



WWW.ETARGET.RU

X КОНФЕРЕНЦИЯ
УПРАВЛЕНИЕ АУДИТОРИЕЙ
И МАРКЕТИНГ В ИНТЕРНЕТЕ

Case study



НПФ СБЕРБАНК

Негосударственный пенсионный фонд

articulmedia

идеи в жизнь!

27—28 марта 2014 года.
Москва, Digital October

Параметры РК

Клиент

НПФ Сбербанк

Период

Июль 2013 – Декабрь 2013

География

Москва, города 1 млн. +

Аудитория

B2C – 22 – 40, доход от 20 т.р./мес.

B2B – Фин. директора, бухгалтеры, HR

Бриф

Цели кампании:

- Продвижение продуктов НПФ Сбербанка для увеличения числа заявок на пенсионное страхование

Задачи кампании:

- Привлечение пользователей на сайт НПФ Сбербанка
 - Осуществление целевых действий на сайте
-

Определение сегментов ЦА

Сегменты для планирования определены на основе 3 критериев:

1. Отношение к digital:

- Digital Natives
- Digital Immigrants

2. Уровень дохода

- Используется в случаях, когда имеются подобные данные о потребителе

3. Интерес к определенному продукту НПФ

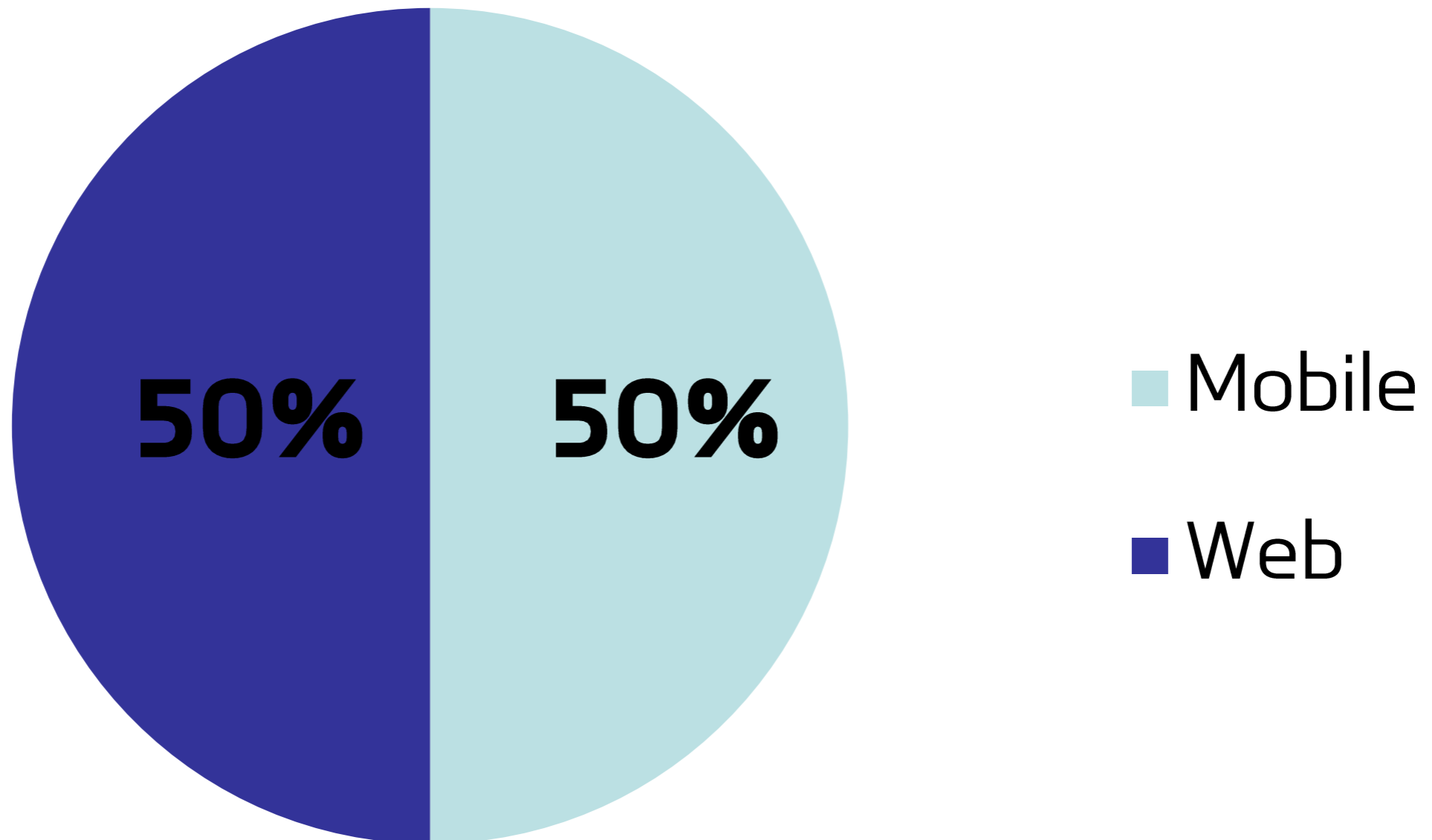
Креативное решение для баннеров | НПО



Анализ эффективности кампании | НПО

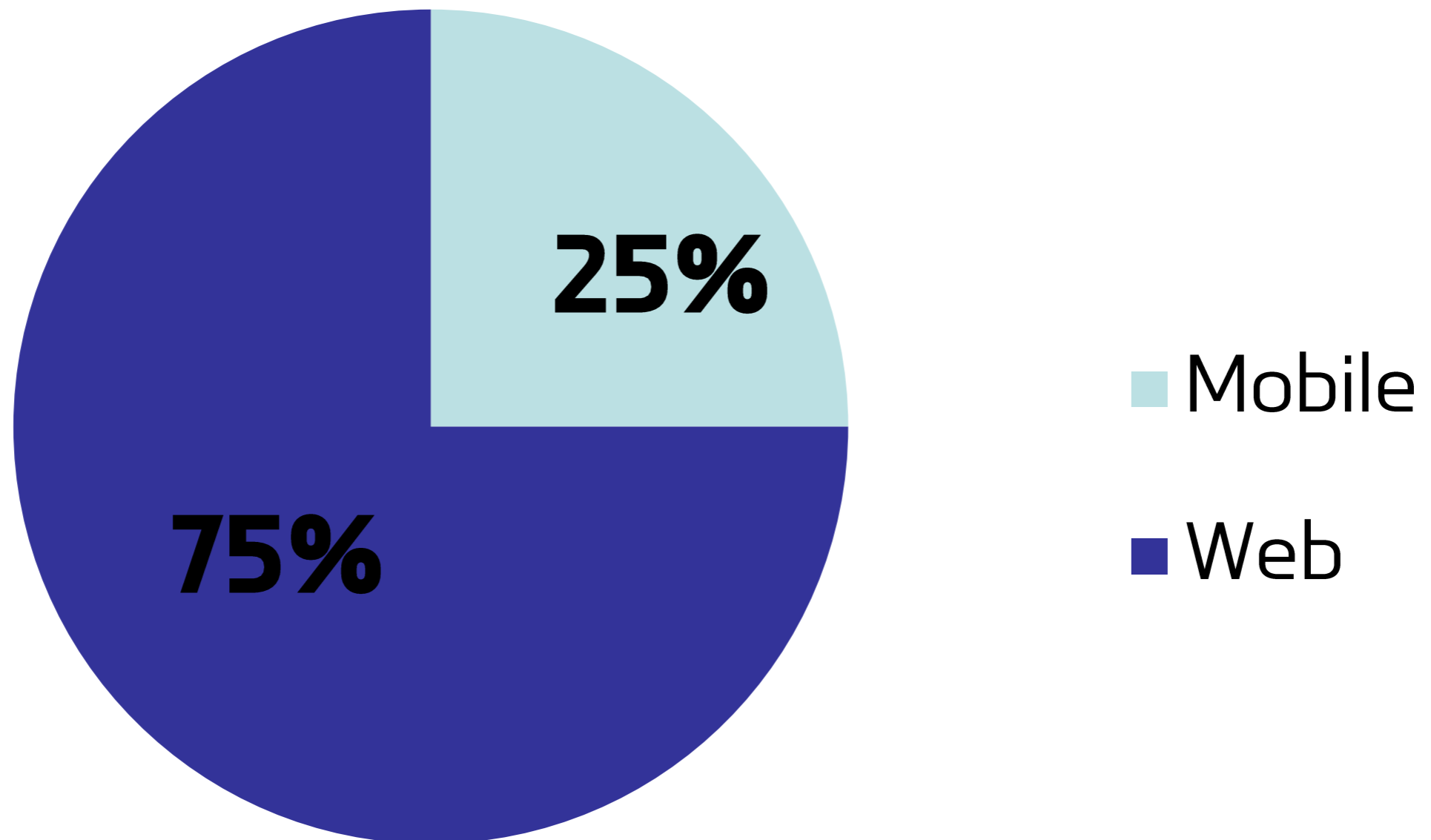
Итоговое соотношение

> Клики



Итоговое соотношение

> Бюджет



www.articulmedia.ru

СПАСИБО!

