

Предсказать ROMI 



Как повысить отдачу
от маркетинговых инвестиций





Половина моих рекламных бюджетов уходит впустую, только я не могу понять, какая именно половина.

ДЖОН ВАНАМЕЙКЕР

Легендарный американский коммерсант,
«отец современной рекламы»




Как понять, насколько
эффективны ваши рекламные
инвестиции?



Эконометрическое моделирование
поможет!

Эконометрика — это
взаимодействие экономической
теории, наблюдаемых данных и
статистических методов



МАРНО ВЕРБЕЕК

Современная Эконометрика, 2002

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ

Константа

Каждый x-фактор, влияющий на зависимую переменную

Зависимая переменная (например, продажи)

Коэффициенты, которые показывают отношения между каждым фактором и зависимой переменной

$$\text{DepVar} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \epsilon$$

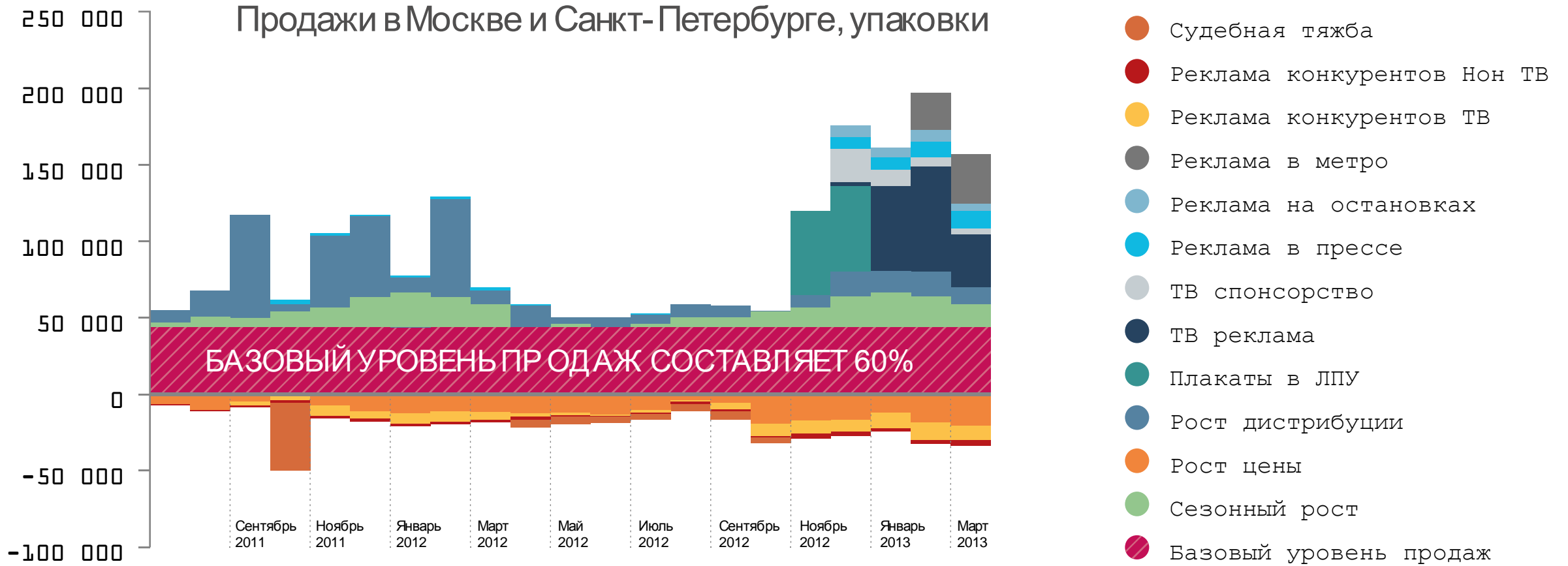
Ошибка. Причины:
данные не всегда точны, а поведение людей (конкурентов) невозможно предсказать.
Важно, чтобы ошибки были случайными и распределялись нормально.

Данная исследовательская методология используется в маркетинге, чтобы определить, какие факторы влияли на результирующий показатель (например, количество обращений или покупок) и выразить это влияние количественно. Результаты моделирования затем могут быть использованы для оптимизации маркетинговой стратегии бренда на будущее.



