



Тренды таргетированной рекламы



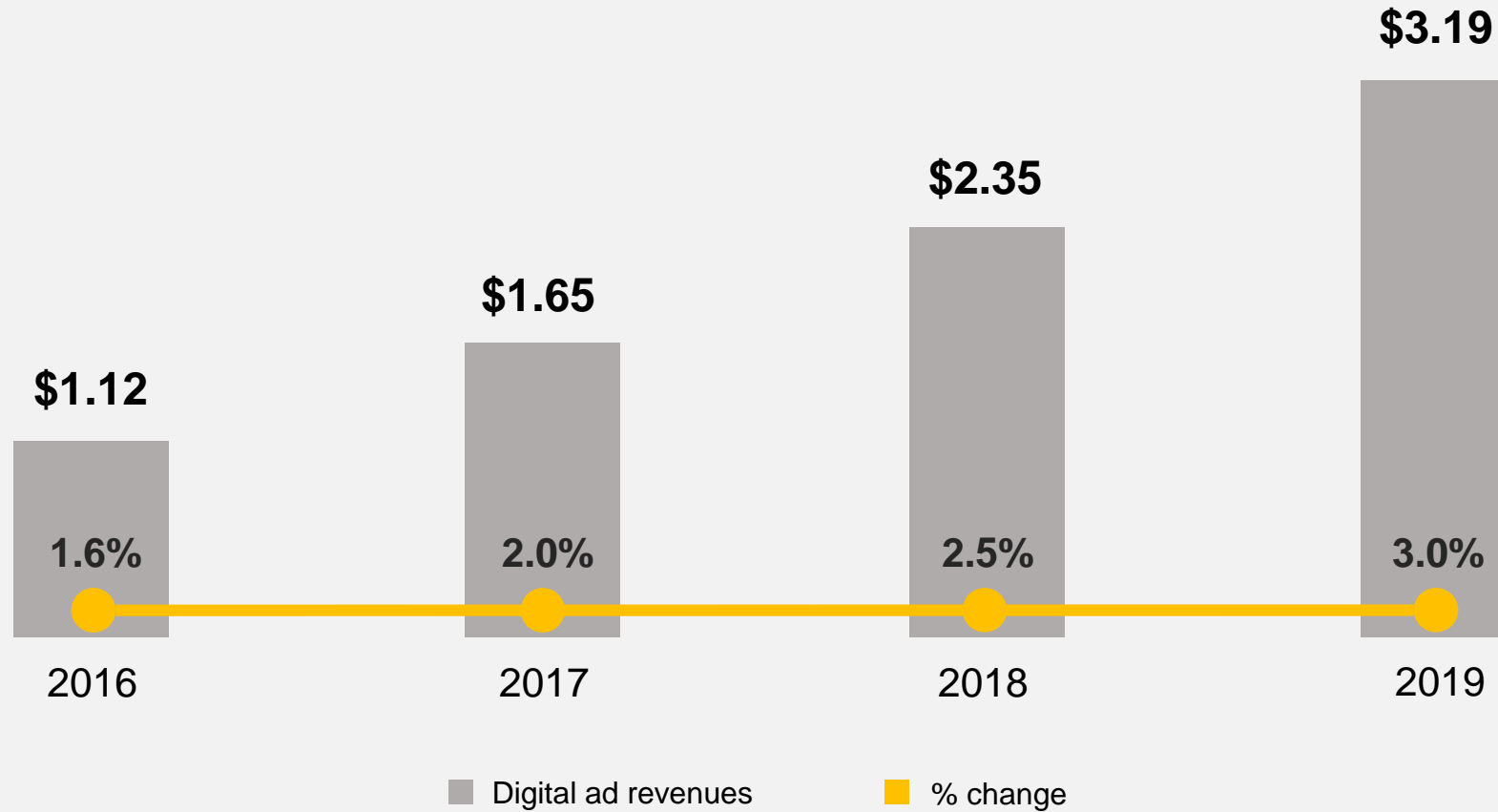
Яков Пейсахзон

Директор по продажам myTarget



NET US DIGITAL AD REVENUES AT AMAZON, 2016 - 2019

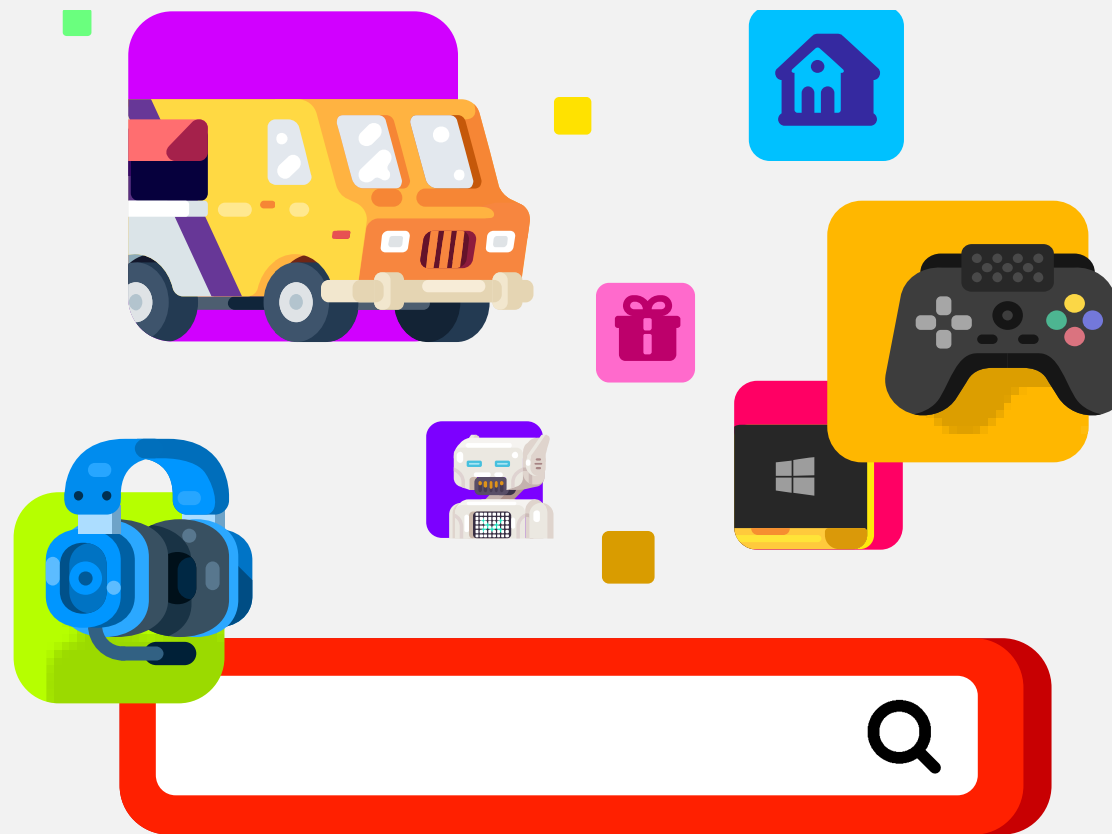
Billions, % change and % of total US digital ad spending



Source: eMarketer, Sep 2017

MYTARGET

КОНТЕКСТНЫЙ ТАРГЕТИНГ



КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Стоимость
заполненной заявки
до 1500 руб.

Стоимость
подтвержденной заявки
до 2500 руб.

ИНСТРУМЕНТЫ

Мультиформат
Карусель

РЕЗУЛЬТАТЫ

Стоимость
заполненной заявки 573 руб.

Стоимость
подтвержденной заявки 817 руб.

Количество лидов 111

CR 1.61%

Показы 603 286



ЦЕЛЬ

Увеличить количество заявок на кредитные карты. Декабрь 2017 г.:

CPC
15,50 руб.

CTR
0,24%

ROMI
146%

ИНСТРУМЕНТЫ КАМПАНИИ

Мультиформат

Списки поисковых запросов

КРЕАТИВЫ

Оформите кредитную карту онлайн

Платите в рассрочку до 365 дней без %



Оформите кредитную карту

- ✓ 365 дней без процентов
- ✓ Cashback до 30%
- ✓ Бесплатное снятие наличных
- ✓ Бесплатная доставка

ИТОГИ

Кол-во заявок увеличилось в 4 раза



CPC
16 руб.



