



# Как заселить города для жизни с помощью RTB?



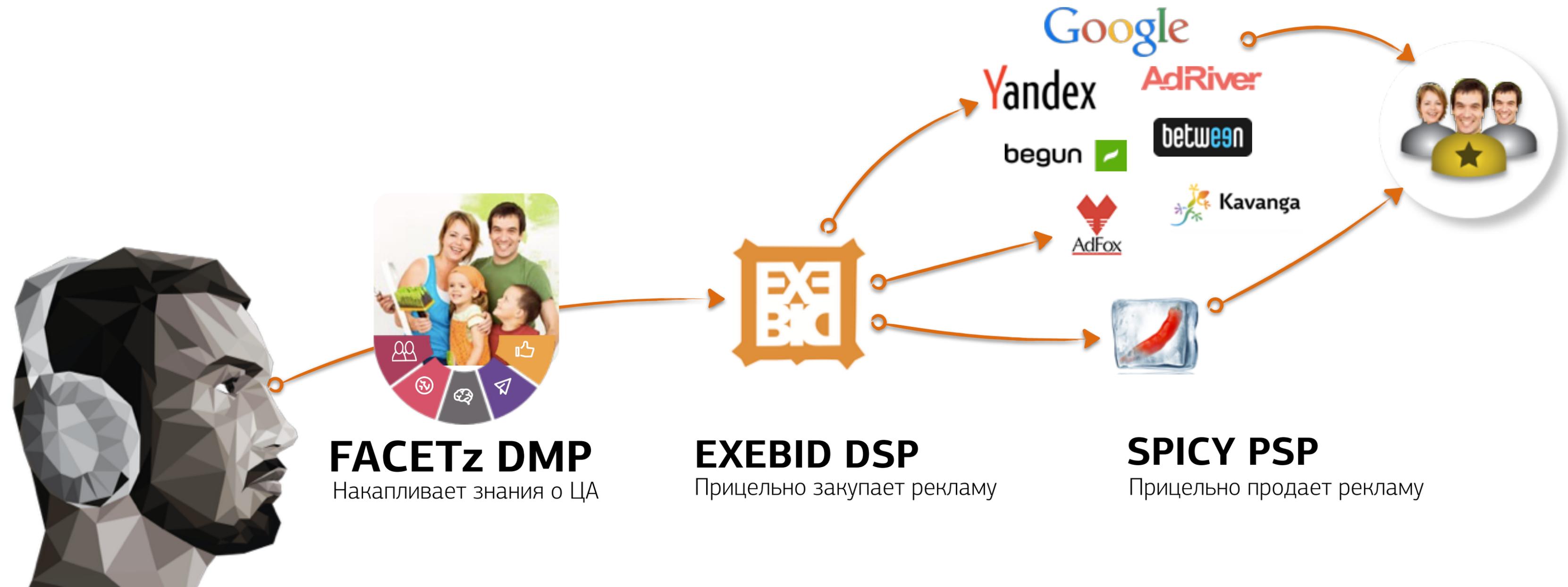
**Анастасия Суханцева, Urban Group**

**Кирилл Чистов, D.C.A.**



# DATA-CENTRIC ALLIANCE

аудиторные решения для бизнеса





# О КОМПАНИИ URBAN GROUP

**URBAN**  
GROUP  
ГОРОДА ДЛЯ ЖИЗНИ

Более 7 лет на рынке.

Реализовано более 1 млн кв. метров жилья.

Многолетний партнер ведущих российских банков — Сбербанк РФ и ВТБ24. По итогам 2014 года — «Золотой партнер» Сбербанк в области жилищного кредитования.

Входит в топ-15 самых надежных застройщиков по версии портала Проверено.ру.

 **8 495 225-82-25**

[www.urbangroup.ru](http://www.urbangroup.ru)





# «ОПАЛИХА ОЗ»



Самый близкий эконом-ЖК на Н. Риге.  
20 мин, до центра без светофоров.



Уникальное ценовое предложение  
Квартиры от 2,3 млн рублей



Ж/д станция в шаговой доступности.  
Пересадки с 5-ю ветками метро.



Монолитно-кирпичное экологичное  
строительство. лесным массивом. Рядом  
сады и школы, роскошный лесной массив.



Архитектура от известных архитекторов из  
России и Италии. Высокое качество домов,  
инженерных коммуникаций и ландшафта.





# Кто ЦА городов для жизни?

## ДЕМОГРАФИЯ

25-60 M+Ж РФ ABC+

## ГЕОГРАФИЯ

РФ (Мск, МО,  
избранные города)

Интегральный  
поведенческий  
профиль

## ПРЕДПОЧТЕНИЯ

Экология, район или  
направление, торговые сети,  
«Поколение X»

## НАМЕРЕНИЯ

Классика: семья,  
планирующая прибавку

## ПСИХОТИП NEW

- «Независимая мама»
- «Стартер»
- «Заботливые дети»
- «Заботливые родители»



# Кейс «Опалиха ОЗ»

## Решение:

Модель поиска интернет-аудитории, максимально похожей по поведению на аудиторию, которая уже обращается в компанию с целью покупки жилья в ЖК. Оптимизация кампании по количеству и стоимости целевых обращений в офис продаж (целевой звонок консультанту).

