

НЕ УБИВАЙТЕ ДЕНЬГИ

в интернете

Стандартного медиапланирования уже мало

Реальная практика:

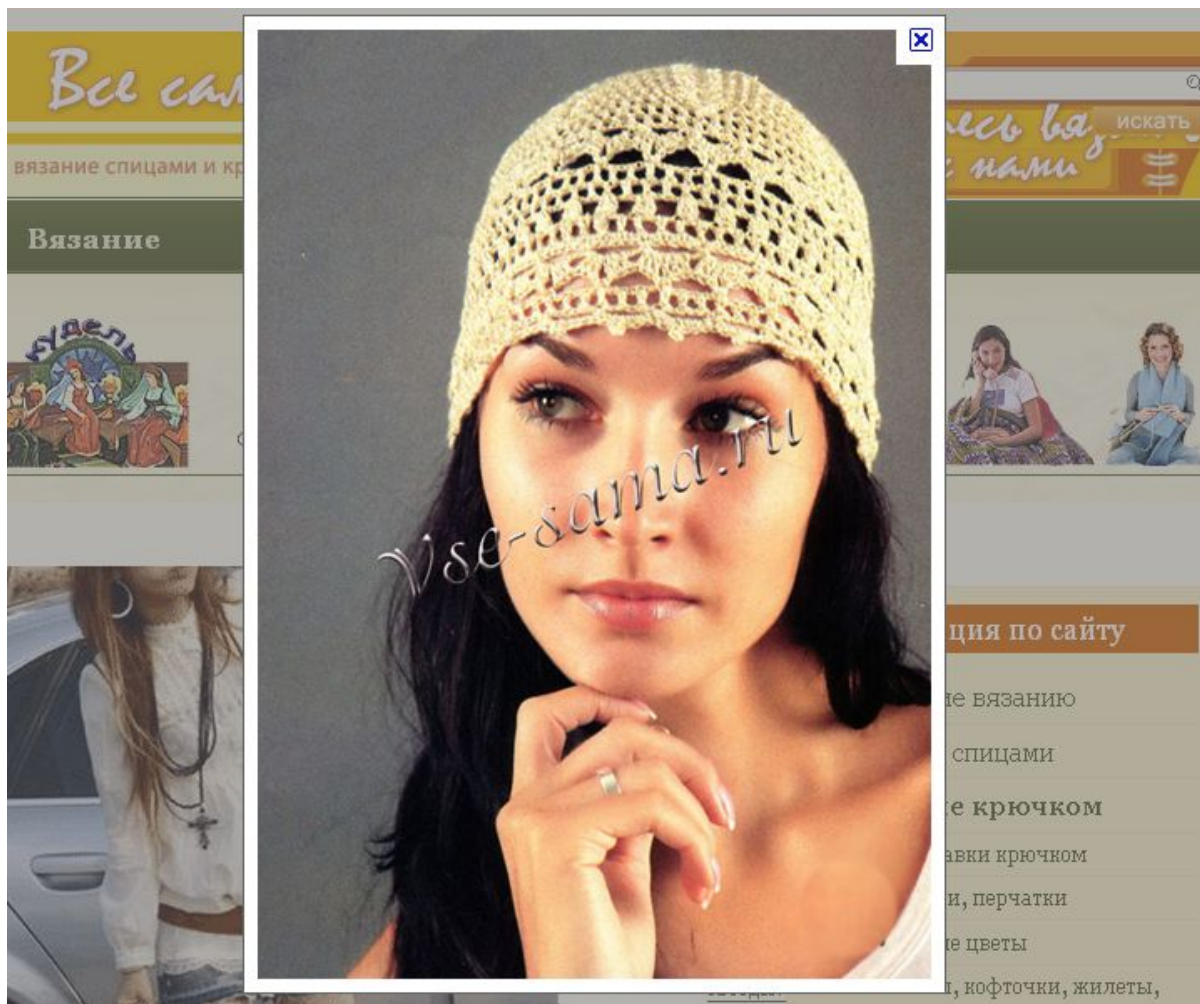


Отчет
о посещаемости сайта www.priorbank.by
и результатах рекламных кампаний
Приорбанка в интернете

Отчетный период:

Взгляд глазами директора по маркетингу

Клик – подмена понятий:



Вязание крючком!

