



Sådan kommer I i gang med retail media i 2025

Vi hjælper Danmarks førende retailere med alt fra private label management til skilteproduktion og retail media

Hvad er retail media og hvorfor skal I i gang?

Retail media er en type reklamer brands køber gennem en retailer. Reklamerne distribueres gennem retailerens kanaler og forstærkes af den førstepartsdata som retailerens opsamler gennem eksempelvis loyalitetsprogrammer.

Retail media formater kan være:

- ✓ Produktplaceringer og tilbud gennem retailerens tilbudsavis eller nyhedsbrev
- ✓ Produktplaceringer og tilbud på skærme og skilte i fysiske forretninger
- ✓ Produktplaceringer og tilbud gennem retailerens sociale medier
- ✓ Off-site webannoncer der forstærkes af retailerens kundedata
- ✓ On-site webannoncer placeret på retailerens webshop
- ✓ Produktplaceringer og tilbud i retailerens app
- ✓ In-store events og happenings.



**af brands køber non-endemic*
placeringer hos retail media netværk.**

*Placeringer hos retailere der ikke forhandler deres produkter.
Kilde: Merkle, "Retail Media Research Report" (Oct, 2023)



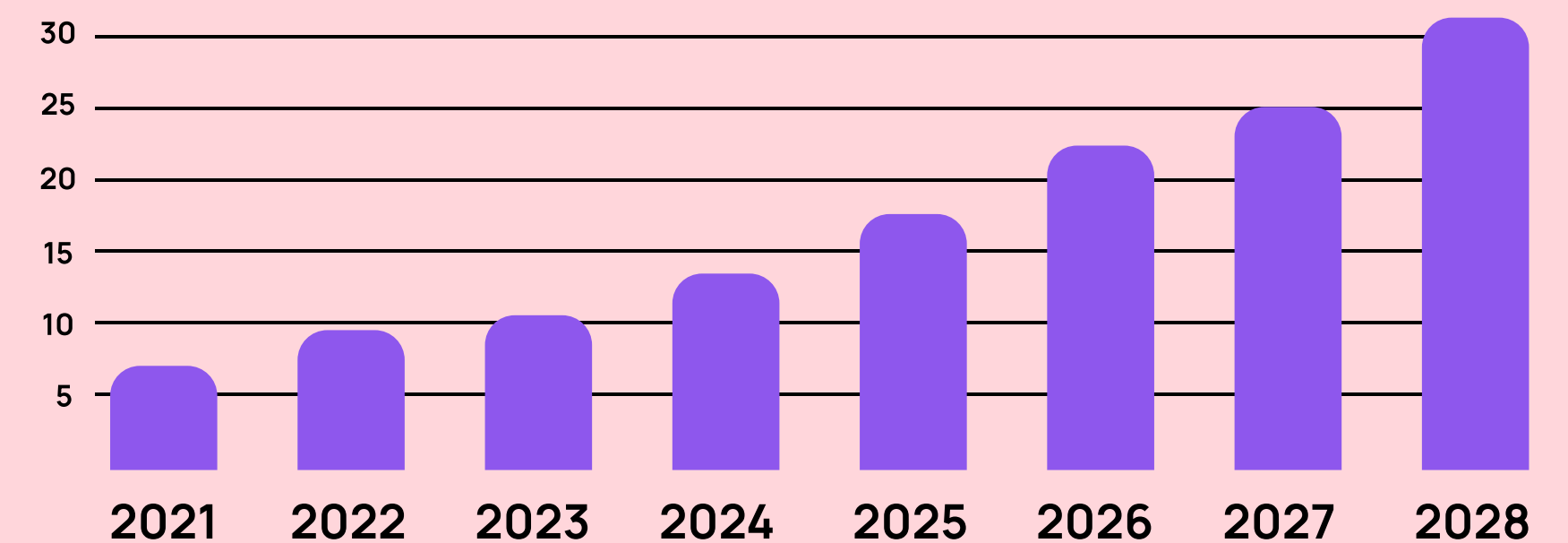
af unge forbrugere vil gerne have produkt- og brandanbefalinger fra retailere de handler hos i forvejen.

Kilde: PLMA

Retail media i Danmark

Retail media er en type reklamer brands køber gennem en retailer. Reklamerne distribueres gennem retailerens kanaler og forstærkes af den førstepartsdata som retailerens opsamlee gennem eksempelvis loyalitetsprogrammer.

