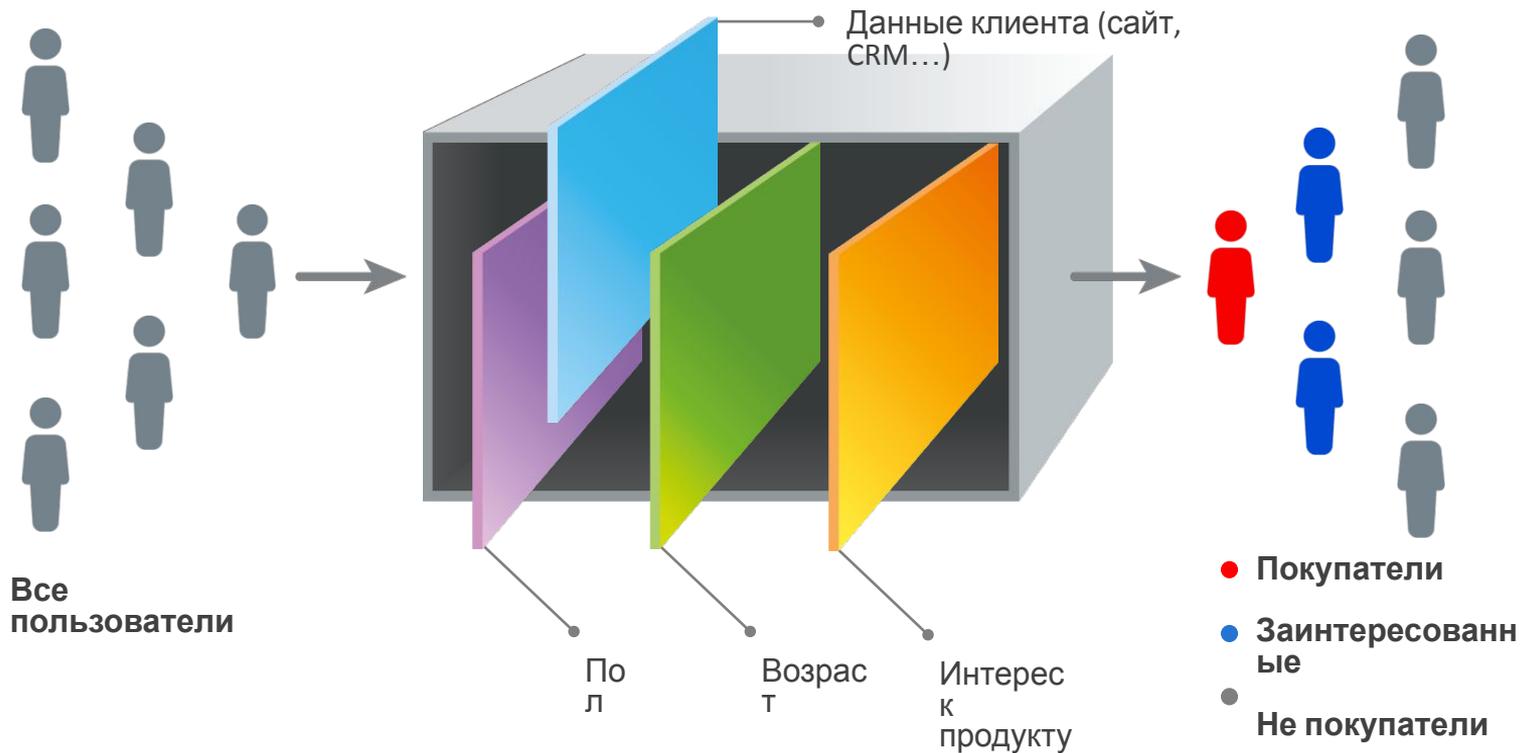
The background features a 3D visualization of data or digital space. It consists of numerous semi-transparent, glowing cubes and rectangular planes. On the left, a bright yellow and orange light source creates a lens flare effect, illuminating the surrounding cubes. On the right, a grid of green lines recedes into the distance, suggesting a digital landscape or data flow. The overall color palette is dominated by dark blues and blacks, contrasted with vibrant yellows, oranges, and greens.