CTR
0,25%



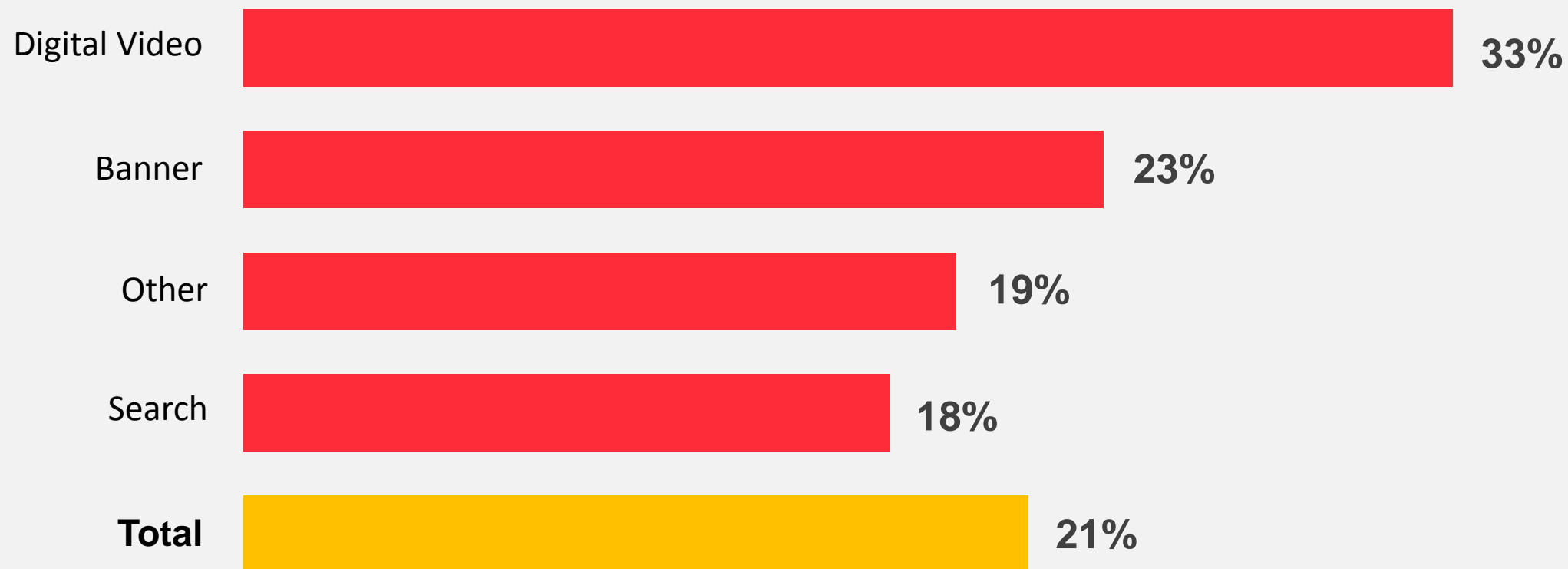
ROMI
183%

увеличили в 1,25 раза

U.S. DIGITAL AD SPEND: FORMATS

Digital video hit a record \$11.9 billion in 2017 (+33% YoY)

