



**Maxima**Telecom



# **МАКСИМАТЕЛЕКОМ ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА**

**привлечение новых клиентов  
для кофейни «Капучинка»**

**Ефим Винокуров**, руководитель платформы MT\_CITY МаксимаТелеком

[e.vinokurov@maximatelecom.ru](mailto:e.vinokurov@maximatelecom.ru)  
[promo.wi-fi.ru](http://promo.wi-fi.ru)

# КАКИЕ РЕКЛАМНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ МАЛЫЙ БИЗНЕС ИСПОЛЬЗУЕТ СЕЙЧАС?



Event & BTL



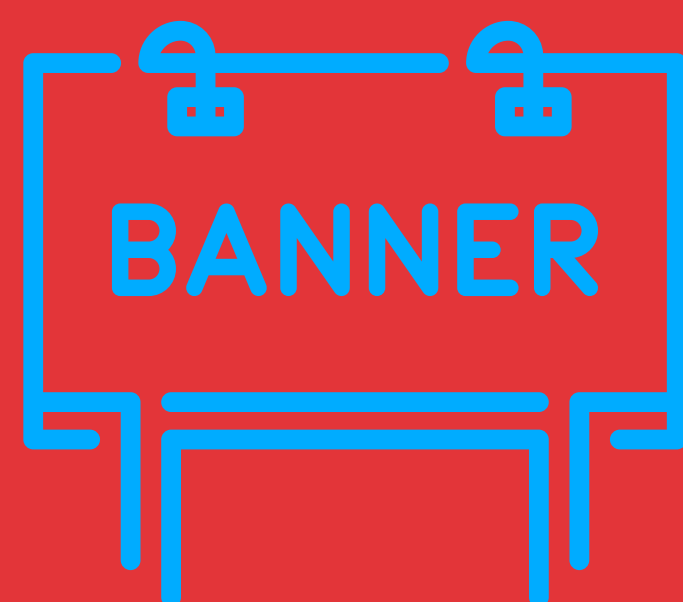
Наружная реклама



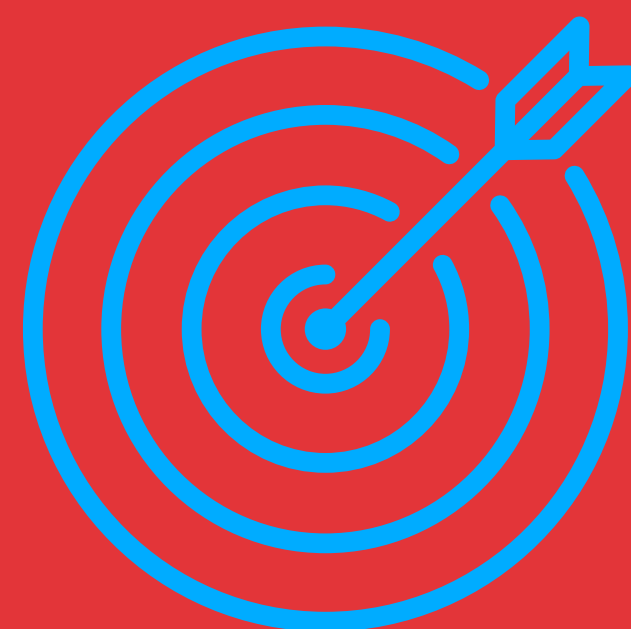
Mail marketing



# ОСНОВНЫЕ КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА



Локальная  
наружная  
реклама



Таргетированная  
реклама



SEO /  
Контекстная  
реклама



Медийная  
реклама

# O2O ОТ МАКСИМАТЕЛЕКОМ



## **MT\_PLACE – ПЛАТФОРМА ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ В СЕТИ MT\_FREE С ВОЗМОЖНОСТЬЮ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ УНИКАЛЬНЫХ ТАРГЕТИНГОВ**

- Доступна для любого рекламодателя
  - 100% органический трафик
  - 100% внимание на устройстве
  - Открытая статистика в режиме реального времени
- 
- Уникальная экспертиза геолокации
  - Возможность использования данных MT\_BOX для коммуникации с пользователями
  - Высокая вероятность прохождения точек продаж после поездки в транспорте

