

Алексей Парфун
директор по развитию
Deltaplan Group

Технологическая революция в оффлайне



Технологическая революция
в оффлайне

Алексей Парфун
директор по развитию
Deltaplan Group

ВЫЗОВЫ



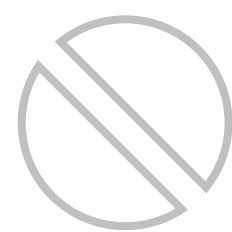
48%

медиабюджетов
сосредоточено в оффлайне

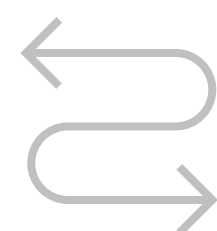
Январь-март, 2021, АКАР



Устаревшая модель планирования как внутри медиа, так и кросс-медийных кампаний



Недостаточная точность прогнозирования как медиа, так и бизнес показателей. Ограниченный инструментарий оценки эффективности.



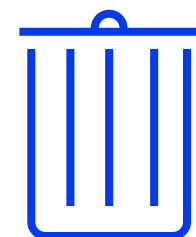
Отсутствие гибкости и скорости в управлении офлайн кампаниями



48%

медиабюджетов
сосредоточено в оффлайне

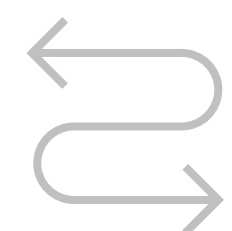
Январь-март, 2021, АКАР



Устаревшая модель
планирования как внутри медиа,
так и кросс-медийных кампаний



Недостаточная точность
прогнозирования как медиа,
так и бизнес показателей.
Ограниченный инструментарий
оценки эффективности.



Отсутствие гибкости
и скорости в управлении
офлайн кампаниями



48%

медиабюджетов
сосредоточено в оффлайне

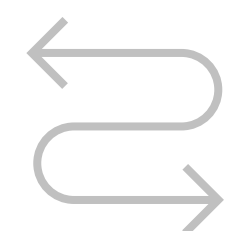
Январь-март, 2021, АКАР



Устаревшая модель планирования как внутри медиа, так и кросс-медийных кампаний



Недостаточная точность прогнозирования как медиа, так и бизнес показателей. Ограниченный инструментарий оценки эффективности.



Отсутствие гибкости и скорости в управлении офлайн кампаниями



48%

медиабюджетов
сосредоточено в оффлайне

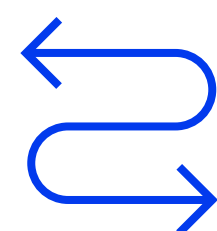
Январь–март, 2021, АКАР



Устаревшая модель
планирования как внутри медиа,
так и кросс-медийных кампаний



Недостаточная точность
прогнозирования как медиа,
так и бизнес показателей.
Ограниченный инструментарий
оценки эффективности.



Отсутствие гибкости
и скорости в управлении
офлайн кампаниями



Технологическая революция
в оффлайне

Алексей Парфун
директор по развитию
Deltaplan Group

TV





Вызов

**Переход
от охватов
к сегментам**



MarTech решение

TV Programmatic
платформы



Решение

Переход от байнговых
GRP к TRP
(планирование,
единичные закупки)



Трендвотчинг

Повышение точности
прогнозирования.
Выход за рамки
соц-дем. сегментов.
Изменение системы
закупок.





Вызов

Переход
от охватов
к сегментам



Решение

Переход от байнговых
GRP к TRP
(планирование,
единичные закупки)



MarTech решение

TV Programmatic
платформы



Трендвотчинг

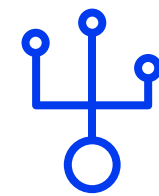
Повышение точности
прогнозирования.
Выход за рамки
соц-дем. сегментов.
Изменение системы
закупок.





Вызов

Переход
от охватов
к сегментам



MarTech решение

TV Programmatic
платформы



Решение

Переход от байнговых
GRP к TRP
(планирование,
единичные закупки)



Трендвотчинг

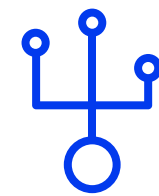
Повышение точности
прогнозирования.
Выход за рамки
соц-дем. сегментов.
Изменение системы
закупок.