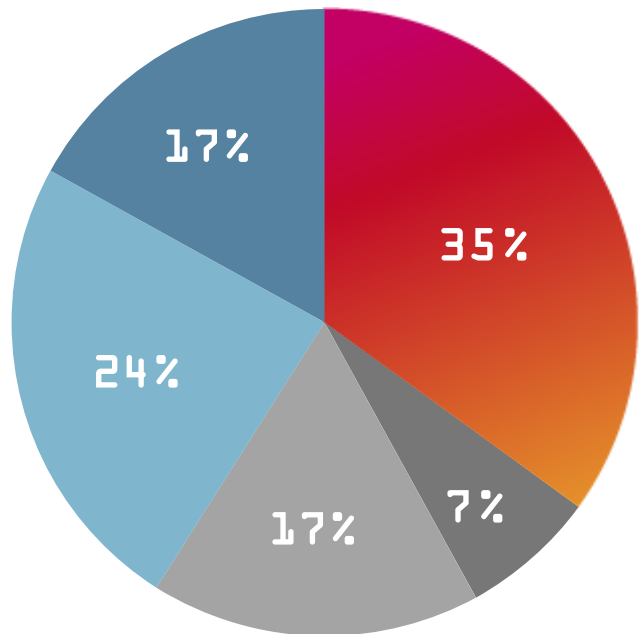
На какие вопросы ответит
эконометрическое моделирование?

КАКИЕ ФАКТОРЫ И КАК ВЛИЯЮТ НА РЕЗУЛЬТАТ?

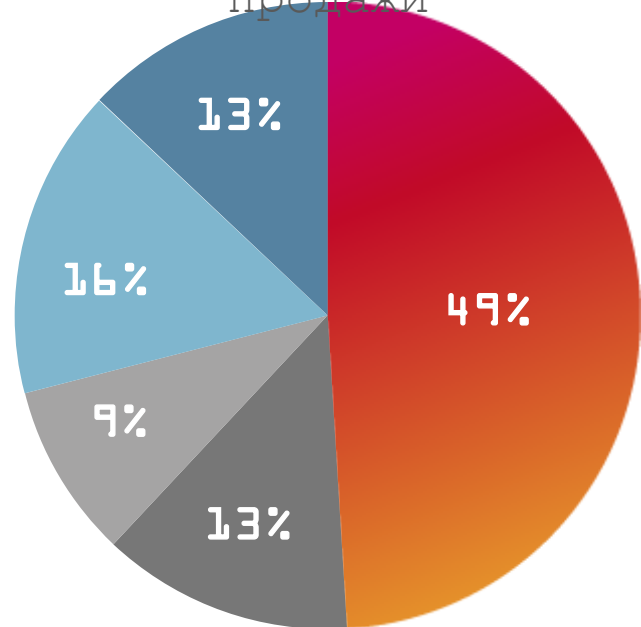


КАКОВЫ КЛЮЧЕВЫЕ ДРАЙВЕРЫ ПРОДАЖ?

