



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.

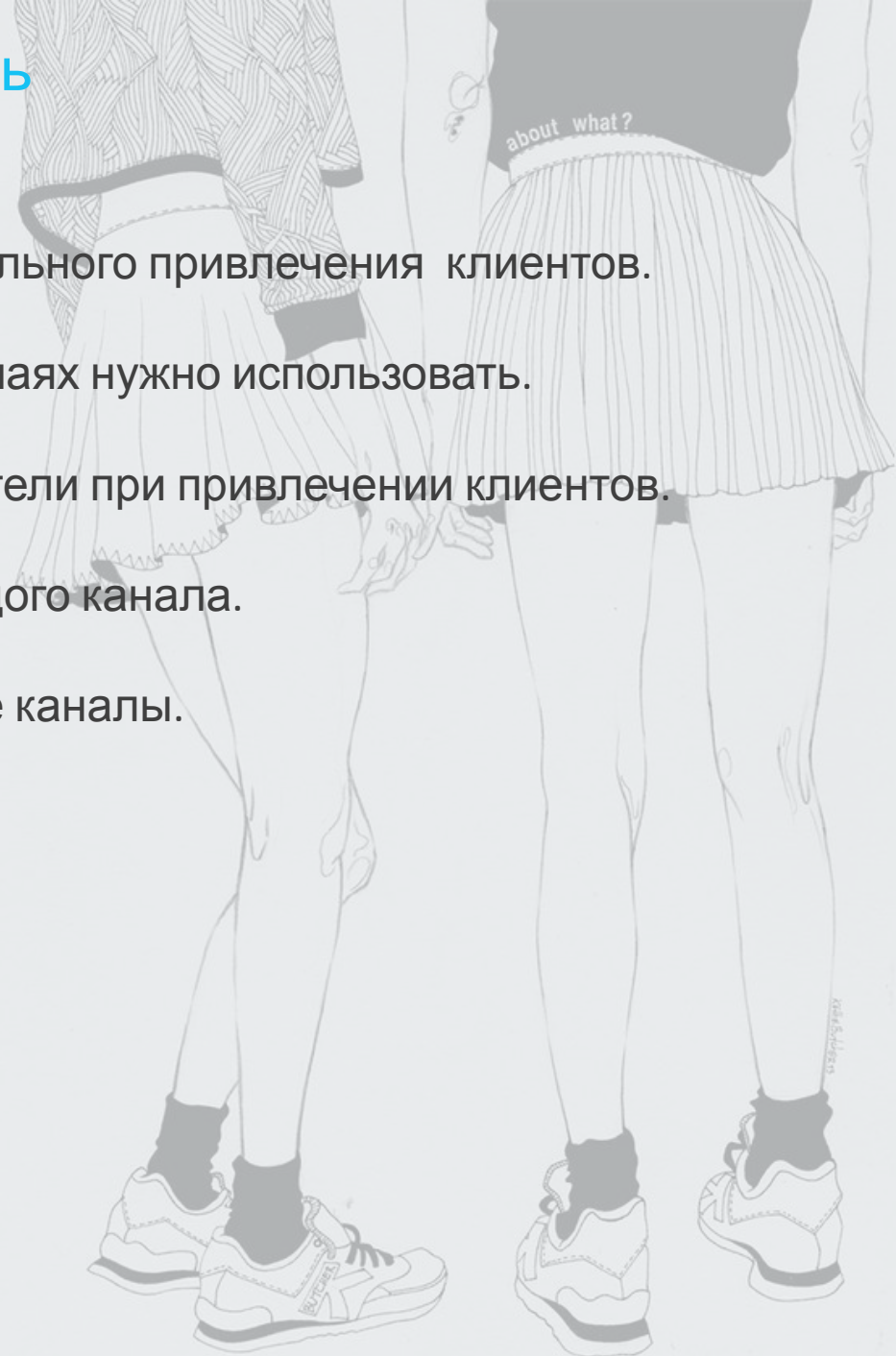
02/ Какие каналы рекламы и в каких случаях нужно использовать.

