



**МОБИЛЬНАЯ
РЕКЛАМНАЯ
ПЛАТФОРМА**

BYUD — это крупнейшая в мире мобильная рекламная платформа для закупки мобильного рекламного трафика в режиме реального времени

СОВОКУПНЫЙ ОХВАТ В РФ

Б О Л Е Е

86 МЛН.

УНИКАЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ





Только
с компьютеров

24%

С компьютеров
и мобильных устройств

41%

Только с мобильных
устройств

35%

84% используют более одного устройства



86,6 млн.
мобильная аудитория
в России



33,2 млн.
mobile only
аудитория



Количество пользователей мобильного интернета внутри социально-демографических групп

Пол



Женщины
45%



Мужчины
55%

Мобильные устройства для выхода в интернет

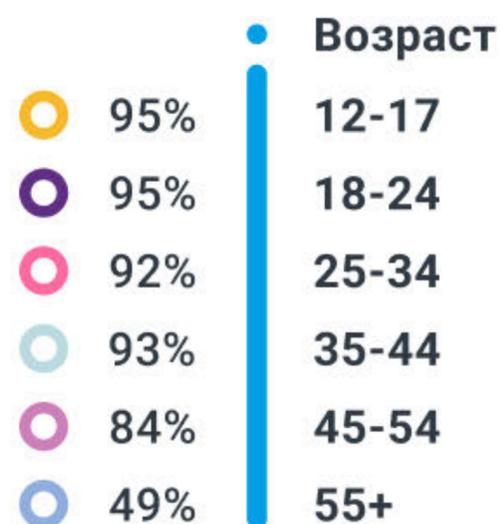


Смартфоны
94%

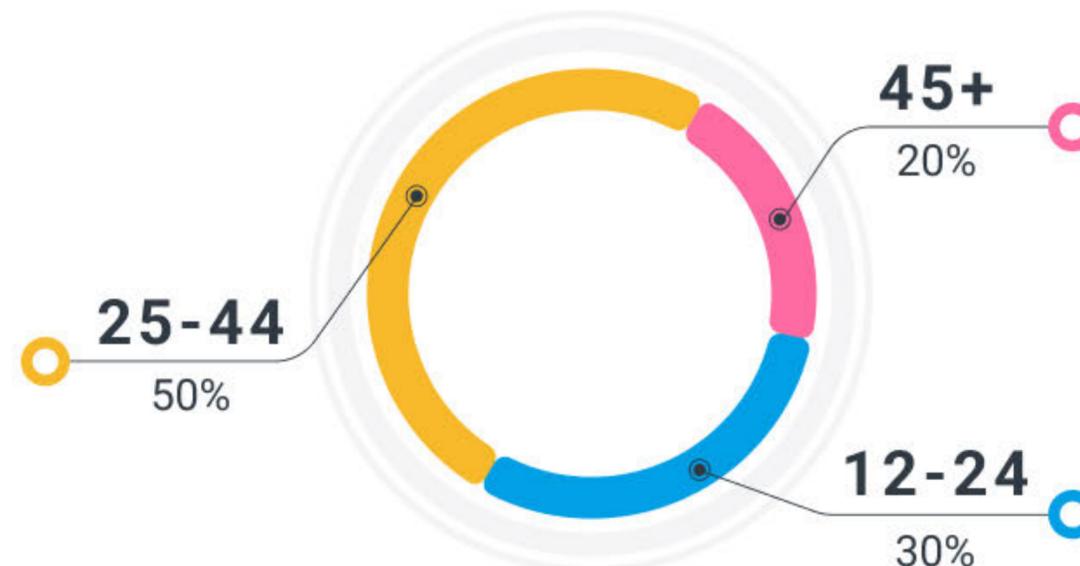


Планшеты
33%

Проникновение мобильного интернета среди возрастных групп



Основная аудитория мобайла в России – молодые и платежеспособные пользователи





МОБИЛЬНАЯ
РЕКЛАМНАЯ
ПЛАТФОРМА

ЗА 7 ЛЕТ РАБОТЫ ПРОВЕДЕНО БОЛЕЕ 1500 КАМПАНИЙ





КРУПНЕЙШИЕ СЕТЕВЫЕ И НЕЗАВИСИМЫЕ РЕКЛАМНЫЕ АГЕНТСТВА





Inshot

100 000 000+



PicCollage

50 000 000+



SoundCloud –
музыка и звук

100 000 000+



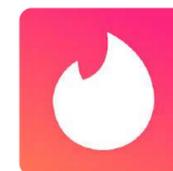
Badoo –
знакомства и чат

100 000 000+



ASKfm: Анонимные
Вопросы, Чат

50 000 000+



Tinder -
знакомства и чат

100 000 000+



duolingo

Duolingo: Учи
языки бесплатно

100 000 000+



Reddit

50 000 000+



Женский
Календарь

100 000 000+



Календарь
беременности

10 000 000+



Angry Birds Epic
RPG

10 000 000+



Говорящий Том

100 000 000+



ЛитРес:

ЛитРес: Читай и
Слушай

10 000 000+



Лайм HD TV

10 000 000+



Opera News:
свежие новости

100 000 000+



SPB TV

5 000 000+



ТОП ЛИСТ



Более того, если посмотреть на прирост новых уникальных пользователей в каждой категории приложений, можно заметить, что в неигровых категориях (таких как «Утилиты/виджеты» и «Развлечения») прирост новых пользователей выше всего

Полное исключение из таргетингов приложений категории «Card Games» снизит потенциальный охват всего на 1,2%, в то время как исключение площадок категории «Утилиты/виджеты» снизит количество уникальных пользователей на 22%

ПРИРОСТ УНИКАЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ





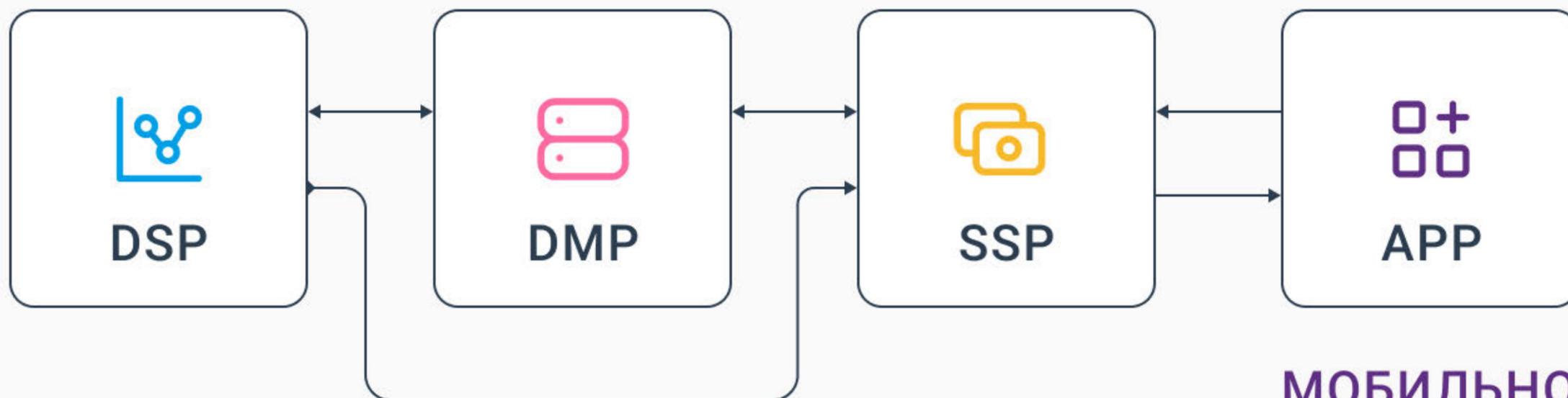
REAL-TIME BIDDING

ОПТИМИЗАЦИЯ BYUD

- Заведение и настройка кампании
- Выбор таргетингов и ставки
- Отправка запроса на показ в SSP

