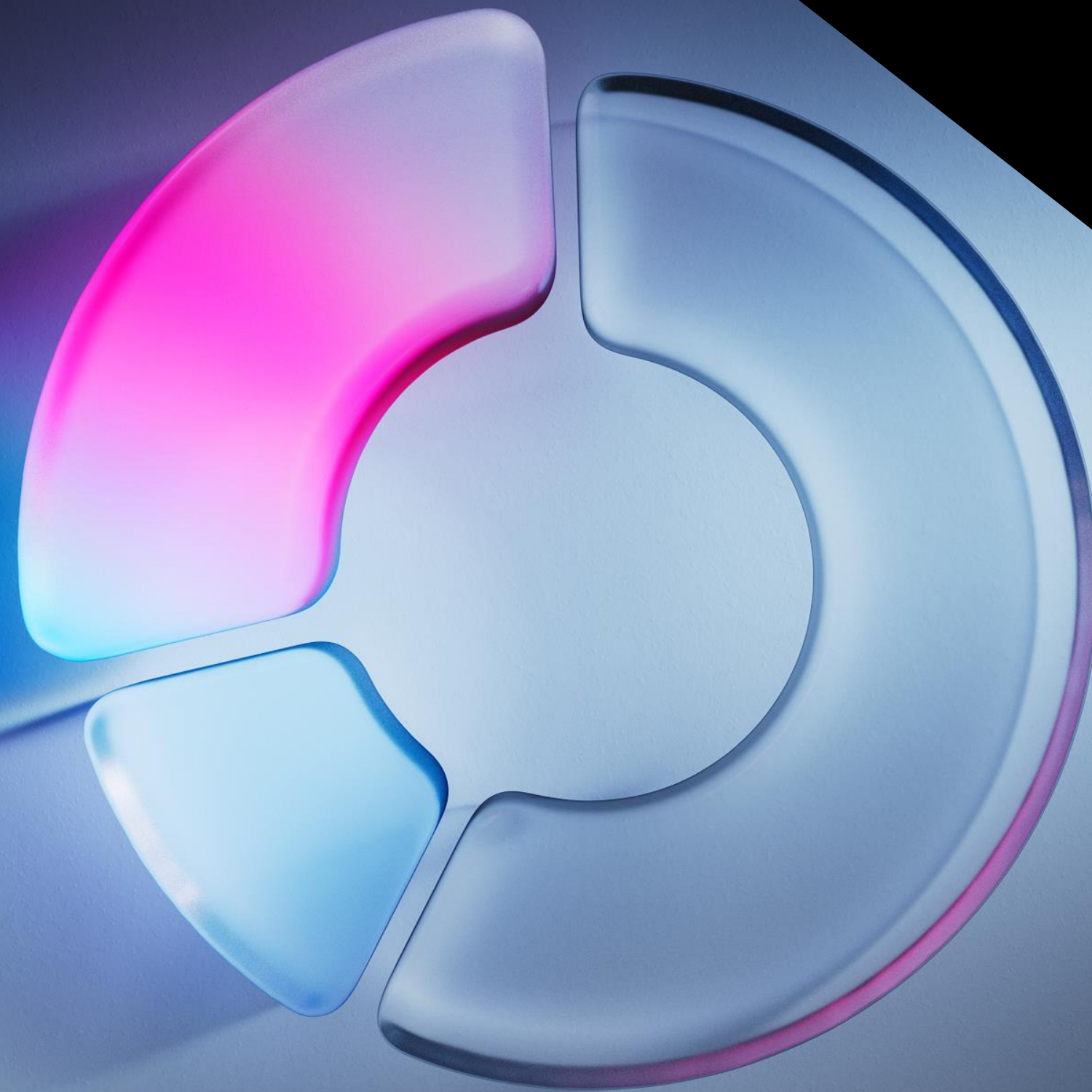
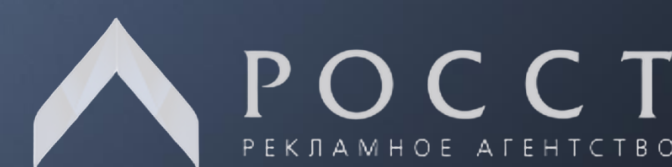


