

An aerial view of a city skyline at dusk, with a river in the foreground. The sky is a deep blue, and the city lights are beginning to glow. The river is dark, and a few boats are visible. The buildings are silhouetted against the sky, and the overall atmosphere is serene and urban.

OMNISCIENTA

orchestrating digital media

Персональная коммуникация с целевой аудиторией

7 маленьких шагов на пути к продажам

- Определите 3-5 Уникальных Торговых Предложений
- Разработайте персональное обращение в разрезе “каждого” УТП / типа покупателя
- Разработайте персональный лендинг в разрезе каждого обращения к покупателю
- Персонализируйте рекламу
- Персонализируйте скрипт общения
- Следите за непрерывностью опыта покупателя
- Не бросайте коммуникацию с покупателем после покупки, он ваш лучший продавец

Содержание

- MDP
- Решения для недвижимости
- Рекламные каналы

Marketing Data Platform

Marketing Data Platform (MDP)

Платформа по управлению данными

Получаем инсайты из данных в режиме Real-Time

DMP организует сбор данных в режиме Real-time, агрегируя информацию о пользователе, еще до того как ему будет показан первый баннер.

Полученные данные классифицируются для получения дальнейших инсайтов:

- Какой канал имел большее влияние на совершение пользователем покупки.
- Какие конверсии совершает пользователь перед покупкой.
- Чем интересуется клиент, что предпочитает, какой стиль жизни.

Данные из сторонних источников



Информация о посещении ресурсов, тематических площадок и о типах площадок



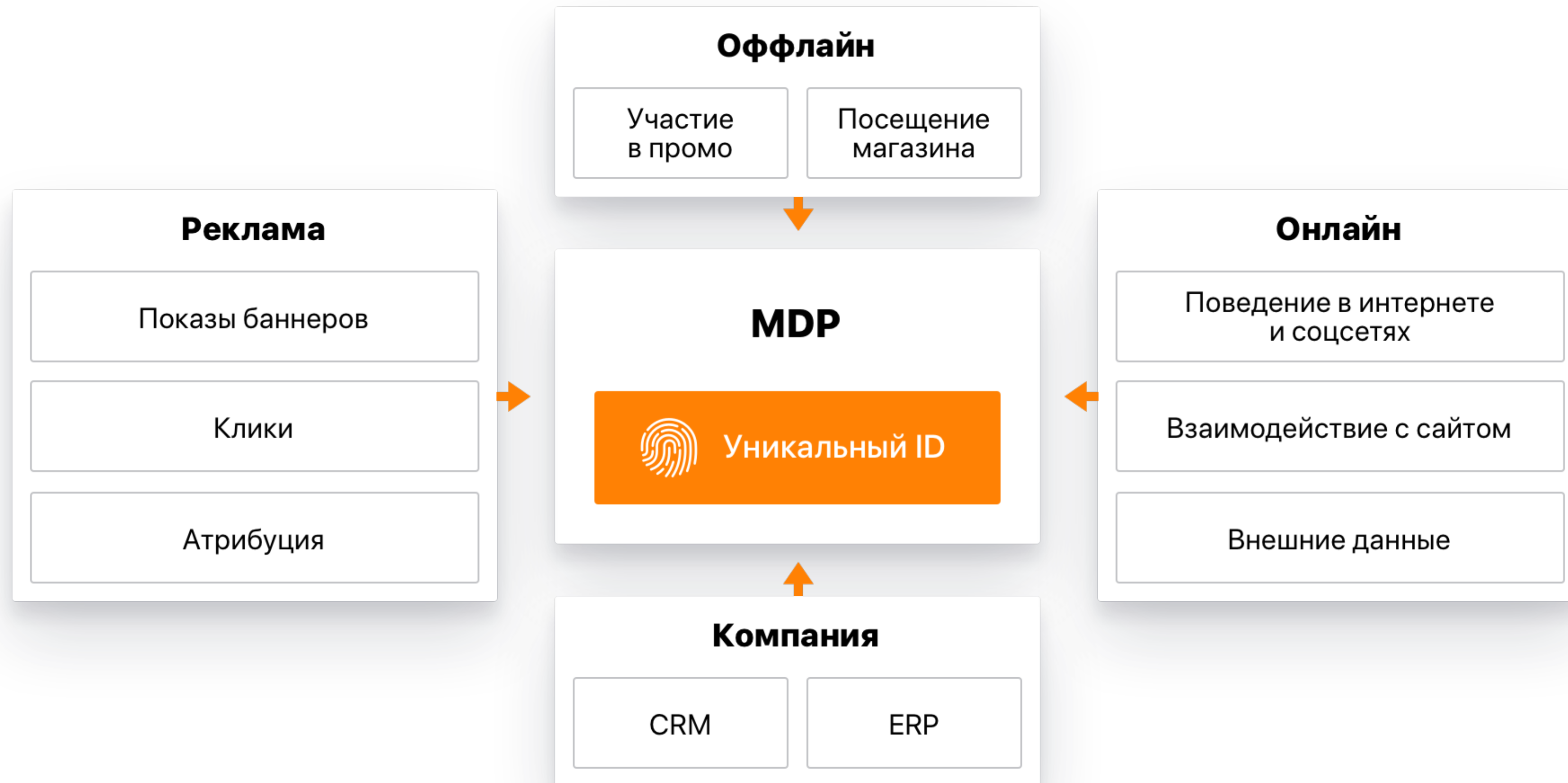
Информация о действиях пользователя на площадках (чат, общение, видео, учеба и прочее)



