



**КОГДА КАСТОМИЗАЦИЯ  
СООБЩЕНИЯ ДЛЯ СЕГМЕНТА  
НУЖНА И ОПРАВДАНА**

# ЭВОЛЮЦИЯ РАБОТЫ С СЕГМЕНТАМИ

1

## СЕГМЕНТАЦИЯ

Выделение широких сегментов без и с кастомизацией креатива

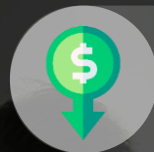


2

## ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ

Выделение поведенческих сегментов с кастомизацией креатива

# С КОНТРОЛЕМ ВОРОНКИ НА КАЖДОМ ЭТАПЕ



СТОИМОСТЬ ЗА ПРОСМОТР  
Cost per View



КЛИКАБЕЛЬНОСТЬ  
CTR



ПЕРЕХОДЫ И ДЕЙСТВИЯ  
Cost per Visit, Доходимость



**НА БАЗЕ АНАЛИЗА 20  
КАМПАНИЙ МЫ ПОНЯЛИ КАКИЕ  
СЕКМЕНТЫ НУЖНО ВЫДЕЛЯТЬ  
И КАК С НИМИ РАБОТАТЬ**



# 1

## СЕГМЕНТАЦИЯ

Выделение широких сегментов  
без и с кастомизацией креатива



# КАСТОМИЗАЦИЯ ПО СЕГМЕНТАМ АБОНЕНТЫ КОНКУРЕНТОВ/ ВОЗРАСТНЫЕ СЕГМЕНТЫ НЕ ДЕМОНСТРИРУЕТ ПРИРОСТА ЭФФЕКТИВНОСТИ

СТОИМОСТЬ ЗА ПРОСМОТР  
Cost per View



Выше по сегментам с таргетингом на оператора и возраст  
**Cost per View +80% в среднем**

