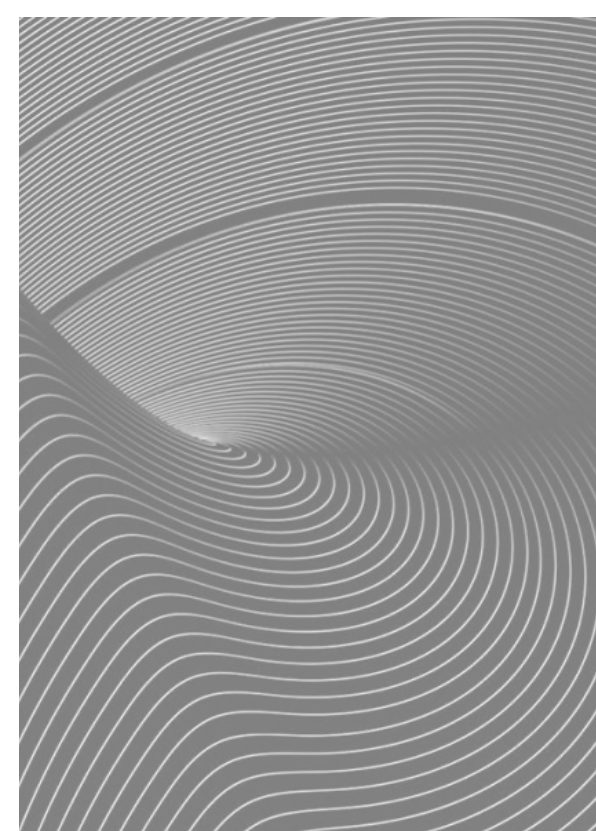
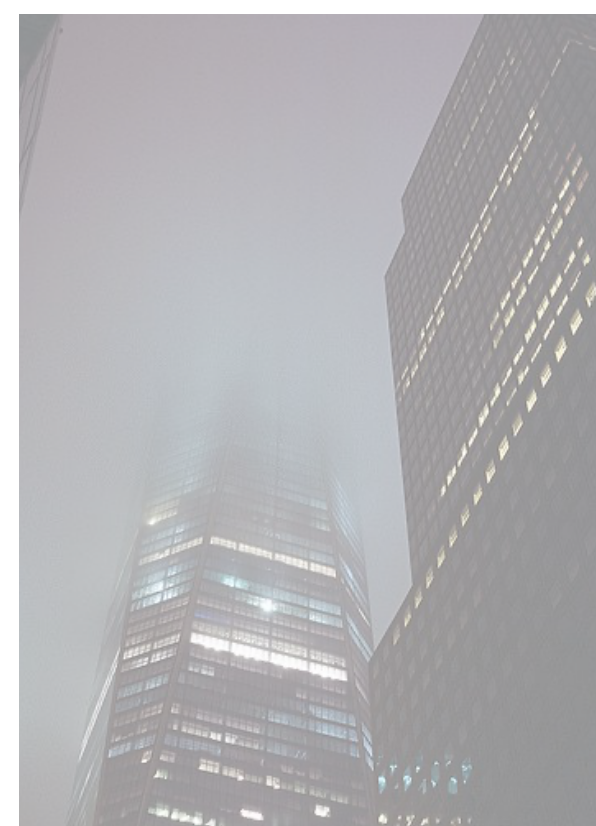


PROGRAMMATIC BUYING

ДЛЯ РЕКЛАМЫ СТОЛИЧЕК



ВВОДНЫЕ

Категория: Медицина/Фармацевтика

Бренд: Сеть социальных аптек «Столички»

Цели и задачи:

- 1) Привлечение новой аудитории на сайт
- 2) Увеличение количества post-view и ассоциированных конверсий (на основе выгрузки данных MediaSniper), как подтверждение гипотезы о ценности новых пользователей (минимизация доли ретаргетинга).
Целевым действием считается оформленная бронь на сайте аптеки. лекарств, пункты доставки

Период реализации проекта:

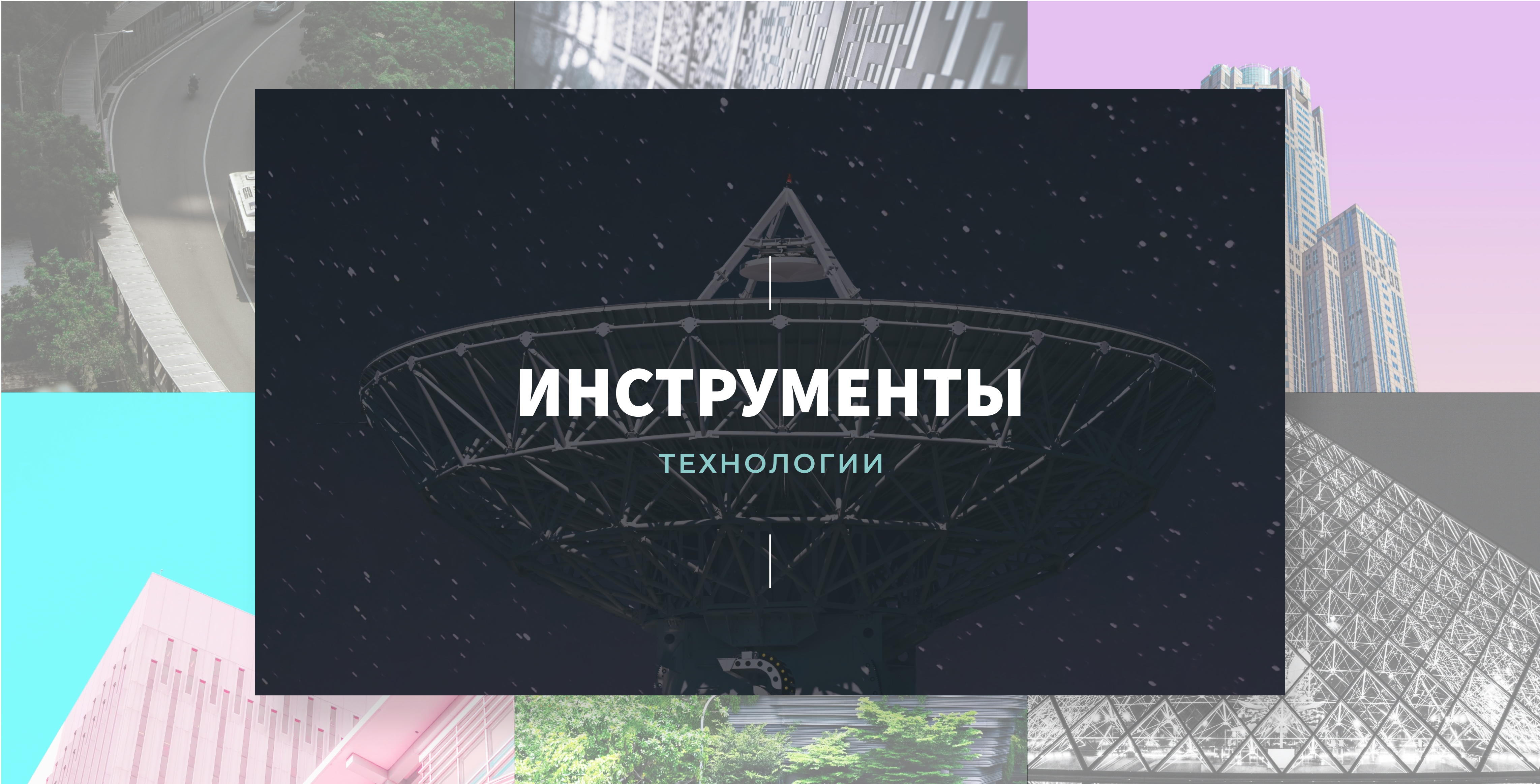
декабрь 2019 г. - по настоящее время (октябрь 2020г.)

