

adventum.

Performance Marketing 2.0



Мы первыми в России начали работать в сегменте performance marketing

С 2009 года мы

- запустили 20 000 успешных рекламных кампаний
- увеличили прибыльность бизнеса 138 клиентам

Мы стали своим первым клиентом. Нам нравилось изучать продукт, пробовать новые инструменты и учиться.

За помощью к нам начали приходить друзья. Так мы научились продавать автомобили, квартиры, косметику, одежду, услуги. У нас появились знания и опыт.

Пройти этот путь в короткий срок компании не могли. И мы решили, что возьмем эту часть их работы на себя.

Мы многому научились

И теперь умеем раскрывать потенциал любого бизнеса, который приходит к нам за помощью.



Finance



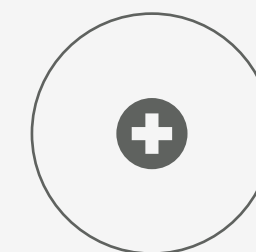
Telecom



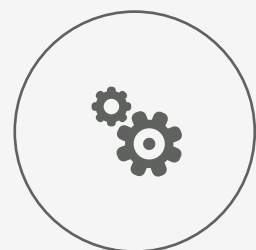
Auto



Real Estate



Medicine



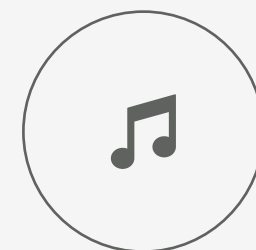
Construction



E-commerce



Insurance



Entertainment



Yours



Мы остаёмся верны своим принципам

- Выбираем клиентов, которые разделяют наши ценности и взгляды на бизнес
- Работаем с бизнесом, который готов меняться
- Несем ответственность за результат вместе с клиентом, как если бы работали на самих себя
- Ищем. Каждый день задаем себе вопрос: «Что еще я могу сделать для клиента?»
- Делаем то, что любим. И любим то, что делаем

Используем технологические решения

- Работаем с крупнейшими платформами автоматизированного управления рекламой
- Имеем эксклюзивный доступ к бета-технологиям «Яндекс» и Google
- Разрабатываем собственные технологии по управлению ставками и отчетностью

Alytics

K★50

1C®

SpyWard

retailCRM

SEMFLUSH

mixpanel

SimilarWeb

CALLTOUCH

CoMagic

Roostat

KISSmetrics

Plarin

amoCRM.

Яндекс
Wordstat

Key
Collector

BI

Google
BigQuery

Google Cloud
Platform

tableau
SOFTWARE

Power BI

Optimizely

Google
Optimize

Google
Data Studio

Google Content
Experience



Делимся опытом. Развиваем digital-индустрию

- Выступаем спикерами на международных конференциях и форумах
- Разрабатываем стандарты интернет-рекламы в России
- Являемся партнерами по обучению «Яндекса» и Google

РАЭК

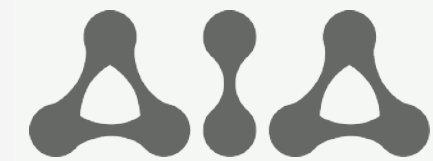
Российская ассоциация
электронных коммуникаций

iab.

Бюро интерактивной
рекламы в России

АКАР

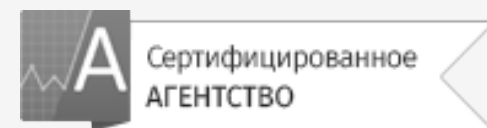
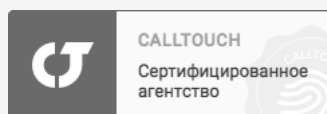
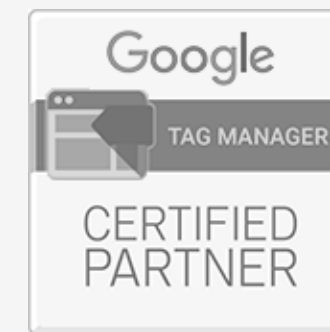
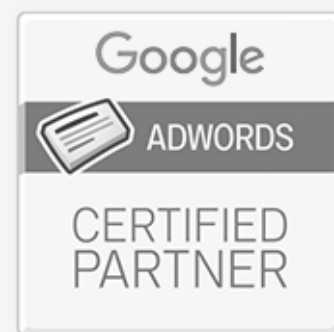
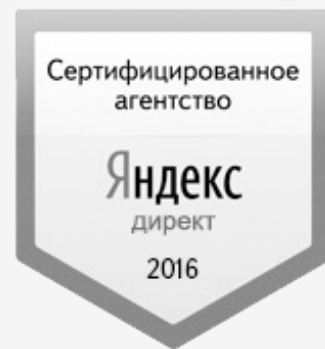
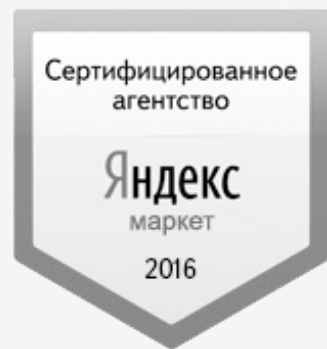
Ассоциация
коммуникационных
агентств России



