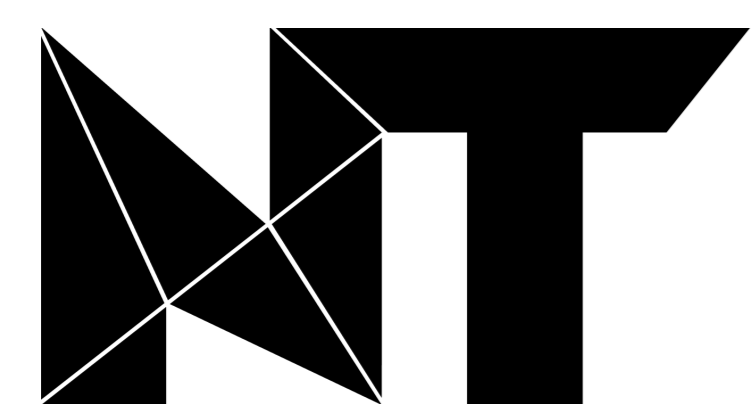
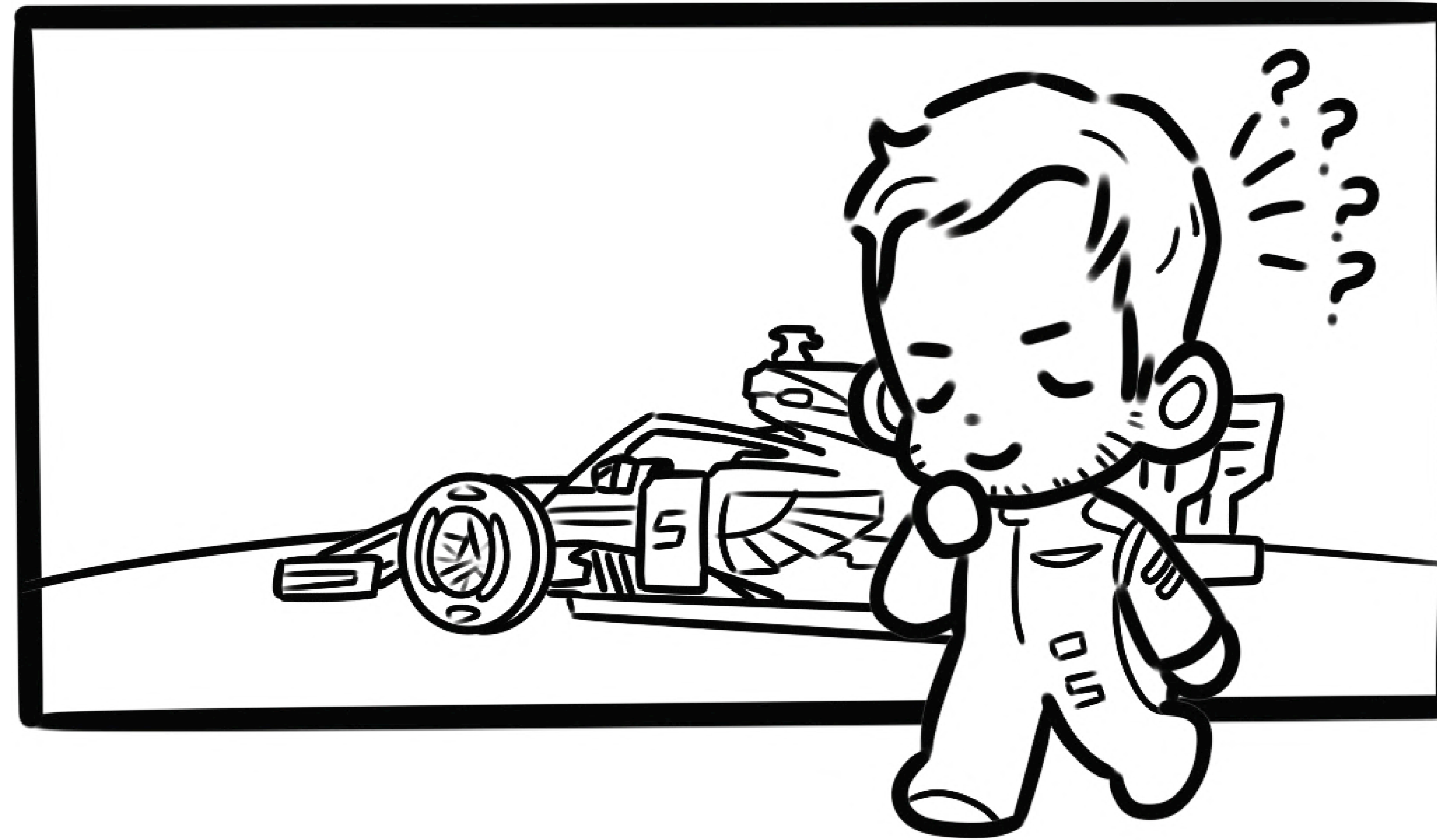


# КАРМАННАЯ МЕДИАСТРАТЕГИЯ

АНАЛИЗИРУЙ, ПОТОМ ЗАПУСКАЙ

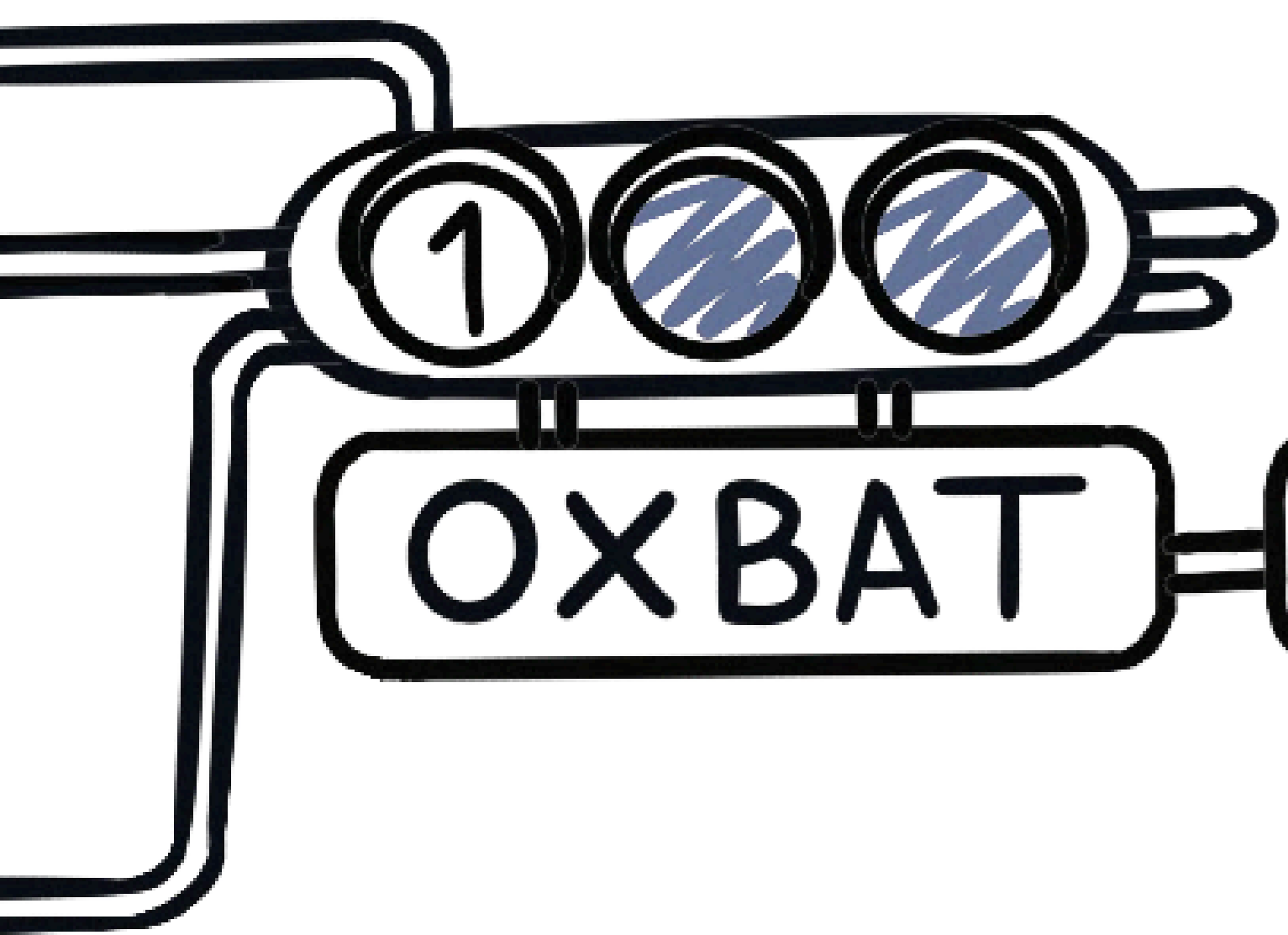




## Кажется, пришло время анализировать

В этом мануале вы найдете базовые принципы digital-стратегии, которая основывается на воронке продаж. Она состоит из популярных рекламных форматов, KPI, метрик, а также некоторых дополнительных инструментов, которые мы используем для решения задач наших клиентов. Следуйте нашим рекомендациям и вы сможете прыгнуть на пару шагов вперед на сложном пути эффективного digital-продвижения.

