

Discover e-commerce

Не панацея,
но должно быть в каждом сплите!

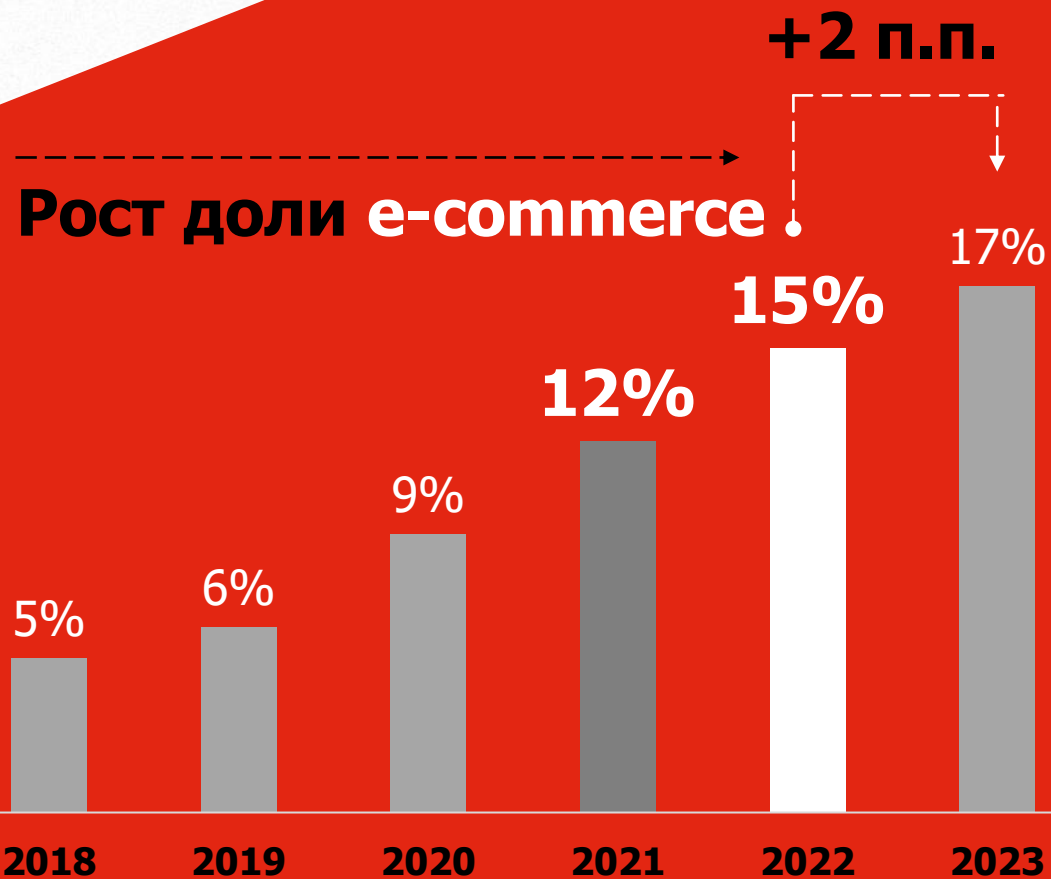
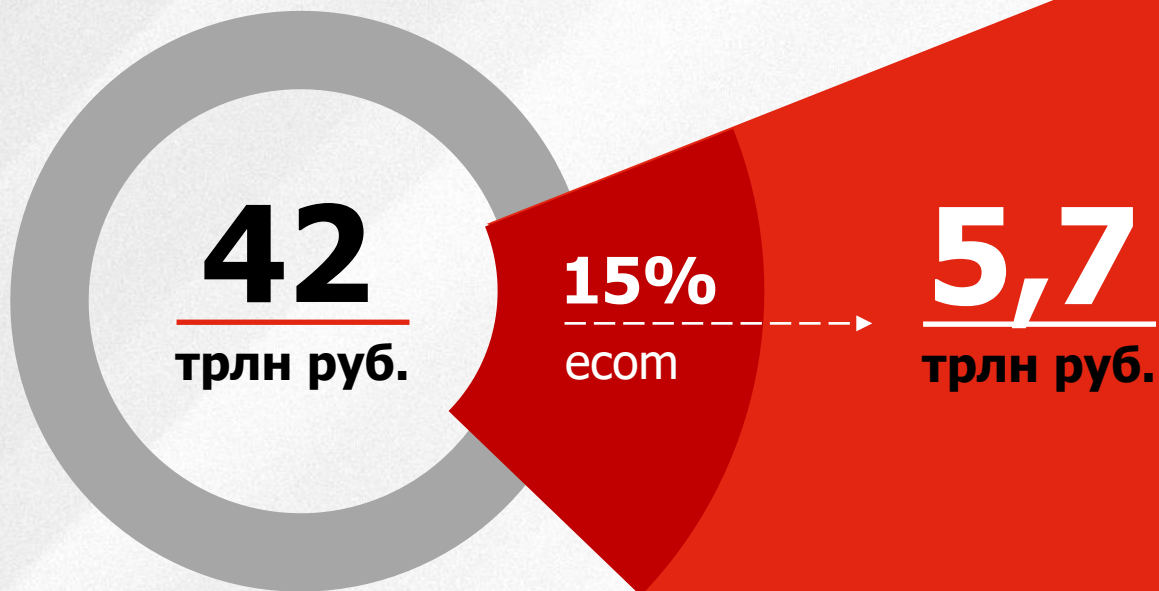


