

Разработка стратегии рекламной кампании. Особенности продвижения на рынках авто и недвижимости.

РА Molinos
Павлова Светлана,
директор по развитию



Разработка стратегии

- Определить маркетинговые задачи кампании
- Описать целевую аудиторию
- Выбрать стратегию взаимодействия
- Выбрать критерии оценки эффективности РК
- Разработать медиаплан

Определение маркетинговых задач кампании

Цель кампании	Имидж	Продажи
Задачи кампании	Охват максимального количества представителей ЦА с заданной частотой в рамках бюджета	Привлечение максимального числа заинтересованных посетителей на сайт рекламодателя в рамках бюджета
Характеристики носителя	Качественный креатив, большой размер, высокая частота показа	Четкость рекламного предложения, высокий отклик носителя, низкая частота показа
Характеристики площадки (сайта)	Важен имидж площадки	Важна только цена привлечения заинтересованного посетителя на сайт рекламодателя

Источник: Артон Консалтинг

Описание целевой аудитории

- География
- Пол
- Возраст
- Интересы (тематика площадок)
- Явная заинтересованность в товаре или услуге

Эффективность интернет-рекламы

- Целеполагание
- Медийные показатели: охват аудитории, объем показов, частота контактов, количество кликов, CTR и т.п.
- Стоимостные показатели: CPM, CPC, CPA и т.д.
- Поведенческие показатели:
 - Глубина просмотра сайта
 - Коэффициент вовлечения
 - Интерактивность и т.д.

Медиапланирование

- Выбрать медиа
- Выбрать рекламные площадки
- Определить форматы и места размещения
- Составить график выхода
- Спрогнозировать эффективность
- Оптимизировать размещение

Цели и задачи

ИНВЕСТИЦИОННО-СТРОИТЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ
ПЕТРОПОЛЬ

ЭТОТ ДОМ В РЕКЛАМЕ
НЕ НУЖДАЕТСЯ!

срок сдачи
IV квартал 2008 года

СТРОИМОНТАЖ (812) 332-02-02

Санкт-Петербург
жилой комплекс "Академия"
ул. Бутлерова, д.42, лит.А

MONT BLANC
элитный жилой дом

(812) 332-0202
www.montblanc-elite.ru



*Ваша
НОВАЯ
квартира*

в Московском
районе
уже
ГОТОВА!



НЕРЕАЛЬНЫЕ
СКИДКИ
на реальные квартиры

до
5 000 000
рублей

ДОМ У ДЕНДРАРИЯ
СОЧИ

700 метров
до моря

Граница с
парком Дендрарий

Что происходит с рынком недвижимости?

- Расходы ряда агентств недвижимости на интернет-рекламу впервые превысили расходы на рекламу в печатных СМИ.

Данные проекта "**Рамблер-Недвижимость**" за 2006 год

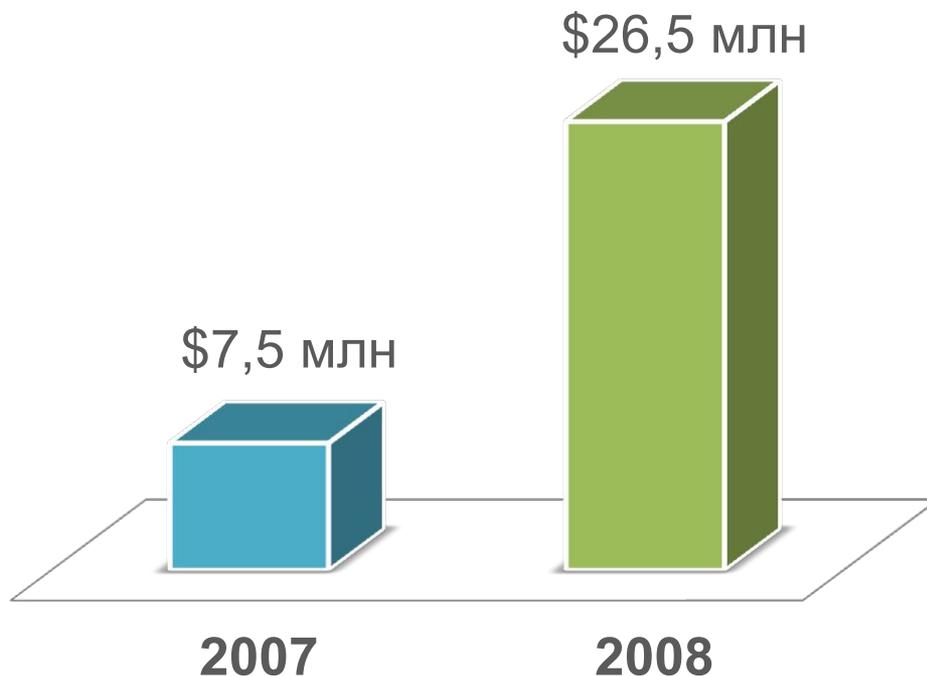
- Стоимость контекстной рекламы в области недвижимости стремится все выше, в связи с чем рекламодатели начинают уделять больше внимания тематическим интернет-проектам.