Растим
предпочтение
бренда «Дикси»
на 50%



При помощи
Инструментов
мобильной рекламы
и телеком данных T2 AdTech



Спикеры



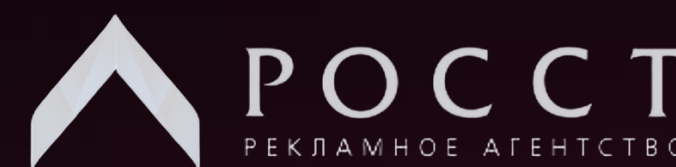
Рита Козлова

- Директор клиентского сервиса по мобильной рекламе T2 AdTech



Ольга Воробатова

- Руководитель отдела Digital-продвижения Торговая сеть «ДИКСИ»



- При поддержке рекламного агентства «РОССТ»

ДИКСИ

30 лет

на рынке крупнейших ритейлеров
в России



ДИКСИ

- Региональная сеть с 80% присутствия в Москве, Санкт-Петербурге и области



- Топ-30 крупнейших частных компаний России Forbes



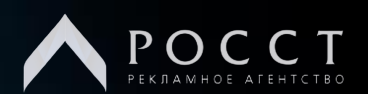
- Топ 250 глобальных ритейлеров Deloitte



- Более 2 700 магазинов



Цель и задачи



Цель

Охватить ЦА Женщин 25-55 и привлечь к участию в акции в мобильном приложении Дикси



Задачи

- Выделиться среди конкурентов / переманить их аудиторию
- Использовать персонализированный подход для более эффективного продвижения
- Проанализировать результаты размещения при помощи Brand Lift Survey и аналитики переключения



T2 AdTech

Рекламная платформа с
эксклюзивным доступом к
телеком данным T2



- Реклама в InApp, Web и SmartTV среде



- DMP на данных T2 для таргетинга и аналитики



- Кросс-канальная аналитика для рекламных источников



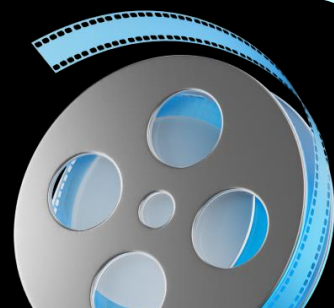
- Выбор топ-3 рекламодателей в категории Ритейл