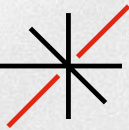
**Media
Instinct
Group**



15%

Объем **e-commerce** от всего ритейла





Доля онлайн-покупателей
растет с каждым годом

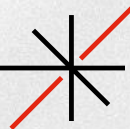
90%

Используют
различные
есom-площадки

10%

Используют
только маркетплейсы





Зубная паста

Перекрёсток

<100

vs

58 374

OZON

34 930

WILDBERRIES

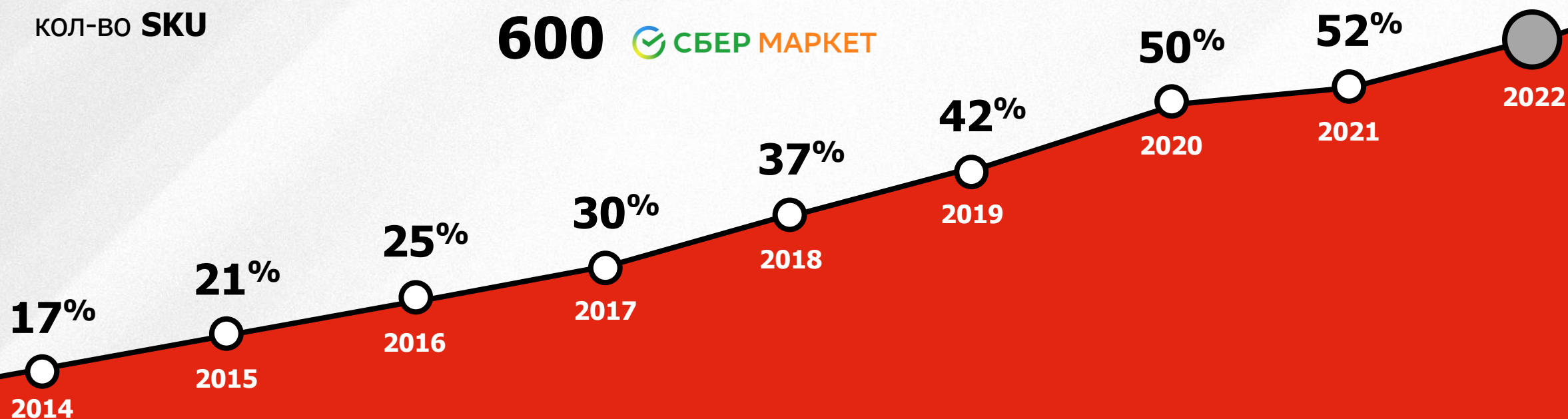
КОЛ-ВО SKU

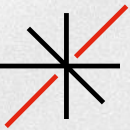
600

СБЕР МАРКЕТ

На маркетплейсы легко
зайти, поэтому там
высокая конкуренция

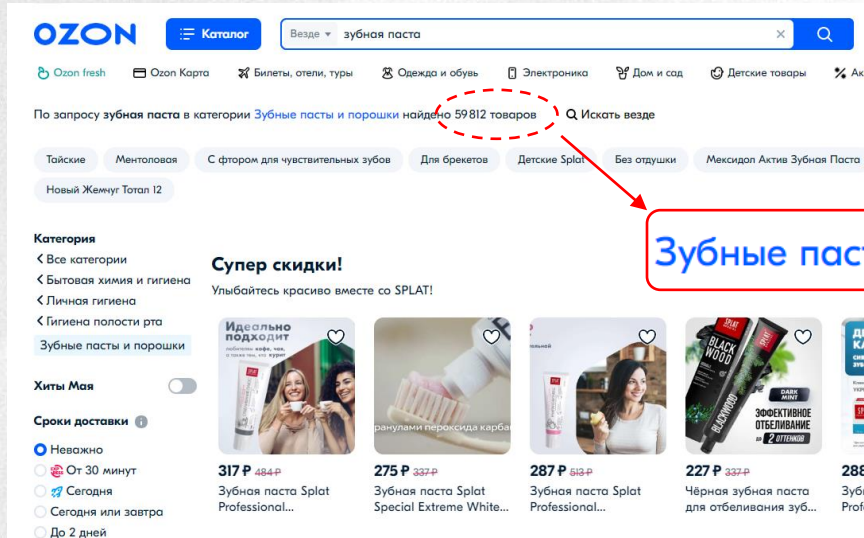
58%



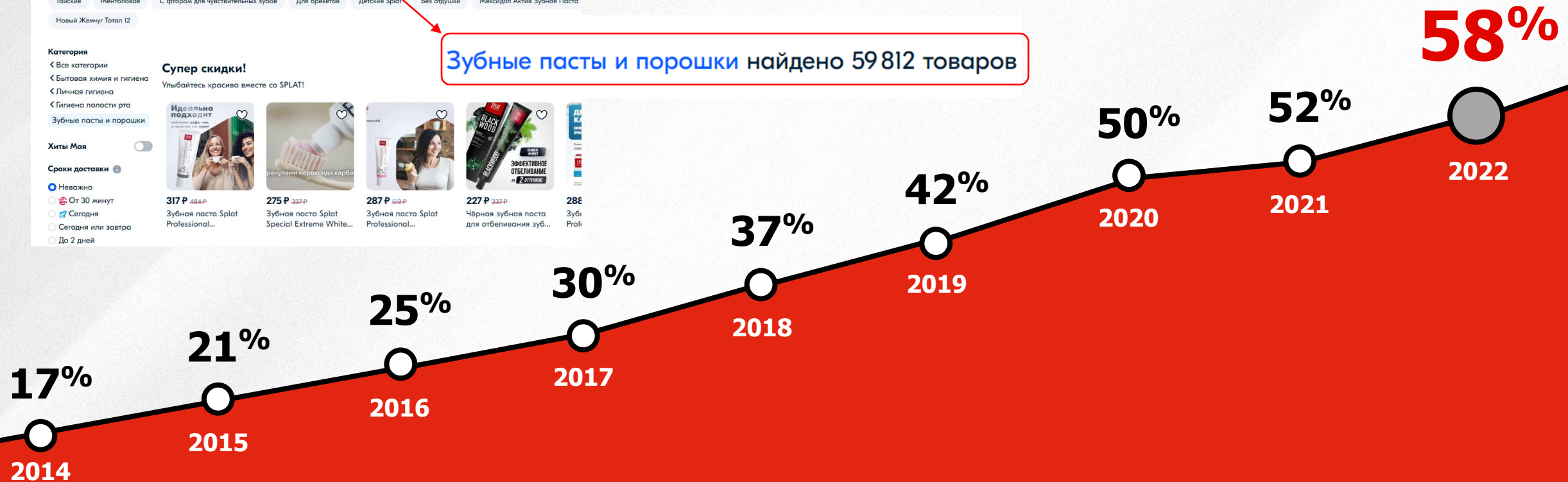


Зубная паста

На маркетплейсы легко зайти, поэтому там **высокая конкуренция**



