



Лайфхаки по привлечению клиентов из соцсетей



Чванова Ольга
myTarget



ЦИФРЫ MYTARGET

ЦИФРЫ MYTARGET

АУДИТОРИЯ MYTARGET В РОССИИ



95%

Месячная аудитория
myTarget



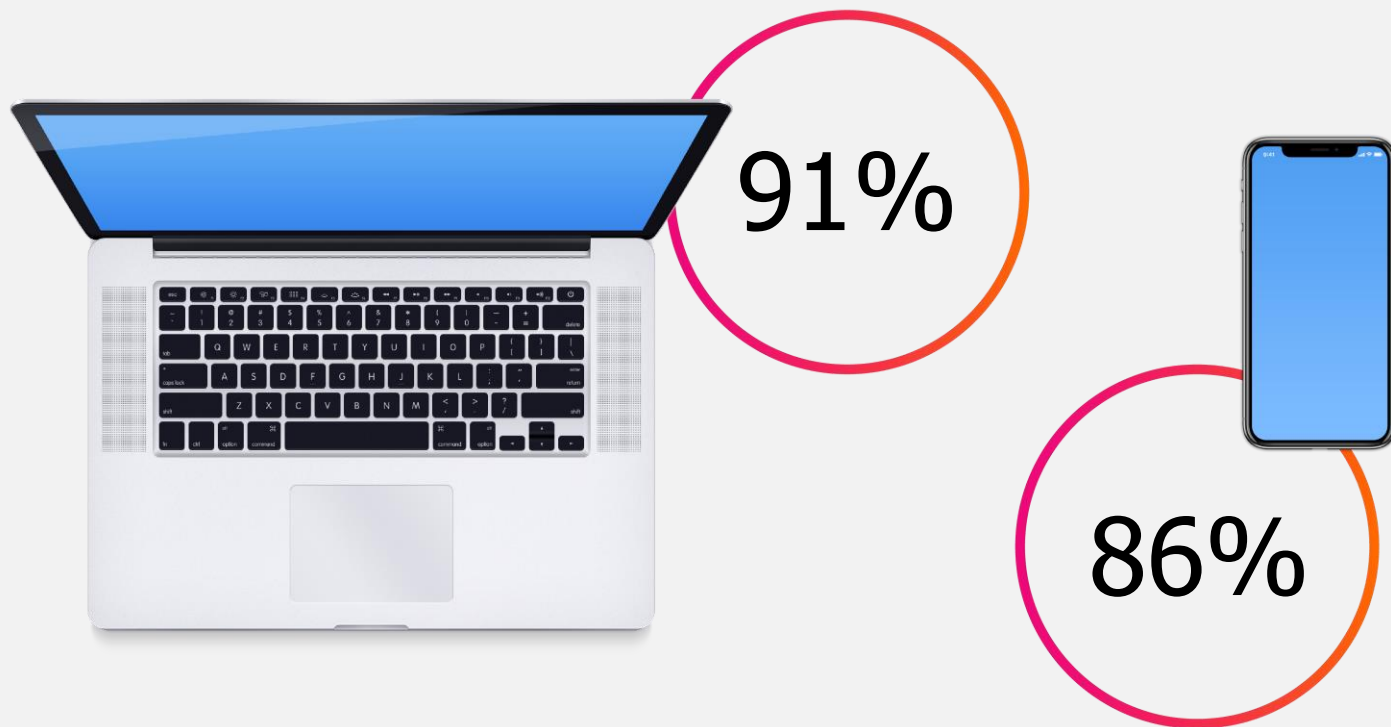
77%

Дневная аудитория
myTarget

По данным Mediascope Web Index, Россия (города 100к+), проекты Mail.Ru Group, февраль 2018, 12-64, MAU/DAU (% от аудитории Рунета)

ЦИФРЫ MYTARGET

АУДИТОРИЯ ПО ДЕВАЙСАМ

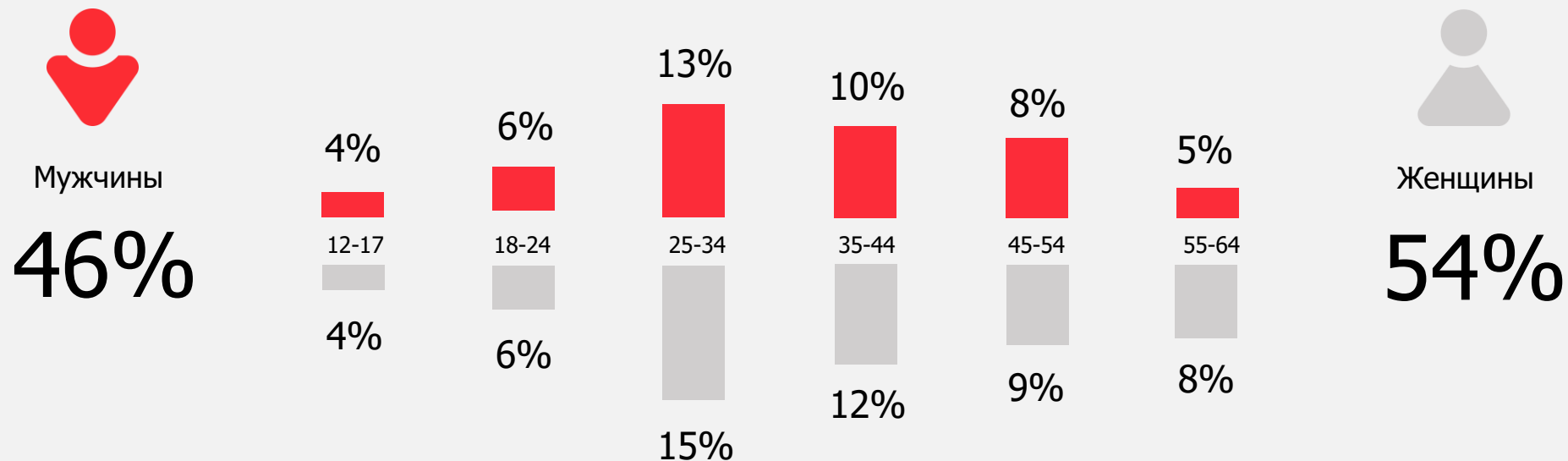


По данным Mediascope, Web Index, Россия (города 100к+, 12-64 лет), февраль 2018, % проникновения Mail.Ru Group от всех посетителей Рунета в различных устройствах Mobile без учета мобильных браузеров

