ONLINE TO OFFLINE И ОБРАТНО: ВОЗМОЖНОСТИ ПО АТРИБУЦИИ ВИЗИТОВ С ПРОСМОТРАМИ РЕКЛАМЫ

Оганесян Игорь
Product Lead

РИФ+КИБ / 2017. 19 Апреля
Пансионат «Лесные дали»

ИСТОЧНИКИ ДАННЫХ В РИТЕЙЛЕ

ИК-датчики

Считают проходящий поток “в штуках”, персонализация отсутствует

Программы лояльности

Большой объем данных о пользователе, охватывают малую часть посетителей магазинов

POS терминалы

Полная информация о покупках, невысокая персонализация данных

Wi-Fi сенсоры

Много информации о поведении посетителей, возможен подсчет “уников” на основе MAC-адреса

ПРИНЦИП РАБОТЫ

В торговую точку устанавливается один или несколько Wi-Fi сенсоров

Сенсор непрерывно сканирует заданные частоты в поисках телефонов с включенным Wi-FI модулем

На основе силы сигнала и времени, в течение которого телефон находился в зоне действия сенсора, делается вывод, внутри или вне торговой точки находится пользователь

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОФФЛАЙН ДАННЫХ

Таргетирование рекламы

- На «своих» посетителей или проходящих мимо
- На посетителей категорий торговых точек \ ТЦ

1ST PARTY DATA

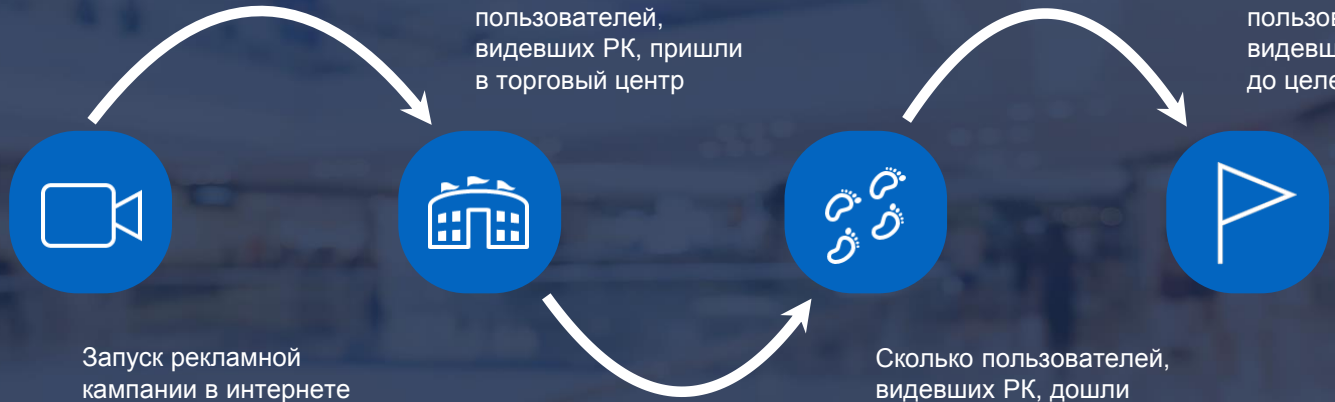
2ND PARTY DATA

Профилирование аудитории

- Имеющиеся данные о посетителях торговой точки можно использовать для их обогащения: добавить социально-демографические характеристики, интересы

Предоставляются агрегированные данные в виде отчета по аудитории торговой точки

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КАМПАНИЙ



КЕЙС
VOLKSWAGEN TIGUAN

MEDIACOM

@mail.ru group

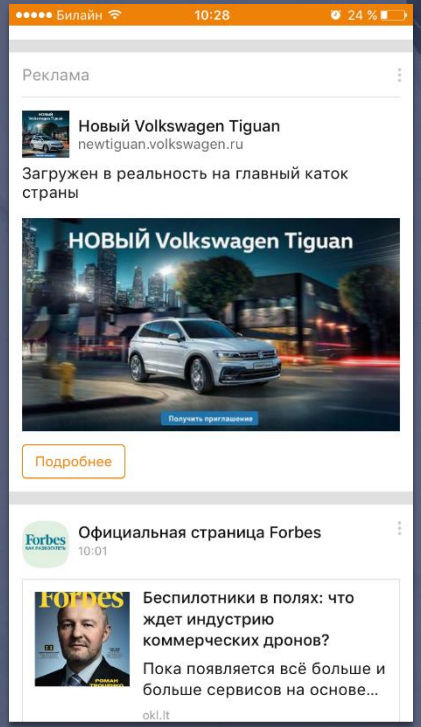
ЗАДАЧА

С 24 декабря по 29 января на территории ВДНХ был организован каток для посетителей

