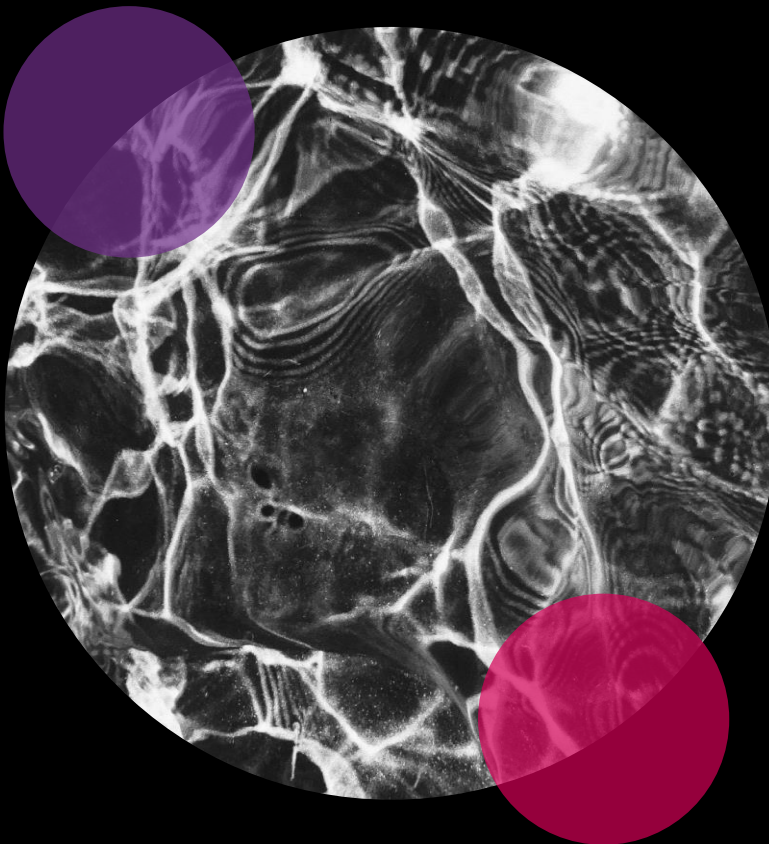




Г 020 - ЭТО:

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ
ДИДЖИТАЛ РЕКЛАМЫ В
ОФФЛАЙНЕ



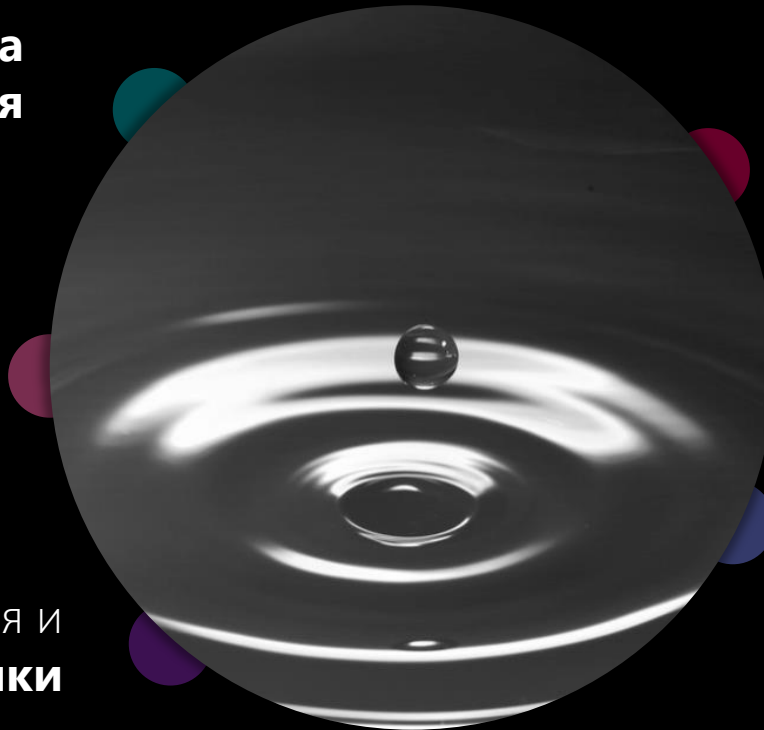
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
ОФФЛАЙН ДАННЫХ для
БОЛЕЕ ГЛУБОКОГО
ТАРГЕТИРОВАНИЯ
РЕКЛАМЫ

ГЛАВНЫЕ ТРЕНДЫ O2O ДАТЫ

**Главный тренд 2019 года
— это персонализация**

С приходом на рынок ОФД появилась
**возможность посмотреть весь
покупательский путь**

Вслед за ОФД движутся и
платежные системы и банки



**Развитие Яндекс Метрики и
Google Analytics** в сторону метчинга
оффлайн и онлайн данных

**Использование
геоаналитики:**

Тепловые карты как на
территории города, так и в
торговом центре

Г КТО В РОССИИ ВЛАДЕЕТ ДАТОЙ?

