



DIGITAL СТРАТЕГИЯ

Постоянная оптимизация маркетинг микса
в стремительно меняющемся digital пространстве

Как мы привыкли работать

Проверенные инструменты

70%

Новые для рынка инструменты

20%

Инновационные инструменты

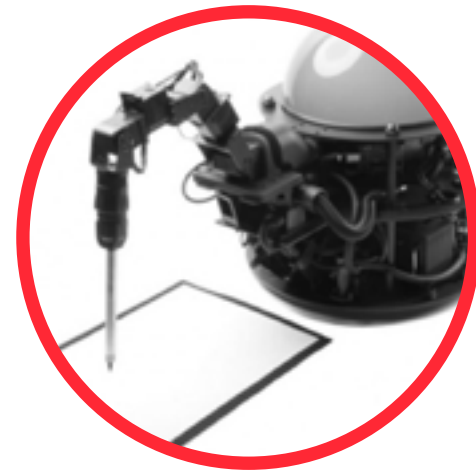
10%

Тем временем, в 2016

Resource: statisticbrain.com, rusbase.com, livescience.com



Интервал внимания потребителей — 8 секунд



McSann наняли бота AI-CD в свой японский офис на должность креативного директора



Pornhub запустил раздел для VR-порно



Первый пассажирский дрон Ehang 184 тестируют в Неваде



Kivee разработали бутылку, которая позволяет хранить открытое вино до 30 дней

Думаете, в таком мире можно использовать ту же стратегию, что и полгода назад?



50/50

Постоянная оптимизация и внедрение инноваций —
единственный путь к ~~процветанию~~ выживанию в digital

Новый подход — Конкуренты

Сейчас

Раньше

Анализ прошлой
коммуникации

Вчера

Сегодня

Завтра

Новый подход — ЦА

Раньше

- Портрет
- Ключевые потребности
- Покупательское поведение
- Типичный день

Сейчас

Тренды

Герои

Технологии

Контент

Новый подход — Инсайты

Сейчас

Раньше

- Потребительский инсайт

Потребительский
инсайт

Digital
инсайт

Новый подход — Аналитика

Раньше

- Ежемесячные отчеты, составляемые вручную
- Яндекс.Метрика и Google Analytics
- Отслеживание сеансов, разделение на mobile и desktop
- Статистика каждого отдельного ресурса
- Демография пользователей

Сейчас

Полный портрет каждого уникального пользователя

Интегрированные системы (Analytics 360 Suite)

Автоматизированные ежедневные дэшборды

Отслеживание всей активности пользователя, big data

Сквозное отслеживание пользователей на всех устройствах

Новый подход — маркетинг микс

Оптимизируйте эффективность каждого инструмента

Видео

Programmatic

CMM

Мобайл

Знание

Вовлечение

Видео

The image features a solid red background. On the left side, the word "Видео" is written in a white, sans-serif font. To the right of the text, there are two parallel white lines that form a large, flowing, S-shaped curve. The top of the curve starts on the left and arches towards the right, then loops back to the left. The bottom of the curve starts on the left and arches towards the right, then loops back to the left. The overall composition is minimalist and modern.

+9%

Рынок видео-рекламы показал +9% роста в 2015

+27%

Намерение купить выше на 27% после просмотра in-stream видео vs ТВ

+15%

Рост сегмента онлайн-видео в 1-м квартале 2016 +15%

+37%

Спонтанное знание выше на 37% после просмотра out-stream видео vs ТВ

+80%

ROI в 80% выше у Youtube vs ТВ



Топ-5 в десктопе, топ-4 в мобайле

Совет 1

В 99 % вирусное видео стоит включать в маркетинг микс только при наличии бюджета на качественный контент и продвижение

A woman with shoulder-length brown hair, wearing a red blazer over a black top, is seated in a black office chair. She is looking off-camera to the left with a thoughtful expression. The background is a blurred office environment with glass partitions and ceiling lights.