Зубные пасты и порошки найдено 59 812 товаров





Быстрый Тест

При минимальном
бюджете можно очень
быстро проверить
гипотезу по товару

Бюджет на маркетплейсы:
>360 тыс руб

Источник: данные FMCG клиента MI

Рост продаж
x 2,5

DRP
16%

Оборот во время
активации

1,9 млн

Месячный
план

за **4 дня**

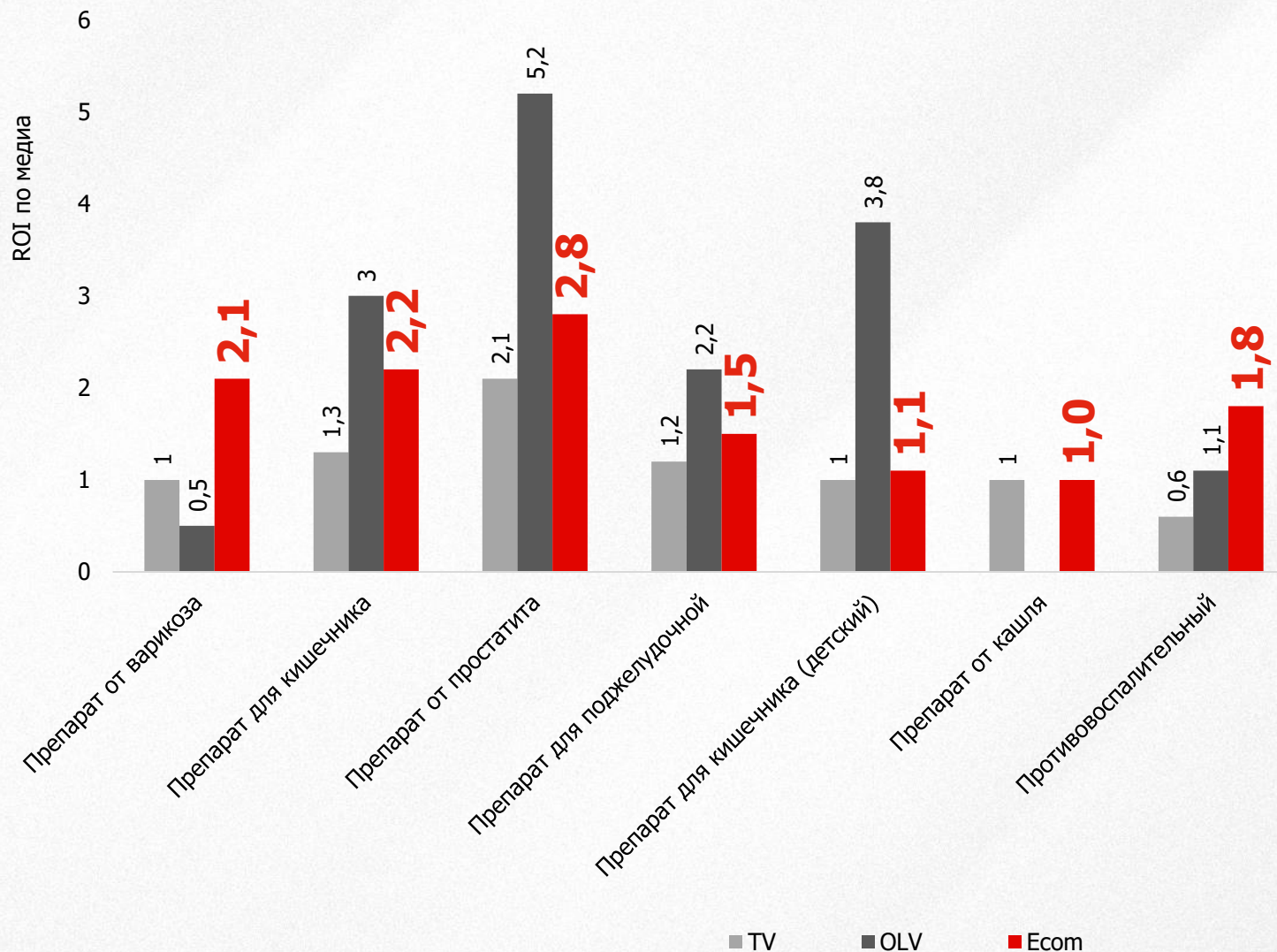


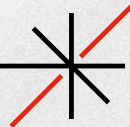
Высокий ROI

При продвижении в e-commerce мы в целом видим крутой ROI, местами превышающий ТВ и OLV

Бюджет на маркетплейсы: **>250 млн руб**

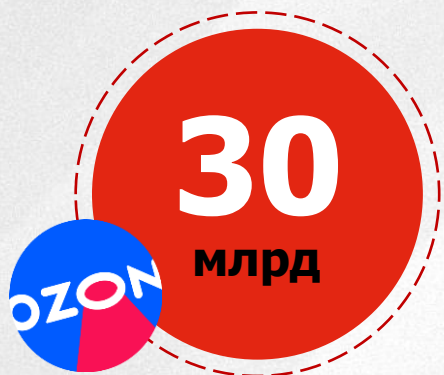
Источник: данные крупного фармклиента MI

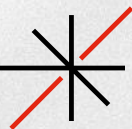




Е-commerce как рекламный канал

Доход от монетизации рекламы в e-commerce составил 44,5 млрд в 2022 году