Доля инвестиций

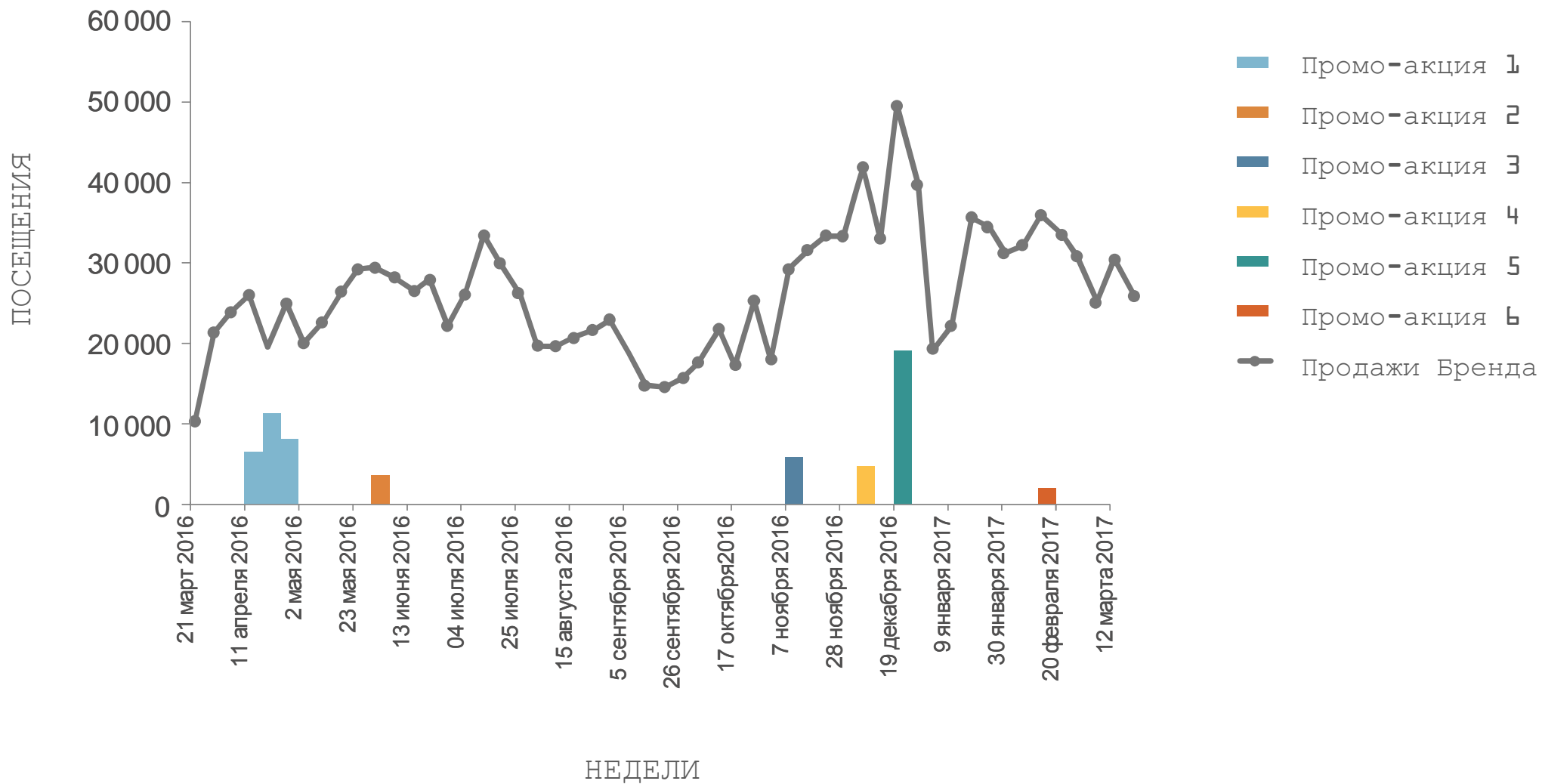


Доля вклада в продажи

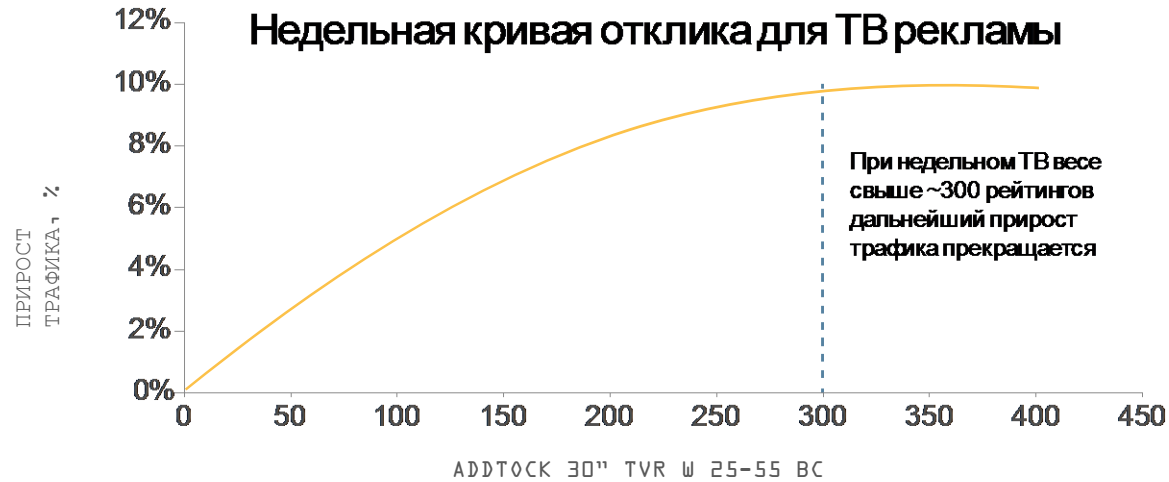


- ТВ реклама
- ТВ спонсорство
- Реклама на остановках
- Реклама в метро
- Реклама в прессе

