

PERFORMANCE. ПОГОВОРИМ О БУДУЩЕМ



Фёдор Круглов
управляющий директор iConText

ИСТОРИЧЕСКАЯ DATA – ТЕЗИС 1.0

2015 ГОД – ПРОГНОЗ **icontext** ПО ФАКТУРЕ РЫНКА К 2018 ГОДУ

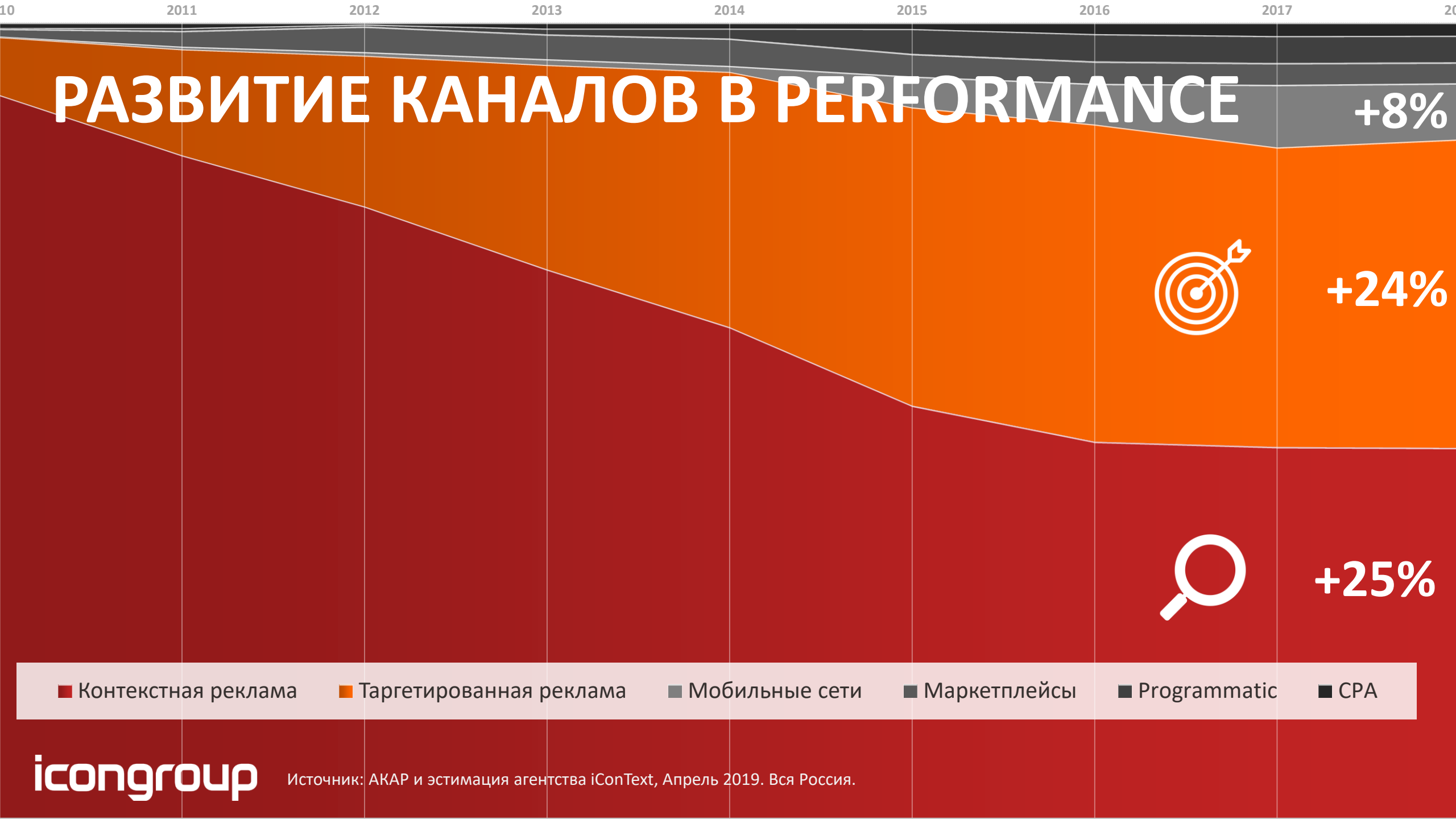
BRANDING

- Креатив
- Медиаинтеграции
- Спецпроекты
- Product placement
- PR
- Пр. каналы

PERFORMANCE 2018

- Контекст (87 млрд*)
- Социальные сети (79 млрд*)
- Медиаканалы
- CPA
- O2O
- Пр. каналы