1. МОБИЛЬНЫЕ ОПЕРАТОРЫ



2. БАНКИ



3. РИТЕЙЛ



4. ИНТЕРНЕТ СЕРВИСЫ



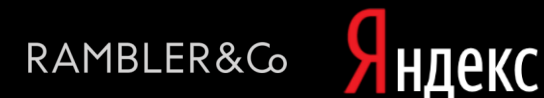
5. WI-FI ОПЕРАТОРЫ



6. ОПЕРАТОРЫ ФИСКАЛЬНЫХ ДАННЫХ



7. СИСТЕМЫ РАСПОЗНАВАНИЯ ЛИЦ



ВЕБОРАМА: ОФД + БАНКИНГ

1

Анонсировано 20.03.19

ВЛАДЕЛЬЦЫ ДАННЫХ

100
1010
01

ПОДРЯДЧИК



Знает товарные позиции,
которые находятся в чеке
покупателя



Знают факт транзакции, дату и
время покупки, сумму,
геолокацию магазина

ПИЛОТ

+ знают телефон
и почту клиента

Агрегирует обезличенные данные в своей DMP*,
сопоставляет их с куками
и предоставляет клиентам возможность таргетинга.

КОНЕЧНЫЙ ПРОДУКТ



Программатик инвентарь с таргетингом на пользователей, которые купили конкретные товары

X5 RETAIL GROUP РИТЕЙЛ + ИНТЕРНЕТ СЕРВИСЫ

2

ВЛАДЕЛЬЦЫ ДАННЫХ

100
1010
01

Благодаря картам программ лояльности знают о конкретных покупках

X5RETAILGROUP

ПОДРЯДЧИК



X5 загружают обезличенные данные в кабинеты Mail, Яндекса и т.д. и предоставляют рекламодателю ID кампании с загруженной аудиторией

Яндекс *my*

КОНЕЧНЫЙ ПРОДУКТ



Программатик инвентарь в Интернет сервисах Mail, Yandex и т.д.

MAXIMA TELECOM WI-FI РОУТЕРЫ

3

ВЛАДЕЛЬЦЫ ДАННЫХ

100
1010
01

Максима Телеком разработала инструмент (MT_BOX), который собирает данные о посещении людьми различных локаций, использующих роутер MT_FREE.



MaximaTelecom



Инструмент трекинга позволяет строить маршруты передвижения и понимать реальные предпочтения пользователей.

60%

Пользователей мобильного интернета в Москве подключаются к Wi-Fi сети MT_FREE



12 млн
УСТРОЙСТВ

КОНЕЧНЫЙ ПРОДУКТ



DMP для таргетирования в сети MaximaTelecom по реальному поведению пользователей в оффлайне



В ИТОГЕ O2O:

ВСЕ ЕЩЕ РЫНОК РАЗРОЗНЕННЫХ РЕШЕНИЙ

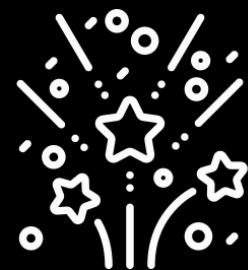


ГЛОБАЛЬНЫЙ ТРЕНД - DATA ЭКОСИСТЕМЫ



ПЛАНИРОВАНИЕ БИЗНЕС КОММУНИКАЦИЯ

ИНДУСТРИАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ +
1ST PARTY DATA



РЕАЛИЗАЦИЯ КАМПАНИЙ

1ST - 2D - 3D PARTY DATA



АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ

ИНДУСТРИАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ + 1ST
+ 2D + 3D PARTY DATA



УДЕРЖАНИЕ КЛИЕНТОВ

1ST PARTY DATA

O2O

O2O



РЫНОК ПО-ПРЕЖНЕМУ НУЖДАЕТСЯ В ОМНИКАНАЛЬНОМ РЕШЕНИИ



omni

People Based Precision
Marketing and Insights Platform



PHD OMNI

УНИВЕРСАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ
ПЛАНИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ
СИСТЕМНЫХ БРЕНД КОММУНИКАЦИЙ



DIGITAL PRODUCT &
INNOVATION DEPARTMENT





**WELCOME
TO OMNI
WORLD**