Данные **PR-Internet** за 2007 год

Что происходит с рынком недвижимости?

- За первые пять месяцев 2008 года строительные компании и агентства недвижимости Спб потратили на рекламу примерно \$26,5 млн, а за аналогичный период 2007 года — около \$7,5 млн.

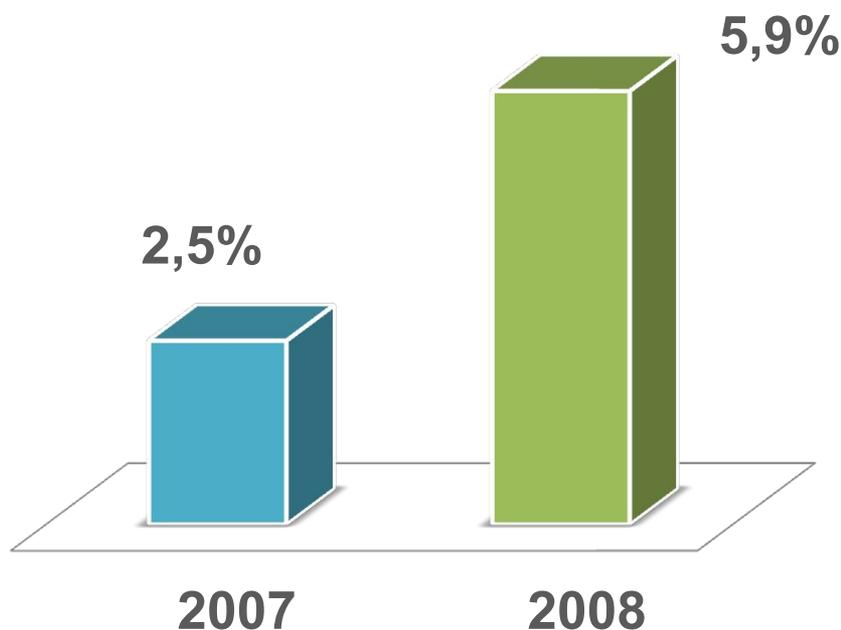
Источник «Ведомости»



Что происходит с рынком недвижимости?

- Затраты по категории «услуги по операциям с жилыми помещениями» составили в январе — мае 2008 года 5,9% от всех затрат на рекламу в Петербурге, а за пять месяцев прошлого года строители обеспечили лишь 2,5% рекламного рынка.

Данные TNS Санкт-Петербург



Что происходит с рынком недвижимости?

- Падение покупательской активности на фоне роста стоимости 1 кв.м.
- Повышение стоимости рекламы (медиаинфляция)
- Финансовый кризис, удорожание кредитов, сворачивание ипотеки

- Нужны деньги для финансирования строящихся объектов
- Практически все строительные компании готовы предложить своим покупателям высокие скидки
- Им нужно донести эти новые предложения до потенциальных клиентов

Основная стратегия на сегодня:

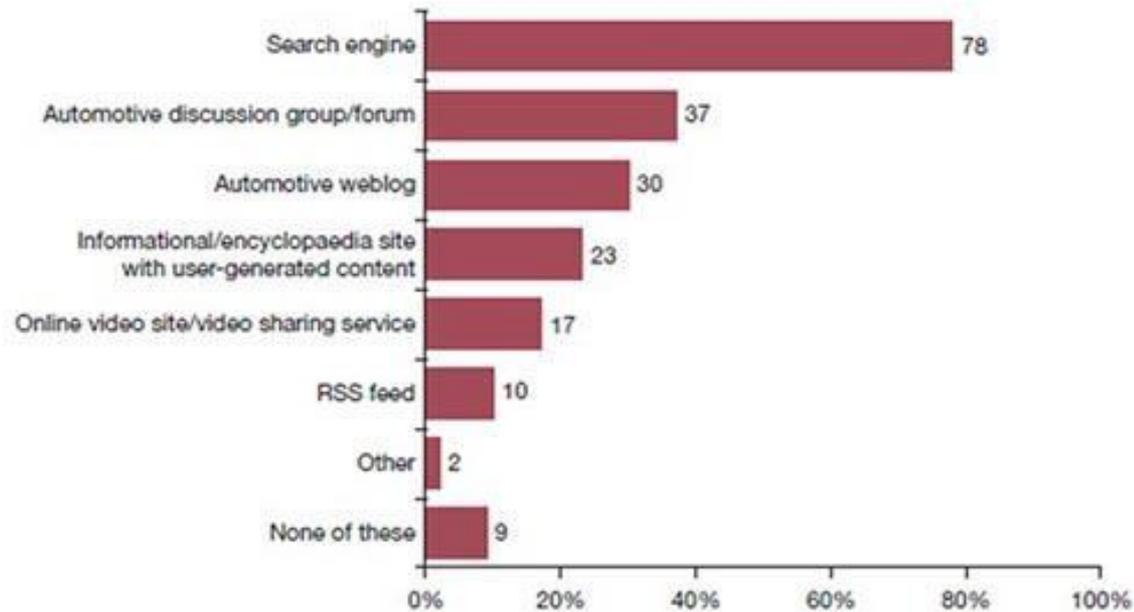
Стимулирование сбыта

Измерение эффективности:

min CPC

Что происходит с покупателями автомобилей?

New Online Tools Used for Researching Vehicles
(% online consumers saying)



Source: Capgemini

Base: All consumers who use the Internet

Note: Multiple responses allowed

Что происходит с авторынком?

В сегменте продаж автомобилей класса А, В, С, D наблюдается серьезная конкуренция за покупателя, как между марками автомобилей, так и ценовая конкуренция

**Как выделиться на этом фоне
продавцу автомобилей?**

Развитие рынка автоиндустрии в 2007 в России

- В 2007 году объем авторекламы достиг \$410 млн.
- Расходы автоиндустрии на интернет–рекламу превысили 7% от общего бюджета

данные Vizeum (работают с General Motors)

- Для нас интернет — приоритетный носитель

**Мария Магуайер, медиаменеджер Mazda в России
(бюджет свыше \$4 млн.)**

- В TOP-15 крупнейших рекламодателей вошел Ford Motor Co. Годовой бюджет увеличен на 67% по сравнению с предыдущим годом

Данные 2007 года

Источники: TNS Gallup Media, АКАР и OMD Media Direction

Развитие рынка автоиндустрии в Санкт-Петербурге

Тренды:

- Рынок интернет-рекламы автодилеров удваивается ежегодно
- Все чаще используется кросс-маркетинг с целью увеличения клиентской базы и экономии бюджетов
- Раньше средний покупатель посещал 5 автосалонов, теперь – 2 автосалона. При этом он тратит 5 часов на выбор авто в сети интернет

Эффективность:

- Стоимость звонка по интернет-рекламе – самая низкая
- Качество звонка по интернет-рекламе – самое высокое

Стратегии продвижения на авторынке

Автомобили эконом- и среднего классов:

- Используется стратегия привлечения клиентов, необходимо получить максимальное количество кликов по минимальной цене
- Прежде всего используется поисковая оптимизация, контекстная и медийная реклама (УТП)

Автомобили среднего и высокого классов:

- Используется имиджевая реклама, BTL-акции, PR
- Чем более дорогой автомобиль, тем важнее его имидж

Стратегии продвижения на авторынке

DISCOVER
OPEL

Выбирай
любой!

Opel Astra GTC
от 523 000 руб.

Евросиб
АВТО

15%
за наш счёт!

ZOOM-ZOOM

ДРУЖЕСТВЕННАЯ СЕТЬ ЛАУРА
АВТОМОБИЛИ И МОТОЦИКЛЫ

СУЗУКИ
- ЭТО МЫ!

«Сузуки-Озерки»
Выборгское шоссе, 27

333-333-6

SAAB

URBAN QUEST

АТЛАНТ
БАЛТИКА

Официальный
дилер SAAB

Что можно сделать в Сети? Нестандартный подход: Pontiac укатил бюджеты в интернет



ONLY THE FIRST 5,000

G5 MODELS COME WITH:

-  **1 YEAR XM SATELLITE RADIO[®] SERVICE***
- XM SATELLITE RADIO EQUIPMENT**
- 1 YEAR'S WORTH OF DIGITAL MUSIC!**

If you're about the latest style, technology and design, your ride is here.

