



МАРКЕТИНГОВЫЙ КОНСАЛТИНГ
И АУТСОРСИНГ
WWW.TECHART.RU

Практический семинар по интернет-маркетингу

PROGRAMMATIC: ПРИНЦИП РАБОТЫ, ПОДВОДНЫЕ КАМНИ

ДИНА ЦИЦЕР,
Маркетинговая группа «Текарт»

02 / 07 / 2015

Research

Datasense

Promo

Advert

PR&Event

Web

Design

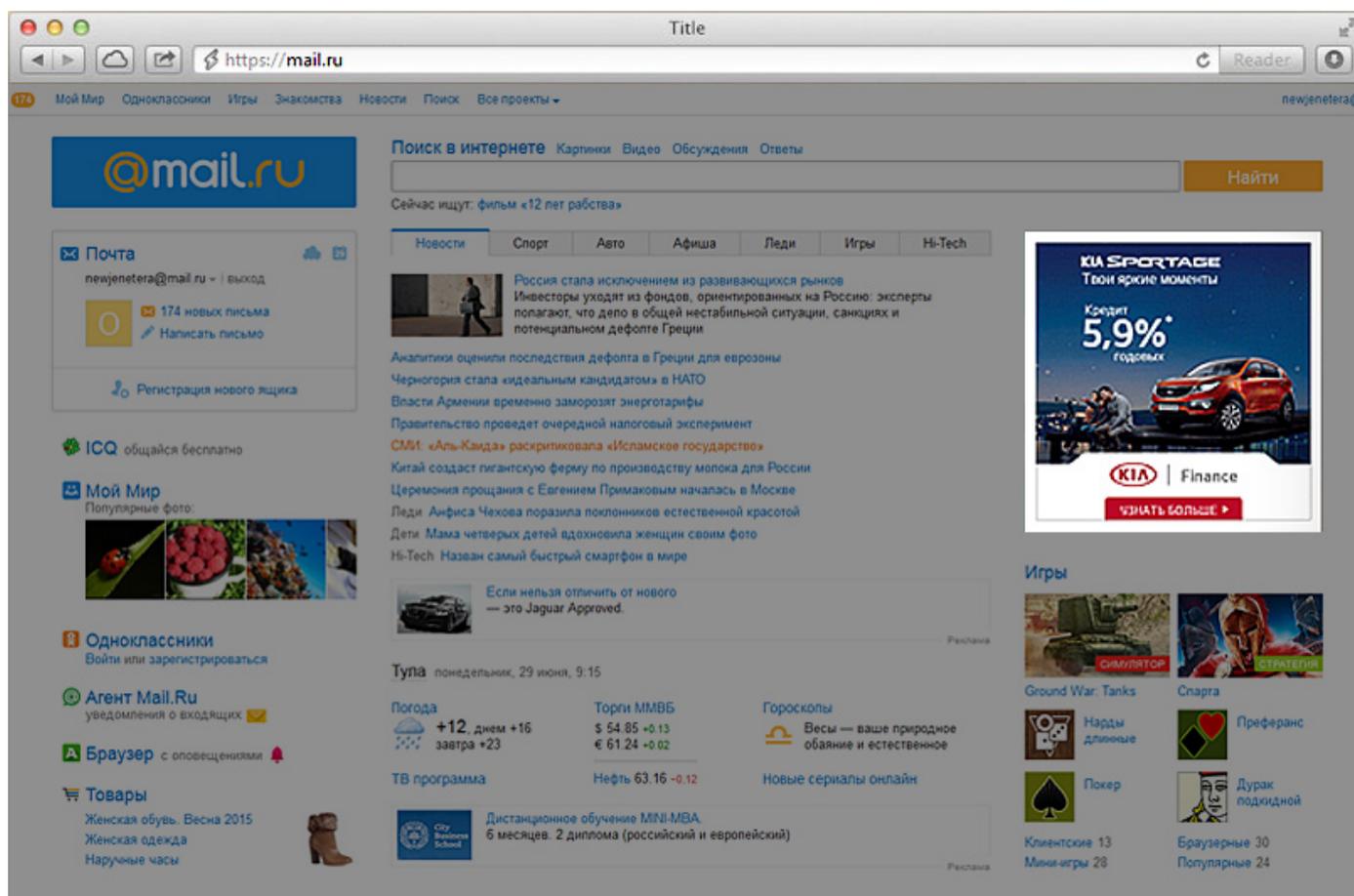
Photo

Branding

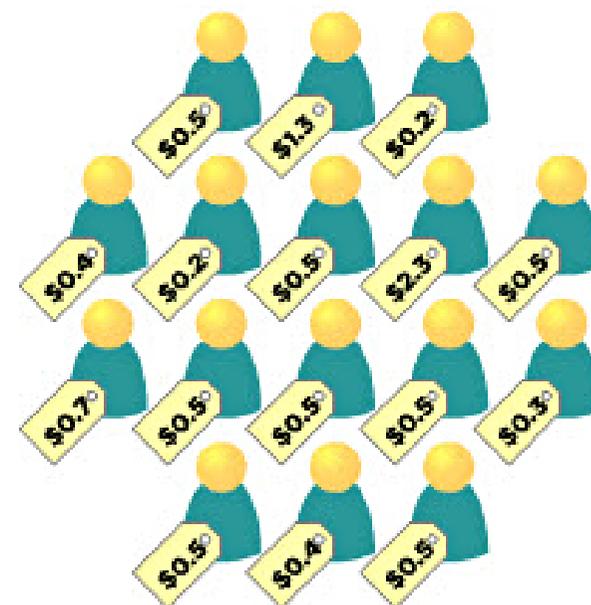
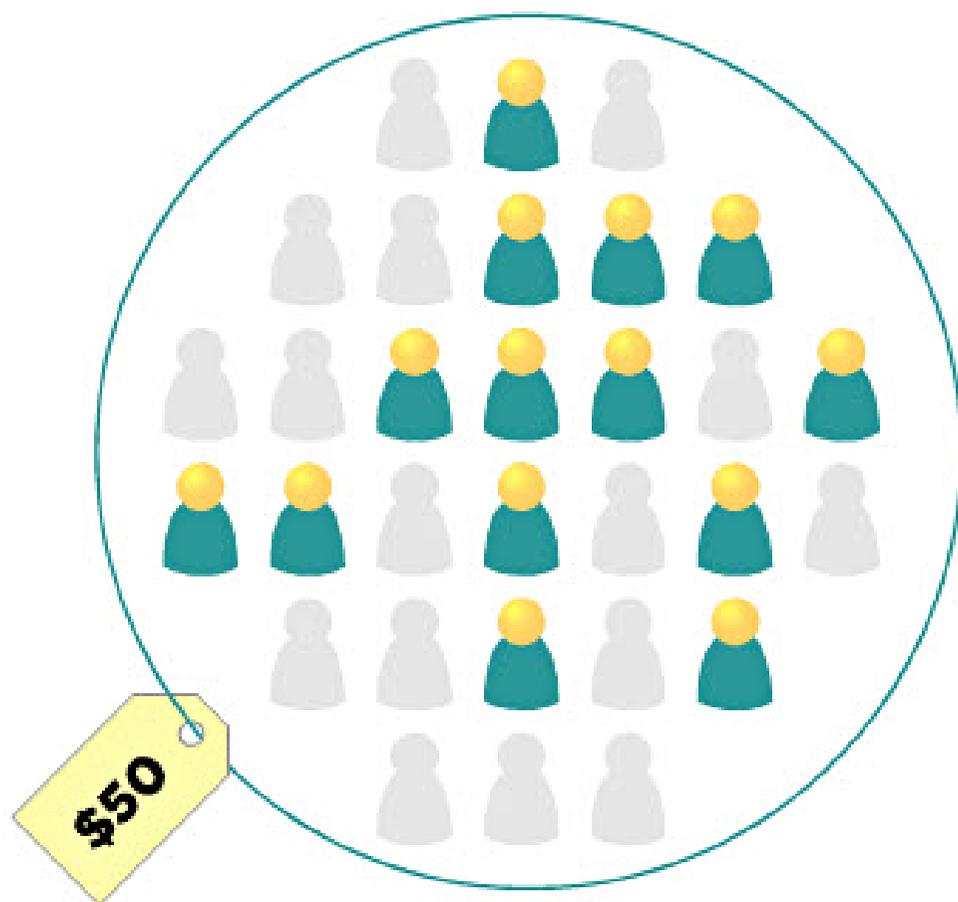
01

