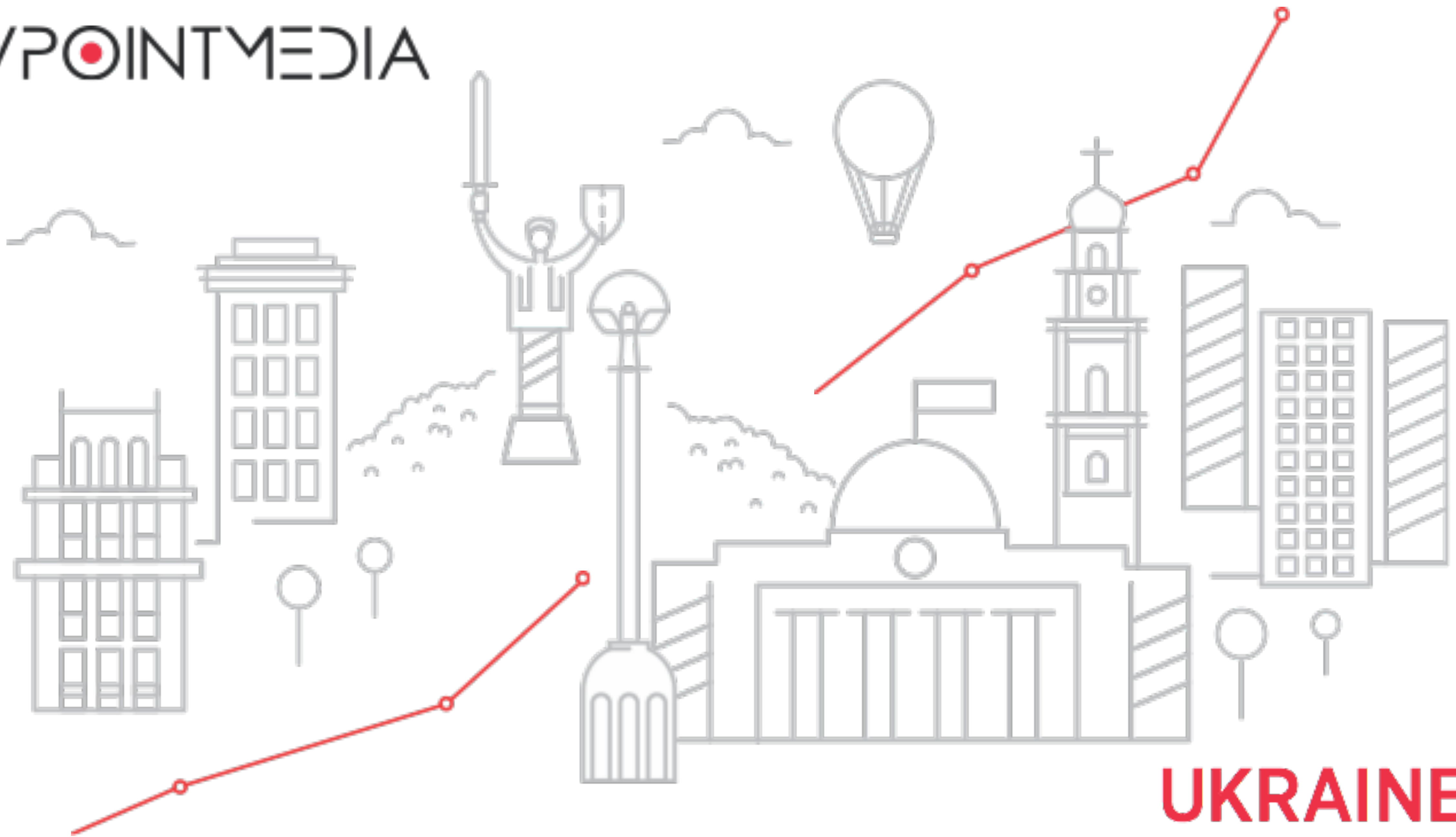


VPOINTMEDIA



UKRAINE

Супервозможности Programmatic ads:



Кросс- девайсность



Кросс-дивайсность и кросс-форматность

Программатик позволяет запускать аудиторные онлайн-кампании одновременно во всех доступных каналах и форматах, что позволяет контролировать кросс-охват и частоту показов рекламного сообщения с учетом всех устройств пользователя.



Оптимизация бюджета

Кросс-форматная частота 3 с показом одному уникалу:

- 1 показ видео
- 1 десктоп баннера
- 1 мобильного баннера

В любой последовательности

(как насчет сторителлинга?)



Оптимизация бюджета

Вместо частоты 3 на всех каналах по отдельности. За сколько всего показов унику вы заплатите и какова будет реальная частота?)

**I know that half
of my advertising
dollars are wasted...
I just don't know
which half.**

John Wanamaker, father of modern advertising

MARKETING
QUOTES

Programmatic triggers

Как насчет показа гео-таргетированных мобильных баннеров с Call-to-action только тем пользователям, которые досмотрели до конца имиджевый ролик?



Супертаргетинг



Супертаргетинги

- Супер-гео
- Поведенческий
- «Настроенческий»
- Предиктивный
- Погодный

Супер-гео

Определение фактическое местонахождение пользователя с учетом его гео-локации, считываемой со смартфона (Wi-Fi, 3/4G).

