



Мультиканальная реклама как  
эффективный инструмент для бизнеса

# Давайте знакомиться

---



## Александр Григорьев

*Директор по развитию Cubo*

---

В компании INGATE DEVELOPMENT с 2009г.

### Направление деятельности:

- Интеграция поставщиков с сервисом Rookee и Cubo.
  - Ведение партнерских программ.
  - Заключение сделок с ключевыми клиентами.
- 

 **Cubo**    **rookee**

# О чем хочу рассказать

---

01/ Как построить стратегию мультиканального привлечения клиентов.

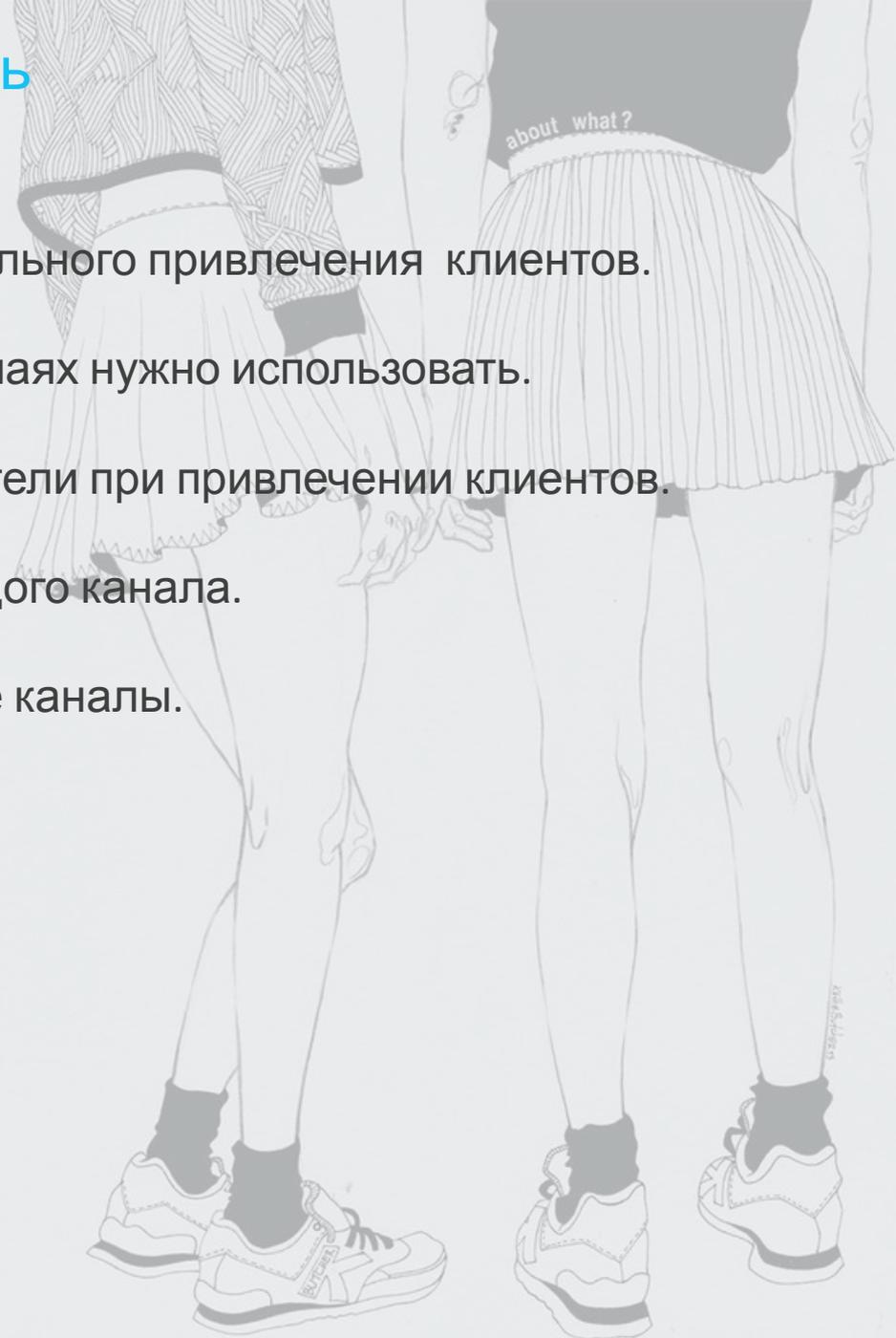
02/ Какие каналы рекламы и в каких случаях нужно использовать.

03/ Какие ошибки допускают рекламодатели при привлечении клиентов.

04/ Как определить эффективность каждого канала.

05/ Как правильно оценивать рекламные каналы.

+ будет кейс реального клиента.





