LEAD ZEPPELIN

«Изменения в подходе к рекламе на рынке e-com на примерах»

Сысоев Михаил

Менеджер рекламных проектов

Цели клиента и агентства

Клиент:

- Продажи
- Деньги
- Возврат инвестиций
- Выполнение плана

Маркетинг:

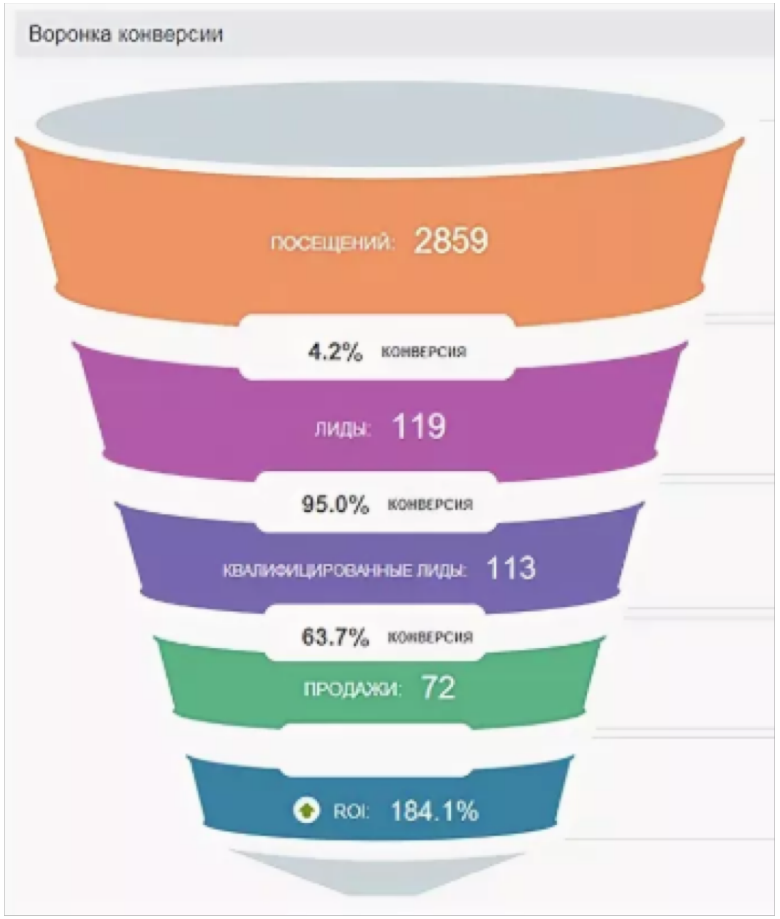
- Лиды, заказы, звонки
- ДРР, ROI
- Выполнение плана

Что такое лид

- Заявка
- Звонок
- Обратный звонок
- Регистрация
- Онлайн-чат
- Мессенджер
- Заказ

Зачем считать лиды

- Строить Финансовый план
- Как работают РК
- Окупается ли реклама
- Анализ показателей (CR, LTV …)



Мультиканальный анализ конверсий

Множество каналов привлечения конверсий (лидов)

Группировки | Скрывать статистически недостоверные данн... | Метрики | Выберите цель

Источник трафика, Источник трафика (детально), UTM Campaign, UTM Content	Визиты	Количество покупок	Количество посетителей, купивших товар	Доход	Средний доход визита	Средний доход покупки
Итого и средние	139 114	1 802	1 446	3 657 481	26,29	2 029,68
Переходы из поисковых систем	69 129	968	824	1 895 567	27,42	1 958,23
Переходы по рекламе	16 080	162	136	274 328	17,06	1 693,38
Переходы из социальных сетей	14 753	178	125	308 002	20,88	1 730,35
Прямые заходы	12 433	155	135	329 655	26,51	2 126,81
Переходы с почтовых рассылок	10 329	115	89	246 029	23,82	2 139,38
Переходы по ссылкам на сайтах	10 054	129	91	387 505	38,54	3 003,91

Мультиканальный анализ

Каналы пересекаются – помогут модели атрибуции

Общее количество конверсий: 262

Конверсии: **262**

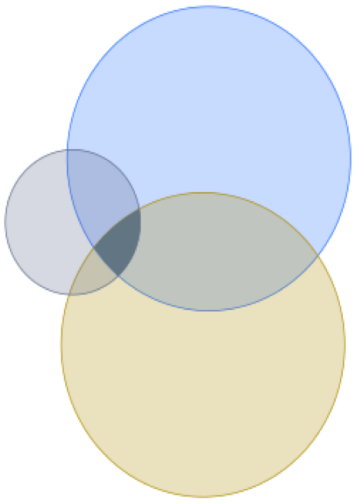
Ассоциированные конверсии: **131**

Визуализатор многоканальных конверсий

Просмотрите процент последовательностей конверсии, включавших нижеперечисленные комбинации каналов. Выберите до четырех каналов.