Медийная реклама

Новые ресурсы и возможности

Технология Мат. моделирования в рекламе



Пример №1

Суперклик
TM



Что такое Суперклик?



Клик

+



=



Суперклик

Просмотр нескольких страниц
на сайте рекламодателя

Как работает Суперклик?



Самообучающаяся математическая модель выбирает пользователей на основе особенностей их поведения в Сети, до того как показать баннер. Показ медиинного баннера целевой аудитории рекламной кампании.



Пользователи переходят на сайт рекламодателя, с учетом потерь при переходе баннера на сайт с интересом, Вы платите только за Суперклик, которые переходят на 2 страницу сайта и далее

СКОЛЬКО СТОИТ?

Авто	37 руб.
Страхование	55 руб.
Банковские услуги	55 руб.
Ипотека	50 руб.
Туризм	40 руб.
Одежда обувь	35 руб.



Хотите узнать цены для своего товара и региона?
телефон на сайте www.soloway.ru

Кейс Суперклик «РУССКИЕ ГАЗОНЫ»

Клиент:

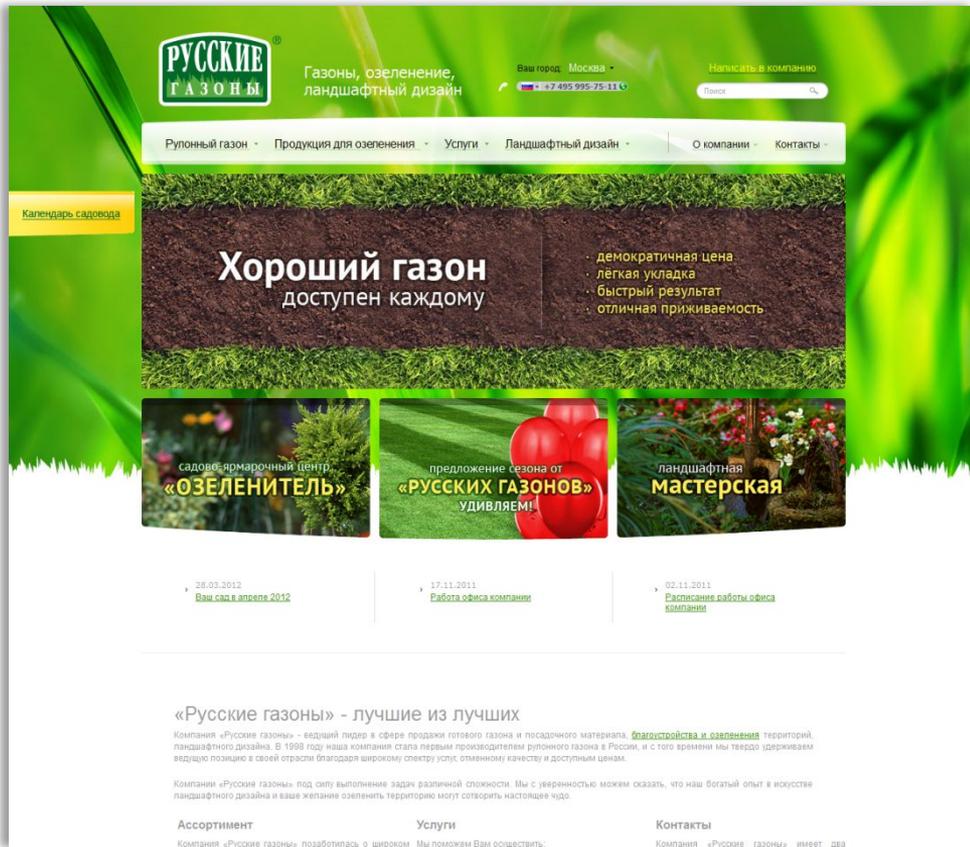
Группа компаний



Задача:

1. Увеличение продаж рулонного газона
2. Узнаваемость бренда

Группа компаний "Русские газоны" – один из лидеров российского рынка товаров и услуг в области озеленения и крупнейший в России производитель готового газона.



