

Измерение эффективности

Digital-рекламы

Зачем измерять эффективность



Digital-рекламы

Аудитория

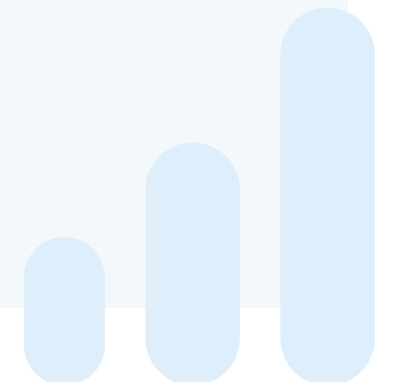
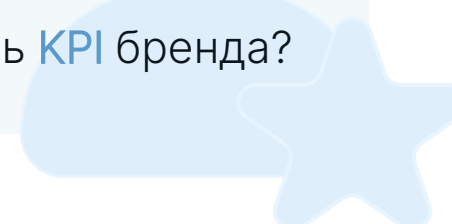
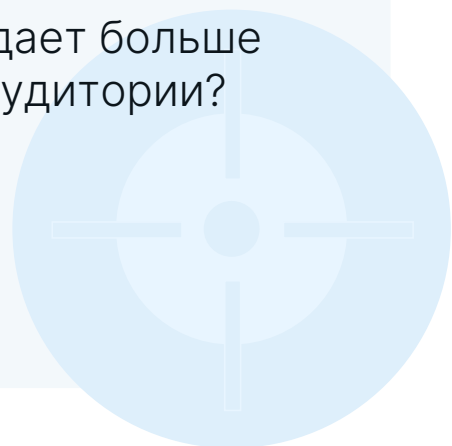
- Как реклама отработала на целевую аудиторию?
- Сколько из всех контактов относится к целевой аудитории?
- Кто те люди, кто видел рекламу, но не ЦА?
- Какой канал дает больше уникальной аудитории?

Бренд

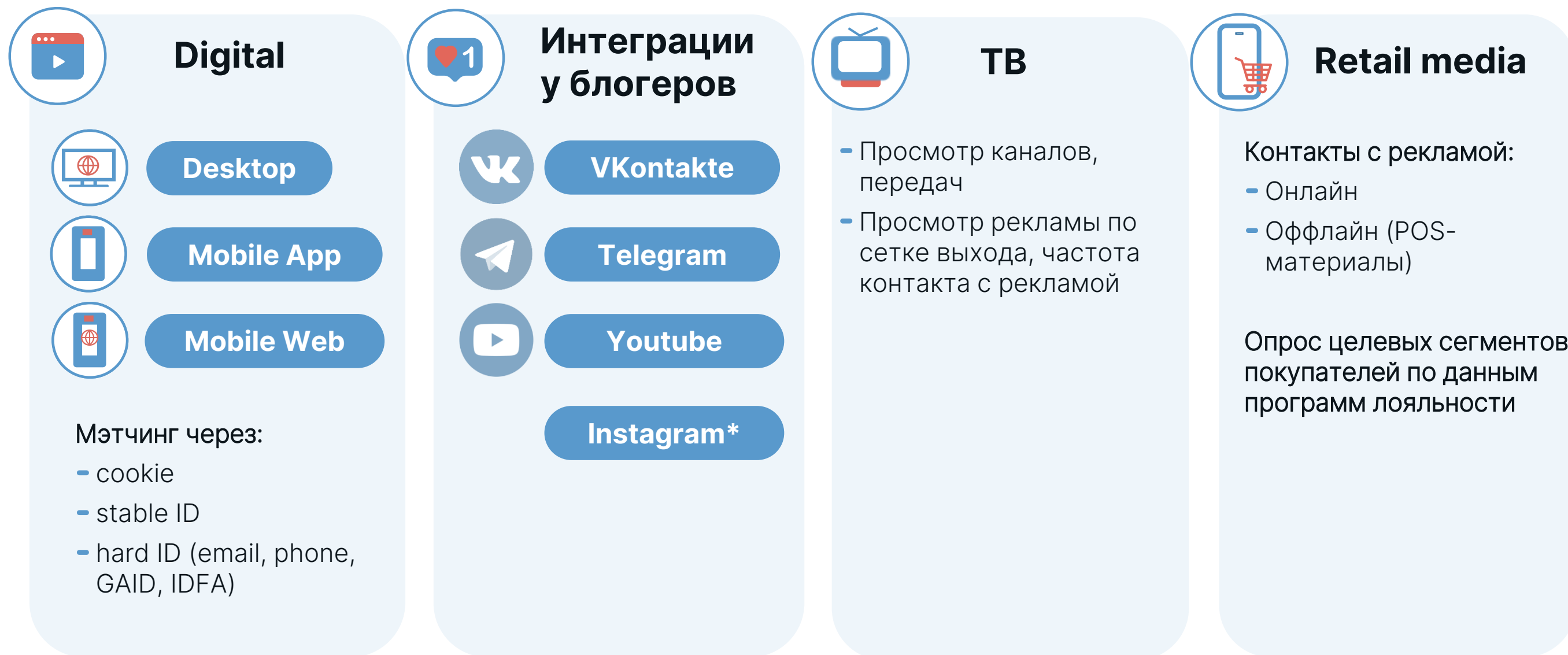
- **AD RECALL**: Запомнили ли рекламу? Сколько раз ее показывать, чтобы запомнили (оптимальная частота контакта)?
- **BRAND-LINK**: Хорошо ли в креативах заметен бренд, насколько он запоминается?
- **BRAND CUES**: Что помогает запомнить бренд? Доносят ли креативы рекламное сообщение?
- Как изменились **KPI** бренда?

