

A silhouette of a person standing on a grassy hill, holding a long staff horizontally with their right hand. The person is facing right. The background is a vibrant sunset sky with orange and yellow clouds. A large, semi-transparent orange circle is overlaid on the right side of the image, containing the text.

**ПУТЬ К СВОЕЙ
АУДИТОРИИ**

WEBORAMA В МИРЕ

FOUNDED IN FRANCE
OPERATES WORLDWIDE

18 Лет экспертизы в области
рекламных технологий

15 Рынков
присутствия

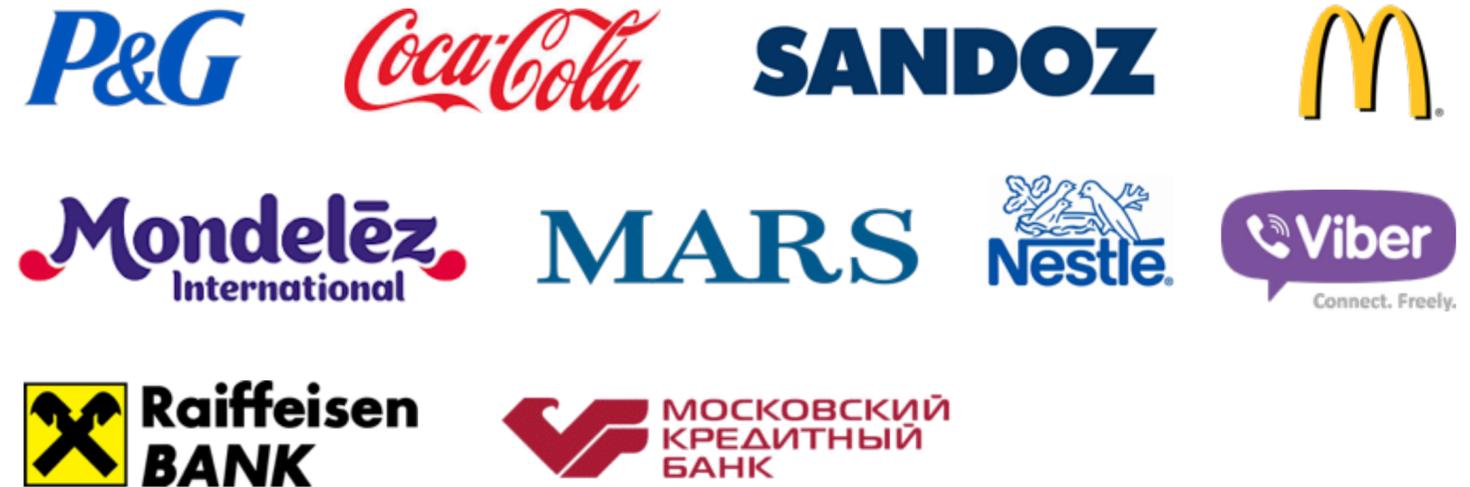
1K Клиентов по
всему миру

250+ Сотрудников
в штате

КЛИЕНТЫ

Крупнейшие компании выбрали технологию и команду Weborama для решения Big Data задач

Анализ массивов данных с маркетинговых активностей



Алгоритмы для работы с существующей базой пользователей



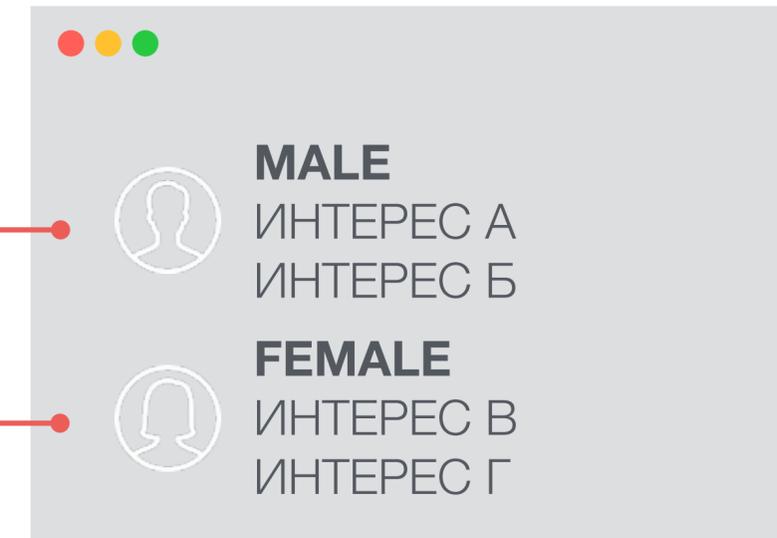
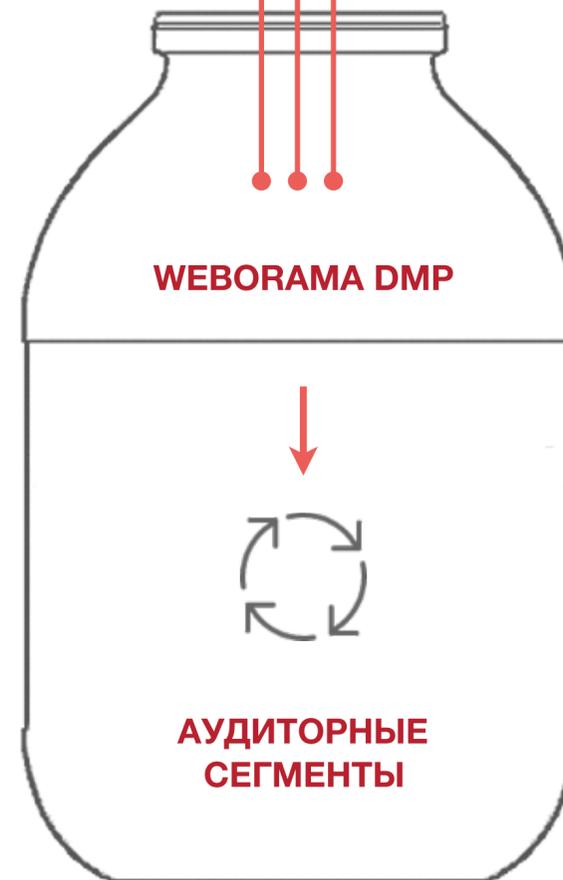
ЧТО ТАКОЕ DMP