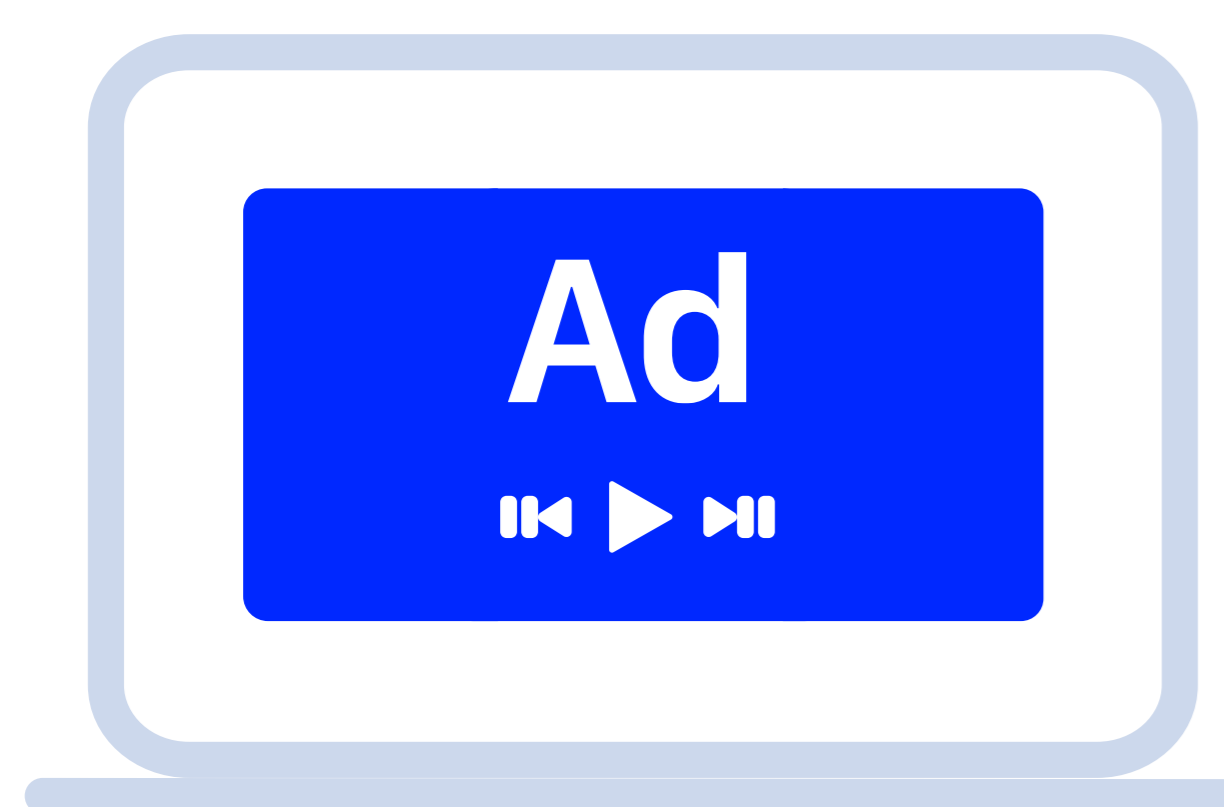




ОХВАТ

· РАССКАЗЫВАЕМ О СЕБЕ ·

## In-stream Video



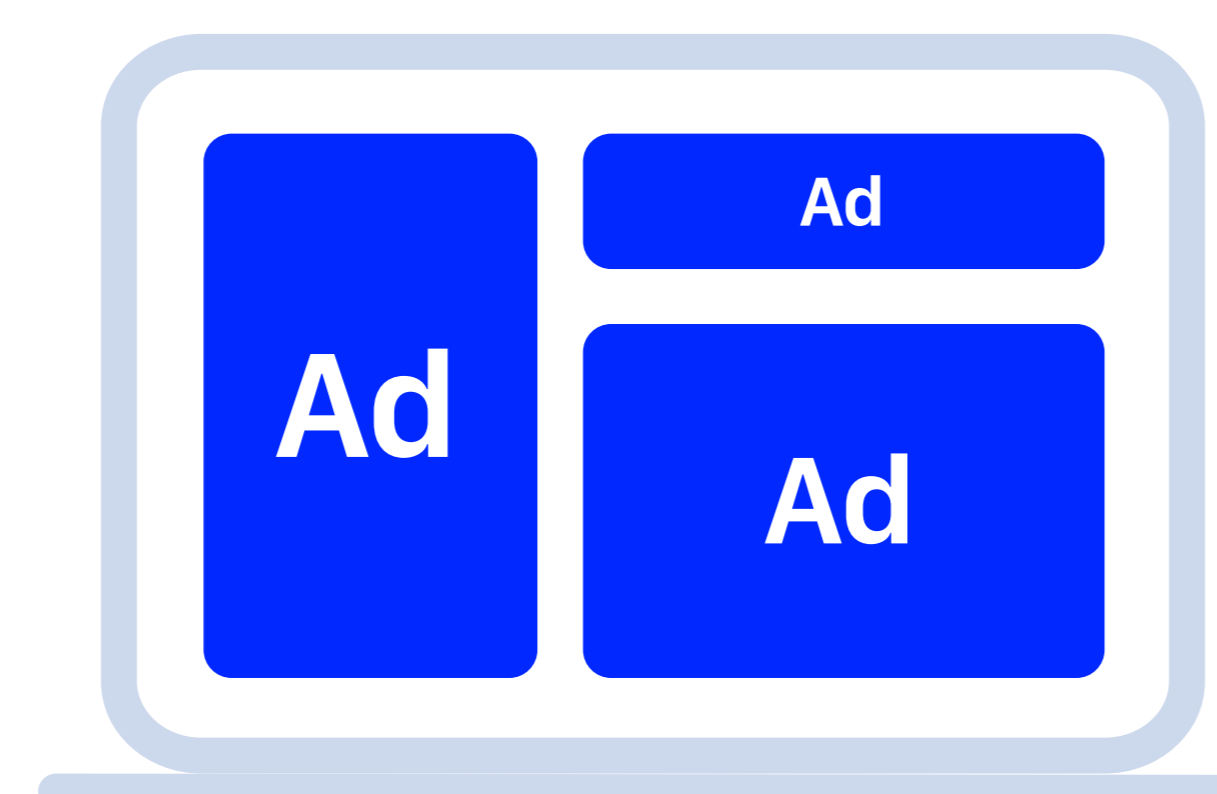
1000 \$ CPM

CPV

### Места размещения

Видеохостинги, партнерские сайты, сайты телеканалов, онлайн-кинотеатры, социальных сети, mobile web/in-app