<https://www.youtube.com/watch?v=eWOWrDtEmy0>

Совет 2

Используйте возможности
синхронизации ТВ и digital

Second screen reinvented

<http://creativity-online.com/work/cocacola-second-screen-reinvented/47219>

Совет 3

Используйте нестандартные подходы
в коммуникации таких актуальных трендов,
как VR видео

JAGUAR

JAGUAR

NOT ENTIRELY TRUE

https://www.youtube.com/watch?v=_zpx0Eb1Tvo

На что еще обратить внимание

Онлайн
трансляции

Out-stream
видео

Вертикальные
видео

Спец проекты
с Coub & Vine

Programmatic
видео

Видео — чек-лист

- 1 При ограниченном бюджете не включайте видео в ваш маркетинг микс, при некачественном креативе и низких затратах на продвижения этот инструмент не работает
- 2 Даже вирусные видео нуждаются в продвижении на начальном этапе, всегда инвестируйте часть бюджета в него
- 3 Сначала определитесь с каналами для размещения, от них будет зависеть формат видео — для мобайла эффективнее сработают вертикальные видео, для соц сетей короткие форматы, для wifi в метро видео с титрами
- 4 Для размещения выбирайте площадки с высокой viewability > 80%, такие как Youtube, VK, FB
- 5 Для роста вовлеченности пользователей пробуйте новые форматы размещения, такие как in page video