Вызов

Переход
от охватов
к сегментам



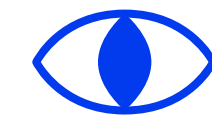
MarTech решение

TV Programmatic
платформы



Решение

Переход от байнговых
GRP к TRP
(планирование,
единичные закупки)



Трендвотчинг

Повышение точности
прогнозирования.
Выход за рамки
соц-дем. сегментов.
Изменение системы
закупок.



TV

Вызов
Переход от охватов к сегментам

Решение
Переход от байнговых GRP к TRP
(планирование, единичные закупки)

MarTech решение
TV Programmatic платформы

Трендвотчинг
Повышение точности прогнозирования.
Выход за рамки соцдем. сегментов.
Изменение системы закупок.

Practice: Собственный AI – прогнозатор TRP

x 7,3

точнее распространенных на рынке технологий*. 96% точность прогнозирования рейтинга каждого эфирного события

*на основании сравнения точности прогноза каждого эфирного события vimb по байнговой аудитории и AI прогнозатора (март 2021 г. Нац тв.)

3 897 714

tv слотов ежемесячно анализирует AI прогнозатор

Закупка по TRP

Медиа ландшафт:

2 297 каналов

293 города



Технологическая революция
в оффлайне

Алексей Парфун
директор по развитию
Deltaplan Group

OOH



26%

доля DOOH поверхностей
39% – доля DOOH бюджетов,
Москва, 2020

13%

доля DOOH поверхностей
33% – доля DOOH бюджетов,
48 городов, 2020

3%

доля DOOH конструкций
11% – доля DOOH бюджетов,
1407 городов, 2020



Вызов

Переход от прогнозных
к фактическим
медиаметрикам
и показателям



MarTech решение

Traffic data –
фактические контакты
с поверхностью.
Monitoring&Planning
Desks – системы
мониторинга
и планирования ООН
кампаний.
Измерения Sales Uplift,
Traffic Uplift



Решение

Изменение системы
измерений.
Автоматизация
сбора данных.
Обогащение данных.



Трендвотчинг

Развитие геоаналитики
и сквозной аналитики.
Переосмысление
и автоматизация
планирования.
Изменение системы
закупок.



26%

доля DOOH поверхностей
39% – доля DOOH бюджетов,
Москва, 2020

13%

доля DOOH поверхностей
33% – доля DOOH бюджетов,
48 городов, 2020

3%

доля DOOH конструкций
11% – доля DOOH бюджетов,
1407 городов, 2020



Вызов

Переход от прогнозных
к фактическим
медиаметрикам
и показателям



MarTech решение

Traffic data –
фактические контакты
с поверхностью.
Monitoring&Planning
Desks – системы
мониторинга
и планирования ООН
кампаний.
Измерения Sales Uplift,
Traffic Uplift



Решение

Изменение системы
измерений.
Автоматизация
сбора данных.
Обогащение данных.



Трендвотчинг

Развитие геоаналитики
и сквозной аналитики.
Переосмысление
и автоматизация
планирования.
Изменение системы
закупок.



26%

доля DOOH поверхностей
39% – доля DOOH бюджетов,
Москва, 2020

13%

доля DOOH поверхностей
33% – доля DOOH бюджетов,
48 городов, 2020

3%

доля DOOH конструкций
11% – доля DOOH бюджетов,
1407 городов, 2020



Вызов

Переход от прогнозных
к фактическим
медиаметрикам
и показателям



MarTech решение

Traffic data –
фактические контакты
с поверхностью.
Monitoring&Planning
Desks – системы
мониторинга
и планирования ООН
кампаний.
Измерения Sales Uplift,
Traffic Uplift



Решение

Изменение системы
измерений.
Автоматизация
сбора данных.
Обогащение данных.



Трендвотчинг

Развитие геоаналитики
и сквозной аналитики.
Переосмысление
и автоматизация
планирования.
Изменение системы
закупок.



26%

доля DOOH поверхностей
39% – доля DOOH бюджетов,
Москва, 2020

13%

доля DOOH поверхностей
33% – доля DOOH бюджетов,
48 городов, 2020

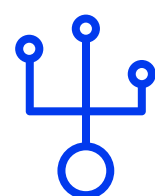
3%

доля DOOH конструкций
11% – доля DOOH бюджетов,
1407 городов, 2020



Вызов

Переход от прогнозных
к фактическим
медиаметрикам
и показателям



MarTech решение

Traffic data –
фактические контакты
с поверхностью.
Monitoring&Planning
Desks – системы
мониторинга
и планирования ООН
кампаний.
Измерения Sales Uplift,
Traffic Uplift



Решение

Изменение системы
измерений.
Автоматизация
сбора данных.
Обогащение данных.



