

# НЕ УБИВАЙТЕ ДЕНЬГИ

в интернете

# Стандартного медиапланирования уже мало

# Реальная практика:

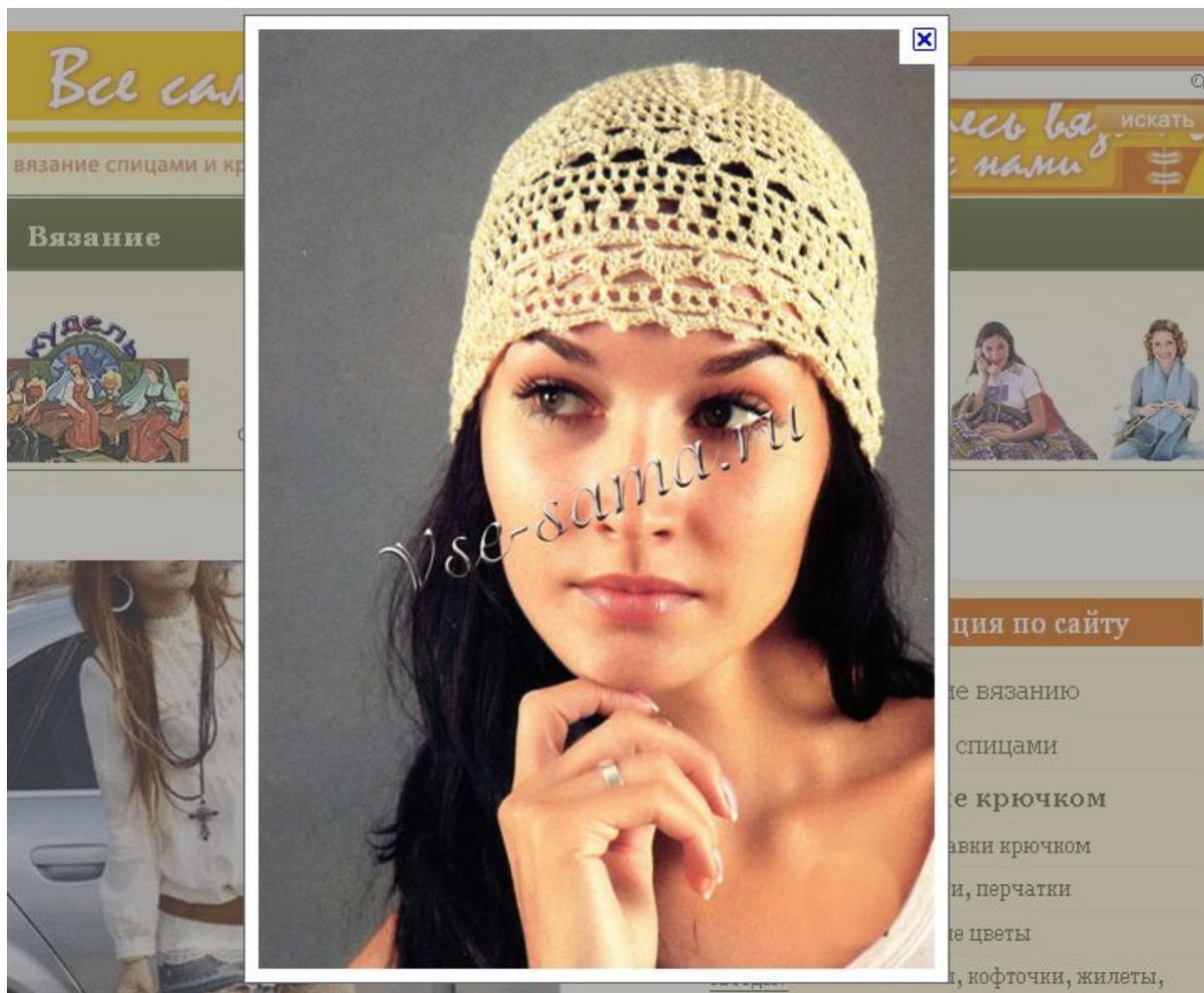


Отчет  
о посещаемости сайта [www.priorbank.by](http://www.priorbank.by)  
и результатах рекламных кампаний  
Приорбанка в интернете

Отчетный период: .....

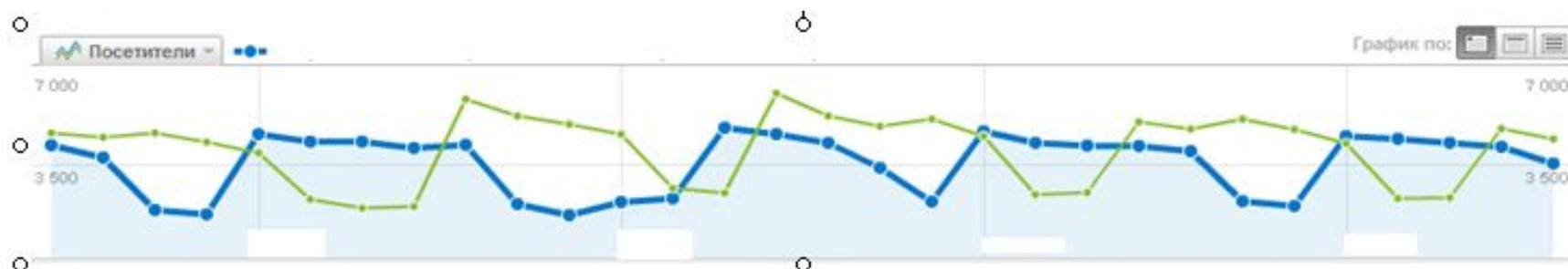
# **Взгляд глазами директора по маркетингу**

# 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:



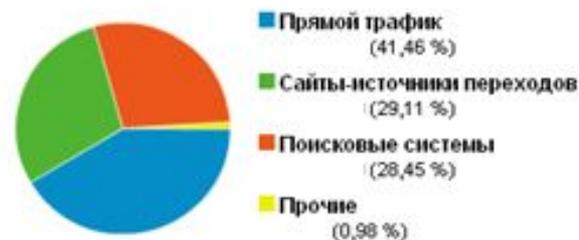
\* Оригинальная идея: Сергей Спивак, iGuru

# CTR не видит важного:

## Обзор источников трафика



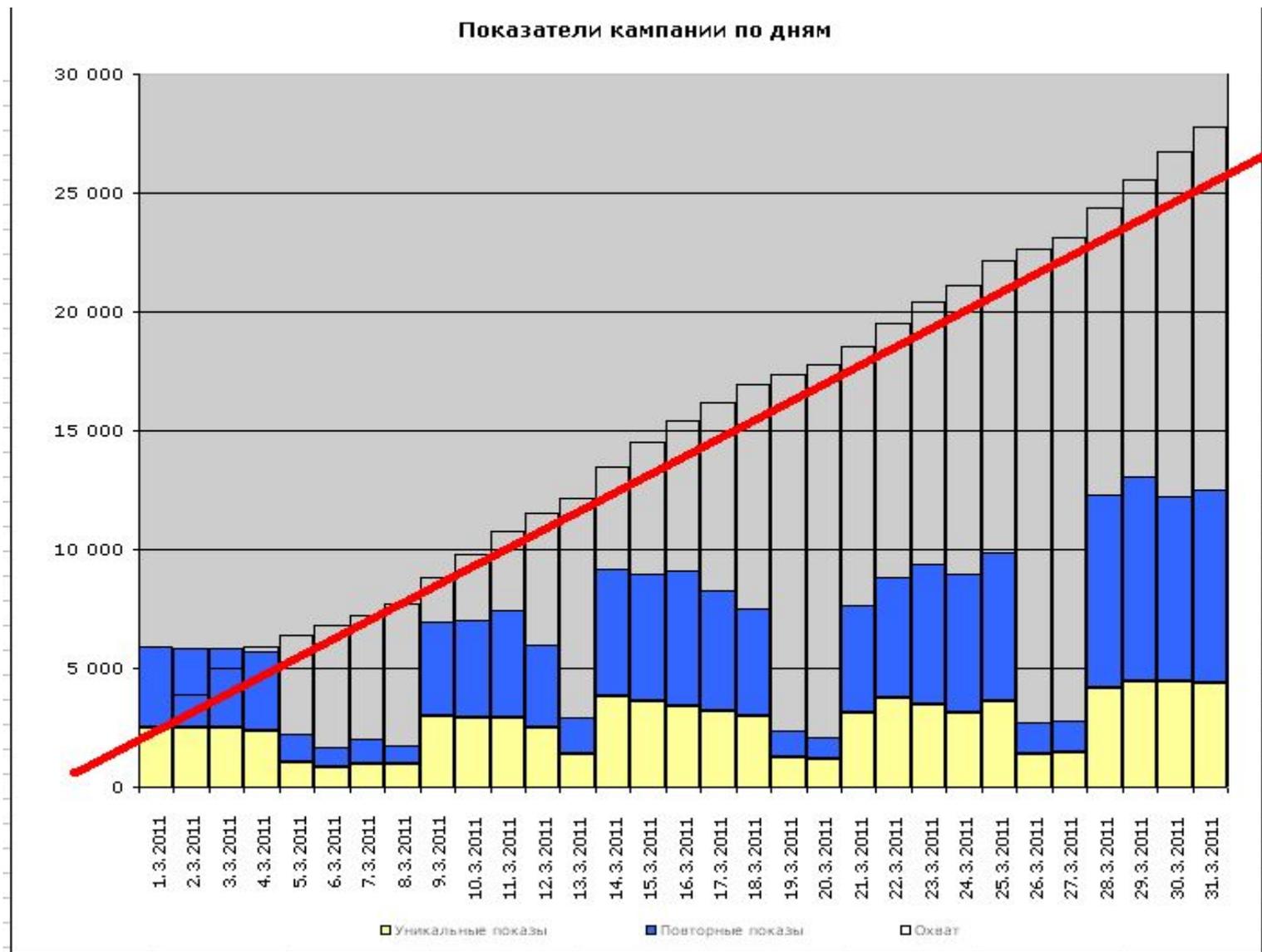
Посещений, связанных со всеми источниками трафика: 129 069

