

# Обеспечим эффективность рекламных инвестиций на основе data-решений

Медиа дата платформа на основе онлайн/оффлайн данных исследовательского холдинга

РАССЧИТАТЬ МЕДИАПЛАН



Обеспечим эффективность рекламных инвестиций и поддержим продажи



Сэкономим более 30% рекламного бюджета на цифровой



Повышение общей эффективности размещения до 2-х раз используя Data подход

## W.media platform

W.media позволяет нашим клиентам по максимуму использовать потенциал больших оффлайн и онлайн данных направленных на отраслевые решения.

**1700**

Аудиторных сегментов,  
доступных для таргетинга

**>100 млн.**

Количество e-mail и телефонов,  
доступных для связки с куками

**1,4 млрд.**

Cookie отслеживается  
ежедневно

# Технология

## Мы знаем все о Ваших потребителях в

**сети** статистически формируем портрет аудитории на основе ежедневного потребления Вашей ЦА



**Быстрое медиа реагирование**  
за счет изменения потребления аудитории и возникающих трендов в сети



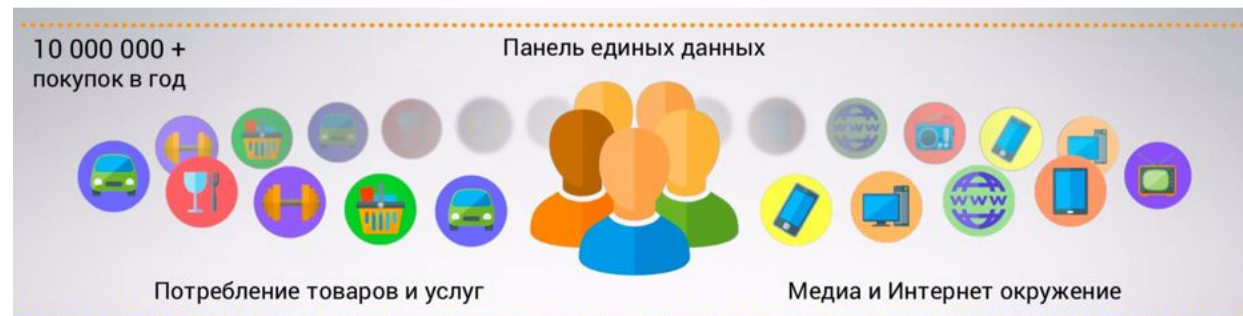
**Максимизируем финансовые показатели:**  
прибыль, доход, ДРР от рекламных инвестиций



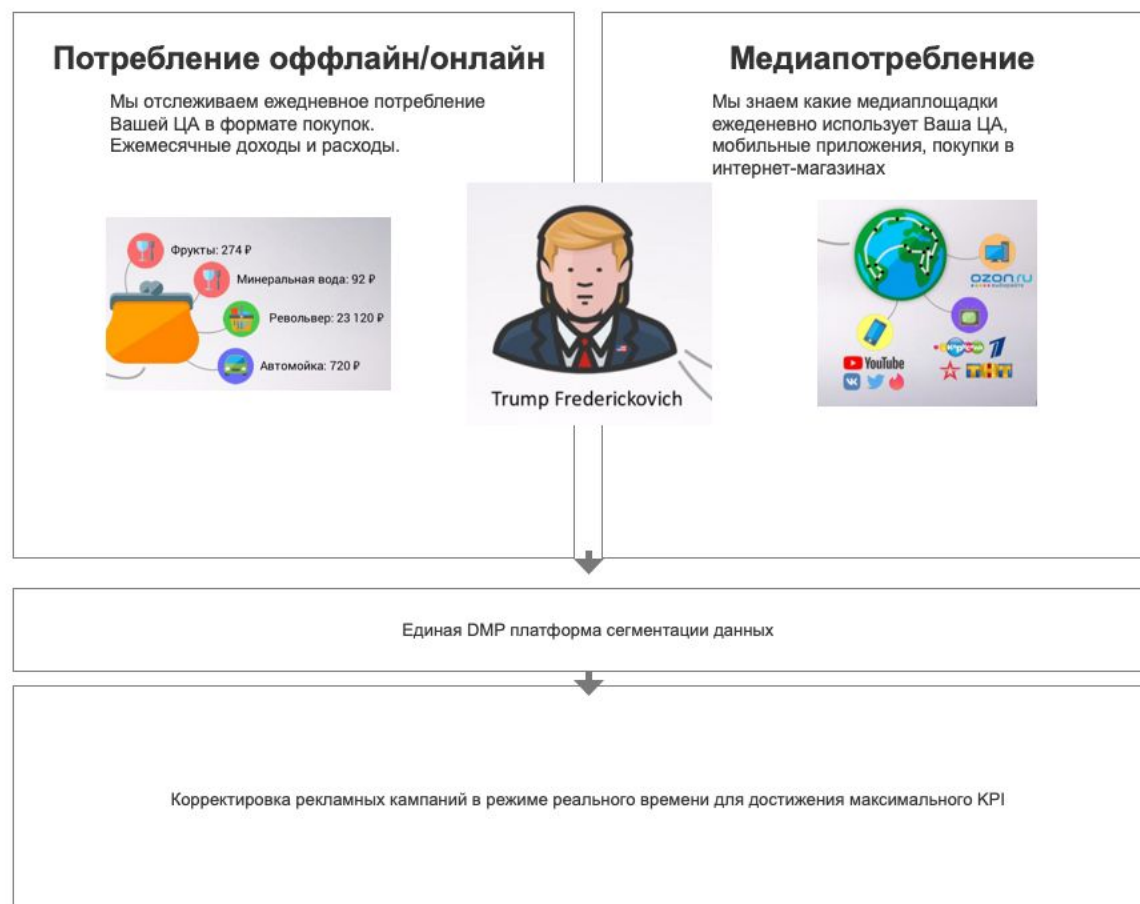
**Прозрачная аналитика медиакампаний**  
основанная на DATA решении Romir Scan Panel и DMP системы W.media