Данные с сайта клиента

Данные из CRM

Аудиторные данные Weborama

- Обогащение собственными данными
- Структурирование данных
- Анализ данных и выявление трендов
- Алгоритмы для обработки больших массивов данных
- Построение look-a-like



- Передача данных в любые сторонние платформы
- Использование данных в размещениях
- Прозрачность платформы и алгоритмов

ДАННЫЕ В ЦИФРАХ

Мы видим всю аудиторию рунета

Млн. человек:

- 146** Население России
- 84** Аудитория Рунета*
- 84** Данные DMP Weborama



ДАННЫЕ, КОТОРЫЕ РАБОТАЮТ

Для каждого профиля пользователя мы знаем полную информацию: пол, возраст, социальное положение, интересы и поведение в интернете

Социально-демографические



Поставщик
панельных данных



Верифицированные
профили



Моделирование характеристик на
основе полученных данных и
имеющихся поведенческих профилей

Поведенческие (интересы)



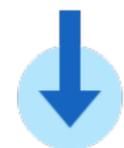
Обработка
имеющихся логов



Анализ контента
страниц



Определение
тематики и
присвоение интереса



АУДИТОРНЫЕ СЕГМЕНТЫ WEBORAMA

Более **200** предустановленных аудиторных сегментов

Построение любого специализированного сегмента **по запросу**

Сегмент	Описание
Auto Men	Male + Cars, Car brands
Auto Women	Female + Cars, Car brands
Beauty Seekers	Beauty & Personal care
Cinemaddicts	Going Out, Cinemas, Films
Geeks	18-24, Gadget lovers, Tech enthusiasts
Healthcare 50+	50-65 + Healthcare & Medicine, Pharmacy
Light TV Viewers	Catch-up TV, TV Shows, TV Channels
Smokers	Stop Smoking
Travellers	Travel & Tourism
Young mothers	Female + 25-34 + Family, Enfants & Children, Toys & Games
etc...	

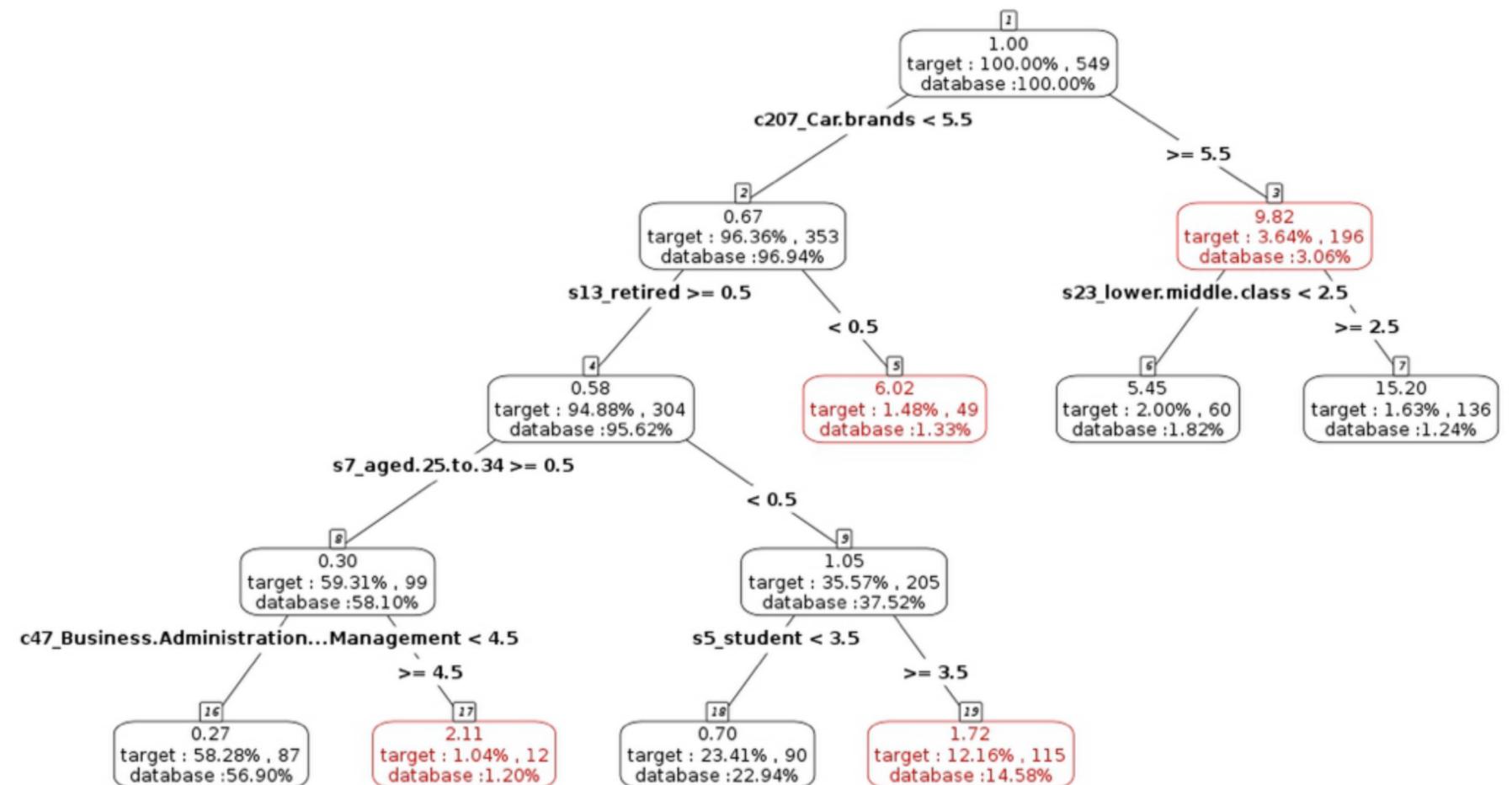
LOOK-A-LIKE МОДЕЛИРОВАНИЕ

Мы берем эффективную аудиторию:

- Данные с сайта (оставили заявку, сделали покупку)
- Данные с рекламных кампаний (досмотрели ролик)
- Панелисты исследователей (ОМІ, Tiburon, Ромир, GFK)
- Данные CRM (актуальные клиенты)