Europæisk retail media ad spend i milliarder Euro (2021-2028)



*Tal for 2025-2028 er baseret på forecasts
Kilde: Statista og IAB Europe

3 tips til jer der skal i gang med retail media

Der er mange penge at hente i retail media. Hvis vi kigger på en retailer som Walmart, så står deres retail media netværk (Walmart Connect) for hele 12% af virksomhedens samlede overskud. Men det er ikke kun retailerne der har noget at vinde. Rigtig mange brands ser en større effekt af retail media placeringer end ved traditionelle medieplaceringer, og vi ser stadigt flere eksempler på hvordan retail media er med til at forbedre købsoplevelsen for kunderne.

Tip#1. Start simpelt—og skaler

In-store skiltning, bannere på jeres website, sponsorerede indlæg på sociale medier, nøgleplaceringer i tilbudavisen—Det er let at blive forblændet af de mange forskellige ting I kan tilbyde som en del af jeres retail media netværk (RMN).

Men når I starter kan det være en fordel at lægge ud med et fokus på de kanaler i er stærkest på og så udvide, når I ved hvad der virker, og når jeres partnere er begyndt at købe ind på konceptet.

Selv de mindre kanaler, som in-store placeringer, er en stor forretning. I 2027 forventes in-store placeringer at udgøre 0.9% af det samlede retail media ad spend. Det lyder måske ikke af meget, men det når det samlede retail media ad spend forventes at overstige en billion kroner allerede i 2025, er det ikke småpenge der er tale om.

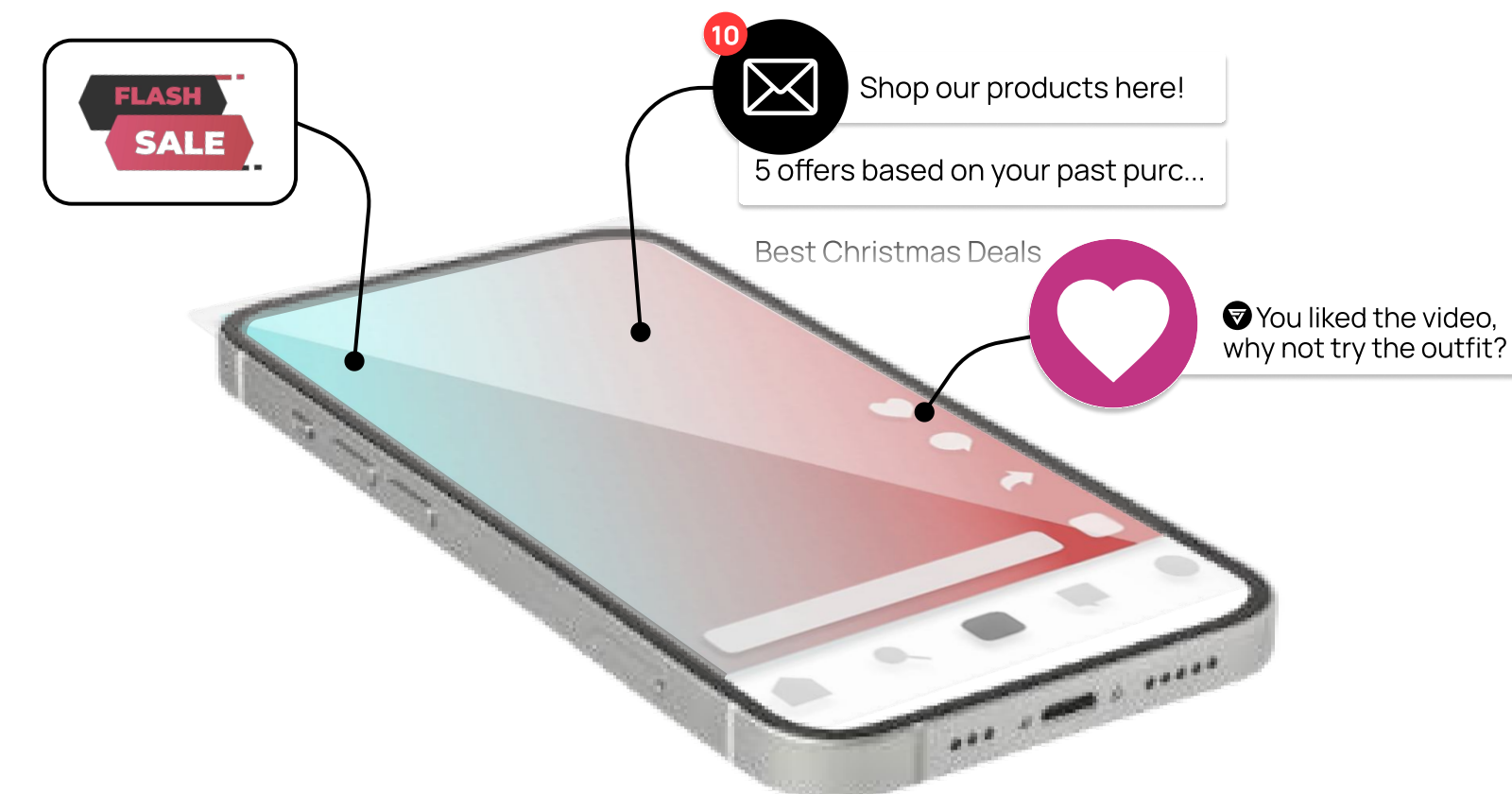
Tip#2. Teknologi og data er nøglen til success