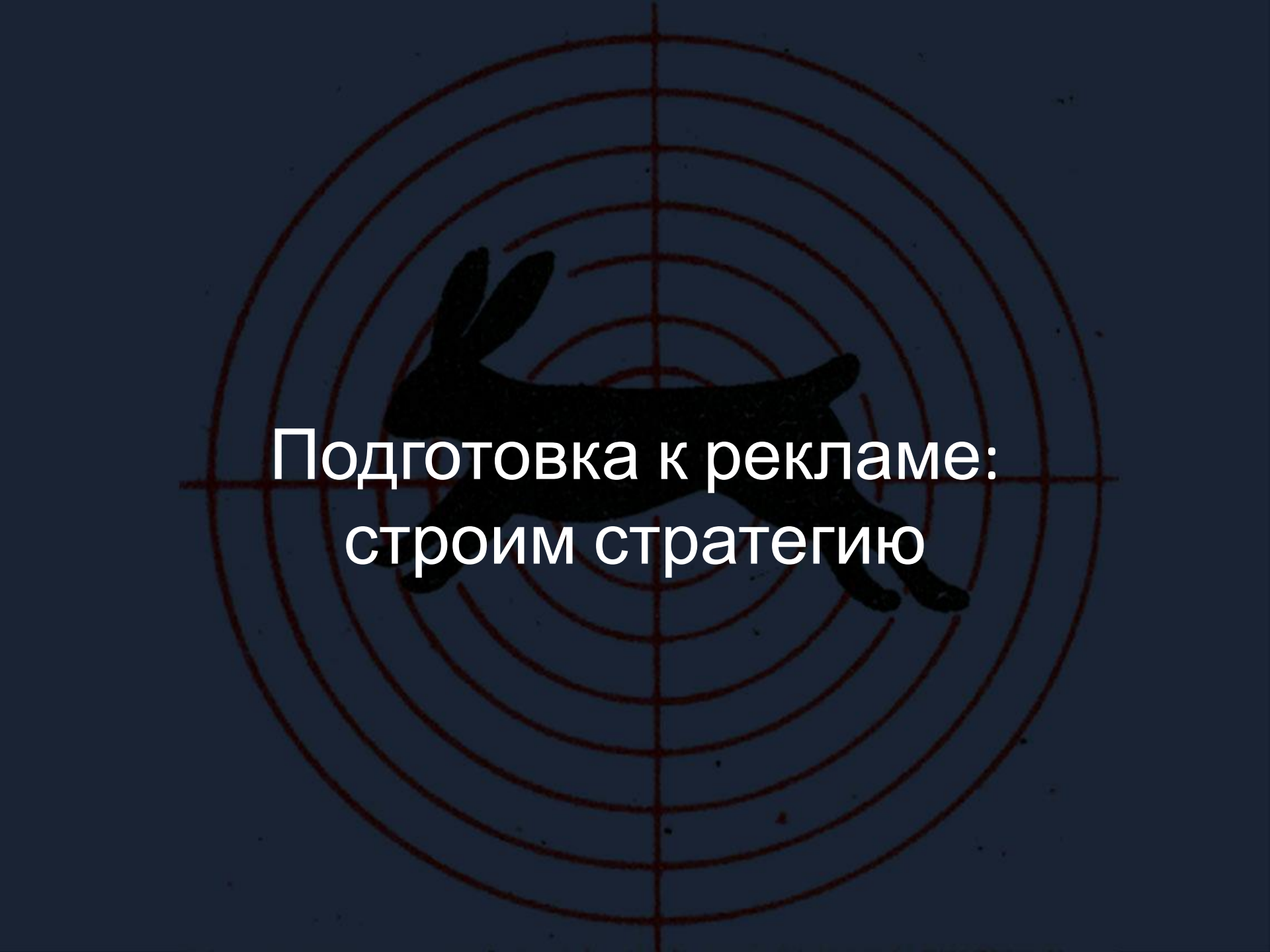
03/ Какие ошибки допускают рекламодатели при привлечении клиентов.

04/ Как определить эффективность каждого канала.

05/ Как правильно оценивать рекламные каналы.

+ будет кейс реального клиента.