Кейс «РУССКИЕ ГАЗОНЫ»

Период РК: **02-13 марта**

Показов: **811 658**

Суперкликов: **1 021**

Показатель отказов: снизился до **26%**



Кейс «РУССКИЕ ГАЗОНЫ»

Что ощутил клиент от такого размещения:

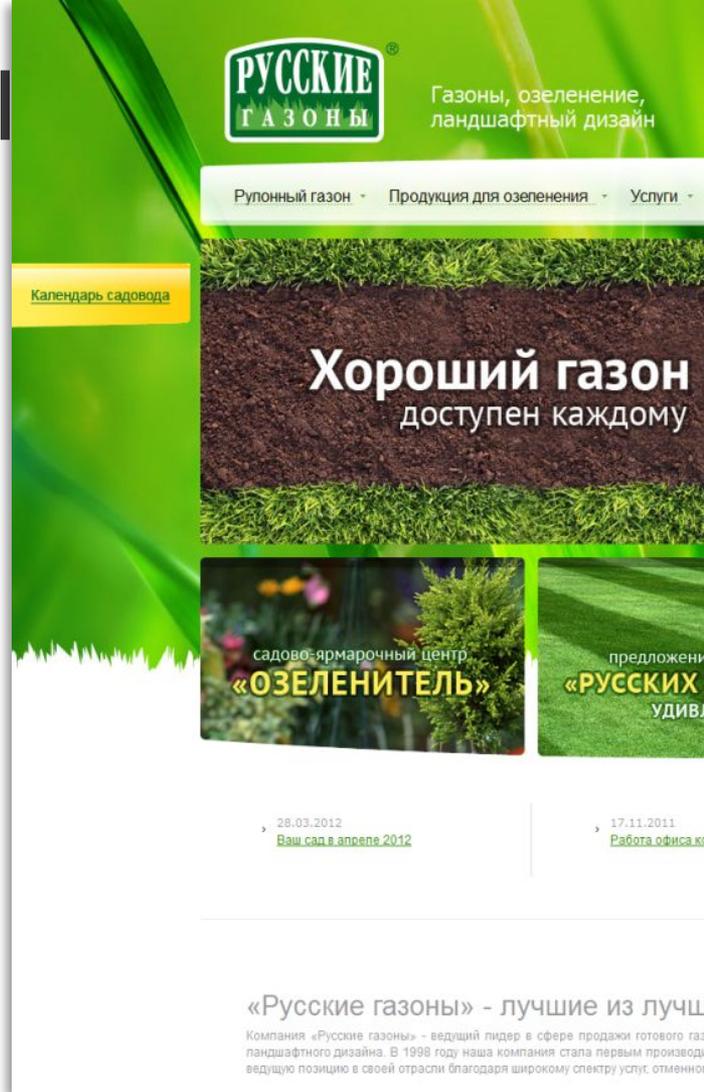
По данным Яндекс.Метрики за время РК:

- Посещаемость сайта выросла в **6 раз**
- Глубина просмотра составила **4,5**

страниц

- Звонки увеличились на **15%**

(важно заметить, что РК проводили до начала сезона)



Кейс «РУССКИЕ ГАЗОНЫ»

Отзыв клиента:

«Суперклик – показал себя как эффективный инструмент, который должен быть в арсенале любого рекламодателя.

А также должен занимать существенную часть комплексной рекламной программы».