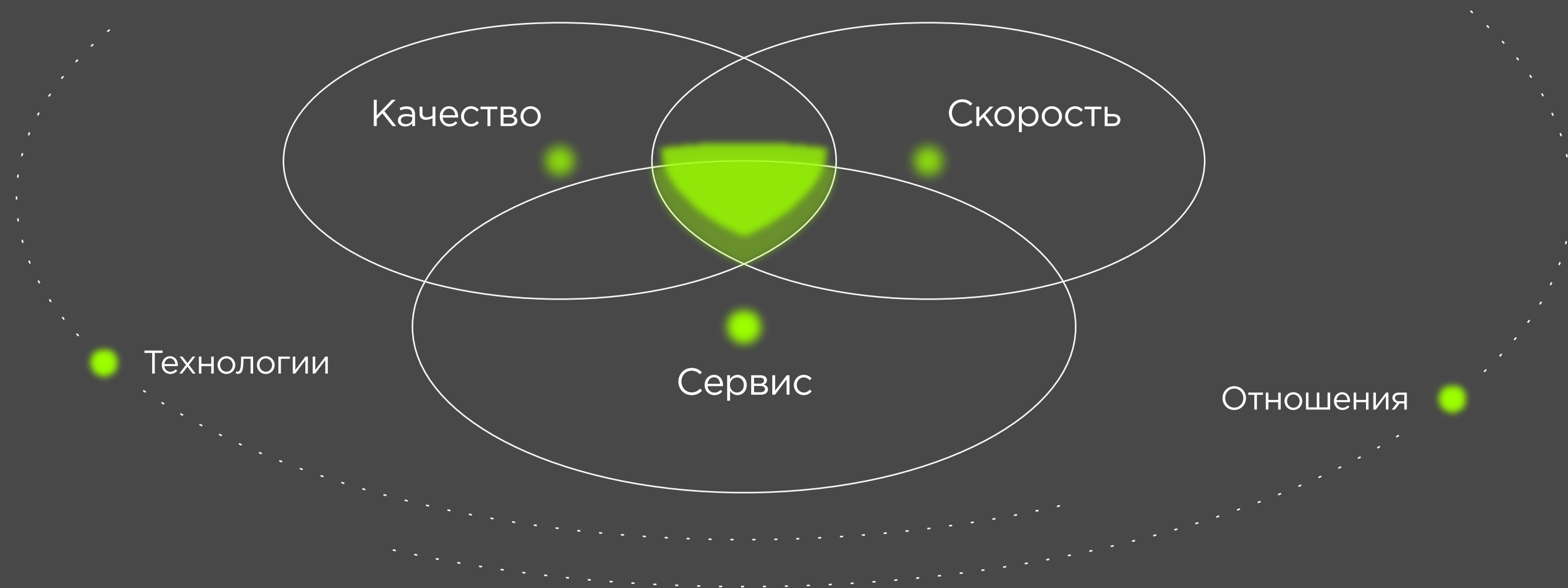
Ассоциация
интерактивных агентств



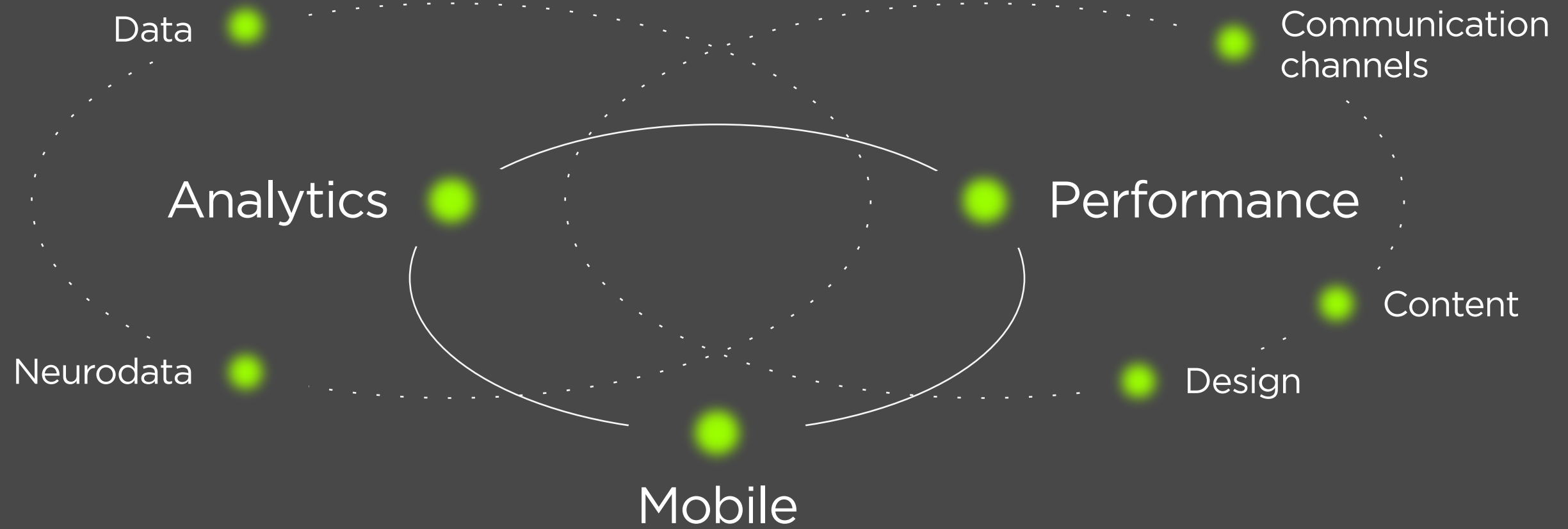
Добились признания. И завтра добьёмся большего



