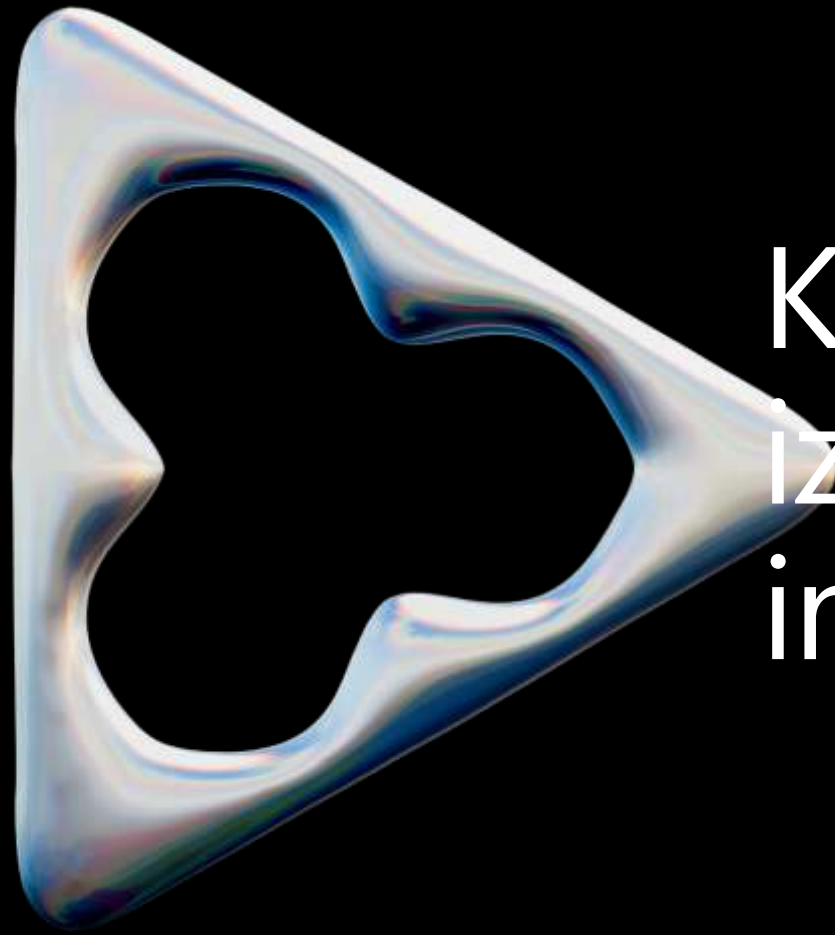
FUTURA



Kako v FMCG izboljšati preplet fizične in spletne prodaje

Futura Copyrights © /. 2026

Dejstvo

Čeprav se kupci vse pogosteje informirajo in primerjajo izdelke na spletu, se velik delež FMCG nakupov še vedno zaključi v fizičnih trgovinah.







Ključno vprašanje zato ni “online ali offline”, temveč kako digitalni kanali vplivajo na odločitev pred polico.

