

Коммуникация с точной
ЦА на всех уровнях воронки

О компании

Segmento – **маркетинговая ИТ-платформа**, которая позволяет брендам и агентствам контролировать рекламные бюджеты во всех каналах на разных этапах Customer Journey. В основе решения лежат уникальные алгоритмы и таргетинги.

Какие задачи решает Segmento

1. Подобрать целевую аудиторию

- 500+ аудиторных сегментов
Онлайн-интересы,
Clickstream МТС,
ML-сегменты
- Данные партнеров: Ozon,
АТОЛ, «Магнита» и др.
- Хранение и активация
1st Party в DMP Segmento

2. Показать рекламу

- Баннерные сети:
РСЯ («Яндекс»), Adriver,
Adfox, Buzzoola и др.
- Видеосети: MoeVideo,
VideoTarget, VideoNow
и др.
- Соцсети: VK, MyTarget,

3. Измерить эффективность

- Brand Lift
- Sales Lift
- Post-campaign-отчеты
- E-com -анализ
- Конверсионные
портреты

Почему Segmento

Сторонние данные:

OZON

ПЕТРОВИЧ

МТС

X5Group

МАГНИТ

АТОЛ



Собственная DMP, сегменты могут использоваться как в DSP, так и на сторонних платформах

Собственные пиксели для сбора сегментов рекламодателя

Чем заменить?

Google DV360



YouTube



Criteo / RTB-House



Решения от Segmento:

Подключены к крупнейшим SSP, охват баннеров 143 млн. пользователей.

Доступный охват видеоинвентаря 117 млн пользователей.

Доступен динамический ретаргетинг с ценой клика от 15 руб.

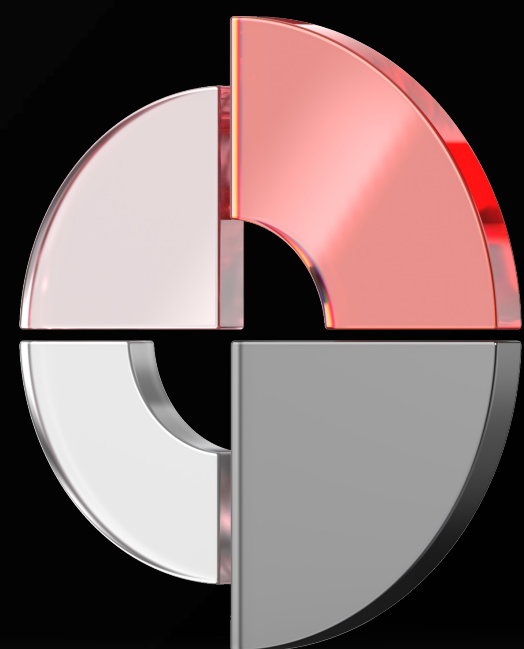


effie
awards
russia

white
square

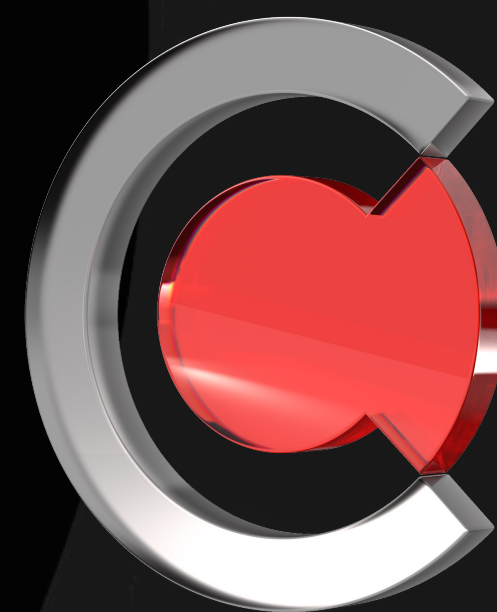


Продукты компании



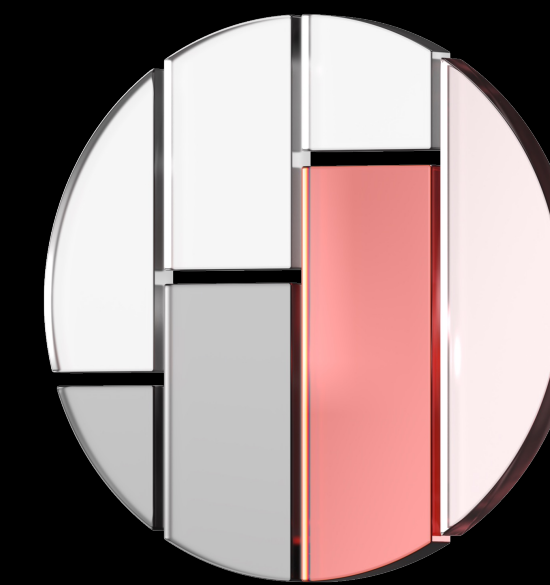
Таргетированная охватная реклама

- _ Баннерные и видеоразмещения
- _ 500+ сегментов
- _ 500 000+ площадок для размещения



Качественный трафик на сайт

- _ Микс oRTB и Social Media
- _ Оптимизация стоимости и качества трафика
- _ Ретаргетинговые стратегии



Продвижение бренда на маркетплейсах OZON, «Петрович»

- _ Микс oRTB и Social Media
- _ Оптимизация стоимости и качества трафика
- _ Ретаргетинговые стратегии

Под ваши задачи формируется проектная команда

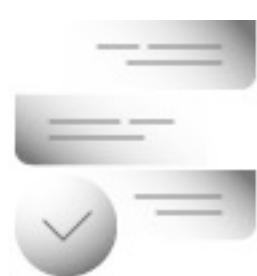
Сейлз

Бриф и консультации



Аккаунт

Запуск, отчетность, друг и помощник



Стратег

План коммуникации и рекламные каналы



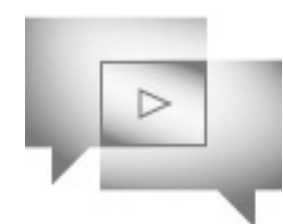
Медиапланер

Сегменты и площадки



Продакт-менеджер

Техническое сопровождение и кастомизация продукта



AdOps

Запуск, оптимизация рекламы под KPI



Дизайнер

Разработка креативов и ресайзов под ТТ



FrontEnd

Программирование динамических креативов



Data Science

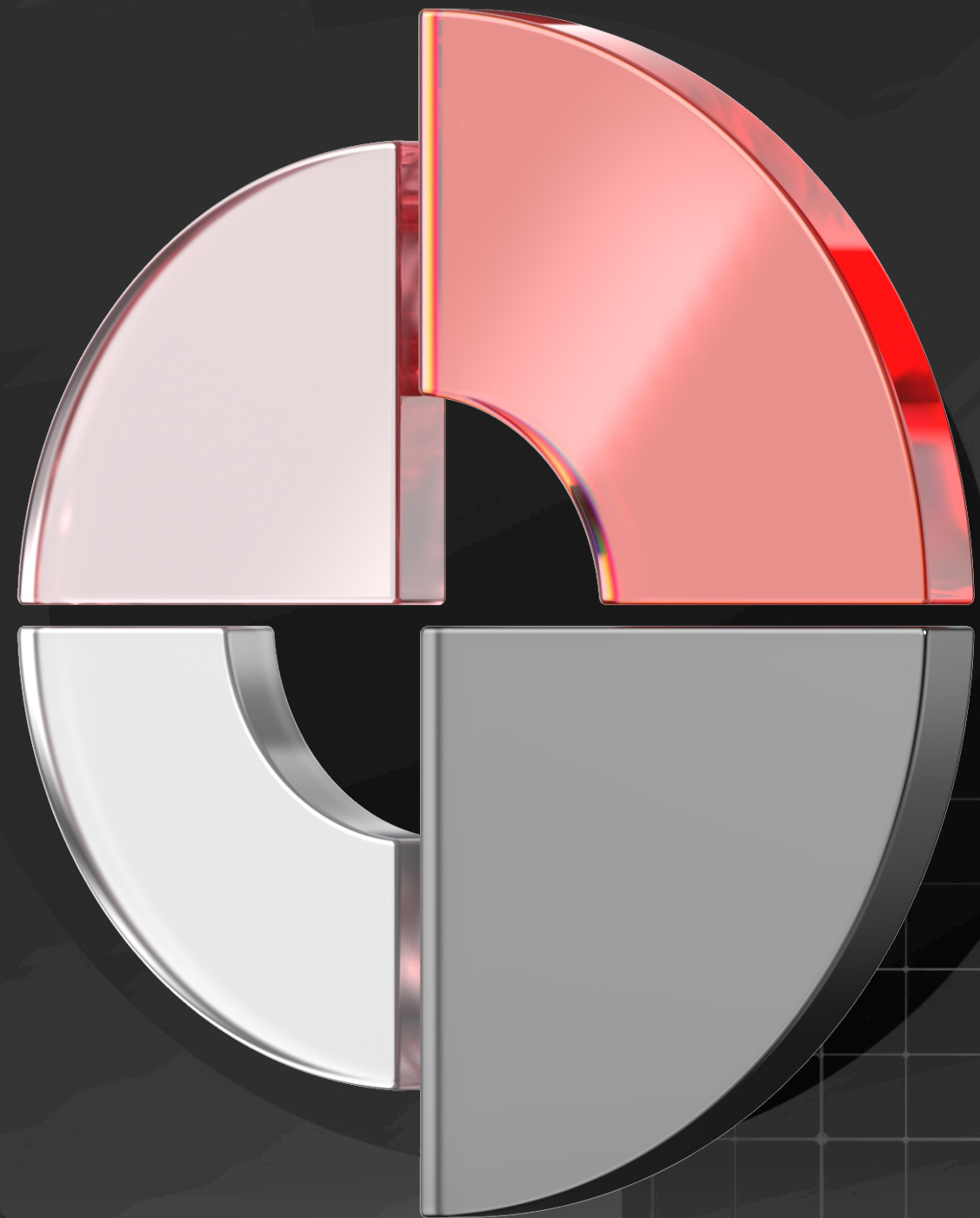
Попадание в ЦА, кастомизация, LAL



Техподдержка

Установка кодов, устранение ошибок в ЛК

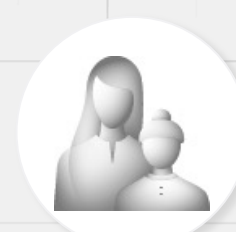




Аудиторные сегменты

Примеры сегментов аудитории

Аудиторные сегменты



Мамы с детьми

12 985 344 пользователя

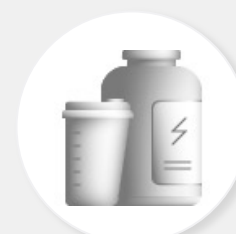
Пользователи, которые интересуются рождением и воспитанием, покупкой детских товаров, услугами и досугом для детей.