Мы готовы идти дальше. В новую бизнес-реальность



Performance Marketing 2.0



Решения для бизнеса

Performance

Analytics

Mobile



Performance

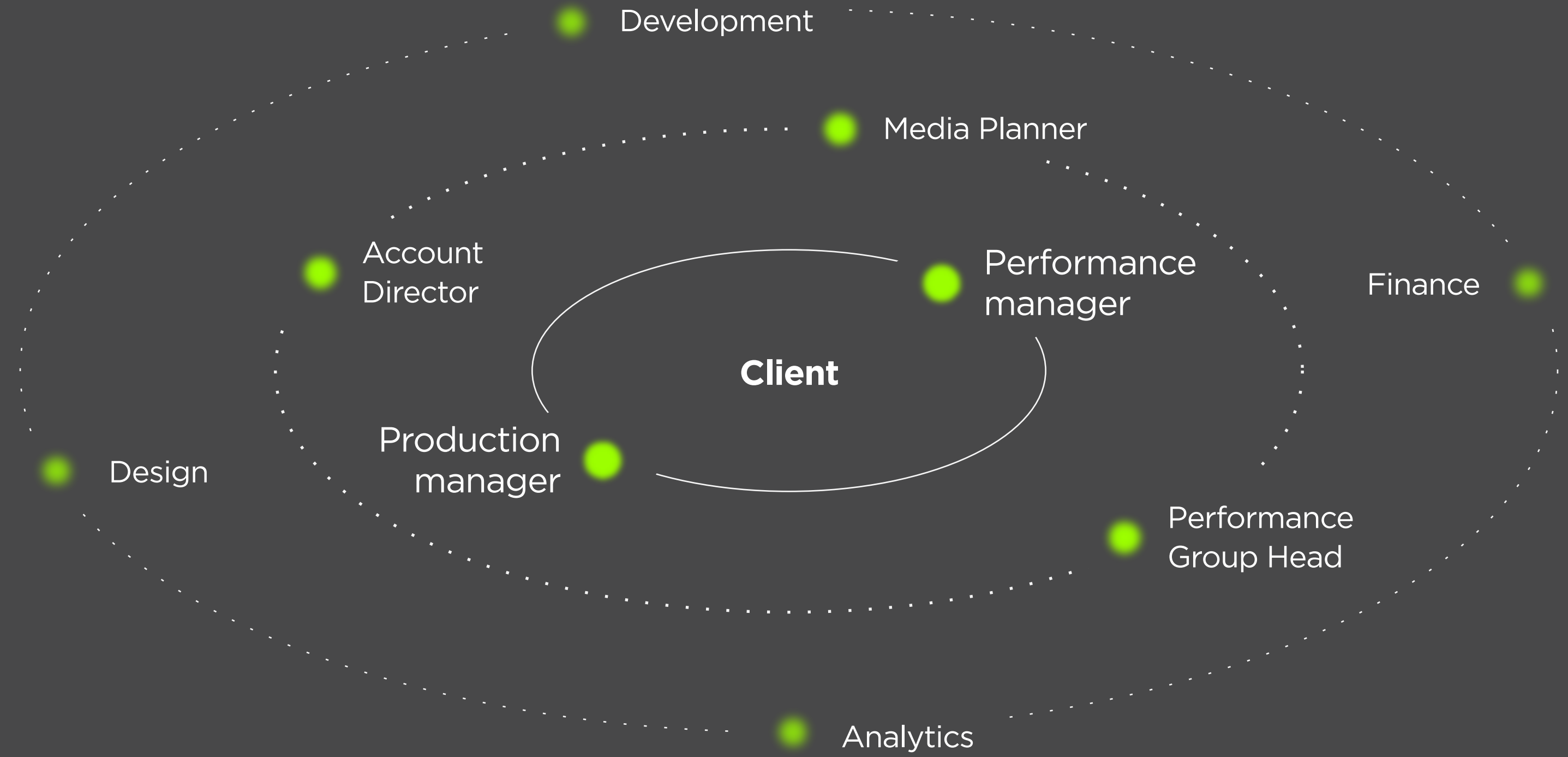
- Разработка performance-стратегии
- Контекстная реклама
- Медийная реклама
- Таргетированная реклама
- Лидогенерация
- Видеореклама
- SEO
- SMM
- Email-маркетинг