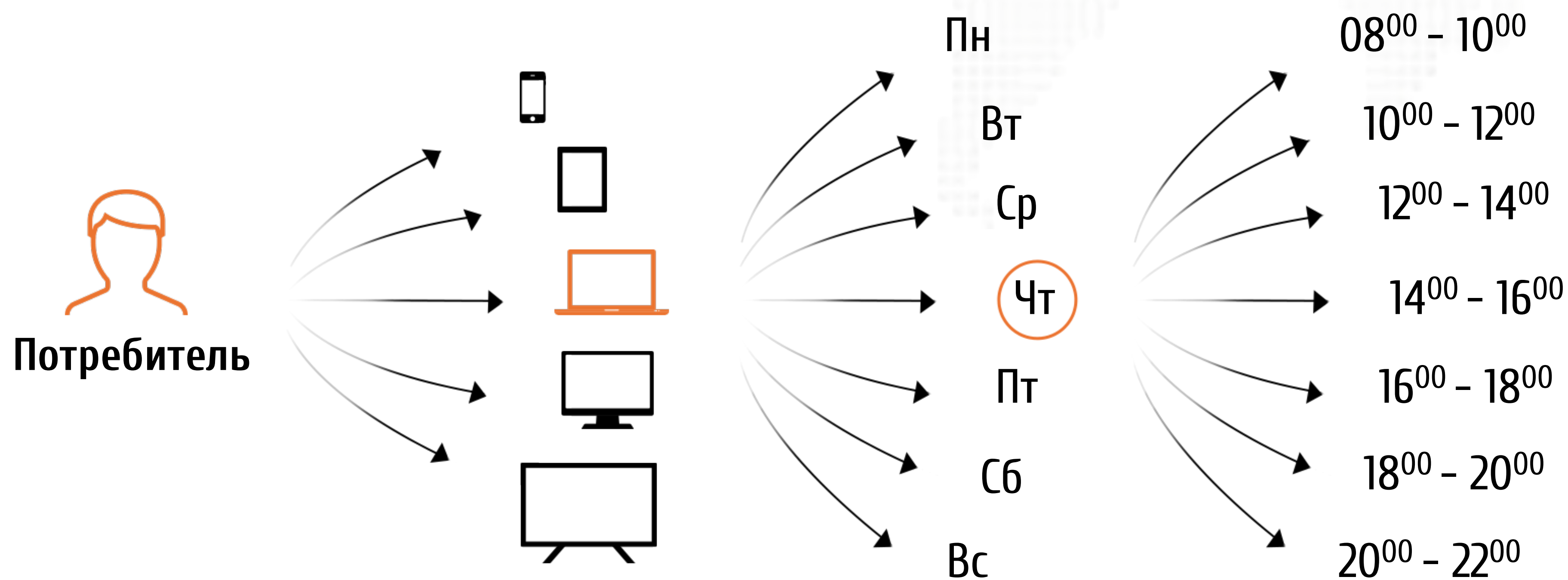
150 метров

Точность определения



Мультипрофильность для поведенческого и «настроенческого» таргетинга

Технологии и программатика позволят присваивать каждому идентифицированному пользователю до нескольких сотен профилей, определяющих его поведение в зависимости от используемого гаджета, дня недели и даже времени.