Канал	Процент от общего числа конверсий
Поисковая реклама	45,59 %
Прямой	45,59 %
Бесплатный поиск	19,54 %
Переход	12,64 %
Медийная реклама	10,34 %

Поисковая реклама & Прямой & Медийная реклама: 1.15% (3)



Области перекрытия кружков выше основаны на приблизительных данных.

Что такое атрибуция

Атрибуции – это распределение веса между каналами в цепочке, приведшей к конверсии

Пример. Пути конверсии

Различные пути пользователя до конверсии

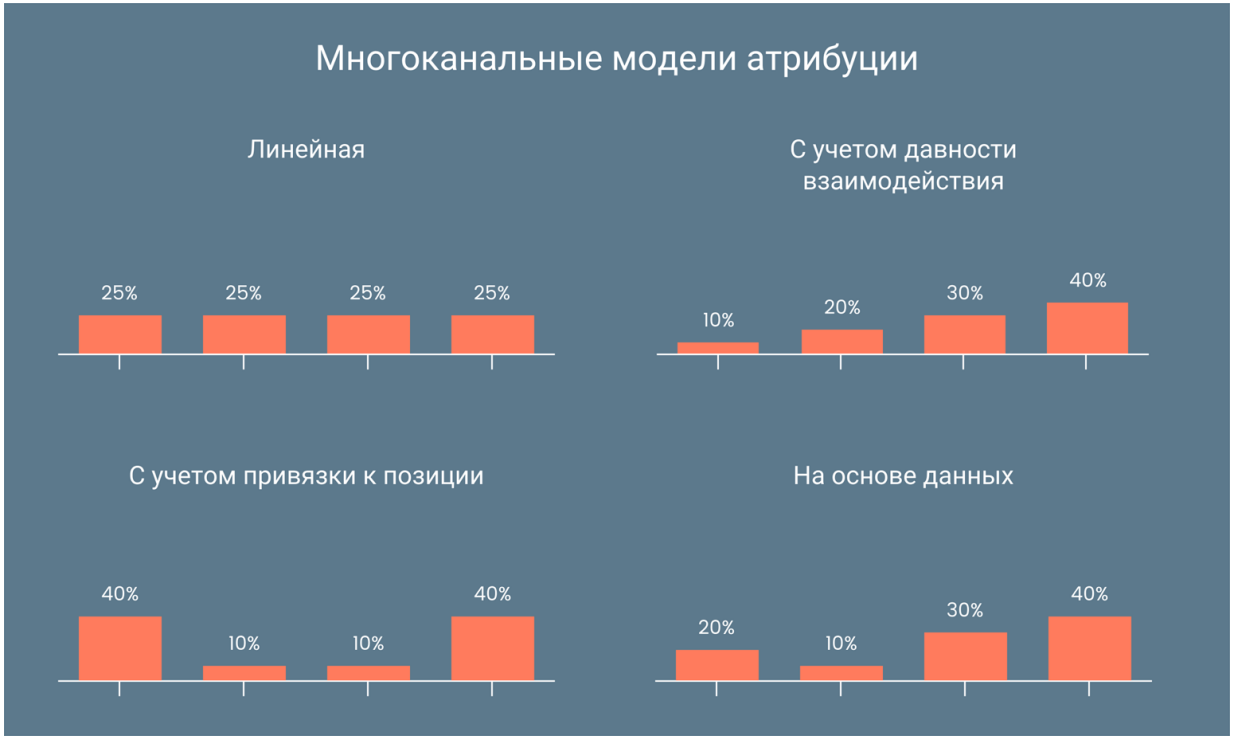
50.	Поисковая реклама → Прямой → недоступно → Бесплатный поиск → Прямой × 4 → Переход → Прямой	1 (1,06 %)	503,00 ₽ (0,36 %)
51.	Поисковая реклама → Прямой → Бесплатный поиск	1 (1,06 %)	547,00 ₽ (0,39 %)
52.	Поисковая реклама → Прямой → Бесплатный поиск → Прямой × 3	1 (1,06 %)	497,00 ₽ (0,35 %)
53.	Поисковая реклама → Прямой → Бесплатный поиск → Поисковая реклама → недоступно × 2	1 (1,06 %)	2 126,00 ₽ (1,51 %)
54.	Поисковая реклама → Прямой → Поисковая реклама → Прямой × 2 → недоступно → Поисковая реклама → Прямой × 7 → Бесплатный поиск → Прямой × 2 → недоступно → Прямой × 2 → Переход → Прямой × 2 → Поисковая реклама → Прямой × 4	1 (1,06 %)	1 631,00 ₽ (1,16 %)