Подготовка к рекламе:  
строим стратегию

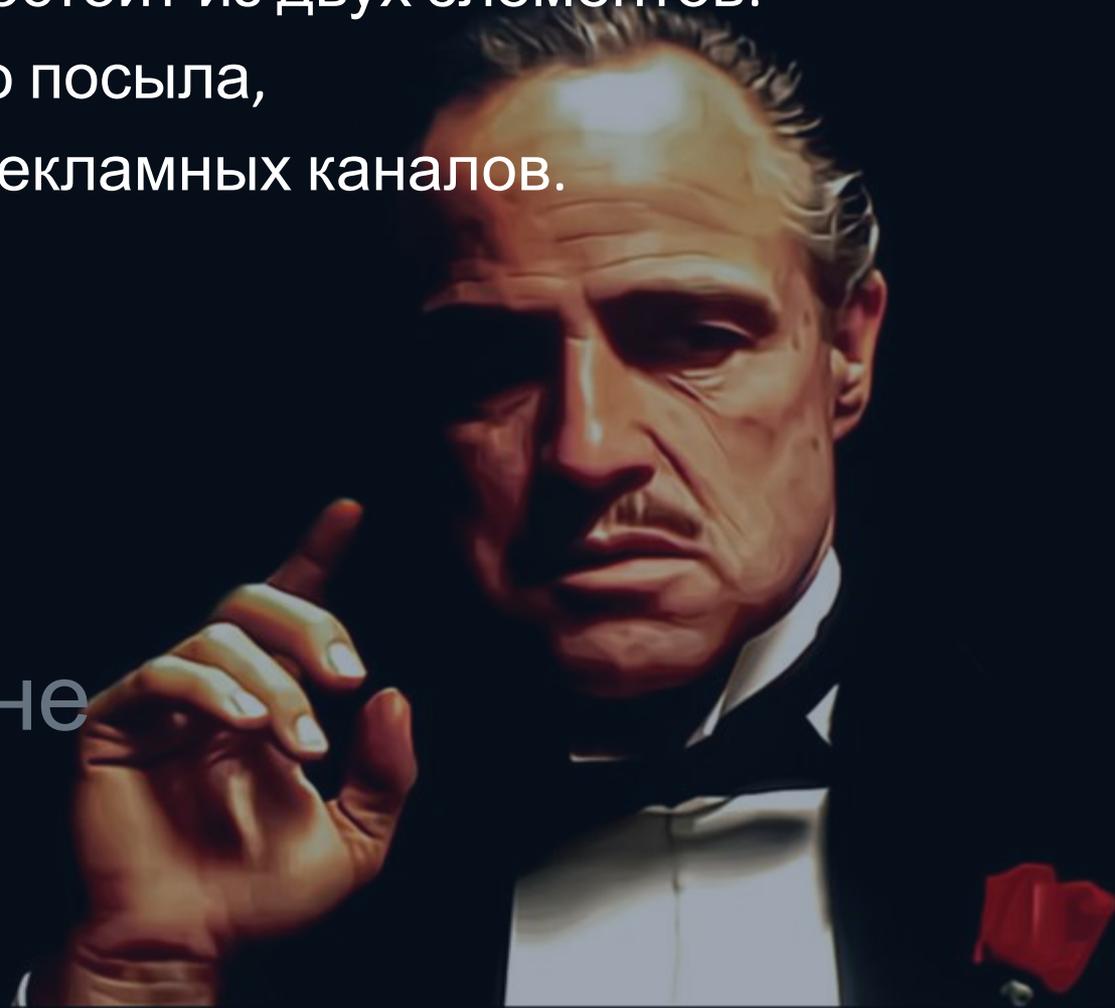
# Стратегия

---

Рекламная стратегия состоит из двух элементов:

- создание рекламного посыла,
- выбор подходящих рекламных каналов.

Я сделаю тебе  
предложение,  
от которого ты не  
сможешь  
отказаться!



# Рекламные послылы

---

- Мотивационный подход
- Креативная идея
- Обращение
- Идея



# Выбор канала

---

- Специфика бизнеса
- Специфика аудитории

ГД

~~Е~~

Кто мои клиенты,

~~бро?~~

# Многоканальность как решение

---

Многоканальность -  
больше возможностей для встречи с клиентами

КОНТЕК  
СТ

+

МЕДИЙНА  
Я  
РЕКЛАМА

+

РЕКЛАМА  
В  
СОЦСЕТЯ  
Х

+

EMAIL-  
МАРКЕТИ  
НГ

+

SEO

# Попадаем прямо в цель

---

Зачем показывать рекламу пользователям, не являющимся вашей целевой аудиторией?

Таргетинг практически на 100 % гарантирует, что реклама достигнет целевой аудитории.

Типы таргетинга:

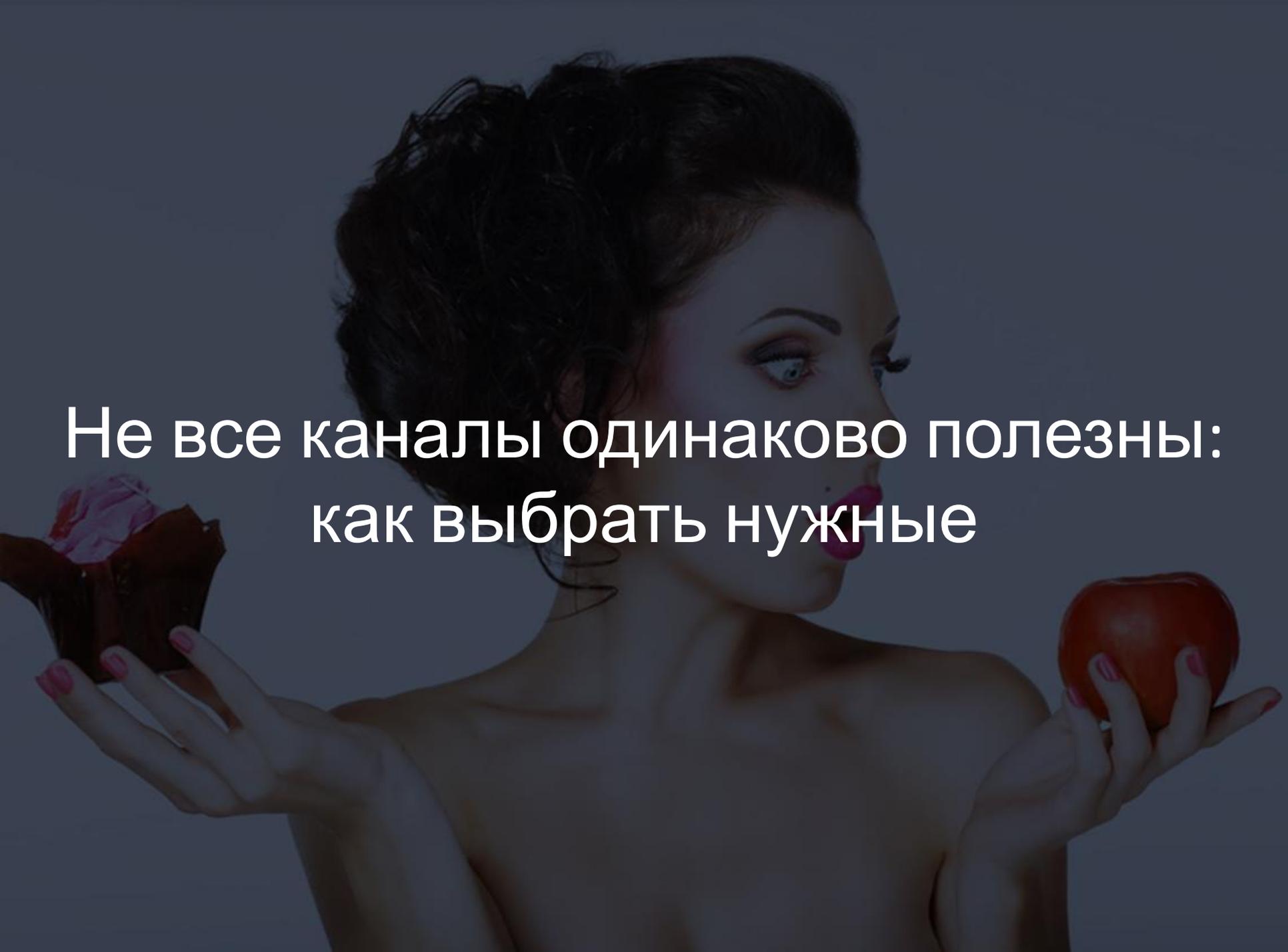
- Демографический
- Географический
- Временной
- Контекстный
- Поведенческий
- Определение целевой аудитории с учётом действий пользователей

## Стимулируем к повторным покупкам

---

С помощью кросс-канального ретаргетинга возвращайте пользователей на свой сайт и формируйте лояльную аудиторию!

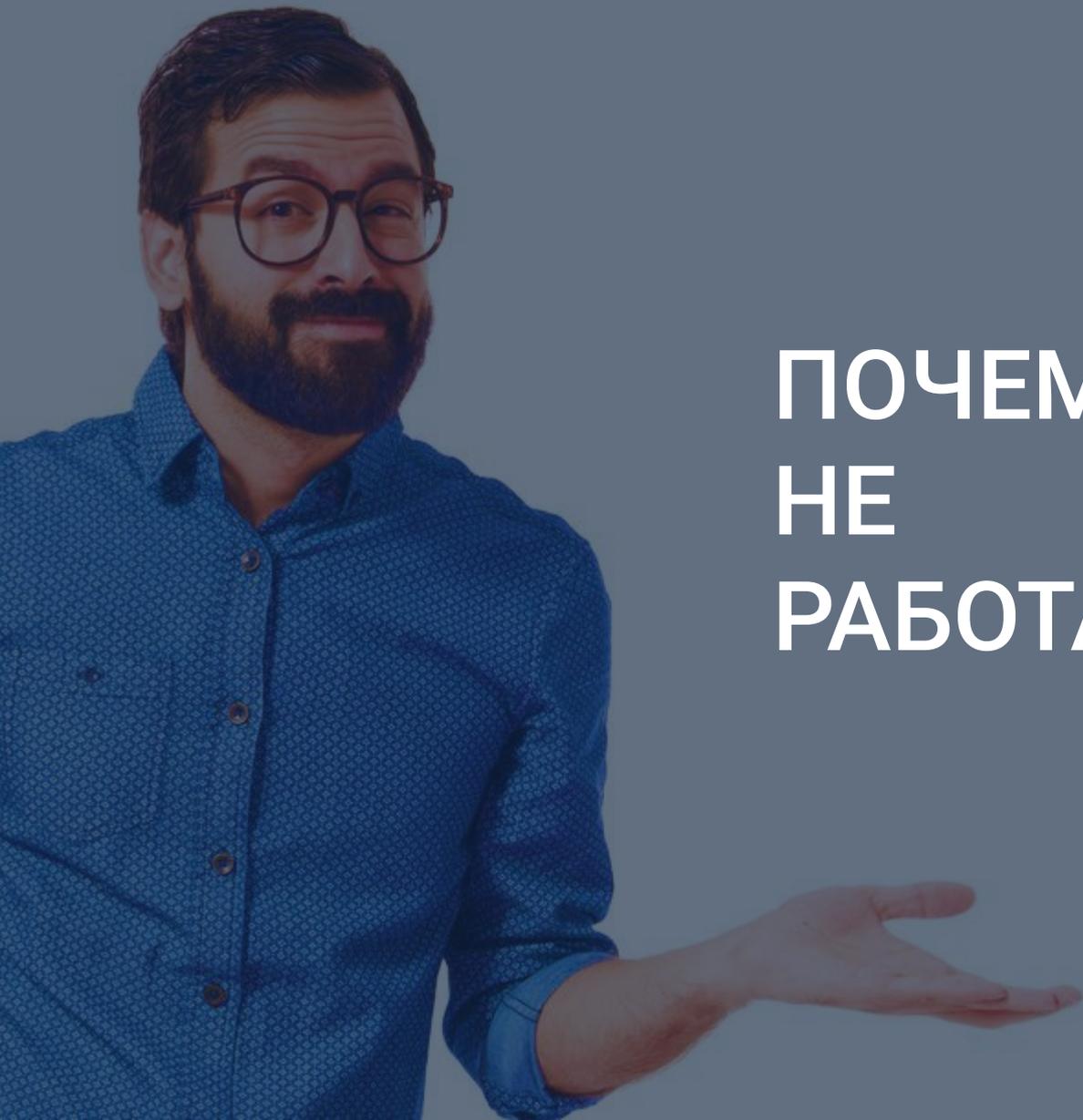
«Если вы один раз продали человеку продукт, второй раз вам не придётся делать это заново»

A woman with dark, curly hair is shown in profile, looking towards the right. She is holding a chocolate cupcake with pink frosting in her left hand and a red apple in her right hand. The background is a solid, dark grey color. The text is overlaid in the center of the image.