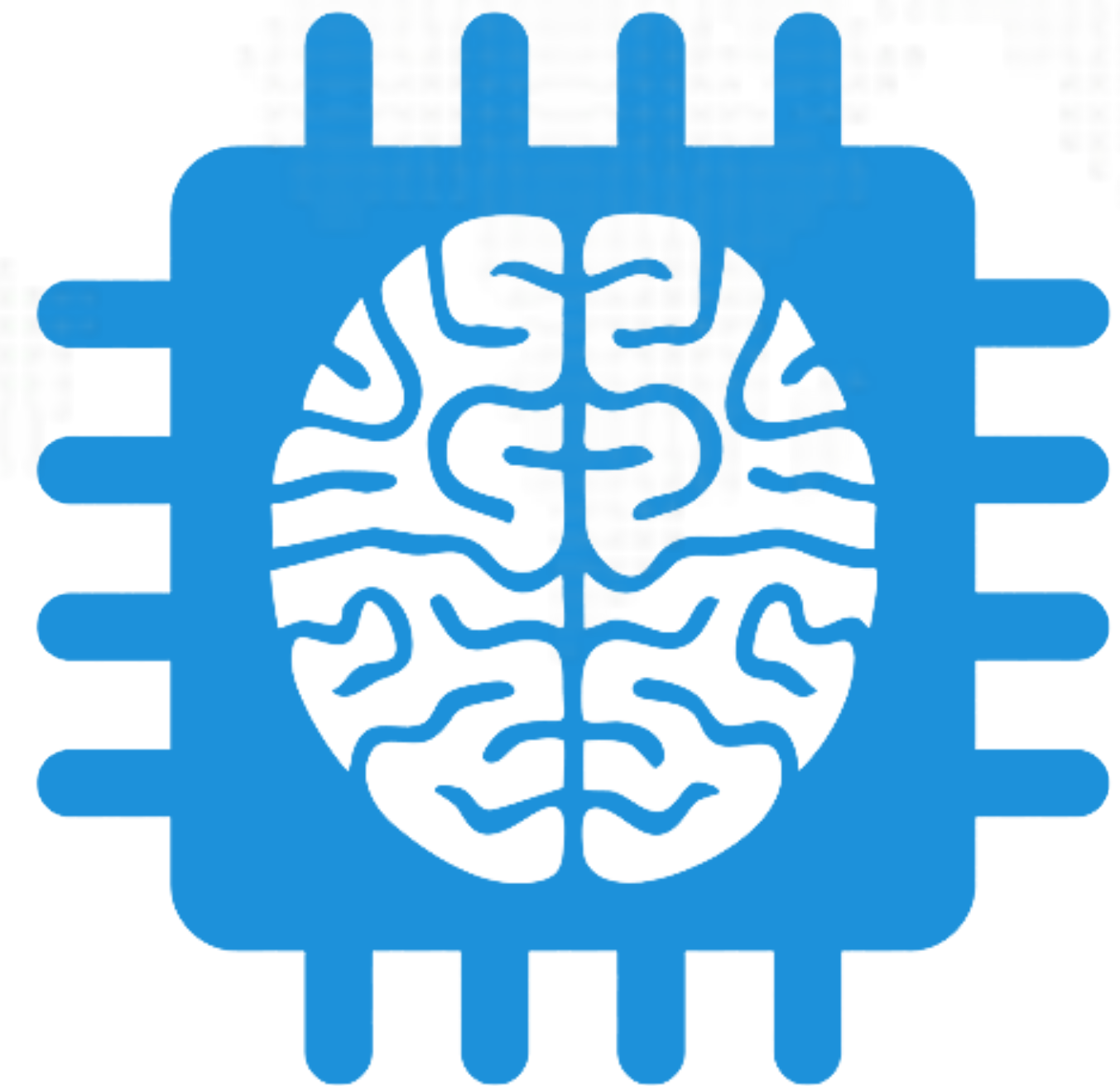


Предиктивный

Самообучающаяся система AI-релевантности позволяет заранее, не дожидаясь пользовательского интереса, спрогнозировать желания и потребности человека.

Самый простой вариант использования предиктивного таргетинга – сезонные продукты. Например, автострахование.

Чуть сложнее – возрастной таргетинг.



Планирование беременности – Ожидание рождения – 1 год – 2 года....

Погодный

Динамическая замена
креативов в зависимости
от погоды в месте
нахождения каждого
потребителя)



Weather



Interests



Temperature



Wind speed

We
♥
Marketing



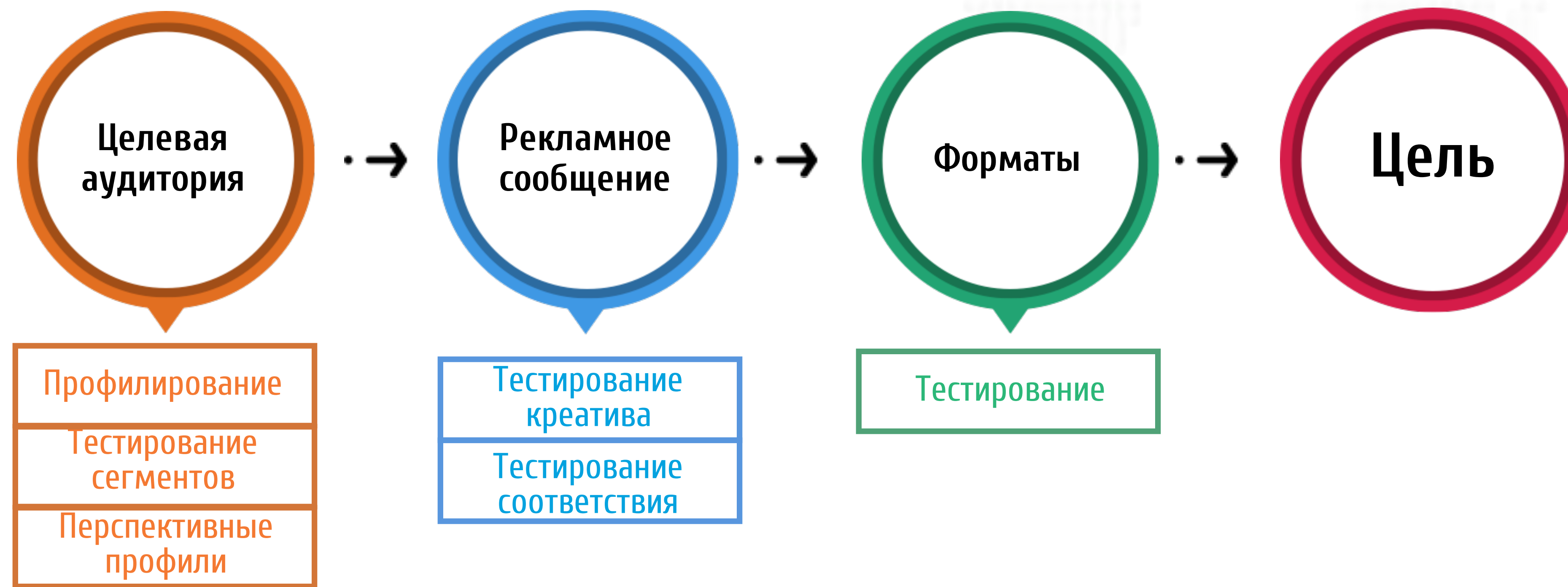
Programmatic marketing

- Тестирование ЦА
- A/B тестирование материалов
- Проверка различных гипотез
- Поиск инсайтов аудитории
- Исследование тематики по вовлечению и отношению
- Планирование ATL

