

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЧЕРЕЗ LOOK-ALIKE

Панелисты
OMI



DMP
партнера

Анализ
аудитории

Построение
look-alike



Медийное
размещение



Передача данных из research-компании в DMP

КАК ЭТО РАБОТАЕТ

Определение сегмента с помощью онлайн панели

Планируете ли Вы приобрести автомобиль в ближайшее время?

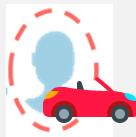
- Планирую в течение 3 месяцев
- Планирую в течение 6 месяцев
- Планирую в течение года
- В ближайшее время не планирую покупать автомобиль

Автомобиль какой марки Вы планируете приобрести?

- Hyundai
- BMW
- Audi
- Lada
- Mercedes

С помощью анкетирования или анализа профильных данных панелей находим аудиторию, соответствующую заданным критериям (например, планирующие покупку автомобиля)

Загрузка сегмента в DMP и его анализ

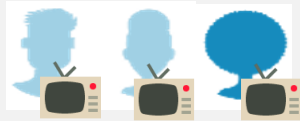
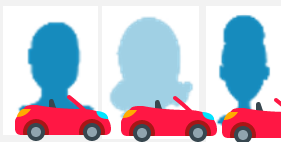


DMP



Передаем аудиторию в DMP и определяем поведенческий портрет, выделяем общие поведенческие критерии

Расширение сегмента до млн и размещение на него



Расширяем аудиторию через механизм look-alike и передаем в медийное пространство для размещения на нее

СХЕМЫ ПОСТРОЕНИЯ СЕГМЕНТА

1. Профильные данные

Социально-демографические и другие данные, полученные при первоначальной регистрации респондента в панель или при регулярном обновлении профиля

2. Экспресс опрос

Ключевые потребительские, поведенческие и другие данные, необходимые для формирования сегмента (2-3 вопроса)

3. Стандартный опрос

Любые социально-демографические, потребительские и другие данные, формирующие сегмент (любое число вопросов)

4. Данные интернет-поведения

Особенности поведения в интернете, характерные для сегмента, собранные при помощи трекера активности

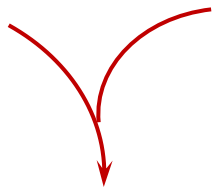


СХЕМА 1: ПРОФИЛЬНЫЕ ДАННЫЕ

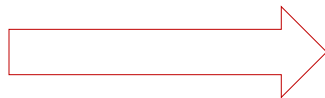


- ✓ Сегмент формируется из тех данных, которые указаны при первой регистрации в панель или при регулярном обновлении профильных данных (доступны даты заполнения) – см. Приложение 1
- ✓ Оптимально для **узких социально-демографических групп**

примеры:

- «самостоятельная молодежь» – мужчины и женщины в возрасте от 18 до 30 лет , работающие, одинокие, проживающие отдельно, в городах от 500 тыс. жителей
- «молодые мамы» – женщины в возрасте от 18 до 24 лет с детьми от 0 до 12 мес. с доходом средний и выше, проживающие в городах от 250 тыс. жителей

СХЕМА 2: ЭКСПРЕСС ОПРОС



- ✓ Сегмент формируется на основе 2-3 ключевых вопросов о потребительских предпочтениях
- ✓ Оптимально для **выделения узких сегментов в широких соц-дем группах** (выборка стихийная)

примеры:

- потребители определенных марок в категории (например, кофе, шоколадных плиток и т.д.)
- потребители категории, посещающие определенные развлекательные интернет-ресурсы
- потребители готовых завтраков, следящие за своим питанием

СХЕМА 3: СТАНДАРТНЫЙ ОПРОС

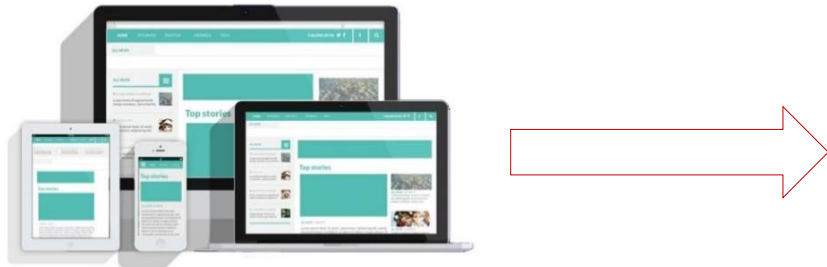


- ✓ Опрос может включать любое количество вопросов, включая социально-демографические, потребительские, поведенческие, психографику и пр.
- ✓ Позволяет сформировать сегмент любой выбранной спецификации

