



Мобильный myTarget

Яков Пейсахзон

*Руководитель по работе с клиентами
мобильного департамента Mail.Ru Group*



АУДИТОРИЯ МОБИЛЬНОГО ИНТЕРНЕТА

2016

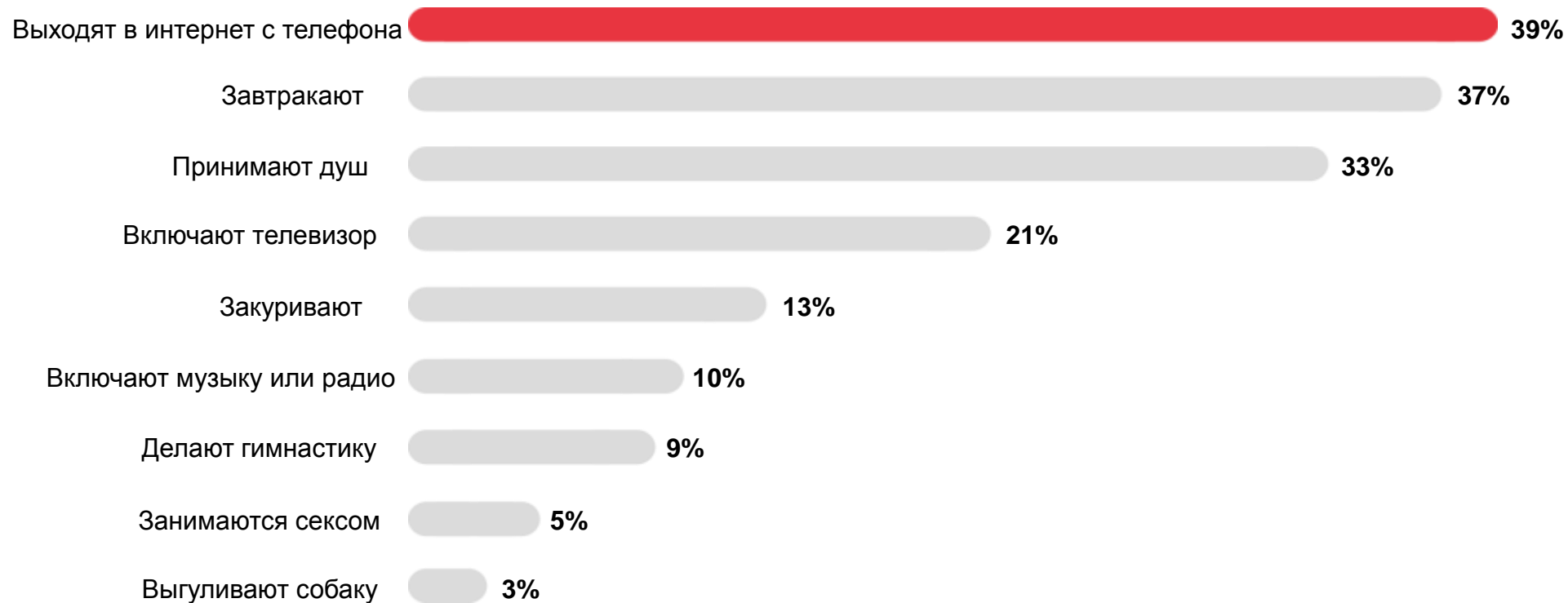
• **63 млн**
человек 12+ лет

51%
от населения

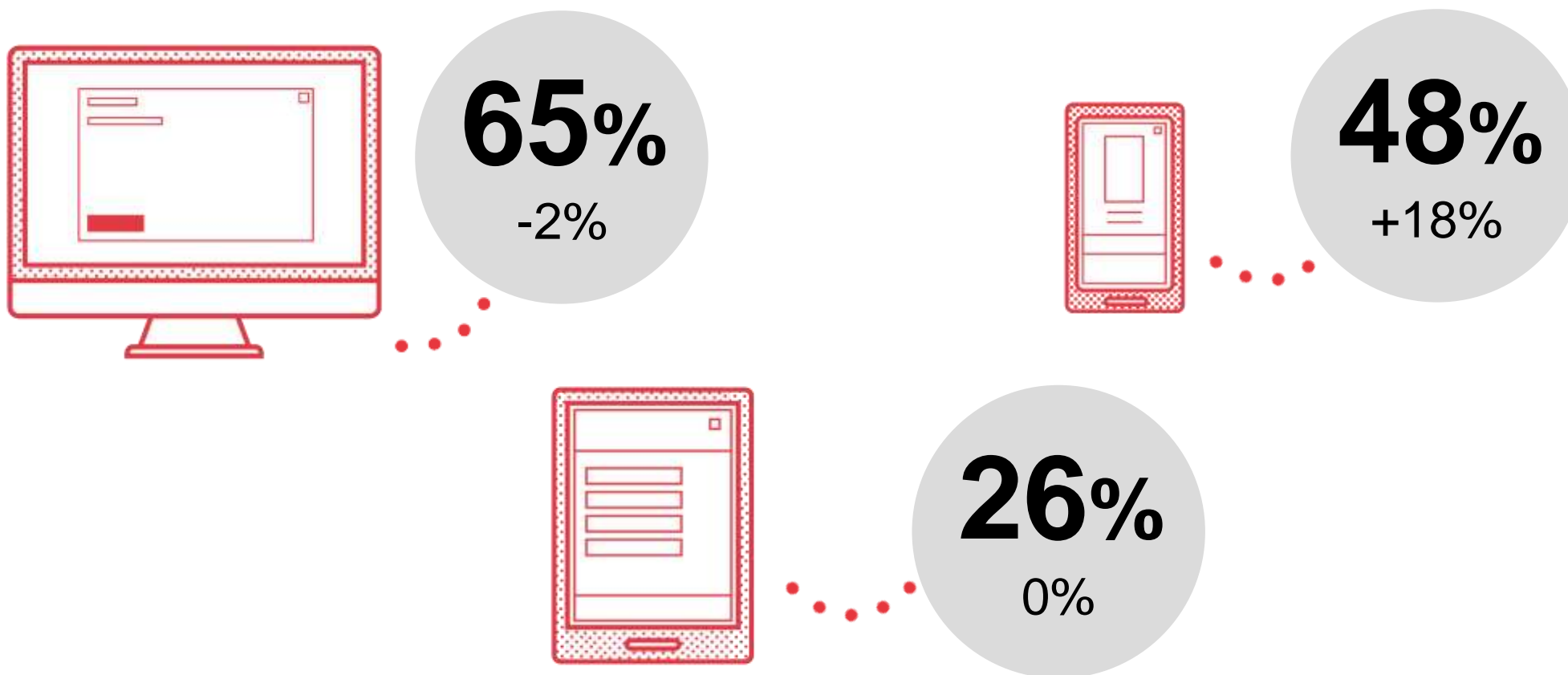
Россия 0+



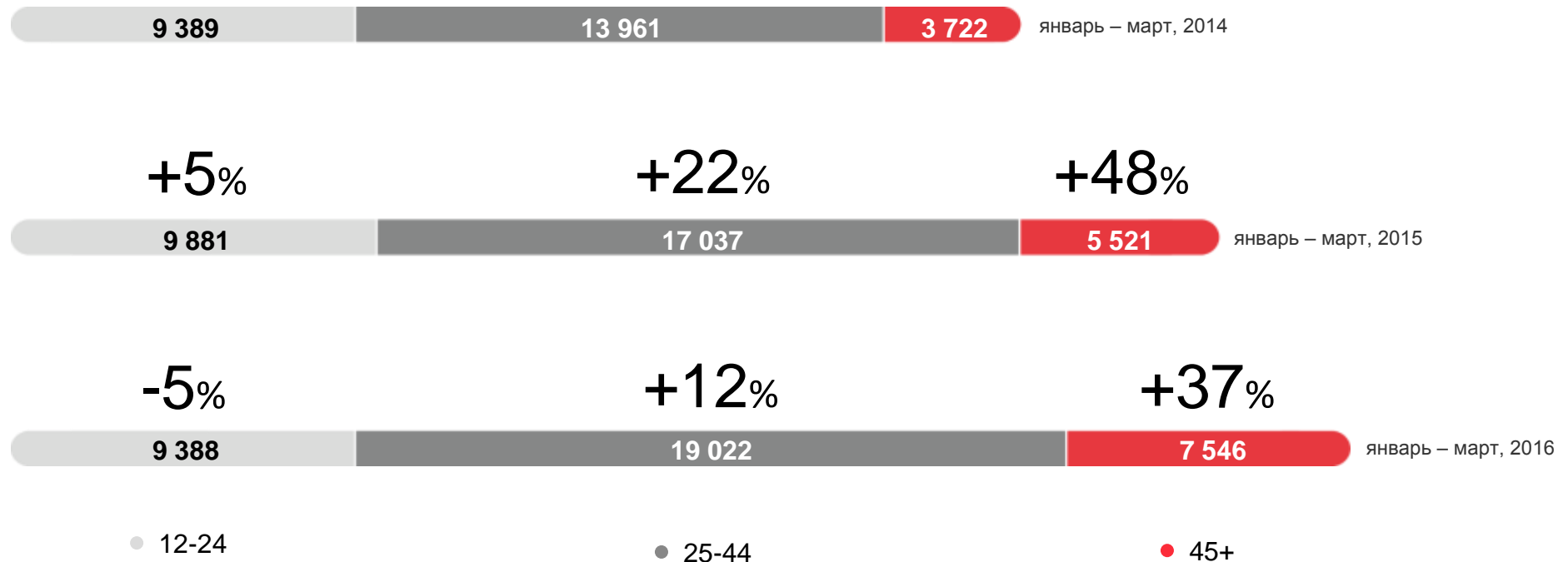
ЗАВИСИМОСТЬ ОТ МОБИЛЬНОГО ИНТЕРНЕТА



