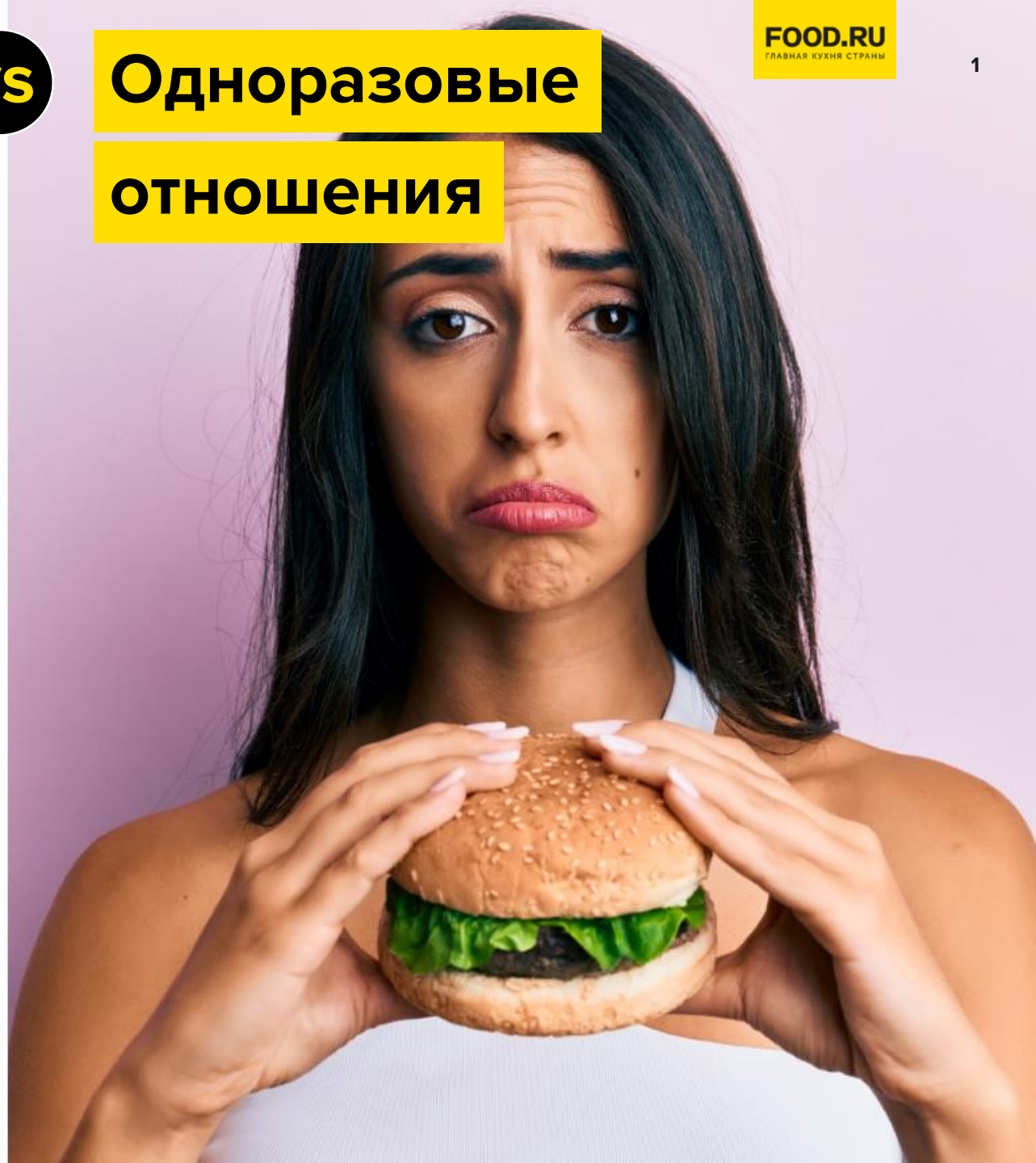
Любовь vs Одноразовые отношения

Секреты бренд медиа.



Любовь к медиа

Потребители используют новые онлайн медиа в качестве источника информации о еде
в 6 раз чаще, чем телевидение

Вовлеченность по развлекательным и образовательным продуктам и услугам с тематикой кулинария, питание, контактов/пользователя в год[1]

1. Результаты исследования McKinsey (не полностью репрезентативен из-за канала сбора информации, отражает общую динамику, связанную с ростом проникновения интернета). Дата проведения: 13 апреля, 2105 респондентов, 26% Москва и Санкт-Петербург, 28% — города-миллионники, 46% — остальные города

Любовь к гостям

B2C

Функционал для пользователей сервиса

Медиа-платформа Food.ru

Взаимодействует с пользователями на этапе планирования, привлекая их к совершению покупок в контуре других бизнесов X5