КЛИКАБЕЛЬНОСТЬ  
CTR



Ниже по сегментам с таргетингом на оператора и возраст  
**CTR -14% в среднем**

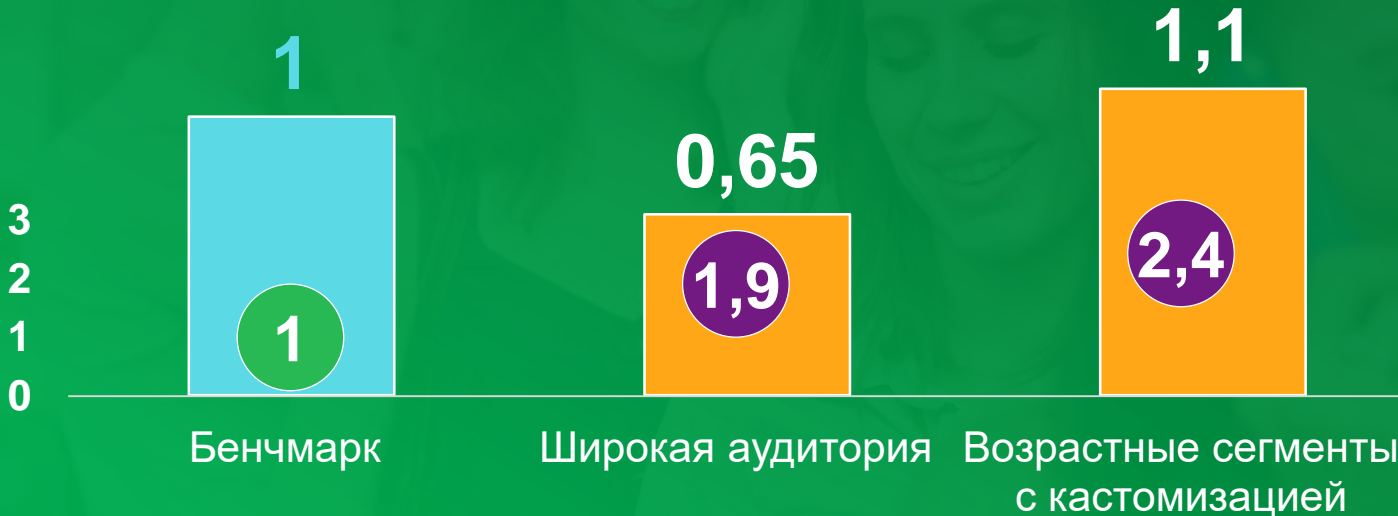
Cost per Visit,  
Доходимость



Стоимость за визит растет  
**Cost Per Visit +27% в среднем**

# КАСТОМИЗАЦИЯ НА ВОЗРАСТНЫЕ СЕГМЕНТЫ НЕ УЛУЧШИЛА СТОЙМОСТНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

## ИНДЕКСЫ СТОИМОСТНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

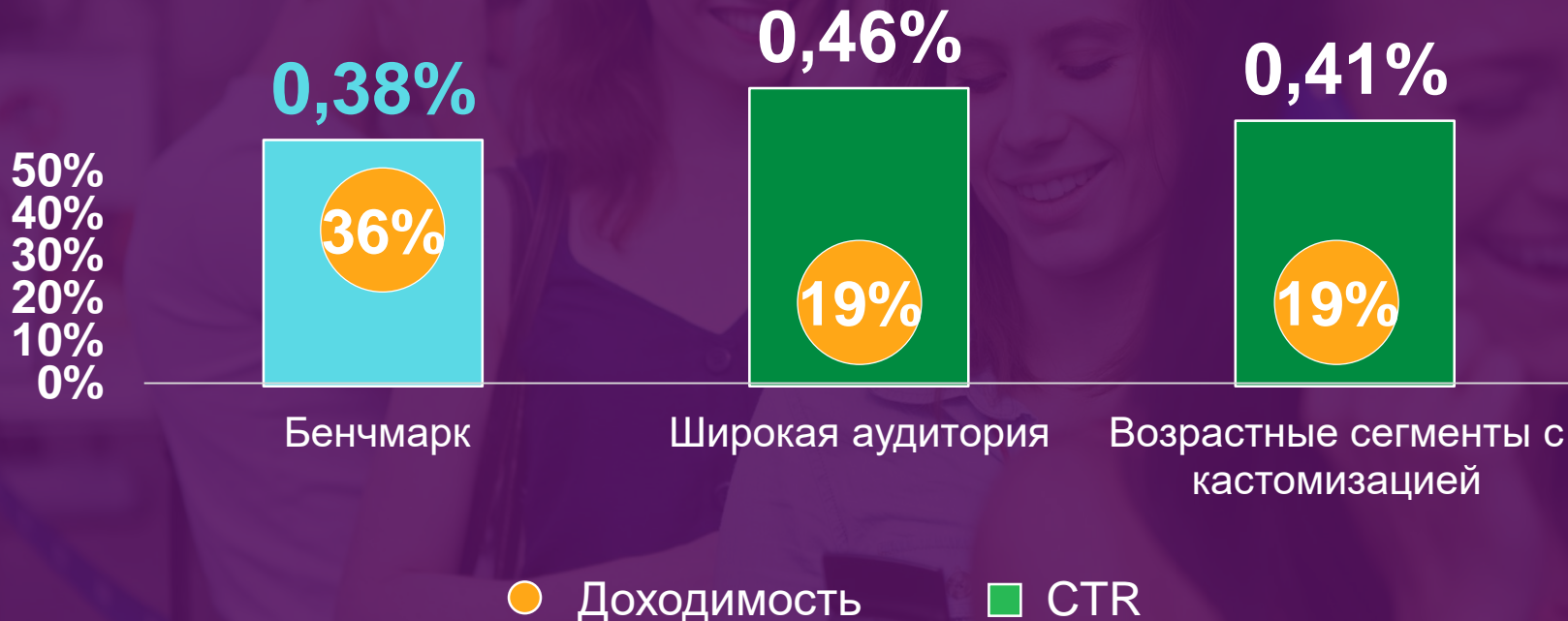


● Индекс стоимости визита

■ Индекс стоимости просмотра

# КАСТОМИЗАЦИЯ НА ВОЗРАСТНЫЕ СЕГМЕНТЫ НЕ УВЕЛИЧИЛА ВНИМАНИЕ К РЕКЛАМЕ

## КЛИКАБЕЛЬНОСТЬ И ДОХОДИМОСТЬ





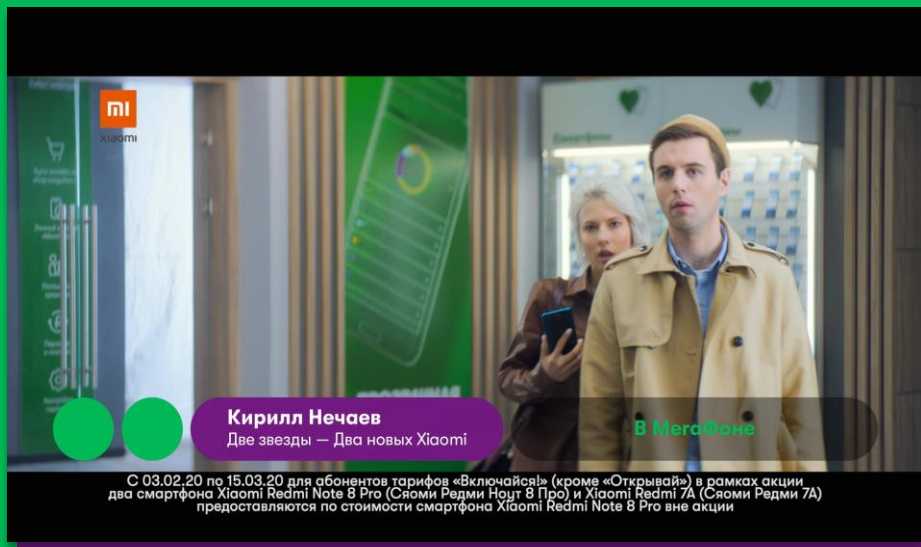
# СЕГМЕНТАЦИЯ ПО ВОЗРАСТУ: ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ КРЕАТИВНЫЕ ПРИЕМЫ НЕ ПОКАЗАЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ

**МИЛЛЕНИАЛЫ:**  
кастомизация с  
помощью видео  
ряда



## GENERATION Z:

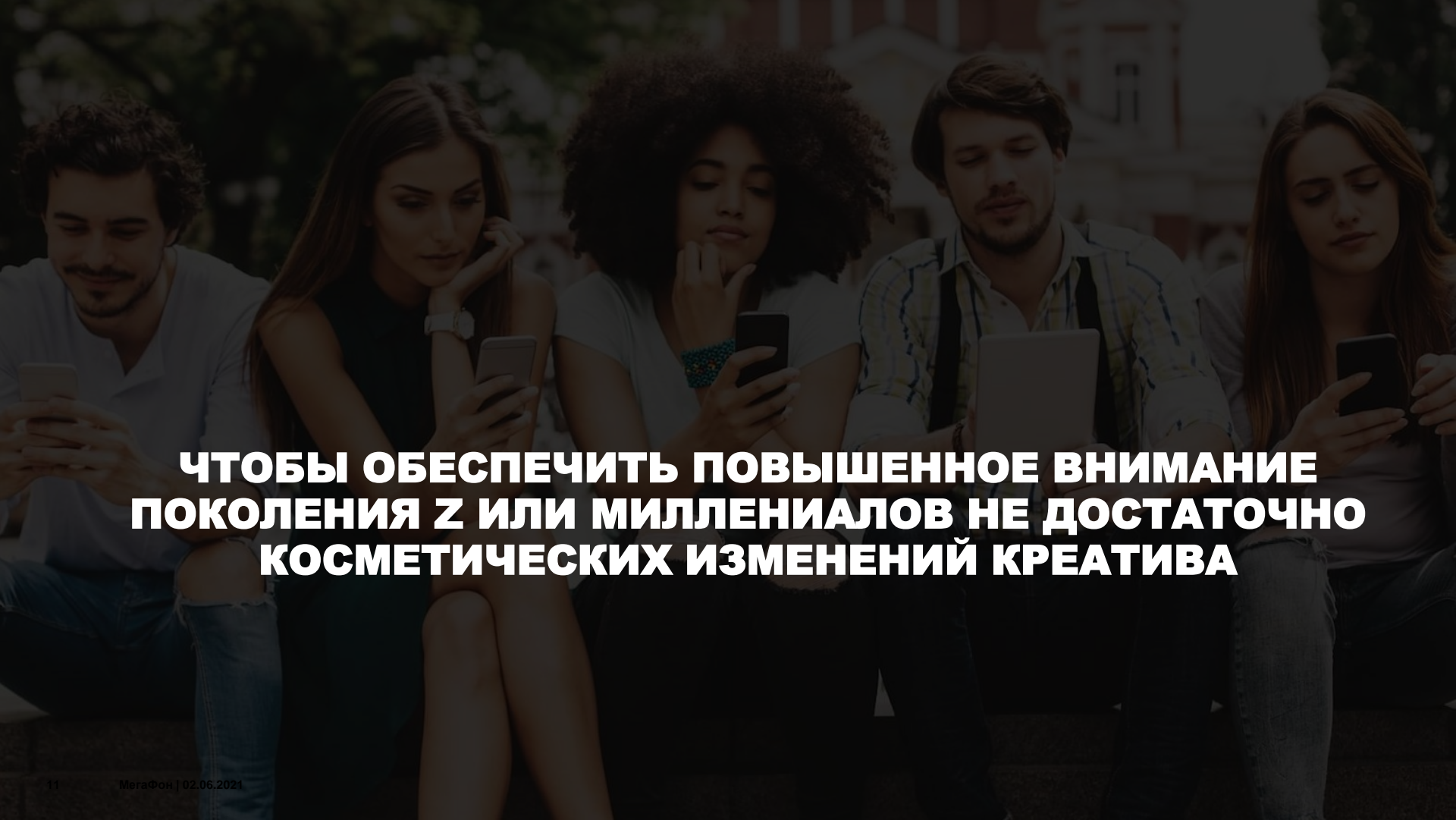
кастомизация с помощью  
звукового ряда



## МИЛЛЕНИАЛЫ:

кастомизация с помощью  
релевантной ситуации





**ЧТОБЫ ОБЕСПЕЧИТЬ ПОВЫШЕННОЕ ВНИМАНИЕ  
ПОКОЛЕНИЯ Z ИЛИ МИЛЛЕНИАЛОВ НЕ ДОСТАТОЧНО  
КОСМЕТИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ КРЕАТИВА**



# 2

## **ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ**

Выделение поведенческих сегментов с кастомизацией креатива



# ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ СЕГМЕНТЫ, ДЛЯ КОТОРЫХ БЫЛИ СОЗДАНЫ КАСТОМИЗИРОВАННЫЕ КРЕАТИВЫ В 2020 ГОДУ

Широкая



Киноманы



Геймеры



Спорт фаны



Малый бизнес



Искатели  