Владельцы домашних животных

8 146 352 пользователя

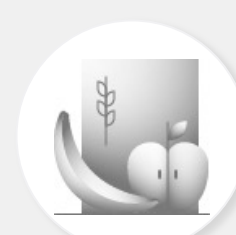
Пользователи, которые интересуются рождением и воспитанием, покупкой детских товаров, услугами и досугом для детей.



БАДы

19 042 795 пользователей

Интерес к здоровому образу жизни и правильному питанию. Интерес к БАДам. Покупатели витаминов, БАДов и полезных пищевых добавок

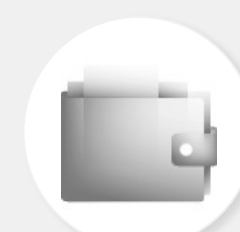


Закупщики в семье

24 079 747 пользователей

Частые покупки продуктов, хозяйственных товаров, FMCG. Покупатели супермаркетов. Интерес к магазинам, товарам, скидкам и акциям.

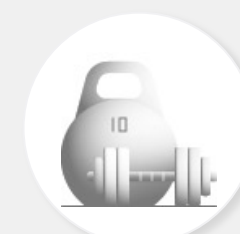
Тематики сайтов



Commerce & Market

4 006 307 показов в сутки

Онлайн-магазины, Доски объявлений, агрегаторы цен, отслеживание посылок.



Спорт

1 465 498 показов в сутки

Новости спорта, статистика матчей, трансляции.



Недвижимость и ремонт

594 517 показов в сутки

Площадки объявлений с недвижимостью, порталы по строительству и ремонту, форумы и статьи по ремонту.

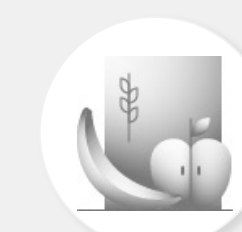


Бизнес и финансы

977 684 показа в сутки

Новости бизнеса, бизнес-порталы, профессиональные площадки по финансовой и бухгалтерской деятельности, котировки валют и акций.

Эксклюзив — сегменты на основе потребительского поведения (OZON)



Косметика и бьюти-товары

13 707 767 пользователей

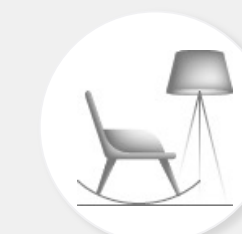
Посетители OZON, интересующиеся товарами из категорий «Косметика», «Уход за кожей», «Парфюмерия», «Маникюр»



Одежда и обувь

12 679 041 пользователь

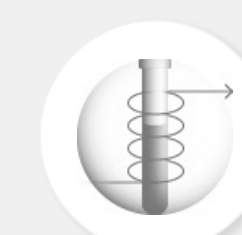
Посетители OZON, интересующиеся товарами из категорий мужской и женской одежды, обуви, спортивной одежды.



Мебель, строительство и ремонт

14 168 599 пользователей

Посетители OZON интересующиеся товарами из категорий «Мебель», «Строительные материалы», «Ремонт», «Товары для дома»



Покупатели бытовой химии

1 411 102 пользователя

Посетители OZON, интересующиеся товарами из категорий «Хозяйственные товары», «Бытовая химия».

Как собираются сегменты

Чтобы показывать рекламу только тем, кому это интересно, мы формируем сегменты долгосрочного и краткосрочного интереса. Модели машинного обучения категоризируют пользователей.

1. Данные от поставщиков (Ozon, «Петрович», МТС и сторонних DMP) создаются за счет сопоставления ids Segmento с их собственными идентификаторами. Синхронизация ids Segmento и ids МТС происходит внутри контура МТС.
2. Так вы получаете **только тех**, кому действительно может быть близок ваш продукт или услуга.
3. Bidder делает ставки, насколько дорого обойдется контакт с клиентом, и подбирает цену, чтобы максимизировать **их количество и уменьшить стоимость**.
4. Каждый профиль **проходит фильтр AntiFraud**, чтобы рекламу видели люди, а не боты. :)

Источники данных

Bids
(посещаемые сайты)

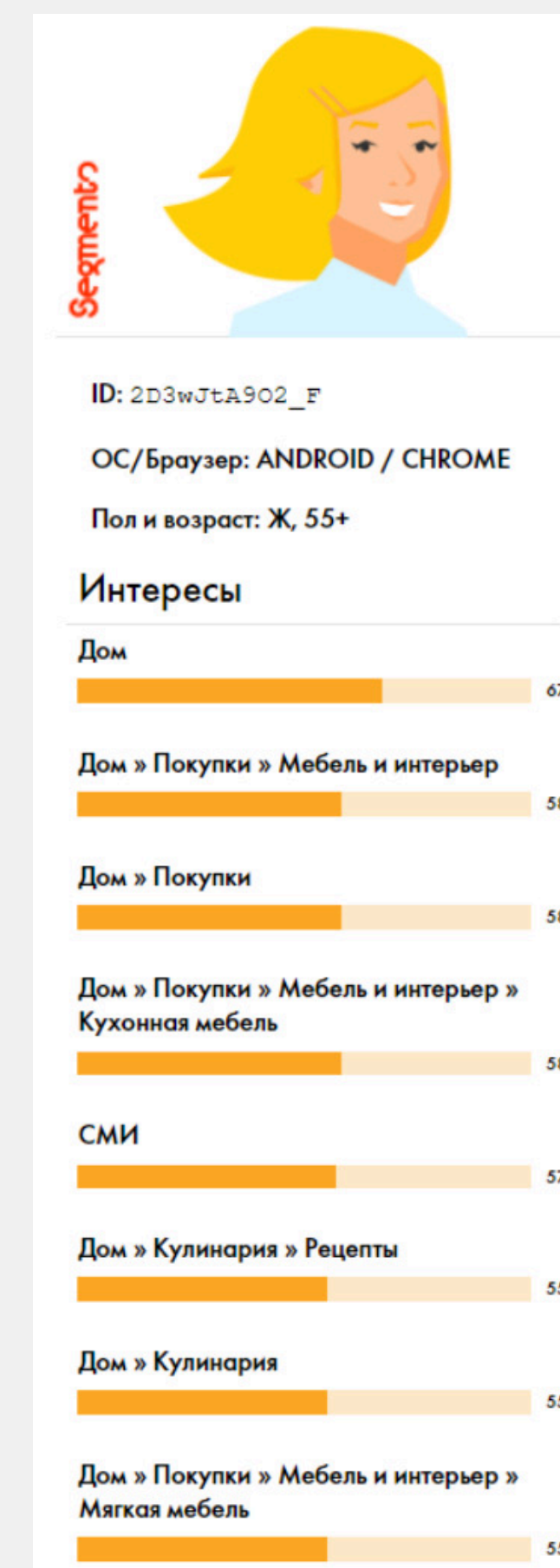
OZON

МТС

ПЕТРОВИЧ

DMP-поставщики

AntiFraud-фильтр



Работа с данными

Данные об онлайн-поведении

Тематики просмотренных страниц и приложений

Look-alike аудитории

Товары

Соцдем

Данные о покупках

Категории торговых точек

Категории товаров

Взаимодействия и конверсии

Демография

Работа с данными клиента

Сбор, хранение и обработка кастомных сегментов

Активация в рекламе, триггерные механики

Обогащение данных, построение портретов аудитории

Data-поставщики онлайн-данных

Segments

МТС

weborama [₽]

CleverData [₽]

soloway Система программатик маркетинга [₽]

AMBER DATA [₽]

Поставщики данных о покупках

МАГНИТ [₽]

OZON [₽]

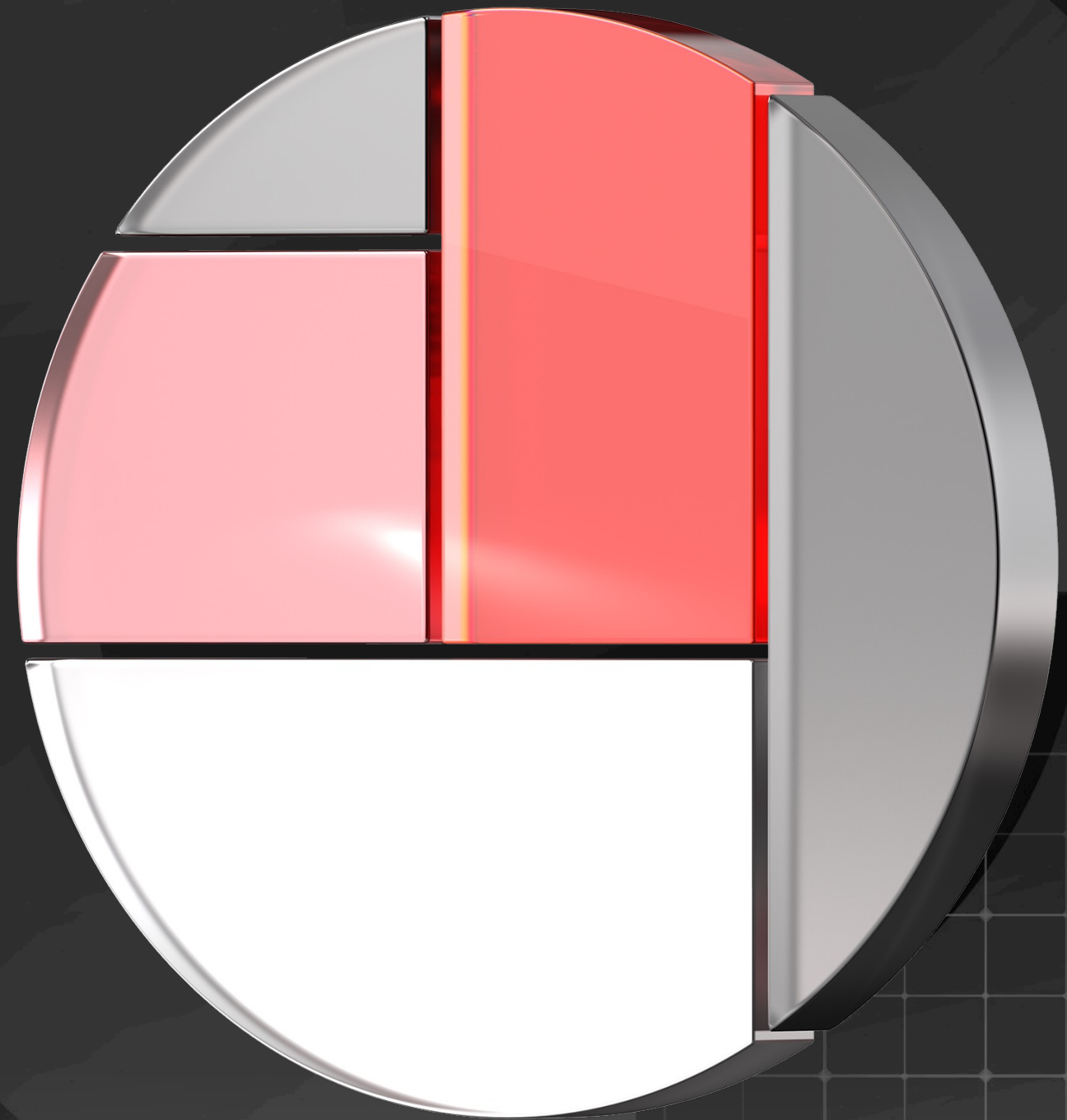
АТОЛ [₽]