ЦИФРЫ MYTARGET

ДЕМОГРАФИЯ MYTARGET

Мужчины/женщины 25-34
Ядро аудитории



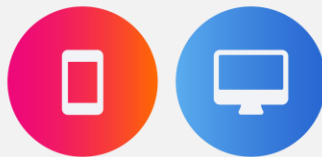
По данным Mediascope Web Index, Россия (города 100к+), проекты Mail.Ru Group, февраль 2018, 12-64, MAU % от общего числа посетителей проектов Mail.Ru Group

ЦИФРЫ MYTARGET

УСТРОЙСТВА АУДИТОРИИ MYTARGET

75% посетителей используют
мобильные устройства

74% посетителей используют
десктопные устройства



26%

мобайл

49%

десктоп/мобайл

25%

десктоп

По данным Mediascope Web Index, Россия (города 100к+), 12-64 лет, февраль 2018, MAU, % от общего числа посетителей проектов Mail.Ru Group

ЦИФРЫ MYTARGET

УСТРОЙСТВА АУДИТОРИИ MYTARGET

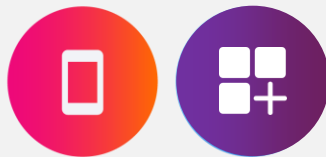
69% посетителей пользуются
мобильным вебom

85% посетителей пользуются
мобильными приложениями



15%

Mobile Web Only



54%

Mobile Web & Apps



31%

Apps Only

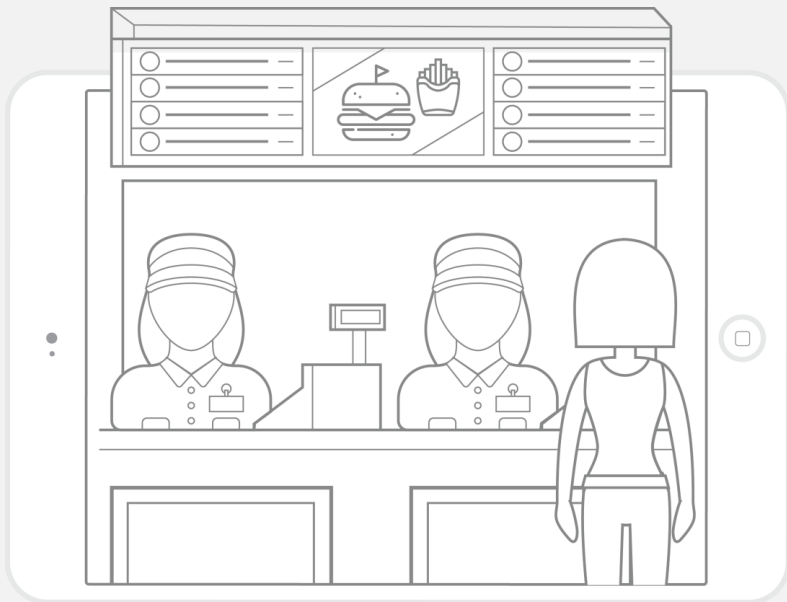
По данным Mediascope Web Index, Россия (города 100к+), 12-64 лет, февраль 2018, MAU, % от общего числа посетителей проектов Mail.Ru Group



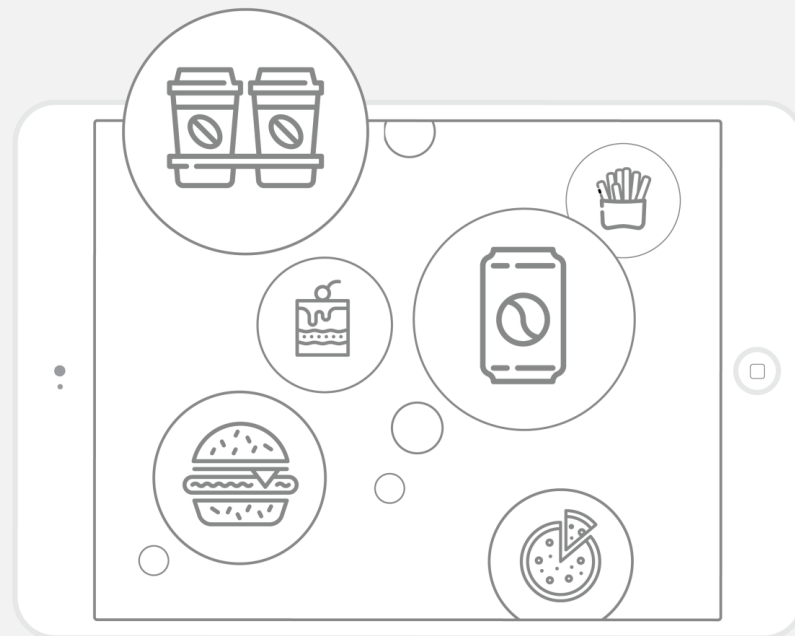
РЕКЛАМНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

