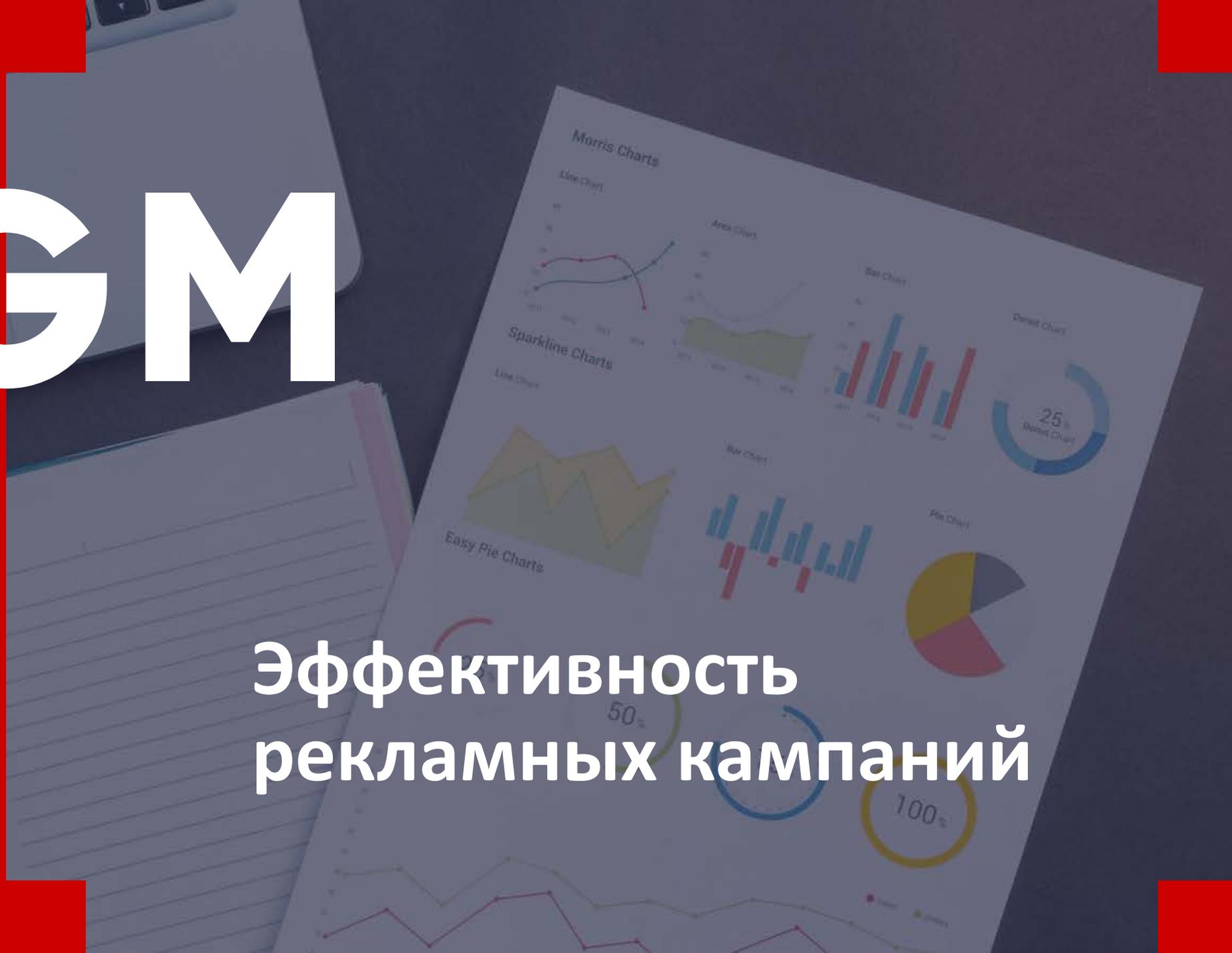


# AGM

Эффективность  
рекламных кампаний



# ВВОДНЫЕ



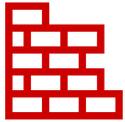
Регион:

**Санкт-Петербург**

## Объекты продвижения:

- Галактика
- Галактика.Премиум
- Дом на Космонавтов
- Дом на Обручевых
- Дом на Блюхера
- Кристалл Полюстрово
- Ландыши
- Ласточкино гнездо
- Морская звезда
- Московские ворота
- Охта Хаус
- Самоцветы
- Царская столица
- Botanica
- Fusion
- Петровская доминанта
- Эталон на Неве

# СПЕЦИФИКА



Крупная строительная компания



Большое количество продвигаемых объектов



У каждого объекта своя ЦА



Сложная организационная структура внутри



Сложная коммуникация внутри

# СТРУКТУРА РАБОТЫ

Оценка эффективности рекламных кампаний  
в 2 этапа

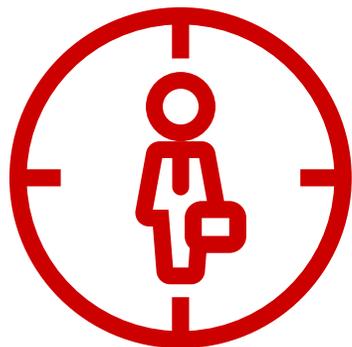
До звонка —  
анализируем мы



После звонка —  
анализирует  
клиент на своей  
стороне

# ЗАДАЧА АГЕНТСТВА

Аналитика рекламных кампаний и оценка их эффективности для:



Максимального охвата целевых аудиторий



Увеличения количества целевых звонков

# КАК МЫ РЕШАЕМ ЗАДАЧУ

Мы агрегируем все данные по расходам  
в единую систему

my BI



Power BI



# Отслеживаем показатели интернета

## Сводный отчет по контексту

### Дата



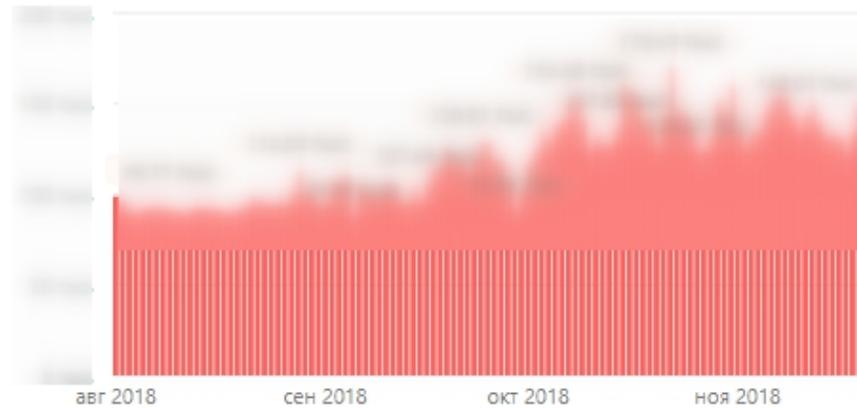
### Сервис

- Google AdWords
- Яндекс.Директ

### Название объекта

- (Пусто)
- ЖК "Ботаника"
- ЖК "Галактика.Премиум"
- ЖК "Дом на Блюхера"
- ЖК "Дом на Космонавтов"
- ЖК "Дом на Обручевых"
- ЖК "Кристалл Полюстров..."
- ЖК "Ландыши"
- ЖК "Ласточкино гнездо"

### Расход по дням



### CPC по дням



CPC (руб.)

CTR

Расходы

### Клики по дням



### CTR по дням





# СТАТИСТИКА УПОМИНАЕМОСТИ БРЕНДА

Есть ли корреляция?



Рост брендового  
трафика



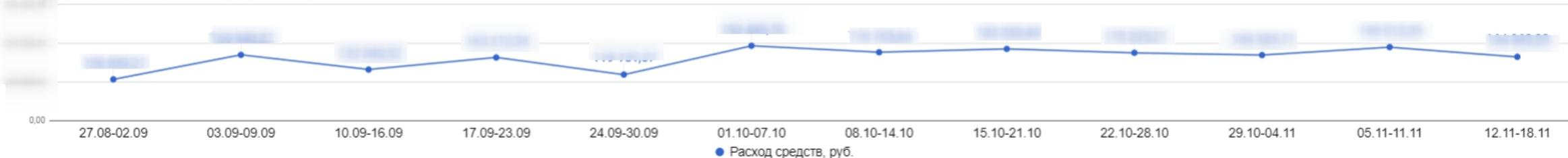
Звонки  
с рекламных  
кампаний

# Еженедельно отслеживаем эффективность рекламных кампаний

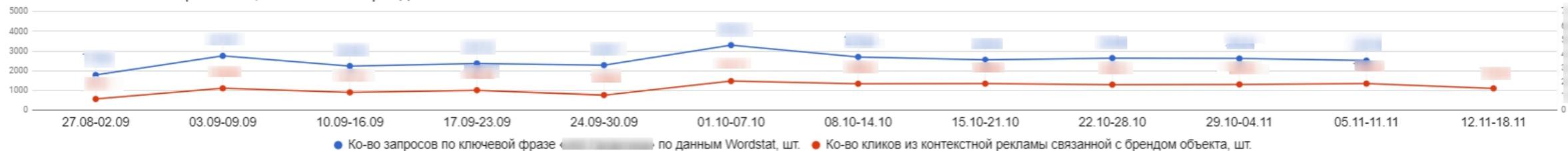
## 1. Количество и стоимость звонков из контекстной рекламы



## 2. Расход средств на контекстную рекламу



## 3. Клики из контекстной рекламы, связанной с брендом объекта



# КРІ Целевой звонок

Месяц	% выполнения плана
февраль	148,33%
март	134,13%
апрель	188,35%
май	190,29%
июнь	121,36%
июль	153,88%
август	127,30%
сентябрь	133,43%
октябрь	124,15%

# Собственная аналитика отдела рекламы

- ✓ Ежедневный отчет о зачтенных рекламе обращениях.
- ✓ Еженедельные отчеты подрядчиков.
- ✓ Еженедельный отчет о всех прослушанных звонках.
- ✓ Обновляемый онлайн отчет о входящем массиве звонков по каналам.

# Что дала собственная аналитика?

- ✓ Независимый анализ текущей ситуации по обращениям.
- ✓ Независимая оценка конверсионности каналов.
- ✓ Возможность оперативно вносить изменения в рекламу.
- ✓ Возможность выявлять слабые места и точки роста как внутри отдела рекламы, так и в других отделах холдинга.

## Доля первичных целевых звонков от общего числа звонков, генерируемых каналами.



# Спасибо за внимание



**Максим Макаров**

исполнительный директор  
AGM Group



**Майя Афанасьева**

Начальник Службы рекламы  
«Эталон ЛенСпецСму»