

# Programmatic для недвижимости



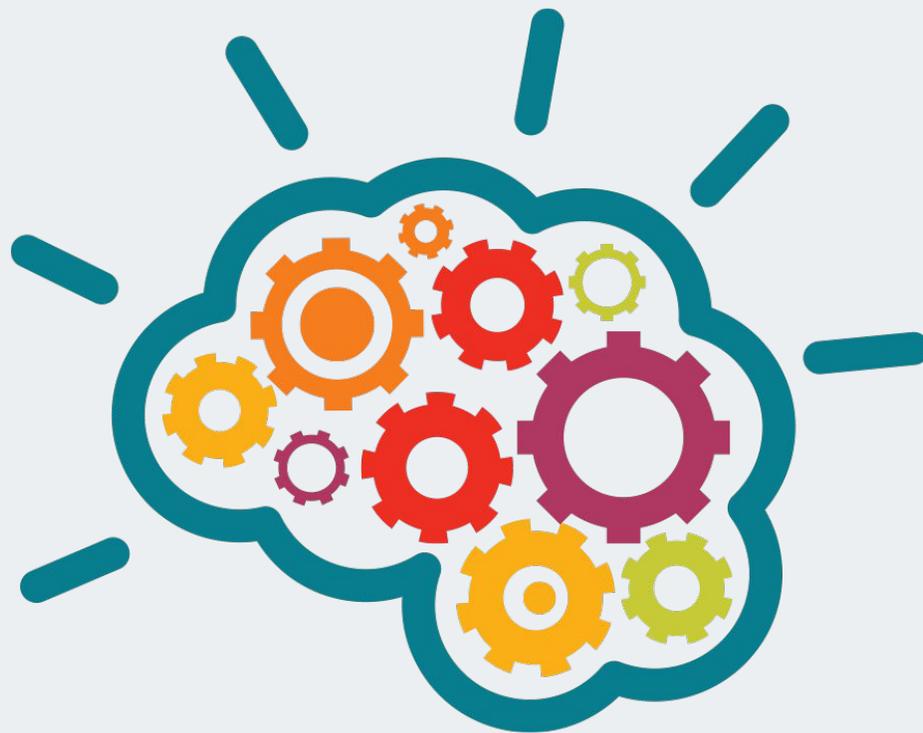
Роман Кобозев

Директор по маркетингу, Hybrid

hybrid

## Что такое programmatic

Programmatic — технологии для алгоритмической закупки рекламы в интернете



Какие задачи решает programmatic?

Имиджевые кампании  
(Brand Awareness)

Повышение лояльности к  
бренду



**PROGRAMMATIC**

Проведение пользователя  
по воронке  
(триггерные коммуникации)

Продажи  
(Performance)

---

hybrid

Ключевое преимущество programmatic — управление аудиторией и местами показа

# Основные таргетинги



Аудиторные

3<sup>rd</sup> party (аудитории от поставщиков)

- Ретаргетинг
- Look-alike (поиск похожих)
- Таргетинг на аудиторию площадки
- (опционально)



По месту размещения

White/black list

- Контекст площадки
- Тематика
- Most viewable

## Основные таргетинги



Технологии (могут различаться у разных DSP)

TV Sync



Гео и супергео (hyperlocal)



Погодный таргетинг



Trend-таргетинг



Частота показов (по временным интервалам/кроссканальная частота на пользователя)

# Чем отличаются DSP?

Основные критерии, характеризующие DSP:

- Подключённые SSP (у российских игроков как правило схожий набор)
- Максимальная ёмкость обрабатываемого трафика
- Latency (влияет на скорость ответа на аукционе)
- Алгоритмы оптимизации
- Разные типы трафика и поддерживаемые форматы
- Таргетинги