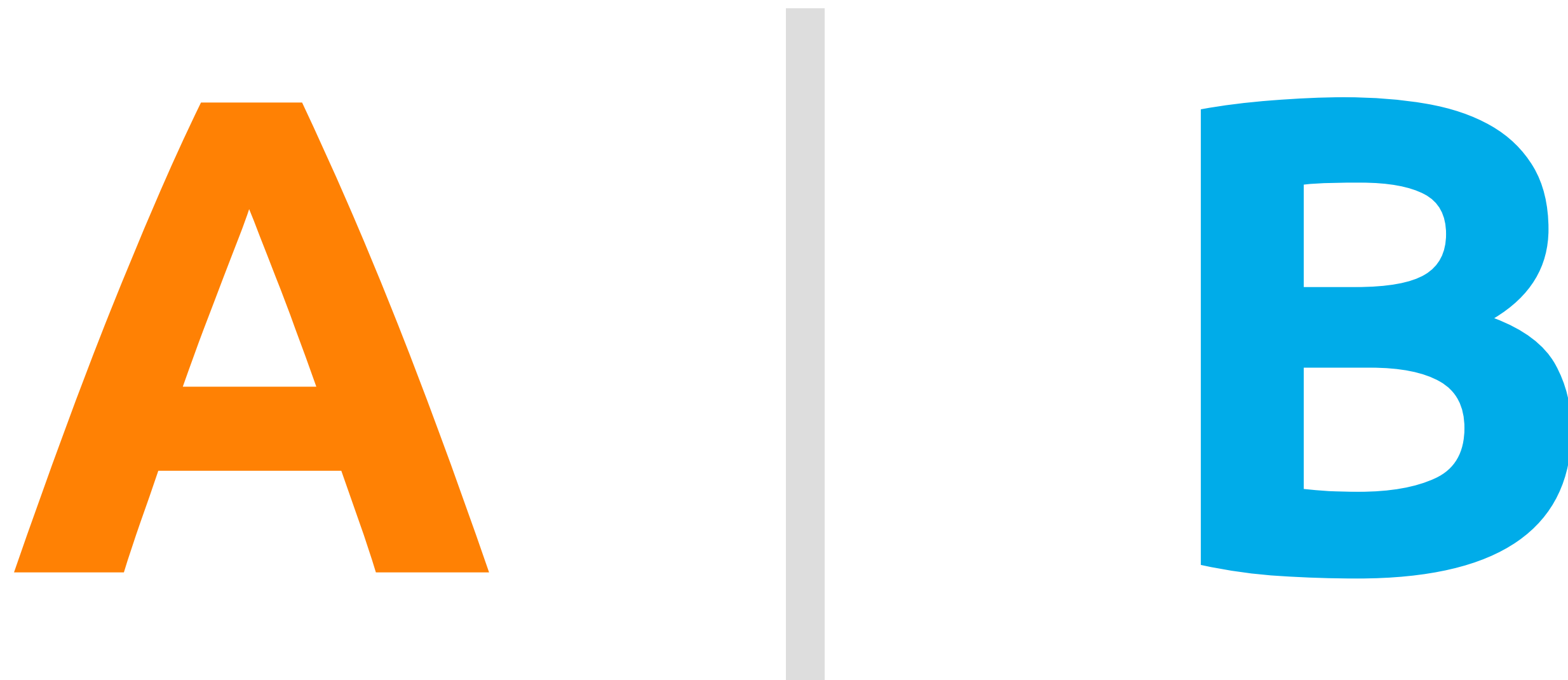
Доступные поисковые запросы

Marketing Data Platform (MDP)

Платформа по управлению данными



A/B тесты в рекламных каналах



Возможность проводить A/B тесты не только среди рекламных посылов, но также A/B тесты аудиторий в различных рекламных каналах

