

# Jak coś jest do wszystkiego, to jest do niczego

czyli jak personalizacja reklam do potrzeb i oczekiwań różnych segmentów konsumentów pozwoliła na dalszy wzrost marki na dojrzałym rynku.



**ARTUR KALINOWSKI**

ALLEGRO



**JOANNA AUGUSTYNIAK**

ALLEGRO

**dzień dobry**  
**porozmawiajmy o**  
**rynku e-commerce**

# Jaką mamy pozycję na rynku?

allegro

Świadomość marki: 97%

14,6 miliona użytkowników

420 000 000 zakupów  
(w 2023)

14 głównych kategorii zakupowych

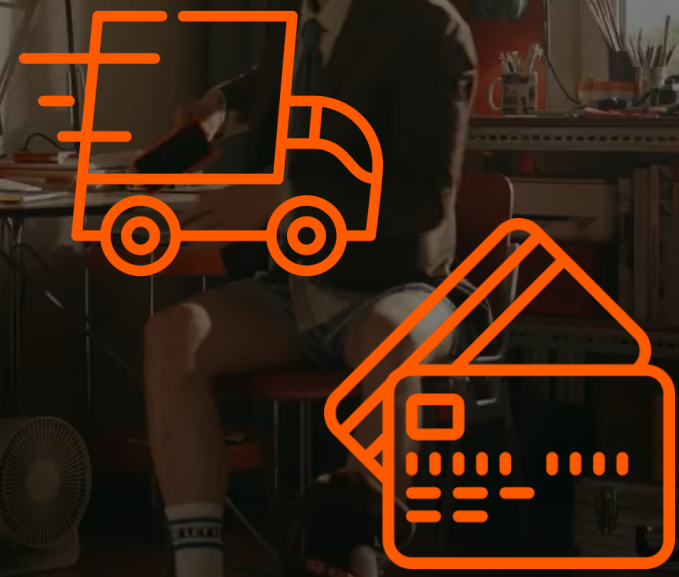
# Jak urosnąć będąc dużym?

