



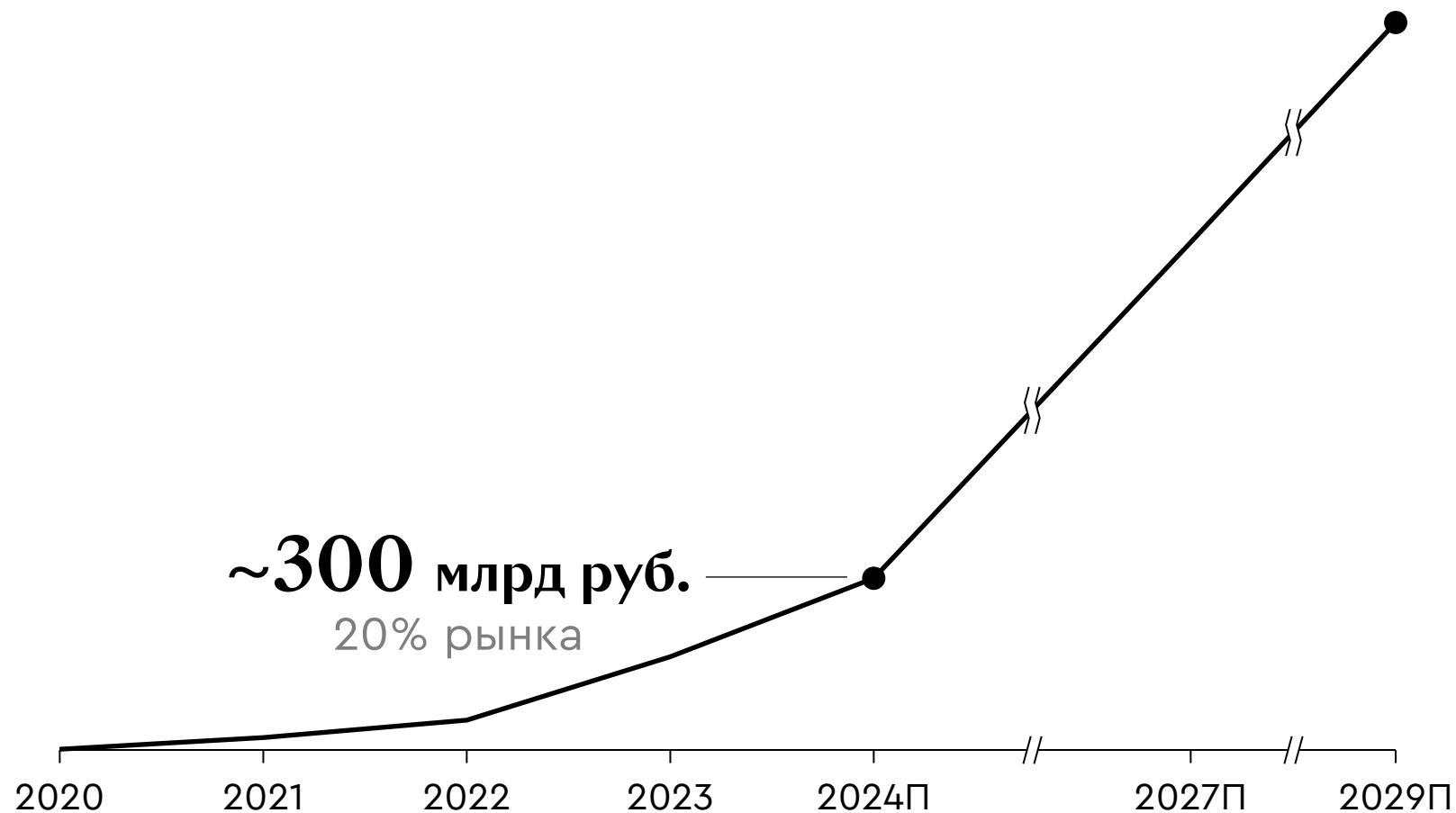
Яков и Партнёры

Стратегии выигрыша нишевых ритейлеров в Retail Media

Апрель 2025 г.