Programmatic

5 млрд руб

Рынок Programmatic в России в 2015 составил 5 млрд руб

67%

В США доля Programmatic в дисплейной рекламе 67% в 2016

29%

В 2016 году доля Programmatic на российском рынке составит 29%

>25%

Programmatic >25% оборота дисплейной рекламы Яндекс

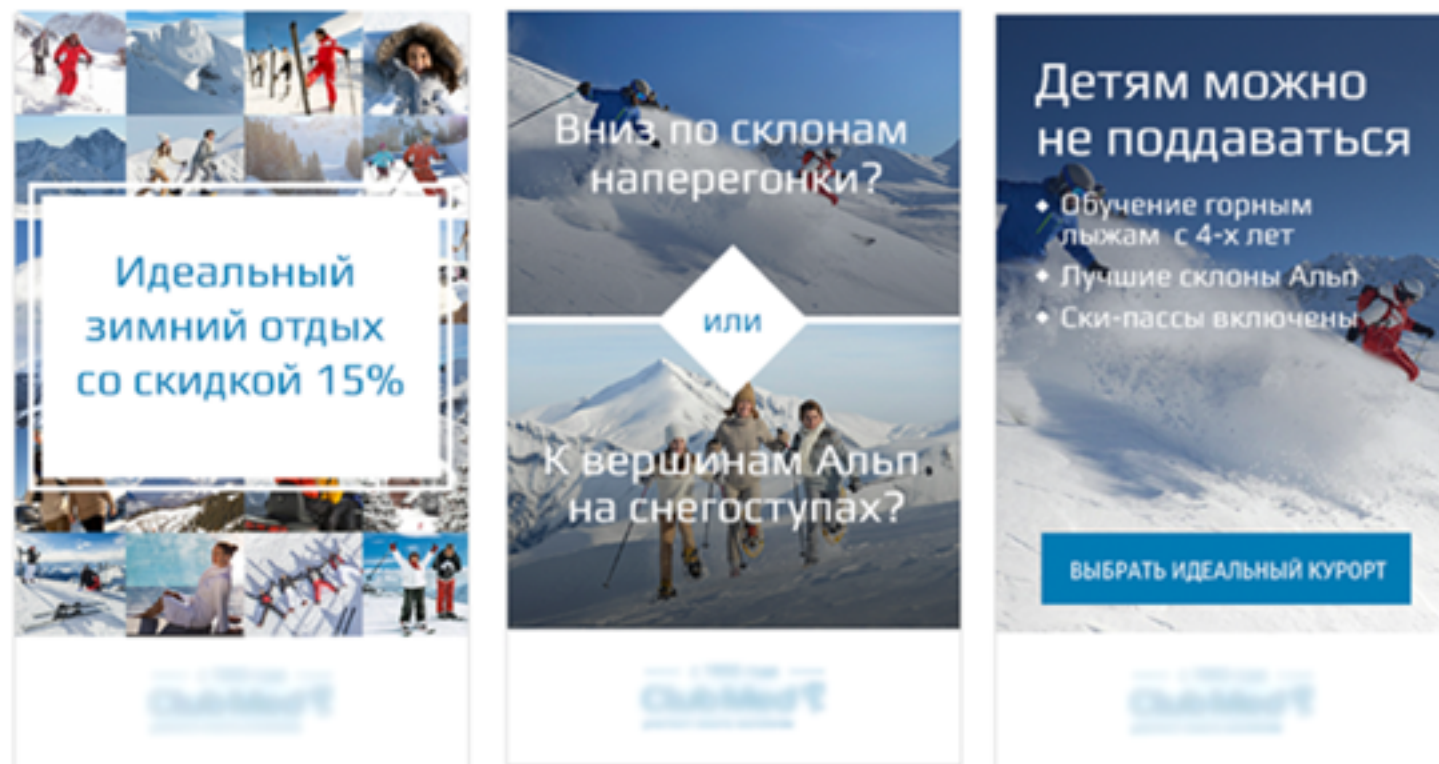
70%

Прогноз к 2020 году Programmatic — 70% рынка RTB в России

Совет 1

Используйте Programmatic решения
для премиальных брендов

Баннеры Segmento для премиального туроператора

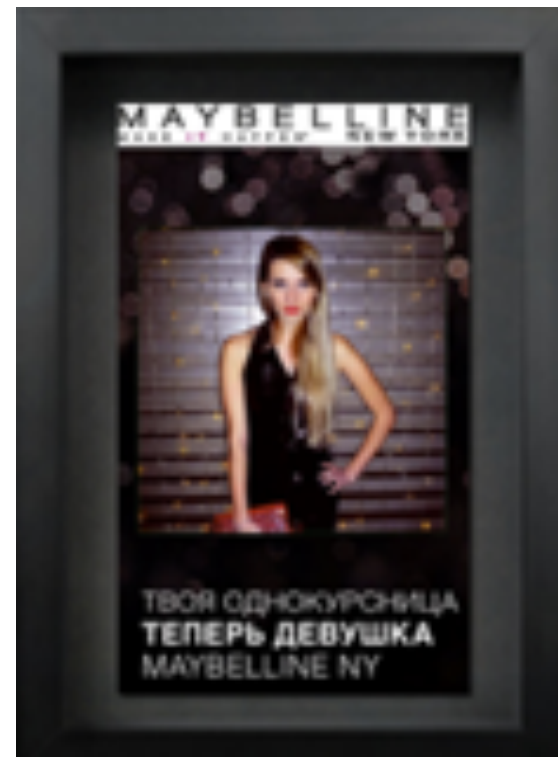
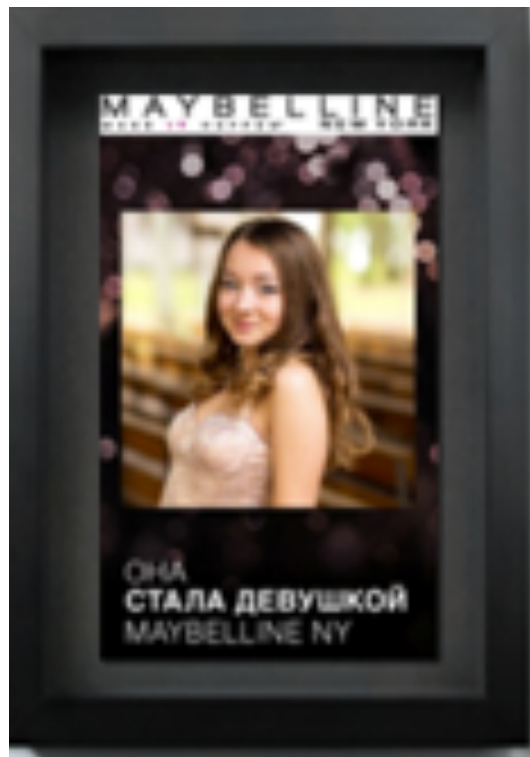


