

FORWARD **PMX**

Наши компетенции



Paid Search



Organic Performance



Display



Paid Social



Content



Attribution



Data Science



Локализация



Technology

Наши клиенты

CHANEL

TOMMY HILFIGER

GUCCI

Calvin Klein

SAMSUNG



RALPH LAUREN

ASOS
discover fashion online

3M



Наши преимущества

22 ОФИСА

700 ЧЕЛОВЕК

90+ СТРАН

50+ ЯЗЫКОВ



Руководство компании

Компания Forward3D вошла
в состав Stagwell Group в
Декабре 2017 года,
продолжая их видение
“новой модели агентств”



Martin McNulty
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ
ДИРЕКТОР



Hannes Ben
ДИРЕКТОР
МЕЖДУНАРОДНОГО
НАПРАВЛЕНИЯ



James Parr
ФИНАНСОВЫЙ
ДИРЕКТОР



Tom Manning
РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА
СТРАТЕГИЧЕСКОГО
ПЛАНИРОВАНИЯ



Kate O'Mahony
РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА
КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА



Wajid Ali
РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА
КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ



Darren Fullerton
РУКОВОДИТЕЛЬ
НАПРАВЛЕНИЯ SEO



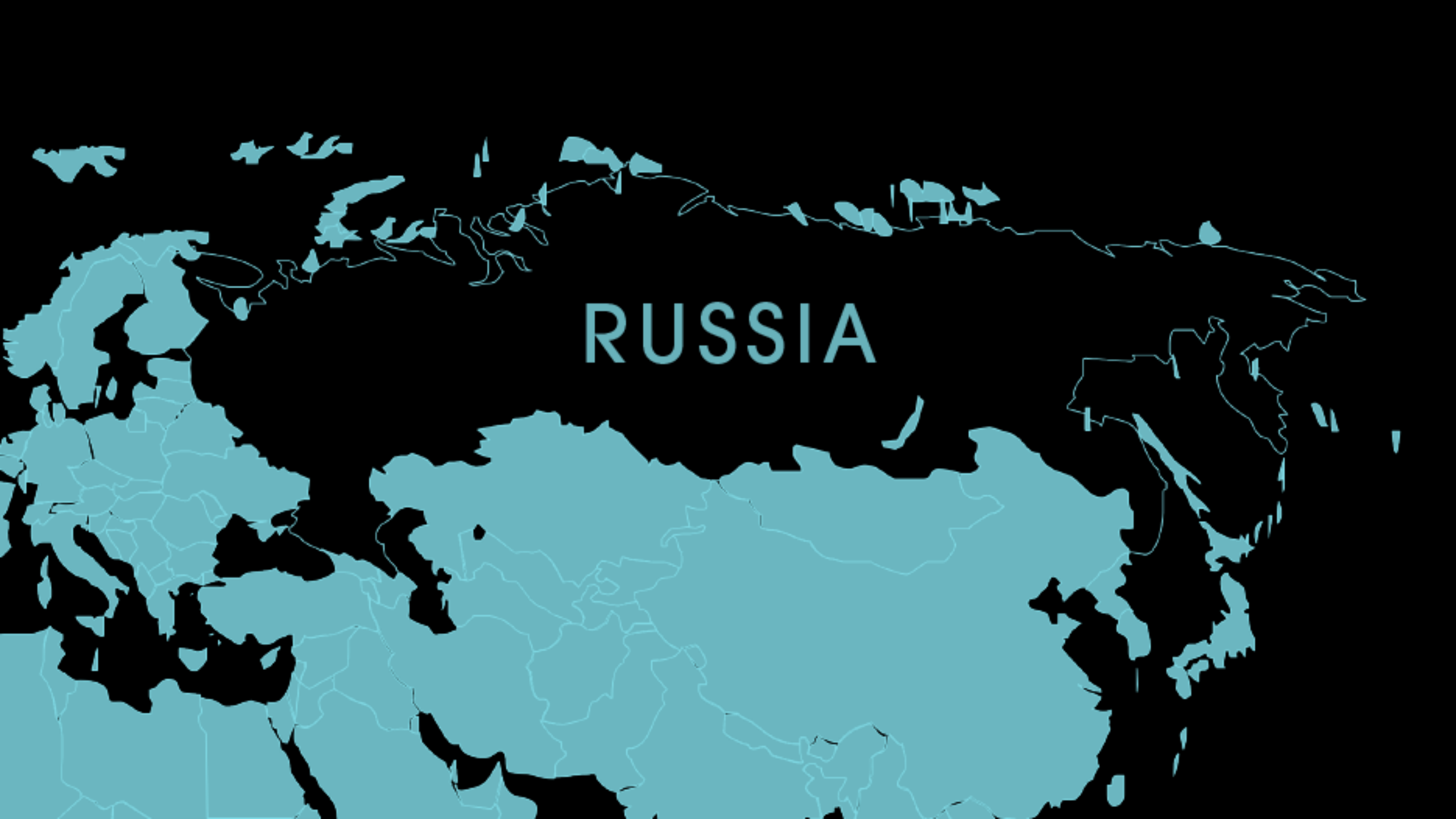
Sarah Flannery
РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА
МЕДИЙНОЙ РЕКЛАМЫ И SMM



