

**Рекламная кампания.
Региональные усиления, осень 2017**

Основное

Целевые регионы на осень: Красноярск, Екатеринбург, Новосибирск, Краснодар

Период проведения кампании: сентябрь-октябрь

Бюджет на все регионы: 24,2 млн. рублей

- ТВ – 7,8 млн
- Digital – 10,8 млн
- Outdoor – 5,6 млн

Для оценки эффективности инвестиций измеряли основные показатели: трафик и резюме в сравнении со средним показателем по РФ и данными конкурентов

В рамках дополнительных рекламных активностей использовали несколько рекламных каналов: ТВ, Digital, Outdoor. Каждый из каналов нельзя мерить в отдельности, т.к. полученные результаты все каналы дают в связке.

Основные итоги

Мы видим, что усиление присутствия в регионах работает: практически во всех регионах мы смогли приблизиться к лидеру/обогнать лидера/укрепить лидирующие позиции.

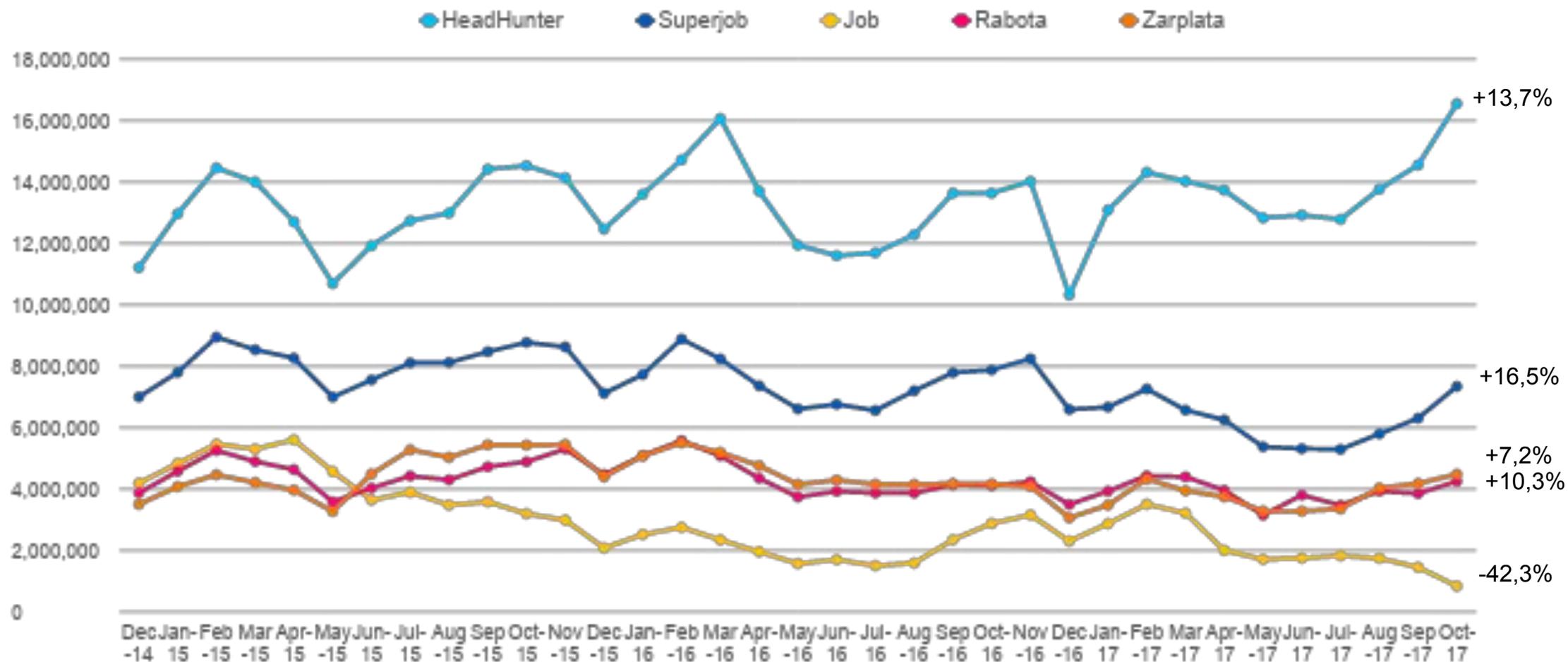
Во всех 4 регионах были достигнуты абсолютные рекорды по входу новых резюме и резюме за 30 дней – причем темпы прироста везде значительно выше, чем в среднем по России.

Нашу рекламу видят и замечают: во всех регионах с довесами % ответивших, что к созданию резюме их побудила увиденная реклама вырос выше 31% (а в Красноярске достигла (!!!) 47% всех ответивших). При этом более половины этих респондентов видели рекламу на ТВ (исключение Краснодар, где этот процент вырос не так драматически – связываем с сезонностью).

Охватные возможности регионов, крайне сильно сказываются на итоговых стоимостях показателей по digital каналам. Данной РК мы подтвердили гипотезу о нелинейном росте входа новых пользователей и резюме, относительно роста бюджета.

В регионах, где мы в рамках основной кампании выкупаем менее 70% трафика – приросты стоимостей основных показателей (сеансы, регистрации, резюме, отклики) невелики - до +35%. В регионах, с выкупом более 70% трафика по основным кампаниям, стоимость показателей может вырастать до 1000%. Это доказывает, что при региональных усилениях имеет смысл распределять бюджет на поддержку через Digital каналы исходя из этих данных, а не в соответствии с масштабом активностей по офлайн направлению.

Вся Россия. Посещаемость

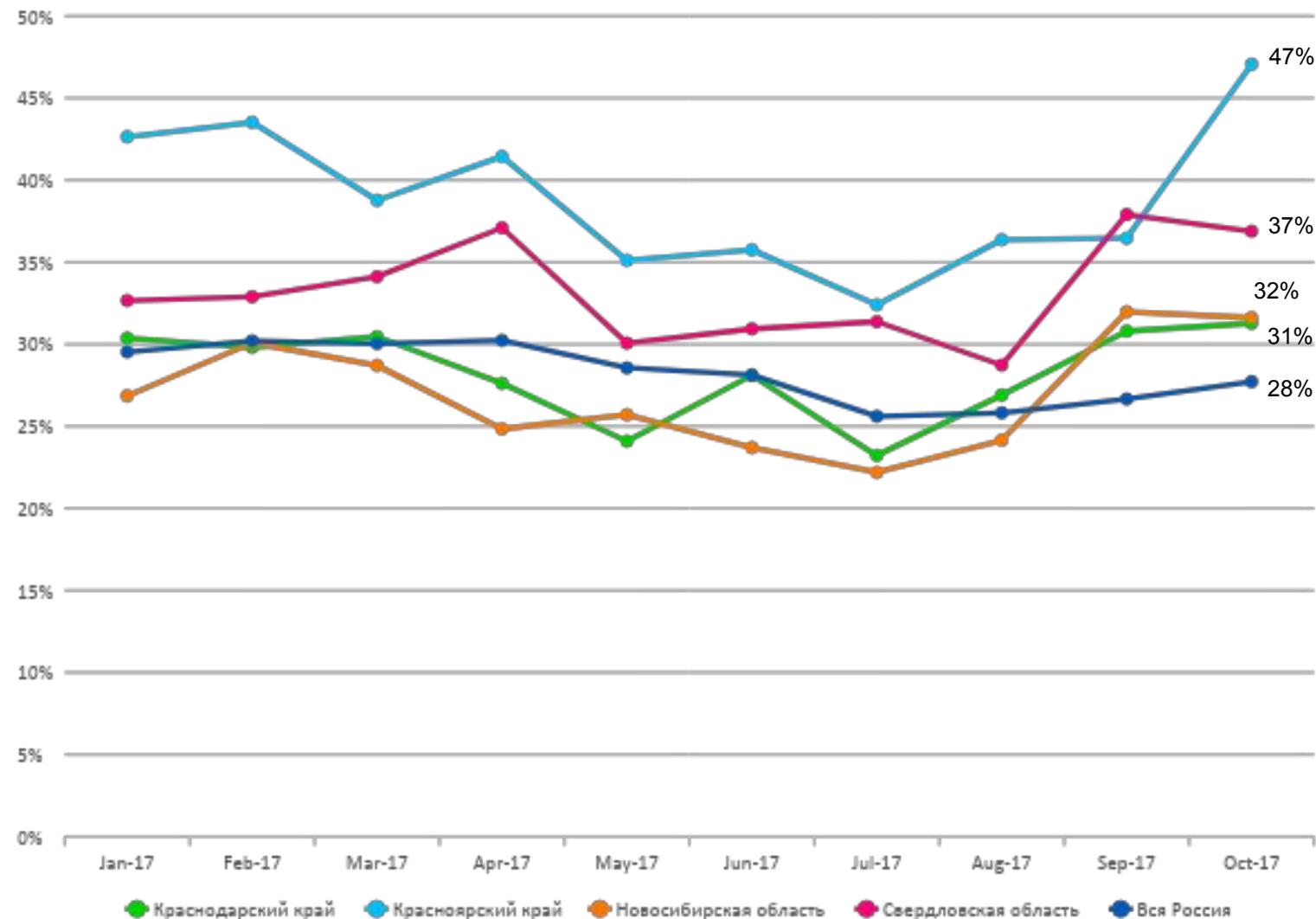


Данные по уникальным посетителям, только Россия. Система аналитики - LiveInternet
 Прирост к прошлому месяцу.

Регионы. Доля видевших рекламу

В целевых регионах мы видим резкий рост показателя доли пользователей, которые создали резюме благодаря рекламе по сравнению со средним показателем по РФ. При резком росте доли в сентябре в большинстве регионов доля октября остается на том же уровне.

Единственное исключение – Красноярск, в котором октябрь демонстрирует колоссальную динамику при сентябрьском сохранении доли.



Прирост к прошлому месяцу.

Екатеринбург. Основное

Основной конкурент: rabota66.ru (в августе предполагали, что станут частью зарплаты ру, но этого пока не произошло)

Бюджет:

ТВ: 3 009 000 р.

GRP: 503

OTS: 9 901 000

Digital: 5 000 000р.

Outdoor: 889 955р.

OTS: 19 655 000

Итого: 8 898 955

Екатеринбург. Итоги

Мы обошли основного конкурента в конце августа по базе резюме и смогли увеличить отрыв в сентябре-октябре.

Резкий рост видевошедшей рекламы в сентябре (+9%) позволяет строить зависимость между увеличением отрыва по базе резюме (+6% октябрь к августу) и рекламными активностями в регионе.

Екатеринбург. Digital активности

Дополнительный бюджет на digital рекламную кампанию:

- 5 000 000р. без НДС

Усиления трафика:

- контекст +117% (3,6 млн. р.)
- агрегаторы +28% (1,4 млн. р.)