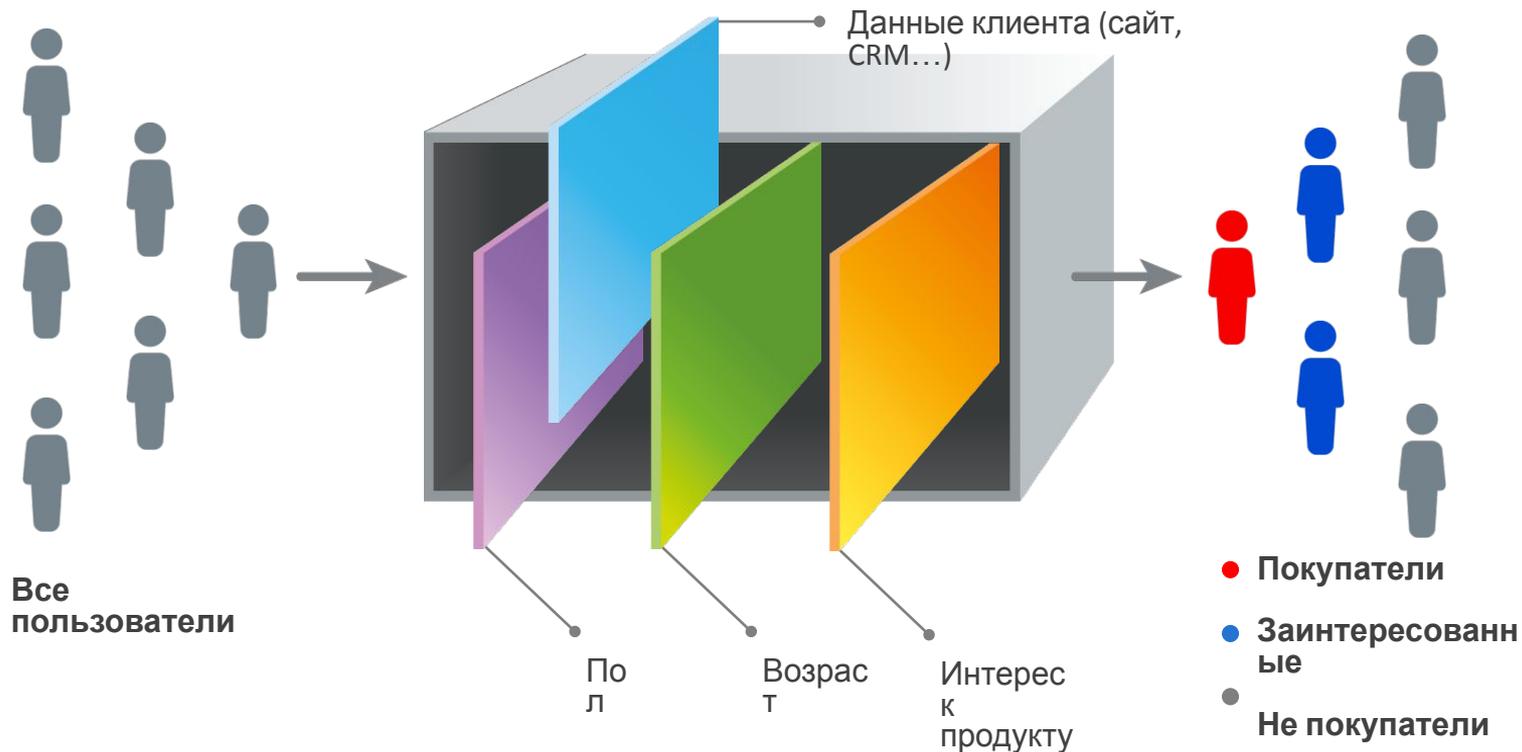
**Руководитель отдела маркетинга и рекламы
компании "Русские газоны Ландшафт"**

Осьминин Виталий Рудольфович

Пример №2

Покупатели

Мат. модели для поиска реальных покупателей



«Крупный продавец одежды»



Мат. модель находит пользователя
который делает Заказ товара.



Цена привлечения покупателя
450 - 570 руб.



В среднем
12 370 покупателей в месяц.

«Продавец косметики»



Мат. модель находит пользователя который делает Заказ товара.



Цена покупателя около
300 руб.



Каждый месяц перерисовываются
все баннеры.