АУКЦИОН

Проведение торгов среди DSP на показ рекламы соответствующей ЦА



ДАнные
О ПОльзователе

Осуществляется проверка полученных от SSP-данных

МОБИЛЬНОЕ
ПРИЛОЖЕНИЕ

Формирование Bid Request и отправка данных о пользователе и его девайсе в SSP



В наш инвентарь включены все ключевые SSP, которые обеспечивают нам пул **БОЛЕЕ 100 000** мобильных приложений с инвентарем в любой точке мира, что и гарантирует беспрецедентный охват аудитории

Список площадок SSP



НА ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ



Пол



Возраст



Гео-Таргетинг
(любые локации с радиусом от 800 метров)



Категории приложений



Пользовательские интересы



Время и частота показов



Тип трафика (In-App)



Тип соединения (Wi-Fi/Cellular)



Сотовый провайдер



Тип устройства (смартфон/планшет)



Производитель/модель устройства



Операционная система (с выбором версии ОС)



Ретаргетинг (Device ID)



Чёрный и белый список
(SSP, категорий или конкретных приложений)

FMCG

- Лучшая стратегия – таргетирование по интересам + СуперГео:
 - торговые центры
 - точки продаж
- Интересы – еда и напитки, кулинария, натуральные продукты, здоровое питание, вегетарианство
- Клиенты – MARS, Pepsico, ФрутоНяня, Viola

ФАРМА

- Лучшая стратегия – таргетирование по полу + СуперГео:
 - роддома
 - онкоцентры и любые другие локации
- Топ-3 в рейтинге качества Mobile Marketing (сегмент фарма)
- Клиенты – OTCpharm, Abbott, Материа Медика, IPSEN, LEO Pharma, Teva, EGIS, Оболенское, SOLOPHARM, Astellas Pharma, Bayer, ПИК-Фарма, Гедеон Рихтер, PharmaMed, Цитомед, Servier, Sopharma, Grindex

byud

АВТО

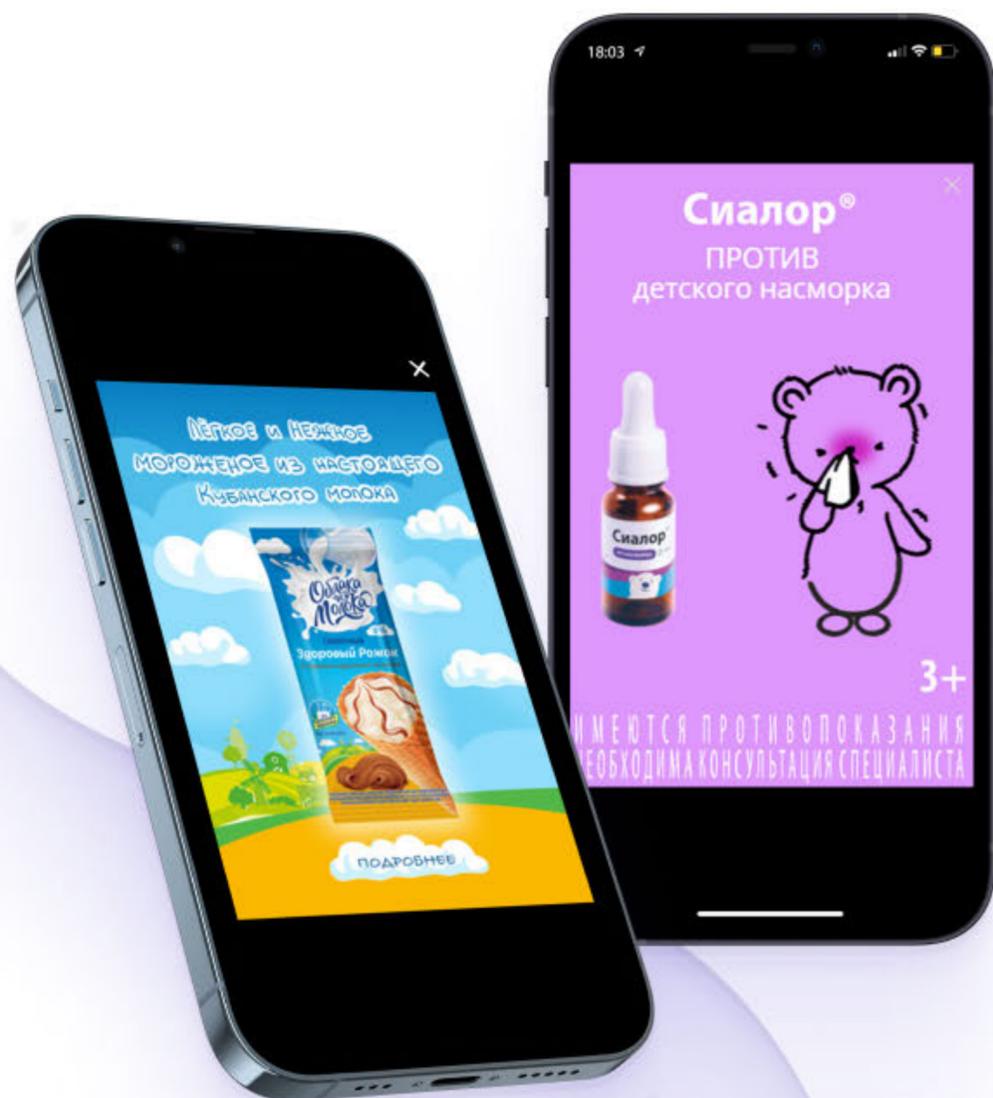
- Лучшая стратегия – таргетирование по уровню дохода, СуперГео на конкурентов, категории приложений:
 - сервис
 - ремонт
 - покупка/продажа авто
- Сегменты продуктов – от бюджетных до люкс
- Клиенты – Porsche, BMW, Suzuki, Volvo, TOYOTA, MITSUBISHI, LADA, BRIDGESTONE, IDEMITSU, KIA, HAVAS, Subaru, Chery