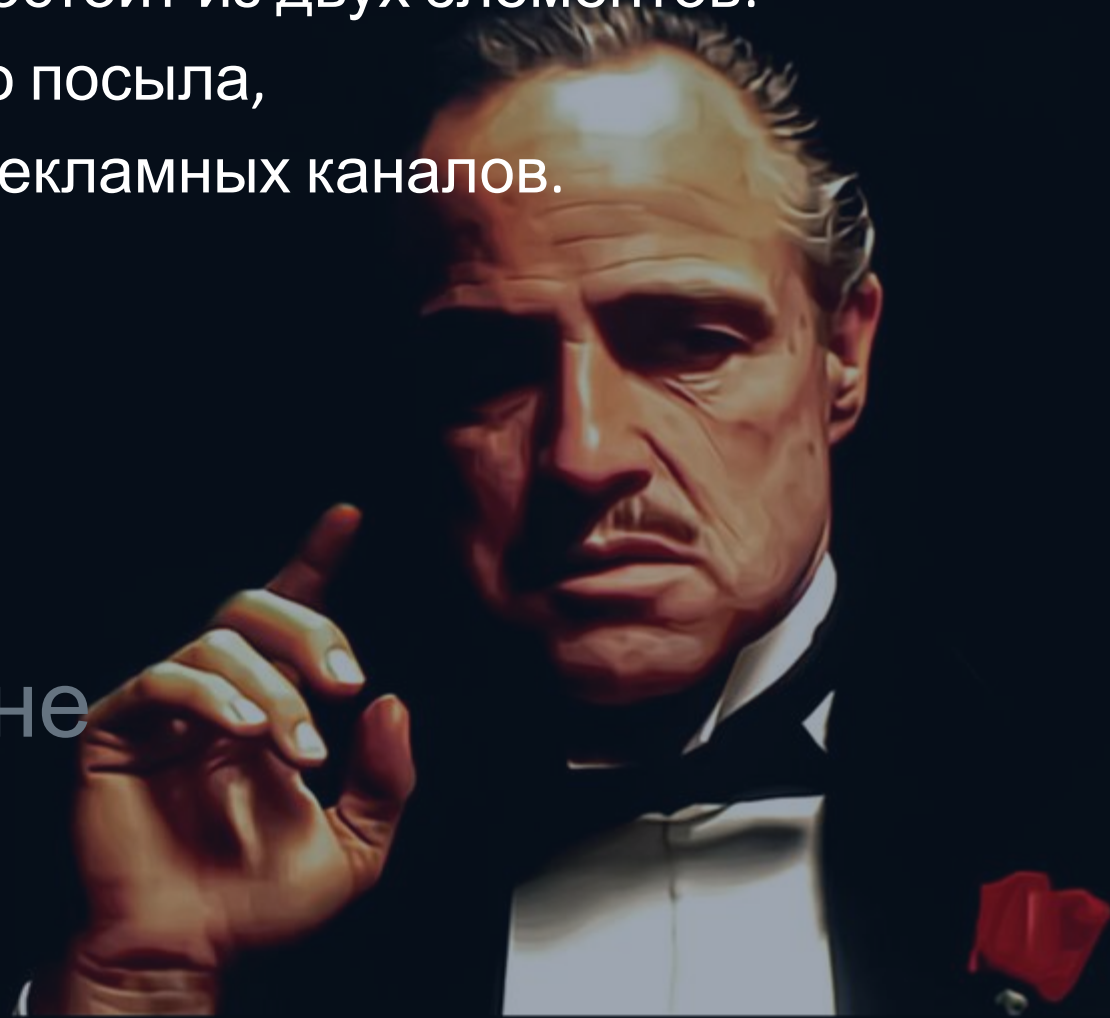
Подготовка к рекламе:
строим стратегию

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.

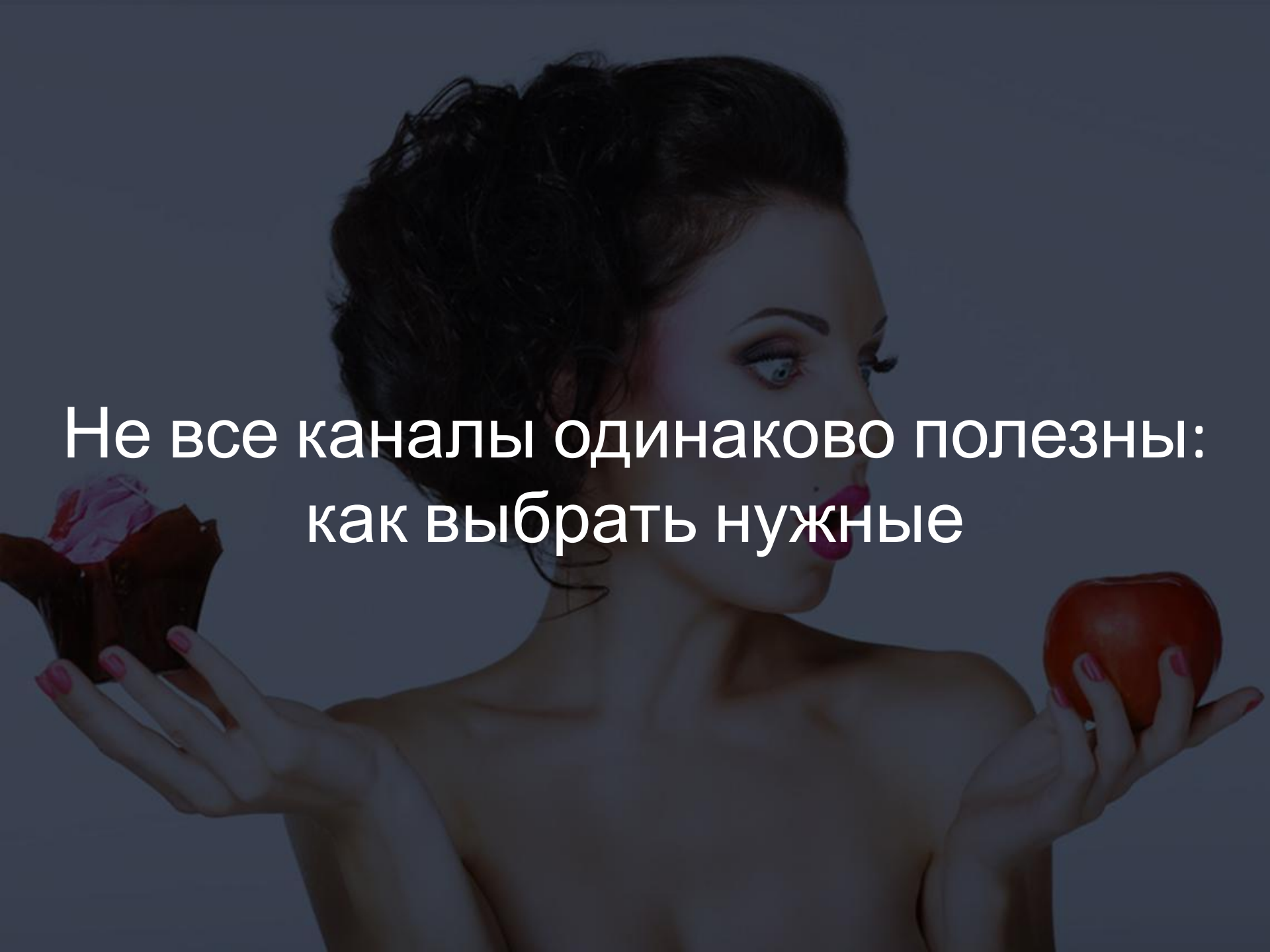
Типы таргетинга:

- 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!