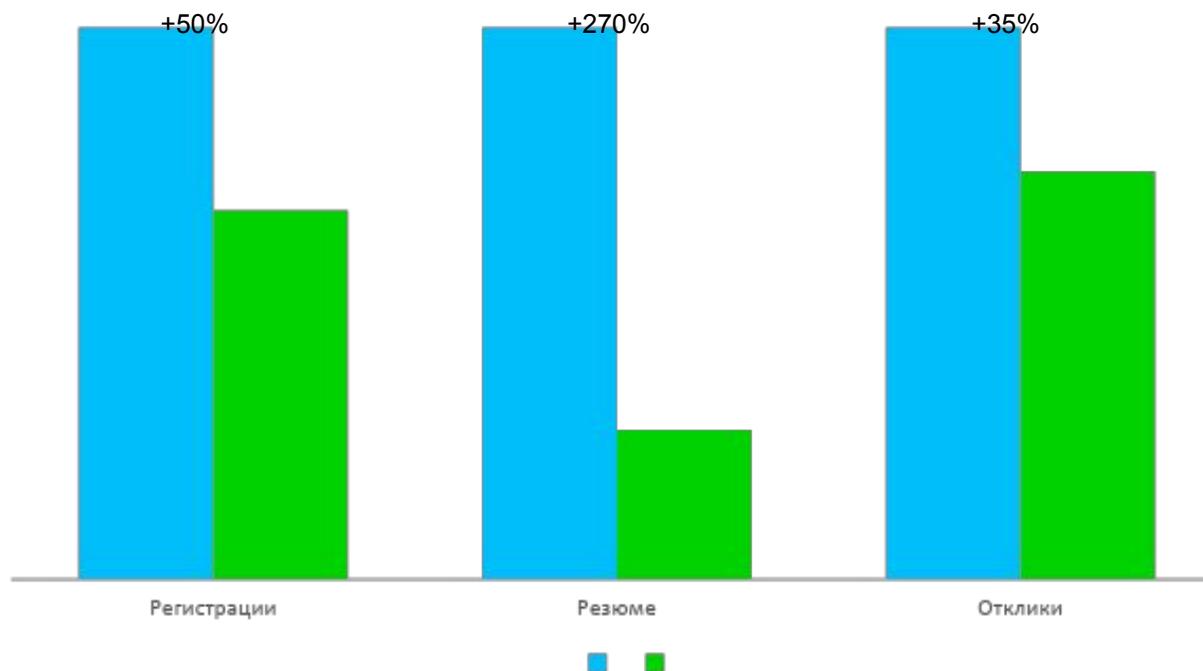
Контрольный период: июль+август 2017

Екатеринбург – регион со средним потенциалом по дополнительному охвату аудитории. Мы выкупаем около 70% дешёвого трафика стандартными кампаниями. В рамках данной рекламной кампании, для достижения KPI, потребовалось значительно повышать стоимости привлечения и выкупать дорогой трафик.

Итоги по digital:

	Сеансы	Регистрации	Резюме	Отклики
Δ от контрольного периода	+362 204	+2 863	+3 236	+9 876
Стоимость показателей	13,8 ₹	1 746 ₹	1 545 ₹	506 ₹

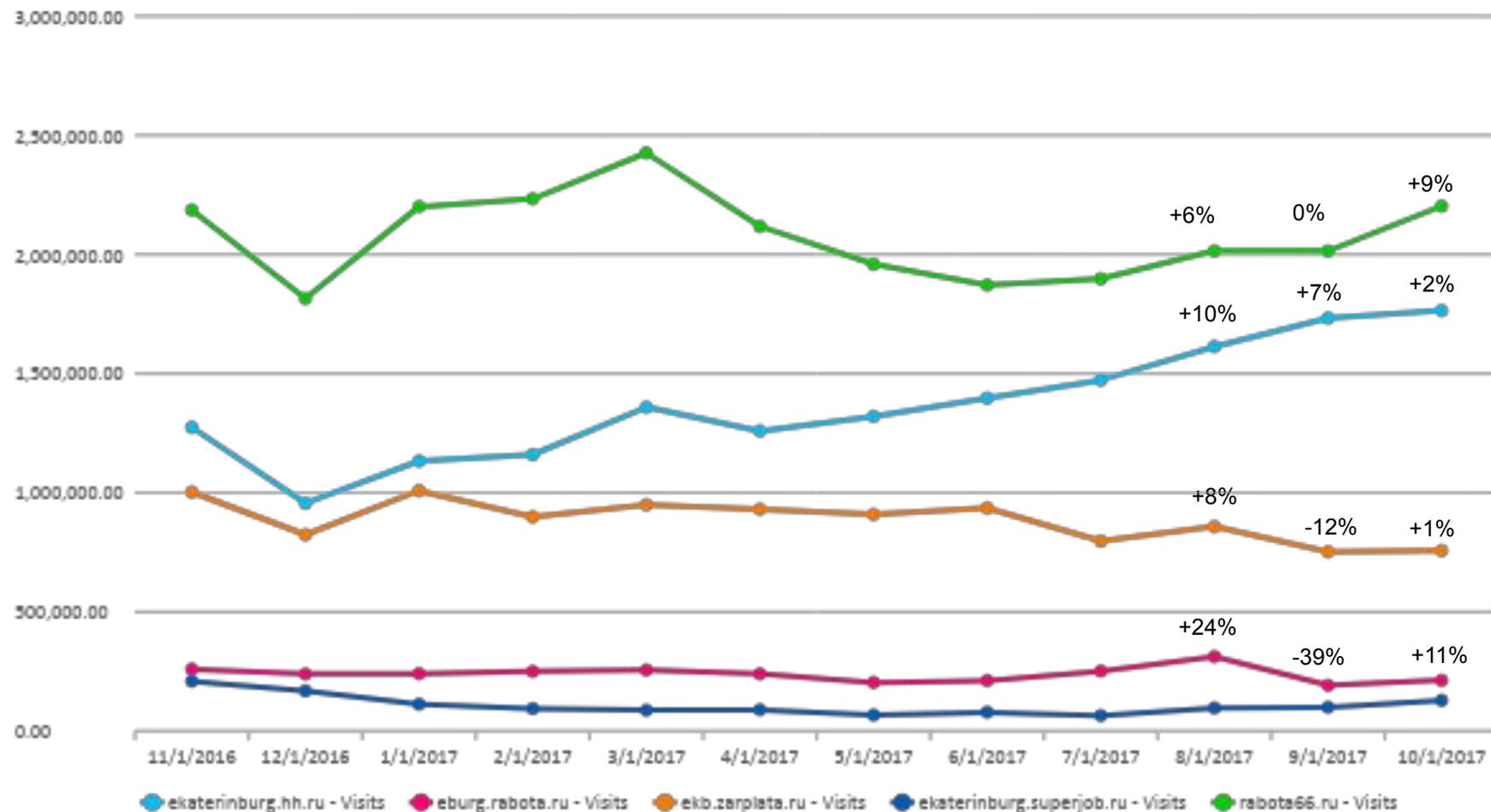
Сравнение показателей с контрольным периодом



Данные на основе конверсий из системы Google Analytics по счётчику hh.ru

Екатеринбург. Сеансы

На сеансы по большей части влияет федеральная рекламная кампания в целом - положительная динамика видна на протяжении всего года на фоне отсутствия значительного роста или даже падения у конкурентов. Существенной положительной динамики по количеству сеансов в период «довесов» в Екатеринбурге не видно.

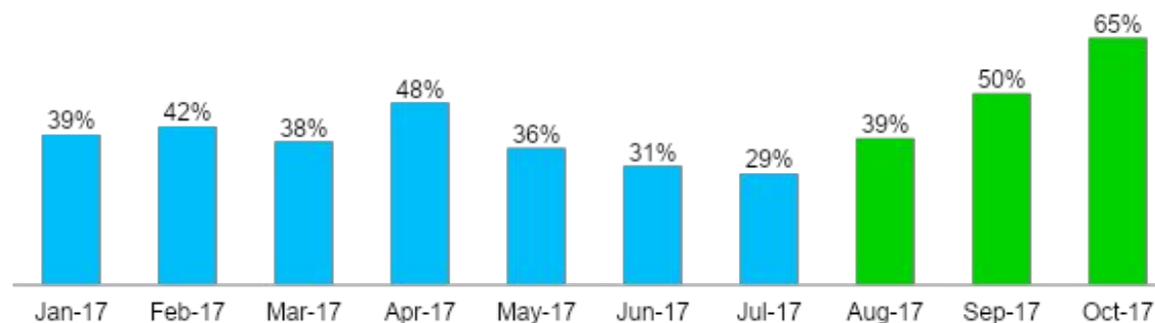


Данные по сеансам только по регдоменам. Система аналитики - SimilarWeb
Прирост к прошлому месяцу.

Екатеринбург. Доля видевших рекламу

Резкий рост процента видевших рекламу в целом и рекламу на ТВ в частности показывает, что довесы в Екатеринбурге не остались незамеченными. Основной пик Outdoor-кампании пришелся на октябрь, что существенно отразилось на доле видевших рекламу на улицах города (двукратный рост месяц к месяцу)

Свердловская область
Для видевших рекламу на ТВ



Да, я увидел (-а)/слышал (-а) рекламу сайта: где?

Свердловская область

по телевизору
в интернете (баннеры, контекстная реклама)
в поисковых системах (Google, Yandex, Rambler и пр.)
в социальных сетях (Vkontakte, Facebook, Одноклассники и пр.)
на улице города (на рекламных щитах, на зданиях и пр.)
на радио
на Youtube/ролики в интернете
в печатных изданиях (газеты, журналы)
на мероприятиях
другое
не помню, где именно, но точно где-то видел (-а)
нигде не видел (-а)

	янв.17	фев.17	мар.17	апр.17	май.17	июн.17	июл.17	авг.17	сен.17	окт.17
по телевизору	39%	42%	38%	48%	36%	31%	29%	39%	50%	65%
в интернете (баннеры, контекстная реклама)	24%	24%	25%	21%	26%	31%	29%	19%	24%	22%
в поисковых системах (Google, Yandex, Rambler и пр.)	31%	29%	31%	28%	29%	26%	37%	26%	23%	17%
в социальных сетях (Vkontakte, Facebook, Одноклассники и пр.)	12%	7%	13%	14%	16%	12%	21%	14%	14%	15%
на улице города (на рекламных щитах, на зданиях и пр.)	1%	4%	4%	1%	2%	6%	4%	5%	4%	8%
на радио	1%	2%	1%	1%	3%	2%	2%	3%	2%	3%
на Youtube/ролики в интернете	4%	2%	3%	7%	4%	5%	3%	2%	4%	2%
в печатных изданиях (газеты, журналы)	1%	2%	3%	1%	1%	1%	2%	1%	0%	2%
на мероприятиях	1%	0%	2%	1%	1%	4%	3%	4%	1%	1%
другое	0%	1%	1%	1%	0%	1%	2%	2%	1%	0%
не помню, где именно, но точно где-то видел (-а)	4%	4%	3%	4%	3%	4%	2%	4%	1%	1%
нигде не видел (-а)	1%	4%	3%	1%	1%	9%	3%	5%	5%	3%

Екатеринбург. Вход резюме от РК

Параметр	июл.17	авг.17	% роста	сен.17	% роста	окт.17	% роста
Прирост базы hh	6 621	6 270	-5%	9 477	51%	8 387	-12%
Прирост от рекламы	2 078	1 801	-13%	3 592	99%	3 094	-14%
Прирост от ТВ	608	694	14%	1 805	160%	2 006	11%
Прирост базы hh (Россия)	230 042	228 749	-1%	304 133	33%	279 327	-8%
Прирост от рекламы (Россия)	58 918	59 069	0%	81 091	37%	77 432	-5%
Прирост от ТВ (Россия)	17 741	23 087	30%	31 234	35%	32 668	5%

Благодаря усилениям рекламных активностей смогли существенно увеличить количество новых резюме в базе по сравнению со средним показателем по всей России