Модели атрибуции

1. Первое взаимодействие (First-Click)
2. Последнее взаимодействие (Last-Click)
3. Многоканальные

Обычно -

Последнее непрямое взаимодействие, т.к. проще



Как работать с атрибуцией

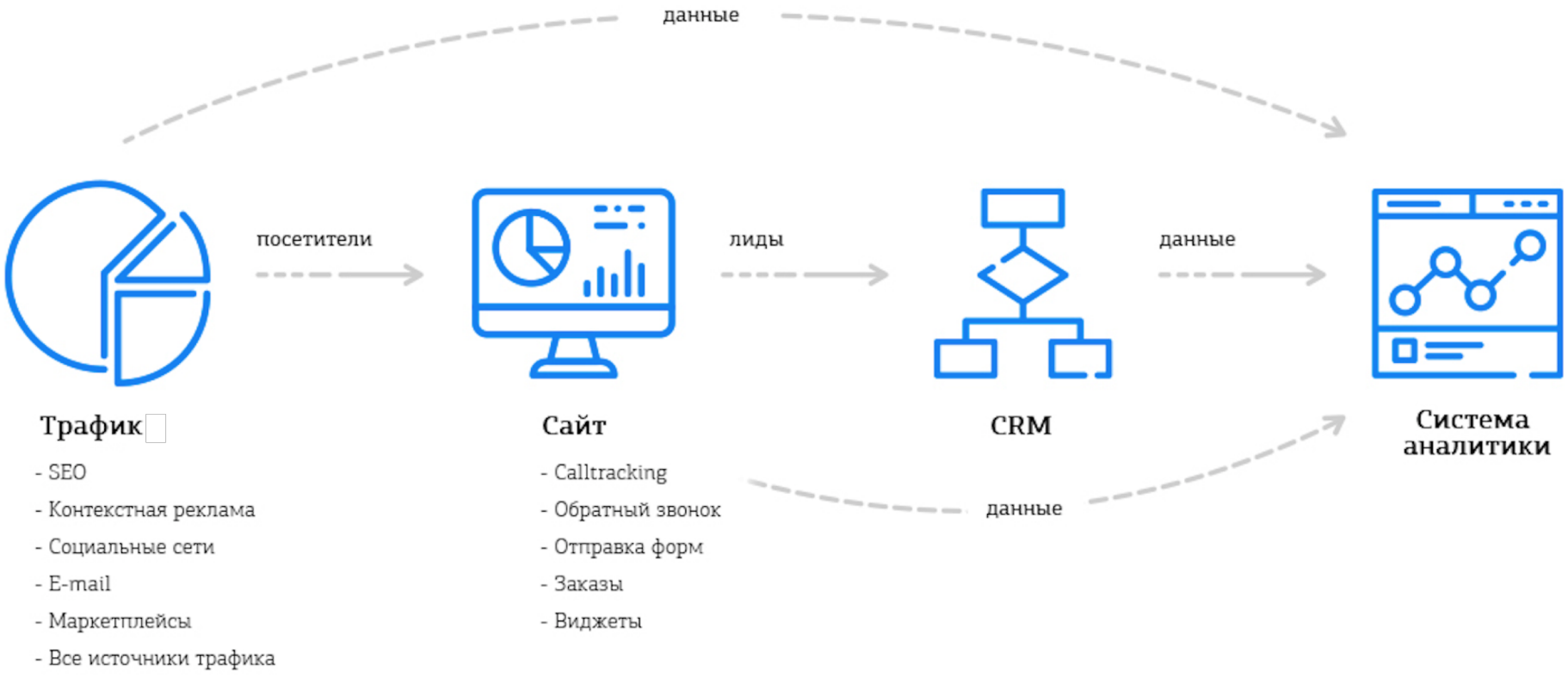
LEAD ZEPPELIN

1. Выбираем новую модель атрибуции
2. Интегрируем новую модель в отчетность
3. Оптимизация на основе новой модели атрибуции
4. Оценка изменений – внесение корректировок