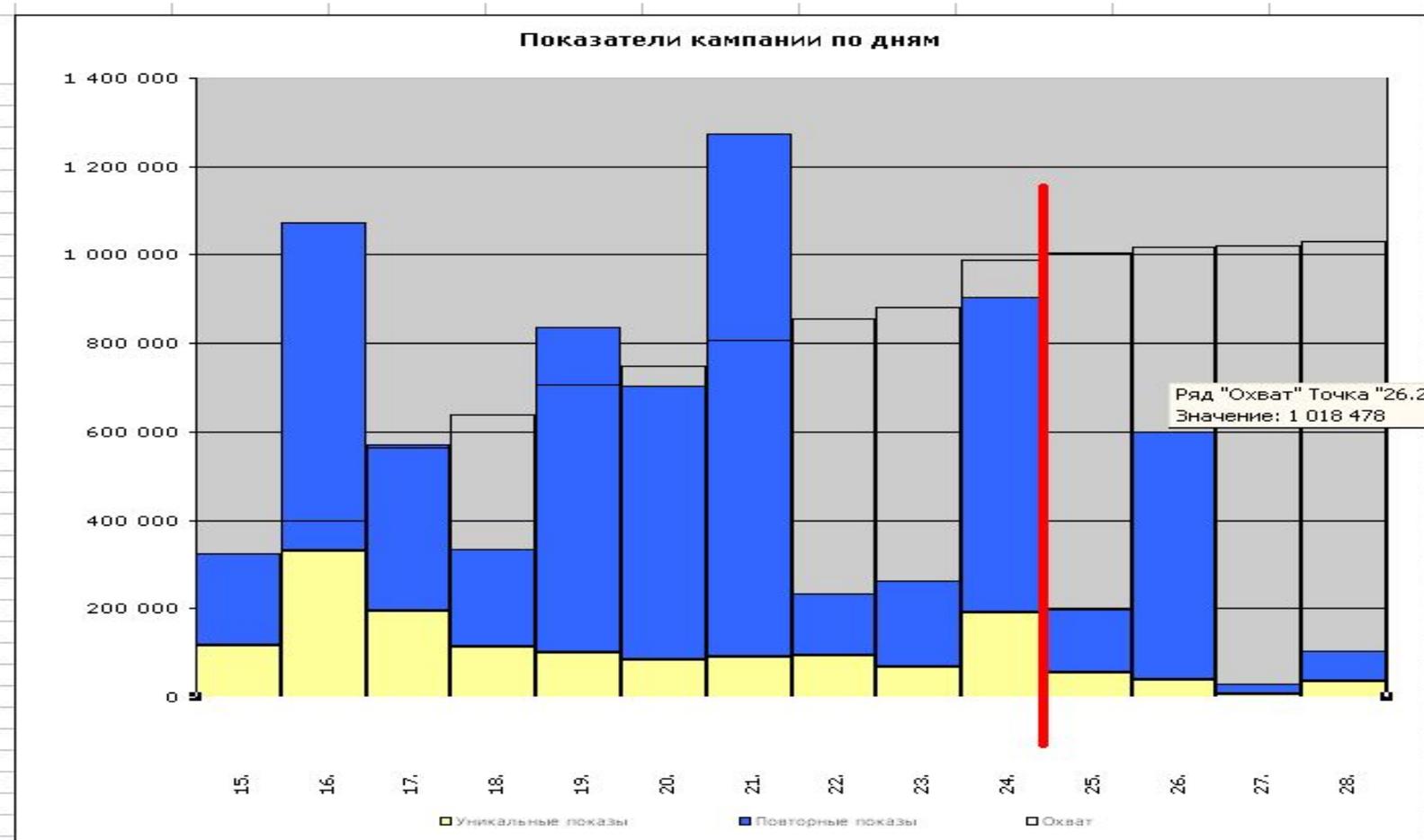


**Важно:**

- максимальный охват
- оптимальная частотность

