

**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.

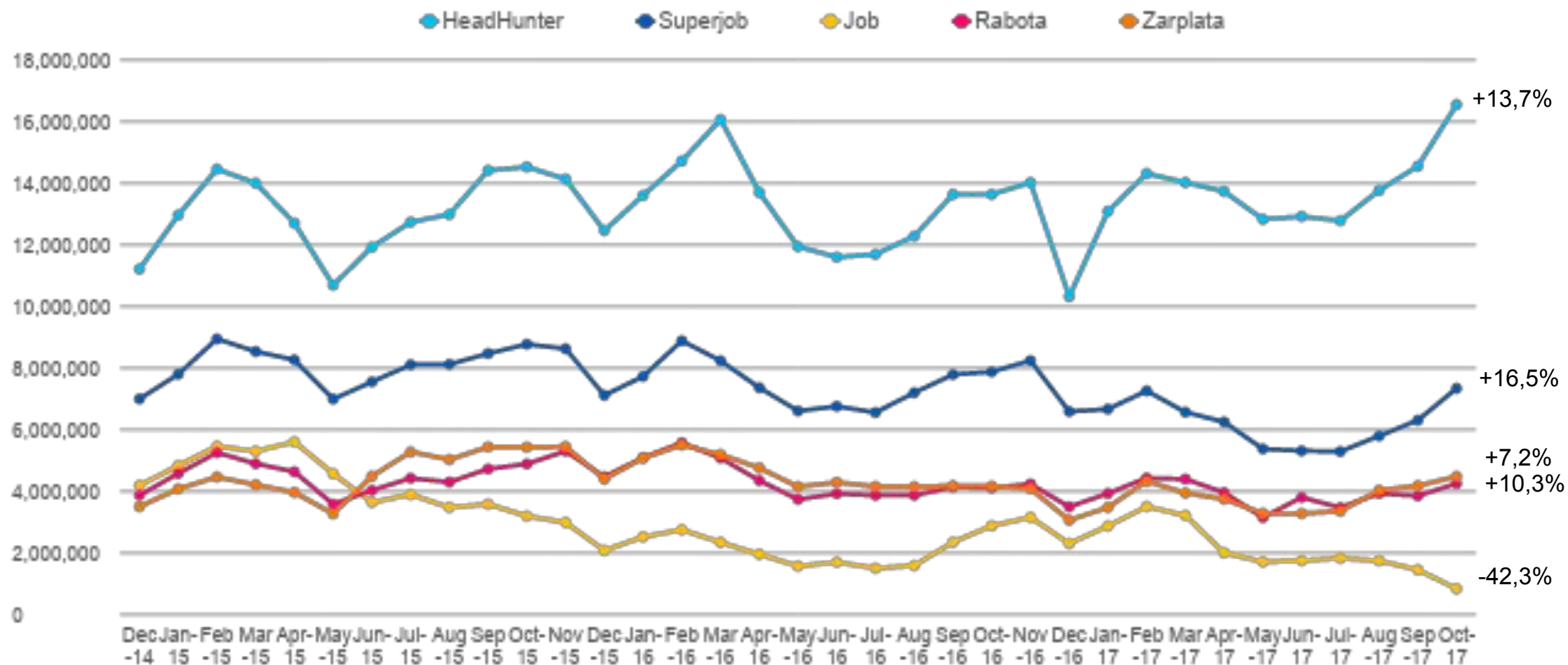
Во всех 4 регионах были достигнуты абсолютные рекорды по входу новых резюме и резюме за 30 дней – причем темпы прироста везде значительно выше, чем в среднем по России.

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

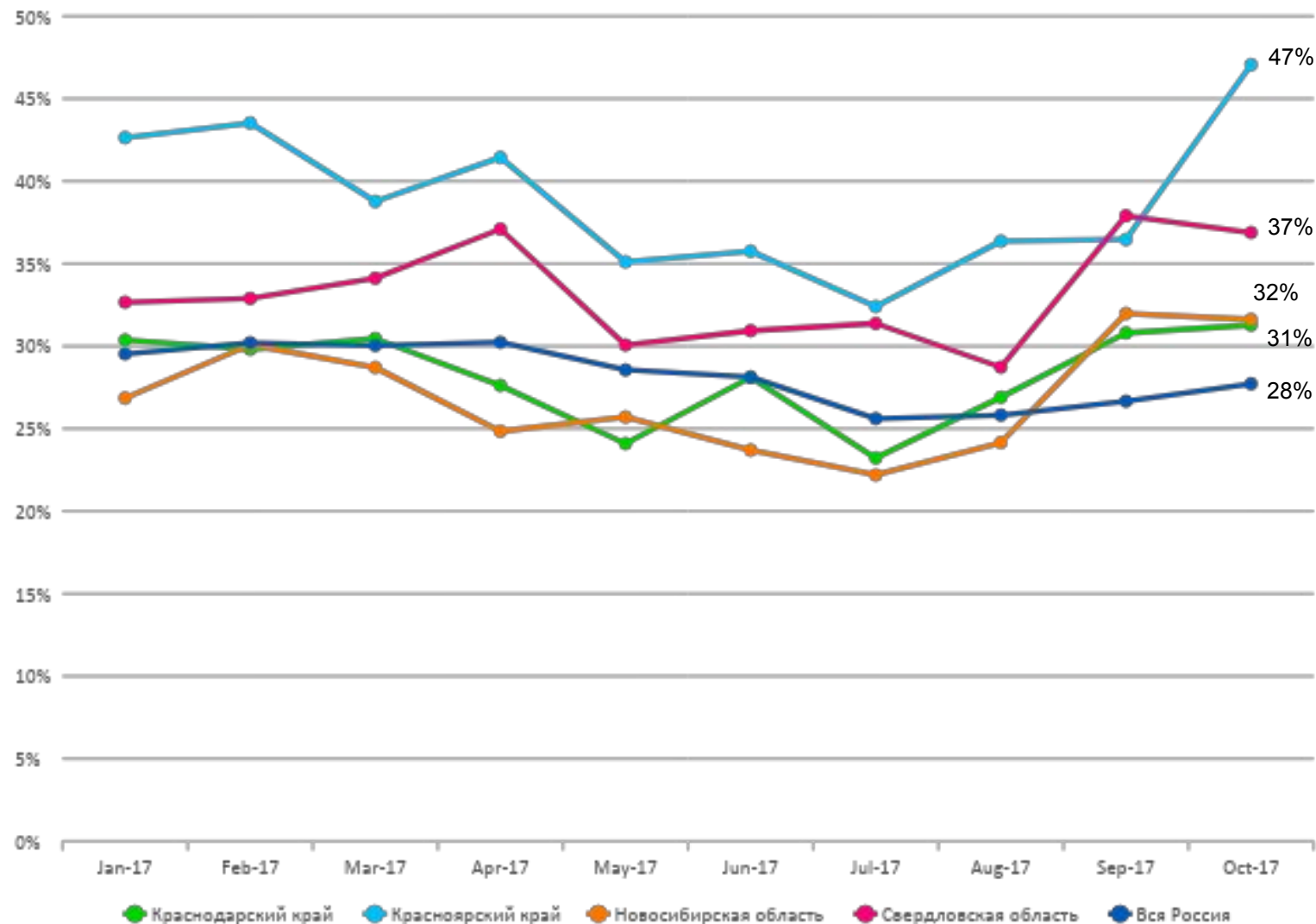


Данные по уникальным посетителям, только Россия. Система аналитики - LiveInternet
 Прирост к прошлому месяцу.

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 видевошедших рекламу 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)

