

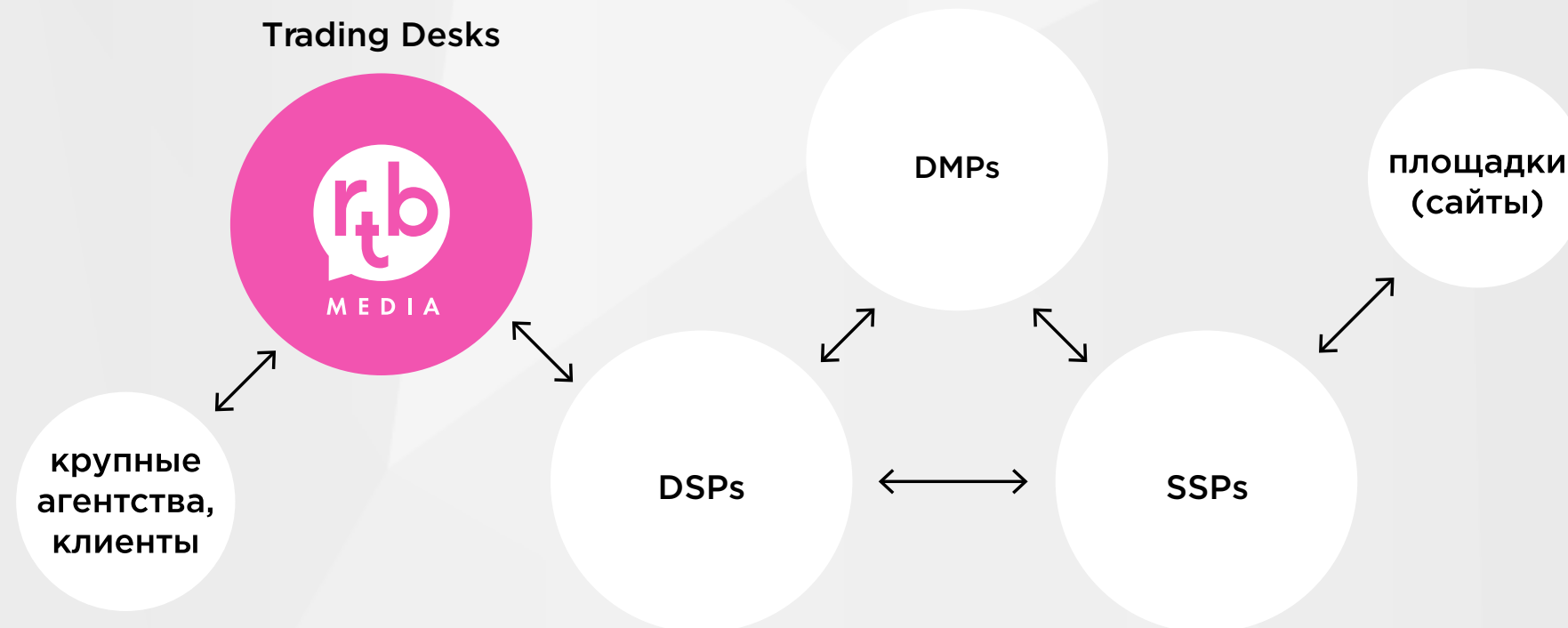


**РАБОТАЙТЕ С ЦЕЛЕВЫМИ АУДИТОРИЯМИ,
А НЕ ПОКАЗАМИ РЕКЛАМЫ**

RTB-Media — простой интерфейс управления рекламой и настройки таргетинга

Независимый trading desk – универсальное решение для работы с любыми технологиями по покупке таргетированной рекламы на онлайн-аукционах

- Простой пользовательский интерфейс для управления рекламными коммуникациями в digital
- Данные для таргетингов на основе поведенческих интересов, поисковых запросов, дохода, контекста размещения, социально-демографических, географических и других параметров



RTB работает с аудиторией, а не показами

RTB (Real-Time Bidding) — новая технология по закупке медийной рекламы (баннеров) посредством программируемых онлайн-аукционов.