На территории катка работал шоурум Volkswagen, в котором можно было ознакомиться с новым Tiguan

В помещении шоурума были установлены Wi-Fi сенсоры для атрибуции визитов и получения другой аналитики

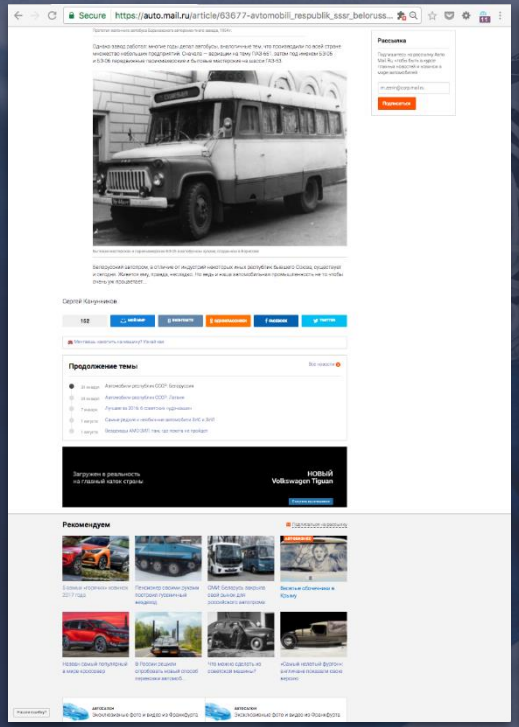
MYTARGET MOBILE

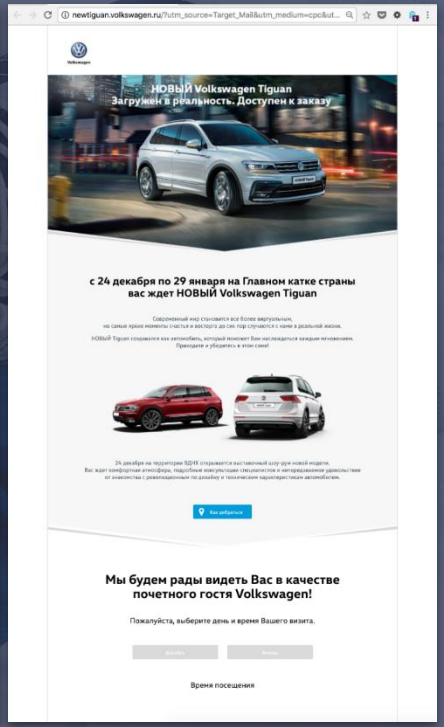


Показы	616 475
Охват	125 339
Клики	3 582
CTR, %	0,58

Кампания показала в целом неплохие результаты, несмотря на то что лэндинг не был оптимизирован для мобильных устройств. Также, креативы не имели четкого призыва к действию, сроков и местоположения эвента.

