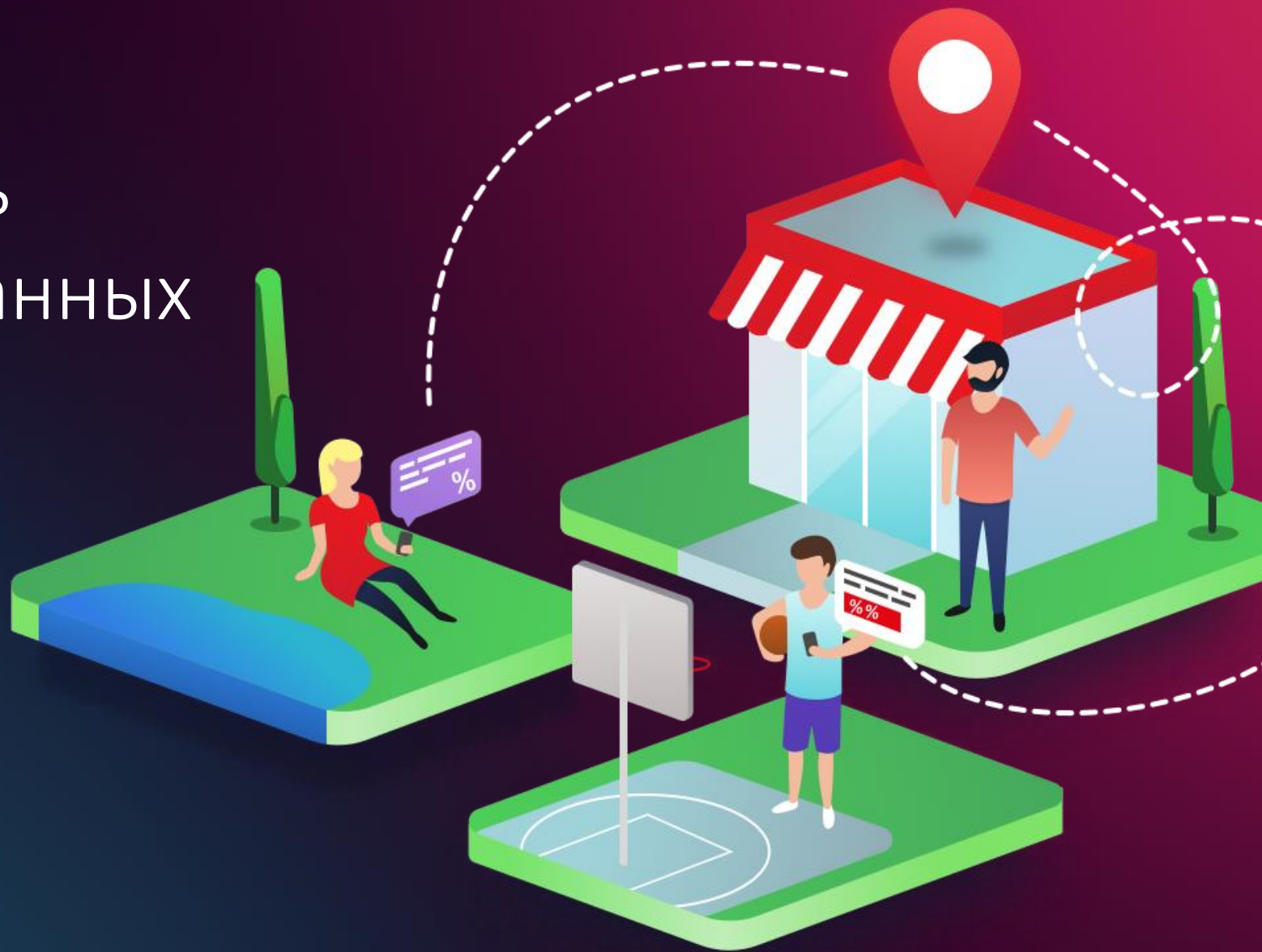


Таргетинг и омниканальность в эпоху больших данных



Обо мне



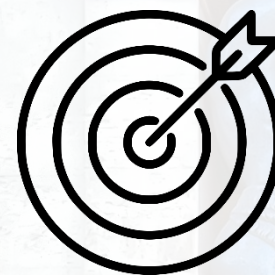
Ольга

Нехайчик

Заместитель руководителя
направления digital-
маркетинга МТС

Менеджер платформы
настройки рекламных
кампаний МТС Маркетолог

На чем держится маркетинг



на
таргетинге

Таргетинг

Возможность предложить
— товар или услугу —

ИМЕННО ТЕМ,

— кому он может быть —
действительно интересен

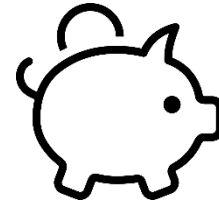
Таргетинг делает рекламу эффективнее



Точный
таргетинг



Высокий
отклик и
конверсия



Снижение
затрат на
рекламу,
рост заказов

Снижение затрат за счет таргетинга