ГРУППЫ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ VS ТОВАР

Контекстная реклама – товар



Таргетированная реклама – группы пользователей

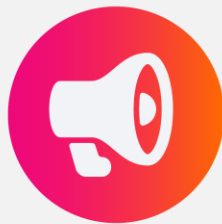


РЕКЛАМНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

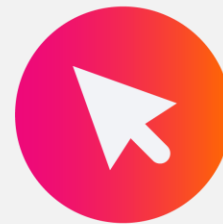
ИСТОЧНИК ДАННЫХ



СОЦИАЛЬНЫЕ
СЕТИ



МЕДИЙНЫЕ
ПРОЕКТЫ



ПОСЕЩАЕМЫЕ
САЙТЫ



АНКЕТИРОВАНИЕ



ТЕХНИЧЕСКИЕ
ДАННЫЕ

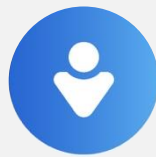


LOOK-ALIKE

РЕКЛАМНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

СОЦДЕМ ТАРГЕТИНГИ

ПОЛ



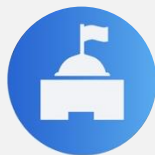
ВОЗРАСТ

12–75

ГЕОГРАФИЯ



Страна



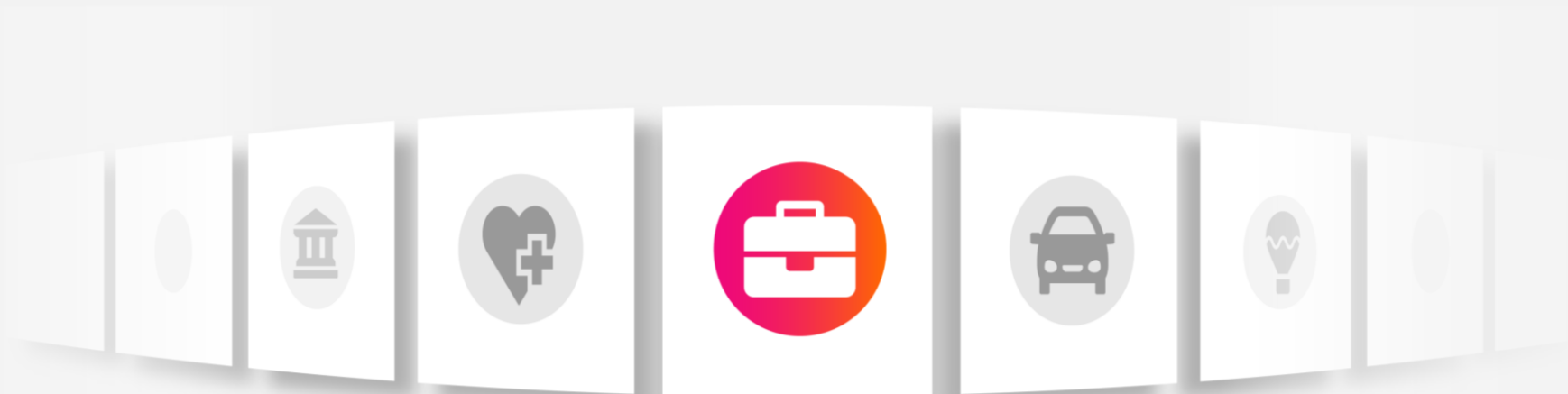
Город



Район

РЕКЛАМНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

ИНТЕРЕСЫ



Профессиональная
область


Наличие
образования

ЗАНЯТОСТЬ

Группы
телесмотрения


Индивидуальный
доход

GREEN PLY

ФСФ фанера от 585 руб. 



Качественная фанера
по приемлемым ценам.
От 6 до 40 мм.
Бесплатная
консультация.

ФСФ фанера от 585 руб. 



Качественная фанера
по приемлемым ценам.
От 6 до 40 мм.
Бесплатная
консультация.

 Показы

3 722 034

 CPL

548 ₹

 CR вырос

на 39%

 Привлекли

27% лидов

от общего числа
заявок за период
июль-октябрь 2017 г.



АУДИТОРИИ

АУДИТОРИИ



ID пользователей
ОК и ВК



Игры
и приложения



Email
и телефонные номера
(CRM таргетинг)



DMP



Поисковые запросы



Мобильные
идентификаторы



в Одноклассниках
Группы в ОК и ВК



MAC-адреса

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Стоимость
заполненной заявки
до 1500 руб.

Стоимость
подтвержденной заявки
до 2500 руб.

ИНСТРУМЕНТЫ

Мультиформат
Карусель

РЕЗУЛЬТАТЫ

Стоимость
заполненной заявки 573 руб.

Стоимость
подтвержденной заявки 817 руб.

Количество лидов 111

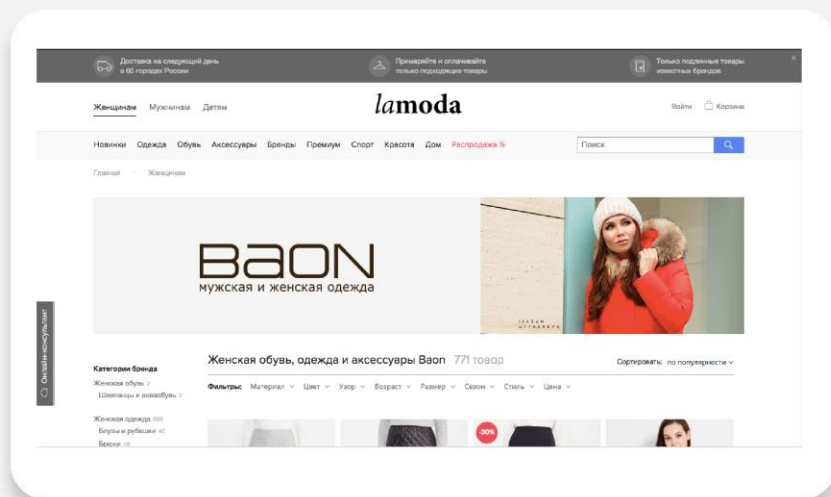
CR 1.61%

Показы 603 286



АУДИТОРИИ РЕМАРКЕТИНГ

Сайт



Приложение



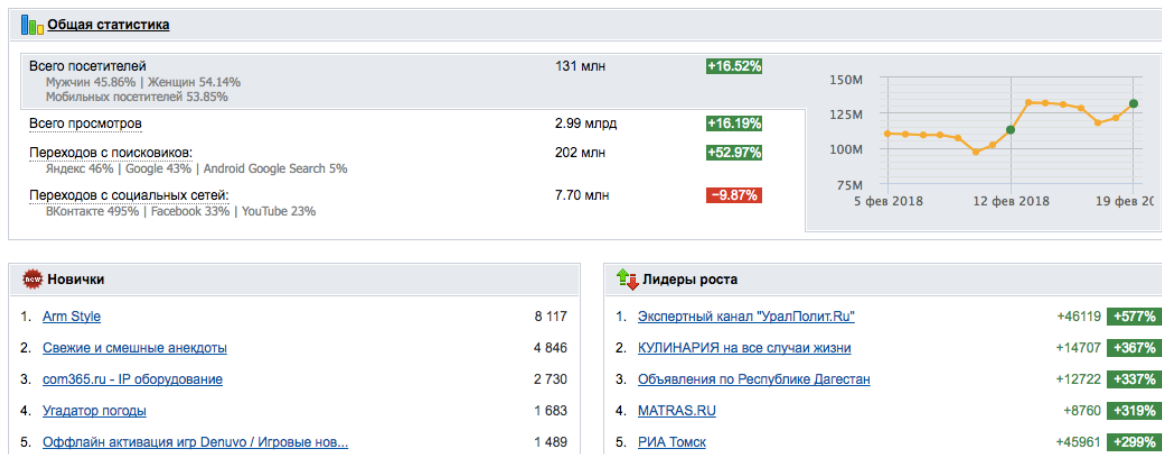
Офлайн помещение



АУДИТОРИИ

TOP@MAIL.RU

1. Настроить цели
2. Установить код на сайт
3. Создать счётчик Top@Mail.Ru





CPC 22 РУБ



CR 5%



ТАРГЕТИНГ
ПО CRM БАЗЕ



МУЛЬТИФОРМАТНОЕ
РАЗМЕЩЕНИЕ



CTR 0,05%



icontext OMNI
DIGITAL
MARKETING
P E R F O R M A N C E B A S E D



Аптека.ру: поиск лекарств

Сервис поиска и заказа лекарств в ближайшую к Вам аптеку!



