



Как избежать «токсичных отношений» с аудиторией и снизить ДРР на 29% с помощью RFM



Спикер

Ольга Дроздова

Head of Digital TanukiFamily



О Тануки

Бренд японских ресторанов «Тануки» основан в Москве в 2004 году. Нас выбирают за стабильное качество, особую атмосферу японского гостеприимства, регулярно обновляющееся авторское меню, а также за возможность доставки через мобильное приложение.

76
ресторанов

онлайн+
офлайн

8
регионов



Саммари кейса

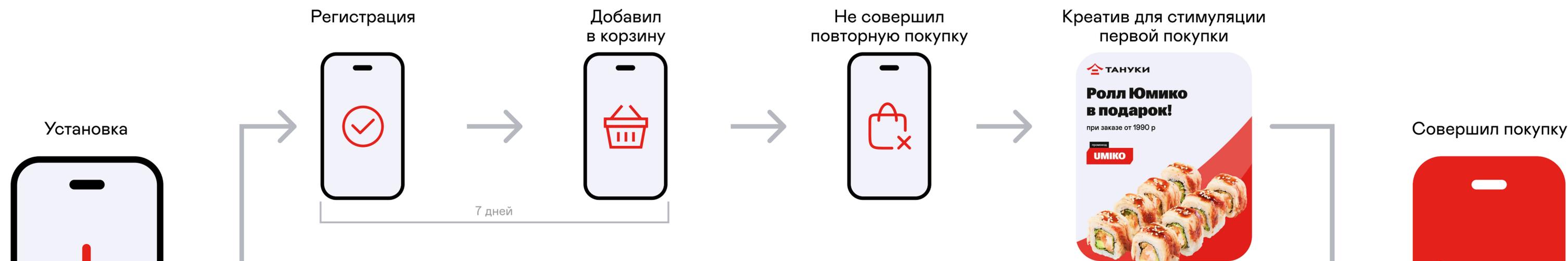


Период РК	Июнь 2025-настоящее время
Инструментарий	Appsflyer Audiences
Площадки	«VK Реклама»
Методы	RFM-сегментация
ГЕО	Города присутствия ресторанов «Тануки»
Цели и задачи	Снижение DPP на платформах Android и iOS за счет оптимизации ретаргетинга

Почему RFM \neq стандартный ретаргетинг



Классический сценарий



Сценарий на сегмент «Спящие»



Матрица сегментов



Недавние



RFM аудитория



«Клиенты однодневки»



Совершили покупку 1 раз за последние 82 дня, но не совершали покупок последние 14 дней



«Средние игроки»



Совершили покупку 2 раза за последние 82 дня, но не покупали последние 32 дня



«Спящие»



Совершали покупки в течение последних 365 дней, но не покупали последние 82 дня



Примеры креативов

«Клиенты однодневки»

- Совершили покупку 1 раз за последние 82 дня, но не совершали покупок последние 14 дней
- Средний чек - 1 500 ₽



**Закажите
от 1990 руб.
и получите ролл
в подарок!**

промокод

ВПОДАРОК



Примеры креативов

«Средние игроки»

- Совершили покупку 2 раза за последние 82 дня, но не покупали последние 32 дня
- Средний чек - 2 600 ₽



Примеры креативов

«Спящие»

