



DMP ГИД ДАТА

Активационные и аналитические продукты

О компании ГИД Дата



МИССИЯ

ГИД Дата – лаборатория Gazprom ID по работе с данными, открывающая возможности цифровой трансформации компаниям.

150 специалистов в области данных и разработки ПО, мы работаем с лучшими и привлекаем лучших.

НАСЛЕДИЕ

До 2023 СП с Максима Телеком, единый центр обработки больших данных и поставщик AdTech решений для Газпром-Медиа Холдинга.

7+ лет в области IT консалтинга, разработки и интеграции продуктов для высоко-нагруженных сервисов.

x9

Улучшение пост-клик показателей на сайте благодаря Look-alike с алгоритмом оптимизации по конверсии.

Продукт:
Data Management Platform



x24

Экономия времени при создании промо-роликов благодаря компьютерному зрению.

Продукт:
Video Tagging System



+56%

Рост просмотра пользователями видео с использованием рекомендательного движка на базе ИИ.

Продукт:
Рекомендательный сервис



- Победитель в номинации «Аналитика» (Stable ID для Digital ООН)
- Шорт-лист в номинации «Технологии» (Video Tagging System)

news

- ТОП-30 крупнейших поставщиков для анализа данных

Adindex

- Рейтинги и публикации

Дата-продукты



Активация данных

- **ТАКСОНОМИЯ**
150 наиболее востребованных сегментов с хорошим проникновением в инвентарь DSP, уникальные данные ГПМХ, транзакционные данные
- **LOOK-ALIKE**
Расширенные аудитории по семплу данных (mob, cookie) направленные на рост покрытия ЦА и достижение конверсий
- **MID-ROLL**
Расстановка логических пауз в длинном видео-контенте для роста монетизации и сохранения метрик вовлечения пользователей



Аналитика и инсайты

- **ПРОФИЛИРОВАНИЕ**
Определение характерных и не характерных признаков по выборке данных, формирование собственной аффинитивной таксономии
- **CJM**
Кластеризация для определения ключевых профилей и миссий, например, «турецкие сериалы смотрят мамы с детьми до 3-х лет за приготовлением ужина»



Post-campaign исследования

- **BRAND-LIFT STUDIES**
Определение параметров закупки медиа и креативных факторов больше всего влияющих на ad recall, purchase intent и другие метрики
- **O2O**
Выстраивание единого CJ благодаря единому профилю с mob, mac, cookie, замеры конверсии в digital и DOOH
- **POST-VIEW**
Моделирование справедливого вклада публичеров в конверсию



RnD

- **АВТОМОДЕРАЦИЯ**
AI проверка креативов на соответствие требованиям законодательства и compliance публичера
- **КОНТЕКСТУАЛЬНЫЙ ТАРГЕТИНГ**
IAB-based таксономия при помощи семантического анализа текста и видео инвентаря
- **SMS-РЕТАРГЕТИНГ**
Реактивация наиболее ценной аудитории в зависимости от поведения на сайте по различным типам конверсий

Типы инвентарей:

✓ Видеосети



✓ DSP



✓ Рекламные платформы





Источники данных

Данные телеком компаний:
метро, наземный транспорт
и публичные сети



Данные активов ГПМХ



в перспективе подключение данных SSO



Поставщики транзакционных данных



DMP
ГИД Дата

>500
млн ID

Сегменты аудиторий по покупкам, интересам, геолокации, соцдем, возраст, доход и др.

Таксономия



Точность данных
верифицирована
исследовательской
компанией **OMI**
(Online Market
Intelligence)

Выборочно
по сегментам:
от 85% точности

Соцдем (17 сегментов)

Пол



- Мужчины
- Женщины

Возраст



- 10-17 лет
- 18-24 года
- 25-34 года
- 35-44 года
- 45+ лет

Онлайн-интересы (125 сегментов)

Бизнес



- Инвестирование
- Логистика
- Реклама, маркетинг, PR
- Аудит и консалтинг
- Бизнес-идеи
- Экономика и бизнес
- Информация о рынке
- Маркетинг и реклама
- Владелец малого бизнеса
- Финансы
- Юридическая поддержка

Авто



- Автозапчасти
- Покупка авто
- Американские авто
- Европейские авто
- Русские авто
- Китайские авто
- Южнокорейские авто
- Японские авто
- Мото
- Ремонт, ТО, услуги

Путешествия



- Авиаперелеты
- Прокат автомобилей
- Отдых за рубежом
- Отдых в РФ
- Самостоятельный отдых
- Отели, гостиницы

Сегменты по покупкам (62 сегмента)

Фарма



- Противовирусные препараты
- Безрецептурные препараты от стресса
- Лекарства от аллергии
- Лекарства от стресса по рецепту
- Носители контактных линз
- Лекарства от болезней вен
- Лекарства от проблем с пищеварением
- Лекарства от раздраженного кишечника
- Покупатели презервативов
- БАД для спорта
- Товары для женского здоровья
- Лекарства от кашля
- Лекарства от акне
- Медицинские препараты для мужчин
- Гепатопротекторы
- Пищевые добавки и витамины
- Пробиотики и пребиотики

Досуг



- Спортивные фанаты
- Геймеры, оборудование для игр
- Геймеры, игровой софт
- Дачники
- Активный туристический отдых

Покупательское поведение



- Премиальное потребление
- Black friday & охотники за скидками
- Потребители с осознанным ЭКО-подходом
- Покупатели online-магазинов
- Покупатели бытовой техники
- Техногики с умным домом
- Покупатели материалов для ремонта
- Покупатели зернового и молотого кофе

Красота



- Бьюти женщины
- Бьюти мужчины
- Салоны красоты постоянные посетители

Кошки и собаки



- Покупатели товаров для собак
- Покупатели товаров для кошек



Look-alike на инвентаре DSP GetIntent

Создание аудиторий, склонных к совершению целевых действий. В основе ML-модели с данными по поведению и активности пользователей в интернете

О продукте:

- Создание сегментов для DSP GetIntent: пользователи, наиболее склонные к совершению целевых действий
- 10 сегментов в месяц в рамках подписки на DMP
- Сбор данных по пикселю на сайте
- Возможно создание LAL сегментов для расширения целевого охвата, в т.ч. для других рекламных платформ

x9 выше time-spent, x3 лучше bounce rate

Дизайн кампании:

- Клиент – лизинг
- Целевое действие – отправка заявки
- Сплит-тест по пост-клик показателям
- Сегмент 1 – LAL на базе целевых действий на сайте
- Сегмент 2 – широкий сегмент с ручной оптимизацией
- Стратегия ставок – оптимизация по CPC

	Time-spent	Bounce rate, %	Pages per user
Сегмент 1 (Look-alike)	42 сек.	24%	2.2
Сегмент 2 (широкий сегмент)	5 сек.	66%	1.2
Uplift	x9	x3	x1.8



НАШИ КОНТАКТЫ
segment@gpmdata.ru