Без таргетинга

10 000 SMS

✗

1,5 руб за 1 SMS

=

15 000 руб

1% CTR



С таргетингом

2 000 SMS

✗

3 руб за 1 SMS

=

6 000 руб

5% CTR

100 переходов на сайт

Снижение затрат за счет таргетинга

Без таргетинга

10 000 SMS

×

1,5 руб за 1 SMS

=

15 000 руб

1% CTR



С таргетингом

2 000 SMS

×

3 руб за 1 SMS

=

6 000 руб

5% CTR

100 переходов на сайт

Таргетинг возможен за счет сегментирования рынка

Способы сегментирования



География



Демографические
факторы

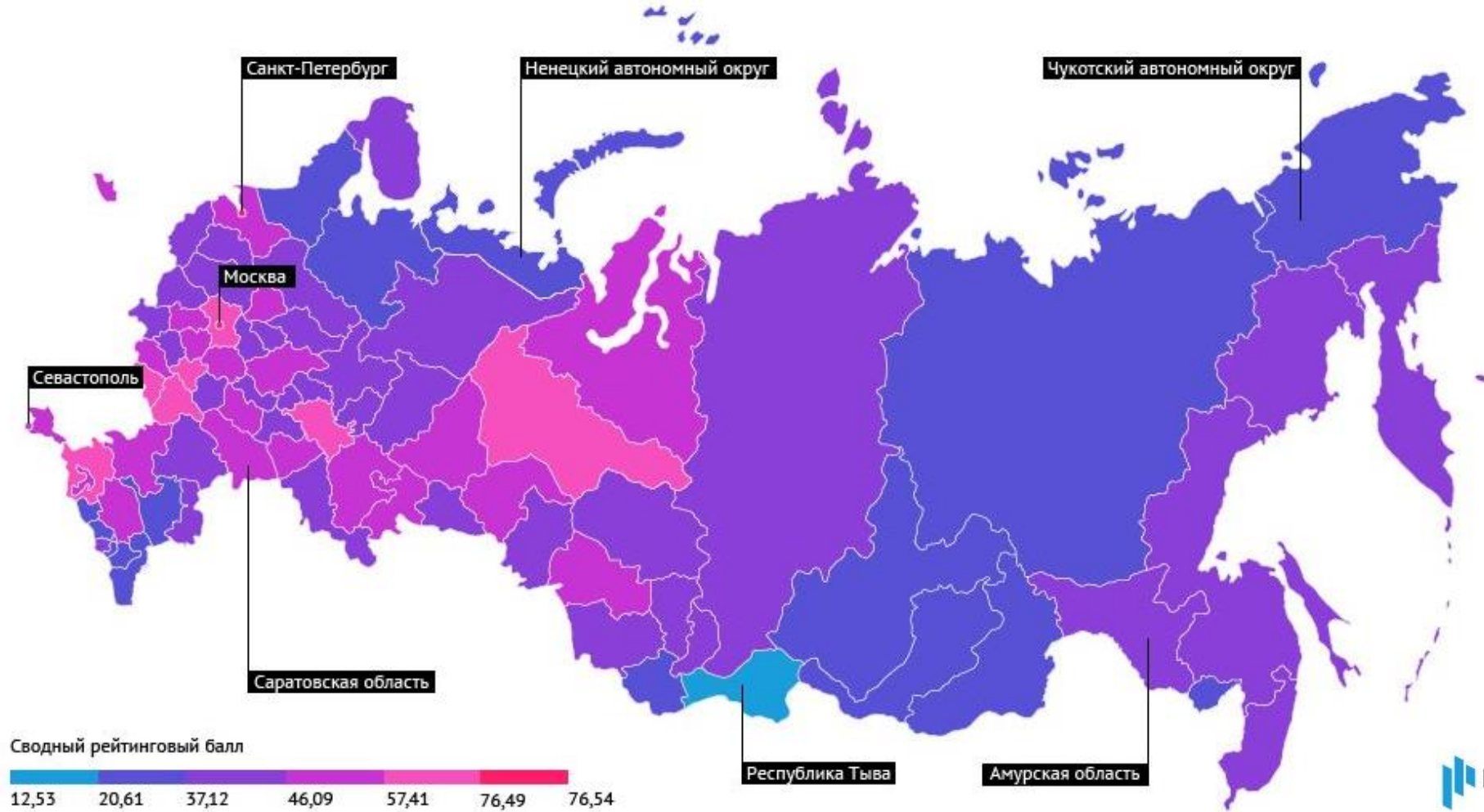


Стиль жизни,
интересы



Пользовательское
поведение

Рейтинг регионов России по качеству жизни



Возрастные когорты