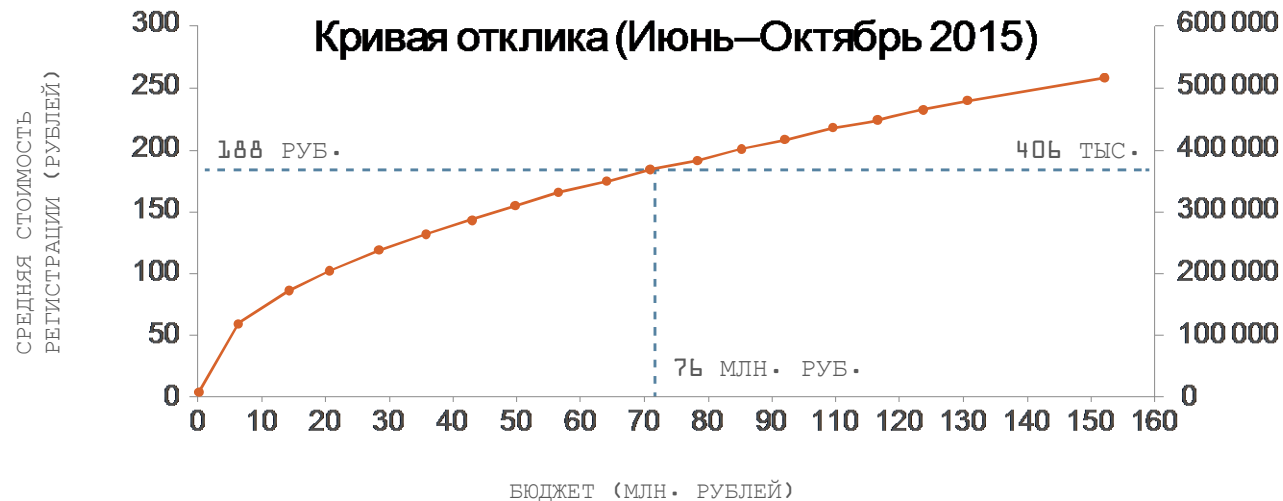
КАКОВЫ БЫЛИ ВЛИЯНИЕ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОМОАКЦИЙ?



ОПТИМАЛЕН ЛИ РАЗМЕР РЕКЛАМНОГО БЮДЖЕТА?



Как изменение рекламного бюджета отразится на продажах?



С какого момента увеличение бюджета перестает сказываться на продажах?

ОПТИМАЛЕН ЛИ МЕДИА-МИКС?