Основной принцип RTB — покупка целевой аудитории — осуществляется с максимальной возможной точностью, вплоть до каждого отдельного посетителя, что выгодно отличает RTB от традиционной покупки «инвентаря» или рекламных мест на конкретных площадках.

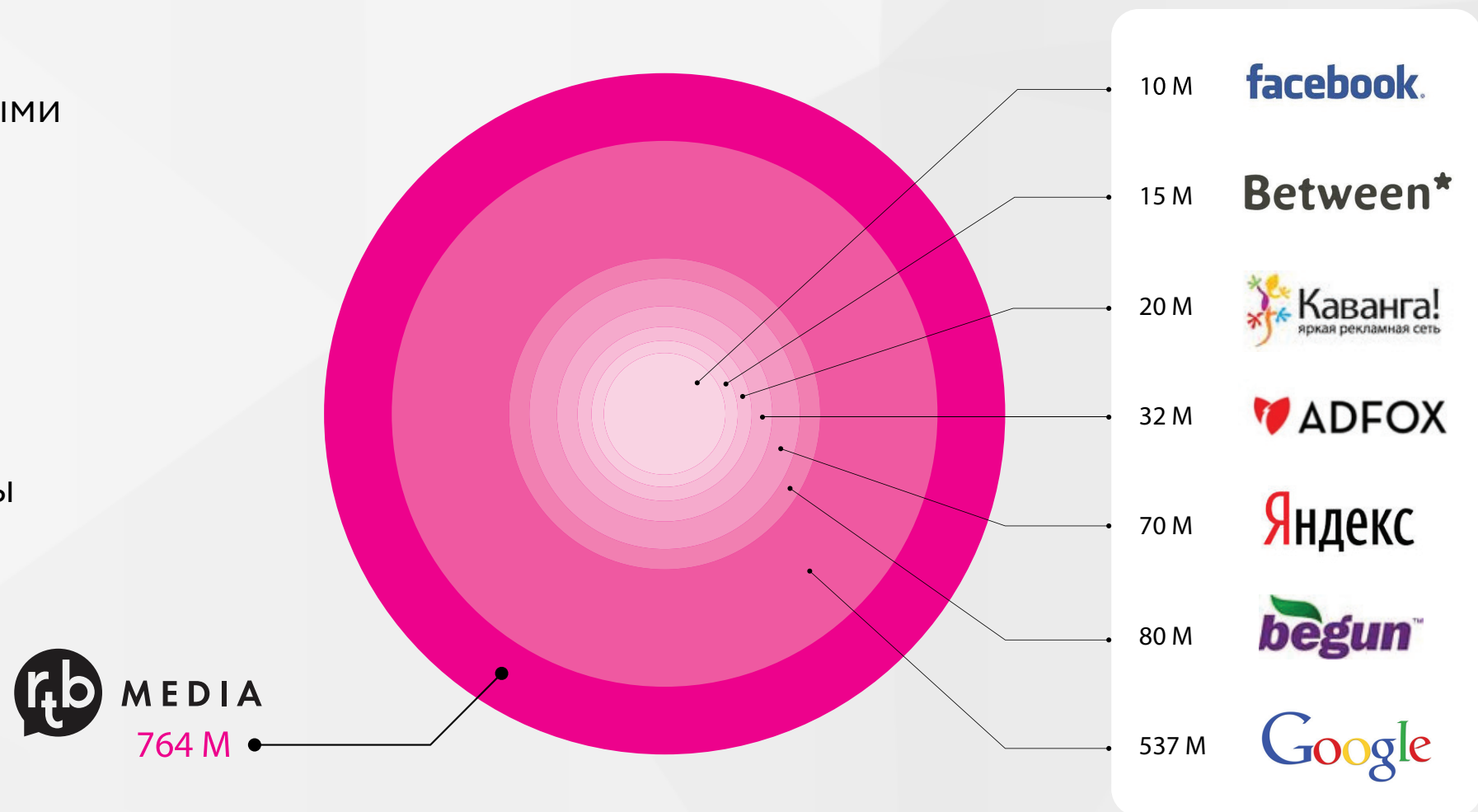
Охват подключенных рекламных сетей

764 000 000

пользователей

Trading Desk работает со всеми крупными интернет-публикерами и рекламными сетями и является партнером всех ключевых поставщиков технологий онлайн-баинга.