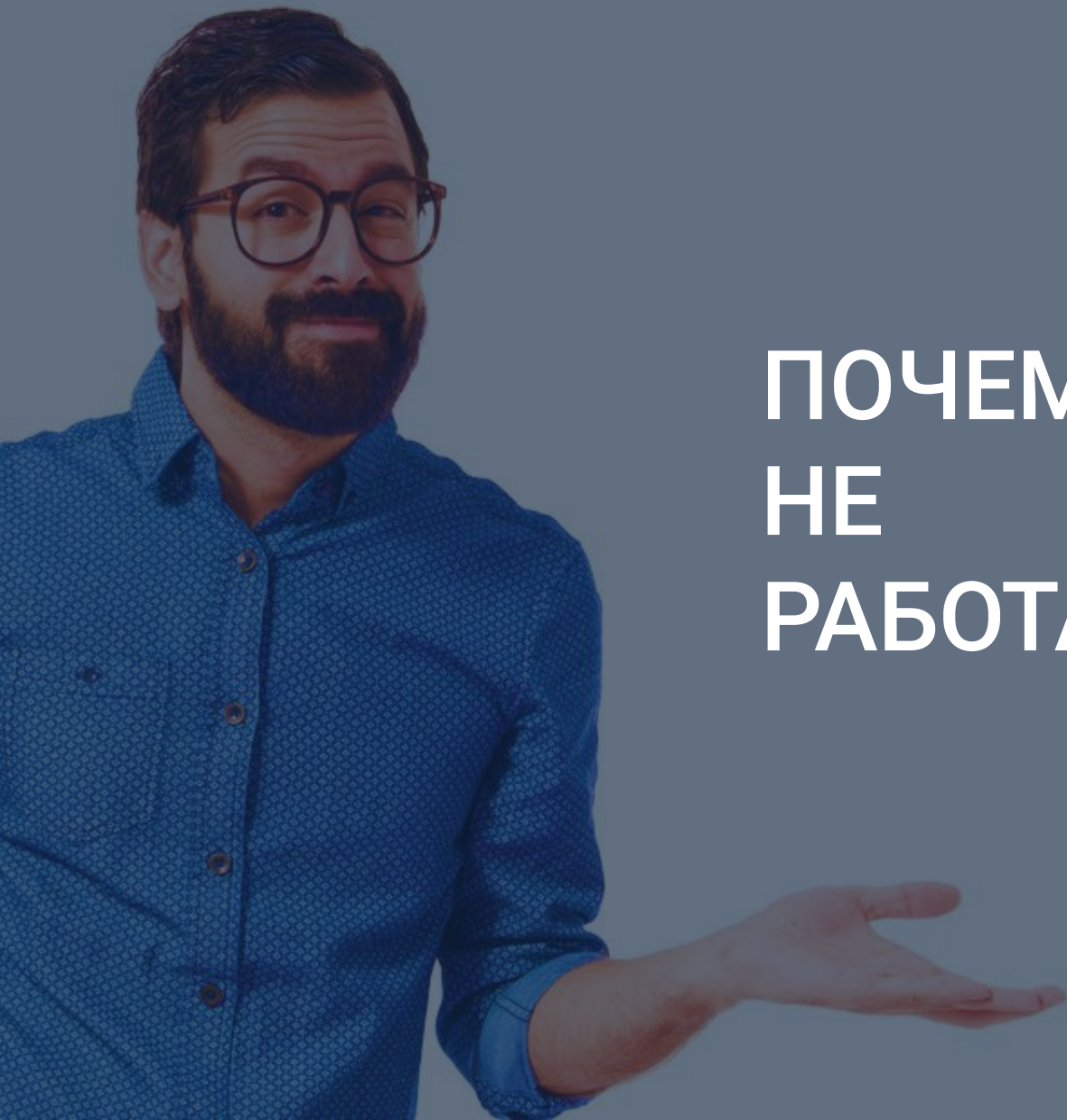
«Если вы один раз продали человеку продукт, второй раз вам не придётся делать это заново»

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 image is dimly lit, with a dark blue-grey background. The text is overlaid in the center in a white, sans-serif font.