- Интерактивные баннеры на платформе Segmento
- Таргетинг по высокому доходу и премиальным интересам
- Bounce Rate: 56% vs 70%
- CTR: 0,39% vs 0,2%
- Conversion Rate: 0,57% vs 0,3%

Совет 2

Делайте ваше сообщение
максимально персональным

Персонализированные баннеры от Maybelline



- Простая механика конкурса с загрузкой фото
- Дистрибуция баннеров для участницы, ее друзей и жителей того же города
- Персонализированный креатив

На что еще обратить внимание

Programmatic
TV

Кросс-канальность
Programmatic

ROI
vs
знание

Creative dynamic
optimization

Programmatic — чек-лист

- 1 Programmatic эффективен только в комплекте с сильной аналитикой и постоянной оптимизацией
- 2 Programmatic — не панацея, но эффективно работает для продуктов с сильно фрагментированной или премиальной ЦА
- 3 Разрабатывать креативную концепцию нужно сразу с учетом персонализации vs придумывать стандартные большие идеи, а потом пытаться их персонализировать
- 4 DMP на стороне клиента сильно повышает эффективность инструмента
- 5 Следите за имиджем бренда: от составления white list до выставления реальных kpi

The image features a solid red background. Two decorative white lines are present: one is a large, sweeping curve that starts from the left edge, arches over the text, and ends on the right edge; the other is a smaller, more complex curve that starts below the first curve, loops around, and then extends towards the right edge. At the bottom of the image, there are several horizontal stripes of varying shades of red and white, creating a gradient effect.