Мы доверенный партнер вашей компании по продвижению. Каждый день мы ставим новые цели и при этом ориентируемся исключительно на ваши бизнес-KPI.

Мы работаем над отношениями с вашими клиентами и делаем рекламу, результат которой вы можете увидеть и измерить.

И мы отвечаем за результат наравне с вами.

Команда



PERFORMANCE

Analytics

- Data Management
- Optimization
- Consulting
- Training

Мы создаем в вашей компании среду для работы с аналитикой.

Собираем данные, разрабатываем отчетность, определяем точки оптимизации и передаем компетенцию по управлению данными вам.

Мы также готовы взять на себя оптимизацию пользовательской воронки в вашем бизнесе и затем научить вас работать с воронкой самостоятельно в будущем.

Команда



Mobile

- Разработка мобильной стратегии
- Реклама в социальных сетях
- Поисковая реклама
- Мобильная видеореклама
- Мобильная медийная реклама
- Mobile Programmatic Buying
- Привлечение пользователей из Mobile Networks
- App Store & Google Play Optimization
- Продвижение приложений в ТОП App Store и Google Play

РЕШЕНИЯ ДЛЯ БИЗНЕСА

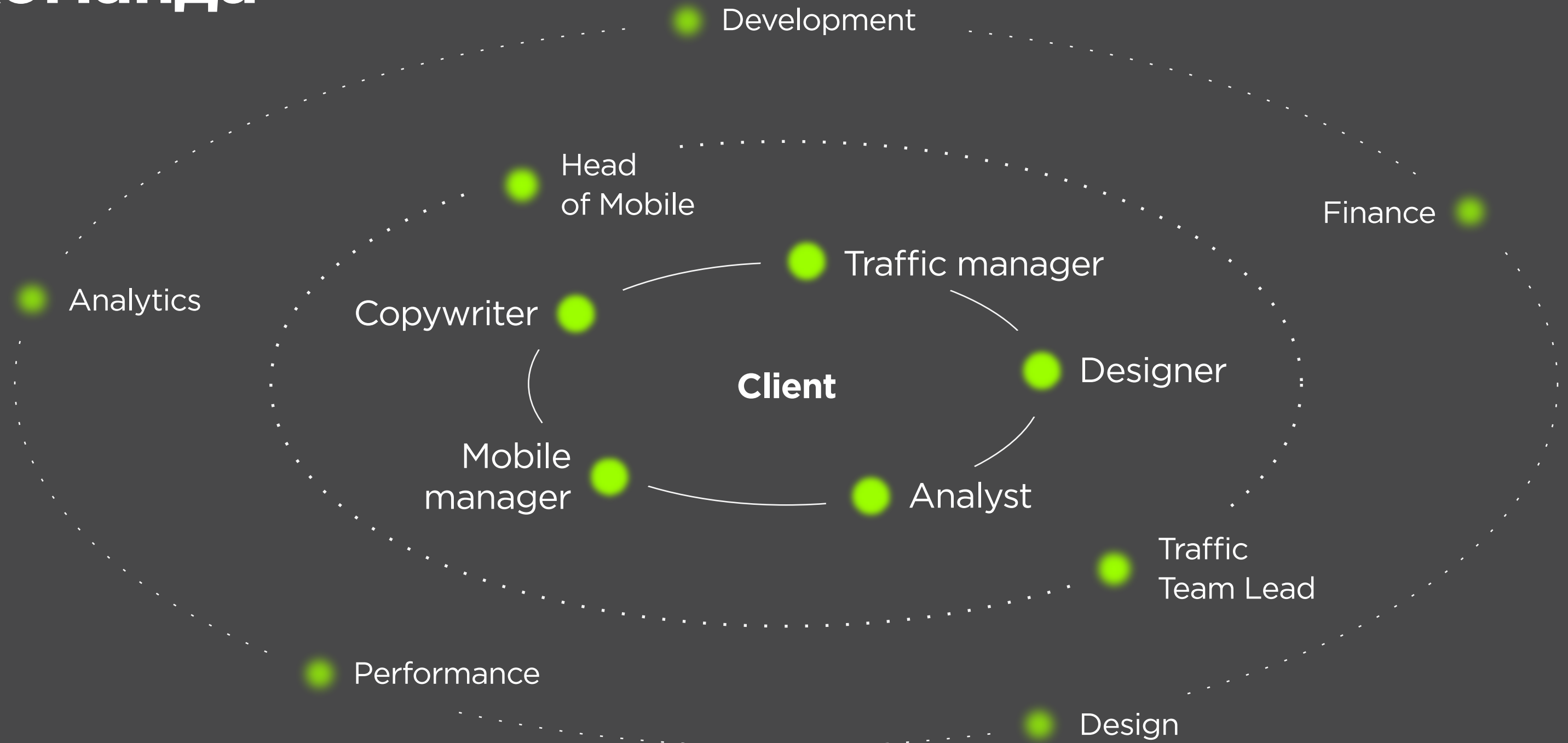
Мобильный трафик увеличивается в объемах каждый день, что открывает большие возможности для роста вашего бизнеса.