Трендвотчинг

Развитие геоаналитики
и сквозной аналитики.
Переосмысление
и автоматизация
планирования.
Изменение системы
закупок.



26%

доля DOOH поверхностей
39% – доля DOOH бюджетов,
Москва, 2020

13%

доля DOOH поверхностей
33% – доля DOOH бюджетов,
48 городов, 2020

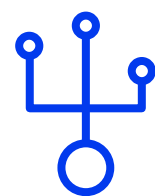
3%

доля DOOH конструкций
11% – доля DOOH бюджетов,
1407 городов, 2020



Вызов

Переход от прогнозных
к фактическим
медиаметрикам
и показателям



MarTech решение

Traffic data –
фактические контакты
с поверхностью.
Monitoring&Planning
Desks – системы
мониторинга
и планирования ООН
кампаний.
Измерения Sales Uplift,
Traffic Uplift



Решение

Изменение системы
измерений.
Автоматизация
сбора данных.
Обогащение данных.



Трендвотчинг

Развитие геоаналитики
и сквозной аналитики.
Переосмысление
и автоматизация
планирования.
Изменение системы
закупок.



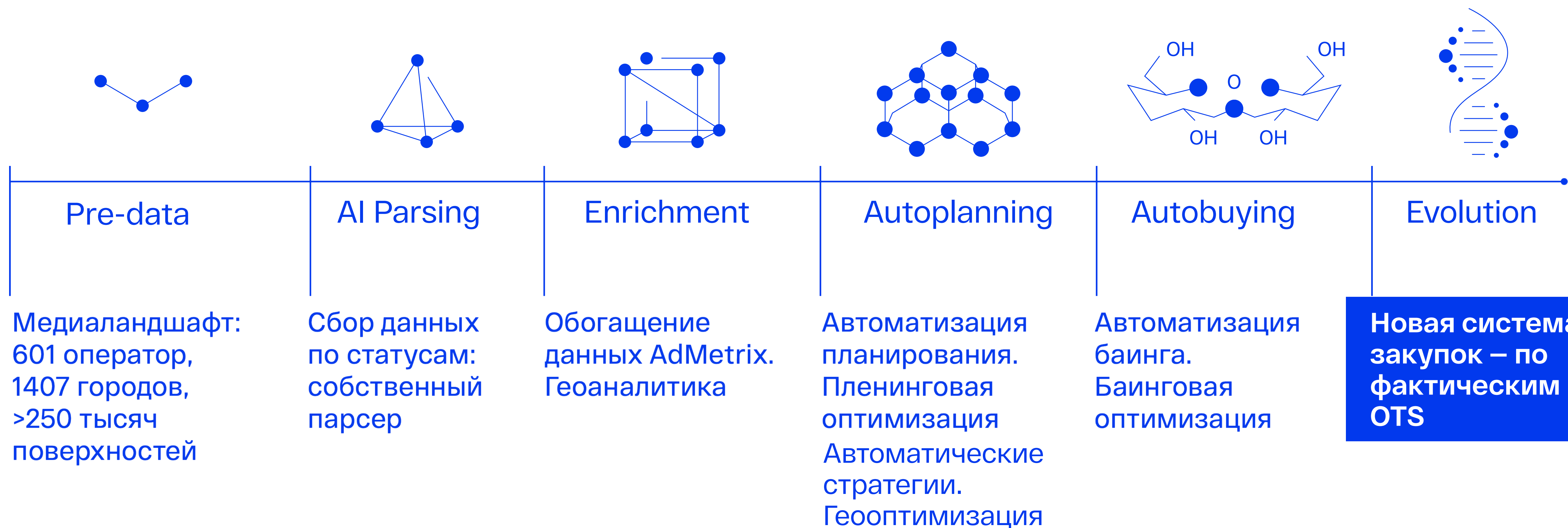
Вызов
Переход от прогнозных к фактическим медиаметрикам и показателям

Решение
Изменение системы измерений. Автоматизация сбора данных. Обогащение данных.