# Технология

## Совместо с Romir Single Source Panel



Динамическое формирование портрета аудитории и потребностей на основе ежедневного потребления Вашей ЦА

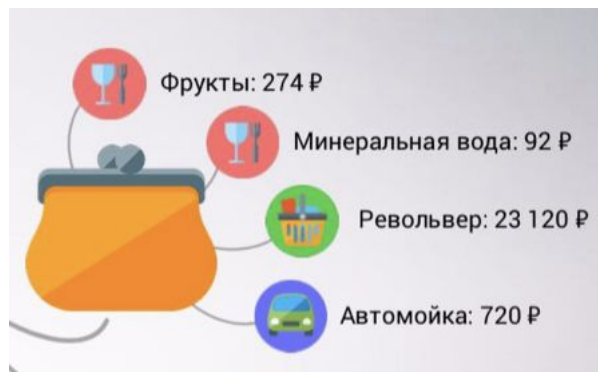
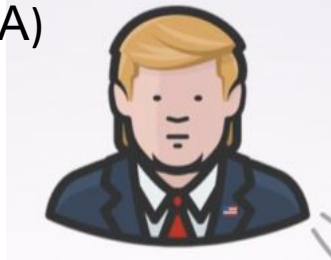


# Технолог

Если вашу медийную рекламу увидели нужные пользователи в нужное время, мы используем собственную технологию, данные о поведении онлайн и подтвержденные офлайн-данные.

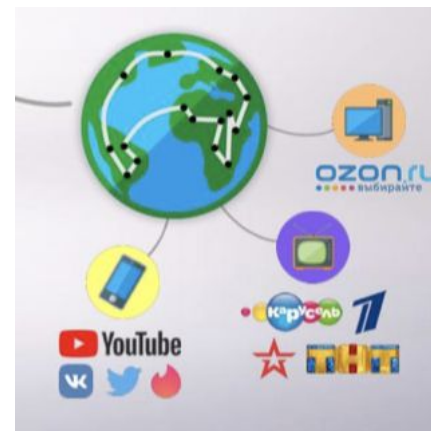
Это значит, что мы можем точно таргетировать онлайн-рекламу на поведение онлайн и офлайн и предсказывать поведение целевой аудитории, выбирая наиболее склонных к покупке пользователей.

Потребитель (Ваша ЦА)



Потребитель совершает покупки в офлайн необходимой для Вас продукции, попадает в сегмент.

