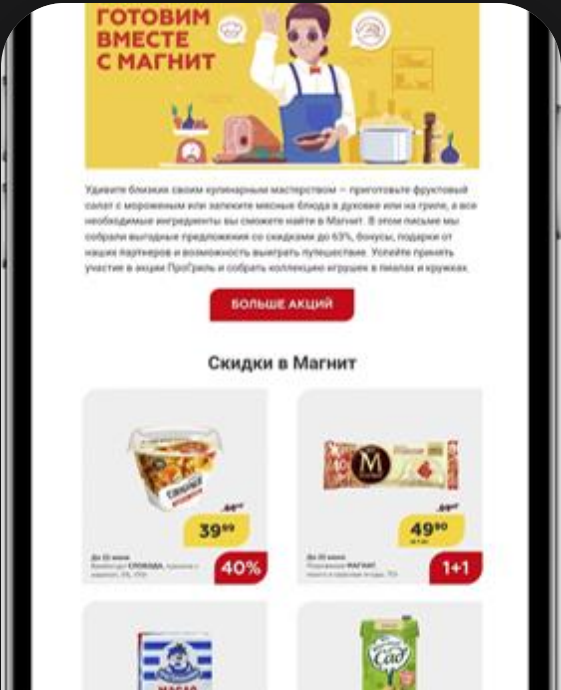
Пользовательское согласие

Даталабы и Потребительские панели

Открытая платформа Магнит.DMP это:



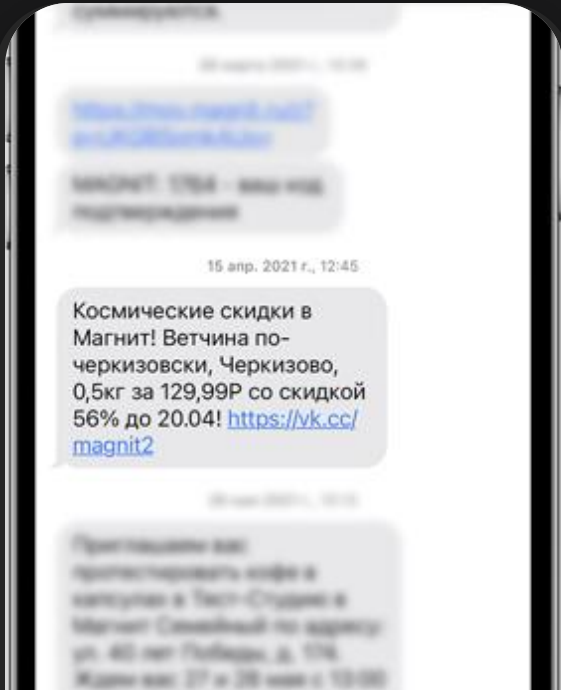
Собственный инвентарь Магнит настраиваемый по DMP



E-mail рассылки

Организация e-mail рассылки участникам программы лояльности.

Минимальная база: от 300 000 контактов



SMS рассылки

Организация смс-рассылки участникам программы лояльности

Минимальная база: от 300 000 контактов

Таргетинг: по сегменту DMP

До 134 символов в сообщении



PUSH рассылки

Организация push-рассылки участникам программы лояльности.

Минимальная база: от 300 000 контактов



Viber рассылки

Организация push-рассылки участникам программы лояльности.