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



Чем привлечь внимание, какую рекламу размещать

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



Где размещать рекламу



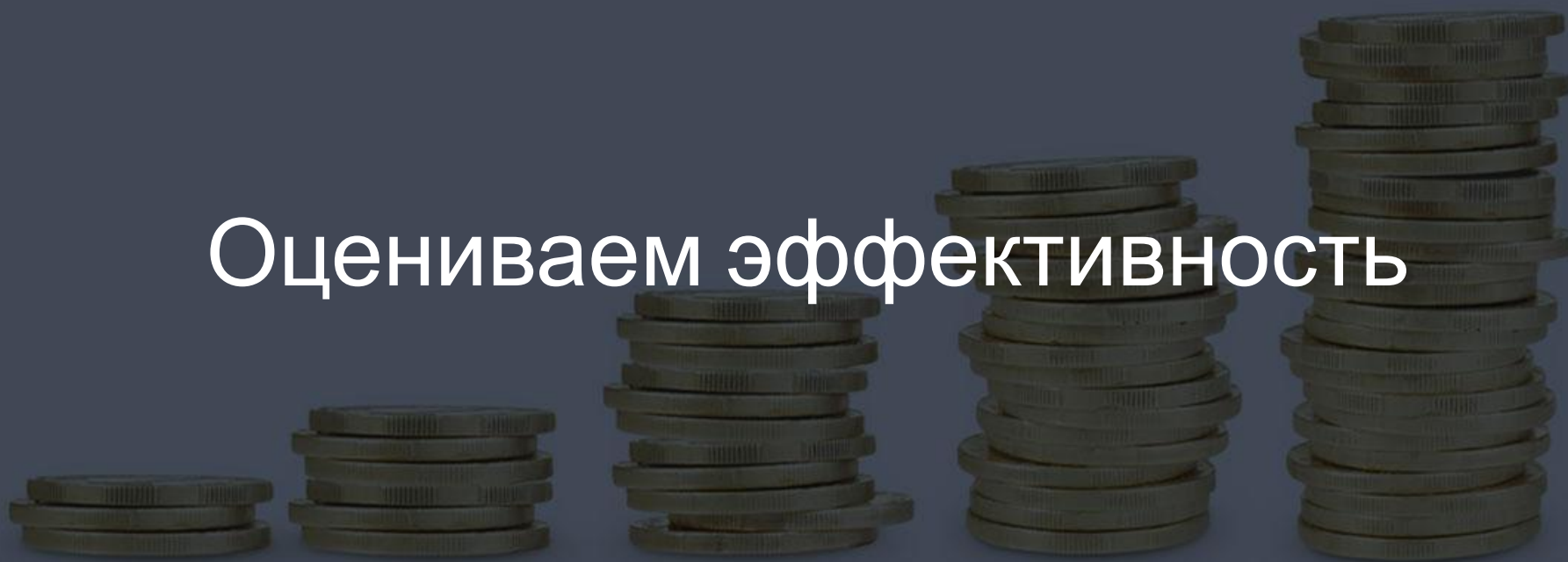
Мы знаем, кто ищет товар

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



Будут ли посетители следовать вашему сценарию?