Имидж

- Как реклама повлияла на имидж? Что нужно продвигать, чтобы выросло намерение купить?
- Устали ли от рекламы? Мотивирует ли она узнать о бренде больше? Улучшает ли отношение?



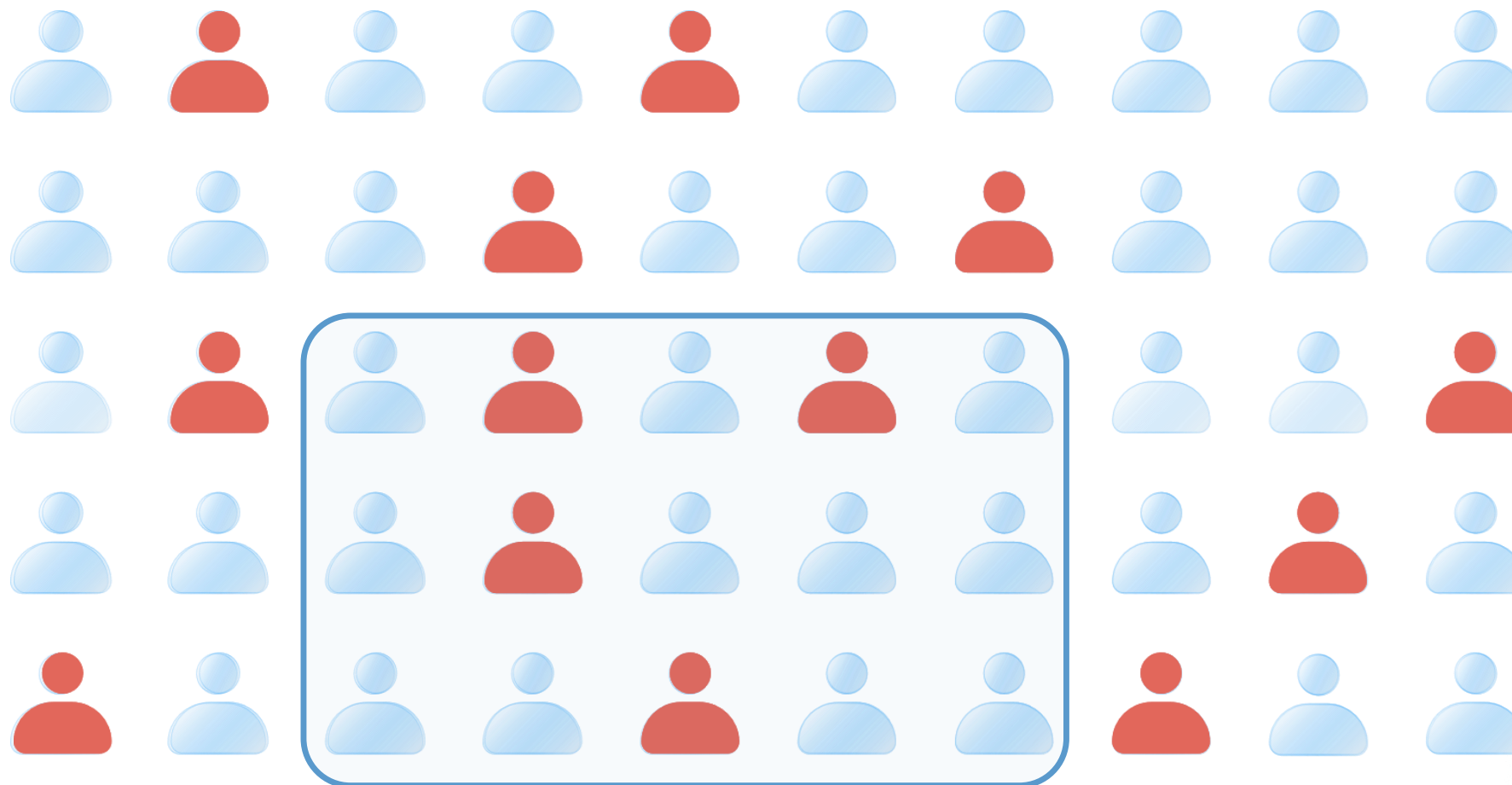
Измеряемые каналы



Опрос по факту **контакта**



- Технология синхронизации с рекламными инструментами позволяет точно узнать, кто из панелистов контактировал с определенной рекламой



1 Определение аудитории рекламной кампании по всем каналам

2 Определение панелистов среди контактировавших с рекламной кампанией