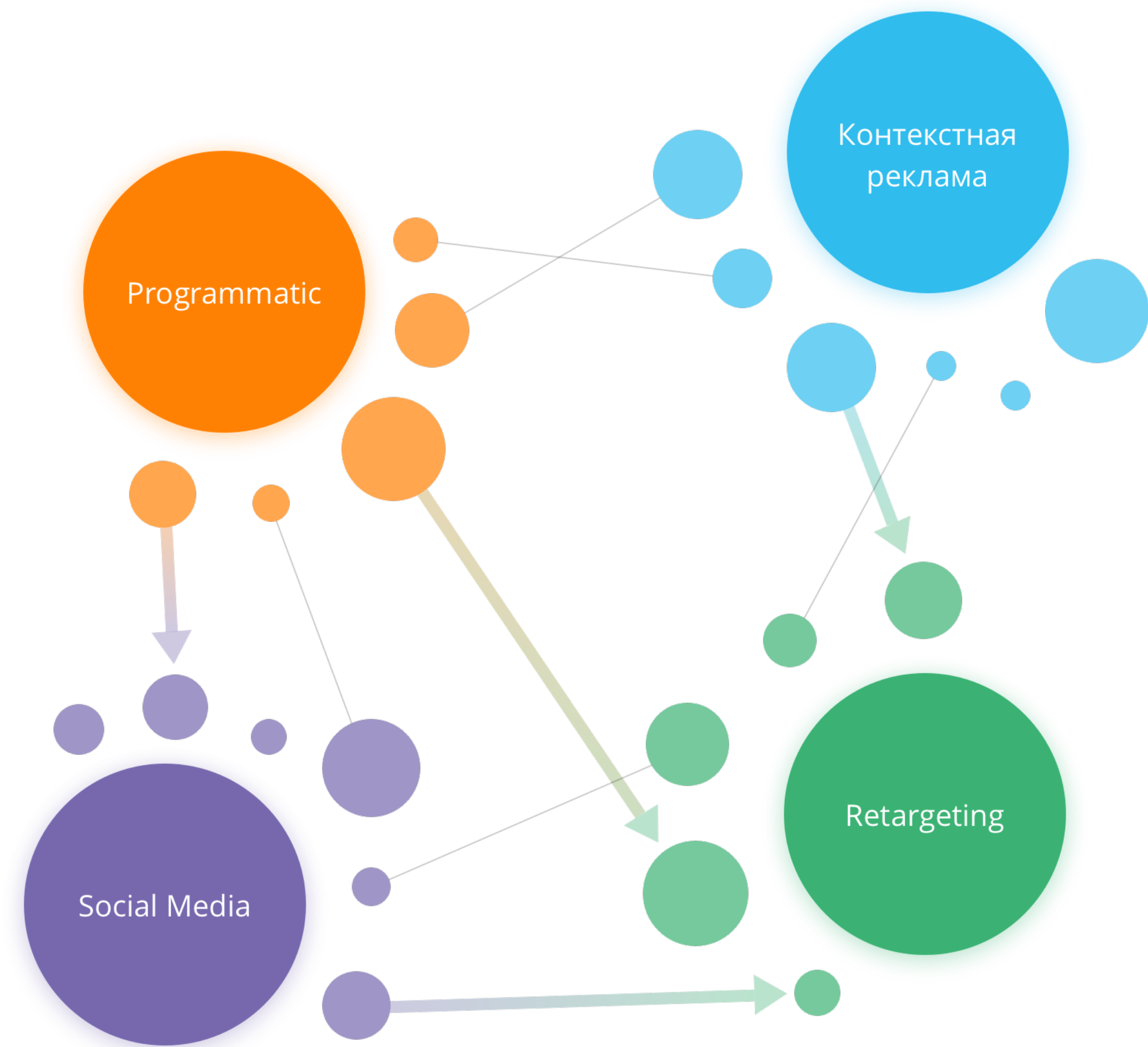
Совместный анализ каналов

Определяем влияние каждого канала на результативность

Перераспределяем бюджеты на каналы, которые в общей цепочке дают необходимое CPO, количество заявок, звонков.