Retail Media

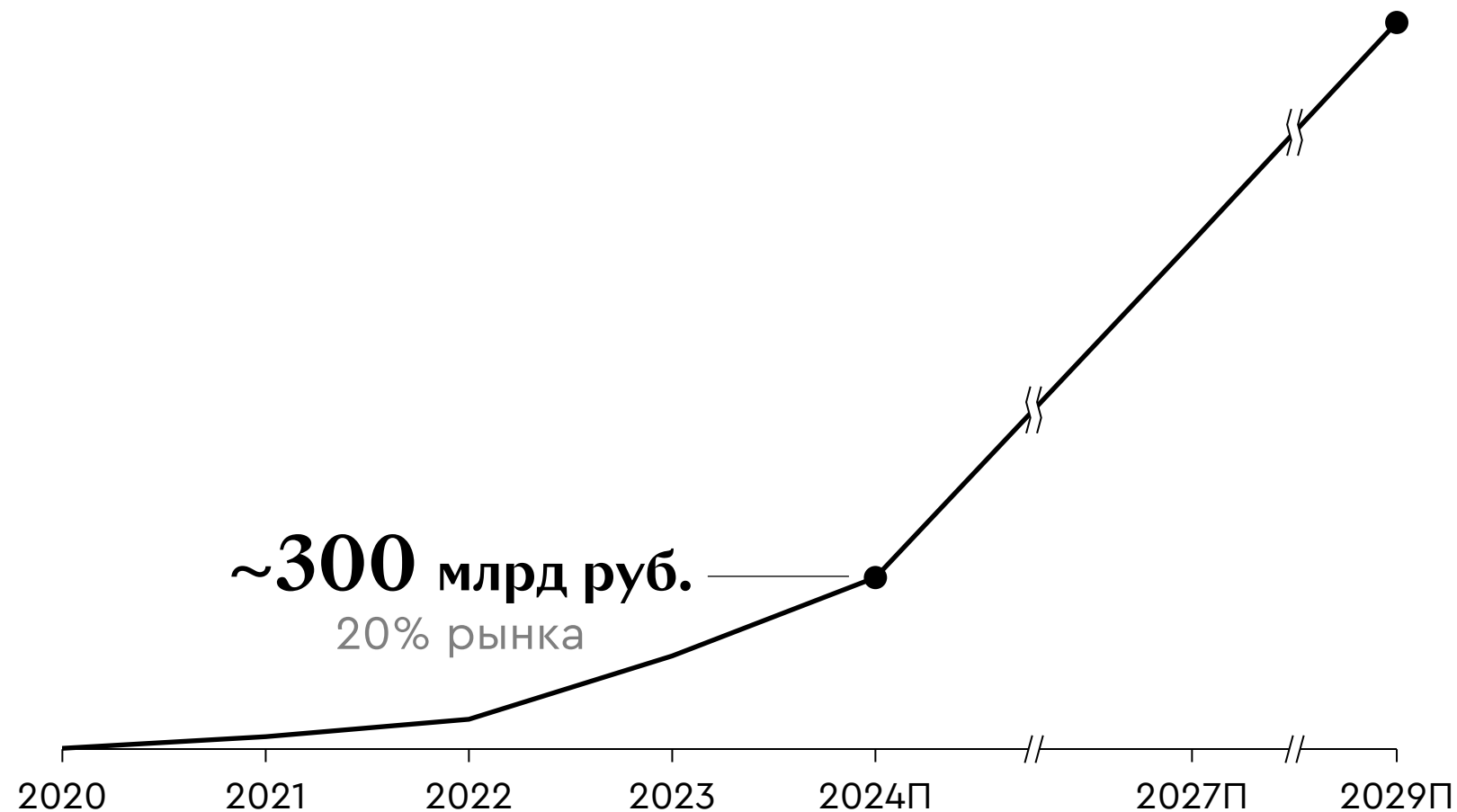
Краткосрочный тренд или новый канал?



Источник: исследование Яков и Партнёры «От полки до экрана: развитие рынка Retail media в России», 2025 г.

Retail Media

Краткосрочный тренд или новый канал?



Источник: исследование Яков и Партнёры «От полки до экрана: развитие рынка Retail media в России», 2025 г.