Den helt store fordel ved retail media, og grunden til at mange brands kigger den vej når de skal bruge deres reklamebudget, er den “first party data” I som retailere allerede ligger inde med. Men udover at den data I allerede opsamler skal holdes ren for fejl, så får I også behov for at opsamle og strukturere kampagnedata, så jeres partnere kan se hvor mange der ser deres retail media placeringer, hvor mange salg det bliver til eller hvor mange tilmeldinger deres indsats genererer.

Tip#3. Vælg jeres partnere med omhu

Hvis et brand I ikke fører vil købe en reklameplacering I jeres retail media netværk, siger i så ja? Hvad hvis det brand slet ikke stemmer overens med jeres produktportefølje?

Det er let at blive forblændet af de penge store brands kan lægge i jeres retail media forretning, men hvis der ikke er et overlap mellem jeres kundegruppe og de produkter i promoverer, så kan det let blive en dårlig oplevelse for både kunder, brands og retailere.



Sådan hjælper vi Danmarks største retailere med at strukturere deres retail media forretning

Fra kundeklubber til in-store events, website bannere og social media content—Retail media er blevet en stor forretning, og selvom der stadig er langt op til giganter som Amazon og Alibaba, når vi ser på danske retail media netværk, så er mindre, mere produktspecialiserede retail media netværk også blevet en god forretning.

Men det er ikke en simpel opgave. Planlægning, salg, strukturering, indholdsproduktion, publicering, rapportering og partnersamarbejder. Retail media er ikke bare en marketingstrategi eller en ny kanal. For retailerne er det i sidste ende et nyt forretningsben, der skal lære at gå (og løbe) i takt med den eksisterende retail forretning.

Hos Encodify hjælper vi nogle af Danmarks største retail media netværk med at få styr på struktureringen af deres retail media, så de kan drive en succesfuld reklameforretning, der ikke kommer i vejen for deres kerneydelse.

1. Vi skaber overblik over inventory bookings

Selvom snakken om retail media ofte ender med at handle om kanaler, indhold og kundeklubber, så er selve planlægningen der hvor det hele står og falder, hvis I skal have succes med retail media, og her er prislister og bookinger i et excel-ark bare ikke vejen frem.

Vi hjælper Danmarks største retail media netværk med at skabe overblik, ved at rykke oversigten over placeringer, annoncetyper, kapacitet, pris og bookinger ud af excel-arket og ind i én samlet platform hvor de både kan få overblik og foretage og godkende inventory bookings.