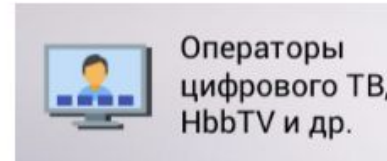
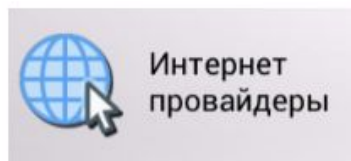
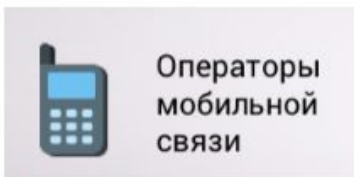
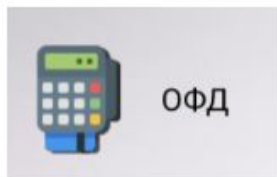
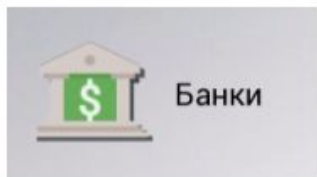
Все действия потребителя фиксируются в сети. Онлайн активность.



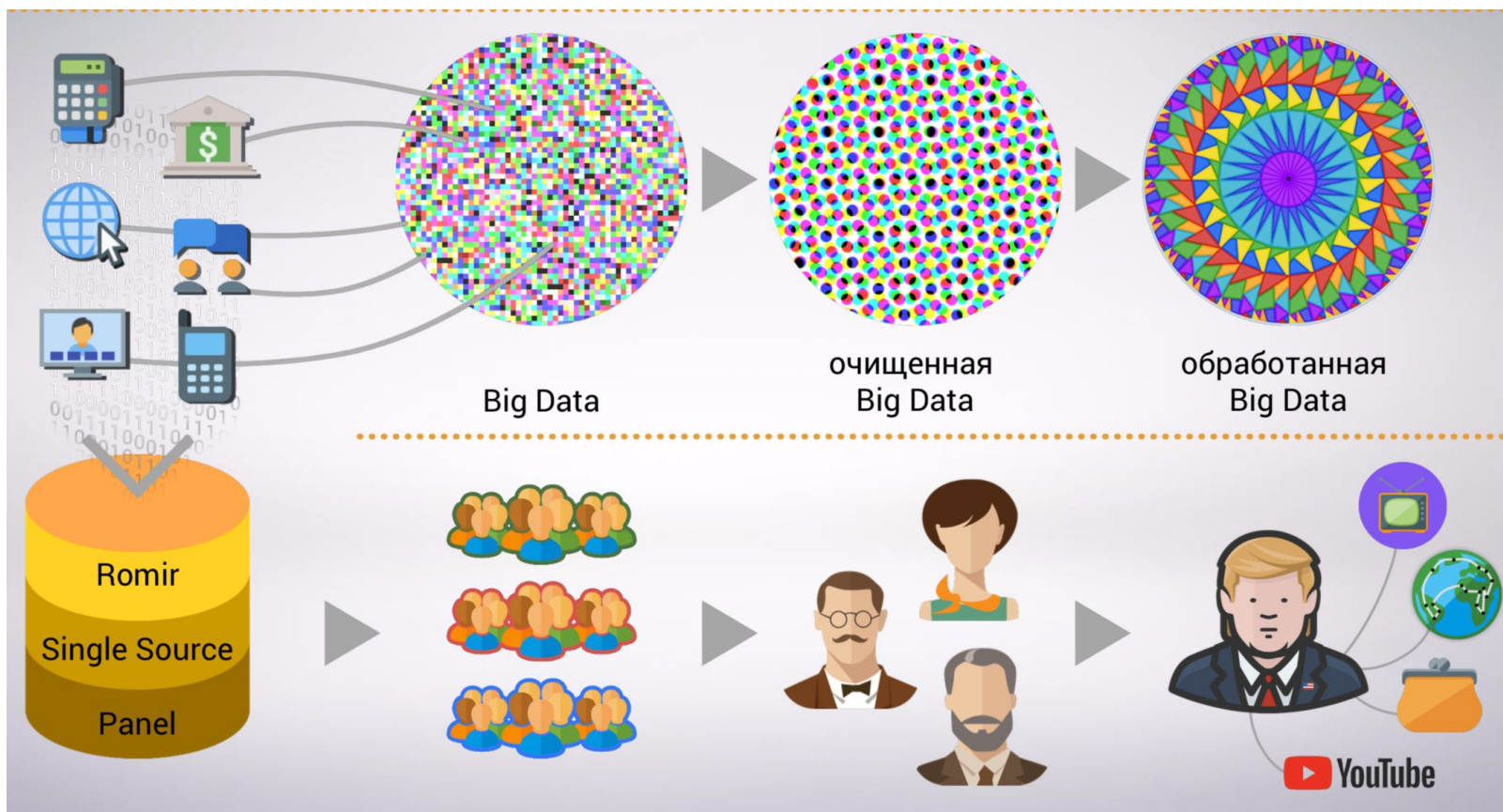
От любимых приложений до веб-сервисов. Осуществляется показ и вовлечение средствами рекламных сообщений.

