



**Находите клиентов
с помощью myTarget**

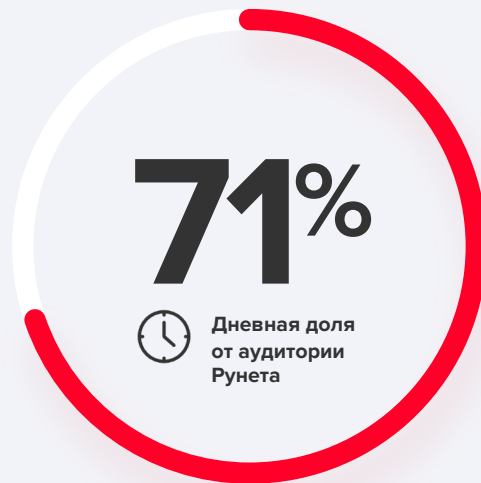
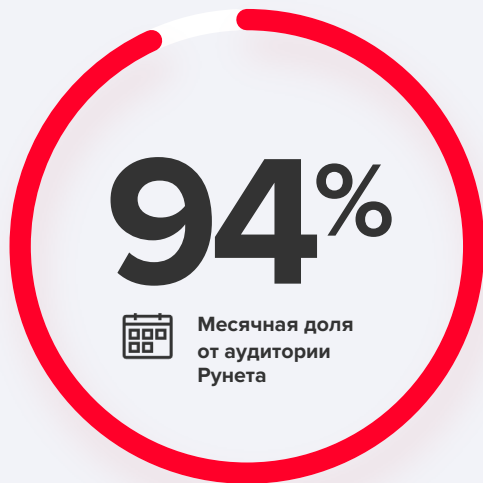
TARGET.MY.COM



Цифры myTarget

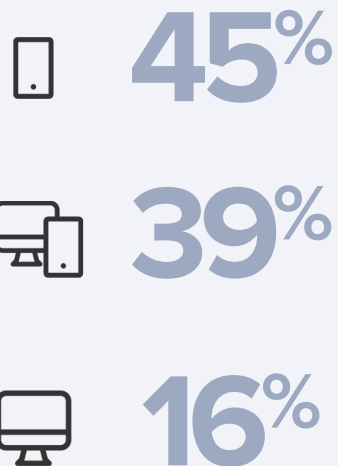
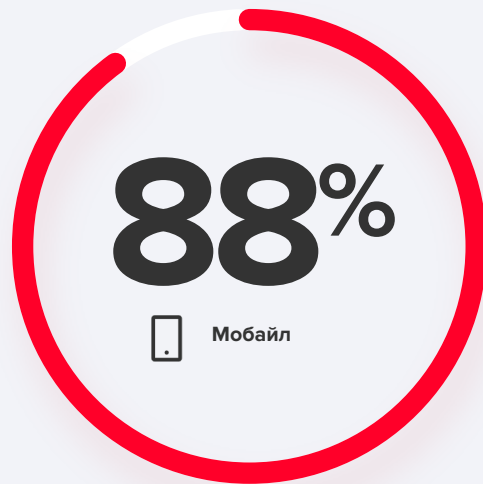
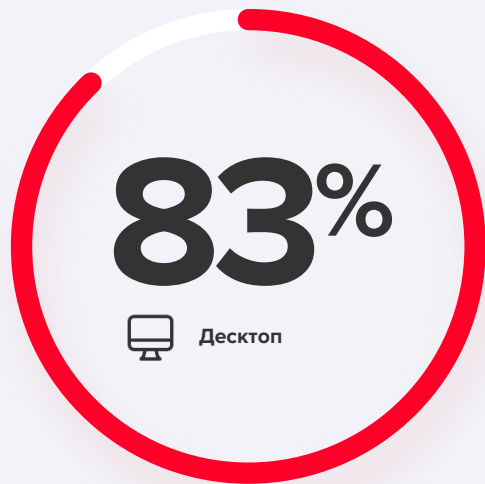
ОСНОВЫ РАБОТЫ MYTARGET

Аудитория myTarget в России



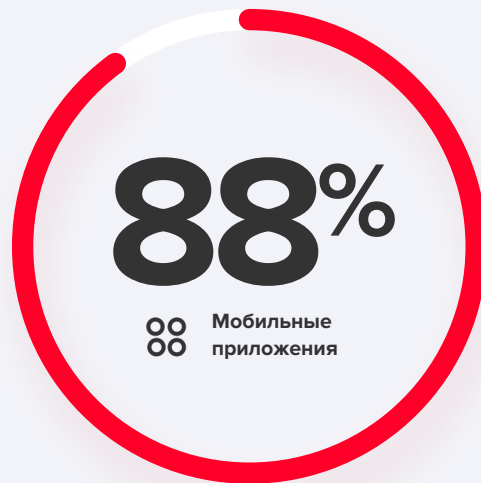
По данным Mediascope Web Index, Россия (города 0+), проекты Mail.ru Group, апрель 2020, 12+, MAU/DAU (% от аудитории Рунета)

Аудитория по устройствам



По данным Mediascope, Web Index, Россия (0+, 12+ лет), март 2020, % проникновения Mail.ru Group от всех посетителей Рунета в различных устройствах.
Mobile без учета мобильных браузеров и магазинов приложений

Устройства аудитории myTarget



12%



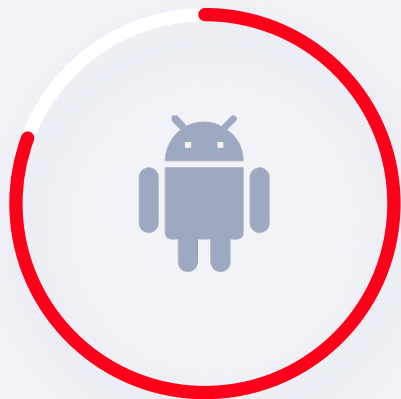
51%



37%

По данным Mediascope Web Index, Россия (города 0+), 12+ лет, март 2020, MAU, % от общего числа посетителей проектов Mail.ru Group в мобилье

Мобильные ОС



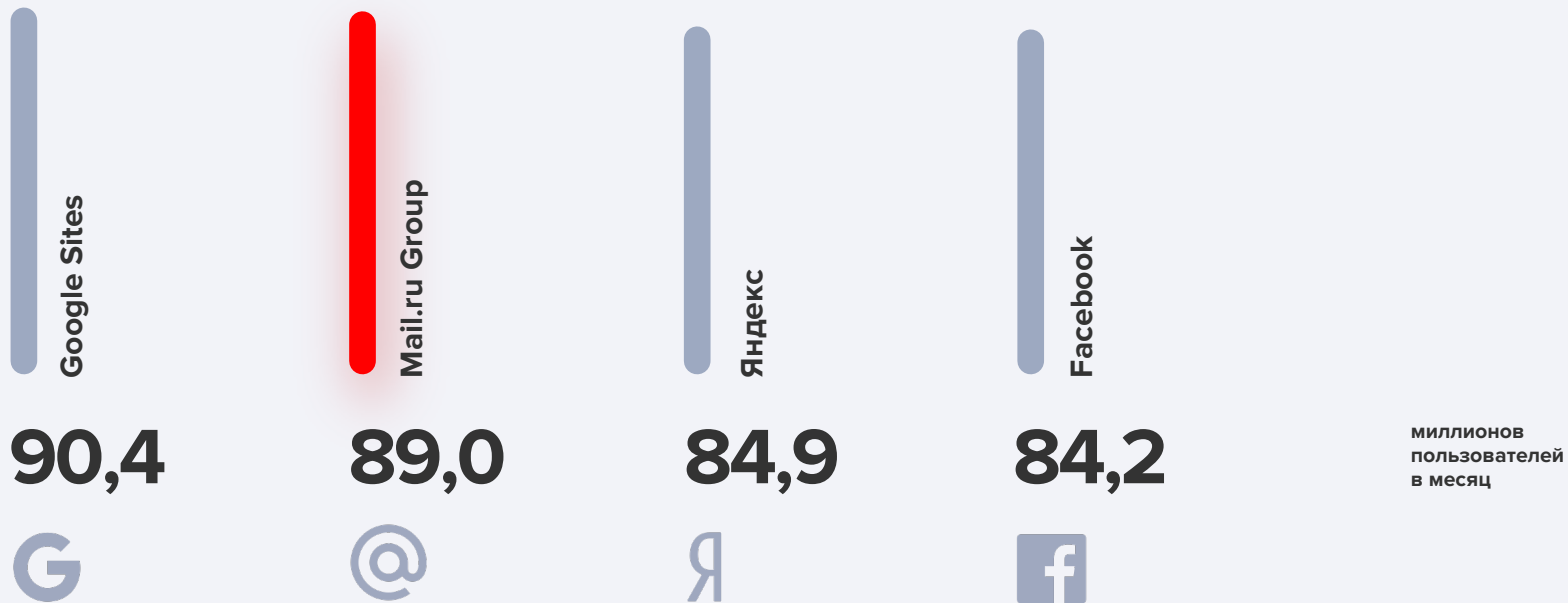
77%
Android



23%
iOS

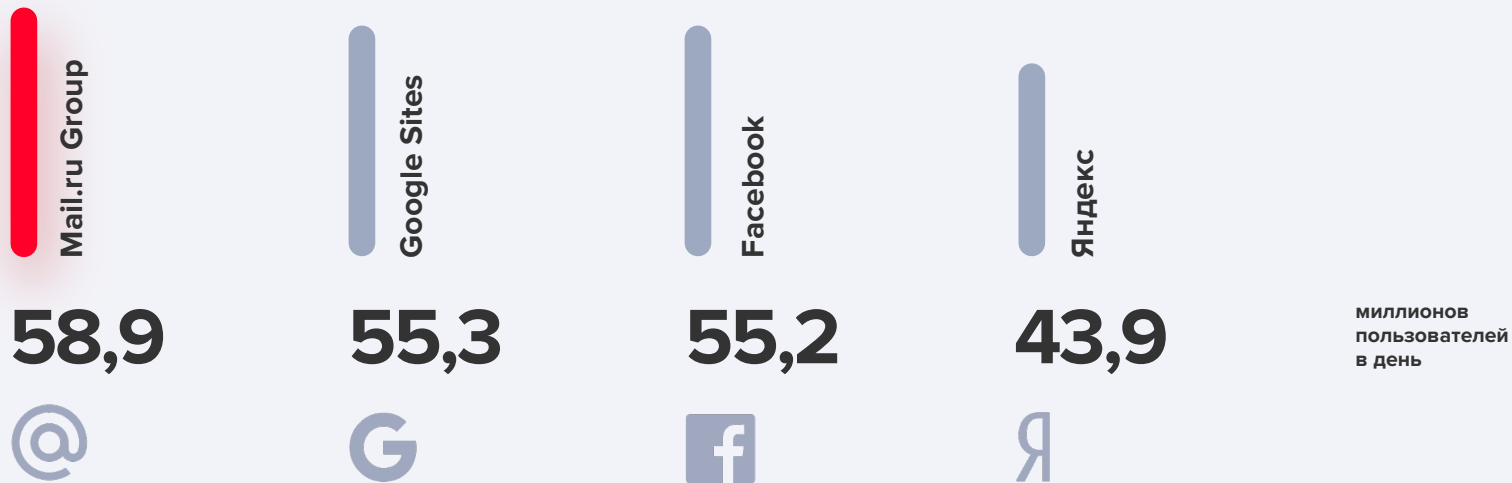
По данным top.mail.ru, апрель 2020, Россия, ресурсы Mail.ru Group