2. Vi skaber sammenhæng mellem interne og eksterne behov

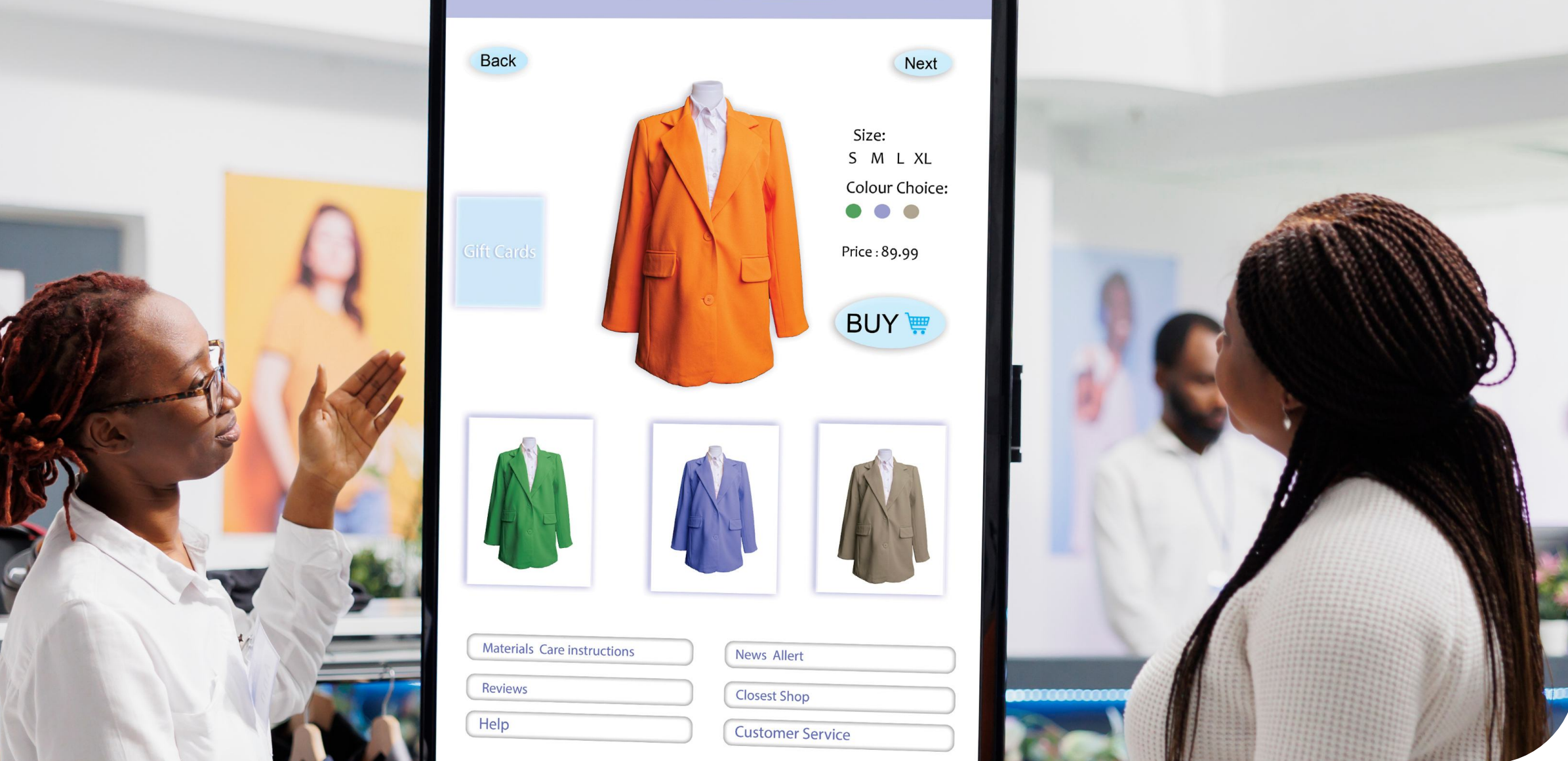
Retail media står ikke alene. De placeringer I som retail media netværk kan sælge ud af, er jo de samme placeringer kategorichefer eller brandansvarlige gør brug af når de skal promovere produkter, kampagner og tilbud for retail forretningen.

Hvad enten der er tale om own-brand eller produkter fra en global leverandør, der skal promoveres, og hvad enten det er i tilbudsavisen, på websitet eller på sociale medier, så foregår booking og overblik i én samlet platform.

3. Vi automatiserer de manuelle processer

Manuel overlevering af data er ofte grunden til at processer bliver langsomme. Bookinger og godkendelser der skal sendes frem og tilbage mellem interne teams og kanalchefer via email, opgavebeskrivelser der oprettes og kontrolleres i project management software og priser og faktureringsdata der skal skrives ind i økonomisystemer. Det tager alt sammen tid og øger muligheden for at der bliver lavet fejl.