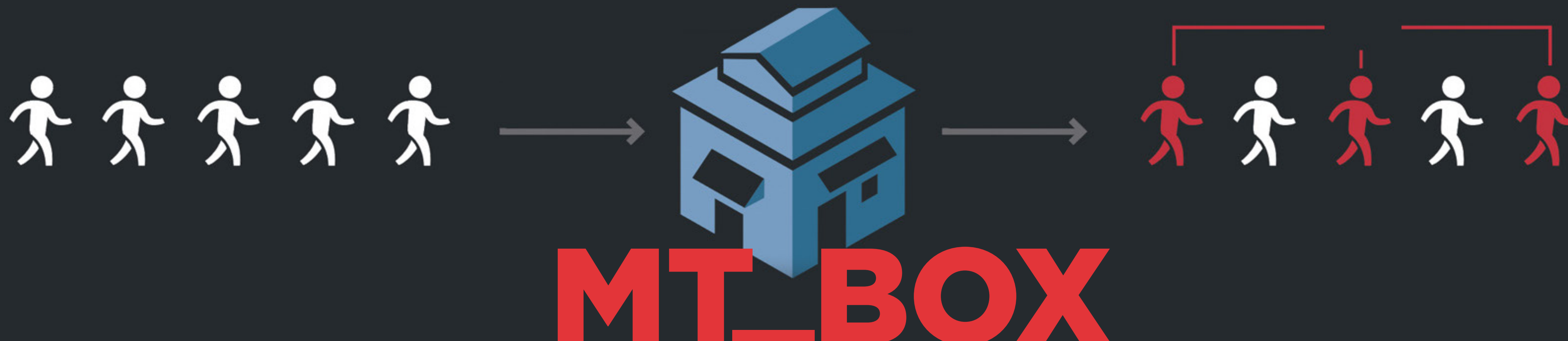
## MT\_BOX

Инструмент позволяет МаксимаТелеком собирать данные о посещении различных локаций, использующих роутер-маяк, строить маршруты передвижений и понимать реальные предпочтения пользователей.



60% пользователей мобильного интернета в Москве подключаются к Wi-Fi-сети MT\_FREE

3 из 5 обладателей мобильных устройств могут быть ассоциированы с нашими роутерами



### Альтернативный вариант работы

Трекинг пользователей, проходящих мимо локации, за счет установки оборудования MT\_BOX у входа. Полученные данные могут быть использованы для коммуникации с потенциальными клиентами.

MT\_PLACE – кабинет для самостоятельной коммуникации с аудиторией, собранной с помощью MT\_BOX

# КЕЙС КОФЕЙНИ «КАПУЧИНКА»

# ФОРМИРОВАНИЕ АУДИТОРИИ



MT\_BOX позволяет собирать базу гиперлокальной аудитории: люди, проходящие в непосредственной близости к заведению

На основе внутренних алгоритмов МаксимаТелеком мы выделили людей которые живут или работают на ближайшей станции метро, а также часто подключающиеся к Wi-Fi именно на этой станции

В дальнейшем появится возможность работы с постоянными клиентами (редкие гости и те, кто посещают заведение в определенное время и т.д.)

