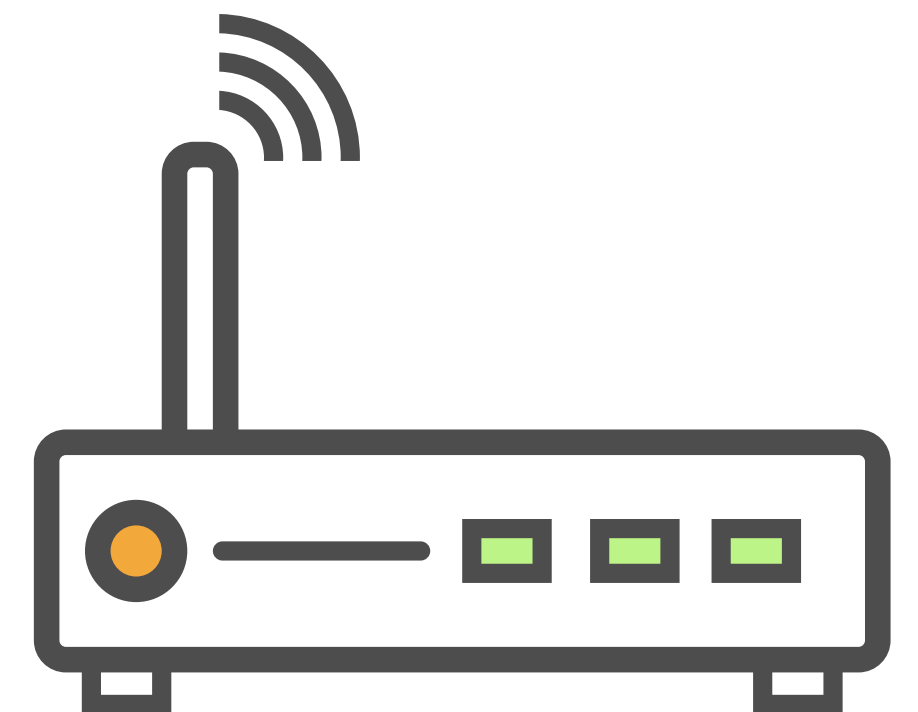


MaximaTelecom

2018

НА ЧТО ЛОВЯТ BIGDATA В OFFLINE



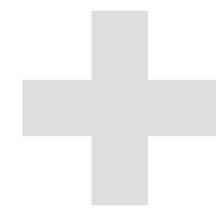
Источники онлайн-данных об устройствах

28 500 000

зарегистрированных устройств в сети MT_FREE

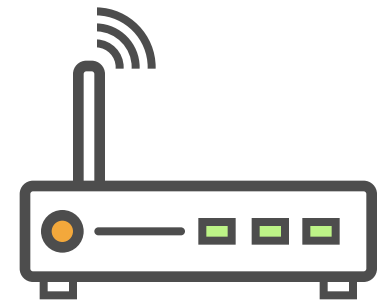


MAC-адрес +
номер телефона



Домашняя и рабочая
станции метро

Инструмент для получения офлайн-данных



MT_BOX – это уникальный сенсор (роутер) МаксимаТелеком, который определяет факт нахождения пользователей сети MT_FREE в различных локациях, используя принцип ассоциации мобильного устройства с wi-fi сетью.

Более
30 000 000
ассоциаций в месяц



Роутер MT_BOX с названием сети MT_FREE устанавливается в локацию



При попадании мобильного устройства в зону действия MT_BOX происходит ассоциация со "знакомой" сетью MT_FREE



В момент ассоциации определяется факт нахождения устройства в локации

Возможности применения МТ_ВОХ



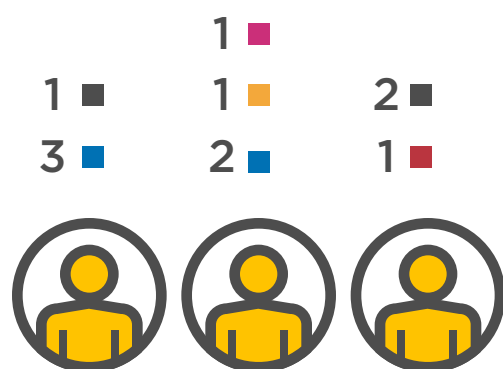
Моментальная отправка SMS

при попадании мобильного устройства
в зону действия МТ_ВОХ



Сбор аудитории для коммуникации в digital

как в сети МТ_FREE, так и на популярных площадках Рунета



Измерение эффективности digital-рекламы

Эффективность каждой площадки в отдельности
Длительность пребывания, новые и повторные посещения