Становление
в мире

14 лет

Поисковики

8 лет

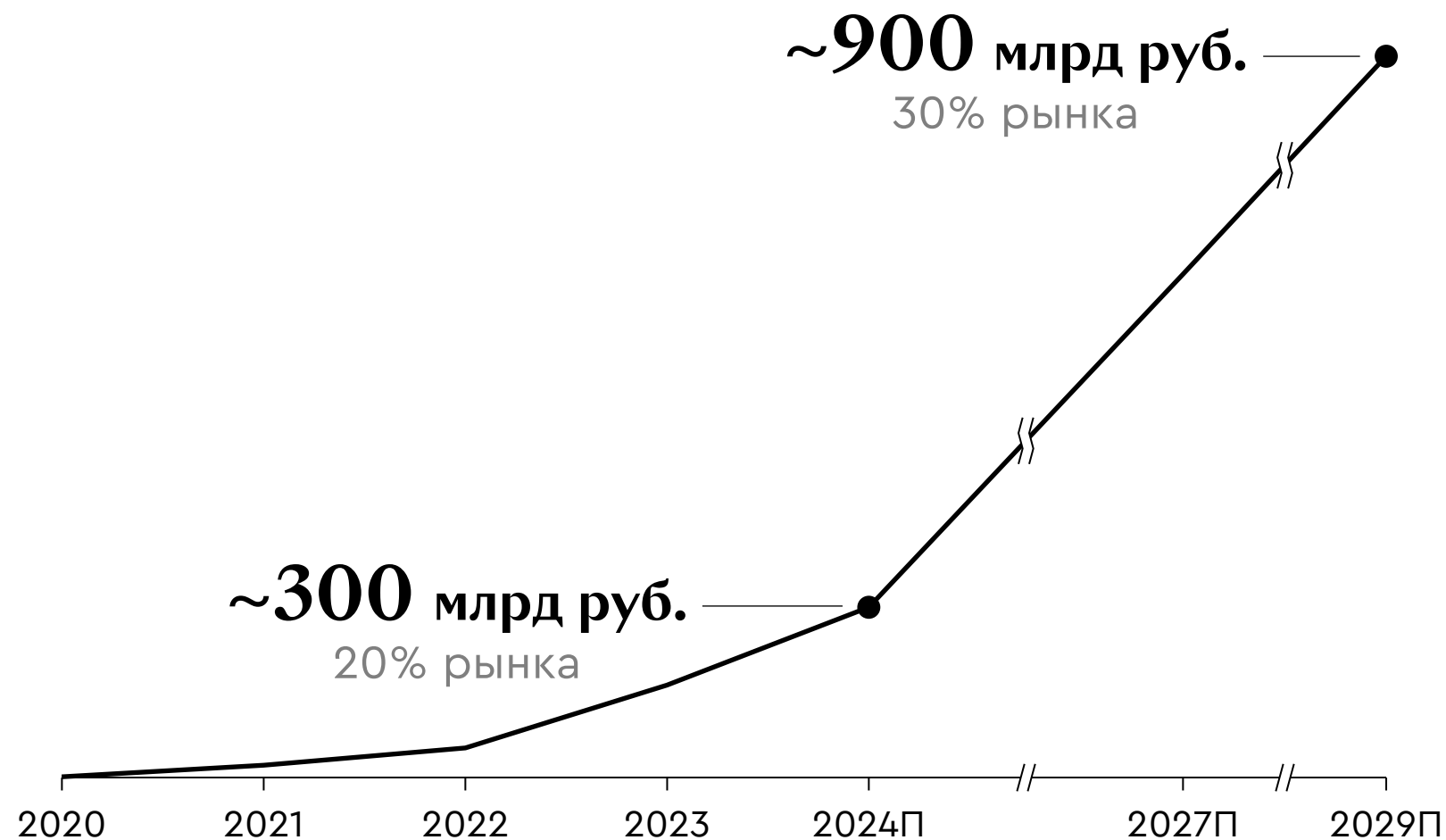
Социальные сети

6 лет

Retail Media

Retail Media

Краткосрочный тренд или новый канал?



Источник: исследование Яков и Партнёры «От полки до экрана: развитие рынка Retail media в России», 2025 г.

Становление
в мире

14 лет

Поисковики

8 лет

Социальные сети

6 лет

Retail Media

Есть ли шанс войти на рынок?

Россия ▾



~85%

~4%

до 3%

Мир ^

Даже у «продвинутых»
игроков ещё
недореализован
потенциал

3%

GMV маркетплейсов

~2 раза ниже, чем у международных

Не все сегменты покрыты

90% рекламодателей

Бренды «на полке»

