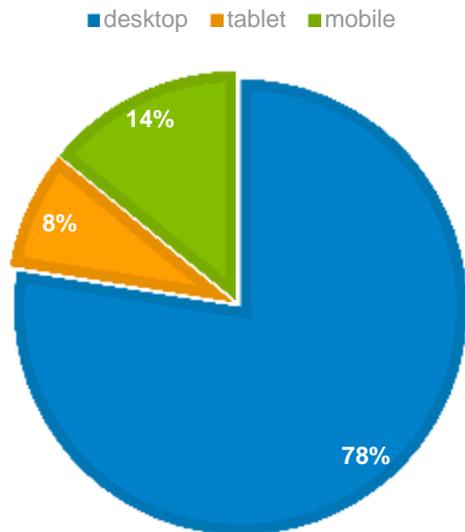


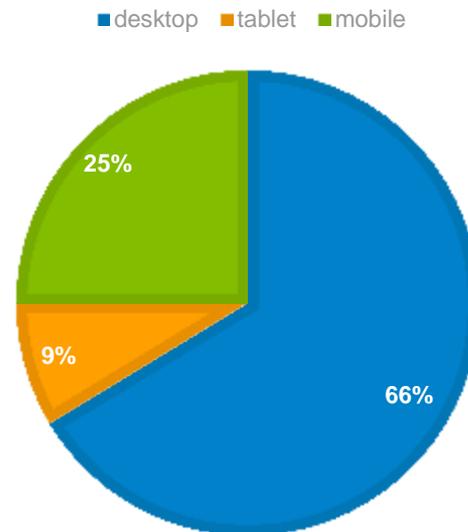
Монетизация трафика с мобильных устройств

ozon.ru
выбирайте

Вводные данные

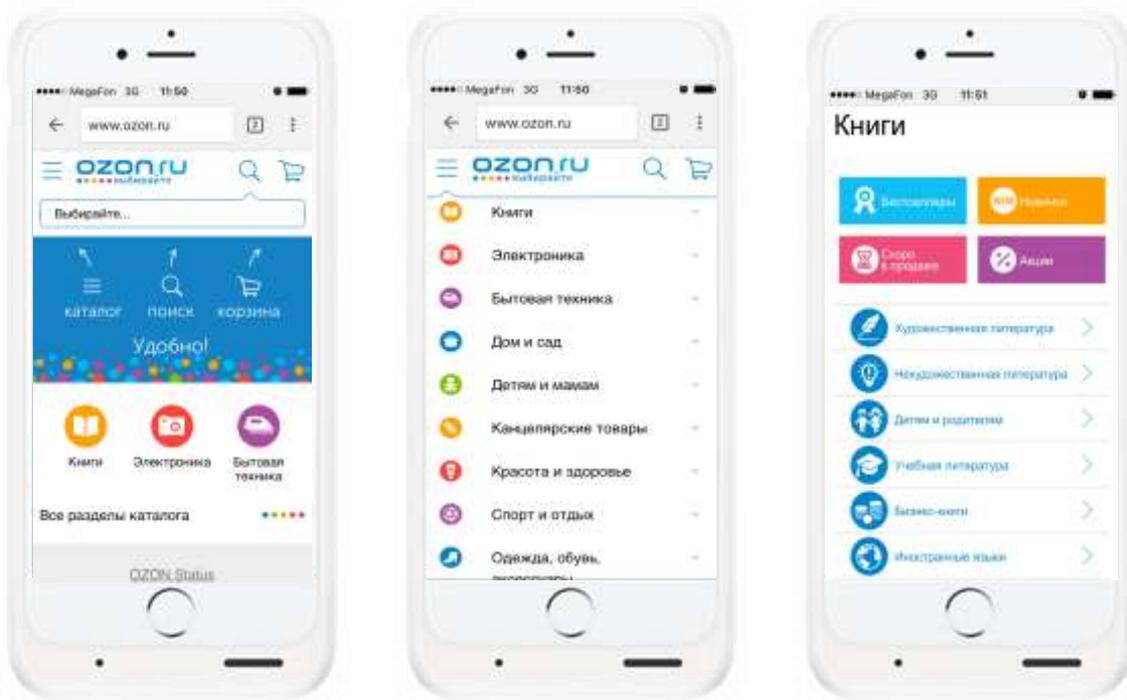


Доля мобильного трафика, 2015 г.



Доля мобильного трафика, 2016 г.

Структура мобильного сайта



Основные правила:

- Удобство и функциональность
- Отсутствие маркетинговых баннеров на странице входа
- Простая сортировка
- Облегченные страницы – быстрая загрузка

Источники входящего трафика



Direct



Mail



Referrals



Social



Organic Search

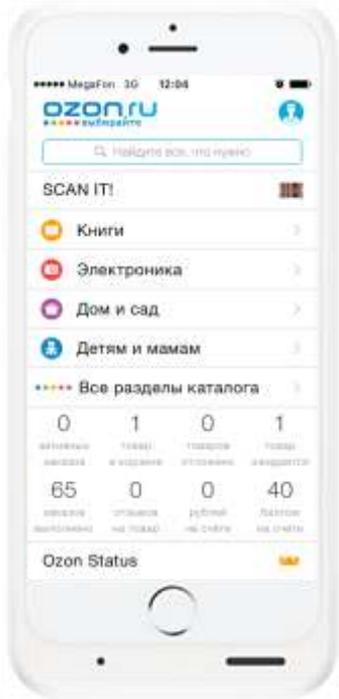


Paid Search



Display Ads

Структура мобильного приложения



Основные правила:

1. Продукт должен быть качественный. Технические сбои недопустимы
2. Приложение должно иметь дополнительные преимущества перед Desktop
3. Процесс возврата пользователей отлажен
4. На стороне рекламодателя имеется высококвалифицированный персонал в области Mobile рекламы

Главная ценность – высокий уровень контакта с потребителем

Источники входящего трафика



Referrals



Social



Organic Search



Paid Search



Display Ads

Сравнение показателей

Мобильная версия сайта

- LTV аналогично Desktop
- CR в 1,5 раза ниже Desktop
- AOV аналогично Desktop
- Приток новых пользователей на 20% выше Desktop

Мобильное приложение

- LTV больше на 20%, чем на Desktop
- CR в 1,5 больше Desktop
- AOV выше на 30% чем на Desktop
- Приток новых пользователей на 40% выше Desktop

Риски

Мобильная версия сайта

- Высокая стоимость привлечения пользователя (CPC – дешевле, но конверсия хуже)
- Потеря пользователя на этапе транзакции

Мобильное приложение

- Высокая стоимость привлечения пользователя (в среднем e-com новый покупатель в приложении обходится 3000-3500 руб.)
- ФРОД при закупке трафика
- Отсутствие активации пользователя в течение LTV

Спасибо!

Вязовская Ольга
Head of partner programs
ovyazovskaya@ozon.ru

ozon.ru
выбирайте