# Охват кампании:

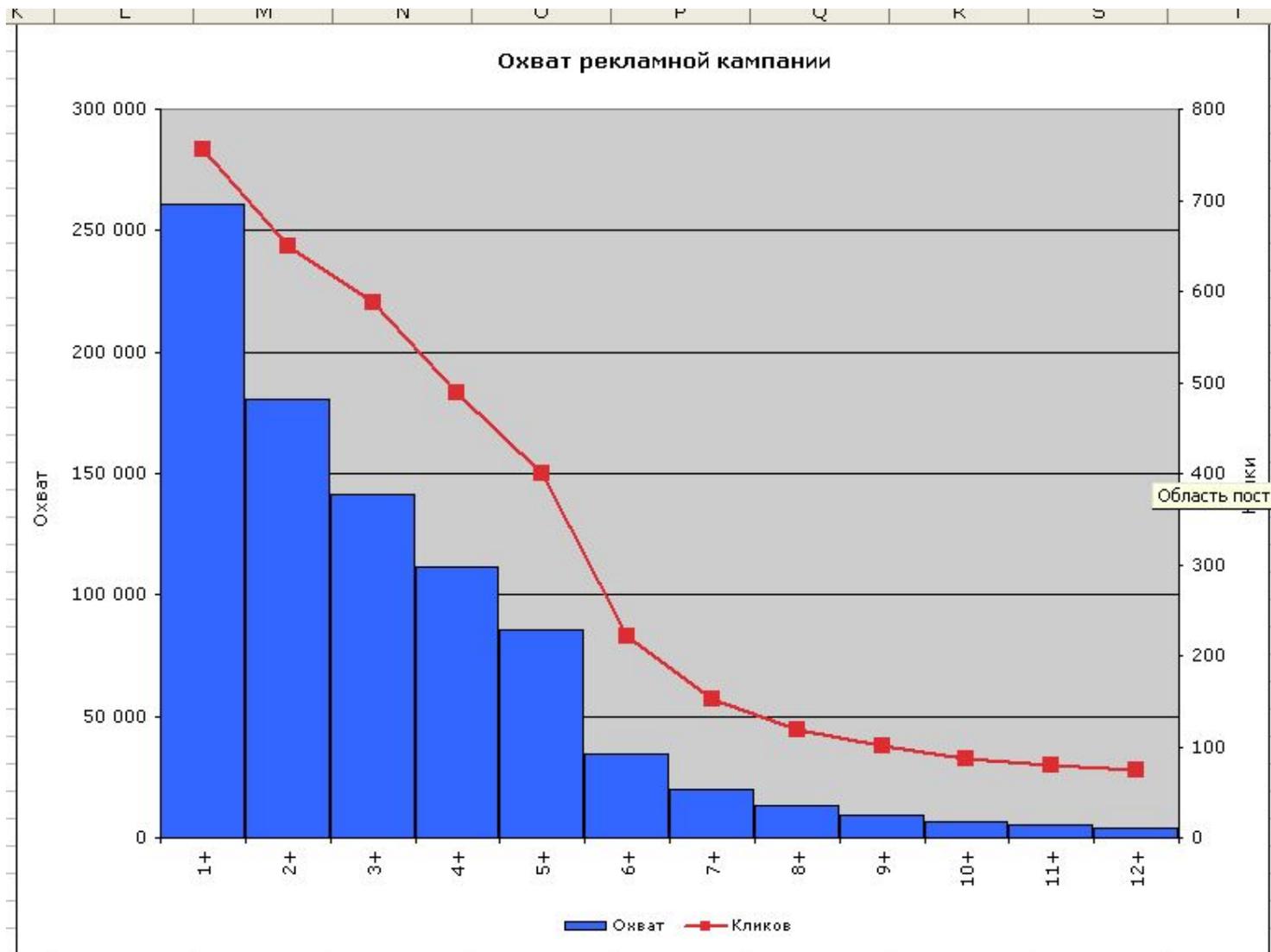




## Важно:

- максимальный охват