Не все каналы одинаково полезны:  
как выбрать нужные

# Выбираем каналы

Параметры	Контекстная реклама	Медийная реклама	Реклама в соцсетях	Email-маркетинг	SEO
Низкая стоимость	✗	✗	✓	✗	✓
Точный таргетинг	✓	✓	✓	✗	✓
Быстрый результат	✓	✓	✓	✗	✗
Не зависит от алгоритмов Яндекс и Google	✓	✓	✓	✓	✗
Назначение	Стимулирование продаж и привлечение целевой аудитории	Увеличение объёмов продаж, повышение узнаваемости	Стимулирование продаж и привлечение целевой аудитории	Стимулирование продаж	Стимулирование продаж и привлечение целевой аудитории
Сфера применения	Реклама разных товаров и услуг, кроме инновационных и смежных продуктов. Не подходит для раскрутки брендов	Продвижение новых товаров и услуг, в том числе инновационных. Раскрутка брендов. Промо-акции	Реклама товаров массового спроса, мероприятий, услуг, связанных с отдыхом, развлечением, досугом и т.п.	Реклама разных товаров и услуг. Хорошо подходит товарам, у которых дорогая стоимость клика в контексте (более 30-49р.)	Продвижение товаров всех бизнес-тематик и компаний любого масштаба



ПОЧЕМУ  
НЕ  
РАБОТАЕТ?

# Ошибки рекламодателя

---

- Не достаточно точно определяют специализацию
- Не могут понять назначение сайта
- Не выделяют «уникальную жилку» в сравнении с сайтами конкурентов
- Не понимают, кто целевая аудитория
- Не «прорисовывают» сценарии поведения пользователей

# На что повлияют ошибки

Тематика сайта: организация свадьбы



Где размещать рекламу

Назначение сайта: заявки на свадьбу



Уникальное предложение: эксклюзивные сценарии, бесплатная консультация



Целевая аудитория: женщины 20-30 лет из Москвы и МО, которые ищут свадебные платья и место для проведения праздника



Где размещать рекламу



Мы знаем, кто ищет товар

Сценарии поведения пользователей:  
-> страницы с описанием услуг  
-> заявка/обратный звонок



Будут ли посетители следовать вашему сценарию?

Оцениваем эффективность

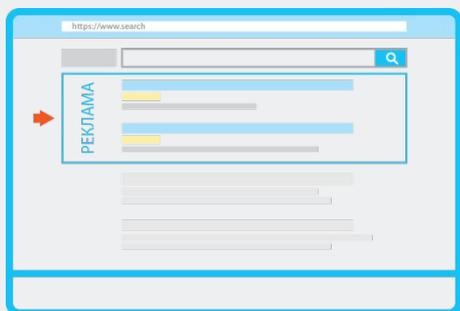


# Оценка эффективности рекламы

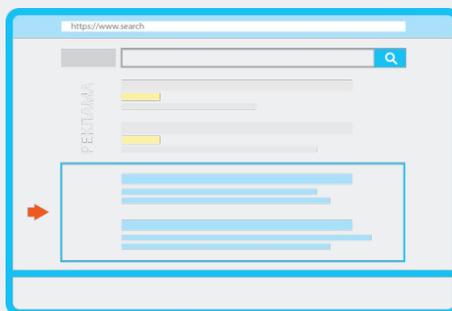
Показы	Конверсия
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ количество показов</li><li>▪ количество «видимой» рекламы</li><li>▪ количество просмотренной рекламы</li><li>▪ продолжительность показа</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ коэффициент CTR</li><li>▪ конверсия после нажатия</li><li>▪ конверсия после просмотра</li></ul>
Трафик	Медиа
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ количество посещений</li><li>▪ количество просмотренных страниц</li><li>▪ продолжительность посещения</li><li>▪ количество отказов от посещений</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ уровень охвата</li><li>▪ переходы по брендовым запросам</li><li>▪ прямые заходы на сайт</li></ul>
Продажи	Окупаемость (ROI)
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ дополнительные продажи</li><li>▪ частоту и объемы покупок</li><li>▪ трафик в точках розничной торговли, инициированный рекламой в Интернете</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ стоимость привлечения покупателей</li><li>▪ окупаемость инвестиций (полученная выручка/ расходы на рекламу)</li></ul>