3 Поиск целевой аудитории среди контактировавших с кампанией панелистов

 Панелисты OMI *  Целевая аудитория

* Среди охваченных рекламой, панелисты OMI составляют в среднем 0,2–0,3%

Методология **Brand-Lift study**

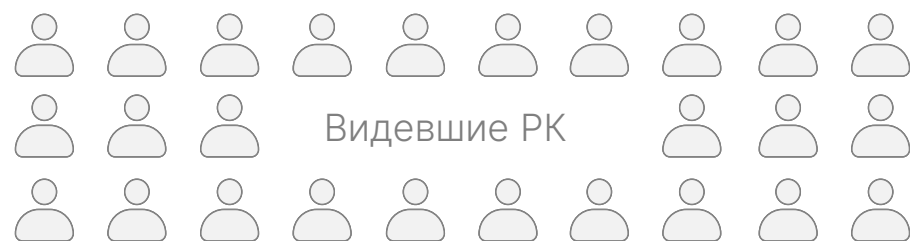


Из панелистов, которые видели рекламу набирается

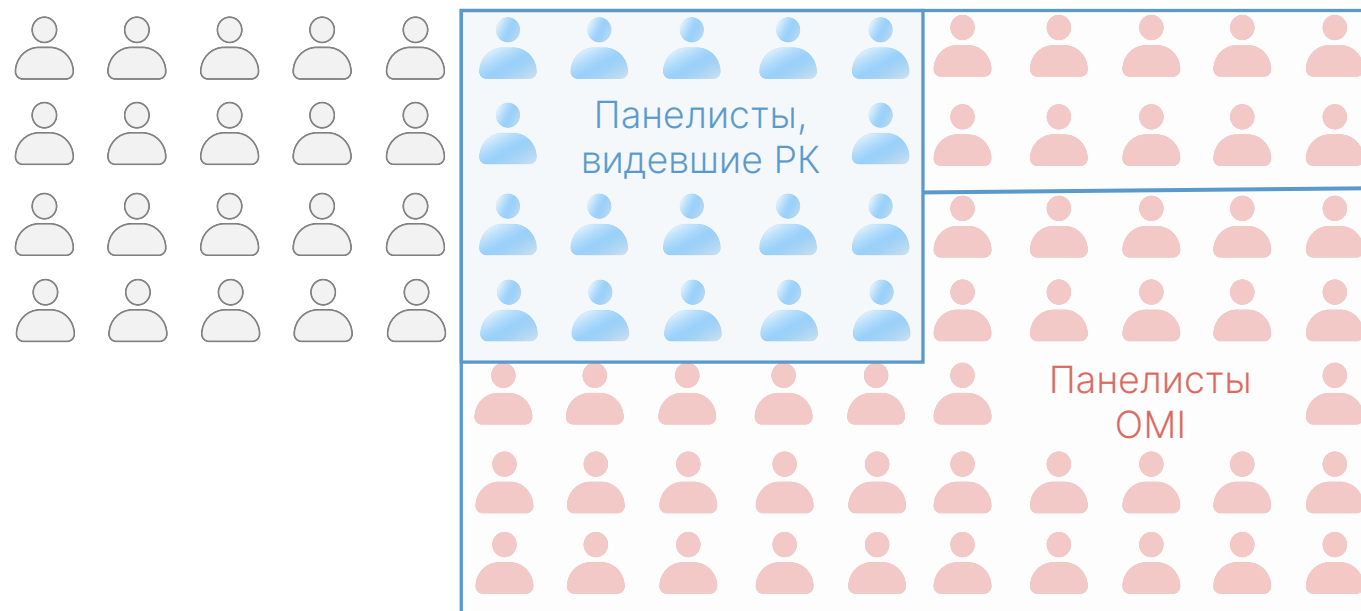
Тестовая группа

Из остальных панелистов –

Контрольная группа



Аудитория уменьшается до целевой, и приглашается к опросу



Тестовая группа

Контрольная группа



Оценка эффективности кампании (Brand-lift)