Текущие рекламодатели
не удовлетворены
существующим предложением



Низкая предсказуемость
результатов и высокая стоимость
размещения



Ограниченные возможности
таргетинга



Отсутствие сервиса и недостаток
прозрачной отчетности

И ключевая причина по мнению ритейлеров

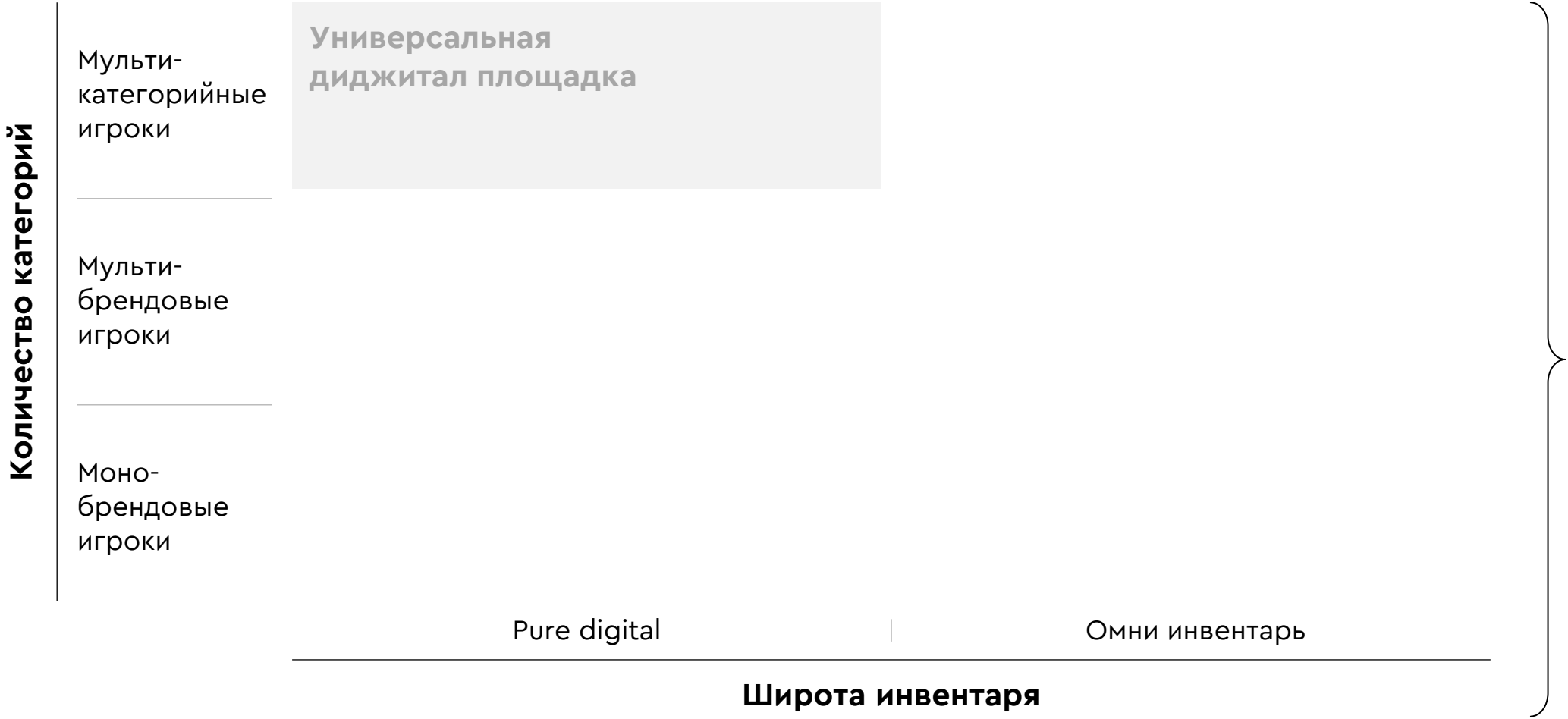
Высокие затраты на внедрение

Какие основные сложности видит Ваша компания в развитии Retail Media?