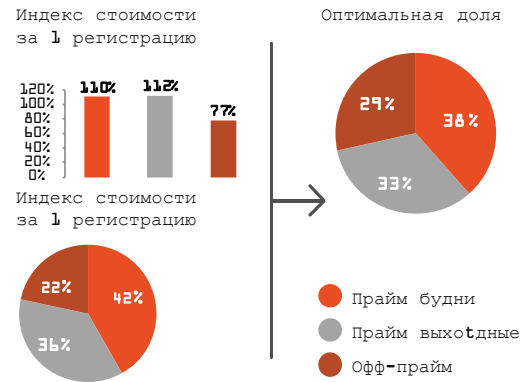
АРХИТЕКТУРА ФЛАЙТА

Результат 1: Период полураспада эффекта ТВ рекламы составляет 2 недели



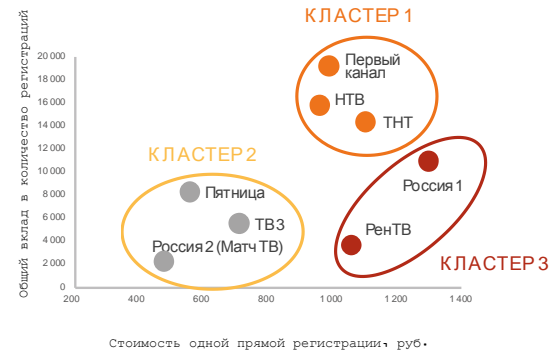
КАЧЕСТВО РАЗМЕЩЕНИЯ

Результат 2: общая доля размещения в прайм должна составлять 70%



МИКС КАНАЛОВ

Результат 3: каналы делятся на три основных типа



ХРОНОМЕТРАЖ

Результат 4: 10 секундный ролик эффективнее по цене, но при запуске региона нужно использовать и 30 секунд



Как увеличить количество обращений?

Какой медиа-микс позволит снизить стоимость лида/покупателя?

КАКОЙ КРЕАТИВ ПРОДАЕТ ЛУЧШЕ?