- оптимальный флайт

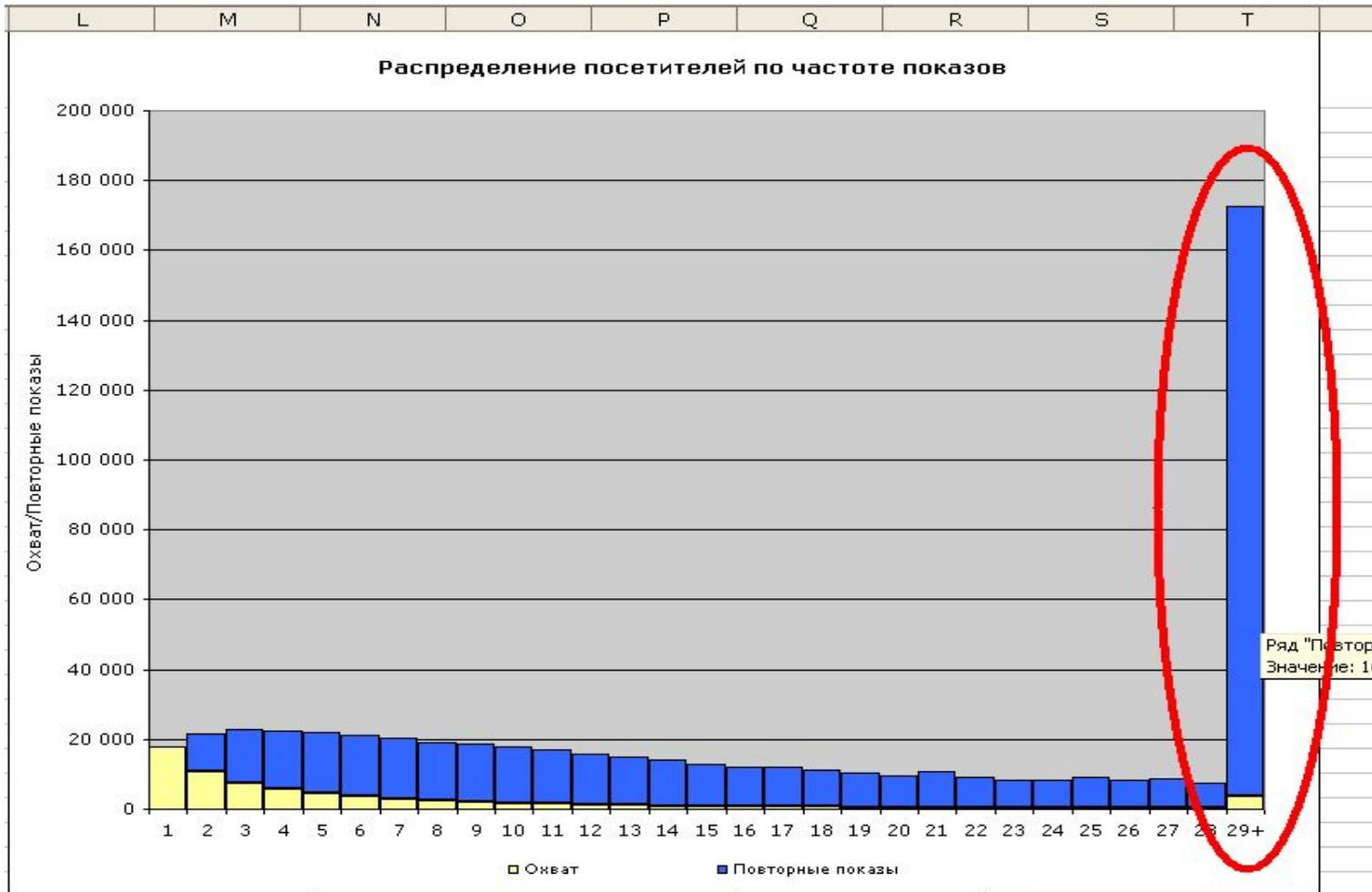
# Частота убивает CTR:



**756**  
КЛИКОВ

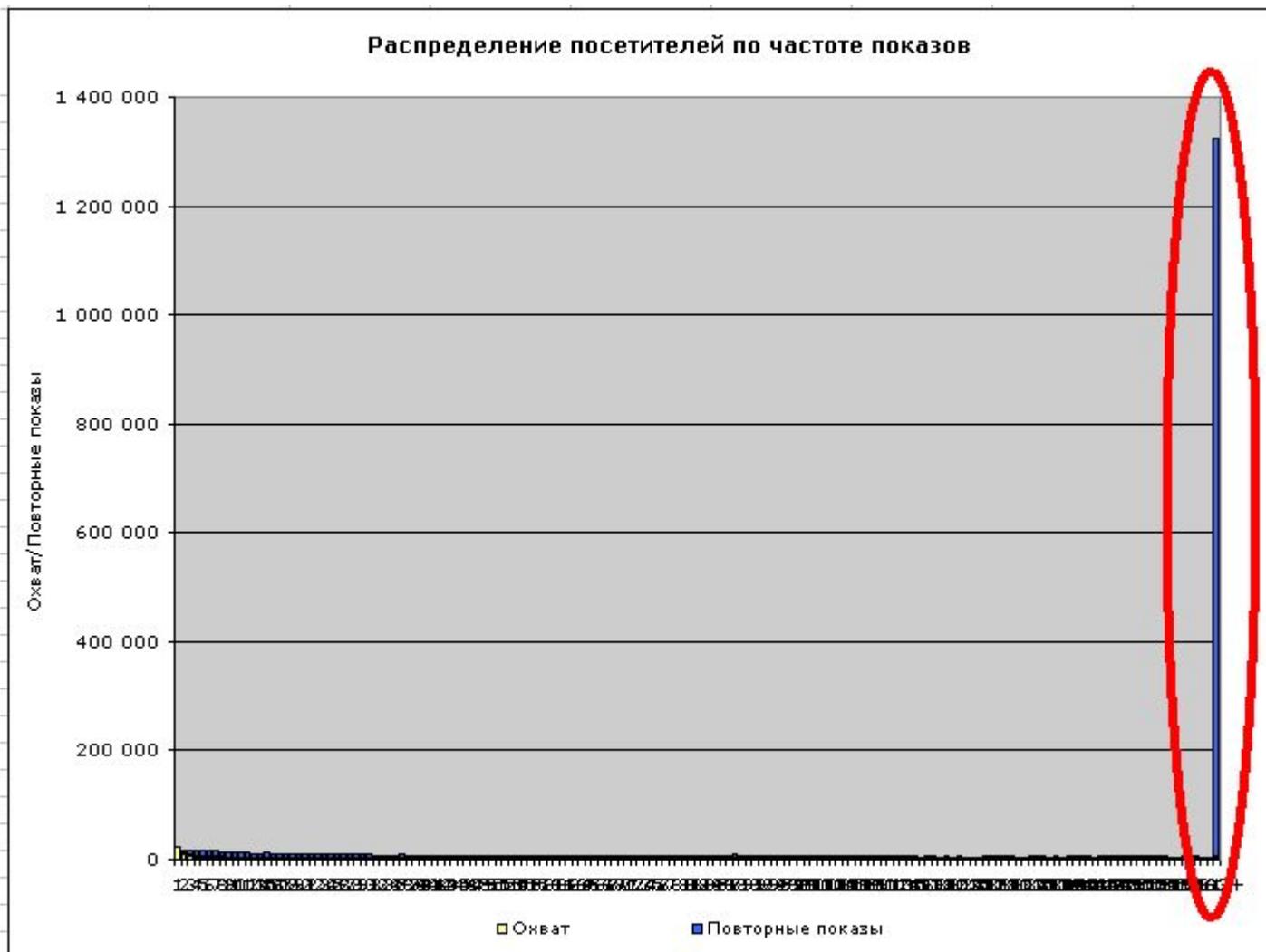
**75**  
КЛИКОВ

# CRM: «побольше и почаще»

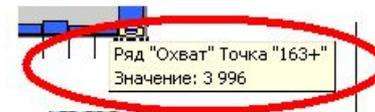


29+

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	<b>Всего</b>	<b>248 889</b>	<b>851</b>	<b>2 551р.</b>		<b>12 987р.</b>	<b>1</b>
10							
11							
12							
13							
14							
15							

по стоимости

Сравнение позици

## Важно:

- стоимость охвата 1 000 чел.