Futura Copyrights © /. 2026

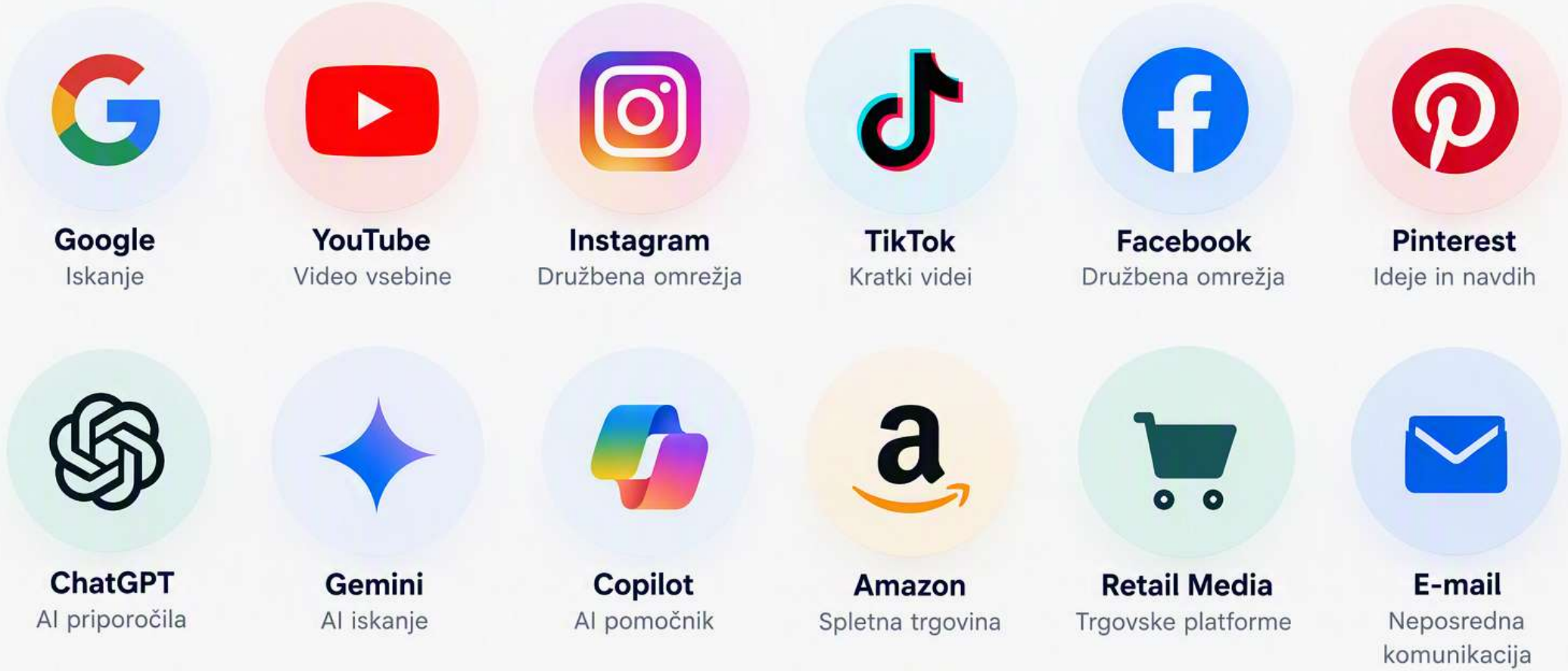


Nova nakupna pot kupca

Futura Copyrights © /. 2026

Ključni digitalni marketinški kanali

KJER SE KUPCI INFORMIRAJO, PRIMERJAJO IN ODLOČAJO



Futura Copyrights © /. 2026

Retail Media postaja izjemno pomemben kanal in postaja eden od najhitreje rastočih trendov v digitalnem oglaševanju v Evropi





Trgovci imajo ogromno podatkov. Omogočajo oglaševanje kupcem tik pred nakupom. To je bližje prodaji kot klasični digitalni oglasi.

Cilj je, imeti sistemsko, multikanalno platformo, kamor lahko trgovci vključijo poljuben obseg svojih retail media kanalov – spletna trgovina, app, loyalty, lahko tudi zaslone v trgovini, fizične oglase

McKinsey ocenjuje:
- približno 20 % letno rast,
- okoli 70 % EBIT marže

Vir: The State of Grocery Retail 2026, McKinsey & Company

Futura Copyrights © /. 2026

Retail Media

Pravo sporočilo kupcu tik pred nakupom

Spletne trgovine

Trgovske aplikacije

Digitalni zasloni v trgovinah

Programi zvestobe

~20 %
letna rast
(2025–2028)

~70 %
EBIT marža

PRAVO SPOROČILO.
PRAVI TRENUTEK.
VEČ PRODAJE.

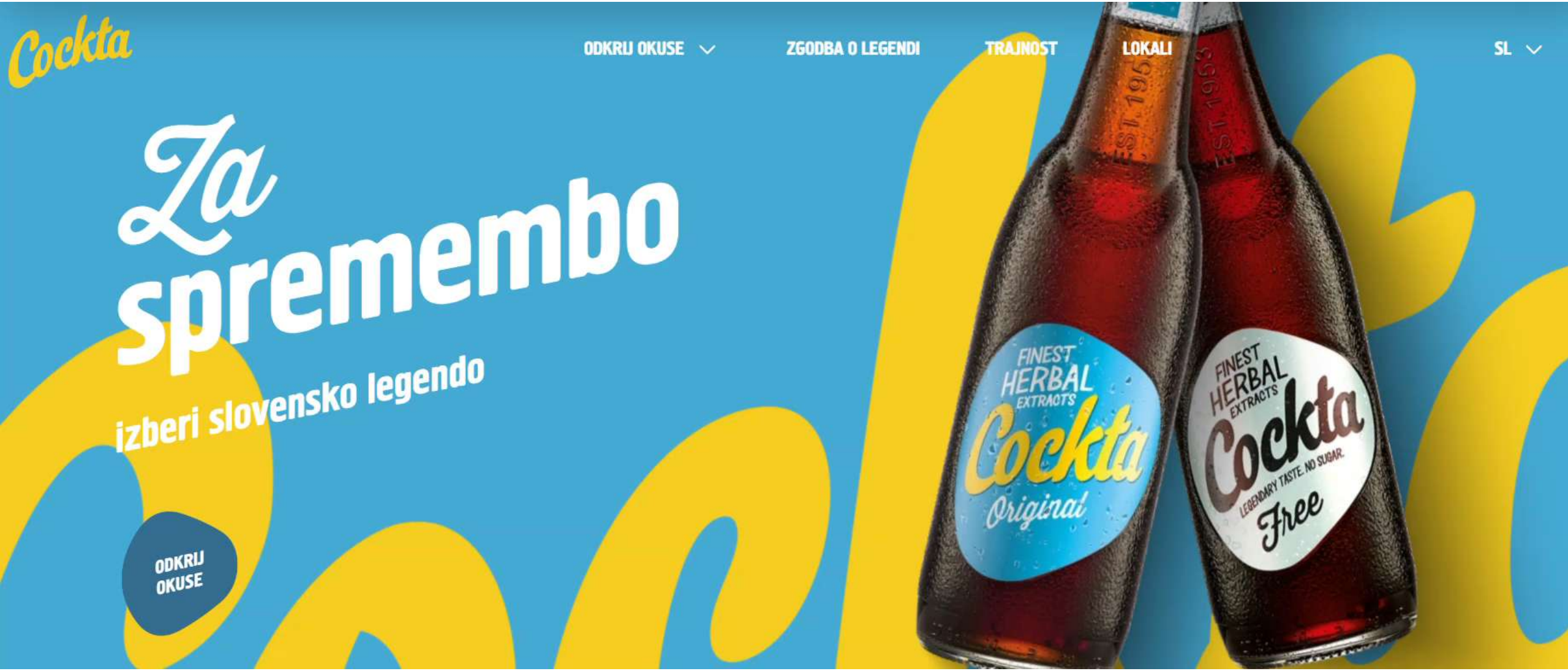


Vir: The State of Grocery Retail 2026, McKinsey & Company

Futura Copyrights © /. 2026

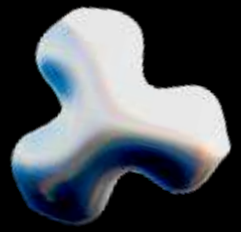


Futura Copyrights © /. 2026

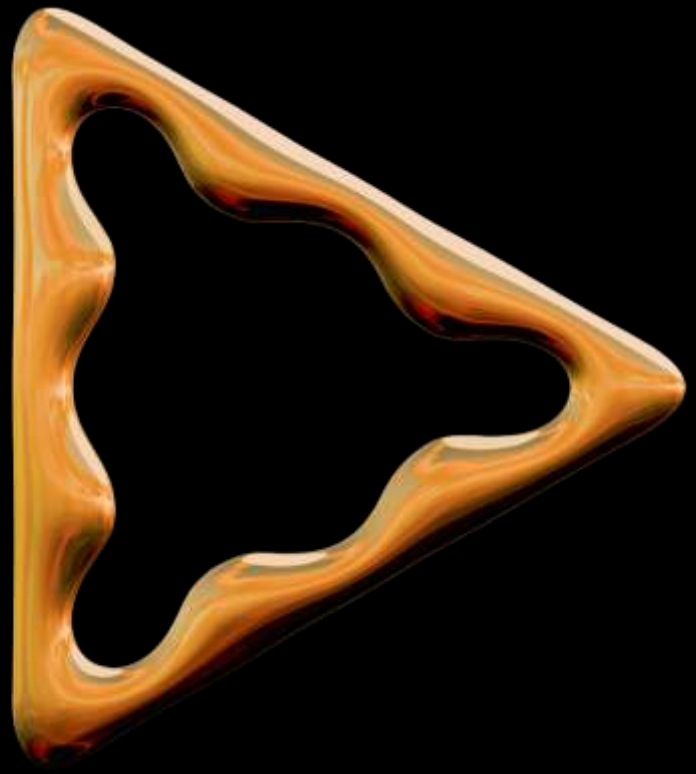


Futura Copyrights © /. 2026

AI postaja posrednik pri izbiri



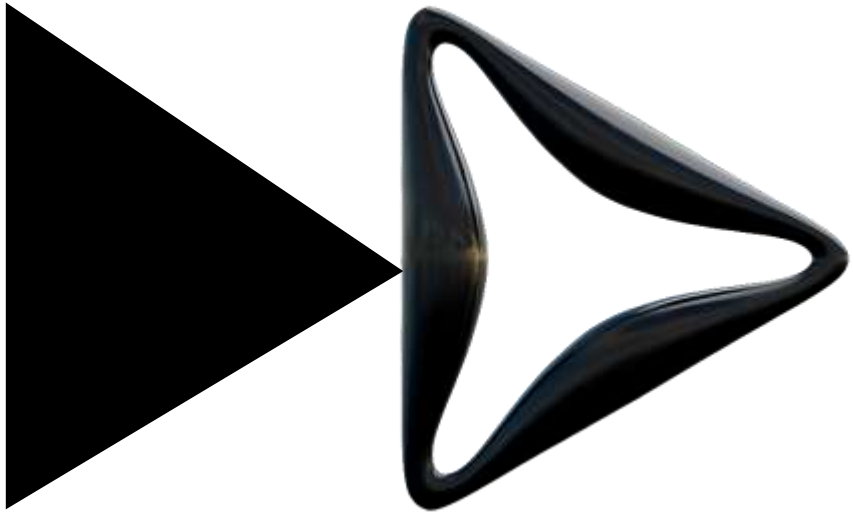
Včasih:
Google je odločal kaj bomo našli.



Danes:
AI odloča kaj bomo sploh videli.