Позиция на рынке: MAU



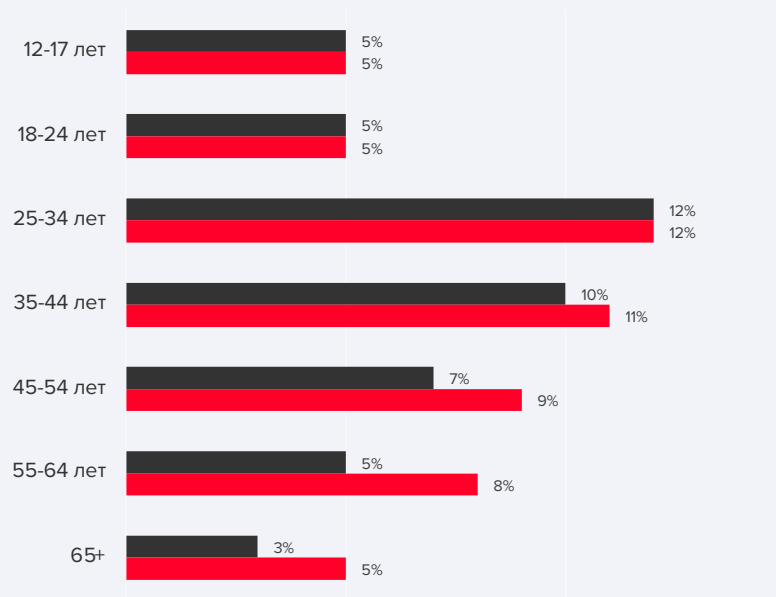
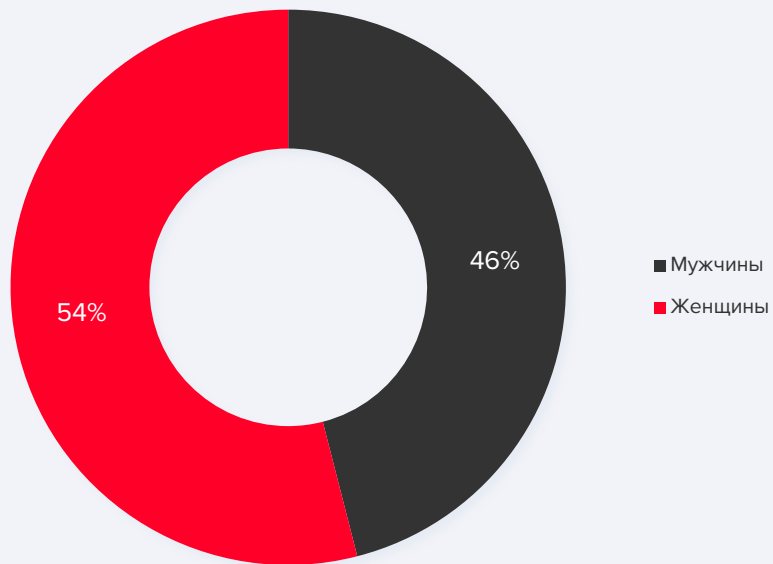
Данные: Mediascope Web Index, Россия (города 0+, 12+), март 2020, TOP 5, MAU

Позиция на рынке: DAU



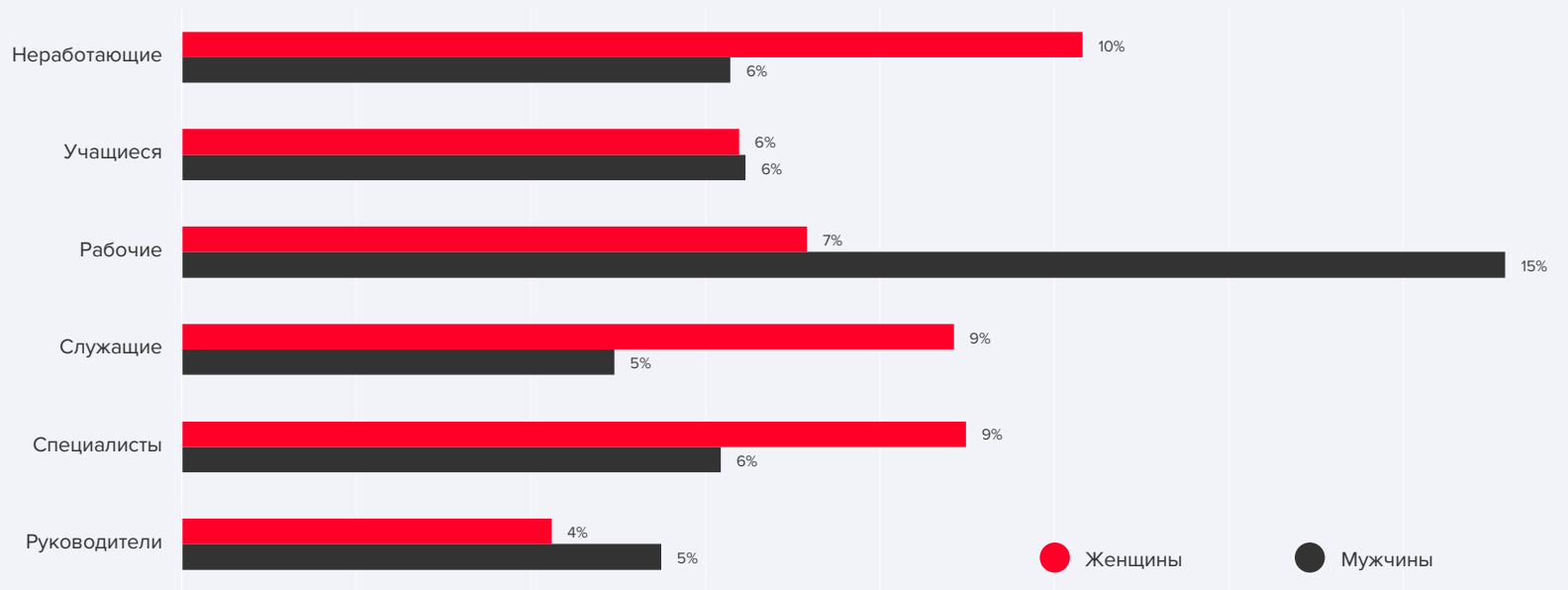
По данным Mediascope Web Index, Россия (города 0+, 12+), март 2020, TOP 5, MAU

Демография myTarget



По данным Mediascope Web Index, Россия (города 0+), проекты Mail.ru Group, март 2020, 12+, MAU % от общего числа посетителей проектов Mail.ru Group

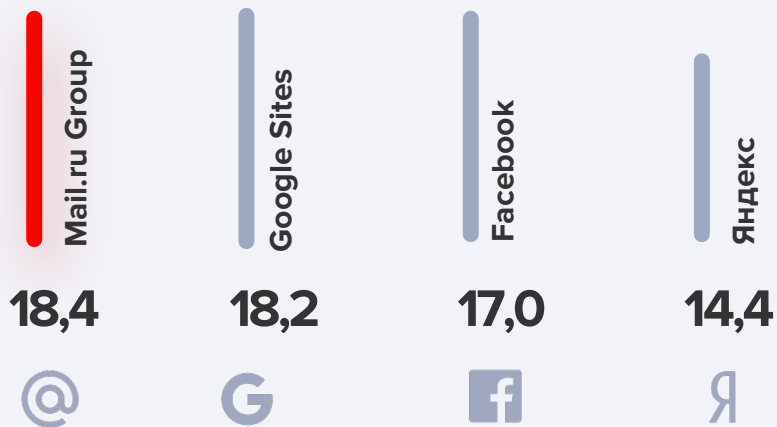
Род занятий посетителей



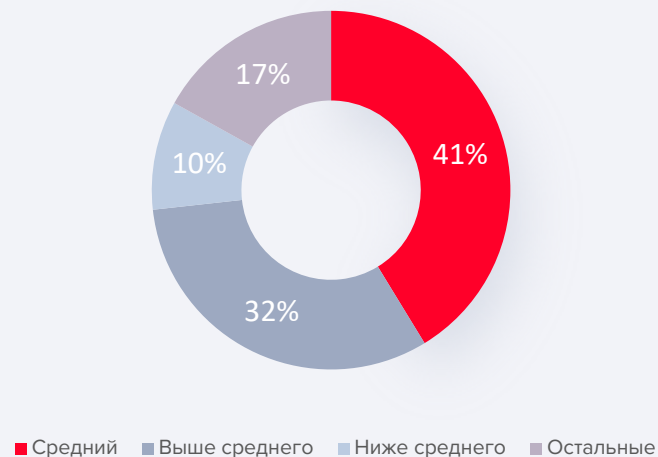
По данным Mediascope Web Index, Россия (города 0+), проекты Mail.ru Group, март 2020, 12+, MAU % от общего числа посетителей проектов Mail.ru Group

Группы дохода

Доход выше среднего
(DAU, млн чел.)