СОВРЕМЕННАЯ МОДЕЛЬ ЗАКУПКИ РЕКЛАМЫ

01 10 ЛЕТ НАЗАД: ПОКУПКА ПО ОБРАЗЦУ ОФФЛАЙНА

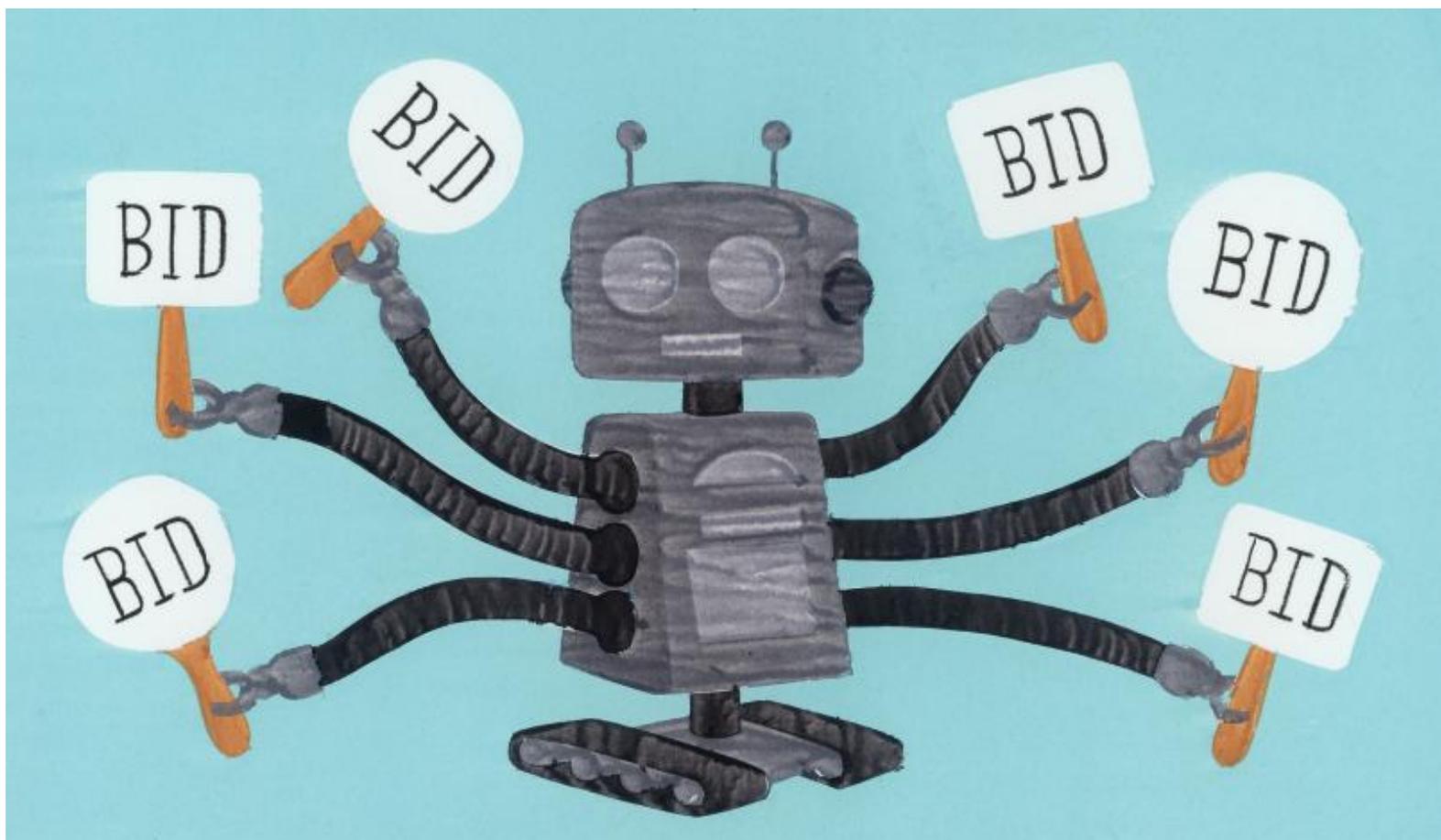


01 СЕЙЧАС: ПОКУПКА АУДИТОРИИ ВМЕСТО РЕКЛАМНОЙ ПОЗИЦИИ



01 PROGRAMMATIC —

КЛАСС ТЕХНОЛОГИЙ
АВТОМАТИЧЕСКОЙ ЗАКУПКИ РЕКЛАМЫ



01 ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ КРЕАТИВА



02

КАК ЭТО РАБОТАЕТ

02 КАК ПРОИСХОДИТ ПОКАЗ

REAL-TIME BIDDING — АУКЦИОН В РЕАЛЬНОМ ВРЕМЕНИ



02 DATA — НАШЕ ВСЁ

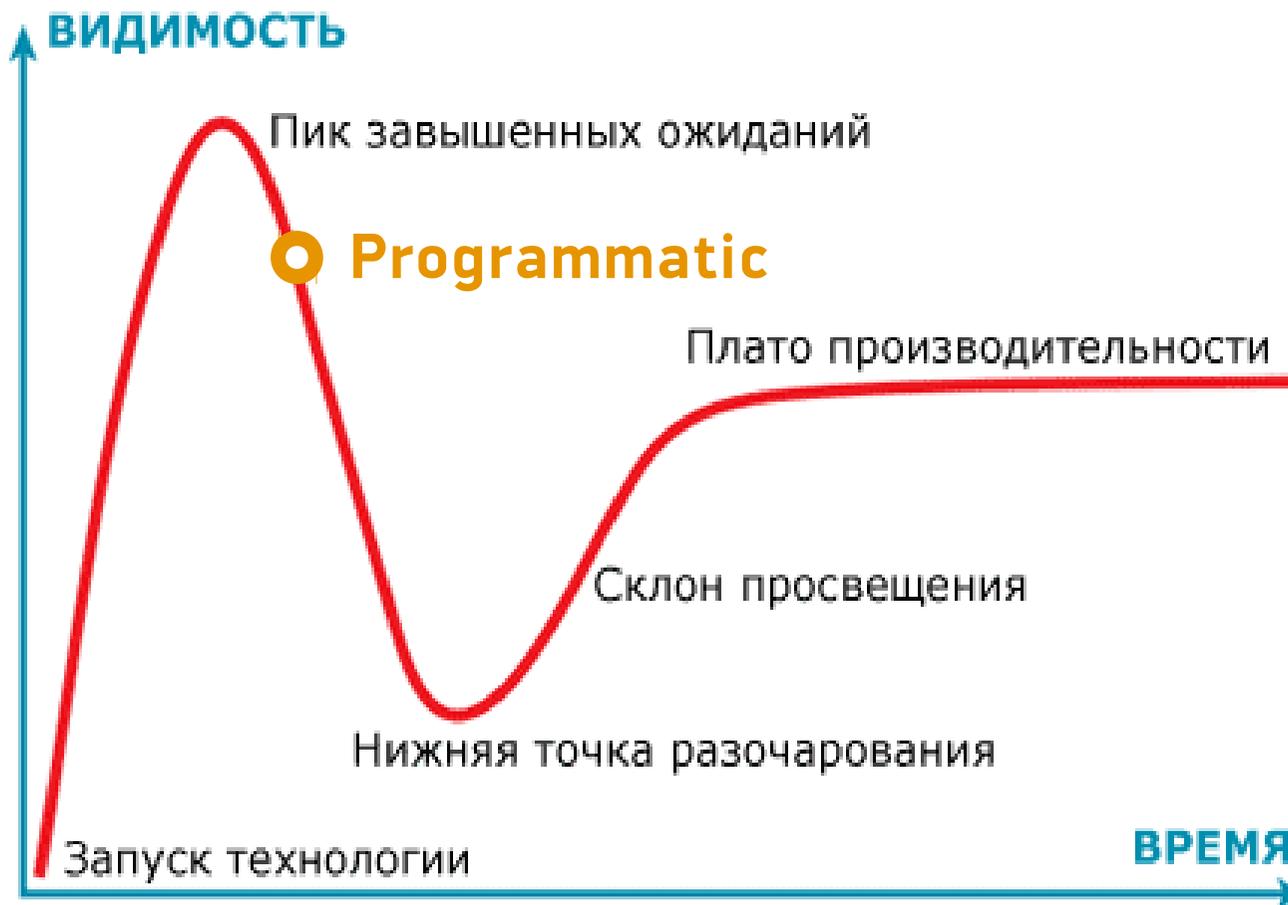
ВОЗМОЖНЫЕ ИСТОЧНИКИ ДАННЫХ

- Онлайн-сервисы
- Базы крупных компаний
- Машинное обучение

ЧТО ДАЮТ ДАННЫЕ?

- Портрет потребителя
- Аудитория первична, площадка вторична