РИТЕЙЛ

- Лучшая стратегия – релевантные интересы, СуперГео:
 - адреса торговых точек
 - жилые комплексы
 - конкуренты
- Категории приложений – еда, распродажи, товары для дома
- Сегменты – строй-материалы, мебель, инструменты, ювелирные украшения, одежда/обувь, продукты питания и т.д.
- Клиенты – МЕГА, Афимолл, HOFF, Pandora, Home Market, Каширский Двор, H&M, Ostin



FULL-SCREEN БАННЕРЫ



[Посмотреть](#)

★ ПРЕИМУЩЕСТВА

Самый охватный формат, помогает донести информацию до максимального количества пользователей

.jpg – статичное изображение

.gif – несколько слайдов

🚀 ЗАПУСК

В течении 1 часа
(при условии согласованных креативов)

⚡ СРЕДНИЙ CTR

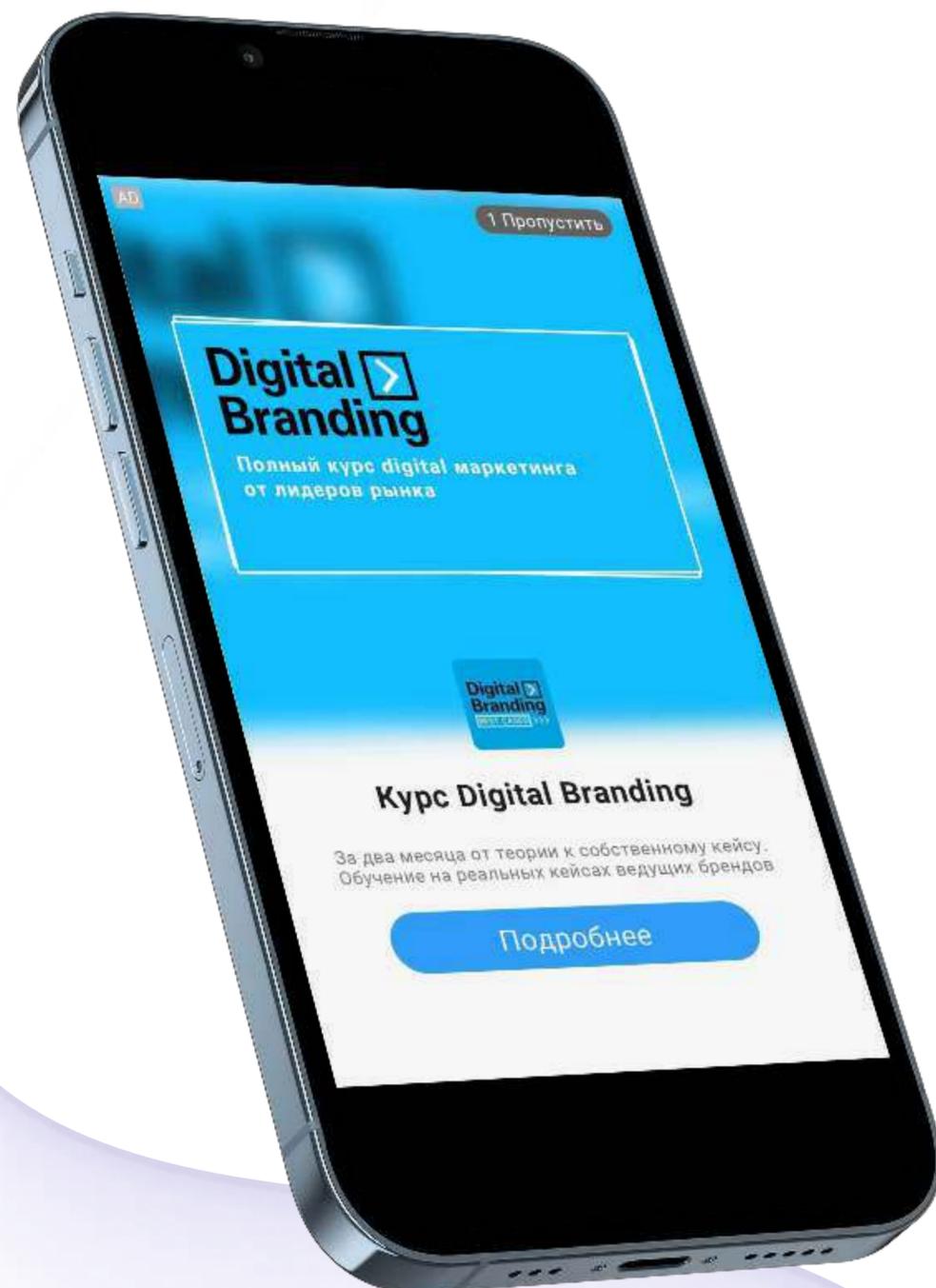
1,5%

📄 МОДЕЛЬ ЗАКУПКИ

CPM / CPC / CPS



НАТИВНЫЙ ФОРМАТ



ПРЕИМУЩЕСТВА

- Самый user-friendly формат
- Не вызывает отторжения и раздражения
- Адаптируется под контекст



ЗАПУСК

В течение одного дня
(при условии согласованных креативов)



