

НПО Аналитика

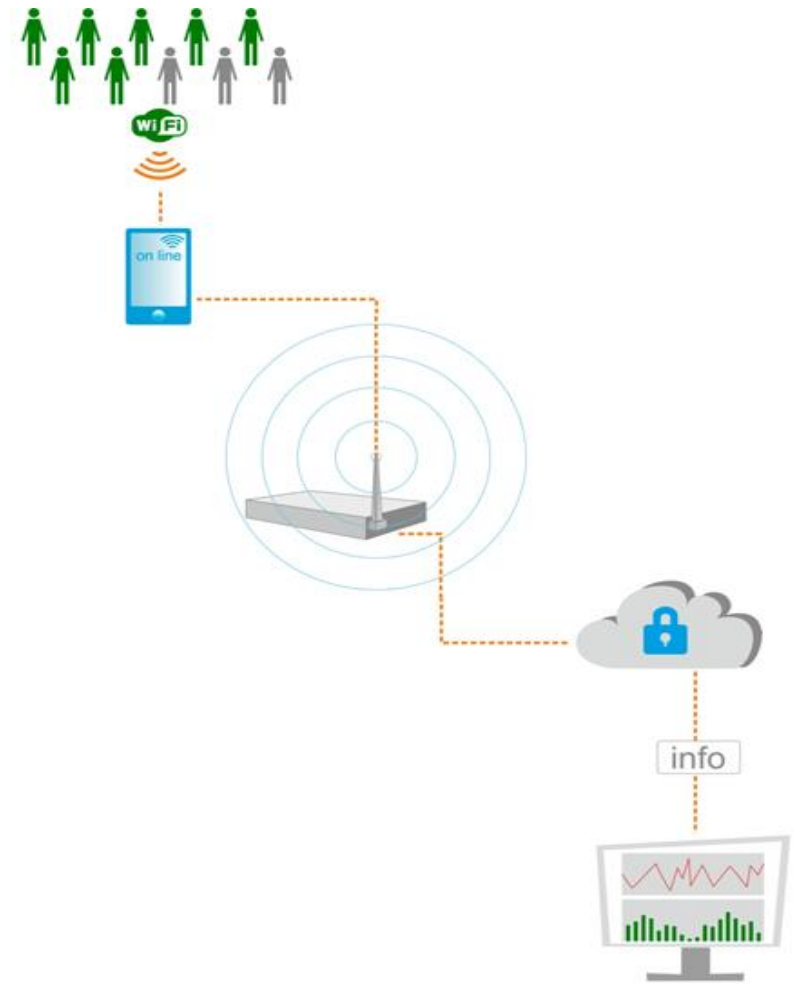
Из онлайн в офлайн и обратно с помощью wifi-мониторинга

Аналитика поведения посетителей
Связка онлайн и офлайн активности
Выделение аудиторных кластеров

Февраль 2018

КАК РАБОТАЕТ ТЕХНОЛОГИЯ

- Обезличенные MAC#
- Без подключения к WiFi и скачивания приложений
- 40-55% всех посетителей
- 24/7 доступ к данным и отчетам
- Нет хранения и обработки перс. данных



ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ

- Ритейл
- ТРЦ
- Фаст-фуд, рестораны, кафе
- Автопром
- Производители
- Банки
- eCommerce
- Реклама

- Аналитика эффективности
 - Маркетинг
 - Торговый персонал
 - Реклама, BTL
 - Мерчендайзинг
- Портрет посетительской аудитории
- Гипер-локальная коммуникация
- Эффективность мероприятий
- Обогащение программ лояльности

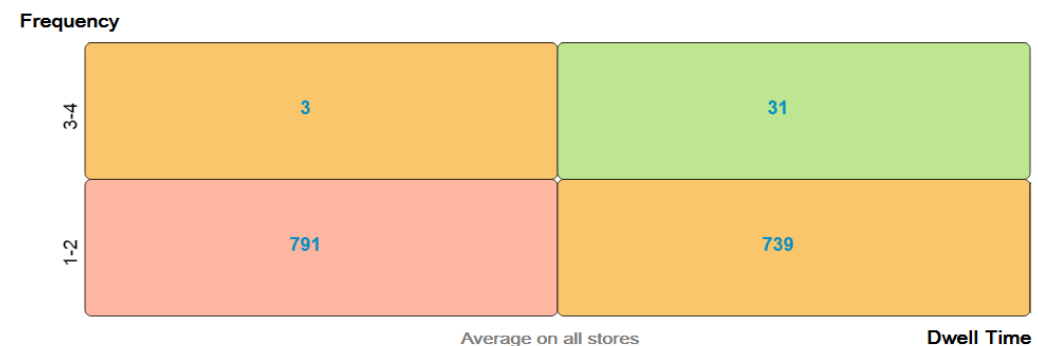
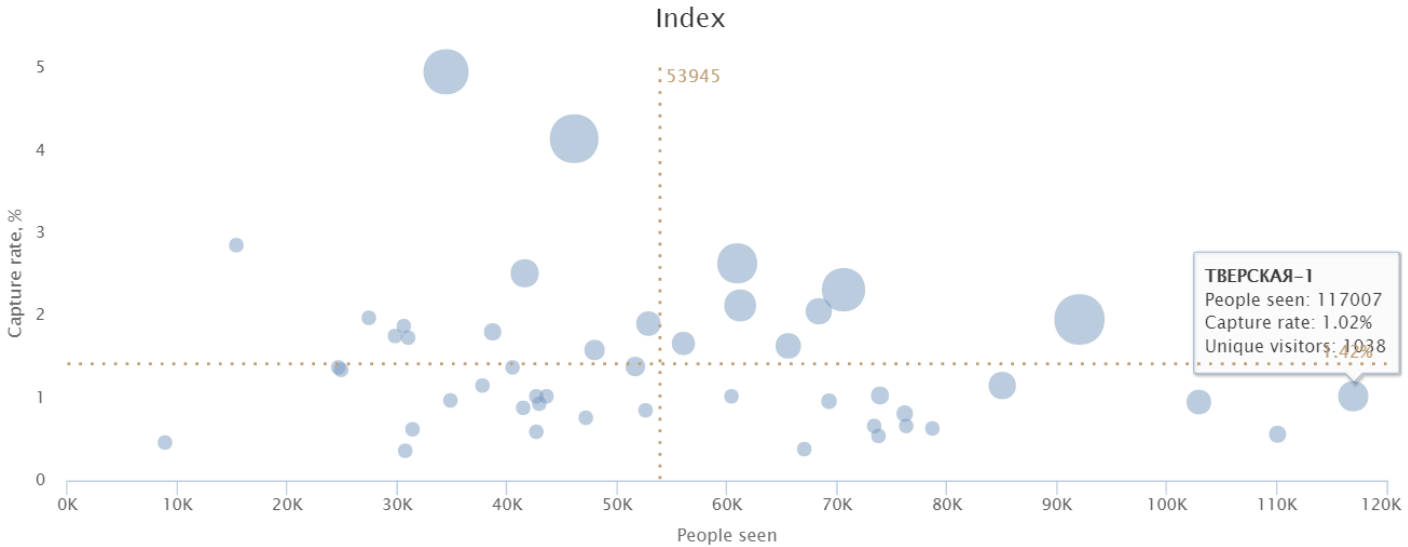
- Таргетирование на оффлайн аудиторию
- Измерение эффективности онлайн рекламы