РАСТЁТ АУДИТОРИЯ НА СМАРТФОНАХ



ЗА СЧЁТ КАКОГО ВОЗРАСТА РАСТЁТ АУДИТОРИЯ МОБИЛЬНОГО ИНТЕРНЕТА



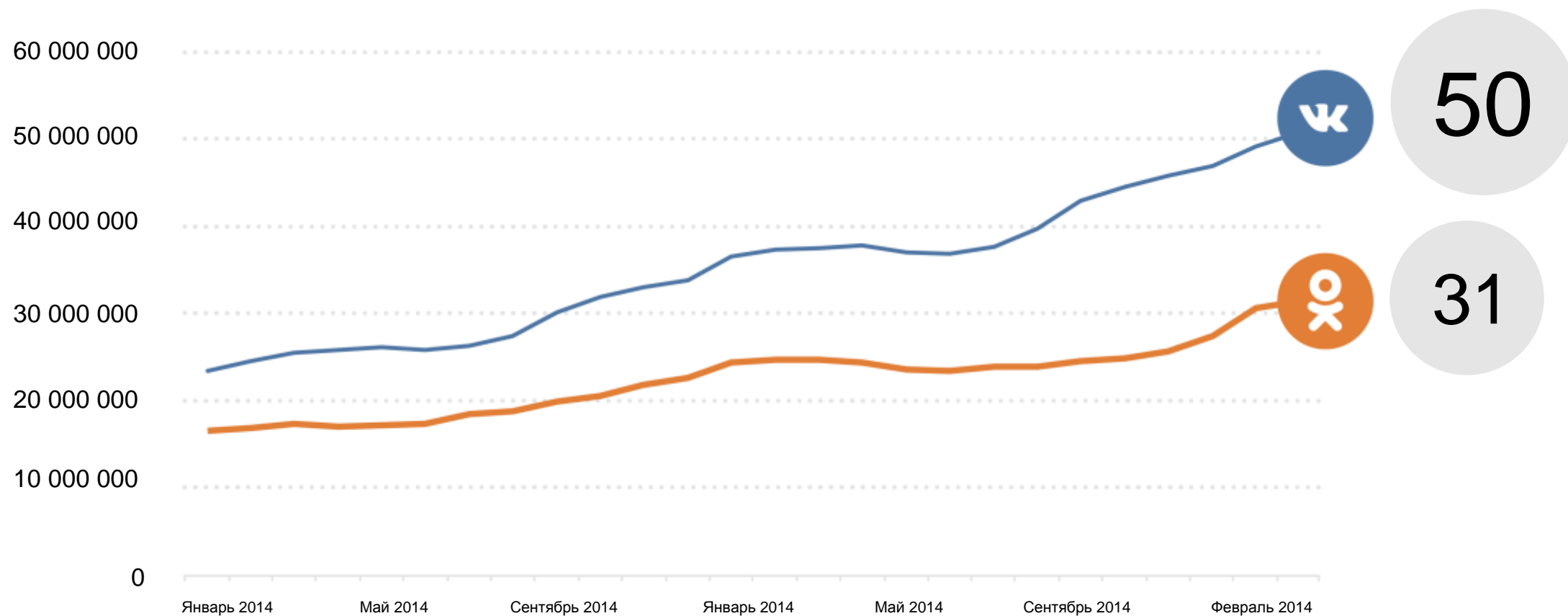
АУДИТОРИЯ MYTARGET



*По данным TNS Web Index, desktop, Россия (города 0+, 12-64), Mail.Ru Group, апрель 2016, MAU

**Экспертная оценка MRG мобильной аудитории myTarget на основании данных TNS Web Index УИ, (12+ лет, Россия 0+), октябрь 2015 – март 2016, MAU

МОБИЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ



КРОССПЛАТФОРМЕННАЯ АУДИТОРИЯ MYTARGET

26%

дескто



55%

десктоп/мобайл

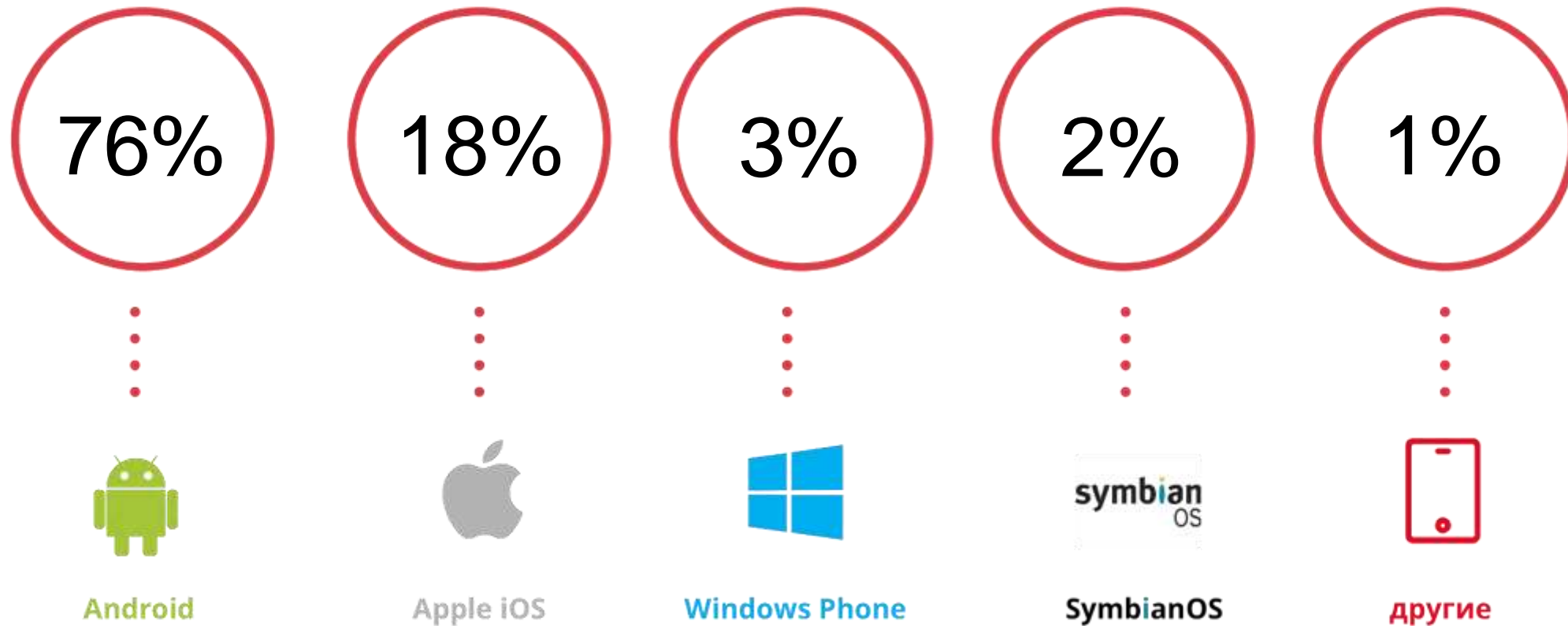


19%

мобайл



МОБИЛЬНЫЕ ОС



Сегменты бизнеса в MYTARGET – 2 квартал 2016

iOS



e-commerce

31%



путешествия

12%



игры

10%

ANDROID

e-commerce

34%



игры

21%



Бизнес/финансы

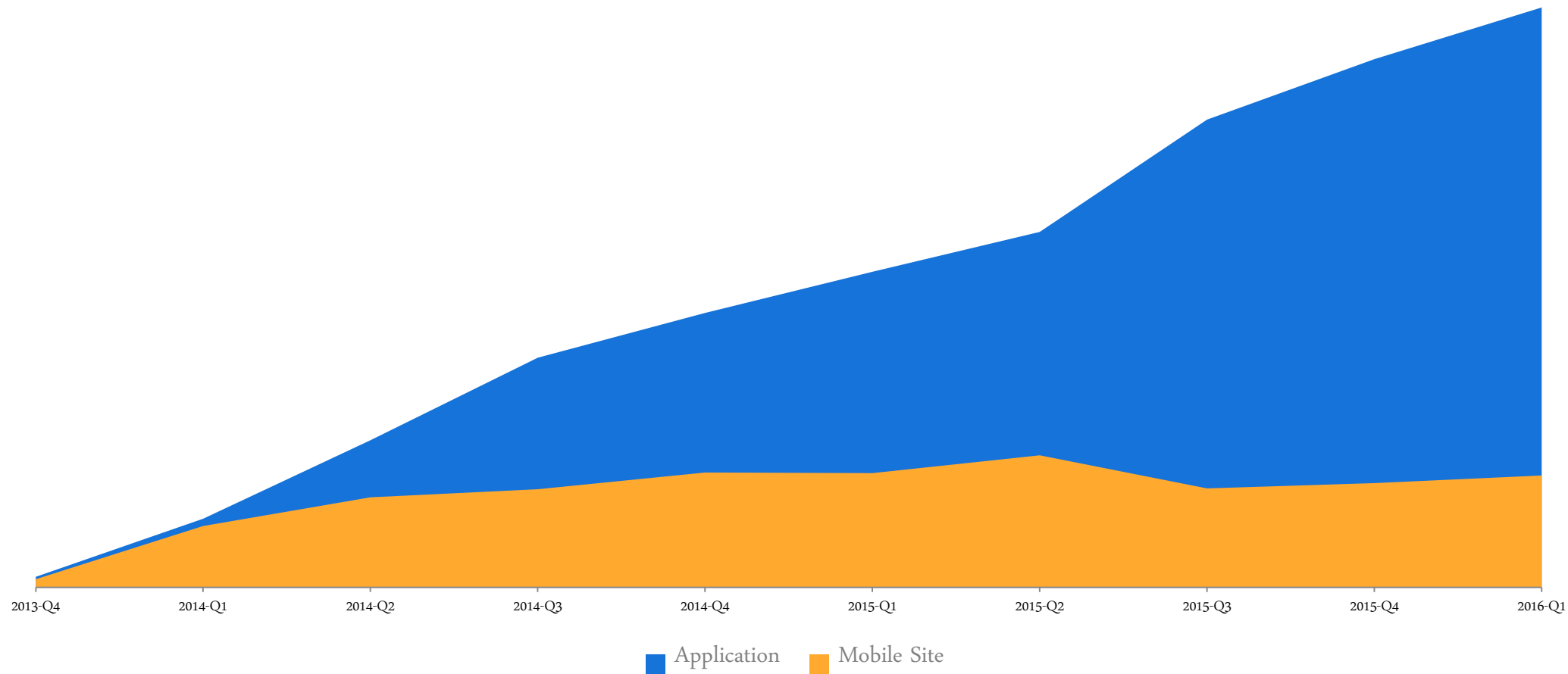
13%



Lamoda



Зачем нам приложение?



Mobile Site vs Application

Conversion Rate

APP

MOBILE SITE

Конверсия в приложении в несколько раз выше, чем на мобильном сайте.

Share of First Orders

APP

MOBILE SITE

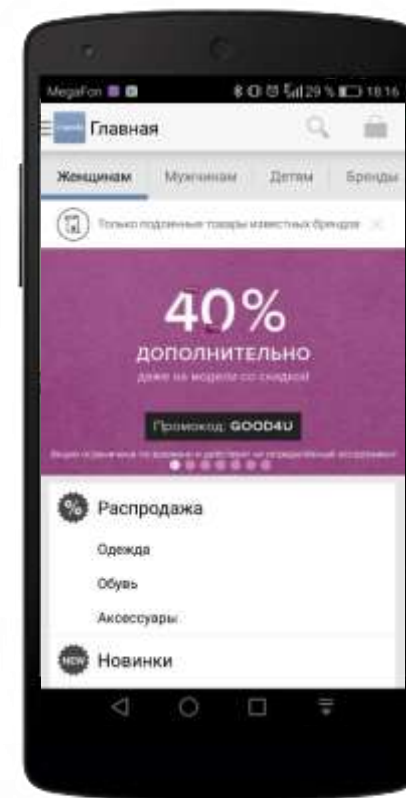
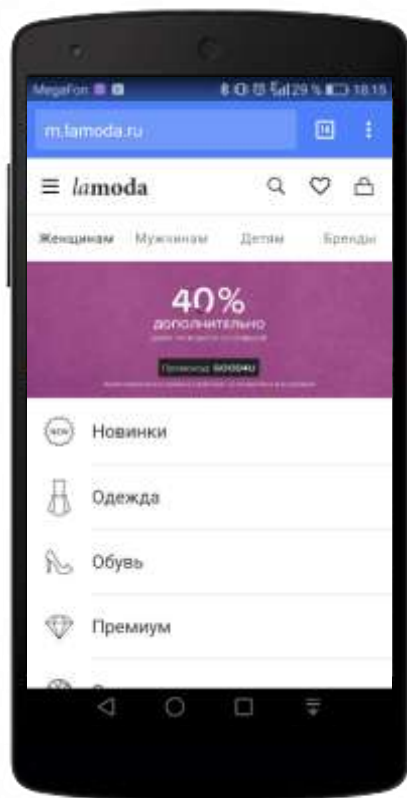
Однако, доля новых клиентов на моб.сайте выше в полтора раза.