Система строит аудиторию с **таким же** онлайн-поведением - клон ваших эффективных пользователей

SCF id is 852, gain effective is 3.70 , conversions(red) are 372, volume_red (target) is 18.31% (database) is 20.16%



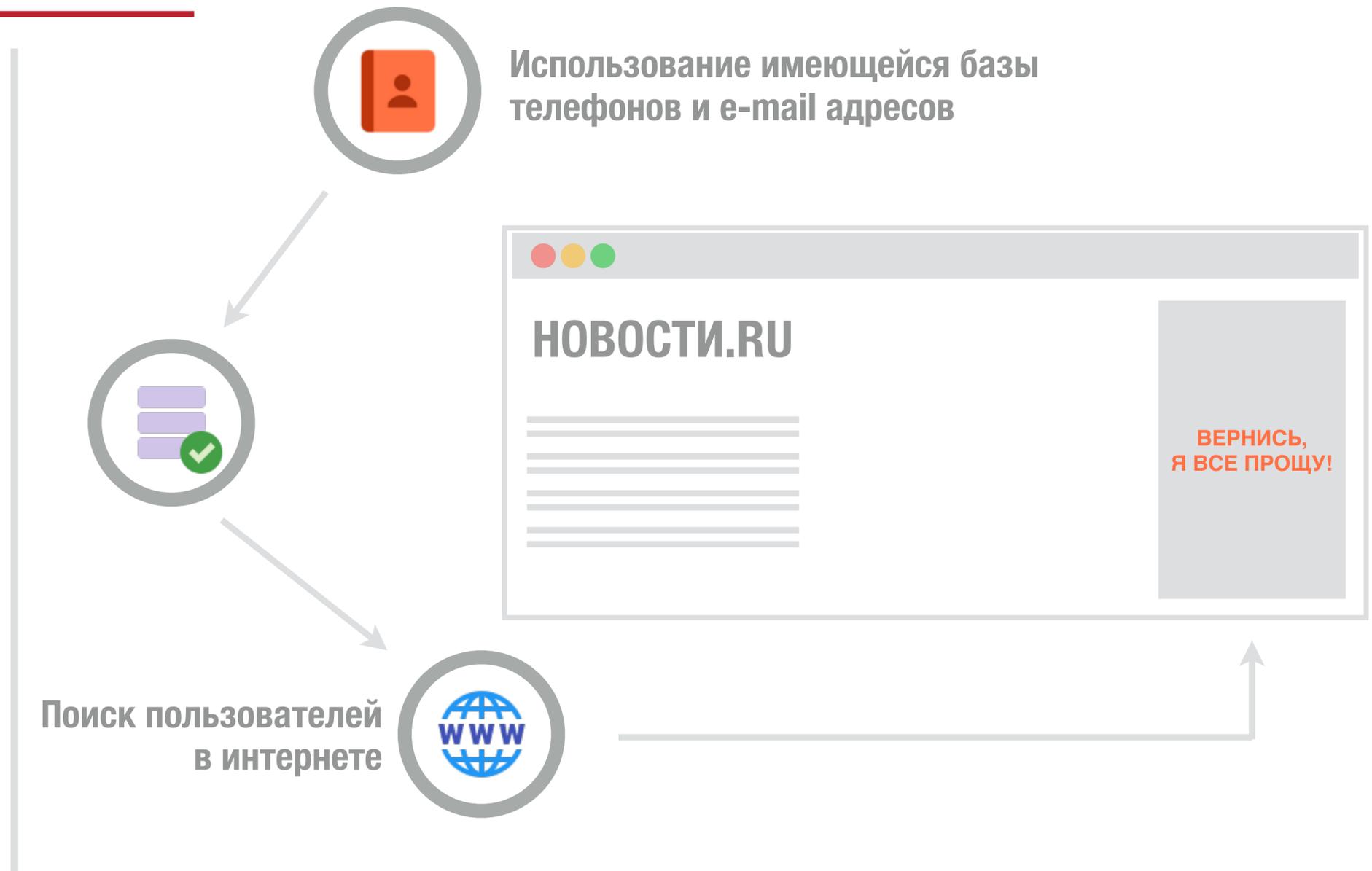
CRM ON-BOARDING

Поиск аудитории из вашей оффлайн-базы в онлайн

Повторная активация клиентов и выстраивание нужной коммуникации

Анонимность и защита личной информации пользователей

Передача и использование данных в **любой** платформе



ДИНАМИЧЕСКИЕ КРЕАТИВЫ



ОДИН КРЕАТИВ - МНОГО СООБЩЕНИЙ

Один динамический баннер вместо комплекта стандартных



ПОВЫШЕНИЕ КОНВЕРСИИ

Адресное сообщение и релевантное товарное предложение повышают отклик пользователя.



ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Автоматическая оптимизация креативов по KPI



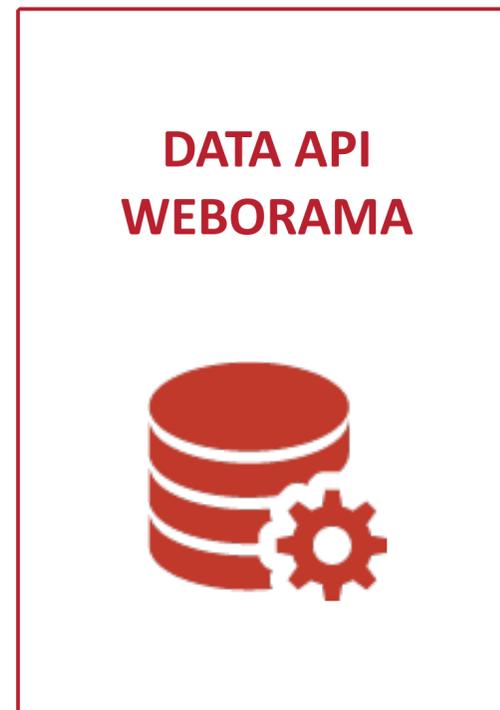
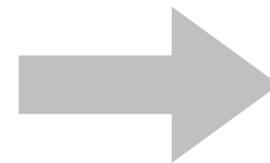
WOW-ЭФФЕКТ

Динамический креатив выстраивает диалог с пользователем, привлекая его внимание.