allegro

ekspansja



dodatkowe usługi

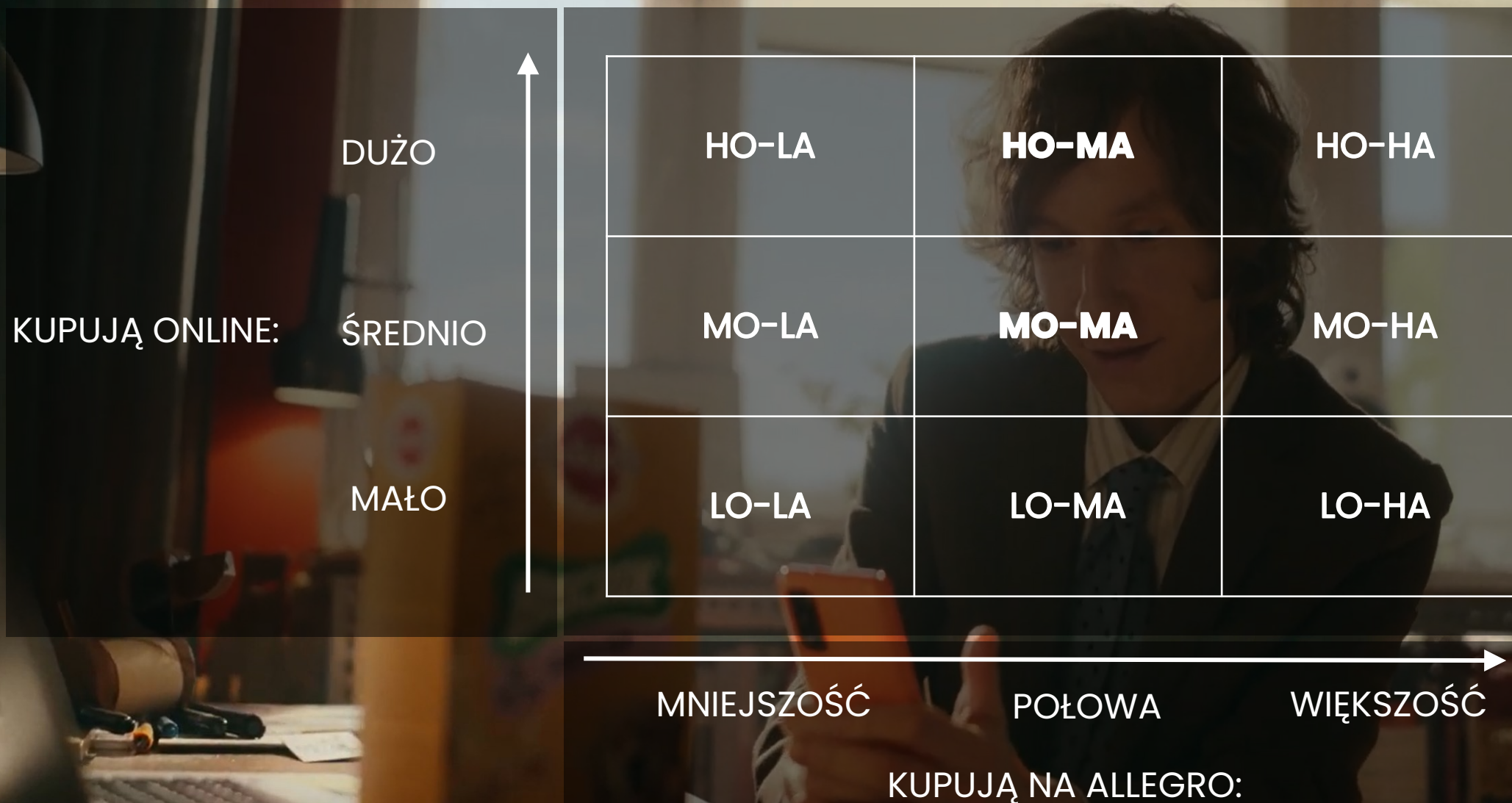


zaangażowanie



# Kogo angażować?

allegro



# Co wiemy o segmentach medium? allegro

Racjonalne zakupy

Porównywanie cen

Kłopoty z wyszukiwaniem

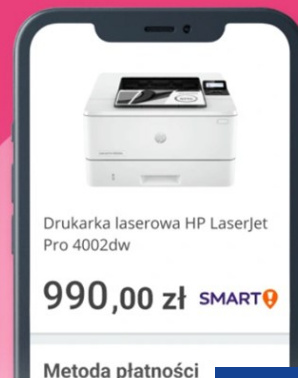
Koszty dostawy

allegro CASH!

ZYSKUJ DO

2% ZWROTU  
ZA ZAKUPY

PRZEJDŹ DO AKTYWACJI



CASH! Cashback 19,80



Gwarancja  
najniższej ceny

na 150%



allegro PAY

KUPUJ CO CHCESZ  
I PŁAĆ DO 30 DNI PÓŹNIEJ.

Bezpieczne zakupy bez dodatkowych kosztów  
RRSO 0%

SPRAWDŹ SWOJE ŚRODKI

DOWIEDŹ SIĘ WIĘCEJ



Jednym słowem

Dzisiaj!

Dostawy tego samego dnia

one kurier  
by allegro



allegro SMART!



allegro PROTECT!