# Programmatic-сценарии для рынка недвижимости



# Clayton & Boyers. Персонализация ремаркетинга для элитной недвижимости



**Clayton&Boyers**

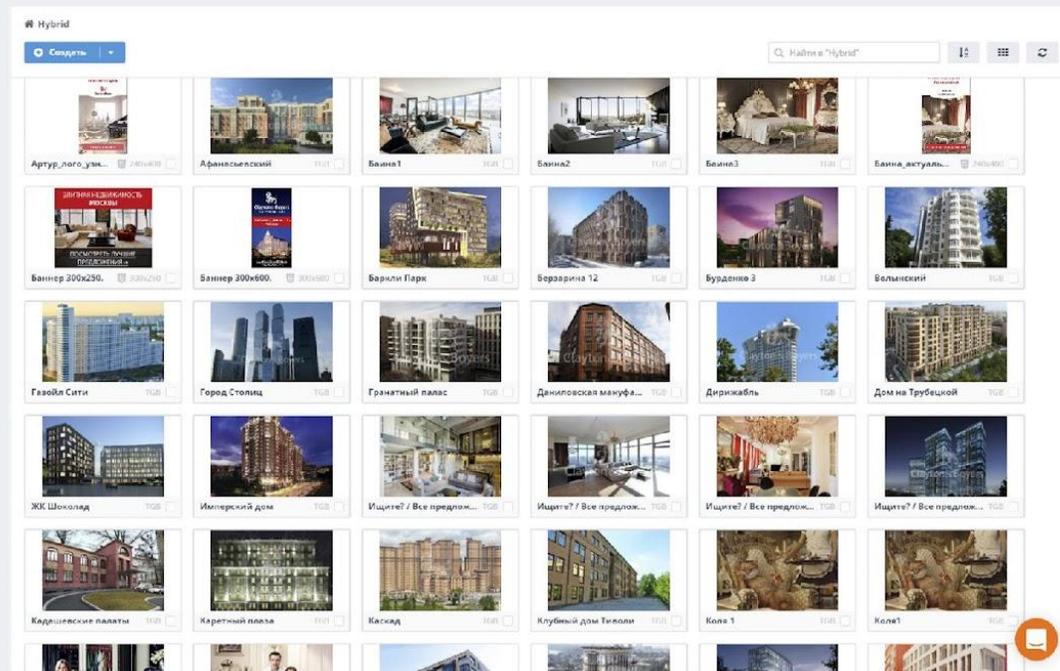
[www.claytonandboyers.ru](http://www.claytonandboyers.ru)

---

hybrid

Проблема — сложно найти аудиторию, способную купить квартиру стоимостью от 30 до 800 млн. рублей

Формат: Native Ads



Clayton & Boyers использовали закупку аудитории (3-rd party data, тематическое размещение) и ретаргетинг. Сегментировали аудиторию по посетителям страниц отдельных ЖК (всего более 50 аудиторий)

## Результаты

CPC	27 руб.
Лиды (звонок или заявка на сайте)	2 947 руб.
Охват	179 085 чел.
CTR	0,2%

"Мы проводили **сегментацию пользователей** по посещённым страницам и **запустили ретаргетинг с релевантными креативами для каждого сегмента**. Благодаря этому, мы смогли **улучшить качество контакта** с аудиторией и увеличить **количество конверсий** на сайте."



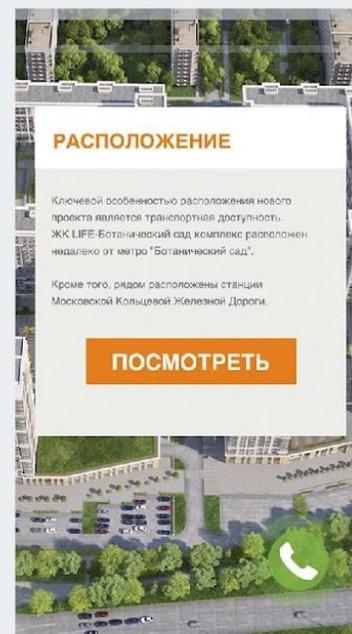
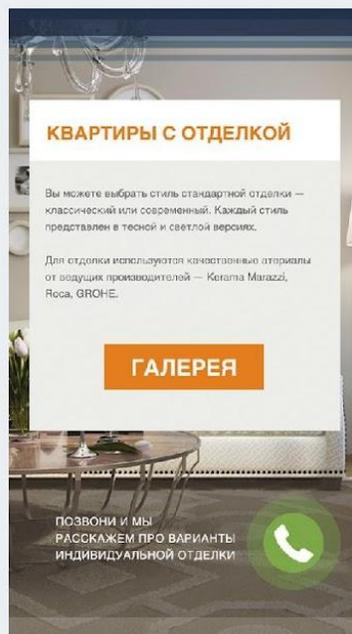
Никита Калашников | агентство элитной недвижимости  
Clayton & Boyers