Минимальная база: от 300 000 контактов

Возможность закупки инвентаря в МТ, через кабинет Magnit

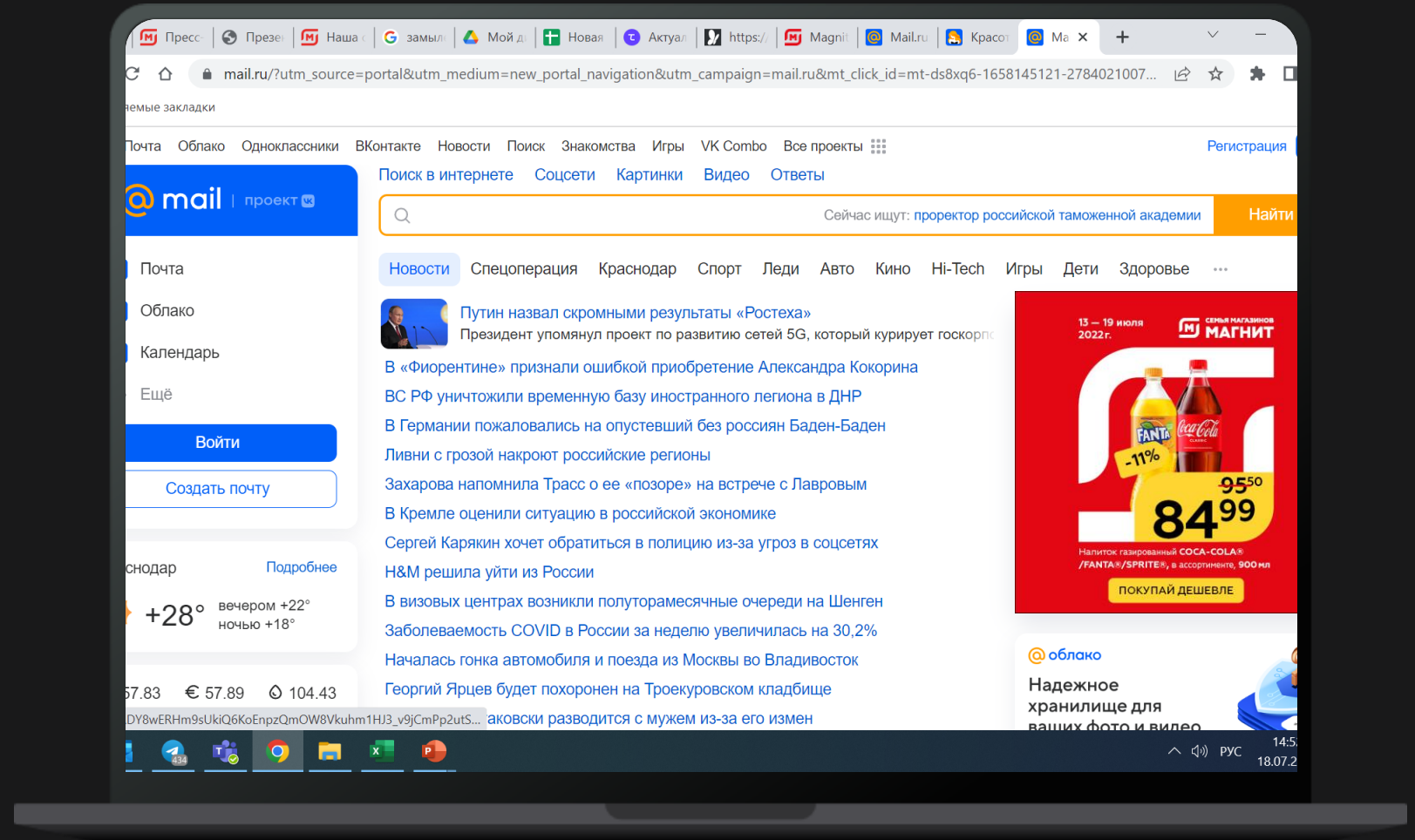
Высокая экспертиза медиа команды

Выгодные ценовые условия

Проведение размещения напрямую с Магнит

Запуск по сегментам DMP

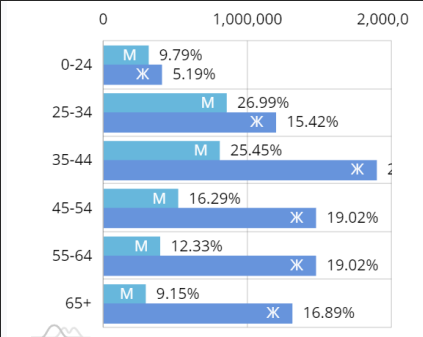
Доступные форматы – 600*600 и 1080*607



Pre-campaign analytics. Доступно 15 критериев для анализа сегментов до старта РК.