Средняя корзина

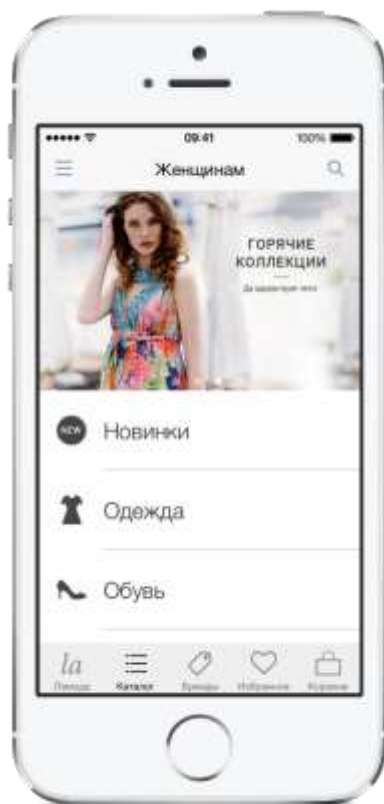
APP

MOBILE SITE

Средняя корзина на сайте чуть ниже, чем в приложении.



iOS vs Android



Установки

iOS

ANDROID

При примерно равном распределении бюджета только 35% установок приходится на iOS.

Заказы

iOS

ANDROID

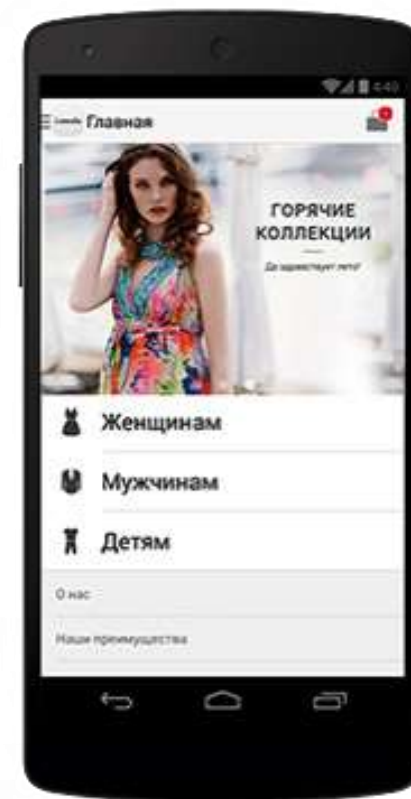
Ситуация с заказами противоположная – 64% из них приходится на iOS. Как следствие, CPO на Android выше почти в 2 раза

Средняя корзина

iOS

ANDROID

Средняя корзина в Android ниже на 32%.



СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ – ПРЕМИУМ АУДИТОРИЯ НА ЛЮБОЙ ВКУС

Намерение
приобрести
(ищут варианты,
рассматривают
альтернативы)

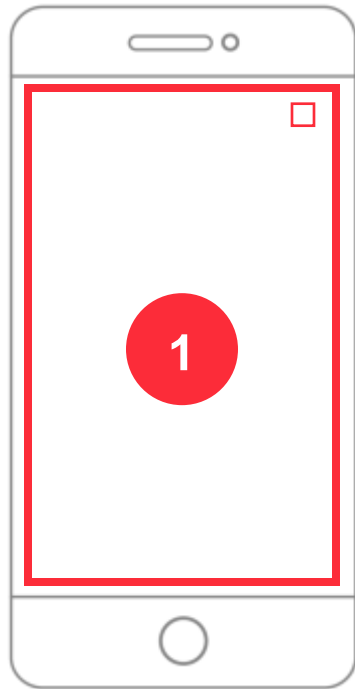
Люди, пользующиеся каждый день:

	Соц.сети с моб. устройств	Соц.сети	Интернет	Пресса	Радио	ТВ
Квартира	1.71%	1.43%	1.59%	0.73%	1.40%	1.06%
Автомобиль	3.26%	2.74%	2.73%	2.95%	2.40%	2.14%
Одежда, обувь	62.84%	58.94%	53.43%	47.45%	50.16%	46.89%
Путешествие	36.51%	33.82%	33.29%	28.49%	29.56%	24.17%
Бытовая техника и электроника	21.55%	19.35%	19.34%	19.10%	17.35%	15.85%

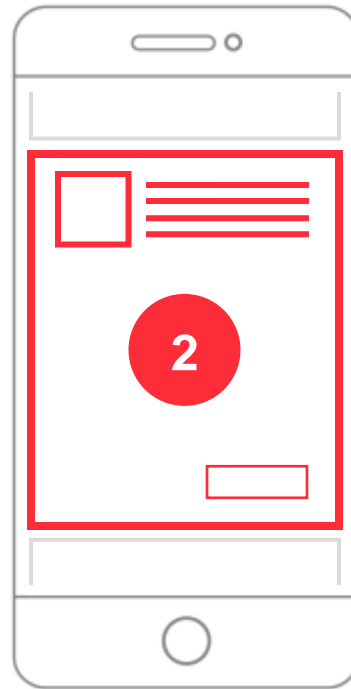
РЕКЛАМНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ



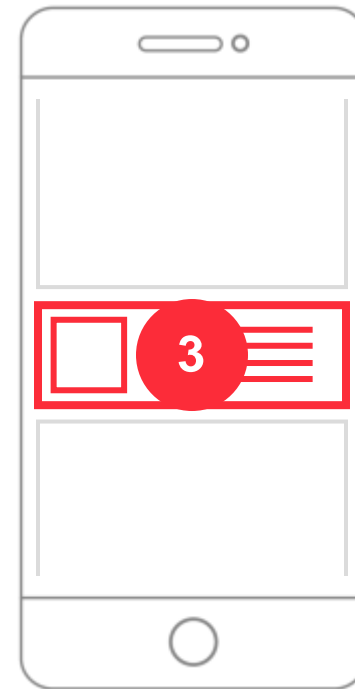
ФОРМАТ РЕКЛАМЫ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ И МОБИЛЬНОГО САЙТА



Фулскрин



Лента



Стандарт

ТАРГЕТИНГИ



демография



география



образование



любители
кофе



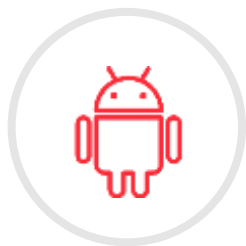
занятость



доход



статус



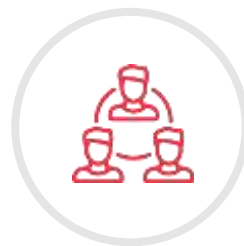
ос



сеть



устройство



аудитория



спорт



авто



музыка

АУДИТОРИИ



e-mail



телефонные
номера



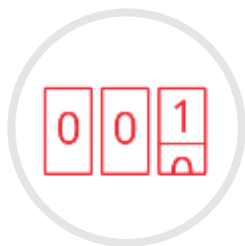
ID пользователей
ОК, VK, ММ



группы
в ОК и VK



игры
и приложения



счётчик
Top@Mail.Ru



прайс-листы



DMP



поисковые
запросы



ID устройств
Android и iOS

УРОВЕНЬ ТАРГЕТИРОВАНИЯ



КЕЙСЫ





**КОНВЕРСИЯ
В ЗАЯВКИ/ЗВОНКИ
0,5% - 2%.**

ВНУТРИ МКАД **от 4,7 млн. руб.** ЦЕНТР НАДЕЖНОСТИ

Дед Мороз и дети дарят метры!

+1м²

За каждого ребёнка в семье — кв. метр в подарок!
За каждые 15 м² — кв. метр в подарок!

Только до 15 января 2015 года!