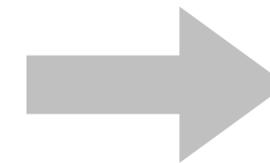
УМНЫЙ ТАРГЕТИНГ



Сайт клиента с продуктовыми страницами

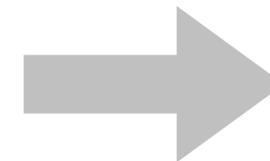


Аудиторные сегменты Weborama
+
Данные с сайта клиента



Рекламное размещение

1. Пользователь посмотрел товары на сайте клиента



2. Пользователь видит баннер с тем же товаром

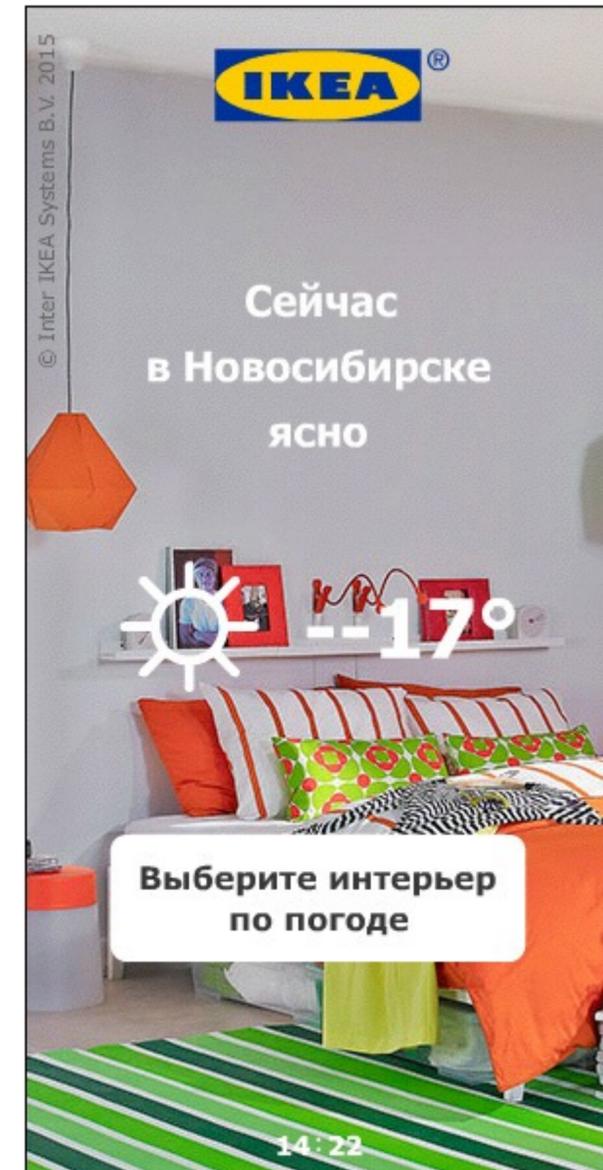
ДИНАМИЧЕСКАЯ ВЫДАЧА КОНТЕНТА

Контент баннера и рекламное сообщение меняются в зависимости от условий, в которых находится пользователь:

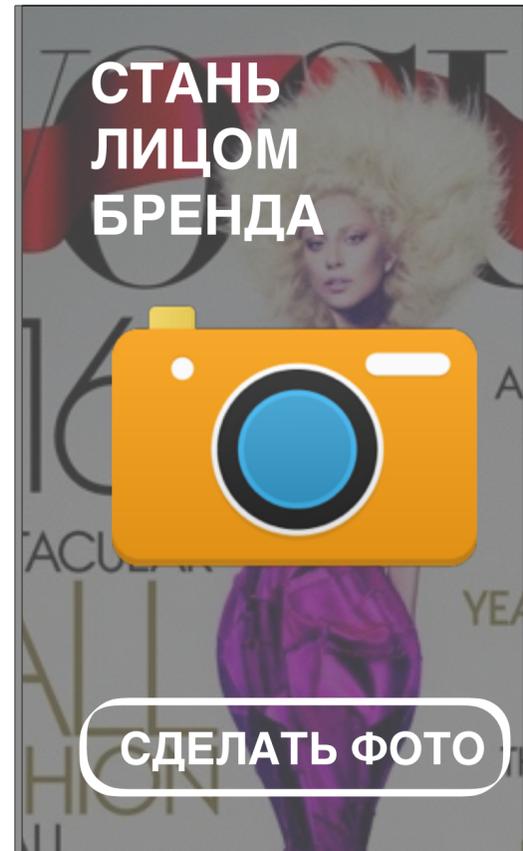
- город
- погодные условия
- время
- etc

Таким образом, баннер подстраивается под настроение и потребности пользователя.

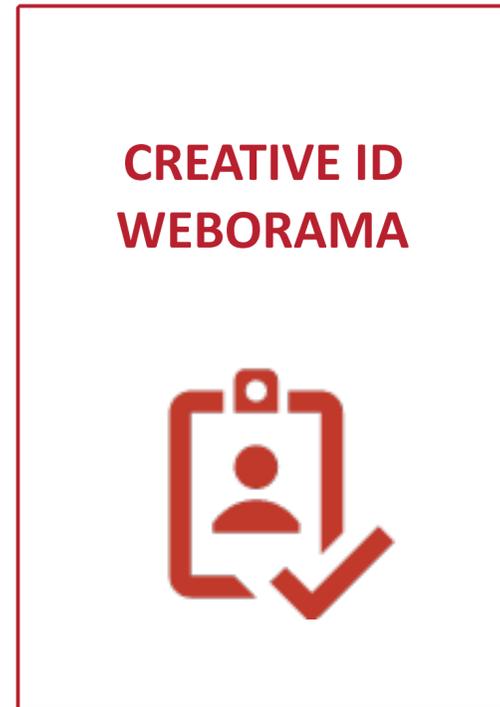
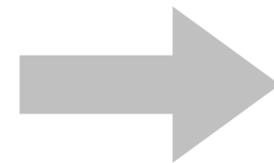
Баннер предлагает пользователю именно те товары, которые востребованы в актуальных для него условиях.