МОДЕЛЬ ЗАКУПКИ

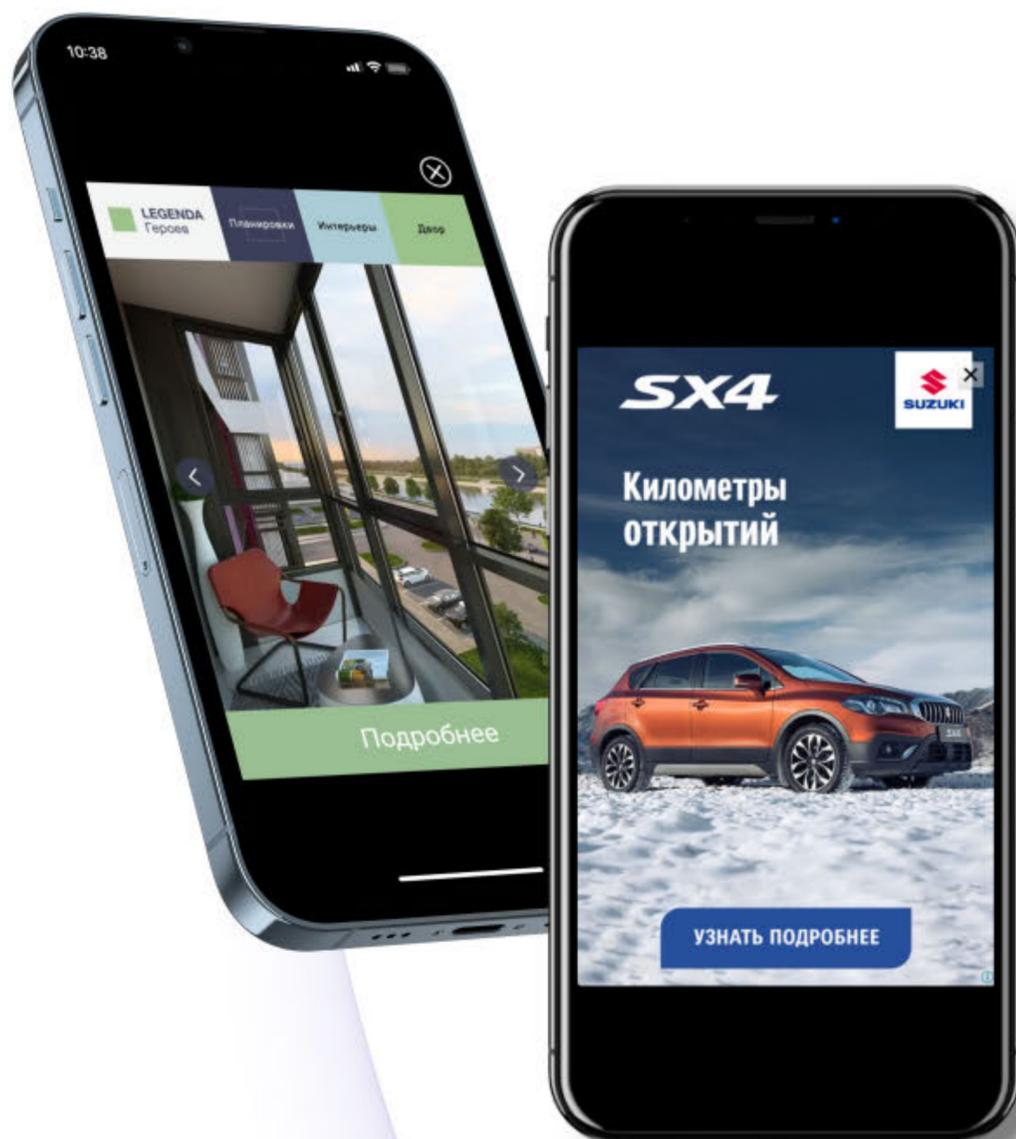
CPM / CPC / CPS



СРЕДНИЙ CTR

1,8%

RICH-MEDIA БАННЕРЫ



[Посмотреть](#)

★ ПРЕИМУЩЕСТВА

Высокие показатели вовлечённости пользователей. Позволяет продемонстрировать больше информации, заинтересовать потенциальных клиентов взаимодействием с креативом

Код на HTML5, возможности механик практически безграничны:

[Animation](#)

[Game](#)

[Before/After](#)

[Random](#)

[Interaction](#)

[Slider](#)

[Wipe](#)

[I-Location](#)

🚀 ЗАПУСК

В течение одного дня
(при условии согласованных креативов)

📷 МОДЕЛЬ ЗАКУПКИ

CPM / CPC / CPS

🌟 СРЕДНИЙ CTR

2%



ВИДЕО



[Посмотреть](#)

★ ПРЕИМУЩЕСТВА

Премиум формат. Самый высокий уровень информативности. Воздействует более эмоционально и динамично.

Длительность ролика:

- 1-15 секунд (не пропускаемое)
- от 15 секунд (пропускаемое)

🚀 ЗАПУСК

В течение трёх часов (при условии согласованных креативов)

ОПТИМИЗАЦИЯ

🔧 Возможность оптимизации по глубине просмотра (VTR)

📷 МОДЕЛЬ ЗАКУПКИ

CPM / CPC / CPS / CPV

🌟 СРЕДНИЙ CTR

4 – 4,5%

Brand Lift в разрезе нашего канала – это исследование, которое:

- Помогает оценить органическую узнаваемость вашего бренда среди мобильной аудитории*, учитывая большой процент mobile only пользователей
- Получить данные по увеличению узнаваемости бренда после проведения рекламной активности

ПРИМЕР БАННЕРА



НЕ ВИДЕВШИЕ РЕКЛАМУ*

(аудитория для ретаргетинга добавлена в Black List)



ВИДЕВШИЕ РЕКЛАМУ**

(ретаргетинг)



● Знают бренд
● Не знают бренд

*Отслеживание целевой аудитории осуществляется с помощью Device ID

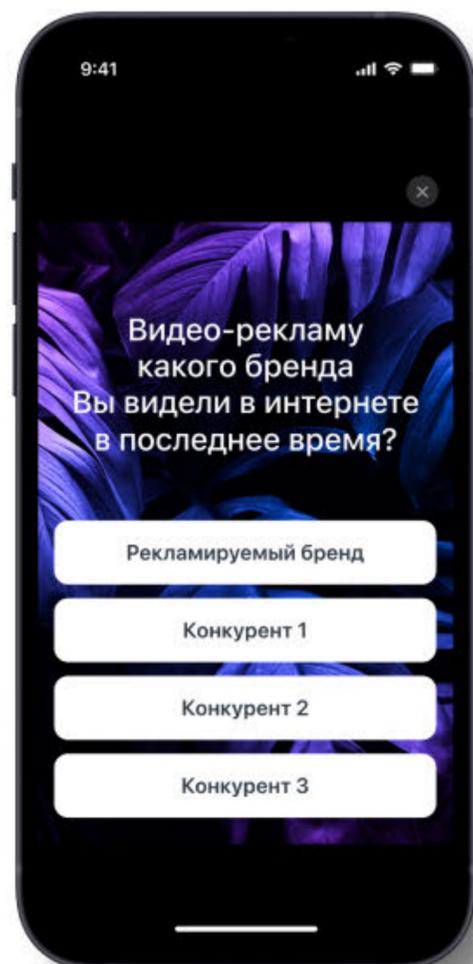
**Результаты Brand Lift клиента из сферы FMCG



Еще один вариант проведения Brand Lift позволяет оценить не только увеличение узнаваемости, но и **долю присутствия бренда в рекламном пространстве.**

Для этого также создаем Rich Media баннер с упоминанием рекламируемого бренда и нескольких брендов конкурентов

У пользователей есть возможность выбора нескольких вариантов ответа.



Рекламируемый бренд

49,8%

Конкурент 1

26,3%

Конкурент 2

34,5%

Конкурент 3

41,1%

HIGH QUALITY TRAFFIC

Очень важным аспектом всегда является качество и прозрачность трафика.

Каждое приложение проходит строгую стандартизацию и проверки перед попаданием в магазины приложений:



Мы не работаем с SSP размещающими:



Adult



Оружие



Алкоголь



Азартные
игры



Рецептурные
препараты

MODERATION

- Ни одна SSP из нашего списка и в целом платформа BYYD не пропустит рекламу даже безалкогольного пива, не говоря уже про другой рекламный контент, способный навредить репутации бренда.
- Все РК и креативы загружаются нашими мобайл-менеджерами, «неправильные» креативы просто физически не могут быть отправлены на модерацию заказчиком.

ANTI-BOT

- Отсутствие ботированного трафика объясняется, прежде всего, тем же двухсторонним контролем — со стороны SSP и со стороны нашей платформы.
- Mobile manager в режиме реального времени мониторит входящий на посадочную страницу трафик через системы аналитики (Google Analytics, Яндекс.Метрика и другие трекинговые системы), при этом поведенческие показатели говорят о качестве трафика и заинтересованности нашей ЦА.