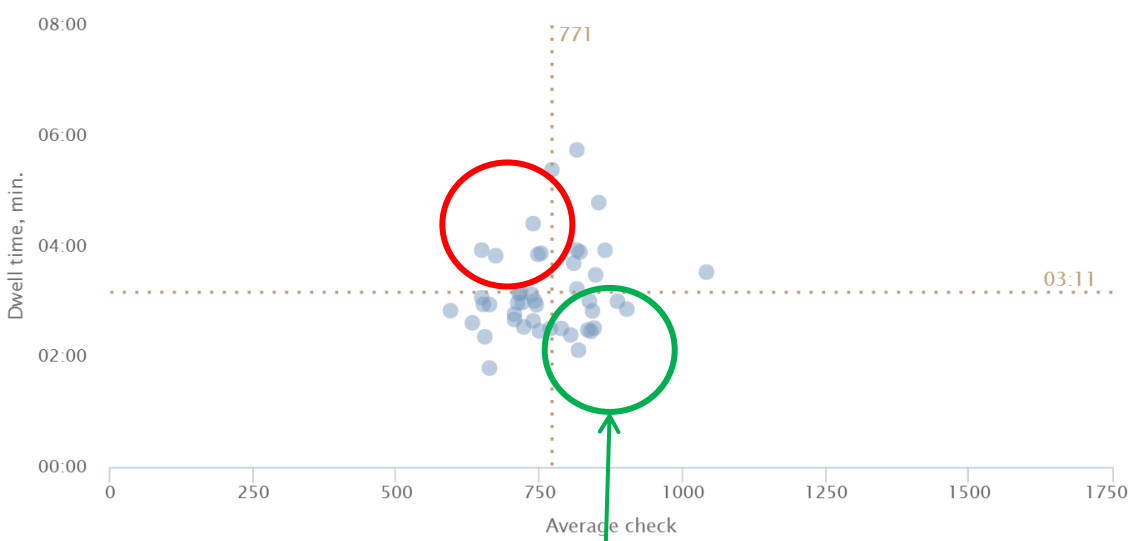
АНАЛИТИКА

Для РИТЕЙЛА

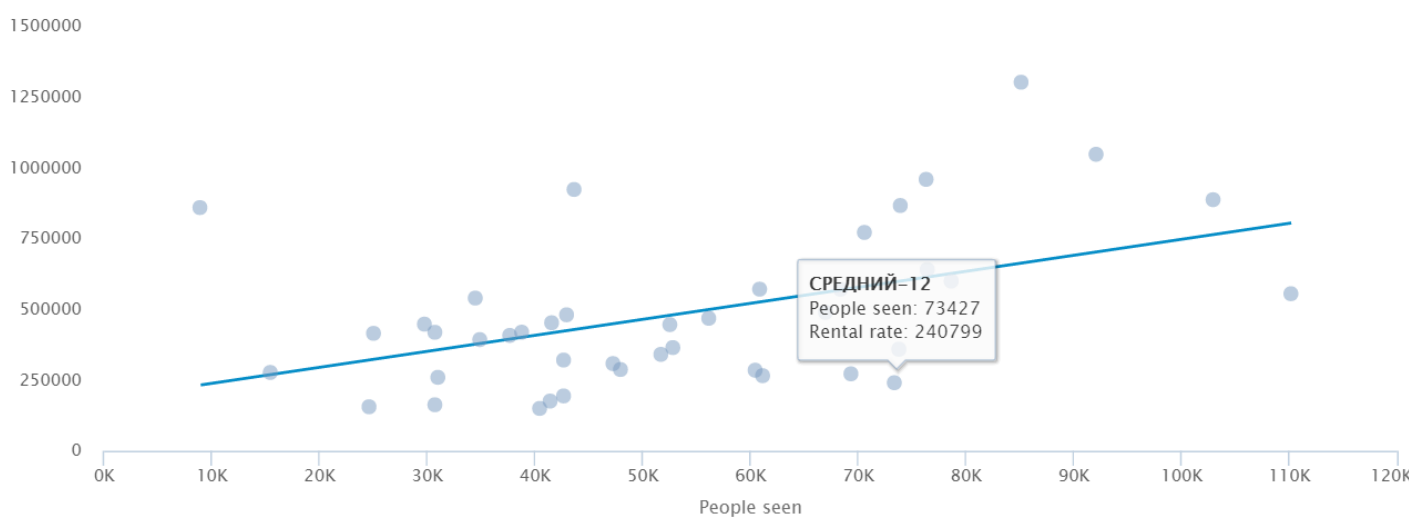
- Эффективность любых изменений в магазинах
- Выявление best practices торгового персонала
- Измерение эффективности витрин, рекламы
- Гармонизация арендных ставок
- Виртуальная CRM