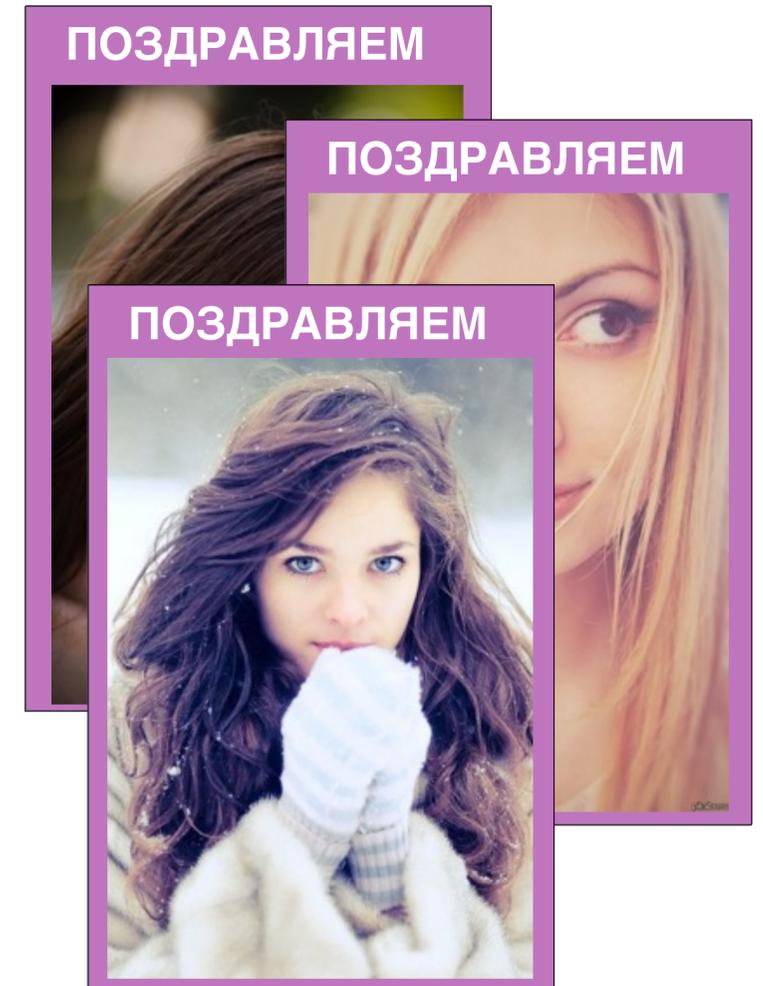
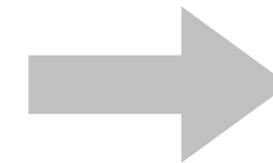
ВЫДАЧА КОНТЕНТА ПО CREATIVE ID



1. Пользователь фотографируется в баннере на веб-камеру



Creative ID Weborama связывается с профилем пользователя



2. Пользователь видит рекламный баннер со своей фотографией.

БИЗНЕС-ЦЕЛИ НА ЛЮБОЙ ВКУС

Мы выбираем те аудиторные таргетинги, которые наиболее соответствуют вашим **KPI**

Вы озвучиваете нам ваши **бизнес-задачи**

Мы предлагаем технологические решения для их достижения



Точное попадание в ЦА

✓ Таргетинг: **соц-дем**



Улучшение ключевых показателей РК

✓ Таргетинг: **соц-дем, интересы**



Улучшение пост-клик показателей

✓ Таргетинг: **look-alike, интересы**

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ

- Анализ влияния аудиторных таргетингов на прямые показатели эффективности РК
- Анализ влияния аудиторных таргетингов на пост-клик результаты
- Анализ влияния аудиторных таргетингов на точность попадания в TNS
- Учет отложенных конверсий (модель атрибуции)

! Для более глубокого анализа результатов необходимо **всегда** запрашивать статистику из TNS и систем аналитики.

УХОД ЗА КАМПАНИЕЙ

Оптимизация кампаний - сложный многофакторный процесс

Использование платформы DMP позволяет получить, структурировать и использовать все типы аудиторных данных для получения **максимальной эффективности**

На протяжении всей кампании необходимо следить за достижением поставленных KPI и **оптимизировать** размещение **real-time**





