

Оптимизация медийной рекламы Конверсия или охват?

Елена Захарюгина,
Здравсити

HEAD OF AWARENESS



Здравсити ♥ ру

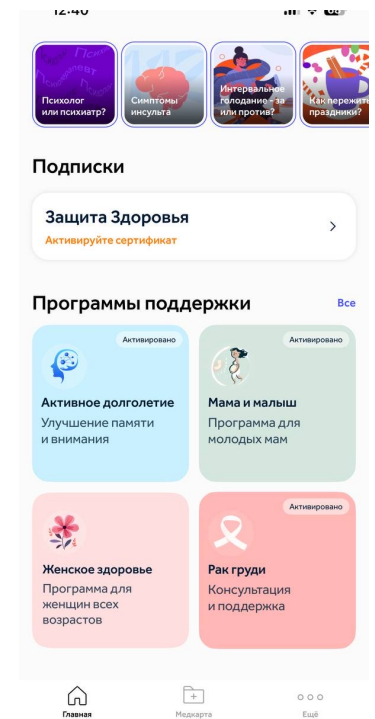
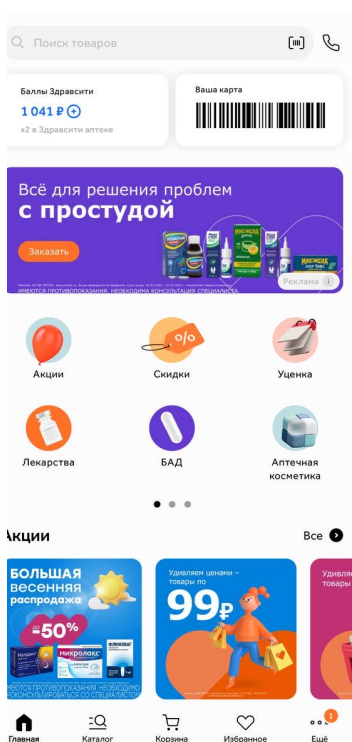
E-com

покрытие:
83 региона
72% населения

Собственная TM

Собственная сеть аптек

Мое Здоровье Телемедицина



здравсити♥ру

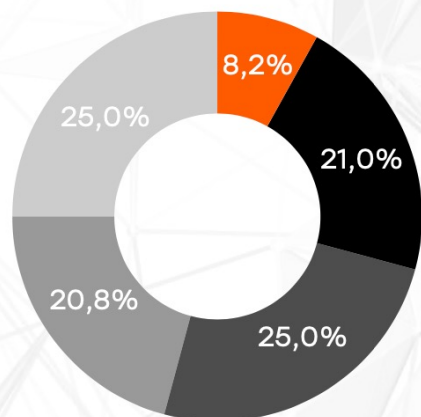
Помогаем заботиться о
здоровье российских семей,
делаем эту заботу простой,
доступной и интересной

Целевая аудитория

Web

- Средний чек – 1 650 руб.
- Конверсия – 6,1%

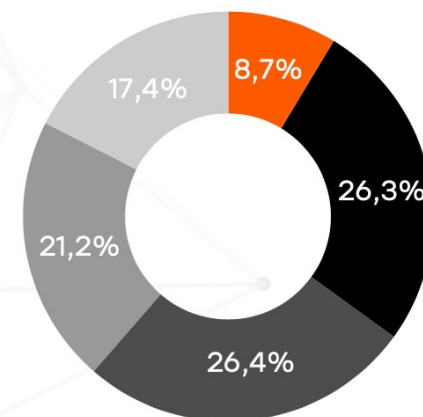
- до 24 лет
- 25 – 34 года
- **35 – 44 года**
- 45 – 54 года
- от 55 лет