МЕТОДЫ И ПОДХОДЫ К РЕШЕНИЮ ЗАДАЧ

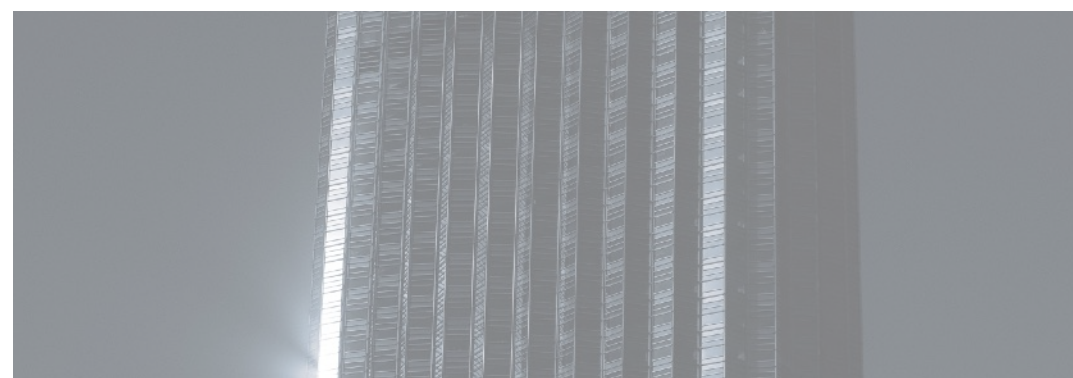
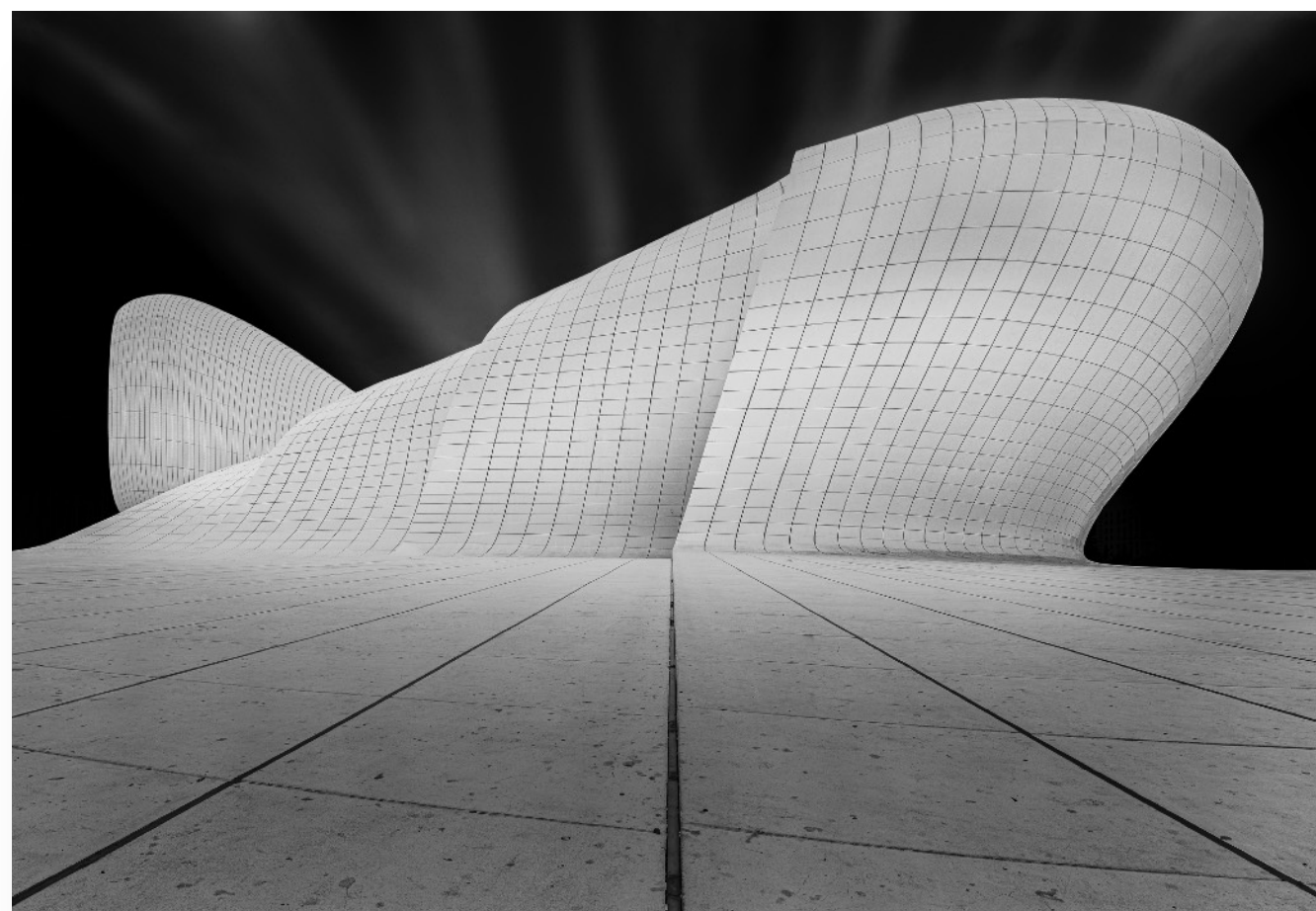
- 1 Создание кастомных сегментов, отвечающих ЦА клиента на основе собственной DMP Videmus
- 2 Ручная и автоматическая оптимизация рекламы в процессе размещения, отслеживание динамики изменения качественных показателей и своевременная корректировка настроек
- 3 Комплексный подход к оценке эффективности размещения за счет проведения post-view, а также Brand Lift и Conversion Lift исследований на стороне MediaSniper