КЕЙСЫ

КЕЙС #1

? Задача

- Увеличить заявки с сайта по конкретному проекту

🎯 Цель

- Обратный звонок

Кампания: Варшавское шоссе 141

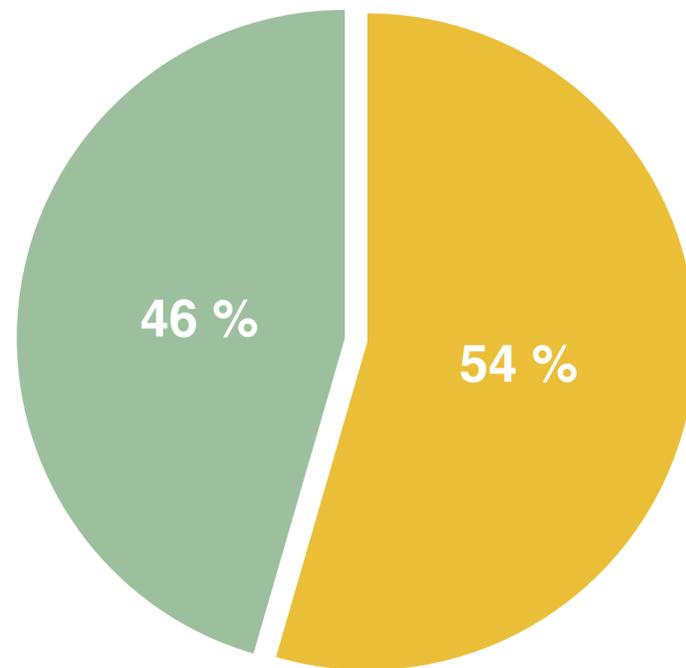
Площадка: Ресурсы РБК

Формат: 240x400



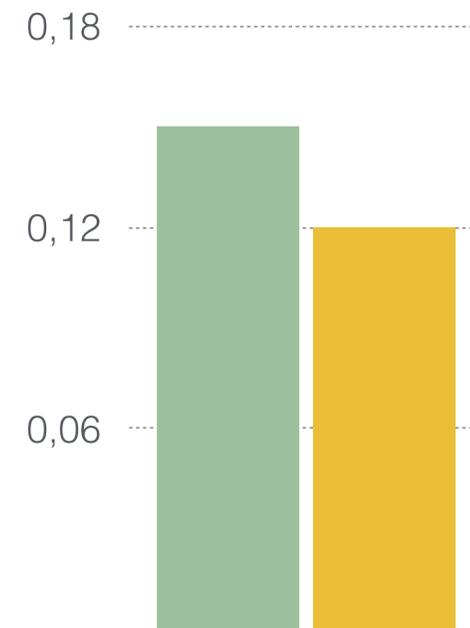
КЕЙС #1

ПОКАЗЫ

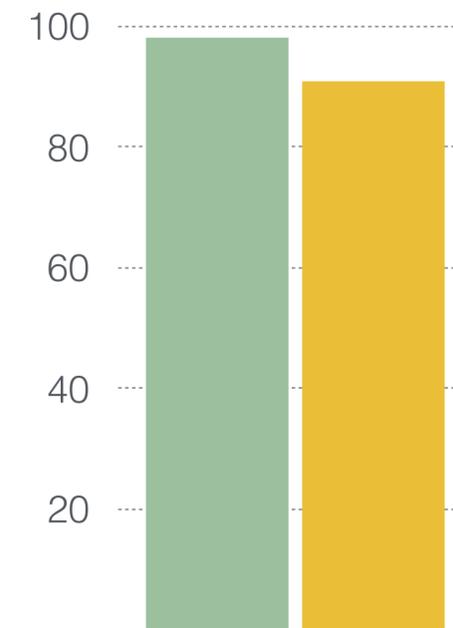


● LOOK-A-LIKE ● Стандартные

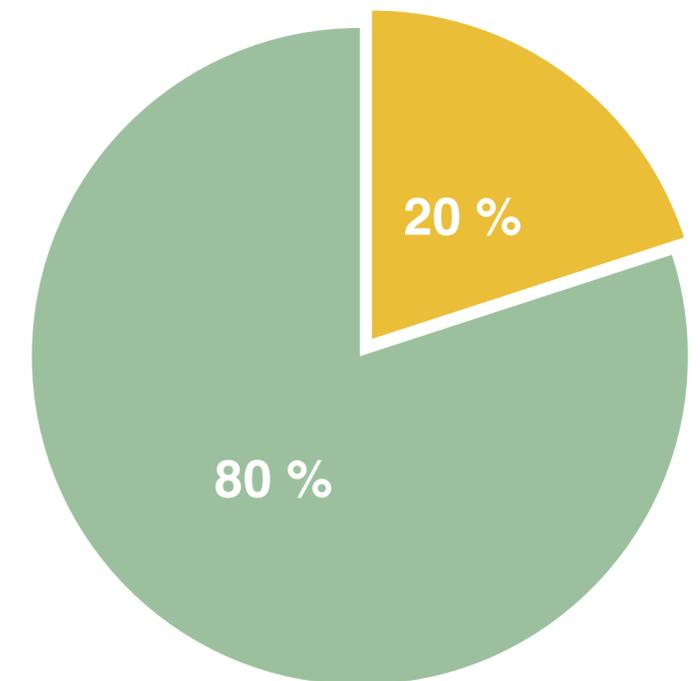
CTR



ВРЕМЯ, сек.



ЗВОНКИ



x4 Использование **look-a-like** подхода к определению аудитории позволило увеличить показатель конверсии ~ в 4 раза

КЕЙС #2: ЗАДАЧА



Задача

- Попадание в ЦА (All, 25 - 49)
- Гео: Москва, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Екатеринбург, Новосибирск
- Привлечение новых клиентов

КРІ

- Заявка на подбор предложения по ипотеке
- Стоимость заявки 900 - 1000 р

КЕЙС #2: РЕШЕНИЕ

Мы протегировали сайт клиента и каждое целевое действие (форма заявки)

С отправления заявки мы собрали эффективную аудиторию и построили к ней **look-alike** = новые потенциальные клиенты

Те посетители сайта, которые не дошли до целевого действия (не отправили заявку), попали в сегмент для возврата аудитории (ретаргет)

Были созданы новые креативы



КЕЙС #2: СТРАТЕГИИ

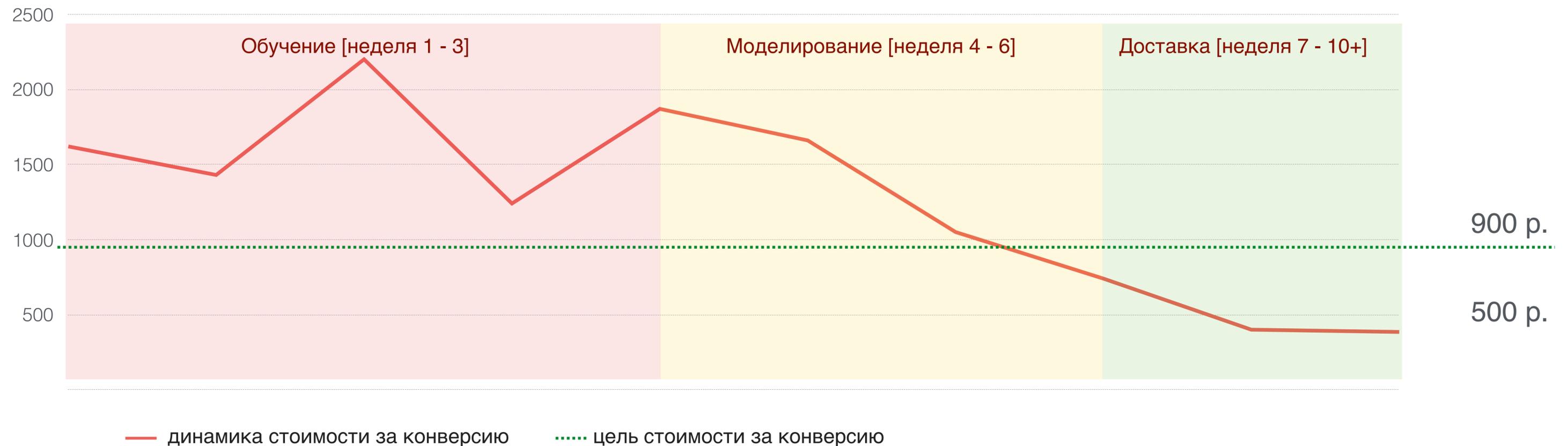
Активность кампании разбита на несколько различных стратегий
Эффективность каждой стратегии отслеживается по пост-клику (GA) для постоянной оптимизации