Mobile

- Средний чек – 1 800 руб.
- Конверсия – 6,8%

- до 24 лет
- **25 – 34 года**
- **35 – 44 года**
- 45 – 54 года
- от 55 лет



**Ядро ЦА – семейные женщины 35 – 49 лет,
чувствующие ответственность за здоровье всей семьи**

Каналы



Каждый канал важен – каждый работает на разном этапе пользовательского пути



Медийное продвижение

- Как сформировать стратегию?
- Как оценить влияние медийной рекламы на продажи?
- Кейс: медийный запуск на основе собственных CRM данных



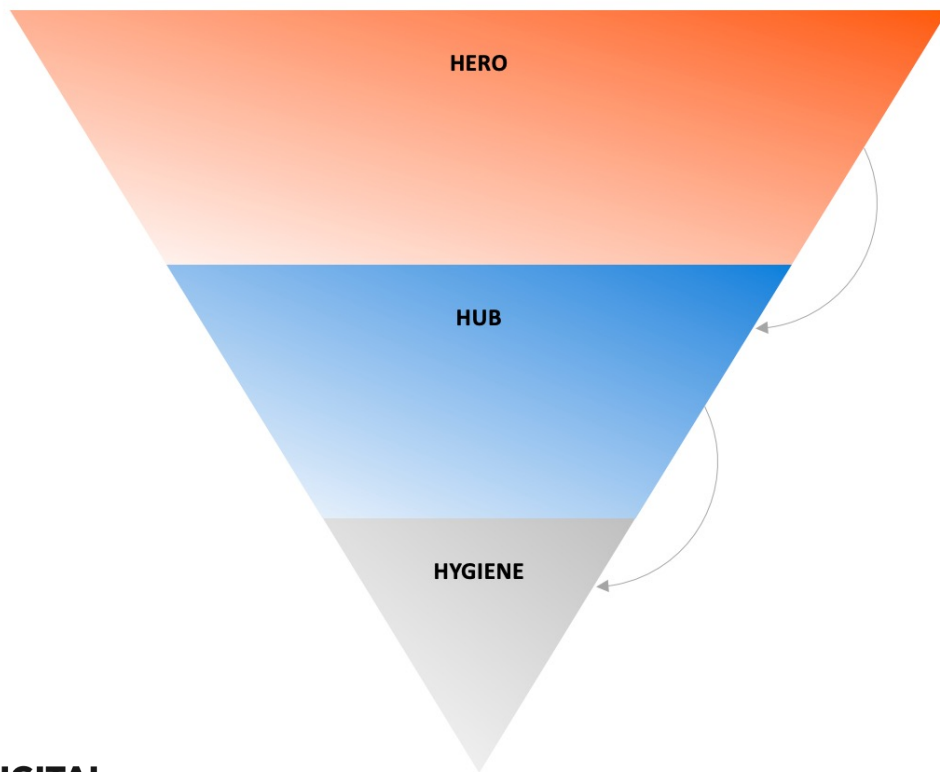
Стратегия медийного продвижения

| | Маркетинг | Коммуникация | Медиа |
|---|------------|---|--|
|  <p>HERO герой</p> | Знание | $B \rightarrow P$ Имиджевая | Редко Обеспечивать максимальную заметность и охват |
|  <p>HUB центр притяжения</p> | Вовлечение | $B \leftrightarrow P$ Направленная на взаимодействие | Часто Активировать значительную часть целевого сегмента |
|  <p>HYGIENE гигиена</p> | Удержание | $B \leftarrow P$ Поддерживающая, образывающая | Постоянно Реагировать на конкретные запросы и интересы потребителей |



Стратегия медийного продвижения

Максимальная эффективность достигается за счет связей на разных уровнях коммуникации



1.

Максимизация охвата с оптимальной стоимостью контакта, чтобы построить знание Здравсити у широкой аудитории и донести позиционирование бренда

2.

Повышение качества контакта, напоминание о Здравсити в наиболее подходящие периоды для повышения конверсии в покупку

3.