Это мотивирует нас развиваться быстрее рынка и всегда быть на шаг впереди.

Мы создаем и контролируем новые тренды мобильной рекламы вместе с вами.

* Работаем по CPI и CPA

Команда



Performance Marketing 2.0

Одинаковых историй успеха
не будет. Мы вместе напишем
вашу!

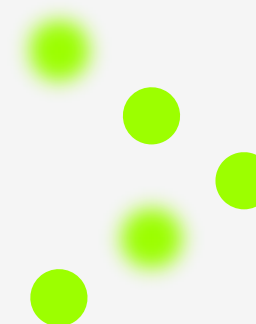
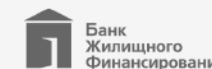
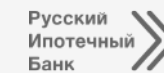
Надежда Мерещенко, CEO

PERFORMANCE 2.0



Истории успеха

PERFORMANCE 2.0



Цель

Увеличить ARPU портала wi-fi.ru

Решение

1. Сформировали выделенную команду из 3-х человек.
2. Определили целевые поведенческие сегменты аудитории.
3. Провели опрос пользователей в режиме реального взаимодействия с порталом. Выявили проблемы, с которыми пользователи сталкиваются.
4. Интегрировали системы аналитики (GA, Я.М, GTM) и настроили сбор данных о действиях пользователей.
5. На собранных данных проанализировали поведение пользователей и определили сервисы портала, поддающиеся быстрой монетизации. Разработали Customer Journey Map и динамические прототипы такого взаимодействия. Подготовили рекомендации по персонализации портала под выделенные сегменты аудитории, детальный Roadmap внедрения рекомендаций и схемы последующего а/б-тестирования.

ARPU +100%

Результат

В настоящее время клиент продолжает пользоваться нашими рекомендациями согласно разработанному Roadmap, консультируется по внедрению рекомендаций и по анализу результатов.

Клиент также обратился с запросом на обучение работе с реализованным функционалом получения данных из Google Analytics и Яндекс.Метрики.

ARPU портала wi-fi.ru вырос на 100%. Конверсия в платные сервисы увеличилась на 35%, а время пребывания на сайте — на 16%. Потребление новостного контента выросло в 2 раза.



**Фабрика
Окон**

Цель

Создать в компании управляемую и гибкую систему работы с данными, которая позволит принимать направленные на увеличение прибыли бизнес-решения.

Решение

1. Сформировали выделенную команду из 3-х человек.
2. Провели анализ CRM-системы и выстроили архитектуру данных.
3. Настроили передачу данных из GA, источников трафика и офлайн-каналов в Google BigQuery. Объединили собранные данные по ключам, очистили некачественные или повторные контакты.
4. Разработали автоматизированную отчетность с 3-мя моделями атрибуции и сегментацией по когортам. Построили систему онлайн-дашбордов по ключевым показателям с системой их мониторинга. Продумали логику детализации рекламных параметров по данным CRM-системы.

CONSTRUCTION

ROMI +22%

Результат

Мы создали комплексную автоматизированную отчетность, которая учитывает и обрабатывает данные по воронке продаж из всех маркетинговых каналов.

Клиент получил систему работы с данными, расчеты в которой можно произвести с любой ретроспективой.

Анализу поддается любой элемент системы: качество контакта с рекламного канала, работа менеджера колл-центра, продукт, которым интересовался пользователь и другие параметры.

Внедрение системы позволило увеличить ROMI на 22% за первые 2 месяца использования.

Число звонков увеличилось на 11% при сохранении бюджета.





Цель

Увеличение онлайн-продаж в b2c-сегменте.