Группы дохода посетителей
Mail.ru Group (% DAU)



По данным Mediascope Web Index, Россия (города 0+), проекты Mail.ru Group, декабрь 2019, 12+, DAU % от общего числа посетителей проектов Mail.ru Group



Рекламные инструменты

ОСНОВЫ РАБОТЫ MYTARGET

Выбор целей рекламной кампании

Конверсии



Трафик



Установки приложения



Вовлечение в приложение



Действия в социальных сетях



Привлечение в социальные игры



Продажи продуктов из каталога



Посещение точек продаж

Узнаваемость



Охват



Просмотр видео



Аудиореклама



Продукты Mail.ru Group

Источники данных



Социальные сети



Медийные проекты



Посещаемые сайты



Анкетирование



Технические данные



Данные внешних поставщиков

Ресурсы Mail.ru Group



@ авто

@ календарь

@ питомцы



@ бонус

@ кино

@ погода

@ гороскопы

@ леди

@ поиск



@ дети

@ недвижимость

@ рейтинг



@ деньги

@ новости

@ спорт

@ добро

@ облако

@ товары



@ здоровье

@ ответы

@ hi-tech

Социально-демографические таргетинги

Пол

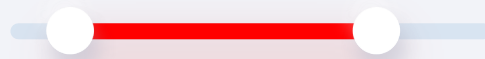


Мужчины



Женщины

Возраст



12

75

География

Страна



Город



Район



Поведенческие и социальные характеристики

▶ Индивидуальный доход

▶ Наличие в семье детей до 16 лет

▼ Наличие образования

Есть высшее

Нет высшего

▶ Неработающие

▶ Отдел подразделение

Выбрано

Работает x

Есть высшее x

Интересы

- ▶ Игры
- ▶ Интерес к покупке авто
- ▶ Интерес к покупке детских товаров
- ▶ Интерес к покупке одежды и обуви
- ▶ Кино
- ▶ Компьютерная техника и программы
- ▶ Красота и уход за собой

Выбрано

Интерес к покупке авто x

Таргетинги для мобильных устройств



**Мобильные
устройства**



**Тип мобильного
устройства**



**Канал доступа
в интернет**



**Версия
мобильной ОС**

Таргетинги на категории приложений для Android



Игра — Спортивные игры
Приложения (Android)



Стиль жизни
Приложения (Android)



Установлено сейчас



Установили приложение



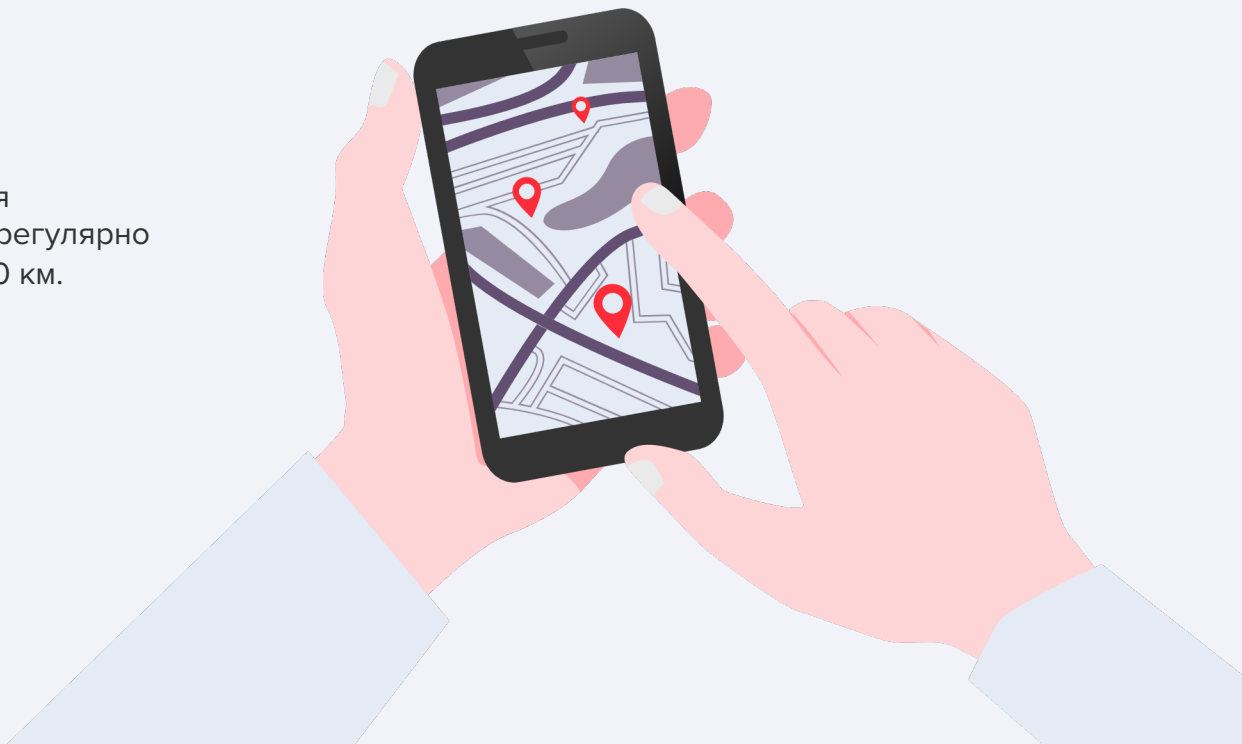
Удалили приложение



Спорт
Приложения (Android)

Локальная реклама

Позволяет показывать объявления пользователям, находящимся или регулярно бывающим в радиусе от 500м до 10 км.





Аудитории

ОСНОВЫ РАБОТЫ MYTARGET

Данные об аудитории



Почта и телефонные номера



Мобильные идентификаторы



ID пользователей VK и ОК



Счётчик top.mail.ru



Рекламные кампании



Поисковые запросы



Игры и приложения



Группы пользователей VK и ОК



Гео



DMP

Данные об аудитории

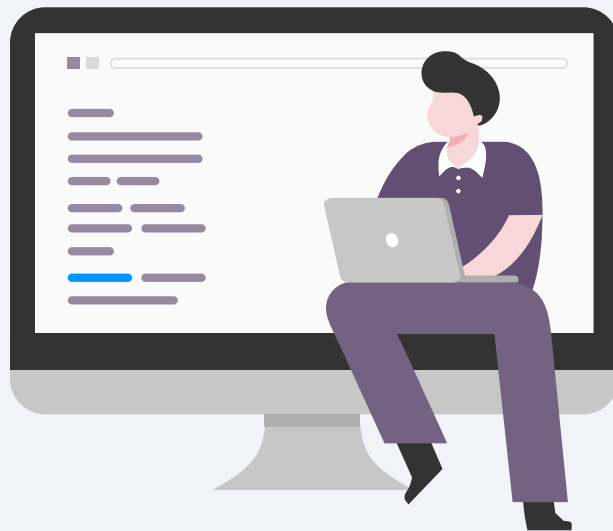
- ✓ Списки пользователей
- ✓ Посетители сайта
- ✓ Пользователи приложения
- ✓ Увидевшие рекламу



Использование списков

Какие списки пользователей можно загружать:

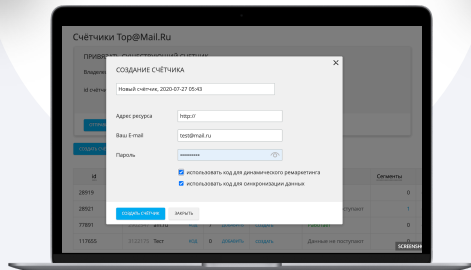
- Телефонные номера
- E-mail адреса
- IDFA для IOS устройств
- Google Advertising ID (GAID) для Android
- Идентификаторы социальных сетей VK и OK



Ремаркетинг по целям в счетчике top.mail.ru

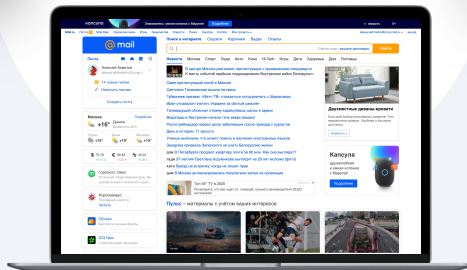
1

**Создать
или добавить
счётчик top.mail.ru**



2

**Установить код
на сайт**



3

**Настроить цели:
Корзина
Категория
Нажатие на кнопку**

Настройка целей в top.mail.ru. Как можно создать цели?



**Подстрока
из URL**



**JavaScript
событие**



**Глубина
визита**



**Время
пребывания**

Как работает динамический ремаркетинг?



1

Пользователь
смотрит товары,
но не покупает



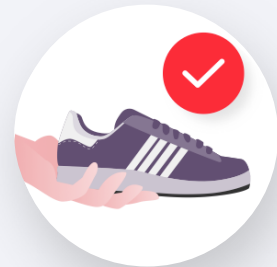
2

Видит рекламу
на ресурсах
Mail.ru Group



3

Возвращается
на сайт



4

Приобретает
товар

Размещение кода и загрузка фида



Создайте счетчик `top.mail.ru`, получите его код и специальный код динамического ремаркетинга



Установите коды на сайт



Подготовьте и загрузите продуктовый фид в формате XML



Ремаркетинг по событиям в мобильном приложении



Отправить запрос на подключение через ваш кабинет



Настроить передачу in-app событий из вашего трекера: myTraker, AppsFlyer, Adjust, AppMetrica



Создать сегменты



Подготовить креативы

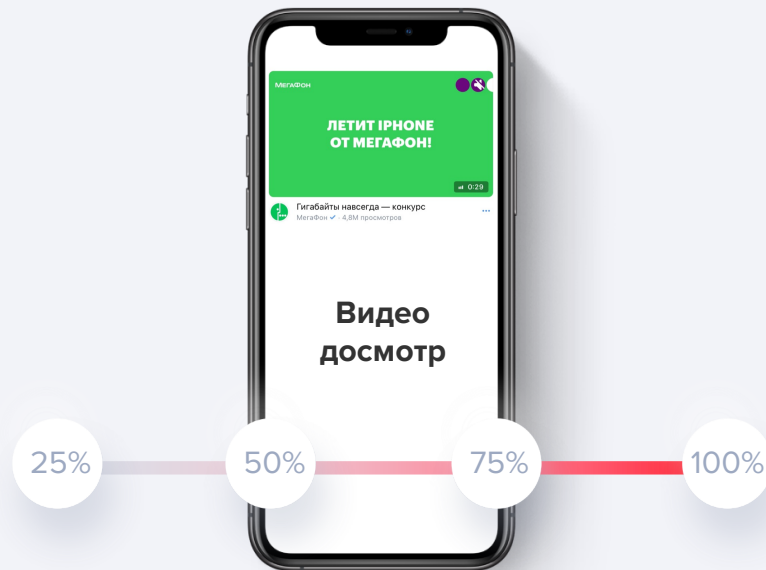


Использовать deep link



Ремаркетинг по кликам, показам и просмотрам

- ✓ Показы
- ✓ Клики
- ✓ Просмотры видео на 25%
- Просмотры видео на 50%



Контекстный таргетинг



юла

Квартиры в Химках



авто

Новый BMW



Вечерний макияж



Комедийный сериал



Структура списка

1

Перфоманс-кампании

сформированный спрос

Общие товарные запросы
(платье магазин, платье стоимость)

Брендовые запросы
(Бренд1 платье, Бренд2 платье)

Конкурентные запросы
(Магазин1 платье, Магазин2 платье)