Получение портрета аудитории



MT_FREE

ОФЛАЙН DMP



ЖЕНЩИНА
25-34

Домашняя станция: Парк Культуры
Рабочая станция: Цветной Бульвар
Интересы: красота и уход за собой,
шопинг, путешествия, есть кот



МУЖЧИНА
35-44

Домашняя станция: Беговая
Рабочая станция: Китай-Город
Интересы: футбол, фитнес, рестораны



MaximaTelecom

2018

КЕЙСЫ

UNITED COLORS OF BENETTON



ЦЕЛЬ: Привлечение новых покупателей в магазины одежды, отслеживание эффективности с помощью O2O оборудования «МаксимаТелеком»

С целью информирования пользователей сети MT_FREE о проходящей в магазинах Benetton предновогодней распродаже была запущена рекламная кампания.

Для достижения максимального охвата и информированности рекламная кампания проходила в двух форматах:

- брендинг страницы авторизации
- полноэкранный графический баннер с ограничением по частоте 3 за период и без ограничения по целевой аудитории

Для отслеживания офлайн-конверсии в трёх магазинах Benetton был установлен сенсор MT_BOX.

3 недели

Период рекламной кампании

17000

Количество пользователей, увидевших рекламу и пришедших в точку продаж

2,1%

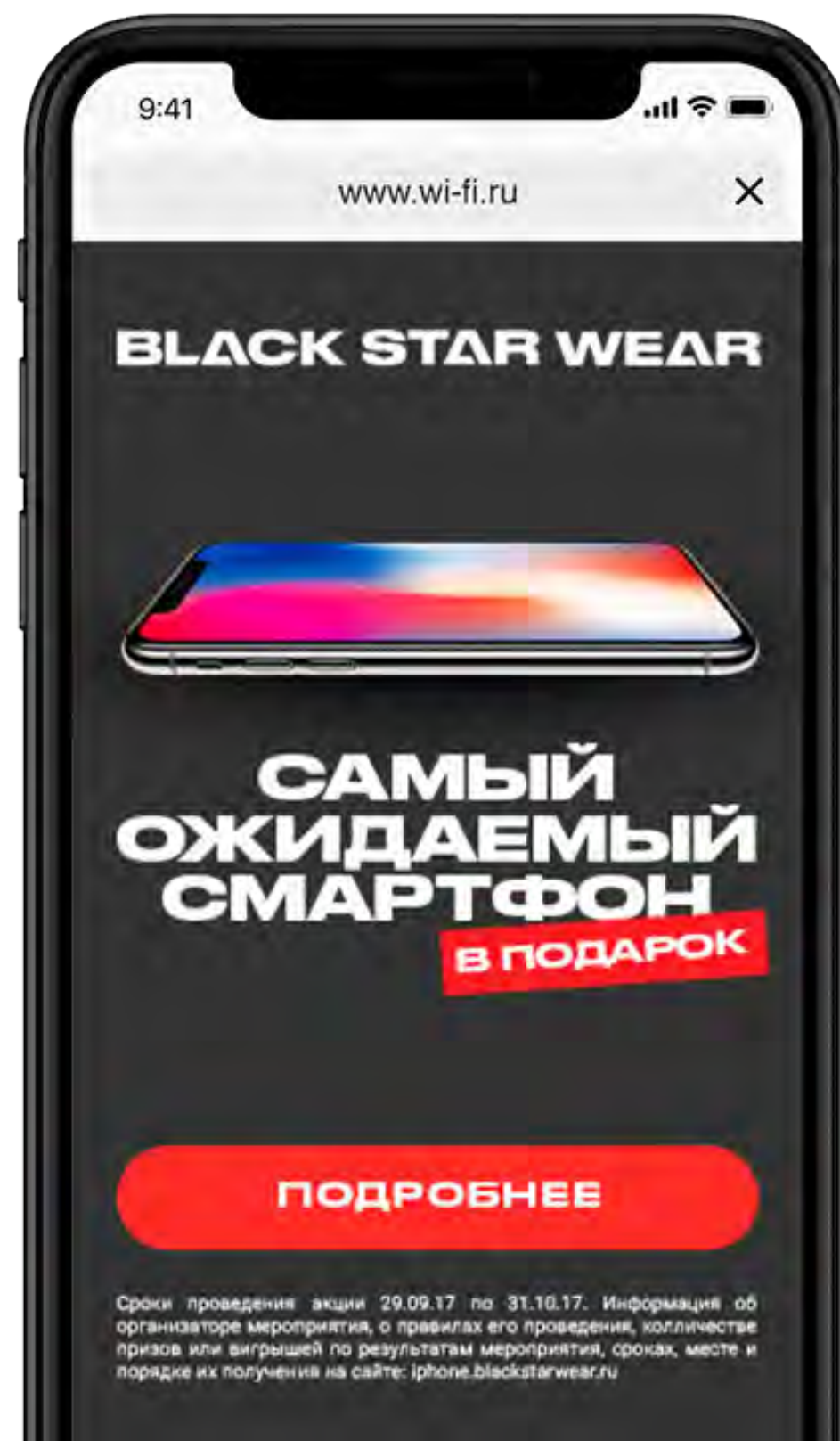
Конверсия в реального посетителя

186 руб.

Стоимость одного привлеченного посетителя

BLACK STAR WEAR

BLACK STAR
WEAR



ЦЕЛЬ: Привлечение новых покупателей в магазины одежды, отслеживание эффективности с помощью O2O оборудования «МаксимаТелеком»