АВТО@MAIL DESKTOP

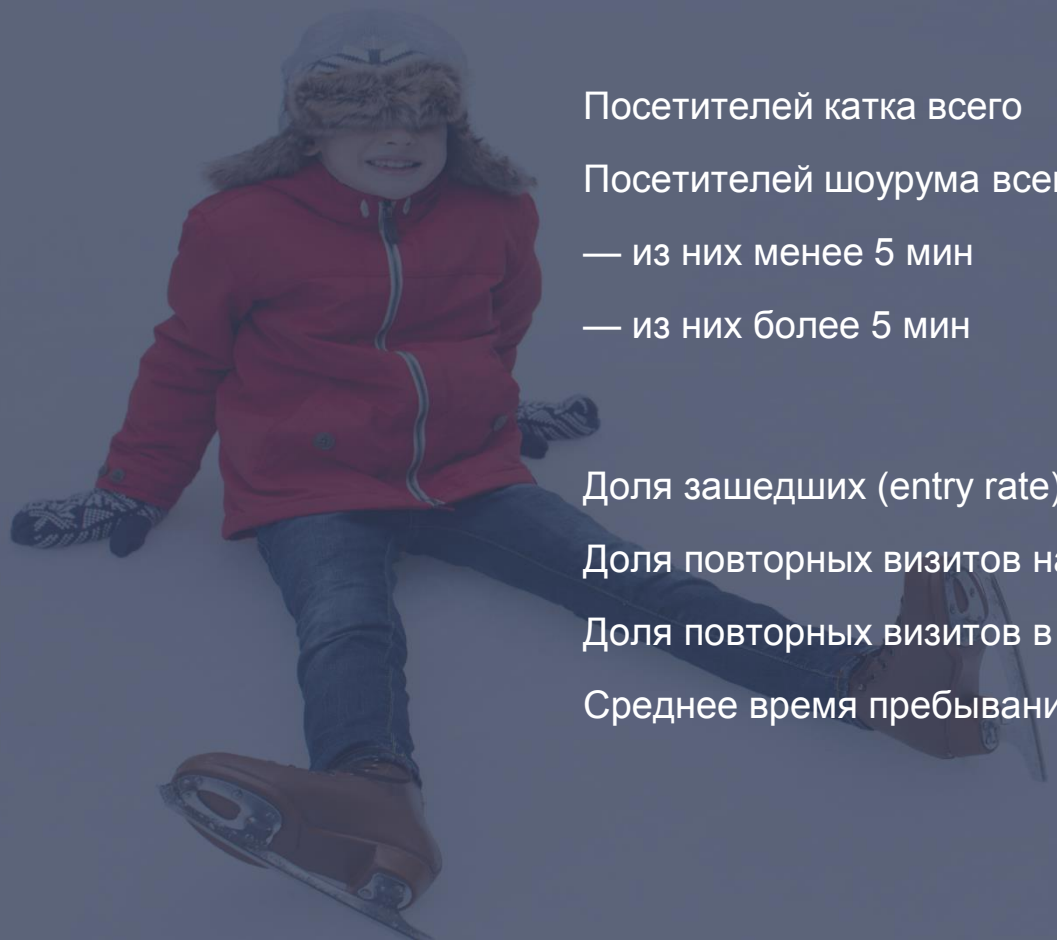




Показы	810 432
Охват	455 791
Клики	3 241
CTR, %	0,40

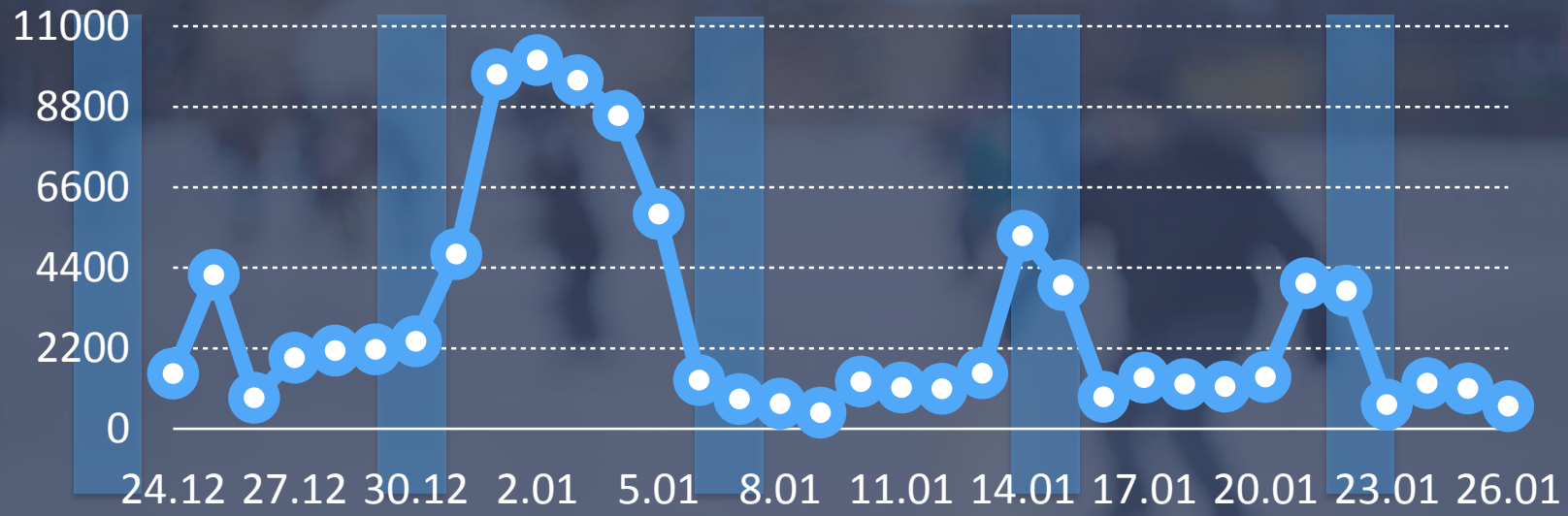
Кампания показала в целом неплохие результаты, несмотря на то что креативы не имели четкого призыва к действию, сроков и местоположения эвента.

КАТОК



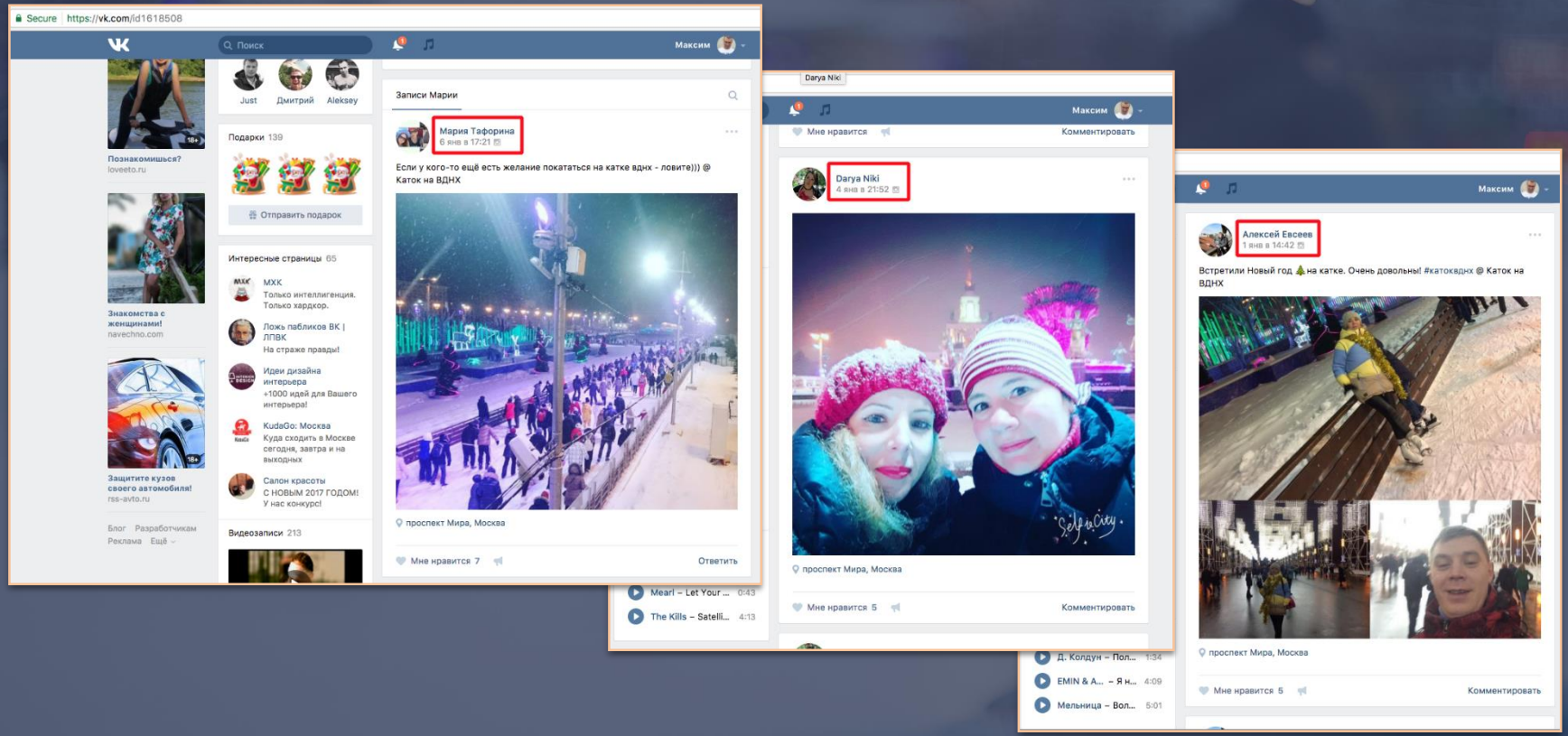
Посетителей катка всего	90 513
Посетителей шоурума всего	1 133
— из них менее 5 мин	505
— из них более 5 мин	628
Доля зашедших (entry rate), %	1,25
Доля повторных визитов на каток, %	9,62
Доля повторных визитов в шоурум, %	16,45
Среднее время пребывания в шоуруме, мин	18,23