Работа с органическими запросами и капитализация возникающих интереса и активности пользователей в отношении Здравсити

Стратегия медийного продвижения

Марк. задачи **Привлечь** новых покупателей

Развить привлеченных покупателей (рост среднего чека и частоты покупки) и привлечь новых покупателей в категории

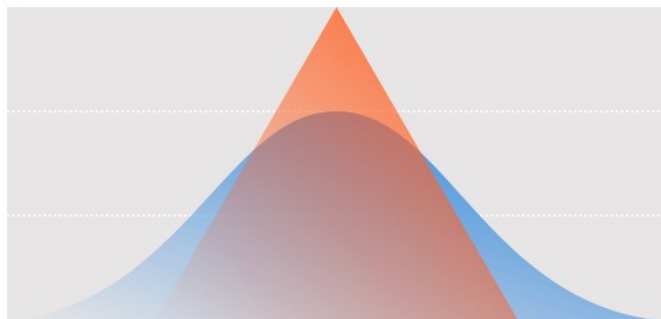
Сформировать лояльность наиболее ценных покупателей, привлечь новых пользователей

Комм. задачи **Донести платформу** бренда, обеспечить **рост знания** и осведомленности о **преимуществах**

Регулярно напоминать о бренде, предлагая **релевантный ассортимент** в правильное время и в правильном месте

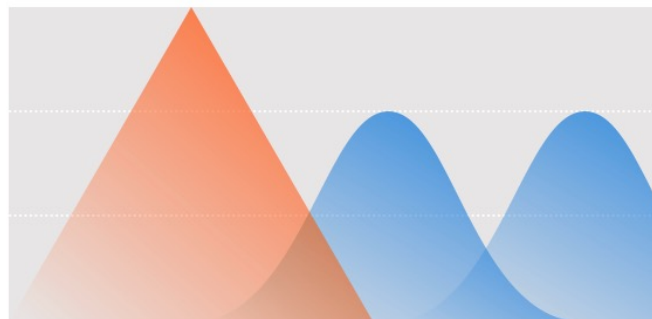
Интегрировать бренд в жизнь аудитории, предлагая новые **сервисы** и решения, делающие **заботу о здоровье** максимально простой и привлекательной

BURST (усиление)



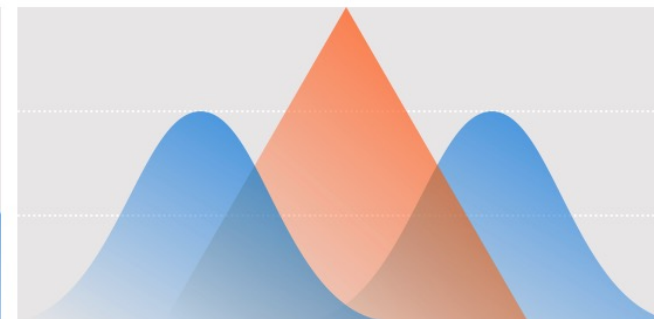
Совпадение пиков активности на HERO и HUB уровне для наибольшей заметности бренда и быстрой конвертации в покупку

CONTINUITY (последовательность)