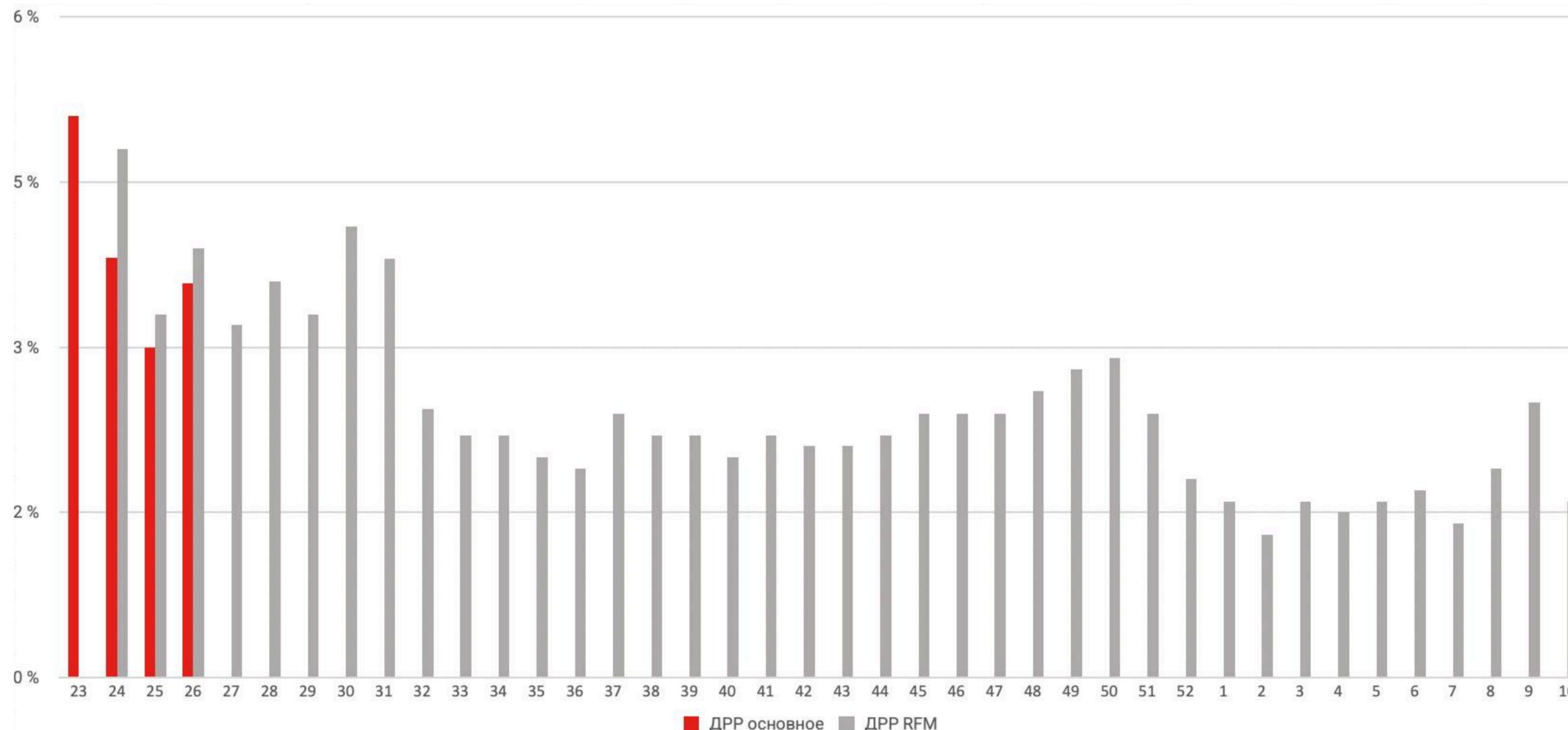
- Совершали покупки в течение последних 365 дней, но не покупали последние 82 дня
- Средний чек - 2 300 ₽