Независимо от модели закупки (CPM/CPV/CPC/CPS), мы всегда оптимизируем РК на конечное поведение пользователей

То есть, основная роль мобайл-менеджера – отбирать площадки, дающие необходимые KPI.

- длительность
- глубина сеанса
- показатель Bounce Rate
- расхождение клики/сеансы

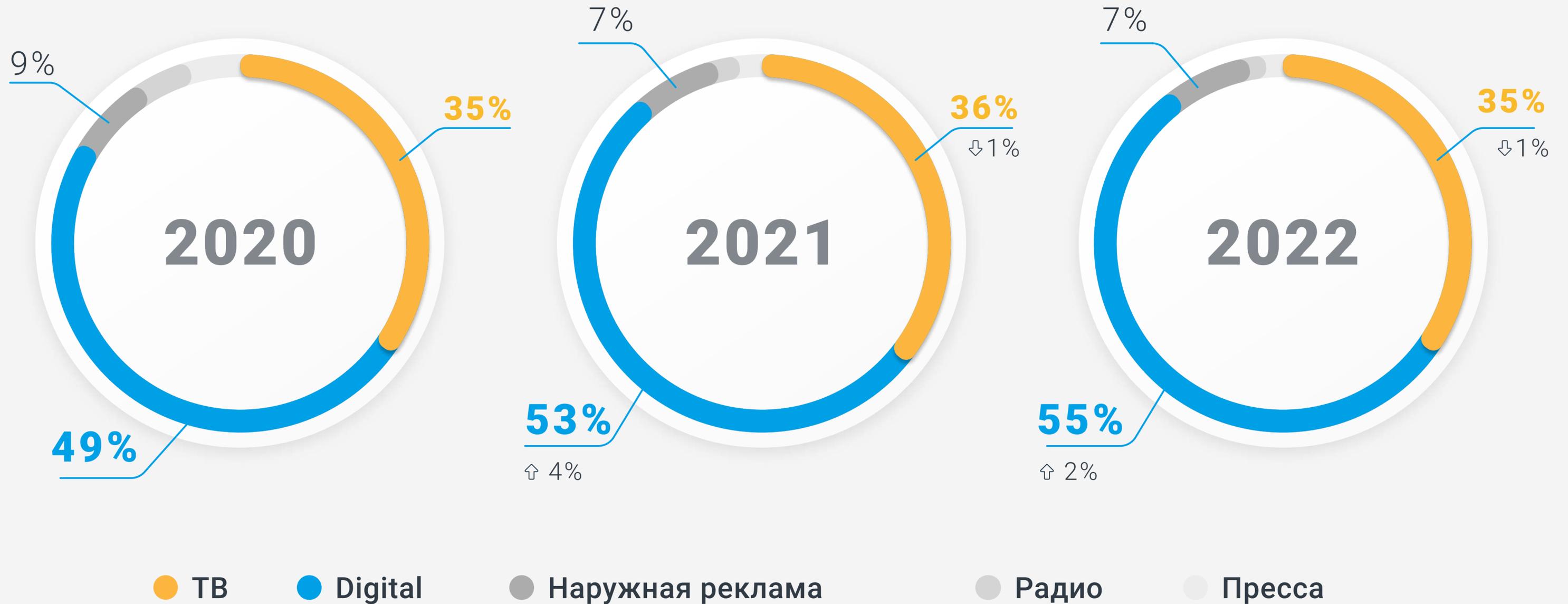
Это ручная работа, так как приложение может давать высокий CTR, но при этом не давать необходимые показатели GA.

Мы работаем с любыми трекинговыми системами – Weborama, Adriver, DCM, Sizmek, TNS, GA, Яндекс.Метрика, IAS.



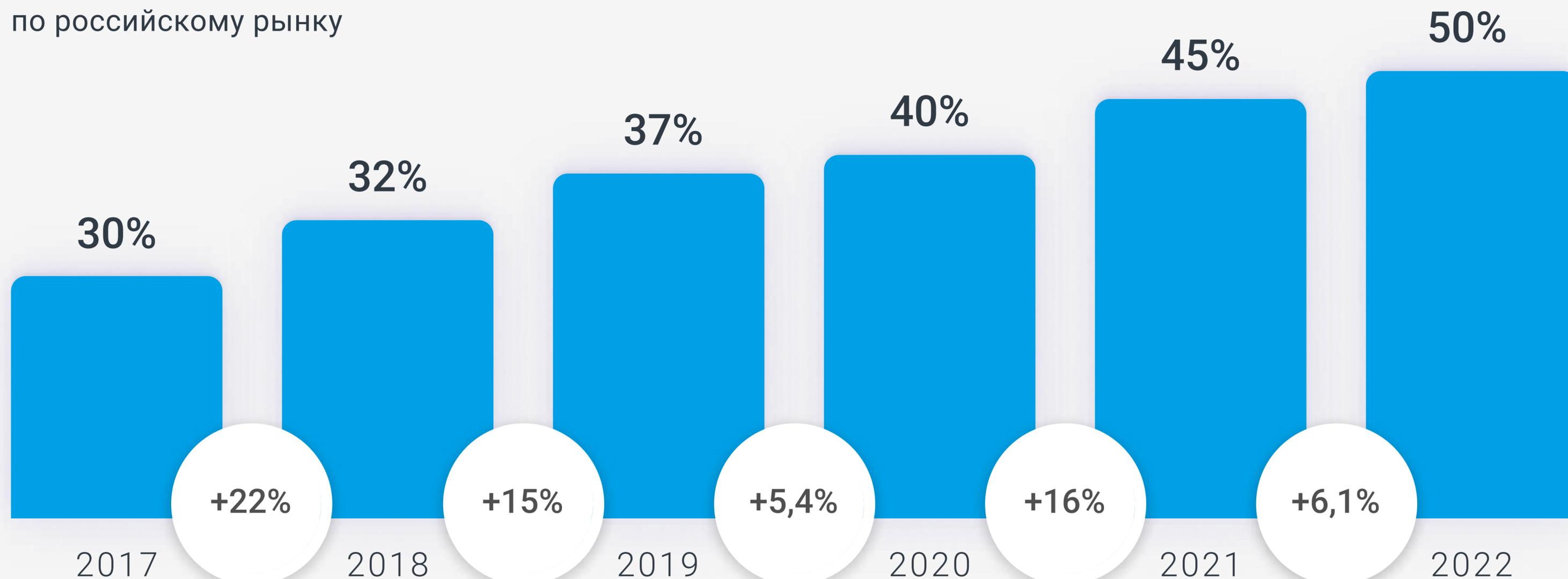


ОБЪЁМ РЫНКА РЕКЛАМЫ, (%)



ДОЛЯ МОБИЛЬНОГО ИНТЕРНЕТА В ОБЩЕМ ВРЕМЕНИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА

Время, потраченное на использование интернета с мобильных устройств в процентном соотношении к общему ежедневному использованию интернета с изменениями из года в год по российскому рынку