СУПЕР Ипотека от 10,3%

УЗНАТЬ ПОДРОБНЕЕ

ФЗ-214



ЗАДАЧИ:

МАХ число целевых обращений

- звонки
- форма обратной связи

Достижение целевой стоимости обращения

РОЛЬФ

myTarget

icontext OMNI
DIGITAL
MARKETING

РЕШЕНИЕ:

Выбор таргетингов



РЕЗУЛЬТАТ:

При одинаковом уровне CPA, объем целевых обращений с myTarget **на 15% больше**, чем с мобильного поиска

Стоимость клика с myTarget **более чем в 2 раза** ниже по сравнению с мобильным поиском



МОБИЛЬНЫЙ САЙТ

ПРОДУКТ: ИПОТЕКА

Задачи:

- Увеличение числа заявок
- Удержание целевого CPO

Решение:

- Выбор мобильного канала – myTarget
- Структура рекламной кампании:



ПОСЕТИТЕЛИ РАЗДЕЛА
«ИПОТЕКА»



ТАРГЕТИНГ
ПО ИНТЕРЕСАМ



КОНТЕКСТНЫЙ
ТАРГЕТИНГ



icontext OMNI
DIGITAL
MARKETING

Результат:

1 CPO на 15%
ниже целевого

2 CR 2,3%

3 Поканальное CPO



Новые инструменты



ЛОКАЛЬНАЯ РЕКЛАМА



КЕЙС ФИТНЕС КЛУБ “КУЛЬТ ЛИЧНОСТИ”