# Технология

Где собираем офлайн информацию  
Источники сбора информации об офлайн активности потребителя

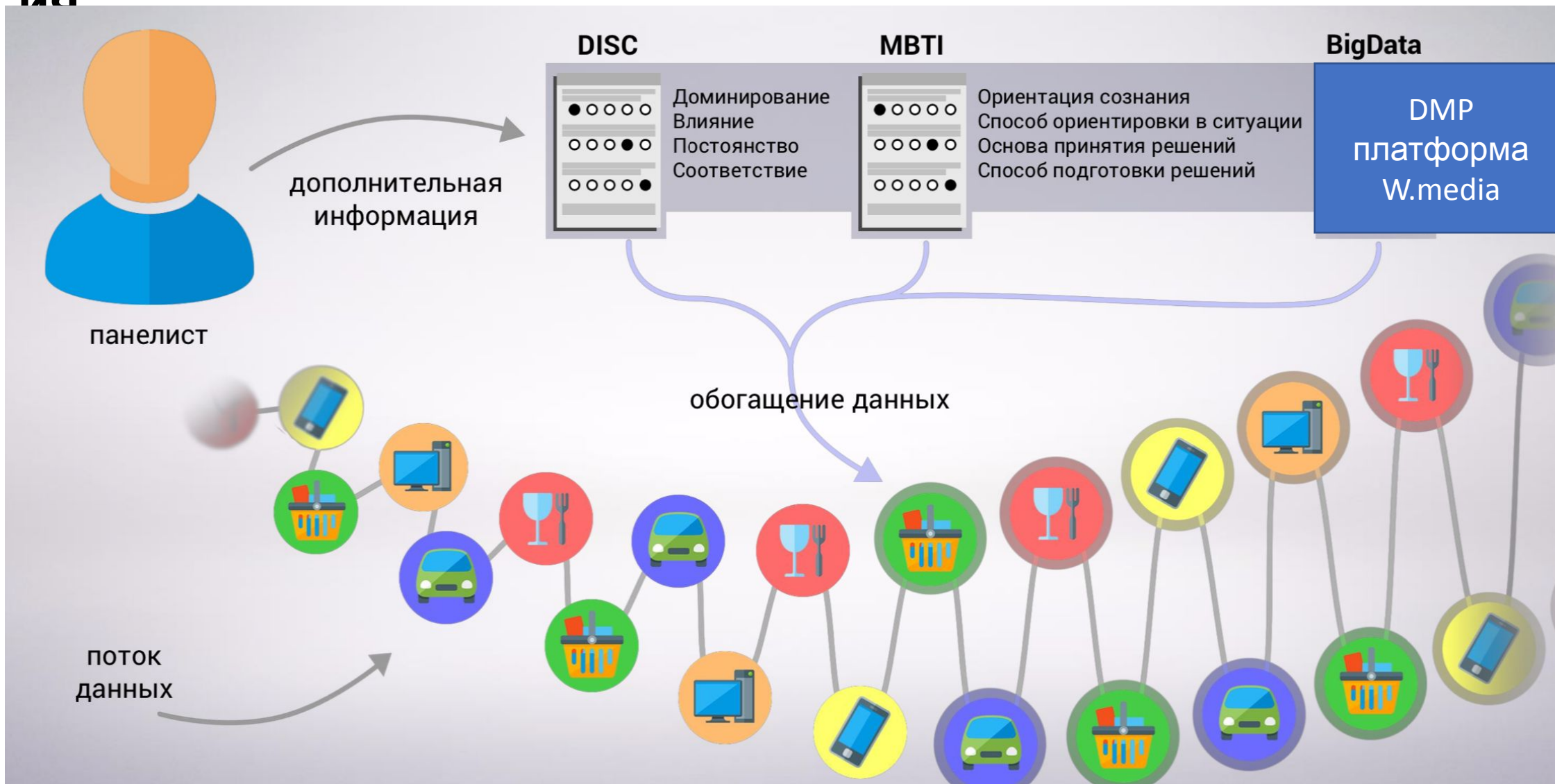


Формируем портрет Вашей аудитории, знаем его потребление, источники коммуникации, историю посещений



# Технология

Как сегментируем и обогащаем DMP



# Технолог

Где показываем рекламные сообщения

SSP	Примеры площадок	Ограничения инвентаря	Brand Safety
<p>Google AdX Yandex SSP Adriver Between Bidswitch (Rubicon, Pubmatic, Spicy etc.) Advark Nativeroll Videonow Buzzoola Moevideo Проекты Mail.ru (в том числе Одноклассники)</p> <p>Прямой выкуп: IMHO (через Videonow; только out-stream) Ivi.ru (прямое подключение)</p>	<p>kinopoisk.ru tvrain.ru gazeta.ru championat.com afisha.ru</p> <p>Прямой выкуп: 1tv.ru 360tv.ru 7dach.ru auto.KP.ru autonet.ru Avito.ru baby.ru ivi.ru</p>	<p>PMP Premium Лицензия WL заказчика VL заказчика All</p>	<p><b>Bronze (default)</b> Фильтрация ботового трафика Нецензурная лексика, порно, оружие, торренты, наркотики и т.д.</p> <p><b>Silver</b> +Табак, алкоголь и другие опасные для здоровья человека вещества</p> <p><b>Gold</b> +Катастрофы и теракты</p> <p><b>Platinum</b> +Политика, религиозные темы Болезни Сайты игровой тематики Кастомная тематика для отсеивания инвентаря</p> <p>* Фильтрация только на уровне текстового контента страницы, на которой будет размещено видео</p>



### КPI кампании

### Модели оптимизации

### Доступные внешние инструменты валидации

#### Стоимость

досмотров полных или заданной части в доле или секундах (CPV)\*\*  
клика (CPC)  
сессии (CPS)\*  
звонка (при CallTouch, CoMagic)\*

#### Целевой показатель (строгий)

средняя частота  
максимальная частота

#### Целевой показатель (не менее)

CTR  
VTR

#### Попадание в Mediascope (ex. TNS) или аналог

\* Атрибуция только post-view и только при установке кода на посадочную страницу

\*\* При динамическом ценообразовании

#### Снижение стоимости

досмотров полных или заданной части в доле или секундах (CPV)\*\*  
сессии (CPS)\*  
звонка (при CallTouch, CoMagic)\*

#### Целевой показатель (строгий)

средняя частота  
максимальная частота

#### Целевой показатель (не менее)

CTR  
VTR

\* Атрибуция только post-view и только при установке кода на посадочную страницу

\*\* При динамическом ценообразовании

#### Пиксели и трекеры систем:

AdFox  
AdHands  
AdRiver  
DoubleClick  
Gemius  
Mediascope (ex. TNS)  
Weborama  
Sizmek

Пиксель можно поставить на показ, просмотр видео (в соответствии с согласованными настройками), 25%, 50%, 75%, 100% просмотра видео.

Если необходимого вам измерителя нет в списке - пожалуйста, свяжитесь с нами и мы постараемся максимально оперативно сертифицировать его. Мы за прозрачность!

# Отраслевые решения W.media

Решение отраслевых задач со специально разработанными персонализированными технологиями, данными и модулями для каждой из отраслей. Одно решение задачи не способно эффективно сработать в разных сферах бизнеса