Оцениваем эффективность

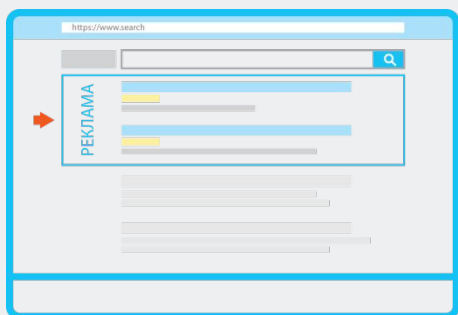


Оценка эффективности рекламы

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

Модели атрибуции

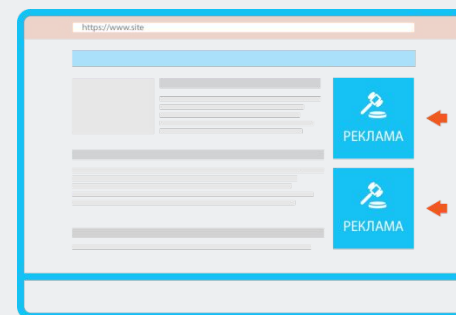
Last Click — последняя рюмка



КОНТЕК
ОП СТО

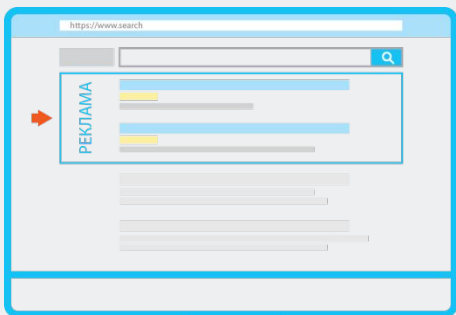


SEO
ОП СРО



МЕДИЙК
10P А
СРО

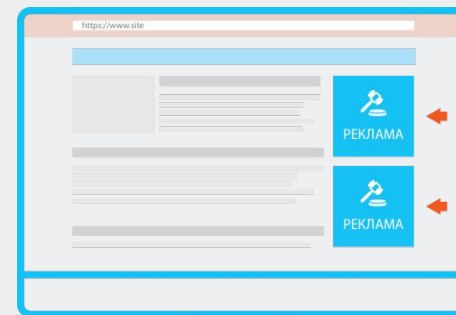
Модели атрибуции Customer Journey



КОНТЕК
4₽ ^{CT} CPO



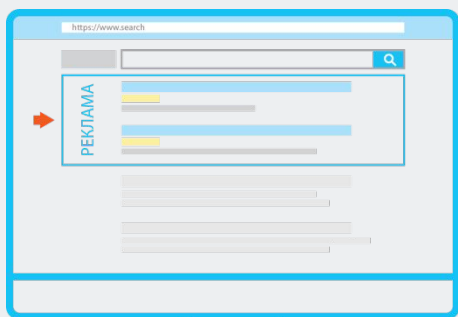
SEO
\$2₽ CPO



МЕДИЙК
4₽ ^A CPO

10₽ CPO

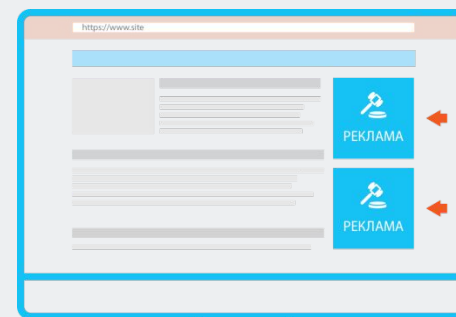
