

Людмила Черных
CMO Deltaplan Group

Наталья Ивановская
CEO Tamburin

День бренда. СОЗИДАНИЕ БУДУЩЕГО.
Философия нового маркетинга

Кейс, который мог войти в историю... но вышла история

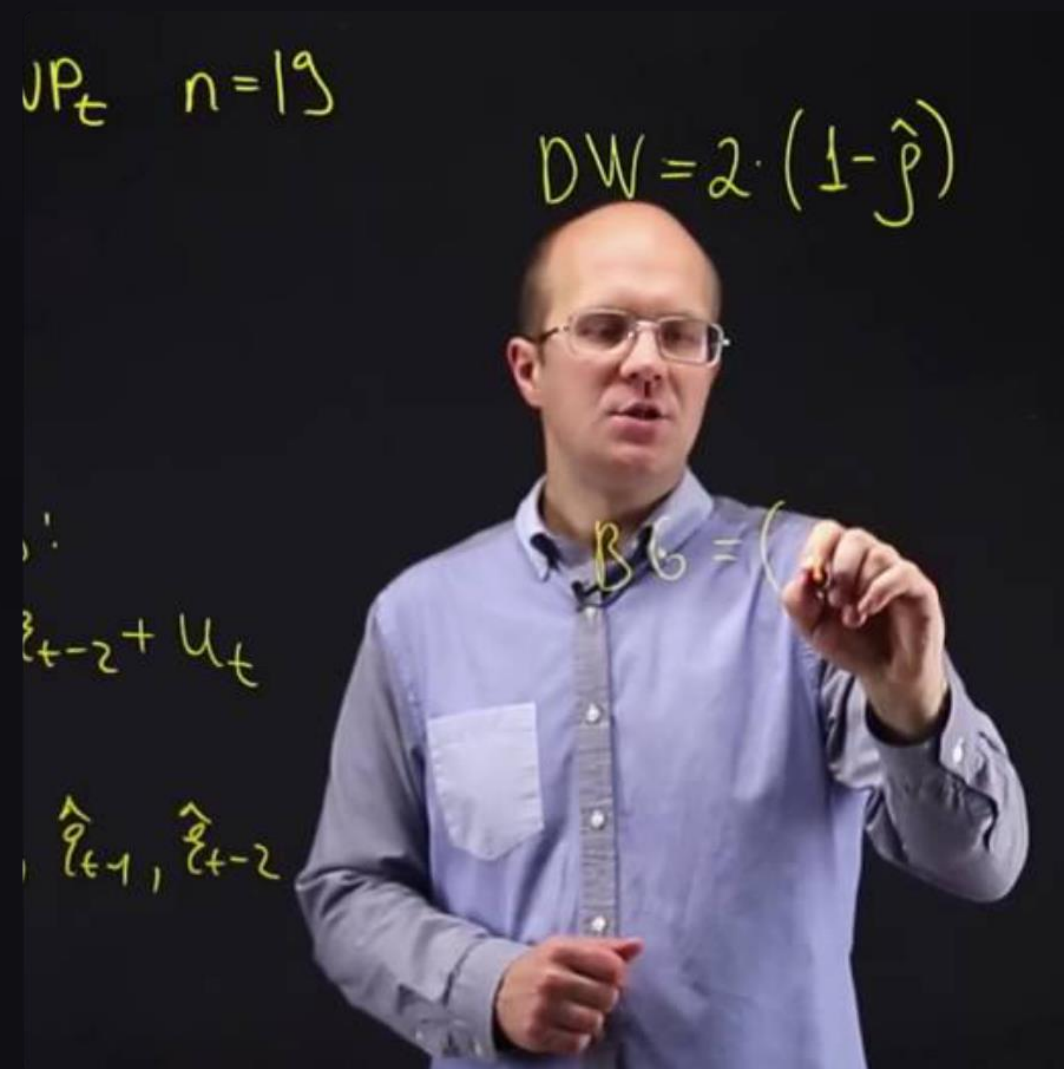
Опыт использования математических
моделей в маркетинге

TAMBURIN × **Deltaplan Group** ▲

1. Обычный маркетолог



2. Эконометрист



3. Новая эконометрика



Что автоматизировали?