С нами вы покупаете не размещение на конкретном сайте, а вашу целевую аудиторию, причем там, где эти затраты адекватны вашему ROI.



Почему лучше покупать **целевые аудитории,** а не рекламу

Способ потребления медиа стремительно меняется на наших глазах. Бумажные СМИ и традиционное ТВ быстро уступают место цифровым. Традиционные закупки рекламы основываются на представлении о том, что каждый человек по утрам открывает одну и ту же газету, а вечером смотрит один и тот же телеканал. Это давно не так и будет в еще меньшей степени так в ближайшем будущем.

В мире «клипового мышления», постоянного переключения между браузерами, устройствами, форматами медиа (текст, видео, аудио и пр.) традиционный способ закупок приводит к ускользанию ЦА и распылению рекламной коммуникации. Активно «искать» ЦА и следовать за ней по мере того, как она переключается с сайта на сайт, со стационарного компьютера на смартфон, планшет или Smart-TV возможно только средствами технологической автоматизации рекламных закупок на основе аудиторных данных.

Что такое данные (data) и какими они бывают

Говоря о данных, мы имеем в виду данные о ЦА бренда, которые могут быть использованы для точных таргетингов: история покупок, история веб-серфинга, поисковые запросы, ГЕО, соц.-дем., данные исследовательских панелей и прочее.

- 1st-party — собственные данные о существующих клиентах из CRM или другого внутреннего источника
- 2nd-party — данные, полученные в ходе взаимодействия с ЦА в ходе рекламных кампаний
- 3rd-party — данные, приобретенные у специализированных поставщиков (Data Management Platforms и Data Suppliers)

Все данные клиентов хранятся у нас.
Мы гарантируем их безопасность.

Все данные об аудитории клиентов хранятся на наших серверах и могут использоваться с любыми DSP в любой последовательности, в зависимости от текущих требований к кампании и конъюнктуры (наличие трафика, цены, качество трафика).



Преимущества Trading Desk

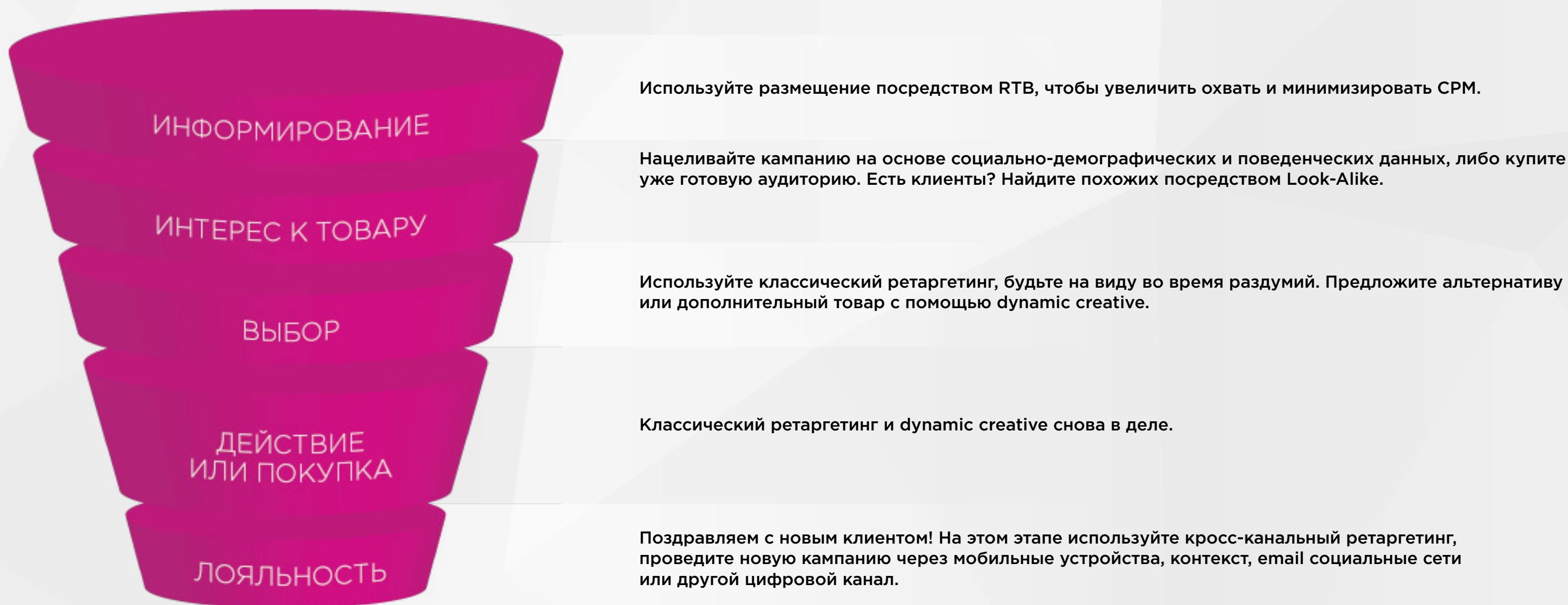
- Минимизация стоимости контакта, клика и конверсии, работа только с целевой аудиторией, наиболее качественный индивидуальный контакт
- Рекламодатель платит рыночную цену за показ, которая определяется в результате аукциона второй цены между всеми рекламодателями, претендующими на показ. Победитель аукциона платит лишь ту цену, которая минимально необходима для победы
- Работа строго с целевой аудиторией
- Возможность оперативно включать/выключать каналы и переносить бюджет и данные о ЦА с плохо работающих DSP на хорошо работающие