ПОСЕТИТЕЛИ КАТКА

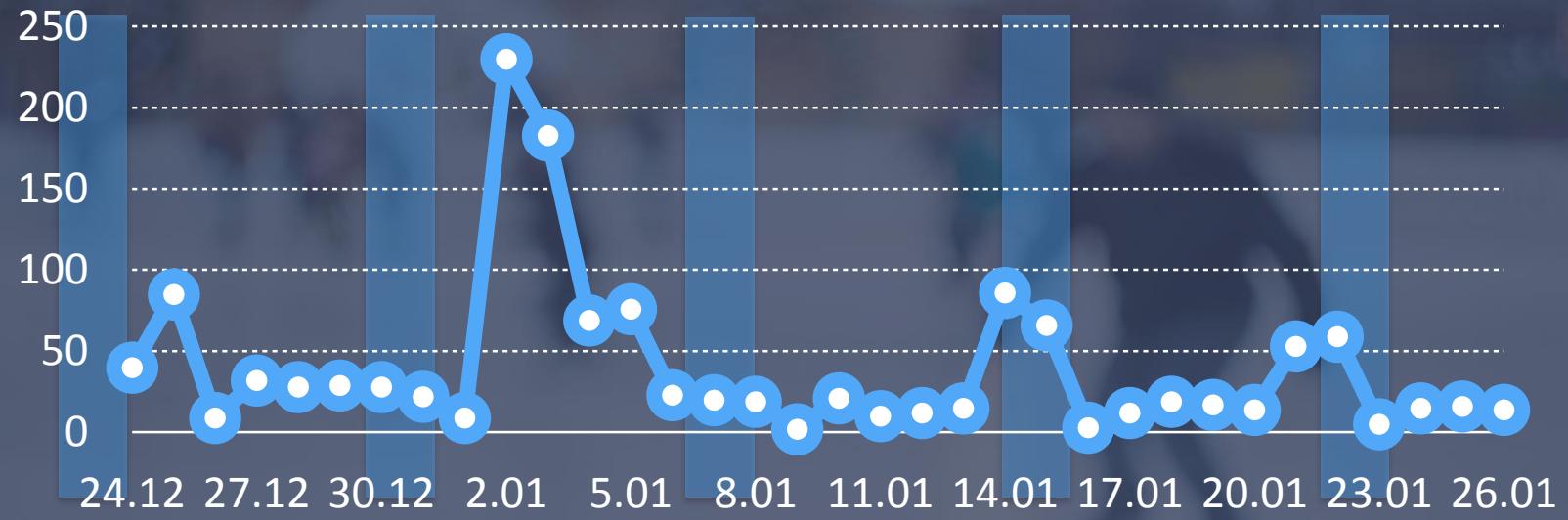


В выходные дни отмечается рост визитов, однако 7 и 8 января “провалились” из-за аномально низкой температуры
Пик визитов был 2 января, каток посетило 10 081 человек

ПОСЕТИТЕЛИ КАТКА

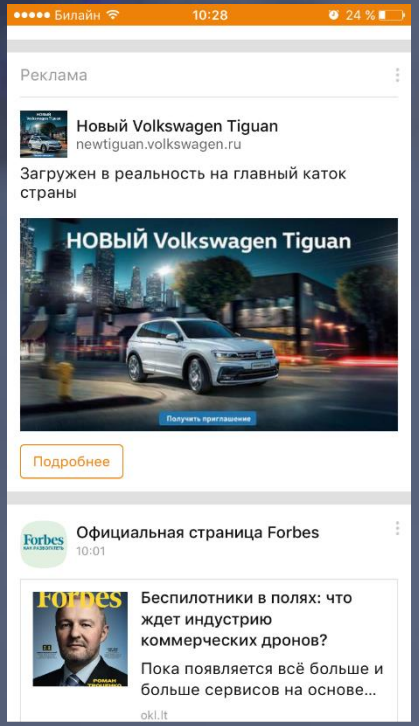


ПОСЕТИТЕЛИ ШОУРУМА



В выходные дни отмечается рост визитов, однако 7 и 8 января “провалились” из-за аномально низкой температуры
Пик визитов был 2 января, шоурум посетило 230 человек

