

Понимание CJM как путь к результату

кейс Билайн × MgCom ×
Авито Реклама

 **Avito Реклама**





Илья Федотов
Руководитель направления
«Телеком» Авито Реклама



Задачи «Билайн»

1

Рост consideration через прокачку атрибутов бренда

2

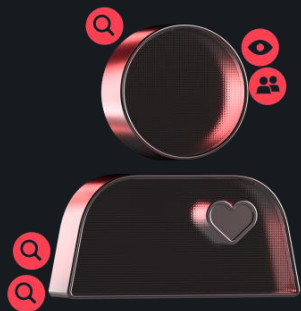
Приток новых клиентов с контролем кост-эффективности по CLTV

3

Расширение партнерств и нестандартных механик в условиях дефицита инструментов



Чем площадка Авито уникальна для решения перформанс-задач?



Пользователь 360°

Мы видим пользователя
в разных сферах жизненного пути



«Живой» трафик

Данные о покупках
аудитории имеют больше
значения, чем соцдем

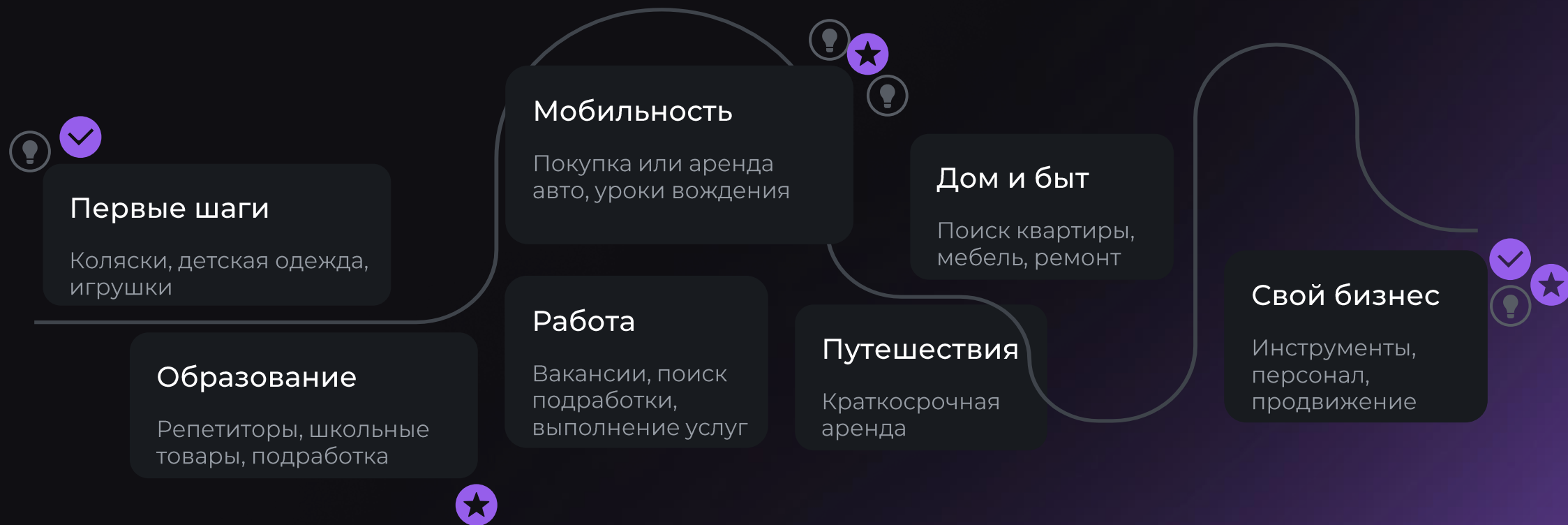


Персонализация

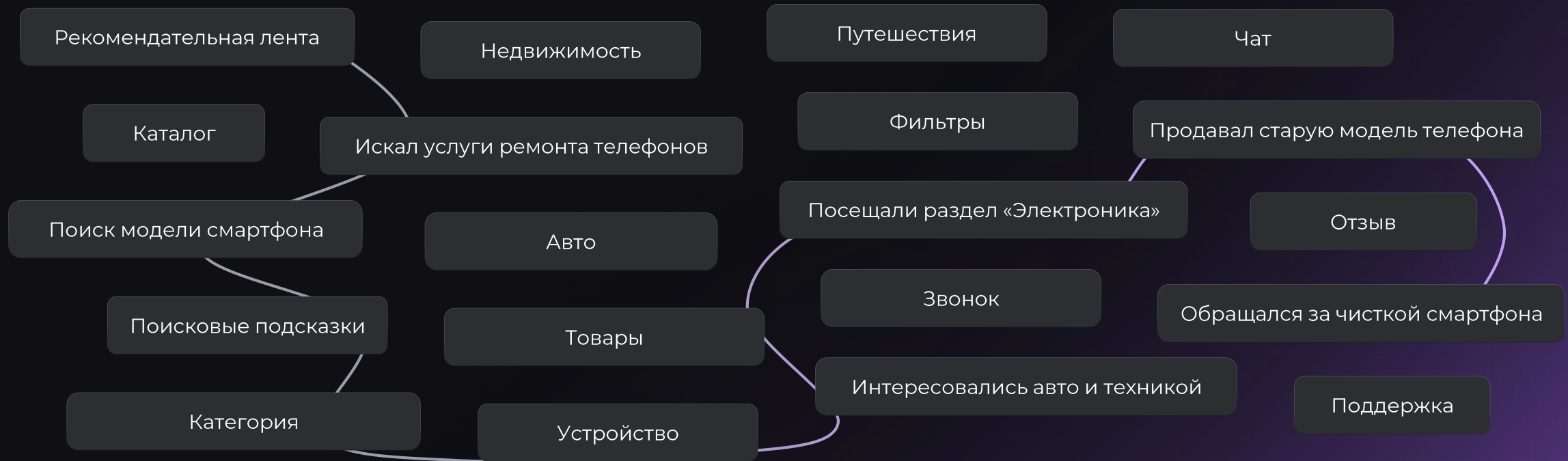
Пусть к успеху рекламодателя
рекомендательные технологии

АВИТО ВИДИТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ в разных жизненных сценариях

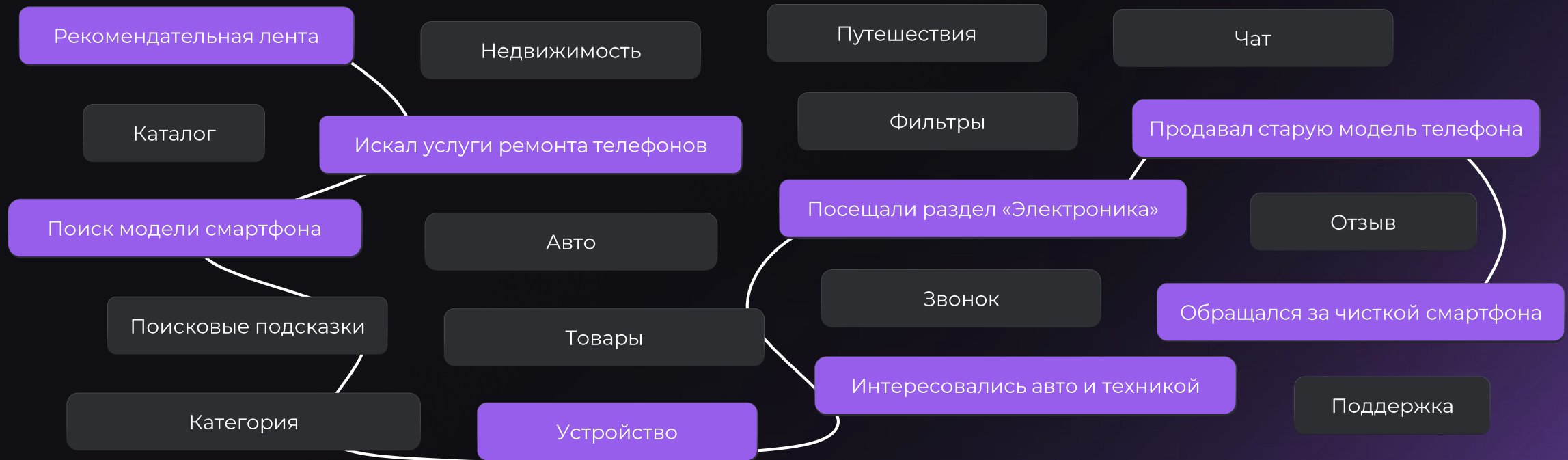
И использует для точного таргетирования рекламодателей