Преимущества RTB-рекламы

- Аукционный принцип размещения рекламы.
- Контакт и конверсия обойдутся дешевле.
- Только качественная целевая аудитория.
- Индивидуальный контакт с каждым посетителем.

В зависимости от этапа продажи аудитория получает от рекламодателя релевантные сообщения. Мы используем кросс-платформенные данные, чтобы в режиме реального времени оптимизировать рекламные материалы сразу на всех каналах коммуникации.

Воронка продаж вашего бренда



ПРОДУКТЫ/УСЛУГИ RTB-MEDIA

Охватная закупка с минимизацией цены за счет аукционной модели. Предиктинговые алгоритмы (predicts) анализируют качество закупок относительно KPI кампании и автоматически перераспределяют бюджеты с целью уменьшить стоимость размещения.

Результат — каждая тысяча показов в конце кампании будет стоить заметно дешевле, чем в начале.

Классический ретаргетинг



Посетители вашего сайта ушли, не совершив целевое действие? Напомните им о себе. Результативность коммуникации с аудиторией, которая уже проявила интерес к вашим товарам/услугам, всегда значительно выше чем «с чистого листа».

Товарный ретаргетинг



Предложение для e-commerce. Потенциальные клиенты уходят с сайта, не совершив покупку? Напомните им о товарах, которые остались лежать в их «корзине» и покажите товары, которые обычно покупают вместе с ними.