## Инструменты:

DMP «FACETz»: аудиторные сегменты, Look-Alike.

## Оптимизация:

DSP «EXEBID»: Просеивание на охватном инвентаре → оптимизация списка сайтов, сегментов, объявлений

## Результат:

**30** %

Показатель отказов

**4,5**

стр.

Глубина просмотров

**5000** руб.

Стоимость обращения за консультацией



# BIG DATA ДЛЯ ПРОСЕИВАНИЯ



75 млн.  
индивидуумов



90%  
пользователей .RU



30 тыс.  
фактов в секунду



2 км

точность  
геопозиции



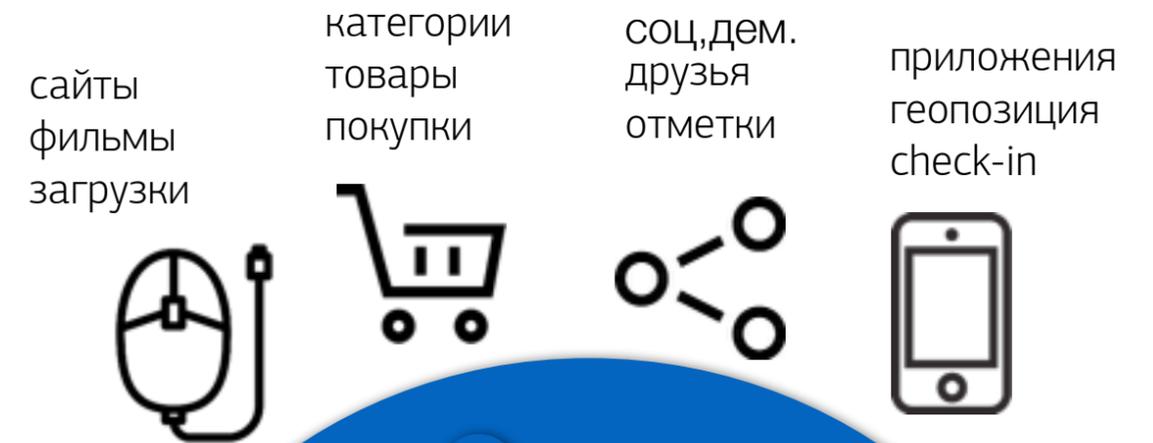
30

поставщиков  
данных



700+

сегментов  
аудитории





# ПРОЦЕСС



Контроль аналитиков



Анализируем аудиторию



Формируем целевое ядро



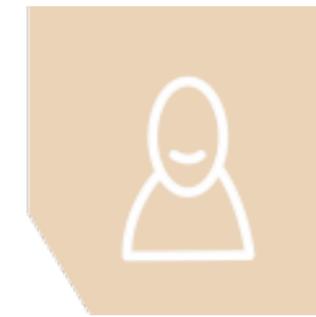
Моделируем целевые факторы



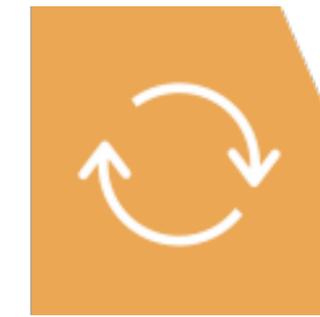
Подключаем стратегии поиска



Тестируем и оптимизируем сообщения



Уточняем сегменты (авто-скоринг)



Обеспечиваем оптимальный набор KPI

Автоматизация и машинное обучение





**КАК?**

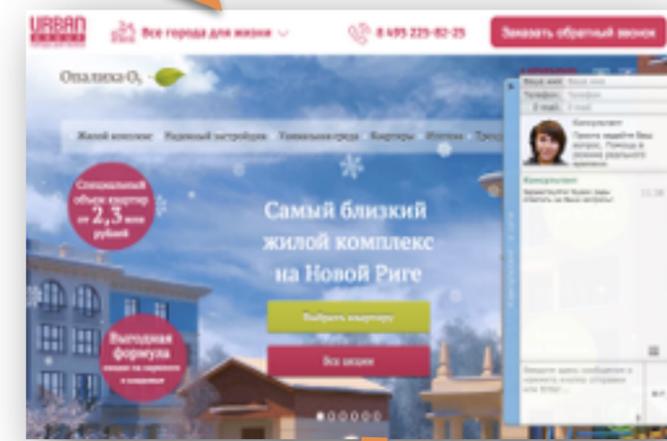


**ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ И КРІ**

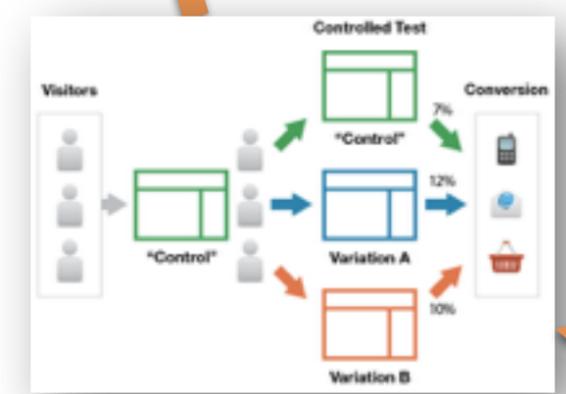
**ОПТИМИЗАЦИЯ В REAL-TIME**



**АУДИТОРНАЯ СТРАТЕГИЯ**



**МНОГОФАКТОРНОЕ ТЕСТИРОВАНИЕ**



**КРЕАТИВНАЯ ТАКТИКА**





# ЧТО ВАЖНО?



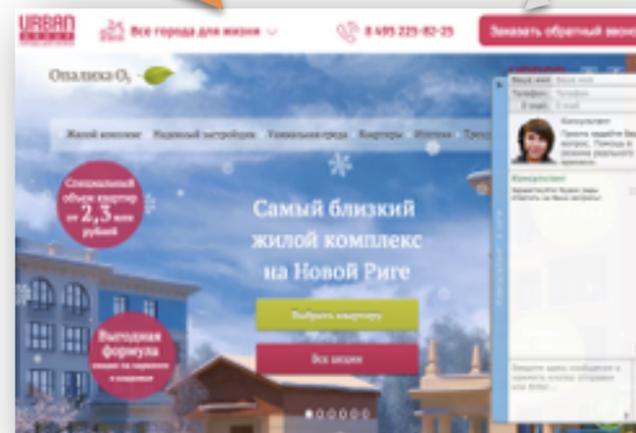
Разумный подход к КРП

Установка пикселей

Распределение бюджета на более эффективные сегменты и стратегии (цена + ёмкость)



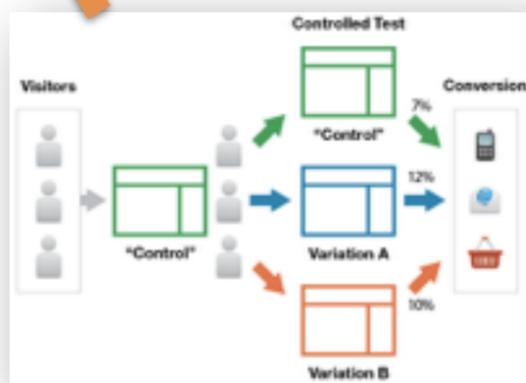
## Рабочий контакт с клиентом



Определение «ядер» - сегментов с максимальной концентрацией ЦА, принцип просеивания «широких» сегментов

Прозрачная модель атрибуции продаж

Регулярное тестирование и смена объявлений, тестирование посадочных страниц, обратная связь с операторами горячей линии



Тестирование объявлений в различных каналах и для разных сценариев

Скрупулезная разметка объявлений



# ЧТО ВАЖНО?

**S M A R T**  
Specific Measurable Attainable Relevant Time Based

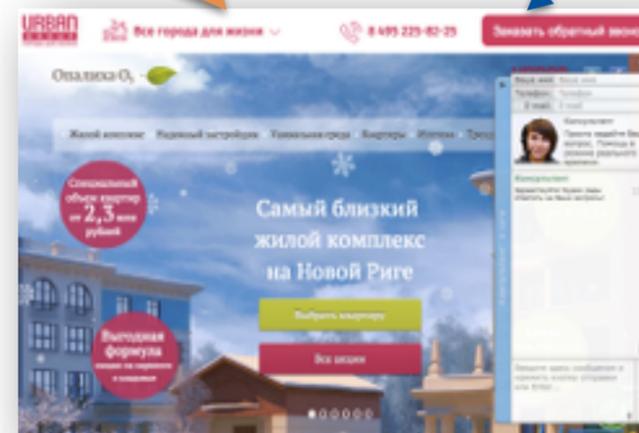
Разумный  
подход к КРП

Установка  
пикселей

Распределение  
бюджета на более  
эффективные  
сегменты и стратегии  
(цена + ёмкость)



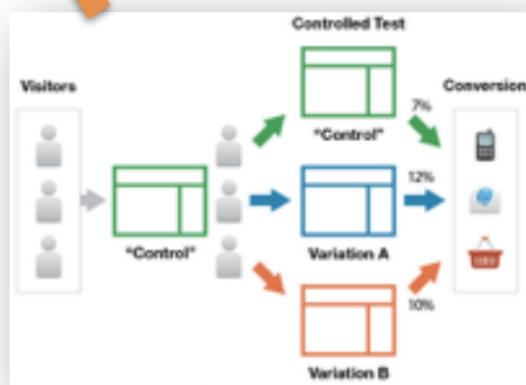
**Рабочий  
контакт с  
клиентом**



Определение  
«ядер» -  
сегментов с  
максимальной  
концентрацией  
ЦА, принцип  
просеивания  
«широких»  
сегментов

Прозрачная модель  
атрибуции продаж

Регулярное тестирование  
и смена объявлений,  
тестирование посадочных  
страниц, обратная связь с  
операторами горячей  
линии



Тестирование  
объявлений в  
различных каналах  
и для разных  
сценариев

Скрупулезная разметка  
объявлений



# ