



# RETAIL MEDIA ADVERTERA

Guida agli investimenti pubblicitari data-driven  
nel mercato del retail media

beintoo 



# Indice

<b>1.</b> It's all about Retail Media	3
<b>2.</b> Global outlook	4
<b>3.</b> Omnichannel strategy	7
<b>4.</b> Retail media benefits	8
<b>5.</b> Beintoo retail media solutions	10
• Circana	11
• Alfonsino	12
• Everli	13
• Enelx	14
<b>6.</b> Beintoo Food & Grocery audience	16



# It's all about **Retail Media**

Tra i trend che caratterizzano l'odierno panorama del digital advertising vi è, senza dubbio, l'approccio al **Retail Media**, ovvero la possibilità di pianificare annunci all'interno di piattaforme di brand già esistenti, come eCommerce o App, da parte di inserzionisti esterni.

Le ragioni del successo di questo "nuovo" strumento per la delivery di campagne, risiedono in molteplici fattori: primo fra tutti quello di sfruttare i **dati di prima parte** di cui tali piattaforme dispongono, che si rivelano un vero e proprio tesoro per la realizzazione di annunci personalizzati. Infatti, nell'ecosistema odierno, dominato da una sempre più alta **concorrenza** ed un significativo aumento dei **prezzi**, la collaborazione con brand e fornitori attraverso questa soluzione si rivela vincente, soprattutto considerando l'imminente deprecazione di **cookies** e il mutamento delle normative **privacy**.

Se da un lato, i **retailer** valorizzano le loro audience creando una nuova fonte di profitto, dall'altro, i **brand** raggiungono consumatori profilati, ancora più in linea con il proprio target, arrivando in una fase più profonda del **funnel**.

Partendo da questi importanti concetti, **Beintoo**, ha realizzato un documento di approfondimento sul retail media, per offrire agli inserzionisti **insight** e **previsioni** che hanno come protagonista questo approccio pubblicitario e, guidarli, nelle prossime pianificazioni, presentando la propria offerta sulle piattaforme retail dei **partner**, con un focus sulle audience inerenti al comparto del **food** e della **GDO**.



# Global outlook



## PREDICTIONS

- La pubblicità sui canali retail aumenterà circa del **60%** e raggiungerà i **160 miliardi di dollari entro il 2027** a livello globale.
- In **Europa**, si prevede che la **spesa pubblicitaria** per questo nuovo touchpoint aumenterà del **2,4%** nel **2023**.



## INSIGHTS & TRENDS

- L'**87%** dei marketers prevede di mantenere o incrementare la spesa sui media retail nel prossimo anno.
- Il **93%** afferma che resterà una priorità per i prossimi due anni.
- Il **59%** ritiene che le reti di media al dettaglio offrono vantaggi che altri canali non possono replicare.
- Per il **60%** l'importanza del retail media aumenterà in correlazione alle norme più stringenti sulla privacy degli utenti.

\*Fonte: RetailDive; IAB europe, Lo stato del retail media 2023; Bain & Company





# Focus **on media**

1/2

## Media digitali onsite

**Banner, video, carousels**  
sui siti web e in app

## Media digitali offsite

Annunci all'interno di siti  
web di **news** o di  
**intrattenimento** e **social  
media**.

## Media store

insegne pubblicitarie  
stampate e digitali, divisori  
per corsie, schermi  
interattivi, radio.



Invio di **comunicazioni personalizzate** sotto forma  
di suggerimenti su prodotti pertinenti rispetto al  
carrello o agli acquisti.