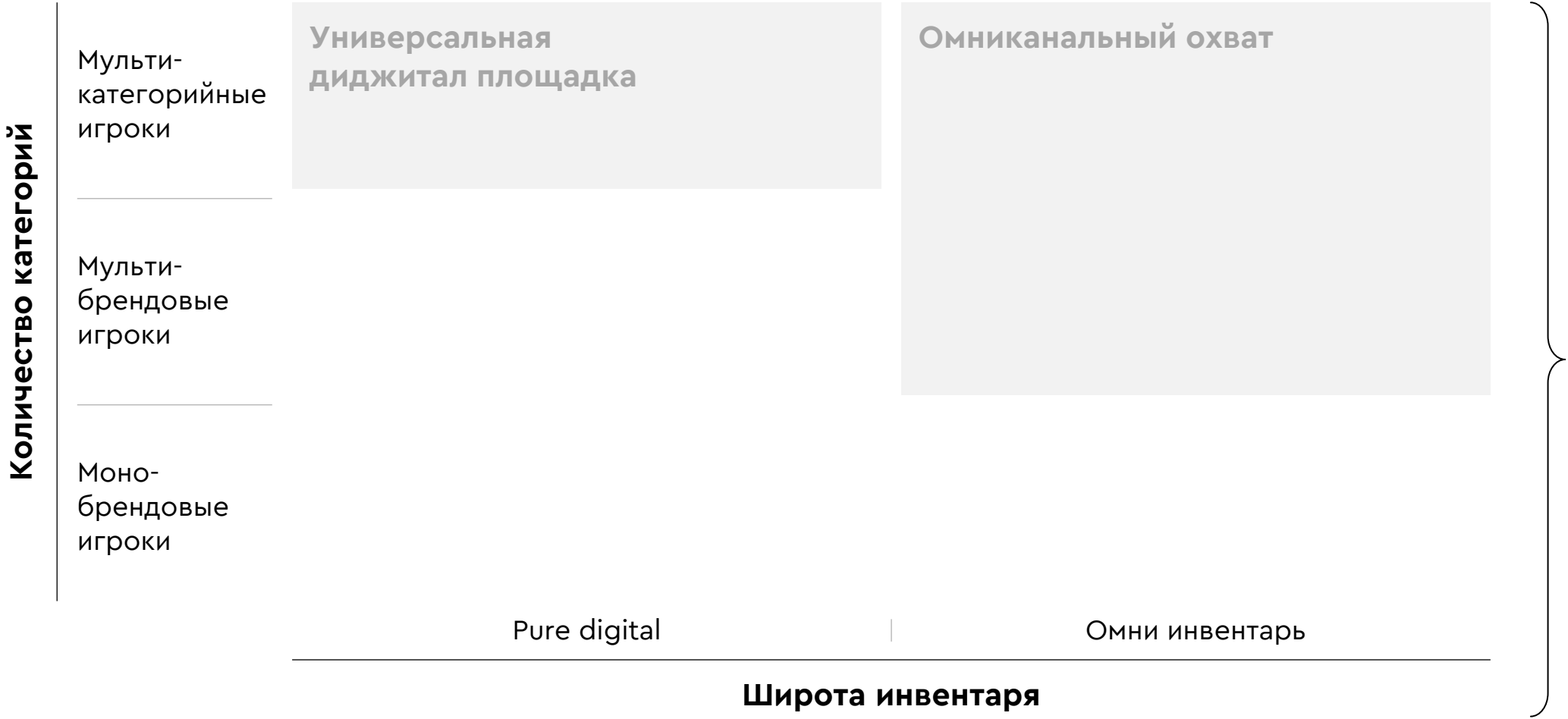
Есть RM-модели, не требующие сотни миллионов рублей инвестиций в разработку

XX% RM в GMV



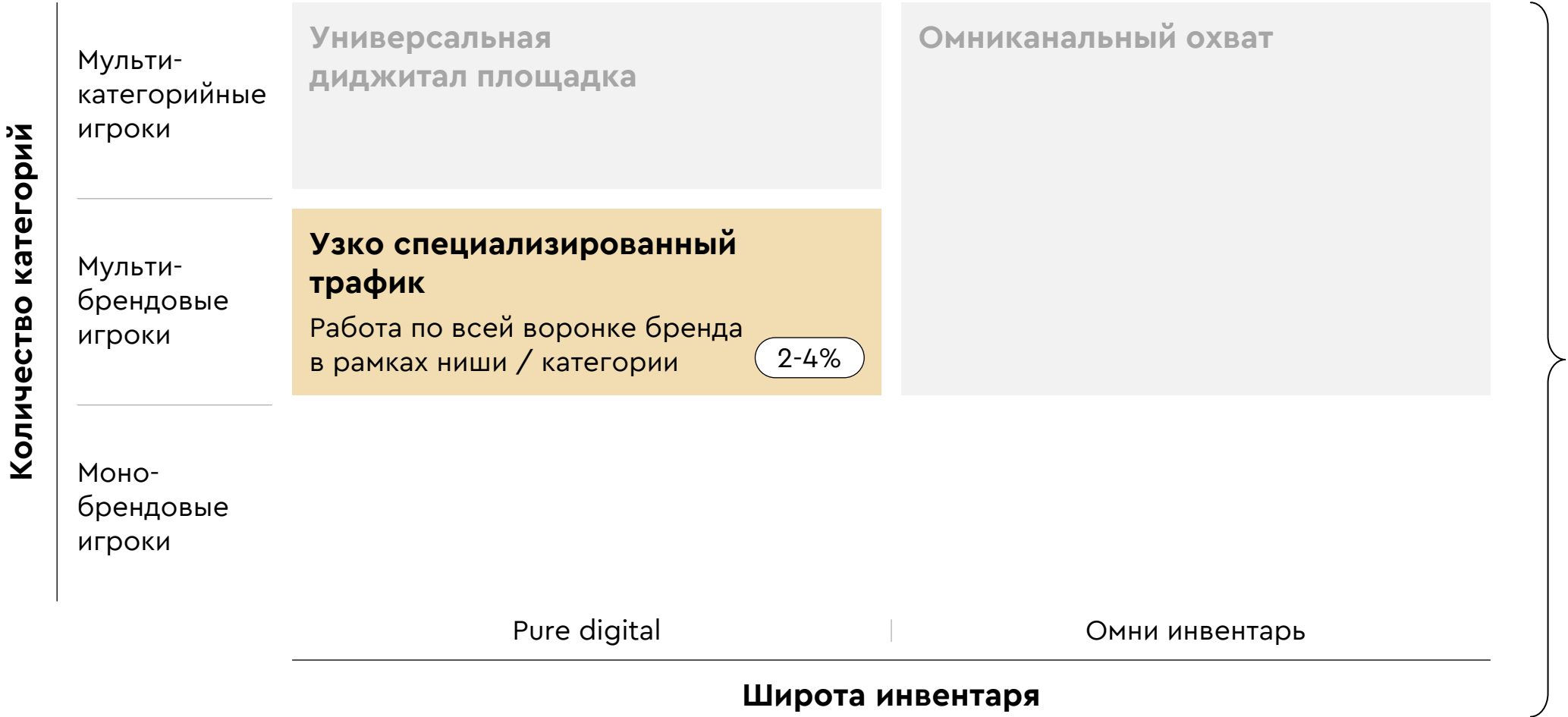
Есть RM-модели, не требующие сотни миллионов рублей инвестиций в разработку

