



Локализация зарубежных практик на российском рынке performance marketing

Руслан Абдрахманов

Head of Marketing

Reed Exhibitions Russia

Agenda

- **Специфика**

Специфика маркетинга на международном и российском рынках F2F

- **Локализация**

Особенности российского performance marketing, неведомые зарубежным коллегам

- **Компромисс**

Performance marketing в условиях компромисса между корпоративными политиками и реалиями российского рынка

- **Противостояние**

Международные технологические решения vs инструменты performance marketing в России



Reed Exhibitions

- Мировой **топ-3** выставочных и конгрессных операторов (рынок F2F)
- **40** офисов со штаб-квартирой в Лондоне (UK)
- **30** стран
- **3700** сотрудников
- **500+** выставочных проектов в 43 рынках
- Reed Exhibitions – часть RELX Group (**FTSE 100**)



Международные компании F2F

- **Портфель бизнесов**

Бюджеты, стратегии, миксы каждого проекта независимы друг от друга (иными словами, каждый проект – полуавтономный бизнес)

- **Вектор на результат**

Согласование стратегии с HQ «по результату» - высокое доверие HQ к экспертизе локальных бизнес-юнитов по части каналов. Все, что не считается, или не конвертируется – не эффективно

- **Длинный цикл**

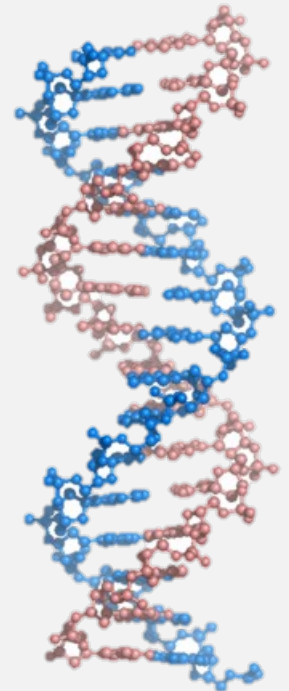
«Попробовать канал» для каждого проекта стоит слишком дорого из-за цикла в 15 месяцев

- **Глобальный toolkit**

Корпоративные платформы: сайты, системы регистрации, хранения данных и пр. Это оказывает эффект на локальные запуски кампаний

- **Copy with pride**

Регулярные сессии best cases между бизнес-юнитами



Интеграция

- **Локализация глобальных инструментов “from the group”**

Зарубежные приобретения проходят локальный аудит на соответствие российскому законодательству

- **Интеграция локальных инструментов**

Все локальные поставщики проходят глобальный assessment в HQ, в частности, по GDPR и IT Security

- **Интеграция собственных локальных разработок**

Разрабатываются с учетом емкости и функциональности текущих платформ и пр.



Компромиссы в performance marketing

- **Отслеживание**

Глобальные платформы вводятся в бизнес, исходя из необходимого функционала в разных бизнес-юнитах. Резко появившаяся необходимость в чем-то рискует быть не интегрированной. То же происходит и с пикселями отслеживания.

- **Сервисы**

Синхронизация платформ с глобальными сервисами, которые широко используются в разных офисах, происходит по умолчанию. Однако значительные локальные сервисы проходят дополнительную авторизацию.

- **UGC**

Для таких проектов выпускаются сайты на локальном уровне, что делает их более гибкими к использованию в рамках маркетинг-микса.



PM: Россия / Мир

- **Отслеживание**

CMS 2008 – 2018: EPI Server (GTM), CMS 2018 – ...: Adobe Experience (DTM)

Междоменное отслеживание целевых действий

- **Сервисы**

Google – глобально авторизован (используется во всех офисах)

Facebook – глобально авторизован (используется в большинстве офисов)

Yandex – проходит авторизацию (используется только в России)

Mail.ru / MyTarget – проходят авторизацию (используются только в России)

Vkontakte – проходит авторизацию (используется только в России)

- **UGC**

КомандаКрасоты.РФ – не требует авторизации, носят суб-проектный характер, выпущен на другой CMS со по умолчанию интегрированными сервисами, актуальными для России



PM: Россия /Кейс

+ 103%

рост **CR** по всем рекламным каналам после первой недели старта кампаний



PM: Россия /Кейс

- **Сегментация аудитории**

Базовая сегментация и глубокая (интересы, история запросов и тд) с целью персональной коммуникации.

- **Работа с сформированным спросом**

- **Повторная коммуникация**

Ретаргетинговые кампании с персональной коммуникацией в зависимости от этапа принятия решения.

- **Обогащение данных**

Работаем с посетителями прошедших выставок, строим look-alike и тд.

- **Оптимизация по конверсии**

- **Инструменты и форматы**

Видеоформаты, геолокационная реклама и тд.





Спасибо
Q&A

Руслан Абдрахманов
Head of Marketing
Reed Exhibitions Russia