**Campagne multicanale**  
con diversi formati.

\*Fonte: *Dunnhumby, Retail Media 2022*

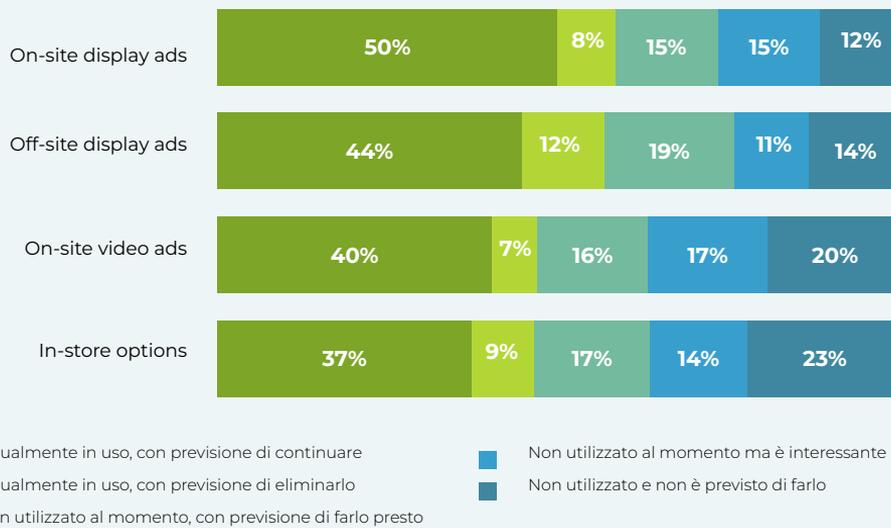




2 / 2

# Focus **on media**

**Quali sono i canali dei retailer che possono essere considerati efficaci per l'advertising?**



\*Fonte: *Dunnhumby, Retail Media 2022*

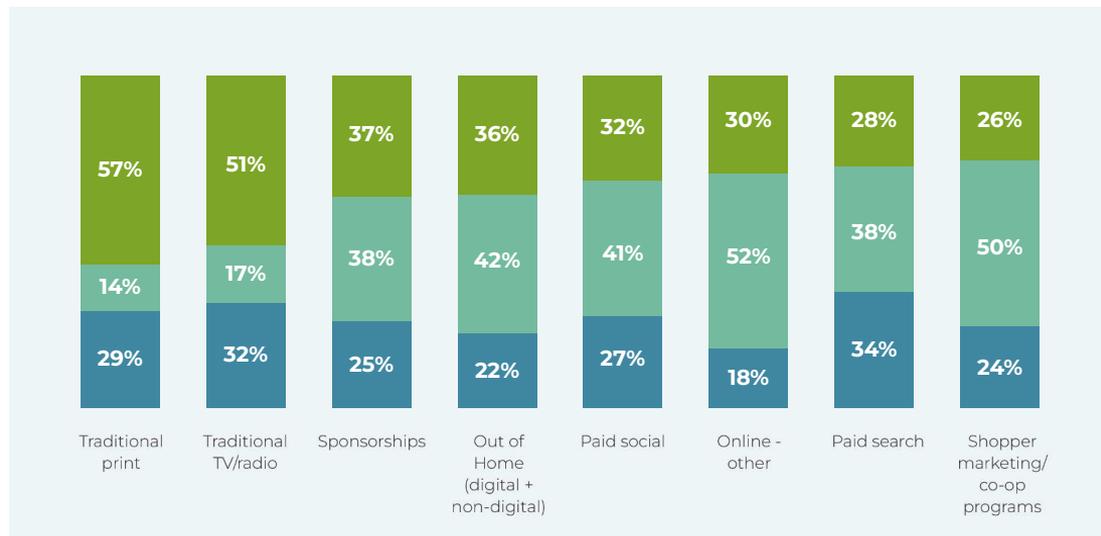


# Omnichannel strategy

3.

Quanto è importante il retail media nelle strategie di marketing attivate sui seguenti canali?

- Il retail media è più importante
- Il retail media ha la stessa importanza
- Il retail media è meno importante



\*Fonte: Skai The state of retail media 2023



# Retail media **Networks Benefits**



## **PERSONALIZZAZIONE**

Grazie ai dati dei precedenti comportamenti d'acquisto, i brand possono prevedere **annunci altamente personalizzati**.



## **OMNISCANALITA'**

Gli spazi adv dei retailer possono essere acquistati su più canali, moltiplicando le **chance di contatto** con l'utente.



## **REAL TIME**

La pubblicità dei prodotti sulle reti media retail avviene mentre i consumatori sono nella **fase d'acquisto**.