Аптека.ру: поиск лекарств

Как и где дешевле купить лекарства в Вашем городе!



| Локальная реклама

Локальная реклама позволяет показывать объявления пользователям, находящимся в радиусе от 500 м до 10 км от выставленной на карте точки.

Таргетинг особенно эффективен при продвижении магазинов, кафе и ресторанов, а также других бизнесов, связанных с оффлайн продажами и услугами.



КАФЕ



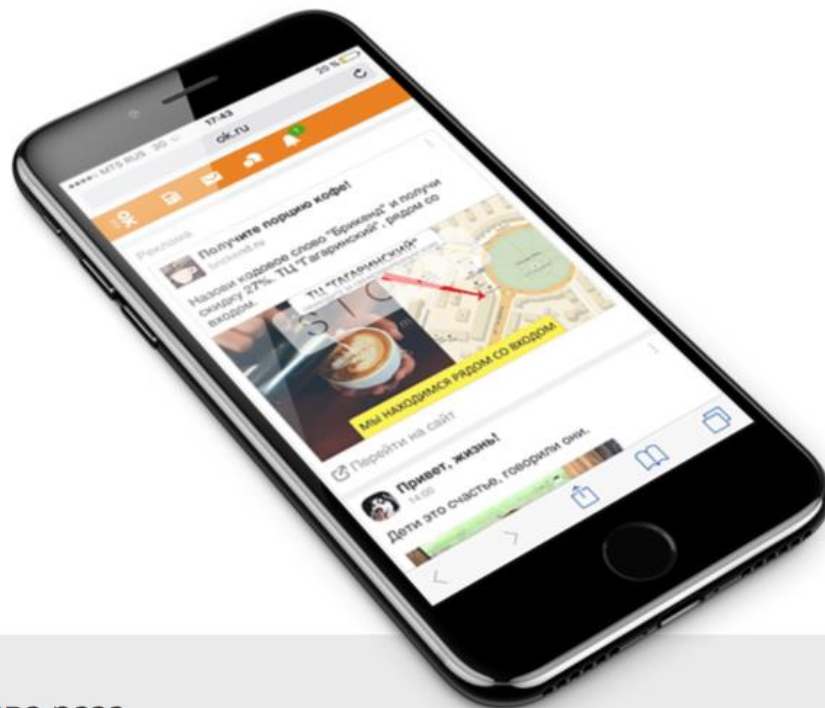
Кликабельность объявлений 0,6%



Стоимость одного клика 10 руб



Возраст 18-30



За выходные проходимость увеличилась в два раза

АУДИТОРИИ
LOOK-ALIKE





1 433 350

охват пользователей

СТОИМОСТЬ КЛИКА

 **38.65** ₺

мобайл

СТОИМОСТЬ ДОХОЖДЕНИЯ ОДНОГО ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

28 ₺

по аудитории
НПО Аналитика

141 ₺

по ретаргетингу с сайта
и аудитории myTarget

 **55.98** ₺

десктоп

CPVA (cost per visited attracted) для офлайн-сегментов НПО Аналитика оказалась в 5 раз ниже, чем для онлайн сегментов аудитории.



Среднее время пребывания привлеченной аудитории в аутлет Внуково в 1,5 раза больше, чем среднее по аутлету

пример креатива





РЕКЛАМНЫЕ ФОРМАТЫ

РЕКЛАМНЫЕ ФОРМАТЫ

ЗАДАЧИ И РЕШЕНИЯ

	Десктоп	Мобайл	Оплата за установки***	Оплата за клики*	Оплата за показы**
Реклама сайта					
Реклама мобильного приложения					
Полноэкранное видео					
Динамический ремаркетинг					
Кроссдевайсная карусель в Одноклассниках					
Кросс-платформенные видео посты в Одноклассниках и Вконтакте					
Преролл					
Продвижение промо-поста в Одноклассниках					
Продвижение видео-поста с автозапуском в Одноклассниках					
Продвижение группы в Одноклассниках					
Реклама игры в Одноклассниках					

*Оплата за клики (CPC - cost per click). С вашего баланса будет списываться выбранная вами сумма за каждый клик пользователя по вашему объявлению

**Оплата за показы (CPM - cost per mille). С вашего баланса будут списываться средства за каждый показ рекламы пользователю. CPM - суммарная стоимость за 1000 показов

***Оплата за установки (CPI - cost per install). С баланса будут списываться средства за каждую реальную установку приложения рекламодателя

РЕКЛАМНЫЕ ФОРМАТЫ

РЕКЛАМА САЙТА

Тизер

90x75

Живые книги ИКЕА



Окажитесь в спальне
булгаковской
Маргариты.
Заходите на
www.ikea.ru

ikea.com

Кредит в ОТП Банк - 12,5%

Кредит наличными для
воплощения мечты!
До 1 000 000 рублей
По ставке 12,5%



Специальный продукт для тех,
кто планирует будущее!

anketa.otpbank.ru

Мужской выбор 16+



Вам все
подобрали.
Подходящий
каталог одежды и
обуви в одном
месте.

torg.mail.ru

[Создать рекламу](#)

Баннер

240x400



Нативный блок

1040x607



Попробуй новый вкус!

Освежающие и ароматные морсы «4 Сезона». Без консервантов.

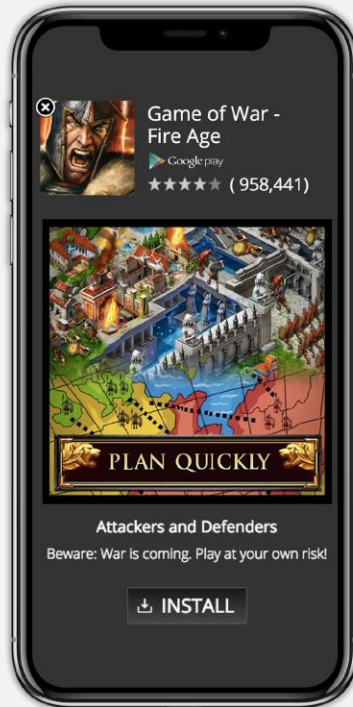
parmalat.ru



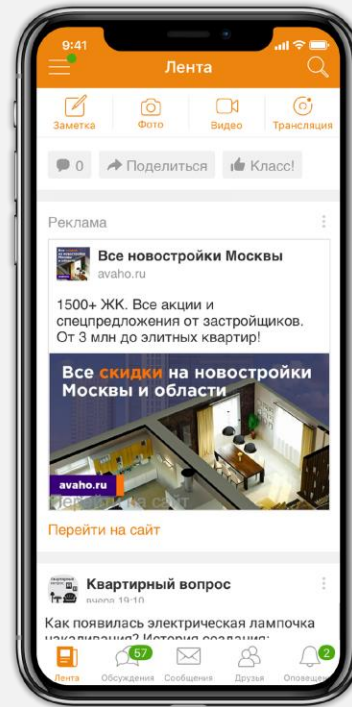
РЕКЛАМНЫЕ ФОРМАТЫ

РЕКЛАМА МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ И МОБИЛЬНОГО САЙТА