## Баннеры



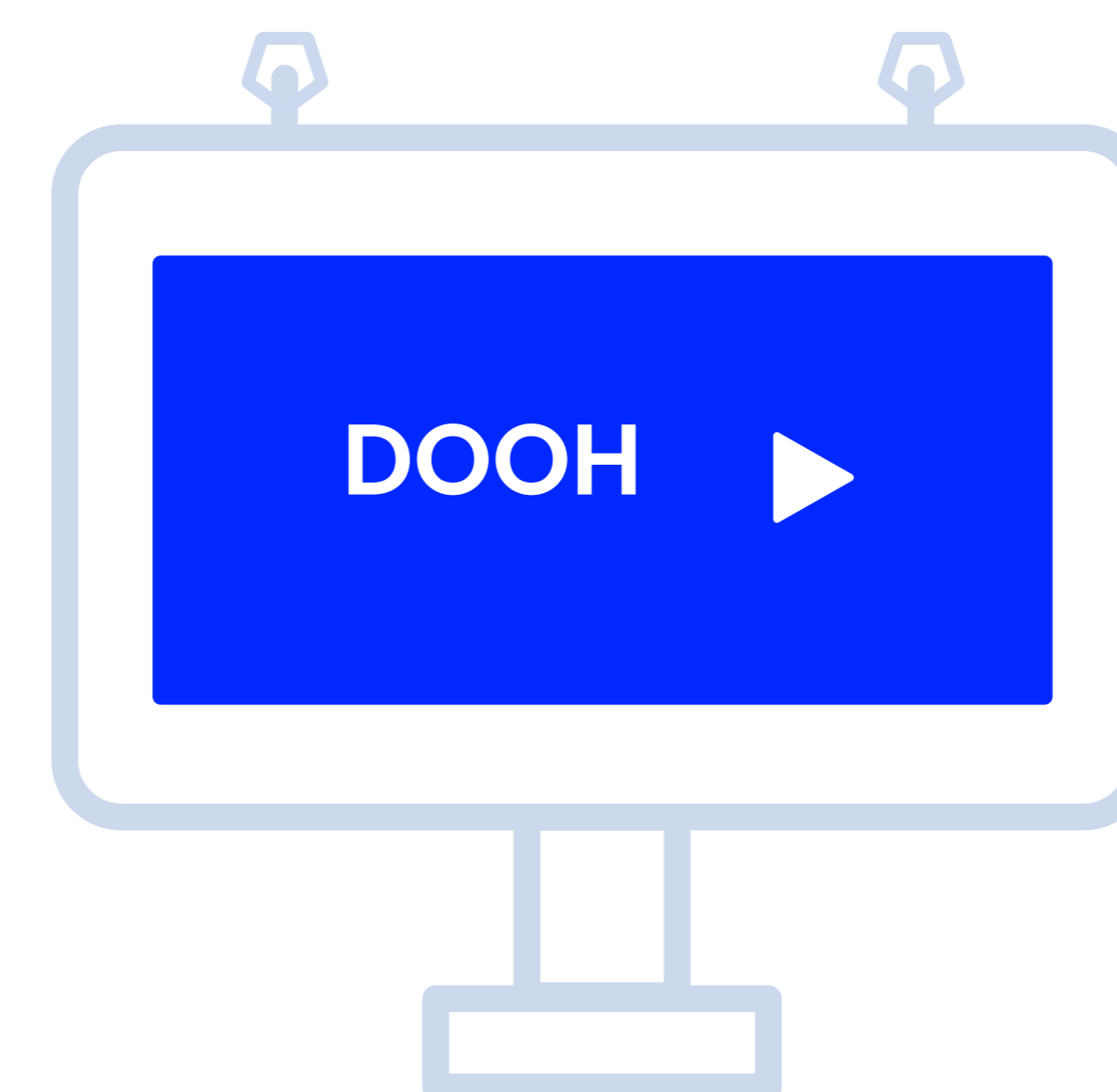
1000 \$ CPM

CPC

### Места размещения

Площадки рекламных сетей, mobile web/in-app

## DOOH

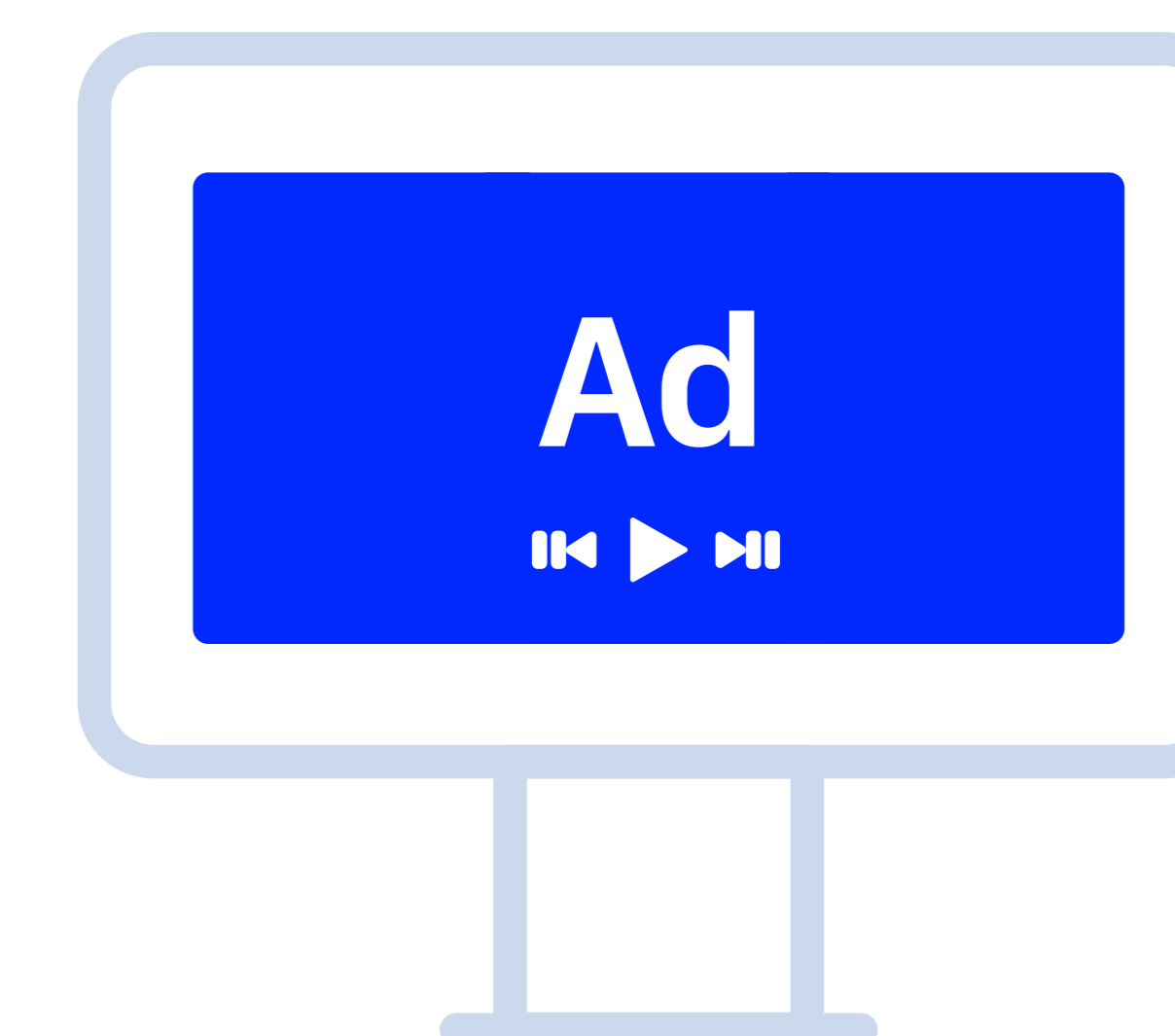


CPS

### Места размещения

Билборды, суперсайты, медиафасады

## CTV



1000 \$ CPM

### Места размещения

SmartTV, Set-Top-Box, игровые консоли

## Key Performance Indicators



Охват



Рекламные показы



% просмотра для видео



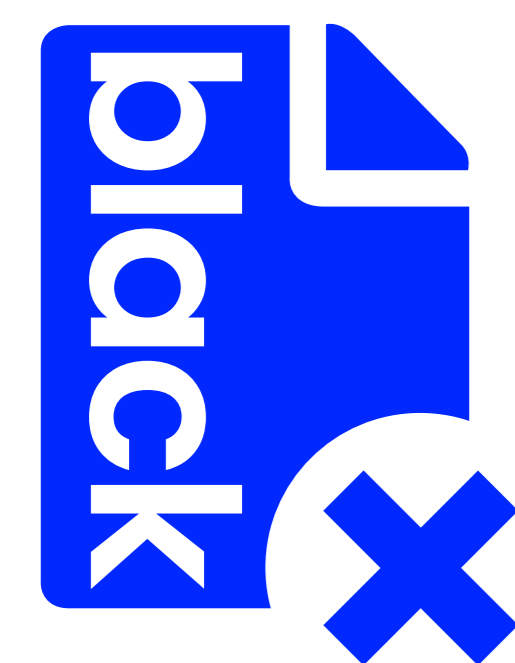
Post-view



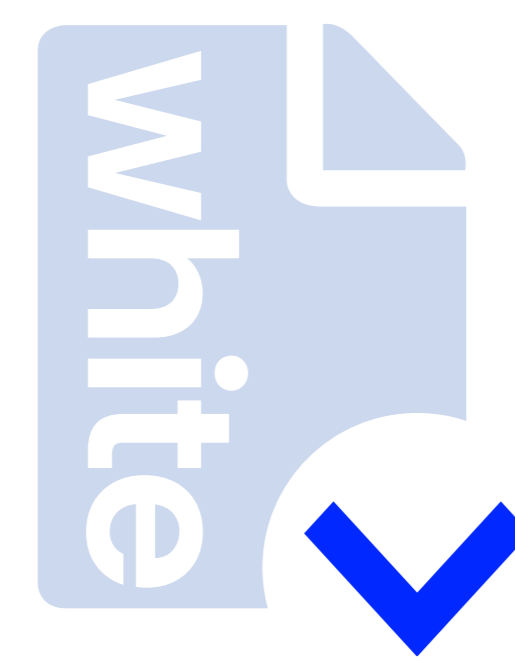
Brand Lift

## Контроль Brand Safety

Нерелевантное контент-окружение может стать угрозой репутационной безопасности бренда. Используйте один из существующих методов фильтрации опасных площадок:



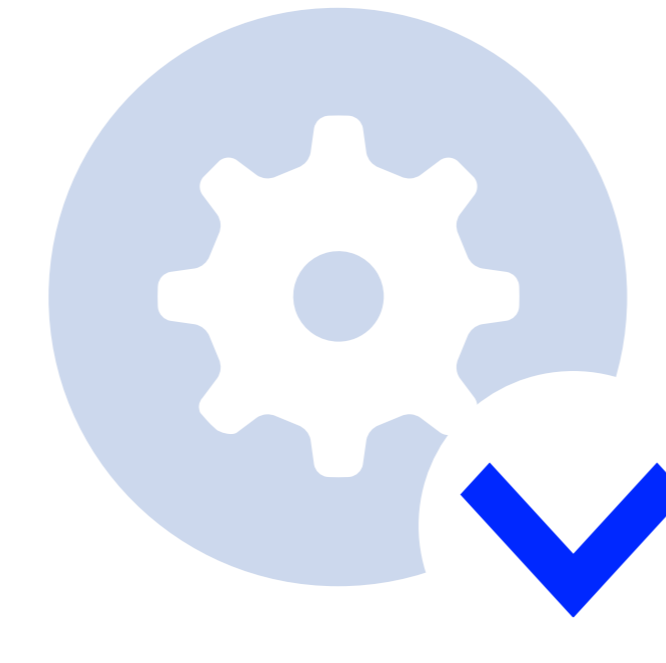
Black List



White List



Negative Key Words List



Трекинг BS сторонними верификаторами

## Нестандартные креативы

Используйте нестандартные форматы рекламы, чтобы выделиться среди информационного шума, преодолеть баннерную слепоту и зацепить внимание целевой аудитории.

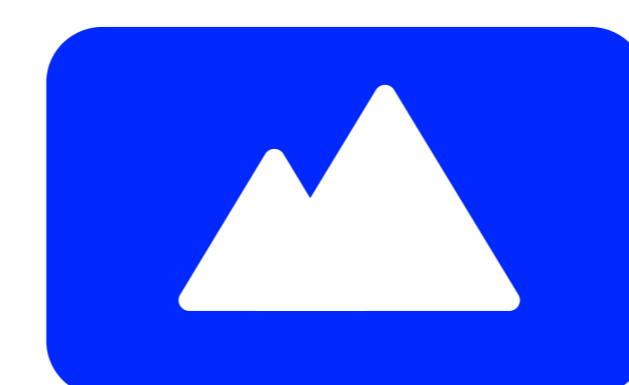
## Brand Lift исследование

Измерить эффективность брендовой рекламной кампании поможет Brand Lift исследование. Оно проводится в формате интерактивных опросов в 2 этапа: перед началом рекламной кампании и после нее.



**51%**

Пользователей предпочитают видеорекламу



**44%**

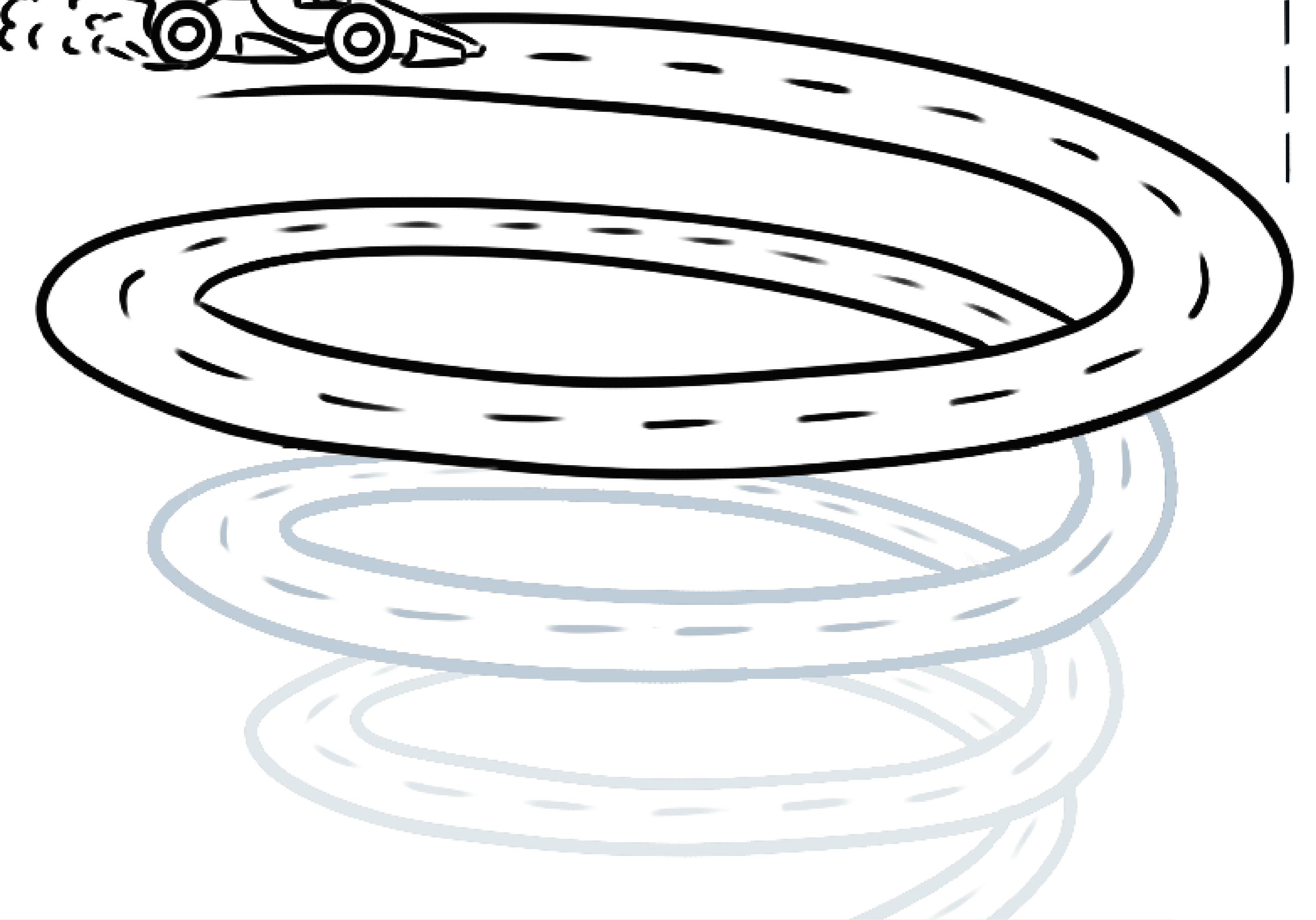
Пользователей привлекают текст и изображение в рекламе