## **MISURAZIONE**

Le campagne attivabili sui canali retail sono misurabili in termini di **ROI ed obiettivi specifici**.



# Targeting **Opportunities**

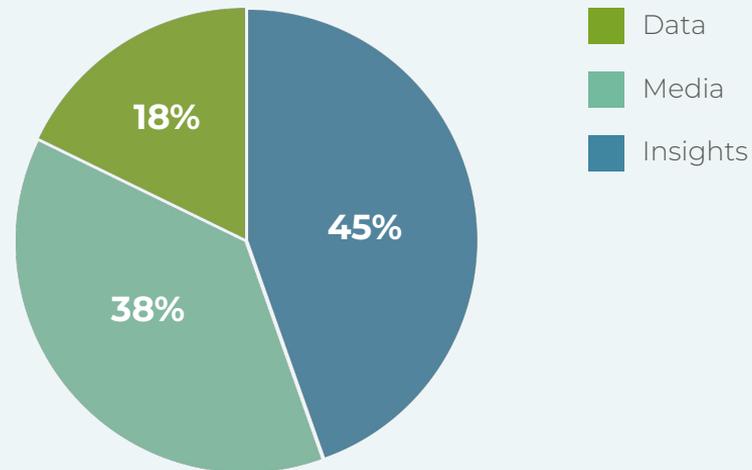
## DATA RETAILER

- audience online degli eCommerce
- dati comportamentali degli acquisti in store



visione online e offline delle abitudini e delle preferenze del proprio target

## Gli aspetti più interessanti del retail media



\*Fonte: *Dunnhumby Retail media: The buyer's view*





# Beintoo retail media **solutions**



# ● Sell out **Data** **Circana.**

La partnership con **Circana**, ci permette di fornire ai brand delle azioni di advertising mirate, arricchendo le predictive audience di Beintoo con i **dati di sell-out** delle principali insegne della **Grande Distribuzione**.



## **Sell-out data**

Il monitoring degli scontrini emessi permette di analizzare le vendite di un determinato prodotto.



## **Zip code**

Categorizzazione delle vendite e delle preferenze di acquisto in base ai codici postali.



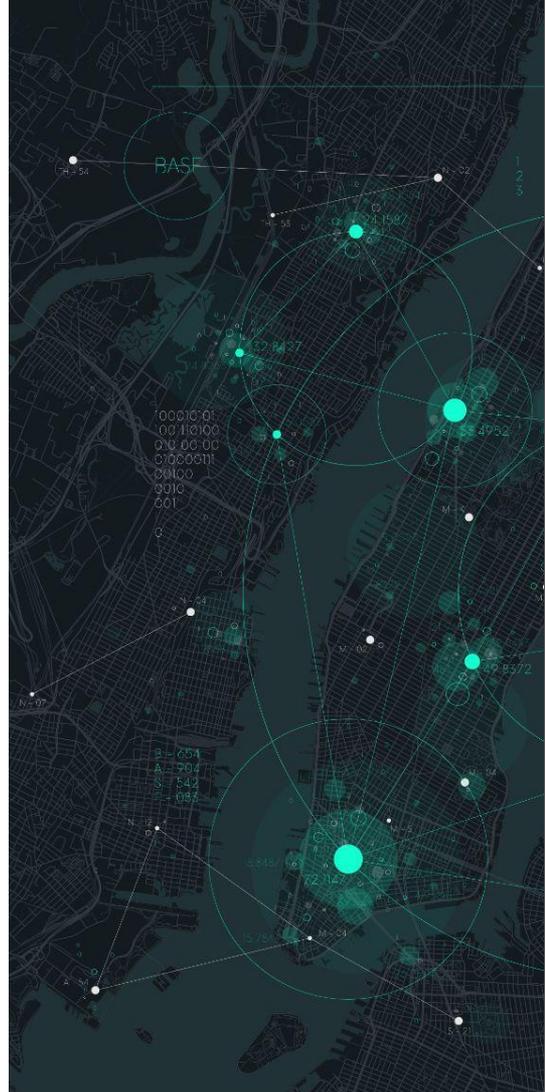
## **Aree chiave**

Segmentazione del territorio in zone, dove un brand presenta vendite superiori, inferiori o neutrali rispetto ai competitor.



