

Офлайн данные в онлайне – обзор источников и возможностей использования в рекламе

Антон Бут, директор по рекламным продуктам



ТИПЫ ОФЛАЙН ДАННЫХ НА РЫНКЕ

- 1 Банковские данные
- 2 Данные сотовых операторов
- 3 Транзакционные CRM данные
- 4 Транзакционные данные от ОФД и производителей касс

Преимущества офлайн данных для рекламодателей

ТАРГЕТИНГ НА ФАКТИЧЕСКУЮ ЦЕЛЕВУЮ
АУДИТОРИЮ И ЛЮДЕЙ, А НЕ НА ПРОКСИ
ТАРГЕТИНГИ И КУКИ

ВОЗМОЖНОСТЬ ОЦЕНКИ ВЛИЯНИЯ
РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ НА БИЗНЕС
ПОКАЗАТЕЛИ РЕКЛАМОДАТЕЛЯ

КРУПНЕЙШИЕ ИСТОЧНИКИ ОФЛАЙН ДАННЫХ НА РЫНКЕ

Тип данных	Владелец данных	Максимальный охват
Банковские данные	Сбербанк (Segmento)	88 млн
	Société Générale (Росбанк, Русфинанс банк, ДельтаКредит)	18 млн
Данные сотовых операторов	МТС	78 млн
	Мегафон	75 млн
	Билайн	55 млн
	Теле2	42 млн
Транзакционные CRM данные	X5 Retail Group	40 млн
	Metro C&C	5 млн
	Amadeus	41 млн
Транзакционные данные от ОФД и производителей касс	Атол (данные онлайн покупок)	63 млн
	ОФД игроки (всего их на текущий момент 21)	Вся РФ, но есть нюансы

ПРО ВЛАДЕЛЬЦЕВ И ТИПЫ ДАНЫХ ДЕТАЛЬНЕЙ

MEDIAINSTINCTGROUP

ОФД ИГРОКИ

КЛЮЧЕВЫЕ ИГРОКИ

ОФД	Доля в кассах на март 2019*
Платформа ОФД	26,5%
Такском	16,5 %
Первый ОФД	16,2 %
OFD.ru (Петер-Сервис)	12 %
ОФД-Я (Ярус)	11 %
Корус	5,5 %
Тензор	5 %
Тандер (ОФД Магнита)	2 %
Яндекс.ОФД	0,5 %
Остальные 12 ОФД	1,3 %

* По данным Snews

КЛЮЧЕВЫЕ ЦИФРЫ

2,7 млн

касс подключено
к ОФД по всей России

~110 млн

чеков передаются в налоговую
через ОФД каждый день

КАКИЕ ДАННЫЕ ДОСТУПНЫ

Данные о продажах со всех офлайн и онлайн ритейлеров, кафе, ресторанов и любых сервисов которые официально принимают оплату в РФ передают данные в ОФД.**

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОЖНОСТИ

1. В >99% чеков отсутствуют идентификаторы уникалов, поэтому чтобы активировать и использовать данные для таргетинга требуются связать с банковской транзакцией
2. Нестандартизированные названия товаров в чеках, но крупные ОФД уже достаточно продвинулись по решению этой задачи
3. Не консистентность данных на горизонте нескольких лет – ритейлер легко может перейти на работу с другим ОФД
4. Большое и растущее количество ОФД игроков на рынке
5. Не до конца сформированная юридическая практика работы с данными ОФД

** Осталась малая доля ИП в торговле и HoReCa и ИП/ООО в сфере услуг, которые обязаны будут начать это делать с июля 2019



АТОЛ ОНЛАЙН - решение по фискализации онлайн платежей от крупнейшего игрока на кассовом рынке.
АТОЛ - №1 игрок на рынке кассового оборудования (>40% касс в России произведено в Атол).

КЛЮЧЕВЫЕ ЦИФРЫ АТОЛ ОНЛАЙН

>600 млн

чеков

>8 600

интернет-магазинов

>3,5 млн

новых чеков в день

70%

от числа фискализированных
интернет-магазинов

>63 млн

уникальных идентификаторов
покупателей

ДОСТУПНЫЕ ДАННЫЕ И ТАРГЕТИНГИ

- товары: спортивные, детские, fmcg, косметика, кино, купоны, книги, косметика, мебель, программное обеспечение и т.д.
- телеком данные (оплата услуг, оплата связи)
- туризм: отели, билеты, страховки
- общее: знакомства, использование сайтов объявлений

ПЛАТФОРМЫ



КЛЮЧЕВЫЕ ЦИФРЫ



14 700 +
stores in 63 regions



3 840 M+
annual purchases



40M+
active cards
in loyalty programs

от 58% до 88% (в зависимости от сети) всех продаж с использованием карт лояльности, т.е. учитываются продажи картами и наличными

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

- Расчет SalesUplift
- Замер эффективности РК
- Персонализированные промо
- Опросы потребителей
- Аналитика корзины, категории, покупателя
- Коммуникация по собственным каналам X5 (email/смс)

ПЛАТФОРМЫ ДЛЯ АКТИВАЦИИ



travel audience

an amadeus company

Международная рекламная платформа в сфере туризма, использующая для таргетинга данные Amadeus. Amadeus - мировой лидера в сфере бронирования авиаперелетов (доля рынка – более 40%), а также гостиниц, автомобилей, железнодорожных перевозок, паромов и круизов.

