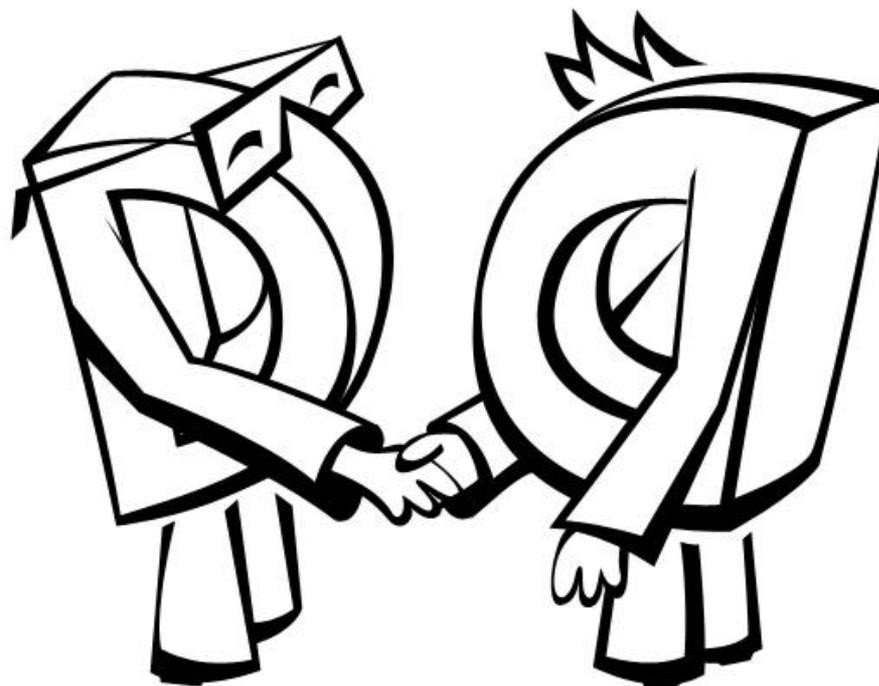
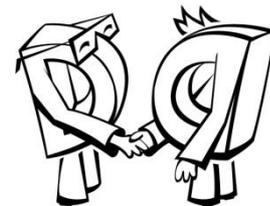


## Лицом к аудитории



Аудитория рекламных кампаний и ее качество  
**«Двойной клик»**

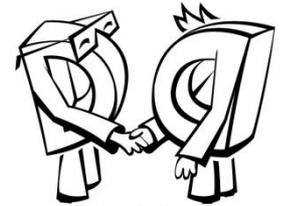


# Анализ аудитории онлайн кампаний

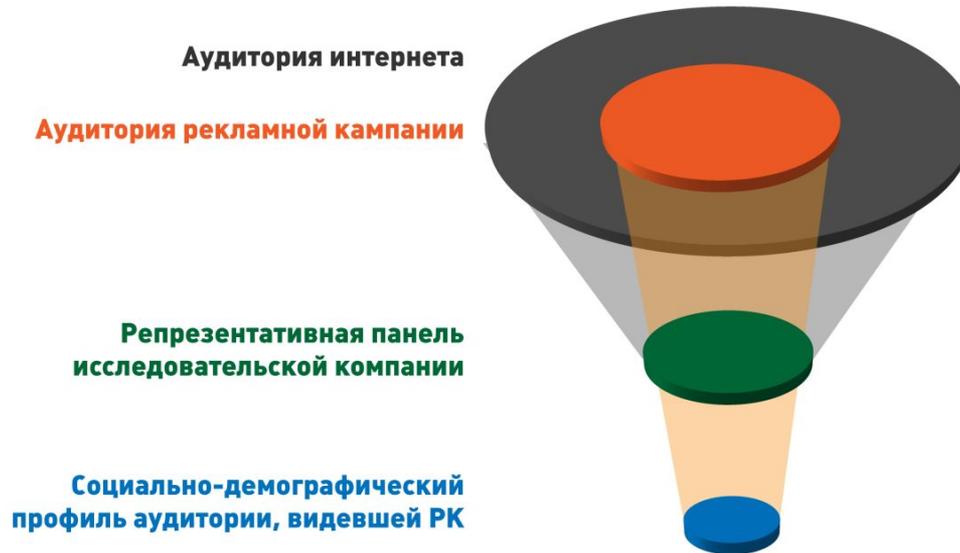
---

1. Портрет аудитории рекламных кампаний в целом
2. Исследование поведения пользователей на рекламируемом сайте и их социально-демографический состав
3. Исследования связанные с измерениями пользовательских предпочтений