X5Group [₽]

МТС [₽]

ПЕТРОВИЧ [₽]

₽ - подключаются на платной основе

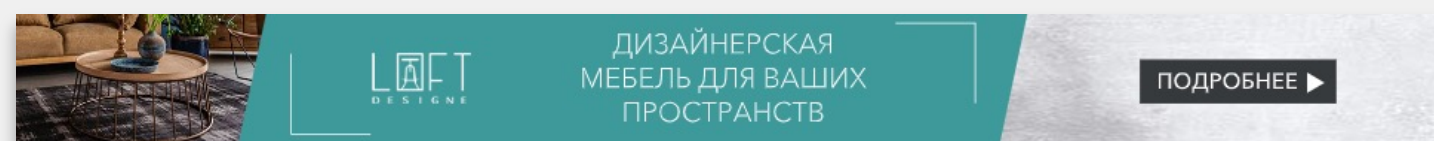


Баннерные и видео рекламные кампании

Таргетированная охватная реклама



Видео веб



Баннеры

- _ Видео (OLV), Баннеры
- _ Билинг — фикс CPM, vCPM, CPV (для видео)
- _ KPI: Охвата, частота, CTR%, viewability%, % роботность
- _ Измерения: BrandLift, Sales Lift
- _ Технология BrandSafety защитит ваш бренд от показа на нежелательном инвентаре
- _ Таргетинг по 544 аудиторным сегментам
- _ Таргетинг по 15 тематикам площадок
- _ Размещение на премиальном инвентаре

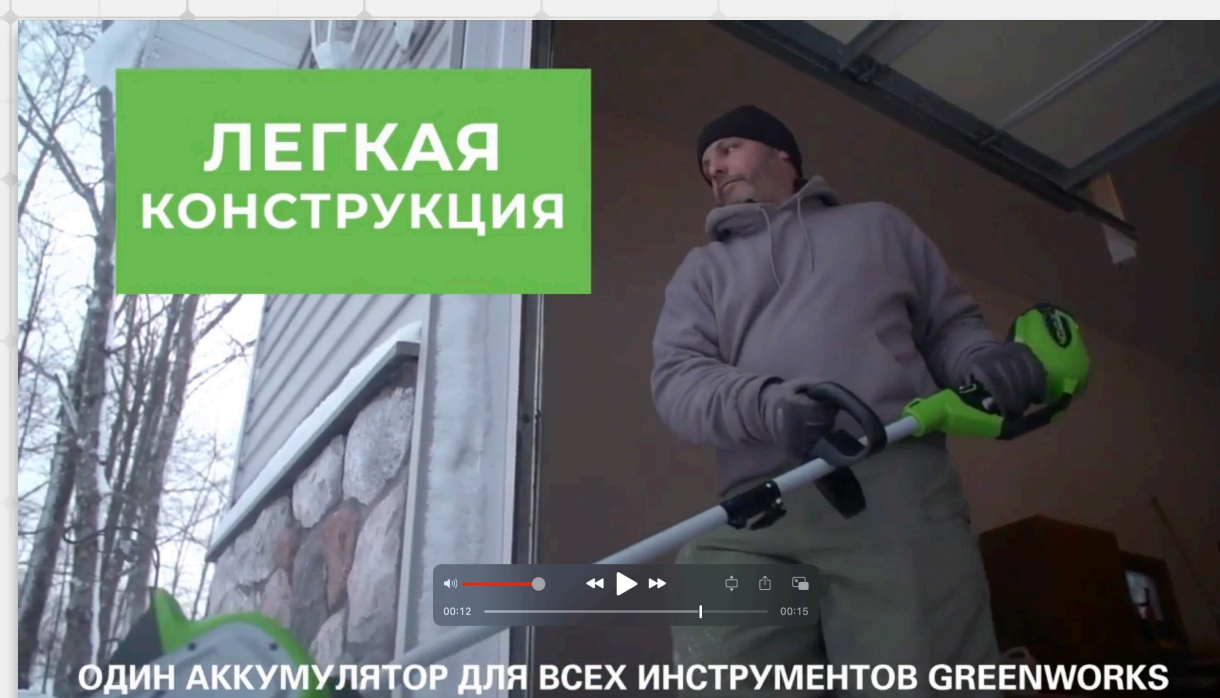


Мобайл

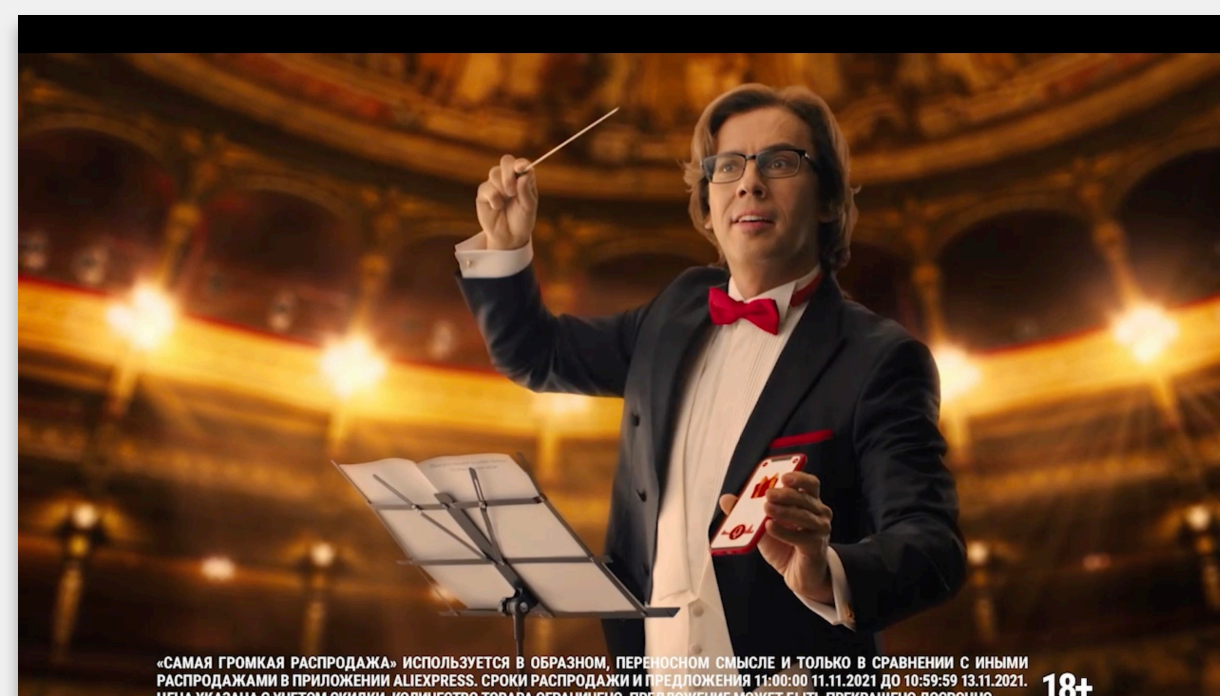


Десктоп

Видеоинвентарь (OLV)



Видео веб



Видео app

Доступный охват — 117 млн пользователей
Все устройства: Desktop, tablet, mobile

Список SSP

WEB

Adriver 27,240,000
Advark 22,510,000
Betweendigital 72,230,000
Buzzoola 43,030,000
Kintavr 2,160,000
Moevideo 165,210,000
Republer 300
Sape 84,680,000
Videonow 25,800,000
Videotarget 44,130,000

APP

Betweendigital 1,100,000
Videotarget 14,390,000
Buzzoola 24,990,000
MVA 5,170,000
Sape 984.339

Примеры площадок

championat.com
sportrbc.ru
cosmo.ru
tvigle.ru
ctc.ru
woman.ru
edimdoma.ru
baby.ru
elle.ru

domashniy.ru
lifehacker.ru
vokrug.tv
more.tv
montecarlo.ru
psychologies.ru
mvclip.ru

Баннерный инвентарь



Баннеры веб



Баннеры app

Доступный охват — 143 млн уникальных пользователей
Все устройства: desktop, tablet, mobile

Доступные форматы:

web: 120*600, 160*600, 240*400, 240*600, 300*250, 300*300, 300*50, 300*500, 300*600, 320*100, 320*480, 320*50, 336*280, 468*60, 480*320, 728*90, 970*250, 970*90

inapp: 240*400, 300*250, 300*600, 320*480, 320*50, 336*280, 480*320, 728*90, 970*90

Список SSP

WEB

Adriver 43,680,000
Betweendigital 82,610,000
Buzzoola 35,760,000
Republer 4,050,000
Sape 90,460,000
Videotarget 57,440,000
Yandex 205,310,000

APP

Betweendigital 28,760,000
Buzzoola 22,870,000
Videotarget 20,450,000
Sape 368.254

Примеры площадок

3dnews.ru
gismeteo.ru
afisha.ru
habr.com
adme.ru
hh.ru
aviasales.ru
irr.ru

avito.ru
ixbt.com
babyblog.ru
lifehacker.ru
cosmo.ru
sports.ru
drive2.ru
tutu.ru

Brand Safety

- криминальные и негативные новости
- новости о политике
- насилие
- нелицензионный контент
- аниме
- пользовательский контент (блоги, форумы etc.)
- лекарства

Базовый уровень защиты бренда — во всех рекламных кампаниях по умолчанию

Экстразащита от появления рекламы в нежелательном окружении

- онлайн-игры
- катастрофы
- ненормативная лексика
- теракты
- курение
- алкоголь
- наркотики
- произвольные тематики контента
- скрытый домен

Antifraud: поведенческий анализ для распознавания ботового трафика

Способы борьбы с фродом

ТРОТТЛИНГ: ФИЛЬТР АУКЦИОНОВ
ДО ИХ ПОПАДАНИЯ К БИДДЕРУ

По признакам бидреквестов (глобальные блеклисты)

- По площадкам
- По ip-адресам ботовых ферм

По признакам профилей

- Слишком молодые (=могут быть одноразовыми куками)
- Слишком большие (=посещают сайтов больше среднего юзера)

ТАРГЕТИНГИ НА УРОВНЕ РК

- Проверенные профили (клиенты OZON, Сбера, МТС)
- Фильтр по вероятности, что профиль — бот (ML-модель)

АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ РК

- Анализ статистики РК, списание невалидных кликов



Blacklist площадок и ip-адресов

Автоблок площадок

Подозрительные
медийные показатели

BR > 98%

PI > 95%

CTR > 1% (баннеры)

CTR > 5% (видео)

Ручной блок площадок

Шаблонные площадки

- Резкие всплески аукционов
- Подозрительные показатели
- Недавняя дата регистрации домена
- Визуальная оценка сайта и имени домена

и т.д.

Блок ip-адресов ботовых ферм

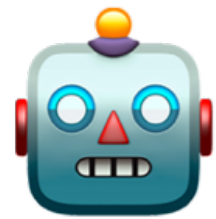
Проверка отделом
аналитики аномальных
всплесков в разных
локациях

Списание невалидных кликов

Анализ цепочки от ставки до показа



1. Bidrequest → 2. Bid → 3. Win → 4. Impression → 5. Click



1. Bidrequest → 2. Bid → 3. Win → 4. Imp~~ression~~ → 5. Click

Если в цепочке до клика по креативу мы не видим показа, то такой клик (вместе с остальной цепочкой) списываются из отчета клиента



Привлечение трафика и ОПТИМИЗАЦИЯ

Оптимизируемый трафик на сайт

УСТРОЙСТВО
IQOS 3 DUOS
 за ~~4990 Р~~ **4490 Р***

БЕСПЛАТНАЯ
ДОСТАВКА

КУПИТЬ НА OZON

*Подробнее на сайте
ozon.ru/highlight/25441

Не исключает риски

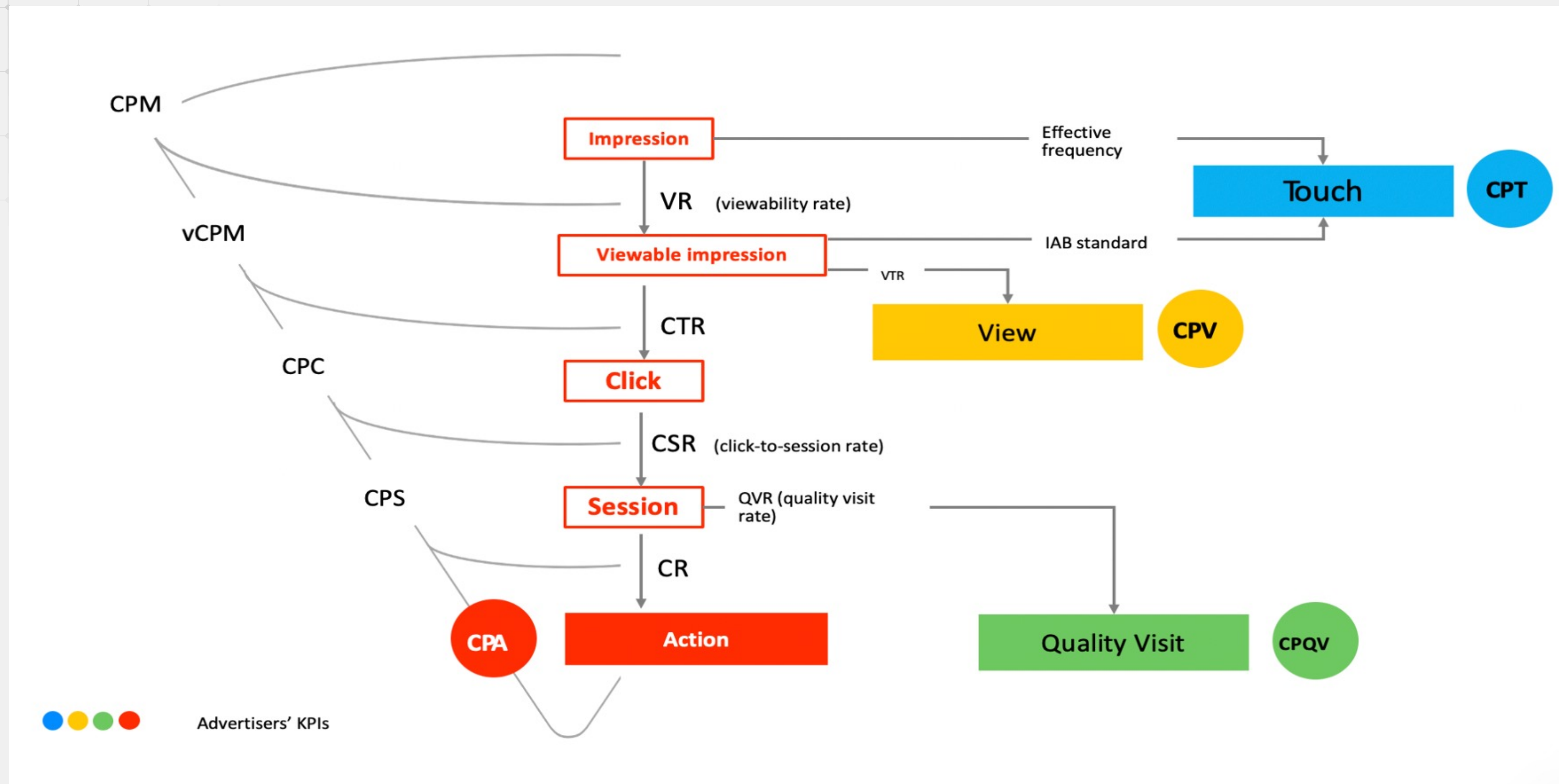
- _ Закупка: Фиксированный CPC / Динамический CPC
- _ Типы оптимизации: CTR%, PI%, CPQV, BR%, CPA*
- _ Микс каналов трафика на объединенных данных
- _ Стратегии ретаргетинга и динамические объявления по фиду для интернет-магазинов



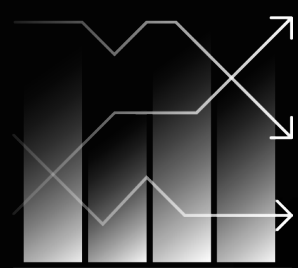
** Оптимизация на CPA ограничено доступна для комплексных рекламных кампаний.
 **KPI по выдерживанию охвата и частоты недоступны, так как для разного типа кампаний по привлечению трафика требуется разная частота показа и разный охват (зависит от продукта, от самих креативов, от стратегии закупки трафика, и пр.).

*** Требуется установка пикселя Segmento на сайт клиента и доступы в системы аналитики.

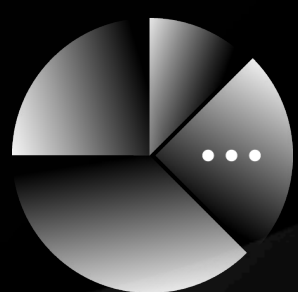
Стратегии оптимизации



Стратегии привлечения трафика. Возможные стратегии:



Дешевый трафик: снижение CPC, оптимизация доходимости (PI%) — нужны бенчи по цене и из чего состоит (+ видео) CPC от 15 руб.



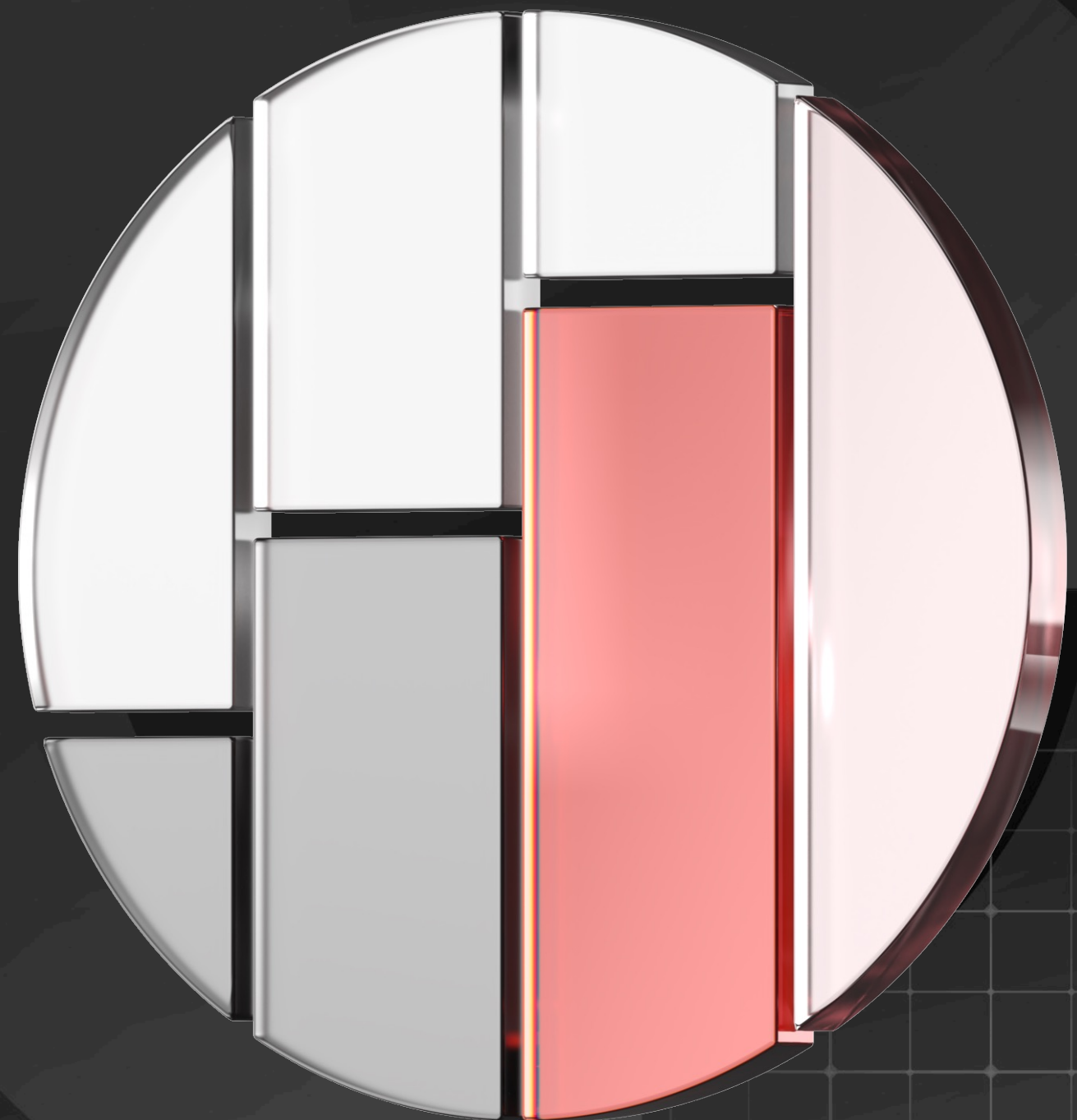
Охватный трафик: привлечение трафика с выдерживанием охвата, частоты, CTR.



