



Эффективность кампании с психографическим таргетингом

Мужчины, 18-35

Редко смотрят ТВ

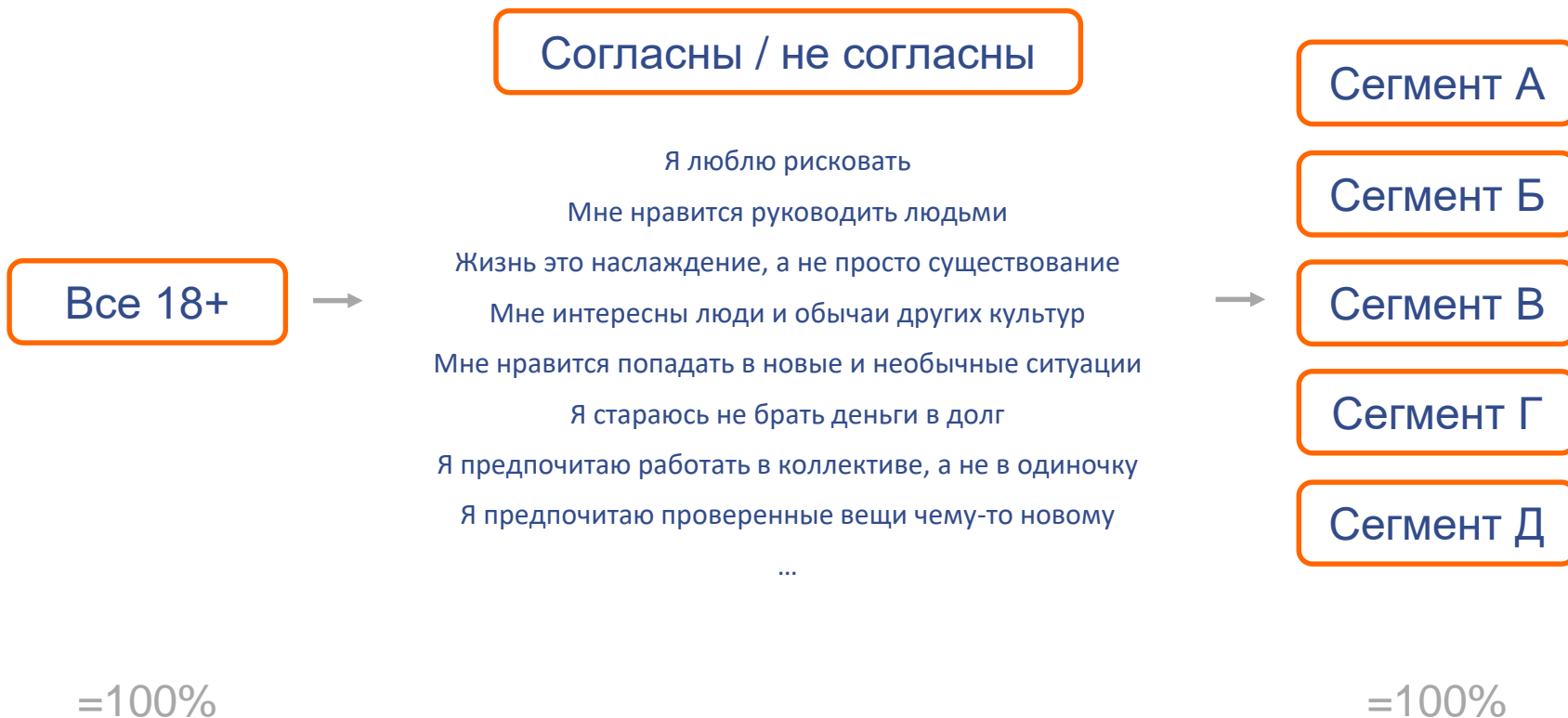
Посещают площадки XYZ

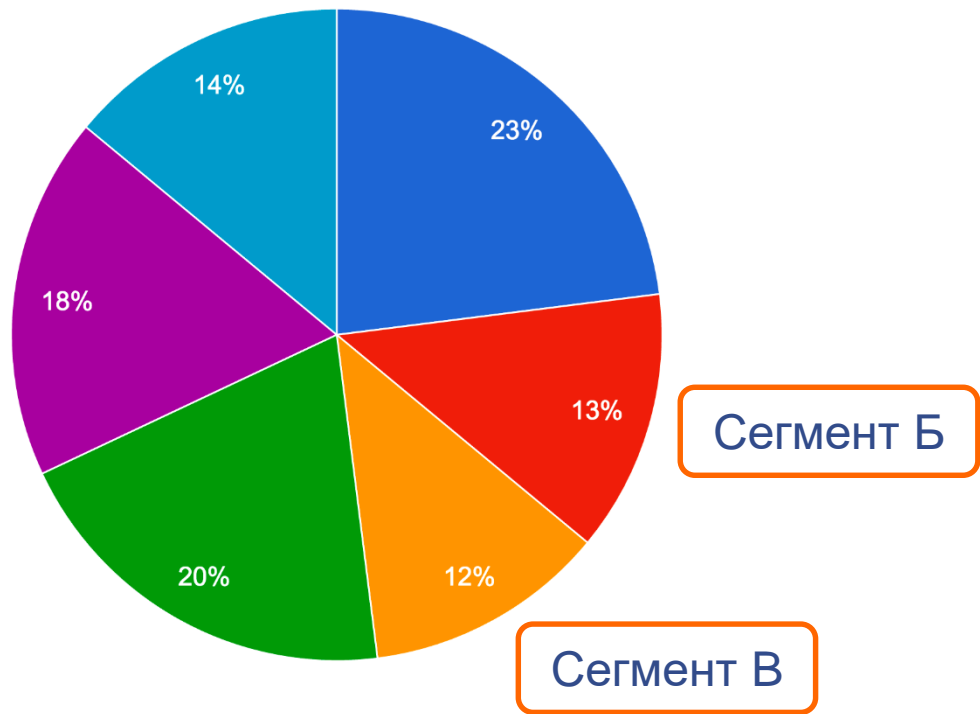
...

