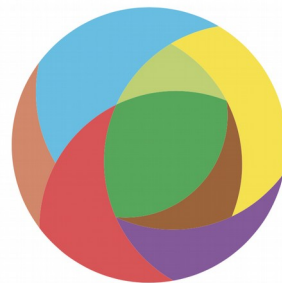


Актуальные проблемы для FMCG-performance



РИФ
КИБ

CDP (customer data platform)

**это решение для эволюции медиа
в канал продаж с помощью данных
о потребителе**

У кого есть полезные данные о продажах

		СОДЕРЖАНИЕ ДАННЫХ	ОГРАНИЧЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
CRM ретейлера		Время, Содержание чека, ID покупателя, Точка продаж	Новые ID в базе, нельзя таргетировать конкурентов
ОФД		Время, Точка продаж, ID чека	Нет данных о покупателе и содержании чека
ФНС		Время, Точка продаж, ID чека, Содержание чека	Не делится базой данных
Банк		Время, ID покупателя, сумма покупки, точка покупки	Нет содержания чека
Телеком		Время, ID покупателя, сумма покупки	Нет содержания чека

Достаточные опции экосистем данных для CDP

О каждой транзакции надо
знать как минимум такие
данные

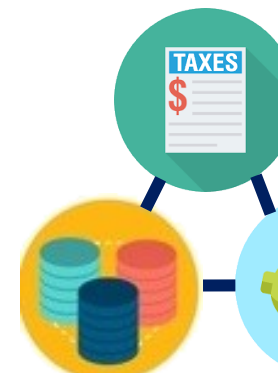
ID Покупателя
+
Содержание чека
+
ID чека

Option №1



- ID Покупателя
- Содержание чека
- ID чека

Option №2

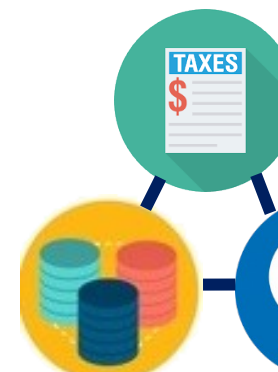


ID чека

Содержание чека

ID Покупателя

Option №3



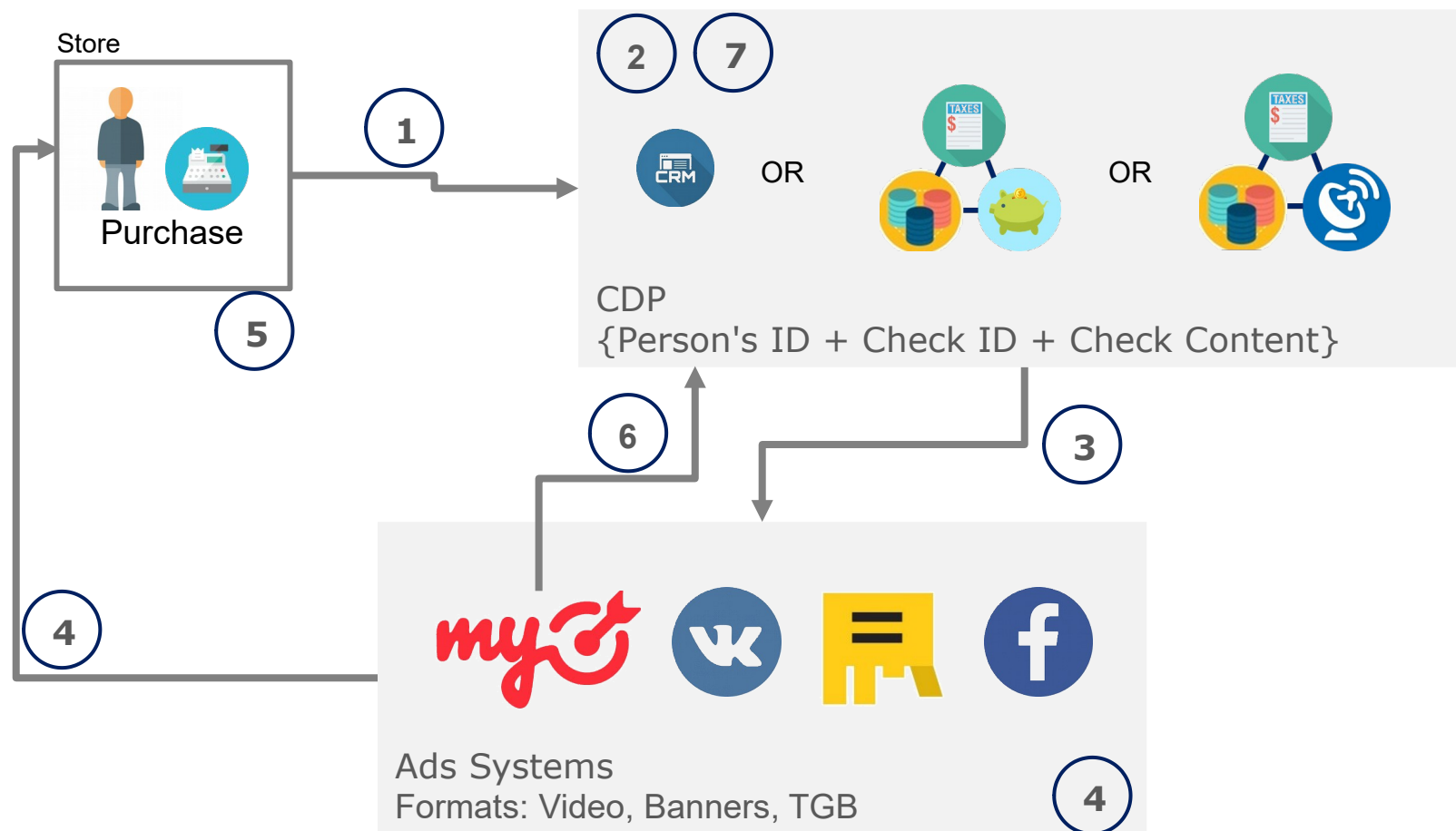
ID чека

Содержание чека

ID Покупателя

Целевая схема работы CDP

1. Транзакции постоянно сохраняются в CDP
2. Оператор CDP формирует сегменты для таргетинга
3. Оператор CDP передает сегменты в рекламные платформы
4. Размещение РК
5. Запись логов чеков в период РК
6. Логи показов рекламы передаются в CDP*
7. Анализ прироста продаж