Решение

1. Сформировали проектную команду из 4-х человек: performance-менеджер, production-менеджер, 2 веб-аналитика.
2. Провели полную реконструкцию аккаунта клиента. Кампании были запущены в конце сезона при падении спроса. Был подключен брендовый трафик. Это дало прирост в конверсиях на 30%.
3. Из-за специфики товара наблюдаем много консультационных звонков, которые не можем отслеживать: у клиента нет IP-телефонии. Частично проблему удастся решить с помощью обратного звонка, онлайн-консультирования.
4. Ведем одновременно порядка 400 рекламных кампаний. На протяжении сотрудничества мы предоставляем клиенту несколько видов отчетности: ежедневную (количество транзакций по CPA), еженедельную, ежемесячную (сводная таблица по продукции и по геолокациям).

E-COMMERCE

Количество конверсий +650%

Результат

С момента старта количество конверсий выросло в 6,5 раз, CPA снизилась в 2 раза.

Нам удается постоянно находиться в рамках целевой CPA. В настоящее время продолжаем работать над увеличением числа конверсий и над снижением стоимости заявки.

В июне 2016 мы вышли на рекордное количество конверсий — более 150 в сутки, что составляет примерно четверть от числа конверсий в месяц до начала работы.



Цель

Увеличение количества заявок по 3-м основным кредитным продуктам, снижение стоимости оформленной заявки и увеличение охвата по продуктам банка.

Решение

1. Сформировали проектную команду из 2-х человек: performance-менеджер и production-менеджер.
2. Увеличили охват аудитории по продуктам за счёт расширения семантики общими, релевантными околотематическими и гео-запросами, запросами по конкурентам. Разработали список тематических площадок и расширили список ремаркетинга новыми аудиториями пользователей.
3. Для увеличения количества и снижения стоимости оформленных заявок регулярно оптимизировали семантику кампаний в Яндекс.Директ и Google AdWords, проводили тестирование текстов объявлений, настроек таргетинга, сегментирования аудиторий, автоматических стратегий управления ставками.
4. За счёт индивидуально подобранной стратегии работы с брендовым трафиком и использования максимального количества расширений повышали интерес аудитории к бренду.

FINANCE

Популярность +14%

Результат

Популярность бренда по всем продуктам +14%.

Банк занял 1 место среди конкурентов по показателю CTR.

В «Яндексе» по всем направлениям наблюдается рост трафика в 2,6 раза при снижении CPC в 2 раза. Показатель охвата по некоторым продуктам вырос на 41%.

Средний показатель роста по всем продуктам в Google — на 30% при снижении CPC на 51,6%.

KARATOV

Цель

Снизить ДРР и увеличить объем трафика.

Решение

1. Сформировали проектную команду из 4-х человек: performance-менеджер, production-менеджер, 2 веб-аналитика.
2. Провели полную реконструкцию аккаунта клиента. Подобрали новую семантику, запустили кампании, соответствующие ассортименту сайта, и разделили их на три географические локации.
3. Подключили динамический ремаркетинг MyTarget. Постоянно искали соотношение затрат и дохода, при котором ДРР был бы ниже 15%.
4. Регулярно оптимизируем бюджет и распределяем его между рекламными каналами. Сравниваем эффективность работы динамического ремаркетинга MyTarget и Google AdWords в целом. CPA и ДРР первого ниже на 16% и на 30% соответственно. Динамику удается сохранять на протяжении 7 месяцев.

E-COMMERCE

ДРР -64%

Результат

За период сотрудничества ДРР была снижена на 64%, CPO снижена на 25%.

Трафик с нашего канала был увеличен в 3 раза.

Продолжаем сотрудничество с усложнением KPI.



Цель

Увеличить прибыль компании.

Решение

1. Сформировали выделенную команду из 4-х человек.
2. Разработали performance-стратегию, разделили креативы с глубокой адаптацией под каждый источник аудитории. Использовали ретаргетинги и аудиторные закупки с точным таргетированием на выбранную ЦА.
3. Подключили маркетплейс, Оптимизировали фид на сайте. С запуском маркетплейса увеличилось число заявок с контекстной рекламы.
4. Регулярно оптимизируем используемые каналы и анализируем их эффективность в разрезе ROMI и CR, основываясь на клиентских данных.

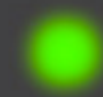
Оборот +14%

Результат

Средняя сумма заказа клиентов увеличилась на 50%.

Стоимость клиента выросла на 6%, но за счет смещения акцентов на более маржинальные продукты прибыль с одного клиента выросла на 71%.

В результате оборот компании увеличился на 14%.





Цель

Наладить процесс сбора веб-аналитических метрик и построить внутреннюю корпоративную отчетность с помощью аналитических продуктов Google.