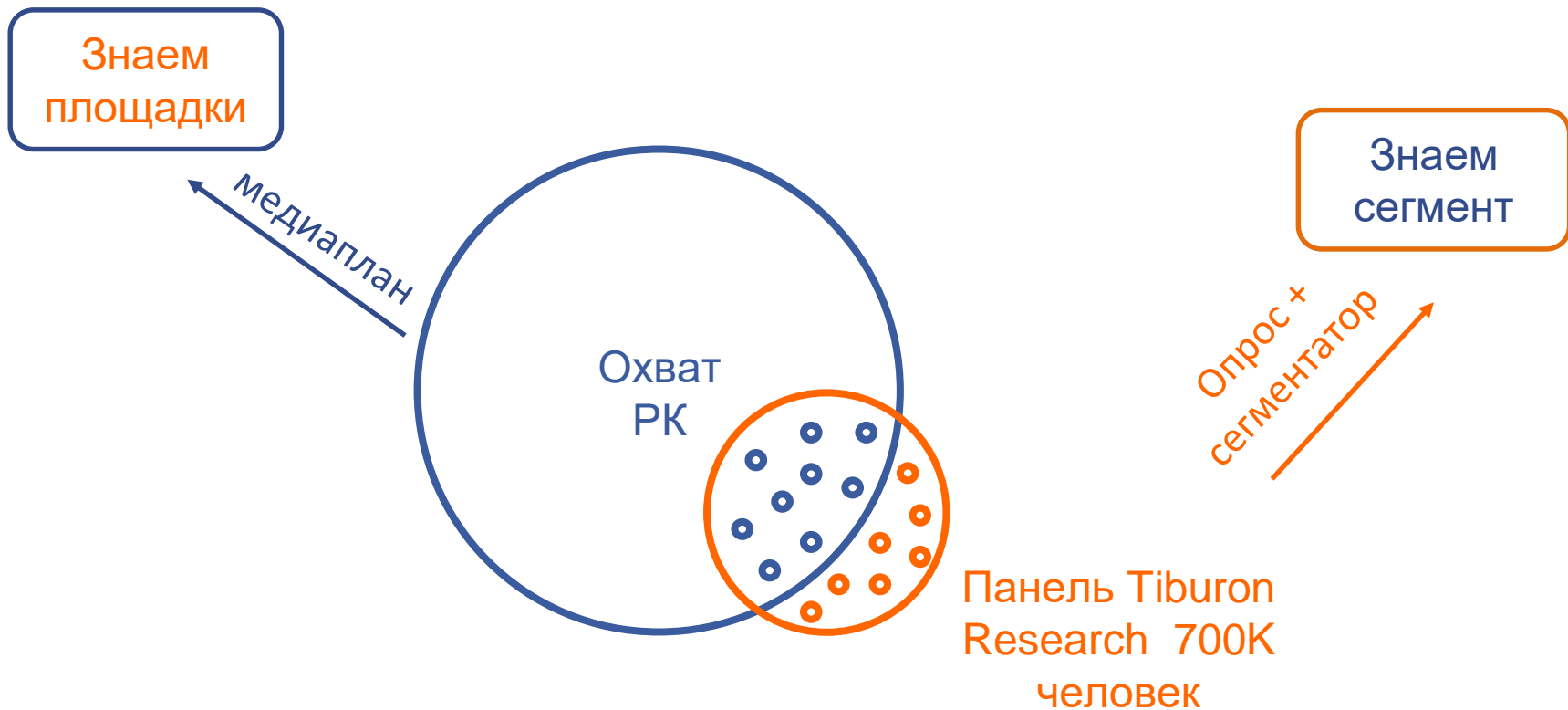
Stylish Adrenaline Lovers

Гениальное исследование

Стиль жизни целевой аудитории







○ Контактровал с РК

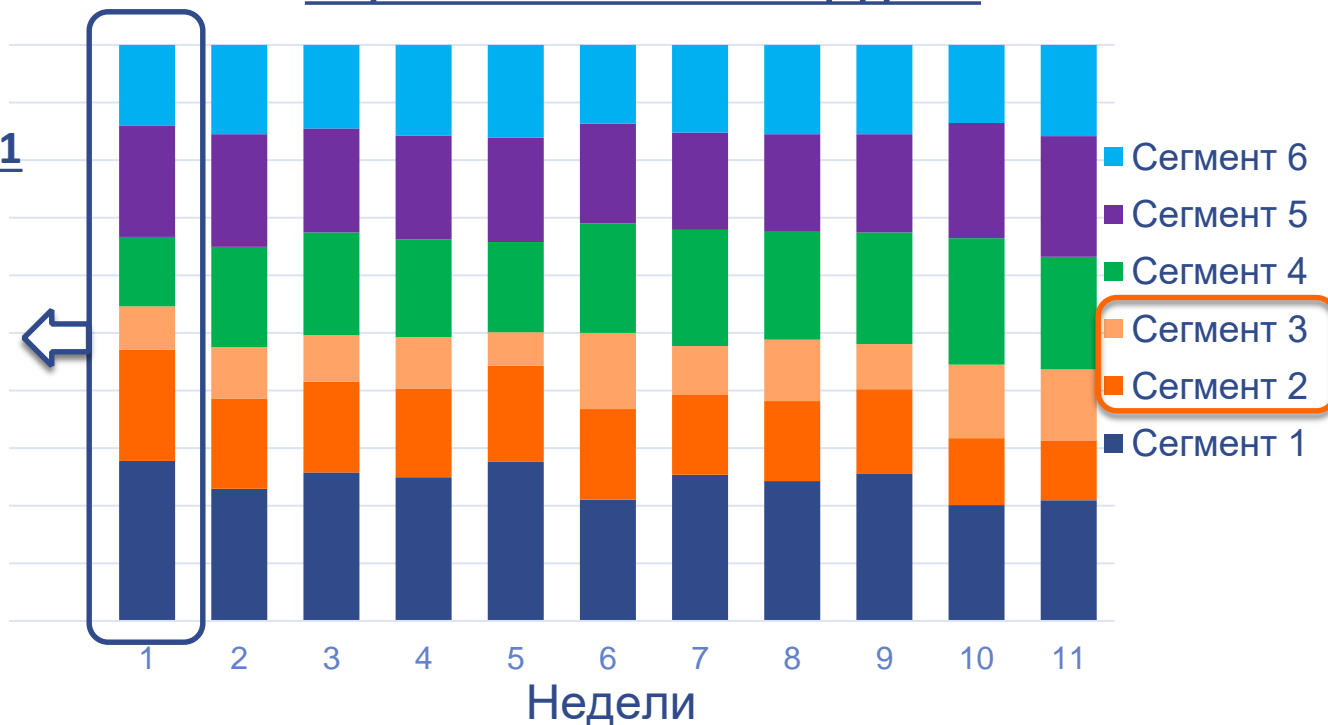
○ НЕ контактировал с РК

Динамика ключевых сегментов по неделям