# Исследования портрета аудитории РК



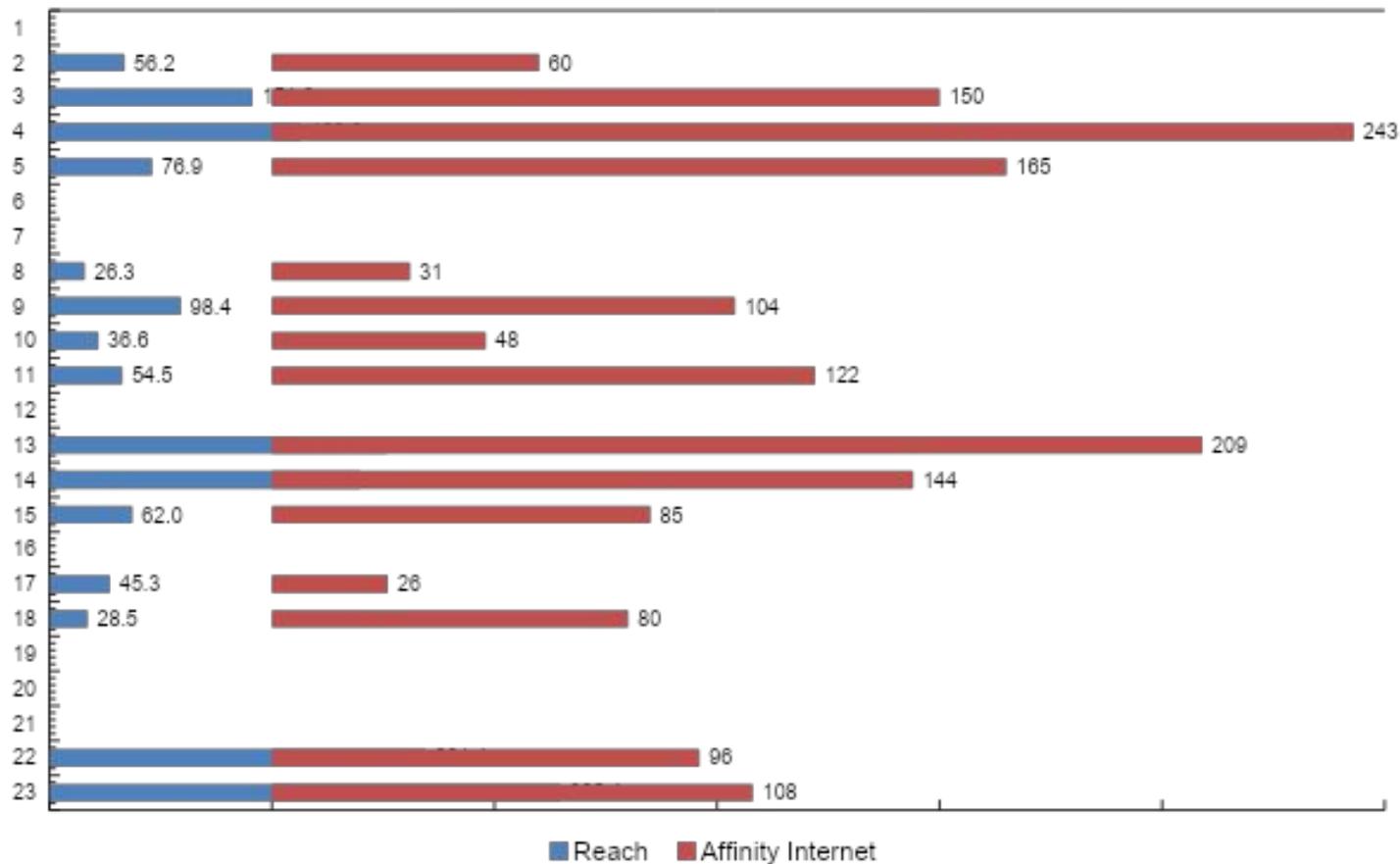
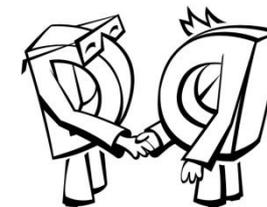
Технология **Double Click** позволяет получать данные по социально-демографическому портрету аудитории при использовании баз исследовательских компаний (**TNS, Gemius**):



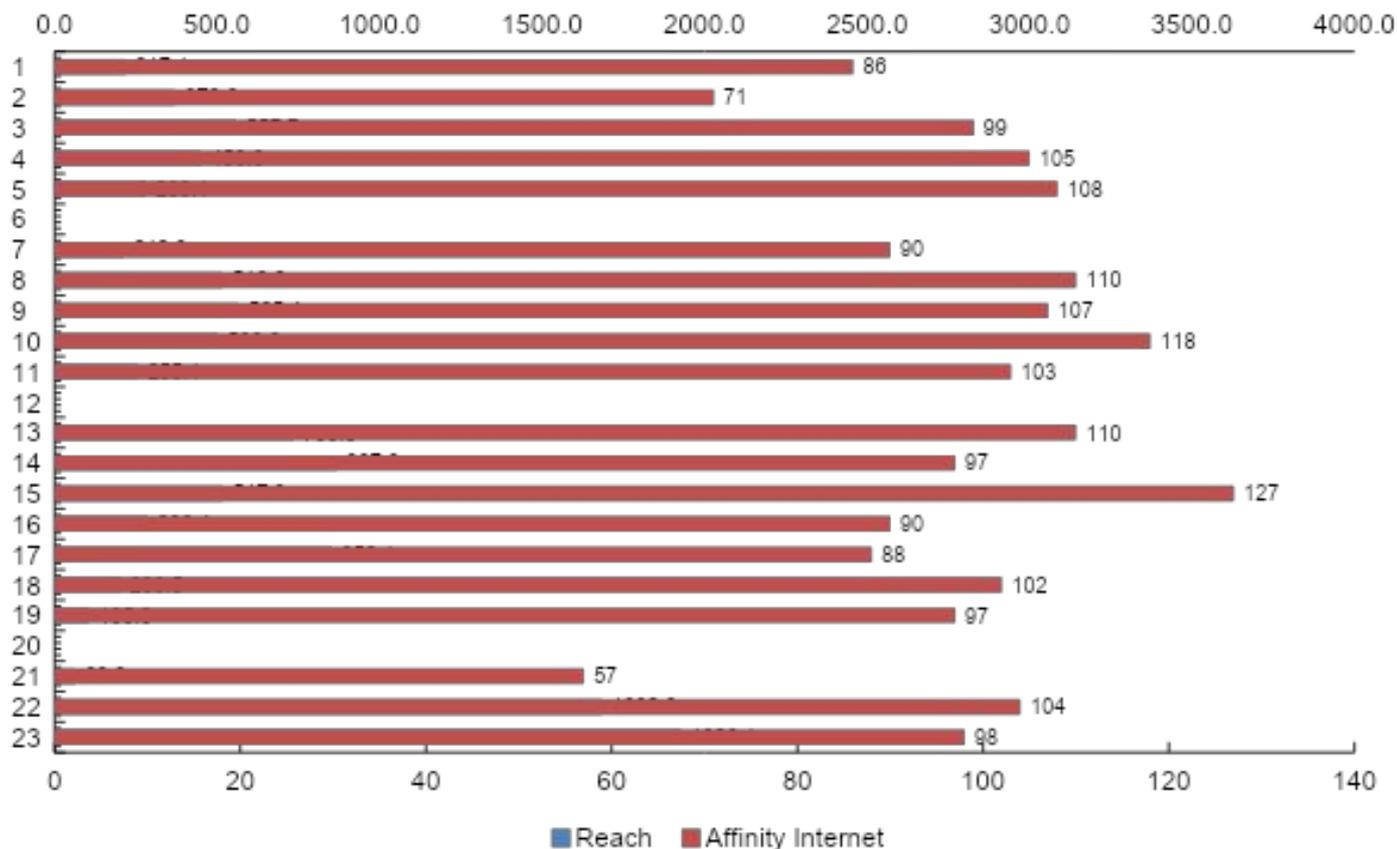
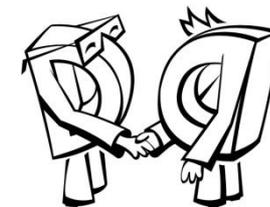
Доступные данные о пользователях, видевших рекламу, по каждому размещению :

