Рекламная индустрия начинает осваивать ранее неизведанные пути распространения своей продукции. Новая компания UnDigital закупает у интернетовских торговцев место в отправляемых покупателям посылках с товарами, заполняя его отпечатанной на бумаге рекламой. Уже 25 крупных онлайн-торговцев, включая Barnes & Noble, Zulily и Saks Fifth Avenue, стали клиентами компании.

Торговые компании уже давно начали вкладывать в посылки образцы собственной продукции или купоны на будущие покупки. Однако рост расходов на пересылку товаров, что привело к уменьшению розничной прибыли (она сократилась с 10,2% в 2012 году до 8% в прошлом году), заставляет онлайн-торговцев монетизировать неиспользованное пространство внутри посылок.

Вот как работает эта схема. Розничные торговцы каждый месяц снабжают UnDigital данными о количестве посылок, которые они собираются отправить, и о том, сколько дополнительных вкладышей можно в них разместить. Со своей стороны рекламодатели сообщают, сколько рекламных листков они намерены разместить за установленную торговцем цену (обычно 10–12 центов за листок, 2–3 листка в посылке). После согласования спроса и предложения UnDigital осуществляет взаимные финансовые операции, печатает заказанную рекламу и отправляет её в посылочное отделение торговца.