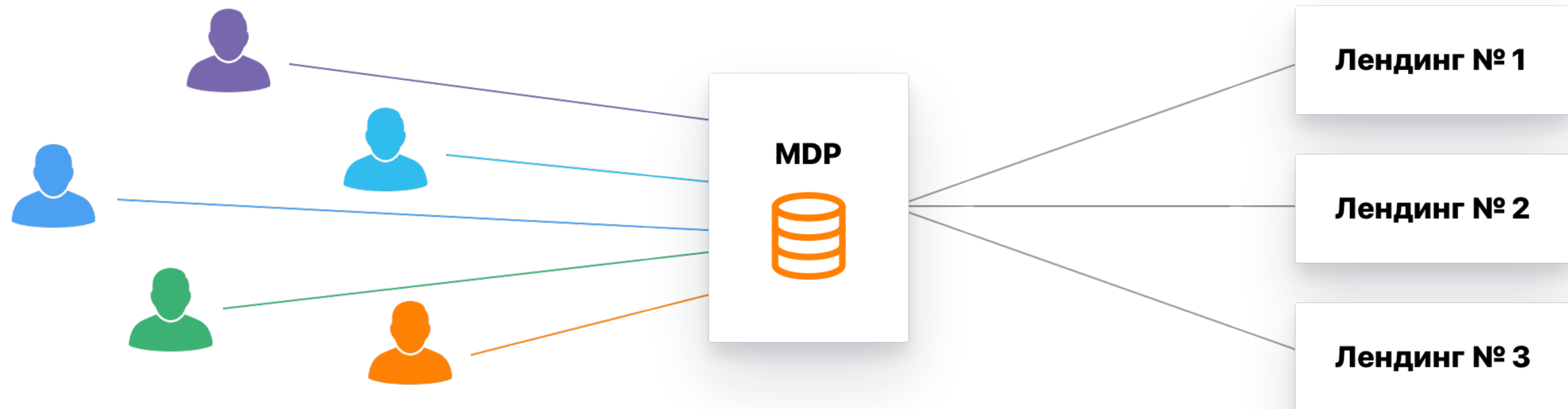
Предоставляем инсайты из данных для принятия решений о:

- Рекламных каналах - снижении или увеличении бюджетов
- Посадочных страницах и контенте
- Прогнозируем CPO на дальнейшие периоды