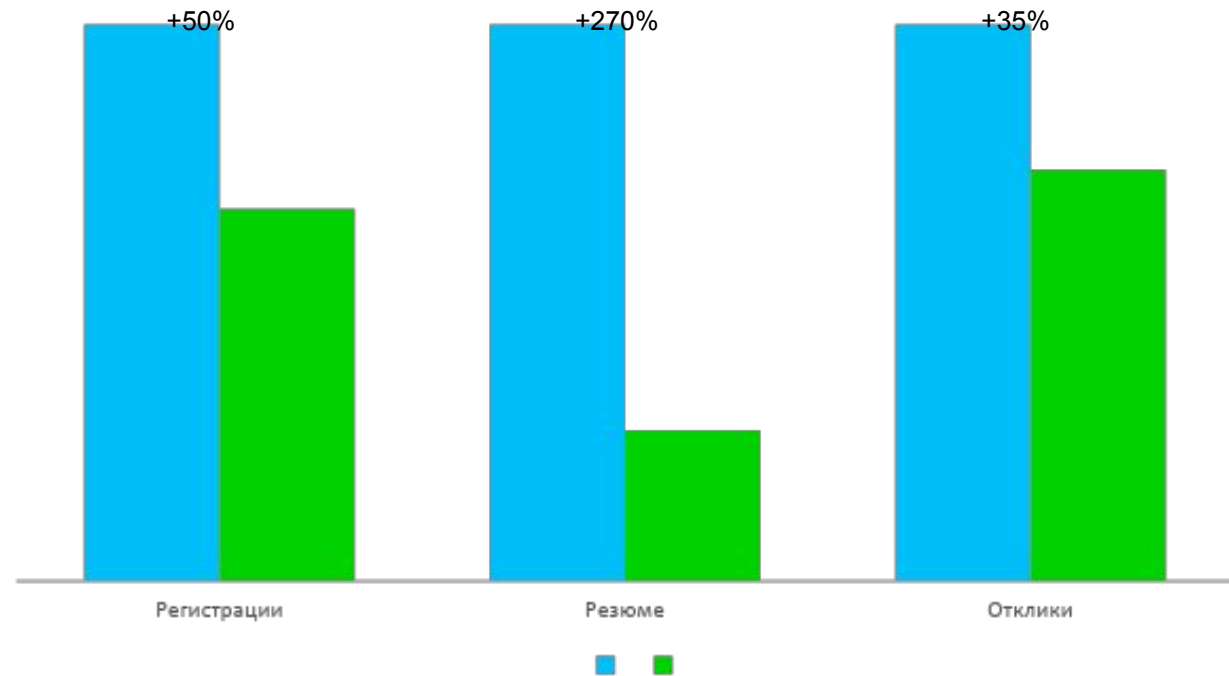
Контрольный период: июль+август 2017

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 ₺

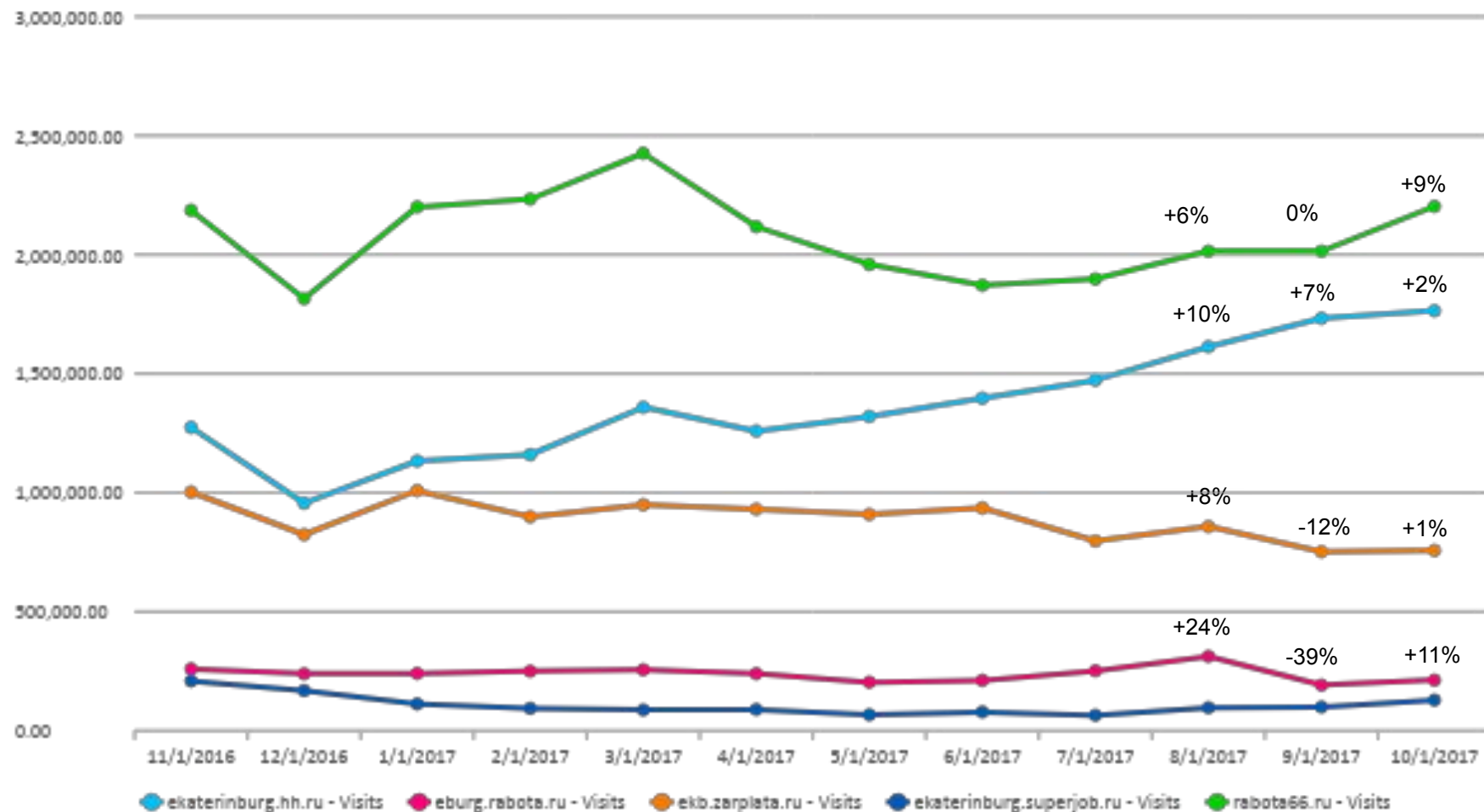
Сравнение показателей с контрольным периодом



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.

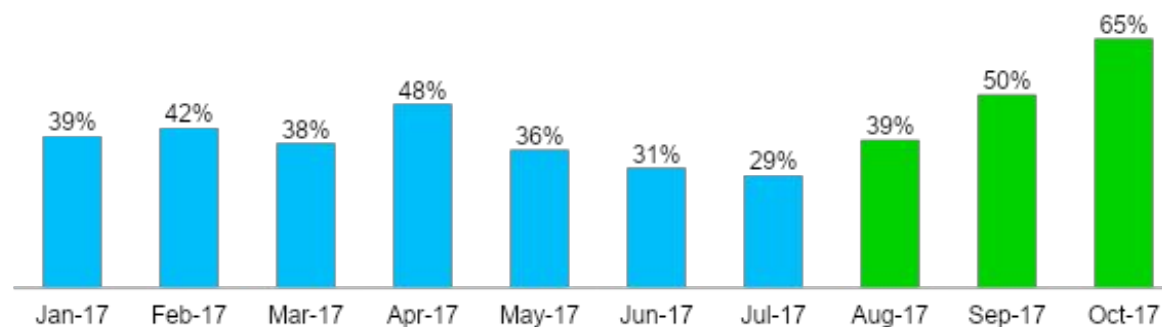


Данные по сеансам только по регдоменам. Система аналитики - SimilarWeb
Прирост к прошлому месяцу.

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

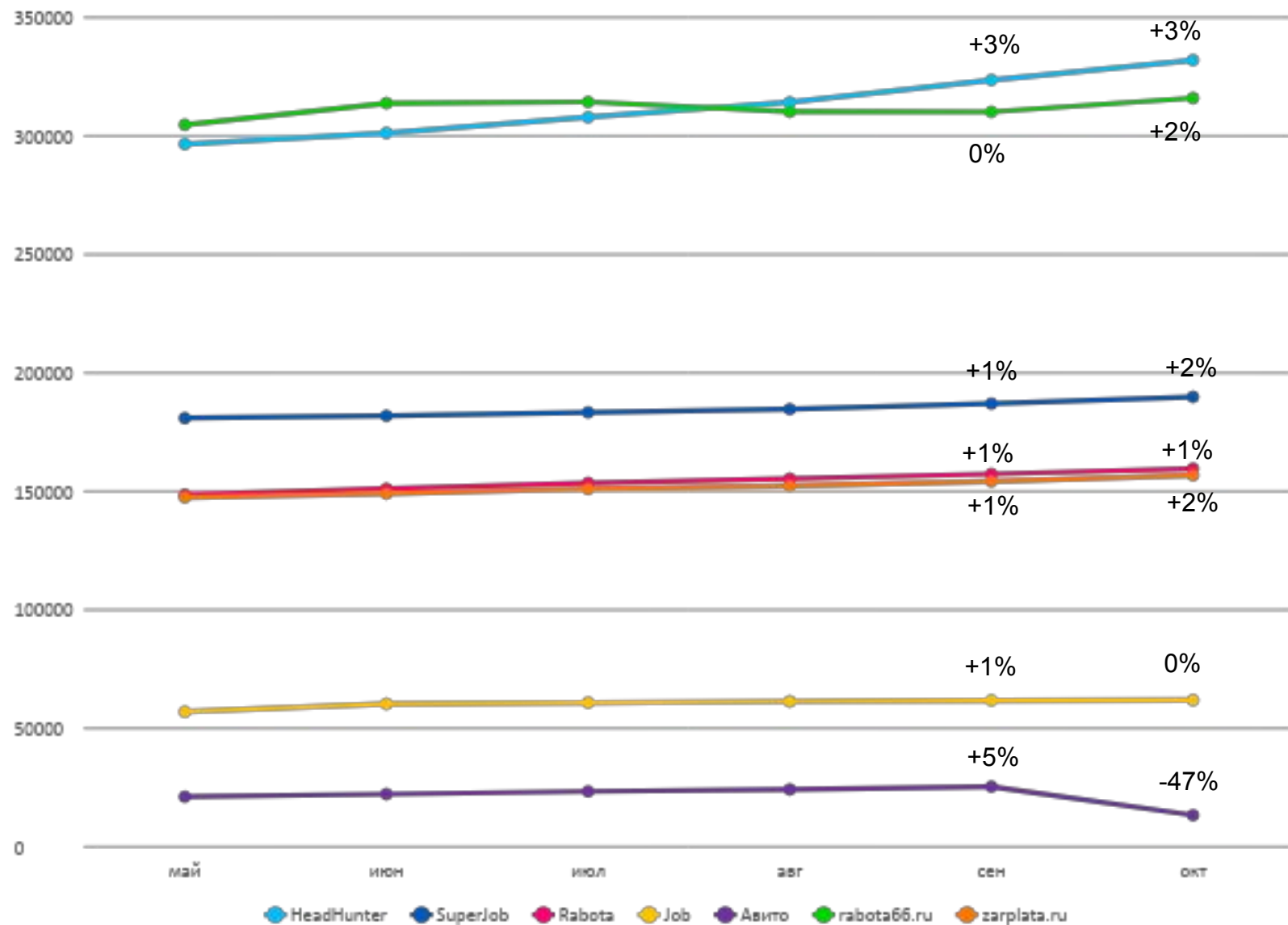
Прирост к предыдущему месяцу.