Johnny Francis
РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА
АНАЛИЗА БОЛЬШИХ ДАННЫХ



Supriya Dev-Purkaystha
ДИРЕКТОР ОТДЕЛА
СТРАТЕГИЧЕСКОГО
ПАРТНЕРСТВА



RUSSIA

Наша команда по России

Российский филиал Forward3D открылся в Москве в 2016 году. В нашей команде 7 человек, часть команды базируется в головном офисе компании в Лондоне.



Антон



Александр



Катя



Александра



Баир



Александра



Джанет

Истории Успеха

Ralph Lauren

Paid Search

Задачи, поставленные перед агентством:

- Анализ всех онлайн каналов
- Максимизация ROI контекстной рекламы

Что было сделано:

- Создана система настраиваемой атрибуции каналов рекламы
- Она была соотнесена с финансовыми показателями каналов
- Выделены прибыльные продукты и рекламные кампании

Чего добились:

- Повышена эффективность Google Shopping
- Оптимизирован бюджет кампаний Generics



77%

Бюджета перераспределено
на более эффективные
кампании

111%

Повышение ROI
по Google
Shopping



Nike

Paid Search

Задачи, поставленные перед агентством:

- Привлечение дополнительного трафика на сайт

Что было сделано:

- Был использован сервис рекламных объявлений Gmail
- Объединен подход к кастомизации рекламы Forward3D и команды Nike
- Настроен таргетинг на группы покупателей (Shopaholics, Bargain Hunters & Value Shoppers.)
- Данные затем были детально проработаны по критериям демографии, полу и возрасту, ключевым словам конкурентов и локации
- Изначально стратегия была реализована на 13 рынках и 13 языках.

Чего добились:

- Оптимизации креативов и локализации контента
- Роста CVR и ROAS

45%

Рост CVR

42%

Рост ROI



Belstaff

Paid Social

Задачи, поставленные перед агентством:

- Найти лучший способ увеличения продаж

Что было сделано:

- Одновременно были запущены 3 видео и 3 кампании с изображением
- Распределение сил было таким: объявления с видео приносили больше продаж с высоким ROI; объявления с изображениями – приводили трафик на сайт по оптимальной цене

Чего добились:

Проведение сплит-теста в Facebook помогло выбрать оптимальные форматы объявлений для решения поставленных задач.

34%

Рост доходов с объявлений с видео

18%

Выше средний чек покупки с объявлений с видео

40%

CTR объявлений с изображениями выше, чем объявлений с видео

67%

Ниже стоимость конверсии по сравнению с предыдущими кампаниями



Nike

Affiliates

Задачи, поставленные перед агентством:

- Максимизировать присутствие и доходы в партнерском канале Nike в Черную пятницу на рынках России, Турции и Израиля.