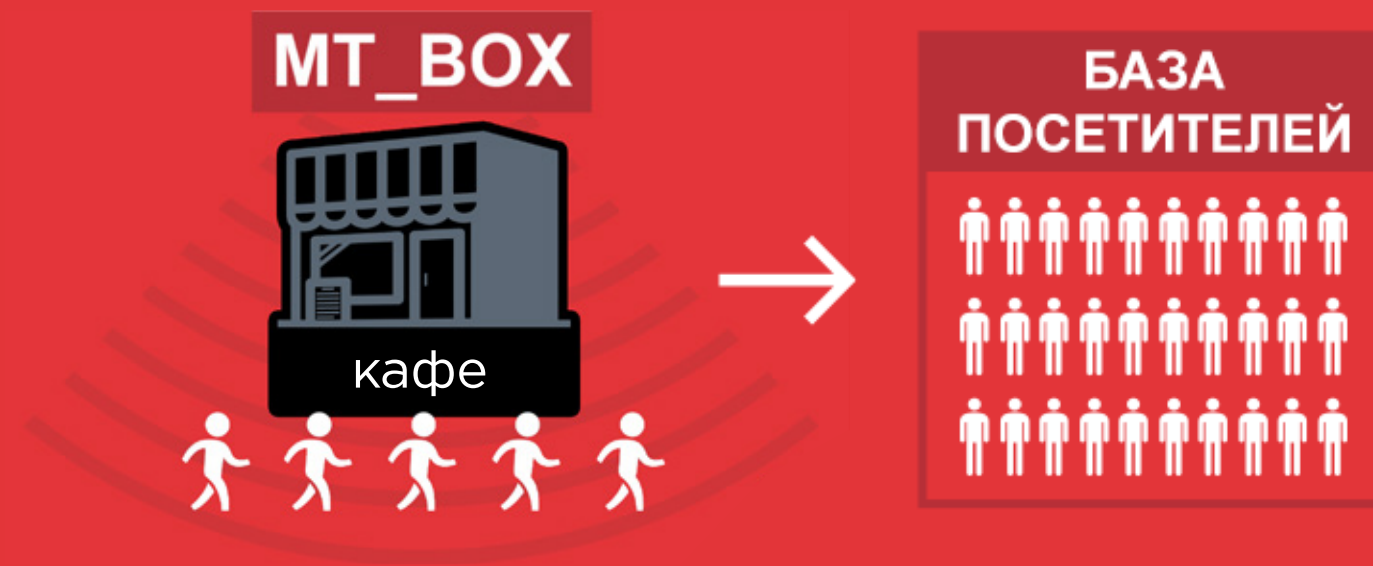


# МЕХАНИКА ПОКАЗОВ РЕКЛАМЫ

# 02



Maxima Telecom



## Настройка рекламы на аудитории:

- проходящие мимо кафе
- работающие на «Автозаводской»
- живущие на «Автозаводской»
- подключающиеся к Wi-Fi на «Автозаводской»



Разработано три креатива с разными акциями и промо-словами для дополнительной аналитики рекламной кампании



MT\_BOX также служит нашей офлайн метрикой. Мы способны измерить количество пользователей, увидевших рекламное сообщение и пришедших в точку продаж