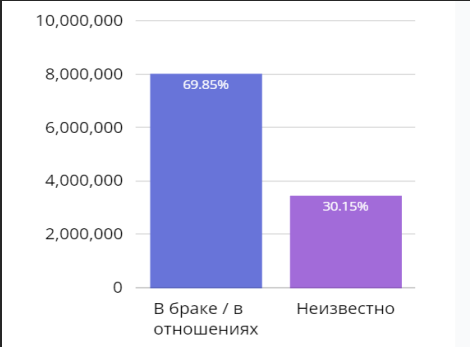
Пол и возраст

1



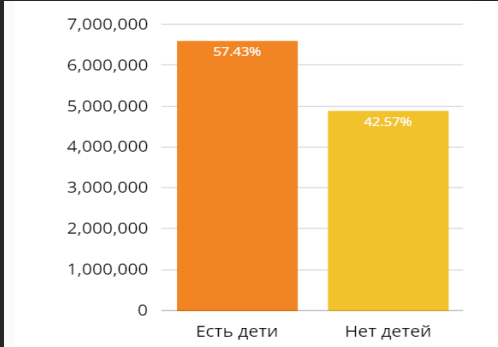
В браке/ в отношениях

2



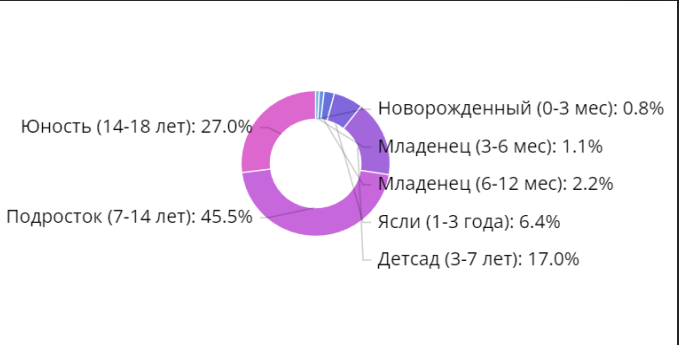
Наличие детей

3



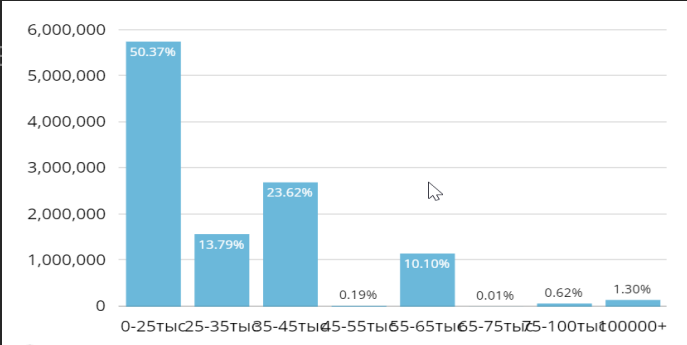
Возраст детей

4



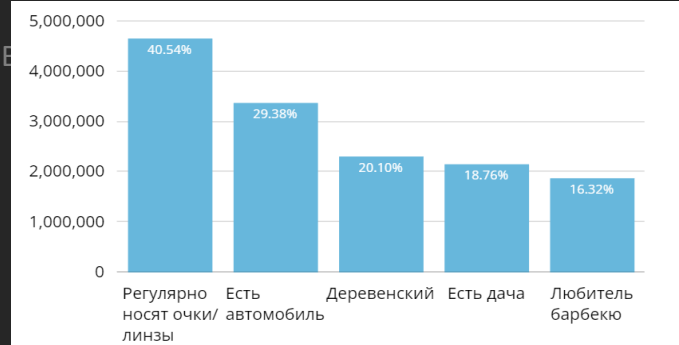
Уровень дохода

5



Особенности

6



SalesLift отчёт по эффективности рекламной кампании

Основные метрики:

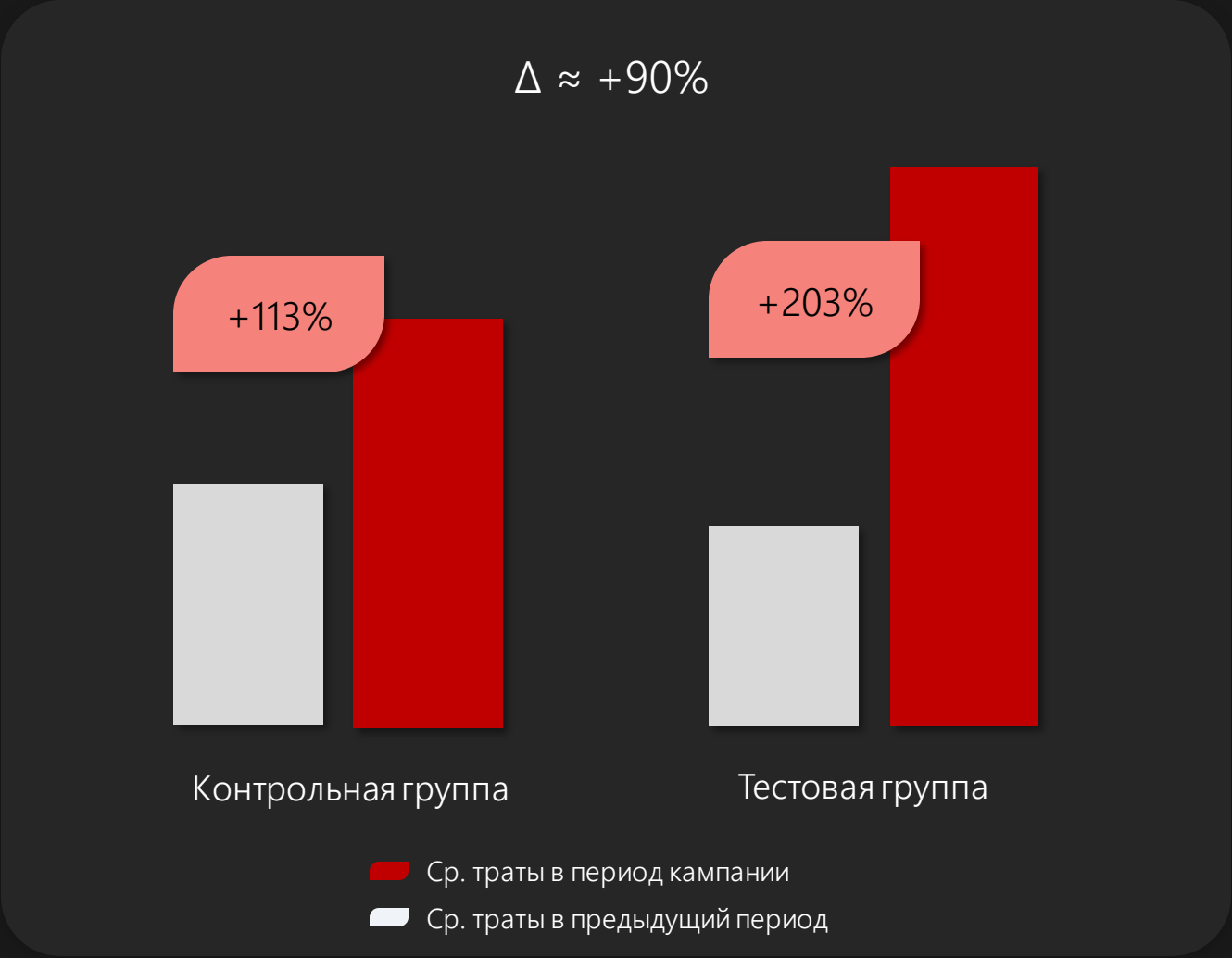
- 1 Размер аудитории (после матчрейта с площадкой)
- 2 Кол-во показов, переходов
- 3 Кол-во визитов в магазин на 1000 клиентов
- 4 Кол-во покупок бренда на 1000 клиентов
- 5 Продажи бренда на 1000 клиентов, руб.
- 6 Продажи категории на 1000 клиентов, руб.
- 7 Доля бренда в руб., %