Качественный трафик: оптимизация BR, времени, глубины, оптимизация CPQV, Social Media Activation.



Конверсионный трафик: оптимизация CPA, динамический ретаргетинг, ретаргетинг, Social Media Activation, Video (+ создание простых креативов).



Продвижение на Ozon

Продвижение бренда на маркетплейсах (OZON, «Петрович»)

Таргетинг аудиторий, собранных на основе e-commerce-данных.

Аудитория маркетплейса

> 30 млн пользователей web и app

Интерес к категории товаров

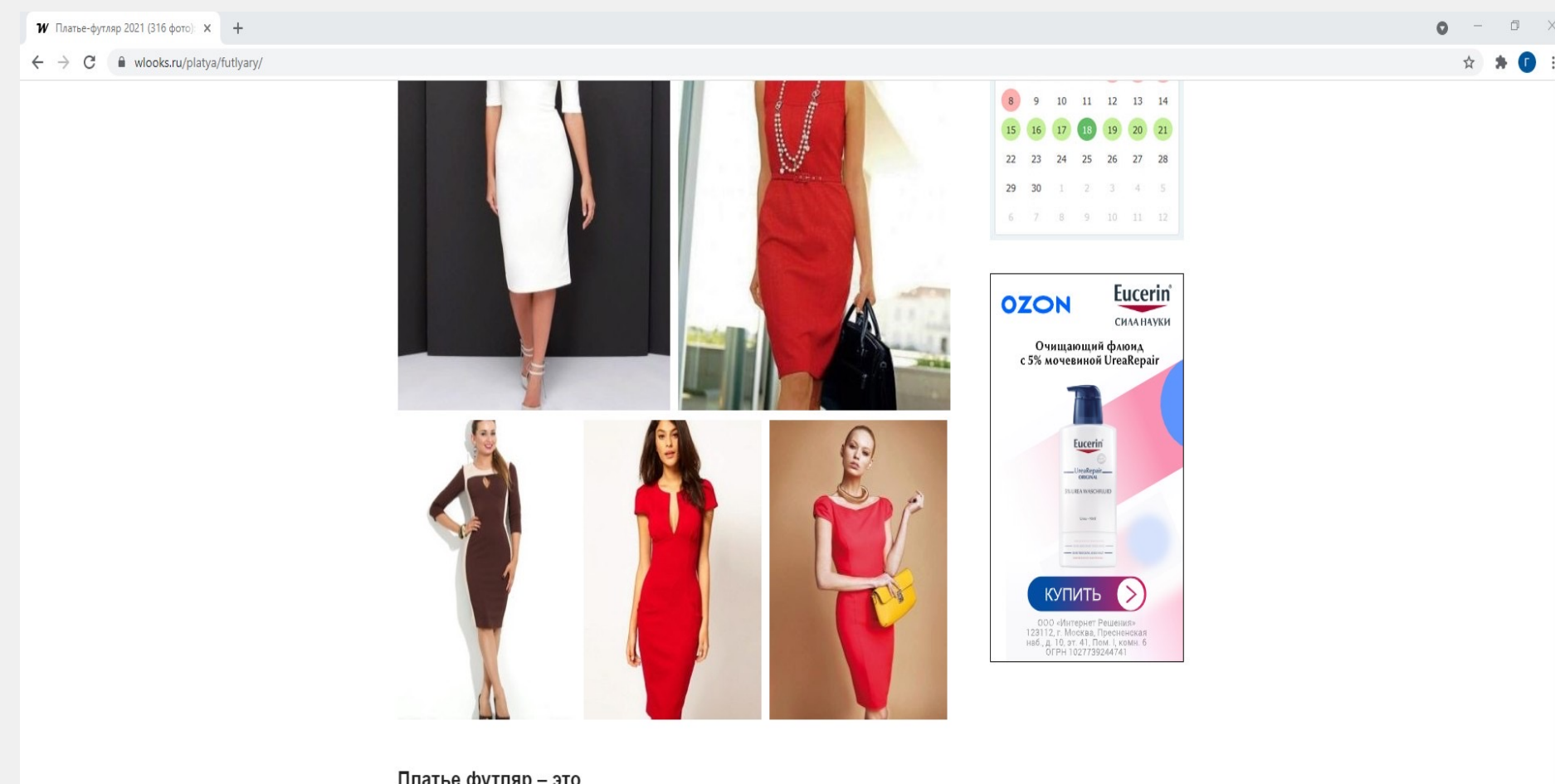
286 сегментов

Покупатели конкурентов

исключение покупателей бренда из категории

Динамический ретаргетинг

от 15 руб. CPC



Банер веб

+ Аудиторная аналитика по результатам РК

+ Полная измеримость на всем этапе пользовательского пути от показа до заказа на маркетплейсе

+ Возможность расширить рекламную кампанию внутренним инвентарем

Возможности работы с данными OZON

Reach — максимальный охват и прогрев целевой аудитории

ФОРМАТЫ: Видео, Баннеры

БИЛЛИНГ: CPM, vCPM, CPV

ИЗМЕРЕНИЯ: Brand Lift, Sales Lift

- Широкий охват всех пользователей OZON / активных пользователей OZON.
- Таргетинг по портрету аудитории по релевантному поведению онлайн и на OZON.
- Look-alike-моделирование для расширения охватов.

Performance — лояльный трафик на посадочную страницу и конверсии

ФОРМАТЫ: Банеры, Social

БИЛЛИНГ: дин. CPC, фикс. CPC

ИЗМЕРЕНИЯ: доходимость до карточек товаров, post-click/post-view-конверсии, детализация заказов

- Таргетинг на конкурентов / категорию бренда
- Активация данных в MyTarget
- Оптимизация кампаний на совершение конверсий

Покупки и Up Sale

ФОРМАТ: ДИНАМИЧЕСКИЕ БАННЕРЫ

БИЛЛИНГ: дин. CPC

ИЗМЕРЕНИЯ: CPA, ROAS

- Возвращаем пользователей, которые не совершили покупку
- Стимулирование повторных покупок

Медиа каналы:



Brand Awareness

Brand Consideration

Purchase

Cross-device web+app

Динамический ретаргетинг

Segmento покажет персонализированный баннер с товаром вашего бренда:

- товары, которые смотрел пользователь.
- товары, оставленные в корзине.
- комплементарные товары и товары из категории.

Креатив формируется из товарного фида:

автоматически подтягиваются фото товара, название, цена, скидка.

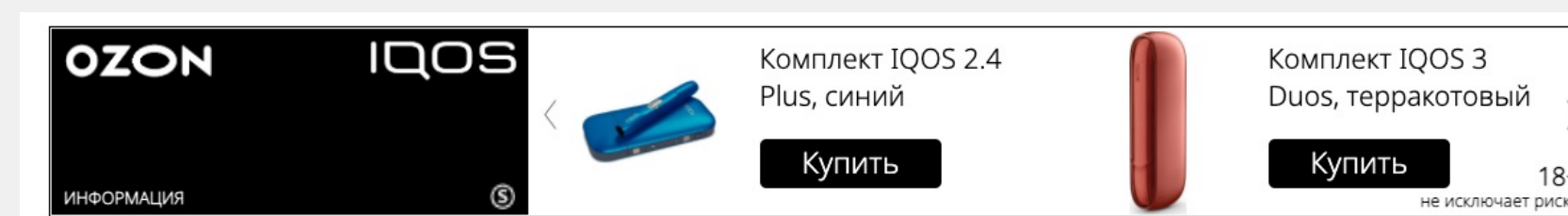
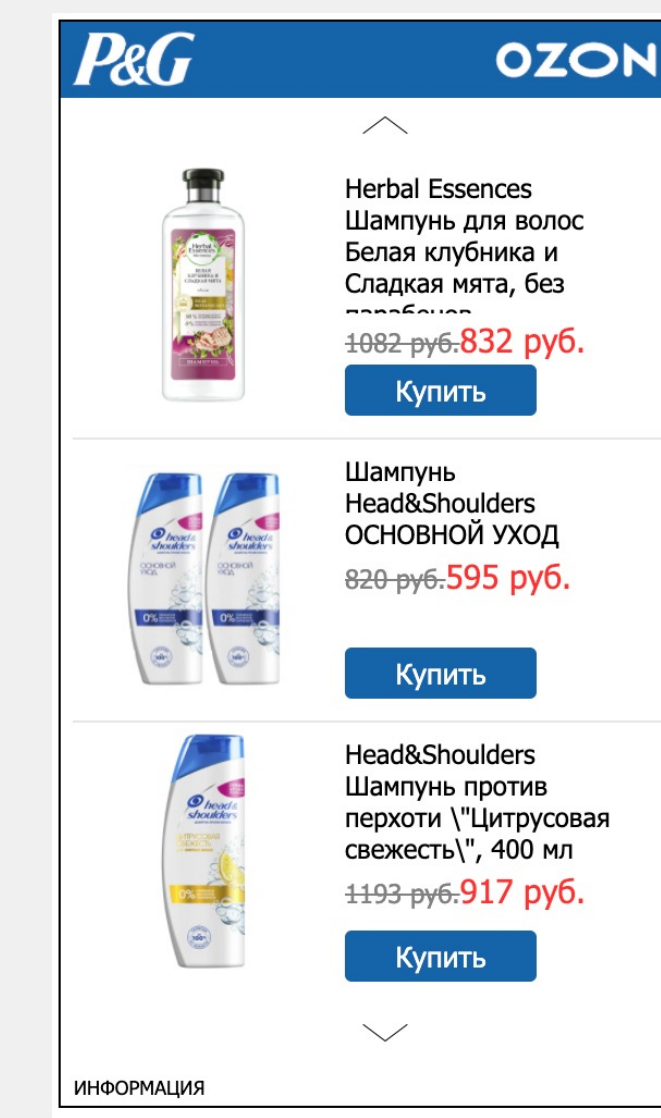
Где работает дин. ретаргетинг:

Интернет-магазин
клиента

Маркетплейсы
OZON, «Петрович»

Билинг: CPC

Средняя стоимость клика: 25-30 руб.