CMM

29 млн

Средний
ежемесячный охват
соцсети VK

91%

Пользователей интернета в России
активно пользуется соц сетями

33%

Рост инвестиций в рекламу в соц
медиа в 2015

>50%

Пользователей проводит в соцсетях
от часа до 5 часов в день

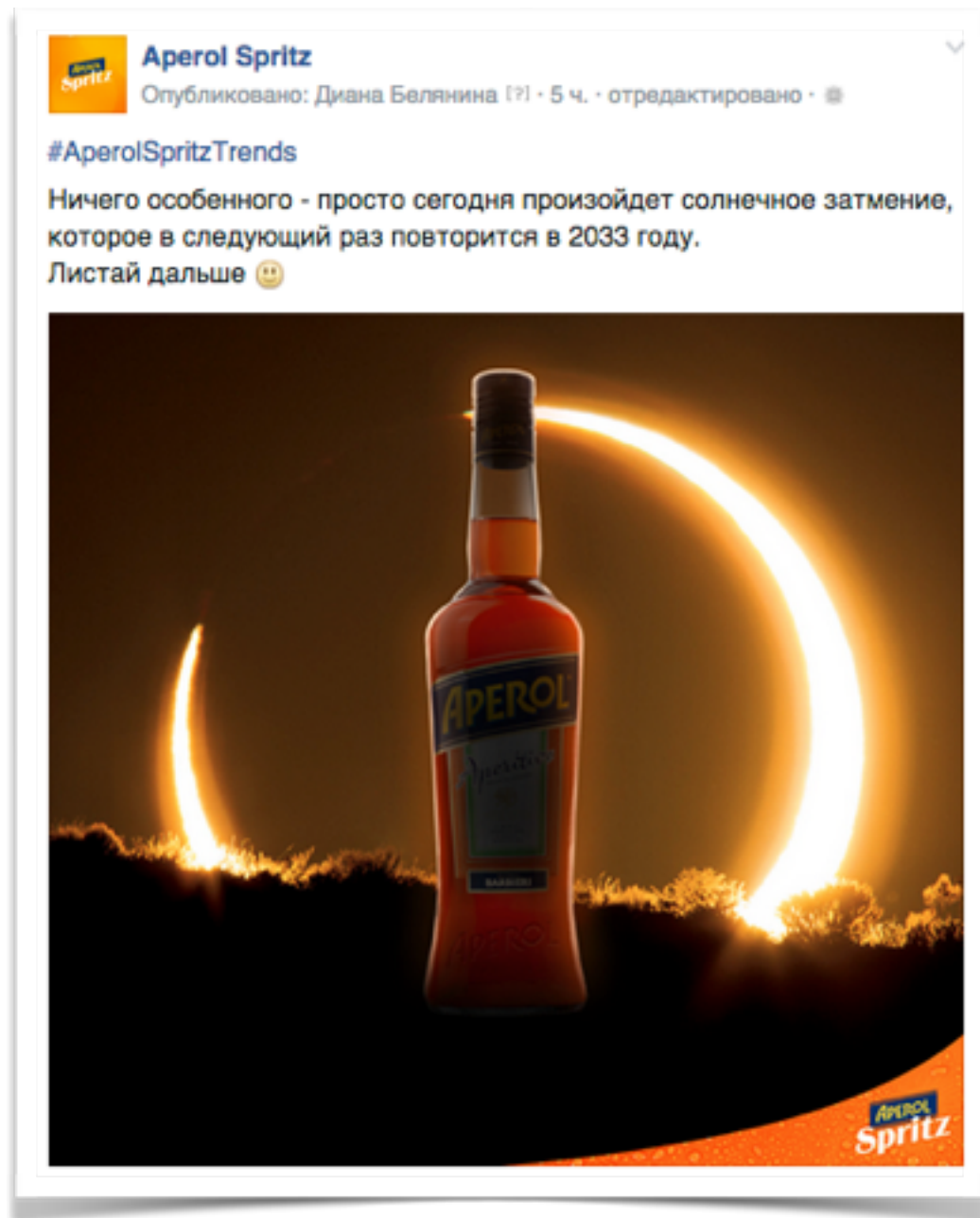
49%

Руководителей считает, что поиск сотрудников
в соц сетях - это хорошая практика

Совет 1

Используйте ситуативный маркетинг для
повышения вовлеченности пользователей

Ситуативный маркетинг для Aperol Spritz



- Увеличение ER на 10-15% vs другие посты
- Усиление имиджа модного бренда
- Неисчерпаемый источник для генерации контента

Совет 2

Для максимального вирального охвата
встраивайте креатив в существующие тренды в
соц сетях