## **Vantaggi**

- Questi **insight**, combinati con i dati **geo comportamentali** proprietari, consentono di intercettare un **target** puntuale, con annunci pubblicitari personalizzati, nel **momento** opportuno e in una **zona geografica** specifica.



# ● Beintoo & Alfonsino



**Alfonsino** è la piattaforma di **food-delivery** locale maggiormente distribuita sul territorio italiano; diffusa in particolar modo nelle regioni del Sud e Centro Italia.

All'interno dell'app sono presenti spazi pubblicitari a disposizione di Beintoo, in quanto partner media esclusivo, attraverso cui i brand possono intercettare un **pubblico altamente profilato**, appartenente al settore **Horeca** e **Retail**.



Raccolta dati



Targeting



Advertising



## Vantaggi

- Grazie a molteplici **formati** ingaggianti e personalizzati, gli advertisers raggiungono **un'audience in target** e potenzialmente interessata agli articoli sponsorizzati.



# • Beintoo & Everli

**Everli** è il servizio che permette agli utenti di fare la **spesa online**, attraverso **app** o **sito web**, presso i loro supermercati preferiti, per riceverla a casa anche il giorno stesso. Una nuova soluzione che ci consente di supportare i **retailer** con attivazioni data driven, puntuali e legate agli interessi dell'utente; al fine di influire nelle fasi di **consideration** e **conversion** del funnel e di offrire esperienze di acquisto personalizzate.

È possibile pianificare campagne pubblicitarie in environment **Facebook** su utenti specifici grazie all'analisi dei dati relativi ai prodotti che compongono il carrello e quelli indicati per la consegna della spesa.



Raccolta dati



Audience analysis



Advertising



Conversion



## Vantaggi

- Questi **insight**, combinati con le **audience** proprietarie, consentono di intercettare un **target** puntuale nell'environment social.



# ● Beintoo DOOH enel x

**Enelx** è la soluzione **DOOH** che consente di potenziare l'attività di proximity marketing, mediante la pianificazione di annunci su impianti pubblicitari innovativi ubicati nelle aree urbane ad alta pedonabilità.

La gamma di **monitor digitali**, integrati con i prodotti Enelx di arredo urbano intelligente, permette di erogare campagne data driven su di un pubblico profilato e in piena sinergia con le città.

Usata in combinazione con la tecnologia di **Mosaic**, consente di intercettare un target ampio, **ID Free Users** e non, aumentando così la portata dell'annuncio pubblicitario.



**Ampliamento  
del target**



**Presenti in 10  
regioni**



**Monitoring post  
campaign**



## **Vantaggi**

- Questa soluzione consente di raggiungere un **target specifico** attraverso annunci coinvolgenti, in **aree** che godono di **grande visibilità** quali, centri commerciali, musei, parcheggi delle insegne della GDO.



# Rich media

I Rich media sono formati ad alto impatto attrattivo, con l'obiettivo di generare brand awareness e tempo di permanenza. Abbiamo oltre 25 formati multiscreen brevettati per massimizzare l'engagement.



Vincitori dell'interactive Key Award 2021 e 2022



# Audiences

## Grocery & GDO



### Supermarket lovers

amanti della cucina e appassionati di food che si recano abitualmente presso i punti vendita della GDO.



### Home sweet home

utenti che sono soliti effettuare ricerche relative ai prodotti alimentari comodamente dal divano di casa.



### Fidelity card collectors

shopper che aderiscono ai programmi fedeltà delle insegne per ottenere molteplici vantaggi.



### Delivery food addicted

utenti che utilizzano frequentemente servizi di food delivery e che sono soliti ricevere la spesa a casa.



### Sales addicted

individui particolarmente attenti alle scontistiche e alle promozioni dei prodotti alimentari.





3. 

4. 



Per ricevere maggiori informazioni:  
[sales@beintoo.com](mailto:sales@beintoo.com)

**beintoo** 