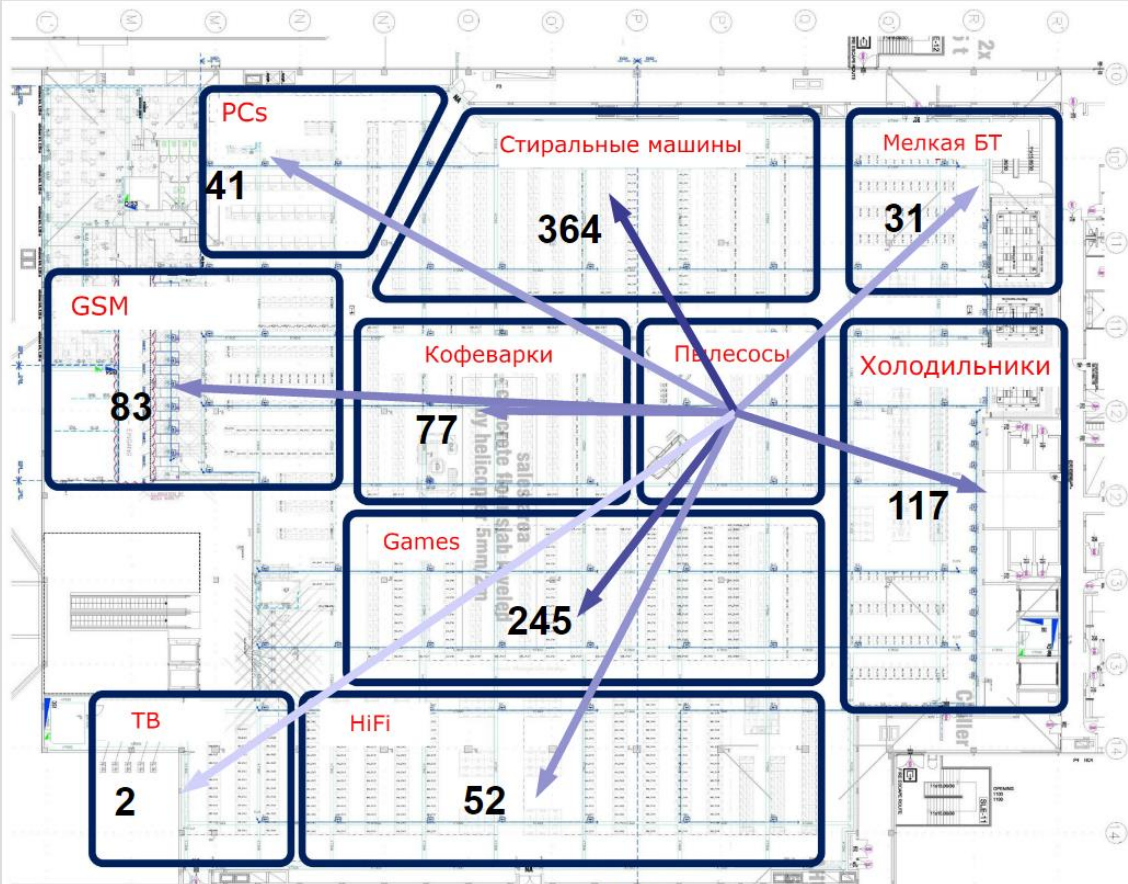


The Dwell time relative to Average Check



Rental rates harmonization





Топ переходов по зонам

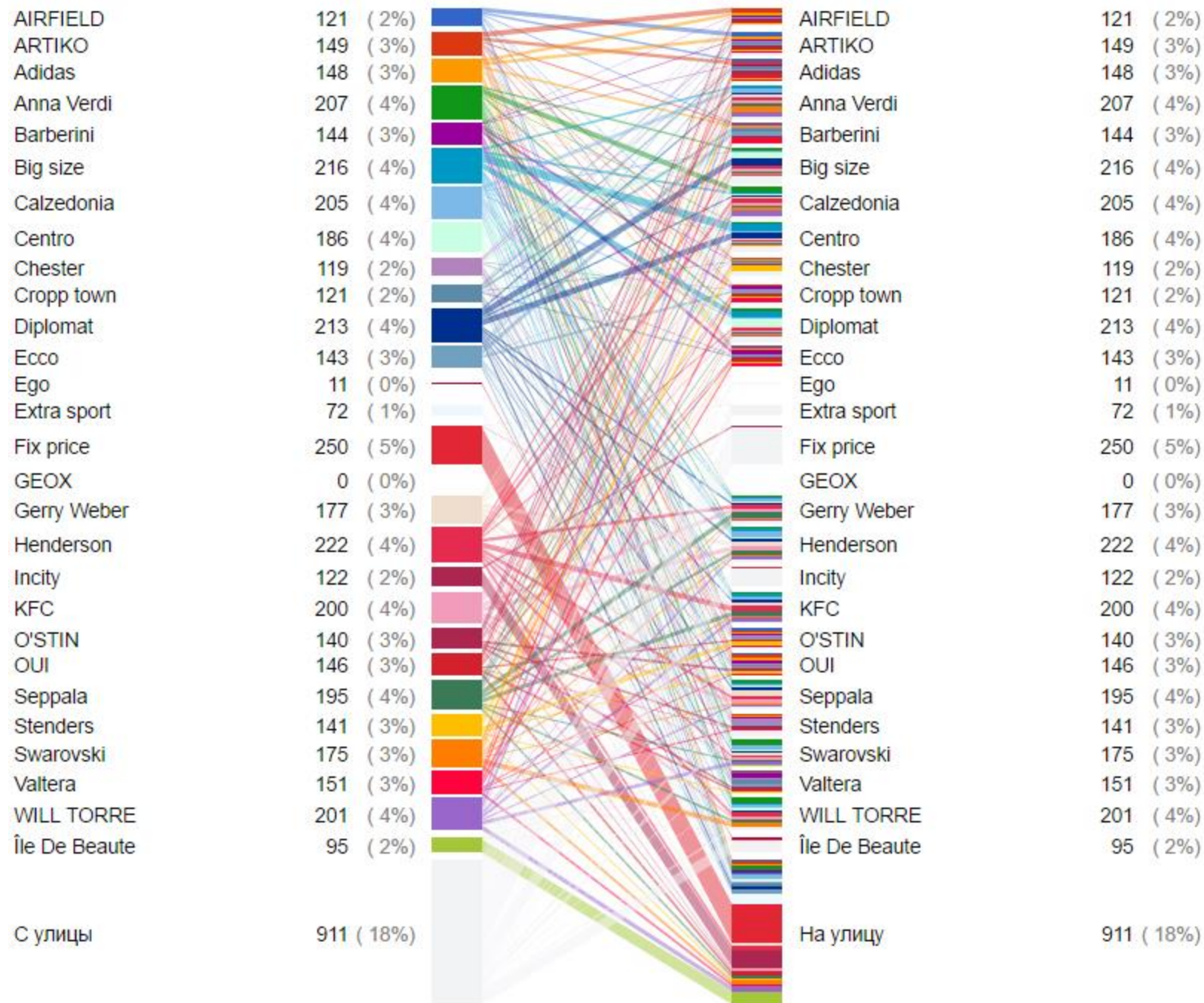
Длина пути Топ путей [Пересчитать](#)