T_r

Традиционалисты

> 2 Мировая война

B_b

Бэби-бумеры

2 Мировая война
-1960

X

Поколение X

1964 – 1980

Y

Поколение Y

1980 – 2000

Z

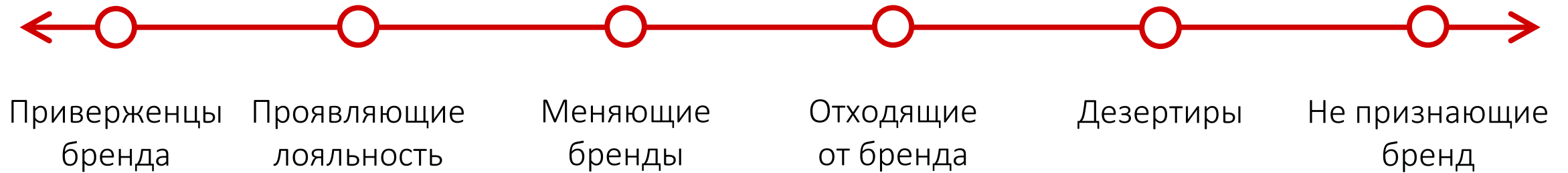
Поколение Z

2000 –

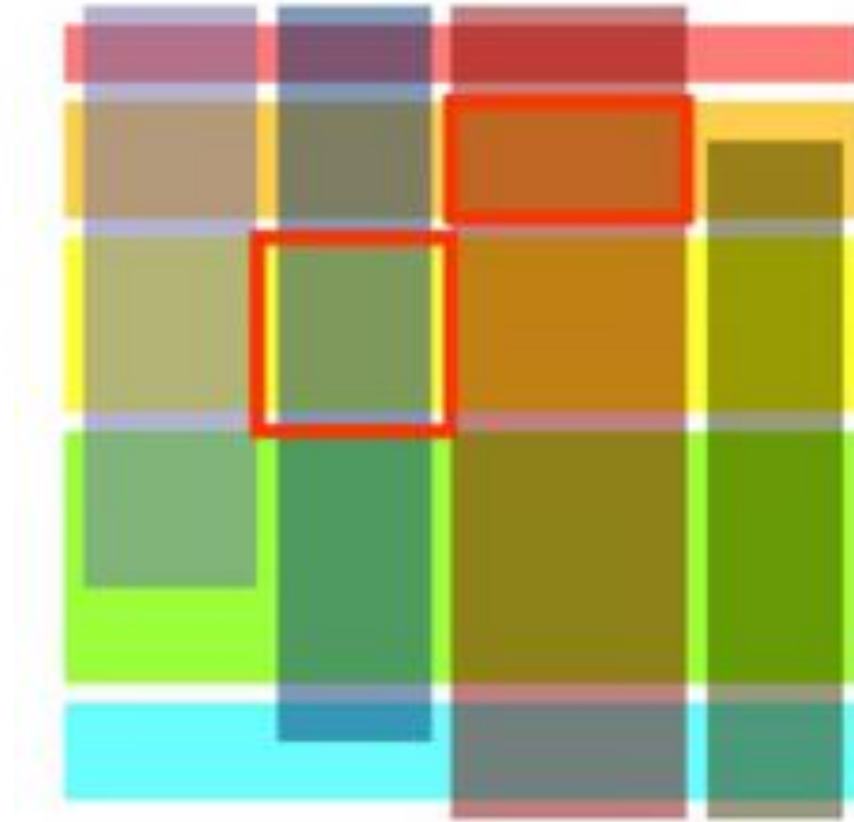
Сегментация клиентов Nokia по подходу к покупке



Сегментирование по лояльности к бренду



Как сегментировать?



— Существует —

МНОЖЕСТВО

способов сегментировать

ваших клиентов

Кейс. Услуги клининга

 SMS

Таргетинг:

Женщины

Пользуются смартфоном

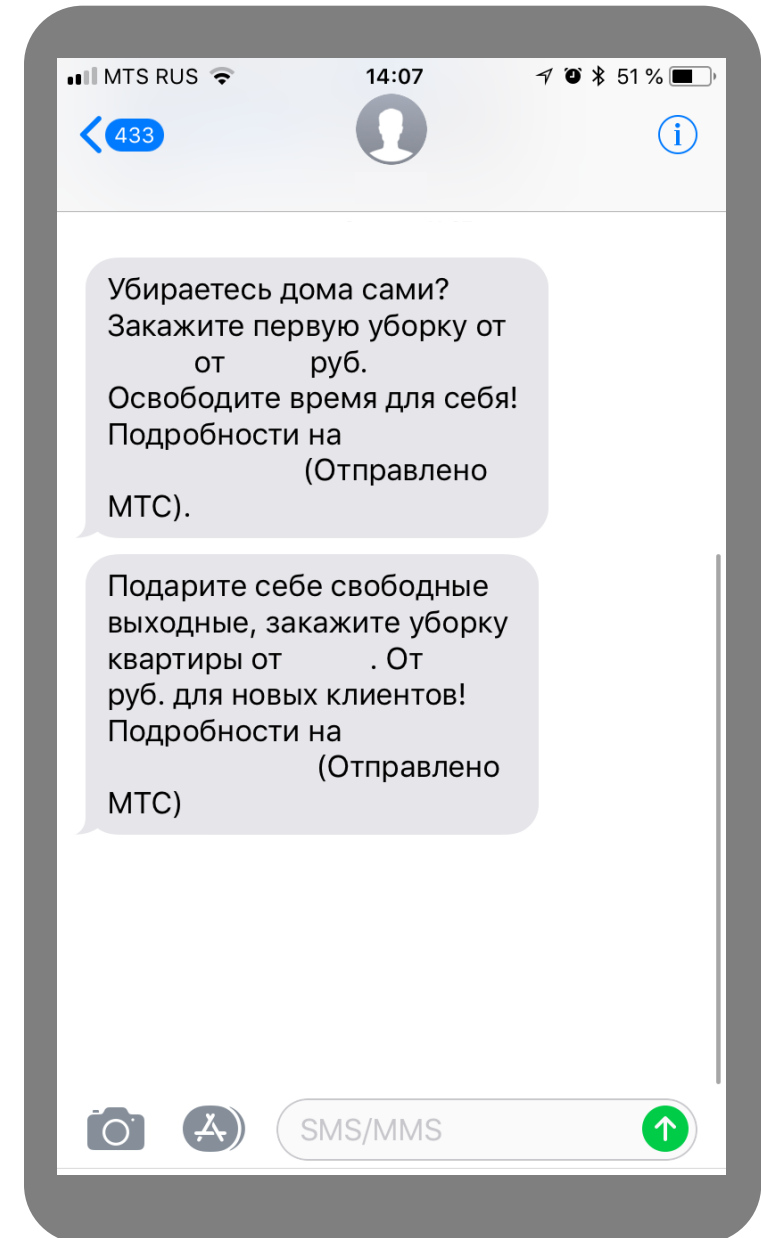
Интересуются услугами клининга

Высокий ARPU

География: г. Москва

CTR – 10,65%

CPC – 45 руб.