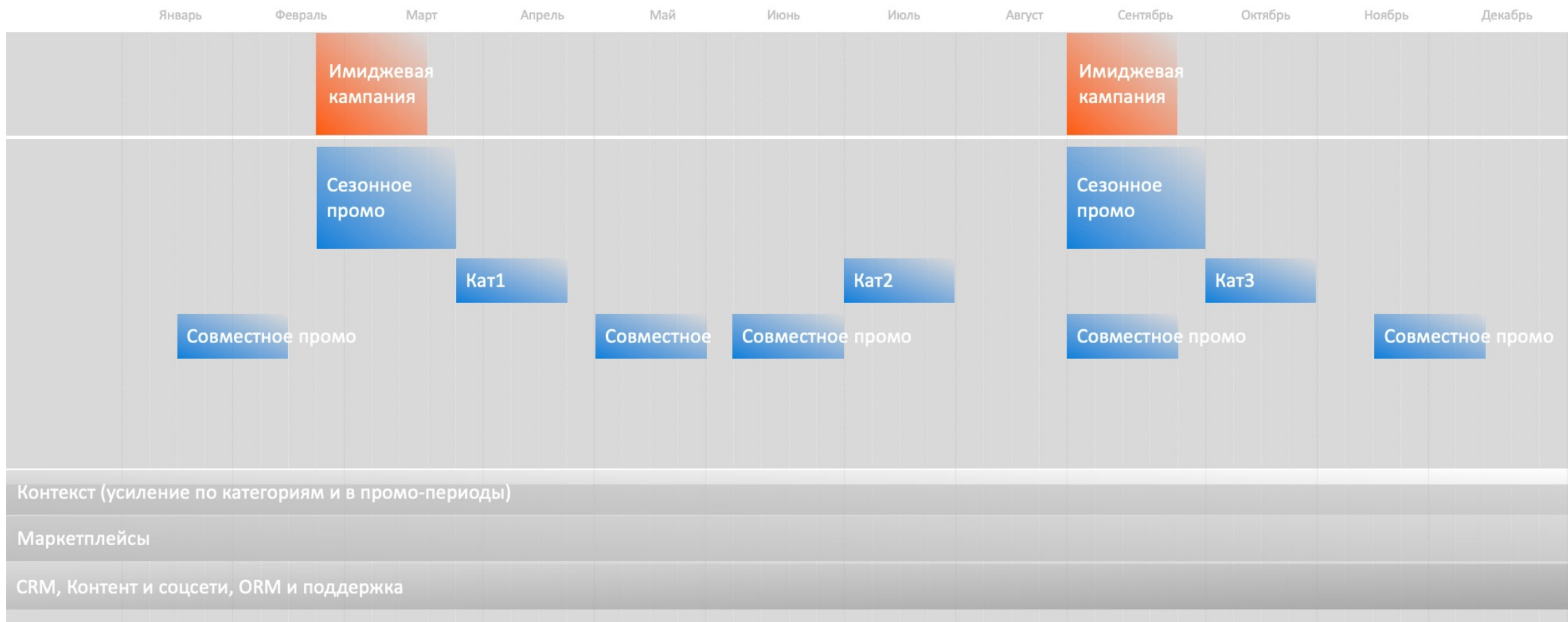
HERO коммуникация становится отправной точкой для серии промо на уровне HUB, которые продвигают различные категории

PRELAUNCH (предварительный старт)



Продвижение сервиса (например, подписки) стартует с предварительной коммуникации для своих клиентов, а потом перетекает в более масштабную HERO кампанию

Стратегия медийного продвижения



Рост числа поводов для коммуникации, постоянное присутствие в медиа

Оценка и оптимизация: охват или конверсия?

Оценка эффекта медийной РК

Классический подход

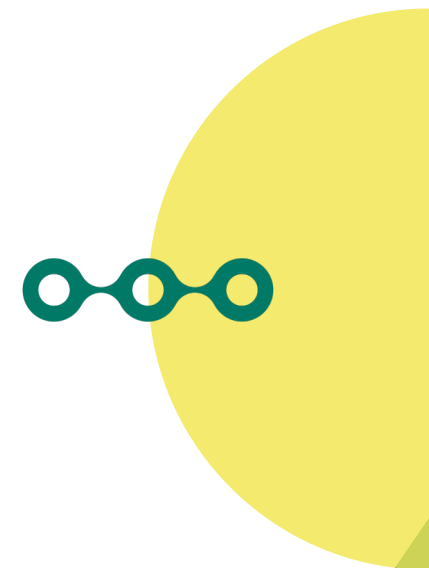
Оценка проведенной РК по фактически достигаемым охватам, контроль оптимальной частоты показов рекламного сообщения

Ограниченные возможности оптимизации

Brandformance подход

Оценка по метрикам, связанным с выручкой (DPP, ROMI)