Онлайн метрики

Офлайн метрики
(продажи)

Оценка
эффекти
вности
РК

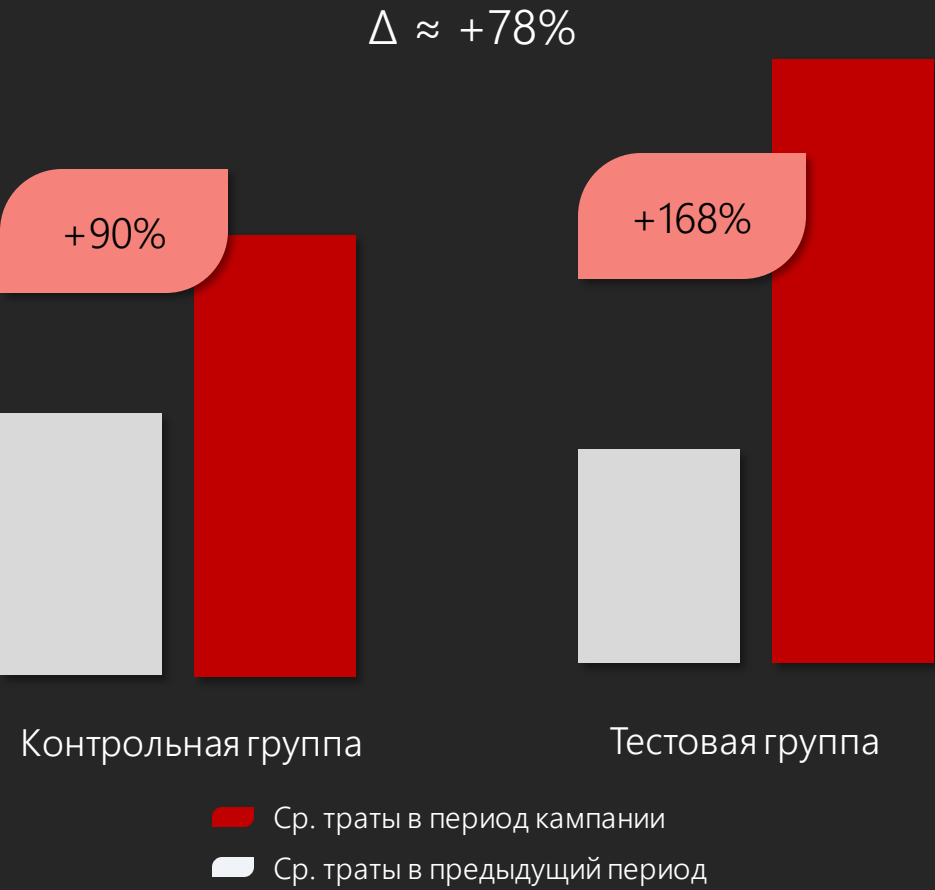
Кейс 1. Реализация сложных механик даёт значимый эффект



1 Кейс

- Категория: Уход и гигиена
- Механика: Cross-Sell + пополнение запасов
- Способ подбора аудитории: История покупок категории
- Тип предложения: Cashback на карту лояльности
- Площадка: MyTarget, VK(напрямую)
- Результат: Прирост трат на категорию +90%