- Обучение пользователей | *Академия, Ответы Food.ru*
- Обеспечение взаимодействия между пользователями
- Сообщества по интересам
- Персонализированные предложения для пользователей | *План питания, калькулятор калорий, товарные рекомендации*

Супер-витрина / супер-сервис Food.ru

Это цифровой интерфейс, предоставляющий пользователю возможность удовлетворить множество потребностей через «единое окно»

- Агрегатор торговых сетей X5
- Выделение витрин брендов
- Доставка от стратегических Non-food партнеров
- Расширение ассортимента X5 по кросс-категориям

- Экспресс-доставка (Дарк-сторы)
- Готовая еда (рестораны, дарк-китчены и др.)
- Услуги партнеров

Любовь к партнерам

B2B

Функционал взаимодействия с аудиторией для компаний, брендов и организаций

Медиа-платформа для B2B ИТ решений

Медиа-платформа, созданная для взаимодействия ритейлеров с поставщиками
и предоставления им платных услуг для увеличения продаж поставщиков в онлайн и офлайн магазинах ТС

Основными функциями будут являться:

- Sales lift и аналитика, позволяющая определить эффективность маркетинговых стратегий поставщиков
- Возможности использования различных маркетинговых каналов на платформе, а также на сайте и в магазинах ТС

Любовь внутренняя и внешняя

Присутствие и охват Food.ru во всех возможных точках появления и создания интереса пользователя о кулинарии