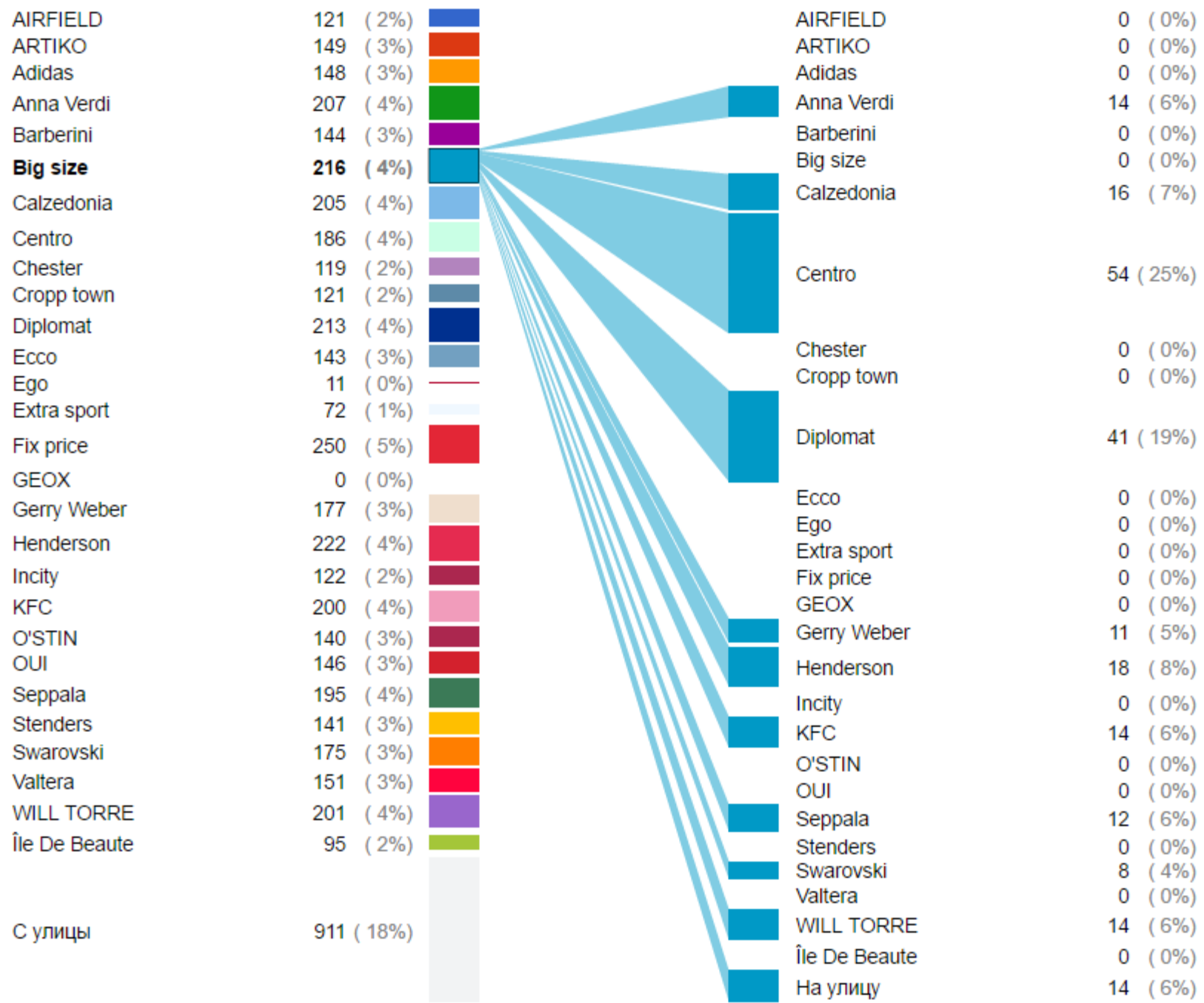
1	Games	→	HiFi	→	TB	→	HiFi	→	Games	→	HiFi	→	Кофеварки
2	HiFi	→	TB	→	HiFi	→	Games	→	HiFi	→	Кофеварки	→	Games
3	TB	→	HiFi	→	Games	→	HiFi	→	Кофеварки	→	Games	→	Стиральные машины
4	Games	→	HiFi	→	Games	→	GSM	→	PCs	→	GSM	→	Games
5	Games	→	HiFi	→	Games	→	Холодильники	→	HiFi	→	Холодильники	→	Games
6	HiFi	→	Games	→	Холодильники	→	HiFi	→	Холодильники	→	Games	→	Холодильники