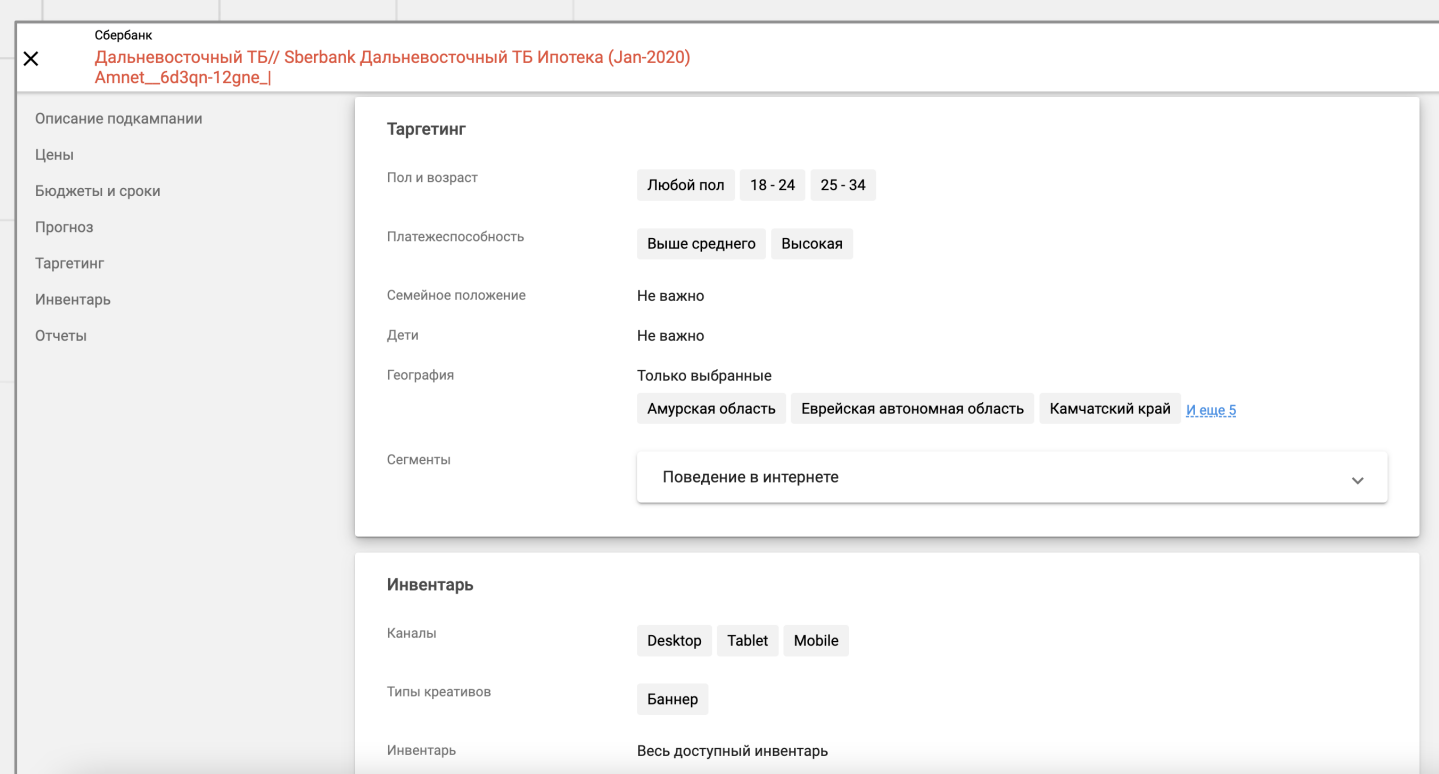


Банеры веб

- при подготовке креативов используется брендбук клиента (при наличии)
- возможность кастомизации: шрифты, цвета, месторасположение элементов на баннере и дополнительные шаблоны креативов

*Требуется установка пикселя Segmento на сайт клиента и доступы в системы аналитики

Отчетность в рамках кампаний



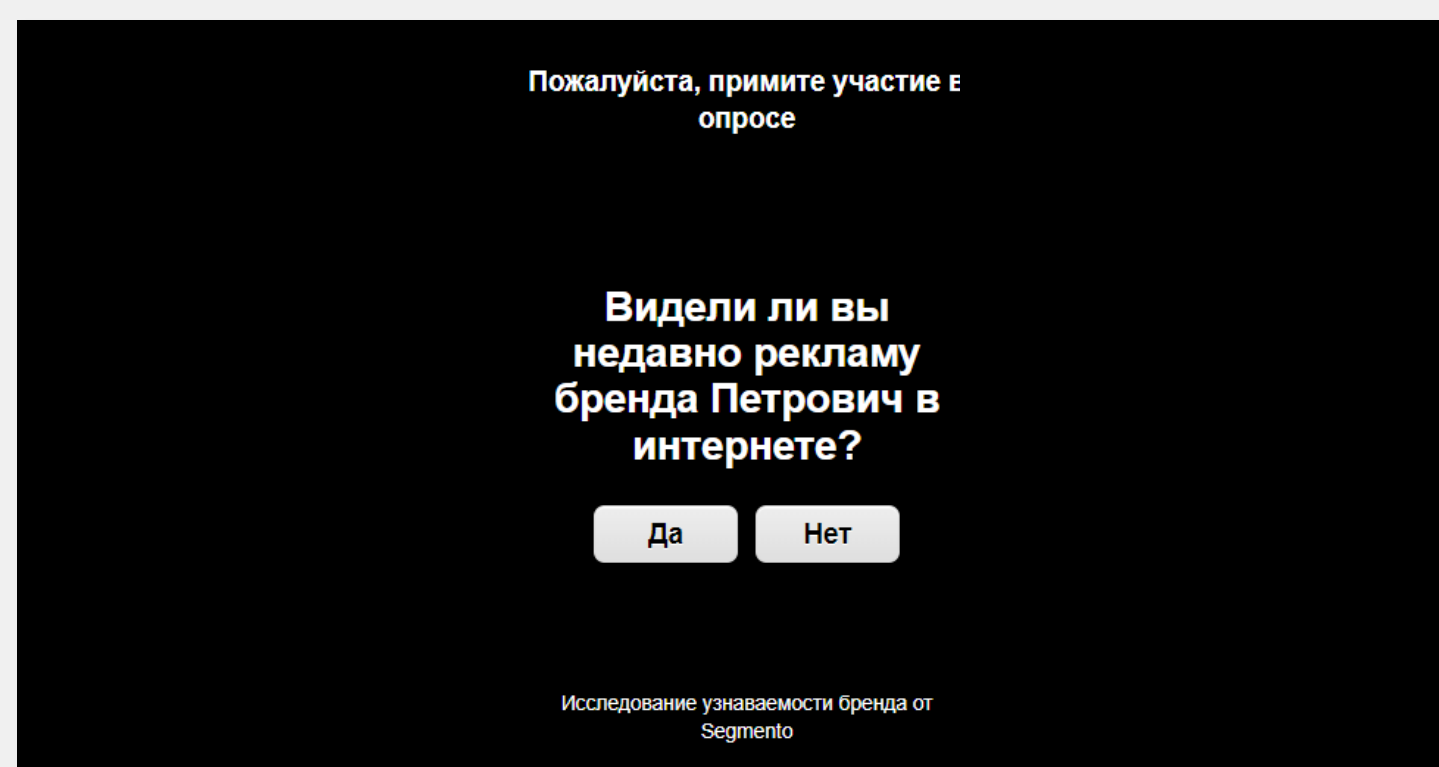
- Доступ в личный кабинет
- Метрики: CPM, CPT, CTR и др.
- Срезы: по дням, соцдем, сегменты, креативы
- * все метрики на слайде «Личный кабинет»

- Sales Lift — алгоритм оценки влияния рекламы на конверсии через анализ поведения тестовой и контрольной группы. Доступен на сайтах клиентов и на OZON.

- Brand Lift — количественные опросы тестовой и контрольной группы для оценки достижения целей охватной рекламы.

- Кастомизируемые вопросы

- Проверка стат. значимости

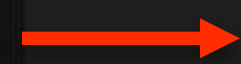


Дополнительные ВОЗМОЖНОСТИ

Создание digital-стратегии. 5 шагов

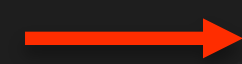
1

Бриф
и интервью



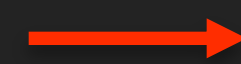
2

Анализ
конкурентов



3

Анализ
целевой
аудитории



4

Коммуни-
кационная
стратегия



5

Подбор
каналов и
инструментов

Пример медиастратегии и инструментов для интернет-магазина техники

Reach — максимальный охват и прогрев целевой аудитории

ПЕРИОД: 1 месяц

БИЛЛИНГ: CPM

ФОРМАТ: персонализированные баннеры и посадочные страницы (DCE)

- Собираем таргетинги на основе данных, строим CJM аналитику, коммуникационную стратегию и готовим креативы
- Проводим коммуникацию с аудиториями в oRTB
- Оптимизируем CTR и CPC с помощью алгоритмов

Performance — лояльный трафик на посадочную страницу и конверсии

ПЕРИОД: 1 мисяц

БИЛЛИНГ: CPC

ФОРМАТ: персонализированные имиджевые и товарные баннеры с акцией

- Собираем таргетинги на основе данных, строим CJM-аналитику, коммуникационную стратегию и готовим креативы.
- Проводим коммуникацию с аудиторией в Social media.
- Оптимизируем CPA и CR с помощью алгоритмов.