Решение

1. Выделили fulltime-команду для решения технических и аналитических задач. Формат взаимодействия с клиентом – еженедельные спринты.
2. Разработали схему отслеживания веб-аналитических показателей, внедрили ее через Google Tag Manager и постоянно оптимизируем.
3. Контролируем качество собираемых в Google Analytics 360 данных и предоставляем ежемесячные отчеты на их основе.
4. Оказываем команде клиента регулярную консультационную поддержку в формате 10x5 (10 часов x 5 дней).
5. Передаем компетенцию по использованию продукта сотрудникам компании «МегаФон»: готовим и проводим специальные тренинги по работе с продуктом Google Analytics 360, записываем видео-гайды.

TELECOM

Результат

Благодаря работе с аналитическими продуктами Google, компании «МегаФон» удалось наладить точный сбор количественных данных о посещаемости веб-сайтов, обеспечить пользователей системы своевременной информацией о веб-аналитических метриках.

Мы сотрудничаем с компанией «МегаФон» уже 3-й год и постоянно оптимизируем запущенные процессы.





Цель

Вывести на рынок новый продукт и обеспечить онлайн-продажи.

Решение

1. Сформировали выделенную команду из 4-х человек.
2. Разработали performance-стратегию, в рамках которой основными рекламными каналами выбрали контекстную рекламу, таргетированную рекламу в социальных сетях и CPA-сети. Для обеспечения охвата запустили медийные кампании, а для возврата на сайт – ретаргетинговые системы.
3. Обеспечили корректный подсчет конверсий на сайте, установили метки и теги. Настроили работу скриптов систем аналитики.
4. Подключили системы автоматизации рекламных кампаний, которые позволяют распоряжаться средствами наиболее эффективно и поддерживают схему работы по CPA и CPO. Разработали персональную отчетность для выгрузки данных и оперативного контроля результатов.

Результат

Вывели бренд на рынок и с момента запуска кампаний удерживаем CPO в целевых границах для привлечения качественных лидов с последующей покупкой.

Контролируем CPO в конкуренции с лидерами TOP-3 телеком операторов России.



Цель

Оптимизировать воронку оформления заказа (далее – чекаут) в интернет-магазине.

Решение

1. Проанализировали возможные ветвления процесса чекаута в зависимости от выбранных товаров, способа доставки и оплаты. Составили документацию по данным, отправляемым в системы аналитики.
2. Проанализировали конверсию и время, затрачиваемое пользователем на каждом шаге в старой и новой версиях чекаута.
3. Нашли ошибки в новой версии чекаута, снижающие юзабилити и приводящие к некорректному учету данных.
4. Разработали инструмент для мониторинга воронки продаж в Google Docs на основе данных Google BigQuery. Инструмент определяет число пользователей, которое доходит до разных этапов чекаута: добавление товара в корзину, авторизация, выбор способов доставки и т.п. Также строит отчет в разбивке по разным сегментам (новые и вернувшиеся посетители, авторизованные и не авторизованные, разные устройства, разные способы доставки).

Результат

Мы выявили наиболее проблемные этапы чекаута и предложили необходимые изменения для снижения отказа пользователей от покупки из-за проблем с юзабилити.

Обнаружили проблемы с некорректным учетом конверсий от рекламных источников, решение которых позволяет избежать убытков в миллионы рублей ежемесячно.

Разработали инструмент для мониторинга воронки продаж, который позволяет получить данные о поведении пользователя без дополнительных трудозатрат.

Цель

Увеличить число целевых обращений на сайт компании.

Решение

1. Сформировали выделенную команду из 4-х человек.
2. Провели аудит и оптимизацию аккаунта клиента. Подключили комплексное аналитическое решение.
3. Настроили прозрачную отчётность для отслеживания потока аудитории до ключевых слов. Это позволило прийти к правильной системе измерения результата, скорректировать цели в системе аналитики.
4. Запустили контекстную рекламу. Кроме того, начали приводить пользователей с РСЯ и с торговой площадки Яндекс.Недвижимость.
5. Сегментировали и запустили ремаркетинг на основе списков Google Analytics для увеличения притока целевых запросов на целевую страницу.

Заявки +36%

Результат

Средняя стоимость обращения уменьшилась на 52%. При этом конверсия выросла на 54%.

Удалось уменьшить стоимость клика на 41% и увеличить число заявок на 36%.





Цель

Уменьшить стоимость заявки при сохранении рекламного бюджета в продвижении одного из коттеджных посёлков.

Решение

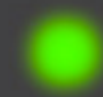
1. Сформировали выделенную команду из 4-х человек.
2. Провели аудит и оптимизацию аккаунта клиента. Подключили комплексное аналитическое решение для отслеживания телефонных звонков.
3. Создали посадочную страницу, дублирующую контент сайта, но с хорошим usability. Запустили контекстную рекламу. Конверсия выросла в 3 раза. После тестов полностью отказались от общих запросов: нерентабельно дорогие заявки.
4. Для масштабирования объёма заявок подключили ремаркетинг на Facebook и myTarget для повторного охвата аудитории. Это привело к значительному сокращению стоимости заявки.