## Кейс ЖК Life-Ботанический Сад

*life* ЖИЛОЙ КВАРТАЛ  
БОТАНИЧЕСКИЙ САД

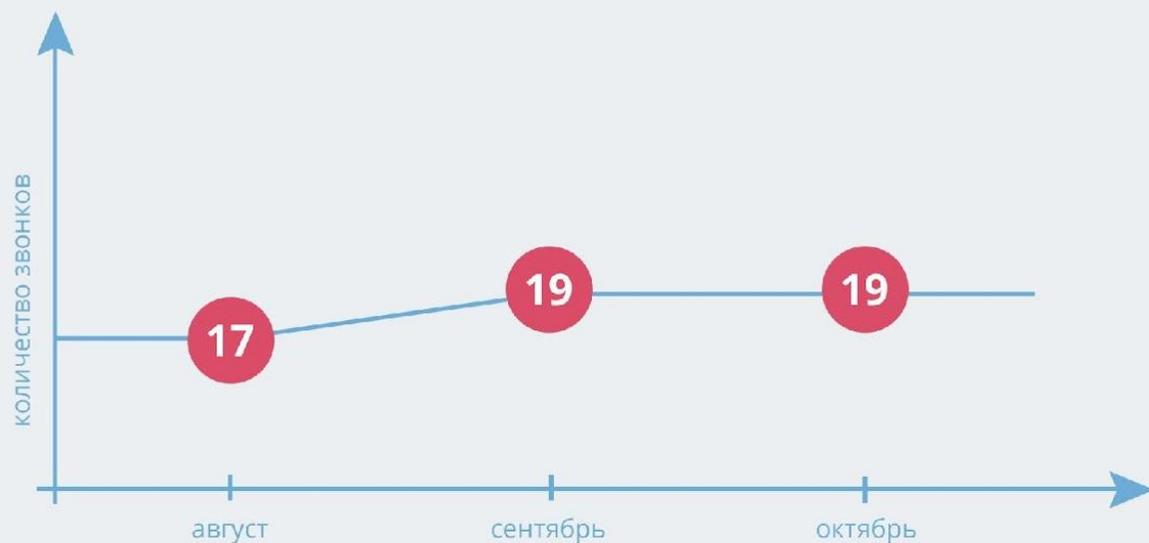
# Разработка и согласование лендинга

Основной сайт содержит огромное количество информации, которую нереально вынести на Canvas в полном объёме. На него вынесли только ключевые преимущества.



## Получение звонков

С 1 августа по 31 октября  
Целевые звонки



ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛИ  
(КНОПКА "ПОЗВОНИТЬ")

**191**

КОНВЕРСИЯ

**2,41%**

КЛИКИ

**5 357**

Основные проблемы, с которыми мы  
сталкиваемся, используя programmatic

# Проблема: высокий процент отказов

Возможные причины:

- Некорректно установлены счётчики
- Разные счётчики на десктоп и мобильной версиях сайта
- Непривлекательный контент
- На сайте не установлен пиксель для сбора информации
- Кампания недостаточно оптимизирована для снижения BR

Зачем нужен Smart Pixel в programmatic-кампаниях?

# Какие задачи решает пиксель?

**Сбор аудитории (ретаргетинг и look-alike)**

**Активация метрики “Показатель отказов”\* в рекламной системе**

**Аналитика по % отказов в разрезе площадок и SSP**

**Активация алгоритмов оптимизации по % отказов**

\*Показатель отказов в Hybrid работает по тем же критериям, что и в Яндекс.Метрике

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ SMARTPIXEL ЗНАЧИТЕЛЬНО ОБЛЕГЧАЕТ ЖИЗНЬ МЕДИАБАЙЕРА.**

## Тест. Показатели кампании с использованием SmartPixel и без него

1 месяц. Пиксель не установлен.

2 месяц. Пиксель установлен.

	Без пикселя	С пикселем
Клики	2 010	2 003
Итоговый показатель отказов	67%	41%

## Проблема: низкая конверсия/мало звонков

Возможные причины:

- Неинформативный лендинг
- Кампания не оптимизирована по источнику/креативам/аудитории
- Лендинг не адаптирован под разные устройства
- Обязательно использование postview-атрибуции. Programmatic создаёт спрос, а другие каналы могут его удовлетворять.



[www.hybrid.ru](http://www.hybrid.ru)



<http://vk.com/hybridru>



<http://www.facebook.com/hybridrussia>



[http://www.instagram.com/hybrid\\_offical](http://www.instagram.com/hybrid_offical)



[http://www.twitter.com/Hybrid\\_Russia](http://www.twitter.com/Hybrid_Russia)



[support@hybrid.ru](mailto:support@hybrid.ru)



+7 (499) 703-14-32

Спасибо за внимание!