ИСТОРИЧЕСКАЯ DATA – ТЕЗИС 2.0

2016 ГОД

- Проект «Комитета по performance IAB Russia» по формированию методологии performance тендеров
- Серия выступлений на профильных мероприятиях
- Обучающая программа для клиентов

ПРЕЖНЯЯ МЕТОДИКА ТЕНДЕРА

- Клик - дешевле
- CPO - ниже
- АК – 0%

НОВАЯ МЕТОДИКА ТЕНДЕРА

- Формирование KPI
- Стоимость команды
- Технологии



ИСТОРИЧЕСКАЯ DATA – ТЕЗИС 2.0

2016 ГОД

- Проект «Комитета по performance IAB Russia» по формированию методологии performance тендеров
- Серия выступлений на профильных мероприятиях
- Обучающая программа для клиентов

ПРЕЖНЯЯ МЕТОДИКА ТЕНДЕРА

- Клик - дешевле
- CPO - ниже
- АК – 0%

НОВАЯ МЕТОДИКА ТЕНДЕРА

- Формирование KPI
- Стоимость команды
- Технологии



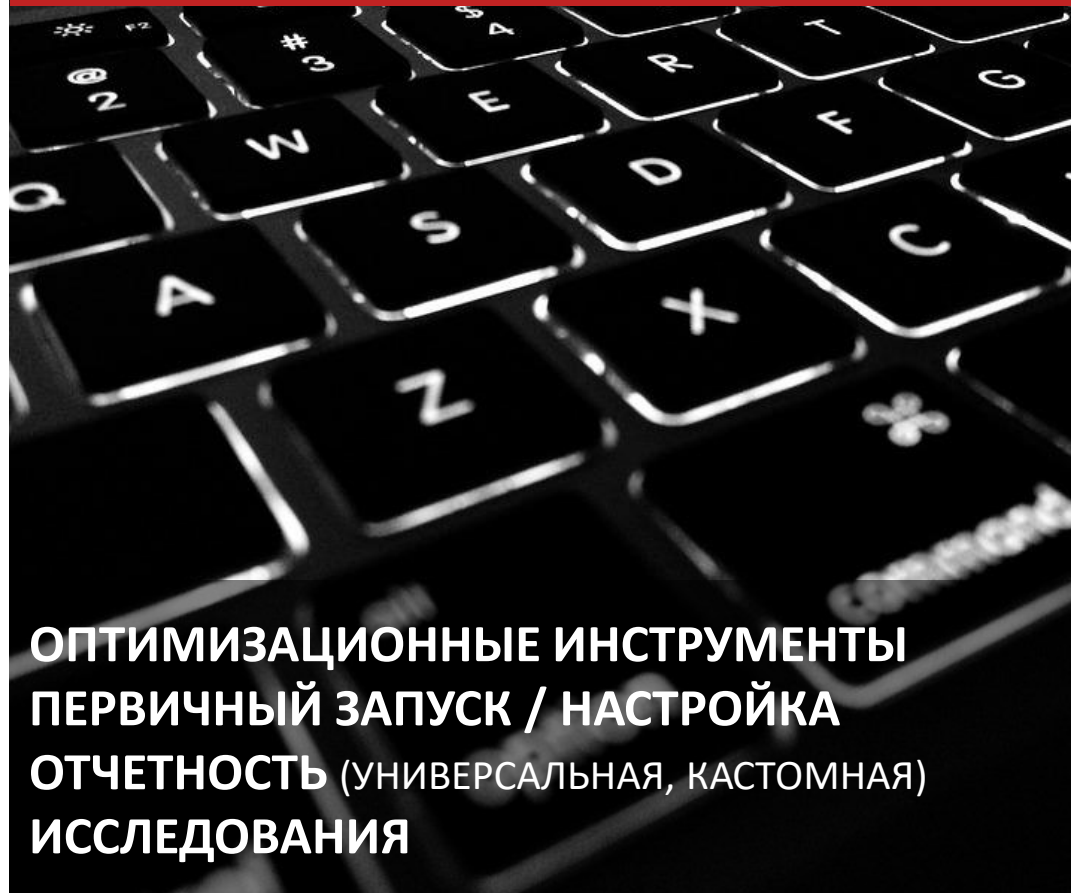
АГЕНТСТВО СЕГОДНЯ: ЧТО ПОКУПАЮТ?