Непрерывная оптимизация по аналогии с performance-каналами



Оценка эффекта. BRANDFORMANCE

| Total Grand | Площадка | ПЛАН ДРР, % (атрибуция 14/30 дней) | ФАКТ ДРР, % (24.04) | ФАКТ ДРР, % (17.04) | ФАКТ ДРР, % (10.04) | ФАКТ ДРР, % (03.04) | ФАКТ ДРР, % (27.03) | ФАКТ ДРР, % (20.03) | ФАКТ ДРР, % (13.03) | ФАКТ ДРР, % (06.03) | ФАКТ ДРР, % (27.02) | ФАКТ ДРР, % (20.02) |
|------------------|---------------|--|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| 23 февраля | Яндекс.Директ | 19,95% | 33,07% | 33,07% | 33,07% | 33,07% | 33,07% | 33,07% | 33,07% | 38,55% | 68,67% | 145,35% |
| | MyTarget | 16,39% | 29,49% | 29,49% | 29,49% | 29,49% | 29,49% | 29,49% | 29,49% | 33,81% | 62,05% | #DIV/0! |
| | VK | 20,68% | 22,08% | 22,08% | 22,08% | 22,08% | 22,08% | 22,08% | 22,08% | 24,63% | 54,54% | #DIV/0! |
| Нервы и стресс | Яндекс.Директ | 49,88% | 49,47% | 49,47% | 51,38% | 55,97% | 69,32% | 80,17% | 83,26% | 87,10% | 181,59% | |
| | MyTarget | 26,29% | 12,74% | 12,74% | 15,78% | 15,78% | 20,14% | 28,83% | 25,63% | 38,34% | 37,88% | |
| | VK | 21,39% | 25,59% | 25,59% | 29,89% | 29,89% | 28,47% | 44,55% | 35,08% | 36,36% | 43,63% | |
| | Hybrid | 38,63% | 29,13% | 29,13% | 29,60% | 30,73% | 68,58% | 81,75% | 61,56% | 69,70% | 115,34% | |
| | RTB Sape | 46,18% | 59,42% | 59,42% | 63,83% | 71,84% | 86,66% | 113,69% | 77,03% | 59,59% | 90,27% | |
| Плацкарт | 55,00% | 164,00% | 164,00% | 164,00% | 165,38% | 178,33% | 206,71% | 257,70% | 412,33% | 1107,69% | | |
| Выпадение волос | Яндекс.Директ | 14,53% | 14,75% | 14,75% | 14,75% | 16,32% | 20,40% | 26,47% | 34,15% | 34,10% | | |
| | MyTarget | 13,95% | 50,43% | 50,43% | 50,43% | 51,63% | 53,51% | 58,29% | 55,63% | #DIV/0! | | |
| | VK | 14,09% | 36,85% | 36,85% | 36,85% | 43,48% | 48,14% | 57,08% | 60,36% | #DIV/0! | | |
| Идеальная фигура | Яндекс.Директ | 14,59% | 18,13% | 18,13% | 18,13% | 19,54% | 25,68% | 36,69% | 57,66% | 73,26% | | |
| | MyTarget | 13,96% | 27,18% | 27,18% | 27,18% | 29,27% | 33,04% | 46,07% | 43,62% | 41,94% | | |
| | VK | 12,71% | 30,12% | 30,12% | 30,12% | 33,67% | 38,17% | 42,60% | 39,15% | 43,55% | | |
| 8 марта | Яндекс.Директ | 17,24% | 36,43% | 36,43% | 36,43% | 36,43% | 36,43% | 40,79% | 68,04% | 68,52% | | |
| | MyTarget | 19,00% | 35,33% | 35,33% | 35,33% | 35,33% | 35,33% | 42,64% | 60,23% | 88,27% | | |
| | VK | 27,22% | 21,65% | 21,65% | 21,65% | 21,65% | 21,65% | 25,11% | 38,98% | #DIV/0! | | |
| Промокод 5% | Яндекс.Директ | 9,26% | 9,33% | 10,25% | 11,85% | 13,74% | 21,26% | 29,05% | 73,06% | | | |
| | MyTarget | 19,86% | 5,73% | 6,96% | 9,42% | 9,76% | 13,27% | 22,83% | 32,87% | | | |
| | VK | 15,04% | 8,83% | 9,67% | 11,42% | 11,97% | 14,93% | 16,86% | 22,66% | | | |
| Аллергия | Яндекс.Директ | 14,83% | 12,37% | 12,37% | 14,54% | 20,01% | 69,47% | 149,91% | | | | |
| | MyTarget | 19,28% | 8,39% | 8,39% | 9,63% | 14,80% | 15,60% | 41,91% | | | | |
| | VK | 19,34% | 14,26% | 14,26% | 16,12% | 27,71% | 23,78% | 52,59% | | | | |
| Весна в разгаре | Яндекс.Директ | 11,62% | 10,62% | 12,24% | 16,49% | 25,36% | 163,14% | | | | | |
| | MyTarget | 16,63% | 5,89% | 6,65% | 8,26% | 11,11% | 16,94% | | | | | |
| | VK | 13,86% | 5,82% | 6,35% | 7,36% | 8,55% | 18,52% | | | | | |