CTR говорит не о том:



Посещения

Предыдущий: (-16,01 %)

Абсолютно уникальные посетители

Предыдущий: (-14,66 %)

Просмотры страниц

Предыдущий: 648 019 (-15,39 %)

4,25 Среднее число просмотров

Предыдущий: 4,22 (+0,73 %)

00:07:23 Длительность пребывания на сайте

Предыдущий: 00:07:50 (-5,69 %)

46,11 % Показатель отказов

Предыдущий: 46,09 % (+0,04 %)

37,36 % Новые посещения

Предыдущий: 37,83 % (-1,24 %)

Важно:

- жизнь после клика

CTR вымирает:

Сегментный анализ кликов по дисплейной рекламе
август 2010
Общая интернет-аудитория России, возраст 15 +, дом и работа
Источник: ComScore

Сегменты кликеров	% интернет-аудитории	% от кликеров	% кликов
Всего кликеров	10%	100%	100%
Тяжелые кликеры	2%	20%	58%
Умеренные кликеры	3%	33%	26%
Легкие кликеры	5%	47%	16%
Не-кликеры	90%	0%	0%

Клики и зрители:



* Оригинальная идея: Сергей Спивак, iGuru

CTR не видит важного:

Обзор источников трафика



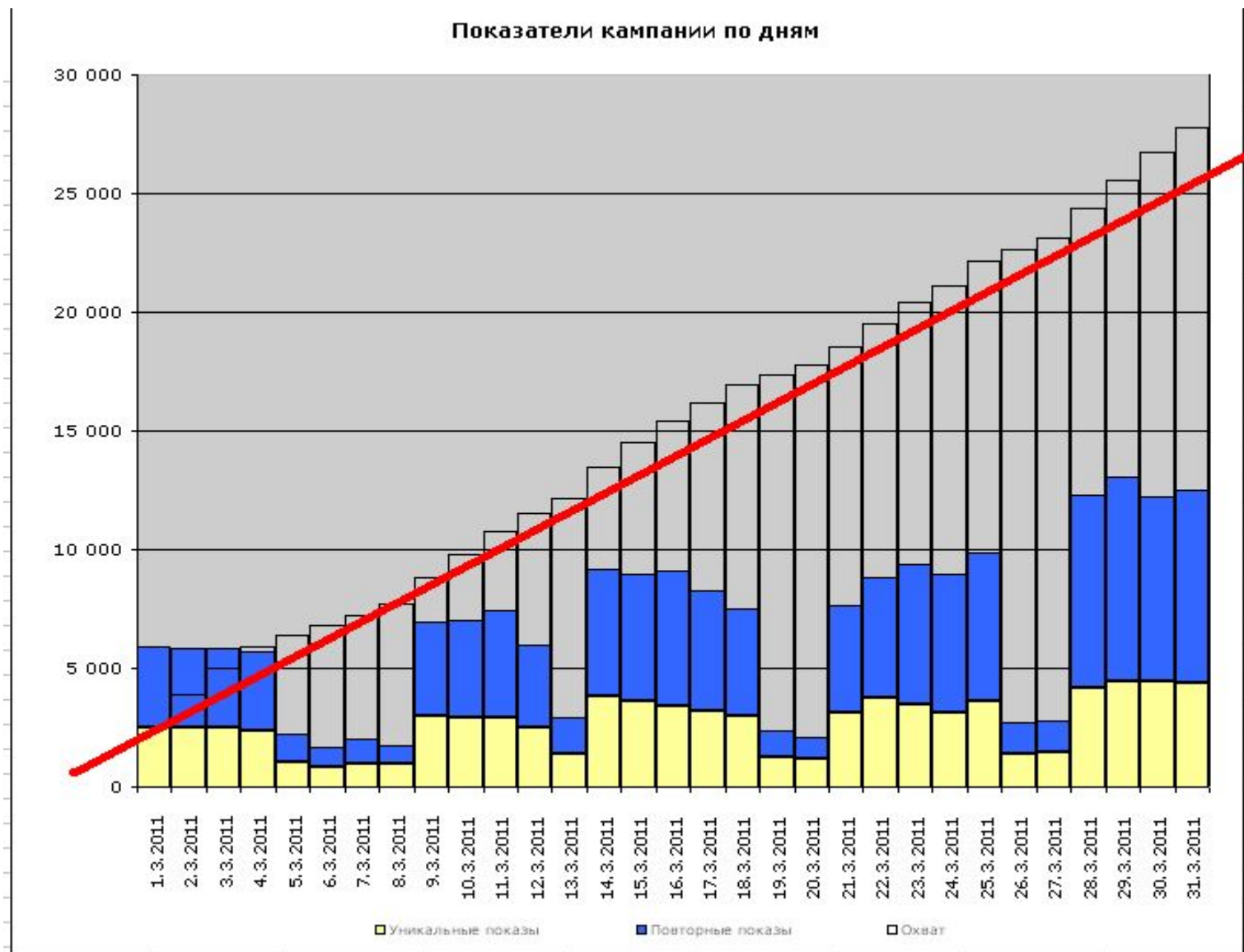
Посещений, связанных со всеми источниками трафика: 129 069