FY 2016 vs. FY 2017 growth

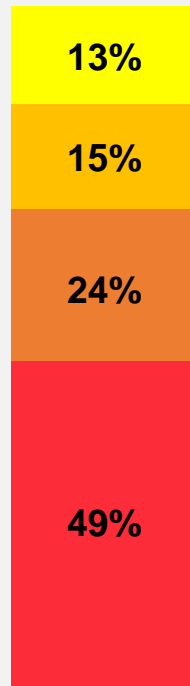


U.S. DIGITAL AD SPEND: FORMATS

Across desktop and mobile platforms, digital video gains

% share of ad formats

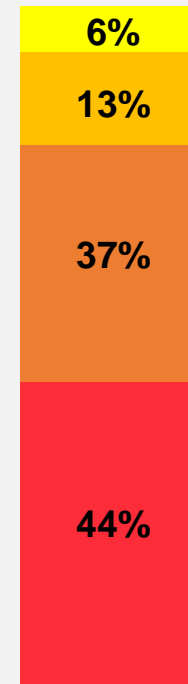
DESKTOP



2017

% share of ad formats

MOBILE



2017

- Other
- Digital Video
- Banner
- Search

U.S. DIGITAL AD SPEND: VIDEO

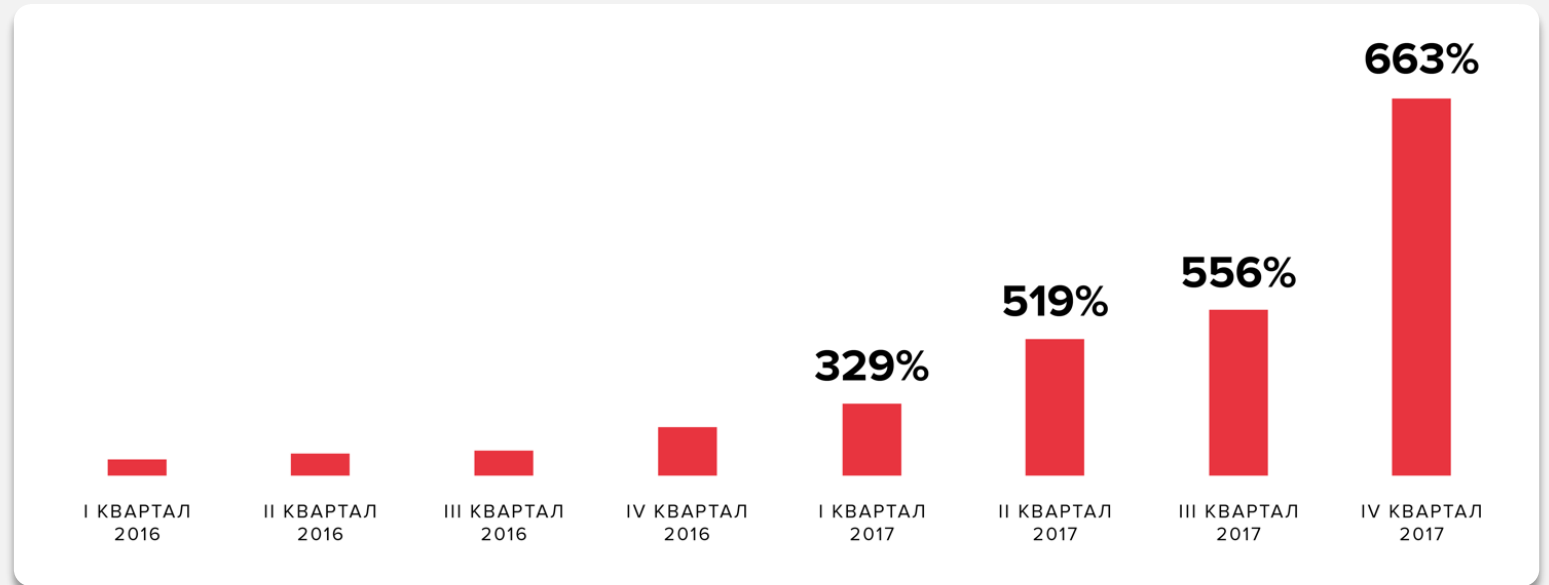
Mobile overtakes desktop in digital video