30-40% заказов может приходиться на промежуточные каналы

Введение в сквозную аналитику

Ориентируясь на последнее (или первое) посещение, вы не сможете получить точные данные о том, какой же канал все-таки сработал.

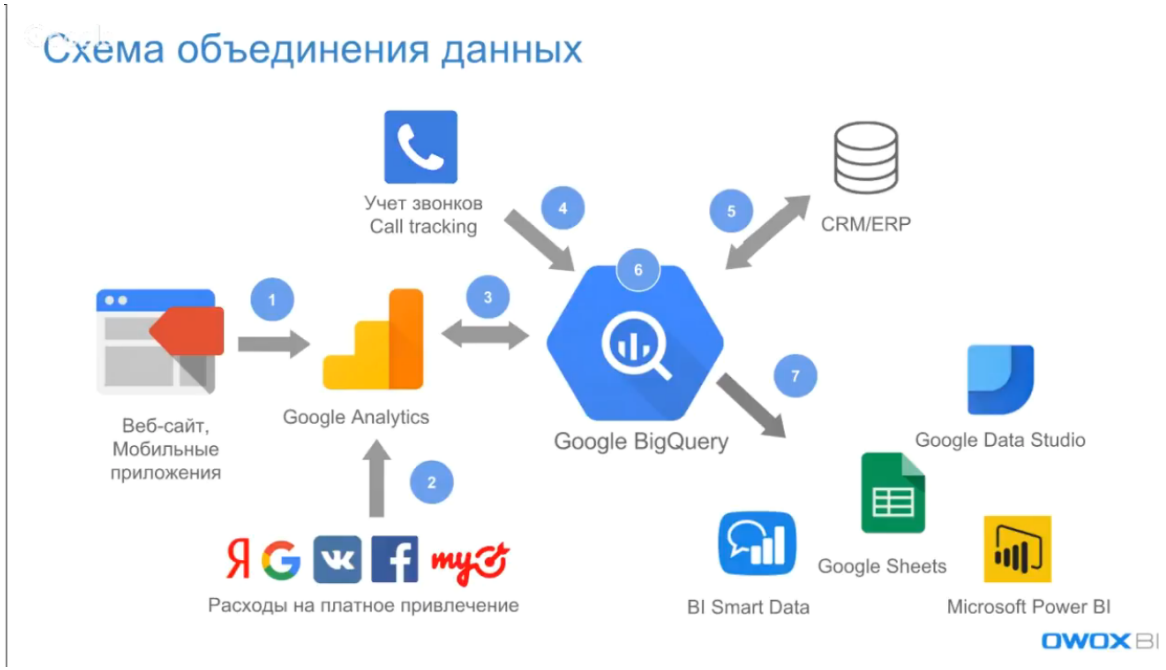


Введение в сквозную аналитику

Сквозная аналитика позволяет анализировать эффективность рекламы на основе данных о продажах.

Это круто для:

- Бизнеса
- Агентства
- Маркетолога



LTV (Lifetime Value)

Это прибыль, которую приносит вам клиент за всё время работы с ним

1. Количество повторных заказов
2. Количество первичных заказов
3. Средний чек повторных заказов
4. Процент прибавки к общему числу заказов (м.б. более 20%)

Автоматизация и ручной труд

LEAD ZEPPELIN

Сео:

- Для товаров – шаблон
- Категории и бренды под семантику
- Товары – максимум автоматизации
- Программы лояльности – регистрация

Контекст:

- Смарт-баннеры, динамические
- Фиды
- Шаблоны объявлений
- Кампании-герои

Примеры:

Тайтл: Купить [название товара] в Москве и Санкт-Петербурге, [категория товаров]

Дескрипшен: Продажа [название товара], [категория товаров] в Санкт-Петербурге и Москве с доставкой по России.

Спасибо за внимание!
Вопросы?