

"למקסם את המפגש בחנות בין הקונים למפרסמים"

הנכסים הדיגיטליים של וולמארט הניבו 2.7 מיליארד דולר ב-2022, והפנו זרקור לתחום הריטייל מדיה הצומח; לדברי מנכ"ל חברת קורן פתרונות חזותיים "הערך המוסף לקמעונאי הוא לא רק רווח - אלא יצירת ערך ללקוח"

תוכן שיווקי

אגם קדם לוי, תוכן שיווקי
17:12, 15 במרץ 2023

סלעית גרניט, מנכ"לית חברת הייעוץ והמחקר Experitt, סיפרה בוועידת Commerce 2023 כי בשנים האחרונות מתרחש זינוק בהיקפי הפעילות בתחום הריטייל מדיה. "מדובר בניצול המפגש בין הקונים למסרים של המפרסמים", אמרה גרניט. לדבריה, חלה צמיחה בפעילות מאז שנת 2019. "הקמעונאיות הגדולות בעולם בנו חברות ריטייל מדיה שיעסקו בפרסום ברשתות והן לוקחות את המסרים הקיימים ומוכרות אותם. לוולמארט לדוגמה יש 170 אלף מסכים דיגיטליים בחנויות. המסכים ועוד נכסים מניבים הכנסות, שהגיעו ב-2022 ל-2.7 מיליארד דולר".

בפאנל בהנחיית גרניט, סיפרה ליאת דהרי, סמנכ"לית השיווק בחברת הדיה, שהשוק בישראל מתמודד עם חסמים. "את הרשתות מעכבת רגולציה שמפרידה בין הקמעונאי למפרסם. זה אחד העקרונות בגינם הקמעונאיות הגדולות בארץ לא יוכלו להקים חטיבות ריטייל מדיה".

עם זאת, אמרה דהרי כי חברת הדיה עוסקת בפעילויות ריטייל מדיה ענפות כבר שנים – שמאפשרת לקמעונאיות לייעל את הפלטפורמות. "הרשתות הגדולות בעולם משקיעות תקציבי פרסום אדירים כדי לבסס פלטפורמות דיגיטליות בחנות, ולייצר דיאלוג אחר עם הצרכנים".

ארז שמעון, מנהל פיתוח הקטגוריות והערוצים של ויסוצקי, אומר כי "חבל שלא כל סוכנויות הפרסום בישראל מתנפלות על המדיה בריטייל. בכל רגע נתון יש עשרות אלפי אנשים בחנויות. להשיג מספרים כאלה זה חלום של כל איש מדיה. מה שמעכב את צמיחת התחום זה מחסור בידע".

יוסי רבינוביץ', מנכ"ל Retail Innovation, הוא מחלוצי התחום בישראל. "עולם הסופרמרקטים התחיל לפני כמאה שנים ולא השתנה מהותית", סיפר. "היום רואים מגמה היסטורית של כניסת הדיגיטל לשם. העגלות החכמות, למשל, מאפשרות לקמעונאים לפגוש את הלקוח לאורך הקנייה ולהעביר לו פרסומות".

חברת קורן פתרונות חזותיים עוסקת בעיצוב חנויות – משלב הקונספט ועד למיקום הפריטים בחנות. "נמנעו במשך שנים מלהמליץ ללקוחות על מדיה דיגיטלית – בגלל קשיים ועלויות גבוהות", הודה מנכ"ל החברה ליאור קורן. "הערך המוסף לקמעונאי הוא לא רק רווח – אלא יצירת ערך ללקוח. בעזרת הפלטפורמות הקיימות, אנחנו יכולים לקדם אזורים אחרים בחנות".

דהרי סיכמה כי להערכתה הענף ימשיך לצמוח. "אנחנו פועלים לשפר את הממשקים בכל ערוצי המדיה – כדי שיהיו יותר יעילים".

מנחה: סלעית גרניט, מנכ"לית חברת הייעוץ והמחקר Experitt; משתתפים: ליאת דהרי זיו, סמנכ"לית שיווק ומכירות, הדיה; יוסי רבינוביץ', מנכ"ל Retail Innovation; ארז שמעון, מנהל פיתוח קטגוריות וערוצים, ויסוצקי; ליאור קורן, מנכ"ל ובעלים, קורן פתרונות חזותיים

[בחזרה למדור](#)