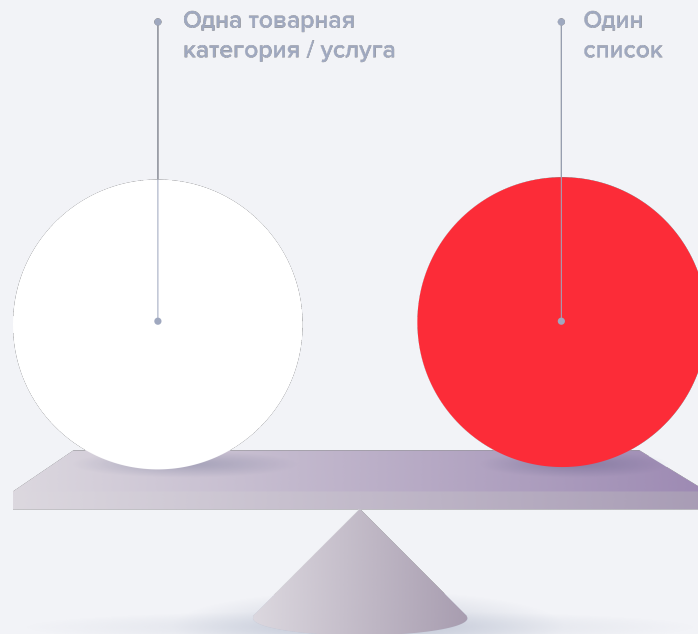
2

Охватные кампании

формирование спроса

Общая категория (женская одежда)

Интерес к тематике (мода лето 2020)



Список составлен хорошо, если:



Состоит из широких ключевых запросов, в том числе без продающих добавок



Период соответствует сроку жизни рекламируемого продукта.
Чем быстрее пользователь может закрыть потребность, тем короче период



Соблюдена структура: 1 товарная категория/услуга = 1 список

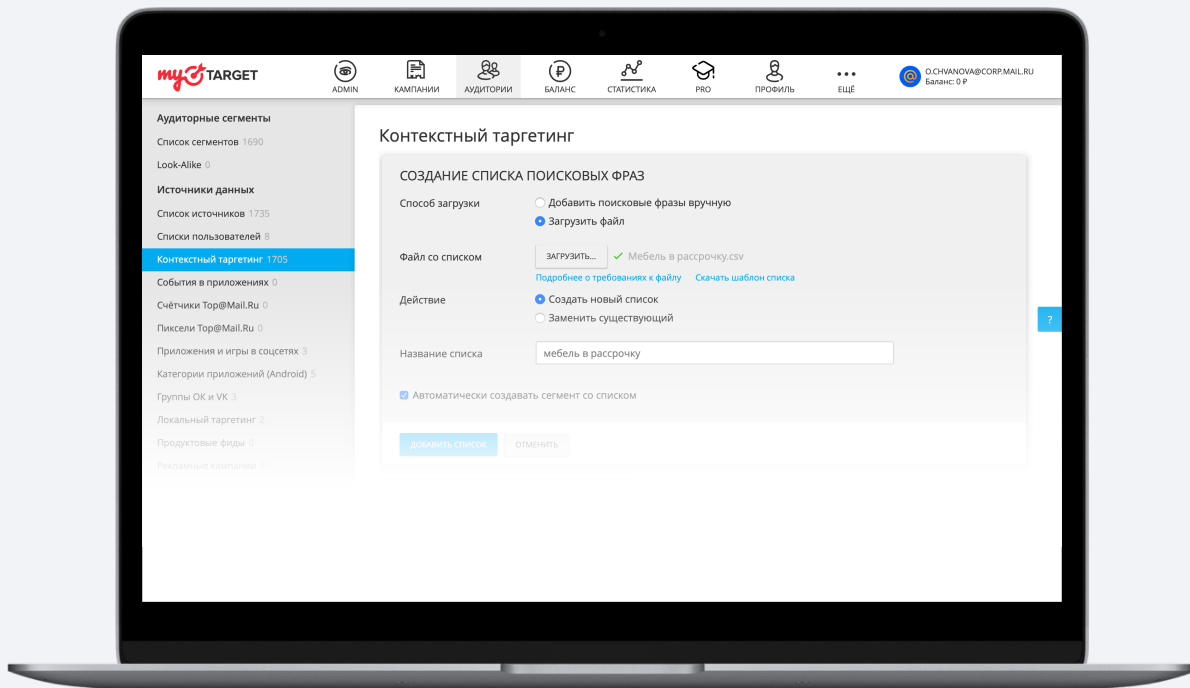


Минимальное количество минус-фраз. Не добавлять шаблонные списки из Яндекс Директ и Google Реклама

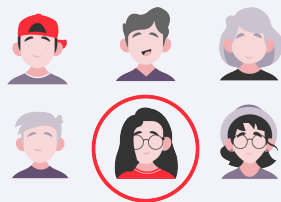
Способ ввода ключей вручную

The screenshot displays the myTARGET web interface. The top navigation bar includes icons for ADMIN, КАМПАНИИ, АУДИТОРИИ, БАЛАНС, СТАТИСТИКА, PRO, ПРОФИЛЬ, and ЕЩЕ. The left sidebar lists various targeting options, with 'Контекстный таргетинг' (1795) selected. The main content area is titled 'Контекстный таргетинг' and features a 'СОЗДАНИЕ СПИСКА ПОИСКОВЫХ ФРАЗ' (Creation of a list of search phrases) section. Under 'Способ загрузки' (Loading method), the 'Добавить поисковые фразы вручную' (Add search phrases manually) option is selected. The 'Поисковые фразы' (Search phrases) input field contains the text: 'купить пластиковые окна', 'пластиковые окна цена', and 'пластиковые окна стои'. To the right, a 'ПОДСКАЗКИ и охват' (Suggestions and reach) list shows related search terms with their respective reach values: 'стеклопакет цена' (19 640), 'стеклопакеты для пластиковых...' (3 098), 'замена стеклопакета в пластик...' (460), 'евроокна' (10 654), 'сколько стоит евроокно' (10 654), 'евроокна цена' (4 858), 'евроокна пластиковые цена' (881), 'цены на евроокна' (853), 'оконный калькулятор' (6 221), and 'оконные компании' (12 867). At the bottom of the suggestions list are buttons for 'ПОДОБРАТЬ' (Select) and 'ЗАГРУЗИТЬ ЕЩЕ' (Load more). Below the input field are buttons for 'ДОБАВИТЬ МИНУС-ФРАЗЫ...' (Add minus phrases...) and 'ОЧИСТИТЬ' (Clear).

Способ ввода ключей через загрузку файла

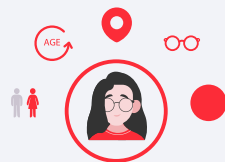


Look-alike



1

Выбор исходной аудитории (от 1000 чел.), на основе которой создаем Look-alike



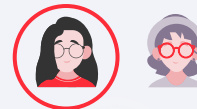
2

Определение признаков, которые объединяют пользователей из исходной аудитории



3

Ранжирование посетителей ресурсов Mail.ru Group по степени сходства с исходной аудиторией



4

Выделение части аудитории у кого признаки самые яркие

Какие данные использует Look-alike



Пол



Возраст



Регион

Статистическая информация о регионе проживания

Интересы, основанные на поведении пользователей на ресурсах Mail.ru Group

Чтобы аудитория Look-alike была качественной



Используйте для построения Look-alike релевантную аудиторию. Это могут быть списки покупателей или пользователей, достигших на сайте цели «заявка/звонок»



Если товарных категорий много, рекомендуем строить Look-alike на целях «посещение товарной категории и покупка». Например, и «посетил раздел платье», и «оформил покупку»



Выбирайте период, соответствующий периоду принятия решения о покупке вашего товара/услуги. Например, для одежды/дешевой электроники — 7–14 дней, для мебели и бытовой техники — 14–30 дней, для авто/недвижимости — 30–60 дней

Внешние сегменты



Рестораны

Lamoda

Детский мир



Магазины

CleverData

Магнит



Кинотеатры

X5 Retail Group

Aidata



Автосалоны

Аптечная сеть 36.6

Эвотор

Soloway

Таргетинги по психотипам

Внешние сегменты

- ▶ Психотипы BIG5 — Экстраверсия
- ▶ Психотипы BIG5 — Доброжелательность
- ▶ Психотипы BIG5 — Сознательность
- ▶ Психотипы BIG5 — Нейротизм
- ▶ Психотипы BIG5 — Открытость опыту

Управление сегментами аудиторий

Сложение условий



ИЛИ

Пересечение условий



И

Отрицание условий



НЕ

Соответствие правилу



«Пользователи состоят
в N из M аудиторий»

Прогнозирование охвата пользовательских списков

Список сегментов

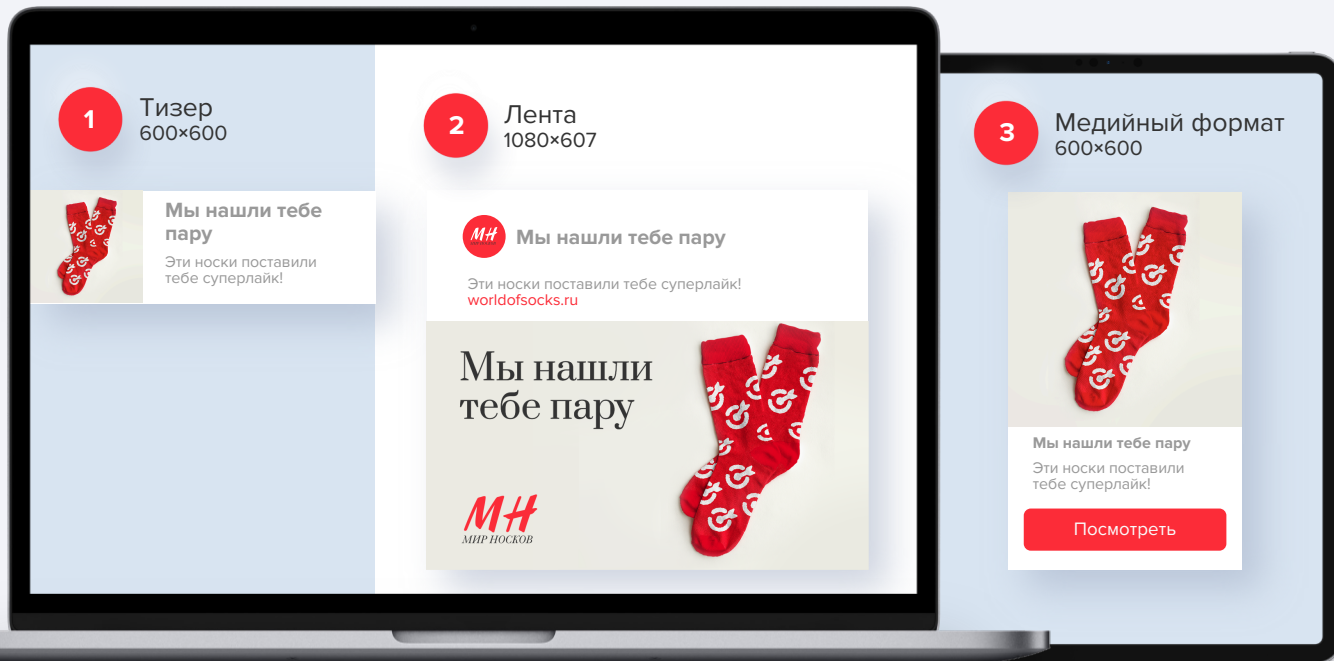
Имя сегмента	Охват	Кампании
Контекстный таргетинг	20 000	
Счетчик top.mail.ru	Идет подсчет	