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.

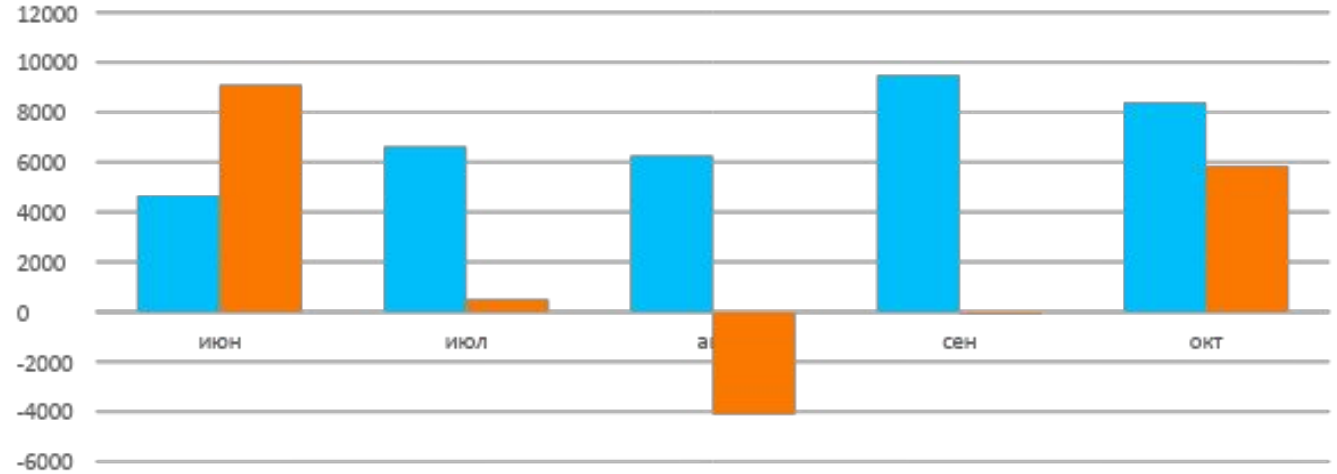
Екатеринбург. Динамика входа резюме

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.

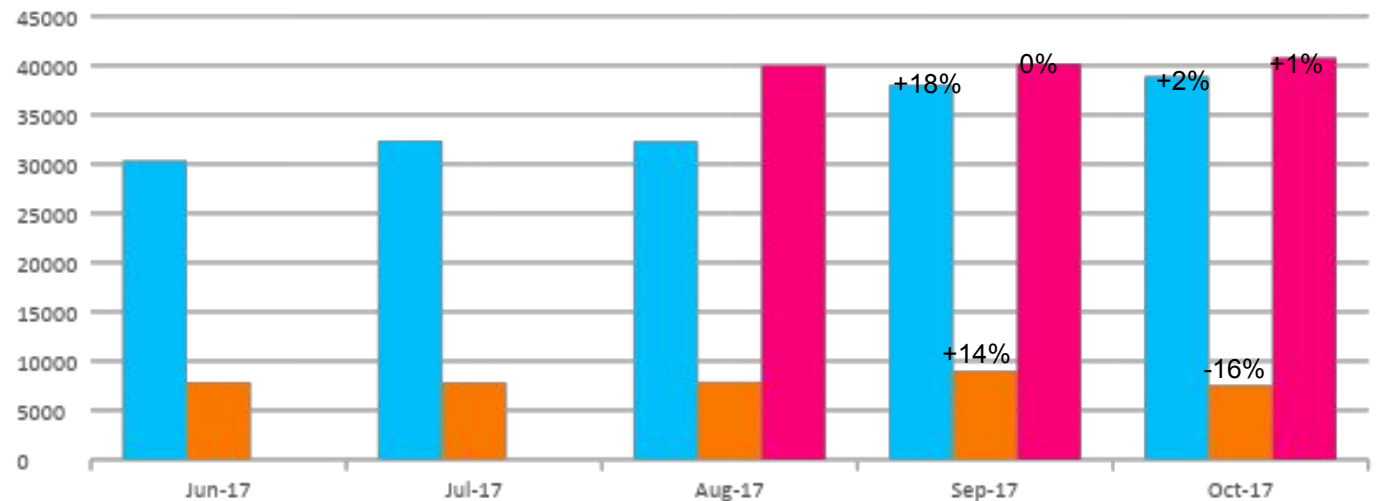
Это говорит о том, что РК влияет не только на вход новых резюме, но и на активацию текущей базы.

Прирост баз резюме МоМ



■ Прирост базы hh (Екатеринбург) ■ Прирост базы rabota 66

Резюме 30 дней



■ Резюме 30 дней hh (Екат) ■ 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.)

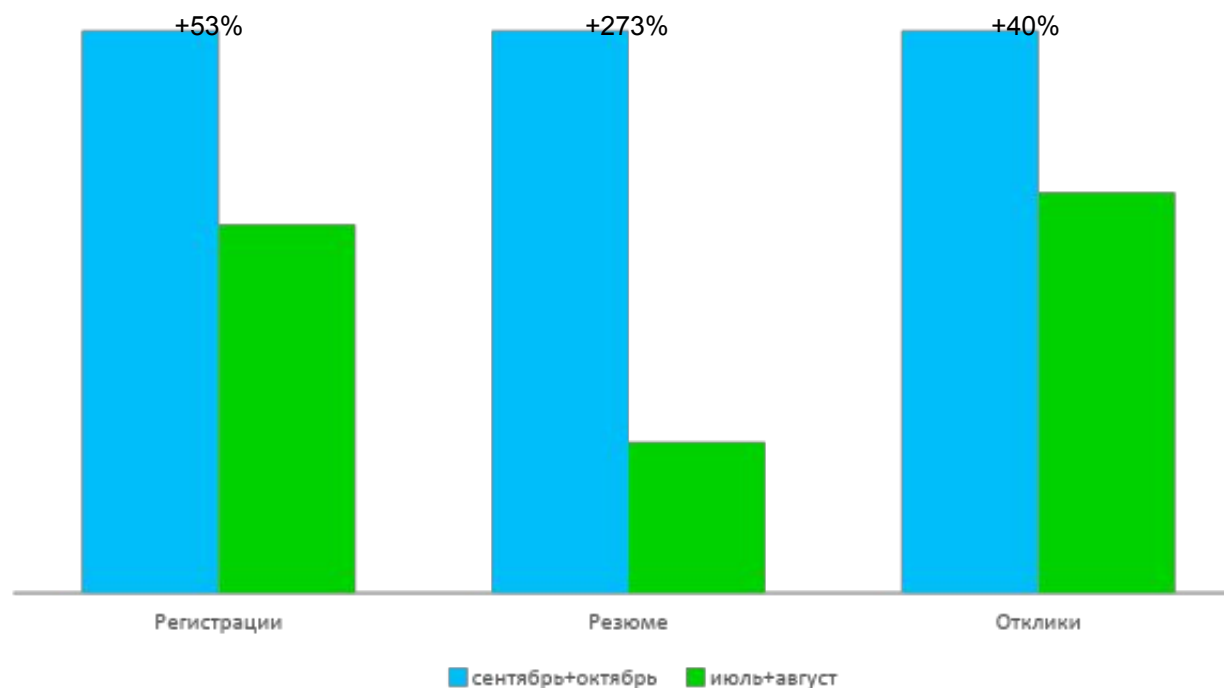
Контрольный период: июль+август 2017

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:

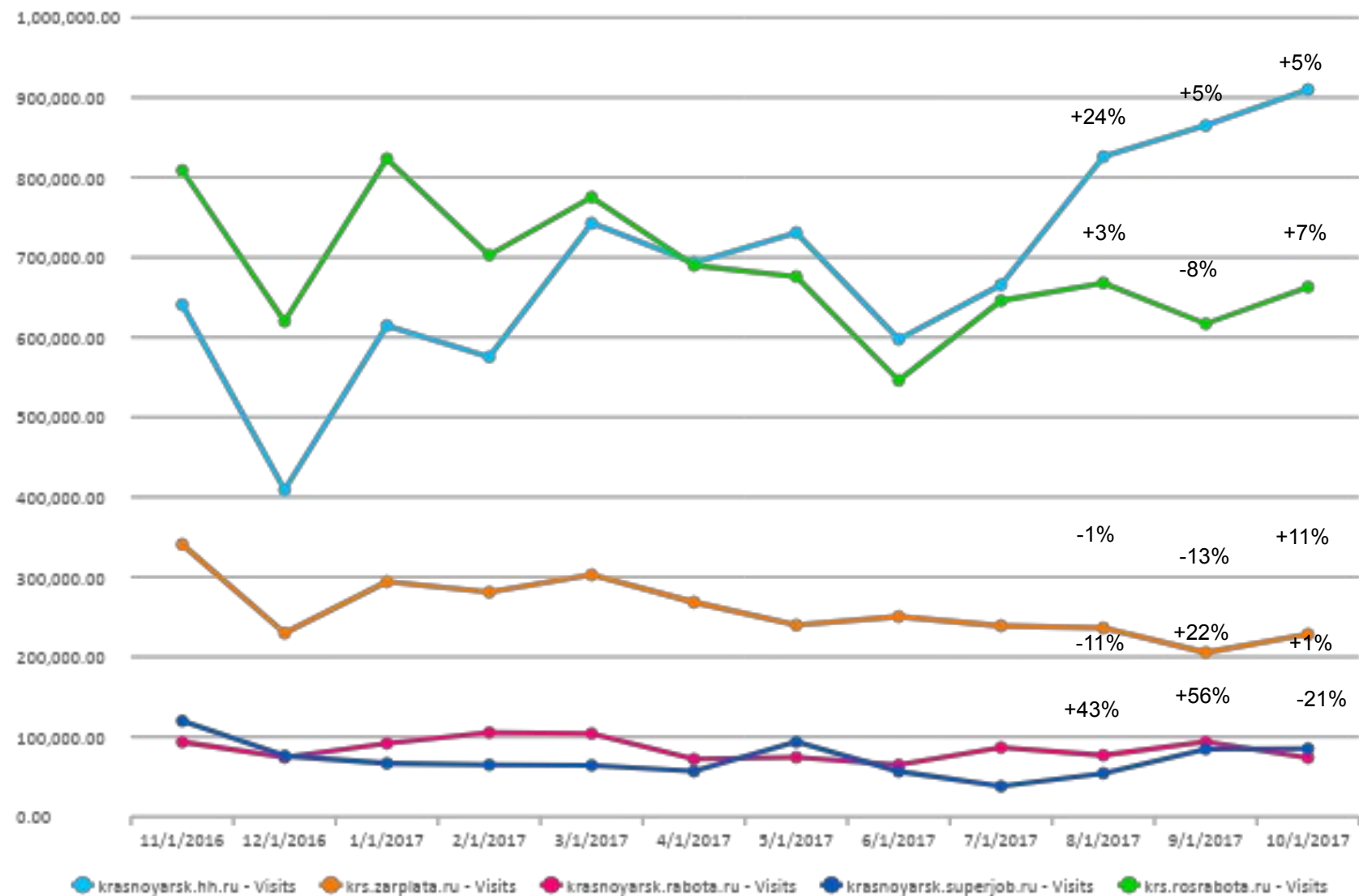
	Сеансы	Регистрации	Резюме	Отклики
± от контрольного периода	+242 038	+1 882	+2 289	+6 818
Стоимость показателей	14 ₺	1 806 ₺	1 485 ₺	499 ₺

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.



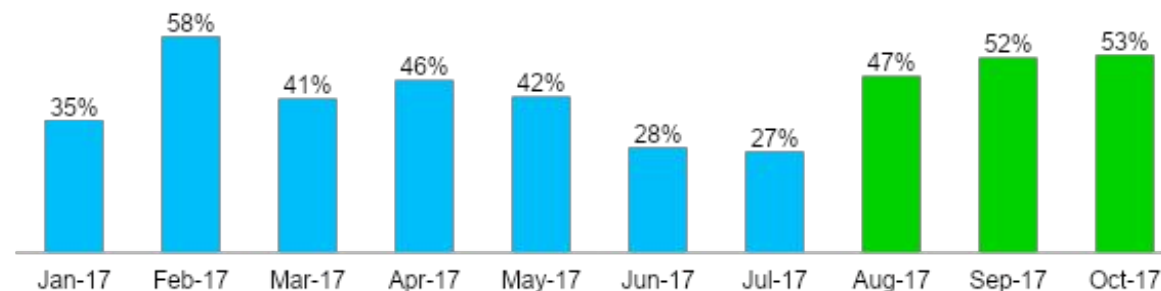
Данные по сеансам только по регдоменам. Система аналитики - SimilarWeb
Прирост к прошлому месяцу.

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%

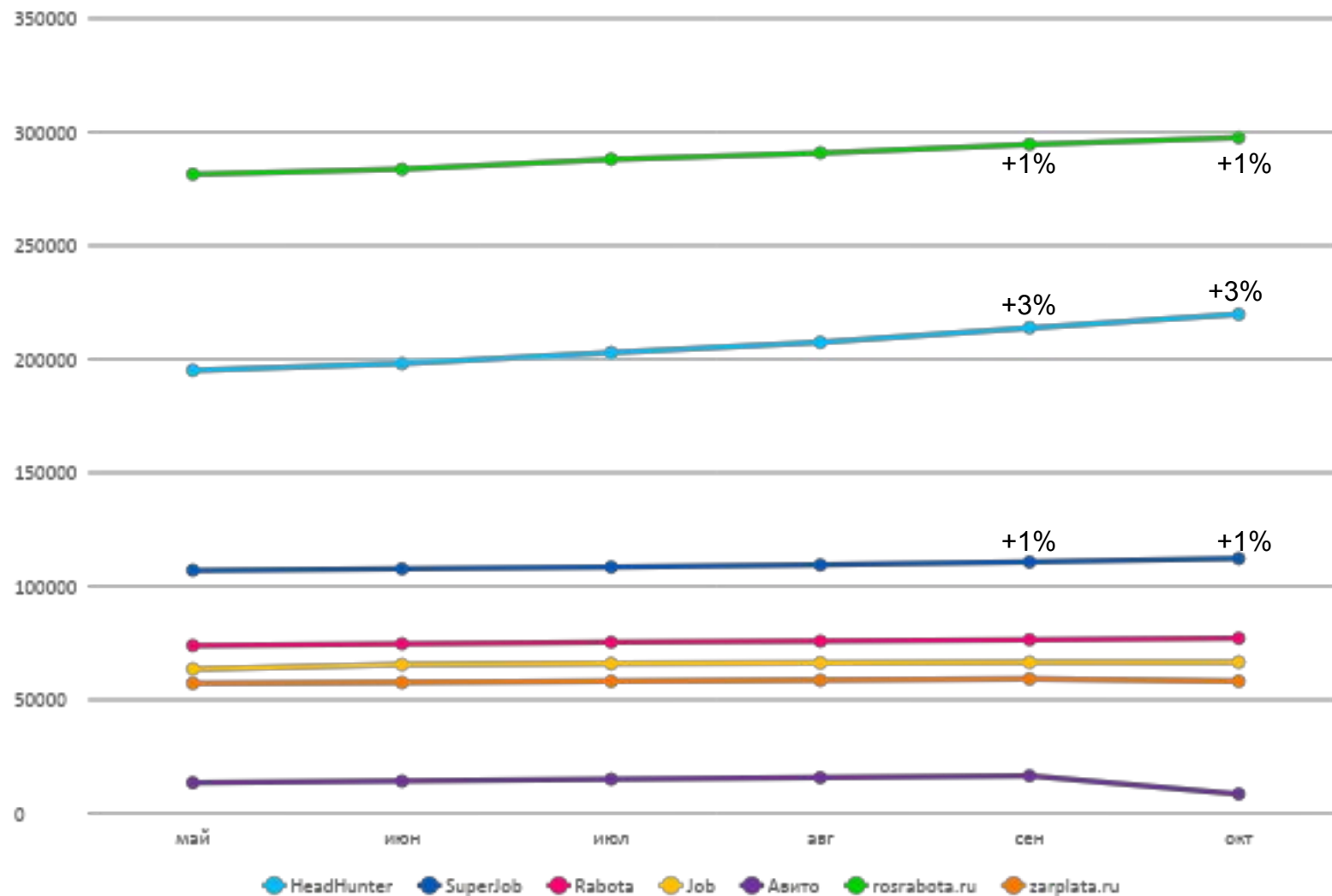
Активности в Красноярске так же повлияли на увеличение количества резюме, благодаря рекламным активностям, в сравнении со средним показателем по России.

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.