Собственный отдел Production, состоящий из web-дизайнеров и верстальщиков, позволяет нам полностью брать на себя разработку креативов и промо-страниц под проводимые рекламные кампании

Мы готовы инвестировать в данное направление, чтобы на выходе иметь качественные креативы и адаптированные под mobile посадочные страницы, ведь это является фундаментом в достижении KPI

BYUD - DSP №1 по доле сотрудничества в РФ именно потому, что полностью берем на себя весь цикл проведения РК от разработки стратегии и креативов, до итогового Post Campaign

КЕЙСЫ

Фармацевтика





ГЕДЕЛИКС



[ПОДРОБНЕЕ](#)

ЗАДАЧИ

- Продвижение сиропа и капель от кашля Геделикс
- Привлечение целевой аудитории на посадочную страницу

ИНСТРУМЕНТЫ

- Fullscreen, Rich Media
- Социальное-демографические таргетинги, релевантные интересы, ретаргетинг
- Google Analytics
- Оптимизация по площадкам, CTR

РЕЗУЛЬТАТЫ

Комплекс использованных мер позволил выполнить и перевыполнить все KPI, установленные на старте кампании, в рамках бюджета

Fullscreen:

Показы (план/факт) – 6 750 000 / 7 863 571

Перевыполнение плана на 16%

CTR – 1,50%

Клики (план/факт) – 101 250 / 118 153

Перевыполнение плана на 17%

Rich Media:

Показы (план/факт) – 685 000 / 795 129

Перевыполнение плана на 16%

CTR – 1,50%

Клики (план/факт) – 13 700 / 17 367

Перевыполнение плана на 16%

Поведенческие показатели по Google Analytics:

Показатель отказов: 10,13% (средний показатель – 40-50%)

Время: 2 мин 13 сек (средний показатель – от 40 секунд)

За весь период РК удалось охватить более 3 900 000 пользователей



ДЕРИНАТ



[ПОДРОБНЕЕ](#)

ЗАДАЧИ

- Повышение узнаваемости бренда
- Привлечение целевого трафика на сайт
- Стимулирование целевой аудитории к покупке товара

ИНСТРУМЕНТЫ

- FullScreen
- Яндекс Метрика
- Оптимизация по площадкам, SSP

РЕЗУЛЬТАТЫ

Комплекс используемых мер и инструментов позволил достигнуть перевыполнение необходимых показателей:

Клики:

План — 30 000

Факт — 31 796

Показы:

План — 2 000 000

Факт — 2 014 834

Перевыполнение плана составило 11 %

Поведенческие показатели по Google Analytics:

Показатель отказов — **36,2 %** (средний показатель по мобильной рекламе: до 50%)

Время на сайте — **1:07** (средний показатель по мобильной рекламе: от 30 сек)

Расхождение клики/сеансы — **11 %** (benchmark: 40%)

За период РК удалось охватить **более 916 000** пользователей

КЕЙСЫ



Мамочки



MEDELA



[ПОДРОБНЕЕ](#)

ЗАДАЧИ

- Увеличение узнаваемости бренда молокоотсосов Medela среди аудитории молодых мам
- Привлечение целевой аудитории на сайт

ИНСТРУМЕНТЫ

- [Rich Media](#)
- White List приложений для мам
- Доступ в Google Analytics

РЕЗУЛЬТАТЫ

Благодаря оптимизации, удалось достичь следующих результатов:

- Среднее время на сайте – 1 минута 29 секунд (средний показатель по мобильной рекламе: от 30 секунд)
- Показатель отказов – 21,2% (средний показатель по мобильной рекламе: от 50%)
- Охват составил более 150 000 пользователей



JOHNSON`S BABY

ЗАДАЧИ

- Продвижение бренда детских шампуней «Johnson`s Baby»
- Привлечение пользователей на сайт

ИНСТРУМЕНТЫ

- Видеоролик длительностью 10 секунд
- Оптимизация по площадкам, SSP

РЕЗУЛЬТАТЫ

Полностью выполнен объем показов по кампании.

Показы

План: 1 100 000

Факт: 1 100 434

Клики

План: 19 800

Факт: 20 377

Охват заинтересованной аудитории позволил перевыполнить объем кликов на 3%

Досмотры видеоролика до конца: 88,07% от общего объема показов

Охват: свыше 360 000 пользователей



[ПОДРОБНЕЕ](#)

КЕЙСЫ

FMCG





VICI



[ПОДРОБНЕЕ](#)

ЗАДАЧИ

- Повышение узнаваемости бренда
- Привлечение целевого трафика на сайт

ИНСТРУМЕНТЫ

- Fullscreen баннеры
- Таргетирование по соц. дем. признакам
- Оптимизация по площадкам, SSP

РЕЗУЛЬТАТЫ

По итогу проведения рекламной кампании удалось получить следующие показатели:

План по показам выполнен на 100%:

План: 454 545

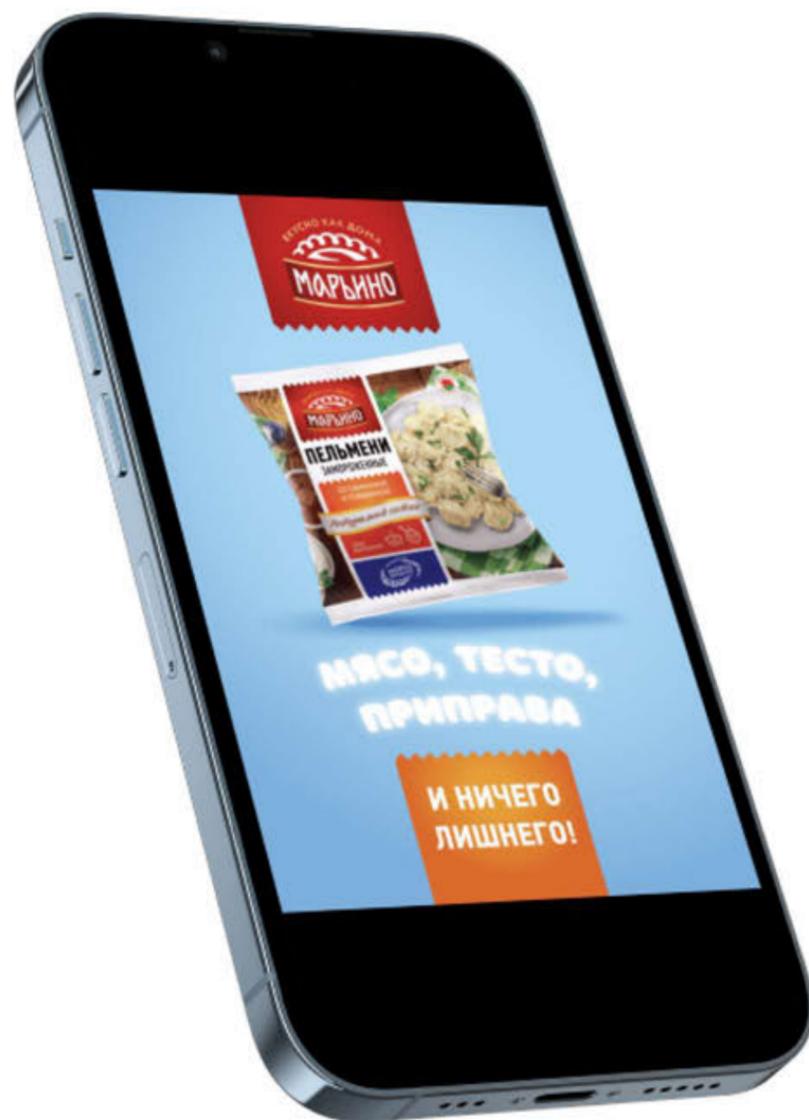
Факт: 454 571

За период рекламной кампании удалось охватить 205 626 уникальных пользователей.