Рекламные форматы

ОСНОВЫ РАБОТЫ MYTARGET

Десктопный мультиформат



₽ CPC

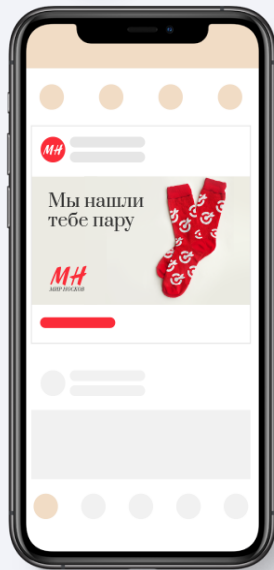
₽ CPM

Мобильный мультиформат

1 Fullscreen



2 Лента



3 Стандарт



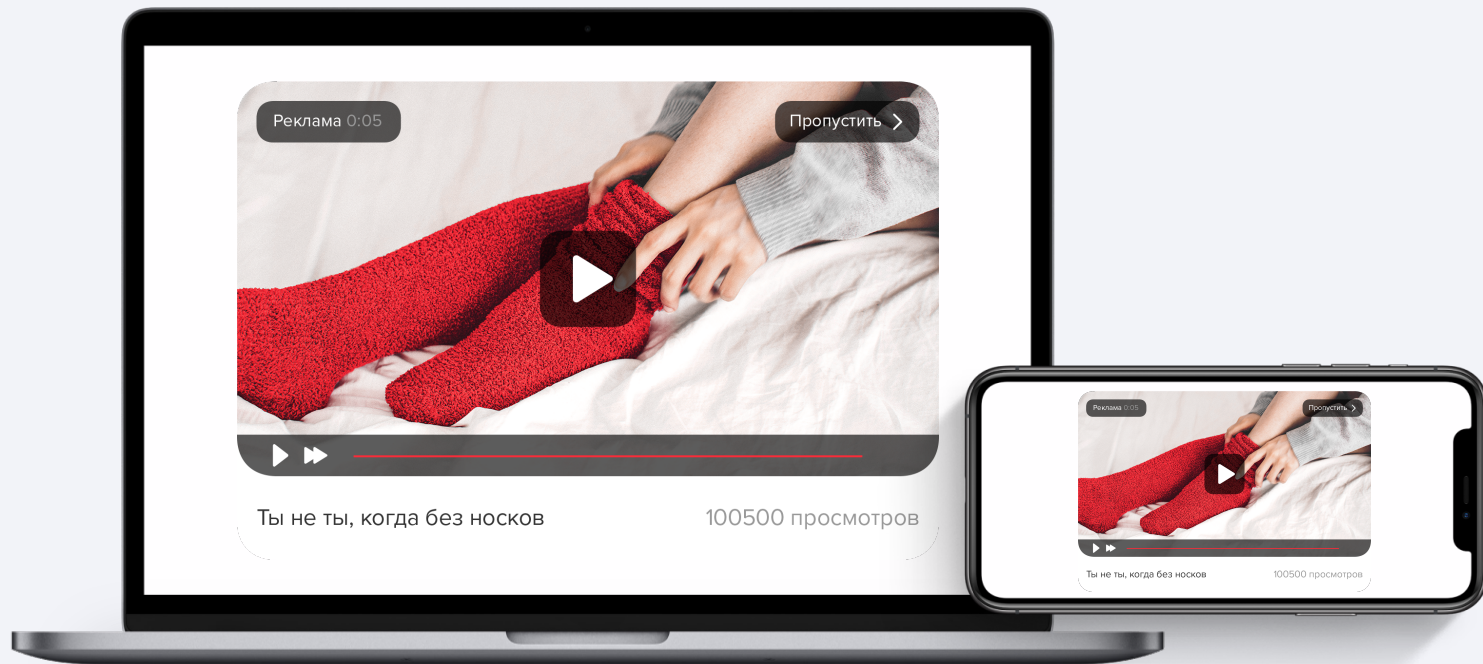
₽ CPI

₽ CPC

₽ CPM

₽ oCPM

Кроссдевайсная видеореклама

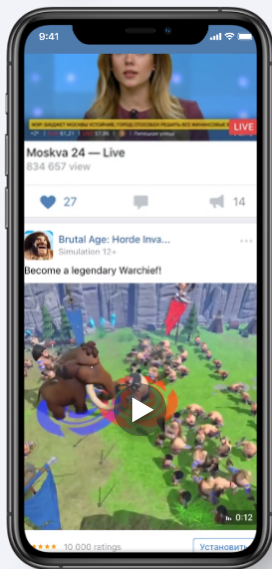


₽ CPV

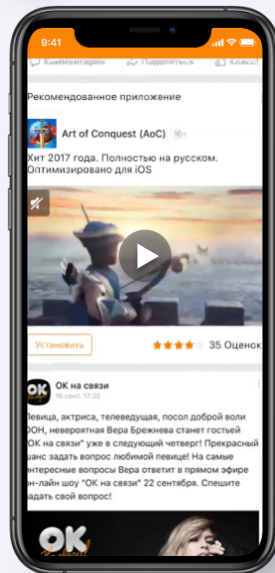
₽ CPM

Мобильная видеореклама

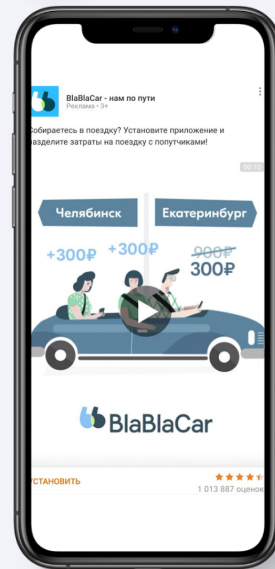
1 Квадратное видео



2 Прямоугольное видео



3 Вертикальное видео



₽ CPC

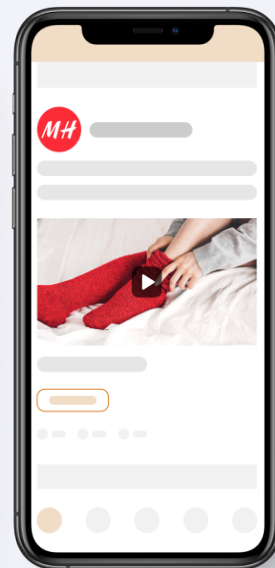
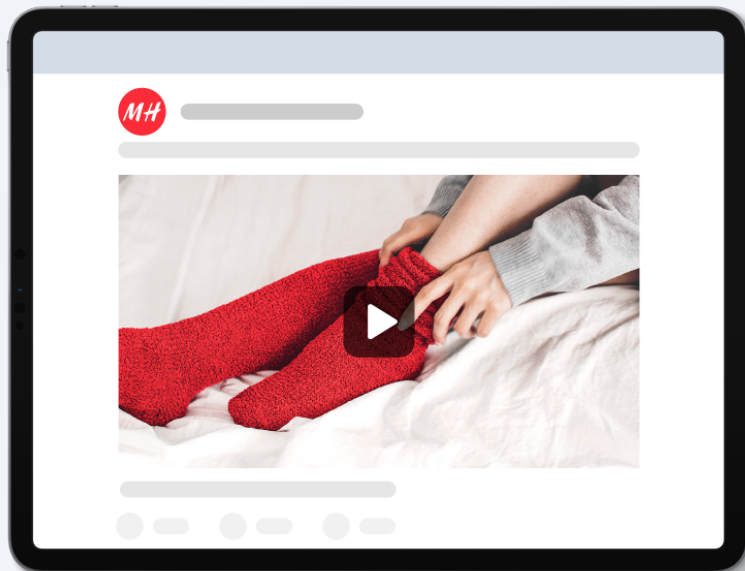
₽ CPM

₽ oCPM

*Вы можно
выбирать площадку
при работе с видео
форматами

Кроссплатформенные видеопосты

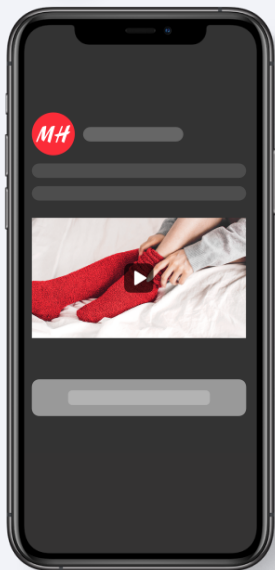
Кросс-частота на одного уникального пользователя