Кейс. МТС и Московский марафон



SMS

Таргетинг:

Участники Московского марафона

География: г. Москва

SMS от организаторов

- Ссылка на текст о подготовке к забегу
- Советы бывалых
- Видео от блогеров Go Bro
- Ссылка на скачивание приложения МТС с плейлистом для тренировок



10%

аудитории
перешли по ссылке
на текст МТС/Медиа

4:51 мин

среднее время
чтения

9%

читателей
нажали на кнопку
«Установить МТС Music»

Кейс. Билетный сервис



CTR при таргетинге на различные сегменты целевой аудитории



Кейс. Авиакампания



3,5%
CTR

Ездили в страну Z 2 раза
за последний год

6,1%
CTR

Интересовались визой страны Z
за последние полгода

4,5%
CTR

Ездили в страну Z 3 раза
за последний год

4,2%
CTR

Интересовались визой страны Z более
полугода, но меньше года назад

4,6%
CTR

Ездили в аналогичные
страны за последний год

4,7%
CTR

Интересовались визой аналогичных
стран за последние полгода

Кейс. Агрегатор услуг



Посещали оффлайн площадки аналогичных услуг в последний месяц



8,5%
CTR



10,0%
CTR

Посещали оффлайн площадки аналогичных услуг в последний месяц, но не посещали их до этого



7,9%
CTR



Интересовались аналогичными сервисами в последний месяц



5,1%
CTR



13,9%
CTR

Абоненты с тратами на связь более 1 000 руб



5,2%
CTR



Сегментация с помощью машинного обучения

Демография

Стиль жизни



Интересы

Геолокация

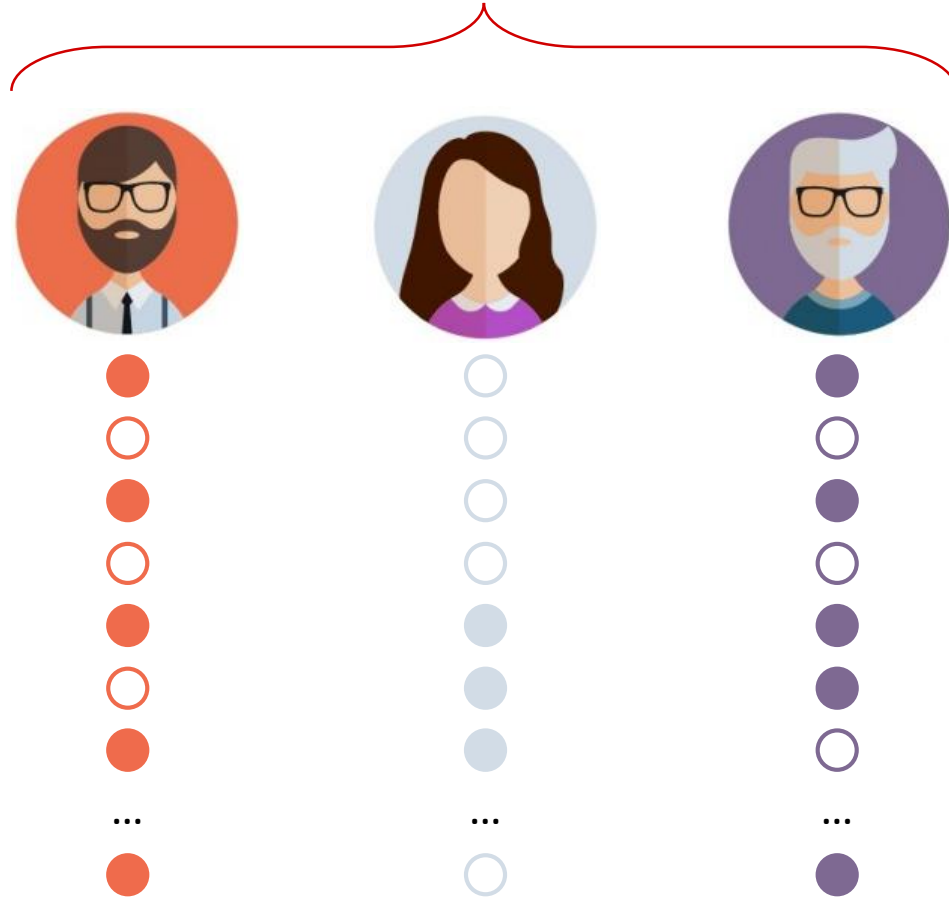


Look alike
(машинное обучение)



Look alike (машинное обучение)