Кейс 2. Использование прошлых периодов



2 Кейс

Категория: Кофе растворимый

Период РК: июнь 2022

Задача: Пополнение запасов

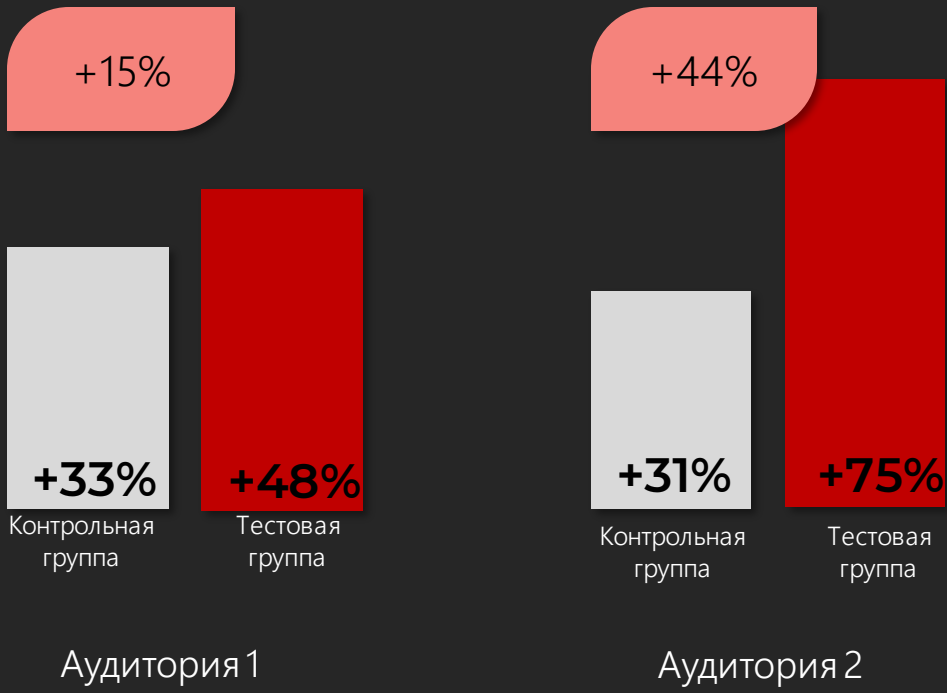
Способ подбора аудитории: История покупок категории в период февраль-март 2022 (не более 3 шт)

Тип предложения: Ценовое промо + комбо

Площадка: MyTarget, VK(напрямую)

Результат: Прирост трат на бренд 78%

Кейс 3. Расширение аудитории



3 Кейс

Категория: Питыевые йогурты

Тип предложения: Без скидки

Способ подбора аудитории:

Аудитория 1. Покупатели йогурта (конкуренты)

Аудитория 2. Покупатели категории йогурты. + совершающие покупки в Магнит ежедневно