- 1 Соц-дем таргетинг (возраст)
- 2 Возврат аудитории (ретаргетинг)
- 3 Таргетинг по интересам
- 4 Новые креативы + look-alike
- 5 Таргетинг на мобильные устройства

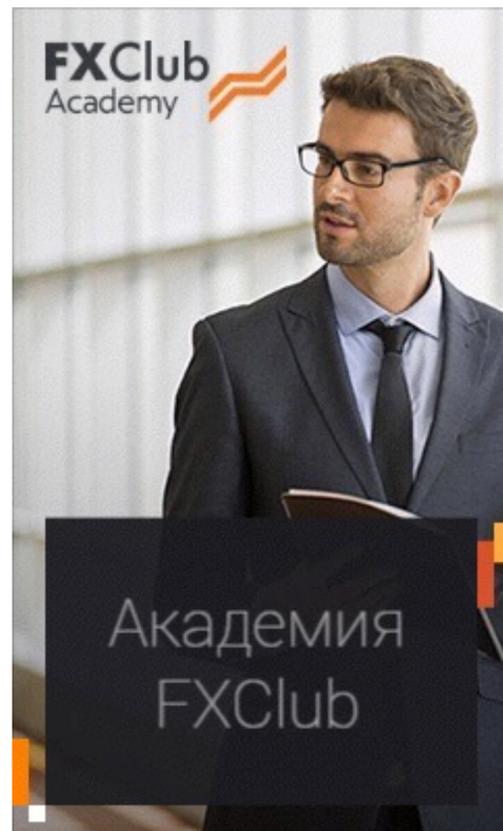


КЕЙС #2: РЕЗУЛЬТАТ

- ~ 45 % всех конверсий были достигнуты при средней стоимости заявки в **370 рублей**
- Смена креативов дает ощутимое увеличение конверсионных показателей
- **Новые каналы** взаимодействия (мобайл) приводят к привлечению новых клиентов



КЕЙС #3: ЗАДАЧА



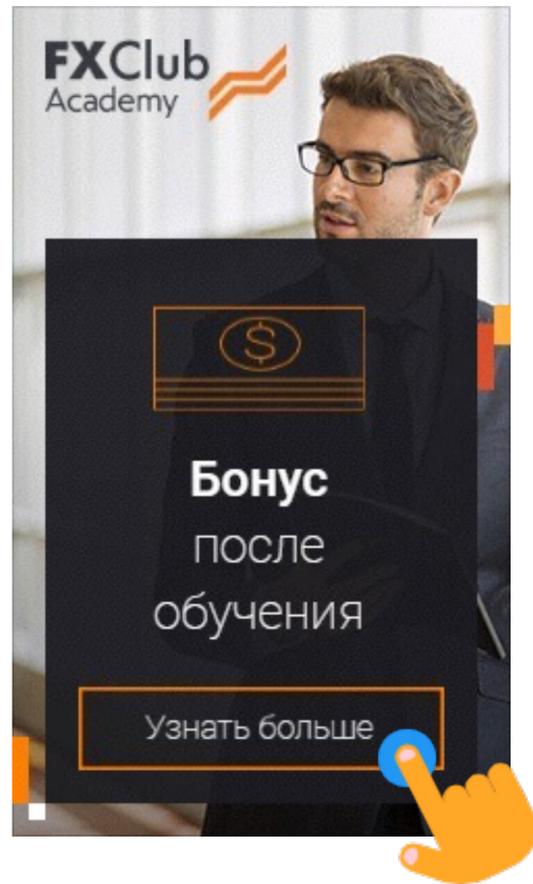
Задача

- Построение знания о продукте
- Привлечение новых клиентов

КРІ

- Время на сайте (1 минута)
- Заявка на обучение в академии

КЕЙС #3: РЕЗУЛЬТАТ



✓ Решение

- Построение релевантных аудиторных сегментов
- Запуск нескольких стратегий - на каждый сегмент
- Постоянная оптимизация размещения по KPI



CTR - 0,11%



Conversion Rate - 2%



Глубина просмотра - 2,1 страницы



Время на сайте - 75 секунд

КЕЙС #4: ЗАДАЧА



Задача

- Добор охвата к прямому размещению (2 млн. U.U.)
- Исключить пересечение с прямым размещением (< 2%)
- View Through Rate (30%)

Решение

- Трекинг прямого размещения и сбор «охваченной» аудитории
- Исключение «охваченной» аудитории из программатик флайта
- Оптимизация кампании по показателям досмотра

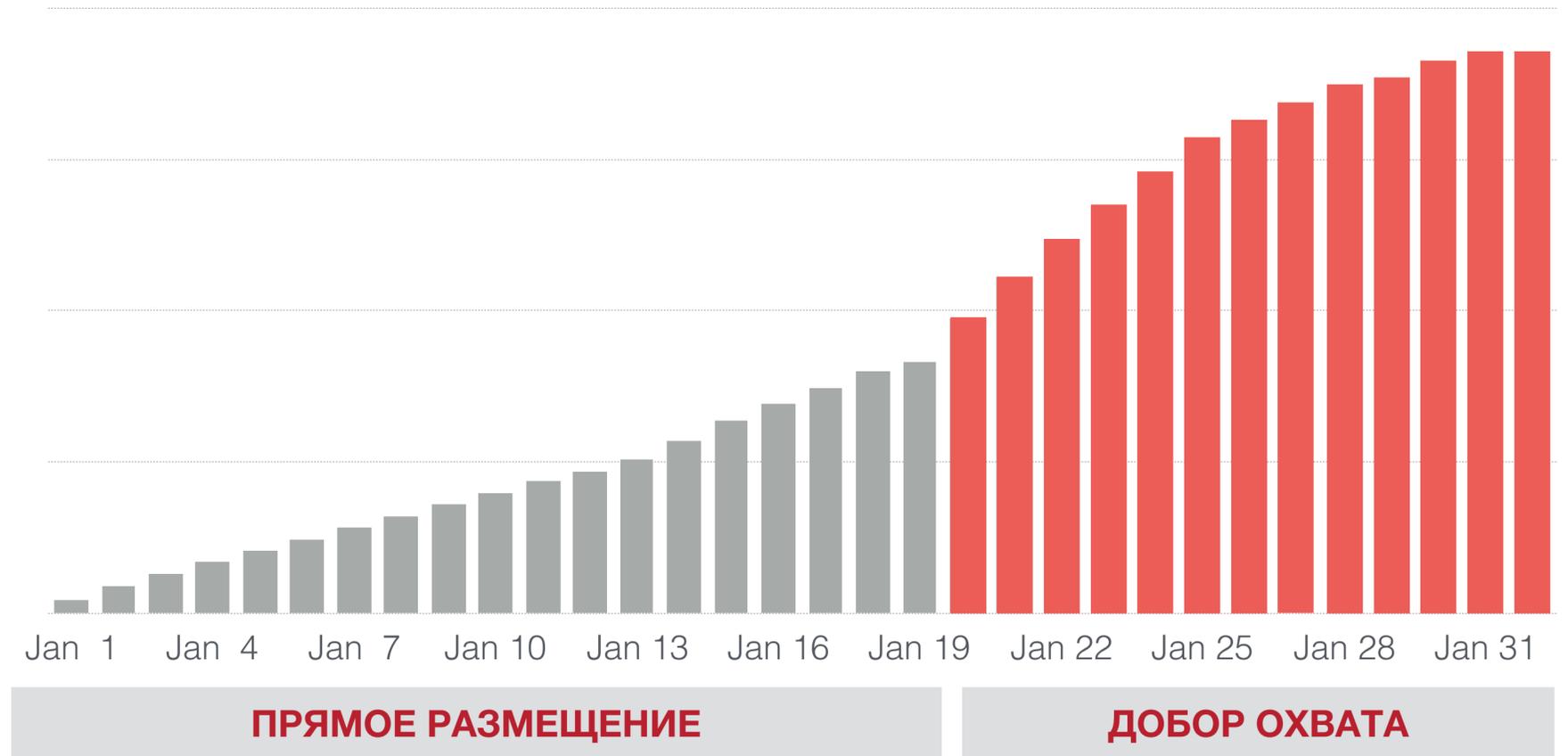
КЕЙС #4: РЕЗУЛЬТАТ

~ 1.5%

ПЕРЕСЕЧЕНИЕ АУДИТОРИИ С
ПРЯМЫМ РАЗМЕЩЕНИЕМ

35%

VIEW THROUGH
RATE (VTR)



10 142 338 U.U.

ОБЩИЙ ОХВАТ ПРЯМОГО РАЗМЕЩЕНИЯ

1 998 816 U.U.

ДОП. ОХВАТ

КЕЙС #5: ЗАДАЧА



Задача

Стимулировать продажи автомобилей по летним ценам

Целевые действия

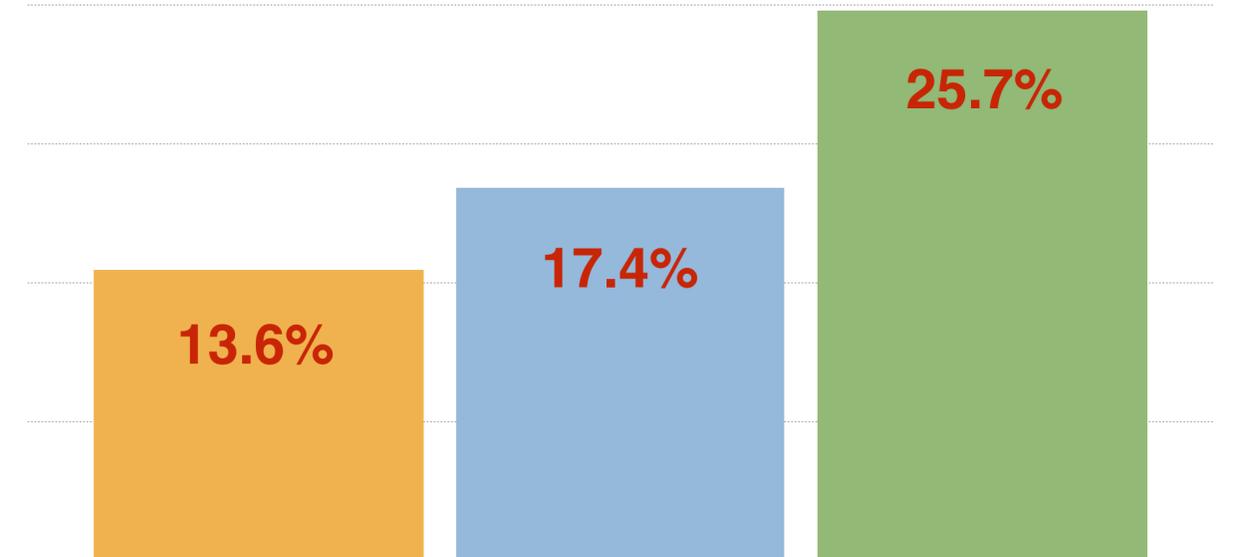
- Запись на тест-драйв
- Скачивание брошюры
- Запрос цены
- Поиск дилера
- Конфигураторы

КЕЙС #5: РЕШЕНИЕ И РЕЗУЛЬТАТ

✓ Решение

- ЦА по брифу (на основе знаний Avito)
- Look-a-like Weborama на тех, кто совершал целевые действия
- Ретаргетинг

Total Conversion Rate, %



22% общий прирост эффективности

РАЗВИТИЕ МЕДИЙНОГО РЫНКА

Подход к размещению рекламы
изменился коренным образом
DATA - strong trend

В ПРОШЛОМ

Покупка показов вслепую

В БУДУЩЕМ

Целевой охват

Фокус на результат

WE ♥ DATA

SALES@WEBORAMA.COM.RU