Внешний контур

Telegram

Дзен

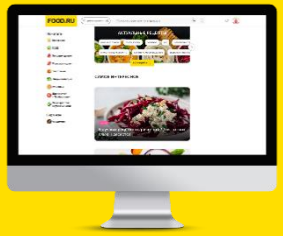
ВКонтакте

Одноклассники

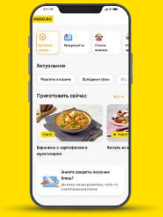
Viber

YouTube

Внутренний контур



Сайт Food.ru



Мобильное приложение Food.ru

Любовь на всех этапах

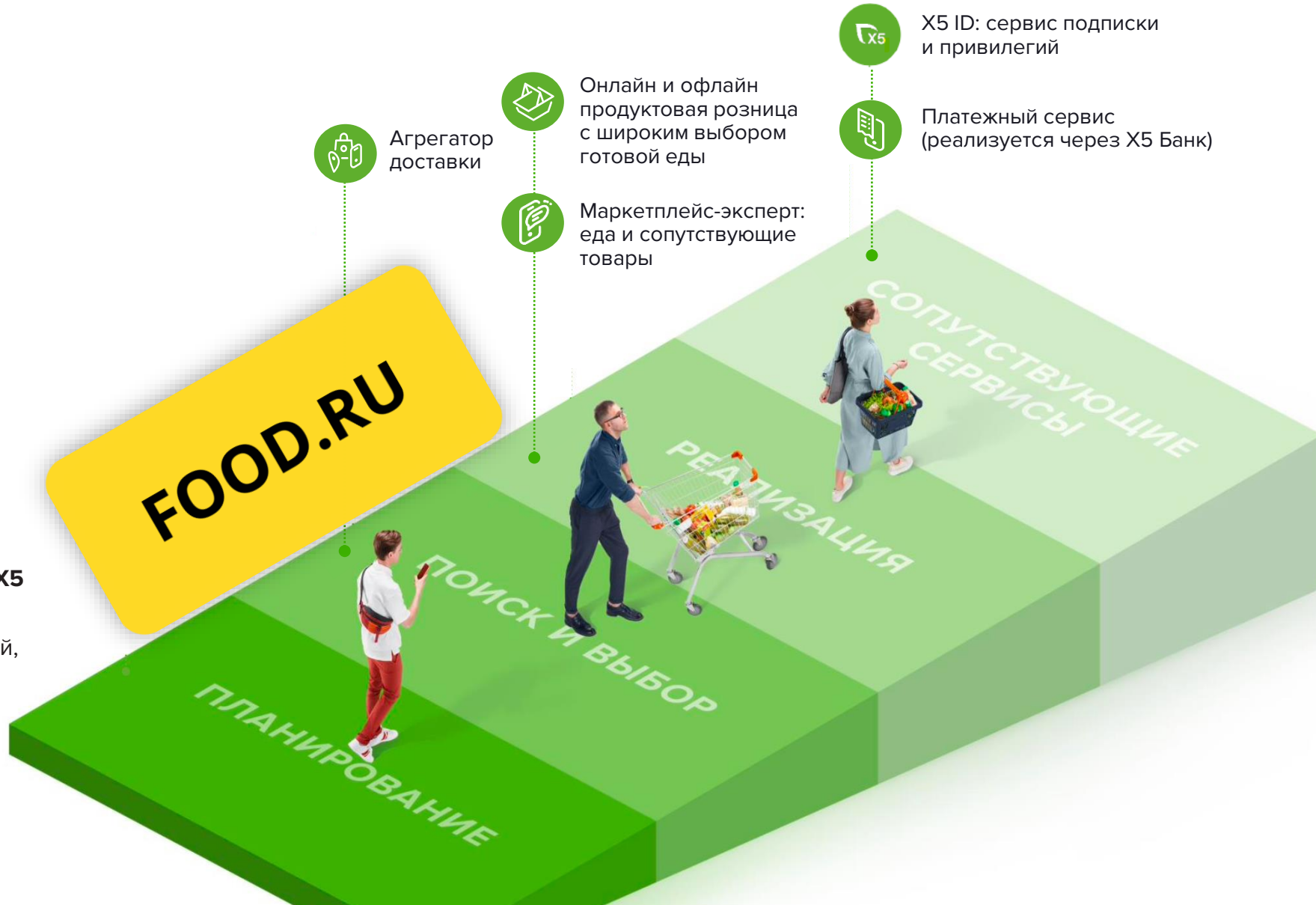
FOOD.RU **Медиа-платформа**

Взаимодействует с пользователями на этапе планирования, привлекая их к совершению покупок в контуре других бизнесов X5, однако гостями Food.ru являются не только лояльные клиенты ТС X5

30% +

Гостей Food.ru не являются посетителями ТС X5

Благодаря Food.ru происходит взаимодействие не только с аудиторией X5, но и всей аудиторией, интересующейся кулинарией



Любовь к контенту

63 000+ *

Рецептов
с пошаговыми фотографиями

*Из них более 25 000+ загружены нашими лояльными читателями

7 700+

Статей
на кулинарную тематику

1 200+

Маркетинговых интеграций
с БЕ X5

70+

Мастер-классов
«Академии Food.ru»

Любовь к данным

Любовь к моногамии

ЦЕЛЬ FOOD.RU – СТАТЬ МОНОРЕСУРСОМ В СВОЕЙ КАТЕГОРИИ

ПРЕДПОСЫЛКИ К СОЗДАНИЮ

- Большая часть аудитории принимает решения о покупках исходя из интернет каналов
- Основными конкурентами становятся крупные интернет-компании, а не классические ритейлеры

ПОЧЕМУ ЭТО ВАЖНО

- Необходимо стать основным поставщиком информации в тематике «еда» в интернете
- Дополнительные способы монетизации и приведения клиентов в ТС через доверительную связь с пользователем
- Большее количество людей предпочитают доверять блогерам и селебрити, следовать онлайн-обзорам, читать отзывы потребителей, и наоборот, меньше прислушиваться к классической рекламе*

* Исследование Deloitte: Медиа потребление в России - 2020

ПРИМЕРЫ ИГРОКОВ МОНОРЕСУРСОВ ИЗ РАЗНЫХ ИНДУСТРИЙ

ЦИАН

hh

Avito

Любовь взаимна

Ключевые достижения Food.ru на август 2022 года

10.5 млн	Среднее ежемесячное MAU по сайту, МП и внешнему контуру
63 000+	Уникальных фото/видео рецептов
7 700+	Уникальных редакционных статей и обзоров
1200+	Маркетинговых интеграций с БЕ X5
74	Мастер-класса «Академии Food.ru»
2	Награды «Премия Рунета» и «Рейтинг Рунета»

Food.ru был удостоен наград на ежегодных конкурсах «Рейтинг Рунета» и «Премия Рунета»

1 МЕСТО

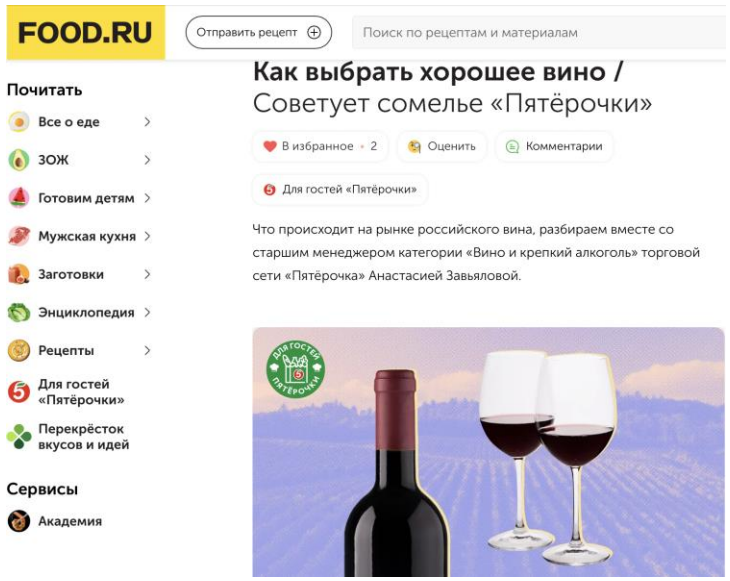
В конкурсе «Премия Рунета» 2021 за **веб-сайт Food.ru**