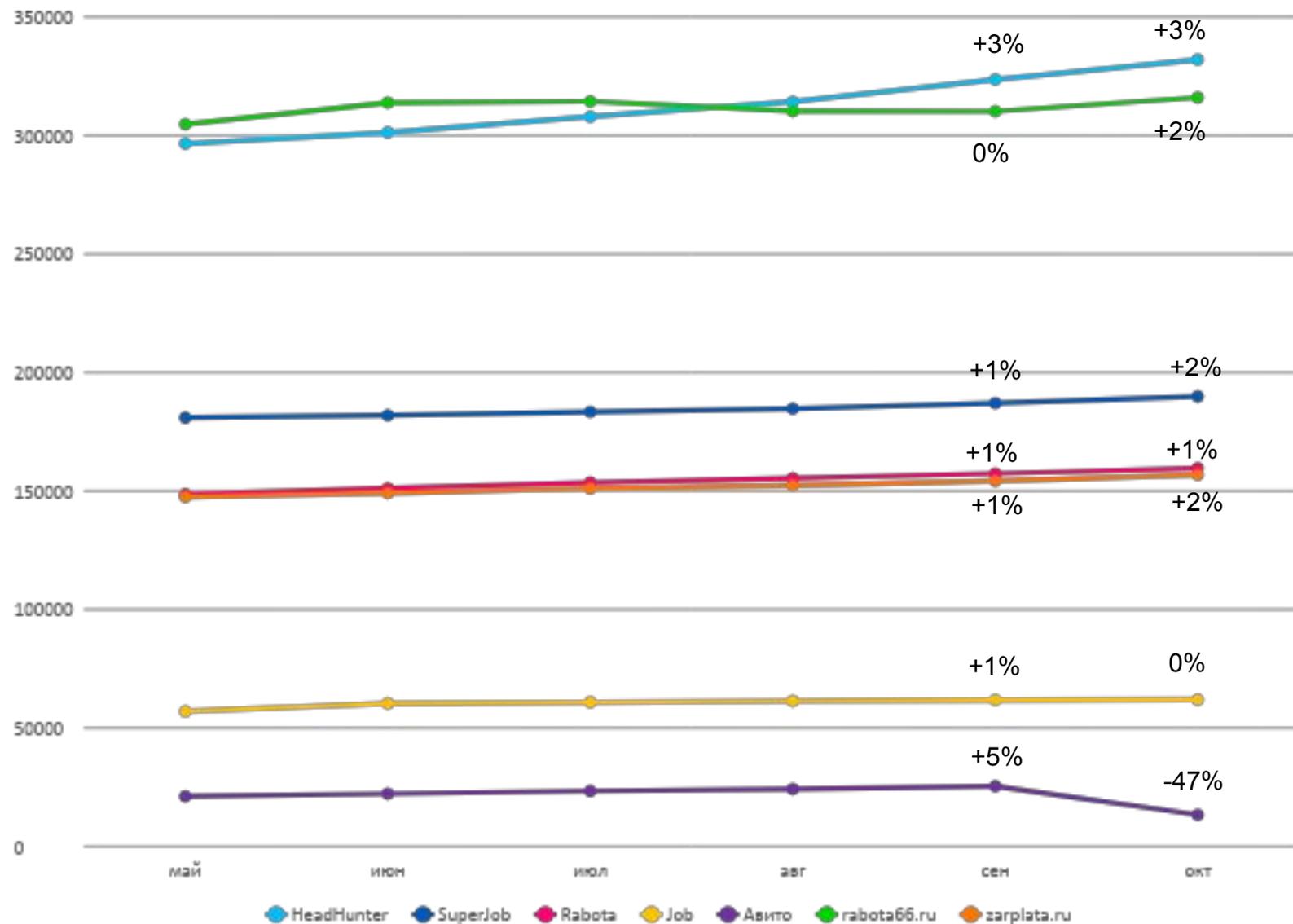
Прирост к предыдущему месяцу.

Екатеринбург. База резюме

В августе захватили лидерство в регионе по базе резюме, доп. РК позволила нам укрепить позиции и увеличить отрыв от конкурента. На октябрь разрыв составил 16 024 резюме при общей базе hh 332 тысячи резюме.

Сентябрь и октябрь на фоне всех конкурентов показывают самую яркую динамику роста базы по сравнению с предыдущими месяцами.

Даже с учетом того, что работа66, предположительно чистили базу в августе-сентябре, мы выигрываем в динамике роста в октябре по отношению к сентябрю



Прирост к прошлому месяцу.

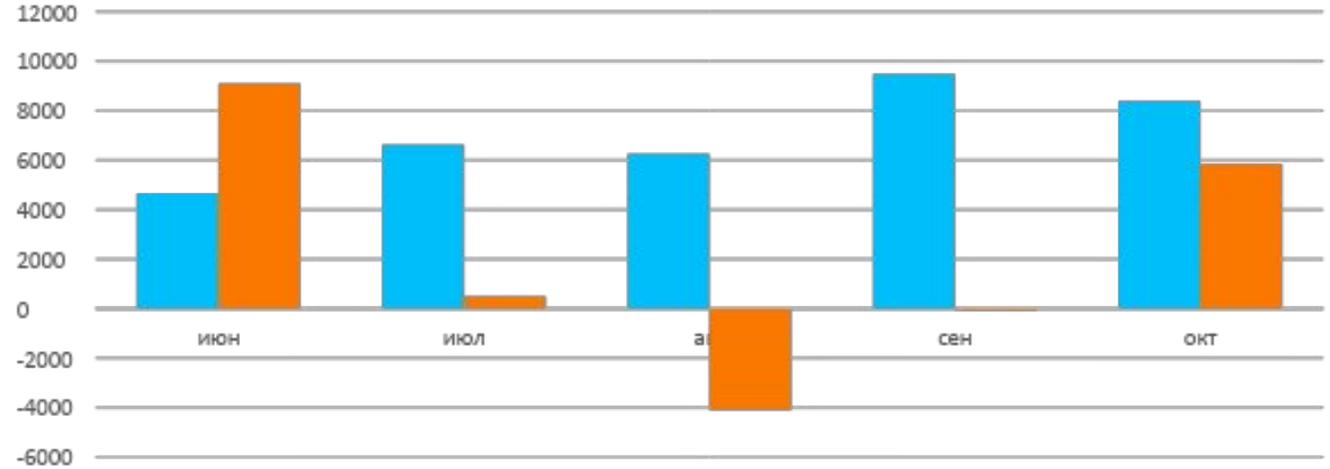
Екатеринбург. Динамика входа резюме

По динамике прироста в октябре (в предыдущие месяцы конкурент чистил базу), видно, что наши темпы роста выше конкурента

Показатель резюме 30 дней по rabota66 начали снимать с августа 2017, пока он выше нашего, но находится на статичном уровне, в то время, как мы прирастаем.

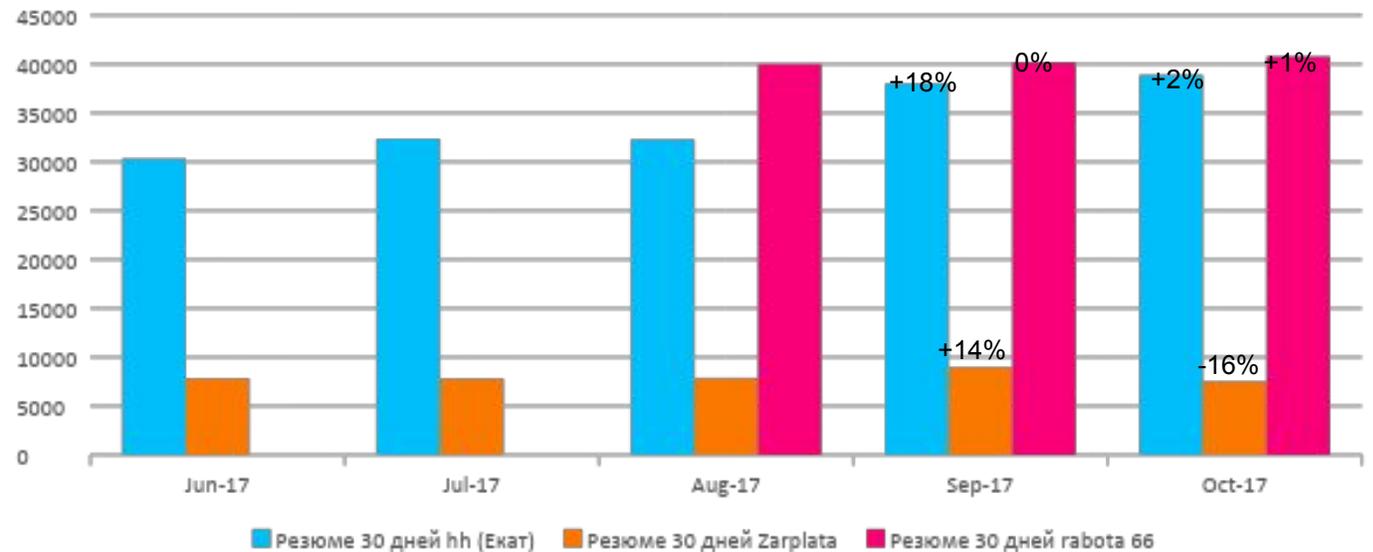
Это говорит о том, что РК влияет не только на вход новых резюме, но и на активацию текущей базы.

Прирост баз резюме МоМ



Прирост базы hh (Екатеринбург) Прирост базы rabota 66

Резюме 30 дней



Резюме 30 дней hh (Екатеринбург) Резюме 30 дней Zarglata Резюме 30 дней rabota 66

Прирост к прошлому месяцу.

Красноярск. Основное

Основной конкурент: rosrabota.ru

Бюджет:

ТВ: 1 947 000 р.

GRP: 816

OTS: 12 445 000

Digital: 3 400 000 р.

Outdoor: 1 601 907 р.

OTS: 8 944 000

Итого: 6 948 947 р.

Красноярск. Итоги

Впервые за всю историю динамика прироста базы резюме стала выше основного конкурента в июне.

Сентябрь позволил укрепить показатели и динамика прироста резюме в октябре вдвое превысила динамику прироста конкурента.

Рекламу заметили не только на ТВ, но и на улицах города

Даже при текущих темпах в ближайшие два года мы не сумеем догнать Rosrabota по количеству резюме в базе. Ситуация усугубится при интеграции с базой резюме Zarplata.

Как следствие в маркетинговых коммуникациях на клиентов мы опираемся на преимущество в виде свежей базы резюме, которого добились благодаря РК, так как теперь лидируем по входу новых резюме и по показателю резюме 30 дней.

Красноярск. Digital активности

Дополнительный бюджет на digital рекламную кампанию:

- 3 400 000р. без НДС

Усиления трафика:

- контекст +121% (2,7 млн. р.)
- агрегаторы +29% (700 000р.)

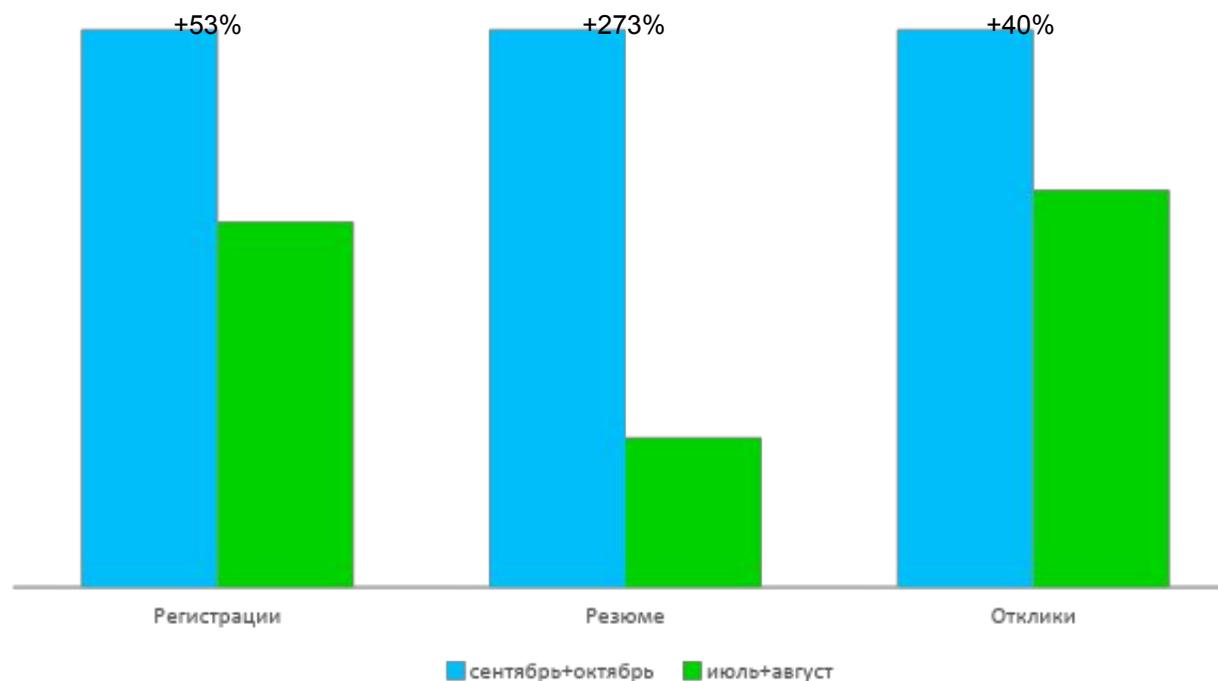
Контрольный период: июль+август 2017

Красноярск – регион с низким потенциалом по дополнительному охвату аудитории. Для выкупа трафика потребовалось значительно повышать стоимости привлечения, так как мы выкупаем большую часть дешёвого трафика основными кампаниями.