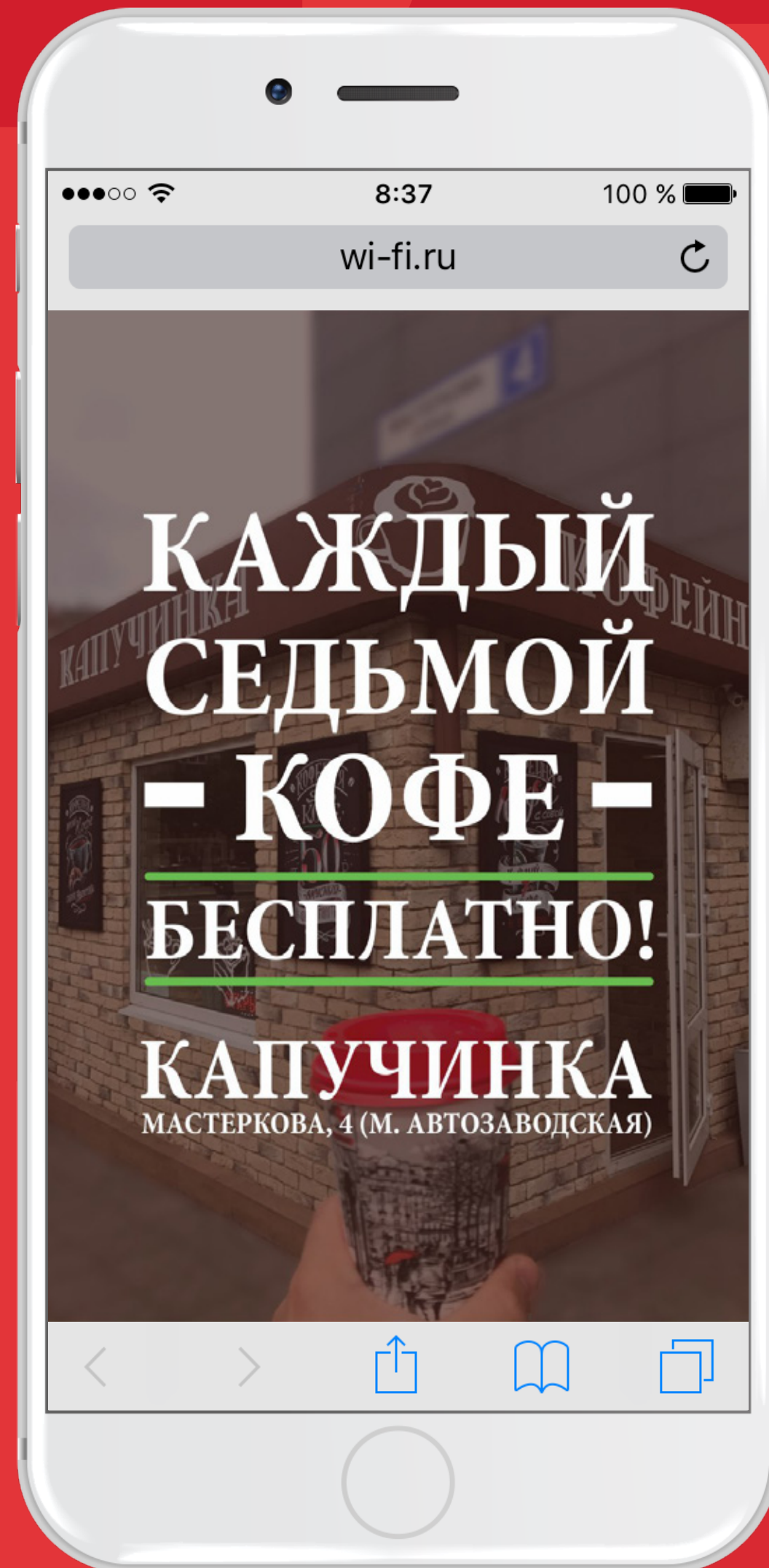


# КРЕАТИВЫ

Полноэкранный  
баннер



Maxima Telecom





# РЕЗУЛЬТАТЫ

Цель: привлечение новых клиентов в кафе «Капучинка»



## Аудитория рабочей станции метро



Привлеченные клиенты  
сразу стали постоянными  
(три раза в среднем  
совершали покупки  
в течении трех недель)

25 771 количество  
показов  
рекламы

0,26% конверсия  
в реального  
клиента

менее 400\* стоимость  
привлеченного  
клиента

\*средний чек 350р

# РЕЗУЛЬТАТЫ

Цель: привлечение новых клиентов в кафе «Капучинка»



## Аудитория проходящих мимо



Привлеченные клиенты  
сразу стали постоянными  
(три раза в среднем  
совершали покупки  
в течении трех недель)

8 415

количество  
показов  
рекламы

0,94%

конверсия  
в реального  
клиента

менее 120р

стоимость  
привлеченного  
клиента

Предложение МаксимаТелеком это великолепная альтернатива флаерам, которые раздают перед заведением Во-первых, вы сами определяете, кому показывать рекламу, во-вторых, от нее выше конверсия, чем от флаеров. Буквально за пару месяцев до начала показов баннеров в метро я нанимал промоутеров для раздачи флаеров. День работы – 2000 рублей, за это время раздается 1000 флаеров, стоимостью 1500 рублей, а конверсия всего 2-3 человека, плюс, а точнее минус, это расход древесины на печать. В общем я очень доволен.

Иннокентий Федосеенко,  
владелец кафе «Капучинка»





MaximaTelecom

**СПАСИБО  
ЗА ВНИМАНИЕ!**