Vi hjælper de største danske retail media netværk med at automatisere de dele af deres bookingflow hvor data skal sendes videre. På den måde bliver data fra godkendte bookinger automatisk sendt videre til produktions-, print- og økonomisystemer. På den måde undgår I unødvendige ophold i processen.



Det skal I overveje når I vælger en platform til at håndtere jeres retail media netværk

Retail media er stadig under så stor udvikling, at det er svært at regne ud præcis hvad I får brug for, for at strukturere jeres retail media indsats i fremtiden. Så vi har samlet 3 tips til hvad I skal være opmærksomme på, når I skal vælge en løsning.



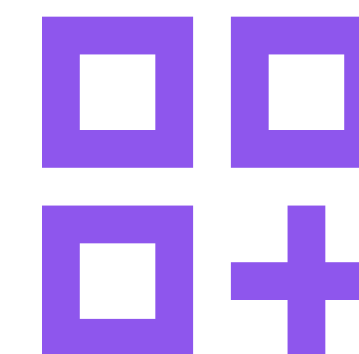
En retail media platform skal inkludere self-service

Hvis jeres retail media partnere og -kunder ikke selv kan strukturere ting som content og versioneringer, så kommer I til at sidde med en masse manuelt arbejde, og udover at være en kedelig opgave, så kommer det til at æde ind i jeres profitmargin.



En retail media platform skal kunne håndtere data og rapporter

Lige nu kommer størstedelen af de penge danske brands bruger på retail media fra trade-marketing budgetterne, men flere og flere retail media netværk begynder at tilbyde bureau-produkter som sponsored search, og her kommer pengene ofte fra de noget større brand-budgetter, men det betyder også at kravene til data og rapportering kun bliver større end de er nu.



En retail media platform skal kunne tilpasse sig jeres behov

Underordnet om vi taler retail media i Danmark eller globalt, så har vi kun lige set toppen af isbjerget, og det er et marked der kun kommer til at udvikle sig i fremtiden. Det kommer til at stille store krav til den platform I vælger til at styre jeres retail media produkter. Derfor kan det være en god idé at vælge en fleksibel platform med mulighed for at bygge mere på, integrere og opgradere som I får behov for det.

Skab et samlet overblik over jeres aktiviteter

Flyt overblikket over inventory bookings ud af excelarket og ind i en platform hvor I kan skabe et samlet overblik.

- ✓ Samlet overblik over placeringstyper, priser og kapacitet
- ✓ Planlæg jeres aktiviteter på tværs af interne og eksterne interessenter.

Godkend alle kanalaktiviteter i ét system

Giv kanalansvarlige evnen til at godkende inventory bookings i det samme system de bruger til at få overblik.

- ✓ Hold styr på kapacitet, belægning og contentmix
- ✓ Godkend inventory bookings hurtigt og nemt.

Integrer bookinger med intern og ekstern produktion

Sørg for at al relevant information automatisk kommer videre til jeres content teams når en booking er blevet godkendt.

- ✓ Automatiseret opgaveoprettelse i work management systemer
- ✓ Automatiseret oprettelse af briefs.

Send en faktura afsted når opgaven er løst

Alle relevante oplysninger om pris, rabat, betaler og opgave sendes automatisk videre til jeres økonomisystem.

- ✓ Automatiseret overførsel af data til ERP
- ✓ Nem fakturering for jeres retail media aktiviteter.

Vi hjælper Danmarks største retail media netværk med at holde styr på deres aktiviteter skal vi også hjælpe jer?

En af de ting vi hjælper vores retail media kunder med, hos Encodify, er at rykke strukturen af 'inventory bookings' ud af excelarket og ind i en platform hvor de kan skabe et samlet overblik over hvordan placeringer og kampagner bliver brugt af både interne afdelinger, partnere og leverandører.

Ved at flytte inventory management fra Excel til en platform med et samlet overblik får virksomhederne en bedre kontrol over deres placeringer og kampagner og samtidig får de reduceret antallet fejl og tidskrævende processer. Hvilket er med til at sikre en balanceret udnyttelse af annoncepladsen og understøtter både interne og eksterne samarbejder.

BOOK ET MØDE