Futura Copyrights © /. 2026

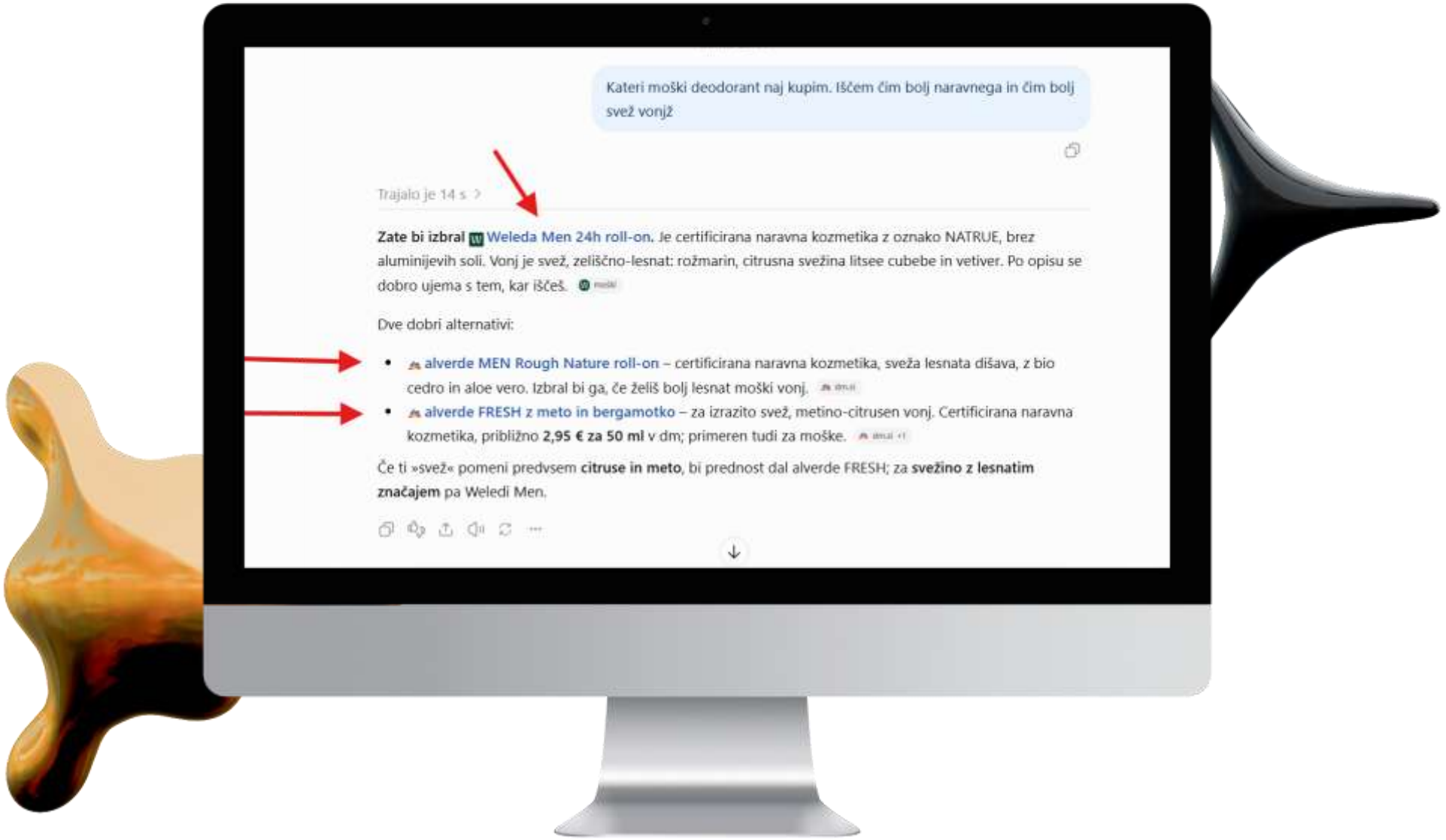


Evropski trgovci že danes med ključne trende uvrščajo agentnega kupca, ki za izbiro izdelkov uporablja AI asistente.

Vprašanje za FMCG znamke ni več, ali bo AI vplival na nakup, ampak kako zagotoviti, da bo znamka vključena v AI priporočilo.