Что было сделано:

- Для максимизации доходности кампаний, Forward3D обеспечил максимальную видимость
- Успешные переговоры с ключевыми площадками, а также с владельцами торговой марки «Черная пятница», аккумуляторами скидок, купонными сайтами и лидерами мнений позволили добиться впечатляющих результатов.

Чего добились:

Рост трафика – 153%, 289% рост заказов, а рост прибыли составил 319% по сравнению с неделей до распродажи.



474%

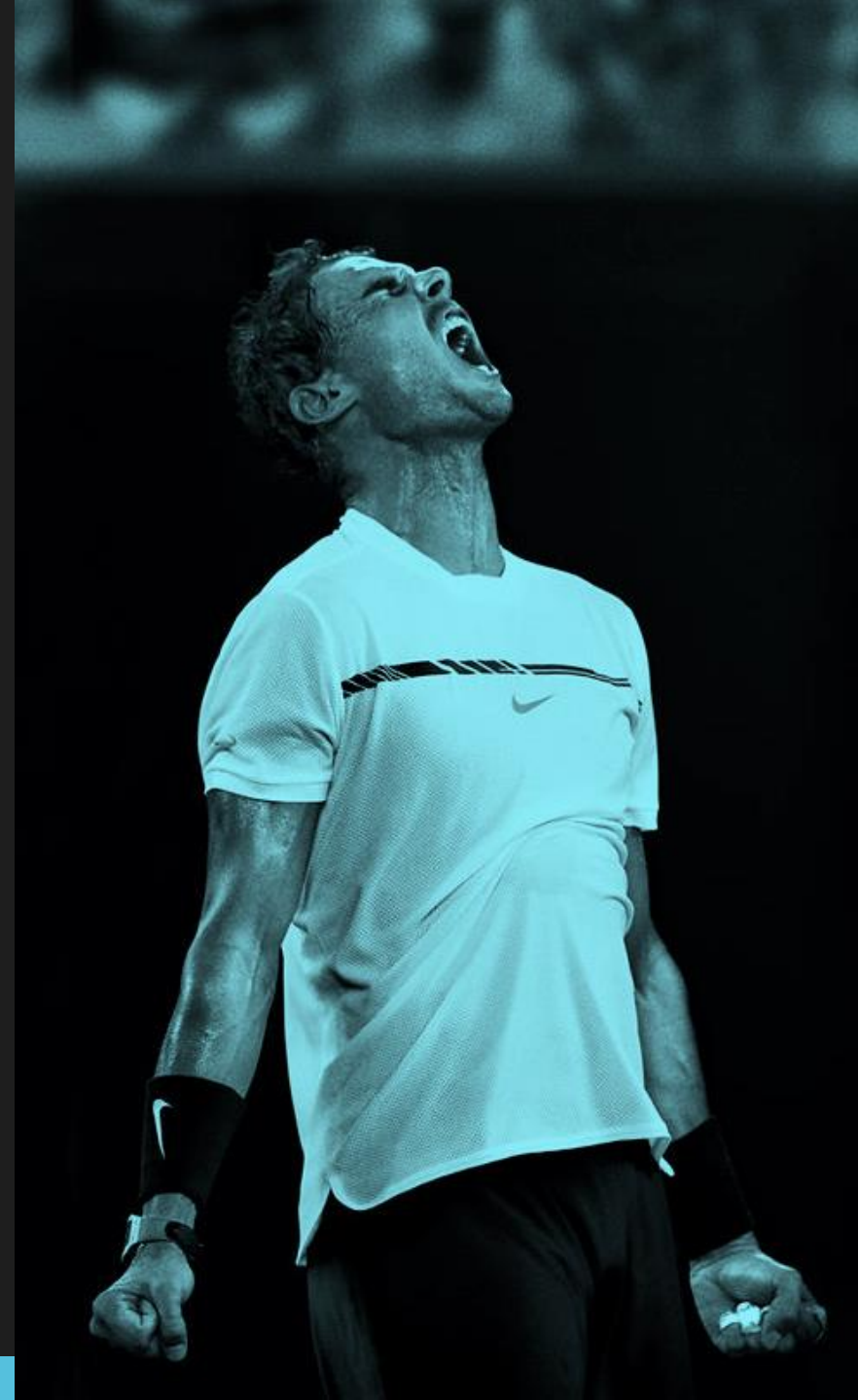
Рост трафика YoY

330%

Рост заказов
YoY

155%

Увеличение
доходов YoY



New Look

Content Marketing

Задачи, поставленные перед агентством:

- Повысить узнаваемость бренда и посещаемость сайта
- Увеличить доходы по всем основным категориям

Что было сделано:

- Создана пользовательская контент-кампания #ThisIsNewLook, пользователям предлагалось загрузить свои фото на сайт или Instagram с хэштегом
- Рекламная активность по digital каналам: контекст, соцсети, дисплей, а также непосредственно в магазинах
- Акцент был поставлен на SEO и работу с лидерами мнений

Чего добились:

- Располагая бюджетом в £10 000 и двумя месяца на реализацию всего проекта, мы добились следующих результатов:



43%

Рост трафика

380%

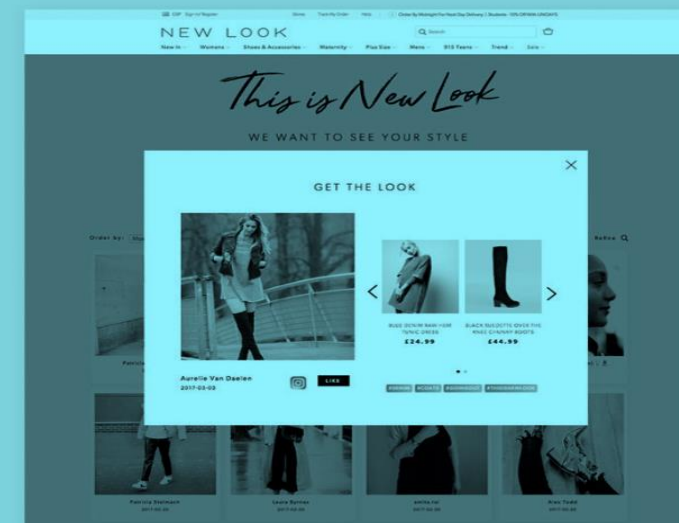
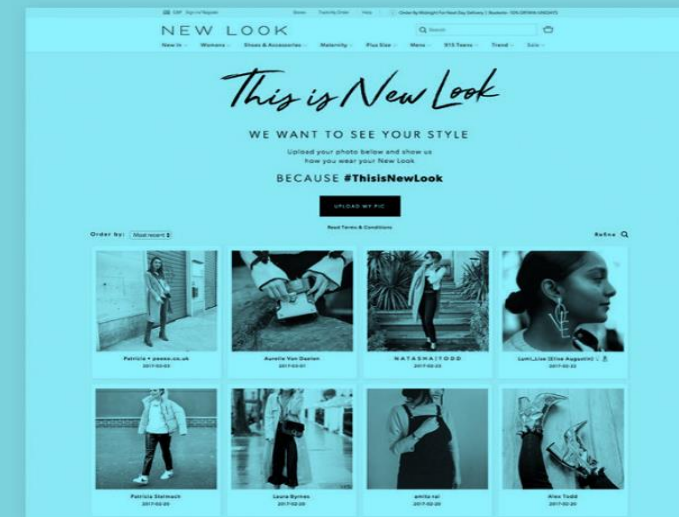
Рост выручки

1106%

Рост упоминаний
в соцсетях

5000+

Загрузок фотографий в течение
первого месяца работы



Calvin Klein

SEO

Задачи, поставленные перед агентством:

- Поддержка «переезда» международного сайта на локальные домены

Что было сделано:

- Произведено исследование ключевых слов
- Были оптимизированы URL-адреса для категорий товаров и отдельных продуктов
- Работа выполнена на 7 языках и для 25 рынков
- Создана карта переадресации всех верхнеуровневых URL
- Для обеспечения корректной работы сайты проверили все «склейки» в день «переезда»