Миллионы сценариев на одной платформе



От услуг до авто, от смартфона к SIM-карте



Показываем в момент выбора

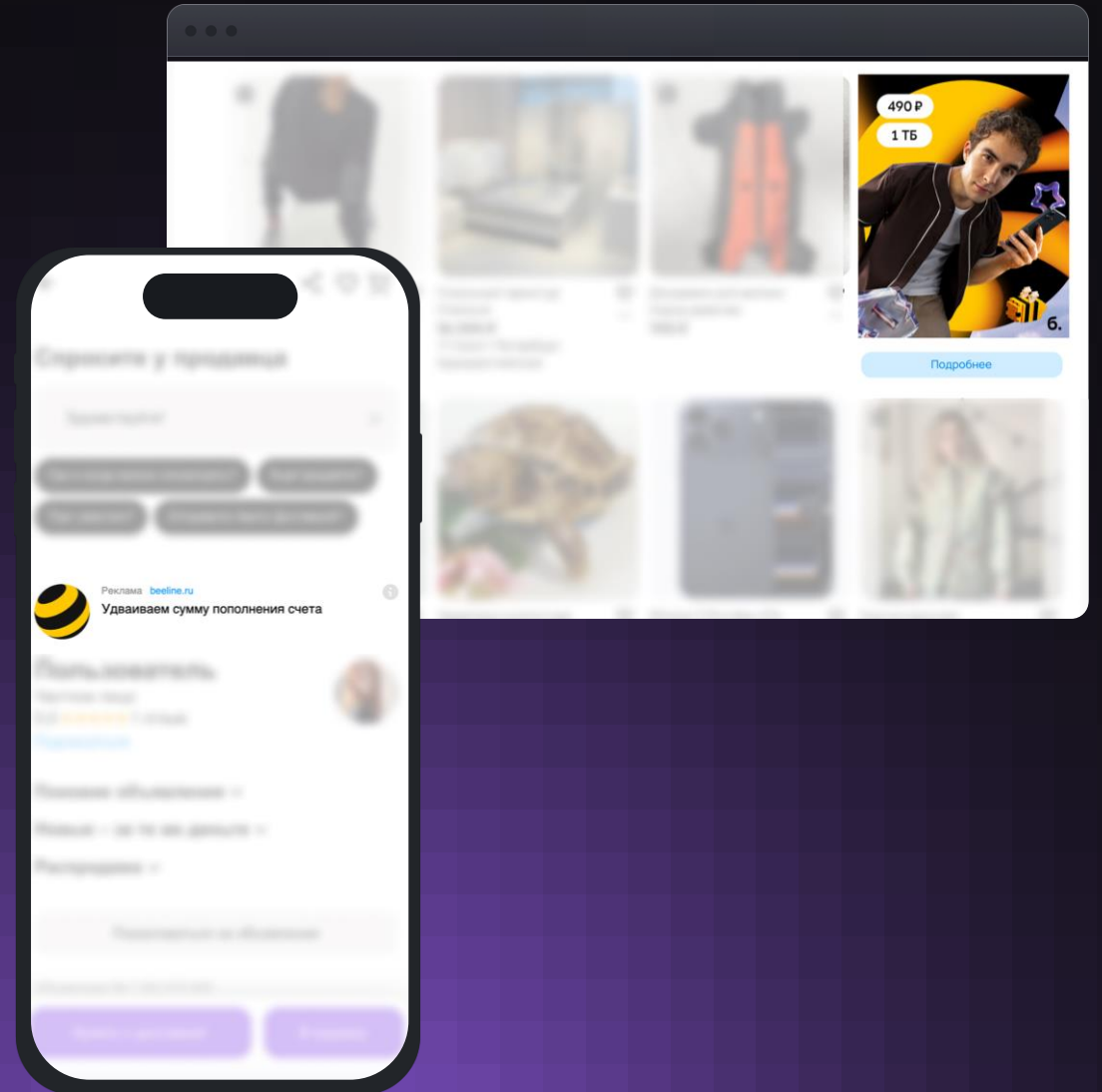
Нативный формат баннера и
кнопка в разделе «Смартфоны»