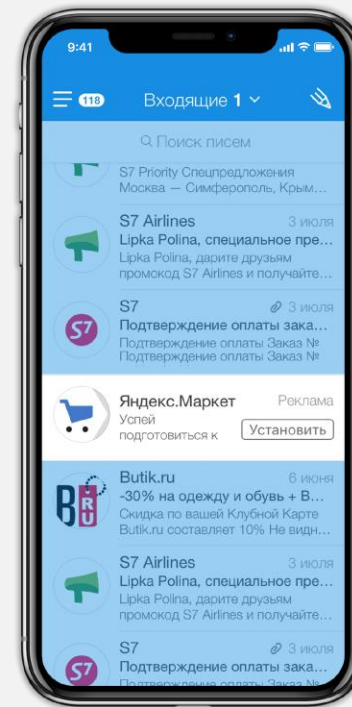
Fullscreen



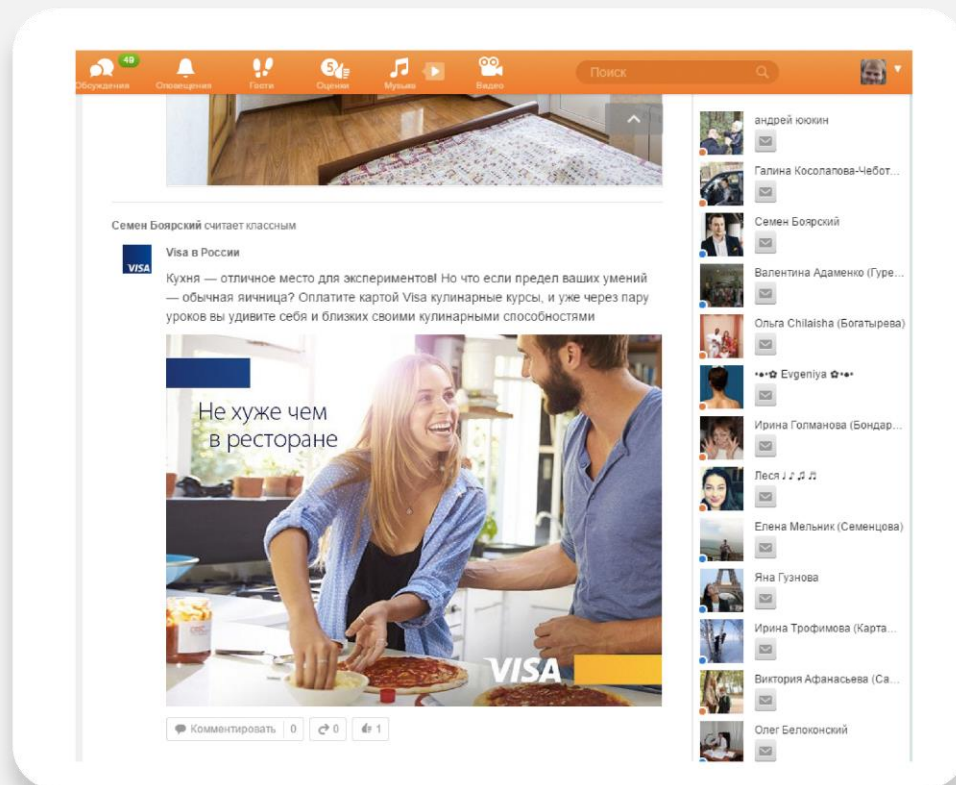
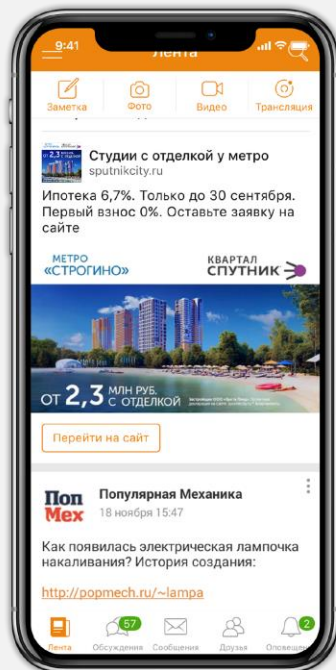
Лента



Стандарт

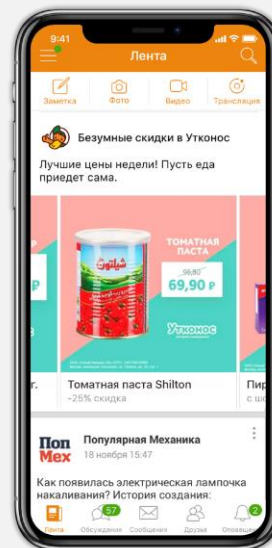
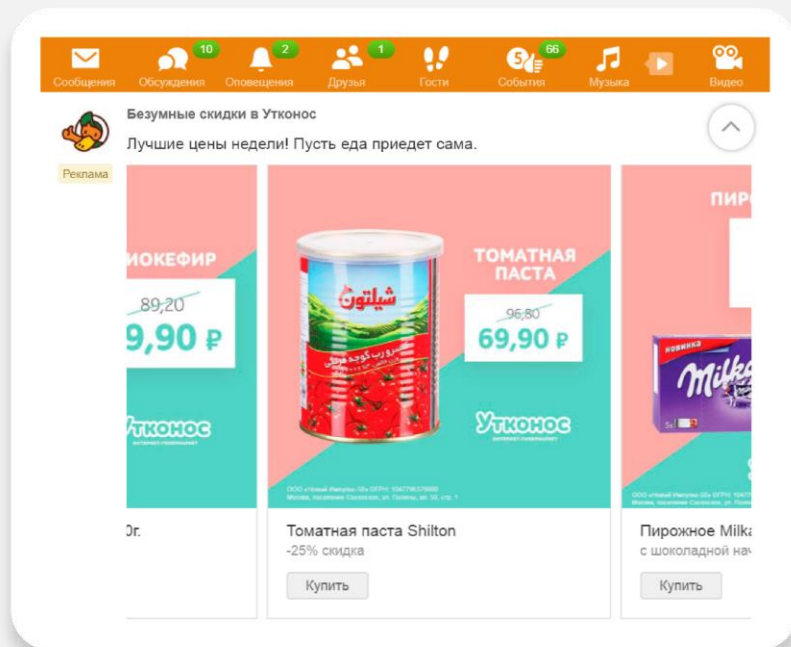


