

The logo for Avito Реклама features a stylized icon of three colored dots (green, blue, red) to the left of the text "Avito Реклама".

Avito Реклама

Охватные кампании 2.0

Как брендформанс подход
меняет правила игры



**DIGITAL
BRAND
DAY**

Как раньше измеряли эффективность медийной рекламы

CRM

CTR

BR

VTR

BLS

VIEWABILITY

SLS

BHT

AUDIOBILITY

SIVT

GIVT

Как рекламодатели **сейчас** хотят оценивать эффективность медийных инструментов?



Осведомленность

- знание бренда
- запоминаемость рекламы



Интерес

- узнаваемость бренда
- предпочтение бренда
- готовность к покупке



Покупка

- post-view
- post-click

Эффективность оценивается
КОМПЛЕКСНО

Брендформанс подход

Как использовать брендформанс подход для оценки рекламных кампаний

Аналитика в реальном времени

- Охват
- Количество показов
- Клики
- CTR
- Досмотры (VTR)
- Квартили по глубине просмотра: на 25%, 50% и 75%



Brand lift

- Осведомленность
- Интерес
- Покупка



Post-click и post-view аналитика

- Интеграция с верификаторами
- App-to-app, web-to-app, app-to-web аналитика
- Обратный метчинг



Дополнительно

- Анализ интересов потенциальной ЦА или после РК
- АБ тестирование



Мэтчинг хэшей

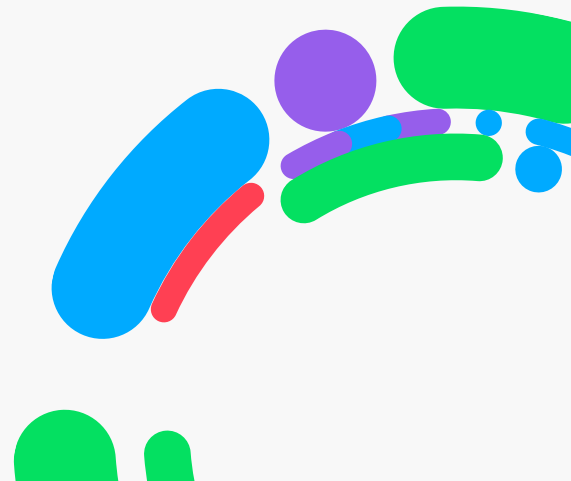
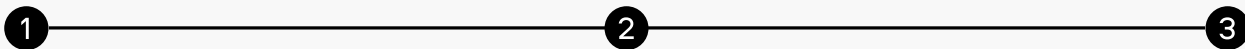
Мы можем отследить Post-view конверсии в е-ком с помощью мэтчинга хэшей:

Мы анализируем в обезличенном виде, кто взаимодействовал с баннером на Авито

Бренд оценивает хешированные данные и на их базе понимает, кто совершил покупки или оформил заказы

Оценка пересечений.

Процент пересечений будет служить аналитикой Post-view продаж с канала Авито



Авито Реклама × ФСК

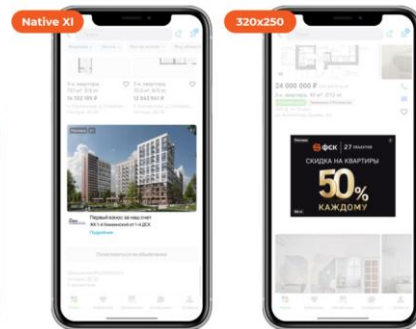
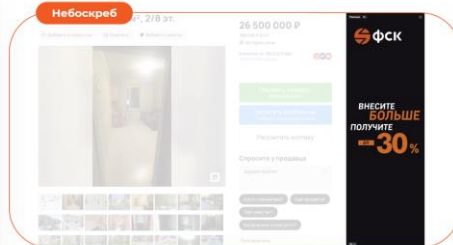
Цели

- Основная задача кампании — привлечение потенциальных покупателей недвижимости.
- Показатель DPP не должен был превышать 3%, а для оценки действий, совершенных после просмотра рекламы, подключили технологию post-view Smartis

Механика рекламной кампании

- ✓ Разработали две брендированные страницы с предложениями в новостройках
- ✓ Оценка РК по post-view конверсии с окном атрибуции 90 дней

Креативы



Результаты

На **474%** выросло количество входящих целевых обращений

Менее **1%** показатель DPP

на **26,67 п.п** выросла конверсия из целевого обращения во встречу

на **16,43 п.п** увеличилась конверсия из встречи в сделку

Авито Реклама × Колесо.ру

Цели

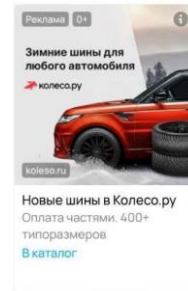
1. Увеличение продаж в онлайн и офлайн магазинах
2. Получить охват уникальных пользователей не менее 4 млн

Настройки РК

- ✓ Нативный баннер в APP, мимикрирующий под карточку объявления
- ✓ Таргетинг на поисковые запросы в Авито: «Шиномонтаж», «Шины», «Диски»
- ✓ Тест 6 креативов, чтобы выяснить, какой баннер показывает наибольший CR

6% всего оборота клиента за период РК принесли покупатели, которые видели РК бренда на Авито

Креативы



Результаты

CTR – 0,18%
(при прогнозируемом 0,15%)

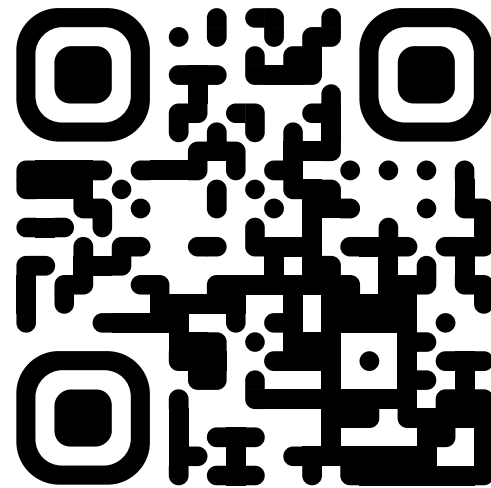
Post Click –
53 конверсии

Охват – 5.5M
пользователей

Post View –
8 451 конверсии



**Меняйте
правила игры
с Авито**



@OAMakarova