XX% RM в GMV



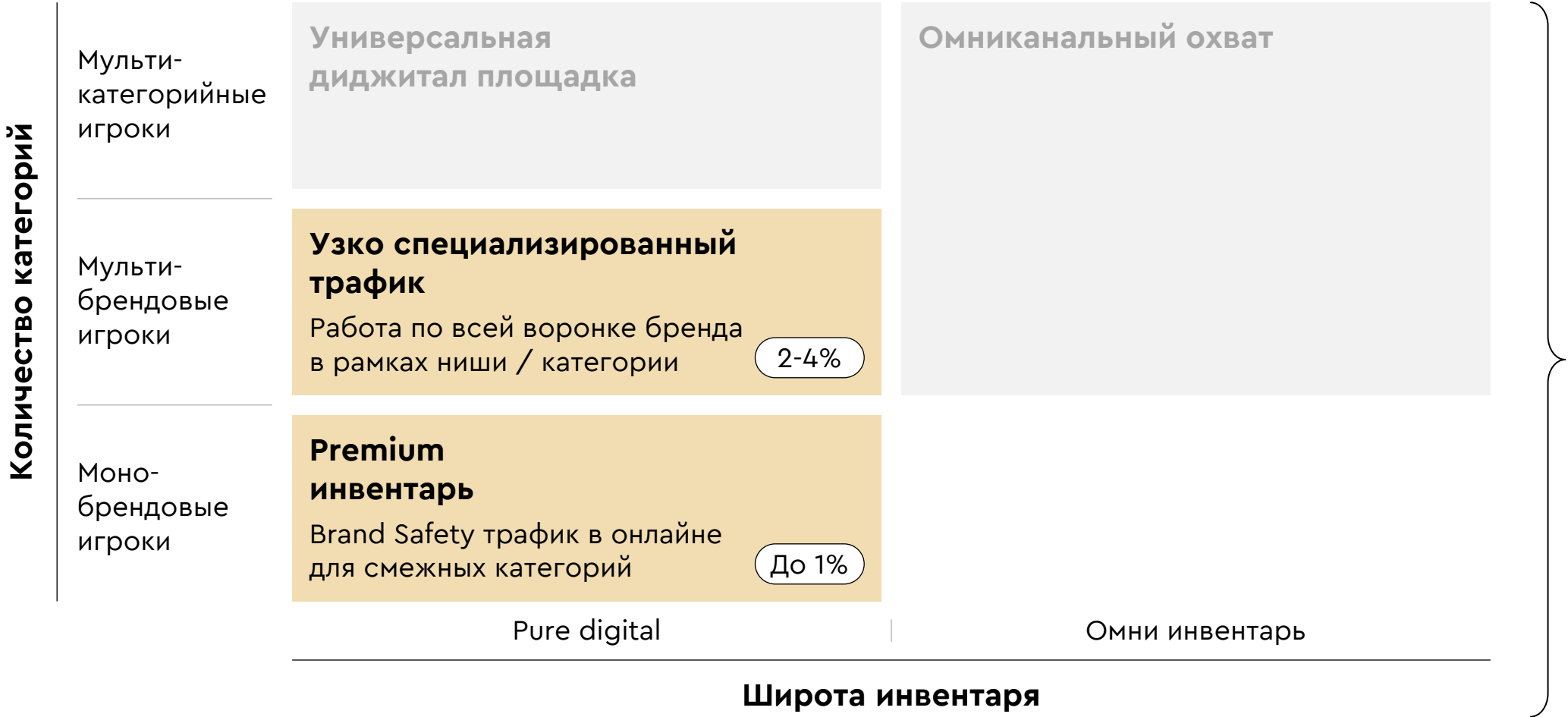
Есть RM-модели, не требующие сотни миллионов рублей инвестиций в разработку