1 МЕСТО

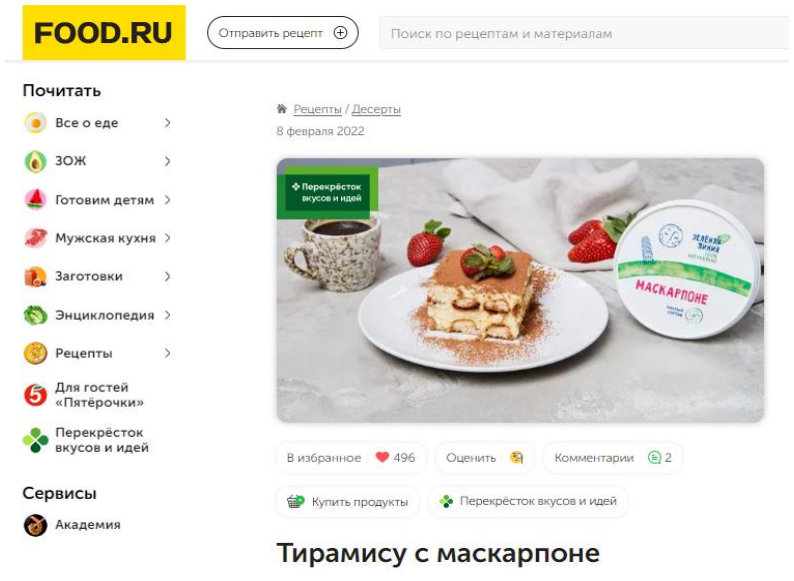
В конкурсе «Рейтинг Рунета» 2022 за **мобильное приложение Food.ru**

Любовь через бренды

Статья



Рецепт



Брендированный продукт

продукт

YES! TEA Черный чай лесные ягоды

Наши преимущества:

- Использование редакционного контента
- Соблюдение требований SEO
- Прямое взаимодействие с ритейлером
- Формирование и удовлетворение потребности потребителя в рамках одного окна
- Формирование доверия аудитории к конкретному продукту

Любовь к себе

РЕАЛИЗОВАННЫЕ АКТИВНОСТИ И АКТИВНОСТИ СОВМЕСТНО С ТС

1000+ Редакционных материалов

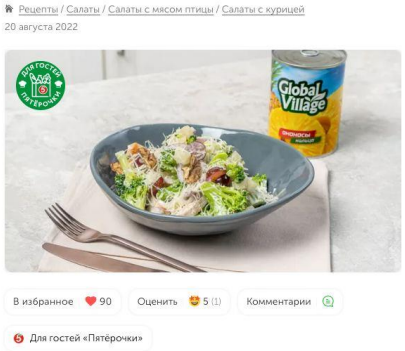
800+ Product placement в рецептах

270+ Статьи

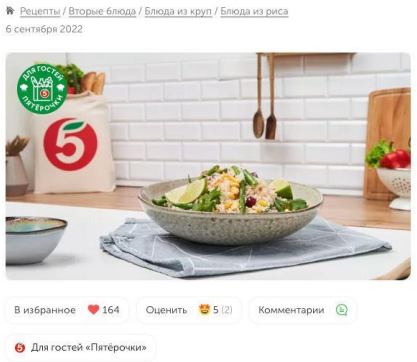
Интеграция food.ru и брендов-производителей

Контент для магазинов (фото/видео ролики рецептов)

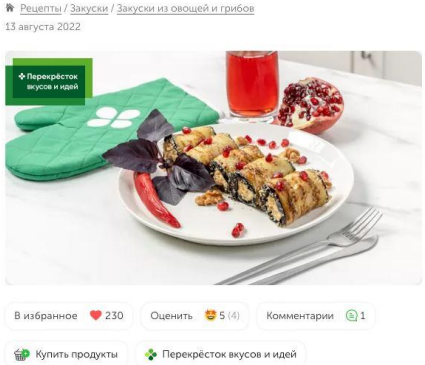
Функционал магазина и доставки



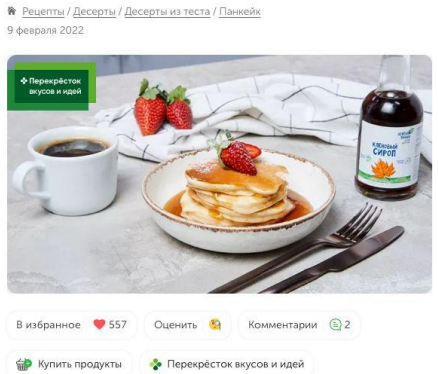
Салат с курицей, ананасами, маринованным луком и брокколи