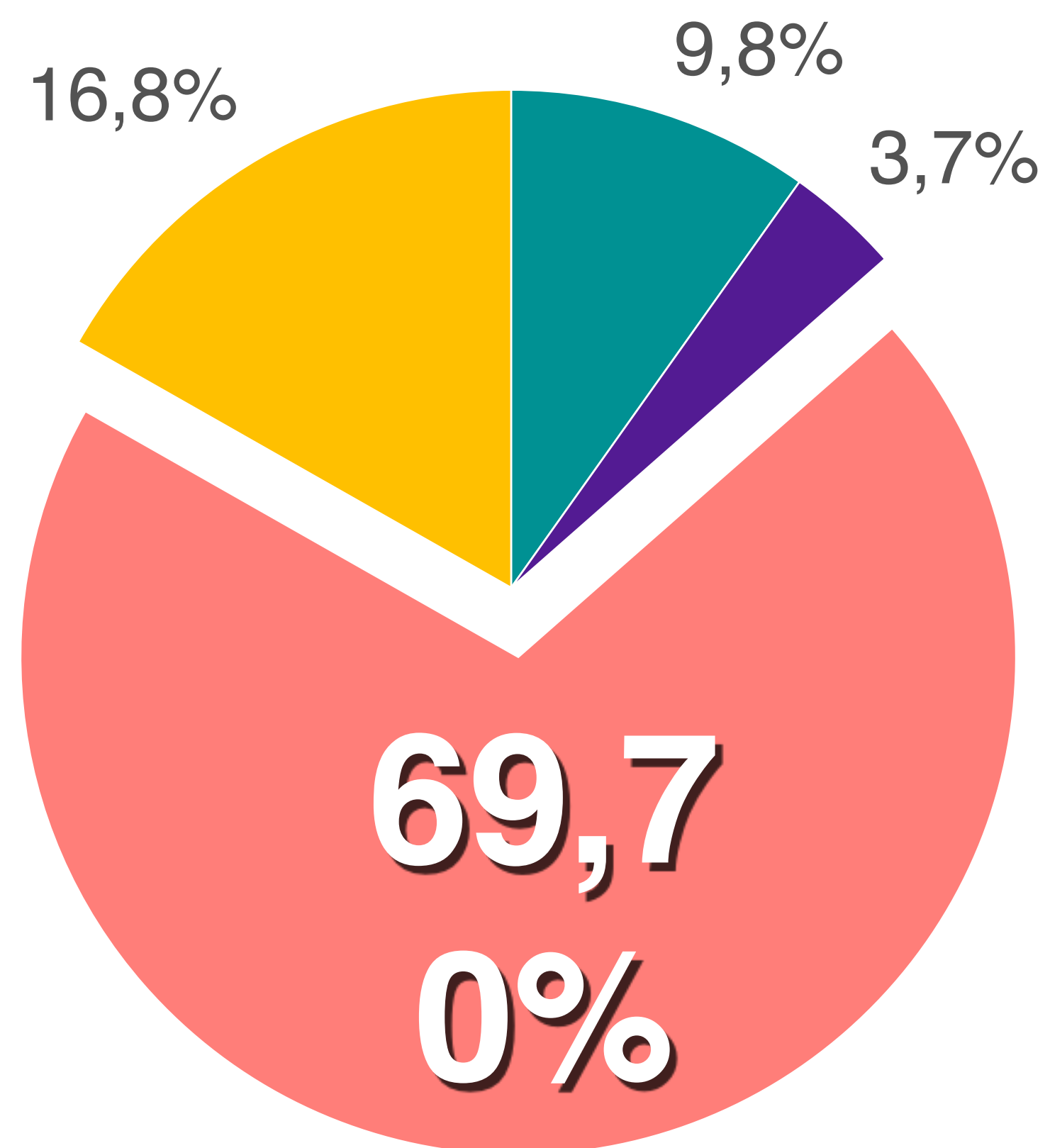
Тестирование

Тестирование и оптимизировать рекламную кампанию непосредственно в процессе размещения.

Аналитика производится по всем ключевым характеристикам одновременно. Кроме этого, может быть запущено кросс-тестирование на различных сегментах аудитории