Итоги по digital:

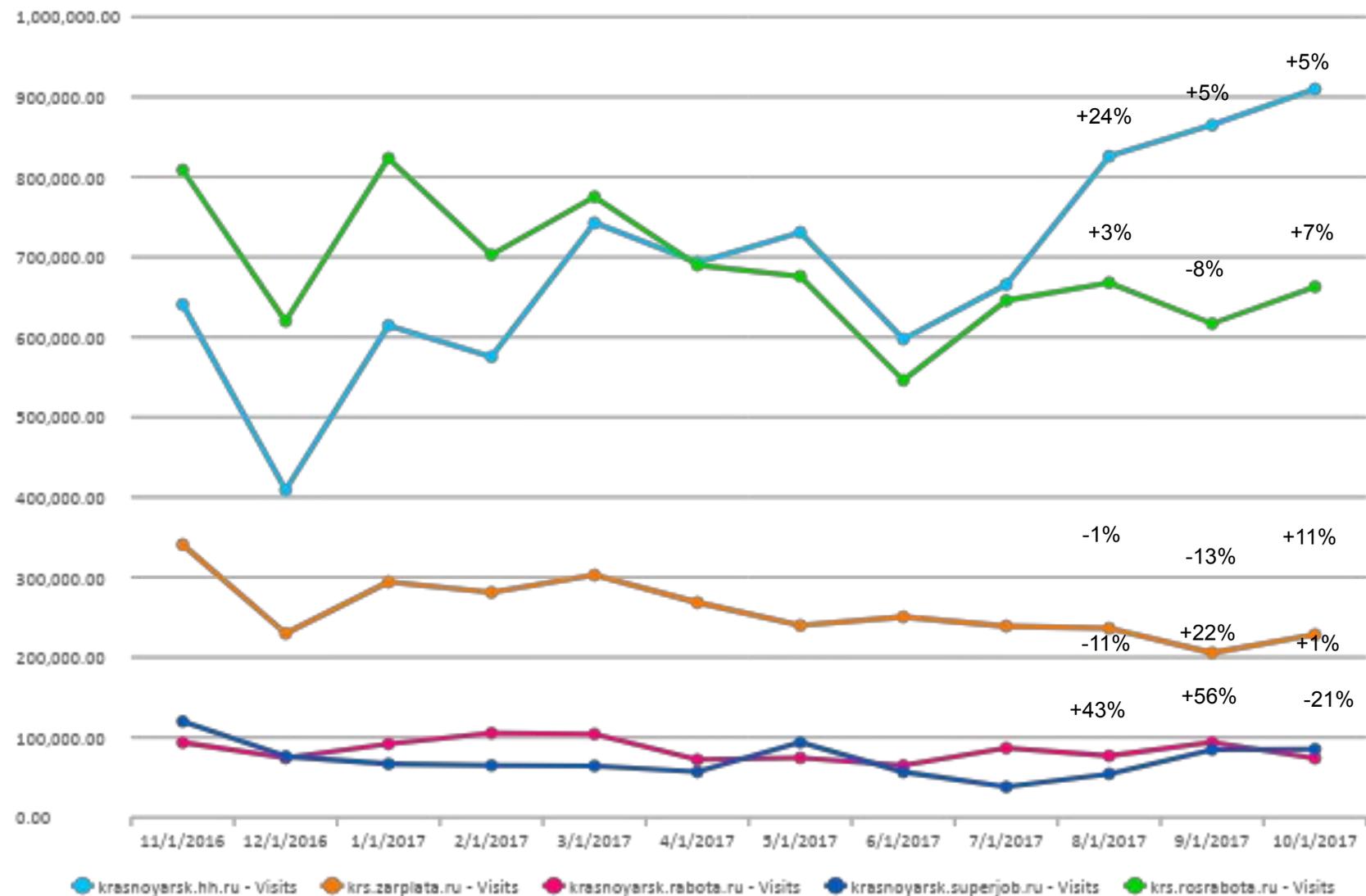
	Сеансы	Регистрации	Резюме	Отклики
Δ от контрольного периода	+242 038	+1 882	+2 289	+6 818
Стоимость показателей	14 ₺	1 806 ₺	1 485 ₺	499 ₺

Сравнение показателей с контрольным периодом



Красноярск. Сеансы

В Красноярске РК напрямую влияет на показатели посещаемости. В этом году мы обошли по трафику Росработу. Дополнительные активности в регионе показывают резкую динамику трафика.



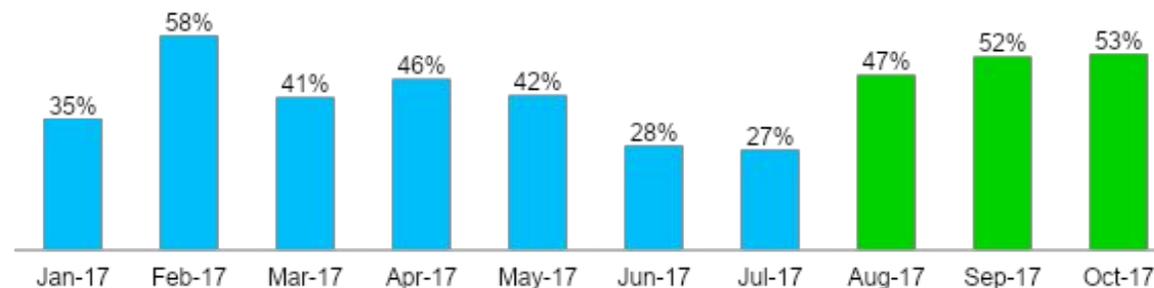
Данные по сеансам только по регдоменам. Система аналитики - SimilarWeb
Прирост к прошлому месяцу.

Красноярск. Доля видевших рекламу

В Красноярске мы также видим значительный прирост показателя видевших рекламу на ТВ с августа и продолжение роста этой доли в сентябре-октябре.

Также сильно вырос показатель видимости outdoor рекламы с 0% до 8% и 11% в сентябре и октябре соответственно

Красноярский край
Для видевших рекламу на ТВ



Красноярский край

по телевизору
в поисковых системах (Google, Yandex, Rambler и пр.)
в интернете (баннеры, контекстная реклама)
в социальных сетях (Vkontakte, Facebook, Одноклассники и пр.)
на улице города (на рекламных щитах, на зданиях и пр.)
на Youtube/ролики в интернете
на радио
в печатных изданиях (газеты, журналы)
на мероприятиях
другое
не помню, где именно, но точно где-то видел (-а)
нигде не видел (-а)

	январь.17	фев.17	мар.17	апр.17	май.17	июнь.17	июль.17	авг.17	сен.17	окт.17
по телевизору	35%	58%	41%	46%	42%	28%	27%	47%	52%	53%
в поисковых системах (Google, Yandex, Rambler и пр.)	30%	17%	32%	26%	28%	30%	34%	33%	27%	23%
в интернете (баннеры, контекстная реклама)	23%	19%	25%	29%	34%	28%	20%	23%	23%	23%
в социальных сетях (Vkontakte, Facebook, Одноклассники и пр.)	12%	17%	14%	10%	23%	16%	24%	14%	14%	21%
на улице города (на рекламных щитах, на зданиях и пр.)	3%	5%	2%	4%	3%	2%	0%	0%	8%	11%
на Youtube/ролики в интернете	3%	5%	3%	3%	6%	6%	6%	3%	4%	9%
на радио	4%	2%	2%	0%	3%	0%	1%	2%	2%	2%
в печатных изданиях (газеты, журналы)	2%	1%	1%	3%	4%	2%	1%	1%	1%	1%
на мероприятиях	0%	0%	2%	0%	1%	2%	1%	1%	1%	0%
другое	3%	1%	2%	1%	1%	0%	0%	3%	0%	0%
не помню, где именно, но точно где-то видел (-а)	4%	0%	6%	3%	3%	3%	6%	2%	1%	0%
нигде не видел (-а)	4%	1%	2%	3%	3%	9%	7%	5%	3%	1%

Красноярск. Вход резюме от РК

	июл.17	авг.17	% роста	сен.17	% роста	окт.17	% роста
hh Красноярск	4 831	4 529	-6%	6 450	42%	5 909	-8%
Резюме от РК	1 566	1 647	5%	2 352	43%	2 781	18%
Резюме от ТВ	425	778	83%	1 229	58%	1 471	20%
Прирост базы hh (Россия)	230 042	228 749	-1%	304 133	33%	279 327	-8%
Прирост от рекламы (Россия)	58 918	59 069	0%	81 091	37%	77 432	-5%
Прирост от ТВ (Россия)	17 741	23 087	30%	31 234	35%	32 668	5%

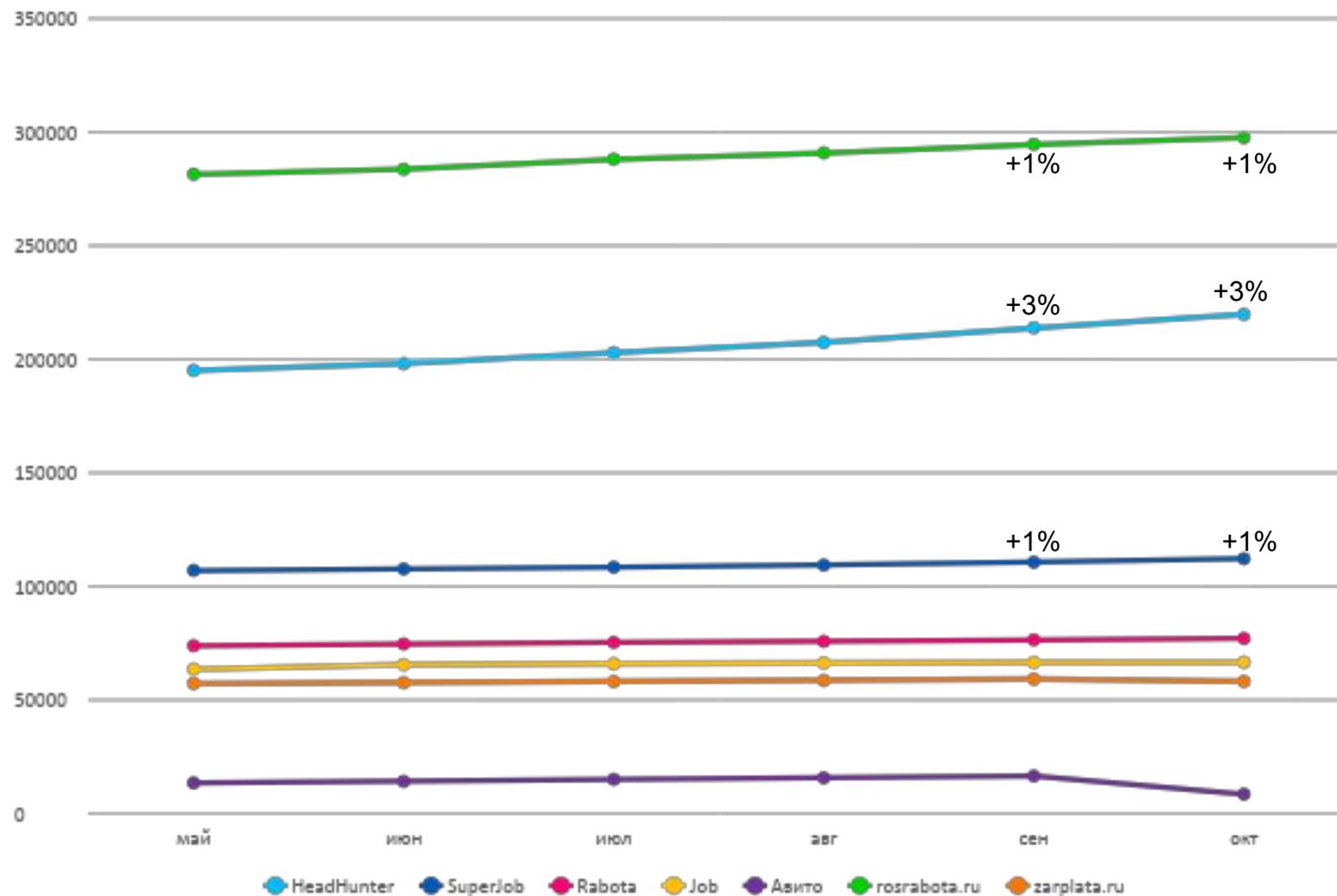
Активности в Красноярске так же повлияли на увеличение количества резюме, благодаря рекламным активностям, в сравнении со средним показателем по России.

