

**SA MEDIA GROUP**  
communication

# RELAUNCH CHANGAN

**БОРЬБА ЗА ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗЫ**

ОКТЯБРЬ 2020



**CHANGAN**





# ГЛАВНЫЙ ВОПРОС

Чей показ главный?



# In-stream

- Дорогой инвентарь
- Высокая досматриваемость
- Низкая кликабельность

Высокое качество инвентаря

# VS

# Out-stream

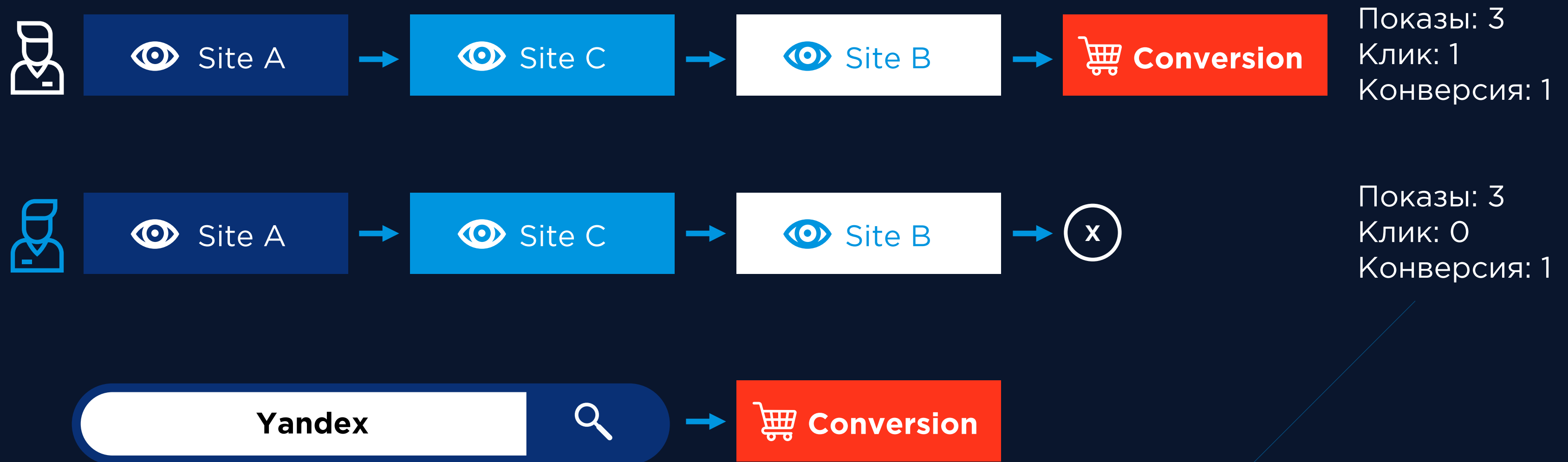
- Невысокая цена инвентаря
- Низкая досматриваемость
- Средняя кликабельность

Среднее / низкое качество инвентаря



# Показы есть – кликов нет

Что замерять? Что нам эти показы?