- Точный таргетинг (время, место, ЦА)
- Дополнительная информации от других источников
- Look-alike (похожие аудитории)

02 МОДНОЕ ВЕЯНИЕ ИЛИ РЕАЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ?



- Programmatic не заменит контекст
- Необходимость доработок, признанная крупными игроками рынка
- Новые сети — старый трафик

03

КАК ЭТО
РАБОТАЕТ
НА САМОМ ДЕЛЕ

03 ПОДВОДНЫЕ КАМНИ PROGRAMMATIC

- Неизвестное происхождение данных
- Высокая стоимость закупки сторонних данных
- В большинстве систем нет накладывания сегментов
- Один CPM для всего сегмента
- Несовершенная технология Brand Safety
- Актуальность данных о заинтересованности пользователя

03 КОГДА СТОИТ ПОПРОБОВАТЬ



У ВАС УЖЕ ЕСТЬ
КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА



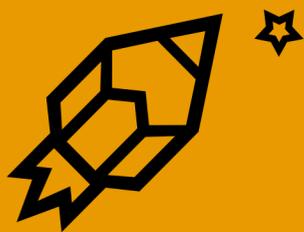
ВЫ ХОРОШО ЗНАЕТЕ
СВОЮ ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ



ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ
МОЖНО НАЙТИ И СЕГМЕНТИРОВАТЬ,
В ТОМ ЧИСЛЕ ПРОГРАММНО



ЕСТЬ БЮДЖЕТ
НА ТЕСТ



МАРКЕТИНГОВЫЙ КОНСАЛТИНГ
И АУТСОРСИНГ
WWW.TECHART.RU

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ. ДАВАЙТЕ ТЕСТИРОВАТЬ!

ДИНА ЦИЦЕР,
Маркетинговая группа «Текарт»

 (495) 790-75-91

 <http://twitter.com/techart/>

 info@techart.ru

 <http://www.facebook.com/techartgroup>

 www.techart.ru