# AWARENESS

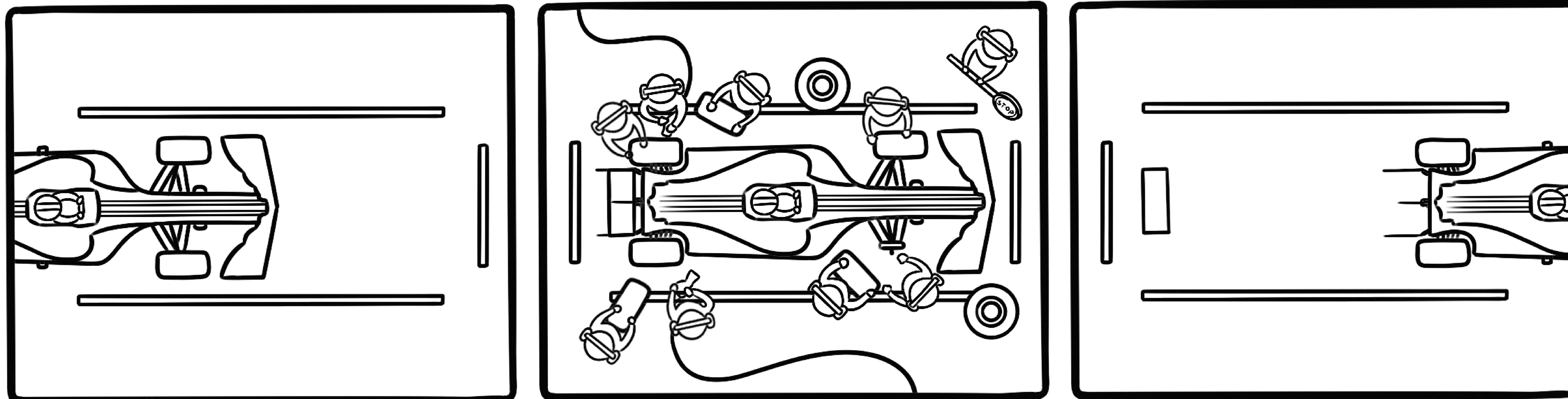
Верх воронки



УЗНАВАЕМОСТЬ БРЕНДА И ОХВАТ



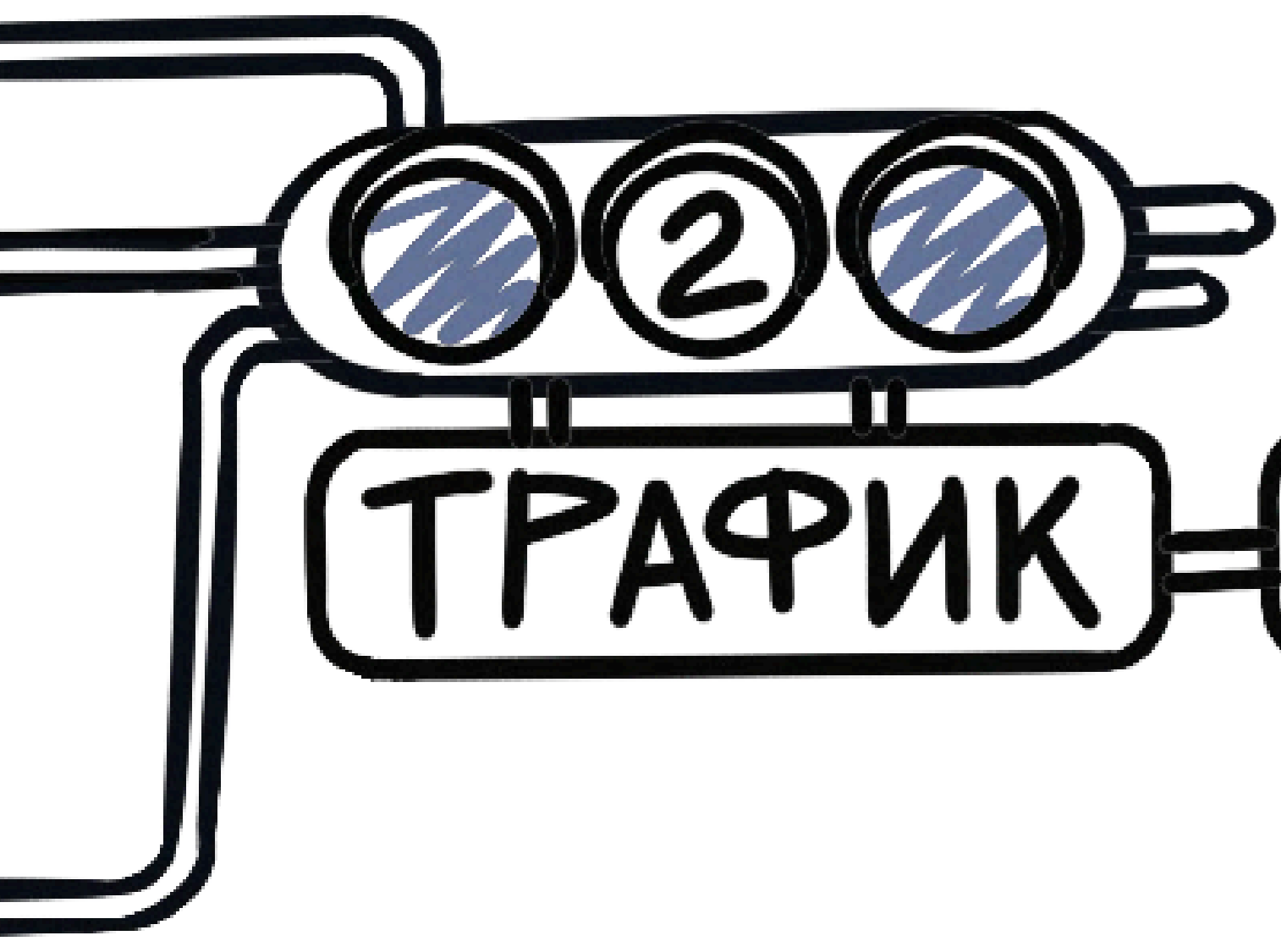




В рекламных кампаниях важно вовремя менять креативы и обеспечивать ненавязчивое взаимодействие с пользователем.

**Технология VAST** позволяет менять креативы в любой момент и **«бесшовно»** взаимодействовать с аудиторией — основной видеоконтент приостанавливается для воспроизведения рекламы, а после нее продолжается с нужного пользователю места. Креатив воспроизводится на любом видеопроигрывателе от YouTube, сайта до SmartTV устройств, позволяя расширять охват рекламной кампании.





ТРАФИК

· ВЫЗЫВАЕМ ИНТЕРЕС ·

## Out-stream Video



CPV

CPM

### Места размещения

Видеохостинги, партнерские сайты, сайты телеканалов, онлайн-кинотеатры, социальных сети, mobile web/in-app