Модели атрибуции гибрид



КОНТЕК
3₽ CPO



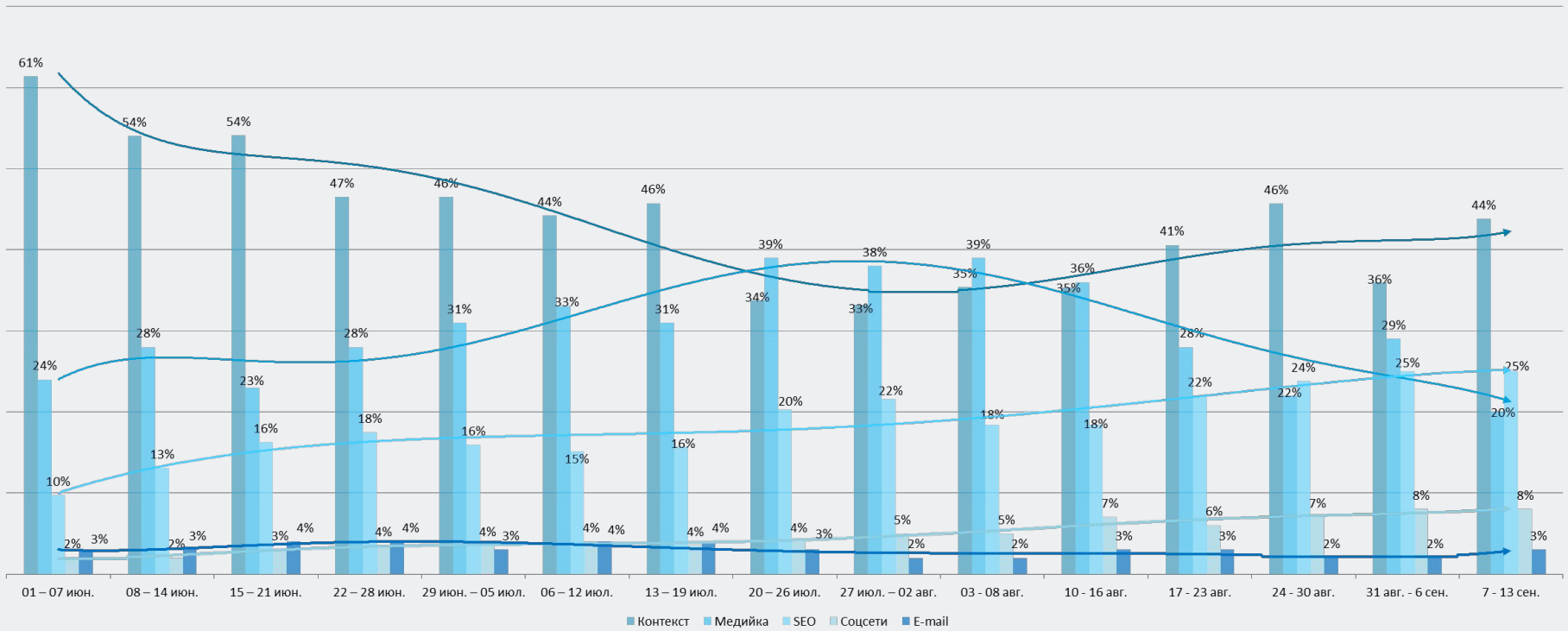
SEO
\$2₽ CPO



МЕДИЙК
7₽ CPO

10₽ CPO

Распределяем бюджет на работающую рекламу

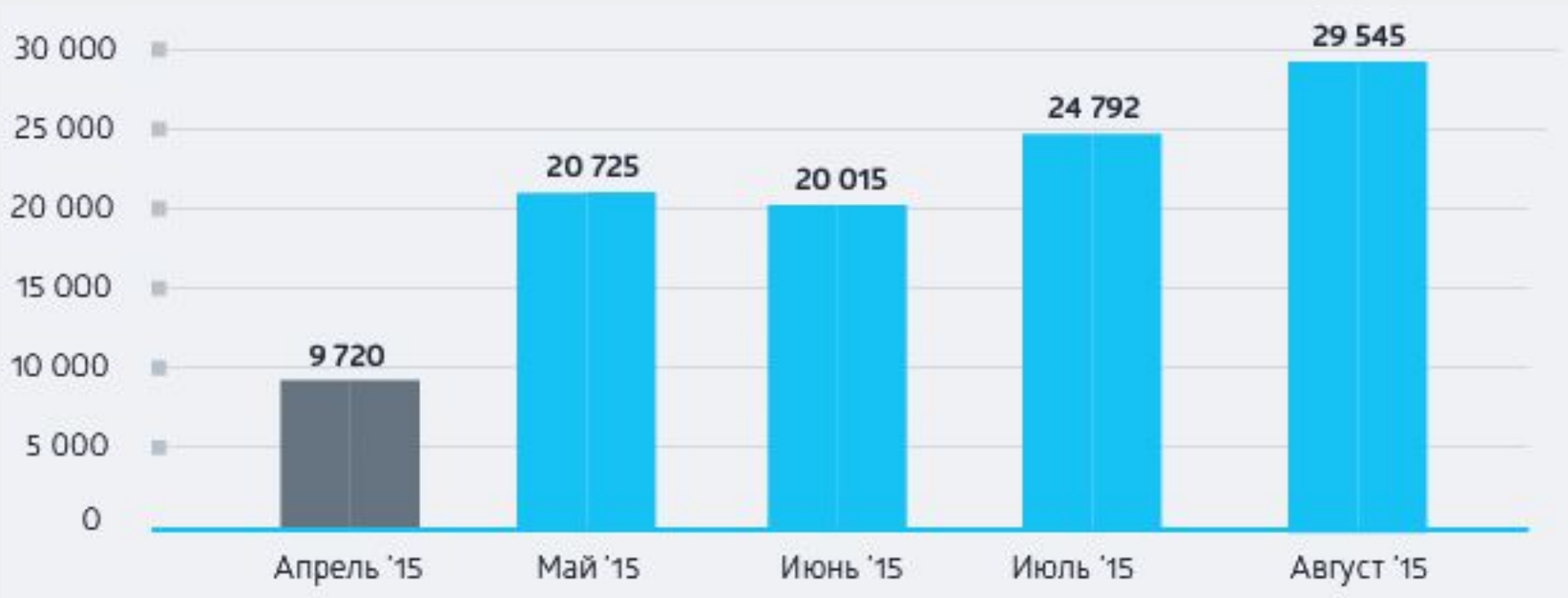


A woman is shown from the waist up, wearing a black sports bra and black shorts. She is holding a blue measuring tape around her waist. The tape has white numbers on it. The background is a solid dark grey color. The text "Оцениваем результат" is overlaid in the center of the image in a white, sans-serif font.