Futura Copyrights © /. 2026

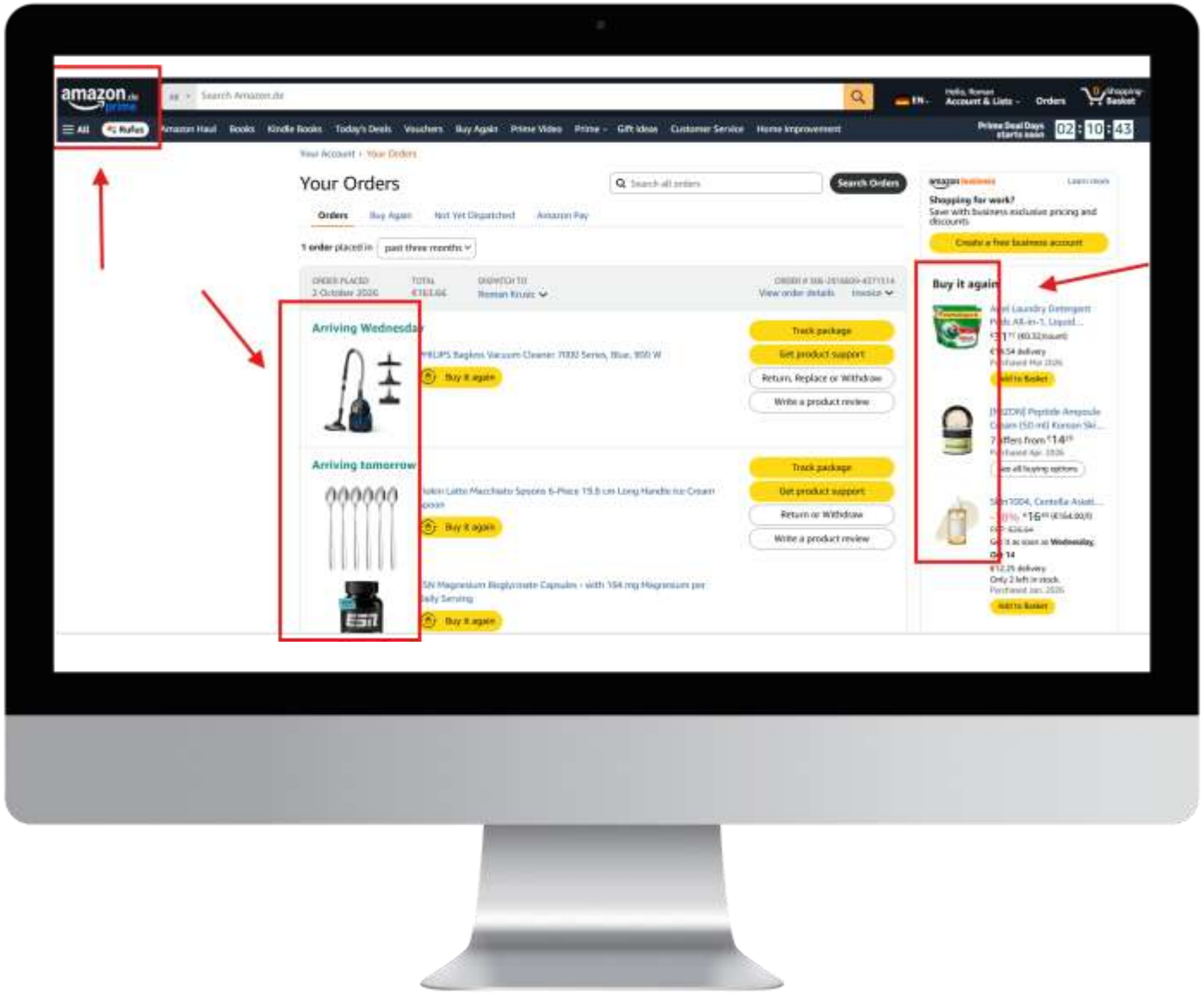


Futura Copyrights © /. 2026