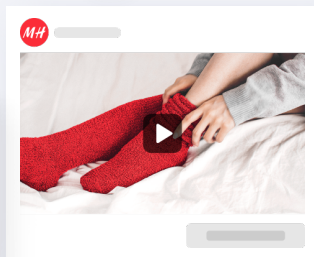
₽ CPM

Супервидео

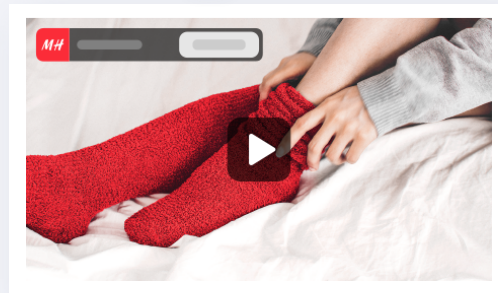
1 In-banner
640x630



2 In-page
1200x720



3 In-stream
1920x1080

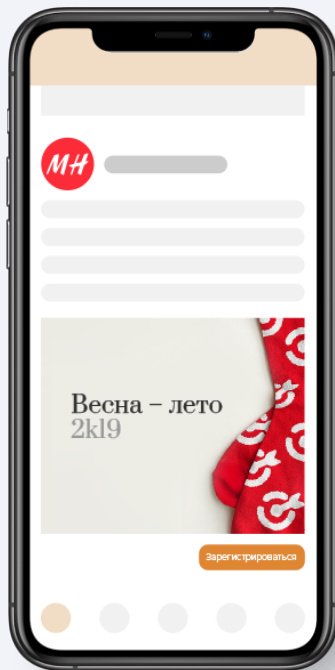


₽ CPM

Кросс-частота на одного уникального пользователя

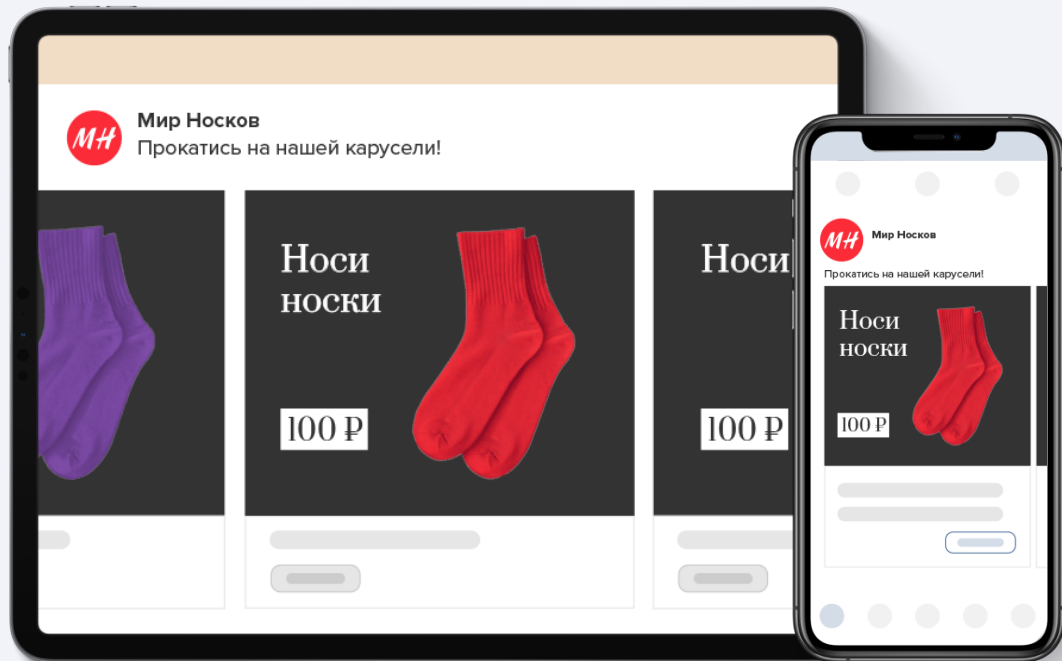
Leads Ads

Удобный формат для сбора заявок внутри соцсети.
Лид-форма заполняется без перехода на сторонний сайт.



₽ CPM

Кроссдевайсная карусель



₽ CPC

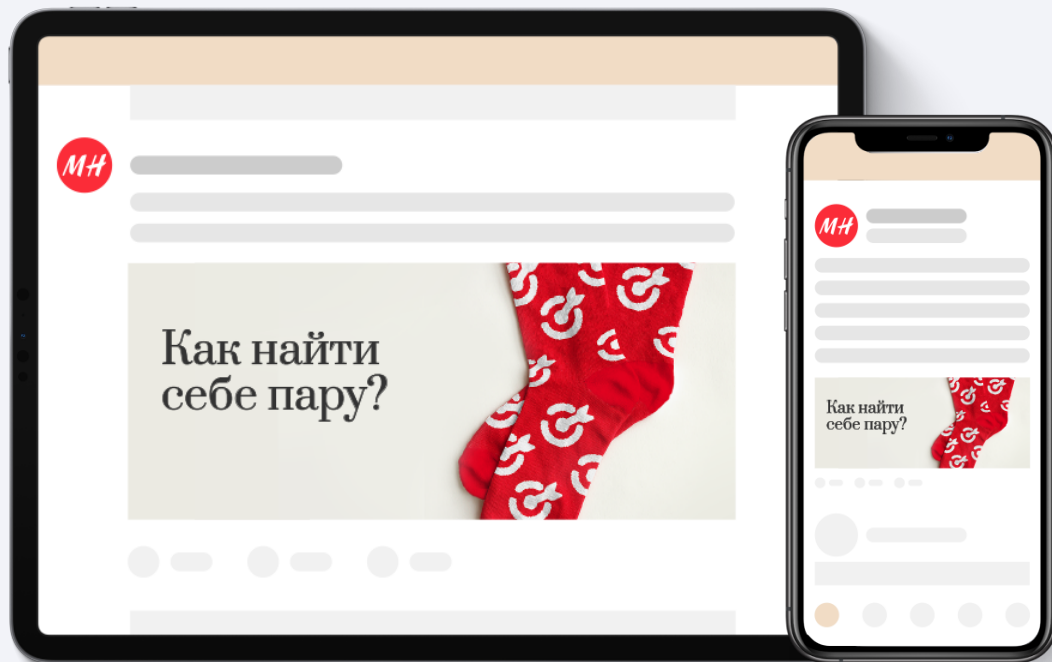
₽ CPM

₽ oCPM

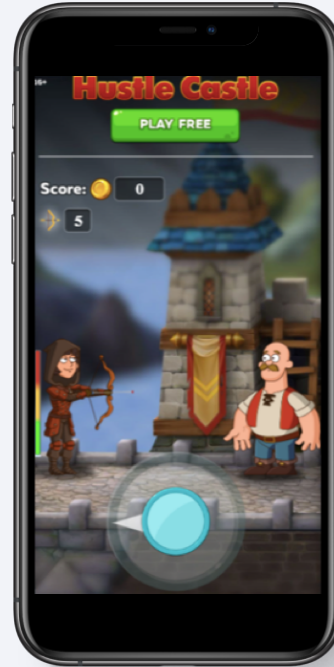
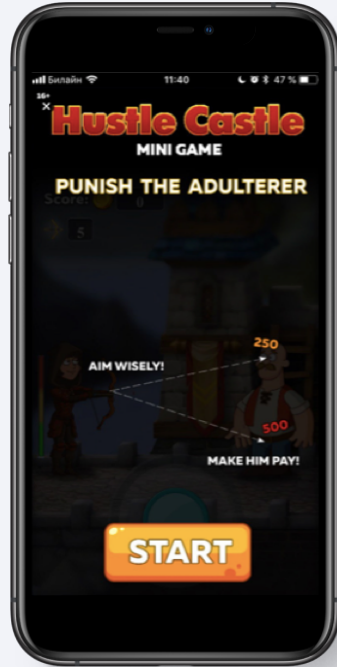
Промопосты в ОК