MarTech решение
Traffic data – фактические контакты с поверхностью. Monitoring&Planning Desks – системы мониторинга и планирования ООН кампаний. Измерения Sales Uplift, Traffic Uplift

Трендотчинг
Развитие геоаналитики и сквозной аналитики. Переосмысление и автоматизация планирования. Изменение системы закупок

Practice: 5 нейросетей в составе ООН AI



Технологическая революция
в оффлайне

Алексей Парфун
директор по развитию
Deltaplan Group

Радио



Радио

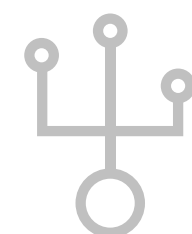
1

единственное медиа,
где precampaign пока
равен postcampaign



Вызов

Кардинальное
повышение
эффективности
планирования радио.
Ускорение размещения



MarTech решение

AI Planning.
Автоматизация
постановки в эфир.



Решение

Автоматизация
планирования.
Бесшовная интеграция
с поставщиками.
Инструменты
мониторинга.



Трендвотчинг

Формирование единой
аудио среды.
Технологическая
интеграция. Развитие
системы измерений,
появление сквозных
решений.



Радио

1

единственное медиа,
где precampaign пока
равен postcampaign



Вызов

Кардинальное
повышение
эффективности
планирования радио.
Ускорение размещения



MarTech решение

AI Planning.
Автоматизация
постановки в эфир.



Решение

Автоматизация
планирования.
Бесшовная интеграция
с поставщиками.
Инструменты
мониторинга.



Трендвотчинг

Формирование единой
аудио среды.
Технологическая
интеграция. Развитие
системы измерений,
появление сквозных
решений.



Радио

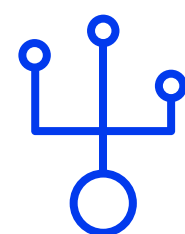
1

единственное медиа,
где precampaign пока
равен postcampaign



Вызов

Кардинальное
повышение
эффективности
планирования радио.
Ускорение размещения



MarTech решение

AI Planning.
Автоматизация
постановки в эфир.



Решение

Автоматизация
планирования.
Бесшовная интеграция
с поставщиками.
Инструменты
мониторинга.



Трендвотчинг

Формирование единой
аудио среды.
Технологическая
интеграция. Развитие
системы измерений,
появление сквозных
решений.



Радио

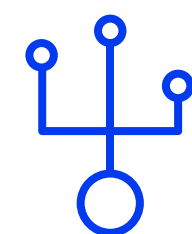
1

единственное медиа,
где precampaign пока
равен postcampaign



Вызов

Кардинальное
повышение
эффективности
планирования радио.
Ускорение размещения



MarTech решение

AI Planning.
Автоматизация
постановки в эфир.



Решение

Автоматизация
планирования.
Бесшовная интеграция
с поставщиками.
Инструменты
мониторинга.



Трендвотчинг

Формирование единой
аудио среды.
Технологическая
интеграция. Развитие
системы измерений,
появление сквозных
решений.



Радио

Вызов
Кардинальное повышение
эффективности планирования
радио. Ускорение размещения.

Решение
Автоматизация планирования.
Бесшовная интеграция с
поставщиками.
Инструменты мониторинга.

MarTech решение
AI Planning. Автоматизация
постановки в эфир.

Трендотчинг
Формирование единой аудио среды.
Технологическая интеграция.
Развитие системы измерений,
появление сквозных решений.

Practice: AI Radio Planning

100 %

суточных слотов анализирует AI, чтобы выбрать
наиболее эффективный для постановки в течение дня

2 419 780

слотов необходимо проанализировать
при планировании месячной
федеральной кампании.

Динамическое планирование

Медиаландшафт:

5 456 радиостанций

735 городов



Технологическая революция
в оффлайне

Алексей Парфун
директор по развитию
Deltaplan Group

ВЫЗОВЫ и решения



Устаревшая модель
планирования как внутри
медиа, так и кросс-
медийных кампаний

Недостаточная точность
прогнозирования как медиа, так
и бизнес показателей.
Ограниченный инструментарий
оценки эффективности