CTR - 1,61%



МОРОЗПРОДУКТ



[ПОДРОБНЕЕ](#)

ЗАДАЧИ

- Увеличение узнаваемости бренда
- Привлечение целевого трафика на сайт

ИНСТРУМЕНТЫ

- Премиальный формат RichMedia (механика "Пазл")
- Таргетирование по соц. дем. признакам
- Оптимизация по площадкам, SSP

РЕЗУЛЬТАТЫ

По итогу проведения рекламной кампании удалось получить следующие показатели:

Перевыполнение плана по кликам на 8%:

План – 12 000

Факт – 13 059

За период рекламной кампании удалось охватить 274 247 уникальных пользователей.

CTR - 2,17%

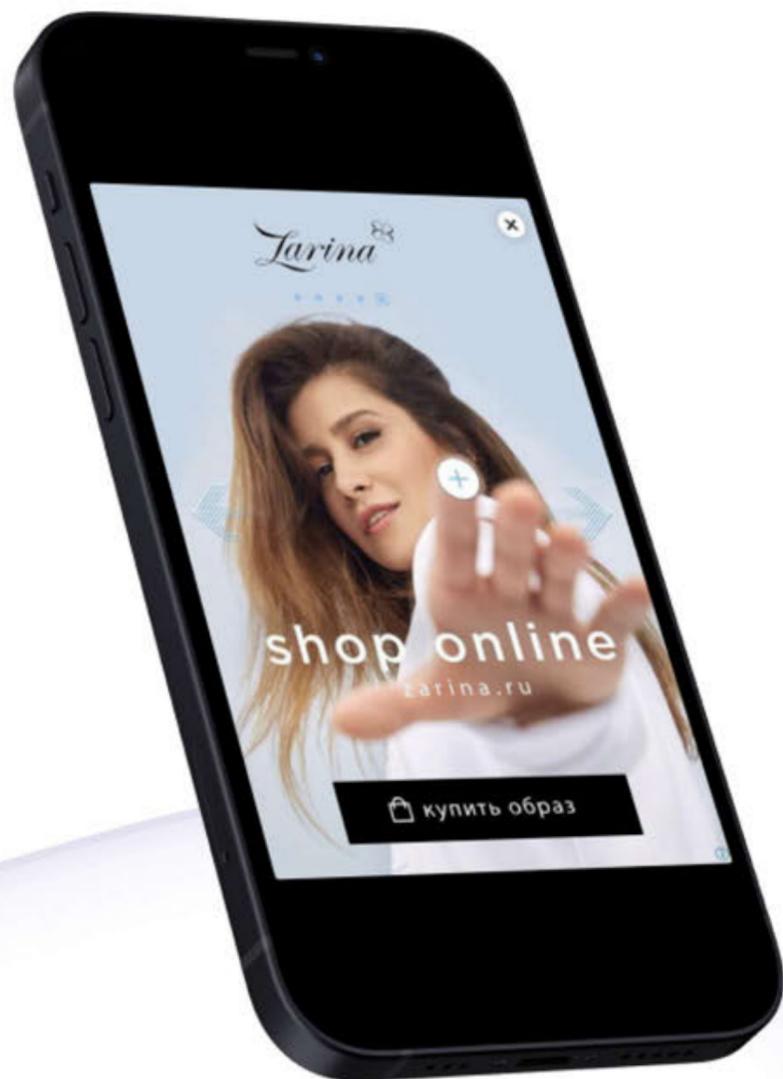
КЕЙСЫ

Ритейл





ZARINA



[ПОДРОБНЕЕ](#)

ЗАДАЧИ

- Привлечение внимания к лимитированной коллекции
- Привлечение целевого трафика на сайт

ИНСТРУМЕНТЫ

- RichMedia
- Google Analytics
- Оптимизация по площадкам, SSP

РЕЗУЛЬТАТЫ

Комплекс используемых мер и инструментов позволил достигнуть перевыполнение необходимых показателей:

КЛИКИ

план – 5 556

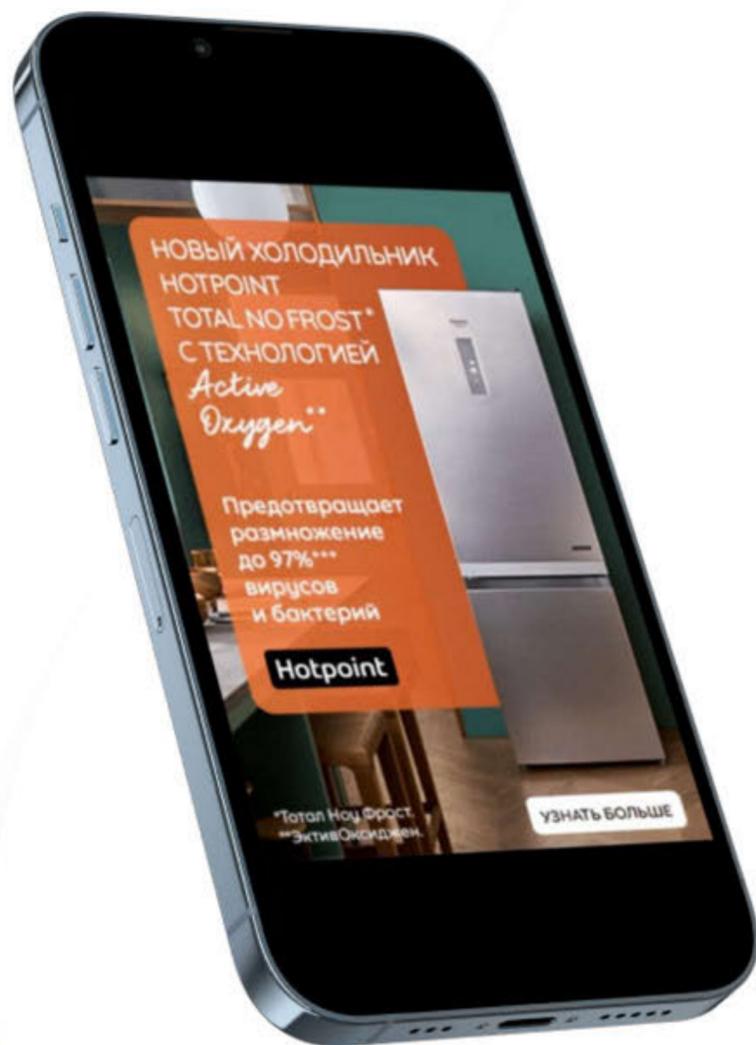
факт – 5 729

Перевыполнение плана по кликам +3%

Охват – 120 000+ пользователей



НОТРОИПТ



[ПОДРОБНЕЕ](#)