По результатам 2011 года мы обеспечили



Заказов товара

368 315



Заполнение анкет, заявок

584 252



Регистраций на сайте

340 304



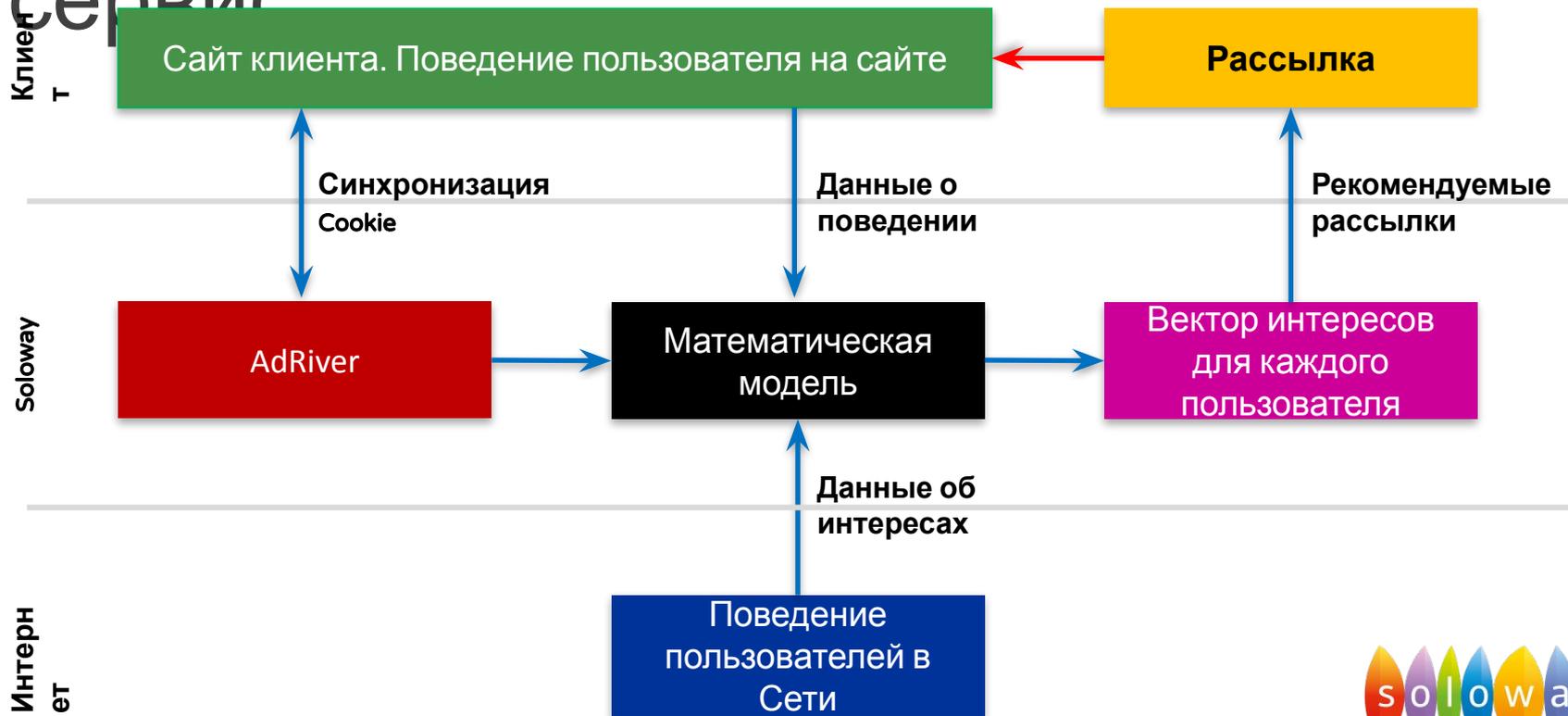
Расчетов на калькуляторе

296 448

Пример №3

Рекомендательный сервис

Как работает рекомендательный сервис



Кейс «Vigoda.ru»

Клиент:



Задача:

От одинаковых рассылок перейти к индивидуальным рассылкам.

Что бы люди читали, они должны получать интересные им письма.

vigoda.ru - один из самых больших сайтов скидок с отличным географическим охватом и выгодными предложениями.

Кейс «Vigoda.ru»



За 10 дней мы синхронизировали **839**
916 пользователей

Было построено 2
модели:

- Кафе и рестораны
- Дети

По городам:

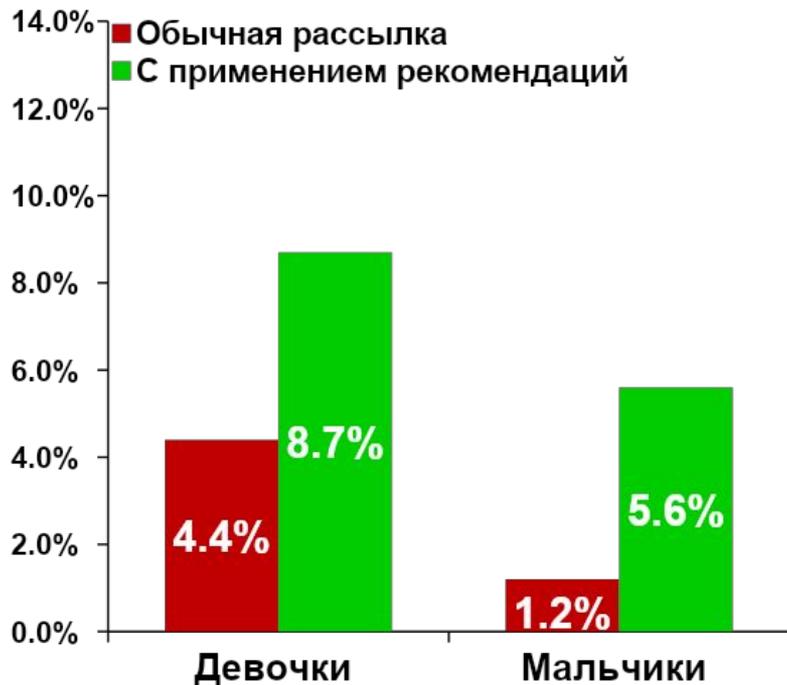
- Москва
- Санкт-Петербург

Кейс «Vigoda.ru» Статистика

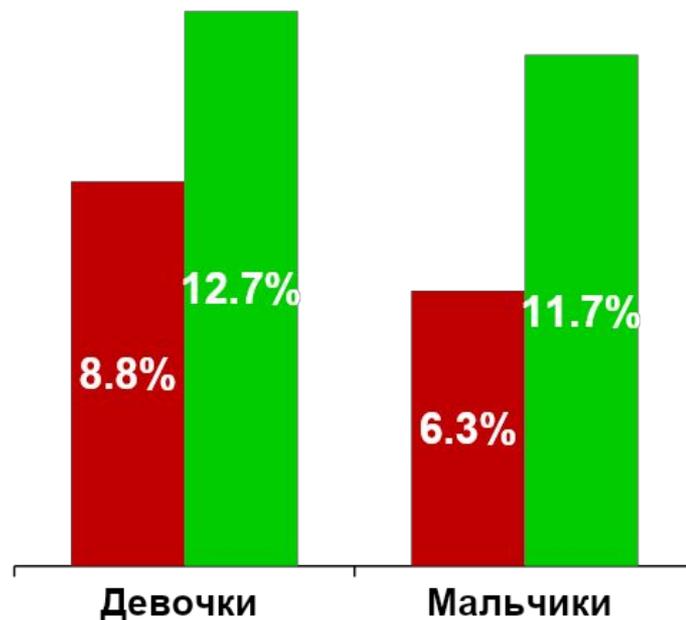


Рассылка «Кафе и рестораны»