Обращения +180%

Результат

Мы уменьшили стоимость заявки на 34%. При этом удалось увеличить объём целевых обращений на 180%. Это говорит о высоком качестве приводимой аудитории.

Конверсия выросла на 31%.





Цель

Увеличить долю компании на российском рынке e-commerce.

Решение

1. Сформировали выделенную команду из 4-х человек.
2. Разработали performance-стратегию развития компании на российском рынке. Она представляет собой использование нескольких рекламных каналов согласно строгому медиаплану и с гарантией результата.
3. Запустили контекстные рекламные кампании. Проработали сематическое ядро, отобрали минус-слова и разместили релевантные рекламные объявления. Production-менеджер проекта ежедневно запускает новые рекламные кампании – около 20-30 кампаний в неделю. Подключили ремаркетинг.
4. Для продвижения крупных мероприятий используем комплексный подход: подключаем медийную рекламу, создаем отдельную посадочную страницу под мероприятие, усиливаем SMM.

ENTERTAINMENT

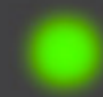
Доходность +87%

Результат

Мы разработали и реализовали решение для поискового, сетевого и динамического ремаркетинга в Google Adwords и Яндекс.Директе, что позволило получить дополнительные продажи. Конверсия выросла на 25%.

Разработали стратегическое сочетание инструментов SMM. В настоящее время работаем в 5 крупных социальных сетях. Объем аудитории увеличился на 70%.

Оптимизируем рекламные кампании на основании данных о воронке продаж с точностью до дохода с каждого проданного билета. Контролируем окупаемость рекламы и увеличиваем доходность бизнеса клиента.



PUDRA

Цель

Увеличить количество транзакций при сокращении ДРР.

Решение

1. Сформировали выделенную команду из 4-х человек.
2. Провели анализ и корректировку целевой страницы, подобрали оптимальные каналы продвижения. Разработали performance-стратегию.
3. Проработали сематическое ядро, подобрали минус-слова и разработали релевантные объявления для новых рекламных кампаний. Оптимизировали корректировки к кампаниям в контексте по ставкам за клик и по устройствам. Провели сегментацию ставок по времени показа, аудиториям и ГЕО.
4. Создали списков товаров на Яндекс.Маркете с завышенным CPA и оптимизировали ставки. Подключили динамический ремаркетинг и SMM.

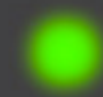
ROI +37%

Результат

Количество транзакций выросло в 2 раза. При этом коэффициент CPA уменьшился на 12%.

Доход от рекламы увеличился на 91%.

Мы продолжаем работу над сокращением ДРР и сохраняем положительную динамику роста транзакций.





Цель

Вывести на рынок новый продукт и обеспечить онлайн-продажи.

Решение

1. Сформировали выделенную команду из 4-х человек.
2. Разработали performance-стратегию, в рамках которой основными рекламными каналами выбрали контекстную рекламу, таргетированную рекламу в социальных сетях и CPA-сети. Для обеспечения охвата запустили медийные кампании, а для возврата на сайт – ретаргетинговые системы.
3. Обеспечили корректный подсчет конверсий на сайте, установили метки и теги. Настроили работу скриптов систем аналитики.
4. Подключили системы автоматизации рекламных кампаний, которые позволяют распоряжаться средствами наиболее эффективно и поддерживают схему работы по CPA и CPO. Разработали персональную отчетность для выгрузки данных и оперативного контроля результатов.

INSURANCE

Число заявок +407%

Результат

Мы вывели продукт на рынок и за 1,5 года работы оптимизировали стоимость заявки в 2,5 раза, а количество заявок увеличили в 5 раз. За счет проработки объявлений и текстов удалось увеличить CTR на 13% с момента запуска кампаний. ROI вырос почти в 2 раза благодаря оптимизации кампаний по доходности от продажи каждого полиса.

После применения наших рекомендаций конверсия лендингов выросла в 2 раза, CPO по всем каналам снижена на 35%.

По продукту КАСКО на МКБ повысили CTR на 11%, снизили CPA в 1,5 раза. Как итог – увеличение объема продаж на 30%.

На Facebook добились увеличения CTR в 1,8 раза и онлайн-продаж по полисам ВЗР на 50%. Тестирование креативов, форматов и точный выбор целевой аудитории позволили добиться на myTarget по КАСКО CPA ниже, чем в контекстной рекламе на 30%. CTR при этом удалось повысить до 50% с момента запуска рекламы.



+7 495 99 88 66 1

agency@adventum.ru

www.adventum.ru

adventum.