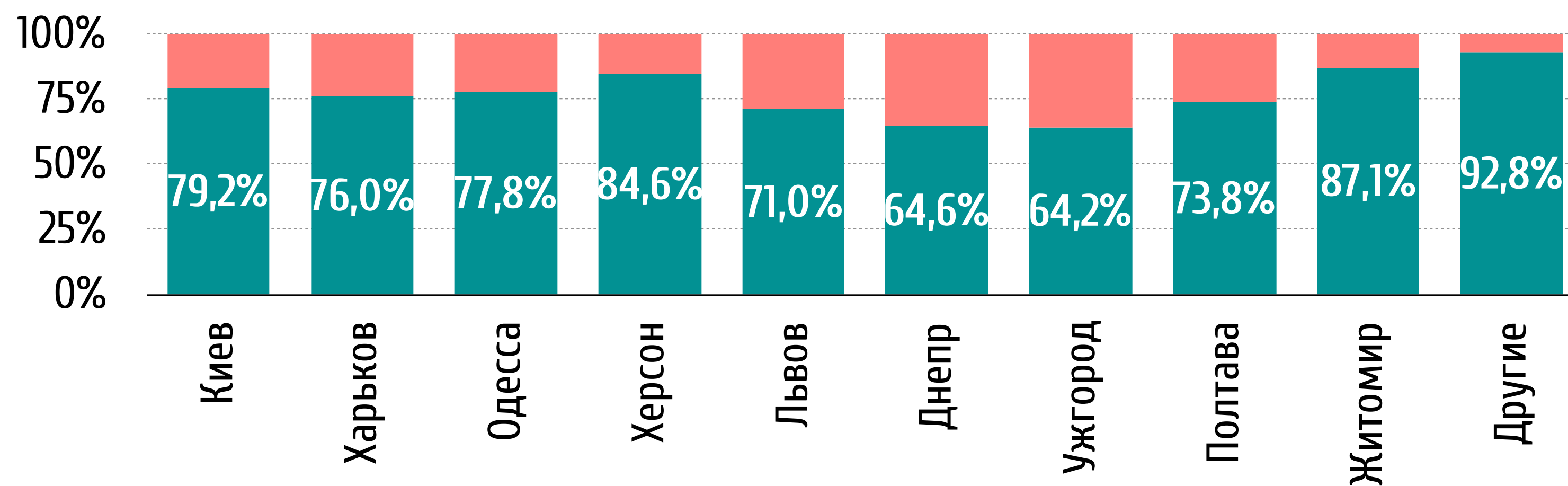
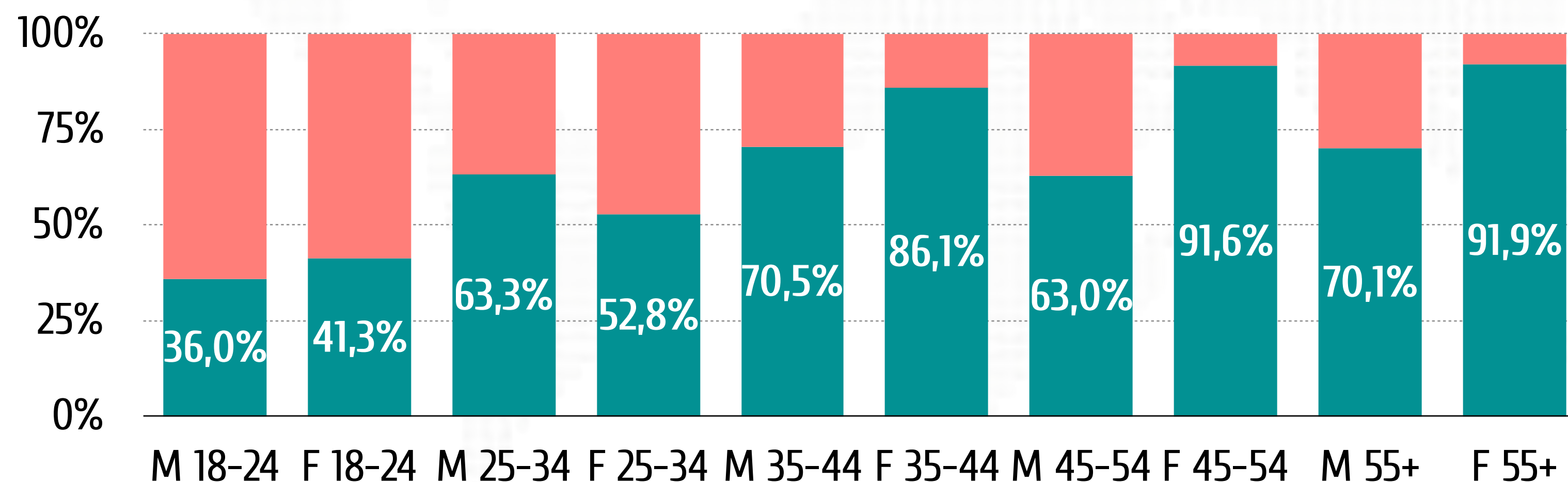