# Модели атрибуции

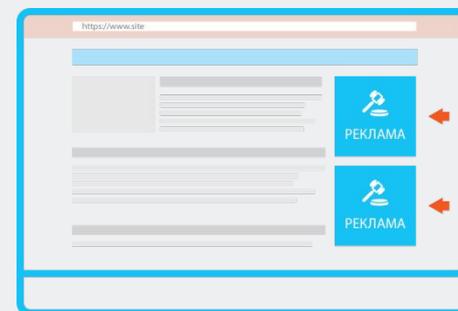
## Last Click — последняя рюмка



КОНТЕК  
ОП СТО

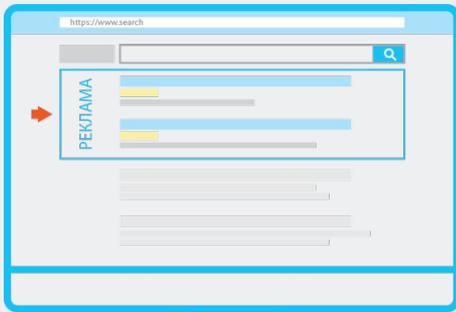


SEO  
ОП СРО



МЕДИЙК  
10P А СРО

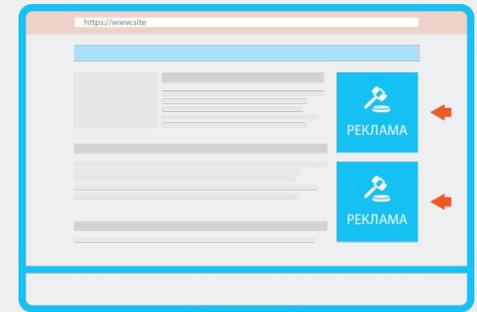
# Модели атрибуции Customer Journey



КОНТЕК  
4₽ <sup>CT</sup> CPO



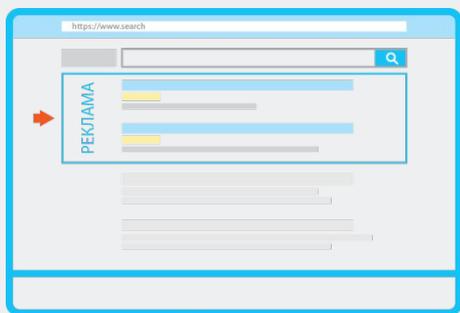
SEO  
\$2₽ CPO



МЕДИЙК  
4₽ <sup>A</sup> CPO

10₽ CPO

# Модели атрибуции гибрид



КОНТЕК  
3₽ CPO



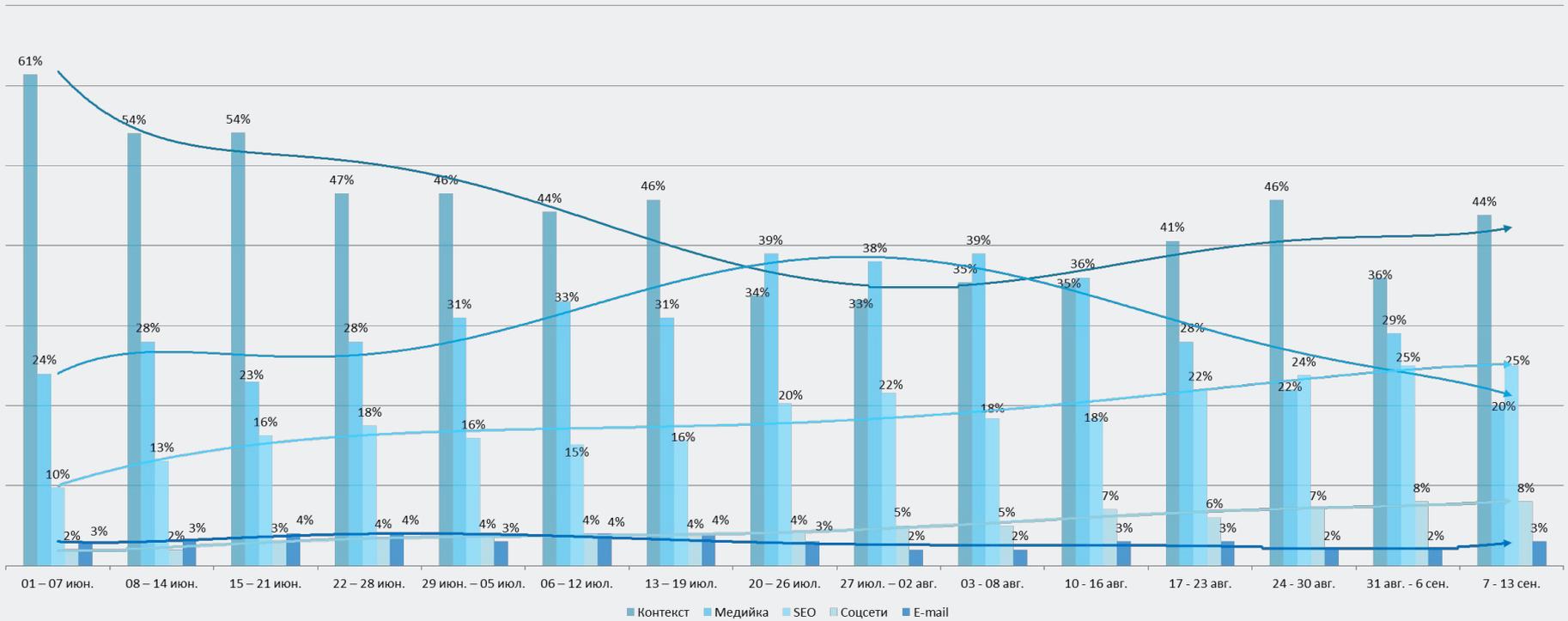