Структура исследования

Тестовая группа

Видели рекламу

Контрольная группа

НЕ видели рекламу

Группы идентичны по полу, возрасту, географии, потреблению категории и др. параметрам в соответствии с Методологией исследования

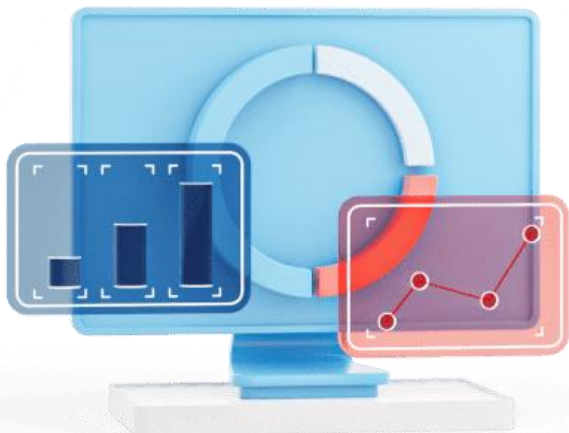
Блок оценки KPI бренда

- Спонтанное знание
- Знание с подсказкой
- Опыт покупки
- Лояльность
- Намерение покупать
- Имидж бренда

Блок оценки креатива

- Ad recall
- Brand-link, brand-cues
- Считываемость сообщения
- Общее восприятие

Панель



Качество данных

- Регулярная проверка и удаление из панели недобросовестных респондентов
- Уникальная ссылка на опрос не позволяет заполнить анкету дважды
- Контроль качества данных в каждом запрограммированном опросе



Надежность

- Большой объем панели позволяет обеспечивать ротацию на участие в исследованиях
- Используется только для проведения маркетинговых исследований



Качество панели

- Стандарт ISO 20252:2019



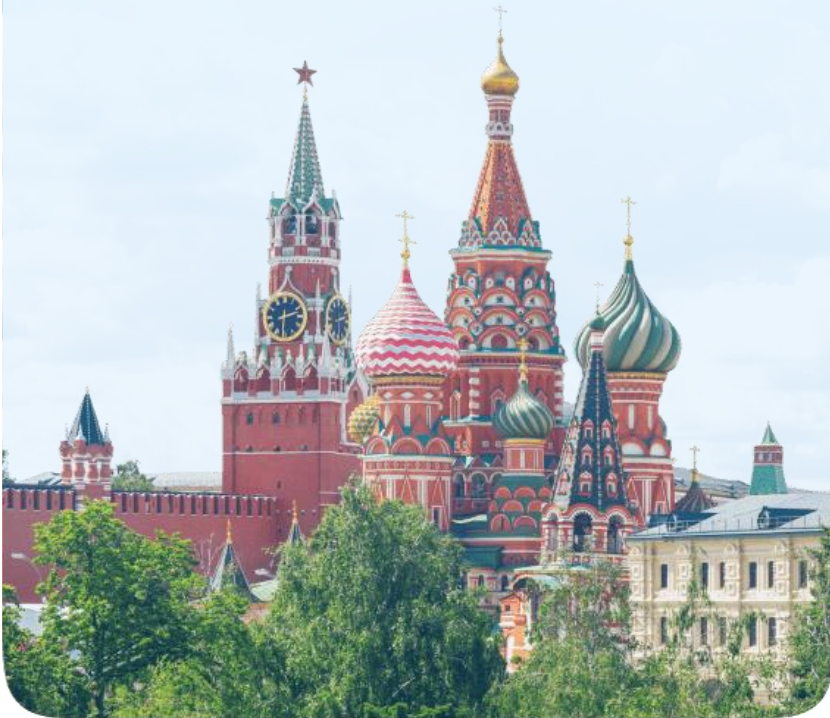
Возможности

- Наличие узких социо-демографических групп
- Широкий список источников для рекрута (социальные сети, баннерные сети, партнерские базы банных и др.)



Россия

> 700 000 



Беларусь

> 35 000 



Казахстан

> 40 000 



Наши контакты

 www.omirussia.ru

 +7 (495) 660 94 15

 adeffect@omirussia.ru