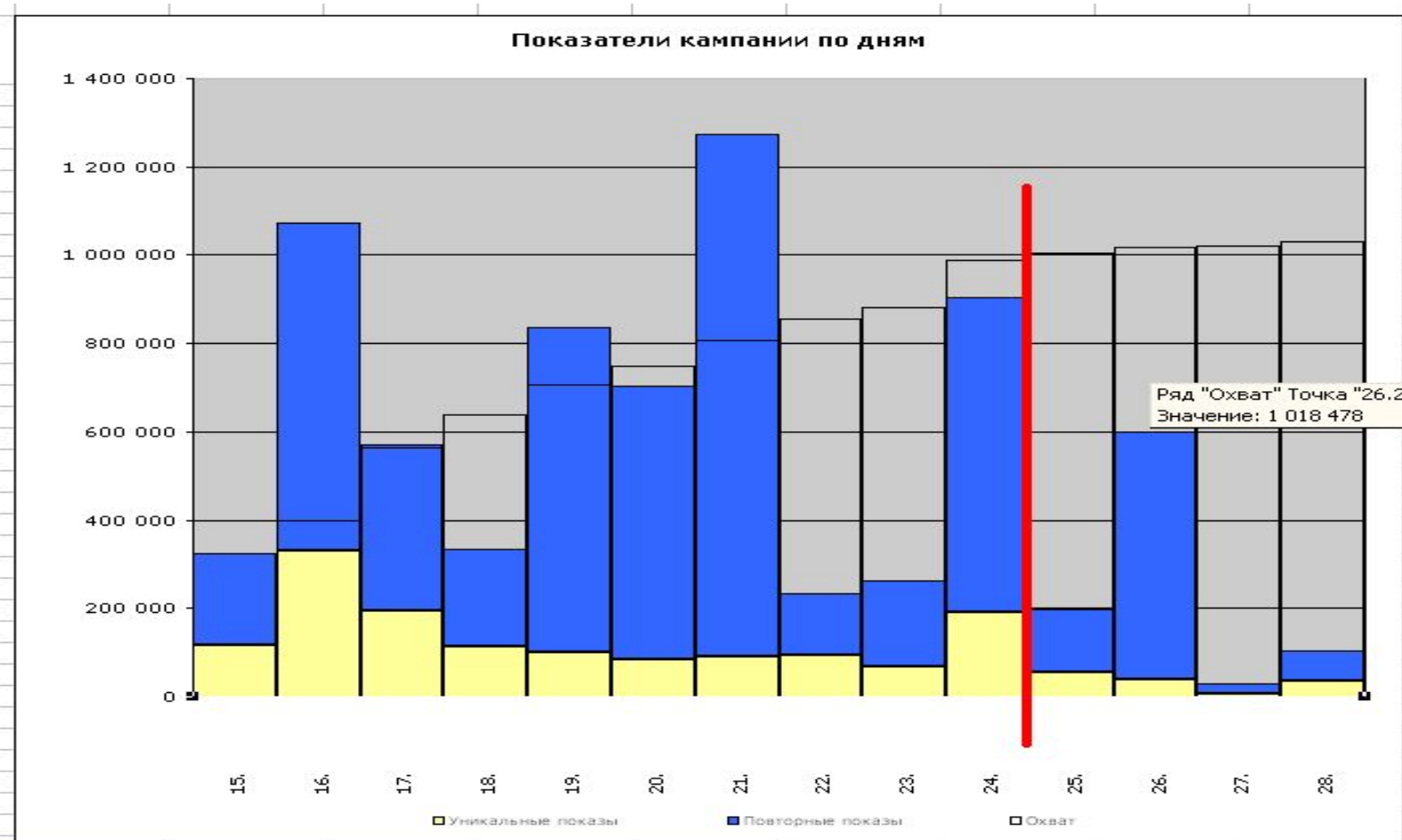


Важно:

- максимальный охват
- оптимальная частотность

Охват кампании:

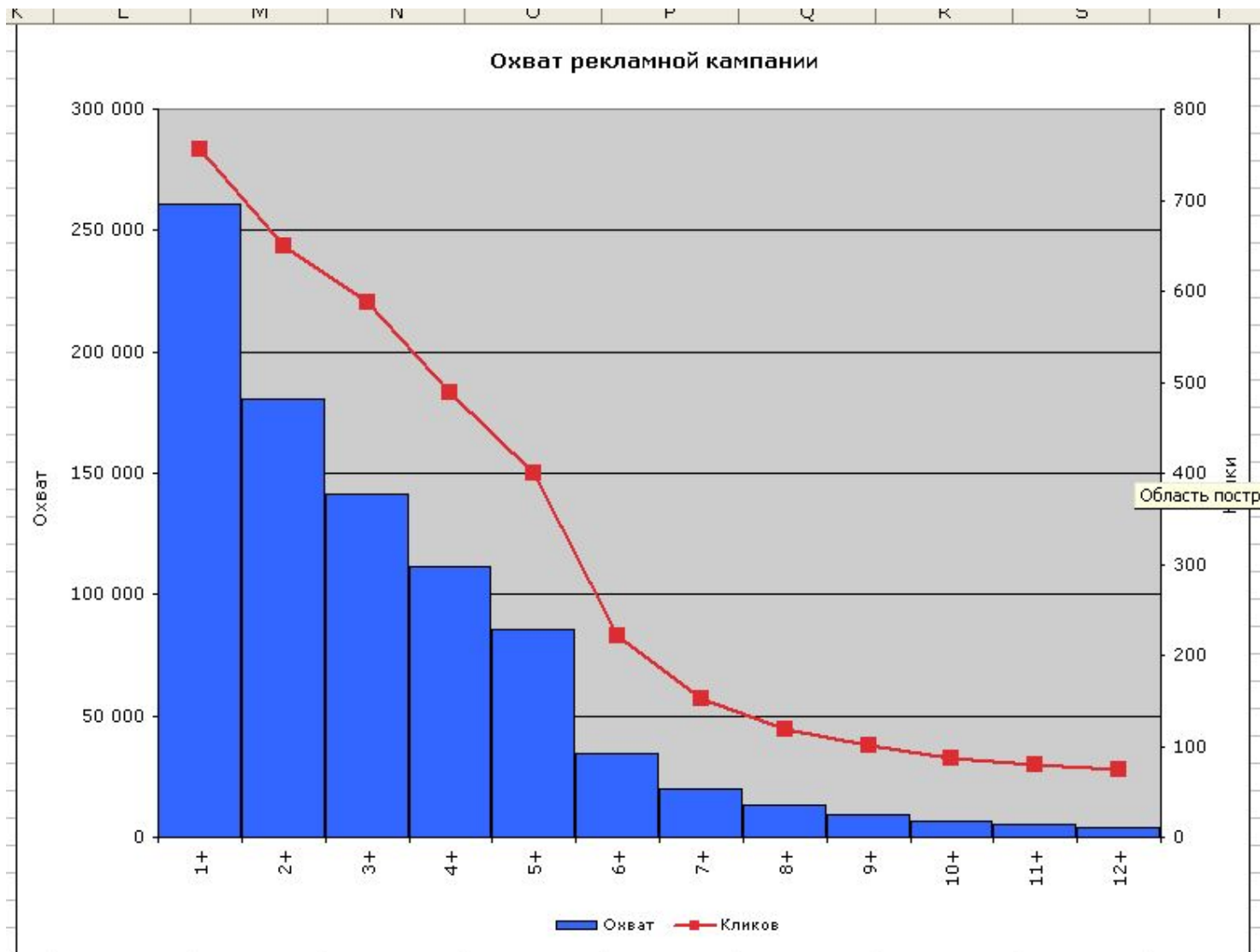




Важно:

- максимальный охват
- оптимальный флайт

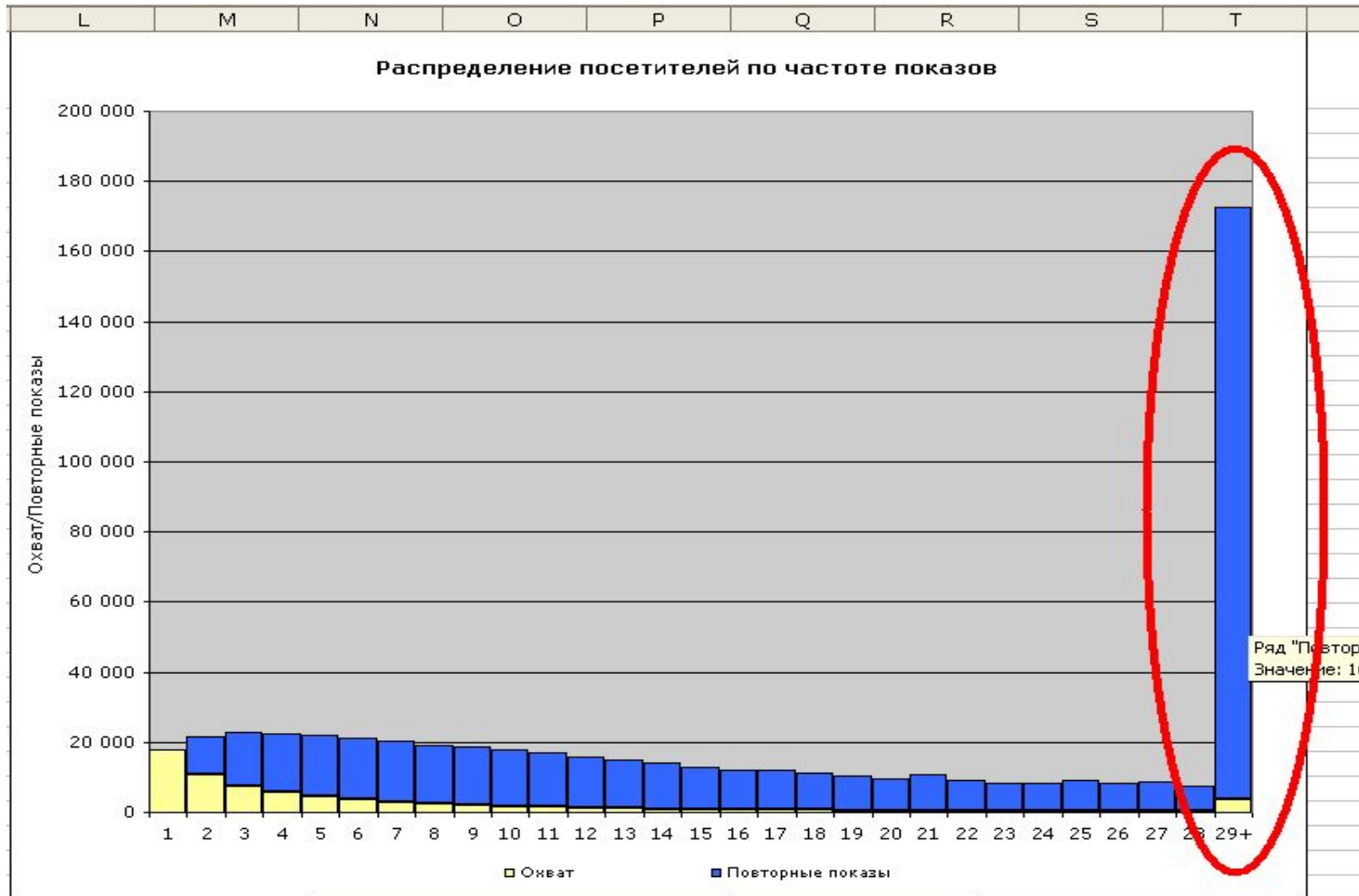
Частота убивает CTR:



756
КЛИКОВ

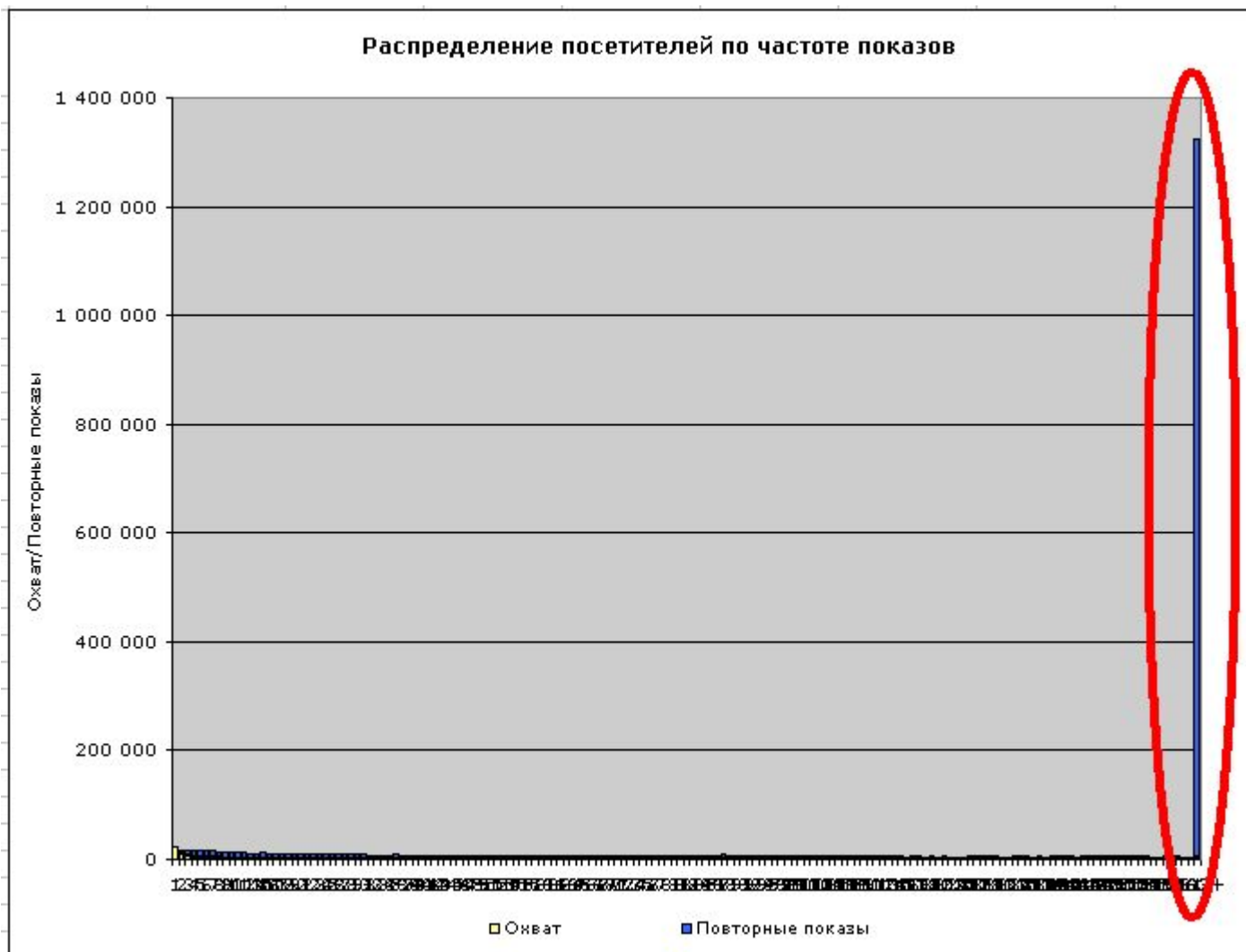
75
КЛИКОВ

CRM: «побольше и почаще»

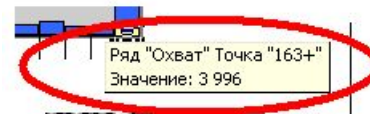


29+

Пустые показы бесполезны



163+



163

Важно:

- оптимальная частотность

CRM уже недостаточно:

Verdana 10 Ж К Ч % 000 100%

J8 =ЕСЛИ(E8<>0;C8/E8*1000;0)

1	Сводный отчет по кампании: стоимостные показатели						
	3	4	5	6			
7				8	9	10	
2	Позиция	Эксклюзивная аудитория	Кликов	Тысячи показов	CPM (US\$) по медиану	Охвата 1000 чел.	Эксклюзи охвата 10
5	Площадка AAA	132 226	150	3 566р.	0,9	8 520р.	
6	Площадка BBB	30 127	324	2 760р.	1,05	12 889р.	
7	Площадка	42 627	285	1 040р.	0,5	12 889р.	
8	Площадка CCC	43 909	92	5 051р.	0,9	31 199р.	
9	Всего	248 889	851	2 551р.		12 987р.	1
10							
11							
12							
13							
14							
15							

по стоимости

Сравнение позици

Важно:

- стоимость охвата 1 000 чел.