ДАННЫЕ И ТАРГЕТИНГИ

- 41 млн уникалов из России, которые ищут путешествия по России и миру
- 21 млн уникалов из России, забронировавших путешествие по России и миру
- Данные по поиску и бронированию авиабилетов (488 авиакомпаний)
- Данные по поиску и бронированию отелей (85 тыс. отелей), автомобилей (26 прокатных компаний), круизов (20 операторов)
- Все данные деперсонализированы

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

- Возможность таргетирования на разных стадиях путешествия: поиска, времени бронирования или периода до/после/во время путешествия

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ПАРТНЕР В РФ





Все сотовые операторы развивают свои рекламные продукты и начинают координируют свои действия для синхронизации подходов, доступных таргетингов, каналов и коммерческих условий.

ДАННЫЕ И ТАРГЕТИНГИ

- Геолокация, демография
- Интересы на основе поведения в интернете, звонков и прочих данных сотовых операторов
- Пилоты по работе с данными ОФД

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

- Аналитика покупателей
- Online-to-offline оценка эффективности рекламы

Оператор	Доля в абонентской базе*	Каналы таргетированной коммуникации						
		СМС	Пуши	Обзвон	Собственный инвентарь (ЛК, сайт оператора, страницы 404 и т.д.)	«Врезка» в LTE/3G трафик абонента	Соц. сети	Programmatic
МТС	31,7%	+	+	+	+	+	+	+
Мегафон	29,9%	+	-	+	-	+	-	скоро
Билайн	21,9%	+	+	скоро	-	скоро	скоро	+
Теле2	16,7%	+	-	-	-	+	+	-

* По данным ежегодного отчета Билайна за 2018 г.

Segments

Совместное предприятие ПАО Сбербанк и венчурного фонда Sistema_VC

ДАННЫЕ И ТАРГЕТИНГИ

- 30 млн уникалов доступные для таргетинга в онлайн
- Соц дем данные по 30 млн, платежеспособность и транзакционные данные по тсс кодам по 19 млн, наличие детей по 4,1 млн
- Собственные clickstream данные
- Clickstream данные МТС
- Данные ОФД Магнита (только оплата картой, связанные через банковские транзакции)
- Все данные деперсонализированы

МЕХАНИКА АКТИВАЦИИ ДАННЫХ МАГНИТА

Активация данных через мэтчинг покупок по банковской карте в Магните с контактными данными в банке

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

- BrandLift. Оценка влияние рекламы на бренд метрики
- OffCR. Offline конверсию в покупку из просмотревших рекламу

ПЛАТФОРМЫ (ИНВЕНТАРЬ)

Google

myS

vk

Яндекс

Segments

ЭВОТОР

ЭВОТОР - №1 игрок на рынке умных касс (>80% доля рынка в категории)

Пробуют реализовать связку мак-адресов и данных покупок.

ТЕХНОЛОГИЯ

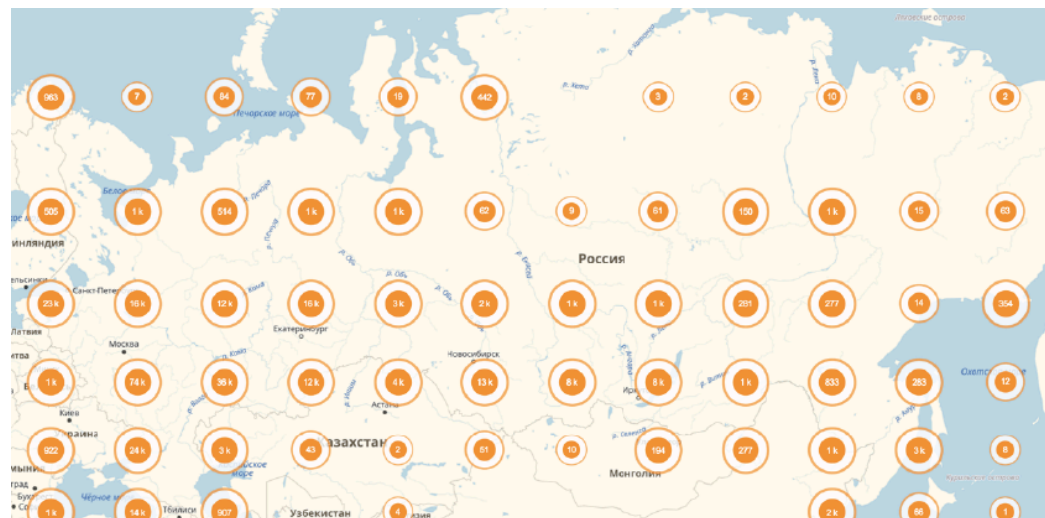
Смарт терминалы (онлайн-кассы) умеющие собирать mac-адреса находящихся рядом устройств.



ДОСТУПНЫЕ ДАННЫЕ

- Данные с 400 000 смарт-терминалов по всей России, расставленных по предприятиям МСБ всех типов
- Например: салоны красоты, СПА, клиники, фитнес-клубы, аптеки, HoReCa, авторемонт, фаст фуд
- Таргетинг на заведение с определенными товарами в ассортименте (видят состав чека)

КАРТА ПОКРЫТИЯ



ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

- 1** На рынке уже огромное достаточное количество владельцев офлайн данных, которые можно использовать в медийных стратегиях.
- 2** В большинстве случаев технологии позволяют оценить эффективность использования офлайн данных в бизнес показатели рекламодателя.
- 3** Работа с офлайн данными требует взвешенного подхода, а также умения правильно формировать и тестировать аудиторные гипотезы.

СПАСИБО!