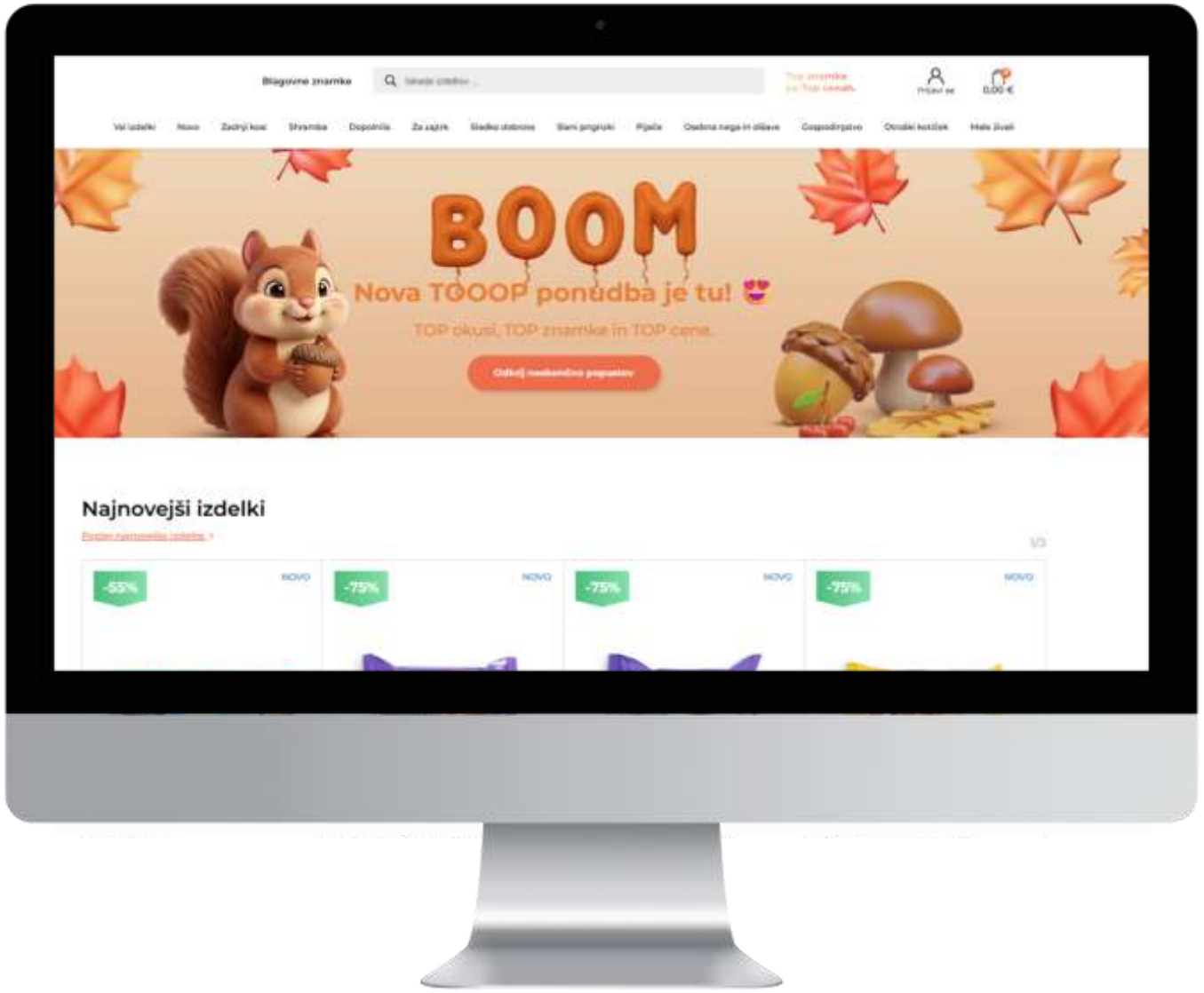


Vsak tretji kupec v Britaniji je leta 2023 FMCG izdelke kupoval tudi prek spleta.