Пол / Возраст / Доход / Социальный статус / Род занятий / Образование / Регион проживания / Места досуга / Предпочитаемые телеканалы / Предпочитаемые радиостанции / Тип соединения

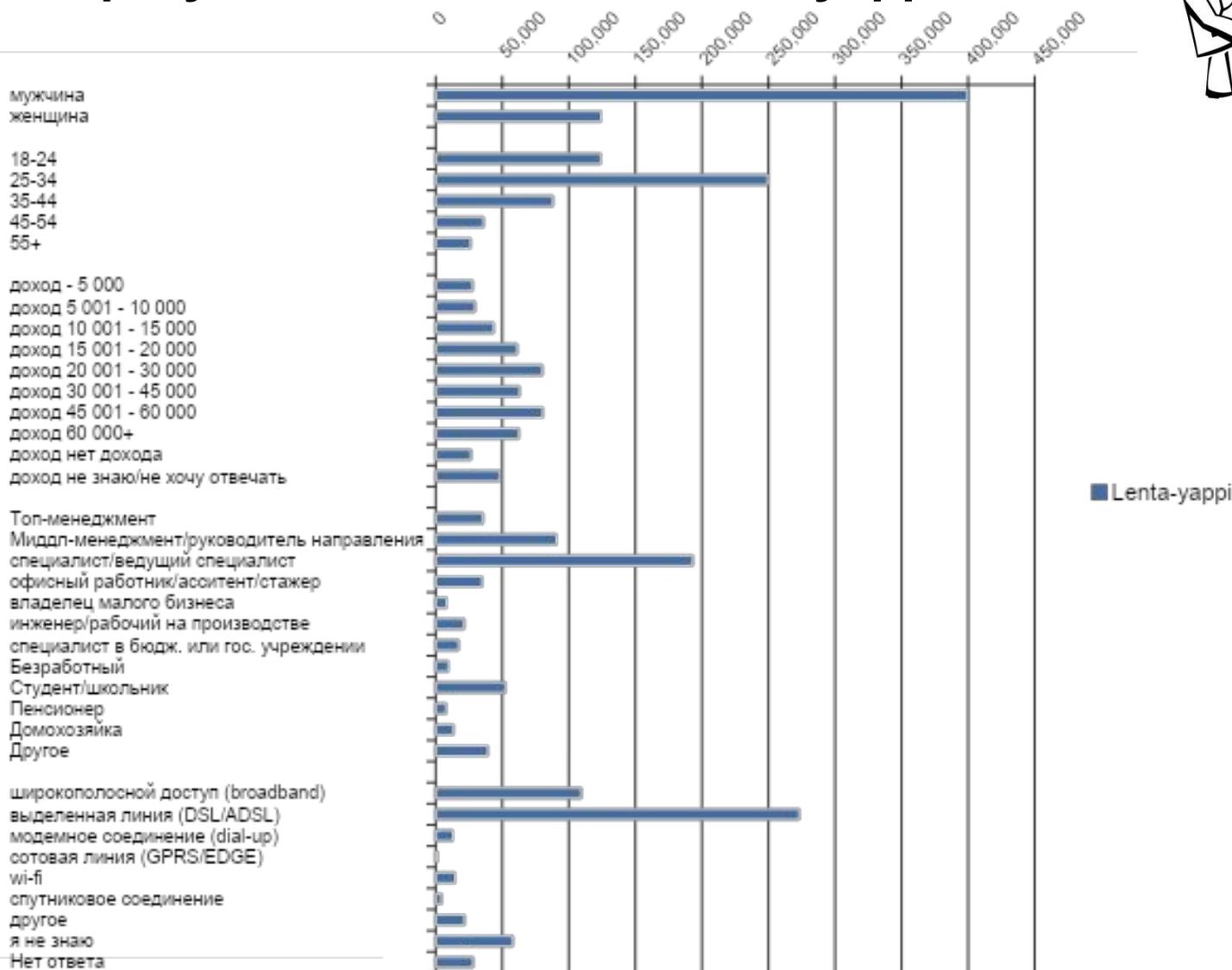
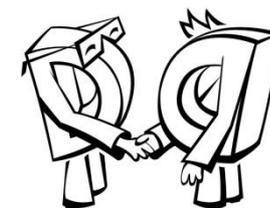
# Социально-демографическая характеристика кампании РБК, главная