Аудиторный сегмент  
Табак

Аудиторный сегмент  
Строители

Аудиторный сегмент  
Фастфуд

**Ваш  
сегмент**  
сформируем  
сегмент  
потребителей  
для вашего  
бизнеса

# Отраслевой сегмент «Табак»

## Эффективные рекламные кампании с использованием data - решений о пореблении табачного сегмента



**Лидогенерация и сбор базы**  
расчет CPL,  
формирование  
базы потребителей



**Максимизируем  
финансовые  
показатели:**  
прибыль, доход, ДРР  
от рекламных  
инвестиций



**Прозрачная  
аналитика**  
основанная на DATA  
решении Romir Scan  
Panel

## Доступные сегменты категории "табак"

Общий объем сегмента более 1,5 млн.  
пользователей

Активные потребители табака

Потребители электронных устройств

Социально активные потребители  
табака

Дистрибьюторы  
табачной продукции

## Модели взаимодействия с сегментом «Табак»

**Лидогенерауия и  
сбор базы**  
расчет CPL,  
формирование базы  
потребителей

**Вовлечение в  
покупку электронных  
устройств**  
расчет CPO, CPA

**Вовлечение в  
социально-активные  
проекты**  
расчет CPO, CPA

**Аудиторные  
обращения на  
площадках по  
гендеру**  
расчет CPO, CPA, CPC,  
CPM

**Покупка электронных  
устройств  
нагревания табака**  
расчет CPO, CPL

## Кейсы категории «табак»



PHILIP MORRIS  
INTERNATIONAL

## Рекламная кампания опteamисты

**Задача:** сбор социально активных, потребляющих табак участников в г. Санкт Петербург.

**Результат:** увеличили конверсию сайта в регистрацию с 0,08% до 2,43%.  
Регистраций в системе в день – 176.

опteamисты

Регистрация [Вход](#)

### ДНИ ДОБРЫХ ДЕЛ ПО-ПИТЕРСКИ!

Помогите паркам и скверам города стать комфортнее для отдыха. Выбирайте, где установить скамейку, урну или клумбу в Санкт-Петербурге.

Ваш голос решает все!

Как это работает?



Выберите  
инициативу



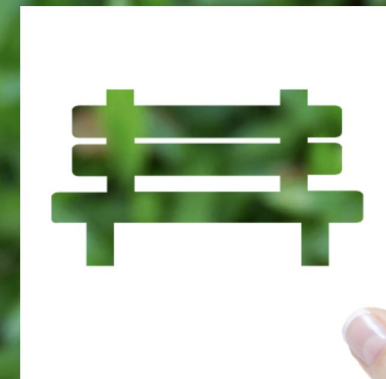
Приглашайте  
друзей\*



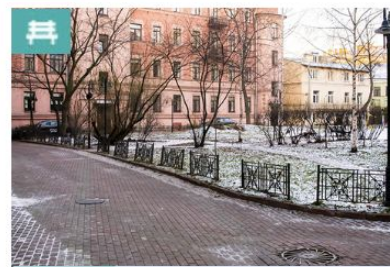
Голосуйте



Помогите  
улучшить город



### Популярные инициативы



27% завершено

**Скамейка в сквере на  
Невском проспекте**



19% завершено

**Парковая урна в сквере  
на Невском проспекте**

опteamисты

ПОМОГИ  
УКРАСИТЬ НЕВСКИЙ  
ГОЛОСУЙ  
ЗА УСТАНОВКУ  
НОВЫХ СКАМЕЕК

ГОЛОСОВАТЬ

18+ ЗАРЕГИСТРИРУЙТЕСЬ В БАЗЕ ДАННЫХ  
СОВЕРШЕННОЛЕТНИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТАБАКА

# Отраслевой сегмент

## Эффективные рекламные кампании с использованием data - решений о пореблении строиетльного сегмента



**Подтвержденная  
эффективность**  
рекламных  
инвестиций в  
промо кампании,  
расчет ROI



**Максимизируем  
финансовые  
показатели:**  
прибыль, доход, ДРР  
от рекламных  
инвестиций



**Прозрачная  
аналитика**  
основанная на DATA  
решении Romir Scan  
Panel

## Доступные сегменты категории «Строители»

Общий объем сегмента более 3 млн.  
пользователей

Частные домовладельцы

Дистрибьюторы

Строители

Архитекторы

Торговые точки  
продающие  
строительные  
материалы



## Детализация сегмента

«строители»

Частные  
Домовладельцы

Частные ИЖС строители

География: РФ

Разделение аудиторий:

- Возведение домов (каркасное домостроение)
- Возведение домов (кирпич)

Объем данных: 3 млн.

Частные  
Строители

Частные строители

География: РФ

Разделение аудиторий:

- Ремонт коммерческих помещений
- Ремонт квартир
- Ремонт домов

Объем данных: 3 млн.