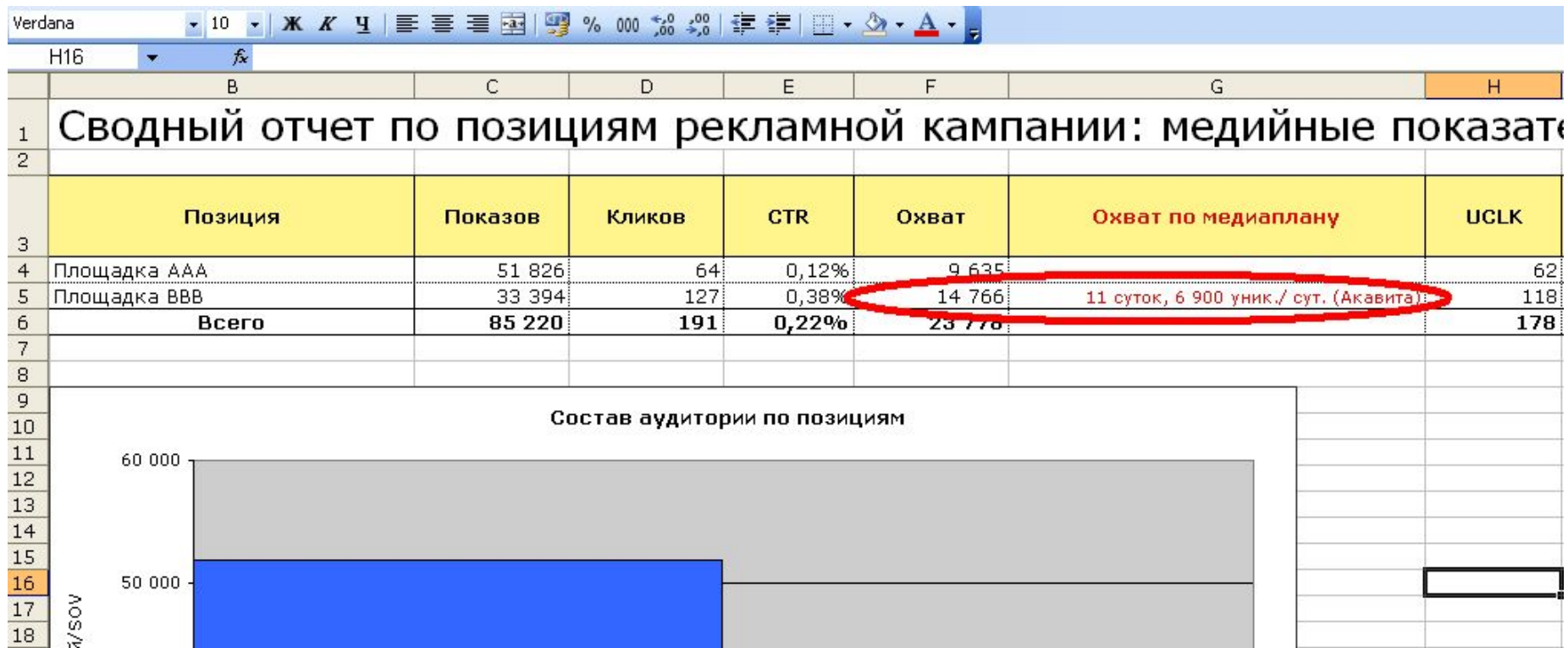
Аудитория площадок:

В	С	Д	Е	Ф	Г	Н	И	Ж
Сводный отчет по позициям рекламной кампании: медийные показатели								
Позиция	Показов	Показов по медиаплану	Кликов	Кликов по медиаплану	CTR	CTR по медиаплану	Охват	Охват по медиаплану
Площадка AAA	424 887	420 000	148	400	0,03%	0,10%	199 118	
Площадка CCC	169 810	105 000	324	105	0,19%	0,10%	38 055	6 800/сут., 7 сут. (Акавита)
Площадка DDD	665 978	320 000	295	320	0,04%	0,10%	37 593	
Площадка EEE	212 957	250 000	98	350	0,05%	0,14%	32 693	
Всего	1 473 632		865		0,06%		295 320	

Состав аудитории по позициям

700 000





Важно:

- обновление аудитории площадки

Пересечение аудиторий:

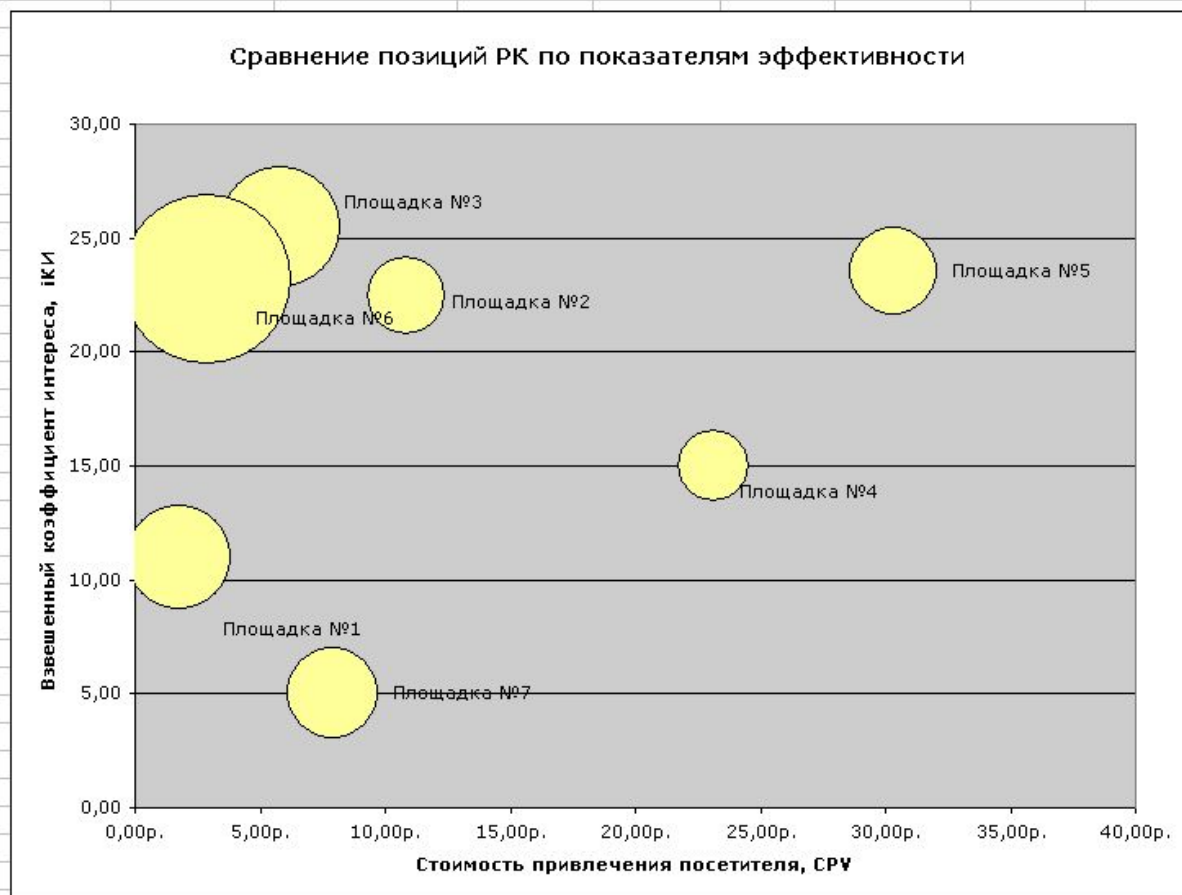
10						
11						
13	Позиция	Площадка ААА	Площадка ВВВ	Площадка ССС	Охват	Эксклюзивная аудитория
14	Площадка ААА		6%	53%	24 132	11 435
15	Площадка ВВВ	67%		89%	2 285	170
16	Площадка ССС	57%	10%		22 408	8 973
17						
18						
19						
20						

Важно:

- не покупайте аудиторию дважды

Жизнь после клика:

Номер	Название	Вес
104568_0	Прочие страни	0
104568_1	Главная страни	1
104568_10	Продукт 1	10
104568_11	Продукт 2	10
104568_2	Контакты	40
104568_3	Прайс-лист	100
104568_4	Продукт 3	10
104568_5	Продукт 4	10
104568_6	Продукт 5	10
104568_7	Продукт 6	10
104568_8	Продукт 7	10
104568_9	Продукт 8	10



Важно:

- пустой трафик бесполезен

Не пытайтесь это повторить:

- частотность = **193+**
- охват 1 000 чел. = **\$101**
- 1 клик = **\$17**

Анализируйте:

- охват кампании
- оптимальный флайт
- частотность показов
- стоимость охвата 1 000
- обновляемость аудитории
- пересечение аудиторий
- пост-клик анализ

И будет вам счастье)))

www.adriver.ru

GSM +375 29 617 1768
Email Paul.Grablevski@adone.by