Благотворительный конкурс от Toms

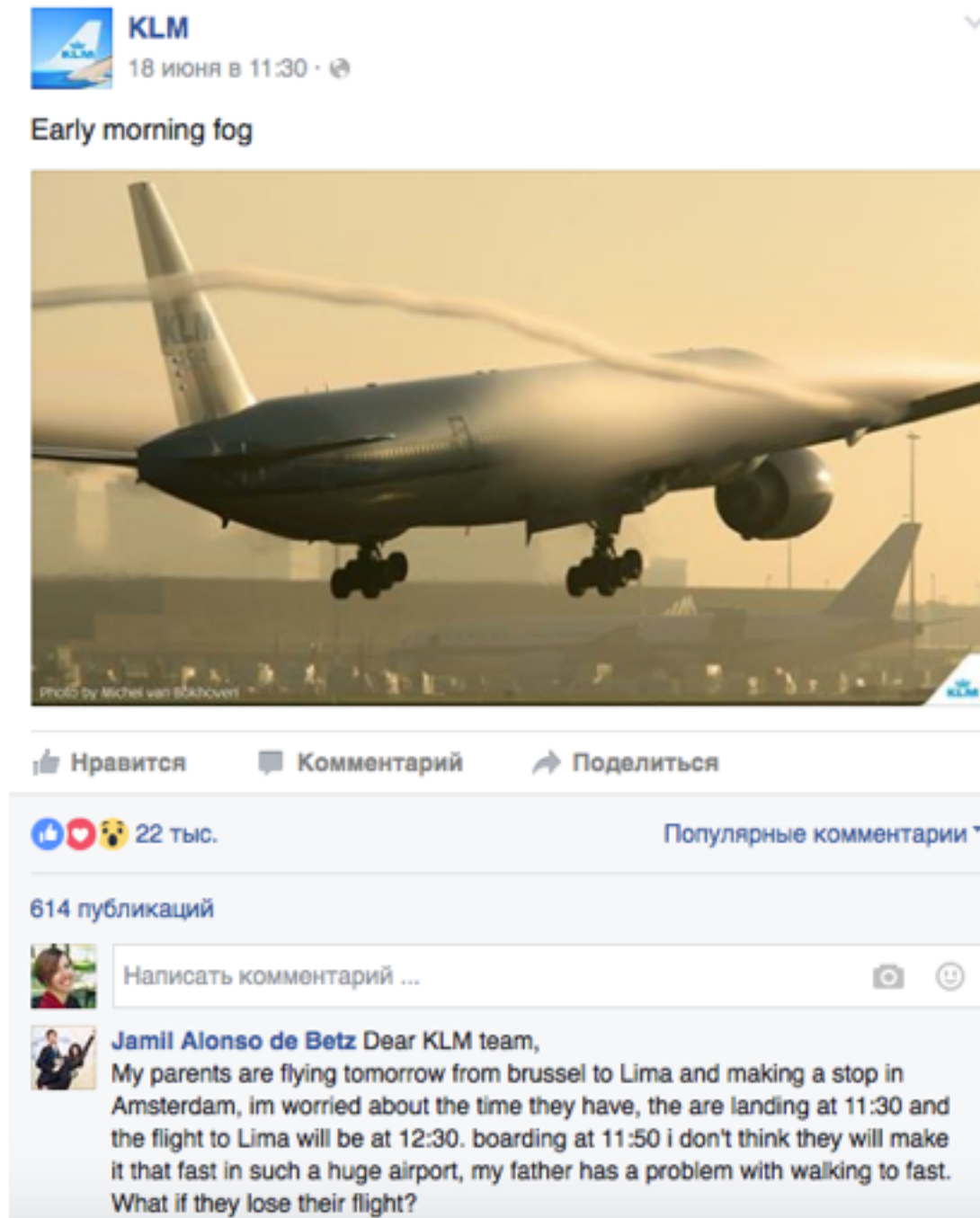


- Актуальный в Instagram формат - фото ног
- Простая механика конкурса с запоминающимся хештэгом #withoutshoes
- Вовлекающая благотворительная цель - 296 293 подаренных пар туфель

Совет 3

Превратите SMM-менеджеров в агентов по продажам

Продажи через соц сети от KLM



- В соц сетях клиент KLM может оперативно получить любую интересующую его информацию от времени вылета до ссылки на страницу оплаты билета
- Обработка 70 тыс. запросов в неделю
- \$25 млн годового дохода в 2015

На что еще обратить внимание

Social CRM

Онлайн трансляции

Facebook
Canvas

Buy button

СММ — чек-лист

- 1 СММ должен продавать, повышайте конверсию в продажи за счет внедрения продуктовых инструментов, например, агентов, оперативно отвечающих на любые вопросы пользователей
- 2 Не занимайтесь примитивным кросс-постингом, адаптируйте контент под специфику каждой соц сети
- 3 Не рассчитывайте только на органический прирост, инвестируйте в продвижение, но постоянно оптимизируйте таргетинги, интегрируйтесь с CRM, используйте АБ тестирования, это позволит не только повысить конверсию, но и изучить особенности поведения вашей ЦА в соц сетях
- 4 Используйте ситуативный маркетинг в смм, он позволяет значительно увеличить вовлечение пользователей
- 5 Тестируйте новые форматы - онлайн-трансляции или FB canvas, это отличная возможность привлечь внимание пользователей и обучить их продукту

The image features a solid red background. Two decorative white lines are present: one is a large, sweeping curve that starts from the left edge, arches over the text, and ends on the right edge; the other is a smaller, more complex curve that starts below the text, loops around it, and extends towards the right. At the bottom of the image, there are several horizontal stripes of varying shades of red and white, creating a gradient effect.