Programmatic Powerhouse



mediasniper.ru



Для достижения поставленных перед нами задач, были применены следующие инструменты:

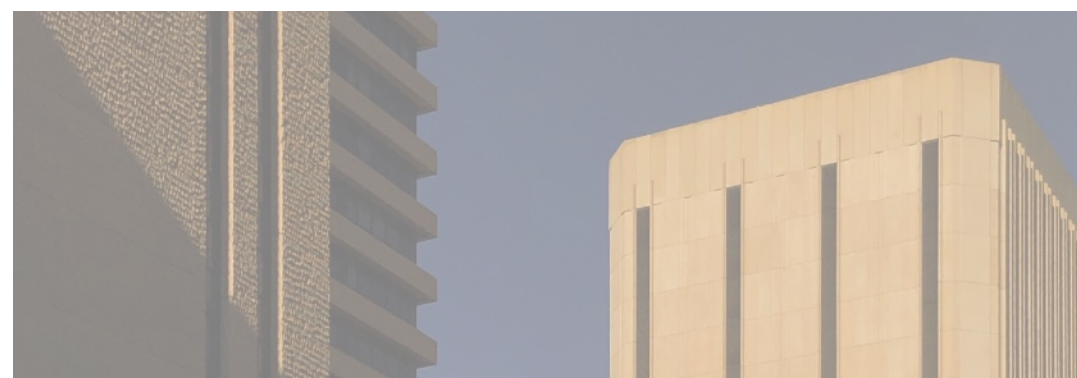
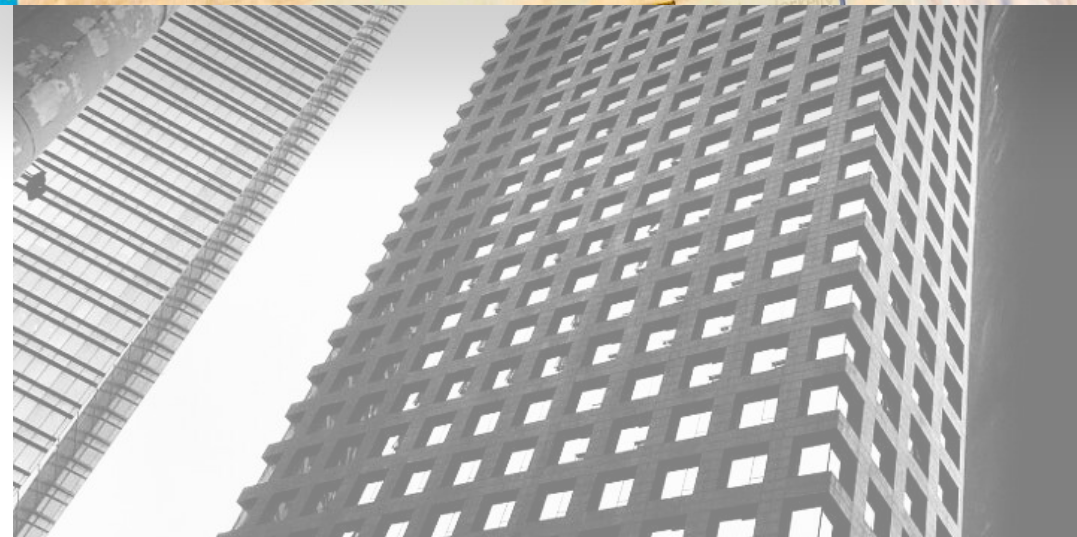
Мультиформатное размещение, включающее в себя баннерную и OLV активности.

Собственная DMP Videmus для формирования специальных сегментов, отвечающих целевой аудитории.

Помимо основных интересов, которые характерны для пользователей в период среднего стабильного спроса к медицине, аптекам, мы выделили дополнительные сегменты, так как в период пандемии наблюдается сильное увеличение спроса на отдельные группы медицинских товаров.

Противовирусные препараты, жаропонижающие и анальгетические средства, медицинские маски, перчатки, электронные градусники, термометры, спиртовые антисептики, службы доставки лекарств, пункты доставки.