КОМАНДА



ЭКСПЕРТИЗА
ВОЗМОЖНОСТЬ МАСШТАБИРОВАТЬ
ГОЛОВА С «РУКАМИ»
ДОСТУП К НОВЫМ ПРОДУКТАМ

ТЕХНОЛОГИИ



ОПТИМИЗАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ
ПЕРВИЧНЫЙ ЗАПУСК / НАСТРОЙКА
ОТЧЕТНОСТЬ (УНИВЕРСАЛЬНАЯ, КАСТОМНАЯ)
ИССЛЕДОВАНИЯ

НАШ ОБЩИЙ КРУПНЫЙ ПАРТНЁР

НОВЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ АГЕНТСТВ 2019-2020

- Ни единого комментария для клиентов
- Странный период вывода новых условий
- Картина стала ещё более туманной

КАК ЖИТЬ? – ПЛАН 2019/2020

TRANSITION TRAIL

Мы за обоюдно
эффективный
бизнес

Вектор в пользу
технологических
решений

Выход за рамки
привычных
performance
каналов

Формирование
новой модели
ценообразования

Неизбежные
трансформации
бизнеса

ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ

ОСНОВНЫЕ ВЕКТОРЫ И НАБЛЮДЕНИЯ

МАРКЕТИНГ ДАННЫХ

- Формирование экосистем (Сбербанк, Яндекс, МТС)
- Появление колоссальных пластов данных
- Внедрение внутренних данных в рекламные кампании

ЭКСПЕРТИЗА РЕКЛАМОДАТЕЛЯ

- Рост количества прямых клиентских сделок с площадками

НОВЫЙ DIGITAL

- Омниканальность – неотъемлемая стратегия / тактика
- Медийные инструменты – вполне себе performance

ОДНА ВОЛШЕБНАЯ КНОПКА – МЕЧТА?

«Буквально скоро мы выдадим готовое решение с объединённой отчетностью по каналам»

«Стадия готовности – 80%»

«Мы уверены – за этим будущее, всё это почти есть»

«Автоматизация – уже решенное дело»

«Мы сейчас работаем над тем, чтобы вы могли нажать одну кнопку и всё будет работать само»

ОДНА ВОЛШЕБНАЯ КНОПКА – МЕЧТА?

«Буквально скоро мы выдадим готовое решение с объединённой отчетностью по каналам»

ПОКА

«Автоматизация – уже решенное дело»

ЭТО ВСЁ

«Стадия готовности – 80%»

НЕ

«Мы сейчас работаем над тем,

«Мы уверены – за этим будущее, всё это почти есть»

чтобы вы могли нажать одну

РАБОТАЕТ

кнопку, и все будет работать само»

РОЛЬ АГЕНТСТВА 2020-2025



**АУДИТ ПРЯМЫХ КЛИЕНСКИХ
СДЕЛОК**

СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА

**ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ /
НАСТРОЙКИ ИНТЕГРАЦИЙ**



РЫНОЧНАЯ АНАЛИТИКА

БЕНЧМАРКИНГ



**СТЫКОВКА ЗАКУПОЧНЫХ
ЗАДАЧ В O2O ВЕКТОРЕ**

КОНСАЛТИНГ СЕЛЛЕРОВ

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

Фёдор Круглов
управляющий директор iConText