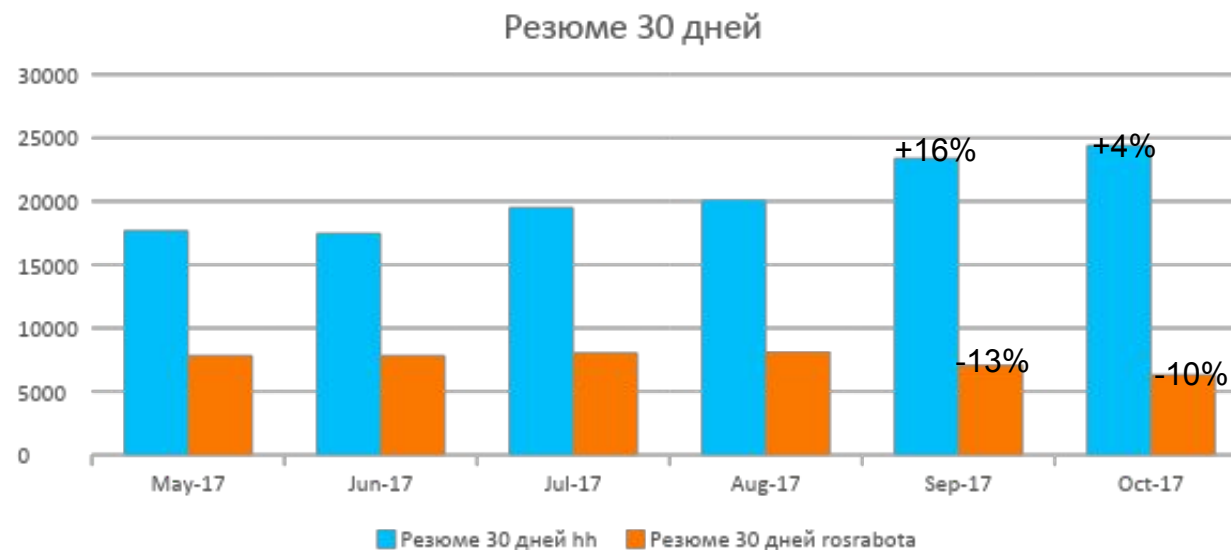
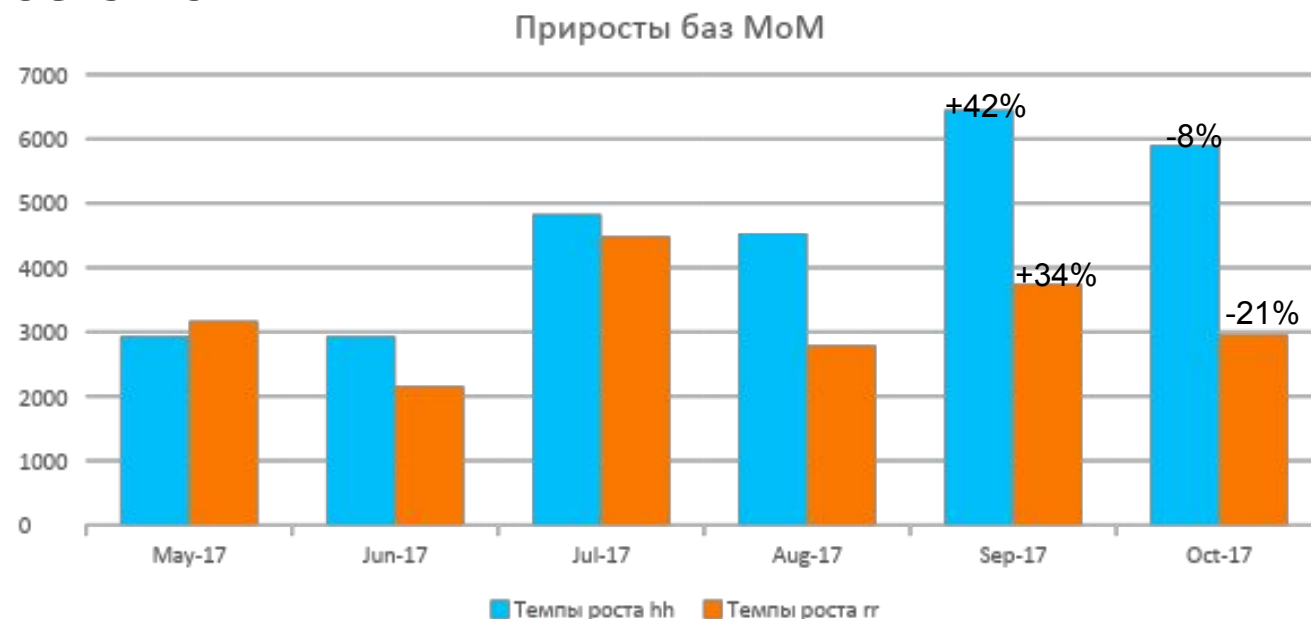


Прирост к прошлому месяцу.

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.)

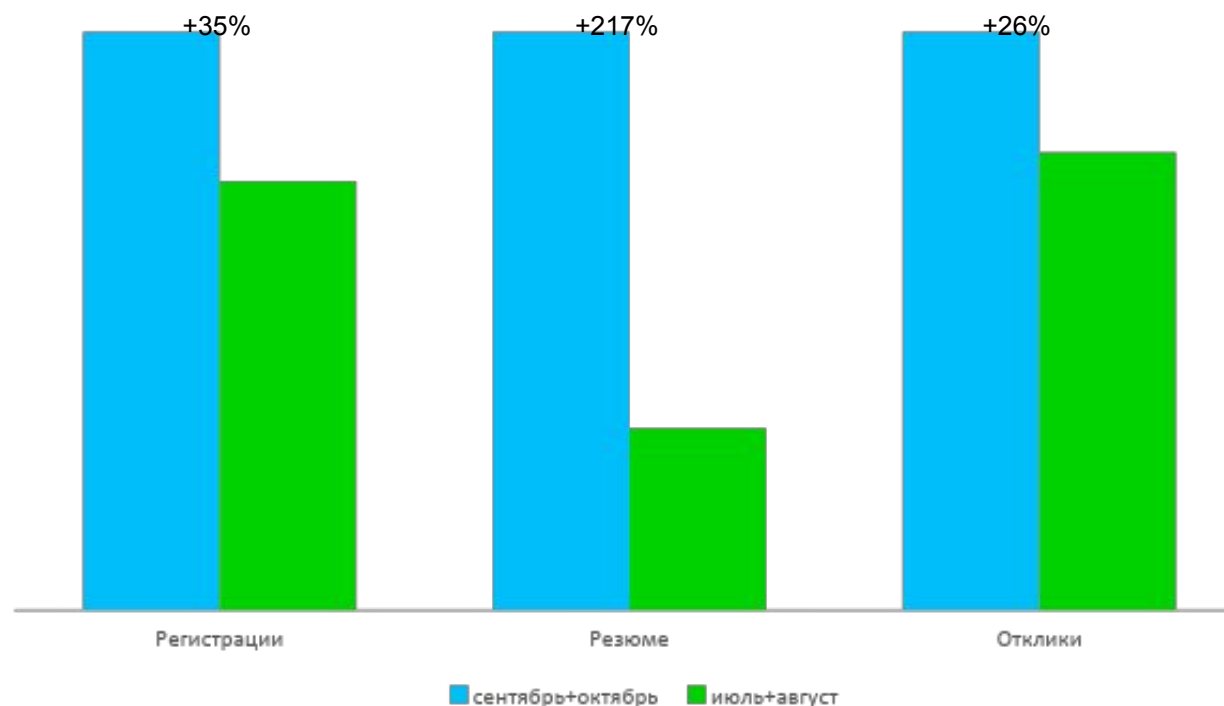
Контрольный период: июль+август 2017

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 ₹

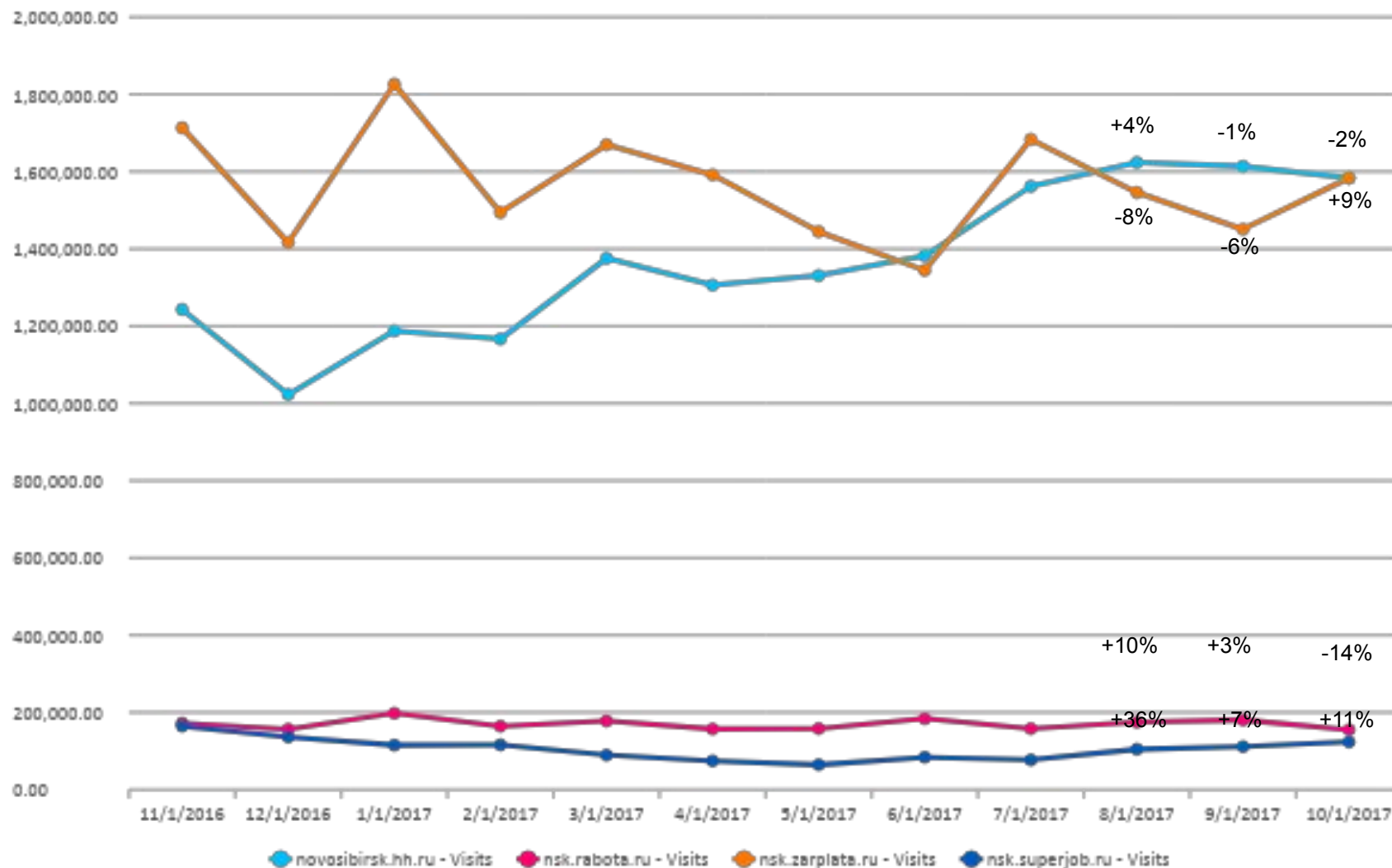
Сравнение показателей с контрольным периодом