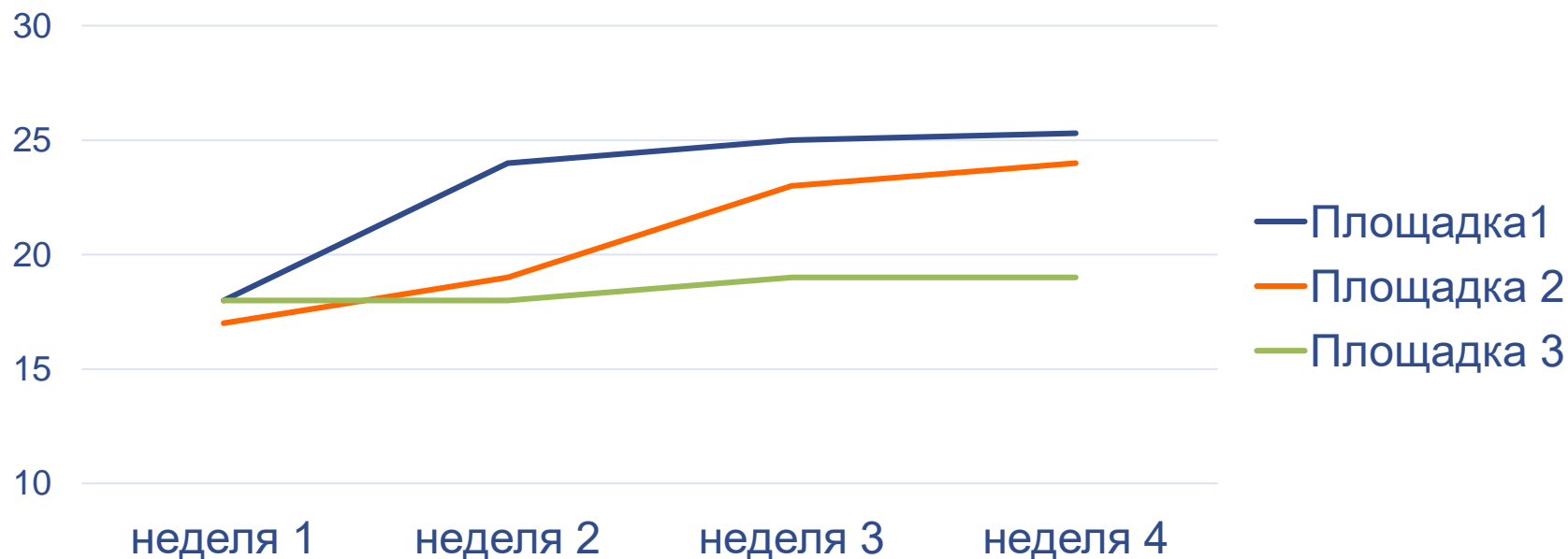
В целом по всем площадкам

Сегмент 2+3, нед. 1

Площадка 1 – 28%
Площадка 2 – 22%
Площадка 3 – 15%
Площадка 4 – 30%



Прирост охвата ключевых сегментов внутри площадки от недели к неделе



Max {Reach N}

для целевых сегментов, где N – эффективная частота контакта.

Look-alike

- 2 года
- Опрошено 46 000 панелистов с целью выявления сегмента
- 10 0000 – 11 000 панелистов = cookies нужного сегмента



Настройка таргетинга похожей аудитории



Спасибо!

mamyan@tiburon-research.ru