

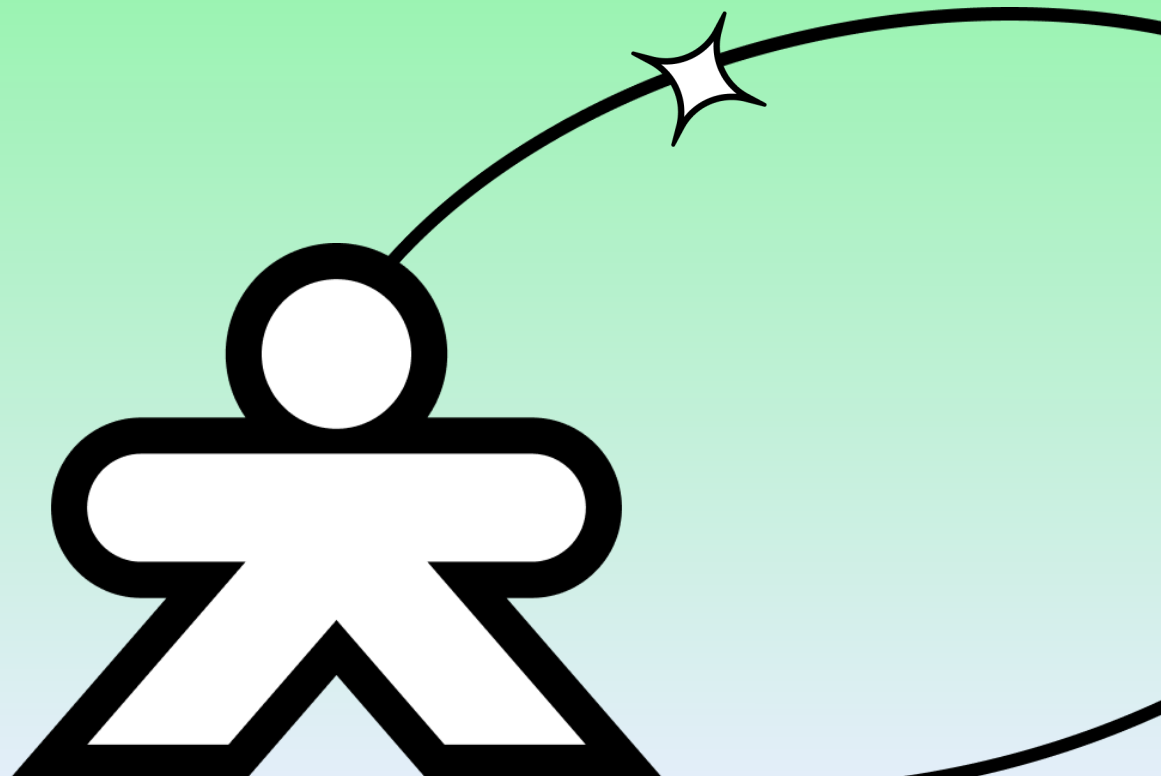
купер

Омниканальность как системный подход в управлении вниманием потребителя

Павел Петров

Директор рекламной коммерции «Купер»

День Бренда



купер

8,1 МЛН

MAU-пользователей

360+

населенных пунктов

8+ млн

товаров

14+ тыс.

сегментов

Модели закупки:
**CPM, CPL,
CPD**

Работа с post-view
аналитикой
в click-out через
Weborama & AdRiver

60+

рекламных инструментов
для партнеров

Омниканальный подход



Сквозной ID Клиента

Единый ID для отслеживания действий клиента на разных устройствах и платформах, позволяющий создавать целостный профиль пользователя в экосистеме

Персонализация

Создаем точные сегменты клиентов на основе данных о покупках, моделей ML и LAL — вплоть до вида питомца и особенностей питания

Управление вниманием клиента

Показ персонализированной рекламы на основе просмотренных товаров или оставленных корзин, возвращая клиентов к покупке

Автоматические сообщения (email, push-уведомления) в ответ на конкретные действия или бездействие пользователя, например, брошенная корзина

Клиентоцентрированность



Запрос пользователя:

Хочу получать в приложении:
Рекомендации, которые
подходят именно мне.