Оцениваем результат

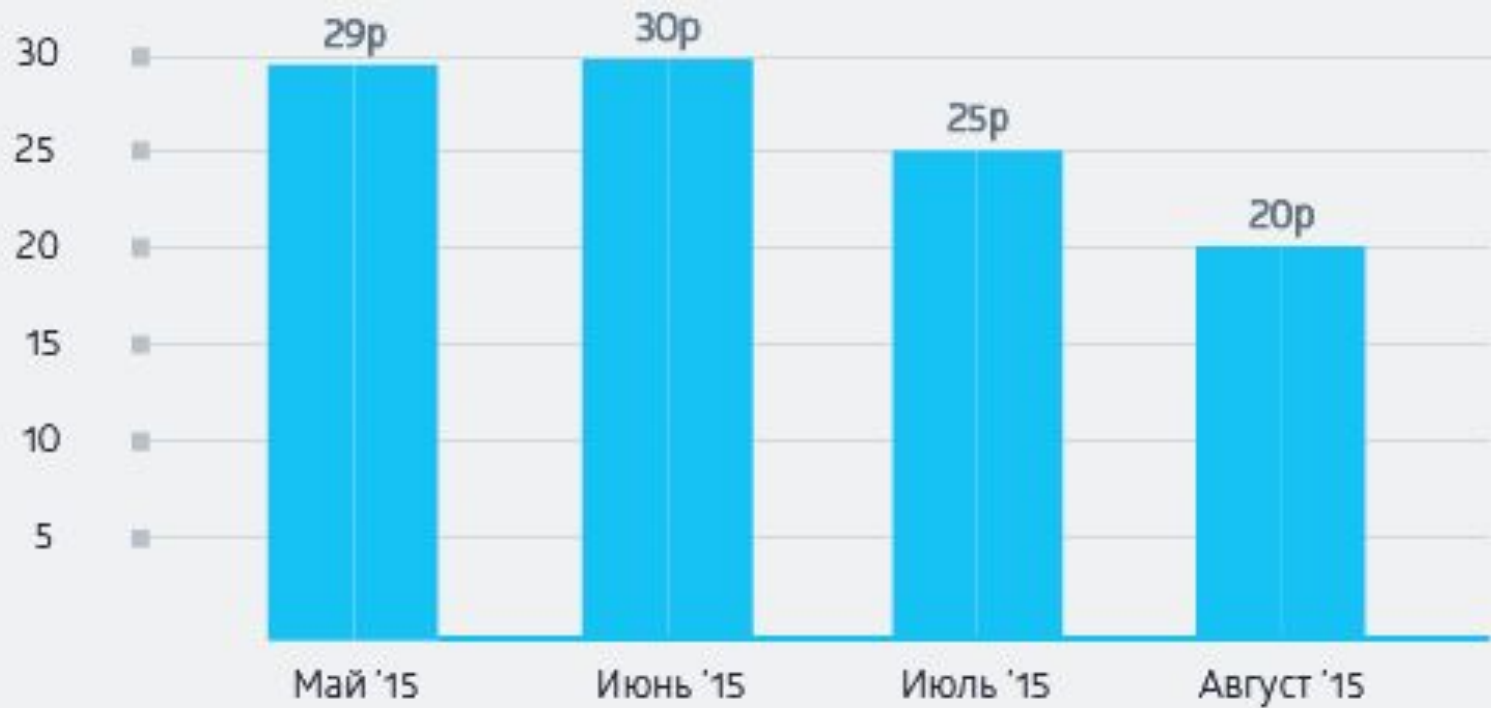
Посещаемость сайта

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



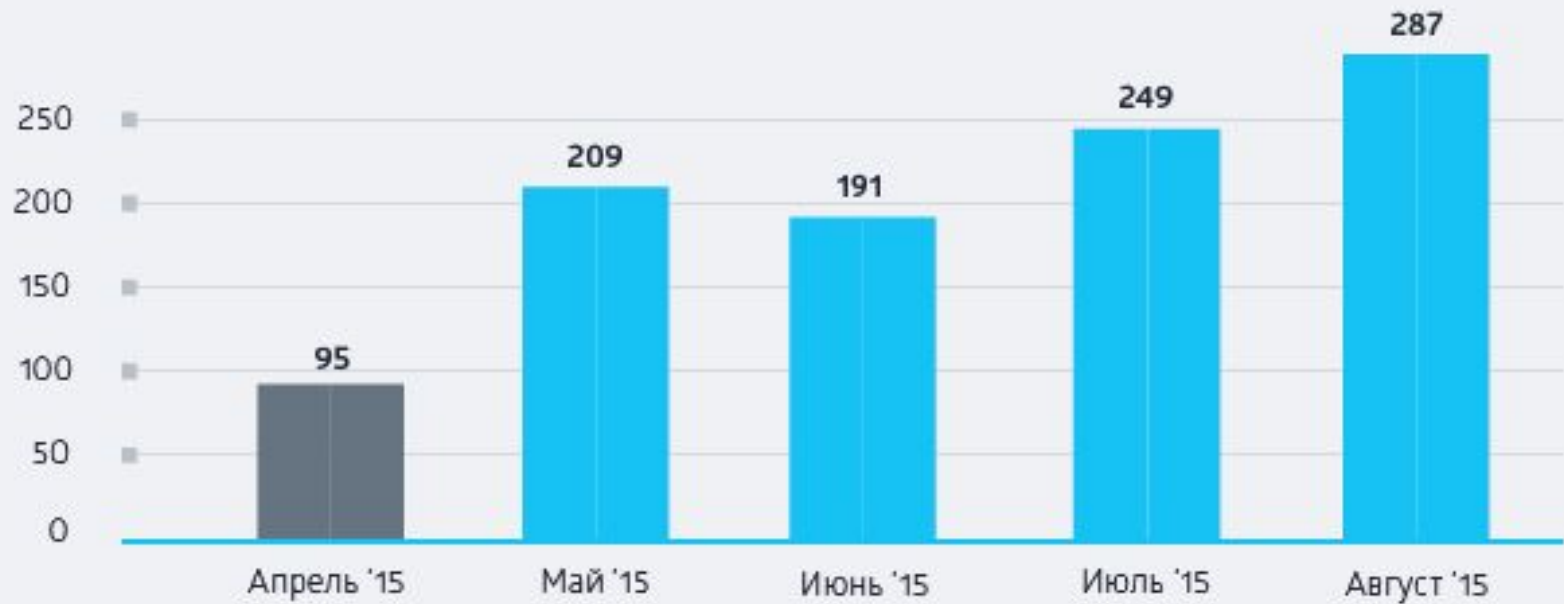
Стоимость перехода

Снижение стоимости перехода **после** запуска РК

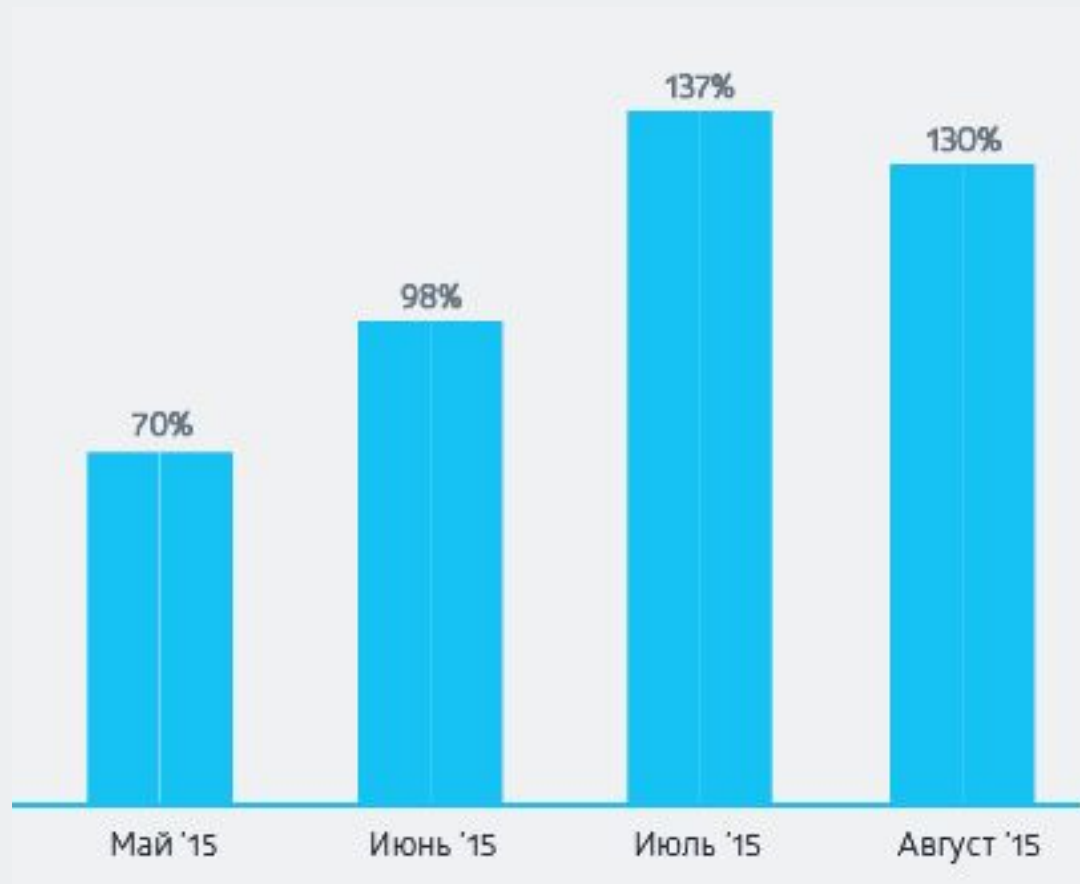


Заказы с сайта

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



ROI **после** запуска РК





Вопросы

?

aleksandr.grigoryev@ingate.ru

www.facebook.com/alexgr.tula

 Cubo