Таргетинг по-новому



Использование
онлайн-сервисов



Геолокация



Покупки онлайн
и офлайн



Поиск информации
в Интернете



Звонки и СМС



Просмотр
телепередач



T2 ID

Оцифрованное
поведение реального
человека

5 мин

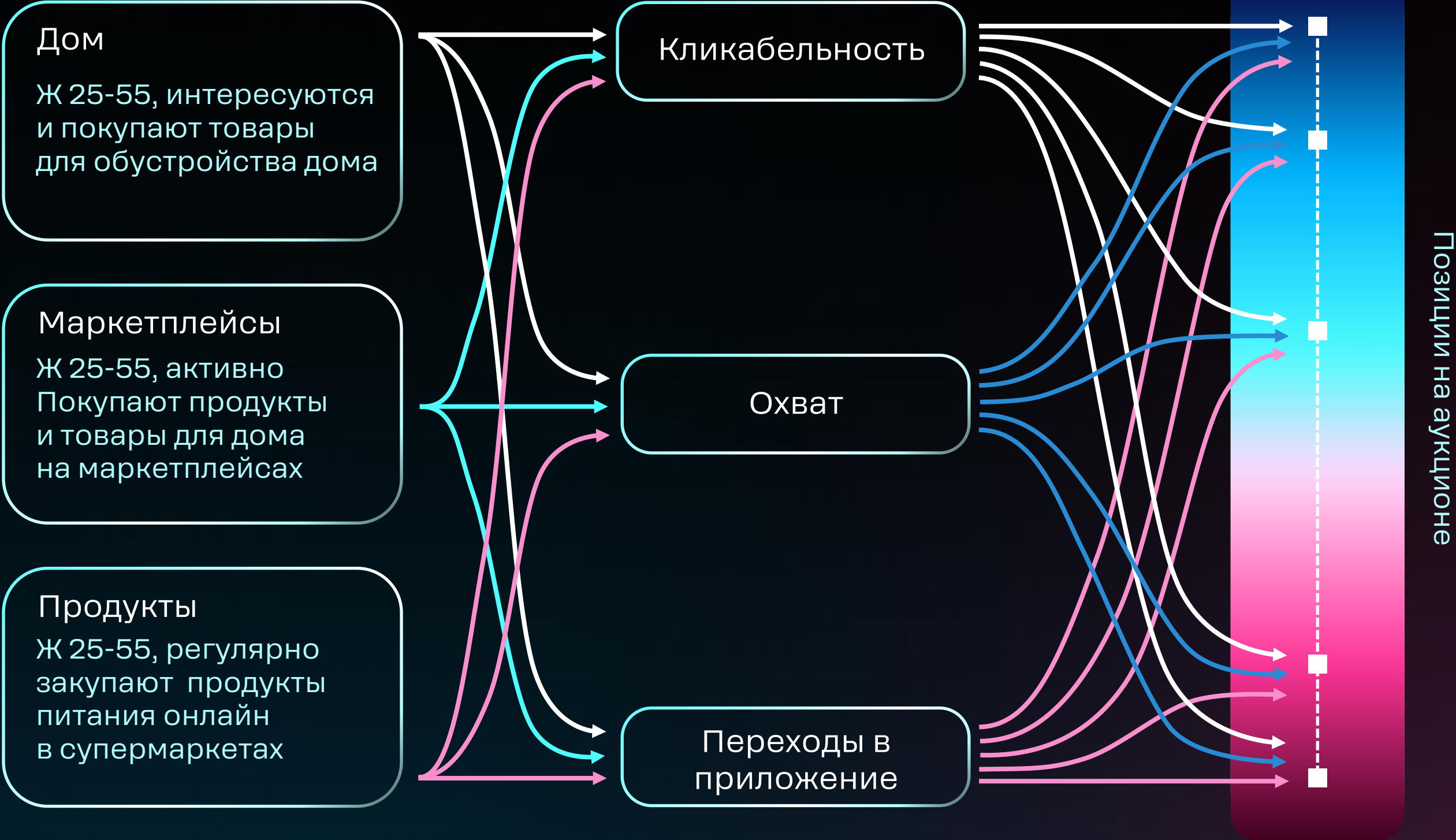
от триггерного
действия до попадания
в сегмент

75 млн

уникальных
пользователей

Реализация

Оптимизация при помощи 3-х блоков аудитории



Максимизация охвата при оптимальном CTR%



Медийные показатели

Блок «Маркетплейсы» показал наиболее высокий CTR%

	Показы	Клики	Частота	CTR%	Охват
Дом	771 625	6 571	3	0,85%	250 145
Маркетплейсы	771 539	6 798	3	0,88%	250 963
Продукты	770 112	6 198	3	0,80%	249 343