Обучающая выборка

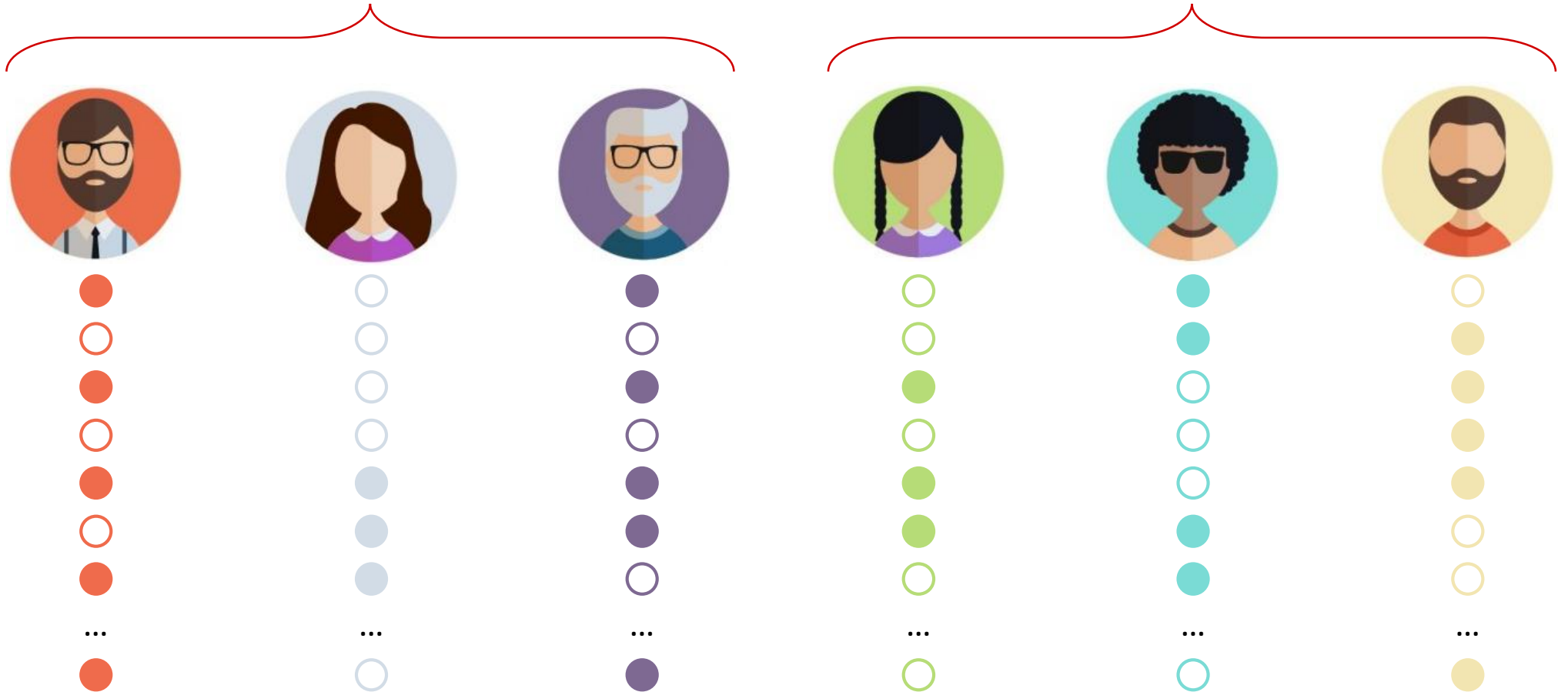


Параметры


Look alike (машинное обучение)