SEO  
\$2₽ CPO

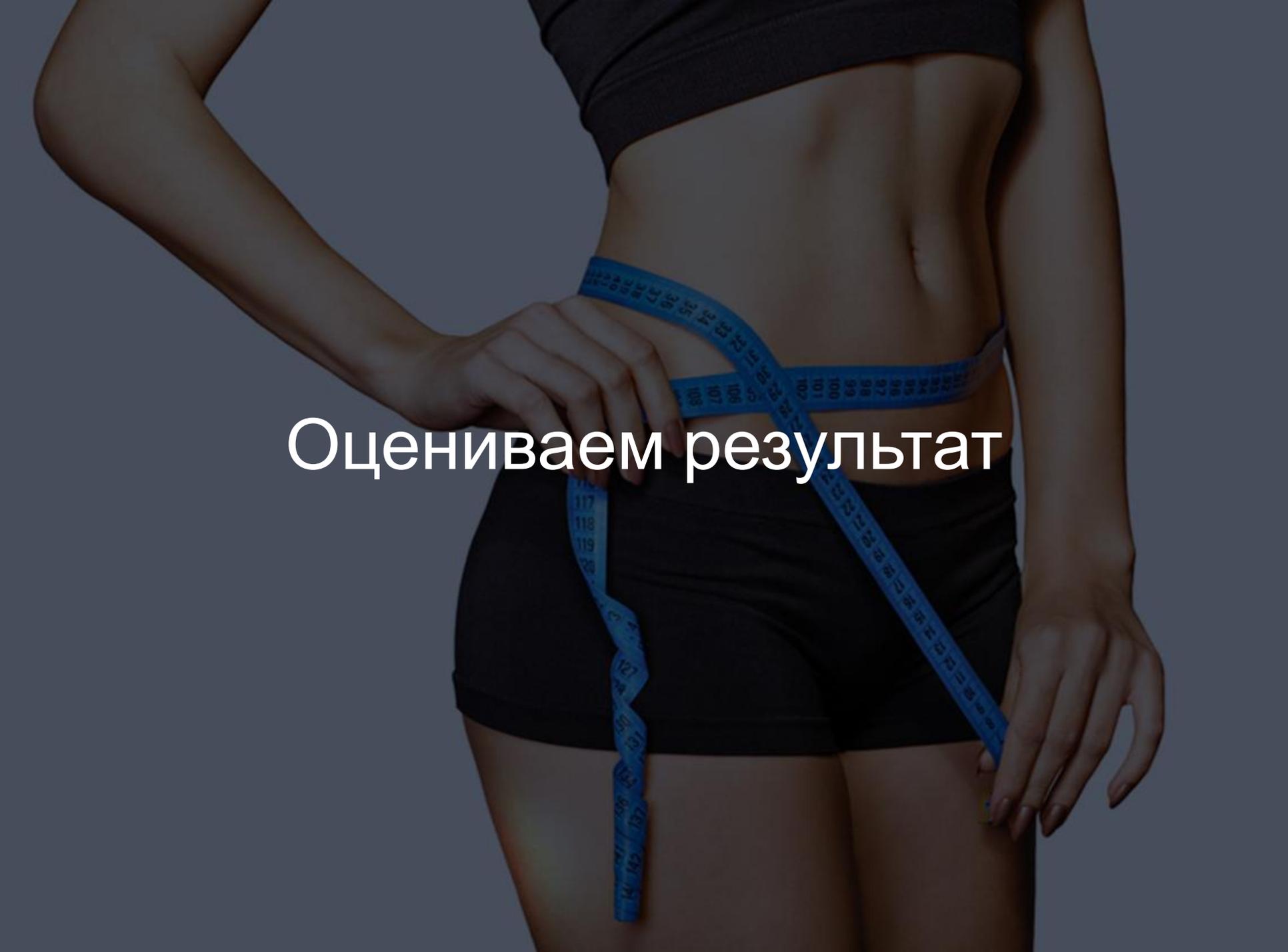


МЕДИЙК  
7₽ CPO

10₽ CPO

# Распределяем бюджет на работающую рекламу

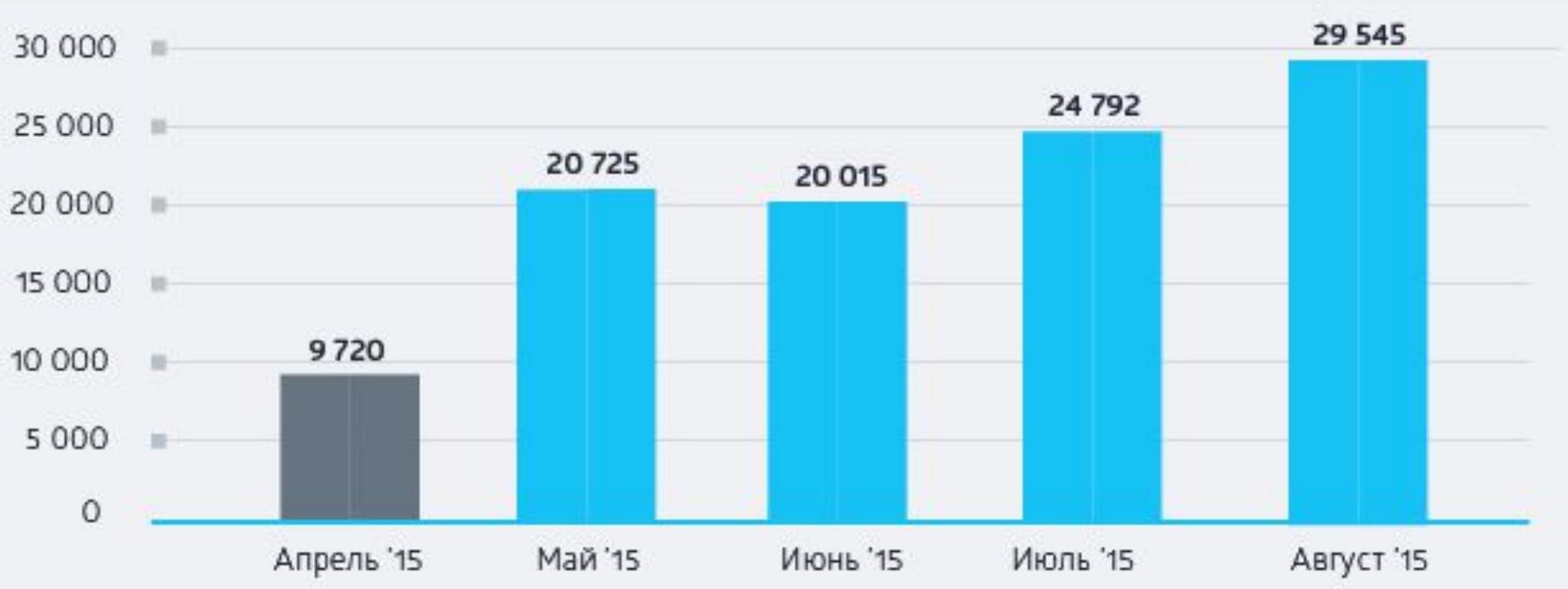


A woman is shown from the waist up, wearing a black sports bra and black shorts. She is holding a blue measuring tape around her waist, with her hands positioned to measure the circumference. The background is a solid, dark grey color. The text "Оцениваем результат" is overlaid in the center of the image.