Овощной рис с жареными креветками



Хрустящие баклажаны с орехами и творожным сыром

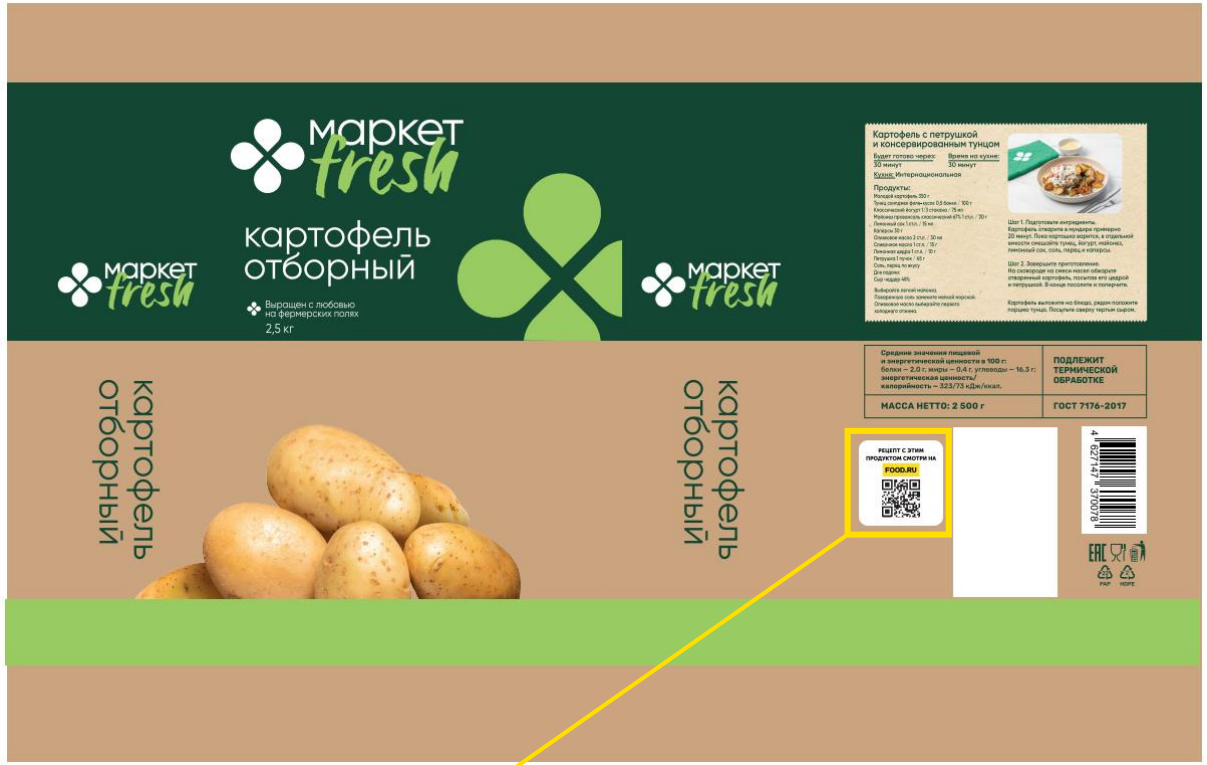


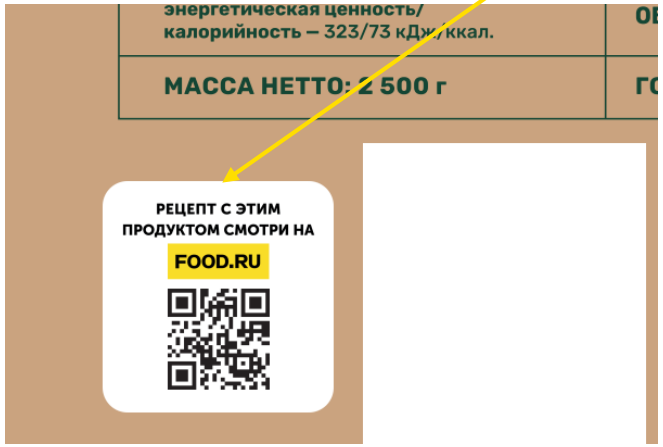
Панкейки с кленовым сиропом

Любовь к СХ

ИНТЕГРАЦИЯ РЕЦЕПТОВ С ЗАКАЗОМ ПРОДУКТОВ ЧЕРЕЗ QR-КОДЫ* В СТМ ПРОДУКЦИЮ

***QR-код** позволяет клиенту делать заказ как дома онлайн, добавив в корзину заказа предложенные ингредиенты от бренд-производителя для рецепта, так и возможность купить все недостающие ингредиенты офлайн в торговой сети по предложенным рецептам по **QR-коду**