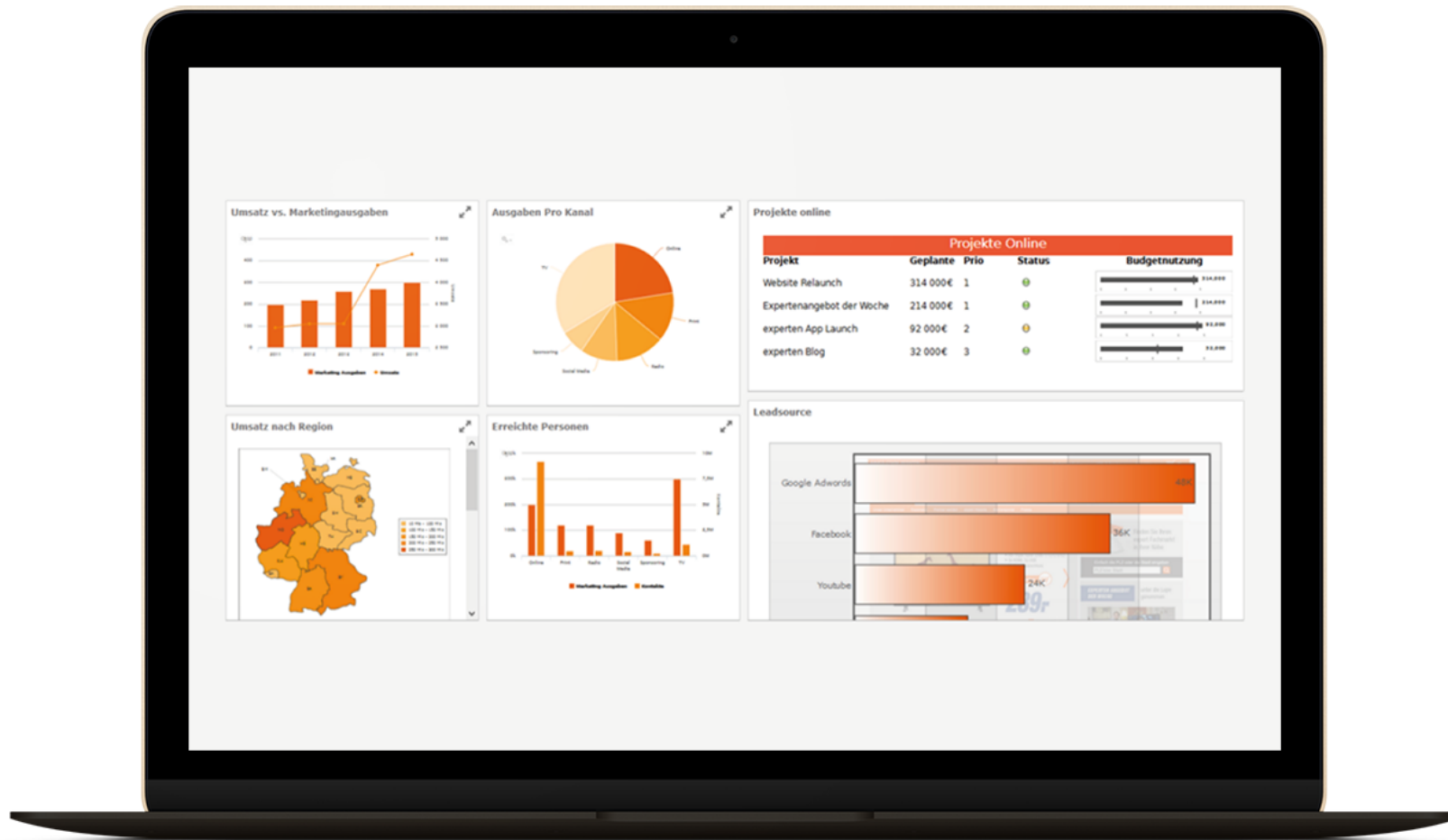


Celebrity

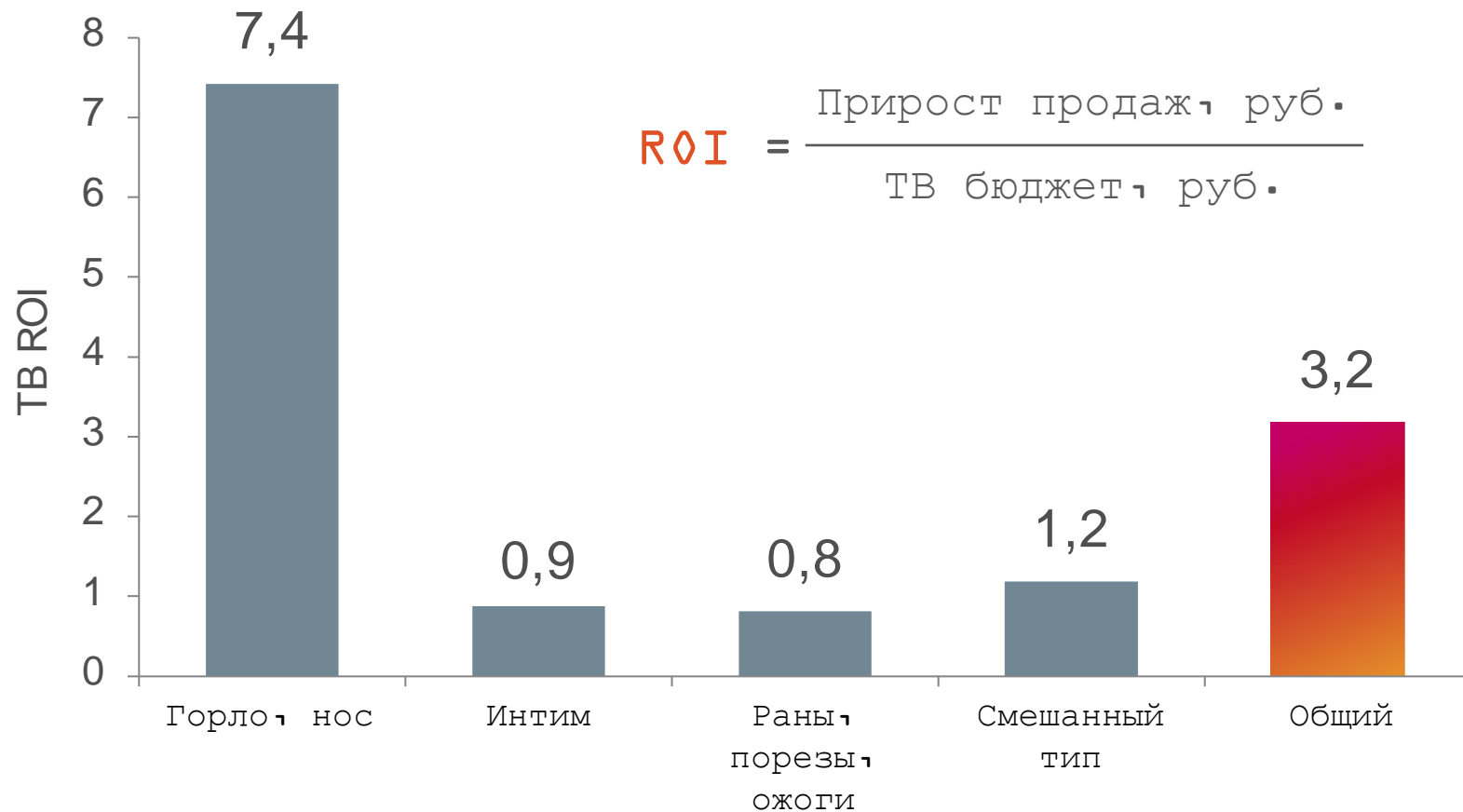


Testimonials

КАК УЧЕСТЬ СПЕЦИФИКУ РЕГИОНА?