Оцениваем результат

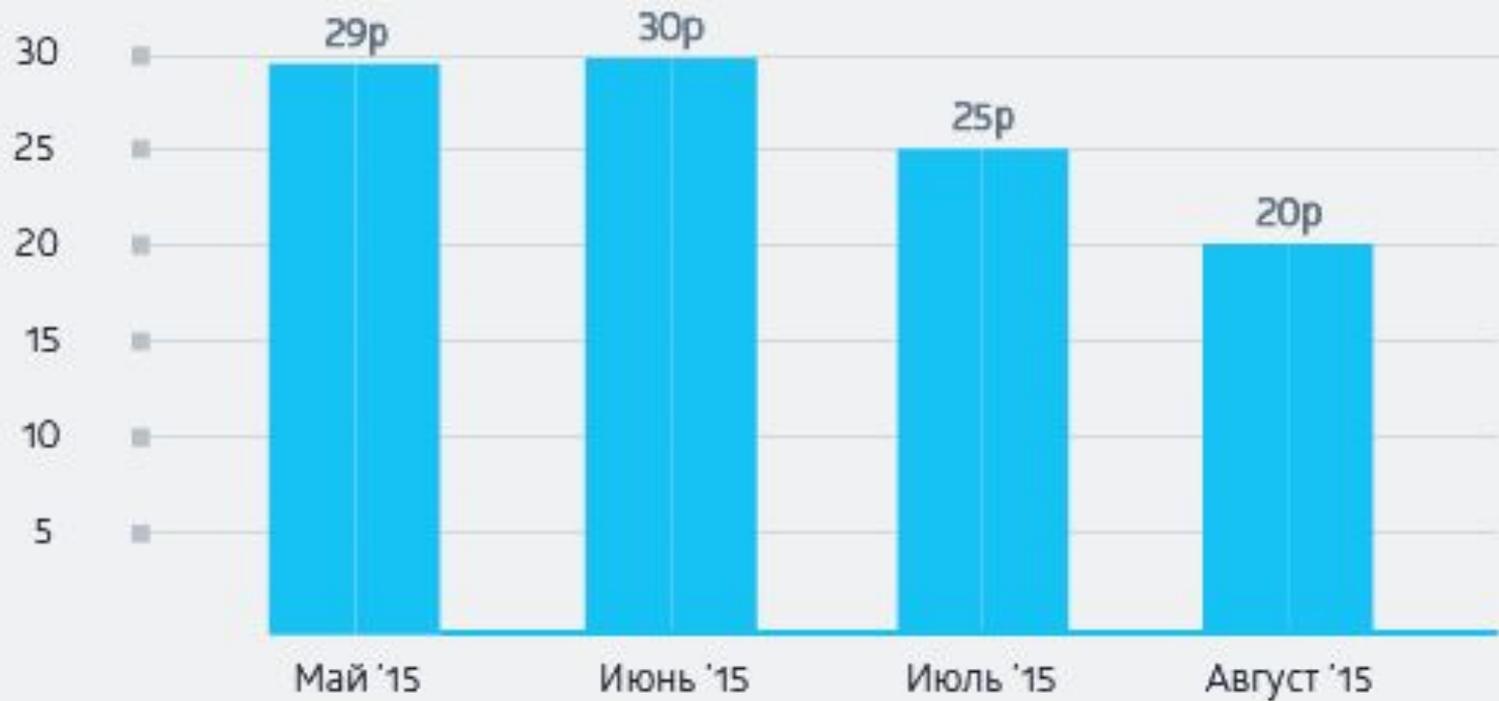
# Посещаемость сайта

Посещаемость сайта **до** и **после** подключения сервиса Cubo



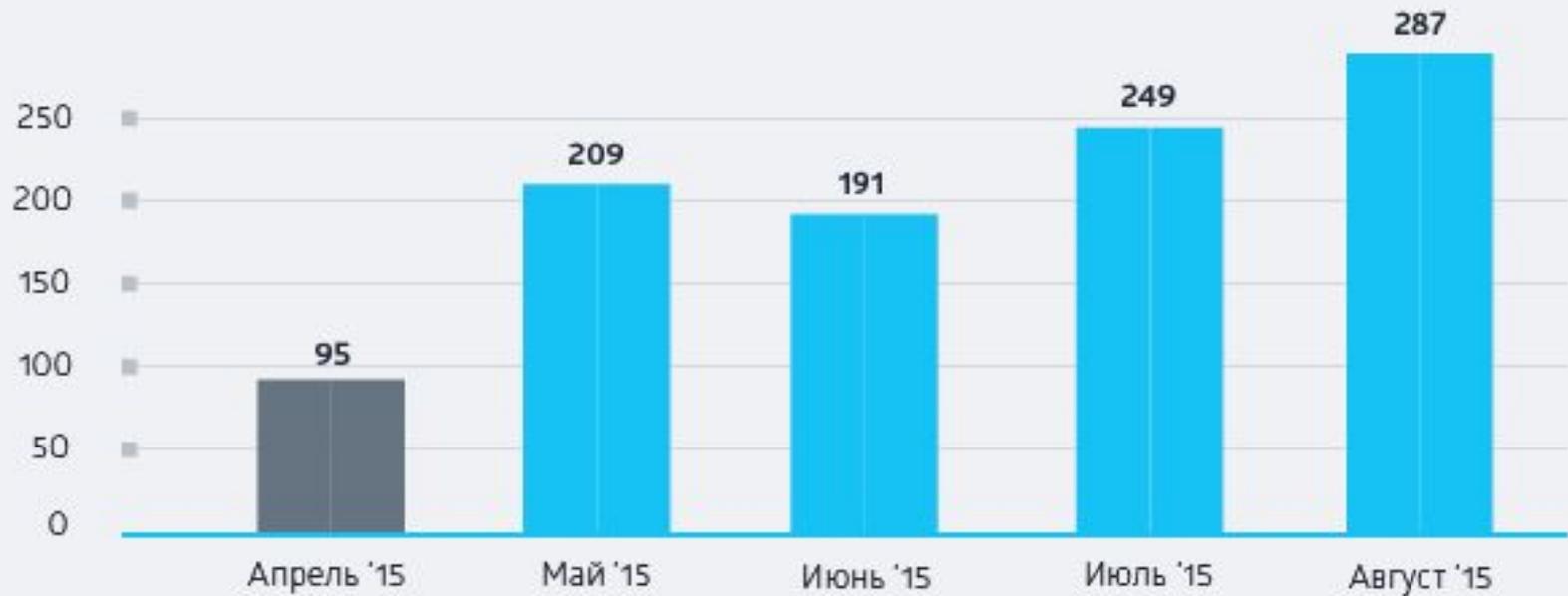
# Стоимость перехода

Снижение стоимости перехода **после** запуска РК