Решения для недвижимости

Персонализация лендингов



Пользователь переходит из любого рекламного канала

MDP определяет к какому сегменту принадлежит пользователь

Сайт отображает релевантный контент под каждый сегмент

Персонализация общения с пользователем

10

Информация для отдела продаж

Индивидуальное предложение для каждого

Например: однокомнатные квартиры для холостяков, 2х и 3х комнатные для семьи

Скрипт продаж

Для каждого клиента вырабатывается определенный скрипт, увеличивая % конверсии в продажу

Передача названия / ID сегмента в CRM, Call-Tracking



Отдел продаж заранее знает,
какой тип клиента звонит

Успешные креативы

Рендеры планировок, пустое помещение без мебели



Эффективно обрабатывающие посылы

Первый взнос — 0 рублей

Ежемесячный платеж от...

Есть 100 тысяч рублей? Купи квартиру!

Наружная реклама и радио

Сочетание онлайн и оффлайн

Совместное оффлайн и онлайн продвижение позволяет достигать высоких результатов.

Отслеживаем влияние оффлайна на рост и динамику поисковых запросов, переходов на сайт, откликов по рекламе, рост конверсий на сайте.



Итоги

Средние прогнозные значения для всех объектов. Итоговая стоимость зависит от объекта.



Programmatic

Прогнозируемая стоимость обращения 5000-7500 руб на старте

Основные KPI - Post-Click поведение, Post-Click Post-view, CPA, CPO

Social Media

Прогнозируемая стоимость обращения 2500-3000 руб на старте

Основные KPI - CPA, CPO, звонки

Контекстная реклама

Прогнозируемая стоимость обращения 2000-2500 руб на старте

Основные KPI - CPA, CPO, звонки

Market Place

Cian, Yandex, недвижимость и другие

MDP

Использование MDP системы во всех рекламных каналах - **бесплатно до конца 2017 года**

По мере работы рекламной кампании анализируется влияние каждого рекламного канала.

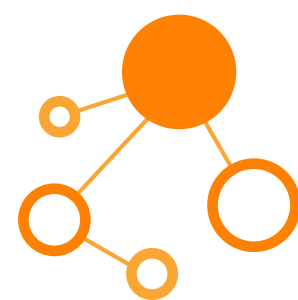
Совокупное CPO на старте составит 2000-3500 руб

Под конец прогнозируемая стоимость за обращение снизится до 1000 - 2500 руб

Рекламные каналы

Рекламные кампании с использованием MDP

Полный контроль воронки продаж на сайте



1 — Programmatic

Знакомство бренда с холодной аудиторией. Основные KPI - Post-Click поведение, Post-Click Post-view, CPO