Мобайл

107

Минут в сутки проводит пользователь в мобильном интернете

48%

Пользователей заходит в интернет со смартфона

19%

Всех пользователей интернета выходят в интернет только с мобильных устройств

+56%

Mobile only интернет
+56% за год

12-24 mobile > desktop

25-44 mobile = desktop

45+ mobile < desktop

Совет 1

Используйте тренд гиперлокальности для дополнительного вовлечения пользователей

Приложение с iBeacon-навигацией для Сбербанка



- Удобная навигация по территории с подсчетом шагов до конкретного объекта
- Геймификация — присвоение бейджей за активности
- Панорама — все локации сфотографированы на 360
- Статистика — главные цифры о времени, проведенном в университете
- Информация — главные цифры и факты об университете

Совет 2

Мессенджеры могут дать высокий охват и вовлеченность при использовании нестандартных креативных механик

ABSOLUT UNIQUE
LIMITED EDITION
CAME TO ARGENTINA.



<https://www.youtube.com/watch?v=ozFLRwzyO6Q>

Совет 3

Миллениалы — поколение, в котором мобайл уже победил десктоп, для них ищите возможности нативной интеграции в популярные приложения

Партнерство с Tinder от Calvin Klein



- Эмоциональная связь с миллениалами
- Нативная интеграция в приложение
- Платные форматы в Facebook, Instagram, Twitter и Youtube
- Из онлайн в оффлайн - переписка из Tinder как креативная основа кампании в прессе

На что еще обратить внимание

Google
CardBoard

«Молчащие» видео

Покупки через
мобайл

Реклама
приложений
в оффлайн

Мобайл — чек-лист

- 1 Включайте мобайл в ваш маркетинг-микс для повышения эффективности кампании благодаря более низкому cpc, меньшему клаттеру конкурентов и присутствию уникальной аудитории, которой уже нет в десктопе
- 2 Отсутствие мобильной версии сайта не должно останавливать вас от использования мобильной рекламы, ведение пользователя в группу, youtube канал или на лендинг не снижает эффективность кампании
- 3 При разработке любых мобильных форматов никогда не экономьте на UX
- 4 Для повышения конверсии в мобайле используйте гиперлокальность, создавая уникальные предложения для пользователя в зависимости от его местонахождения
- 5 Если в вашем маркетинг миксе есть ТВ, используйте возможности синхронизации со смартфонами для сочетания знания бренда и call-to-action

P.S.

The image features a solid red background. On the left side, the text "P.S." is written in a white, serif font. To the right of the text, there are two parallel white lines that form a large, flowing, S-shaped curve across the upper half of the image. The bottom portion of the image consists of several horizontal stripes of varying shades of red and pink, creating a gradient effect from the top red to a lighter pink at the bottom.

Как всегда оставаться в тренде



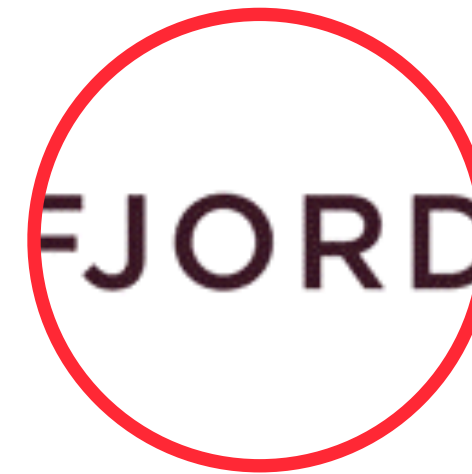
Nielsen -
исследования и white
papers



Sparks and Honey - самые
продвинутые trend
watching



Think with Google -
инфографика и рассылки
о трендах



Fjord - проект Accenture
про digital с глубокими
исследованиями



Getty Images Stories &
Trends - о визуальных
и контентных трендах



СПАСИБО!

Елена Ненашева

<https://www.facebook.com/elena.nenasheva.7>

en@redkeds.com