1. Оптимизацию медиамикса для максимальных продаж на тот же бюджет, либо для достижения заданной цели
2. Расчёт вклада каждого медиа в продажи/трафик/знание
3. Прогноз выполнения KPI на основе медиаплана



День бренда. СОЗИДАНИЕ БУДУЩЕГО
Философия нового маркетинга

Людмила Черных
CMO Detarlan Group

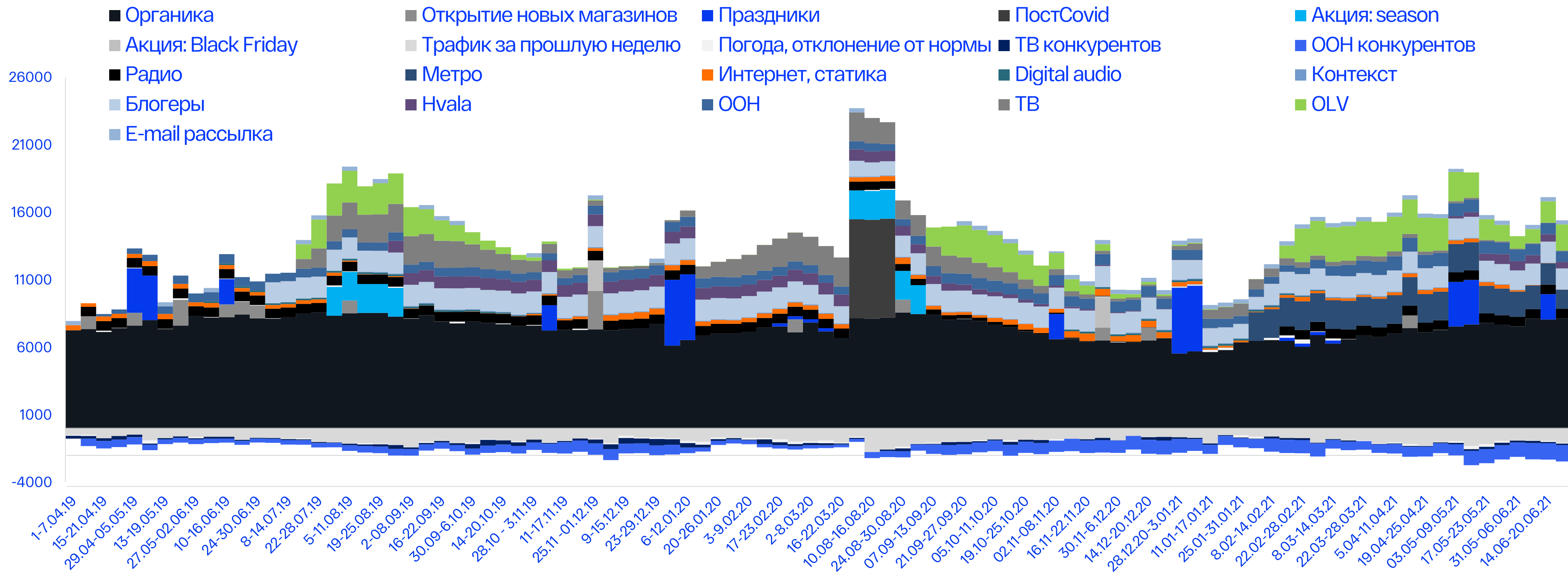
Наталья Ивановская
CEO Tamburin

Media Mix Models: красивое и важное

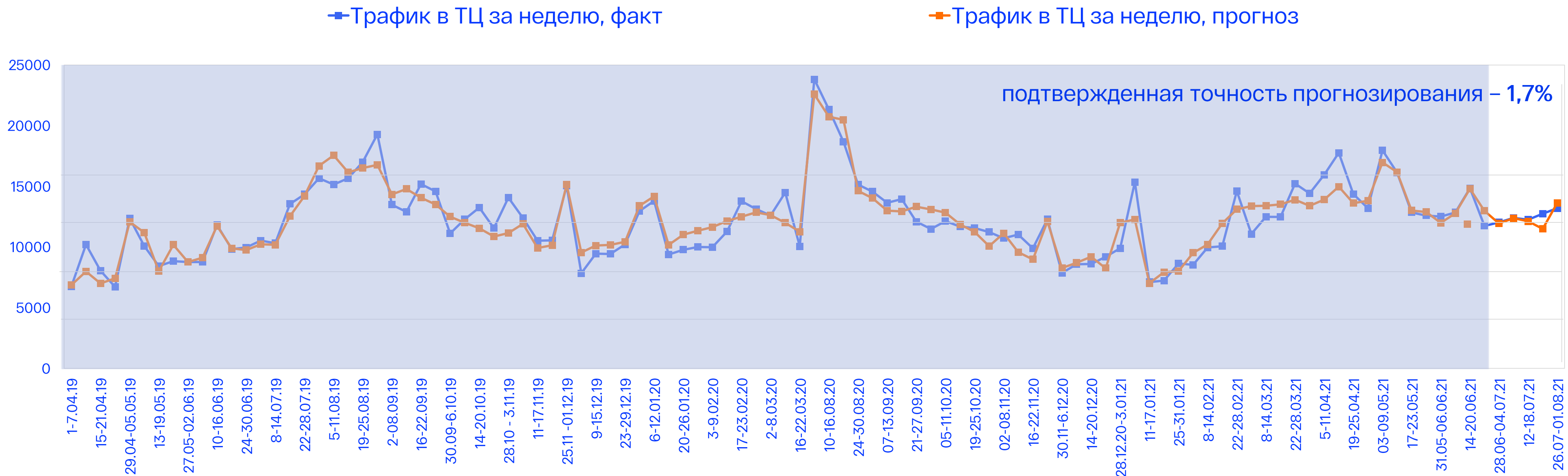
Case: опыт использования
матмодели в ритейле

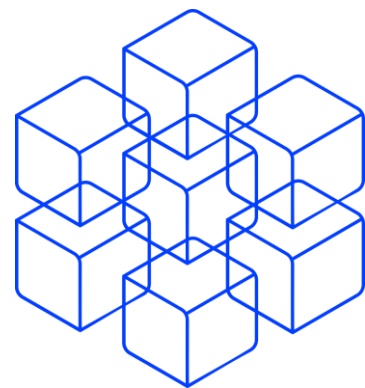


Красивое



Очень красивое





Важное

- Откат от пиковых недель компенсируют акции
- Отложенный эффект медиа
TV/OLV: 1 неделя, ООН: 2 недели
- 50/50 Баланс сил таргетированных и охватных медиа
- Погода влияет на трафик при отклонении от нормы
- Влиятельный Influence
До 12% трафика могут приносить блогеры
- Видеореклама – один из самых эффективных инструментов
Сплит TV и OLV дает 10-15% прироста трафика в сравнении с медиамиксом без видеорекламы





Самое важное

ИЗМЕНЕНИЯ: МЕДИАМИКС

БЮДЖЕТ

ТРАФИК

+ 200 TRP TV

+30%

+2.24%

+ 1 млн. показов OLV

+10.8%

+10.3%

+ 100 TRP TV + 1млн. показов OLV

+19%

+11.5%

+ 100 TRP TV и 900 тыс. показов OLV
- Display Ads и 50% ООН

+0%

+8.8%

- 50% ООН

-25%

-1.2%

УБРАЛИ ВСЁ

-10%



Гибкость технологий опережает гибкость маркетинга



Барьеры и решения

Экспоненциальная многозадачность



Больше рук
на рынке MarTech

Сопротивление изменениям



Тестирование
и эксперименты
на малых проектах

Схемы работы с классическими медиа



TV: гибкие сделки

OOH: планирование
и оплата по фактическим OTS

Информационный клаттер



Спасибо,
Brand Day!





Запускайте
изменения!