Чего добились:

- Через год после «переезда» мы достигли следующих результатов:



31%

Увеличение
количества сессий

20%

Рост органического
трафика



Hertz

Attribution

Задачи, поставленные перед агентством:

- Обеспечить переход на новую модель атрибуции для более взвешенного принятия решений о реинвестировании в каналы продаж

Что было сделано:

- Forward3D совместно с Google внедрили GA Premium (теперь GA 360), чтобы Hertz могли видеть весь процесс принятия решений клиентами в режиме реального времени
- Обеспечили переход на централизованную систему мониторинга многоканальной аналитики компаний, основанную на данных

Чего добились:

- Forward3D создал динамические списки, которые затем использовались для нацеливания на клиентов рекламы, специально созданной под каждый список

1,8 М

Показов за 5
месяцев

370 000

Просмотров за 5
месяцев

635%

Рост объема
поиска по
брендовым
запросам Hertz



Сотрудничество с Яндексом

Партнерство ForwardPMX и Яндекса. История успеха.

6 Лет
успешного
партнерства

- / Сертифицированы и признаны лидерами в тактике продвижения глобальных брендов
- / Полная интеграция через API
- / Регулярное обучение новым возможностям платформы
- / Доступ к бета-версии новых продуктов
- / Оперативная поддержка от персонального менеджера
- / Предоставление отчетов о росте индустрий и рынка в целом

1,5 млн \$
Рекламный бюджет на Яндексе

- / Рост совокупного бюджета 30% YoY
- / Каждый специалист в команде имеет сертификат
- / Множество успешных кейсов размещения клиентов на платформах Яндекса

Мы добиваемся результатов в России

Реструктуризация generic кампаний

Задачи, поставленные перед агентством:

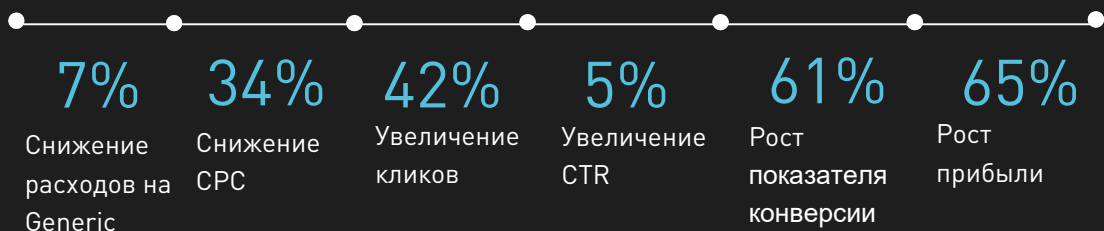
- Увеличить производительность Generic кампаний на Яндексе

Что было сделано:

- Реструктурировали generic кампании и построили на их основе геоданные, доступные в Яндекс.Метрике
- С помощью Метрики проанализировали данные в разрезе демографии, типа устройства и сегменту
- Скорректировали ставки для оптимизации кампаний с целью увеличения ROI

Чего добились:

- Расходы на Generic кампании сократились на 7%, CPC снизился на 34%. В тоже время количество кликов увеличилось на 42%. CTR возрос с 9.64% до 14.66%. Рост в конверсии составил 61%, а прибыль выросла на 65%



Tommy Hilfiger

Яндекс.Маркет

Задачи, поставленные перед агентством:

- Запуск кампании для бренда Tommy Hilfiger на Яндекс.Маркете
- Поддерживать среднемесячный ROI на уровне не ниже 4.0

Что было сделано:

- Кампания была запущена накануне больших сезонных скидок в октябре 2018
- Применяя глубокие знаниями работы с прайс-листами Яндекс.Маркета, мы оптимизировали работу с фидами

Чего добились:

Смогли превзойти наш целевой показатель ROI на 56%. Этот результат, в свою очередь, привел к кардинальному росту количества заказов через Яндекс.Маркет

56%

Превысили
ожидаемый
результат ROI
за месяц



История успеха – мы не можем раскрыть название клиента

Баннеры на Поиске

Задачи, поставленные перед агентством:

- Повысить показатели эффективности от проведения имиджевой кампании на Яндексе

Что было сделано:

- Были использованы Баннеры на поиске Яндекс
- Запустили баннеры отдельно для каждого дизайнера и максимально сузили список ключевых слов

Чего добились:

- Общая выручка в отчетном с начала кампании месяце выросла на 8%, а рост количества заказов составил 9%



Hilton

Сегменты аудиторий на Поиске Яндекса

Задачи, поставленные перед агентством:

- Увеличить выручку от Genegic компаний, на основе работы с сегментами посетителей сайта

Что было сделано:

- Разделили аудиторию в зависимости от их поведения
- Было ли совершено бронирование или посетили сайт без конверсии
- Выставили различные повышающие коэффициенты различным сегментам

Чего добились:

- Следующие результаты были достигнуты:

52%

Составила конверсия Brand и Genegic компаний, с выделенных сегментов аудиторий

31%

Меньше CPC по сравнению с Non-Audience

4,5

Во столько раз CVR по сегментам посетителей был лучше по сравнению с Non-Audience

260%

Рост доходов от Genegic компаний по сравнению с предыдущим годом



Hilton

Сегменты аудиторий на РСЯ

Задачи поставленные перед агентством:

- Оптимизация рекламных кампаний на РСЯ

Что было сделано:

- Команда сегментировала посетителей (Audiences) на основе данных Метрики
- Произвели корректировку ставок ввиду того, что рекламные кампании имели низкий показатель CVR

Чего добились:

- Кампании на РСЯ начали приносить значительно больше заказов в дополнение к повышению узнаваемости бренда

117%

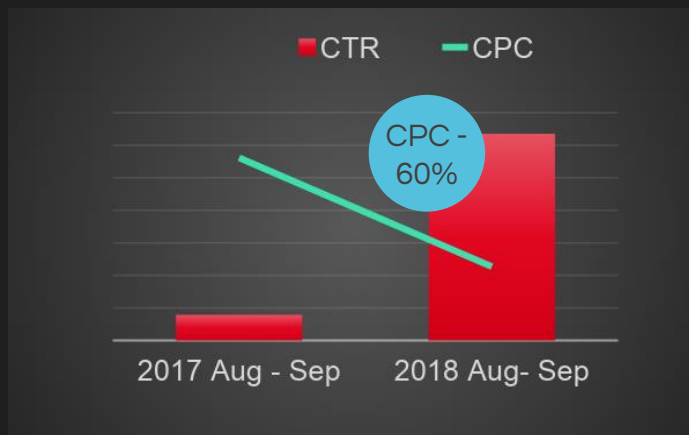
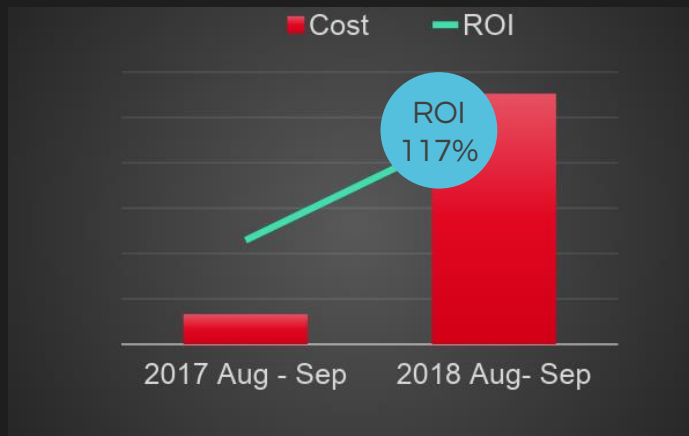
Рост ROI YoY для Audiences vs Non-Audiences

60%

Снижение CPC для Audiences vs Non-Audience

705%

Рост CTR для Audiences vs Non-Audience



Спасибо за внимание!
Вопросы? Пишите нам:

russia-bd@forward3d.com



www.forward3d.com