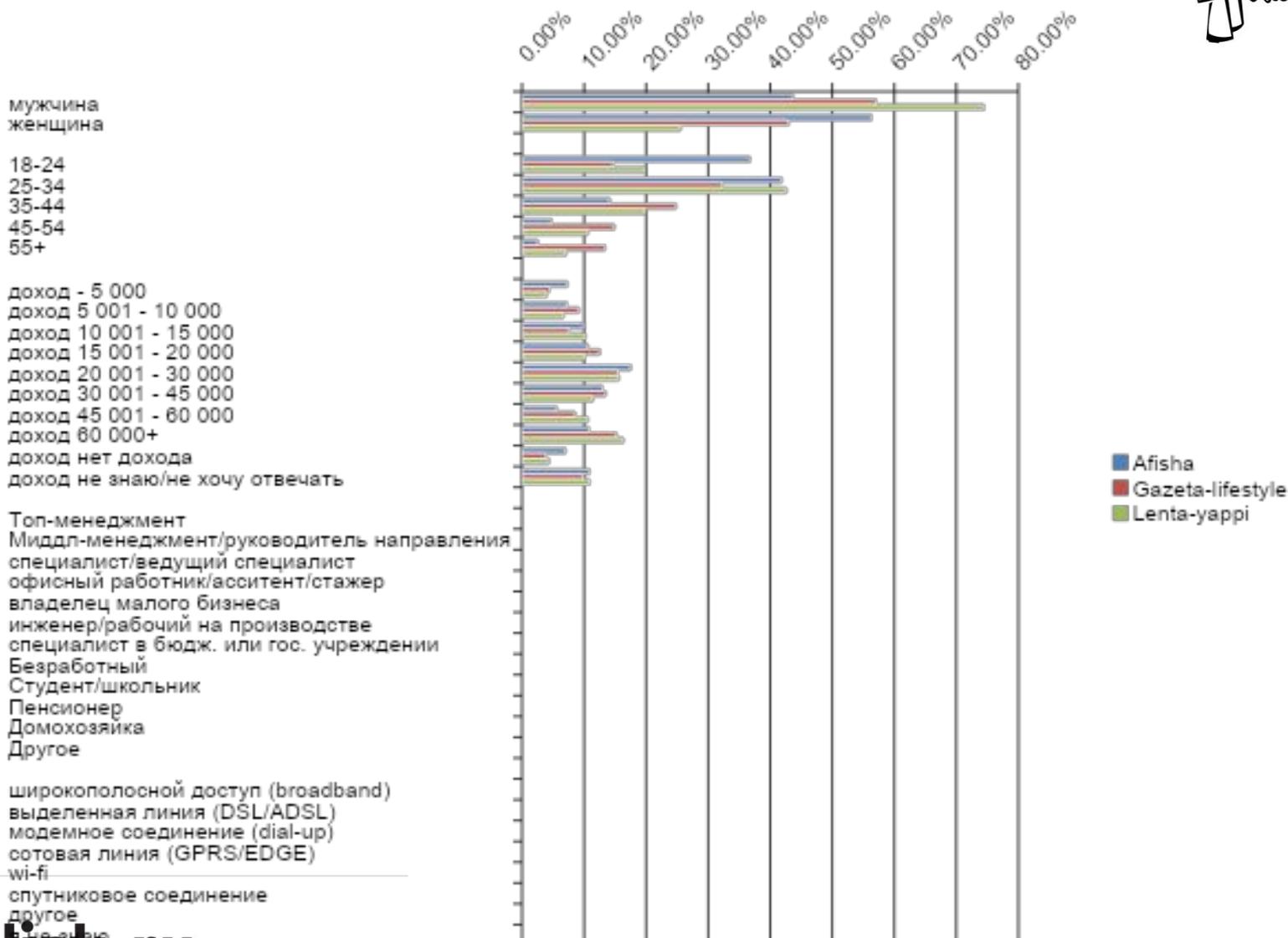
# Социально-демографическая характеристика кампании Rambler, главная



# Соц. дем. результаты кампании Lenta yappi



# Сравнение данных по площадкам



# Статистика



Double Click\* предоставляет для рекламных агентств следующую статистику:

## Post click анализ

- Поведение пользователей на сайте рекламодателя
- Число пользователей, пришедших на сайт рекламодателя через рекламную кампанию
- Число страниц, просмотренное пользователем на сайте рекламодателя
- Действия пользователя на сайте рекламодателя
- Объем аудитории на контрольных точках (продажи, регистрации...)
- Количество пользователей, которые увидели баннер рекламной кампании, но пришли на сайт не через клик