ЗАДАЧИ

- Повышение узнаваемости бренда
- Привлечение целевого трафика на сайт

ИНСТРУМЕНТЫ

- Fullscreen
- Google Analytics
- Оптимизация по площадкам, SSP

РЕЗУЛЬТАТЫ

Комплекс используемых мер и инструментов позволил достигнуть перевыполнение необходимых показателей:

Показы:

план — 1 290 000
факт — **1 303 588**

Постклик показатели:

Время на сайте — **51 сек** (средний показатель по мобильной рекламе: от 30 сек)
Расхождение клики/сеансы — **31 %** (benchmark: 40%)
За период РК удалось охватить **более 485 000** пользователей

КЕЙСЫ



АВТО



SUZUKI



[ПОДРОБНЕЕ](#)

ЗАДАЧИ

- Привлечение пользователей на сайт

ИНСТРУМЕНТЫ

- Rich media
- Социально-демографические таргетинги, релевантные интересы

РЕЗУЛЬТАТЫ

Suzuki SX 4

Клики:

План – 5 833

Факт – 5 901

Показы – 293 367

CTR – 2,01%

Охват: За весь период РК
удалось охватить 145 793
пользователя

Suzuki Jimny

Клики

План – 7 778

Факт – 7 857

Показы – 392 437

CTR – 2,00%

Охват: За весь период РК
удалось охватить 195 035
пользователей

Suzuki Vitara

Клики

План – 25 278

Факт – 25 567

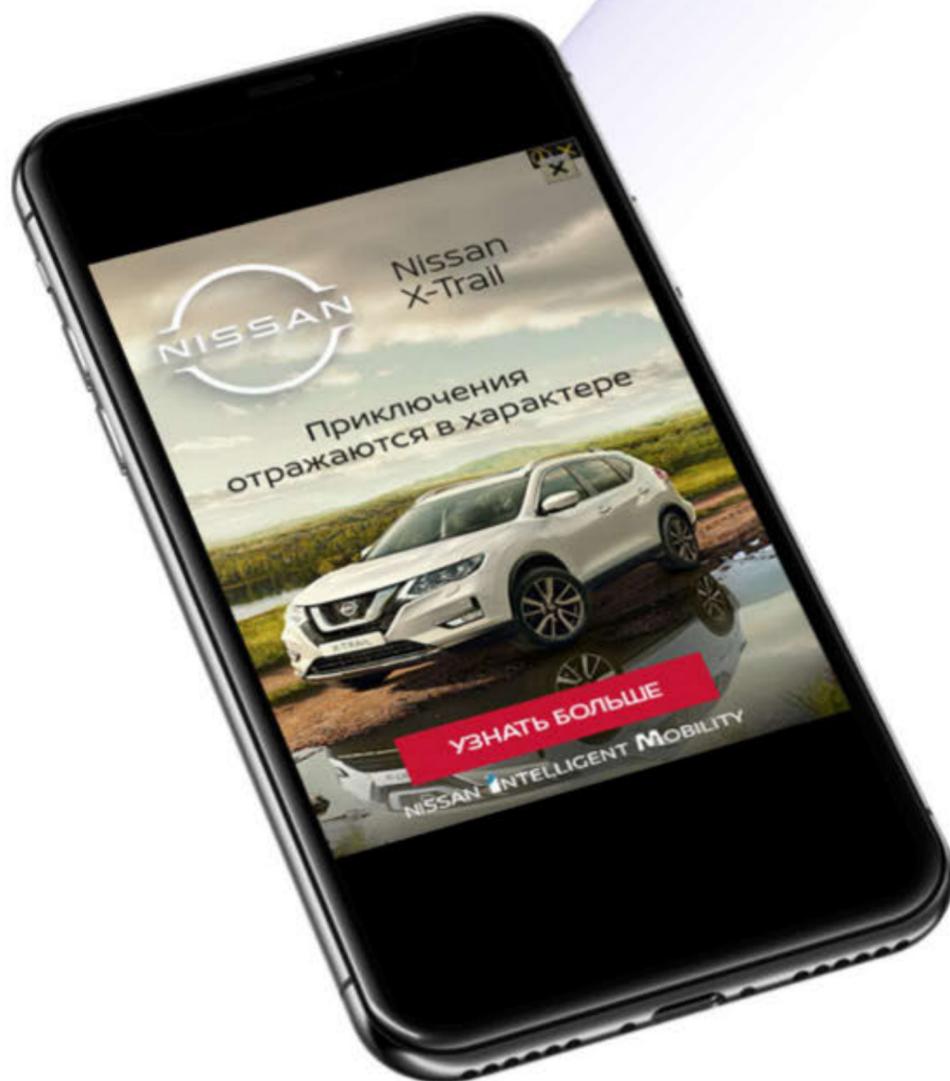
Показы – 1 267 623

CTR – 2,02%

Охват: За весь период РК
удалось охватить 629 943
пользователя



NISSAN



[ПОДРОБНЕЕ](#)

ЗАДАЧИ

- Повышение лояльности к бренду
- Привлечение целевой аудитории на сайт
- Стимулирование пользователей к покупке

ИНСТРУМЕНТЫ

- Fullscreen
- Оптимизация по площадкам
- Социально-демографические таргетинги, релевантные интересы и категории приложений

РЕЗУЛЬТАТЫ

По итогу проведения рекламной кампании удалось получить следующие показатели:

X-Trail

Показы: План – 500 000,
Факт – 503 038

Клики: План – 7 500,
Факт – 7 646

Перевыполнение на 2%

Охват – 226 190
пользователей

CTR: 1,52%

Qashqai

Показы: План – 500 000,
Факт – 515 975

Клики: План – 7 500,
Факт – 8 578

Перевыполнение на 14%

Охват – 229 702
пользователей

CTR: 1,66%

Terrano

Показы: План – 500 000,
Факт – 501 843

Клики: План – 7 500,
Факт – 9 048

Перевыполнение на 21%

Охват – 230 046
пользователей

CTR: 1,80%

Благодаря используемым мерам и инструментам удалось перевыполнить все KPI и получить высокий процент конвертации кликов в сеансы по всем кампаниям.

ПРОЦЕСС РАБОТЫ



БРИФИНГ



РАЗРАБОТКА
СТРАТЕГИИ



МЕДИА-
ПЛАНИРОВАНИЕ



ПРОДАКШН



ЗАПУСК И
ОПТИМИЗАЦИЯ



ПОСТКАМПЕЙН
ИССЛЕДОВАНИЕ

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ 



**МОБИЛЬНАЯ
РЕКЛАМНАЯ
ПЛАТФОРМА**