Рассчитываю, что рекомендации
и поисковая выдача будут
учитывать мой предыдущий опыт.

Итого:

Пользователь хочет быстро получать то,
что ему нужно – без лишнего выбора и поиска

Ответ площадки:

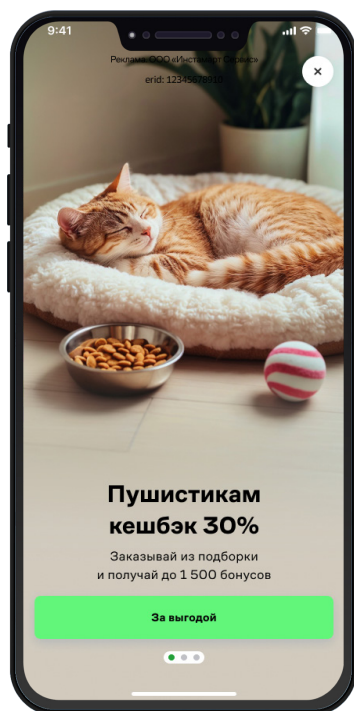
Персонализация
на всех этапах CJM

1. Главный экран
2. Выбор магазина или ресторана
3. Подбор товаров и акций
4. Выбор товара
5. Оформление заказа

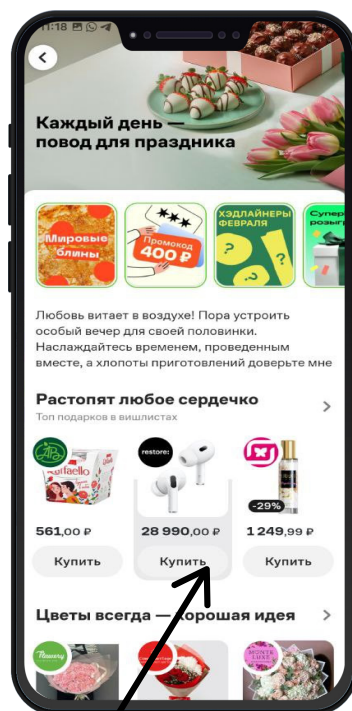
Инструменты персонализации



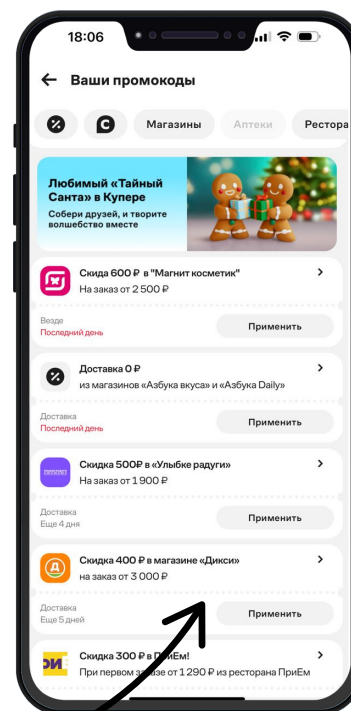
Онбординги



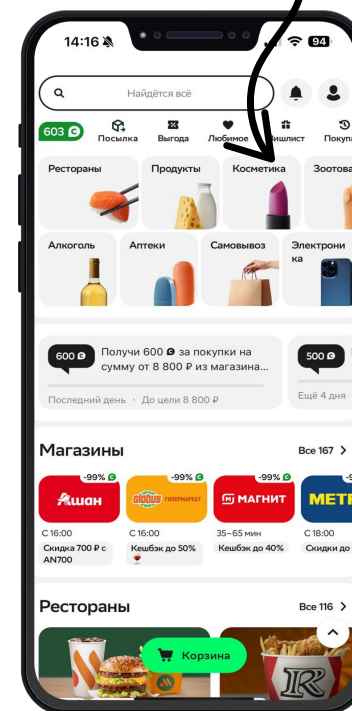
Межкритподборки



Персональные цели



Джобы



Витрины макроакции

Сегментированные промокоды

Круг управления вниманием



Благодарю!
Ваши вопросы?



@PETROV91

КУПЕР