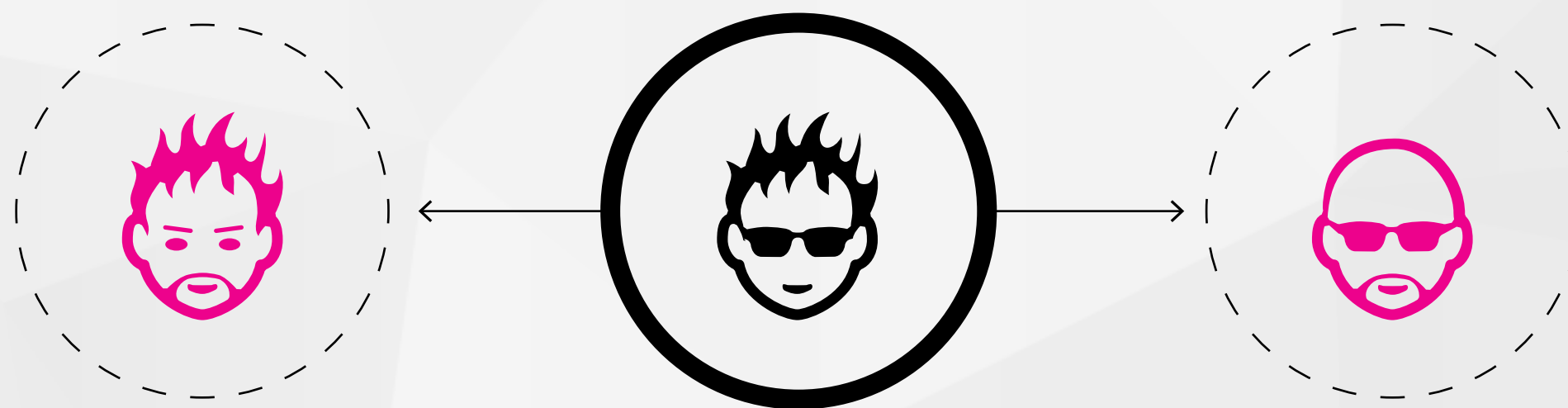
Напомните потенциальным клиентам о том, какую возможность они упускают.

Кросс-канальный ретаргетинг



Посетители вашего сайта ушли, не совершив целевое действие? Напомните им о себе
Результативность коммуникации с аудиторией, которая уже проявила интерес к вашим товарам/услугам, всегда значительно выше чем «с чистого листа».

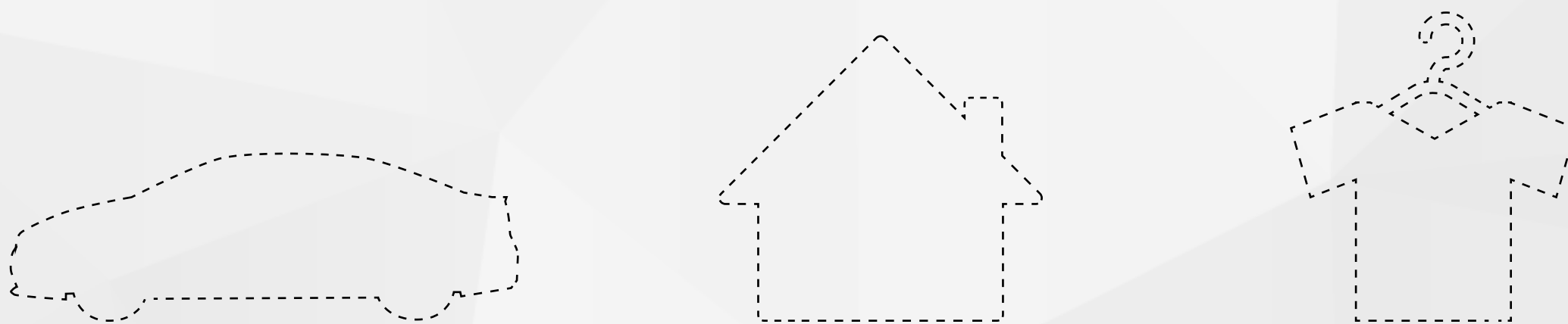
Look-Alike



Ваша целевая аудитория после применения таргетингов «сжалась» и кампании не хватает охвата? Технологии Look-Alike помогут расширить ее и увеличить количество потенциальных клиентов.

Look-Alike позволит показывать рекламу аудитории, похожей на вашу.