Результаты на Android



Понедельная динамика показателя ДРР

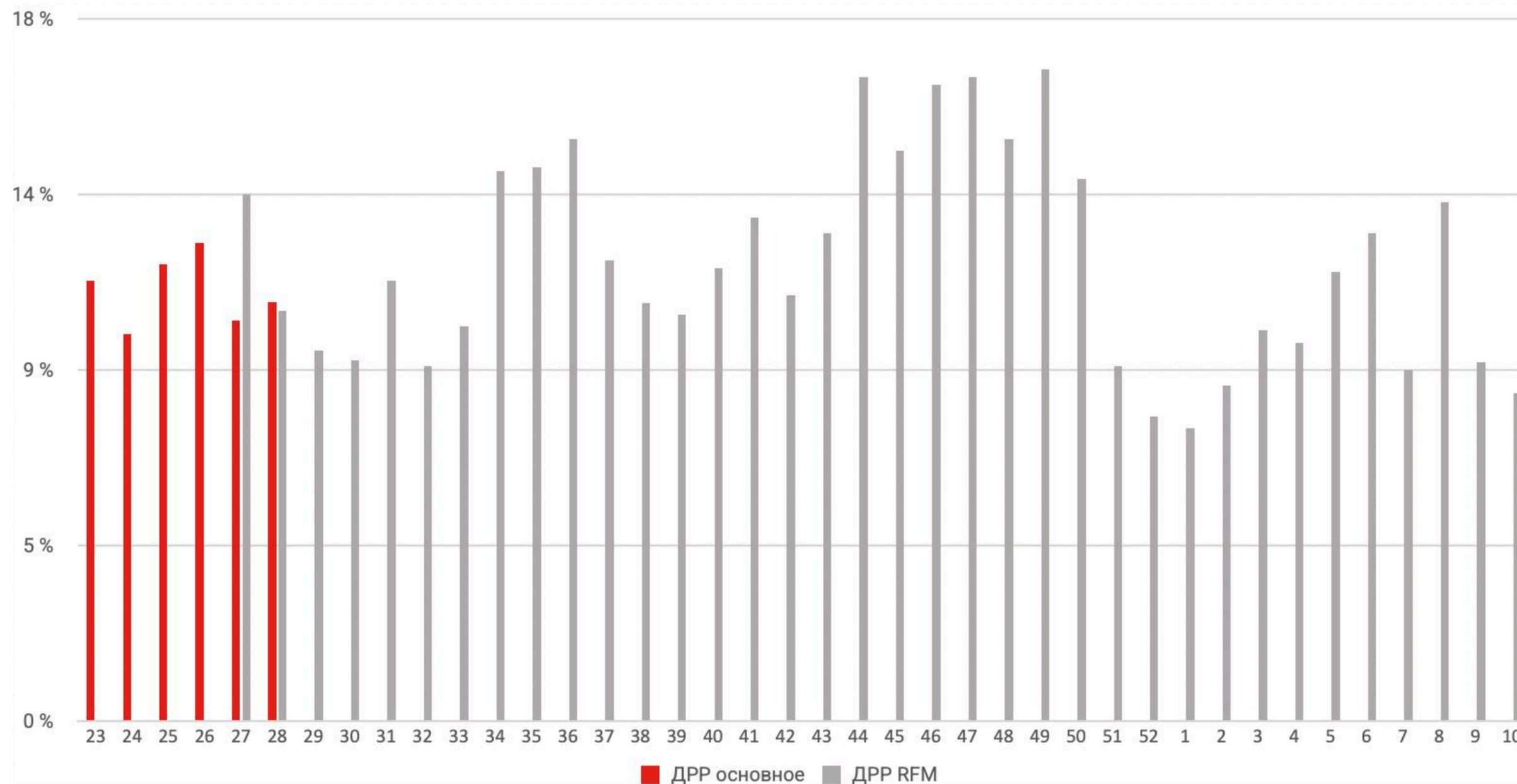


-29%
снизили ДРР на 29%
без потери объема

Результаты на iOS



Понедельная динамика показателя ДРР



-13%

снизили ДРР на 13%
без потери объема, после
множества экспериментов
с офферами и креативами

Выводы



Что сработало лучше всего:

- **Валидация гипотезы** сначала на Android (июнь), затем на iOS (июль) позволила минимизировать риски и получить статически значимые результаты.
- **Персонализированные креативы:** использование уникальных текстов и промокодов для каждого сегмента повысило отклик аудитории.

ТапукіFamily – ваш секрет вкусногo ужина



Скидка 20%

заказ от 1790 Р в ТапукіFamily
действует до 15 марта
включительно

промокод

BRAND