Аудиторные исследования

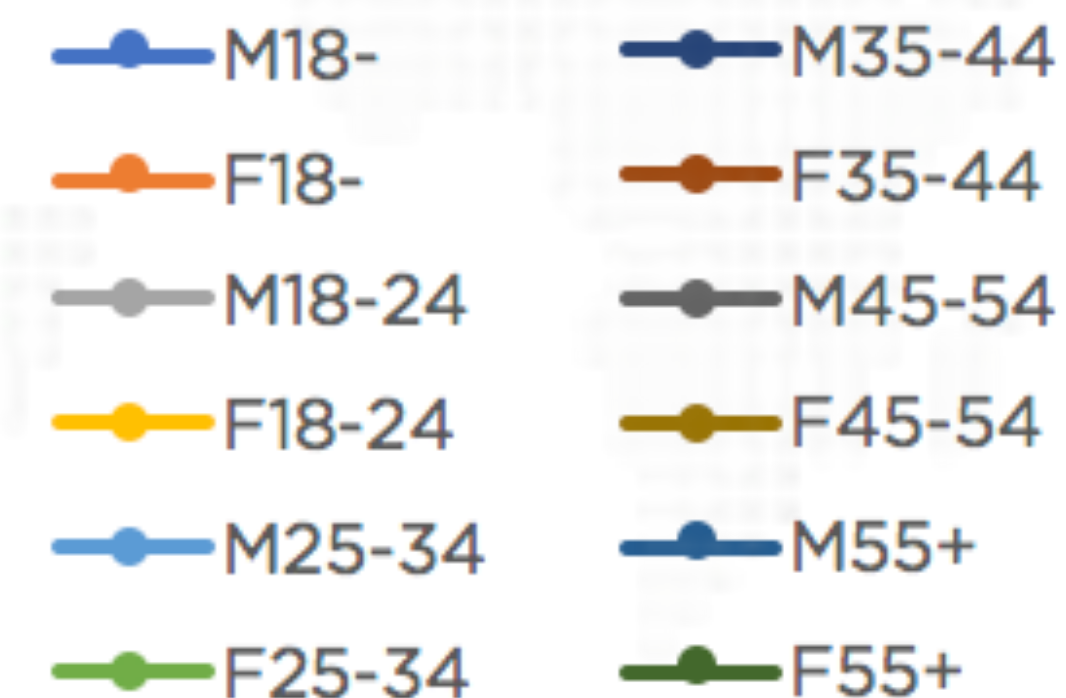
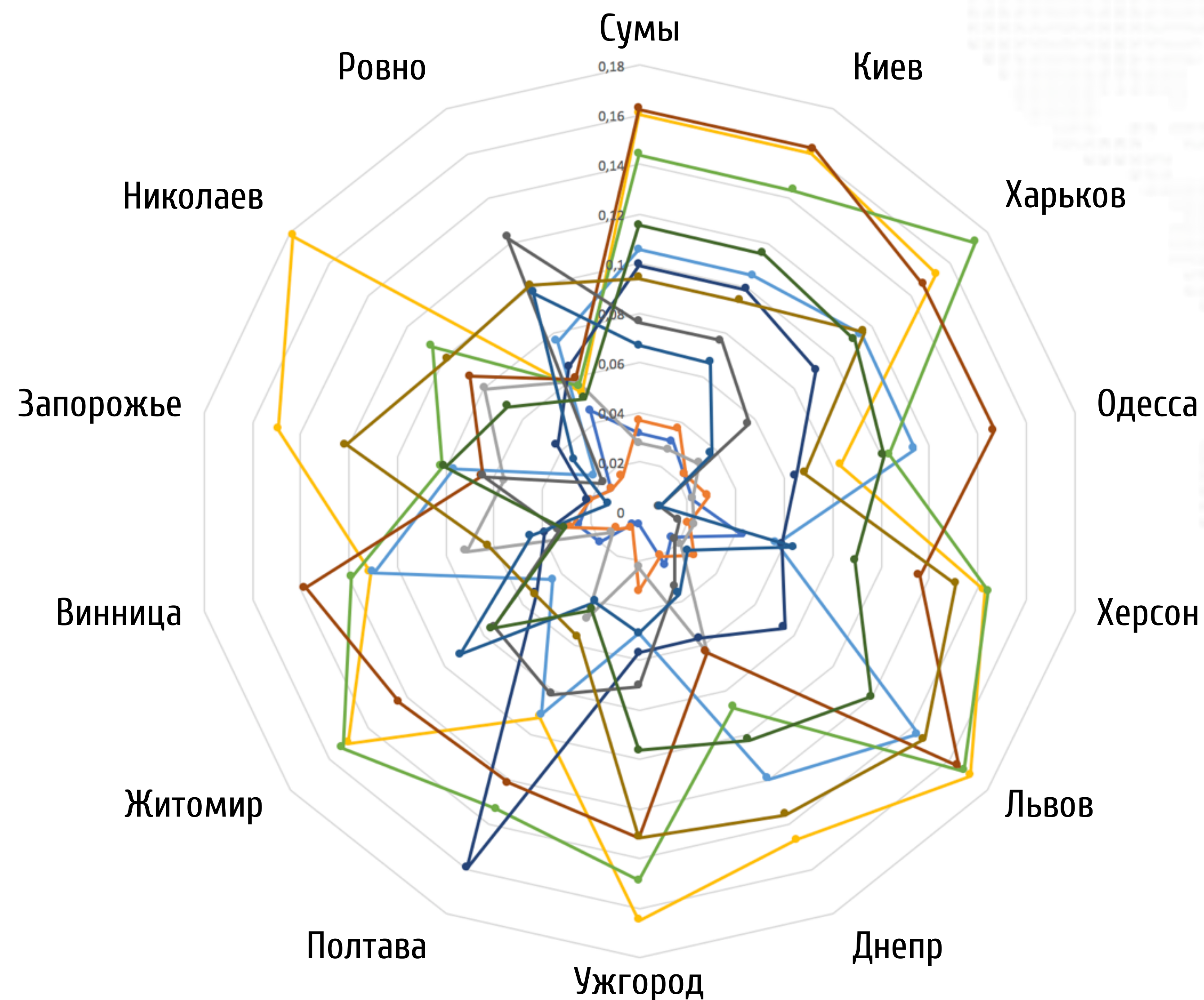


■ Молоко
■ Конфеты
■ Не знаю
■ Сок

■ Я не знаю ничего о BRAND
■ Я что-то о нем слышал



Исследования тематики



Система VPointCrawler позволяет составить матрицу вовлечения или внимания к определенной тематике на основе различных параметров. Например, процент комментирования или чтения материалов на заданную тему.

Кейсы







Mercedes-Benz

VPOINTMEDIA

Задача

Необходимость в точечной коммуникации на собственную потенциальную аудиторию.

Согласно внутренним исследованиям покупателей, были определены наиболее распространенные места работы и проживания, соцдем и уровень дохода.