ИНСТРУМЕНТЫ ТЕХНОЛОГИИ



MEDIASNIPIER

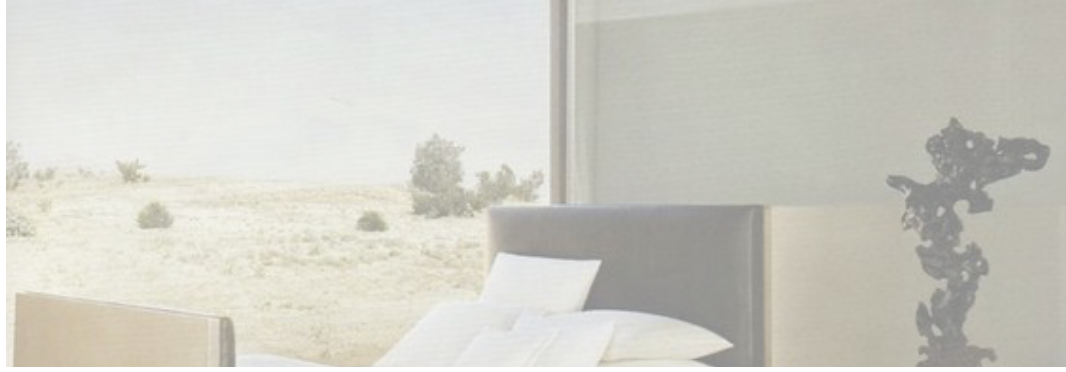
Аудиторная призма для оценки потенциальной конверсионности каждого выкупаемого показа по ряду параметров.

Трекинг-код Mediasniper - передает информацию о поведении пользователя на странице: время, глубина, url перехода. Эти данные преобразуются в ряд параметров внутренней статистики благодаря которым проводится оптимизация в real-time

Контекстный таргетинг - показ рекламного сообщения на URLs, где есть упоминание тематических слов, словосочетаний + брендов - конкурентов. Таким образом мы охватываем "горячую" аудиторию в момент максимальной заинтересованности продуктом

Look-alike моделирование - построение аудитории пользователей максимально схожей по паттернам поведения с аудиторией, совершившей целевое действие

ИНСТРУМЕНТЫ ТЕХНОЛОГИИ



MEDIASNIPER

Управление частотой показа для достижения планового охвата

Brand Lift исследование (август 2020 г.).
На стороне MediaSniper разработан интерактивный баннер, соответствующий цели исследования - Ad Recall (Запоминаемость рекламы)

Conversion Lift исследование (май 2020 г.)
с целью узнать какое влияние оказала баннерная и видео реклама на прирост конверсий

Регулярная (каждые 2 недели) **post-view аналитика**, проводимая с помощью установленного на сайт трекинг кода MediaSniper

ИНСТРУМЕНТЫ ТЕХНОЛОГИИ



РЕЗУЛЬТАТЫ



РЕЗУЛЬТАТЫ

Несмотря на длительный период размещения клиента, каждый флайт уникален, так как в рамках него тестируются различные гипотезы, алгоритмы оптимизации, применяются разные рекламные форматы и таргетинги.

Доля новых пользователей приведенных на сайт :
Banners- 81%, Video - 89%. Высокий процент новой аудитории оказывает положительную динамику на снижении CPA Post-view и ассоциированных конверсий на протяжении всего периода размещения.

Результаты Brand Lift и Conversion Lift исследований:

Проведенная рекламная кампания оказала нужное воздействие на пользователей. Очевиден рост брендовых метрик:

- Уровень запоминаемости бренда вырос на 15,6%
- Разница в числе прямых конверсий для пользователей, на которых было оказано рекламное воздействие в рамках нашего размещения.

+ 205% Banners + 350% Video

Данные показатели иллюстрирует верно выстроенную маркетинговую стратегию: использование комплекса инструментов и привлечение на сайт релевантной аудитории, заинтересованной в рекламируемом продукте





ПРОЧЕЕ

При планировании размещения клиента мы тщательно анализируем итоги прошедшего месяца, делаем выводы, какие инструменты показали наибольшую эффективность и предлагаем новые подходы, стратегии и форматы размещения. Тем самым мы не останавливаемся на достигнутых результатах, а всегда стремимся их улучшить.

В ноябре клиенту предложена DCO стратегия размещения баннеров с разными триггерами и вариантами смены элементов. Для видео рекомендована 3х этапная воронка продвижения пользователя по схеме: Awareness-Consideration-Purchase Intent.

MEDIASNIPER

Programmatic Powerhouse

MEDIASNIPER.RU

СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ



INFO@MEDIASNIPER.RU



FACEBOOK.COM/MEDIASNIPER



T.ME/MEDIASNIPER