ЗАКАЗАТЬ ПРОДУКТЫ

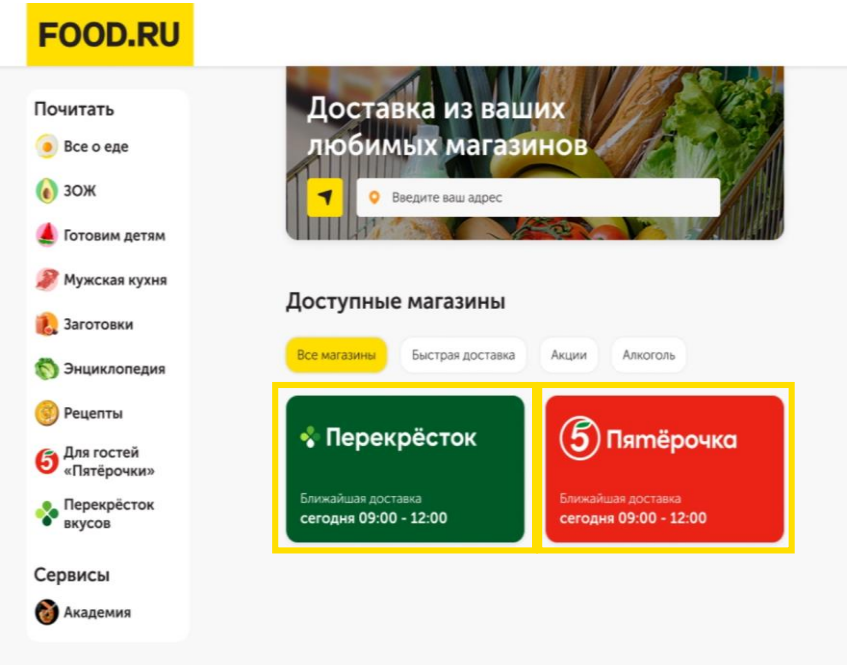
ЗАКАЗАТЬ В ПЕРЕКРЁСТКЕ

Любовь к Ecom

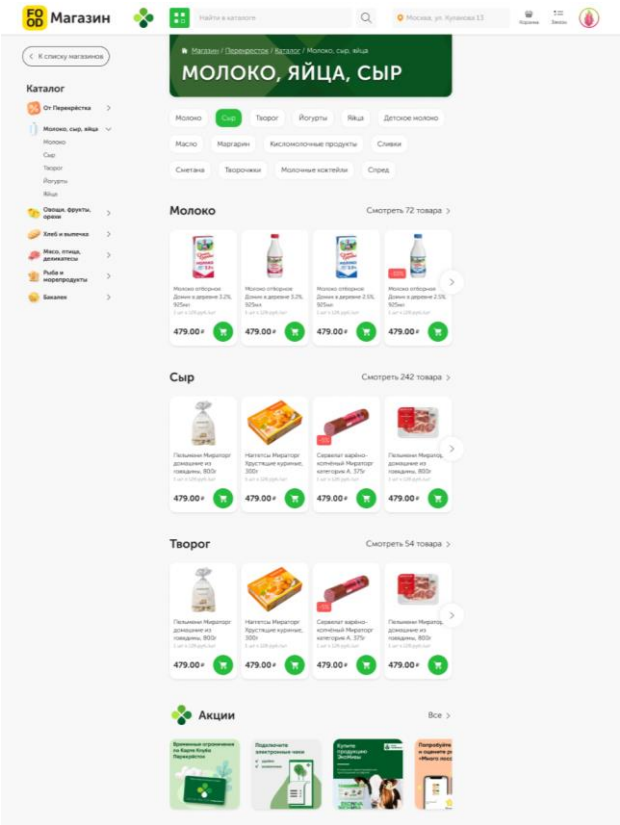
КЛИЕНТСКИЙ ПУТЬ* ОТ ВЫБОРА ТОРГОВОЙ СЕТИ ДО ОФОРМЛЕНИЯ ЗАКАЗА