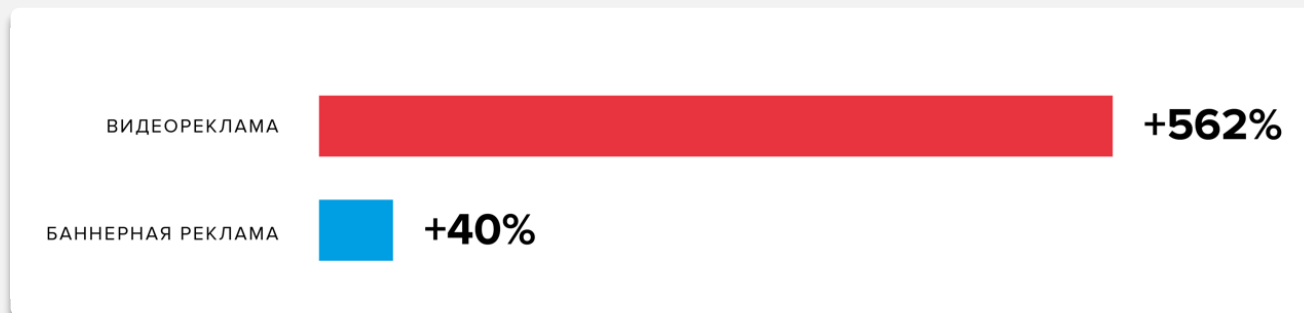
ВИДЕОРЕКЛАМА

ТЕМПЫ РОСТА ВИДЕОРЕКЛАМЫ

Динамика роста затрат на видеорекламу в myTarget



Прирост затрат рекламодателей myTarget 2017/2016 гг



За 2017 год затраты рекламодателей увеличились более чем в 6,6 раза по сравнению с 2016 годом.

Высокие темпы роста объясняются не только популярностью видеоразмещений у рекламодателей, но и введением новых форматов рекламы в 2017 г.: кроссплатформенные видеопосты, нативная видеореклама Nativeroll, видеореклама в ВКонтакте для продвижения мобильных приложений и т. п.

ВИДЕОФОРМАТЫ MYTARGET

Доля затрат на видеоформаты myTarget в 2017 г.

В 2017 г. значительная доля затрат пришлась на нативное размещение в лентах соцсетей: кроссплатформенные видеопосты в ВКонтакте и Одноклассниках (доля затрат 31%), мобильную видеорекламу для продвижения приложений в ВКонтакте и Одноклассниках (13%) и видео в промпостах Одноклассников (12%).

На традиционные видеоформаты рекламы – прероллы и видеобаннер 240x400 – пришлось 30% и 6% рекламных затрат соответственно. Доля рекламных затрат на видеоинвентарь партнерской сети myTarget составила 4% для мобильного fullscreen видео и 3% для премиального контента out-stream сети NativeRoll.



MYTARGET

КРОСС-ПЛАТФОРМЕННЫЕ ВИДЕО ПОСТЫ В ОДНОКЛАССНИКАХ И В КОНТАКТЕ

NESCAFÉ
Рекламная запись

NESCAFÉ GOLD BARISTA – кофе как в кофейне
<https://vk.cc/62agzE>

Молотый кофе в растворимом

NESCAFÉ GOLD BARISTA
267 372 просмотра

Мне нравится 112

9:41

34

Promoted post

NESCAFÉ
Jan 30 at 11:52

NESCAFÉ GOLD BARISTA – кофе как в кофейне
<https://vk.cc/62agzE>

Молотый кофе в растворимом

Глубокий аромат зерен и бескомпромиссный вкус

0:11

NESCAFÉ GOLD BARISTA
267 369 views

112

Marty McFly
8 minutes ago

I guess you guys aren't ready for that yet. But you kids are gonna love it.

9:41

Реклама

NESCAFÉ

NESCAFÉ GOLD BARISTA – кофе как в кофейне [okl.lt/5tKtm](https://vk.cc/62agzE)

NESCAFÉ
30 min. 11:48

Молотый кофе в растворимом

NESCAFÉ GOLD BARISTA

Присоединиться к группе

Поделились 5 • Классов 226

Поделились 0

Сбербанк Онлайн

Управляйте своими счетами с помощью мобильного приложения от Сбербанка!

NESCAFÉ
475 316 участников и 2 друга

Присоединиться

Реклама

NESCAFÉ GOLD BARISTA – кофе как в кофейне [okl.lt/5tKtm](https://vk.cc/62agzE)