2 — Social Marketing

Таргетинг на заинтересованную аудиторию. Основные KPI - CPA, CPO, Звонки



3 — Контекстная реклама

Ответ пользователям на их запросы. Основные KPI - CPA, CPO, Звонки



4 — Ретаргетинг и e-mail marketing

Возвращение горячей аудитории на сайт. Основные KPI - CPA, CPO, Звонки

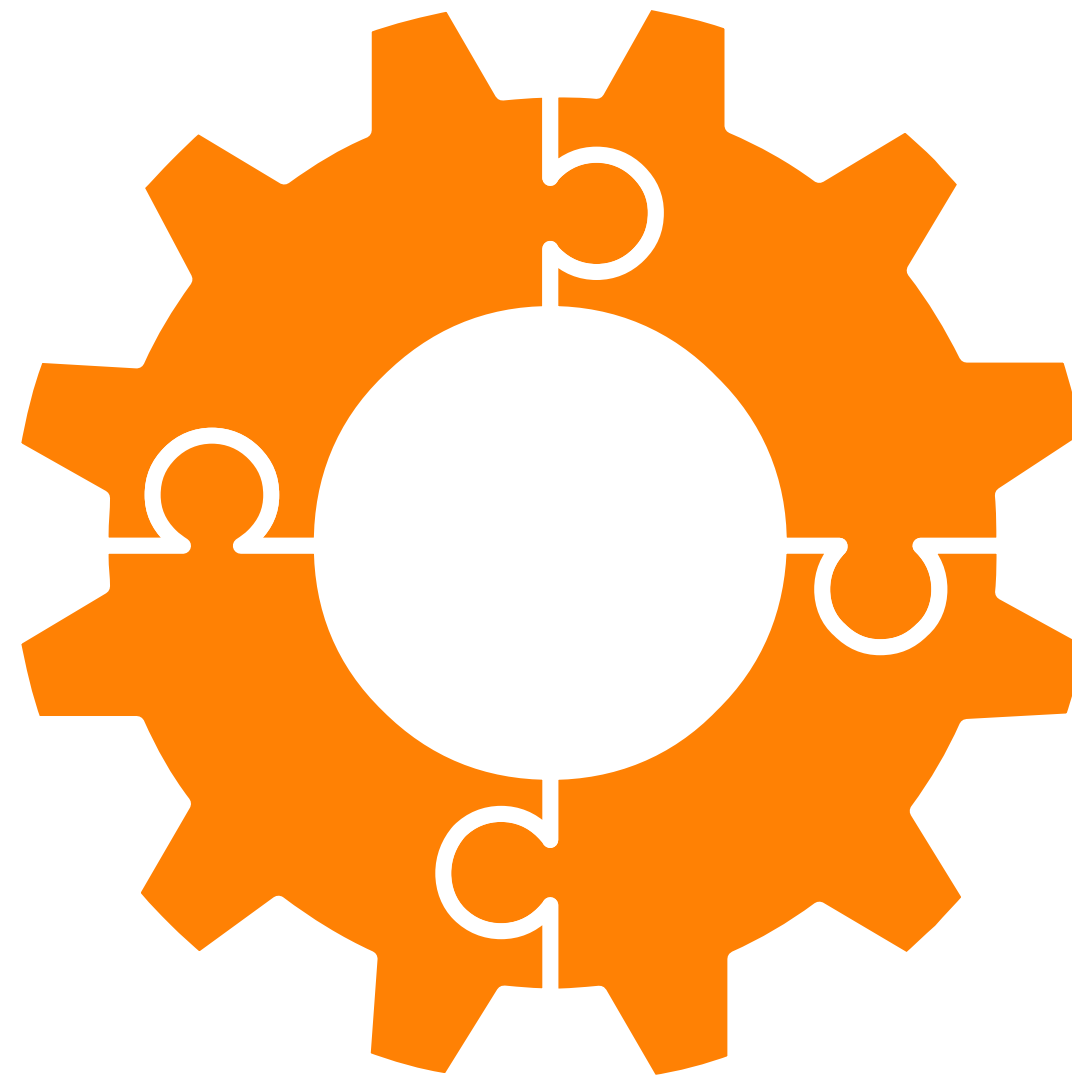
Подготовка к рекламным кампаниям

Создание целей в Google Analytics

Установка промежуточных и наиболее важных целей в GA для расчета CPO и ретаргетинговых кампаний

Создание целей в Яндекс метрике

Установка промежуточных и наиболее важных целей в Яндекс метрике для расчета CPO и ретаргетинговых кампаний



Интеграция с CallTracking

Интеграция CallTracking с Google Analytics для анализа звонков с различных рекламных каналов

Установка пикселей MDP

Интеграция позволит создавать ретаргетинговые кампании и сегменты пользователей для рекламы в различных DSP

Совокупность данных действий позволит:

1 Отслеживать конверсии по всем рекламным каналам

2 Прогнозировать стоимость обращения

3 Оценить зависимость различных рекламных каналов между собой

Programmatic DSP & MDP

Знакомство холодной аудитории с брендом

Основные KPI - показатель отказов, просмотры страниц, длительность визита. Post-Click и Post-View конверсии.