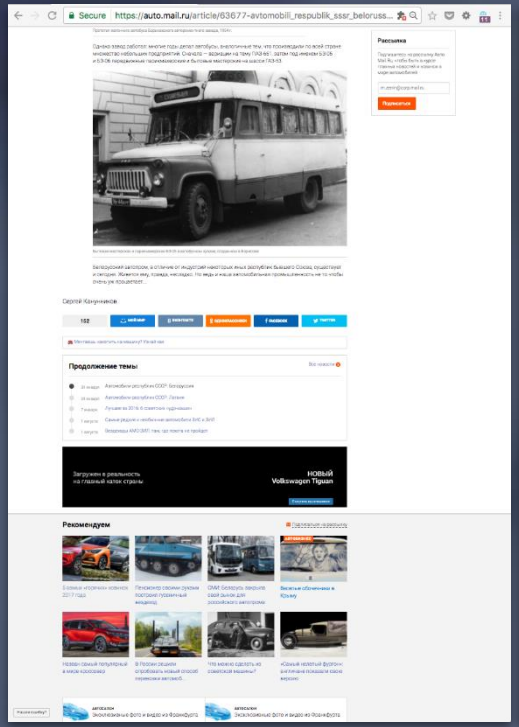
АТРИБУЦИЯ

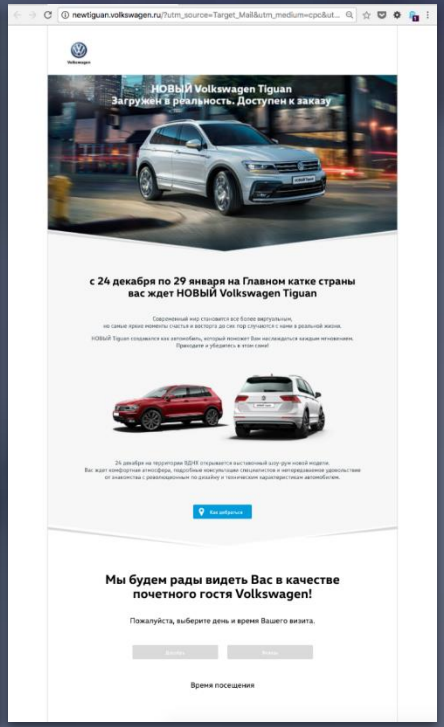


Прохожие	805
Посетители	15
Entry rate, %	1,87
Среднее время, мин	10,6

Entry rate среди видевших РК на 49,6% выше среднего значения по посетителям шоурума. Время пребывания в шоуруме среди видевших рекламу на 41,8% ниже среднего по проекту.

АТРИБУЦИЯ





Прохожие	3959
Посетители	97
Entry rate, %	2,93
Среднее время, мин	28,6

Entry rate среди видевших РК на 135,2% выше среднего значения по посетителям шоурума. Время пребывания в шоуруме среди видевших рекламу на 56,9% выше среднего по проекту.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Название РК	Охват	Распознано MAC-адресов	Прохожие	Посетители	Entry rate, %	Среднее время, мин
MyTarget Mobile	125 339	34 366	805	15	1,87	10,6
Авто@Mail Desktop	455 791	143 838	3 959	97	2,93	28,6
Wi-Fi сенсоры	—	—	90 513	1 133	1,25	18,23

ИТОГИ

5,26% посетителей катка контактировали с рекламой бренда на ресурсах Mail.ru Group

9,89% посетителей шоурума контактировали с рекламой бренда на ресурсах Mail.ru Group

+88% средний entry rate среди посетителей, видевших рекламу на ресурсах Mail.ru Group

ВЫВОДЫ

Синергия оффлайн и онлайн данных позволяет традиционному ритейлу лучше узнать своих покупателей

Активация данных о посещениях торговых точек позволяет по-новому взглянуть на эффект от рекламы в интернете

СПАСИБО

ICONS BY ICONSR.COM