## Нативная реклама



CPC

CPM

### Места размещения

Площадки рекламных сетей, социальные сети в десктопной версии, mobile web/in-app



Охват



Визиты на сайт



% новых пользователей



CTR



Post-click конверсии



Среднее время на сайте

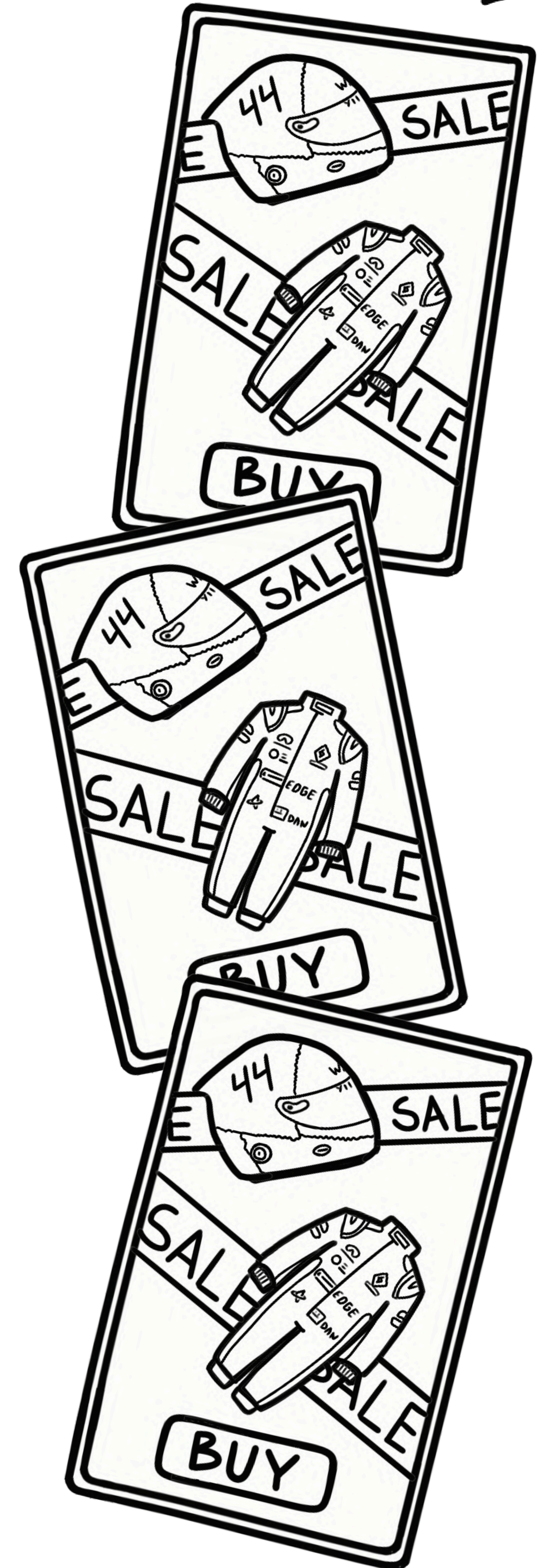


Показатель отказов



Глубина просмотра

БАННЕРЫ





# A/B тестирование креативов

Для теста не нужны абсолютно разные образцы креативов, могут отличаться какие-то детали: заголовок/ СТА/ месторасположение лого.

Обязательно тестируйте элементы по одному, иначе вы не сможете определить, какой именно из них вызывает изменения в поведении аудитории.

Опирайтесь на данные, собранные за период не менее четырех недель, прежде чем решить, какие из изменений улучшают целевой показатель.

Нативную рекламу видят **На 53%** чаще баннеров

## Artificial Intelligence & Machine Learning

**С помощью AI & ML алгоритмов** можно анализировать данные по каждому рекламному показу в режиме реального времени, что позволяет:

- Определять какие креативы и форматы будут наиболее эффективны для конкретных пользователей;
- Привлекать пользователей, которые имеют больший потенциал для конверсии;
- Оптимизировать затраты на рекламу и максимизировать результаты.



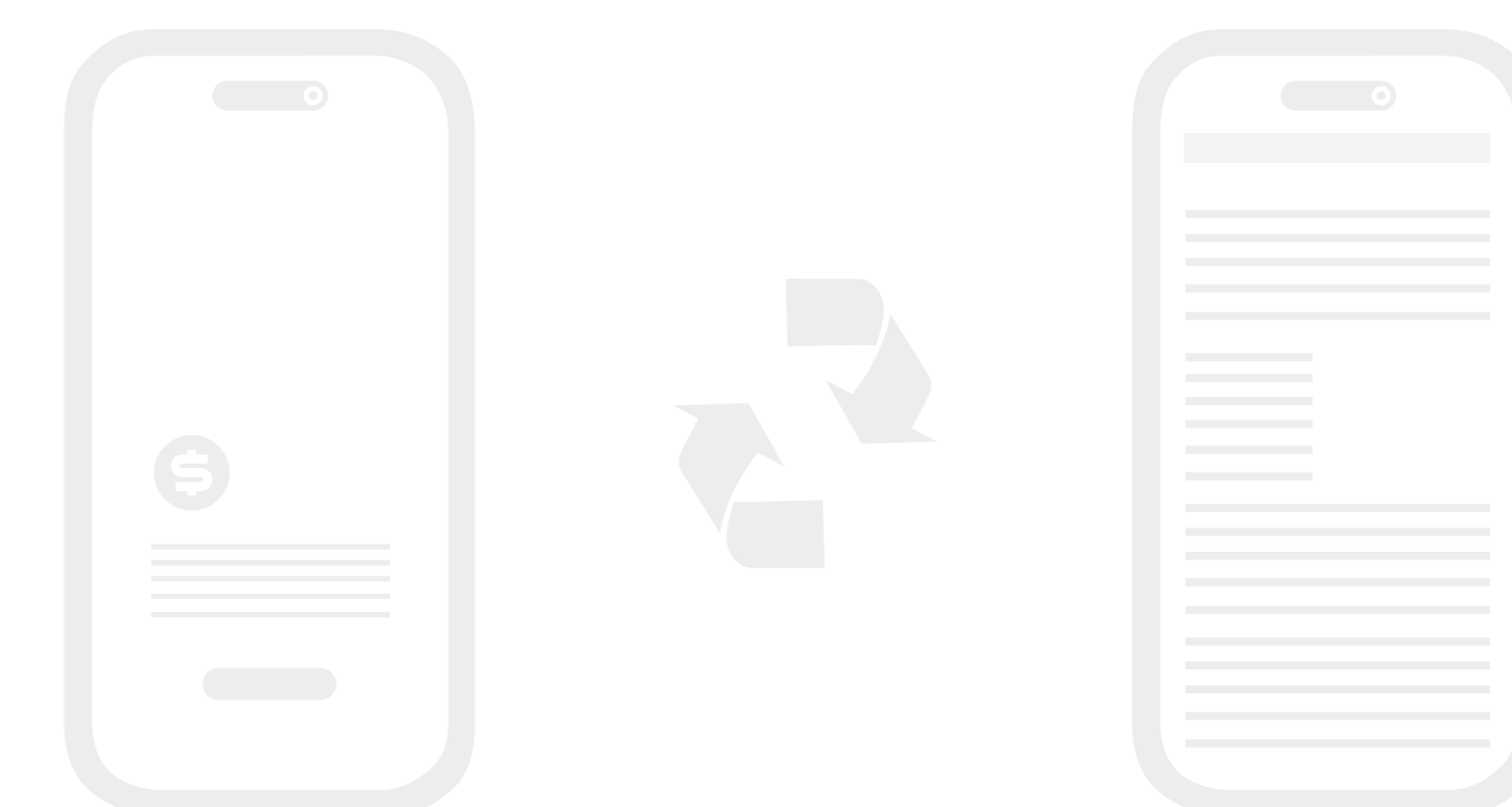


КОНВЕРСИЯ

• ВЫЗЫВАЕМ ЖЕЛАНИЕ КУПИТЬ •

Поэтому важно не только привлекать новых клиентов, но и укреплять отношения с существующими. Мы рекомендуем тщательно вести CRM-базу, ее можно будет использовать в programmatic-кампании, чтобы напомнить о себе “старым” клиентам. Например, предложить скидку на новый заказ с помощью таргетинга по данным CRM и баннера.

## Смарт-баннеры, ремаркетинг



CPC

### Места размещения

Площадки рекламных сетей, социальные сети в десктопной версии, mobile web/in-app



Коэффициент конверсии

Достижение целей



Стоимость конверсии



ER (лайки, репосты, комментарии и пр.)



