



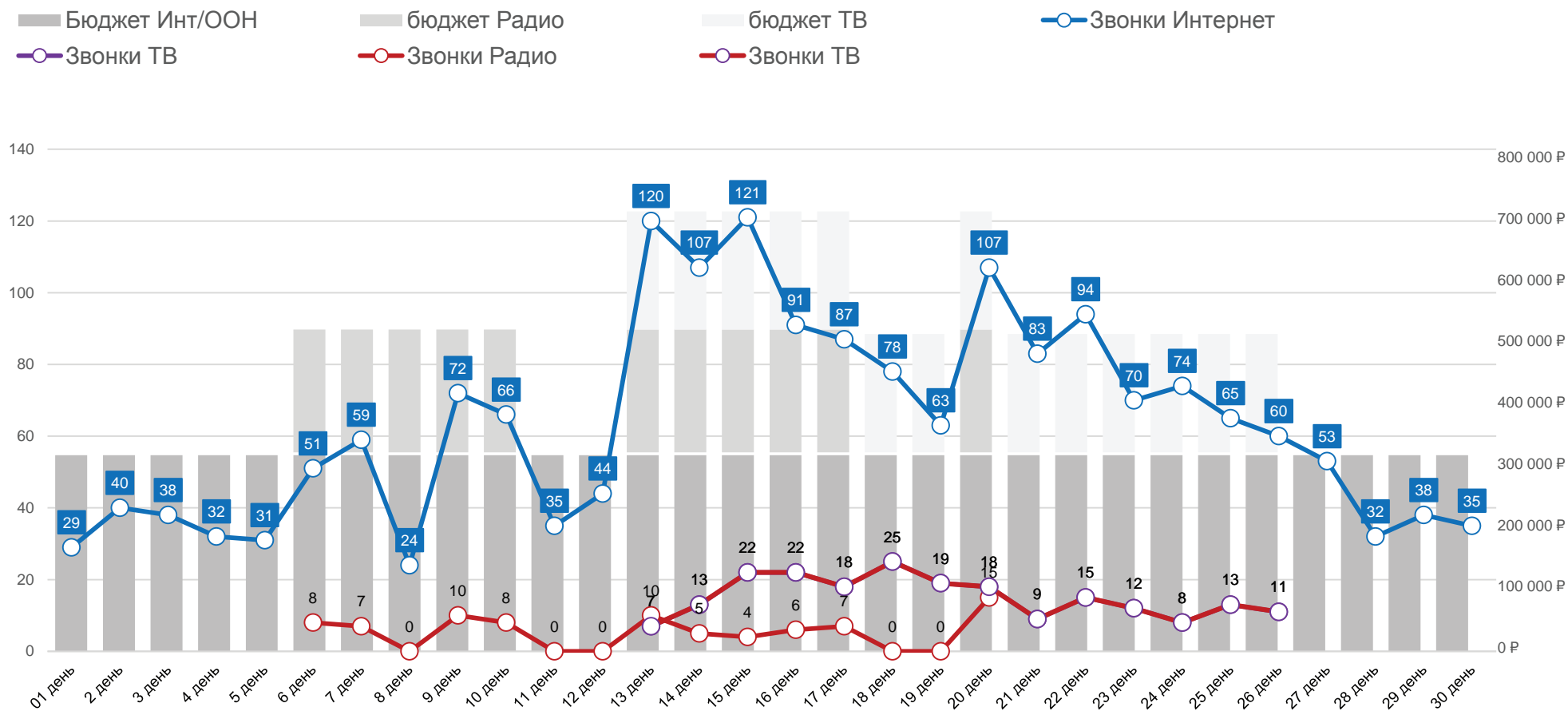
КОММУНИКАЦИОННОЕ  
АГЕНТСТВО

## НЕДВИЖИМОСТЬ В ИНТЕРНЕТЕ

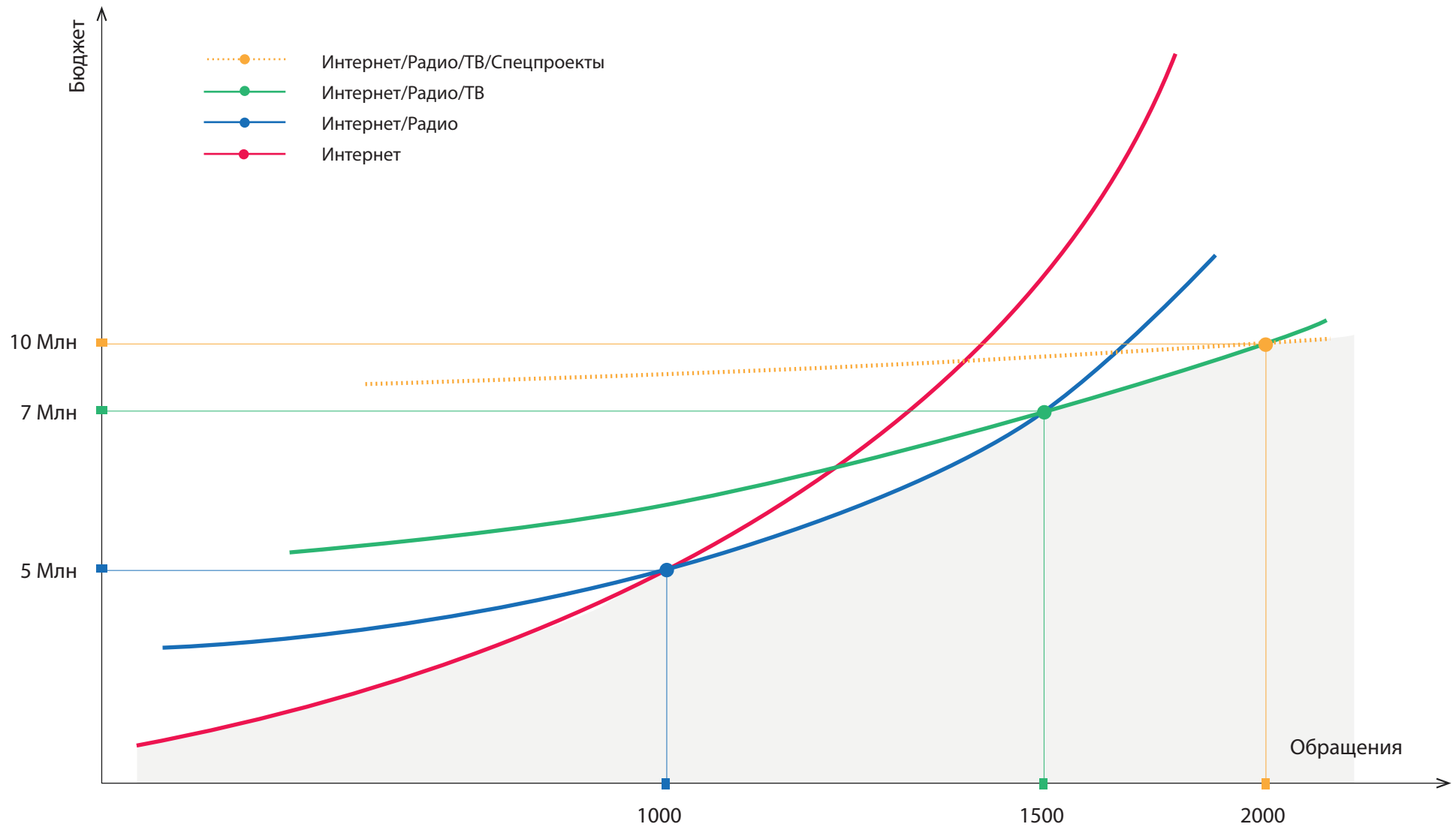


СКОЛЬКО НАДО ТРАТИТЬ НА ОНЛАЙН?