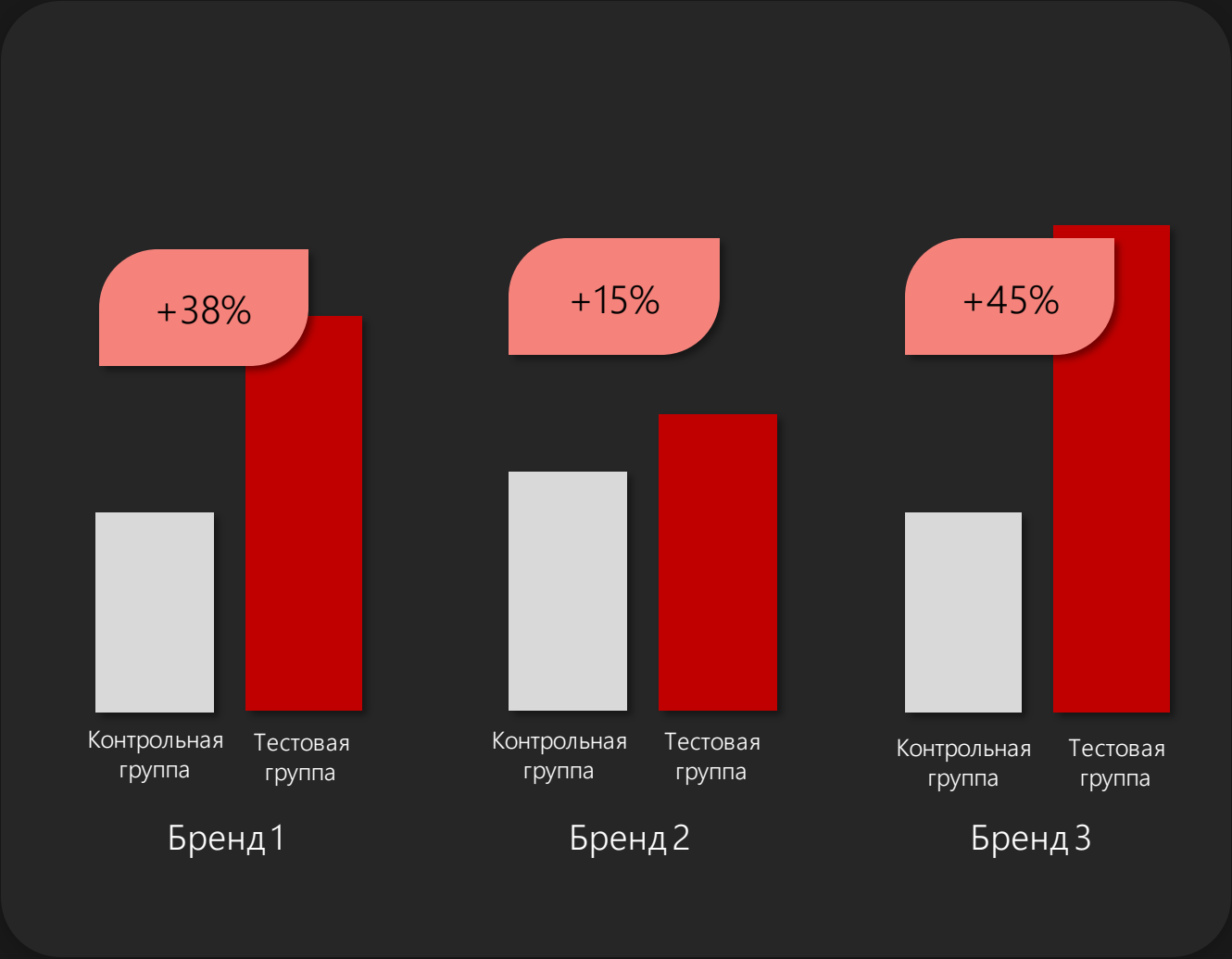
Площадка: MyTarget, VK(напрямую)

Результат:

Аудитория 1. чистый прирост +15%

Аудитория 2. чистый прирост +44%

Кейс 4. Влияние данных не ко-промо кампании



4 Кейс

Категория: FMCG (газированный напиток, молочный напиток, чипсы)

Тип предложения: Эксклюзивное предложение в Магнит (совместное ко-промо)

Способ подбора аудитории: Склонные к промо, Основная миссия покупок – «Фастфуд»

Площадка: Magnit, MyTarget, VK, Yandex(напрямую)