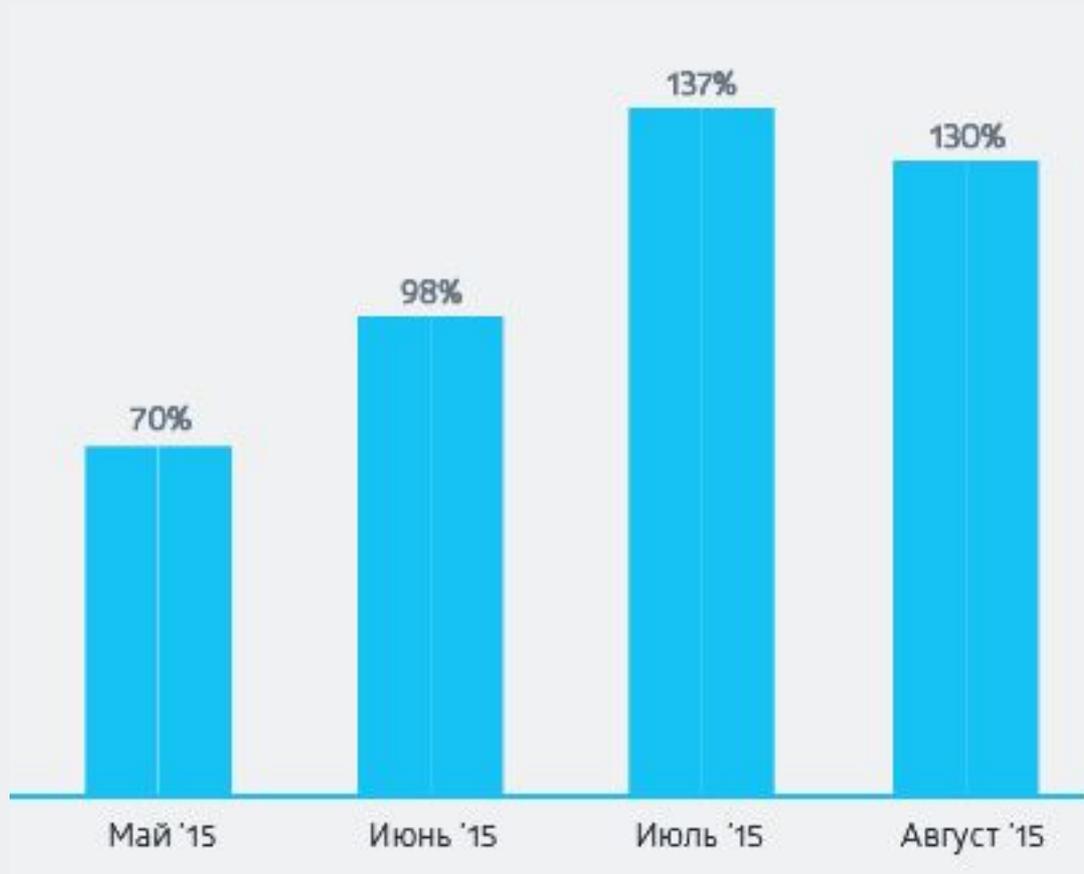


# Заказы с сайта

Заказы с сайта до и **после** запуска РК



## ROI **после** запуска РК





# Вопросы

?

[aleksandr.grigoryev@ingate.ru](mailto:aleksandr.grigoryev@ingate.ru)

[www.facebook.com/alexgr.tula](https://www.facebook.com/alexgr.tula)

 Cubo