Обучающая выборка

Тестовая выборка



Кейс. Агрегатор услуг

 Мобильный баннер



Посещали оффлайн площадки
аналогичных услуг
в последний месяц

1,52%
CTR



Look alike
на существующих клиентов

0,58%
CTR

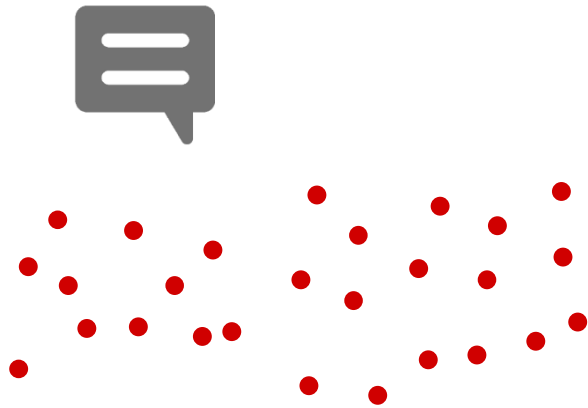


Интересовались
аналогичными сервисами
в последний месяц

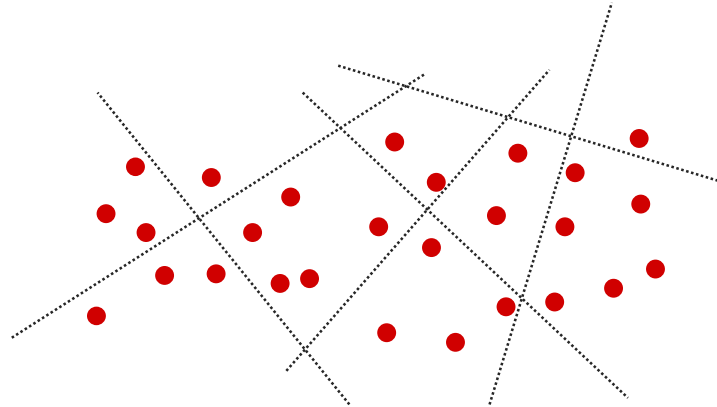
0,50%
CTR

Сегментация с помощью выборок

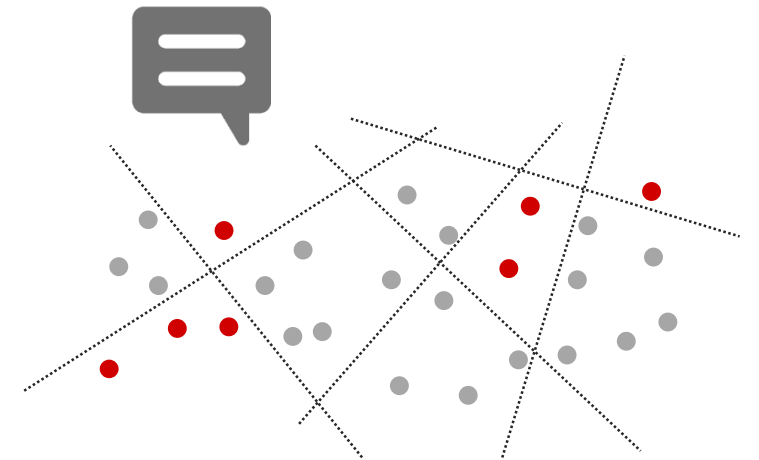
Этап 1



Этап 2



Этап 3



Кейс. Финансовый сервис

Этап 1

 SMS



Пользователи

2%
CTR

Этап 2, 3



Кафе и рестораны

13,2%
CTR



Автомобили

11,9%
CTR



Детские товары

16,1%
CTR



Супермаркеты

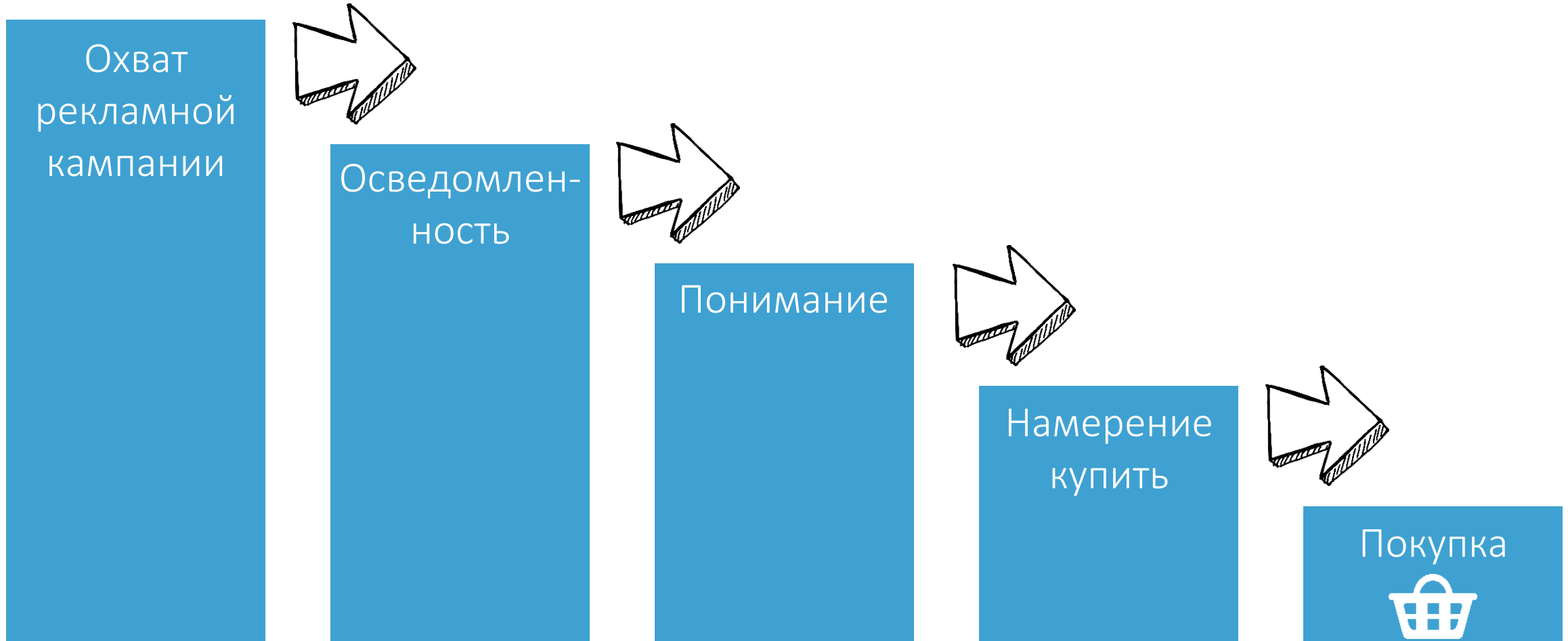
7,4%
CTR



Развлечения

5,9%
CTR

«Дырявые ведра»