КАК РАСПРЕДЕЛИТЬ РЕКЛАМНЫЙ БЮДЖЕТ МЕЖДУ НЕСКОЛЬКИМИ БРЕНДАМИ КОМПАНИИ?



$$ROI = \frac{\text{Прирост продаж, руб.}}{\text{ТВ бюджет, руб.}}$$



Реклама, посвященная лечению горла и носа, является наиболее эффективной с точки зрения возврата инвестиций — рекомендуется увеличить ее долю в общем миксе ТВ-сообщений до 50-60%.

ПРОВЕРКА РАЗЛИЧНЫХ СЦЕНАРИЕВ

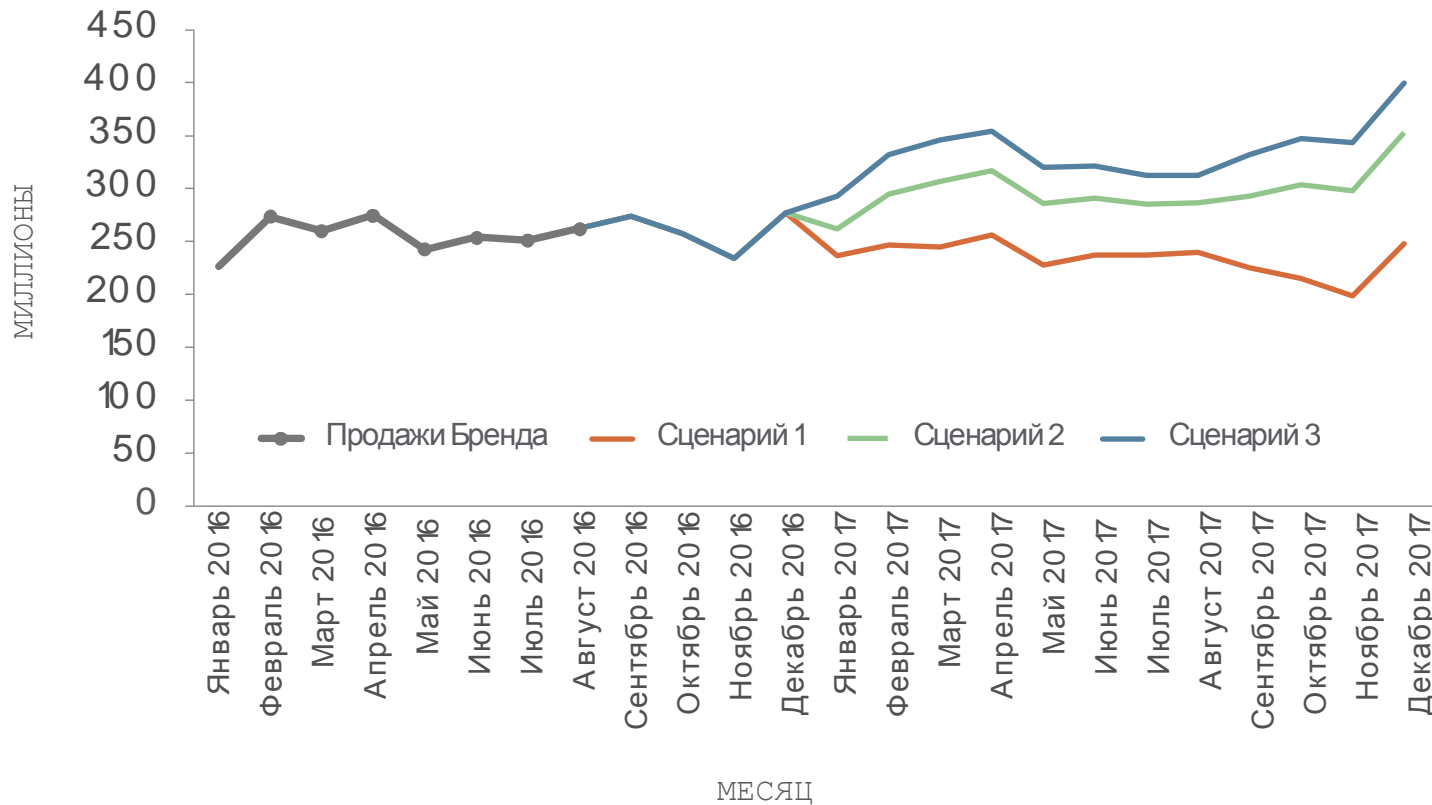
Что будет,
если...