Актуальные вопросы

ТИП ВОПРОСА

ПРОБЛЕМЫ

ОГРАНИЧЕНИЕ

Юридические

нельзя передавать персональные данные между IT-контурами участников проекта

данных на рынке достаточно, но их нельзя объединить в единую достаточную систему

**Экономическ
е**

стоимость CDP от 30 до 400% удорожает стоимость размещения

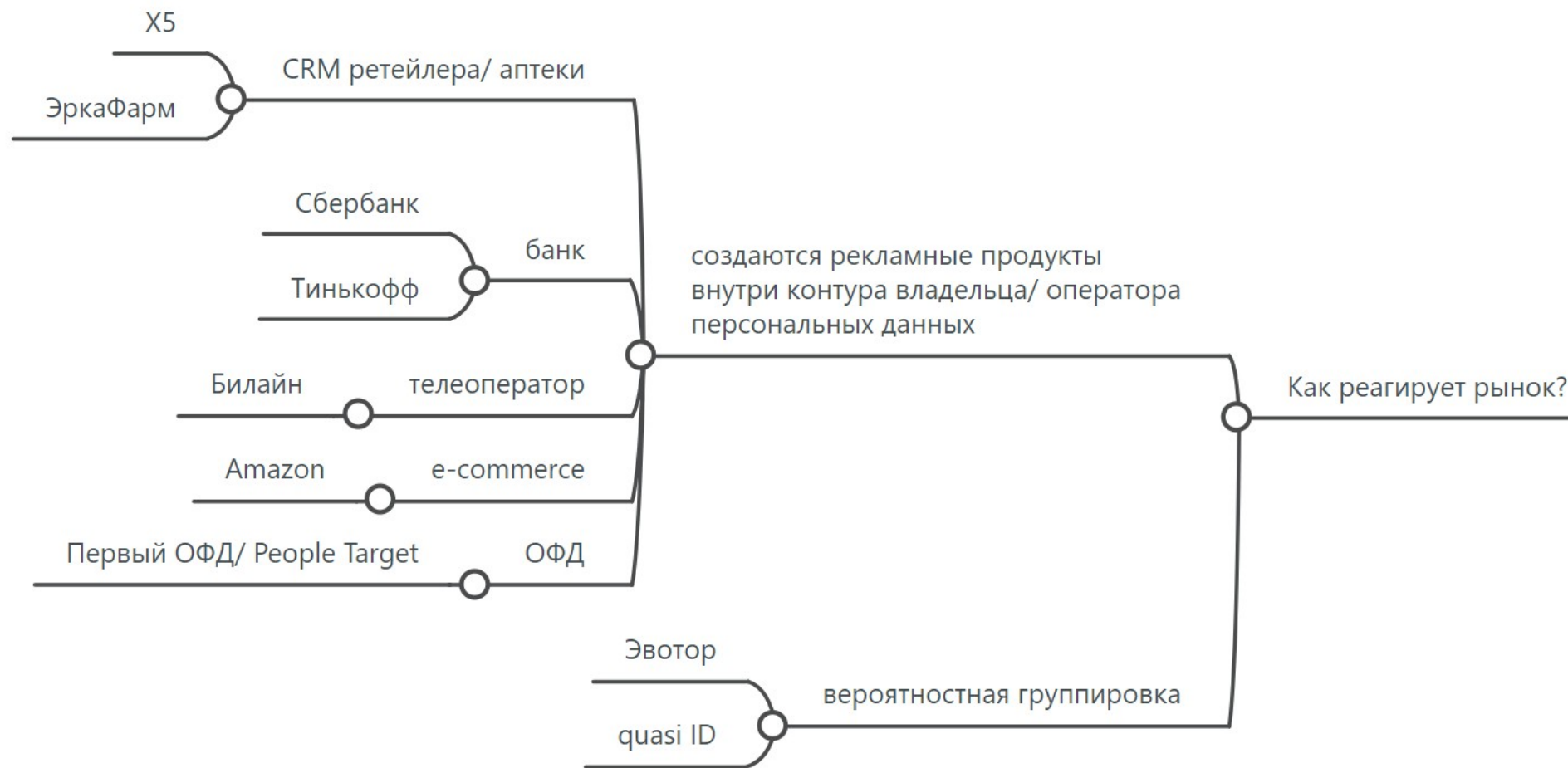
Бренды осторожно инвестируют маркетинговые бюджеты

**Управленчески
е**

не сформулированы задачи и подходы для использования CDP на уровне маркетинговых кампаний

Не понятно, как эффективно использовать

Реакция рынка на проблему с персональными данными



Реакция рынка на экономическую проблему переложение стоимости на вендора рекламного инвентаря

Яндекс



Google

facebook



НАЦИОНАЛЬНЫЙ
РЕКЛАМНЫЙ
АЛЬЯНС

Реакция рынка на управленческие проблемы скрепление компетенций

MEDIA + PERFORMANCE + CRM

Реакция рынка на управленческие проблемы **война всех против всех** 😊

MEDIA ⁺ vs PERFORMANCE ⁺ vs CRM

Agencies