MDP

Классифицирует пользователей, распределяя их по сегментам

Сегменты

Наша MDP содержит порядка 400 готовых сегментов

Прогнозируемая стоимость обращения на старте

5 000 - 7 500 ₺



Social Media

Рекламные кампании

Работа с наиболее заинтересованной аудиторией VK, Facebook, Одноклассники, MyTarget

Интеграция с MDP позволит создать новые аудиторские сегменты для ретаргетинга в социальных сетях.

Социальные сети позволяют работать и оптимизировать рекламные кампании по CPO.

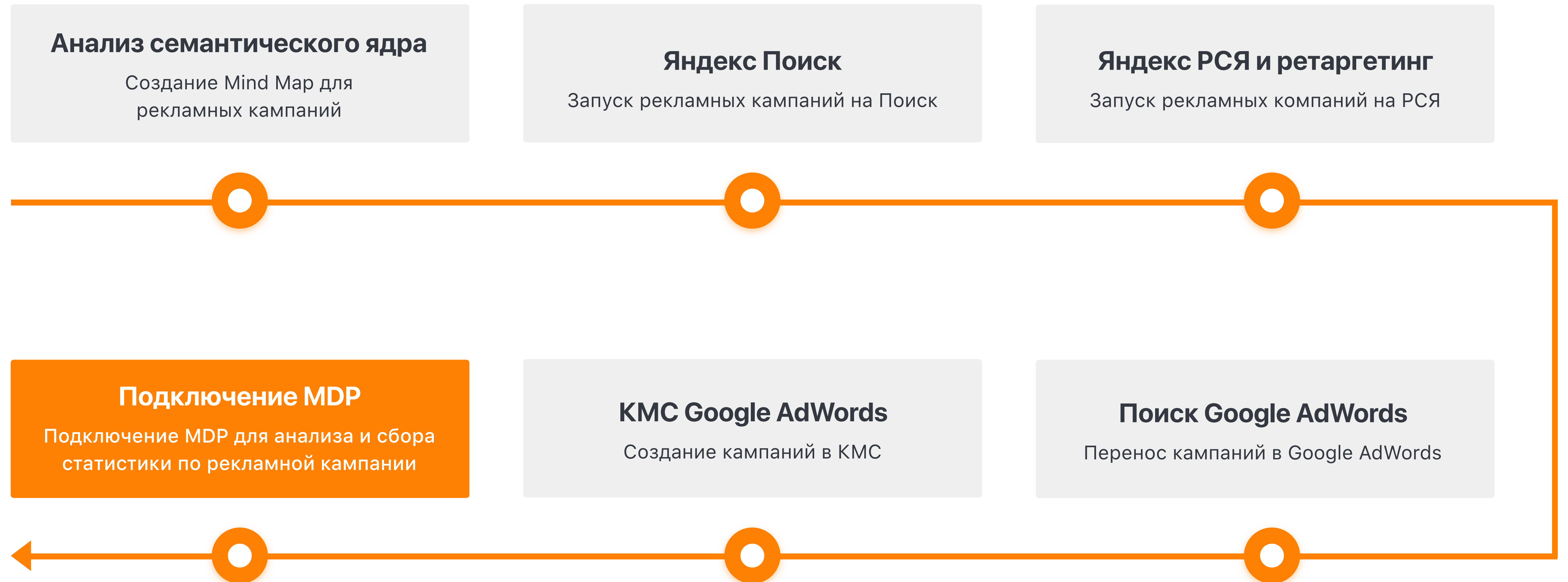
Прогнозируемая стоимость обращения на старте