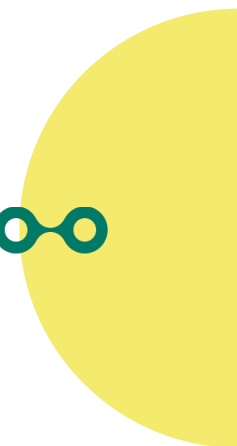
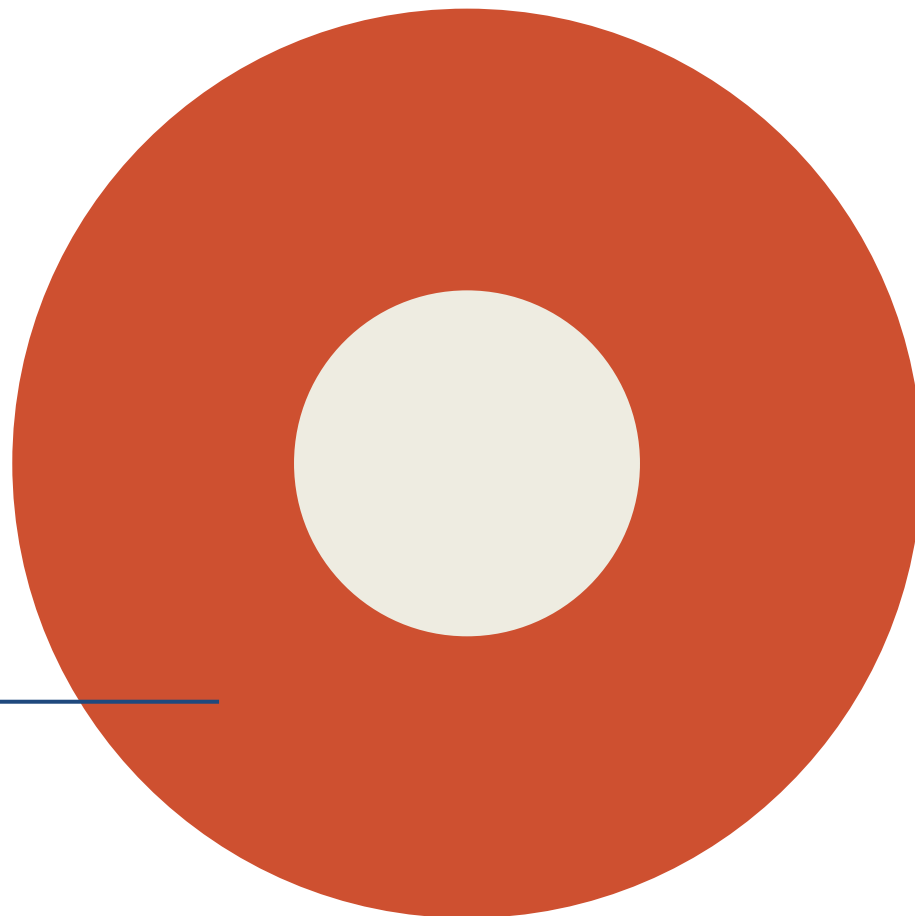
*прогнозные показатели, реальные под NDA