ПРОМО-ПОСТЫ В ОДНОКЛАССНИКАХ



РЕКЛАМНЫЕ ФОРМАТЫ

КРОСС-ПЛАТФОРМЕННАЯ КАРУСЕЛЬ В ОДНОКЛАССНИКАХ



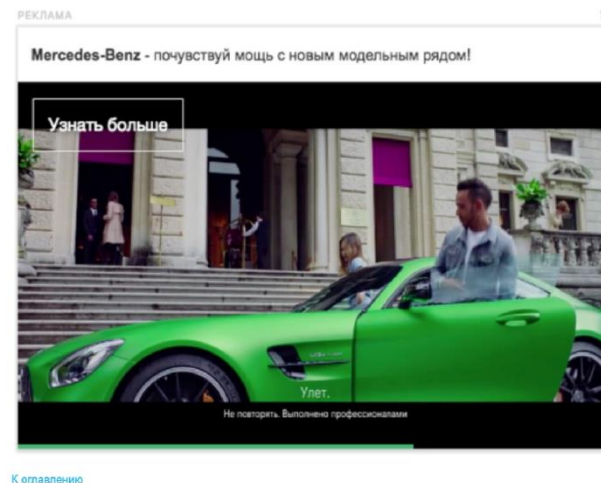
ВИДЕОПОТРЕБЛЕНИЕ В РОССИИ

ПРЕРОЛЛ И OUT-STREAM ВИДЕО В СЕТИ NATIVEROLL

Преролл

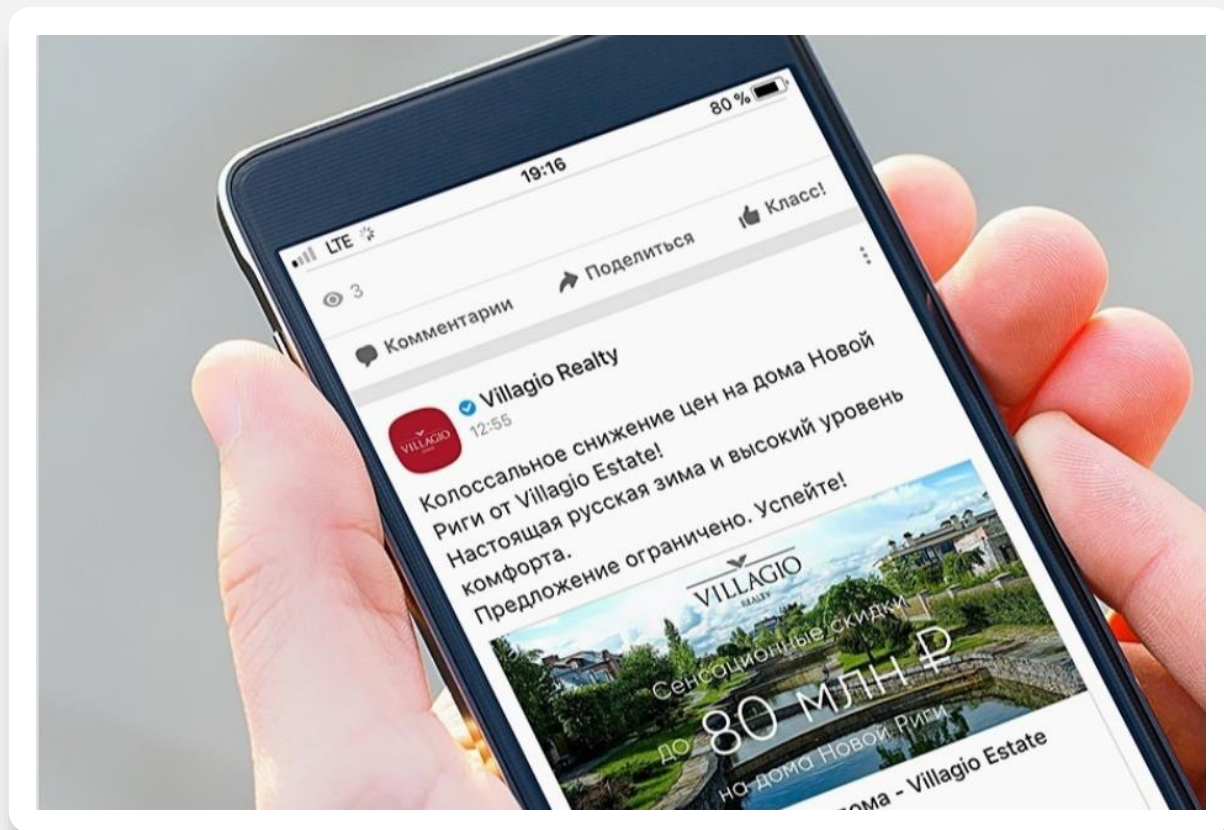


Out-stream видео в сети nativeroll



РЕКЛАМНЫЕ ФОРМАТЫ

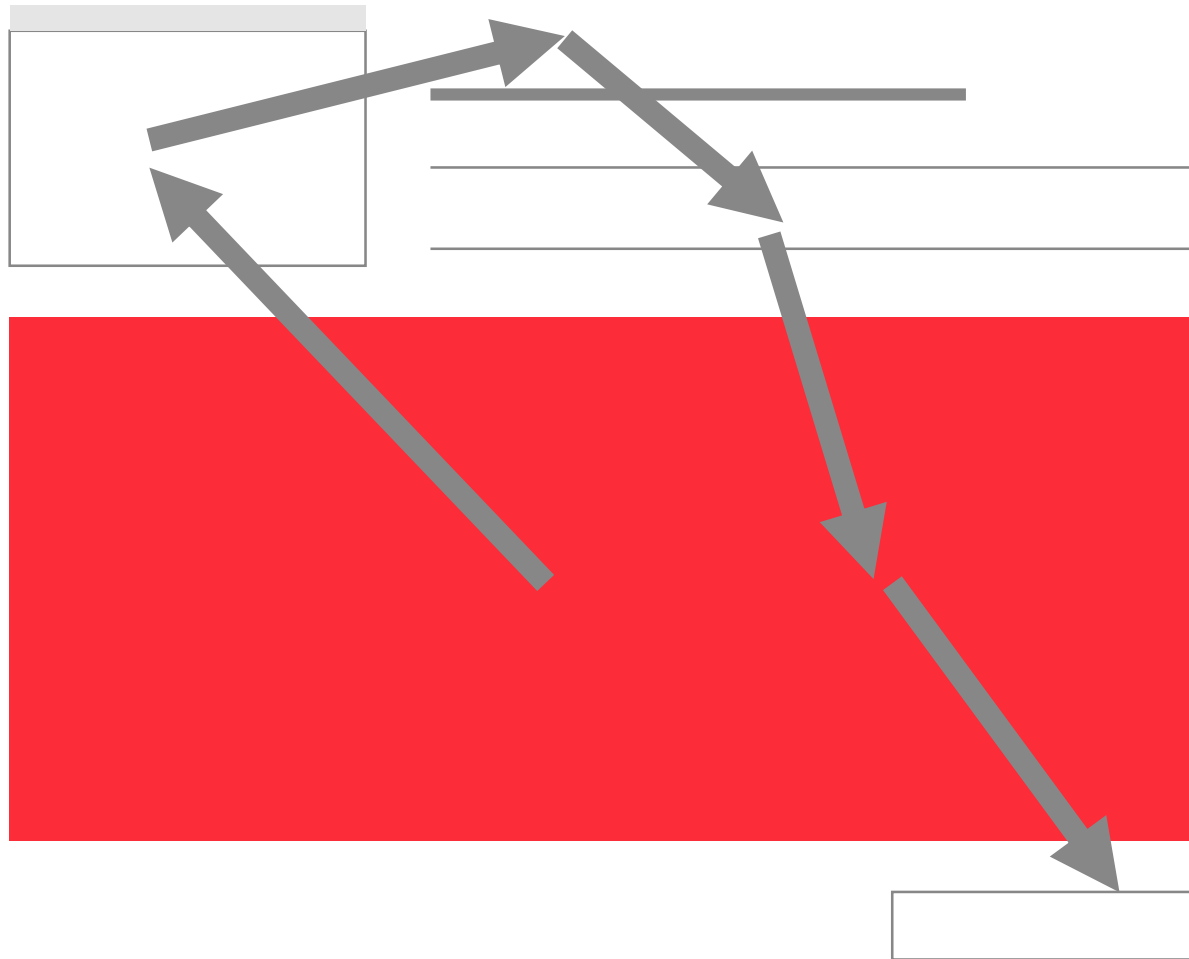
LEAD ADS



Баннеры и креативы



ЗОНЫ ВИДИМОСТИ БАННЕРОВ



- 1 Баннер
- 2 Иконка
- 3 Заголовок
- 4 Основной текст
- 5 Текст на баннере (вчитывается)
- 6 Кнопка Call to action

РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ БАННЕРОВ



Соответствие коммуникации креатива и продукта

Не забывайте проверять и обновлять коммуникацию на креативе. Она должна максимально отражать коммуникацию продукта.

Четкий CALL TO ACTION

Не забывайте указать как на баннере, так и в тексте, то, какое действие вы хотите, чтобы совершил пользователь

Яркий, контрастный баннер, но НЕ ВЫРВИ ГЛАЗ

Задача баннера остановить листание пользователем ленты

ТРИГГЕРЫ и отображение знаний о пользователе

Отражайте знание о поле, возрастах, гео, интересах прямо в баннере и в тексте объявления.

НЕСКОЛЬКО баннеров

Используйте не менее 5 различных подходов в дизайне, чтобы оставить только CTRистое



ЗАПУСК РК

АУКЦИОН

АУКЦИОННАЯ МОДЕЛЬ

**ВСЕ ТОРГИ ПО CPM
(ЕСPM)**

В каждый момент времени в каждой
точке таргетинга стоимость показа
пользователю определяется аукционом