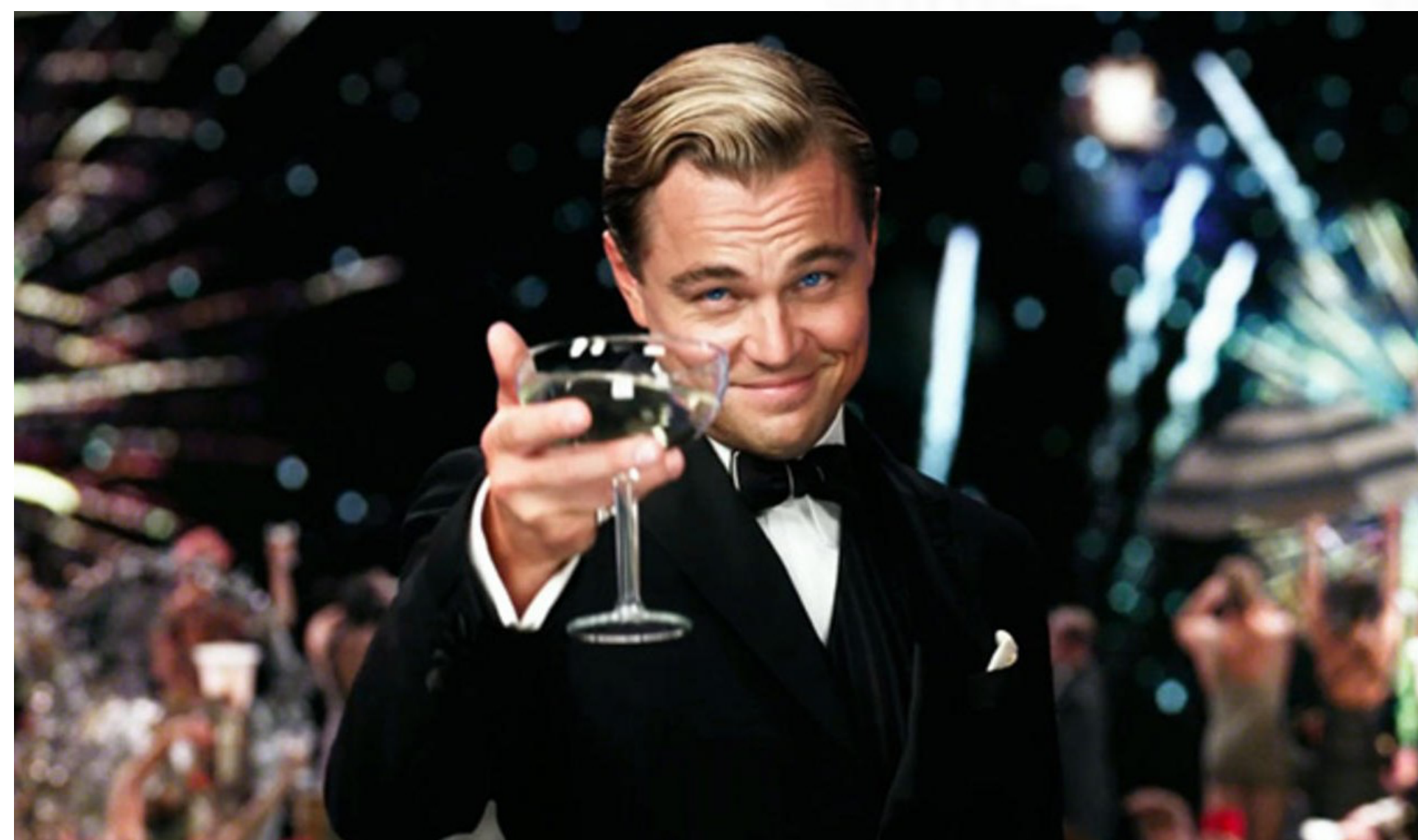


Mercedes-Benz

VPOINTMEDIA

Решение

VPointMobile с
включенным супер-гео
таргетированием по
адресам зон
пребывания аудитории
+ таргетинг по полу,
возрасту, типу занятости
и уровню дохода





Mercedes-Benz

Было осуществлено более 240 000 узко направленных показов рекламы.

Кампания учитывала уровень доходов и супер-гео локацию с точностью до 200 метров.

Медийные показатели превысили план и ожидания. CTR составил 1.65% с мобильных форматов со средней частотой 1.4

Результат

VPOINTMEDIA





Задача

ASUS ZenBook 2017

Выход на рынок Украины
обновленной модели ASUS ZenBook.

Согласно материалам ASUS, о
ZenBook мечтают даже владельцы
Apple MacBook Air. Но так ли это?