примеры:

- потребители алкоголя, ведущие определенный образ жизни
- «инноваторы», «аутсайдеры» и другие социально-психологические сегменты

СХЕМА 4: ДАННЫЕ ИНТЕРНЕТ-ПОВЕДЕНИЯ



- ✓ **Сегмент формируется на основе характеристик интернет-активности пользователей:**
 - посещение определенных ресурсов,
 - использование определенных поисковых запросов,
 - время использования социальных сетей
 - возможно уточнение параметров сегмента за счет совмещения с профильными данными или проведением стандартного опроса
- ✓ Наиболее **точное таргетирование** по наиболее **актуальной и фактической информации**

примеры:

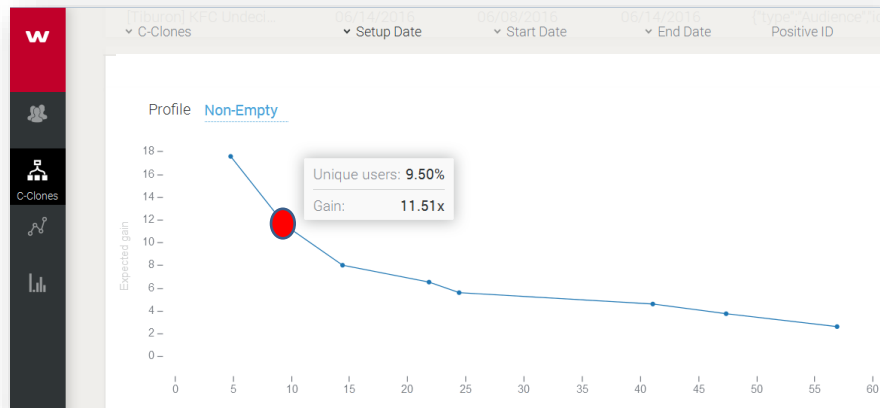
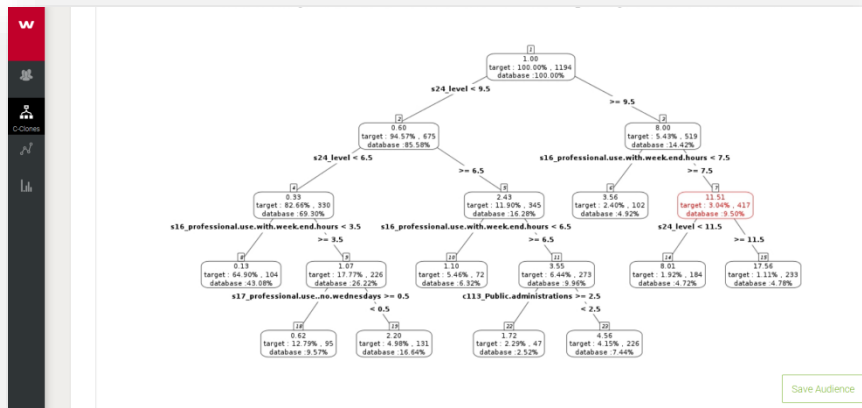
- родители, интересующиеся вопросами детского питания
- покупатели алкоголя онлайн
- посетители интернет-магазинов для домашних животных

АНАЛИЗ И ПОСТРОЕНИЕ АУДИТОРИИ

Система строит анализ портрета аудитории на основе ее поведения и выделяет эффективные сегменты

Выбираем оптимальное соотношение размера и «силы» сегмента

Система дает оценку доступного объема аудиторного сегмента



НАСТРОЙКА КАМПАНИИ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТА



Настройка кампании

Передача
аудитории в
DMP

достаточно 1000
профилей

Построение
look-alike

несколько
миллионов
профилей



Оптимизация

Размещение на
look-alike

~ миллион
профилей



Результат

Оцениваем
Purchase Intent

+ 50% Purchase
Intent