Москва CTR



Петербург CTR

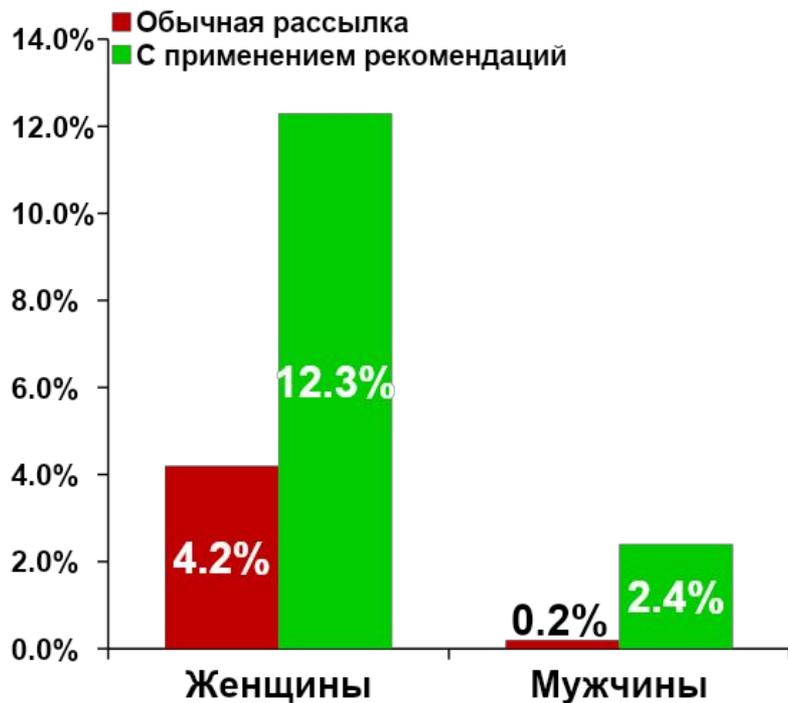


Кейс «Vigoda.ru» Статистика

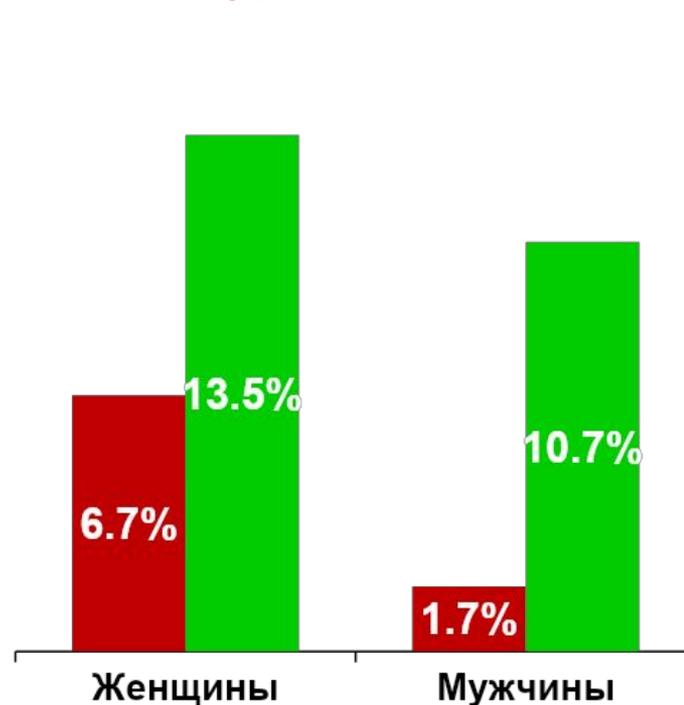


Рассылка «Дети»

Москва CTR



Петербург CTR



Кейс «Vigoda.ru»



После отличных результатов эксперимента мы добавили еще 6 тем

Сейчас построено 8
моделей:

- Кафе и рестораны
- Дети
- Отдых
- Автопутешествия
- Обучение
- Афиша
- Красота-здоровье-фитнес

По городам:

- Москва
- Санкт-Петербург

Где можно использовать?

Почтовые рассылки по базе подписчиков

Индивидуальные предложения на главной странице

Индивидуальные предложения в каталоге



CRM интеграция

The screenshot displays the Vigoda.ru website interface. At the top, there is a banner for '40-58 Мужская одежда все размеры' with a 'посмотреть' button. Below the banner are three promotional boxes: 'Каталог онлайн', 'E-mail новости', and 'Выгодный товар дня'. A 'Лучшие бренды' section lists brands like adidas, Buffalo, ESPRIT, HIS, Hush Puppies, MUSTANG, next, s.Oliver, and MEG. Below this is a 'Модные коллекции' section with five items: 'Новая коллекция ВЕСНА-ЛЕТО 2012', 'Экологичная онлайн-коллекция', 'Молодежная коллекция', 'Классическая «Мода без границ»', and 'Модная коллекция QUELLE'. The main content area shows a product page for a red shirt, including a 'NEW' tag, price '1199.-', color selection, size '39/40', and a 'Добавить в корзину' button. A 'Рекомендации' section on the right shows related products. The bottom of the page features social media sharing options and a 'Увеличить' button.

Сергей Спивак
Директор
Группа компаний Internet

www.soloway.ru



2. Покупатели

	Заказов товара	368 315
	Заполнение анкет, заявок	584 252
	Регистраций на сайте	340 304
	Расчетов на калькуляторе	296 448

1. Суперклик



ВОПРОСЫ

3. Рекомендательный сервис

Москва СTR