▶ GET YOURS NOW BEFORE THE FIRST 5,000 ARE GONE. LOCATE A DEALER **GO**

If you have already driven away in your new G5, you are all set to go. You can access your digital music by [clicking here](#)

G5 DIGITAL MIX

▶ **COUPE** **GT**

[Sign up for G5 news & offers e-mail](#)

Оправдывают ли себя новшества? Беспристрастные цифры

- Интернет-дебют G5 Pontiac обошелся на 70% дешевле, чем при варианте использования традиционных медиа
- Т.к. в среднем в США производитель тратит на продвижение новой модели от \$25 до \$30 млн., Pontiac сэкономил минимум \$17,5 млн.
- Рекламная кампания Pontiac началась в середине июля и продлилась до конца 2007 года. Уже в августе продажи нового автомобиля на 185% превысили запланированные объемы
- Пример Pontiac заразителен:
 - Уже объявлено, что не менее половины рекламного бюджета нового суперкомпакта Chevrolet Aveo будет потрачено на продвижение в интернете.
 - Главная причина – предназначение автомобиля, рассчитанного на использование молодыми людьми в возрасте от 18 до 34 лет

Мнения экспертов

- "Телевизионные ролики хорошо работают, когда надо привлечь внимание потенциальных покупателей. Однако, сегодня автопроизводители все чаще осознают, что важно не только привлечь внимание подумывающих о покупке, но и взаимодействовать с теми, кто вообще находится вне рынка и в данный момент даже не помышляет о приобретении авто"

Mitch Lowe, исполнительный директор Jumpstart Automotive Media

- «Автомобильные концерны осознали, что применение агрессивной рекламной тактики, направленной на увеличение доли на рынке продаж новых автомобилей, обеспечивает более низкий ROI, чем тактика удержания клиентов за счет персонализации отношений с потребителями, перекрестных продаж и расширения объемов послепродажного обслуживания»

David Scholes, президент Targetbase (клиенты – Honda и Acura)

АВТОГОНКИ В БАННЕРЕ

The New York Times
Tuesday, February 13, 2007

Health

WORLD U.S. N.Y. / REGION BUSINESS TECHNOLOGY SCIENCE HEALTH SPORTS OPINION ARTS STYLE TRAVEL JOBS REAL ESTATE AUTOS

FITNESS & NUTRITION HEALTH CARE POLICY MENTAL HEALTH & BEHAVIOR

The Infiniti M

MOUSE OVER FOR DRIVING GAME



INFINITI

Survey Puts New Focus on Binge Eating as a Diagnosis

By NICHOLAS BAKALAR

Binge eating is more common than anorexia and bulimia, but is not yet officially classified as a psychiatric disorder.

CASES

A Woman's Despair, a Young Doctor's Bewilderment

By LARRY ZAROFF, M.D.

In the 1950s, medical school taught little about depression, and never emphasized that suicide was a common result.



PERSONAL HEALTH Hard-Knock Lessons From the Concussion Files

By JANE E. BRODY

Even a mild concussion may leave "invisible" but disturbing symptoms, which are indicators of a postconcussive syndrome.

REALLY? The Claim: Starve a Cold, Feed a Fever

By ANNE M. O'CONNOR

Does the amount of food you eat help you recover faster from colds and fevers?



BROWSE ALL HEALTH TOPICS

Select a Health

MOST SEARCHED

AIDS | Depression

Heart Disease |

Wh
Tin

|||| A

Rear Active Steer offers quick, precise turning and high-speed stability.

Visit Infiniti.com/M

*Available on Select Models



TRACK POSITION

MINS	SECS
00	1:23

LAP TIME

Dramatization only.



INFINITI

AUDIO ON CLOSE

The Infiniti M is designed to outperform.
To test drive it, choose a track below.



▶ TRACK 1



▶ TRACK 2



▶ TRACK 3



INFINITI

Автореклама в условиях кризиса

- В сложной экономической ситуации именно интернет является наиболее эффективным средством привлечения внимания тех, кто уже ищет себе автомобиль и средством заманивания их в автосалоны.
Рынок просто диктует, во что следует вкладываться.

Bob Cosma, экс-президент Hyundai Motor America

- Реклама в сети не только чрезвычайно эффективна, но и позволяет точно посчитать ROI. В условиях кризиса, когда каждый задумывается о повышении эффективности своего бизнеса, в интернет-рекламу будут перетекать оффлайн-бюджеты.

Владимир Долгов, Google Russia

- В кризисной ситуации нужно создавать и рекламировать имидж именно автоцентра

Что еще?

Четко определите цели и задачи рекламной кампании и правильно выбирайте стратегию продвижения!

Используйте нестандартный подход, чтобы выделиться на фоне чужой рекламы, отстроиться от конкурентов!

Обращайтесь к специалистам – просите их подобрать нестандартные предложения по размещению на площадках, неизбитые инструменты или, как минимум, используйте нестандартный креатив!



Molinos — крупнейшее рекламное интернет-агентство Северо-запада России

И у Вас ВСЕ ПОЛУЧИТСЯ!!!

Рекламное агентство Molinos
(812) 380-00-50

www.molinos.ru