₽ CPM



Playable Ads



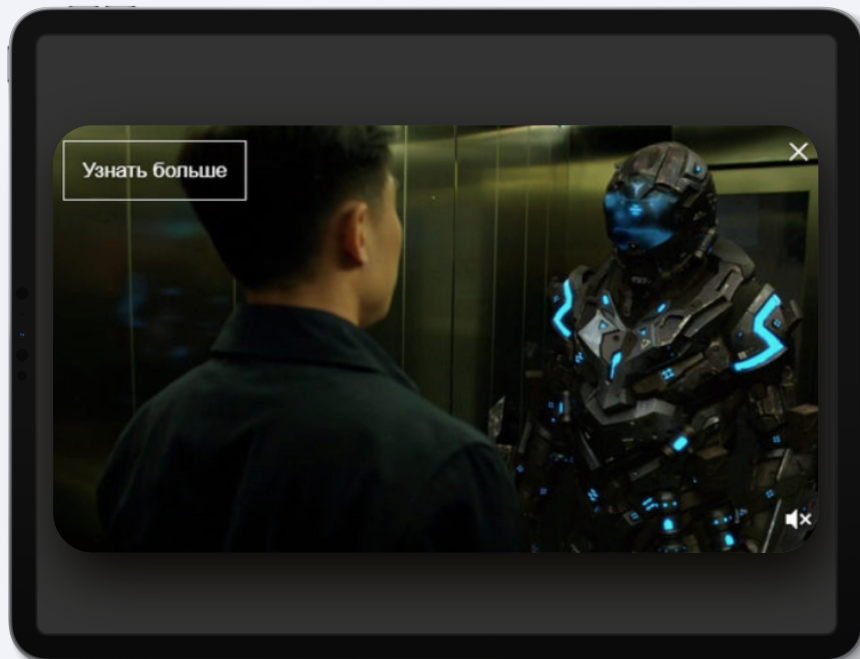
₹ CPC

₹ CPM

₹ oCPM

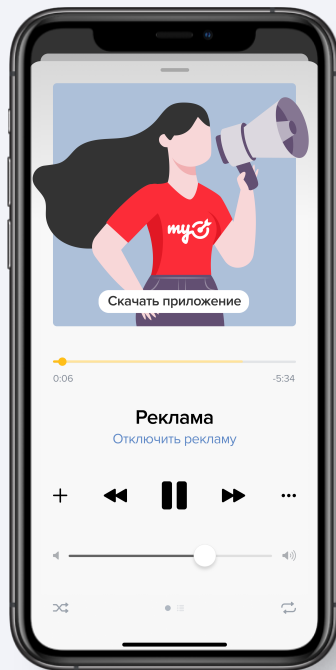
₹ CPI

Bumper Ads



₽ CPV

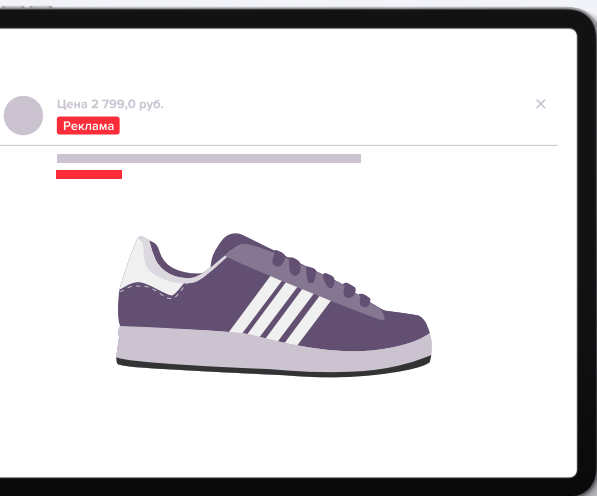
Аудиореклама



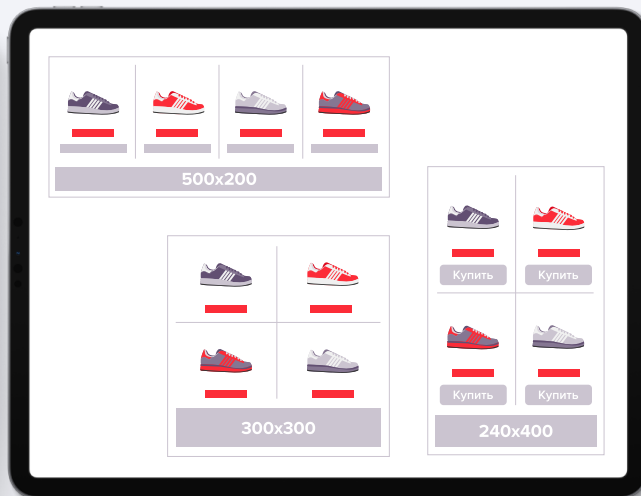
₽ CPM

Форматы динамического ремаркетинга

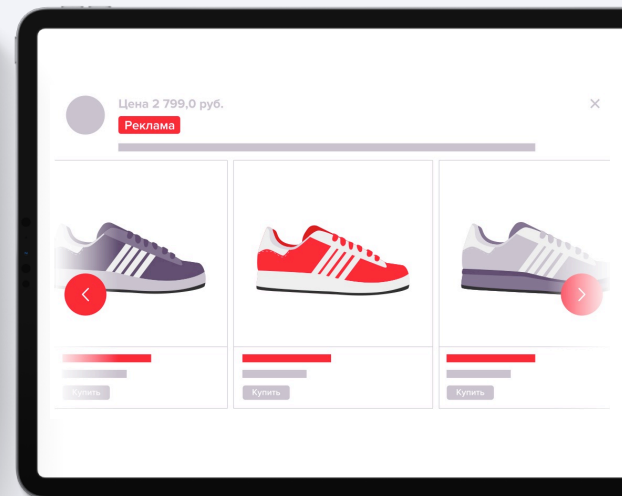
₽ CPC



Мультиформат



Баннеры



Карусель

Премиальная аудиторная сеть

Более 75 площадок

ВЕСТИ.RU

COSMOPOLITAN

MAXIM
MAXIMONLINE.RU

Gismeteo

*Советский
спорт*

n native roll

ЛАЙФХАКЕР

♦ юла

За рулем

бэби .ру



Оплата и статистика

ОСНОВЫ РАБОТЫ MYTARGET

Модели оплаты

Что оптимизируем

- Клики
- Показы
- Установки приложения
- Просмотры видео

Аукционная стратегия

- Максимальное число кликов
- Фиксированная ставка
- Минимальный расход

Выбор площадки при CRM



Десктопные



Социальные сети и сервисы



Сервисы Mail.ru Group



Рекламная сеть myTarget



Мобильные



Социальные сети и сервисы



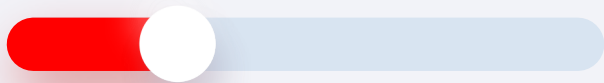
Сервисы Mail.ru Group



Рекламная сеть myTarget

Управление ставкой

21,4 руб.
за клик



Охват

86%

Прогнозатор

Прогноз аудитории на 7 дней

156 295 000

Ставка, руб.

21,40

Охват аудитории

86%

Оптимизация установок при оплате за показы

Что оптимизируем



Установки приложения



Клики



Показы

За что платим

Показы

Используем новые отчеты в статистике



Разбивка по полу, возрасту, географии и интересам



Выгрузка в Excel для дальнейшего анализа

Объекты отчетности

Кампании Объявления

Отчет будет содержать активные кампании

[изменить](#)

Диапазон дат и детализация

29.10.2017 – 01.11.2017

Детализация по дням ▾

пол возраст география интересы аудитории

Метрика отчета

клики показы конверсии
 списания CTR, % CR
 CPA

Пример использования отчета

Возраст	Показы	Клики	Конверсия	CTR	CPL	CR
18	330001	2065	52	0.626%	4,50	2,5%
19	302104	1846	47	0.611%	4,46	2,5%
20	206578	1148	33	0.556%	4,06	2,8%
21	195741	916	36	0.468%	2,95	3,9%
22	190243	769	45	0.404%	1,96	5,8%
23	162908	674	40	0.414%	1,93	5,9%
24	142554	603	45	0.423%	1,53	7,4%
25	909993	380	40	0.418%	1,09	10,4%
26	95813	422	50	0.440%	0,96	11,8%
27	101083	456	57	0.451%	0,91	12,4%
28	86564	352	43	0.407%	0,93	12,1%
29	78871	307	48	0.389%	0,73	15,5%
30	65714	268	37	0.408%	0,83	13,7%
31	57724	214	40	0.371%	0,60	18,5%
32	49611	201	31	0.405%	0,73	15,2%
33	43111	152	30	0.353%	0,57	19,5%
34	34248	117	19	0.342%	0,69	15,9%
35	28140	85	13	0.302%	0,78	14,8%
36	24232	85	15	0.351%	0,64	17,2%
37	23925	82	10	0.343%	1,01	11,7%
38	20132	69	7	0.343%	1,33	9,6%
39	15438	49	10	0.317%	0,55	19,6%
40	13100	47	8	0.359%	0,67	16,2%
41	12533	31	7	0.247%	0,48	21,3%
42	10545	39	6	0.370%	0,84	14,4%
43	9405	26	3	0.276%	1,88	10,0%
44	7751	25	4	0.323%	0,82	14,4%
45	8214	36	5	0.438%	0,99	12,8%
Итого	2407276	11194	727	0,465%	1,71	6,49%

Post-view конверсии для приложений

Установка приложения

eCPM, руб.	Конверсии по показам	Конверсии
207,68	6 761	
117,84	20	



Кейсы

ОСНОВЫ РАБОТЫ MYTARGET

Продвижение китайской игры Age of Z в России

ЦЕЛИ И КРИ КАМПАНИИ

- увеличить количество установок игры, не менее 4 000 установок в сутки
- ≥ 10% новых лояльных пользователей, которые пройдут игру 5-го уровня
- ≥ 15% аудитории с коэффициентом удержания (Retention Rate) в два дня

НАСТРОЙКИ

- 👤 М, 18-45 лет
- 📁 Тематические группы конкурентов ВК и ОК
- 📌 Категория приложений для Android: стратегии

РЕЗУЛЬТАТЫ

> **71 000**

установок при среднем CPI = 30 ₽

> **14%**

CR (level 5)

> **17%**

RR

Динамический ремаркетинг для интернет-магазина электроники 5 элемент

ЦЕЛИ КАМПАНИИ

- Увеличить продажи
- Снизить показатель CPO (стоимость заказа)

НАСТРОЙКИ

- ⚙ Динамический ремаркетинг на тех, кто совершил покупку 3, 7, 15 дней назад, посещал раздел сайта с акциями и др.
- 📄 Баннер 240x400, продуктовая карусель и мультиформат

РЕЗУЛЬТАТЫ

↑ 10%

увеличили количество покупок

↓ 20%

снизили средний CPO по всем каналам

Продвижение автодилера

ЦЕЛИ КАМПАНИИ

Провести A/B-тестирование рекламных кампаний в myTarget, чтобы выбрать самые эффективные кампании для достижения следующих целей:

- Получить максимальное количество целевых заявок на автокредитование, обмен или покупку автомобиля
- Увеличить количество заявок минимум на 5%
- Снизить стоимость целевой заявки до 1 200 рублей
- Повысить средний показатель CTR до 0,6%

НАСТРОЙКИ

- 👤 Таргетинг по возрасту: 23-55 лет
- 🕒 Таргетинг по времени показа рекламы
- 📺 Мультиформат, карусель и квадратное видео

РЕЗУЛЬТАТЫ



15%

Получили больше целевых заявок, чем в феврале



CTR

Вырос с 0,52% до 0,65%, что позволило снизить и удержать CPL



CPL

Снизился на 26%. С 1 428 ₽ до 1 054 ₽, что на 12% ниже KPI



10,78%

Выросли продажи за март

Привлечение водителей в приложение-агрегатор сервисов такси

ЦЕЛИ КАМПАНИИ И КPI

- Увеличить количество установок
- Сравнить эффективность разных каналов продвижения
- CPI > 15%, CPI > 100 ₺

НАСТРОЙКИ

- 👤 Подписчики групп ВКонтакте
- ♥ Kia, Skoda, Renault, Hyundai, категории приложений “Карты и навигация”
- 📌 Списки пользователей
- ⚙️ Look-alike

РЕЗУЛЬТАТЫ

масштабировали рекламную
кампанию на **176 городов**
России

CPL = 33%

во всех регионах

CPM < 100₺

средний

Генерация заявок на кредит банка Зенит

ЦЕЛИ КАМПАНИИ И КРИ

- Получить заявки через соцсети
- CR \geq 13%, CPC \leq 51,45 Р, CPL \leq 600 Р

НАСТРОЙКИ

- 🕒 9:00 – 23:00
- 📍 10 км от отделений банка
- 📄 Пост с Lead Ads
- ♥ Потребительские кредиты и кредитные карты
- 🔍 Контекстный таргетинг: «банки подбор кредита», «потребительские кредиты», «заявка на кредит»

РЕЗУЛЬТАТЫ

Контекстный таргетинг принес на 34% больше конверсий, чем интересы



17,4%

CR



17,4%

CPC



17,4%

CPL по двум кампаниям

Продвижение ЖК бизнес-класса Вдохновение

ЦЕЛИ КАМПАНИИ И КРІ

- Увеличить количество заявок на консультацию и число повторных посещений сайта
- CPC < 20 ₽, CPL < 3 500 ₽, CPA < 60 000 ₽

НАСТРОЙКИ

- 👤 36 – 75 лет, уровень дохода: средний, выше среднего, премиум, высокий
- ♥️ Интересы: продажа новостроек, продажа загородной недвижимости, зарубежная недвижимость, продажа вторичной недвижимости, продажа коммерческой недвижимости, ипотека
- 📺 Мультиформат, карусель

РЕЗУЛЬТАТЫ



получили 35 лидов по 2 988 ₽

15% ниже КРІ



5 сделок по продаже квартир
по 20 916 ₽

в 3 раза ниже КРІ

9,9 млн ₽

выручка по итогам кампании

Продвижение строительной компании Зодчий

ЦЕЛИ КАМПАНИИ

- Поиск дополнительных источников трафика
- Увеличение количества заявок на расчет стоимости

НАСТРОЙКИ

- 👤 24 – 45 лет
- 📍 Москва и Московская область
- 📄 Мультиформат, HTML5 баннер 240×400
- 🔍 Контекстный таргетинг, таргетинг по интересам, таргетинг на подписчиков тематических сообществ