**ЗА ЧТО
ПЛАТИМ?**



CPM



eCPM = CPM



CPC



eCPM = CPC x CTR x 1000



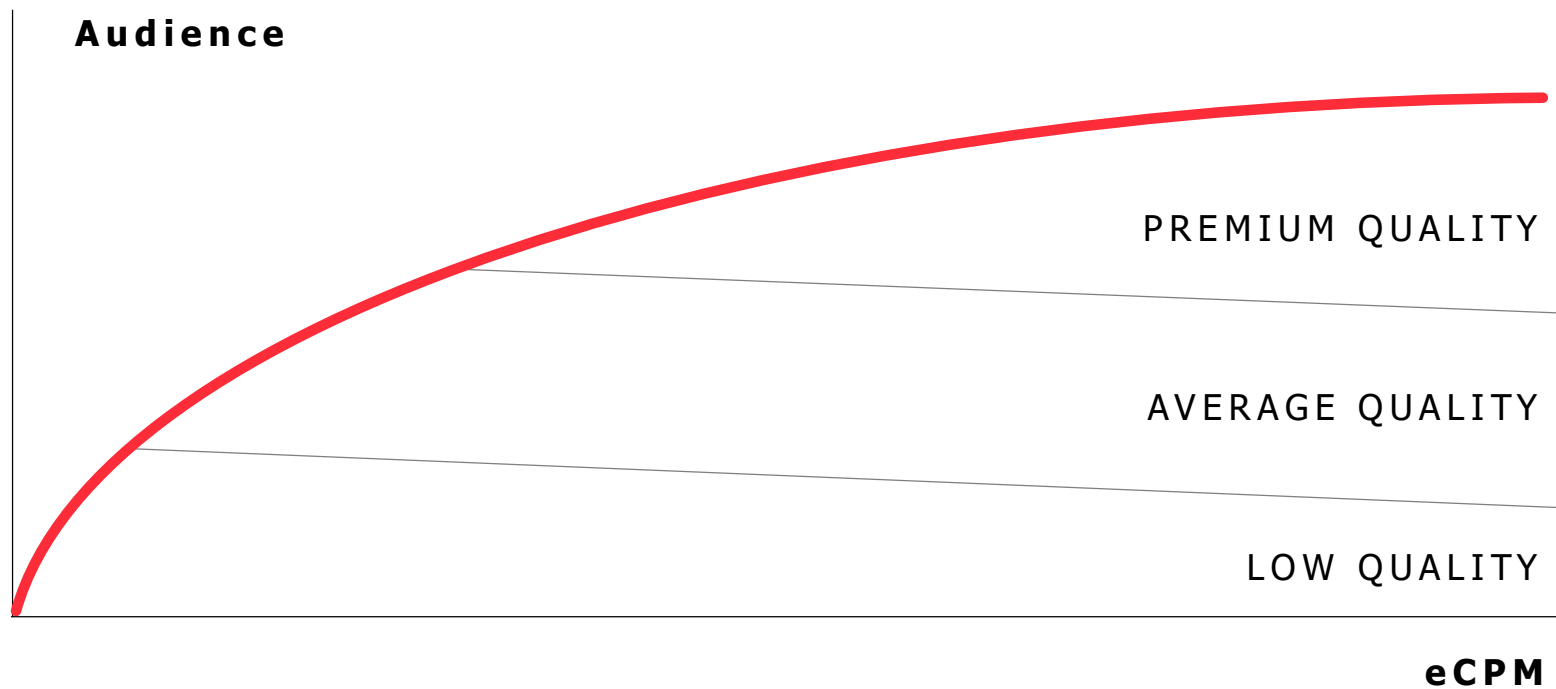
CPI



eCPM = CPI x CTR x CR x 1000

АУКЦИОН

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО eCPM?



ЗАПУСК РК

ПОДГОТОВКА К ЗАПУСКУ

1. Планирование

- Выбор целей, KPI и модели атрибуции
- Проработка гипотез
- Планирование бюджета

2. Техника

- Установка счетчика
- Разметка ссылок
- Сведение статистики в одну таблицу

3. Запуск и ведение

- Изготовление креативов
- Создание и запуск кампаний в myTarget
- Аналитика, оптимизация и масштабирование



ИНСТРУМЕНТЫ



ИНСТРУМЕНТЫ

ПРИМЕНЕНИЕ ОТЧЕТОВ

Оптимизация

1. Выгрузить и проанализировать отчет по полу, возрасту или географии
2. Найти неэффективные сегменты
3. Исключить эти таргетинги из **существующих кампаний**

Масштабирование

1. Выгрузить и проанализировать отчет по интересам
2. Найти интересы с самой высокой конверсией и хорошим объемом
3. Создать **новые кампании**, старгетированные на эти интересы

ИНСТРУМЕНТЫ

ПРИМЕР ОТЧЕТА

Возраст	Показы.	Клики.	Конверсии.	CTR.	CPI.	CR.
18	330001	2065	52	0,626%	4,50	2,5%
19	302104	1846	47	0,611%	4,46	2,5%
20	206578	1148	33	0,556%	4,06	2,8%
21	195741	916	36	0,468%	2,95	3,9%
22	190243	769	45	0,404%	1,96	5,8%
23	162908	674	40	0,414%	1,93	5,9%
24	142554	603	45	0,423%	1,53	7,4%
25	90993	380	40	0,418%	1,09	10,4%
26	95813	422	50	0,440%	0,96	11,8%
27	101083	456	57	0,451%	0,91	12,4%
28	86564	352	43	0,407%	0,93	12,1%
29	78871	307	48	0,389%	0,73	15,5%
30	65714	268	37	0,408%	0,83	13,7%
31	57724	214	40	0,371%	0,60	18,5%
32	49611	201	31	0,405%	0,73	15,2%
33	43111	152	30	0,353%	0,57	19,5%
34	34248	117	19	0,342%	0,69	15,9%
35	28140	85	13	0,302%	0,78	14,8%
36	24232	85	15	0,351%	0,64	17,2%
37	23925	82	10	0,343%	1,01	11,7%
38	20132	69	7	0,343%	1,33	9,6%
39	15438	49	10	0,317%	0,55	19,6%

БАНК

Кампания	Затраты	Клики	CPC	Заявки	CPL
Номер 1	100 000р.	10000	10р.	1000	100р.
Номер 2	100 000р.	10000	10р.	800	125р.

БАНК

Кампания	Затраты	Клики	CPC	Заявки	CPL	Выдачи	CRA
Номер 1	100 000р.	10000	10р.	1000	100р.	5	20 000р.
Номер 2	100 000р.	10000	10р.	800	125р.	50	2 000р.

ЧЕК-ЛИСТЫ



Ч Е К Л И С Т

ЧТО ТАКОЕ ХОРОШО

Эксперименты - только через копии

Работает – не трогай!

Разделение по полу и географии

Реакция на креативы у различных аудиторий отличается.

Часто нужно поставить разные ставки на разные аудитории.

«Быстрое распределение бюджета»

Кроме случаев, когда надо растянуть маленький бюджет надолго.

Постоянно тестировать новые подходы

Баннеры выгорают, даже «чемпионы». Если нет новых – то ой.

Активно пользоваться выгружаемой статистикой

Аналитика, оптимизация, масштабирование.

Разделять десктоп и мобайл

Разные настройки, ставки, лендинги.

Ч Е К Л И С Т

ЧТО ТАКОЕ ПЛОХО

Нельзя останавливать успешную РК

В размещении используется прогноз CTR, основанный на статистике.

Не запускать РК без настроенной аналитики

Выбор системы аналитики и настройка целевых действий.

Не делать выводы по 10 кликам

Обычно требуется несколько сотен кликов или несколько десятков тысяч показов, чтобы принять решение.

Не ждать качественный трафик по супер низким ставкам

В myTarget – аукцион. За качественный трафик надо бороться с конкурентами.

Не ставить маленький бюджет на кампанию

Это сильно снижает скорость открутки.

Не запускать СРС на узкую аудиторию

Для супер-узких аудиторий лучше использовать СРМ.

РЕКОМЕНДАЦИИ

УМЕНЬШАЕМ СРА (CPL)

Улучшить креатив

Помним, что креатив – это 70% успеха.
Остальное за ставками и таргетингами.

Точнее попасть в аудиторию

Протестировать нестандартные таргетинги или подходы, чтобы изменить вводные на момент прогноза CTR для баннера

Увеличить или уменьшить ставку

Изменение ставки позволит попасть в другую аудиторию

Оптимизировать лендинг

Лендинг влияет на конверсию.
Важно, чтобы лендинг соответствовал рекламе, чтобы не возникало эффекта мислида

Все вместе

Часто ошибки допускают в комплексе



Используйте возможности **myTarget**
с максимальной эффективностью
o.chvanova@corp.mail.ru

Подробнее о формате читайте на [myTarget PRO](#)