- ...снизить цену на 10%?
- ...снизить расходы на рекламу на 20%?
- ...другие факторы останутся без изменений?

ПРОВЕРКА РАЗЛИЧНЫХ СЦЕНАРИЕВ

Объем продаж, руб.



2017	ТВ ROI	Прирост % к 2016
Сценарий 1 (без ТВ поддержки)	-	-8%
Сценарий 2 (согласно текущему ТВ плану)	3,3	+22%
Сценарий 3 (согласно Предложенному ТВ плану)	3,8	+27%

РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

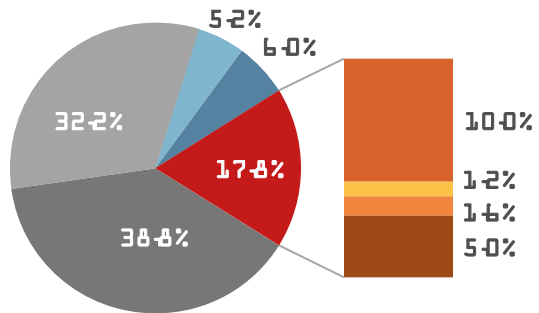


Оптимизация медиа плана позволяет повысить окупаемость рекламных инвестиций в среднем на **10-15%**

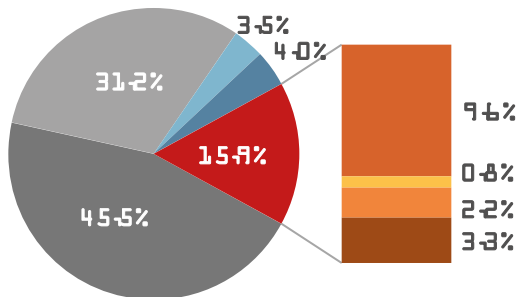
РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

ПРИМЕР 1 Оптимизация медиа-микса для клиента категории ритейл

НАЧАЛЬНЫЙ МЕДИА ПЛАН 2015



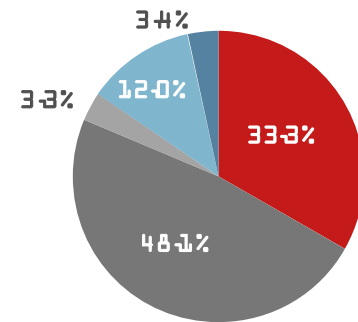
ОПТИМАЛЬНЫЙ МЕДИА ПЛАН 2015



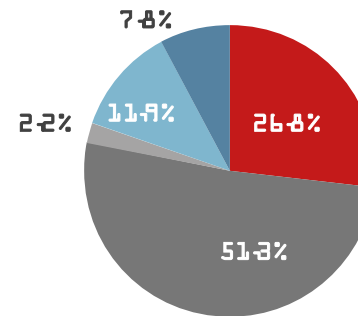
- ТВ
- ООН
- Радио
- Пресса
- Поиск
- Соц. Сети
- Онлайн-видео
- Баннеры

ПРИМЕР 2 Оптимизация микса ТВ каналов для клиента фармацевтической категории

НАЧАЛЬНЫЙ ТВ ПЛАН 2016



ОПТИМАЛЬНЫЙ ТВ ПЛАН 2016



- Россия
- Первый
- ТВЦ
- 5 канал
- Домашний

ТРЕНДЫ



Какой будет
реклама

Решения на основе **Big
data**

Больше нейромаркетинга. **Nudge** технологии

Оцифрованный вирусный маркетинг

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



ОЛЬГА МИЛОВАНОВА

`omilovanova@thelivecoffee.ru`