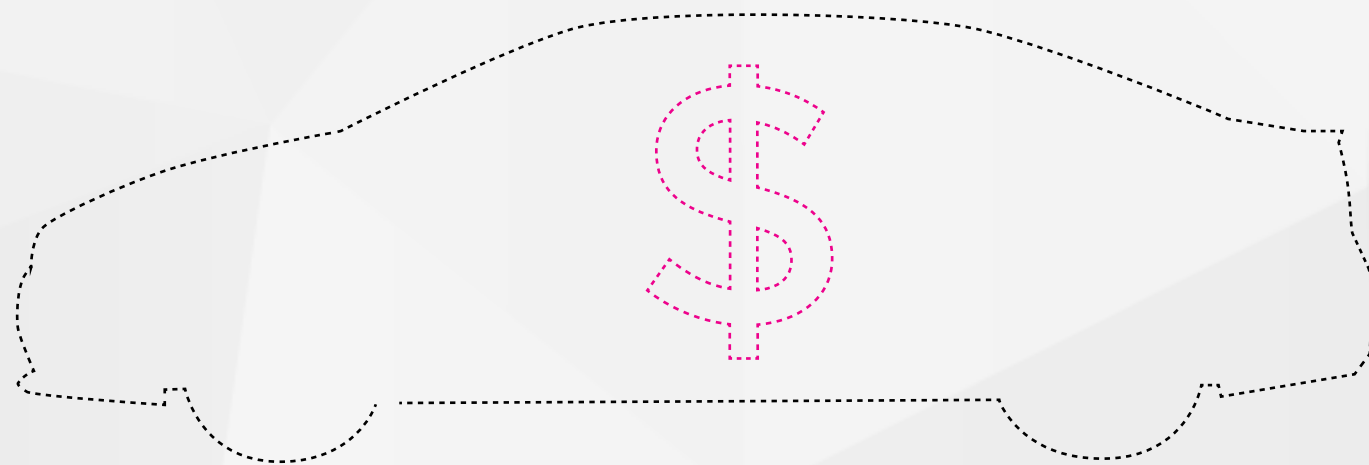
Закупка готовых сегментов



Воспользуйтесь десятками готовых аудиторных сегментов, чтобы начать коммуникацию с вашей целевой аудиторией немедленно.

Большое количество готовых таргетингов по интересам «финансы», «автомобили», «одежда», «отдых», «бытовая техника» и многое другое.

Создание кастомных сегментов



Не подходит ни один из существующих сегментов? Совместите собственные данные с готовыми сегментами.

Объедините несколько: например, покупателей автомобиля с интересующимися автокредитами.

Дополнительные преимущества

- Онлайн-планировщик рекламных кампаний. Вся информация о ценах, инвентаре и таргетингах, а также готовый медиаплан доступны здесь и сейчас
- Использование всех основных аналитических инструментов (интеграция с Google.Analytics и Яндекс.Директ)
- Интеграция со всеми ключевыми игроками рынка аукционных (RTB) и аудиторных (data) закупок
- Собственная платформа по хранению и управлению данными (Data Management Platform)

Собственная технология работы с данными (data management platform)

Одно из главных преимуществ RTB-Media — собственная платформа по управлению данными, позволяющая одновременно работать с любым количеством DSP.



Аудиторные закупки с понижением стоимости для финансового клиента

Начало кампании:

CPM — 65 рублей, CPC — 130 рублей, CTR — 0,03%

Сделано:

- проанализирован и отключен трафика с низкой конверсией
- протестирование и отключен неработающий креатив
- применен контекстный таргетинг — реклама размещалась строго рядом с тематическим контентом).

Итог кампании:

CPM — 14 рублей, CPC — 11 рублей, CTR — более 0,1%

Охватная закупка с уменьшением стоимости для автомобильного клиента

Начало кампании:

Охват — 200 000/день, CPM — 30 рублей, CTR — 0,04%

Сделано:

- А/Б-тестирование креативов
- анализ источников трафика и перенаправление бюджета на целевые закупки
- оптимизация частоты показов по времени суток и дням недели

Итог кампании:

Охват — 1 900 000/день, CPM — 8 рублей, CTR — 0,05%

Ретаргетинг для сегмента недвижимости

Показатели кампании до применения ретаргетинга:

CPC — 24 рубля, CPA (заявка на звонок риэлтора) — 13 000 рублей

Реализованная стратегия:

Сегментировать посетителей сайта и настроить ретаргетинг на тех, кто просмотрел целевой объект и начал заполнять форму заявки, но не отправил ее на обработку.

Результат:

CPC — 23 рубля, CPA — 1800 рублей

Спасибо за внимание!

RTB-Media. Работайте с целевыми аудиториями, а не показами рекламы.

24

+ 7 (495) 374-51-95

www.rtb-media.ru