XX% RM в GMV



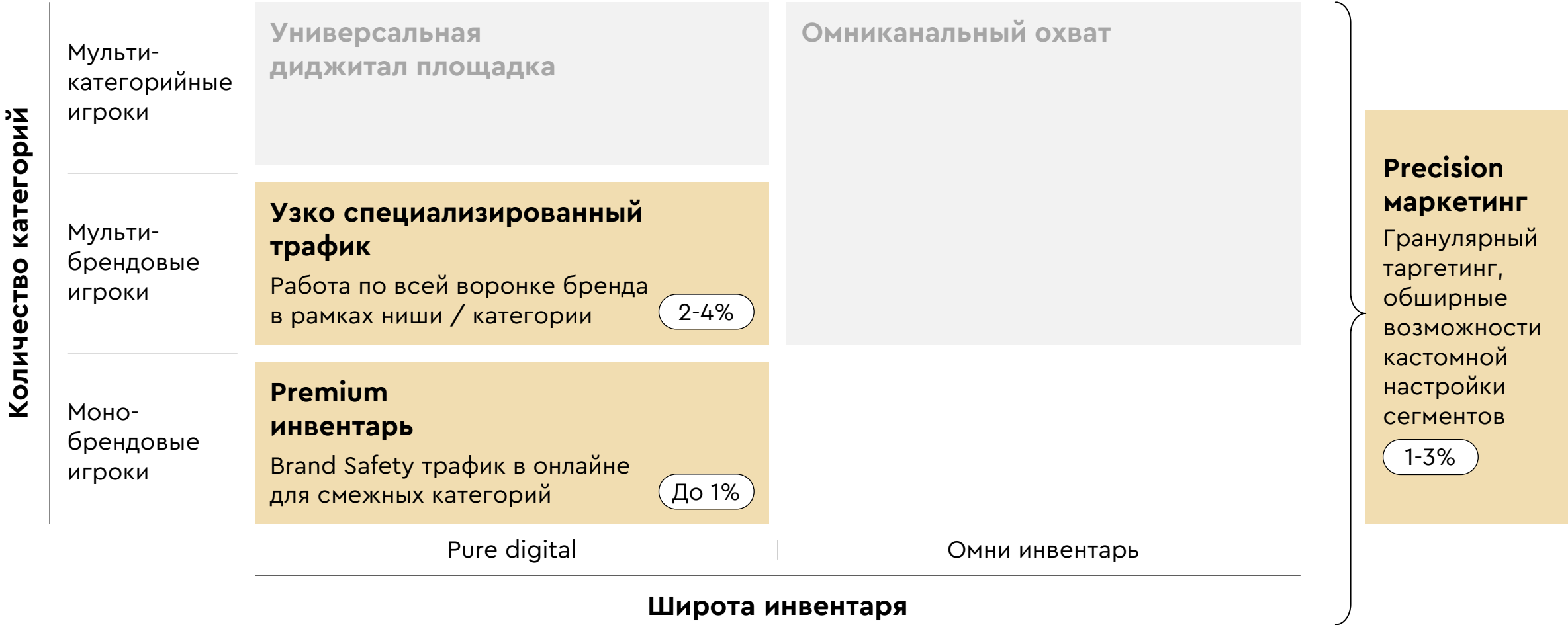
Есть RM-модели, не требующие сотни миллионов рублей инвестиций в разработку