Покупки и Up Sale

ПЕРИОД: ALWAYS ON

БИЛЛИНГ: CPC

ФОРМАТ: динамические баннеры

- Формируем YML-фид.
- Готовим креативы.
- Возвращаем пользователей, которые не совершили покупку.

Медиа каналы:



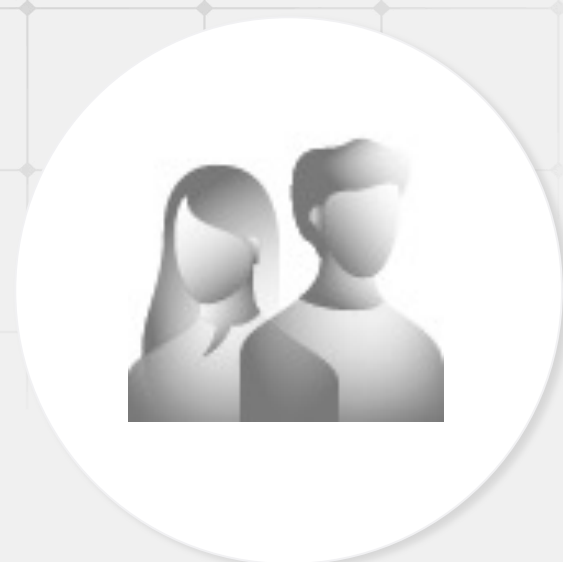
Brand
Awareness

Brand
Consideration

Purchase

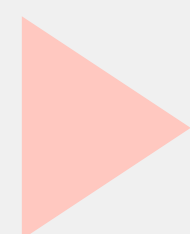
* Требуется установка пикселя Segmento на сайт клиента и доступы в системы аналитики

DCO / DCE

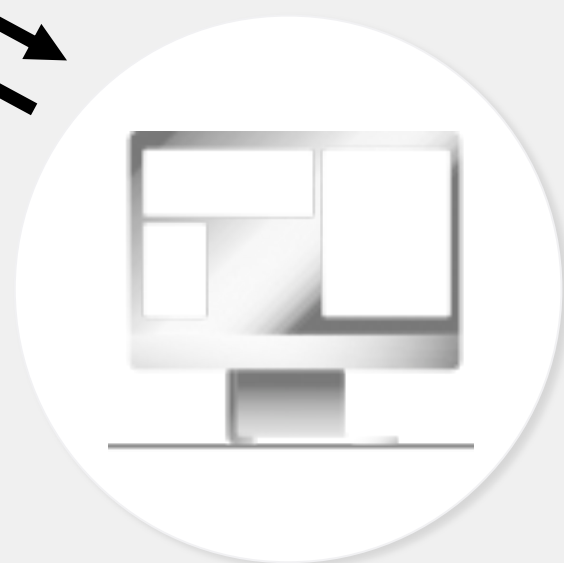
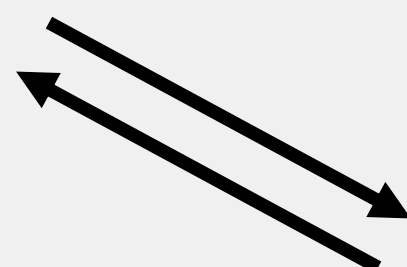
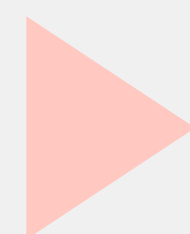
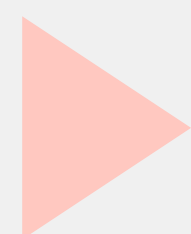


Массив запросов от разных людей

+50% к среднему CTR



Показ баннеров при посещении сайта с разными СТА

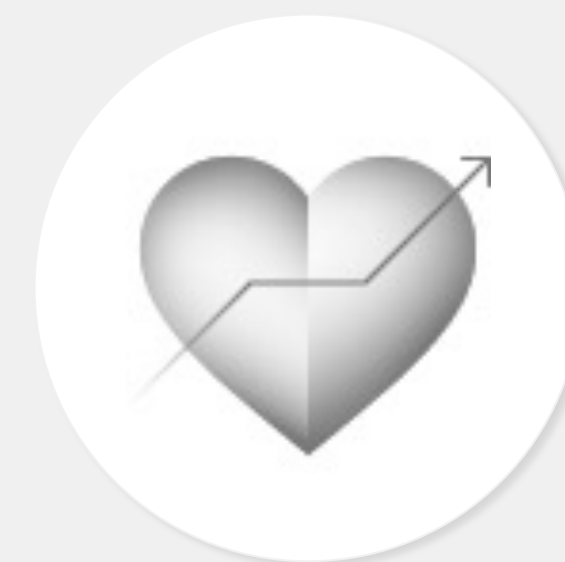
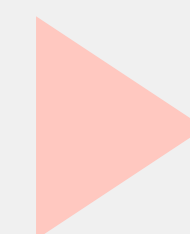