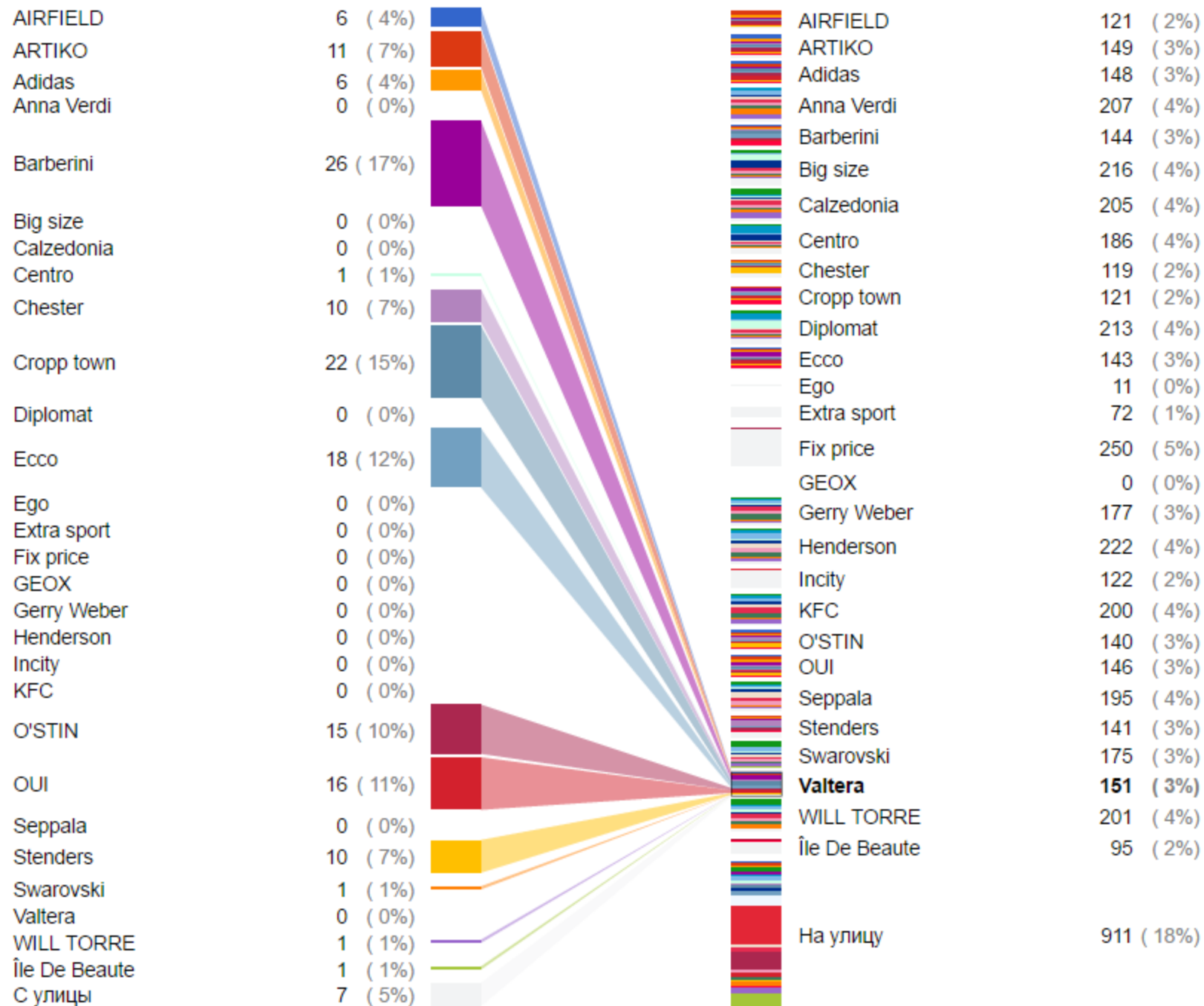


Для ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ

- **Время, проведённое в ТЦ**
- **Лояльность данному ТЦ / Виртуальная CRM**
- Среднее количество магазинов за визит
- Синергия/ценность арендаторов для ТЦ
- Наиболее популярные “цепочки переходов” между магазинами







ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕРОПРИЯТИЙ

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕРОПРИЯТИЙ



Ability to calculate a cost of visitors attracted by event/test-drive to dealers

How many of event/test-drive visitors then visited a car dealership?



ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕРОПРИЯТИЙ

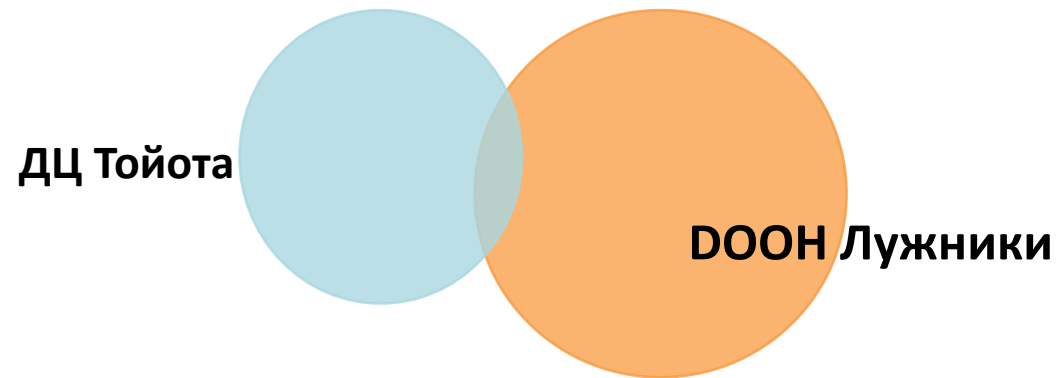
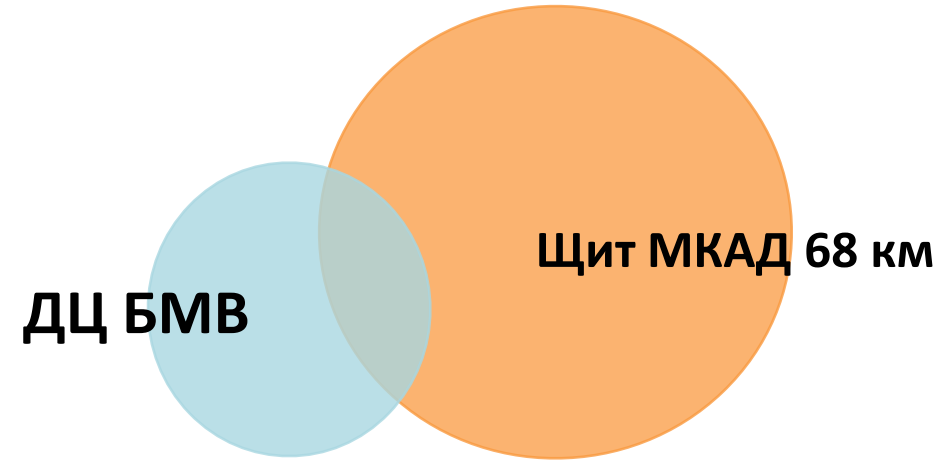


Ability to calculate a cost of visitors attracted by sponsored event to stores

How many of marathon runners then visited a runlab?