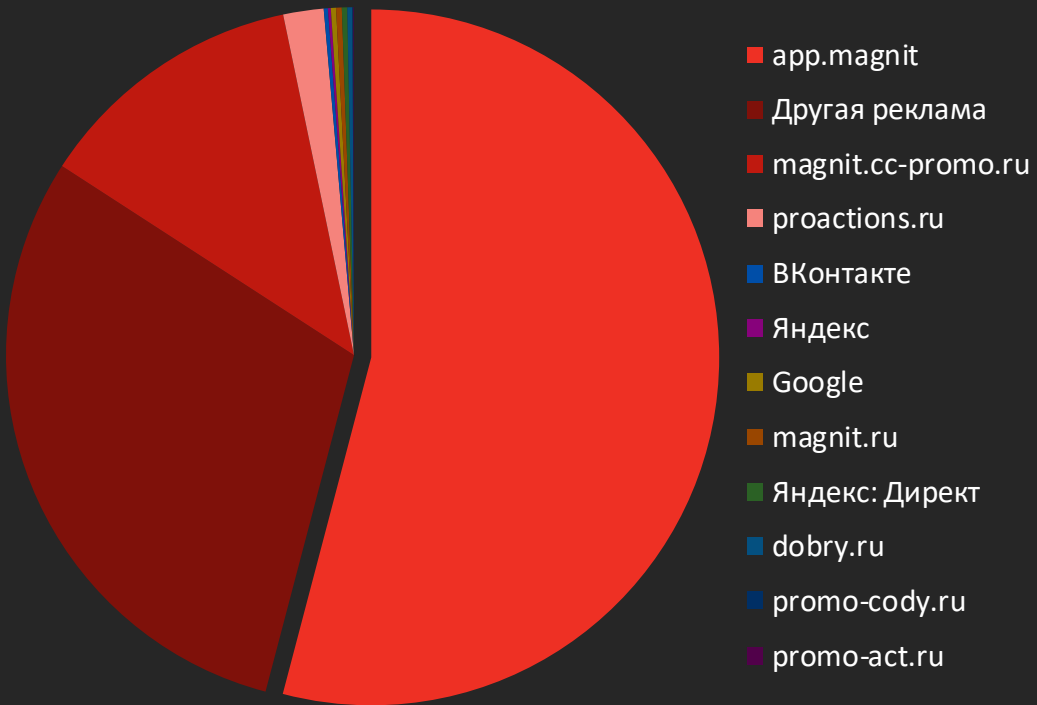
Результат:

Газированные напитки +38% прирост в продажи (руб)

Чипсы +15% прирост в продажи (руб)

Молочный напиток +55% прирост в продажи (руб)

Кейс 5. Влияние собственного инвентаря



5 Кейс

Категория: газированные напитки

Тип предложения: Новогоднее чековое промо

Способ подбора аудитории: Склонные к промо

Площадка: Magnit, MyTarget, VK, Yandex(напрямую)

Результат:

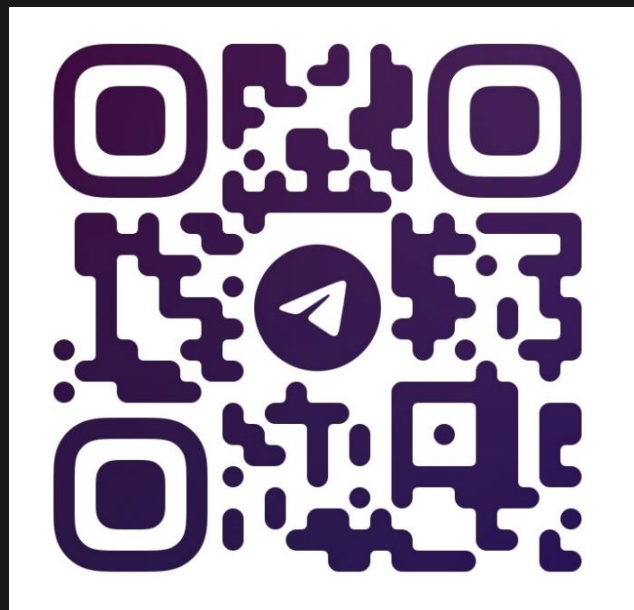
~130 000 посетителей сайта пришли из МП Магнит (70% от общего кол-ва посетителей)

Из них, более 60% приняли участие в конкурсе

В среднем на 1 участника приходилось около 12 чеков



Спасибо за внимание.



dmp@magnit.ru