

ne
moloko easy media ЭВОТОР YABBI

ПОИГРАЛ,
УВИДЕЛ,
КУПИЛ



ВЛИЯНИЕ INAPP РЕКЛАМЫ
НА ПОКУПКИ В ОФЛАЙН
МАГАЗИНАХ У ДОМА

Кейс Nemoloko Easy Media и YABBI
на данных Sales Lift Survey Эвотор

Продвигаемые продукты



13 SKU напитков



9 SKU йогуртов



3 SKU десертов

ЦЕЛЬ

Проверить гипотезу о том, что размещение в мобильных приложениях может повлиять на покупки рекламируемых SKU не только онлайн, но и в несетевой офлайн рознице

ЗАДАЧИ



Найти и охватить целевую аудиторию Nemoloko в диджитал среде



Построить портрет аудитории, видевшей рекламу, проанализировать корзину покупателя продуктов Nemoloko и предложить улучшение таргетинга для новых размещений



Измерять и проанализировать покупки до, во время и после рекламной кампании, найти и инсайты для новых размещений

ne
moloko

easy media
in association with OMO Group

ЭВОТОР YABBI

Формат Coverage Ads Video



Целевая аудитория



18+, Исключаем аудиторию
видевшую видео каждые
2 недели

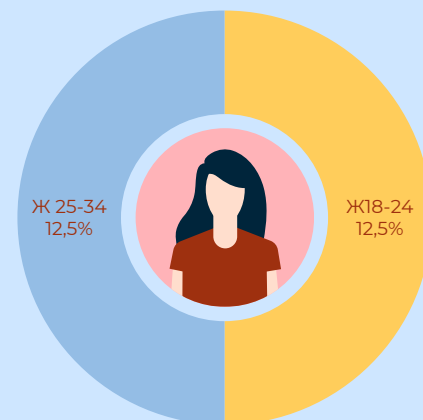


Отсечение аудитории,
которая покупает **молочную
продукцию**, мясо и рыбу

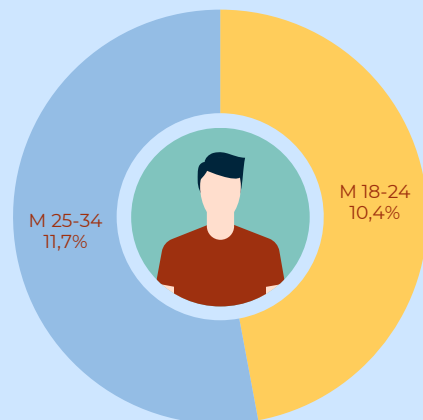
ОХВАТ

807 915
пользователей

54%



46%



ne
moloko

easy media
in association with OMD OM Group

ЭВОТОР YABBI

Любимые категории приложений

Еда и Напитки **14,2%**

Красота **9,1%**

Контент и Сервисы **8,2%**

Интерес к покупке **7,5%**

Родители **6,9%**

Владельцы
домашних
животных **6,4%**

Портрет аудитории

ne
moloko

easy media
in association with OMD OM Group

ЭВОТОР

YABBI

ЭВОТОР

Кассовый чек / приход

Купили вместе с Nemoloko:



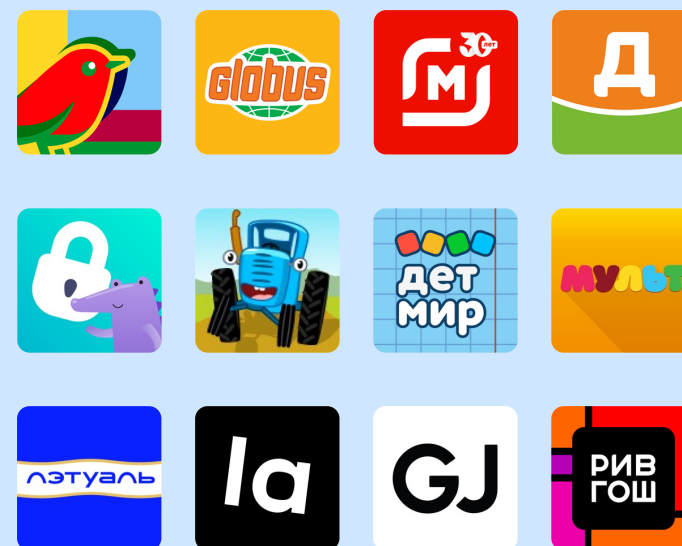
Покупали альтернативные бренды

Alpro

Orasi

Bite

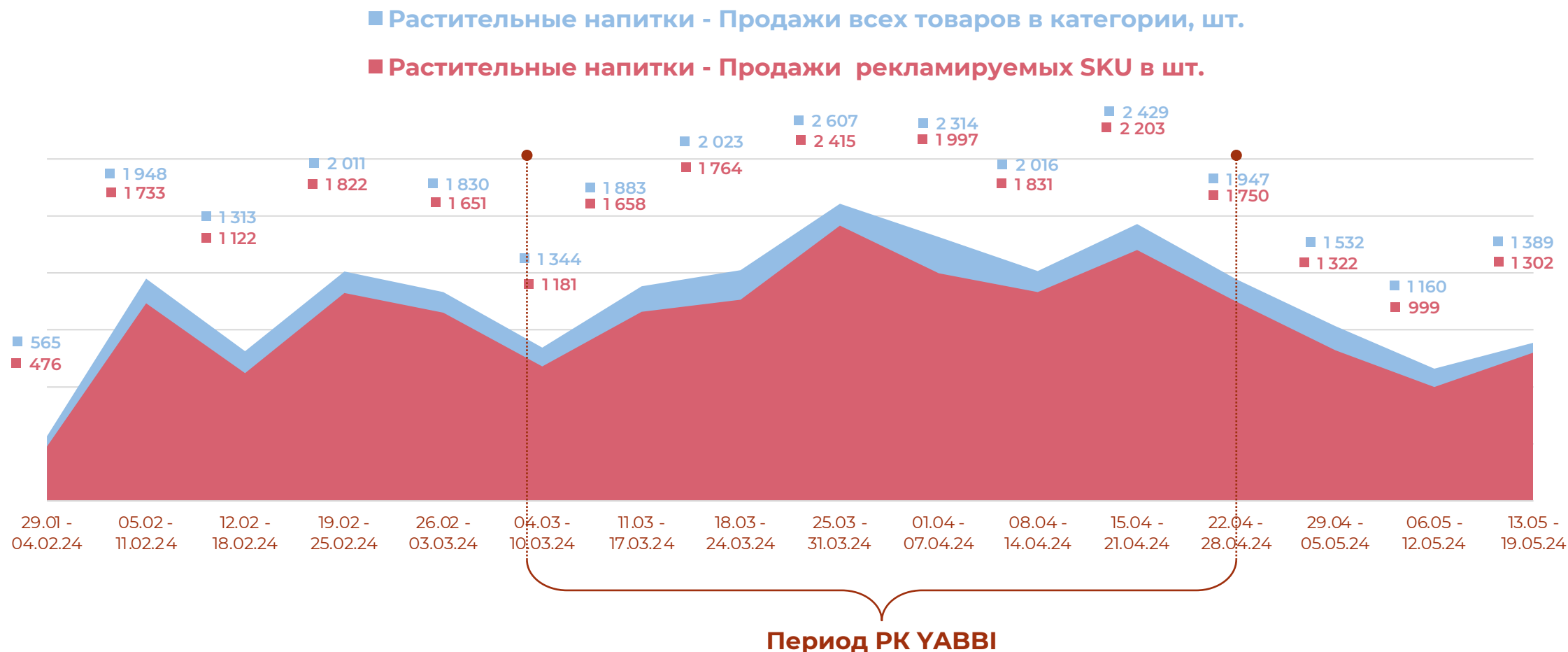
Топ приложений



Покупают онлайн

