



POST CAMPAIGN ANALYSIS

Sales Lift | Brand Lift | O2O



ЗАДАЧИ АНАЛИТИЧЕСКОГО ОТЧЁТА SALES LIFT

Sales Lift – аналитический продукт, позволяющий определить конверсию в покупку для рекламных размещений на разных типах инвентаря.



Оценить влияние рекламной кампании на продажи по перечню sales метрик



Выявить наиболее восприимчивые группы покупателей



Оценить продажи бренда по сравнению с конкурентами



Сформировать рекомендации повышения эффективности рекламных размещений:

оценка влияния по 10 метрикам, уточнение ЦА по sales метрикам, СоцДем атрибутам, оптимизация затрат будущих рекламных кампаний.

УНИКАЛЬНОСТЬ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ДАННЫХ



Использование до 80%
оффлайн + онлайн транзакций



Возможность анализа в связке
с доходимостью в локацию



Высокая гранулярность по атрибутам
профиля, что позволяет выделить
наиболее конверсионные аудиторные
сегменты для будущих размещений

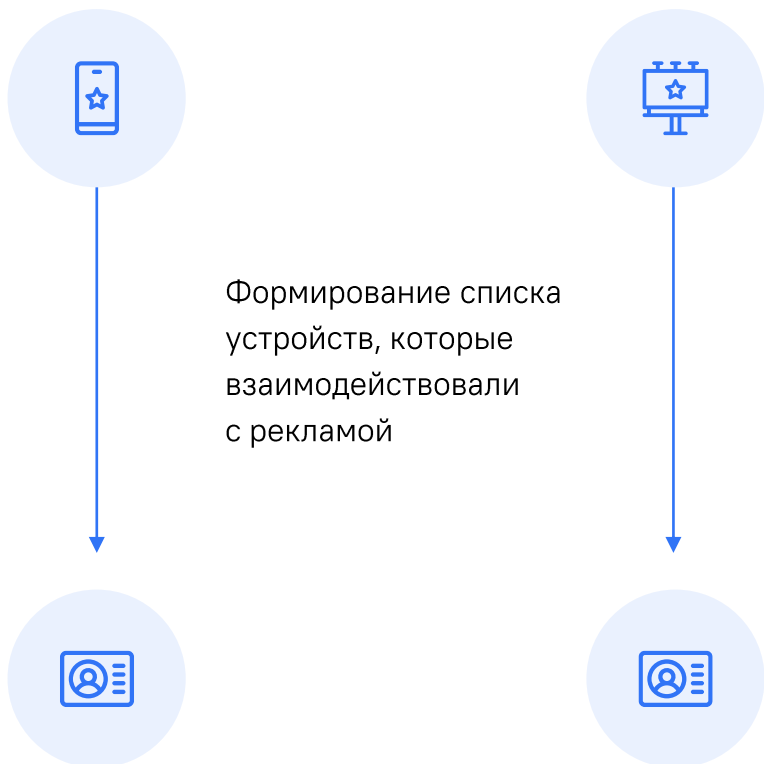


Анализ рекламных кампаний
и атрибуция в привязке к hard id

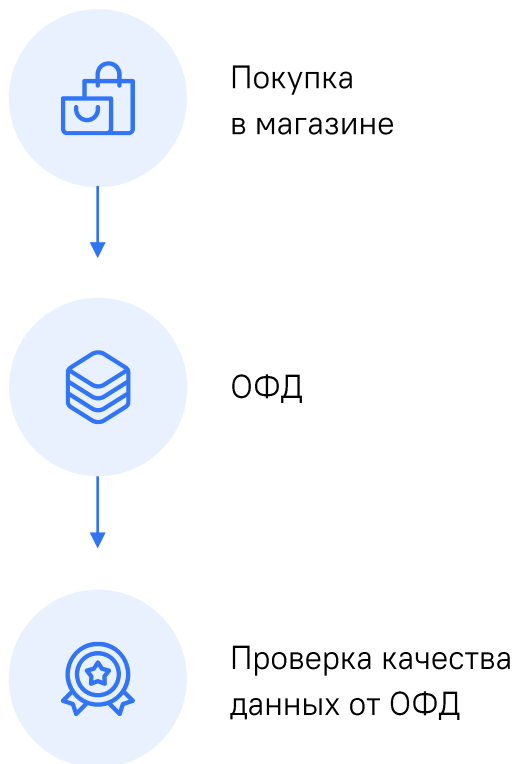
КАК ЭТО РАБОТАЕТ



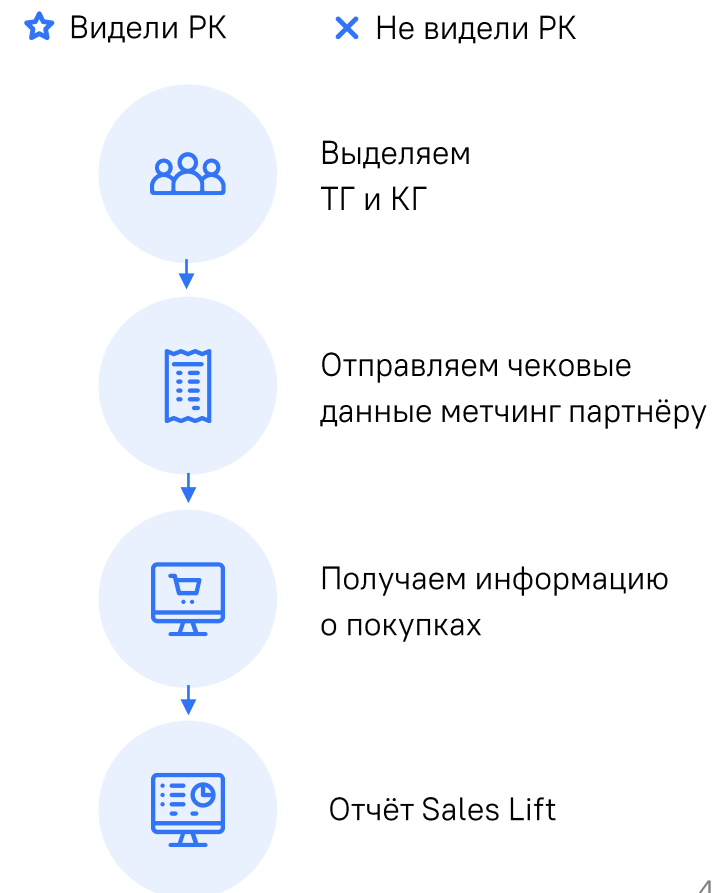
Проведение рекламной кампании



Получение и проверка данных ОФД по брифу клиента



Формирование аналитического отчёта



ЗАДАЧИ АНАЛИТИЧЕСКОГО ОТЧЁТА BRAND LIFT



Оценить чистый эффект РК и стоимость изменения бренд-метрик в рублях



Оценить естественное поведение бренд-метрики (если бы РК не было)



Оценить эффект воздействия РК на разные СоцДем группы



Определить позиции бренда на рынке среди конкурентов



Предоставить рекомендации по улучшению охватных РК на основе цифр:
уточнение ЦА, креативов, эффективных сроков РК, возможных целей по метрикам.

ВОЗМОЖНОСТИ. ТЕХНОЛОГИИ И АНАЛИТИКА



1

Используем тестовые и контрольные группы для исключения внешних факторов воздействия