71%

пользователей
смотрят хотя бы одну
персональную
рекомендацию

40%

трафика в карточку
«мобильные
телефоны» из ленты
рекомендаций



Процесс запуска РК

Запуск нативного формата и кнопки

1

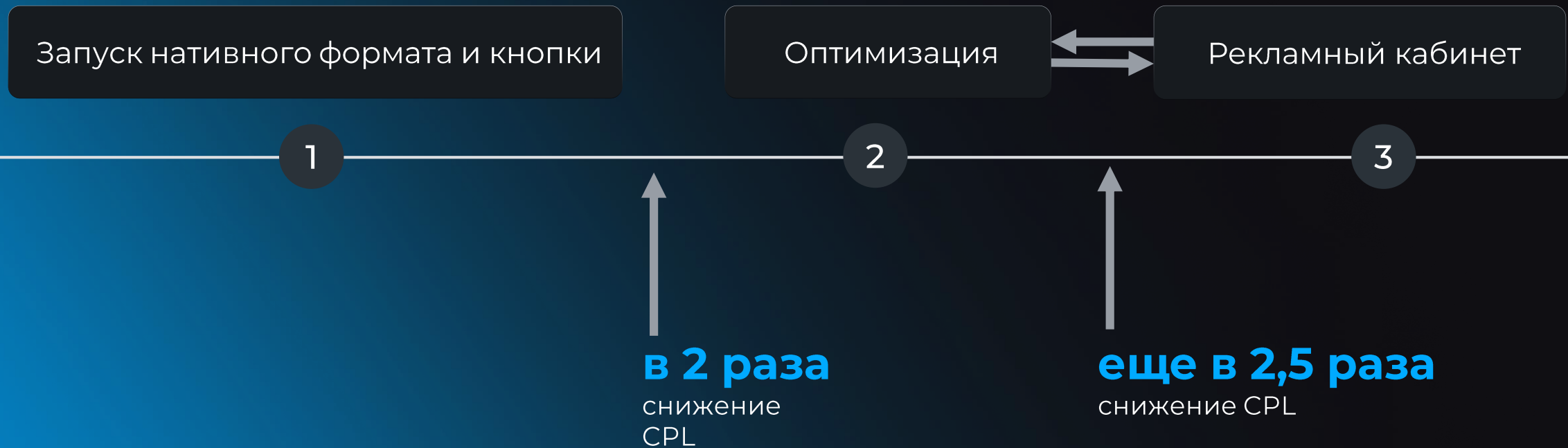
Оптимизация

2

Рекламный кабинет

3

Процесс запуска РК



Использовали
разные способы
оптимизации, чтобы
добиться результата

Запуск рекламы по CPC →
визит → открытие SIM



01

Пересплитовка форматов



в 1,5 раза снизили CPL

За счет увеличения объема нативного формата

02

Исследование аудитории



на 30% больше лидов

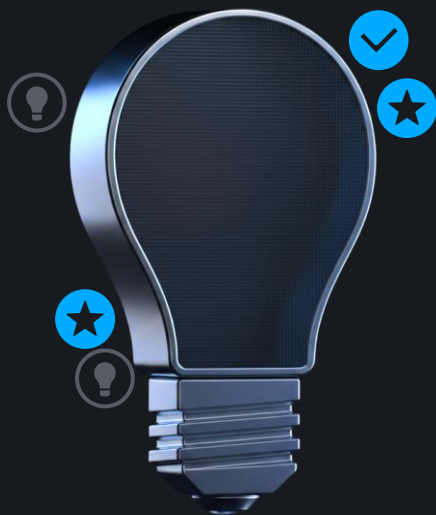
даёт аудитория Android 25-44 года с интересом к технике, авто и ремонту, а также с доходом 30-100 тыс. ₽

в 1,5 раза больше CTR

в таргетинге на смартфоны от 25 до 100 тыс., а также на новые модели

03

Запуск в кабинете



3 500

конверсий на покупку sim-карт

04

Метчинг хэшей и достройка воронки

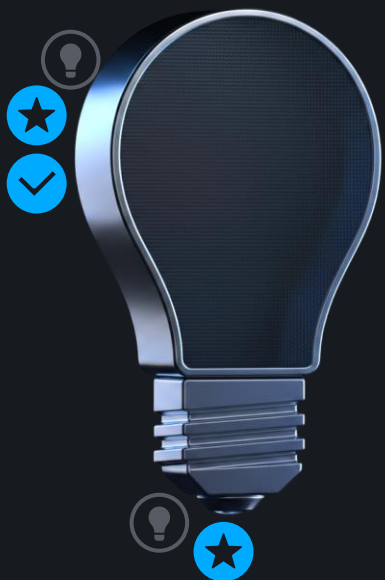


на 50% больше лидов

аудитория покупателей iPhone с интересом
к здоровью, услугам, электронике

05

Сегментирование



Аудитории на усиление:

- LAL-сегмент
- Ретаргетинг на пользователей медийных рекламных кампаний
- Исключение активного подключения в Билайн (по DEF коду)

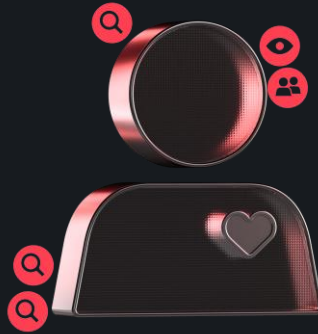
   Снизили CPL **в 5 раз**
с момента запуска
   рекламной кампании  

Перформанс на Авито?



Низкая цена клика

Мы видим пользователя в разных сферах жизненного пути



Аудитория и таргетинги для Телеком и не только

Выбирать сегмент, даже узкий для любого бизнеса



Форматы там, где аудитория покупает

Баннеры в рекомендательной ленте и в момент принятия решения о покупке

Главное в рекламе – правильный настрой

 Avito Реклама



Запустить рекламу
на Авито



Илья Федотов

Руководитель направления «Телеком»
Авито Реклама