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

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.



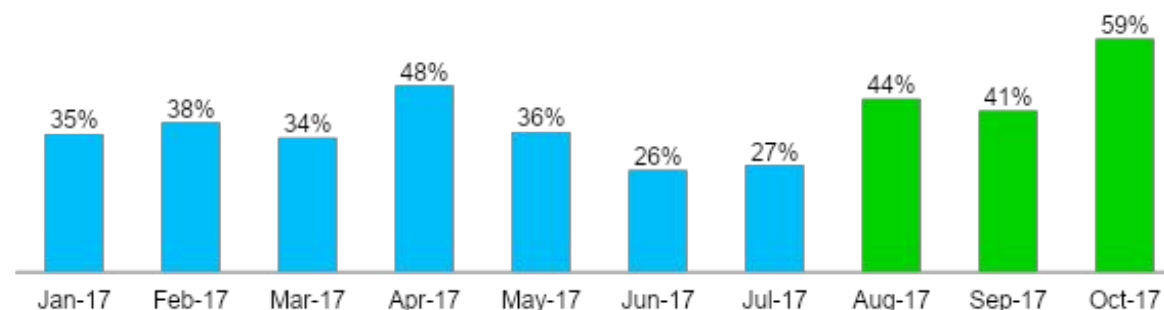
Данные по сеансам только по регдоменам. Система аналитики - SimilarWeb
Прирост к прошлому месяцу.

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 МоМ), 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

	январь.17	февраль.17	март.17	апрель.17	май.17	июнь.17	июль.17	август.17	сентябрь.17	октябрь.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

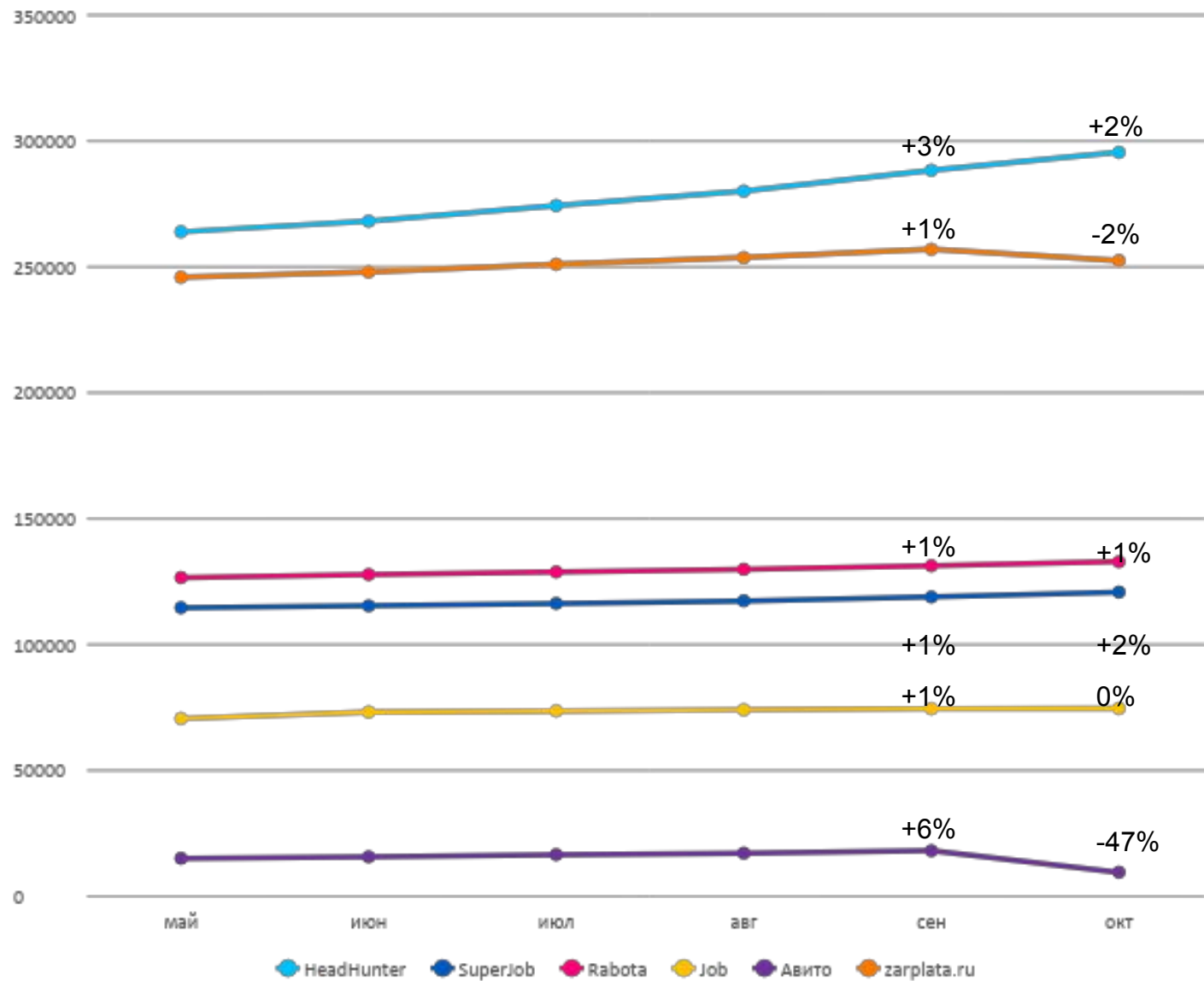
Параметр	июл.17	авг.17	% роста	сен.17	% роста	окт.17	% роста
Прирост базы hh	6 211	5 760	-7%	8 250	43%	7 144	-13%
Прирост от рекламы	1 378	1 391	1%	2 638	90%	2 259	-14%
Прирост от ТВ	359	379	6%	1 163	207%	927	-20%
Прирост базы hh (Россия)	230 042	228 749	-1%	304 133	33%	279 327	-8%
Прирост от рекламы (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.



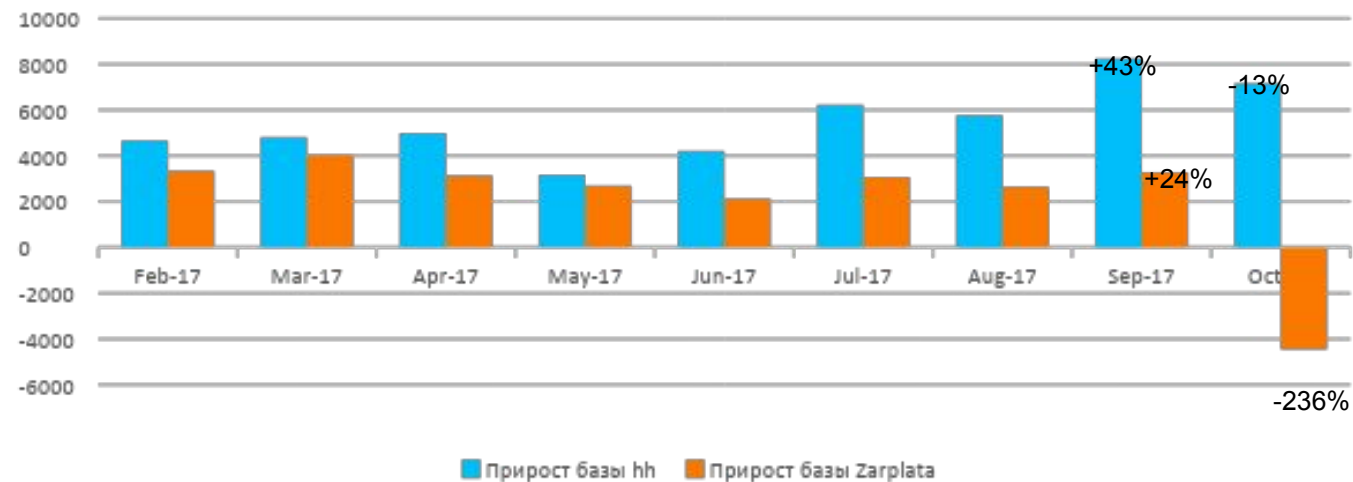
Прирост к прошлому месяцу.