ЭФФЕКТИВНОСТЬ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ



ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДИДЖИТАЛ РЕКЛАМЫ

2 мечты рекламодателя

Поиск в интернете



Поиск в магазине



ИЗ ОФЛАЙНА В ОНЛАЙН

Показ в интернете



Заход в магазин



ИЗ ОНЛАЙНА В ОФЛАЙН

1

Таргетирование онлайн на аудиторию,
собрannую в офлайне

Offline to Online retargeting

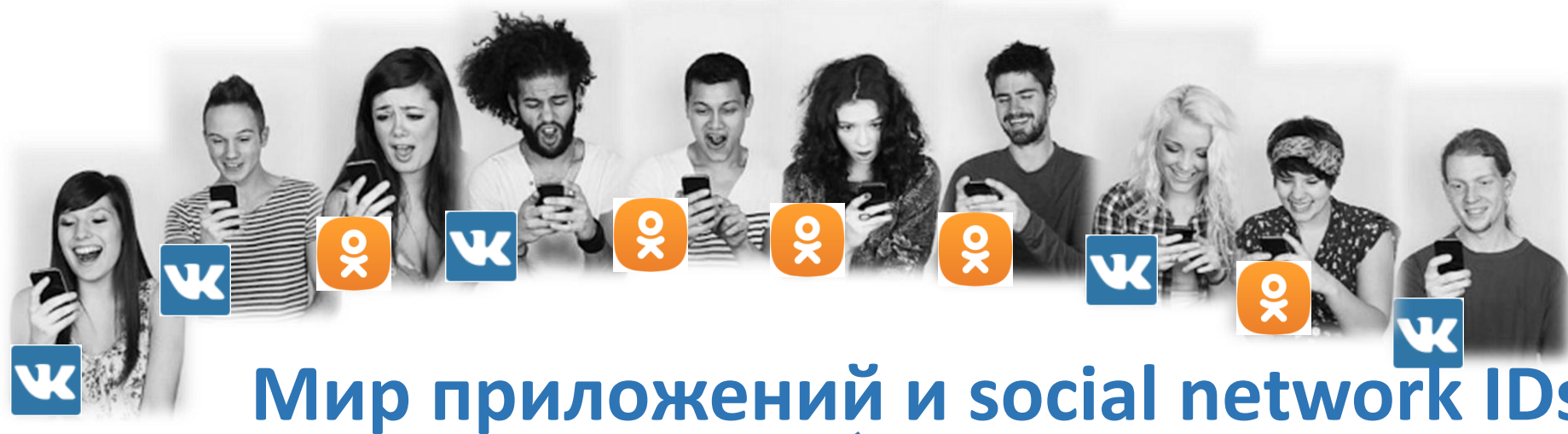
2

Эффективность рекламы:

измерить, сколько из тех, кому была показана реклама,
физически дошли до магазина

O2OC (Online To Offline Conversion)

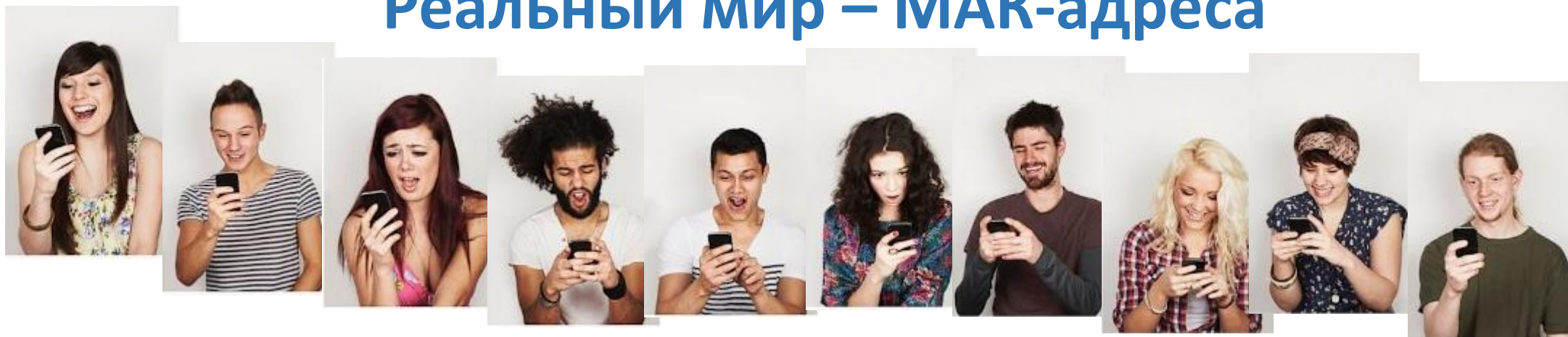
ONLINE to OFFLINE: принципы мэтчинга, например



Мир приложений и social network IDs

Реальный мир – МАК-адреса

Мэтчинг между МАК-адресами и social network IDs: сопоставление данных о появлении МАК-адресов с известными координатами с появлениями активных приложений в точках с этими же координатами



Интеграция с Яндекс.Аудитории

← → ↻ Надежный | https://audience.yandex.ru

Яндекс Аудитории

Сегмент

Создать сегмент

Сегменты провайдеров данных (DMP)

Найти сегмент Стоимость Охват

Сегмент	Стоимость (CPM)	Охват
<input type="checkbox"/> DMP NPOAnalitika		
<input type="checkbox"/> г. Москва офлайн аудитория		
<input type="checkbox"/> Фудкорты г. Москва (постоянные посетители)	27,5 RUB	1,05 млн
<input type="checkbox"/> ТРЦ Океания (постоянные посетители)	27,5 RUB	83 359
<input type="checkbox"/> Посетители отделов молочных продуктов сре...	27,5 RUB	74 730
<input type="checkbox"/> Посетители отделов кондитерских изделий ср...	27,5 RUB	65 564
<input type="checkbox"/> Посетители отделов алкоголя среднего ценов...	27,5 RUB	13 989
<input type="checkbox"/> Посетители детских магазинов и детских разв...	27,5 RUB	1,17 млн
<input type="checkbox"/> Постоянные посетители ТРЦ МЕГА Белая Дача	27,5 RUB	1,38 млн
<input type="checkbox"/> Постоянные посетители ТРЦ МЕГА Химки	27,5 RUB	839 779
<input type="checkbox"/> Постоянные посетители ТРЦ МЕГА Тёплый С...	27,5 RUB	651 002

ID Дата создания


1702857	22.08.2017
1660824	17.08.2017
1220283	30.06.2017
1220262	30.06.2017

ДМП

в Аудиториях: сегменты внешних DMP вы можете создавать на основе внешних провайдеров (DMP) и использовать для таргетинга в Яндекс.Дисплее.