Кейс: MEDIA + CRM

Челлендж

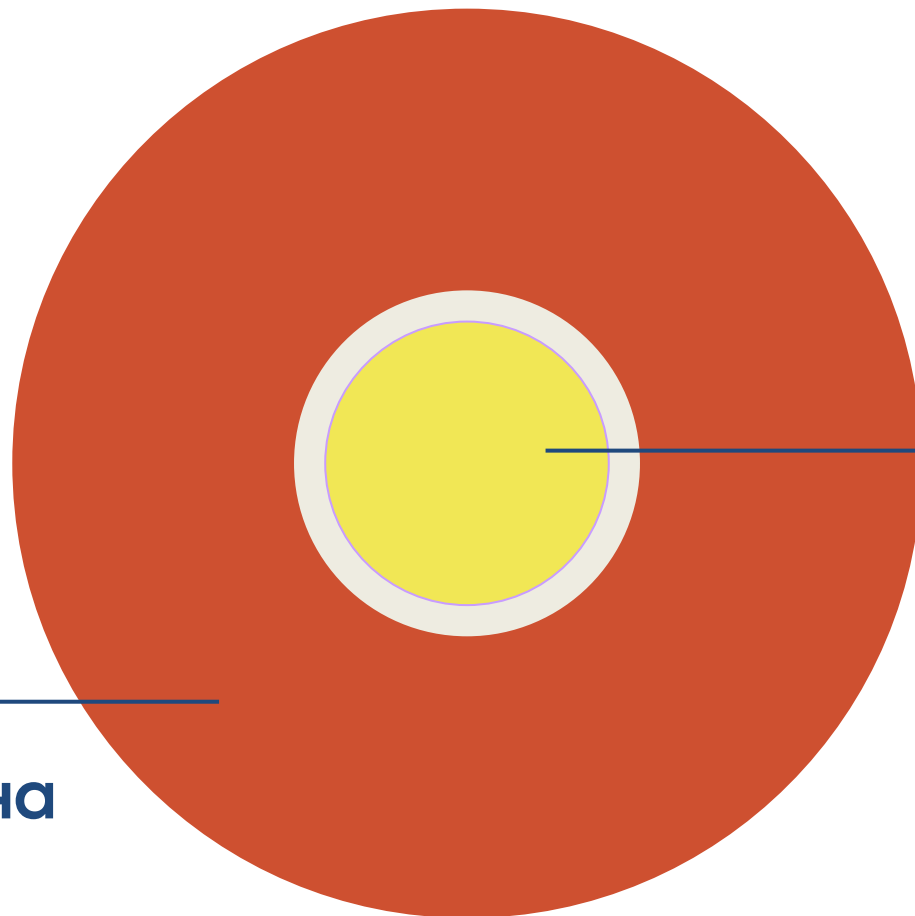
Много-
многомиллионная
аудитория



Челлендж

Много-
многомиллионная
аудитория

“Неуправляемая” зона



Согласна на
коммуникацию в
CRM-каналах

LTV на 60%
выше



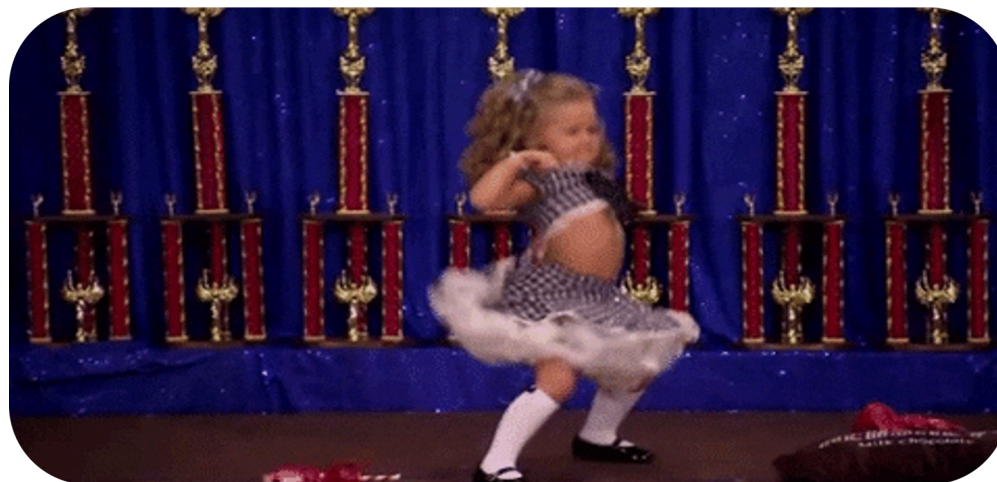
Решение

Тестовый запуск по оставшейся базе **без согласий** на коммуникации в медийном канале + LaL



5% ДРР (в 8 раз ниже,
чем кампании на
холодную аудиторию)

40% пользователей
вернулись за покупками



Типы РК: Media+CRM

RFM

DRP post-view (сайт)

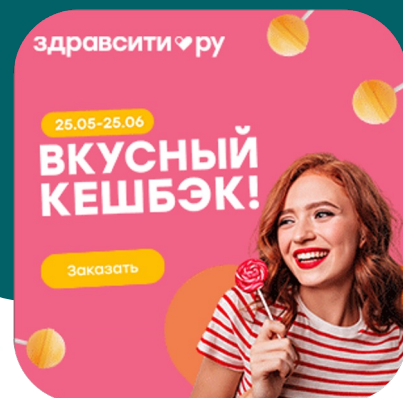