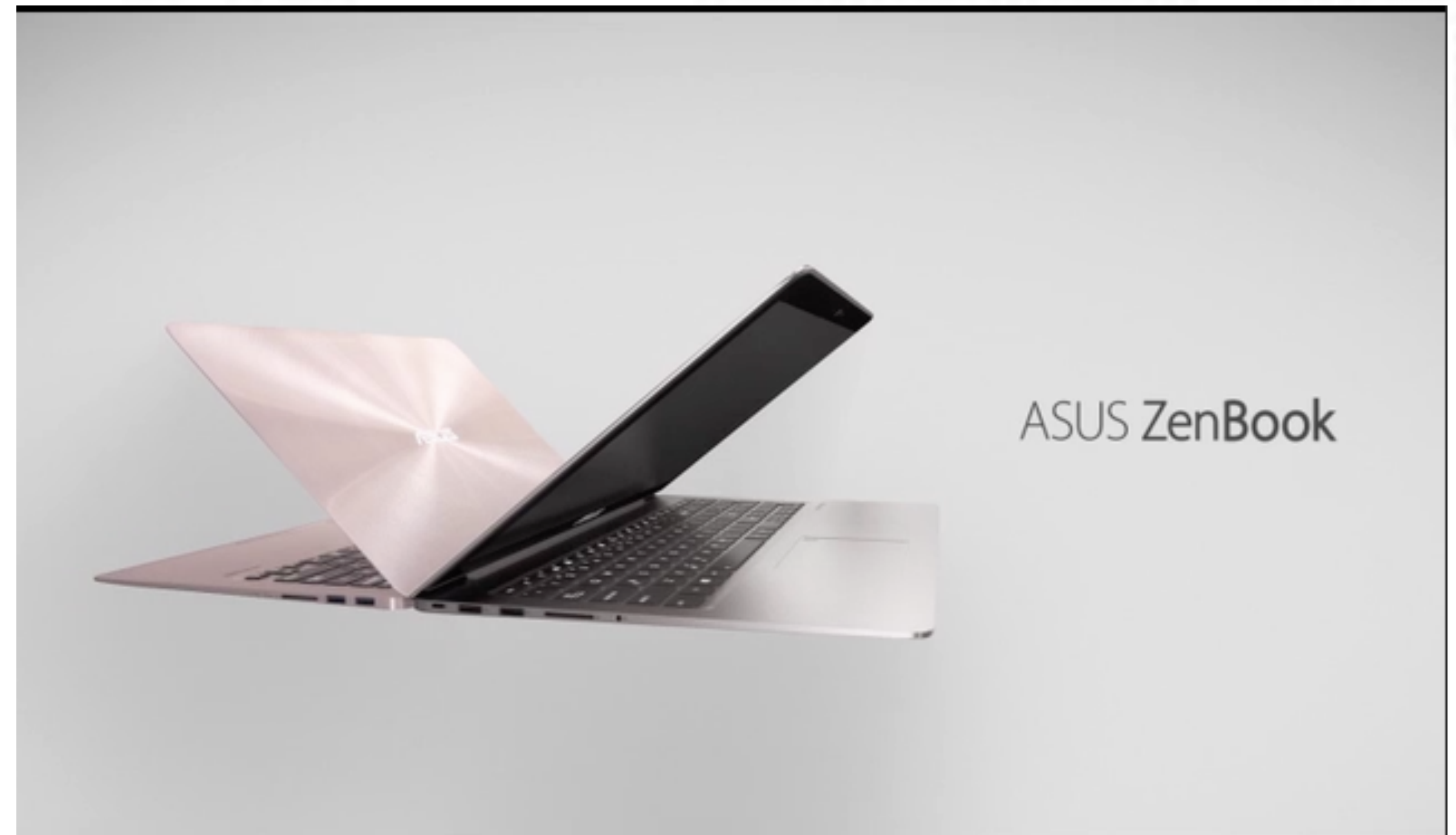




Решение

Кросс-форматное размещение
VPoint360, включившее в себя
видео и баннерное размещение в
десктопе и мобайле.

+ тестирование перспективной
аудитории по медийным
параметрам

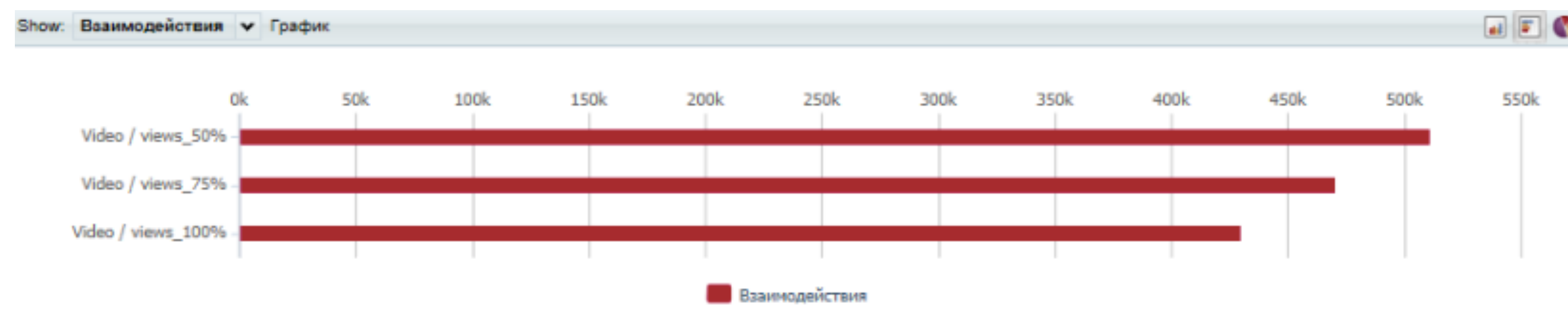




Результат

Кроме медийных побед (уникальный охват 2.9 млн человек на частоте 2.4, отличные досмотры и т.д.), мы также определили матрицу перспективных аудиторных кластеров, которые с большей вероятностью готовы приобрести новую модель.

И да. Владельцы MacBook Air очень заинтересованы в новом ASUS)



Задача

EximPay от UkrEximBank

На рынке банковских услуг Украины появляется новый продукт – EximPay, позволяющая осуществлять оплаты банковскими картами с помощью смартфона.



Результат

Размещение баннерной рекламы с тестированием аудиторных сегментов

Рост CTR более, чем в 4 раза (с 1% до 4.81%) в результате оптимизации
Уникальный охват более 650 000,
разделенный на 6 покупательских сегментов

Выявление наиболее конверсионных групп покупателей.



Задача

Liga:Zakon

Сериальный тип трансляции 5 различных креативных материалов, связанных между собой последовательностью отображения

Покрытие наиболее значимых аффинитивных площадок Украины и СНГ



Результат

Благодаря триггерной,
последовательной трансляции
роликов 93% аудитории
досматривали ролики минимум
до 50% длительности.



Задача

Экстремально короткая рекламная кампания – всего 4 дня

4 ПРЕДНОВОГОДНИХ дня!

Задача в общем понятная)))





Результат

Охват свыше 190 000 человек со средней частотой 1.56 даже с учетом жестких Brand Safety настройками трансляции

Благодаря точному таргетированию, наши ролики досматривали до 50% длительности 99.44% пользователей.





**СПАСИБО,
iForum 2017!**