одежду
аксессуары
косметику
украшения
детские товары

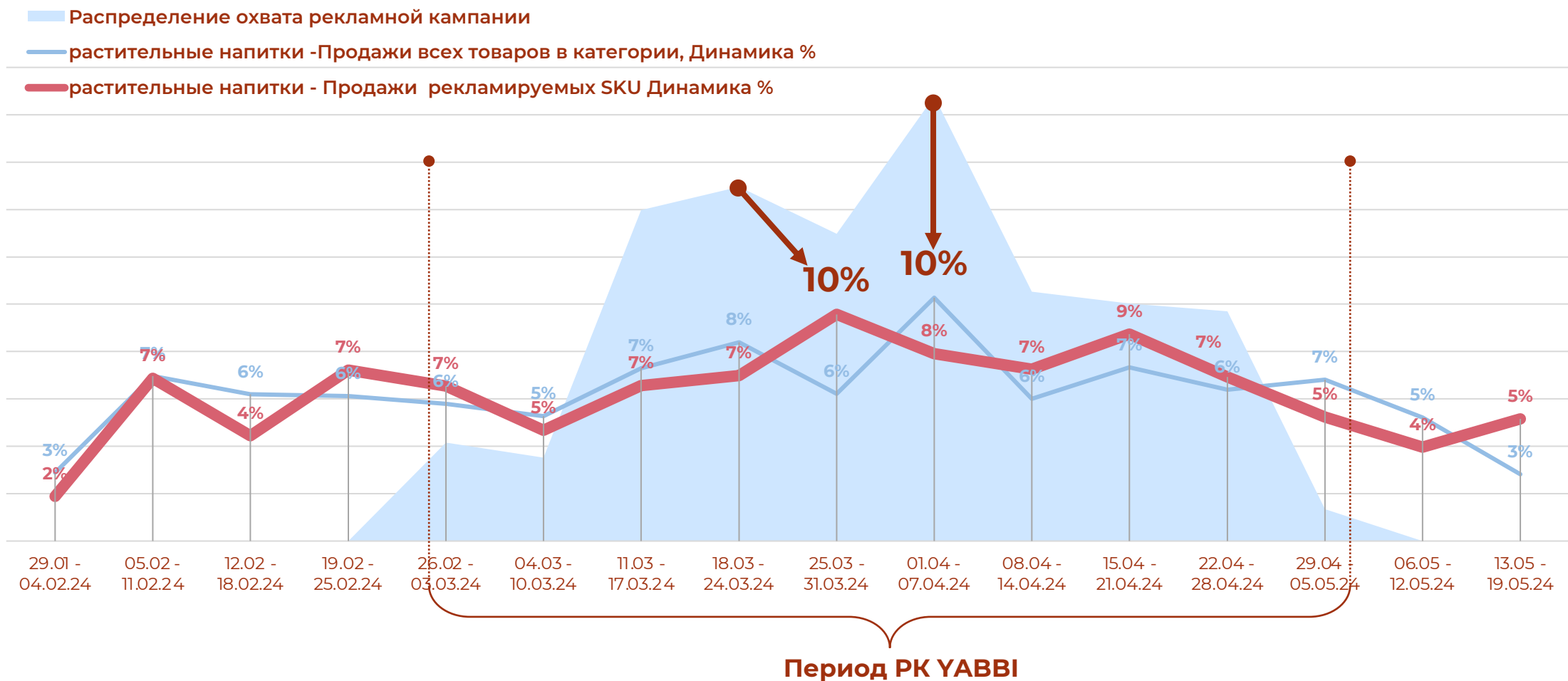
Покупки напитков Nemoloko доминируют в категории и растут в период РК