от 5,6%



Категорийные

DRP post-view (сайт)

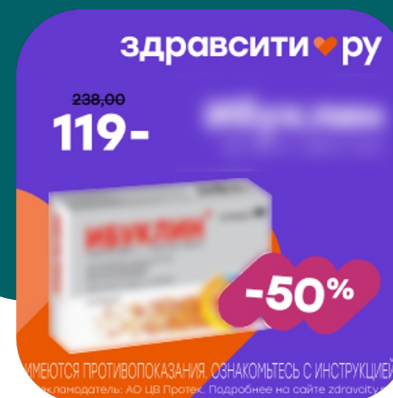
от 4,2%



Производители

DRP post-view (сайт)

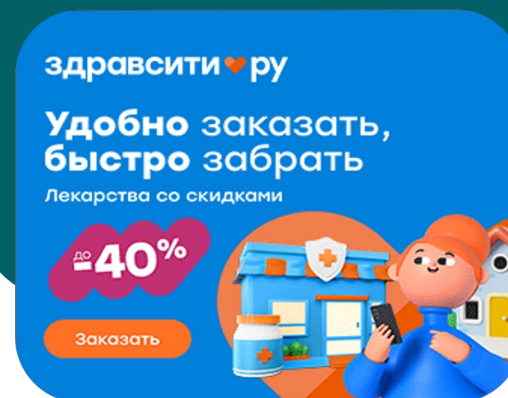
от 1,6%



Региональные

DRP post-view (сайт)

от 1,7%



Связка Media+CRM **в 6 раз эффективнее**, чем просто Media

40% пользователей **возвращаются** и **совершают** покупки за счет таргетированного предложения

Неуправляемая зона вполне может стать **управляемой**

Экспериментируйте!

**Находите новые
возможности роста для
бизнеса!**

Будьте здоровы!

Спасибо за
внимание!