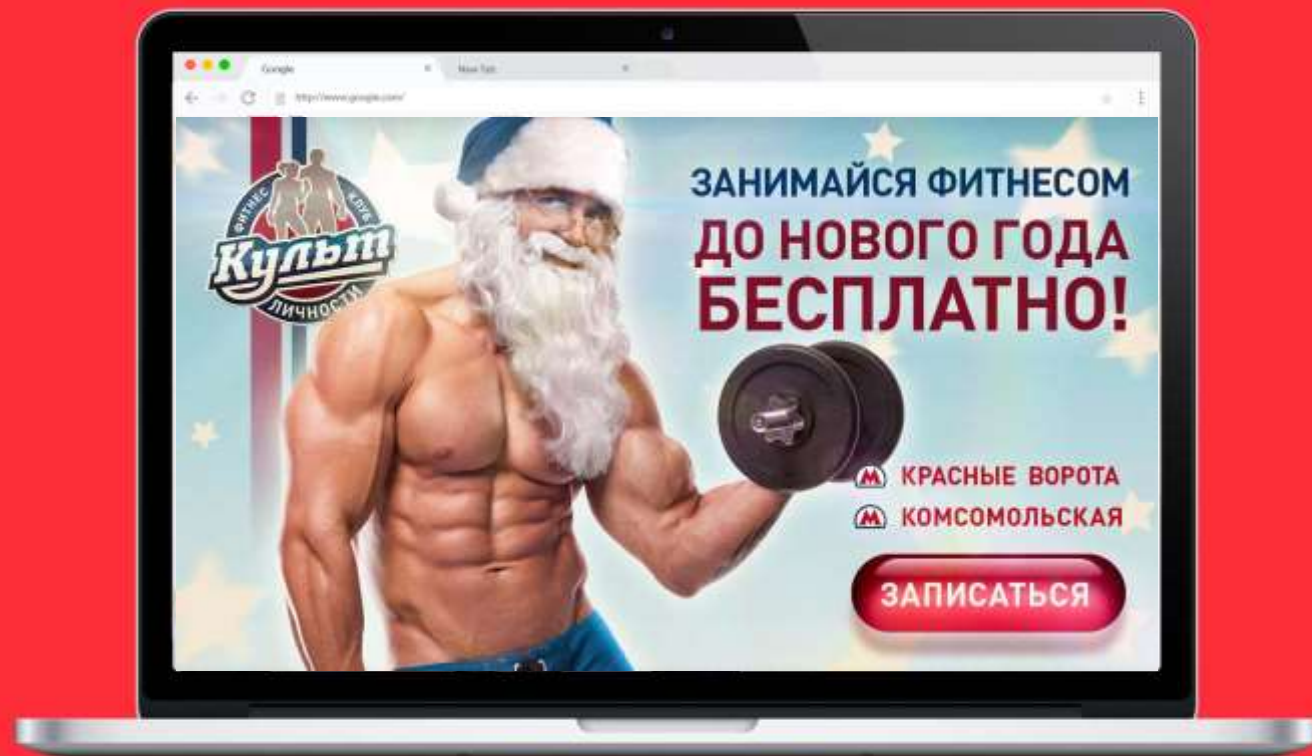
радиус
2 километра



часто бывают
в рабочее время



СПЛИТ по возрасту
и неизвестные возраста



РЕЗУЛЬТАТЫ ТРЕХ ДНЕЙ ТЕСТА



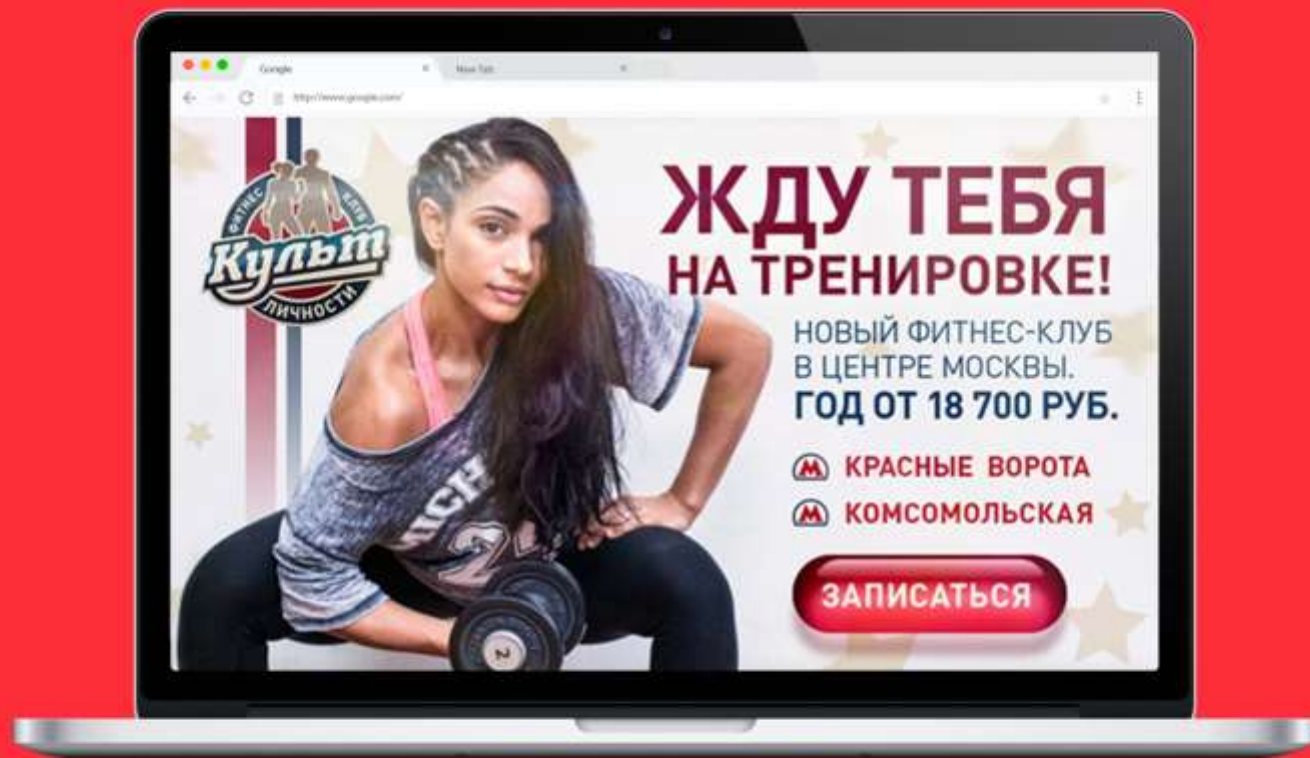
бюджет
12 000 рублей



24 заявки



3 продажи



ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ



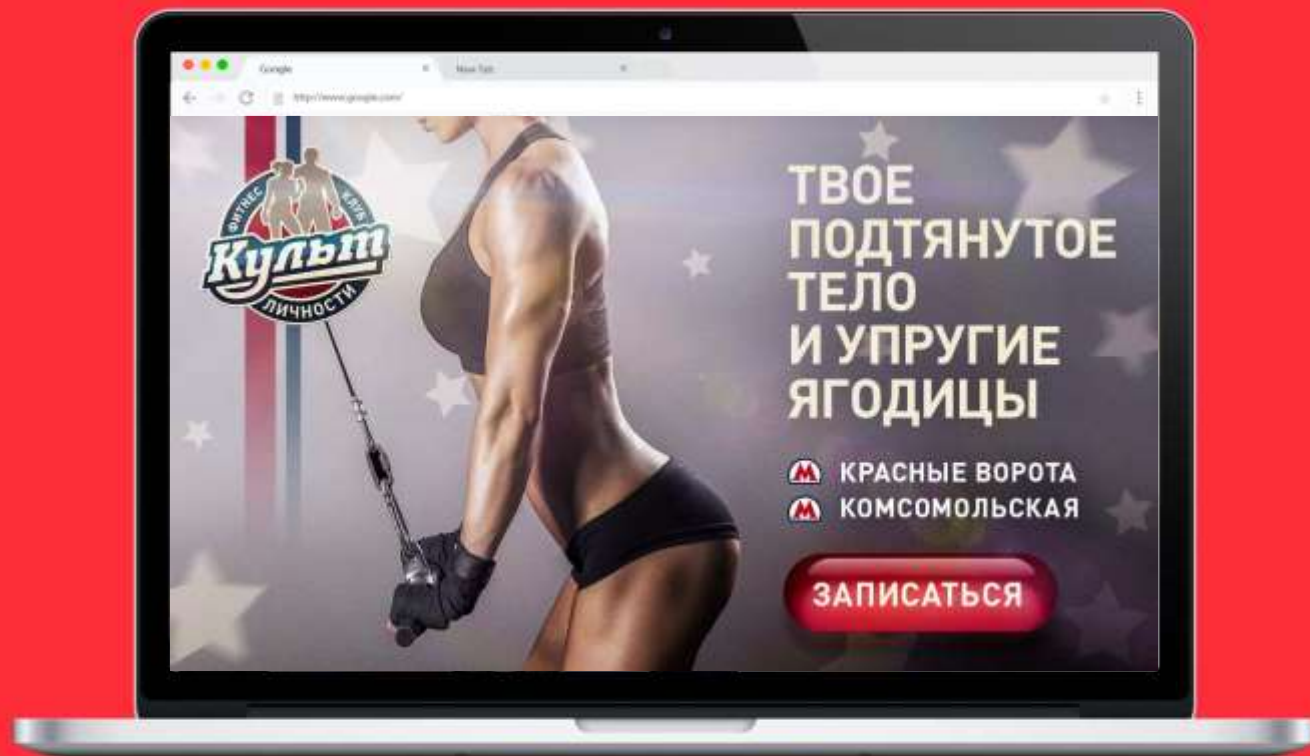
ретаргетинг
на посетителей



таргетинг
по ключевым словам

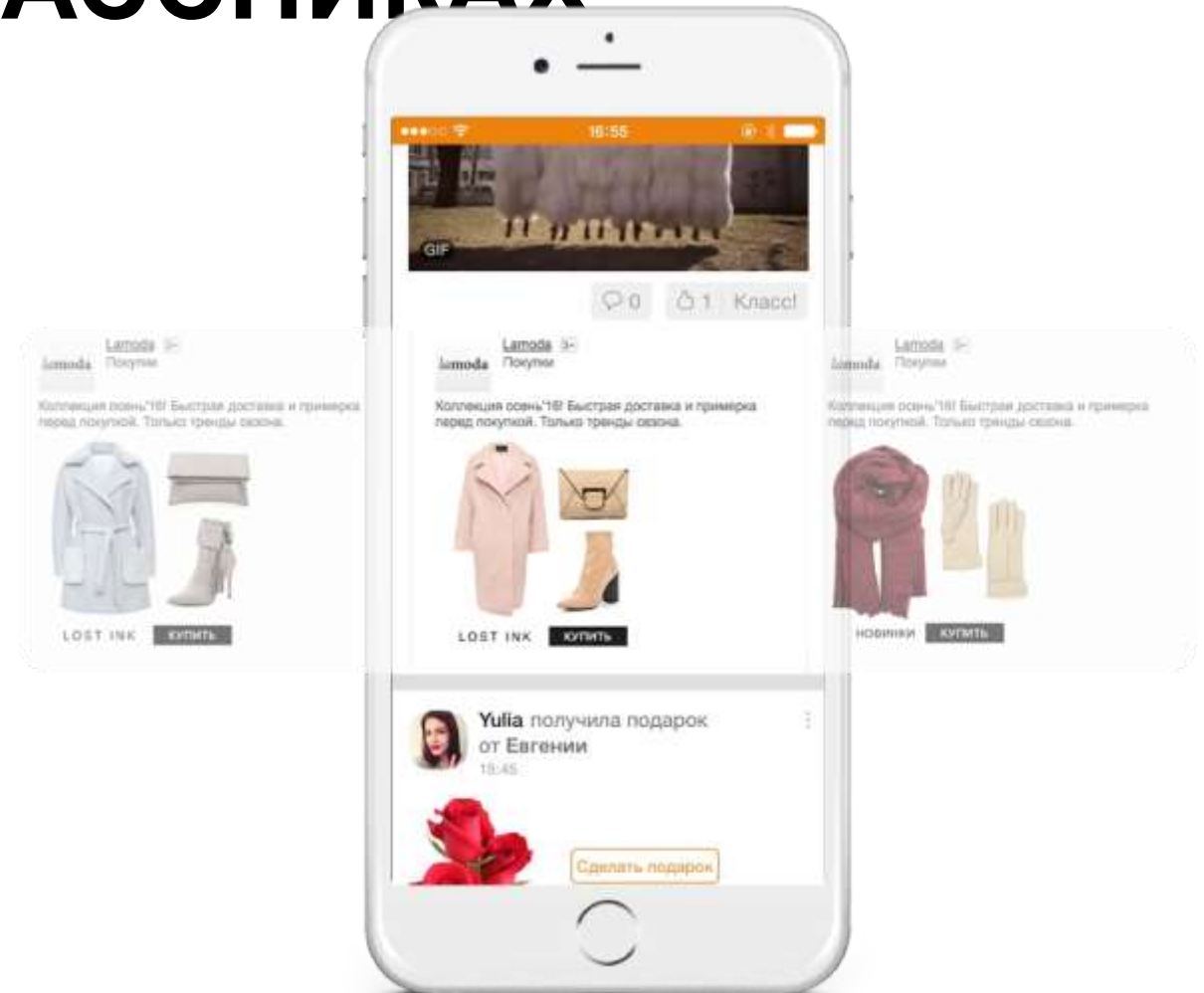


Совокупное количество
заявок **в два раза**
больше контекста

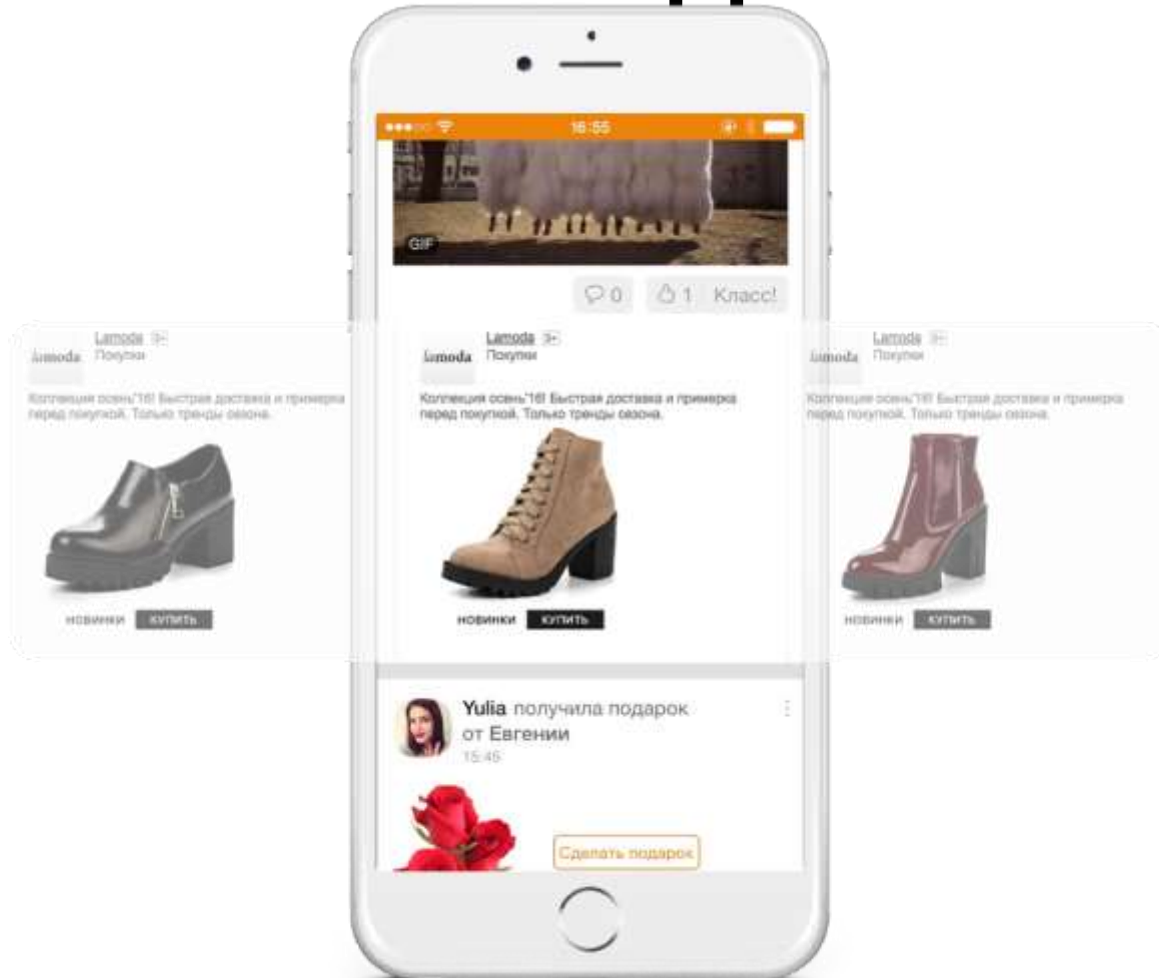


МОБИЛЬНАЯ КАРУСЕЛЬ В ОДНОКЛАССНИКАХ

Мобильная карусель в **myTarget** позволяет загружать от 3 до 5 объявлений, которые будут транслироваться единым блоком в новостной ленте социальных сетей. Пользователь может пролистывать варианты объявлений, тем самым просматривая более одного объявления. Например, в карусели можно показать автомобиль с разных ракурсов: экстерьер и интерьер в отдельных объявлениях в одном рекламном сообщении.