Личный кабинет клиента

-40% BR



+50% контакта с брендом и заказ



Лояльность клиента к бренду, повторные заказы

+15% конверсий

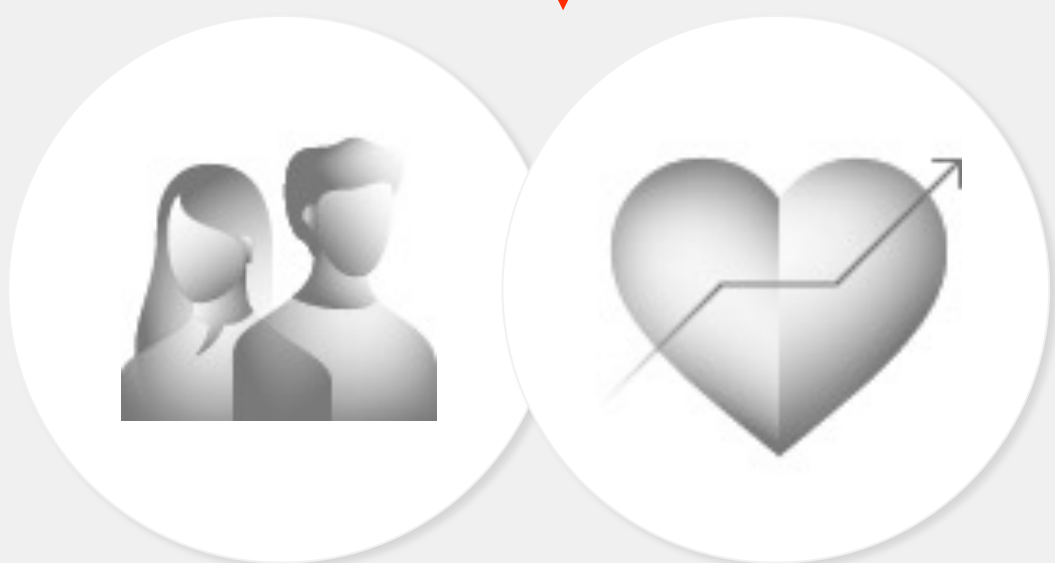
Персонализация сайта

Персонализируем контейнер на сайте

Самый персонализированный контент

Посетитель зашел на сайт

Показ наиболее релевантного баннера/контента



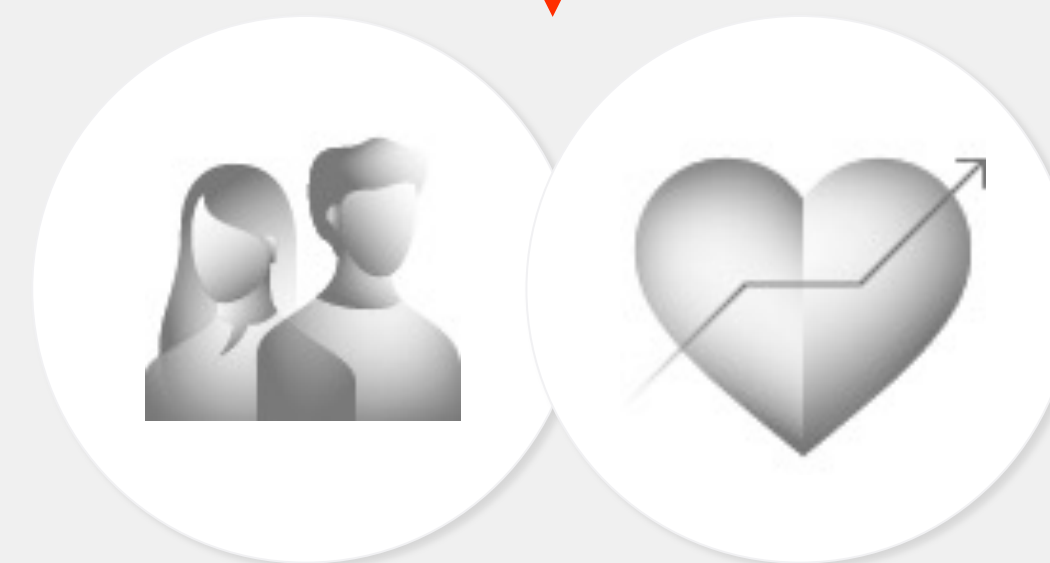
Персонализируем весь сайт

Посетитель зашел на сайт

Запрос в Segmento

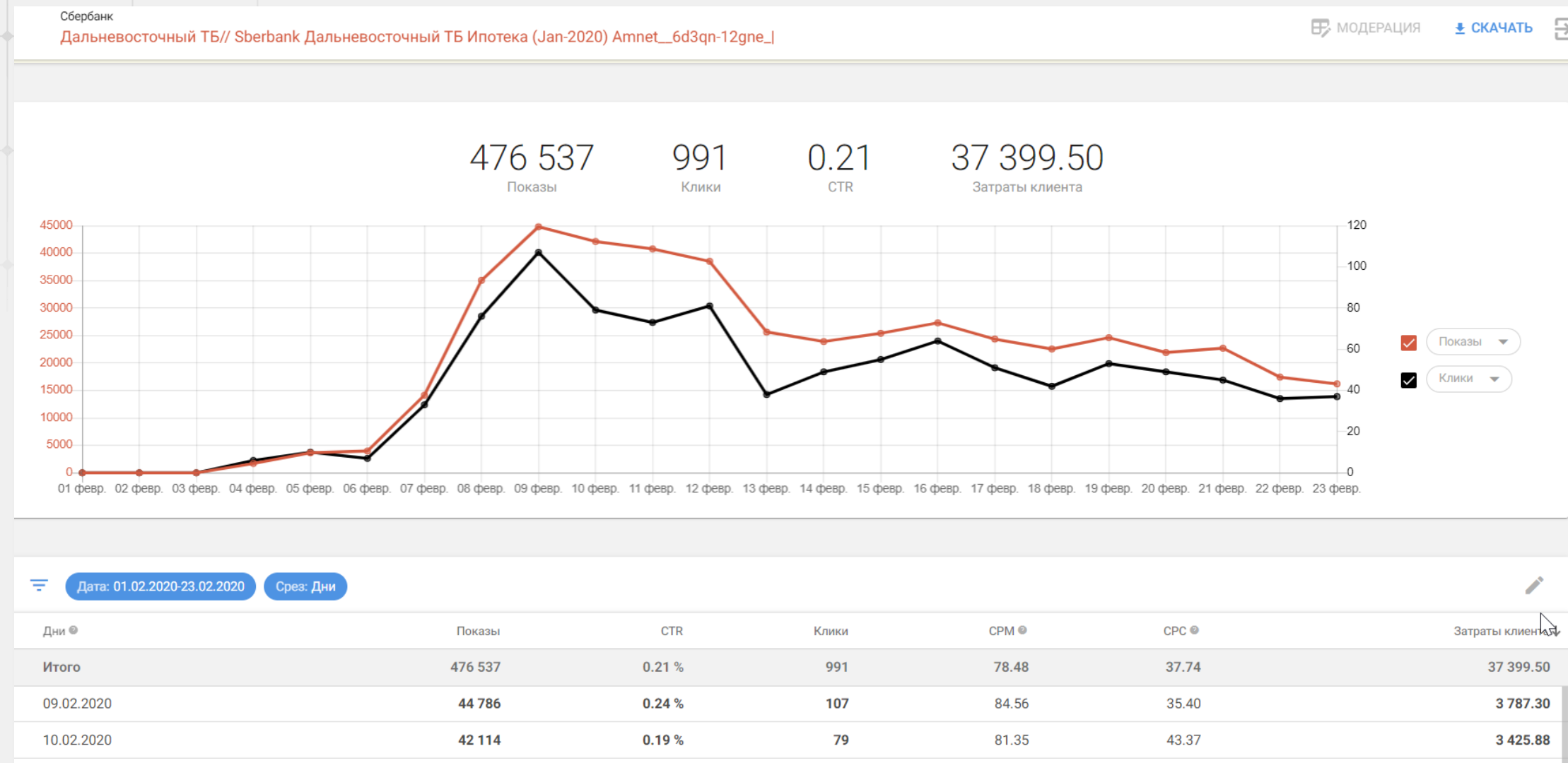
JSON-ответ

Система клиента решает, что релевантно пользователю



Дополнительная
информация

Личный кабинет рекламодателя



Компании | Поиск по названию компании и подкампании

Планируемые РК | Кампании | Клиенты | Сводный отчет | Демо | Статистика | Планировщик | Сегменты | Настройки | Инструменты

Статус подкампаний: Активные | Статус данных: Утверждены

Кампании (36) / Подкампании	Начало / Окончание	Потрачено / Бюджет	Маржа	Биллинг	KPI	Состояние данных на: 19.06.2022
2 Avito > Avito/ Недвижимость// Директ	18.05.2022 / 30.06.2022	117 246.74 из 210 000.00 / 56.00 %	15.00 %	CPC	11.31 P	
Web Display mav_segmn_c2c_real_all_rtg_260522	18.05.2022 / 30.06.2022	47 970.82 из 90 000.00 / 53.00 %	4.00 %	CPC	15.00 P	
2 Bebakids > Bebakids.петаргетинг	25.04.2022 / 30.06.2022	40 928.43 из 100 000.00 / 41.00 %	16.00 %	CPC / CPA	29.30 P / 1 779.50 P	
Web Display Петаргетинг	01.06.2022 / 30.06.2022+	1 018 508.49 из 1 967 824.00 / 52.00 %	21.00 %	CPM / Av. F / VTR / CPV / CTR	168.38 P / 0.00 / 83.80 % / 0.20 P / 1.24 %	
2 MGcom > Global Functional Drinks > Segmento // GFD (Global Drinks) // Расчёты на МП	01.06.2022 / 30.06.2022+	1 177 252.27 из 2 140 859.83 / 55.00 %	21.00 %	CPM / Av. F / VTR / CPV / CTR	168.37 P / 0.00 / 88.64 % / 0.19 P / 0.98 %	
Web Video E-ON						
Web Video FreshBar						

Сбербанк
Дальневосточный ТБ// Sberbank Дальневосточный ТБ Ипотека (Jan-2020) Amnet_6d3qn-12gne_I

Описание подкампании

Цены

Бюджеты и сроки

Прогноз

Таргетинг

Инвентарь

Отчеты

Таргетинг

Пол и возраст: Любой пол | 18 - 24 | 25 - 34

Платежеспособность: Выше среднего | Высокая

Семейное положение: Не важно

Дети: Не важно

География: Только выбранные
Амурская область | Еврейская автономная область | Камчатский край | И.еще 5

Сегменты: Поведение в интернете

Инвентарь

Каналы: Desktop | Tablet | Mobile

Типы креативов: Баннер

Инвентарь: Весь доступный инвентарь

Личный кабинет и отчеты

Доступные метрики

- Охват
- CRM/vCRM/CPV
- CPC
- CTR
- Показы / Видимые показы
- Просмотры (видео)
- Квартили досмотра (видео)
- Viewability Rate
- Клики
- Сессии
- BR% / Время / Глубина
- Post-click-конверсии
- Post-view-конверсии

Доступные срезы

- Отчет по дням
- По платформам
- География
- Площадки
- Индекс онлайн-поведения
- Креативы
- Соцдем
- Сегменты таргетинга
- Типы устройств

Отчеты OZON

- Cross-device конверсии.
- Расшифровка конверсий по ID товаров.
- Метрики поведения на карточках товаров бренда (посещения, добавления в корзину, покупки).

Измерения

- Brand Lift.
- Опросы аудитории.
- Online Sales Lift.

Нестандартные отчеты (примеры)

- Охват по креативам / дням / сегментам.
- Brand Lift по сегментам.
- Видеособытия в разрезе разных креативов.
- Расширенный отчет по post-click/post-view конверсиям.
- Портрет сегмента (какие онлайн-интересы у собранного сегмента).
- Портрет покупателей (соцдем и онлайн-интересы покупателей).

API

Предоставление клиентам возможности выгрузки данных по РК через API личного кабинета.

Доступные для выгрузки метрики

date — дата

• **impressions** — количество показов

• **viewableImpressions** — количество видимых показов

• **clicks** — количество кликов

• **sessions** — количество сессий

• **postClick** — количество post-click-конверсий

• **lastClick** — количество last-click-конверсий

• **postView3** — количество post-view-конверсий, совершенных после просмотра рекламы до 3 дней до совершения конверсии

• **postView30** — количество post-view-конверсий, совершенных после просмотра рекламы до 30 дней до совершения конверсии

• **postViewSessions** — количество сессий после просмотра рекламы

• **postViewVisitors** — количество уникальных пользователей после просмотра рекламы

• **videoComplete** — количество досмотров видео

• **meanDuration** — время на сайте

• **pageDepth** — глубина просмотра

• **bounceRate** — показатель отказов

Количество запросов в секунду: 1

Максимальная длина периода получения статистики: 31 день

Segmento

Кейсы

Рост знания бренда ВВК на 29%

Увеличение досмотров рекламного ролика на 6.3% от планового, CTR выше 48% плана.

Ассортимент бренда ВВК ежегодно расширяется. В линейке представлены практически все устройства для разных сфер жизни, включая аудио, видео и бытовую технику. Бренд запустил на платформе Segmento кампанию для продвижения сразу нескольких категорий.

Цель кампании: максимальный охват потенциальной аудитории

Рекомендации по итогам кампании

1. Протестировать размещение на данных Segmento в мобильных приложениях, так как этот канал обеспечивает высокую вовлеченность пользователей.
2. Провести кампании в социальных сетях и на Youtube с использованием сегментов аудитории на основе транзакционных данных Segmento.
3. Поделить кампании с таргетингом на мужскую и женскую аудитории, чтобы продвигать в них соответствующие товарные категории.

Конверсия из просмотра в корзину 7,5% для Zewa

Как сегментация по потребительскому интересу и данные о платежеспособности позволили в пять раз снизить стоимость одной заявки.

CR 7,5% при среднем значении по кампании Zewa во всех каналах – 3,1%. VTR 83% (среднее 56%). CTR 1,6% (среднее 0,7%).

Цели кампании: автоматизация рекламы в e-commerce, переключение с товаров конкурентов, рост продаж Zewa на Ozon

ЦА:

1. Все посетители Ozon
2. Покупатели категорий Ozon: средства для рук, средства для кожи лица, средства для тела и др. за полгода
3. Сегменты на основе данных Segmento о реальном покупательском поведении аудитории

Увеличение онлайн-выручки аптек «Вита» в пандемию

Как сегментация по потребительскому интересу и данные о платежеспособности позволили увеличить средний чек и выручку.

На 11,69% больше транзакций совершили пользователи, которые видели рекламу. На 9-20% больше денег тратили на покупки в разных городах пользователи, охваченные рекламой. ROI =234% по результатам кампании. Brand Lift 28%.

Цель кампании: максимальный охват целевой аудитории, переключение на онлайн-продажи с офлайна

Размещение

1. In-stream и in-article видео, ведущие на сайт сети аптек
2. В условиях пандемии выросла доля десктопа, в частности, онлайн-кинотеатров, было решено охватить эту аудиторию
3. Сегменты настраивались исходя из «аптечных» интересов и покупательского поведения на основе уникальных данных Segmento

Коммуникация 360

= 80% SOV

CTR +60%. CR из клика в целевое действие +15%. Благодаря коммуникации с пользователями на всех этапах воронки. Холодный лид переводим в горячую стадию. Получаем трафик из каналов RTB и Social, подключаем «Яндекс.Аудитории».

Performance

+17%

конверсий дополнительно за 2 месяца.
+27% дополнительного трафика.
Оптимизация стоимости заказа
и поведенческих характеристик.
Благодаря точному таргетингу находим ЦА,
которую не видят другие платформы.

Segmento

Спасибо
за внимание

E-mail: info@segmento.ru
Сайт: segmento.ru