E-commerce как рекламный канал

Доход от монетизации рекламы в e-commerce составил **44,5 млрд в 2022 году**



Источник: Media Market Overview

e-commerce занимает **8%** от всех рекламных каналов по итогам 2022 года





Мы знаем, как планировать, **потому что знаем бенчмарки**

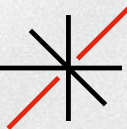
Этап воронки	Инструмент	KPI	Маркетплейсы	Прочее
Информирование	Баннеры Сторис Онлайн-стримы Спецпроекты Национальное промо	Охват CTR	CPM 270 руб 3-5%	CPM 140 руб 0,3%
Покупка	Товарное продвижение Поиск Аналоги / Конкуренты Категорийные активации Рекомендации	Конверсия	5-7%	0,2%
Лояльность	Upsale Email / Push Баллы за отзывы Ценовые промо	Retention	28%	???

Мы знаем, как планировать, потому что работаем по всей воронке

10 млн руб

Распределение бюджета в 2023 году на запуск и продвижение бренда на основных площадках





Минимальные бюджеты для разных категорий

	FMCG	PHARMA	СЕНАС *	FASHION
S	5 млн	7 млн	10 млн	12 млн
M	10 млн	12 млн	18 млн	20 млн
L	17 млн	20 млн	30 млн	35 млн

*СЕНАС — категория бытовой техники и электроники



Вот чего сейчас не надо делать — это пытаться пилить софты.
Пока следует делать ставку на людей





**Александр
Сироватский**

Вице-президент
по стратегии

MI СОММЕТА

Подразделение
Media Instinct Group
по работе с маркетплейсами

Делаем ставку
на крутых экспертов!

**Настя
Беккер**

Ecommerce Director





Подписывайтесь
на наш канал