Ассоциированные конверсии



Last-click конверсии

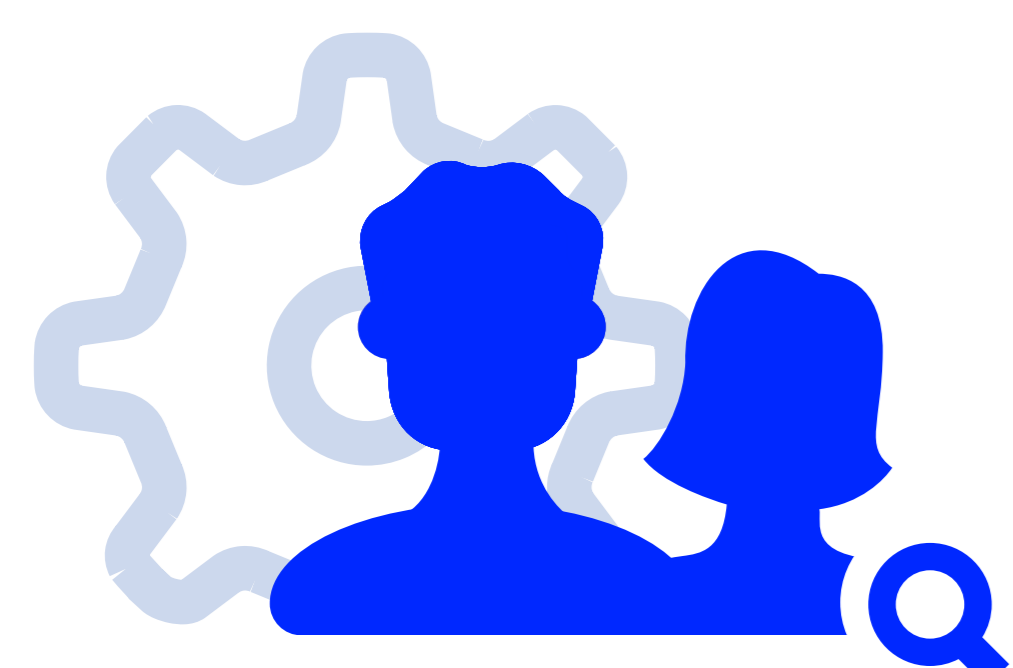
ROI





## Look-alike таргетинг

Попробуйте показать рекламу аудитории, которая похожа своим поведением на тех, кто уже заходил на веб-сайт и совершил какое-либо целевое действие.

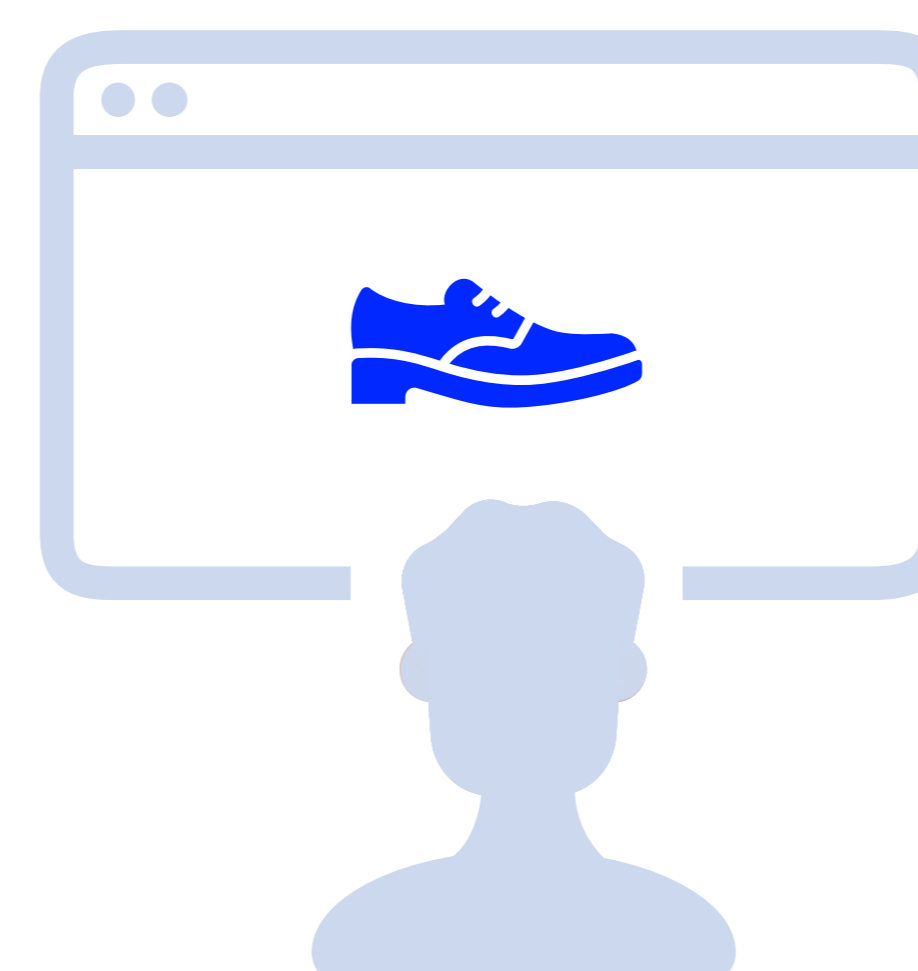


## Предиктивный таргетинг

Показывайте рекламное объявление наиболее перспективной аудитории для вашего бизнеса. Programmatic использует алгоритмы машинного обучения, чтобы предсказать какие пользователи склонны к конверсии и показать им рекламу.

## Data-driven креативы

Programmatic практически не ограничен в возможностях персонализации рекламного сообщения, поэтому при планирование комплексной рекламной кампании стоит разрабатывать креативы под определенные сегменты аудитории.



45 лет



26 лет



19 лет



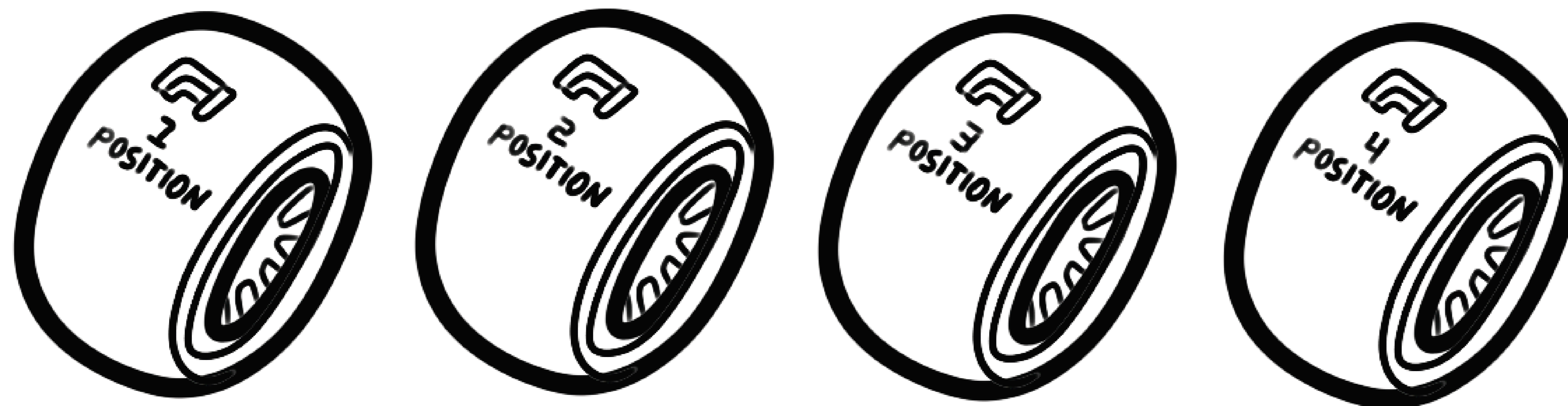
# Custom Audience Segments

Готовые сегменты не могут работать одинаково хорошо для всех рекламных кампаний, так как у каждого рекламодателя, даже из одной отрасли, есть свои отличительные черты, которые стоит учитывать при разработке медиастратегии.

Под каждую рекламную кампанию стоит подбирать **индивидуальные сегменты** и подсегменты аудитории, это касается **всех этапов воронки продаж**.

**Преимуществом будет наличие у programmatic-платформы собственной DMP:**

в этом случае она может самостоятельно верифицировать данные от внешних источников и составлять аудиторные сегменты индивидуально под конкретного рекламодателя, комбинировать сегменты между собой, изменять и тестировать их в ходе рекламной кампании для достижения максимальной эффективности.