Прирост к предыдущему месяцу.

Красноярск. База резюме

Наша динамика роста базы резюме в месяцы активностей существенно превосходит показатели рынка (рост базы на 3% каждый месяц, в сравнении с 1% по рынку)

При этом, абсолютные цифры все еще очень велики: база Росработы в августе была больше нашей на 83 463 резюме, в октябре мы сократили разрыв на 5 659 резюме до 77 804 резюме.

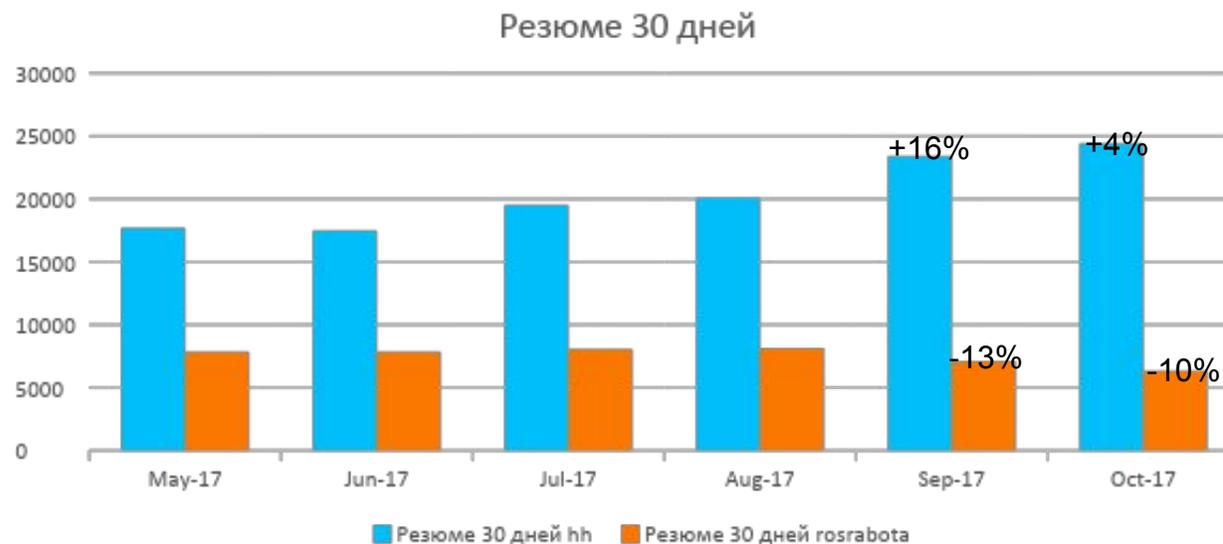
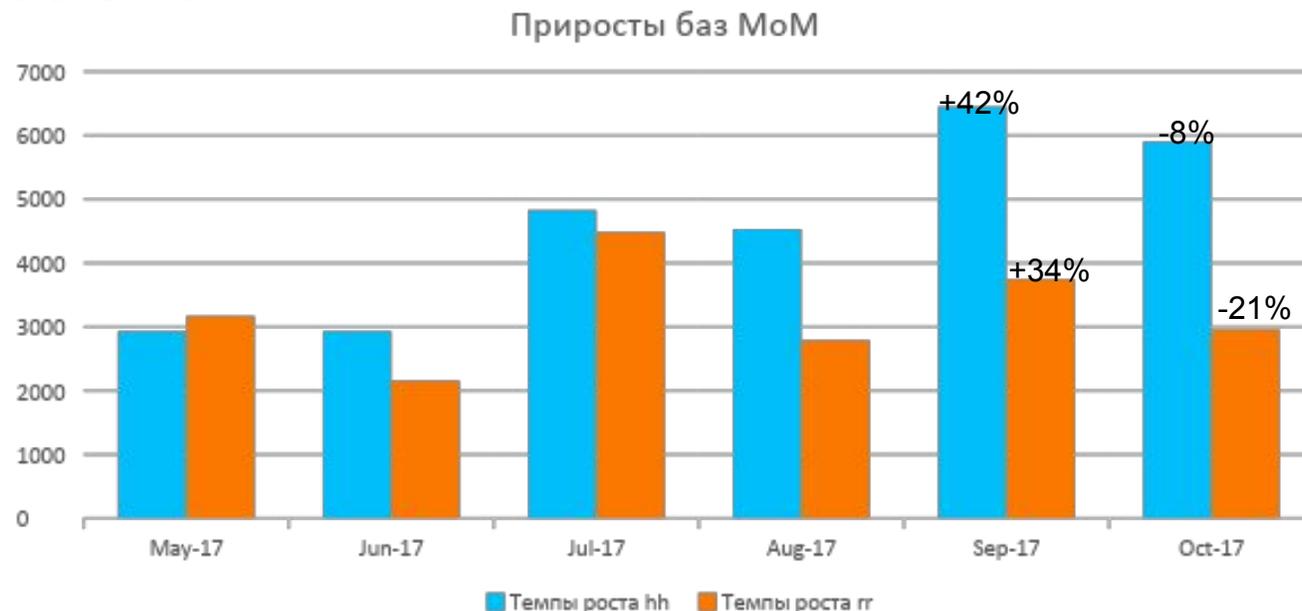


Прирост к прошлому месяцу.

Красноярск. Динамика входа резюме

В этом году мы впервые обошли по темпам роста базы резюме ближайшего конкурента (с июня). В сентябре-октябре мы прирастаем вдвое быстрее, чем Росработа.

При этом, показатель резюме 30 дней, как индикатор активности базы в нашем случае растет, в то время как у ближайшего конкурента идет на спад.



Прирост к прошлому месяцу.

Новосибирск. Основное

Основной конкурент: zarplata.ru

Бюджет:

ТВ: 1 802 000 р.

GRP: 279

OTS: 7 555 000

Digital: 1 500 000 р.

Outdoor: 2 228 300 р.

OTS: 3 690 000

Итого: 5 530 300 р.

Новосибирск. Итоги

Новосибирск – единственный из четырех регионов, в котором ближайший конкурент (zarplata) также усиливал рекламные активности.

Активности зарплаты видны по динамике трафика, в то время, как наши активности лучше влияют на полезные конверсии (резюме).

Зарплата в октябре чистила базу резюме, но тем не менее, тенденции по входу резюме, которые мы видим, у нас выше, чем у конкурента.

Новосибирск. Digital активности

Дополнительный бюджет на digital рекламную кампанию:

- 1 500 000р. без НДС

Усиления трафика:

- контекст +60% (1,1 млн. р.)
- агрегаторы +26% (400 000р.)

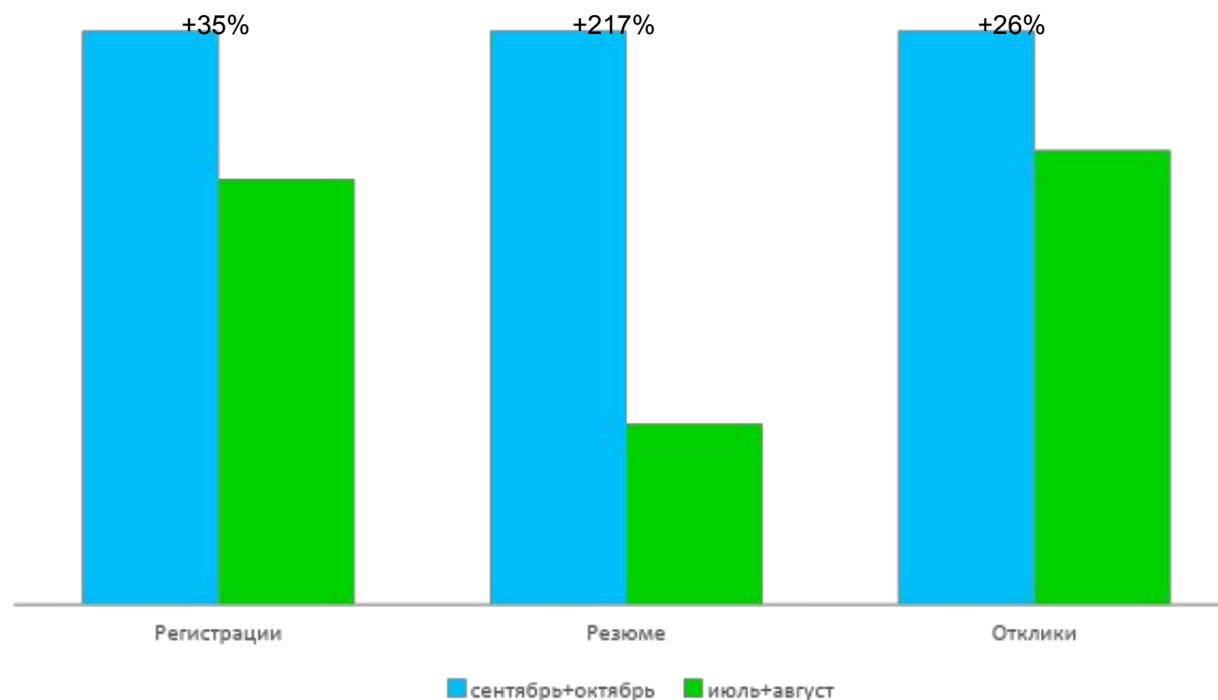
Контрольный период: июль+август 2017

Новосибирск – регион со средним потенциалом по дополнительному охвату аудитории. Для усиления потребовалось умеренно повышать стоимости привлечения.

Итоги по digital:

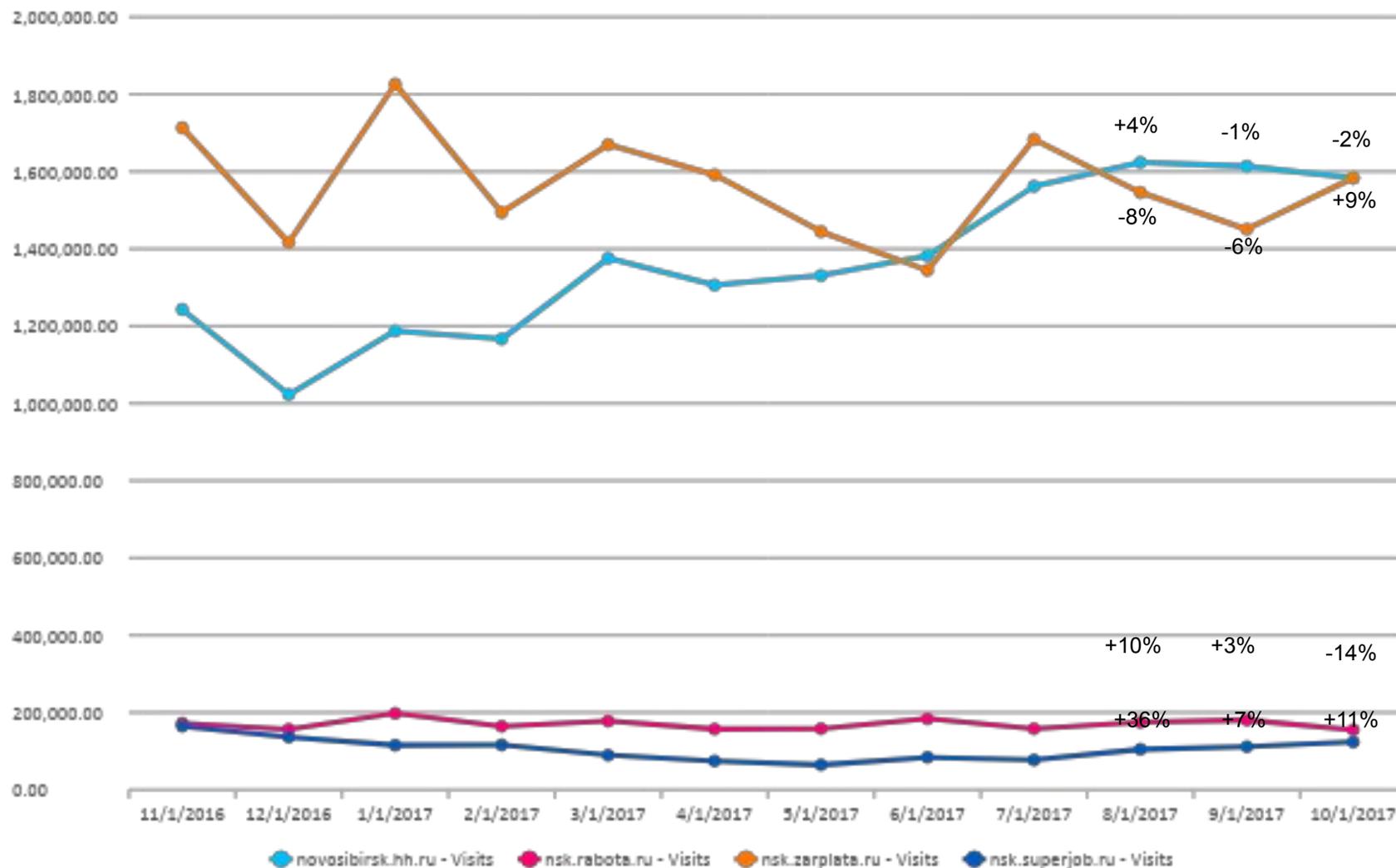
	Сеансы	Регистрации	Резюме	Отклики
Δ от контрольного периода	+203 144	+1 519	+2 317	+6 184
Стоимость показателей	7,4 ₺	987 ₺	647 ₺	243 ₺

Сравнение показателей с контрольным периодом



Новосибирск. Сеансы

Рекламные активности в Новосибирске драматически не отразились на посещаемости, при этом, ситуация с показателями Зарплаты тоже неоднозначная – несмотря на усиления на ТВ, количество сеансов ниже показателей весны.