XX% RM в GMV

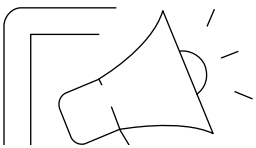


Есть RM-модели, не требующие сотни миллионов рублей инвестиций в разработку

XX% RM в GMV



Примеры разных УТП



Retail Media продукт

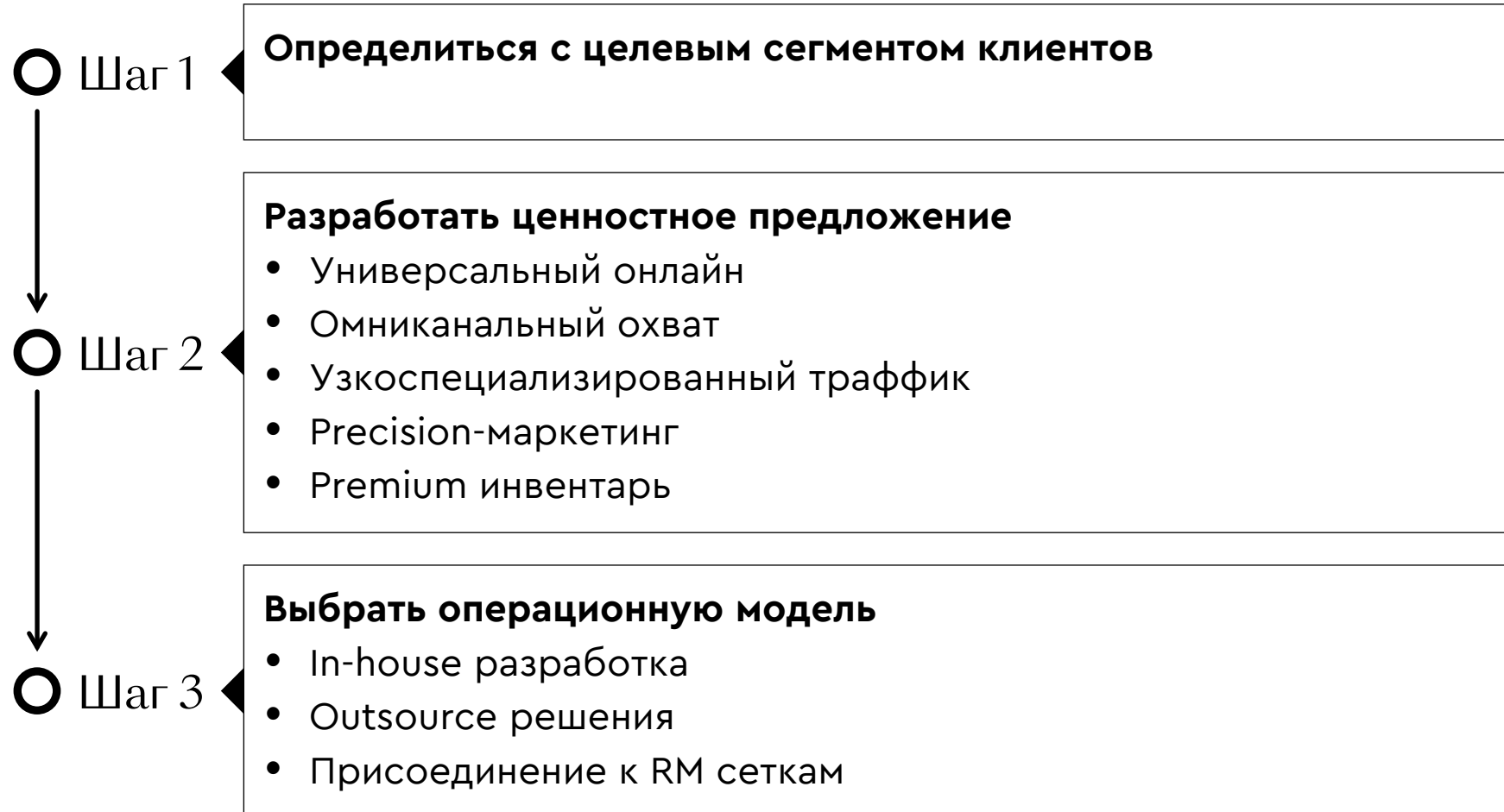
Тип игрока	Инвентарь	Данные и аналитика	Сервис
Узко специализированный трафик →	On site, off site и in store инвентарь (либо один из них) с фокусом на контентные форматы	Глубокое понимание CJM в рамках ниши, таргетинг по готовым сегментам	Self-service платформа /через менеджера. Аудиторные инсайты в рамках категории
Precision маркетинг →	On site и расширенное предложение off site инвентаря	Продвинутые модели таргетинга и аналитики, включая интеграцию ИИ, широкий доступ к 3 rd party данным	Self-service платформа /через менеджера. Аудиторные инсайты
Premium инвентарь →	Ограниченный набор имиджевых on site и off site форматов	Базовые настройки таргетинга, фокус на замер Awareness метрик	Настройка кампаний через менеджера, обширные опции спец проектов

Примеры



HARRODS
PARTNERSHIPS

Что делать дальше?



Яков и Партнёры



Yakov-partners



Yakov.partners



YakovPartners



Victoria_Ilyukhina@yakov.partners

«Яков и Партнёры» – международная консалтинговая компания со штаб-квартирой в Москве и представительствами в странах БРИКС. Мы увлеченно работаем над задачами по стимулированию развития и трудимся плечом к плечу с лидерами различных отраслей промышленности и общественного сектора. Вместе с ними мы формируем поворотные моменты в истории отдельных компаний и общества в целом. Мы добиваемся устойчивых результатов, масштабы которых выходят далеко за пределы отдельных организаций.

За дополнительной информацией и разрешением на перепечатку обращайтесь по адресу media@yakovpartners.ru

Чтобы ознакомиться с нашими другими исследованиями и публикациями, посетите сайт www.yakovpartners.ru



Виктория Илюхина

Руководитель проектов