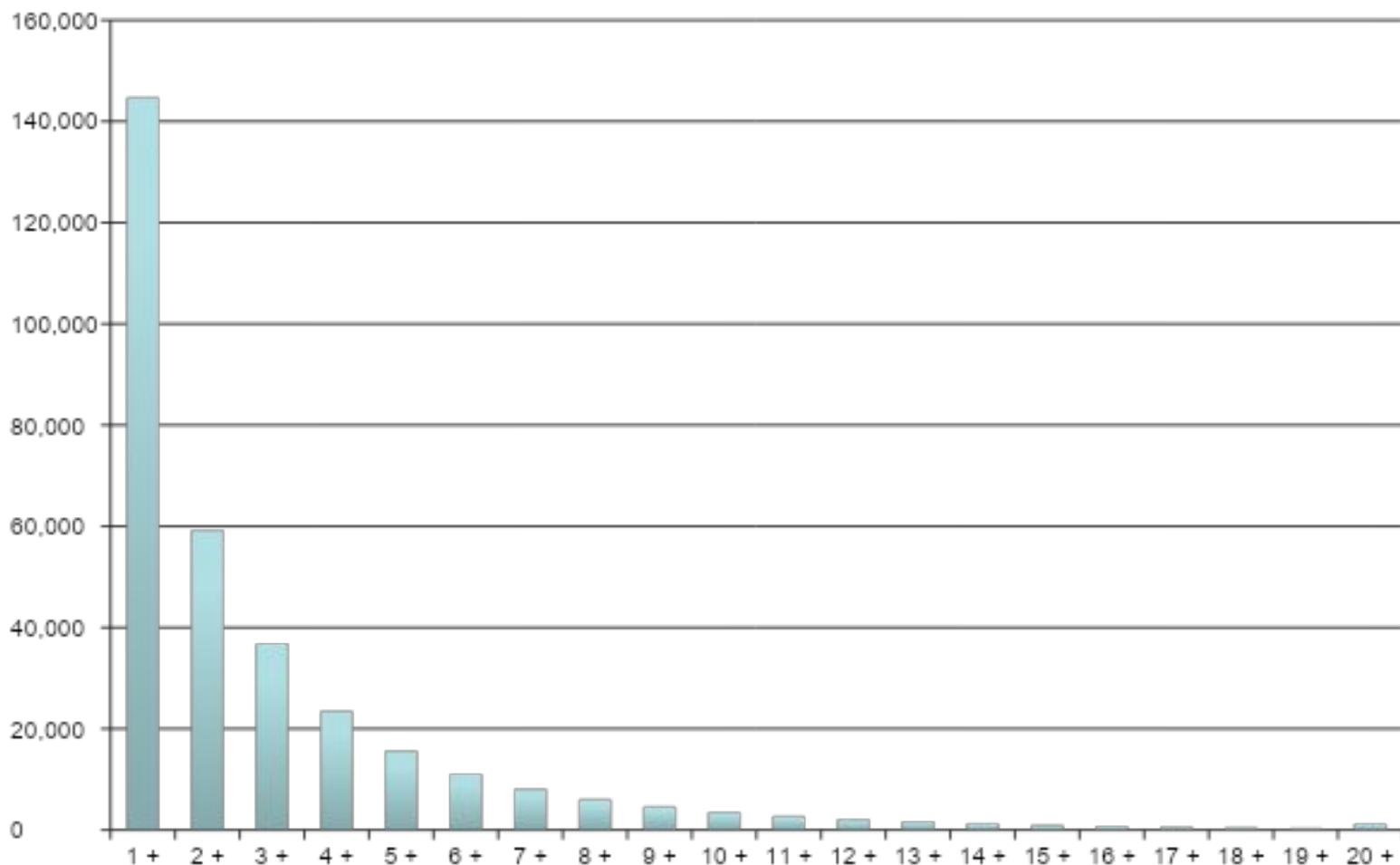
# Post click анализ



BannerName	Post view	Post view (unique)	Post click	Post click (unique)
Mail.ru_Post_Box	7 059	3 068	3 169	2 301
Rambler.ru_Post_Box	3 553	1 340	960	774
Odnoklassniki.ru	21 022	6 947	5 477	4 580
WMJ.ru	1 083	678	517	438
Liveinternet.ru	2 145	265	275	227
Fontanka.ru	1 160	273	272	214
Webvolgograd.ru	58	28	31	16
E1.ru_News	4 127	1 083	1 359	1 003
NasheRadio_Bonus	161	73	69	48
Samara.ru	139	76	55	45
E-Kazan.ru_click	23	16	23	16
NGS.ru	426	248	166	139

Данный отчет показывает сколько пользователей видевших баннер посетили страницы сайта рекламодателя (post view) и сколько из этих пользователей пришло строго через клик по баннеру (post click). Так же доступна информация об уникальной аудитории post view и post click

# Глубина просмотра



# Post Click анализ по просмотренным страницам и сайтам РК



PixelName	BannerName	Post view	Post view (unique)	Post click	Post click (unique)
buyproduct	Mail.ru_Post_Box	7 059	3 068	3 169	2 301
buyproduct	Rambler.ru_Post_Box	3 553	1 340	960	774
buyproduct	Odnoklassniki.ru	21 022	6 947	5 477	4 580
buyproduct	WMJ.ru	1 083	678	517	438
buyproduct	Liveinternet.ru	2 145	265	275	227
buyproduct	Fontanka.ru	1 160	273	272	214
buyproduct	Webvolgograd.ru	58	28	31	16
buyproduct	E1.ru_News	4 127	1 083	1 359	1 003
buyproduct	NasheRadio_Bonus	161	73	69	48
buyproduct	Samara.ru	139	76	55	45
buyproduct	E-Kazan.ru_click	23	16	23	16
buyproduct	NGS.ru	426	248	166	139

# Исследования эффективности РК



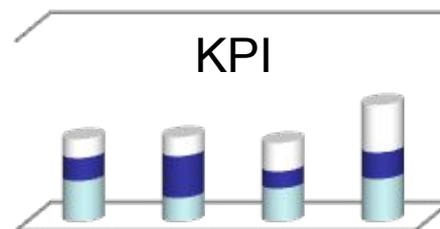
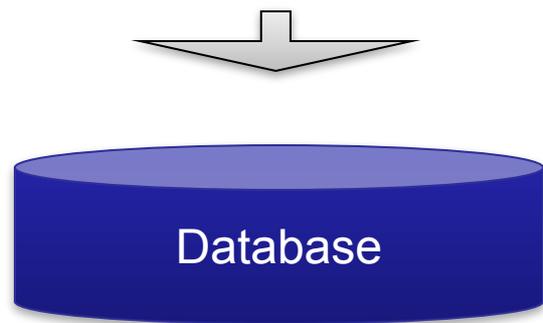
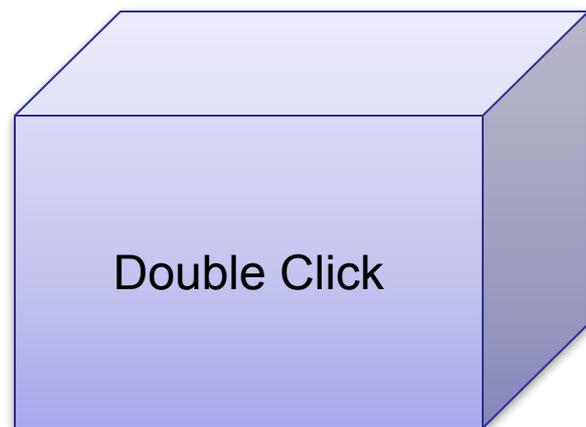
При помощи Double Click\* возможно исследовать рекламные кампании с точки зрения:

- предпочтения пользователя
- намерения о покупке продукта
- знания/ восприятия Бренда/продукта

Механика:

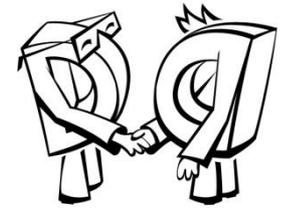
- управление рекламной кампанией проходит через Double Click
- после проведения кампании проводится анкетирование пользователей, на сайте анкеты стоят пиксели Double Click
- результаты кампании и результаты опросов пересекаются. За базовые значения принимают данные пользователей, которые не видели рекламную кампанию

# Механика



д) Во время прохождения рекламной кампании в базу данных записывается информация с ID пользователя и сколько раз он видел баннер

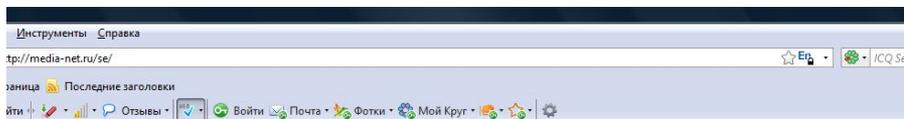
# Анонсирование опросов



Respondents are driven to the questionnaire from the sites of the campaign

Примите участие в коротком опросе >>

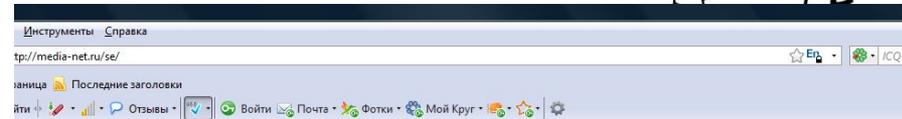
# Примеры вопросов



Знаете ли вы о телефоне Sony Ericsson W995?

- Да
- Нет

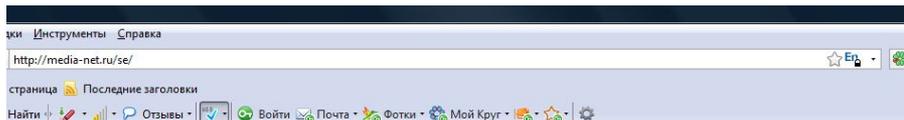
Дальше



Телефон Sony Ericsson W995 является...

- Бизнес телефоном со необходимыми функциями для работы с почтой и электронными документами
- Продвинутым мультимедийным проигрывателем с великолепным изображением и кристально чистым звуком
- Фотокамерой с высоким разрешением съемки
- Телефоном для активного образа жизни с противоударным водозащищенным корпусом
- GPS навигатором
- Ничего из вышперечисленного

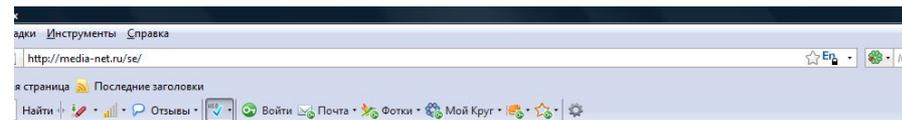
Дальше



Вам понравился телефон Sony Ericsson W995?

- Да
- Нет

Дальше



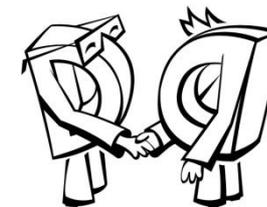
Собираетесь ли вы в ближайшем месяце купить телефон Sony Ericsson W995?

- Да, точно куплю
- Возможно, я куплю телефон Sony Ericsson W995
- Я не буду покупать телефон Sony Ericsson W995