Интеграция с myTarget (Mail.ru Group)

← → ↻ Надежный | https://target.my.com/ads/audience/activate_key

 КАМПАНИИ БАННЕРЫ АУДИТОРИИ БАЛАНС СТАТИСТИКА НОВОСТИ ² ПРОФИЛЬ ПОМОЩЬ

Источники данных

- Счётчики Top@Mail.Ru 0
- Пиксели Top@Mail.Ru 0
- Группы (OK) 0
- Группы (VK) 0
- Приложения (OK и МойМир) 0
- Приложения (VK) 0
- Категории приложений (Андроид) 0
- Списки пользователей 447
- Списки поисковых запросов 0
- Прайс-листы 0
- Рекламные кампании 0
- Типовые аудитории 0
- Прайс-лист Авто Mail.Ru 0
- Look-Alike 30
- Список георегионов 0

▼ НПО Аналитика [?]	ЗАПРОСИТЬ СЕГМЕНТ У ПРОДАВЦА [?]	<input type="checkbox"/>	
▼ Г. Москва офлайн аудитория		<input type="checkbox"/>	
▶ Владение смартфонов > 18 месяцев		<input type="checkbox"/>	
▼ Товары и услуги		<input type="checkbox"/>	
Отделы алкоголя (среднего ценового сегме...	30,00	21143	<input type="checkbox"/>
Отделы кондитерских изделий (среднего це...	30,00	101960	<input type="checkbox"/>
Отделы молочных продуктов (среднего цен...	30,00	117196	<input type="checkbox"/>
Детские магазины и развлекательные зоны	40,00	2136525	<input type="checkbox"/>
Мебель (посетители за последние 3 месяца)	40,00	279795	<input type="checkbox"/>
▶ Постоянные посетители ТРЦ			<input type="checkbox"/>
▶ Премиум сегменты			<input type="checkbox"/>
Фудкорты ТРЦ	25,00	1962274	<input type="checkbox"/>

Где ж тот самый Omnichannel? 😊



Meu Deus...

Кейс – только 2 цифры



Нашли традиционными методами по описанию ЦА Заказчика:

Аудиторные сегменты: родители дошкольников и школьников, заинтересованные в детской одежде и обуви, детском здоровье, детским спортом и другим детским товарам.



Стоимость привлечения посетителя в Аутлет Внуково с использованием аудиторий по прямым рекламным кампаниям – **141** рублей

Офлайн-сегменты НПО Аналитика:

Аудитория нескольких ТЦ, которые регулярно посещают постоянные посетители аутлета Внуково (фактически, был сделан “офлайновый look-alike”: НПО Аналитика проанализировали, в каких ещё ТРЦ Москвы бывают постоянные посетители Аутлета Внуково)



Стоимость привлечения посетителя в Аутлет Внуково с использованием аудиторий, предоставленных НПО Аналитика – **28** рублей

5x эффективность

Посетители, привлечённые в Аутлет Внуково с использованием аудиторий, предоставленных НПО Аналитика,

провели в 1.5 раза больше времени в Аутлете

Кейс: YVES ROCHER



Только до 14 февраля
yves-rocher.ru

В бутике Ив Роше в ТРЦ "Мега Дыбенко" бесплатная диагностика и 7 дней ухода в подарок!

YVES ROCHER
FRANCE

ПРОЙДИТЕ
ДИАГНОСТИКУ
ГЛУБИНЫ МОРЩИН
И ПОЛУЧИТЕ

**7 ДНЕЙ УХОДА
В ПОДАРОК**

Получить подарок >

ЭКСПРЕСС-
ДИАГНОСТИКА

ООО «Ив Роше Восток» ОГРН 1027739896975, 125167, Москва, Ленинградский пр-т, 47, с.3. Акция действует с 23.01.2017 г. по 14.02.2017 г. Подробности на www.yves-rocher.ru

Рекламная кампания: 23.01-14.02.2017
Таргетинг: постоянные посетители тех 43 торговых центров в Москве и Санкт-Петербурге, где есть магазины Ив Роше

Online to Offline Conversion в **7,5 раз** выше CTR

Capture Rate среди видевших рекламу в **4 раза выше**
Capture Rate среди обычных посетителей ТЦ

Привлечено **новых для бренда** посетителей: **34%**



Кейс: BRANDSHOP

BRAND SHOP



Аудитория: несколько премиальных ТЦ

Даты РК: Сентябрь 2016

CTR: 0,03%

O2OC: 0,27%

Capture Rate (обычный): 4,82%

Capture Rate (среди видевших РК): 9,89%

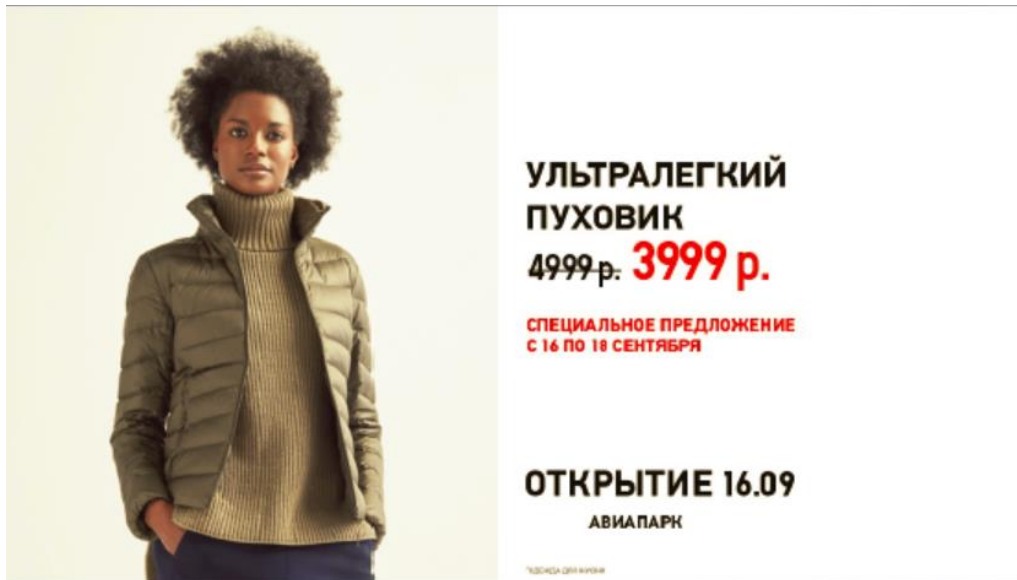
Online to Offline Conversion в **9 раз** выше CTR