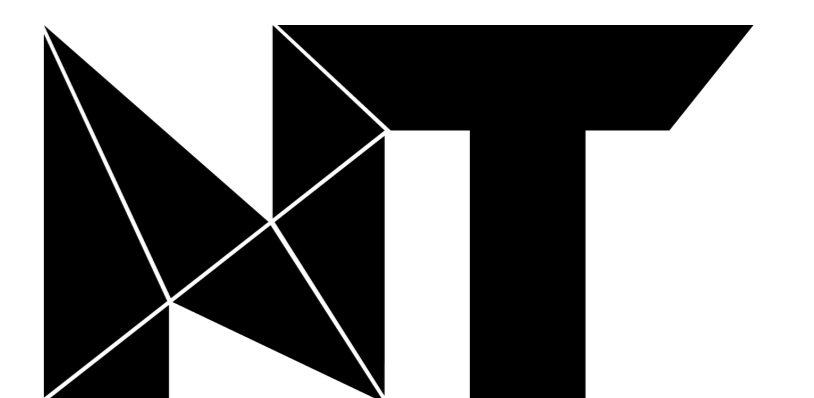
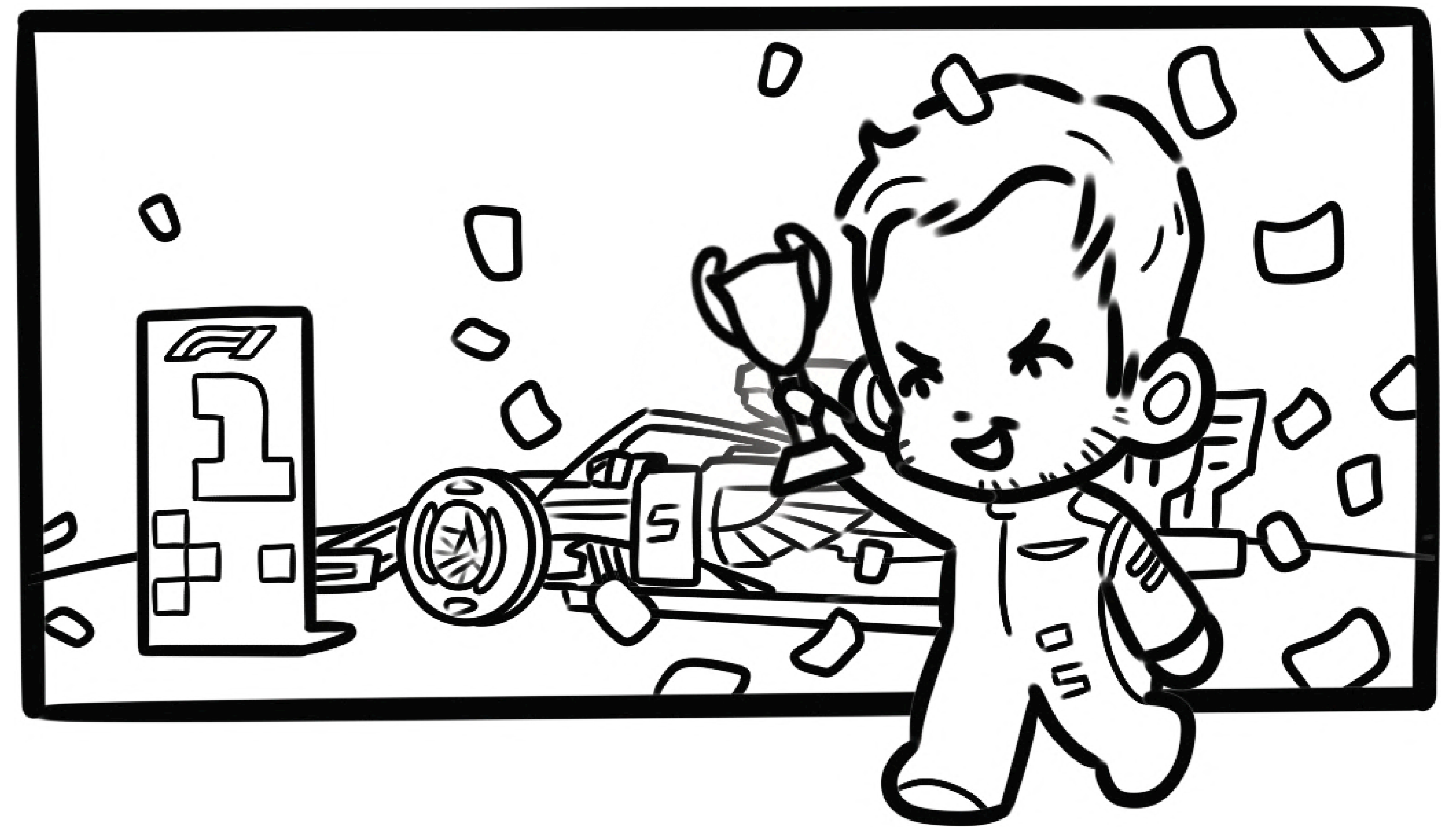


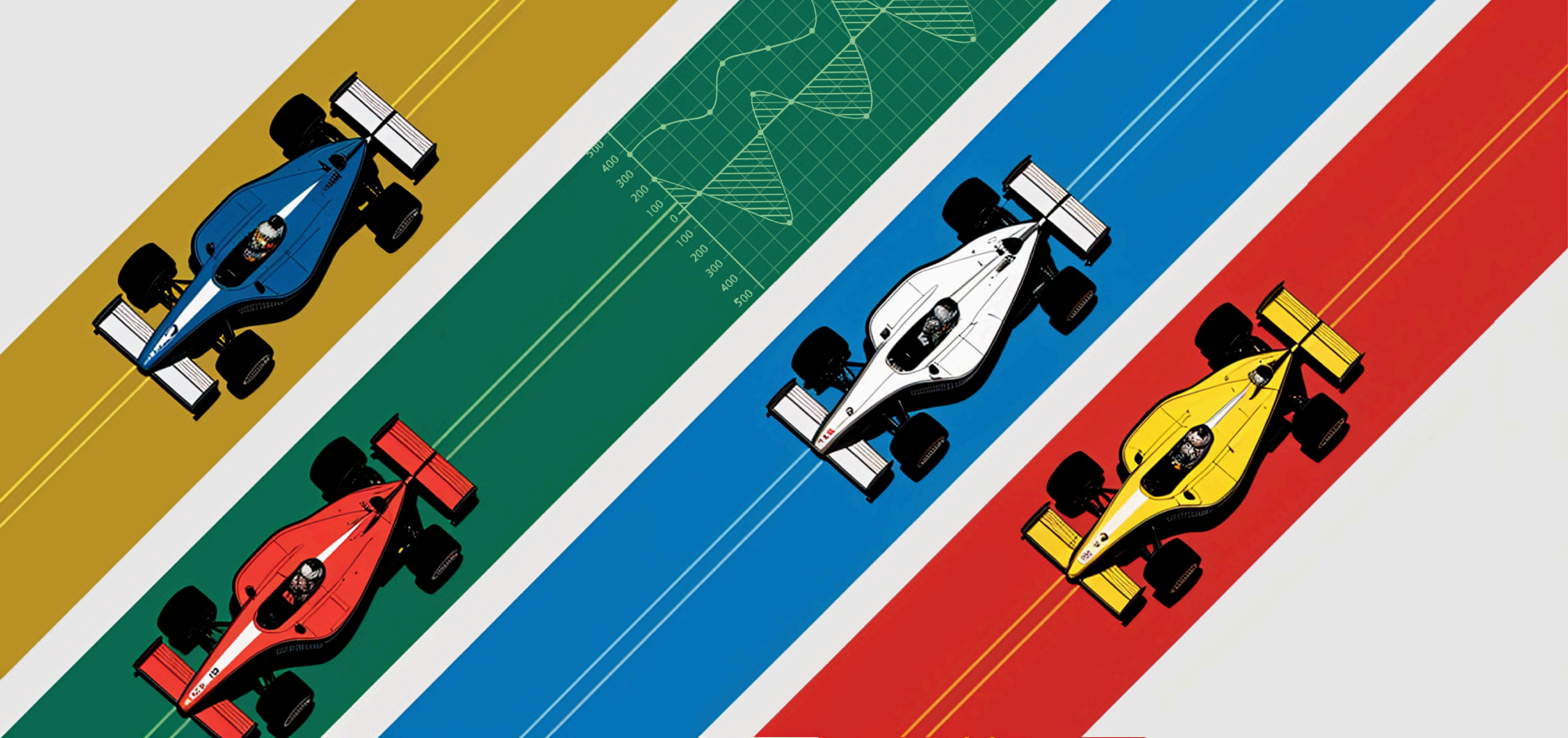
# Хотите узнать больше?

Свяжитесь с нами для получения более подробной информации

**+7 (495) 240-84-68**

**info@nt.technology**  
**nt.technology**





**NT**