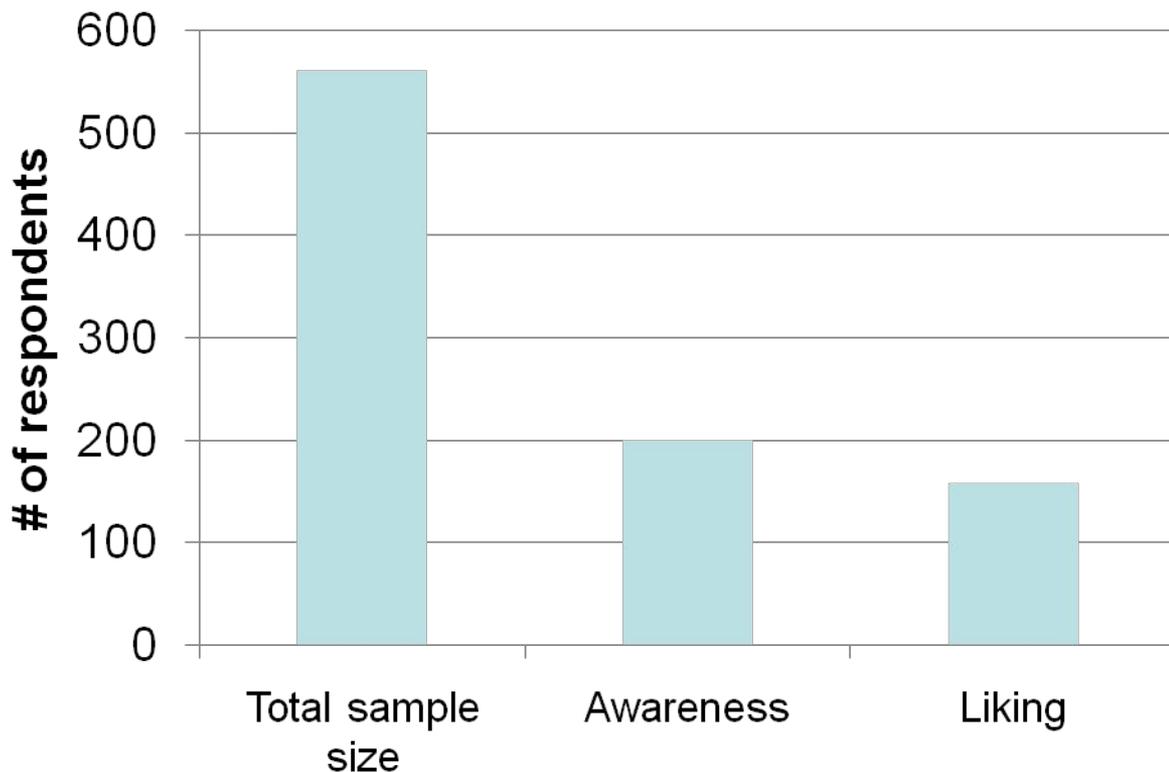
Дальше



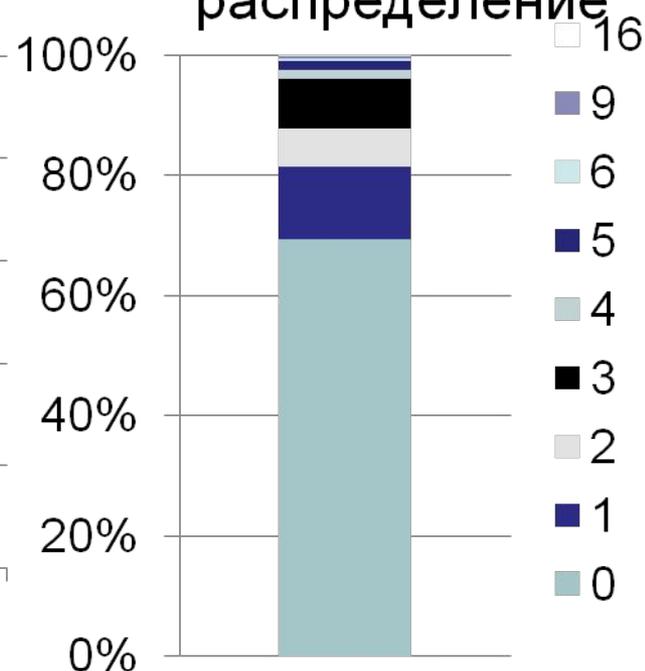
# Примеры отчетов



## Результаты опросов



## Частотное распределение

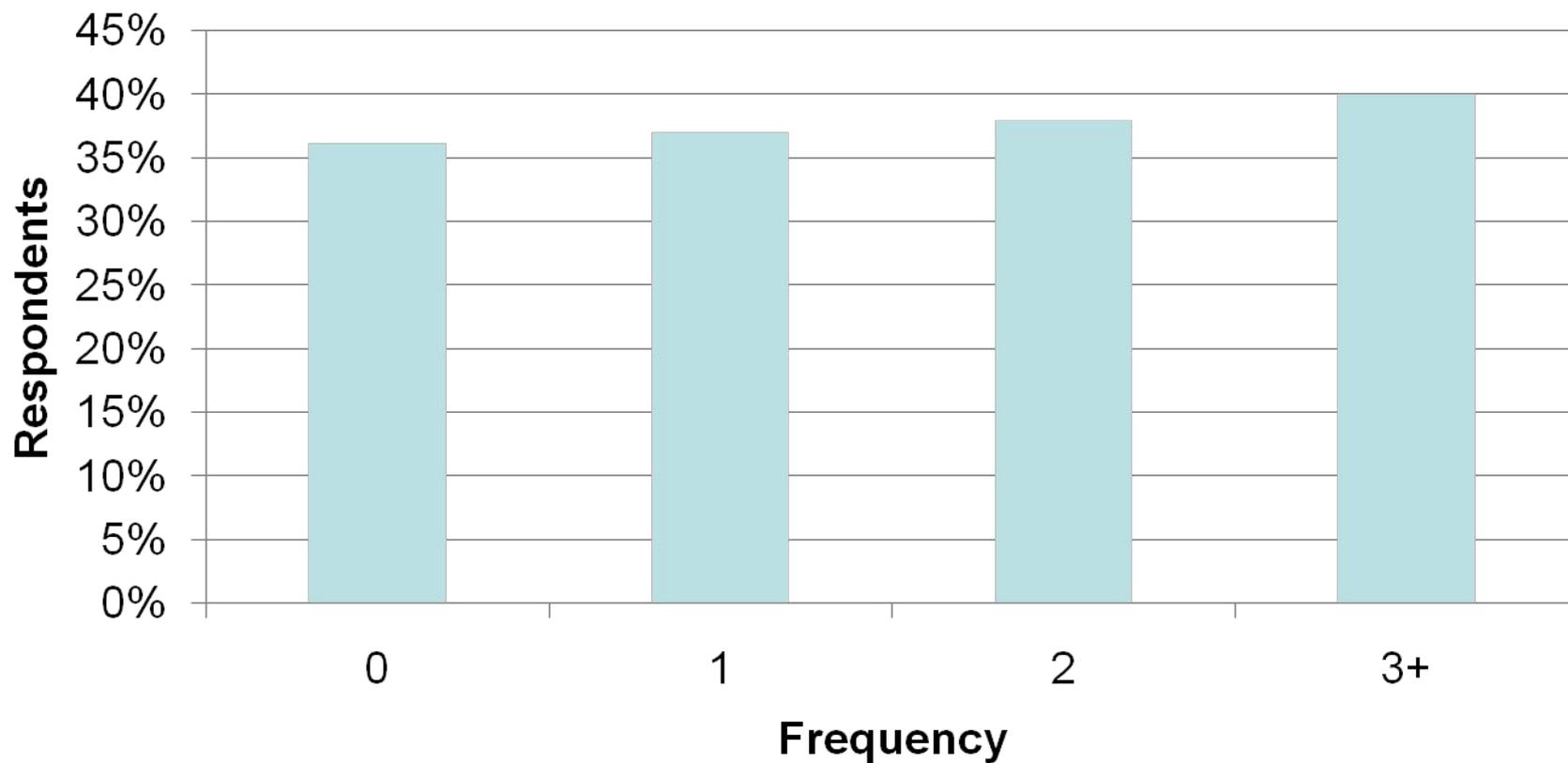


Знаете ли вы о ...?	Вам понравился ...?		Кол-во заполненных анкет									
	201	159	562									