Воронка продаж

Возможность “вернуть” клиента – ключ к росту продаж

Мало кто сразу
совершает
покупки



Большинство
сначала изучают
варианты



Но могут так
и не прийти
к решению или
просто забыть



Важно “вернуть”
клиента к мысли
о покупке, предложив
свой продукт



Оmnиканальность или каскадные коммуникации

Общение с клиентом последовательно через различные каналы



Баннер

повышающий
осведомленность
о продукте



E-mail

с описанием
продуктовой
линейки компании



SMS

промокод
на скидку



Покупка

Кейс. Билетный сервис

Сегмент аудитории

CTR показа баннера

Посещение мероприятия

Посетители похожих мероприятий

0,035%

18,6%

Друзья посетителей похожих мероприятий

0,025%

17,5%

Друзья посетителей мероприятия

0,065%

0,9%



37,1%

тех, кто видел баннер,
был на мероприятии

Кейс. Билетный сервис



SMS

CTR при таргетинге SMS на различные сегменты целевой аудитории

Коммуникация 1



Кейс. Билетный сервис



SMS

CTR тех, кто кликнул, но не купил, с предложением скидки

Коммуникация 2





Адресуемость

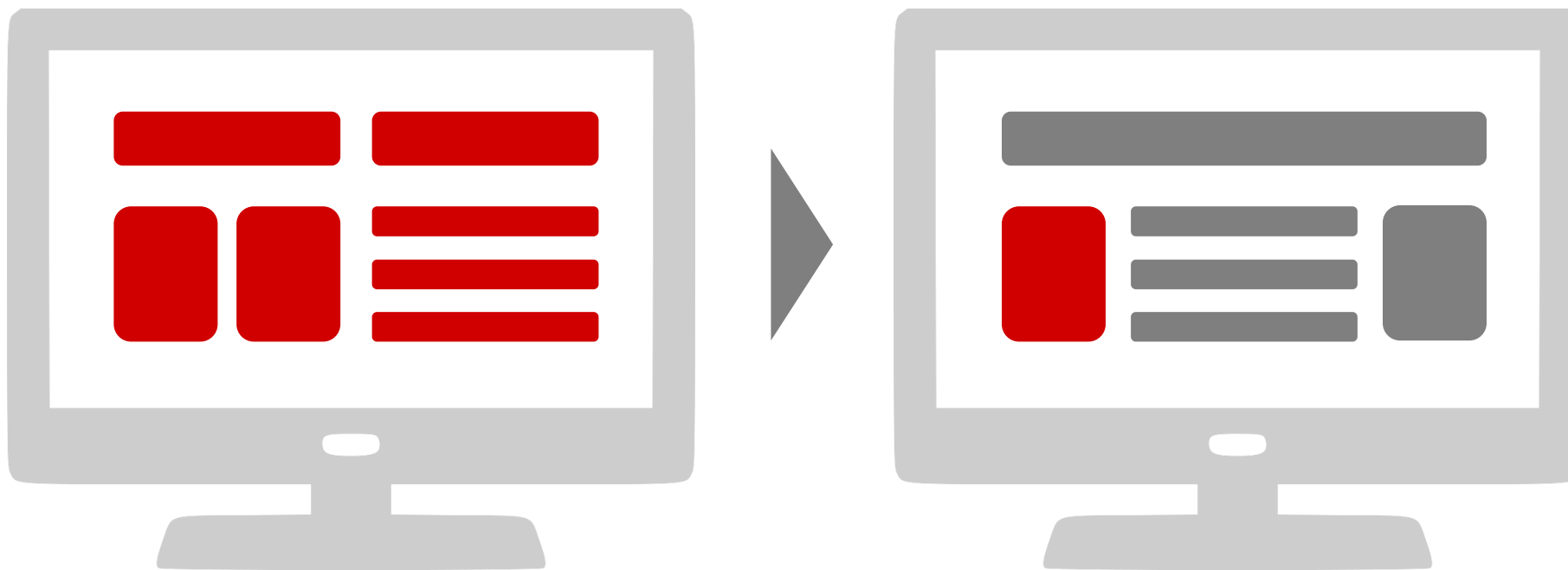
Таргетинг...

Возможность предложить
товар или услугу именно тем,
кому он может быть
действительно интересен

&

...в нужное время

Retargeting



Real time marketing

Триггер



Действие

Пример Real time marketing

Клиент уезжает
за границу



Ему приходит SMS
о возможностях пополнения
баланса в роуминге
и подключения опций за границей

Пример Real time marketing

Клиент выбирает
электрический
чайник
в Интернете



Клиент
приезжает
в торговый
центр



Ему приходит SMS о том,
что в торговом центре есть
чайник, которым он
интересовался

Пример Real time marketing

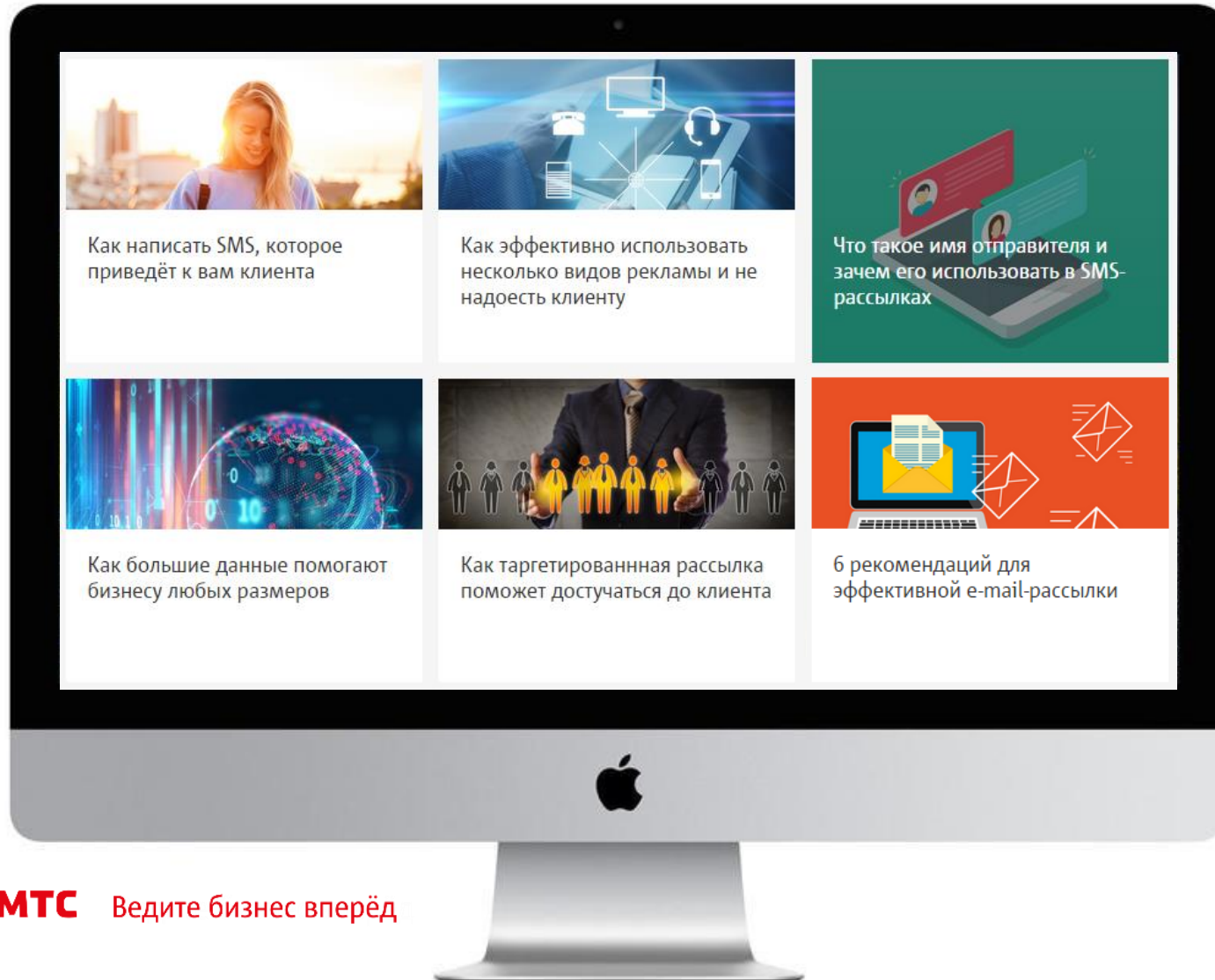
Клиент интересуется недвижимостью, чтобы приобрести жилье в новостройке