МОБИЛЬНАЯ КАРУСЕЛЬ В ОДНОКЛАССНИКАХ



Карусель vs Реклама в ленте

CPC ниже на **17%**

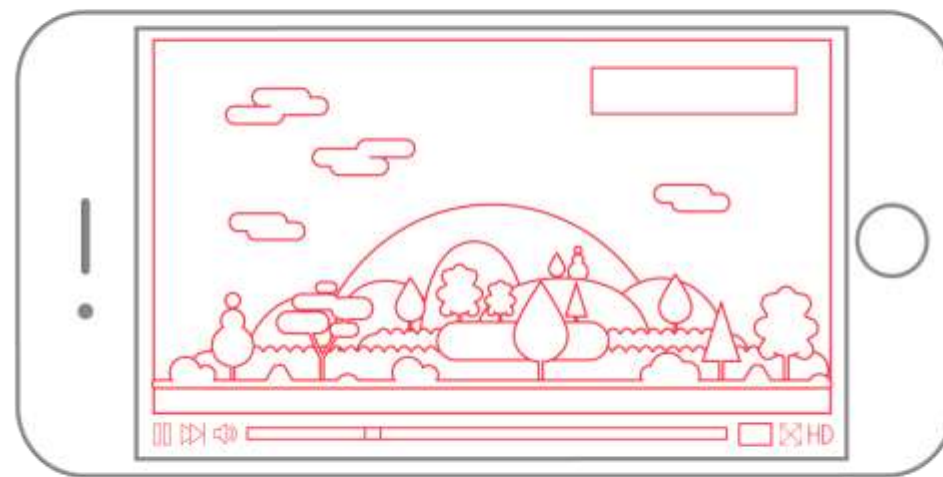
CR в инсталлы выше на **53%**

CPI ниже на **48%**

ПРЕРОЛЛ



Рекламный видеоролик, который пользователь видит перед просмотром видео. Преролл доступен как на десктопных, так и на мобильных площадках.



КРОССПЛАТФОРМЕННЫЙ ДИНАМИЧЕСКИЙ РЕМАРКЕТИНГ

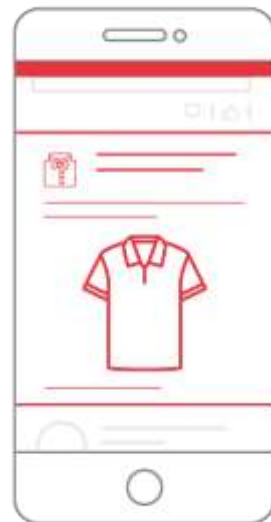
1

Если пользователь посмотрел товары на вашем сайте с компьютера, но по какой-то причине не купил



2

А потом зашел с мобильного устройства на ОК или ММ и увидел, тот товар, что смотрел ранее



3

После клика на баннер, пользователь сразу попадает на страницу продукта мобильной версии вашего сайта



АНАЛИЗИРУЕМ КОНВЕРСИЮ

Макросы:



{{age}}

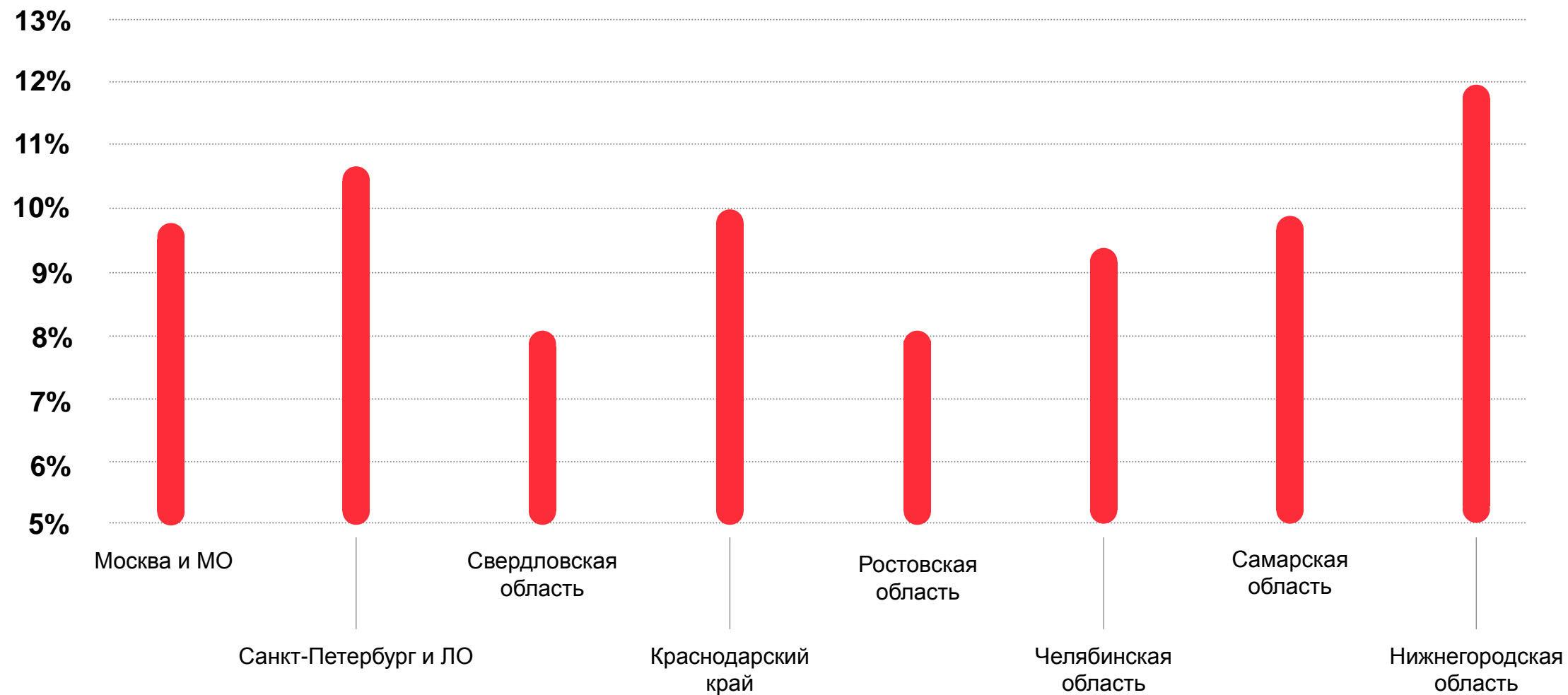


{{gender}}

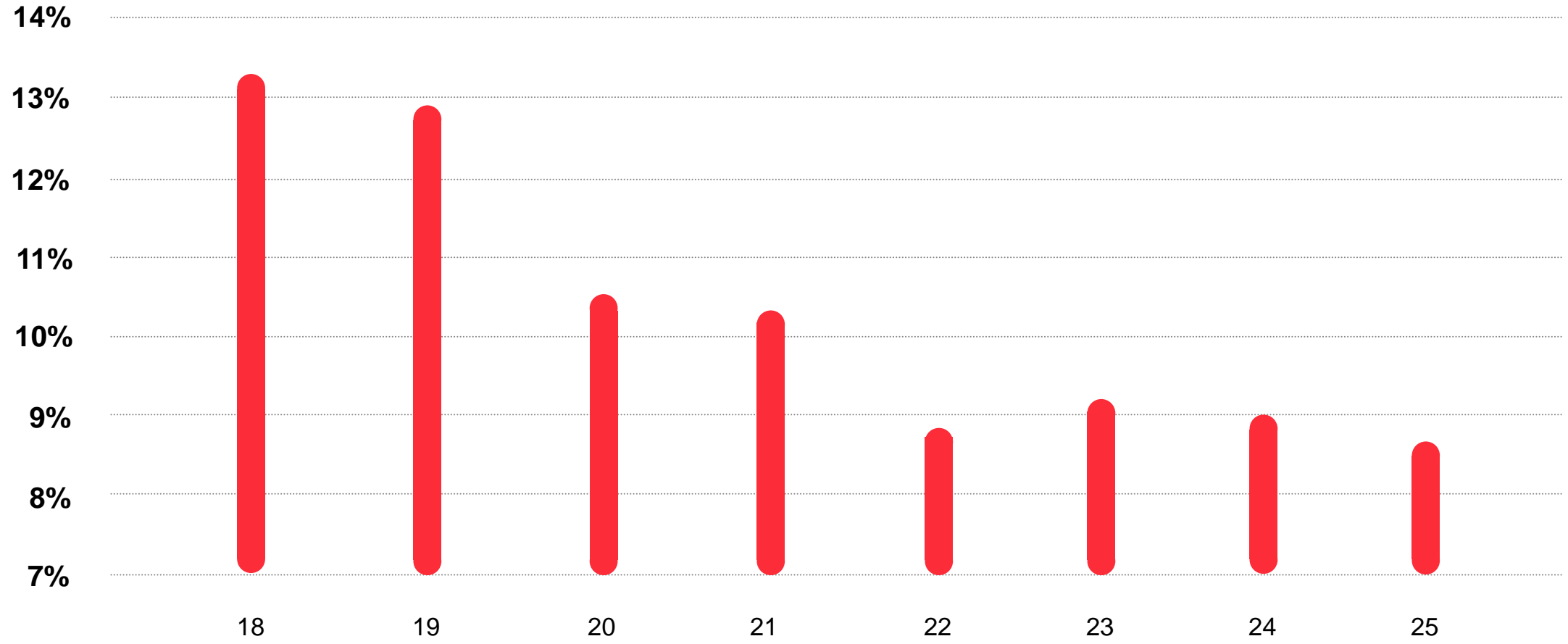


{{geo}}

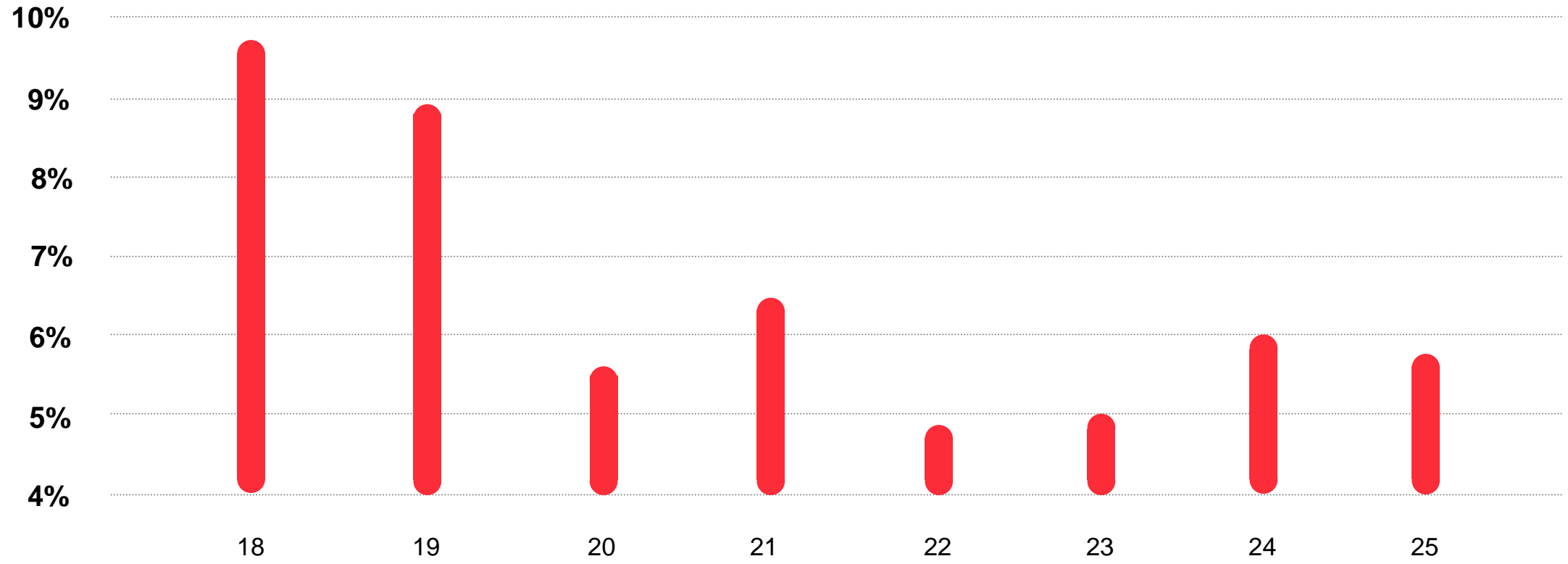
GEO (CR)



CR (AGE), GENDER = MALE



CR (AGE), GENDER = FEMALE





Яков Пейсахзон

*Руководитель по работе с клиентами
мобильного департамента Mail.Ru Group*

Тел.: +7 (909)-902-4980

Skype: peysahzon

e-mail: y.peysahzon@corp.mail.ru