Данные по сеансам только по регдоменам. Система аналитики - SimilarWeb
Прирост к прошлому месяцу.

Новосибирск. Доля видевошедшей рекламы

Видимость рекламы в Новосибирске в активные месяцы демонстрирует существенный рост.

Новосибирск лидирует среди четырех регионов по проникновению наружной рекламы (х6 рост доли видевошедшей MoM), во многом это связано с большим объемом рекламы в метро (более 14 млн контактов).

Новосибирская область
Для видевошедшей рекламы на ТВ



Да, я увидел (-а)/слышал (-а) рекламу сайта: где?

Новосибирская область

	январ.17	февр.17	мар.17	апр.17	май.17	июн.17	июл.17	авг.17	сен.17	окт.17
по телевизору	35%	38%	34%	48%	36%	26%	27%	44%	41%	59%
в интернете (баннеры, контекстная реклама)	21%	18%	25%	20%	23%	41%	22%	26%	31%	21%
в поисковых системах (Google, Yandex, Rambler и пр.)	46%	35%	33%	31%	32%	33%	38%	23%	28%	19%
в социальных сетях (Vkontakte, Facebook, Одноклассники и пр.)	9%	12%	14%	14%	7%	11%	22%	11%	12%	12%
на улице города (на рекламных щитах, на зданиях и пр.)	4%	4%	6%	3%	4%	1%	4%	3%	17%	10%
на Youtube/ролики в интернете	1%	3%	3%	8%	1%	10%	5%	4%	7%	3%
на радио	0%	4%	0%	4%	0%	4%	0%	3%	2%	1%
в печатных изданиях (газеты, журналы)	0%	0%	3%	1%	3%	3%	3%	0%	4%	0%
на мероприятиях	1%	1%	1%	0%	0%	1%	4%	1%	1%	0%
другое	1%	3%	3%	1%	1%	3%	1%	1%	2%	3%
не помню, где именно, но точно где-то видел (-а)	4%	6%	6%	3%	4%	1%	0%	2%	1%	3%
нигде не видел (-а)	5%	0%	2%	3%	1%	0%	3%	4%	1%	5%

Новосибирск. Вход резюме от РК

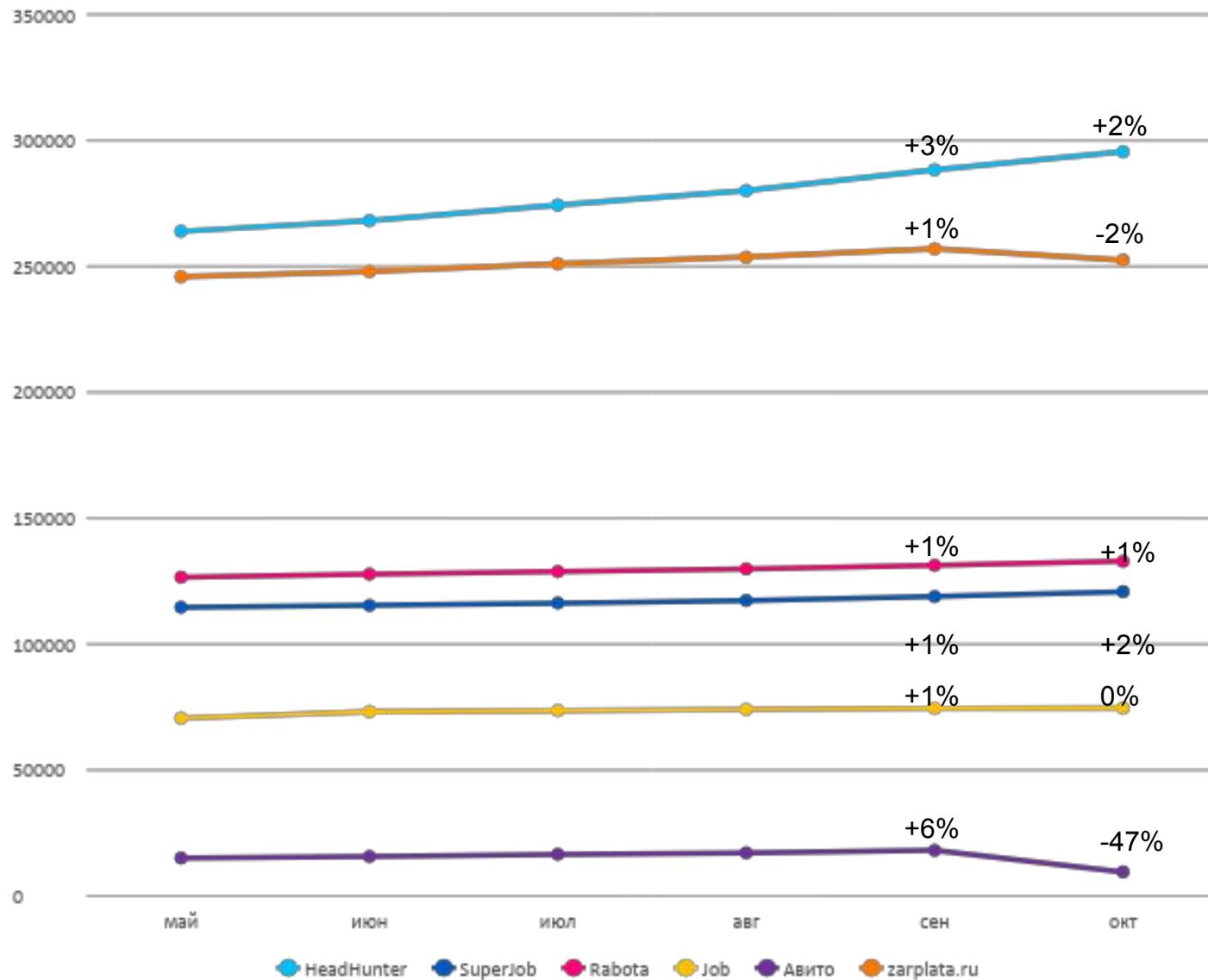
Параметр	июл.17	авг.17	% роста	сен.17	% роста	окт.17	% роста
Прирост базы hh	6 211	5 760	-7%	8 250	43%	7 144	-13%
Прирост от рекламы	1 378	1 391	1%	2 638	90%	2 259	-14%
Прирост от ТВ	359	379	6%	1 163	207%	927	-20%
Прирост базы hh (Россия)	230 042	228 749	-1%	304 133	33%	279 327	-8%
Прирост от рекламы (Россия)	58 918	59 069	0%	81 091	37%	77 432	-5%
Прирост от ТВ (Россия)	17 741	23 087	30%	31 234	35%	32 668	5%

Новосибирск показывает самые высокие показатели процента роста количества новых резюме от РК на ТВ из всех 4 регионов.

Прирост к предыдущему месяцу.

Новосибирск. База резюме

Показатели роста общей базы резюме в регионе благодаря рекламной кампании существенно выше показателей конкурентов. Зарплата в октябре чистила базу резюме и в этом месяце на их динамику ориентироваться нельзя.



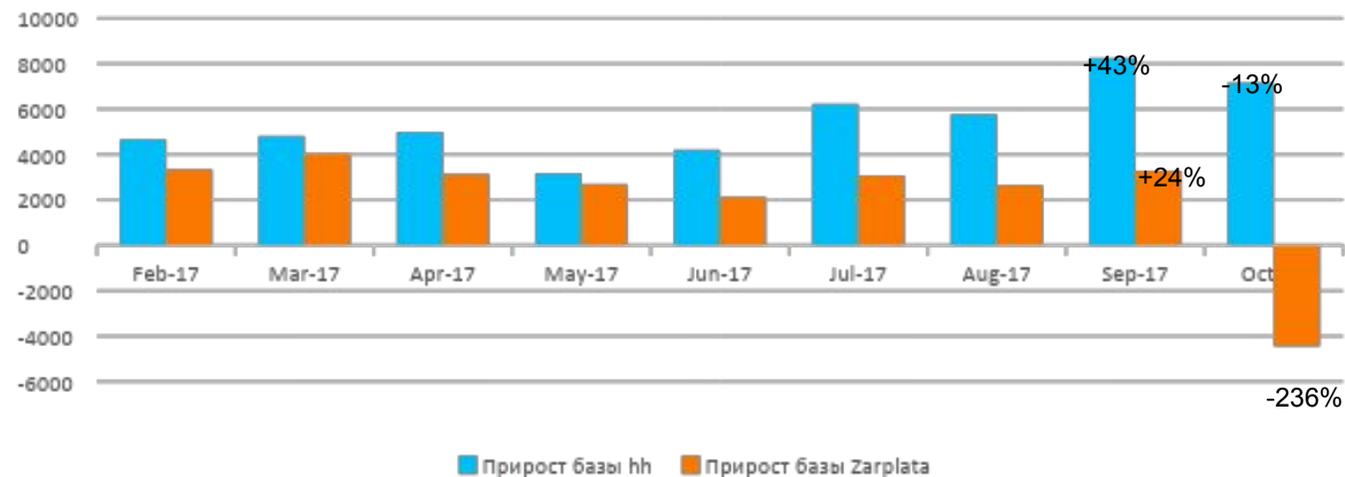
Прирост к прошлому месяцу.