Capture Rate среди видевших рекламу в **2 раза выше**

Capture Rate среди обычных посетителей

Кейс: фэшн ритейлер

Фэшн Ритейлер



Аудитория: премиальный ТЦ, САО

Даты РК: Сентябрь 2016

CTR: 0,10%

O2OC: 6,5%

Capture Rate (обычный): 6,30%

Capture Rate (среди видевших РК): 20,99%

Online to Offline Conversion в **65 раз** выше CTR

Capture Rate среди видевших рекламу в **3 раза выше**
Capture Rate среди обычных посетителей

Кейс кинопрокатчик



Сбор оффлайн-аудиторий для повышения отдачи от онлайн-таргетинга.
Проект работает с начала 2015 года.

Задача клиента:

В России в кинозалы ходит около 20 миллионов человек. Это определенная проблема для кинопрокатчиков: такая аудитория определяется только поведенчески, её соц-дем портрет очень усреднён, и как следствие, при традиционном подходе таргетировать приходится почти всех. Проект: как собирать оффлайн-аудитории, анализировать их, и использовать для таргетинга.

Техническая реализация:

Установка Wi-Fi роутеров внутри кинотеатров для сбора общих данных посетителей

Кластеризация по расписанию (время прихода / ухода), и жанрам киносмотрения

Формирование сегментов для таргетинга согласно собранным Кластерам

Старт кампаний, с разбивкой по кинотеатрам и жанрам

Атрибуция эффекта на трафик

Итоговые результаты:

+107%

рост прямых конверсий из показов в онлайн-продажи

+41%

рост досмотров трейлера при жанровом таргетинге

-58%

стоимость полного просмотра трейлера

↓ x38

снижение стоимости онлайн-продажи билета

2 слова о принадлежности данных

**Владеть данными о посетителях булочной
должен булочник**

Вам предлагают аудиторные сегменты

- Посетителей известного фэшн бренда?
- Покупателей уникального премиум супермаркета?
- Посетителей определённого автосалона?

Знают ли об этом владельцы данных?...

Притчи, 6:30-31:

Не спускают вору, если он крадет, чтобы насытить душу свою, когда он голоден; но, будучи пойман, он заплатит всемеро, отдаст все имущество дома своего.



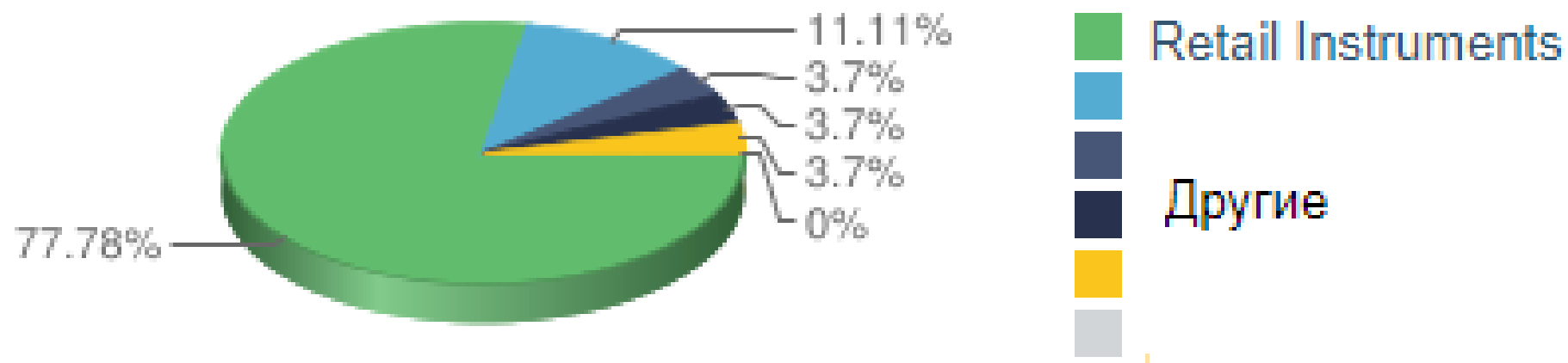
СТ. 175 УК РФ, ч.1-2:

Приобретение или сбыт имущества, заведомо добытого преступным путем

Ч.2 - группой лиц по предварительному сговору

...лишением свободы на срок до пяти лет со штрафом в размере до восьмидесяти тысяч рублей

Ведущая компания в области wifi-аналитики в России



(*Источник: TADVISER, Cnews)

ЗАКАЗЧИКИ



PHILIP MORRIS INTERNATIONAL



Nestle



YVES ROCHER FRANCE



PETIT BATEAU



САВЕЛОВСКИЙ торговый комплекс



NESPRESSO

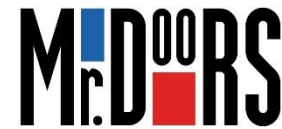
спортмастер



VALTERA



TOYOTA



PROVOCATEUR

Media Markt

re:Store



NORDE CENTRUM



LASNAMAE CENTRUM



TOUS



ENKATC

ESTEE LAUDER



BML



silver & silver

Шатура



CONCEPT STORE PORTA 9



КАЛЯЕВ МЕХОВАЯ ФАБРИКА

ОРМАТЕК МАТРАСЫ КРОВАТИ АКСЕССУАРЫ



ZARINA

ЛитРес: ОДИН КЛИК ДО КНИГ



TERVOLINA

SAVAGE

castorama

АДАМАС



RIVER ISLAND

mötivi

585 GOLD

СПАСИБО!

office@npoanalitika.ru

+7 (499) 600 46 21

+7 (812) 600 46 21