Ему приходит сообщение или он получает звонок от агентства с информацией о новостройках

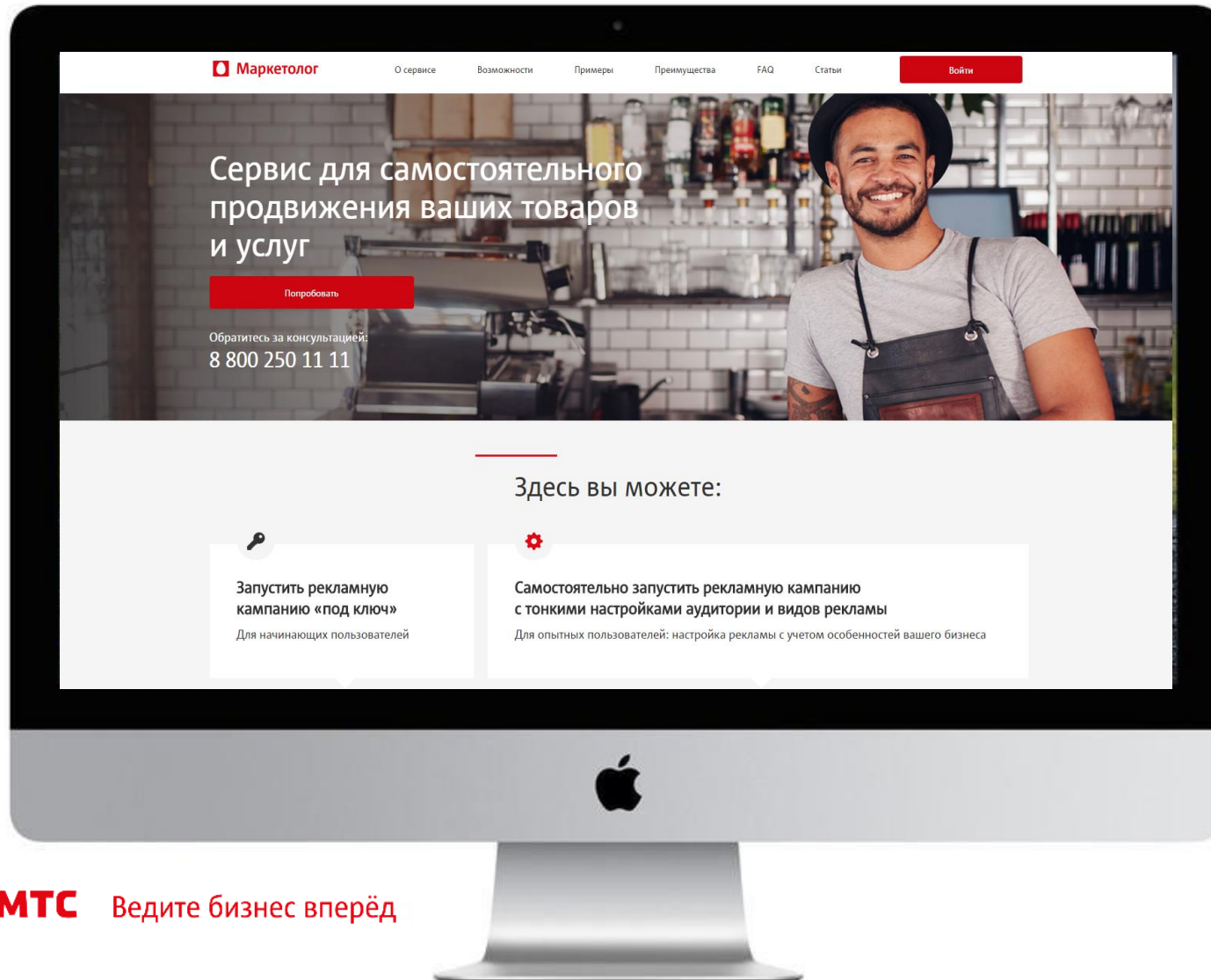
Полезные статьи и советы

marketolog.mts.ru/blog



МТС Маркетолог

marketolog.mts.ru



Бесплатный круглосуточный
телефон поддержки
8 (800) 250 1111

Спасибо
за внимание!