Новосибирск. Динамика входа резюме

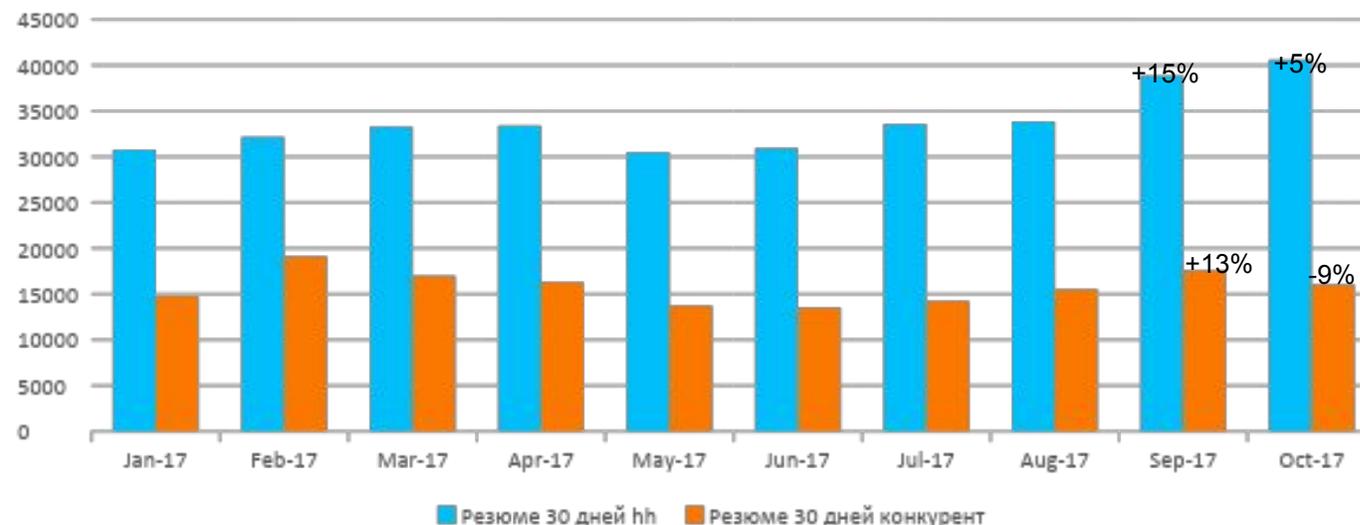
Из-за чистки базы Зарплаты смотреть на показатели роста МоМ за октябрь некорректно. Сентябрь демонстрирует динамику роста почти вдвое выше, чем у конкурента.

На показателе резюме 30 дней чистка базы отразиться не могла, так как этот показатель отражает только свежие резюме.

Прирост баз резюме МоМ



Резюме 30 дней



Прирост к прошлому месяцу.

Краснодар. Основное

Основной конкурент: Авито (слабаки, но не в вакансиях)

Бюджет:

ТВ: 1 020 000 р.

GRP: 377

OTS: 7 179 000

Digital: 900 000 р.

Outdoor: 869 100 р.

OTS: 1 373 000

Итого: 2 789 100 р.

Краснодар. Итоги

От дополнительных активностей в регионе не видим значимого эффекта.

Возможные причины:

Смещенная сезонность региона (из-за курортной специфики)

Меньшая стоимость пункта рейтинга может влиять на качество рейтинга (требуется большее количество рейтинговых пунктов и большее количество контактов) – гипотеза требует проверки

Outdoor был перераспределен в том числе на Сочи.

Краснодар. Digital активности

Дополнительный бюджет на digital рекламную кампанию:

- 900 000р. без НДС.
- Расход по факту - 1 700 000р. без НДС, так как регион показал хорошую ёмкость и стоимость регистраций.

Усиления трафика:

- контекст +35% (1,5 млн.р.)
- агрегаторы +22% (200 000р.)

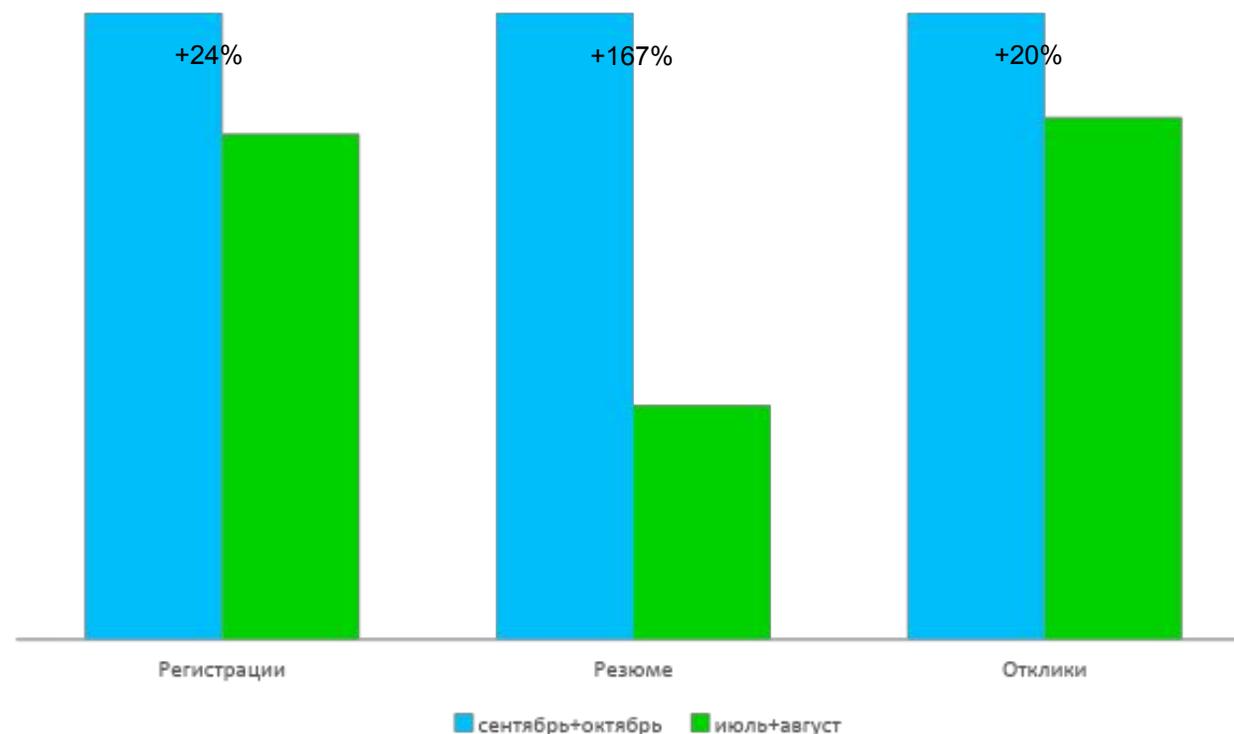
Контрольный период: июль+август 2017

Краснодарский край – регион с большим потенциалом по дополнительному охвату аудитории. Тем самым, для усиления, не потребовалось заметно повышать стоимости привлечения.

Итоги по digital:

	Сеансы	Регистрации	Резюме	Отклики
Δ от контрольного периода	+265 105	+1 727	+2 793	+10 540
Стоимость показателей	3,4 ₺	521 ₺	322 ₺	85 ₺

Сравнение показателей с контрольным периодом



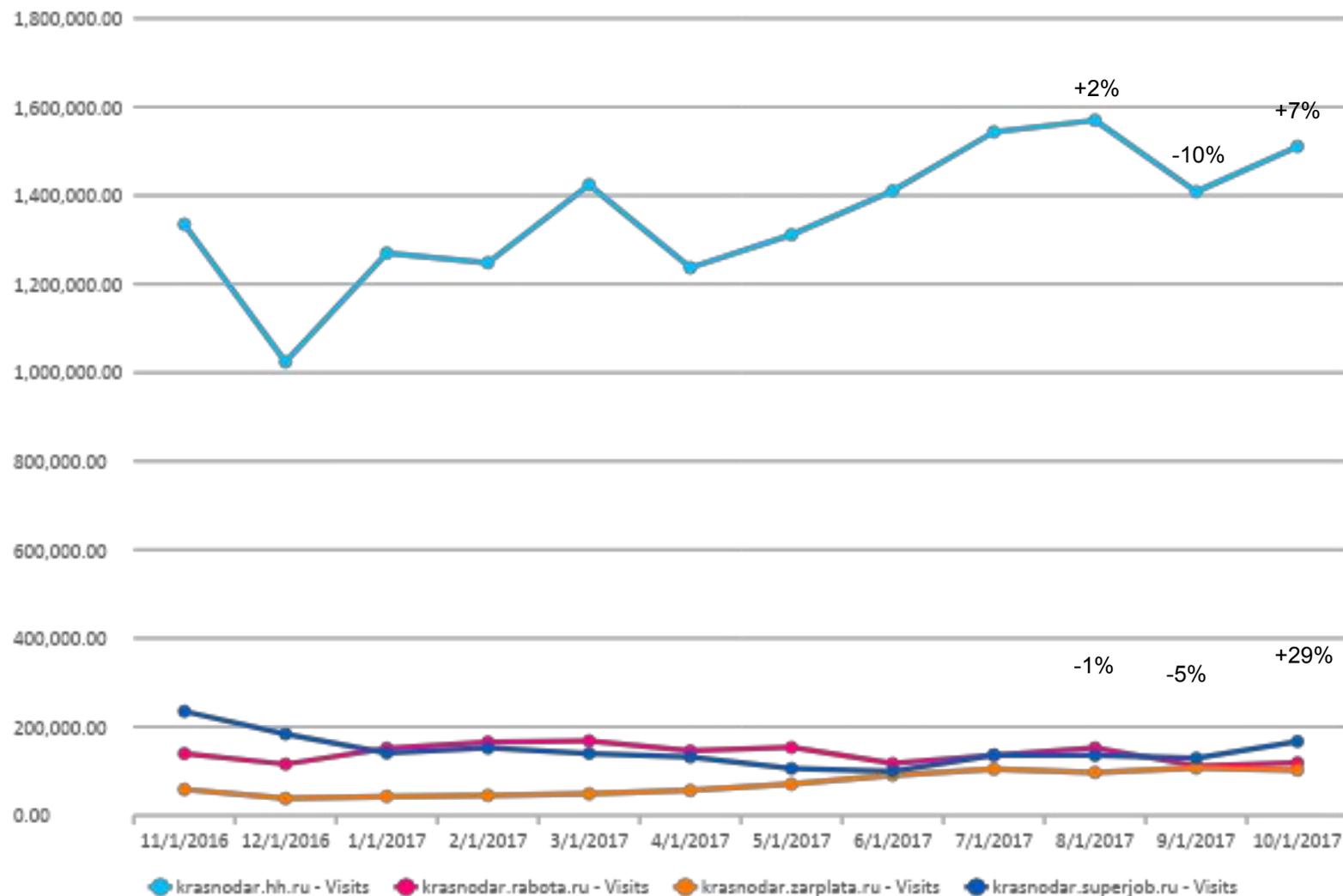
Данные на основе конверсий из системы Google Analytics по счётчику hh.ru

Краснодар. Сеансы

Трафик в Краснодаре оставляет всех конкурентов далеко позади.

Мы видим более высокую динамику у Superjob в октябре, но это эффект низкого трафика.

У нас нет данных по посещаемости Авито, который является основным конкурентом в данном регионе.



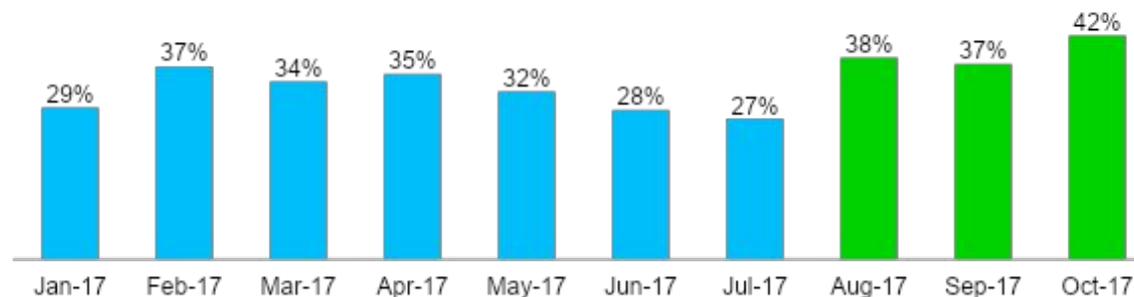
Данные по сеансам только по регдоменам. Система аналитики - SimilarWeb
Прирост к прошлому месяцу (среди конкурентов процент указан только у SuperJob).

Краснодар. Доля видевошедшей рекламы

Показатели видимости рекламы в Краснодаре скорее связаны с усилением национального ТВ, чем с активностями в регионе.

Тем не менее, доля резюме от ТВ в октябре позволяет сделать вывод, что рекламные активности не остались незамеченными.

Краснодарский край
Доля видевошедшей рекламы на ТВ



Да, я увидел (-а)/слышал (-а) рекламу сайта: где?