# ОБРАЩЕНИЯ



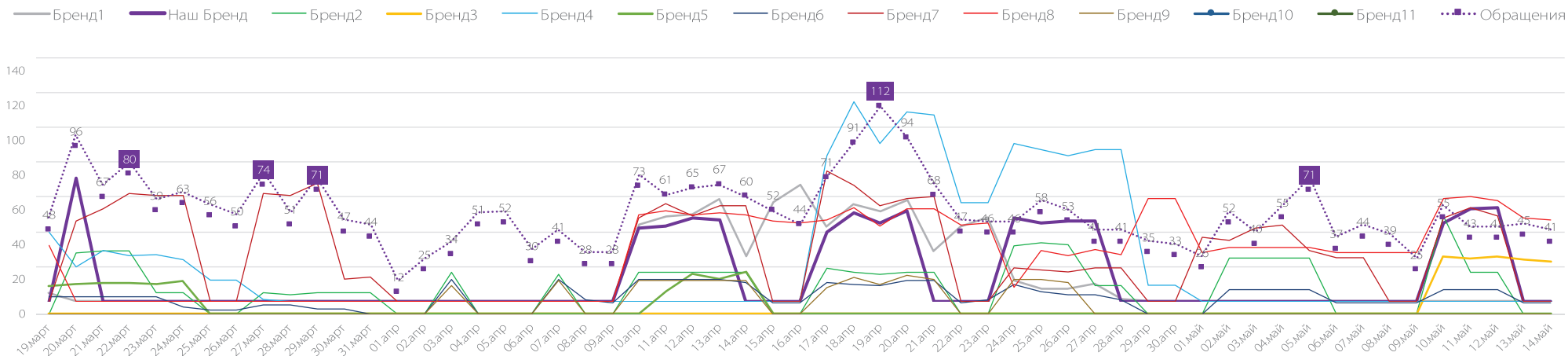
# ЁМКОСТЬ КАНАЛОВ



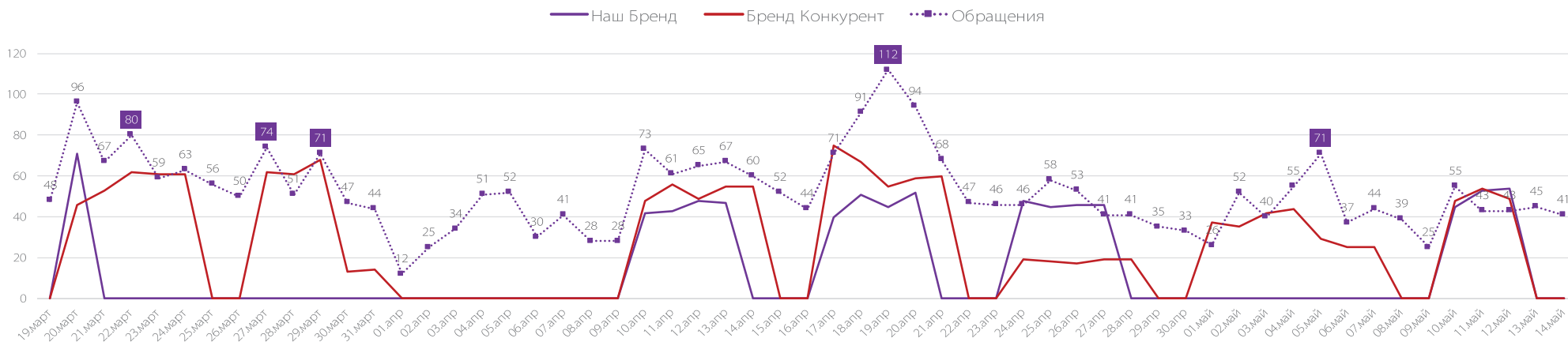
# ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ



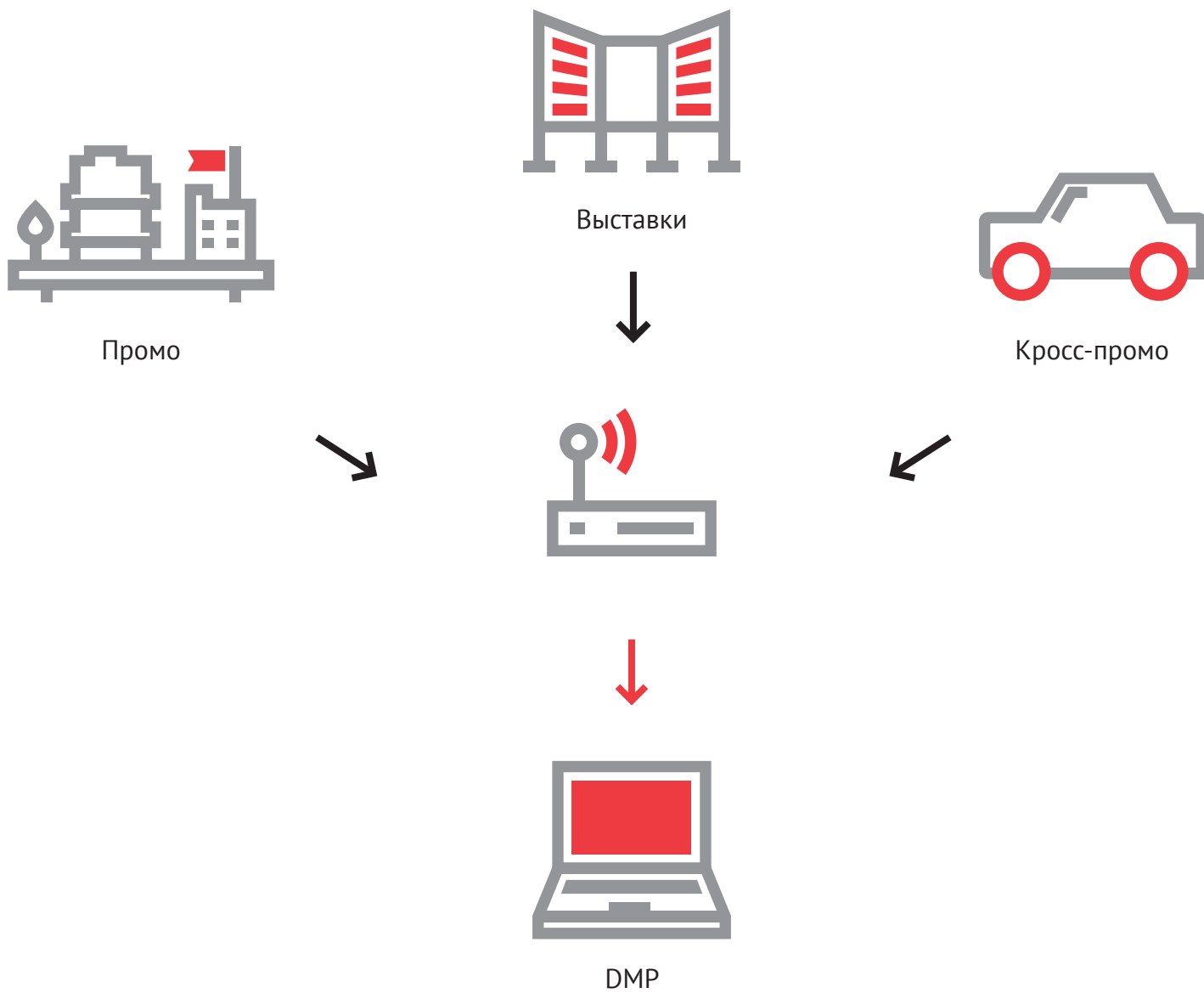
## Влияние рекламных шумов



## Влияние конкурентной РК

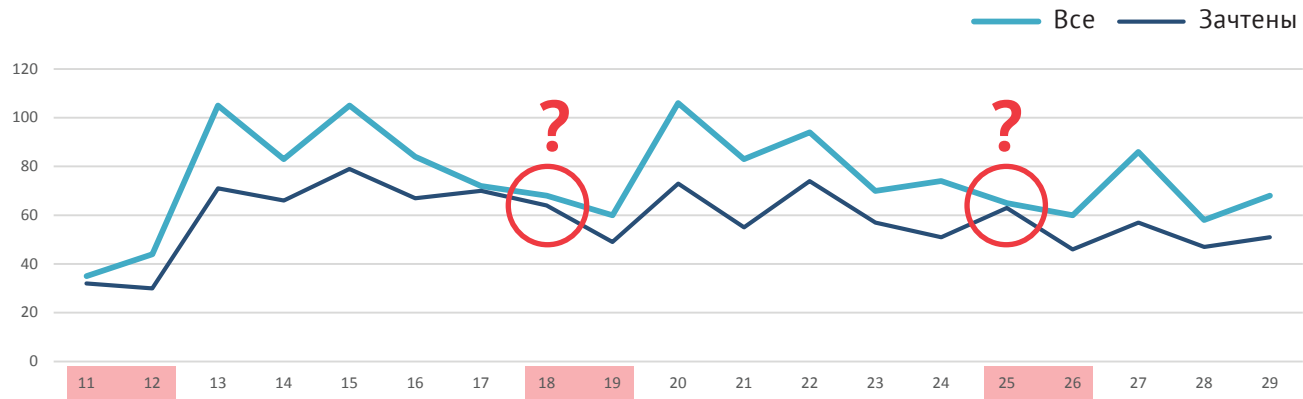


# СОБСТВЕННЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ

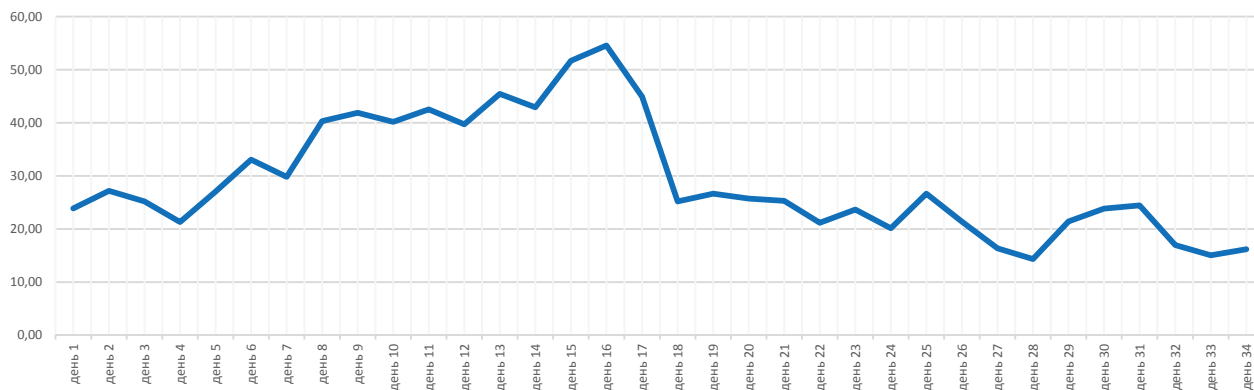


# ТОНКИЕ НАСТРОЙКИ КАНАЛОВ

## Качество обращений



## Потеря трафика



**« РАЗДЕЛЕНИЯ НА РЕКЛАМУ В ИНТЕРНЕТЕ  
И ОФЛАЙН-РЕКЛАМУ БОЛЬШЕ НЕТ.  
ЕСТЬ СОВРЕМЕННАЯ РЕКЛАМА  
И РЕКЛАМА ИЗ ПРОШЛОГО. »**

Даниил Колесников,  
Руководитель B2B-проектов «Яндекс»



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