*Клиентский путь является одинаковым независимо от выбора торговой сети

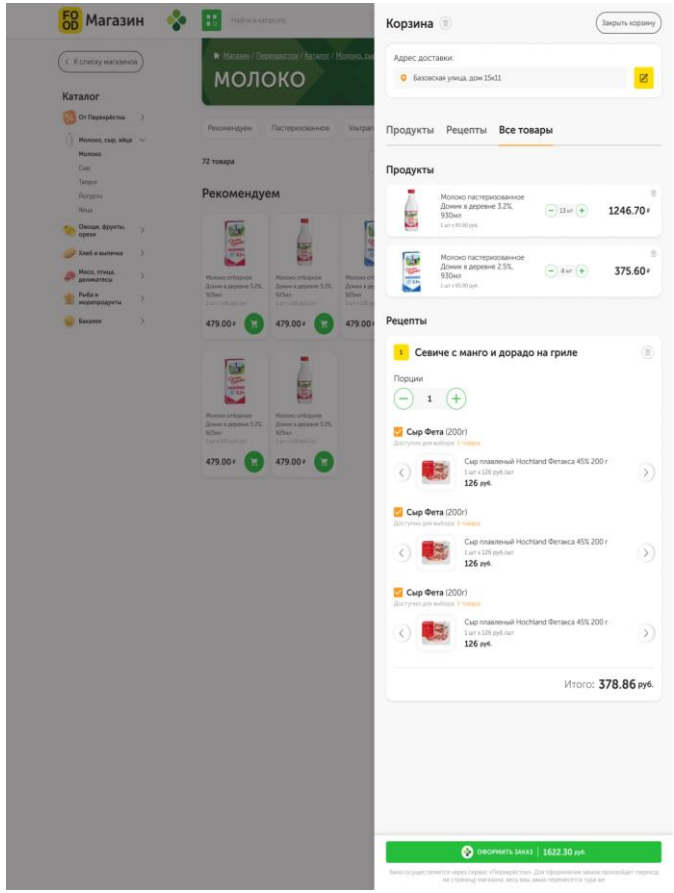
ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ ВЫБИРАЕТ ТС ДЛЯ ПОСЛЕДУЮЩЕГО ЗАКАЗА ПРОДУКТОВ



ВЫБОР ПРОДУКТОВ ПО КАТЕГОРИЯМ, ФИЛЬТРАМ И УДОБНОМУ ПОИСКУ



ПЕРЕХОД В КОРЗИНУ ДЛЯ ОФОРМЛЕНИЯ ЗАКАЗА И ПОСЛЕДУЮЩЕЙ ДОСТАВКИ ПРОДУКТОВ



Любовь к окружающим

ПРИМЕРЫ КОЛЛАБОРАЦИЙ FOOD.RU С ВНЕШНИМИ ПАРТНЕРАМИ

Приобретение товаров разных категорий для кухни путем интеграции ассортимента М.видео и HOFF* через статьи и примеры на FOOD.RU с возможностью перехода на сайты внешних компаний

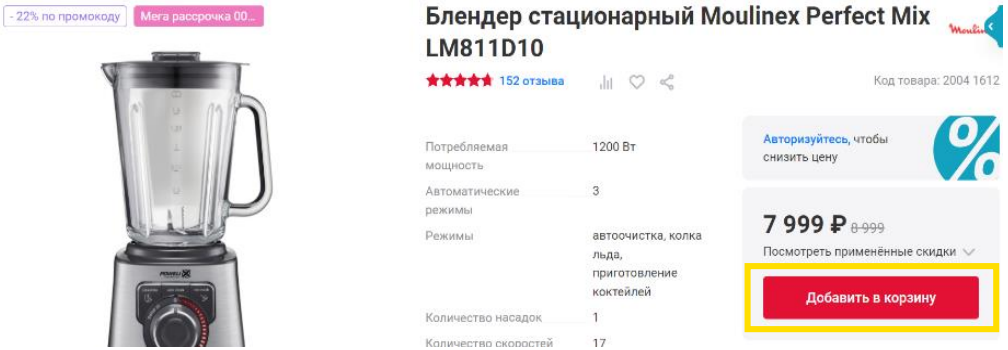
FOOD.RU + М.видео

FOOD.RU + Hoff

*Сотрудничество с HOFF – 1Q22

1. Блендер стационарный Moulinex Perfect Mix LM811D10

В таком блендере удобно делать смузи для всей семьи: у стеклянной чаши полезный объем — 1,5 литра. Фрукты и овощи измельчают шесть ножей: от волокон манго, кусочков моркови и клубники не останется и следа. В крышке кувшина предусмотрено отверстие, чтобы добавлять ингредиенты постепенно во время приготовления. Мыть вручную блендер не придется: все съемные детали можно загрузить в посудомоечную машину, а с несложными загрязнениями справится режим самоочистки.