РЕЗУЛЬТАТЫ

↓ 58%

снизили стоимость обращения
по сравнению с показателем
на старте кампании

↑ 175%

количество заявок выросло

Продвижение института дополнительного профессионального образования

ЦЕЛИ КАМПАНИИ

- Увеличить объем трафика за счет таргетированной рекламы

НАСТРОЙКИ

- 👤 Ремаркетинг по посетителям сайта и похожим на них пользователям
- 🔍 Таргетинг по клиентской базе и похожим на них пользователям (Look-alike)
- 🔍 Таргетинг по подписчикам тематических групп соцсетей ВК и ОК
- 📄 Пост в Одноклассниках
- 🔍 Контекстный таргетинг

РЕЗУЛЬТАТЫ

стоимость лида из таргетированной рекламы оказалась почти в 10 раз ниже, чем из контекстной рекламы

CPC = 5,7₽

CPL = 124,9₽

потратили: 13 491,56₽

Продвижение сети детских игровых клубов Индиго

ЦЕЛИ КАМПАНИИ

- Генерировать трафик в офлайн-точки
- Увеличить количество заказов детских праздников
- Получить не менее 50% заказчиков, которые контактировали с рекламной кампанией

НАСТРОЙКИ

- 👤 Женщины, от 20 до 45 лет, родители детей дошкольного и младшего школьного возраста
- 📍 Карусель, локальная реклама
- ⚙️ Ремаркетинг, функция «Учет офлайн-конверсий»

РЕЗУЛЬТАТЫ

около 100 клиентов
заказали детские праздники

более 3 900 человек
заказали детские праздники

почти 3/4 заказчиков
детских праздников
контактировали с рекламой
myTarget

54% видели рекламу
больше всего объявления
привлекали внимание текущих
клиентов из базы
рекламодателя

Продвижение барбершопа Кузьма

ЦЕЛИ КАМПАНИИ

- Привлечь новых клиентов по стоимости не более 200 ₹

НАСТРОЙКИ

- ⚙ Online-2-offline
- ⚙ Ремаркетинг
- 📄 Мультиформат, карусель

РЕЗУЛЬТАТЫ

132 902 показа, 1296 кликов

CPC = 26,95₹

CTR = 0,212%

CPS = 133₹

89% клиентов повторно воспользовались услугами барбершопа

Продвижение застройщика МегаАльянс

ЦЕЛИ КАМПАНИИ И КРИ

- Увеличение трафика сайта
- Продвижение бренда
- ≥ 50 заявок, CPL $\leq 2\,500$ Р, CPC ≤ 25 Р

НАСТРОЙКИ

- 📍 Краснодар, Россия
- 👤 М+Ж, 23–35 лет, в браке, с детьми, М+Ж, 23–55 лет
- 📺 Мультиформат, Промопост в ОК
- ♥️ Покупка квартиры, ипотека
- 🔍 Контекстный таргетинг с запросами, содержащими название города
- ⚙️ Ремаркетинг, Look-Alike

РЕЗУЛЬТАТЫ

899 357 пользователей

93 999 Р общий бюджет

1,9 млн показов

9 691 000 Р выручка
за 5 сделок

73 лида по CPL = 1 264 Р

на 36% снизили стоимость
привлечения покупателя

Продвижение автодилера Рольф с помощью аудиорекламы

ЦЕЛИ КАМПАНИИ

- Протестировать, как медийный эффект онлайн-аудиорекламы (охват новой широкой аудитории) может влиять на performance-показатели

НАСТРОЙКИ

- 👤 М + Ж, 25 – 50 лет
- 🔍 Таргетинг на интересы к покупке автомобиля, автомобилям среднего класса, а также к автомобилям марки Mitsubishi
- 🔍 Таргетинг на сегмент аудитории, который прослушал аудиорекламу
- 📄 Пост с Lead Ads в Одноклассниках
- 🎵 Аудиореклама

РЕЗУЛЬТАТЫ

↓ **CPL** > 60%

аудиореклама в сочетании с lead ads приносит более высокий результат при меньшей цене заявки

1

↓ **CPM** – 25%

аудиореклама принесла в 4 раза больше контактов с аудиторией, чем кампании с мультимедиа

2

CPL = 1 030 ₽

реклама, которую не показывали тем, кто прослушал аудиоролик, принесла меньше заявок и по более высокой стоимости — 1 720 ₽

Продвижение сервиса такси Ситимобила с помощью Look-alike по in-app событиям

ЦЕЛИ КАМПАНИИ

- Увеличить объем привлечения новых клиентов в рамках продвижения через myTarget на 20%
- Тестирование нового инструмента рекламной платформы myTarget

НАСТРОЙКИ

- ⚙ Look-alike по in-app событиям
- 📄 Мультиформат

РЕЗУЛЬТАТЫ

+26%

новых клиентов, чем в исходных кампаниях

↓50%

стоимость привлечения клиента в кампаниях с Look-alike, чем в рекламе с таргетингами по соцдему и интересу к приложениям категории «Карты и навигация»

↓17%

средняя стоимость клиента, привлеченного через myTarget

Опыт продвижения недвижимости ЖК Славянка (Краснодар)

КРІ

- CPL ≤ 700 ₹
- CPA ≤ 30 000 ₹

НАСТРОЙКИ

- ▣ Мультиформат
- ⚙ Lead Ads

БЮДЖЕТ

- 57 196 ₹

РЕЗУЛЬТАТЫ

Охват

536 643 пользователей

Выручка

8,5 млн ₹

126 заявок CPL = 453 ₹

4 сделки CPA = 14 299 ₹

Продвижение онлайн-платформы Тинькофф Инвестиции

ЦЕЛИ КАМПАНИИ

- Увеличить количество инвесторов с открытым счетом в мобильном приложении

НАСТРОЙКИ

- ▣ Квадратное видео
- 🔍 Социально-демографический таргетинг

РЕЗУЛЬТАТЫ

2985 установок

1082 заявки

CR = 36,6%

из регистрации
в целевое действие

Продвижение биодобавок Эвалар

ЦЕЛИ КАМПАНИИ И КРІ

- Поиск новой аудитории
- Увеличение переходов на сайт

НАСТРОЙКИ

- 👤 Ж, 30+
- 📺 Мультиформат, Карусель, Промопост в ОК
- ♥ БАДы, красота и здоровье
- 🔍 Контекстный таргетинг: «витамины для здоровья», «витамины для кожи» и т.д.

РЕЗУЛЬТАТЫ

CPA на уровне
контекстной
рекламы

Конверсий
в 2 раза
больше, чем в других соцсетях

Получили
более 80%
новых пользователей

Влияние таргетинга на офлайн-продажи Askona

ЦЕЛИ КАМПАНИИ И КРІ

- Оценить эффективность таргетированной рекламы

НАСТРОЙКИ

- ▣ Мультиформат
- 🔍 Контекстный таргетинг по брендовым запросам
- ⚙️ Ремаркетинг на пользователей, которые посещали сайт в течение 7 и 14 дней
- ⚙️ Динамический ремаркетинг после события: «Смотрели, но не добавили в корзину», «Добавили в корзину, но не купили»

РЕЗУЛЬТАТЫ



67%

офлайн-покупок совершено после просмотра рекламы

Продвижение интернет-магазина одежды Vonprix

ЦЕЛИ КАМПАНИИ

- Увеличить количество заказов

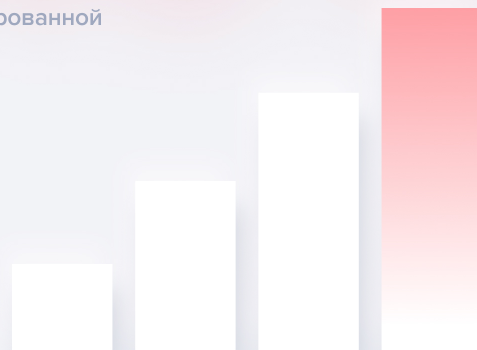
НАСТРОЙКИ

- 🕒 Время учета фразы: 5, 14, 30 дней
- 📄 Мультиформат
- 🔍 Контекстный таргетинг: товары и товарные категории, «купить платье», «сапоги», «купить кеды», конкуренты, стиль жизни, «одежда для беременных», «большие размеры»

РЕЗУЛЬТАТЫ

+ 40%

всех покупок из таргетированной рекламы за период РК январь-февраль 2019 г.



Стоимость заказа на 45% меньше KPI

Продвижение Mazda CX-5

ЦЕЛИ КАМПАНИИ

- Максимально снизить CPQV с помощью контекстного таргетинга
- Сравнить эффективность контекстного таргетинга и таргетинга по интересам к авто

НАСТРОЙКИ

- 📍 Россия
- 👤 М+Ж, 35–45 лет
- 📄 HTML 5-баннер
- ♥️ Автомобильная тематика
- 🔍 Контекстный таргетинг: «продажа новых автомобилей цена», «где купить авто в москве», «самая надежная машина», «кроссоверы обзор», «авто с большим клиренсом»

РЕЗУЛЬТАТЫ



Контекстный таргетинг Profi.ru

ЦЕЛИ КАМПАНИИ И КРІ

- Увеличить количество регистраций через мобильное приложение в сервисе по подбору профессионалов из бьюти-индустрии
- CPR ≤ 400 ₽

НАСТРОЙКИ

- 📍 Москва, Санкт-Петербург, другие регионы
- 👤 Ж, М (для сегмента тату мастеров)
- 📱 iOS/Android
- 🔍 Контекстный таргетинг: «база шеллак», «маникюр инструмент», «плойка», «babyliss», «щетка бровь», «brow henna», «тату игла», «тату машинка»

РЕЗУЛЬТАТЫ

Получили стоимость регистрации в 2,5 раза ниже KPI (CPR = 159 ₽)

655 РЕГИСТРАЦИЙ

8,46% CR

12,9₽ CR

0,52% CTR

Аудитория специалистов по маникюру показала наибольший CR = 11,5%

Продвижение интернет-магазина одежды

ЦЕЛИ КАМПАНИИ И КРІ

- ≥ 500 заказов в период проведения рекламной кампании
- CPO ≤ 900 Р
- ROAS $\geq 450\%$

НАСТРОЙКИ

- ⚙ Динамический ремаркетинг
- 📍 Москва и отдельно вся Россия
- 📺 Мультиформат, баннер 240 x 400, продуктовая карусель

РЕЗУЛЬТАТЫ

ROAS



30%

CPC



30%

CPO



20%

ПО СРАВНЕНИЮ
С УСТАНОВЛЕННЫМИ
КРІ

ДИНАМИЧЕСКИЙ РЕМАРКЕТИНГ

ОБЕСПЕЧИЛ **В 1,5 РАЗА БОЛЬШЕ** ЗАКАЗОВ
ПО СРАВНЕНИЮ С ДРУГИМИ КАНАЛАМИ

Остались вопросы?

Напишите нам:

support_target@corp.my.com



vk.com/mytarget



ok.ru/mytarget



facebook.com/mytarget