Дистрибьюторы  
строительной  
продукции

Архитекторы

Торговые точки  
продающие  
строительные  
материалы

## Модели взаимодействия с сегментом «Строители»

### **Лидогенерауия и сбор базы**

расчет CPL,  
формирование базы  
потребителей

### **E-commerce проекты, покупка/продажа материалов**

расчет CPL, CPA, CPO,  
ROI

### **Вовлечение в промо-программы**

расчет CPO, CPA, RR%

### **Аудиторные обращения на площадках по типу потребления**

расчет CPO, CPA, CPC,  
CPM

### **Активация мотивационных программ на увеличение потребления, продажи ТТ**

расчет CPM

Кейсы категории  
«строители»

# KNAUF

## Вывод на рынок нового утеплителя ТеплоКнауф

Digital стратегия, медийная  
кампания, промо-сайт, аналитика,  
медиакампания,  
ТВ - поддержка.

Охват заинтересованных  
покупателей: 1 077 863

CR: 0,61% (в покупку утеплителя)



Кейсы категории  
«строители»

# KNAUF

## Медиакампания Knauf Insulation. Поддержка ТВ Ролика.

YouTube медиакампания Knauf  
Insulation, продвижение концепции  
«Переходи на Зеленое в Видео»

Охват бригадиров и домостроителей:  
718 534

Ролик просмотрен полностью: 51,16%

CR: 0,57%



Кейсы категории  
«строители»



## Лидогенерация бригадиров

Лидогенерация бригадиров и  
строителей

Кол-во бригадиров: 1071 за  
период 35 дней,

Конверсия – 15,9%

Подтверждение по KPI – 98%

# СтройКлуб

Высшая лига бригадиров

## Вы профессиональный бригадир или строитель?

Экономьте до 200 000 рублей в год на закупке материалов в высшей лиге бригадиров!

**1 МЛН. КВ. МЕТРОВ**  
построили в России

**80 РЕГИОНОВ**  
в России

**1 456 УЧАСТНИКОВ**  
в России

[Вступить в клуб](#)

### Вступай в клуб

Резиденты клуба должны соответствовать следующим критериям:

- 1 000 КВ. М В ГОД**  
минимальный объем строительства
- ОТ 3 ЛЕТ**  
опыт в бизнесе
- БРИГАДИР**  
квалификация кандидата в резиденты

**Отбор из 3-х этапов позволяет одобрить только лучших строителей страны**

- 1 **Подача заявки**
- 2 **Анкетирование**
- 3 **Встреча с представителем клуба и получение клубной карты**



Подача заявки



Анкетирование



Встреча с представителем клуба  
и получение клубной карты

# Увеличим эффективность проведения промо-кампаний сегмента "фастфуд" на основе дата решений



**Подтвержденная  
эффективность**  
бренд аворнес  
кампаний, факт  
роста потребления  
продукта



**Максимизируем  
показатели промо:**  
вовлечение, RR%,  
использование  
продукта



**Прозрачная  
аналитика**  
основанная на DATA  
решении Romir Scan  
Panel

Доступные сегменты категории  
«фастфуд»

Подростки <16

Young Adults 16-24

Adults 25-35

- All other Adults (35+)
- Adults (25-35)
- Young Adults (16-24)
- Teens (<16)

## Модели взаимодействия с сегментом «фастфуд»

### **Лидогенерауия и сбор базы**

расчет CPL,  
формирование базы  
потребителей

### **E-commerce проекты, покупка/продажа материалов**

расчет CPL, CPA, CPO,  
ROI

### **Вовлечение в промо-программы**

расчет CPO, CPA, RR%

### **Аудиторные обращения на площадках по типу потребления**

расчет CPO, CPA, CPC,  
CPM

### **Активация мотивационных программ на увеличение потребления, продажи ТТ**

расчет CPM



## Воспользуйтесь готовыми отраслевыми решениями

Строительный сегмент	Сегмент "Курильщики"	Сегмент "Фастфуд"	Ваш сегмент  <input type="button" value="оставить заявку"/>
----------------------	----------------------	-------------------	---

Или оставьте запрос на формирование Вашего уникального сегмента

Спасибо

Тел. +7

Чьи контакты и кому адресовываем,  
куда гоним обращения и как  
контролируем?