выгоды



Заботливые  
родители



Автолюбители



Музыка



Любознательные



# РЕЗУЛЬТАТЫ КАСТОМИЦИИ ПО ПОВЕДЕНЧЕСКИМ СЕГМЕНТАМ

СТОИМОСТЬ ЗА ПРОСМОТР  
Cost per View



Ниже по всем кастомным сегментам\*  
(любители сериалов незначительно выше из за онлайн кинотеатров)  
Cost per View -20% в среднем

КЛИКАБЕЛЬНОСТЬ  
CTR



Выше по всем кастомным сегментам\*  
CTR +80% в среднем

Cost per Visit,  
Доходимость



В половине сегментов постклик лучше, чем при размещении на широкую аудиторию

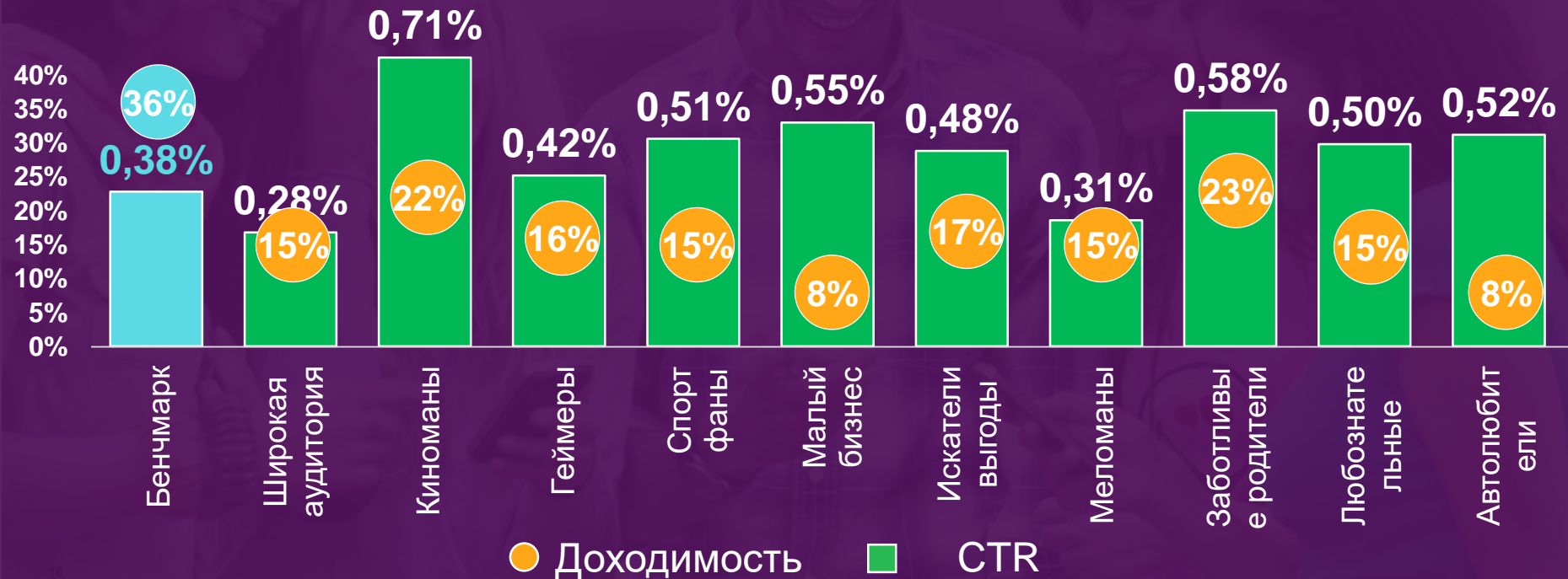
# ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ ВИДЕО ДЛЯ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ СЕГМЕНТОВ СНИЖАЕТ СТОИМОСТЬ ПРОСМОТРА, НО НЕ СТОИМОСТЬ ВИЗИТА

## СТОИМОСТНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ КАСТОМИЗАЦИЯ КРЕАТИВА ДЛЯ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ СЕГМЕНТОВ



# КАСТОМИЗАЦИЯ ОДНОЗНАЧНО ПОВЫШАЕТ КЛИКАБЕЛЬНОСТЬ, НО НЕ ВСЕГДА ДОХОДИМОСТЬ

## МЕДИЙНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ШИРОКАЯ АУДИТОРИЯ VS ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ НА СЕГМЕНТЫ С ПОХОЖИМ ПОВЕДЕНИЕМ ИЛИ ОБЩИМ ХОББИ





## КАМПАНИИ МАКСИМАЛЬНО ЗАИНТЕРЕСОВАВШИЕ ЦЕЛЕВЫЕ СЕГМЕНТЫ

### Общее в креативном подходе:

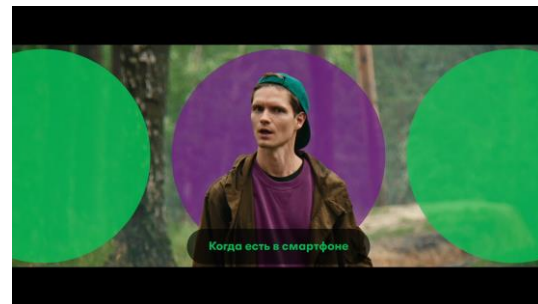
- кастомизация с первой секунды
- игровой подход к кастомизации

Способ увеличения эффективности – добавление Call to action

### Любители сериалов и видеоблогов



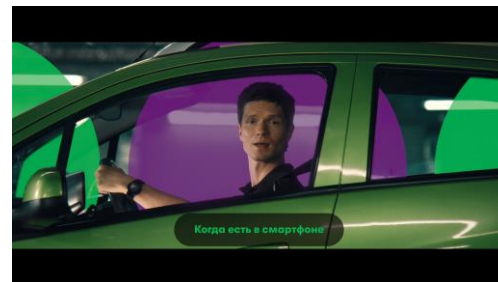
### Дачники/туристы



### Любознательные



### Автолюбители



**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОПРАВДАННОСТЬ**

**X 4 РАЗА**

**МЕДИА БЮДЖЕТ СЕГМЕНТА ДОЛЖЕН ПРЕВЫШАТЬ  
СТОИМОСТЬ АДАПТАЦИИ КРЕАТИВА**



# ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

1



2



3



4

КАСТОМИЗАЦИЯ  
ОБЩЕГО КРЕАТИВА  
НА ВОЗРАСТНЫЕ  
СЕКМЕНТЫ НЕ  
РАБОТАЕТ

КАСТОМИЗАЦИЯ  
КРЕАТИВА ДЛЯ  
ПОВЕДЕНЧЕСКИХ  
СЕКМЕНТОВ  
ОЕСПЕЧИВАЕТ  
БОЛЕЕ ВЫСОКИЙ  
ОТКЛИК НА  
РЕКЛАМУ

КАСТОМИЗАЦИЯ С  
ПЕРВОЙ СЕКУНДЫ И  
КРУПНЫЙ ШРИФТ  
ПОМОГАЮТ  
УСИЛИТЬ ОТЛИК

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ  
ВЫГОДА ДОСТИЖИМА  
КОГДА БЮДЖЕТ  
МЕДИА РАЗМЕЩЕНИЯ  
СЕКМЕНТА В 4 РАЗА  
ПРЕВОСХОДИТ  
БЮДЖЕТ  
КАСТОМИЗАЦИИ