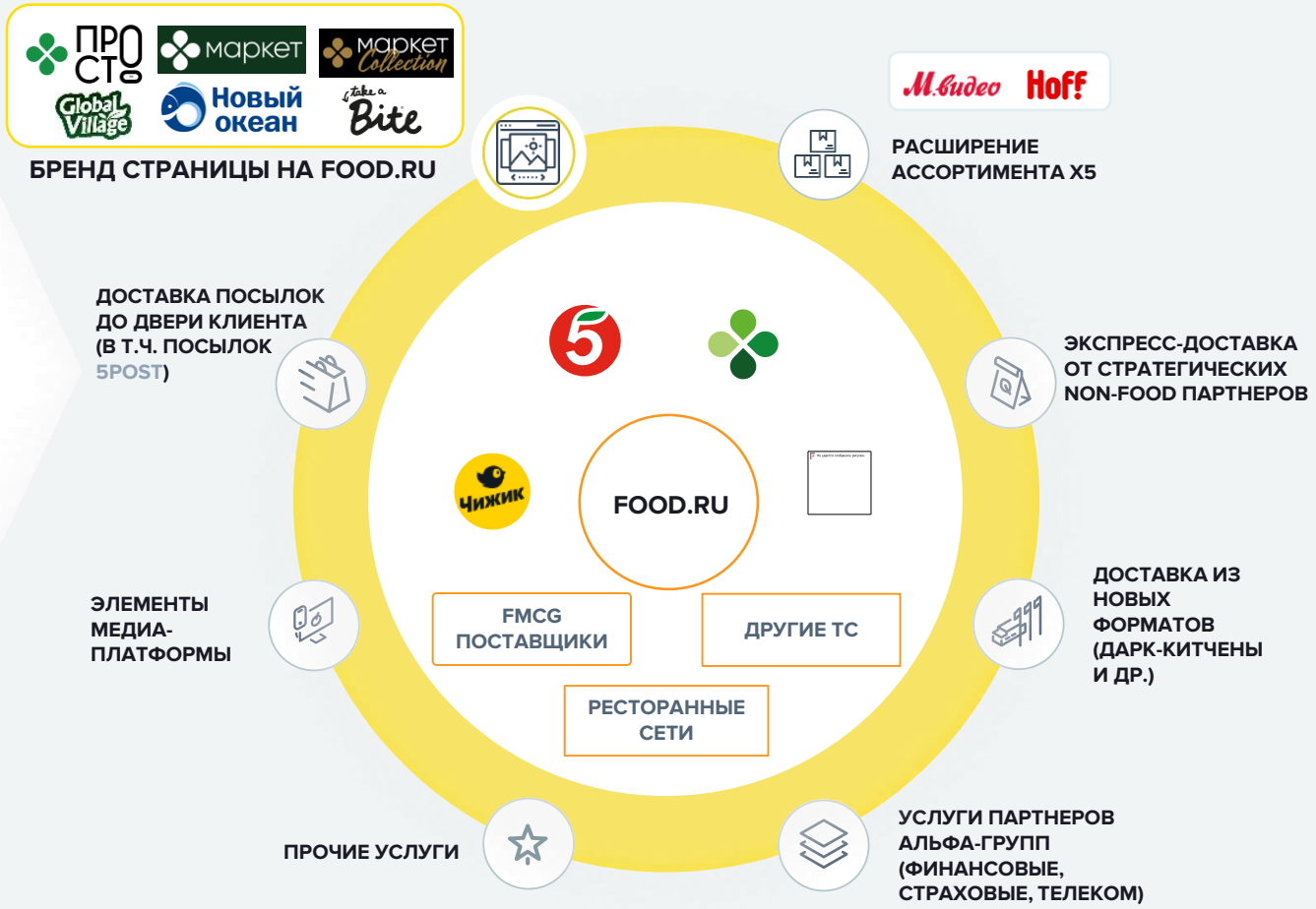


Любовь к будущему

ПРОГНОЗ	ПЛАН
НА Q4’22	• Магазин (Перекрёсток) • Публичная страница автора (в случае завершения магазина)
НА Q1’23	• Интеграция с Пятёрочкой (Покупка и Магазин) • Лента материалов: формирование пользовательской ленты
НА Q2’23*	• UGC: статья + канал для пользователя • B2B: публичная страница, возможность самостоятельно писать и отвечать на комментарии • Покупки: чек-аут и блок-шоппер (карусель товаров) на food.ru

*Возможны корректировки в планах в зависимости от результатов Q4’22 и Q1’22

FOOD.RU – ОСНОВА ДЛЯ СОЗДАНИЯ УНИВЕРСАЛЬНОЙ ПЛАТФОРМЫ (ЕДИНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ) ДОСТАВКИ ЕДЫ С ПРИВЛЕЧЕНИЕМ ДРУГИХ УЧАСТНИКОВ РЫНКА



X5Group

N.Shestakov@x5.ru