Отсутствие гибкости
и скорости в управлении
офлайн кампаниями



Устаревшая модель планирования как внутри медиа, так и кросс-медийных кампаний

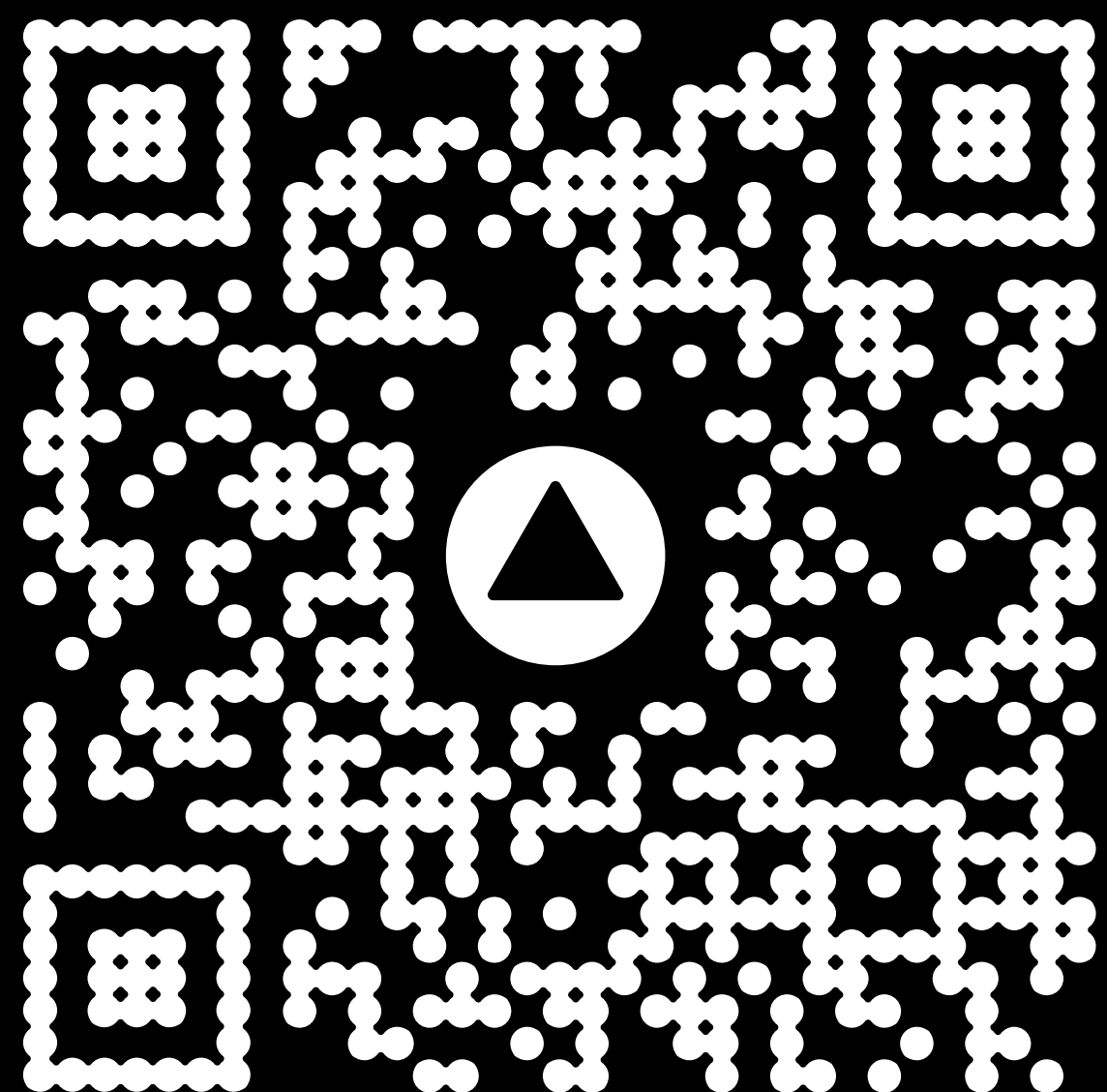
Недостаточная точность прогнозирования как медиа, так и бизнес показателей.
Ограниченный инструментарий оценки эффективности

Отсутствие гибкости и скорости в управлении офлайн кампаниями

- Переосмысление устоявшихся подходов и понятий.
- Формирование единой технологической кросс-медийной среды медиапланирования.
- Обновление инструментария, обогащение данных для повышения точности прогнозирования.
- Расширение географии измерений.
- Стандартизация метрик.
- Развитие Media Mix Models
- Автоматизация и совершенствование рутинных медиапроцессов.



Спасибо,
AdIndex
City Conference



Deltaplan Group ▲