Новосибирск. Динамика входа резюме

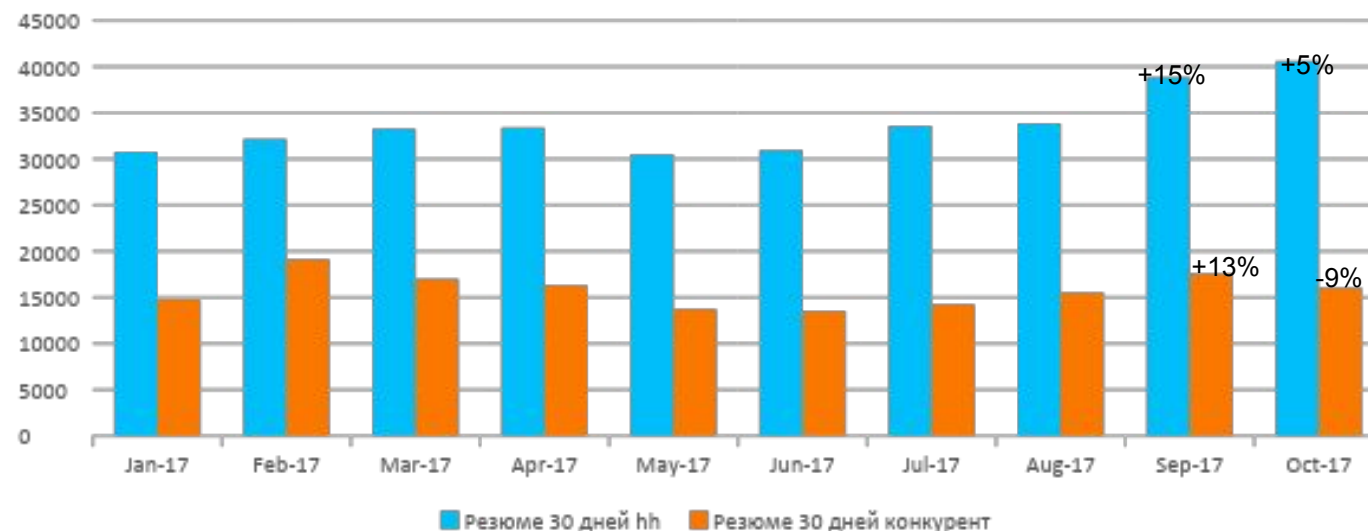
Из-за чистки базы Зарплаты смотреть на показатели роста МоМ за октябрь некорректно. Сентябрь демонстрирует динамику роста почти вдвое выше, чем у конкурента.

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.)

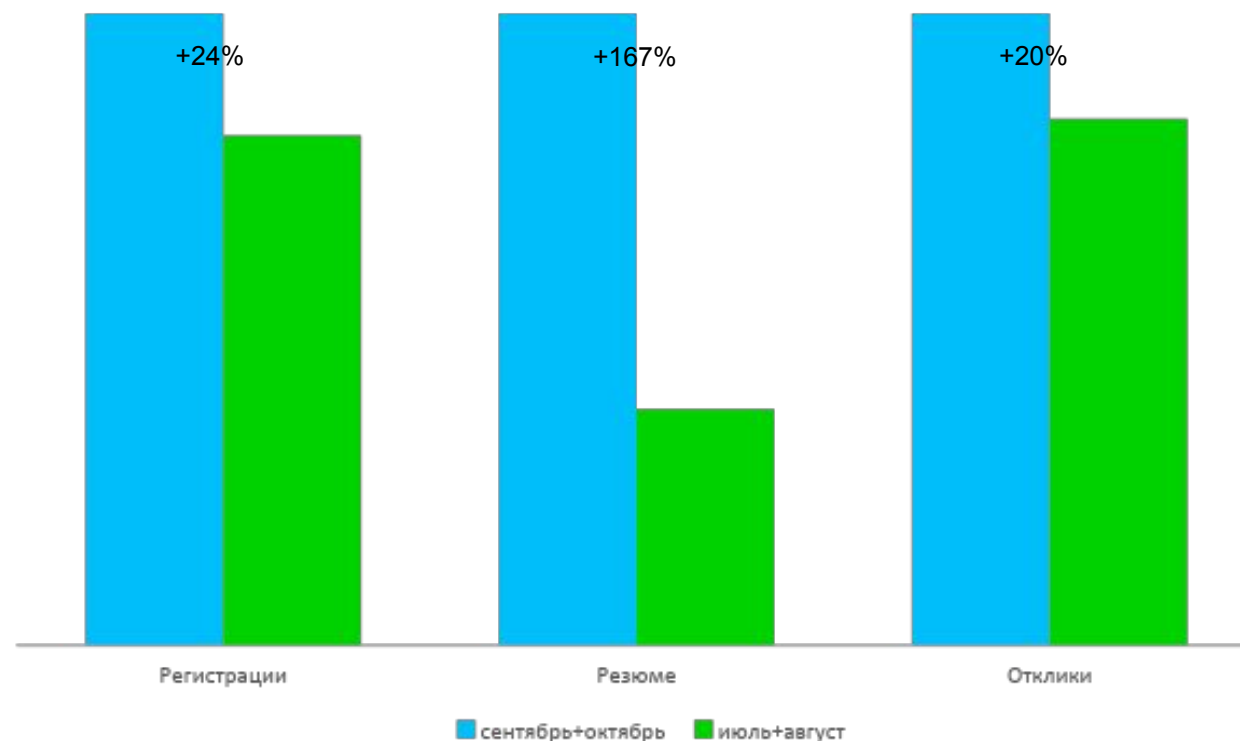
Контрольный период: июль+август 2017

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



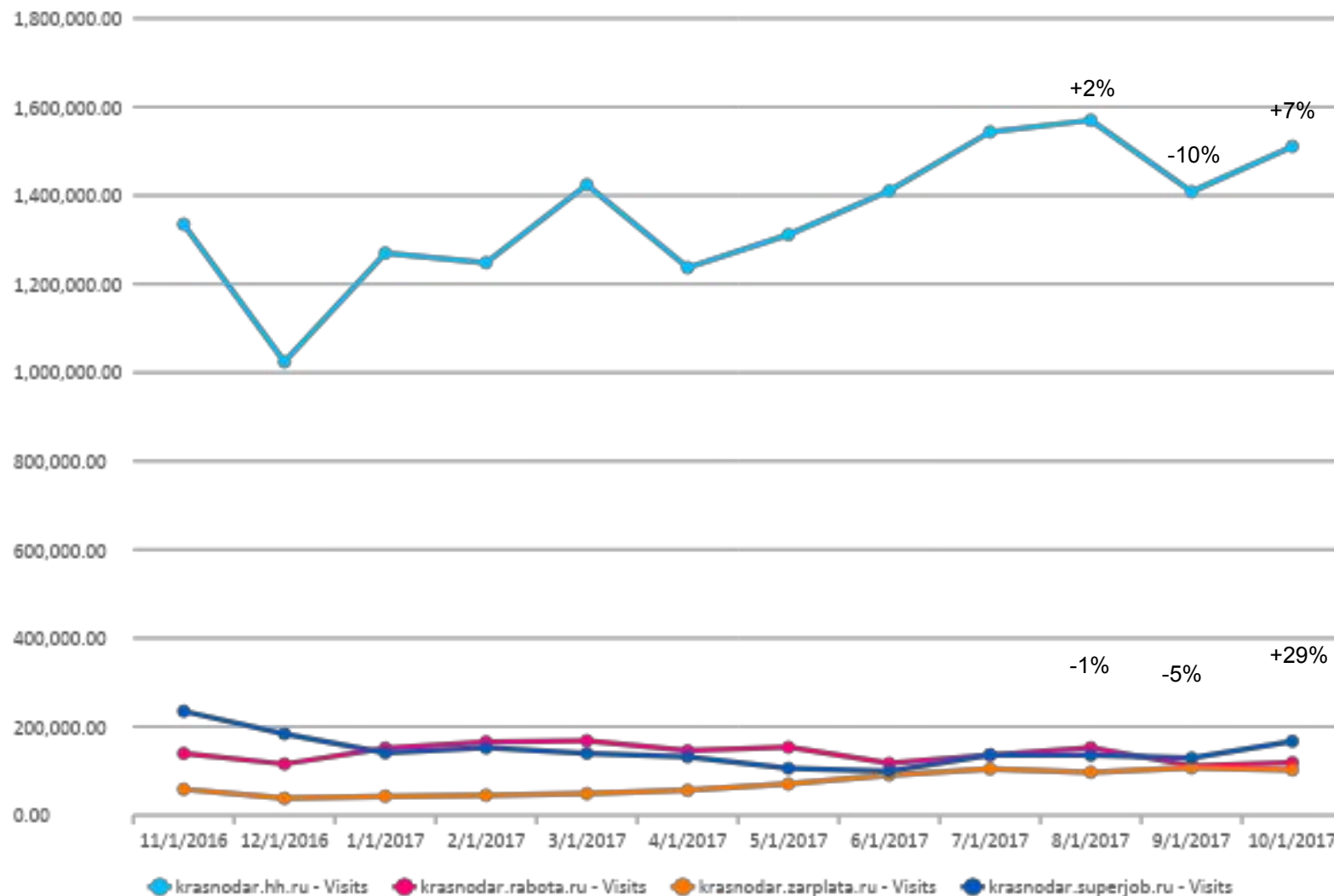
Данные на основе конверсий из системы Google Analytics по счётчику hh.ru

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.