На время рекламной кампании в магазинах Black Star Wear была запущена акция «Самый ожидаемый смартфон в подарок» (при сумме чека от 5000 р.) нацеленная на три сегмента:

- держатели карт лояльности Black Star
- пользователи, посещающие сайты Black Star из сети MT_FREE
- владельцы Iphone, подходящие по возрасту и гео

До старта рекламной кампании в точки продаж было установлено оборудование MT Vox, которое выступает офлайн-метрикой, а также является коллектором гиперлокальной базы и базы постоянных клиентов.

Конверсия в реального посетителя:

Карты лояльности – 2,3%

Фанаты Black Star – 3%

Владельцы Iphone – 0,5%

3 недели

Период рекламной кампании

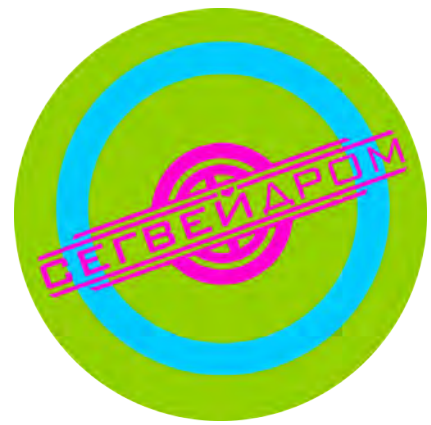
665

Количество дошедших в точку продаж после просмотра рекламы

1 500%

ROI проекта
(коэффициент возврата инвестиций)

СЕГВЕЙДРОМ



РЕТАРГЕТИНГ НА ОСНОВЕ ДАННЫХ MT_BOX АКЦИЯ НА 8 МАРТА

- До старта рекламной кампании локации были оборудованы сенсорами MT_BOX для сбора данных о потенциальных клиентах.
- На основе собранных данных была запущена рекламная кампания с таргетингом на женщин.
- Для отслеживания эффективности также использовался роутер MT_BOX.



7.03 – 11.03

Период размещения

3241 показ

Объём размещения

6,82%

CTR

25 человек

Оффлайн конверсия

Длительность пребывания
>10 мин

134 руб.

Стоимость привлеченного
клиента

MaximaTelecom

2018

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