Zakupy  
z pewnością



TYLKO W APCE

Pobierz aplikację Allegro  
i zyskaj dostęp do niższych cen





**PRODUCT →**  
**CONSUMER**  
**CENTRIC**

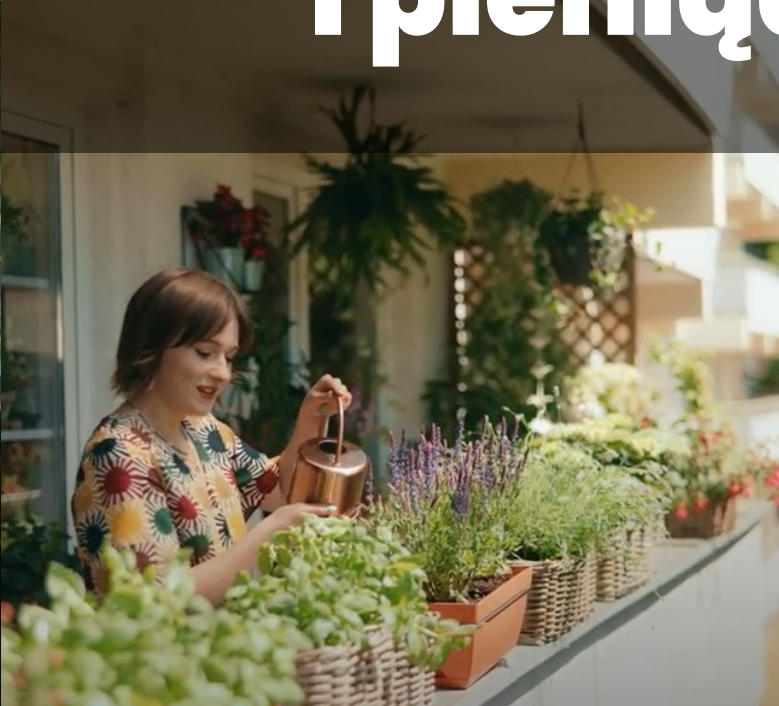
ważne jest nie to co  
chcesz powiedzieć,  
ale to co ktoś  
potrzebuje usłyszeć






# Oszczędzaj czas i pieniądze

600 zł rocznie to średnie oszczędności na dostawach użytkowników na rocznej płatnej subskrypcji Smart! w 2023 r.



600 zł rocznie to średnie oszczędności na dostawach użytkowników na rocznej płatnej subskrypcji Smart! w 2023 r.



**Jak zakupy z pasją, to Allegro**

**Oszczędzaj czas i pieniądze  
na to co lubisz robić**

600 zł rocznie to średnie oszczędności na dostawach użytkowników na rocznej płatnej subskrypcji Smart! w 2023 r.

600 zł rocznie to średnie oszczędności na dostawach użytkowników na rocznej płatnej subskrypcji Smart! w 2023 r.

# Jak dostosowaliśmy przekaz?

Darmowe zwroty

**REJECTORS**

Udane zakupy  
albo zwrot

**MEDIUM**

Spontaniczne zakupy  
z opcją zwrotu

# Jak zoptymalizowaliśmy produkcję?



# Jak zaplanowaliśmy media?

**Baza danych**



**Kampania digital**



**Baza danych**

**1st party data**

użytkownicy  
o danej  
częstotliwości  
zakupów

**3rd party data**

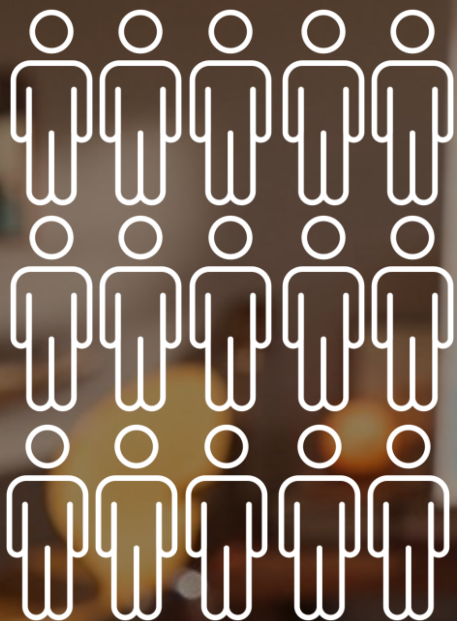
informacje  
o zachowaniu  
w sieci i zakupach  
poza Allegro



# Jak to wpłynęło na strategię komunikacji?

## SZEROKI ZASIĘG

BRAND & TRADE ATL  
wizerunek, zasięg



## SEGMENTY

VIDEO & DISPLAY DIGITAL  
boost zaangażowania,  
zwalczanie barier



## PERSONALIZACJA

MAILING, PUSH, SMS  
inspiracje produktowe,  
domykanie sprzedaży



a

# Czy to działa?

”Angażuje”  
**+ 19p.p.**

”Nowe informacje o Allegro”  
**+ 7p.p.**

”Mówi o czymś dla mnie  
ważnym”  
**+ 6p.p.**

vs benchmark

Pozytywne  
nastawienie  
**+ 9,6%**

Intencja  
zakupowa  
**+ 2,2%**

Google BLS





**MEDIUM – KONSUMENT  
PRZYSZŁOŚCI?**