# Простая и понятная схема



# Какой же показ из всех повлиял?



Last Interaction



Linear



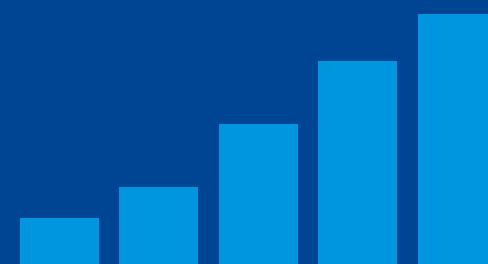
Last Non-Direct Click



First Interaction



Position Based



Time Decay

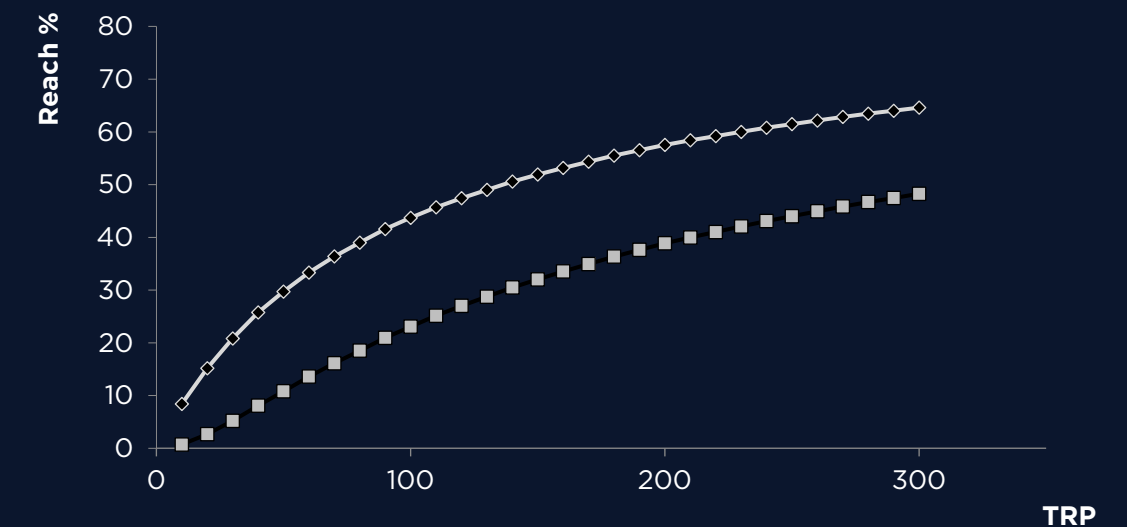


# Подходы к оценке эффективности

## Имиджевый подход



## Анализ R/F-распределения, стоимости контакта и пр.

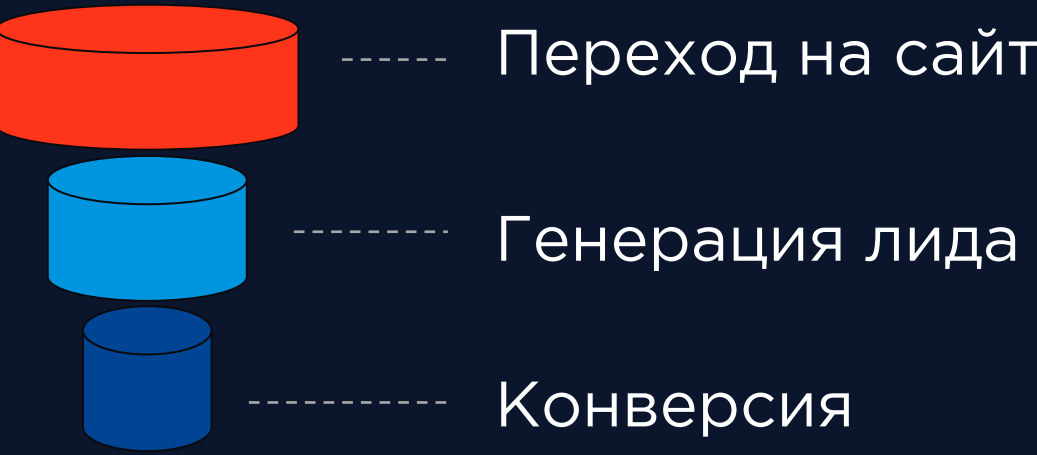


# Подходы к оценке эффективности

Performance-подход

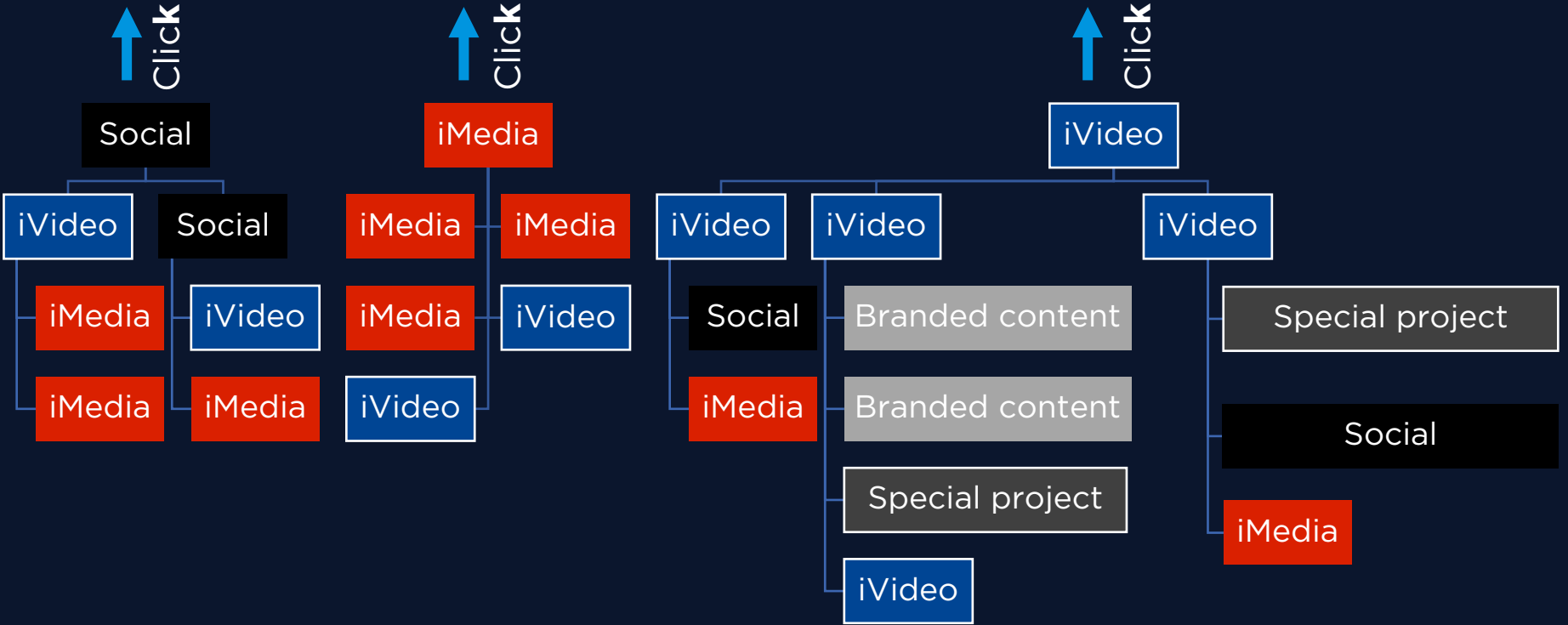
## Оценка конверсий по прямым переходам

Прямая оценка



## Оценка ассоциированных конверсий

Косвенная оценка





## Интрига...

**Инвентарь 1**  
**In-stream OLV**

Дорогой  
Качественный

**Инвентарь 2**  
**In-stream OLV**

Средняя цена  
Качественный

**Инвентарь 3**  
**Out-stream OLV**

Средняя цена  
Среднее  
качество

**Инвентарь 4**  
**Out-stream OLV**

Низкая цена  
Среднее  
качество

**Кто же**  
**Победил?**

# Кто же победил?



**Инвентарь 1  
In-stream OLV**

Дорогой  
Качественный