NESCAFÉ

Молотый кофе в растворимом

NESCAFÉ GOLD BARISTA
17 просмотров

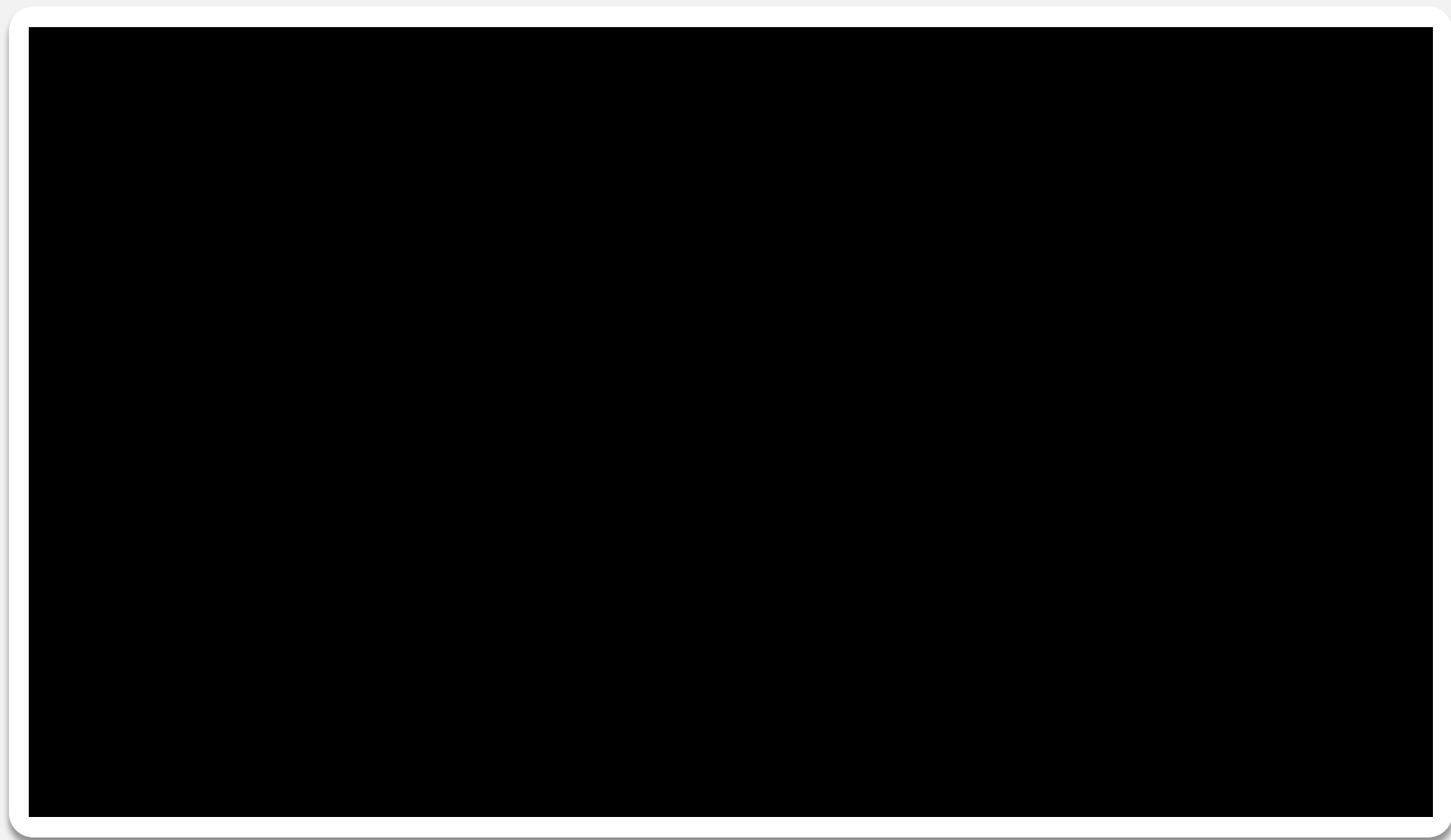
Поделились 10 раз | 246 классов

0

5

226





ВИДЕОРЕКЛАМА

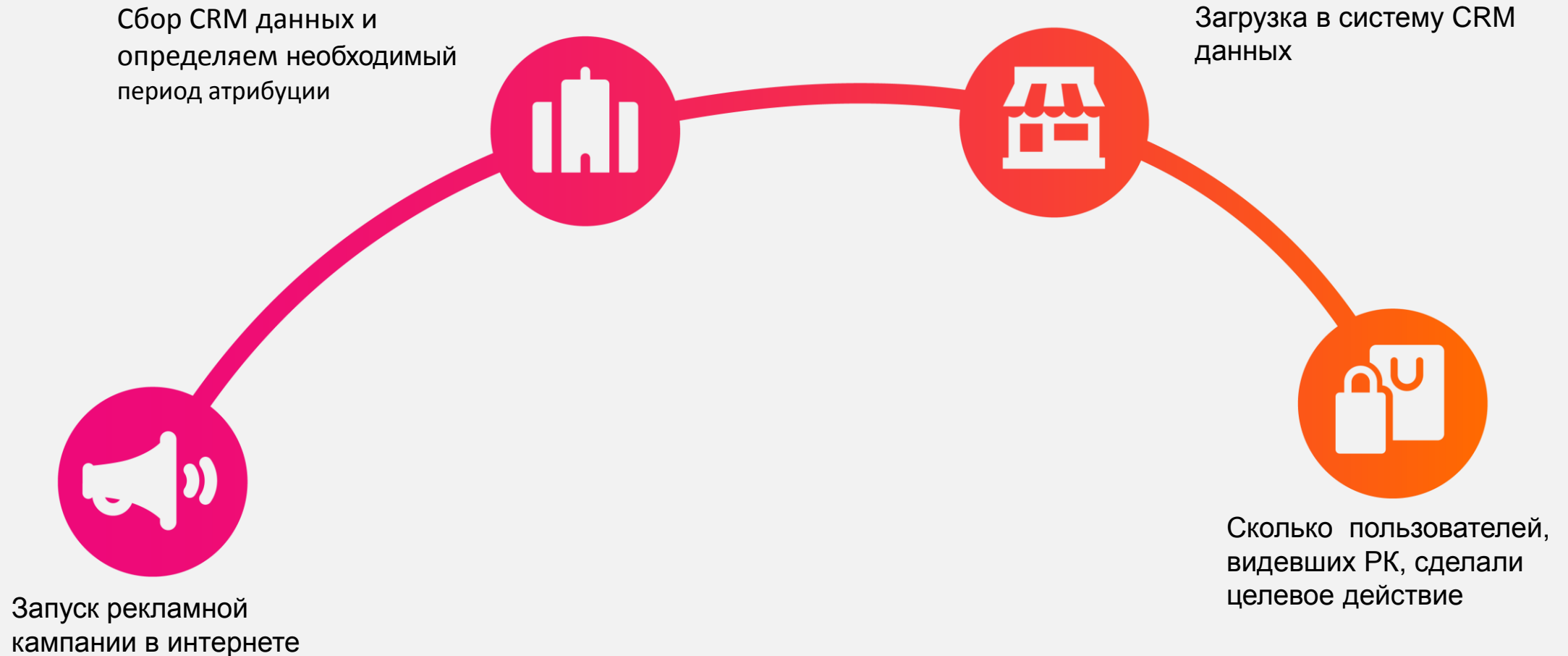
ДОЛЯ ВИДЕОРЕКЛАМЫ В ОБЩЕМ ОБЪЕМЕ

Доля затрат на видеорекламу и динамика позиций в категориях

Доля видеоформатов в общем объеме затрат на размещение в myTarget выросла на 11 п.п. в 2017 г. Большой вклад в этот рост вносят не только категории рекламодателей, которые традиционно активно задействуют видео («Медицина и здоровье», «Авто», «Бытовая техника и электроника», «FMCG»), но и другие сегменты, ориентированные на performance: «Игры», «Е-коммерция», «Ювелирные изделия и часы», «Недвижимость» и т. д.

	2016	2017		
FMCG	21.1%	42.2%		
Медицина и здоровье	4.1%	31.8%		1
СМИ	5.5%	27.9%		1
Телеком	2.4%	26.9%		3
Бытовая техника и электроника	3.1%	19.9%		
Игры	0.4%	16.0%		6
Спорт и фитнес	1.4%	15.3%		1
Авто	3.6%	15.3%		4
Ювелирные изделия и часы	0.3%	12.3%		5
Компьютеры, ПО	0.9%	10.1%		
Отдых и развлечения	1.3%	8.7%		2
Финансы	2.4%	8.7%		6
Е-коммерция	0.3%	3.6%		
Образование и работа	0.3%	3.5%		1
Все для дома	0.9%	2.7%		4
Недвижимость	0.2%	2.0%		
Все категории	3.3%	13.8%		

Атрибуция офлайн-конверсий на основе CRM данных





Яков Пейсахзон

Директор по продажам myTarget



Тел.: +7 (909)-902-4980

Skype: peysahzon

e-mail: y.peysahzon@corp.mail.ru