Futura Copyrights © /. 2026

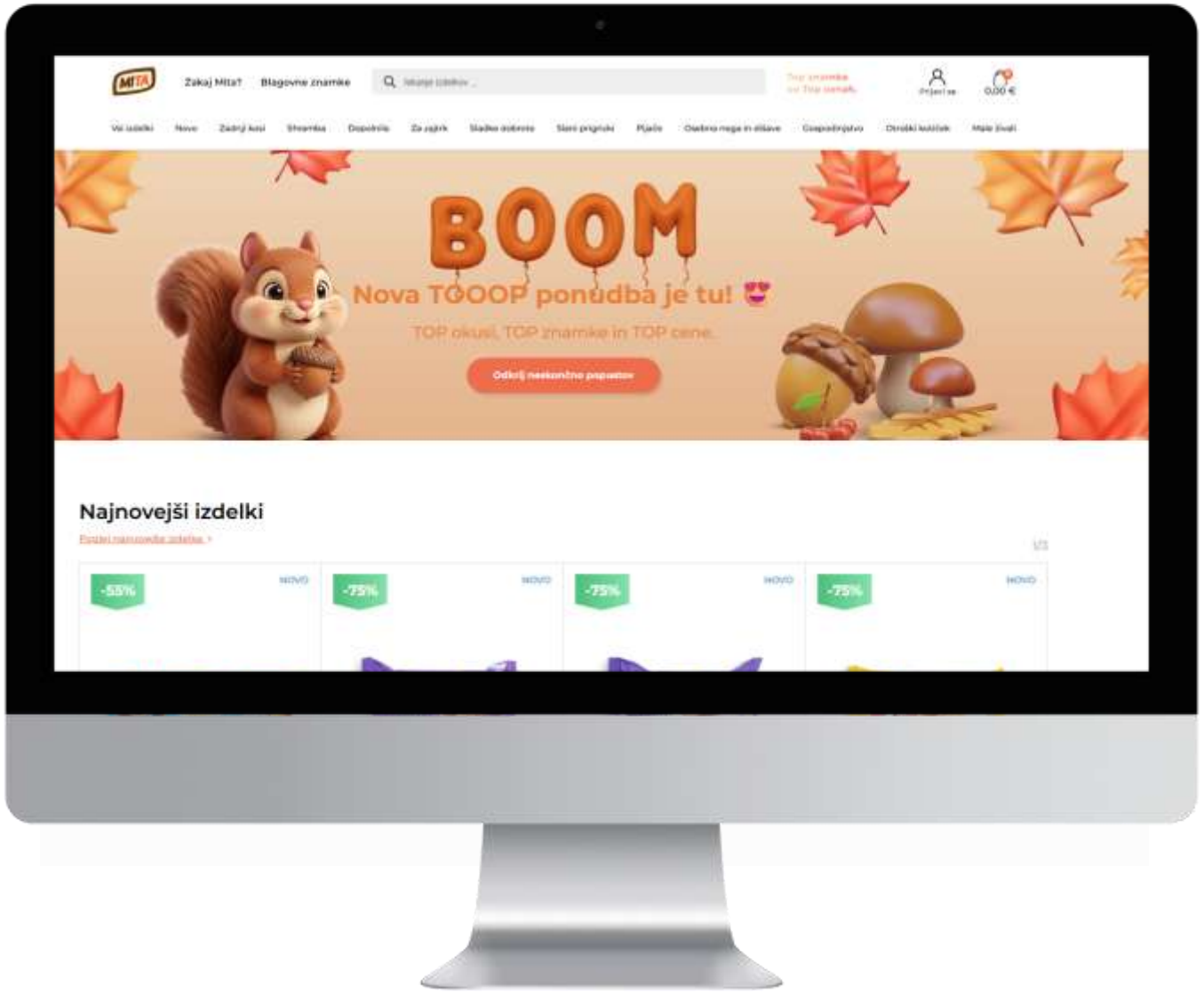


Futura Copyrights © /. 2026

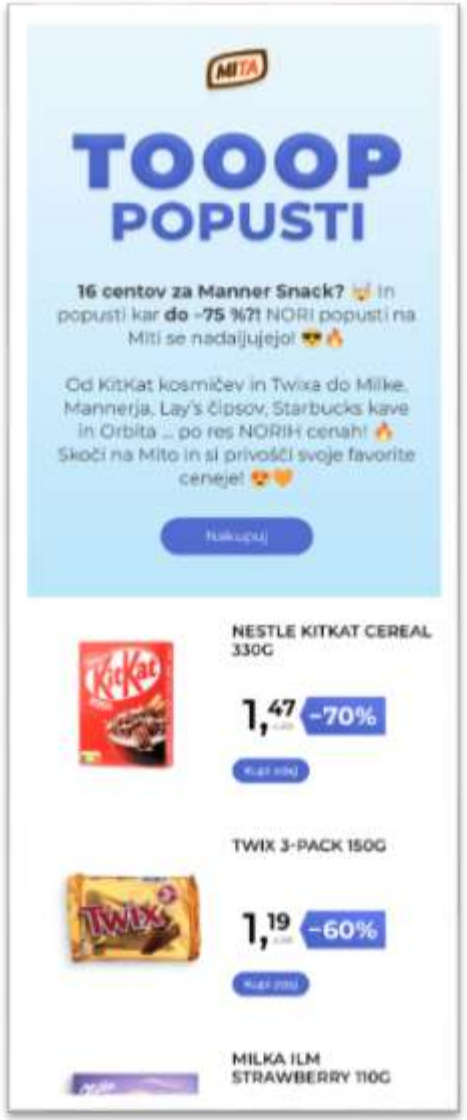


Futura Copyrights © /. 2026

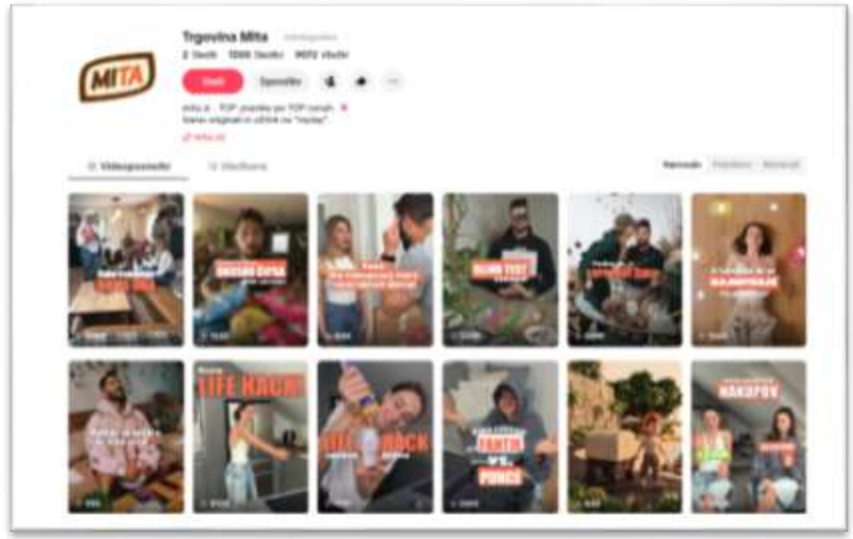
Kako v FMCG izboljšati preplet fizične in spletne prodaje



