



Кейс: работают ли ТВ кампании для значимого эффекта в моменте для очень большого бренда

Проблема

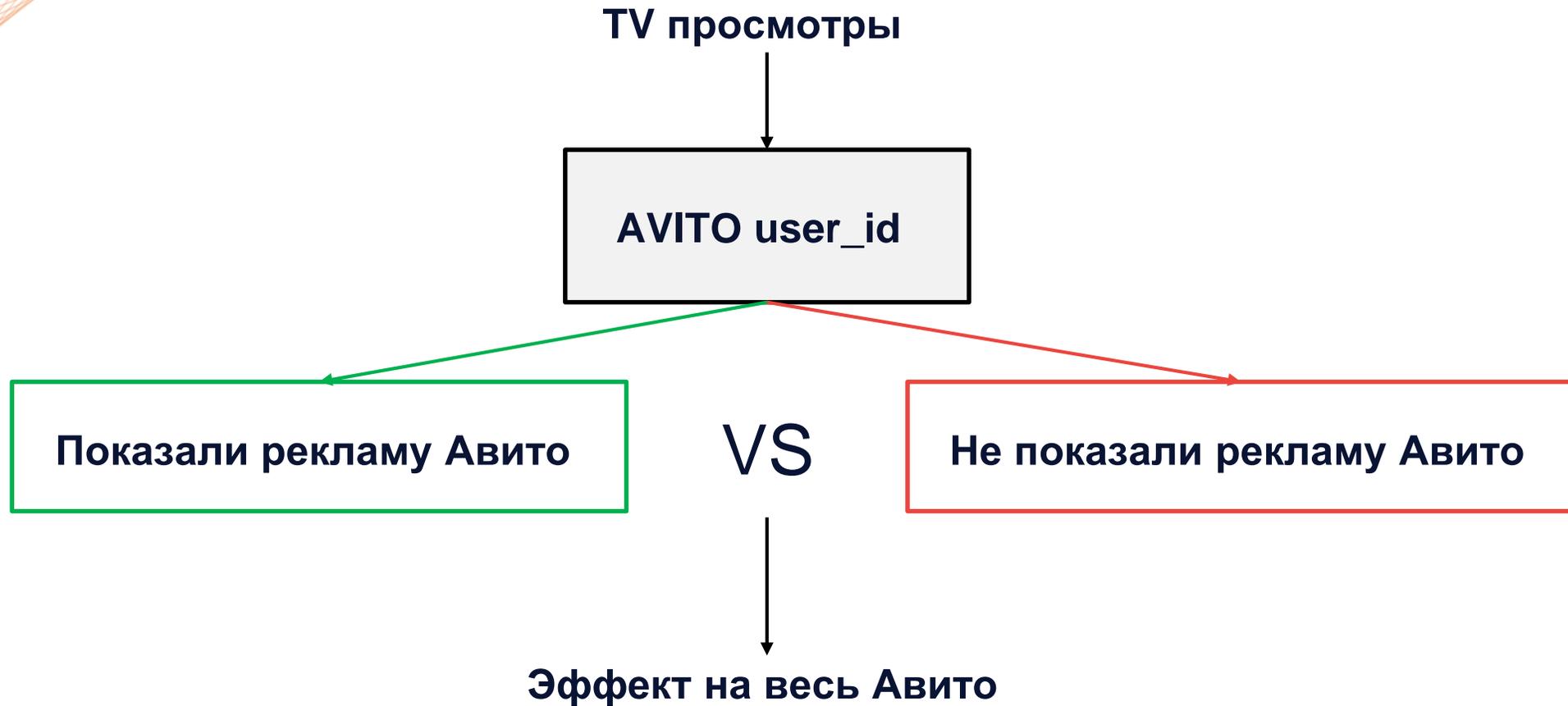
- Все market-normal решения были невалидными для Авито
- Они завышали эффект x20 раз

Задача

- Оценить эффективность ТВ-рекламы в бизнес-метриках = в привлеченных пользователях и в деньгах



Методология оценки эффективности ТВ

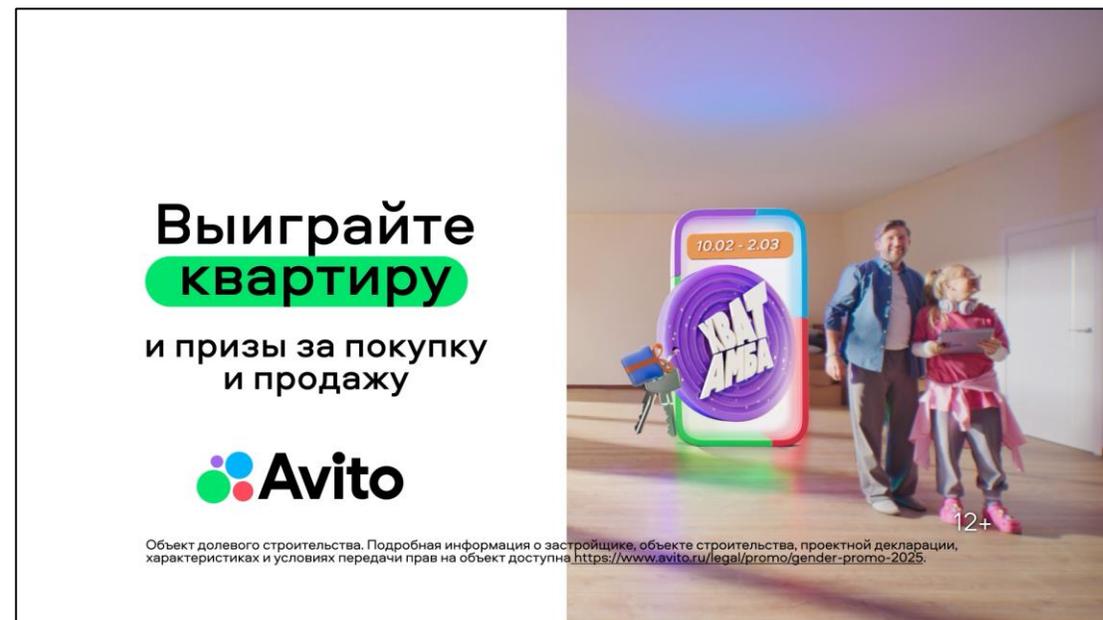




ТВ работает на рост в моменте, даже для брендов с очень большим знанием

Результат

- оценили все национальные флайты
- узнали, сколько пользователей они приводят
- узнали, какая от них выручка.
- заменили 5% кампаний на более эффективные
- увеличили бюджеты на рекламные кампании распродаж на 33%



Выиграйте квартиру
и призы за покупку и продажу

Avito

10.02 - 2.03

12+

Объект долевого строительства. Подробная информация о застройщике, объекте строительства, проектной декларации, характеристиках и условиях передачи прав на объект доступна <https://www.avito.ru/legal/promo/gender-promo-2025>.

The advertisement features a large smartphone graphic with a lottery wheel and a family of three (a man, a woman, and a child) standing in a modern apartment interior. The text is in Russian, promoting a lottery where users can win an apartment and prizes for purchases and sales on the Avito platform. The dates of the promotion are 10.02 - 2.03, and there is a 12+ age restriction. A small disclaimer at the bottom provides a link to the full terms and conditions.