2 500 - 3 000 ₺



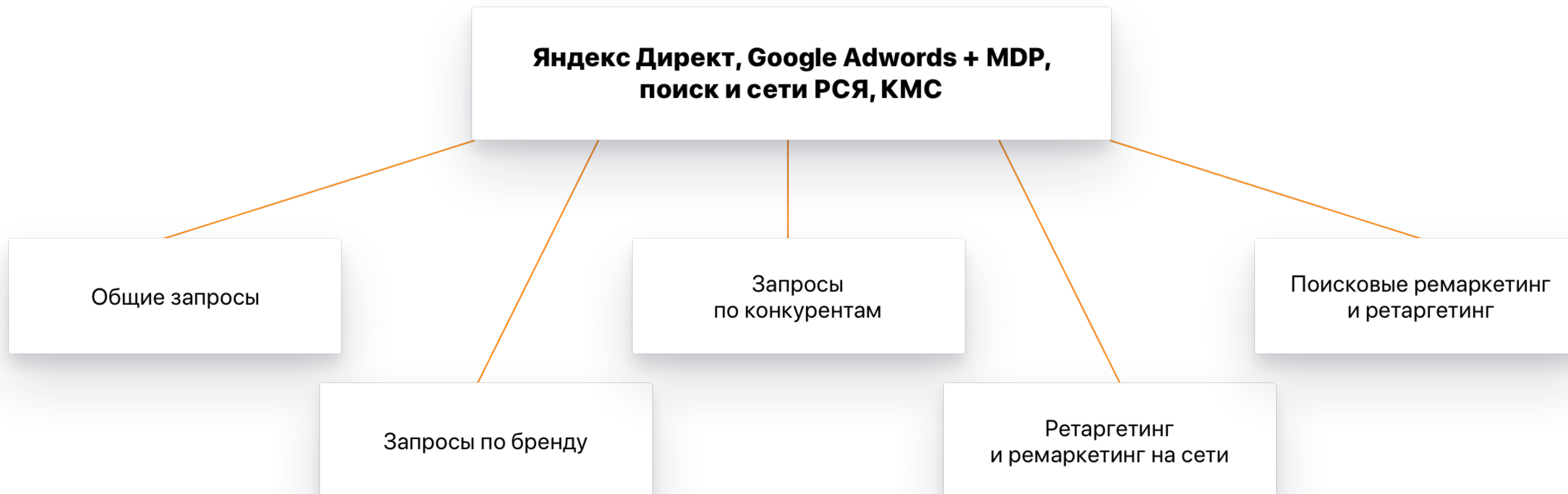
Контекстная реклама

Процесс создания кампаний



Контекстная реклама

Строение кампаний



Анализ влияния контекста

Анализируем основные последовательности конверсий для эффективного распределения бюджета.

Путь конверсии группы каналов для многоканальных последовательностей	Конверсии	Конверсии
1 Поисковая реклама × 2	1 873	36,72 %
2 Поисковая реклама → Прямой	477	9,35 %
3 Поисковая реклама × 3	361	7,08 %
4 Поисковая реклама × 4	83	1,63 %
5 Прямой × 2	81	1,59 %

Вывод: большинство пользователей совершают конверсии со второго посещения, приходя на сайт с контекстной рекламы

Контекстная реклама

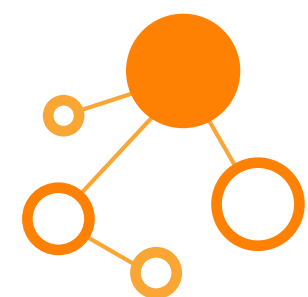


Прогнозируемая стоимость
обращения на старте

2 000 - 2 500 ₹

Ретаргетинг и e-mail marketing

Ретаргетинг на всех рекламных каналах



Programmatic



Social Marketing



Контекстная реклама



E-mail marketing

Использование ретаргетинга на всех рекламных каналах приведет к снижению совокупного CPO, к увеличению количества заявок на сайте

Аудитории ретаргетинга формируются при помощи отслеживания действий, которые осуществляет пользователь. Требуется установка счетчиков Google Analytics, Yandex Metrika

Контакты



+7 (495) 369 0958



127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 72



sales@omniscienta.com



omniscienta.com/estate

