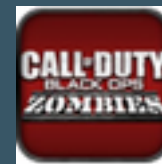
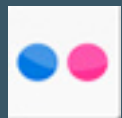


Data Driven Marketing

auditorius

Единое медийное пространство



Каждому пользователю свойственен свой индивидуальный паттерн поведения в digital среде – digital ДНК пользователя.

auditorius

Векторы развития медийных технологий

2 основных вектора развития медийных технологий:

- 1) Доступ к медийному пространству пользователя*
- 2) Работа с пользователем в медийном пространстве*

Доступ к медийному пространству пользователя

*Появляется единый идентификатор
пользователя. Драйвер – появление
протокола RTB, фундаментальная
сущность которого – это ID
пользователя.*

Доступ к медийному пространству пользователя

Тренд виден не вооруженным взглядом:

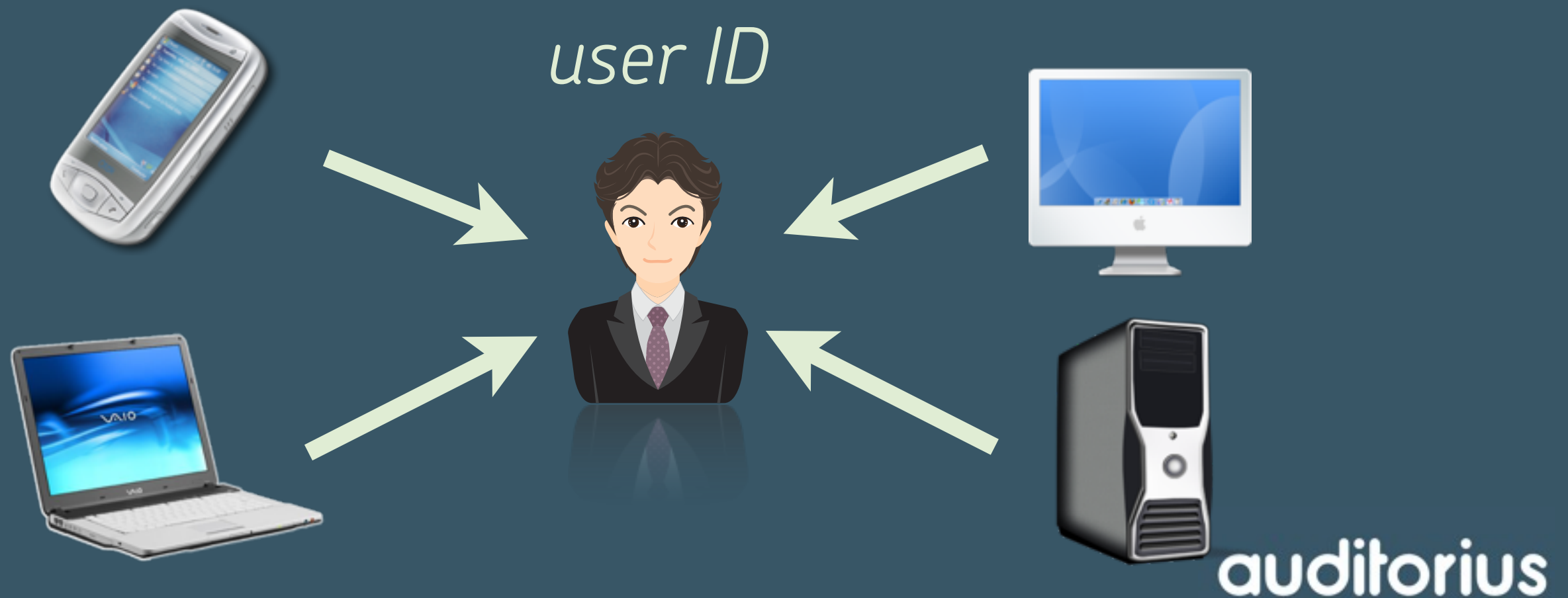
- Объединение медийного пространства
- Покупка премиальных размещений по внешним данным

Доступ к медийному пространству пользователя

Дисплей – в прошлом.

Теперь единая сущность

пользователя со всеми гаджетами.



Доступ к медийному пространству пользователя

Тренд виден не вооруженным взглядом:

- Кроссплатформенный рекламный материал Facebook
- Advertiser ID – в iOS и Android устройствах

Работа с пользователем в медийном пространстве

Отныне важен не сам факт показа рекламного сообщения, а пользователь, которому его показали.

Работа с пользователем в медийном пространстве

Тренд виден не вооруженным взглядом:

- Ретаргетинг это понятный и эффективный инструмент
- Возможность закупки рекламы по внешним данным (3-rd party data)

Что это дает рекламодателю?

Оптимизация рекламного бюджета

Более понятные и контролируемые KPI

Продление «срока жизни» клиента

Повышение лояльности к бренду

Смена маркетинговых парадигм

Не так важен креатив и медийный охват, важна четкая взвешенная стратегия взаимодействия с пользователем – потенциальным потребителем.

Единое рекламное пространство позволяет реагировать на изменения в поведении и предпочтениях пользователя.

auditorius

Смена маркетинговых парадигм

Падает баррикада:

Между медийным пространством пользователей и площадками бренда была стена: бренд ничего не знал о персональном медийном пространстве пользователя – потенциального покупателя.

Сейчас все меняется.

auditorius

Смена маркетинговых парадигм

Тренд виден не вооруженным взглядом:

- Offline данные в системах аналитики
- Активация данных о пользователе между online и offline
- Единые объединенные средства идентификации пользователя: user ID, e-mail, tel, social account

Смена маркетинговых парадигм

Данные – краеугольный камень digital среды будущего.

Наступает эра Data Driven Marketing.

Кейс №1

Задача: FMCG продукт без готового спроса с относительно широкой, но конкретной аудиторией.

Кейс №1

Old school подход: большая охватная компания с большим бюджетом.

Data Driven решение: применение 3-rd party data для таргетинга на нужную ЦА.

Результат: стоимость контакта с ЦА значительно ниже, ROI выше.

Кейс №2

***Задача:** увеличение среднего чека,
периодичности покупки, лояльности клиентов.*



auditorius

Кейс №2

Old school подход: *social media.*

Data Driven решение: *применить offline данные о покупателях для персонального общения с покупателями в digital.*

Результат: *высокий отклик покупателей, лояльность.*

How Do It

Разрабатывайте стратегии рекламных кампаний в концепции единого медийного пространства на основе анализа данных

1) Анализируйте поведения вашей аудитории на сайте в рамках единого медийного пространства.

Инструменты: аналитические системы с поддержкой мультиканальной атрибуции (Google Universal, Adobe Omniture)

2) Анализируйте пользовательские предпочтения и интересы

Инструменты: системы Audience Analytics (Visual DNA)

auditorius

How Do It

*Накапливайте и активизируйте данные,
сегментируйте пользователей по интересам и
предпочтениям*

Инструменты: CRM системы, DMP системы.

How Do It

***Подстраивайте коммуникации под
пользовательские сегменты***

Динамический контент на сайте рекламодателя

Персональные сценарии взаимодействия

Персональные креатив, персонализация УТП

How Do It

Взаимодействуйте с пользователем в едином медийном пространстве

Инструменты: байнговые платформы способные покупать инвентарь по внешним данным (DSP)

Потрясающе, правда?



Кашин Валерий

CEO/CTO Auditorius

Mobile: +79263019944

FB: facebook.com/valerykashin

Mail: kashin@auditorius.ru