Futura Copyrights © /. 2026









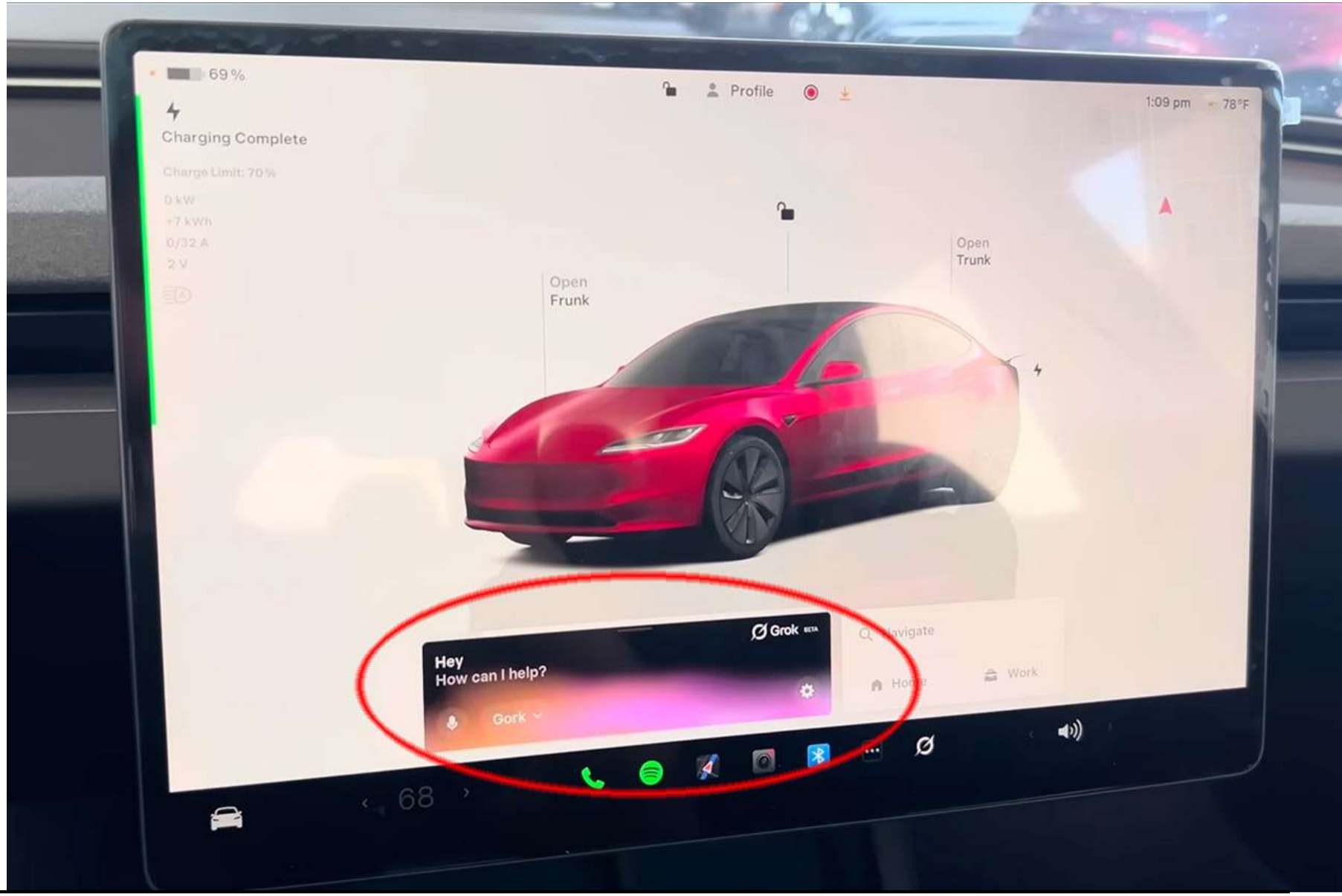
Futura Copyrights © /. 2026



Kako se bo odvijala prodaja prihodnosti?

Futura Copyrights © /. 2026

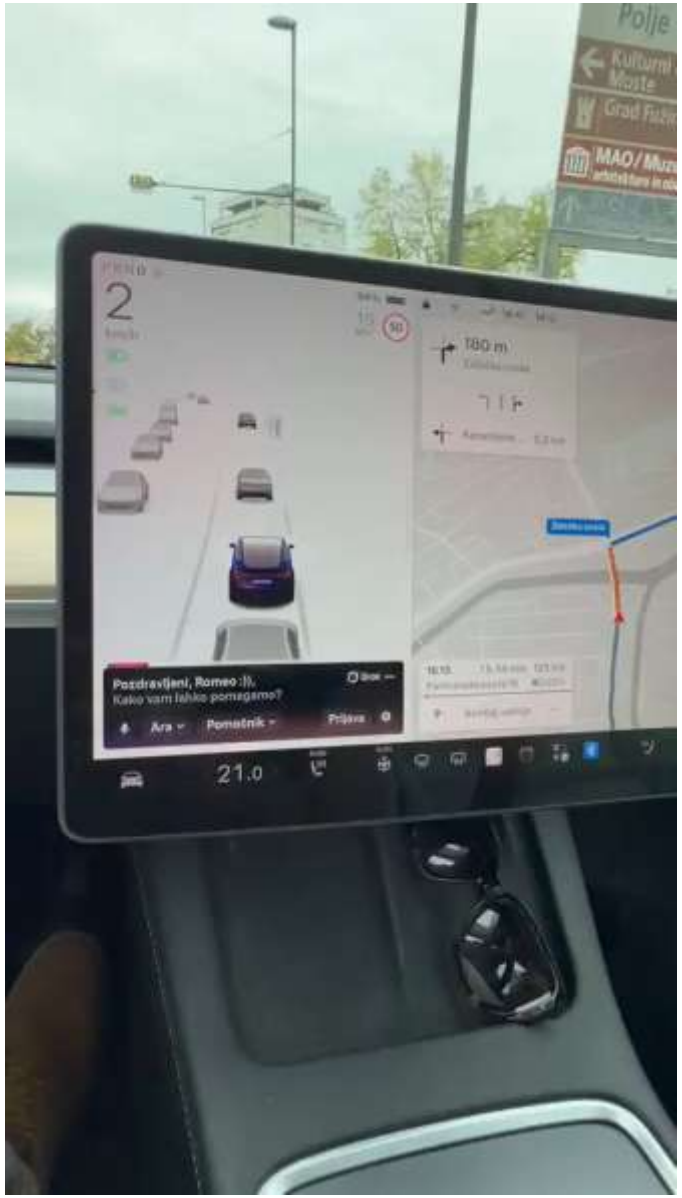




Futura Copyrights © /. 2026

Kako v FMCG izboljšati preplet fizične in spletne prodaje



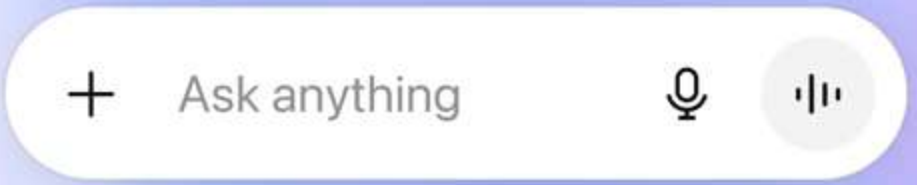


Futura Copyrights © /. 2026





Futura Copyrights © /. 2026


Ask anything

Online raste hitreje od offline, a fizična trgovina ostaja ključna.





Zmagovalci bodo povezali oba svetova.

Futura Copyrights © /. 2026

Hvala!
Povežimo se

Futura Copyrights © /. 2026