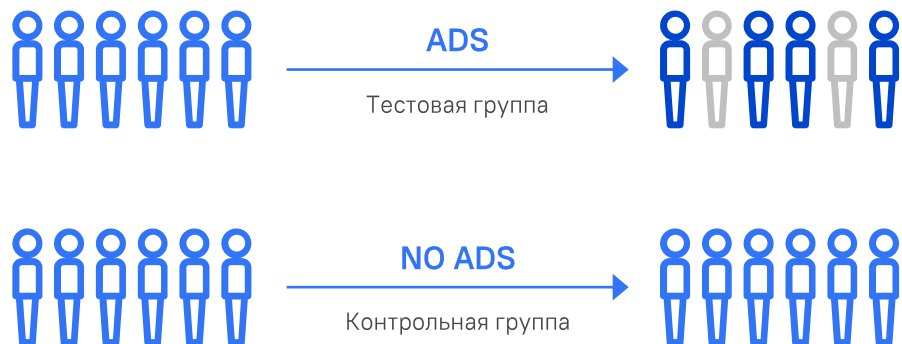
2

Проводим А/А и А/Б тесты, чтобы гарантировать результаты

3

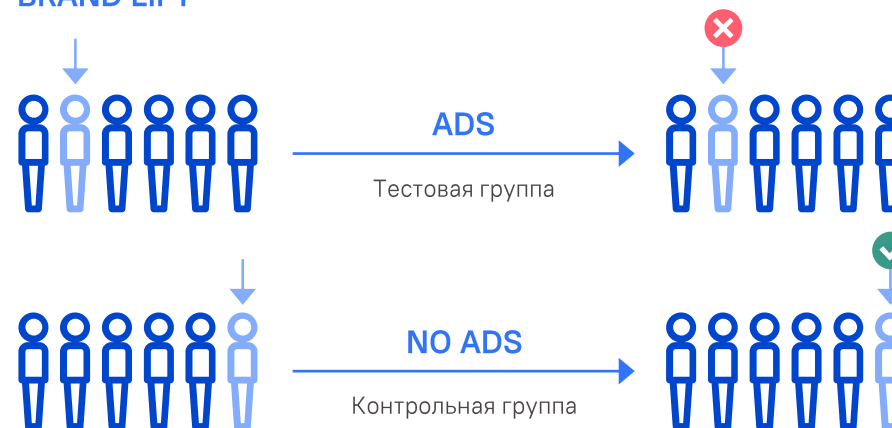
Оцениваем влияние фоновых маркетинговых активностей для всегда работающих РК

BRAND METRICS MEASUREMENT



В опросах мы лишь описываем эффект РК без изучения причинно-следственной связи.

BRAND LIFT



Мы можем проводить бренд лифты, потому что наша технология позволяет обратиться к одному и тому же человеку до и после РК. В бренд лифте изучаем эффект РК с детальным анализом, кто именно и почему изменил своё мнение, исследуем возможные позитивные и негативные изменения метрик.

УНИКАЛЬНОСТЬ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ДАННЫХ



Определить влияние РК:

- На каждого пользователя,
- На весь сегмент,
- На отдельные СоцДем группы в сегменте (по возрасту, по полу, по доходу).



Оценить «положительное», «нейтральное» и «отрицательное» воздействие рк на бренд метрики:

- На каждого пользователя,
- На весь сегмент,
- На отдельные СоцДем группы в сегменте (по возрасту, по полу, по доходу).



Установить и контролировать цели по бренд-метрикам на основе данных конкурентного анализа в динамике

О2О ДОХОДИМОСТЬ НА ДАННЫХ ГПМ ДАТА



MAC-адреса



Видели DOOH

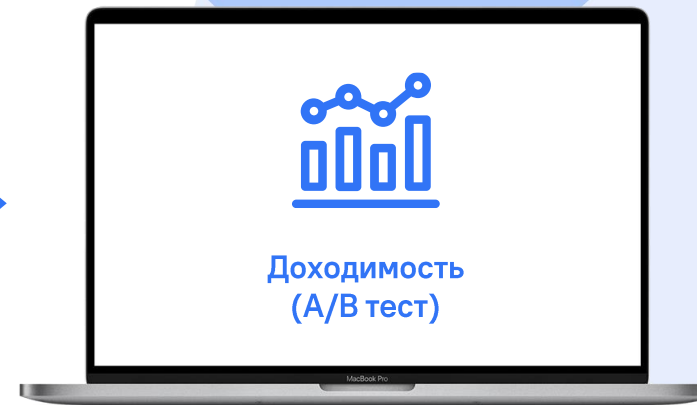


Не видели рекламу



Пиксель GPM Data ставится до старта рекламной кампании на сайт

Собирает mobile cookie



Доходимость (A/B тест)



**Спасибо
за внимание!**