CPM

**500 рублей**

Показов до конверсии

**1814 показов**

Коэф. Эфф-ти

**0,42**



**Инвентарь 2  
In-stream OLV**

Средняя цена  
Качественный

CPM

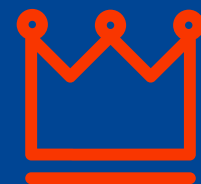
**270 рублей**

Показов до конверсии

**1406 показов**

Коэф. Эфф-ти

**1**



**Инвентарь 3  
Out-stream OLV**

Средняя цена  
Среднее  
качество

CPM

**135 рублей**

Показов до конверсии

**3115 показа**

Коэф. Эфф-ти

**0,9**



**Инвентарь 4  
Out-stream OLV**

Низкая цена  
Среднее  
качество

CPM

**110 рублей**

Показов до конверсии

**12658 показов**

Коэф. Эфф-ти

**0,27**

# Cost eff. Сравнение

	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь
	Рекламная кампания					
<b>2019 год продажи</b>	146	102	112	167	273	309
<b>2020 год продажи</b>	223	231	535	653	901	1021
<b>Рост продаж YoY</b>	<b>53%</b>	<b>126%</b>	<b>378%</b>	<b>291%</b>	<b>230%</b>	<b>230%</b>
	2 квартал			3 квартал		





**CHANGAN**

Алина Кудинова  
**СМО Changan Motors Russ**



Русинчук Александр  
**CEO SA Digital**

**СПАСИБО!**