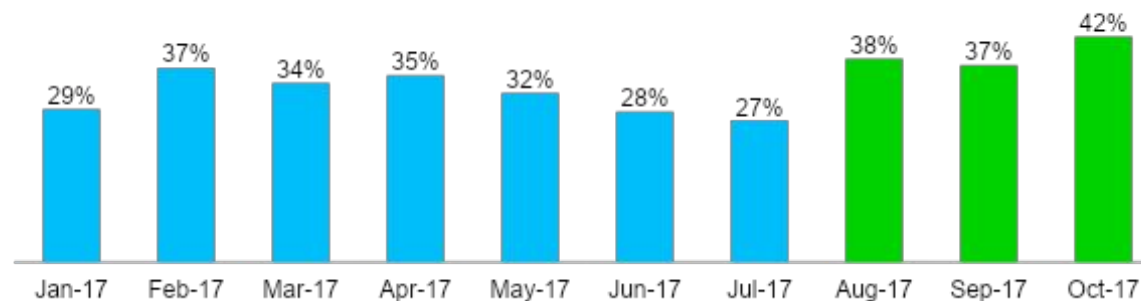
Данные по сеансам только по регдоменам. Система аналитики - SimilarWeb
Прирост к прошлому месяцу (среди конкурентов процент указан только у SuperJob).

Краснодар. Доля видевоших рекламу

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 видевоших рекламу 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

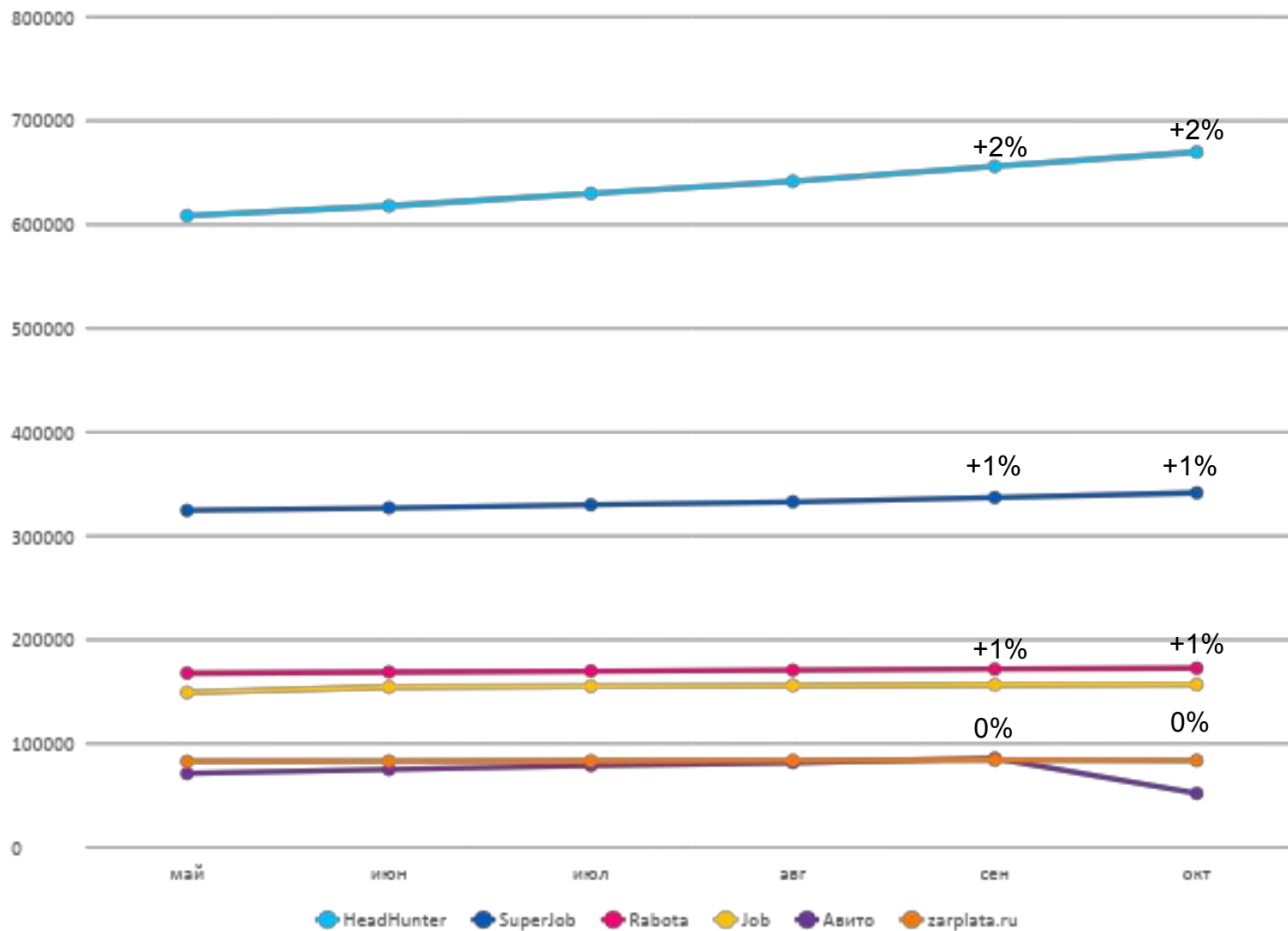
Параметр	июл.17	авг.17	% роста	сен.17	% роста	окт.17	% роста
Прирост базы hh	12 035	11 781	-2%	14 373	22%	13 736	-4%
Прирост от рекламы	2 795	3 170	13%	4 427	40%	4 296	-3%
Прирост от ТВ	744	1 209	63%	1 637	35%	1 819	11%
Прирост базы hh (Россия)	230 042	228 749	-1%	304 133	33%	279 327	-8%
Прирост от рекламы (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

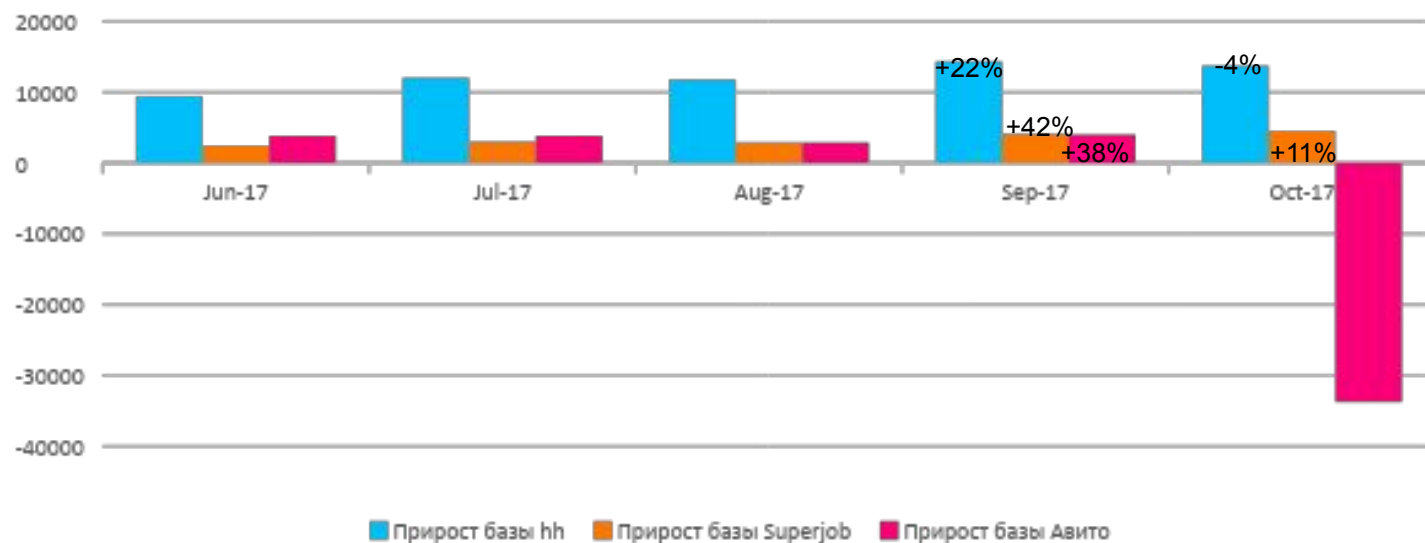
При этом, динамика роста базы в Краснодаре превышает средний рост баз остальных игроков (2% против 1% и 0%), что в связи с размером базы гораздо заметнее на абсолютных цифрах.



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)