CTR% на 76% выше плана



Аналитика переключения

Дом

Приложения и сайты ритейлеров



- 184 328 абонентов Т2 впервые начали использовать приложение Дикси

Маркетплейсы

Приложения и сайты ритейлеров



- Из них 4 765 переключились с других ритейлеров

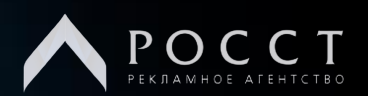
Продукты

Приложения и сайты ритейлеров

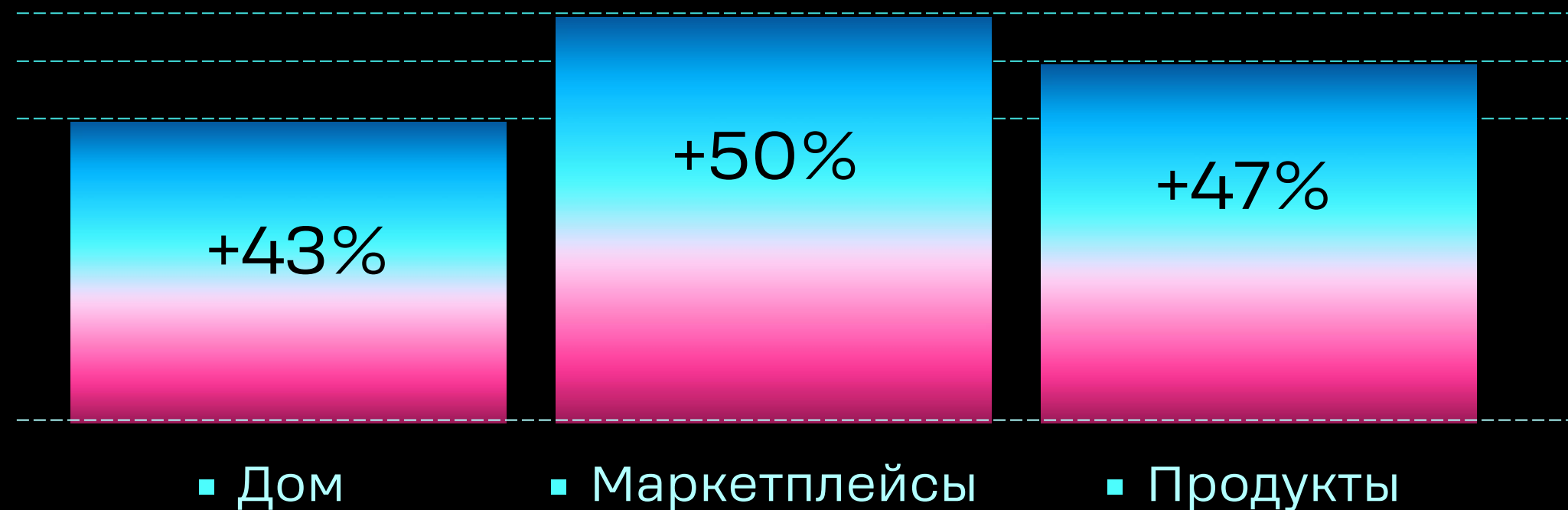


- 44% переключившихся в размещении на сегменте «Дом»

Предпочтение бренда



33% опрошенных предпочли «Дикси» другим магазинам после просмотра рекламы



Рост доли% выбравших «Дикси» относительно контрольной группы

Опрос проводится 2-м блоком:

- Пользователи видевшие рекламу T2 Adtech
- Пользователи не видевшие рекламу T2 Adtech (контрольная группа)
- Погрешность исследования 5%
- Доверительный интервал 95%
- Проверка стат. значимости: Z-тест



ИТОГИ



Точечное таргетирование по телеком данным T2 помогло привлечь аудиторию к участию в акции, скачиванию мобильного приложения и принесло реальные заказы

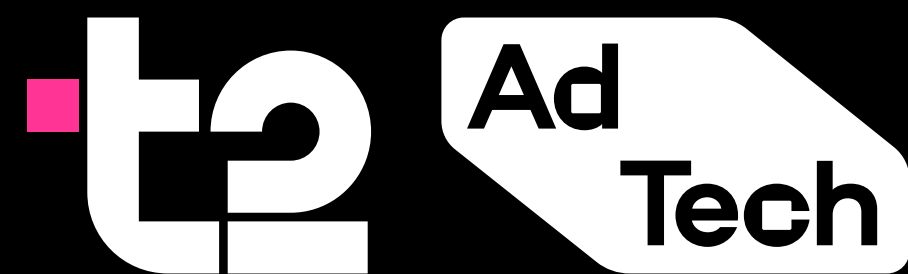
1

Каждый из предложенных 3х блоков сегментов выполнил свою функцию и привлёк качественную ЦА

2

Новые AdTech технологии помогают детально анализировать аудиторию и значительно улучшать показатели даже на охватных медийных рекламных кампаниях

3



Спасибо
за внимание!