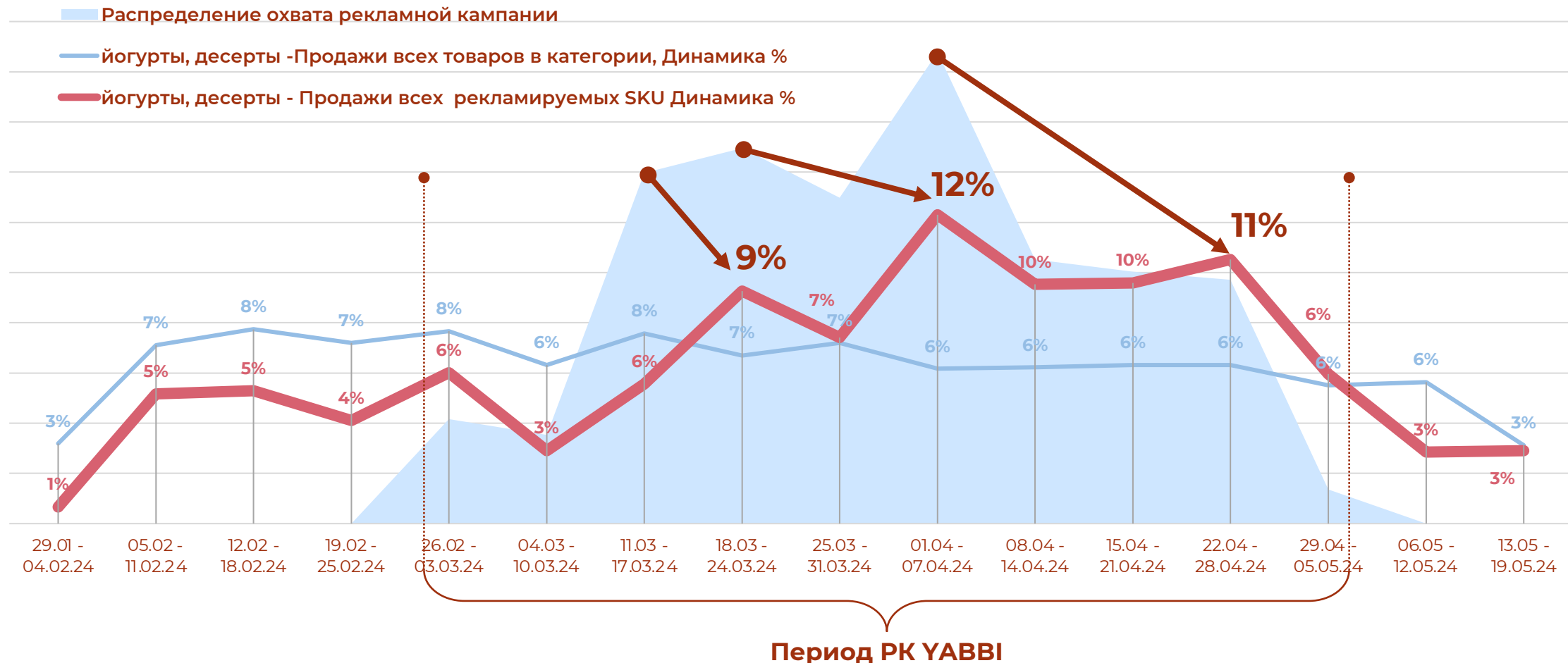
Динамика покупок напитков

Nemoloko коррелирует с охватом РК

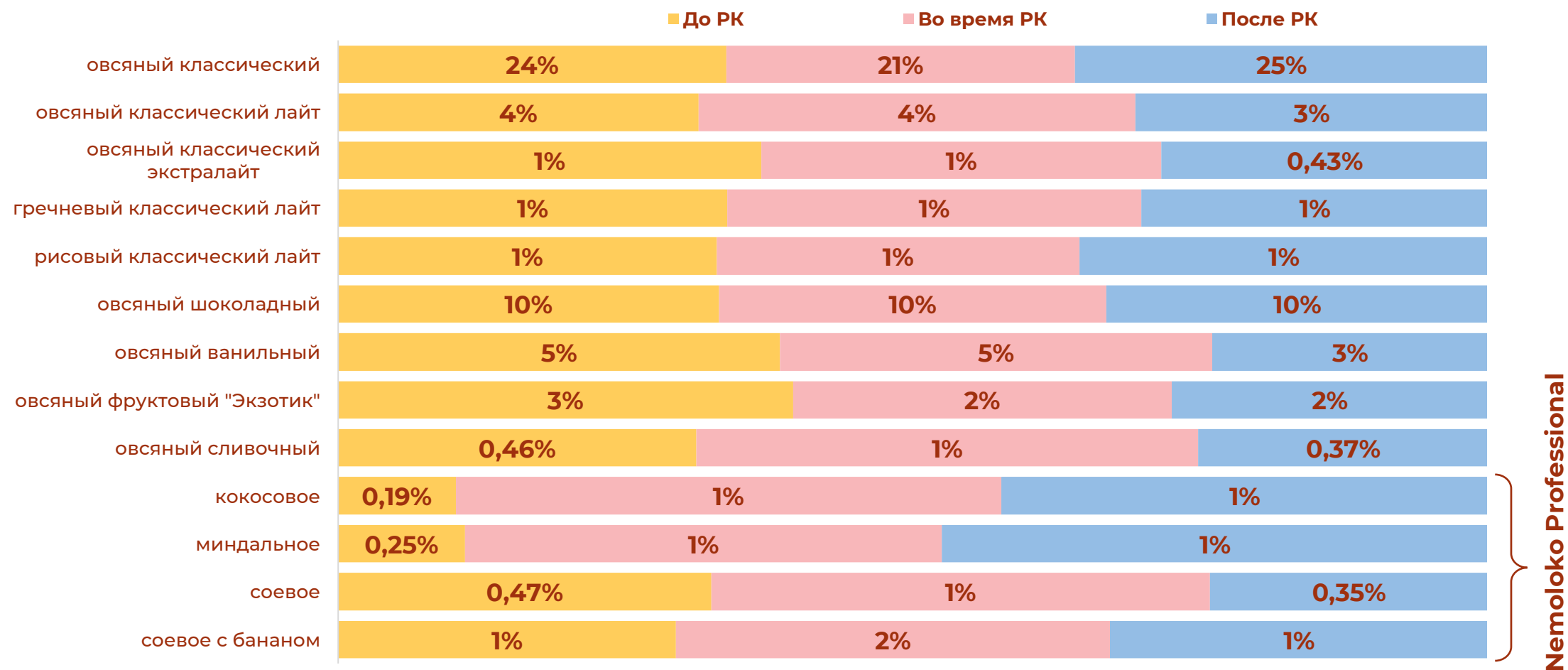
Реклама также влияет на рост покупок в категории



Динамика покупок йогуртов и десертов Nemoloko относительно охвата РК %



Переключение пользователей на напитки Nemoloko Professional



Переключение пользователей на более разнообразные и дорогие десерты и йогурты



ИТОГИ

ne
moloko

easy media
in association with OMO OM Group

ЭВОТОР YABBI

1

Офлайн покупки напитков, йогуртов и десертов **Nemoloko** растут и коррелируют с охватом РК на YABBI

2

В период РК пользователи предпочитали **Nemoloko** относительно других брендов йогуртов и десертов в среднем **в 2 раза чаще** чем до и после неё

3

В период рекламной кампании пользователи переключились на более дорогие напитки **Nemoloko Professional**, а также стали покупать новые вкусы йогуртов и десертов