# Аудитория площадок:

B C D E F G H I J

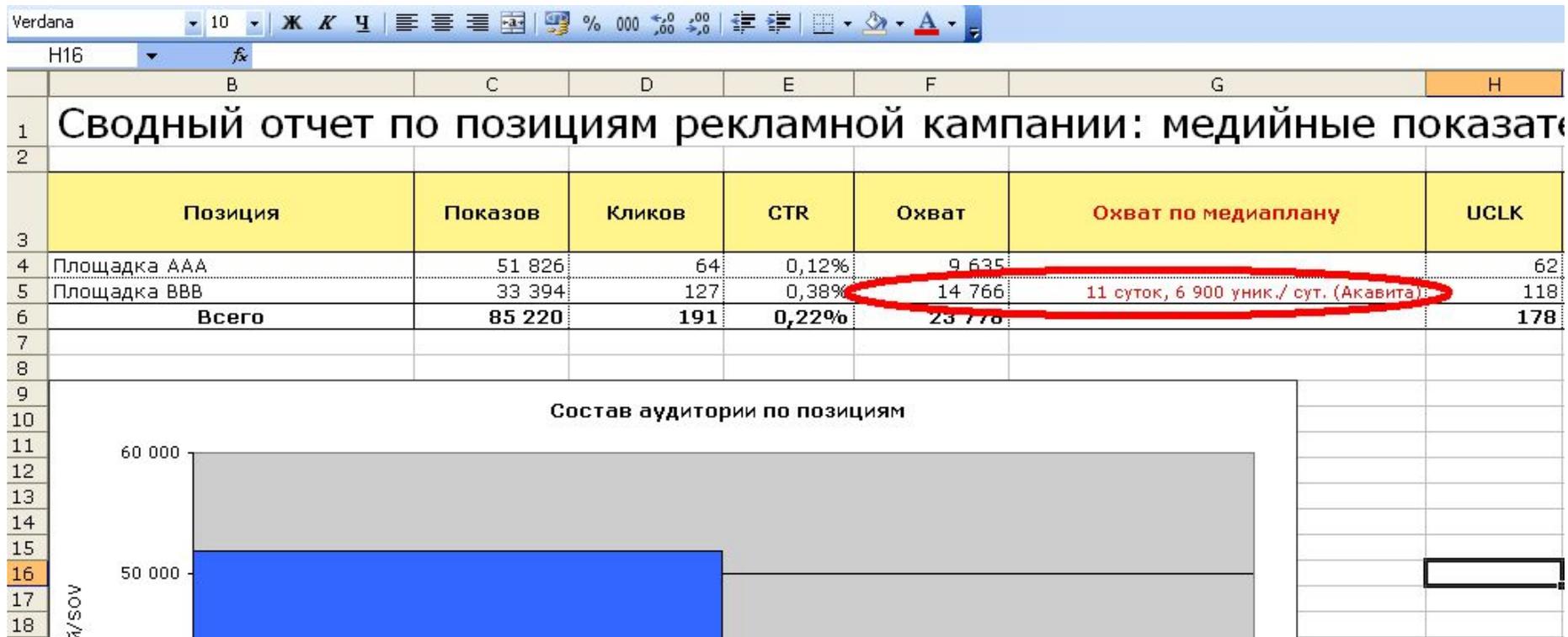
## Сводный отчет по позициям рекламной кампании: медийные показат

Позиция	Показов	Показов по медиаплану	Кликов	Кликов по медиаплану	CTR	CTR по медиа плану	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%	<b>38 055</b>	<b>6 800/сут., 7 сут. (Акавита)</b>
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	
<b>Всего</b>	<b>1 473 632</b>		<b>865</b>		<b>0,06%</b>		<b>295 320</b>	

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](http://www.adriver.ru)

GSM +375 29 617 1768  
Email [Paul.Grablevski@adone.by](mailto:Paul.Grablevski@adone.by)