Краснодарский край

	янв.17	фев.17	мар.17	апр.17	май.17	июн.17	июл.17	авг.17	сен.17	окт.17
по телевизору	29%	37%	34%	35%	32%	28%	27%	38%	37%	42%
в поисковых системах (Google, Yandex, Rambler и пр.)	35%	26%	30%	31%	36%	34%	36%	28%	30%	28%
в интернете (баннеры, контекстная реклама)	25%	31%	28%	31%	29%	31%	30%	27%	28%	25%
в социальных сетях (Vkontakte, Facebook, Одноклассники и пр.)	16%	19%	18%	14%	13%	15%	16%	17%	16%	17%
на улице города (на рекламных щитах, на зданиях и пр.)	8%	6%	6%	1%	3%	2%	8%	5%	9%	7%
на Youtube/ролики в интернете	3%	5%	4%	3%	2%	9%	4%	6%	6%	7%
в печатных изданиях (газеты, журналы)	3%	3%	3%	2%	3%	1%	3%	1%	1%	4%
на радио	1%	1%	2%	1%	2%	0%	2%	1%	1%	4%
на мероприятиях	0%	1%	1%	1%	0%	2%	2%	0%	0%	0%
другое	4%	4%	3%	3%	1%	2%	2%	2%	1%	1%
не помню, где именно, но точно где-то видел (-а)	5%	3%	4%	7%	3%	2%	4%	2%	0%	1%
нигде не видел (-а)	2%	1%	1%	1%	2%	5%	1%	6%	3%	8%

Краснодар. Вход резюме от РК

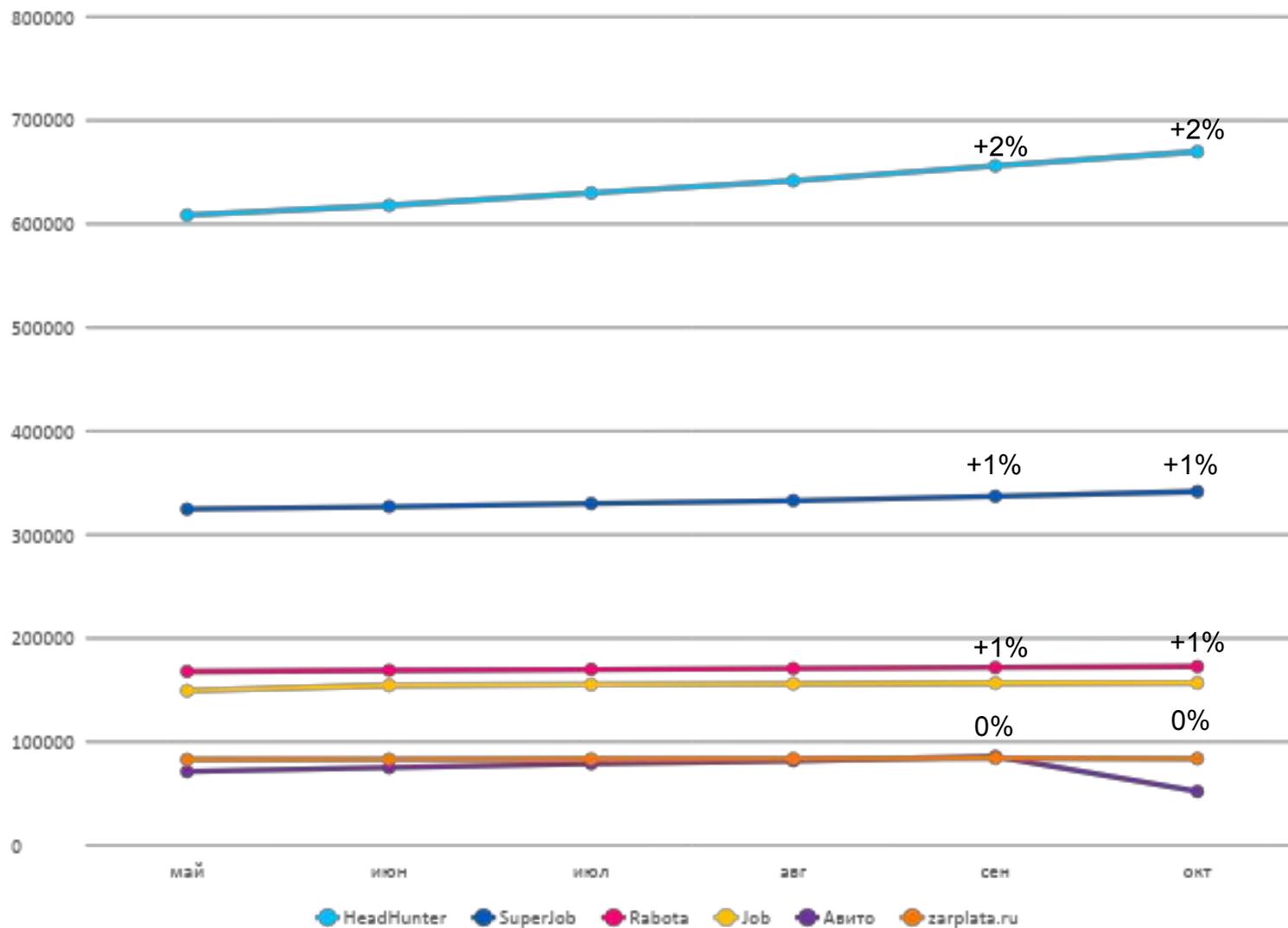
Параметр	июл.17	авг.17	% роста	сен.17	% роста	окт.17	% роста
Прирост базы hh	12 035	11 781	-2%	14 373	22%	13 736	-4%
Прирост от рекламы	2 795	3 170	13%	4 427	40%	4 296	-3%
Прирост от ТВ	744	1 209	63%	1 637	35%	1 819	11%
Прирост базы hh (Россия)	230 042	228 749	-1%	304 133	33%	279 327	-8%
Прирост от рекламы (Россия)	58 918	59 069	0%	81 091	37%	77 432	-5%
Прирост от ТВ (Россия)	17 741	23 087	30%	31 234	35%	32 668	5%

Краснодар не показывает существенного прироста новых резюме от доп.активностей. Показатель роста новых резюме от ТВ в регионе не значительно отличается от среднего показателя по стране.

Прирост к предыдущему месяцу.

Краснодар. База резюме

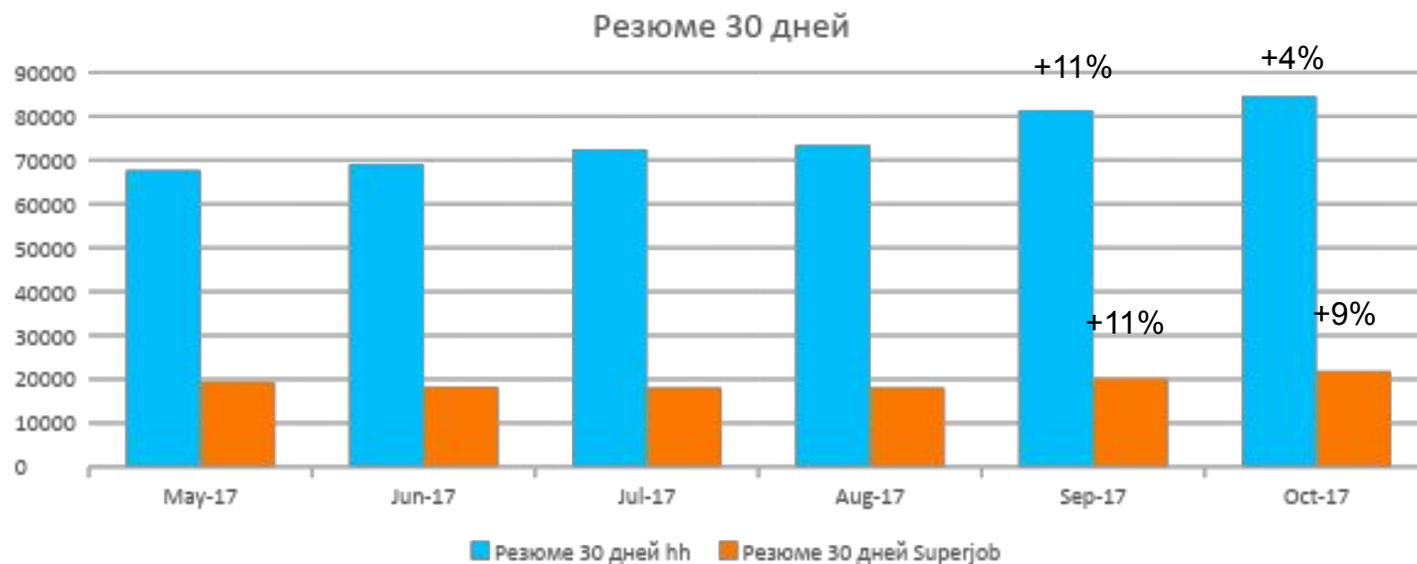
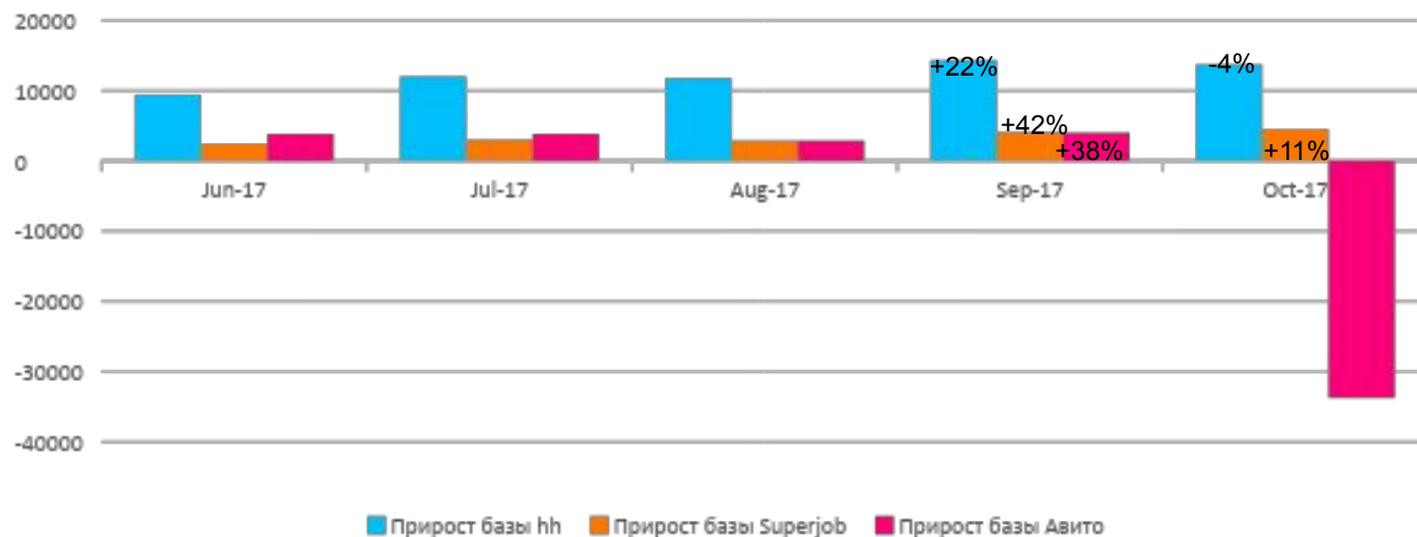
При этом, динамика роста базы в Краснодаре превышает средний рост баз остальных игроков (2% против 1% и 0%), что в связи с размером базы гораздо заметнее на абсолютных цифрах.



Прирост к прошлому месяцу.

Краснодар. Динамика входа резюме

Приросты баз месяц к месяцу и динамика показателя резюме 30 дней так же не демонстрируют эффекта от дополнительных активностей в регионе.



Прирост к прошлому месяцу.

Ключевые выводы

Целевое усиление рекламных активностей в регионах работает как на привлечение новых пользователей, так и возврат и обновление резюме от существующих пользователей.

Усиление кампании в регионах позволяет точно работать с территориями для достижения лидерства или его укрепления. По-прежнему, не смотря на национальную РК и регдовесы, есть регионы, в которых без целевых инвестиций лидерство недостижимо.

Планы на 2018 год:

- Прицельная работа с целевыми регионами – на региональные довесы на ТВ в 2018 году заложено 33 млн.р.
- Первый подход к работодателским кампаниям по ключевым регионам (SM) – ориентировочно март 2018
- Более качественный подход к планированию кампаний и ожидаемых от них результатов (на базе полученного опыта)