Data	0	1+	1	2	3	4	5	6	9	16	Grand Total	
Кол-во заполненных анкет												

# Примеры отчетов

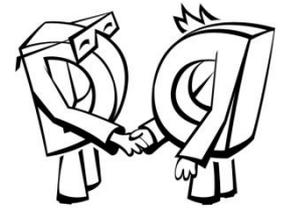


## Узнаваемость

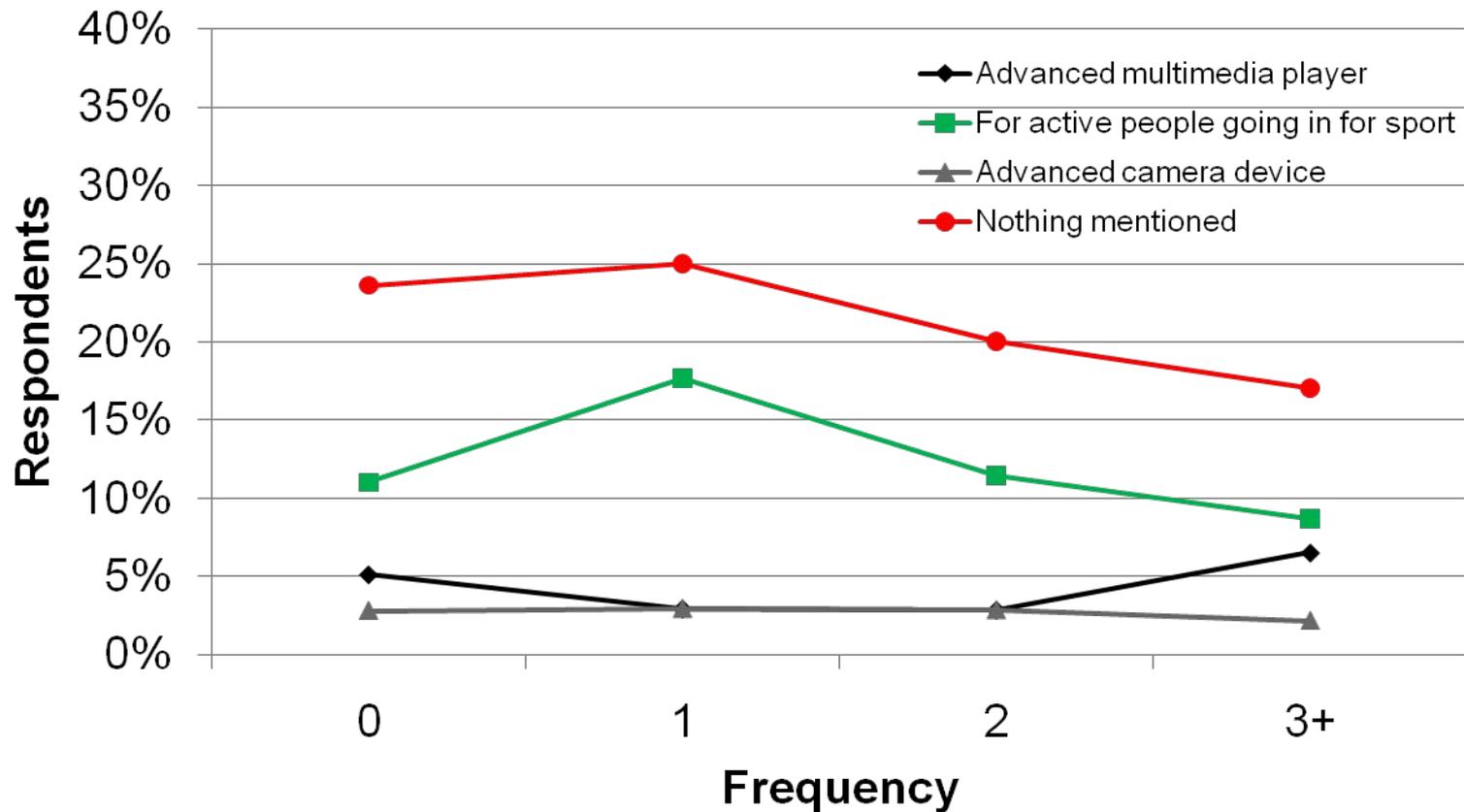


Data	0	1+	1	2	3	4	5	6	9	16	Grand Total
Знаете ли вы о ...?											

# Примеры отчетов



## Восприятие





**Спасибо за внимание**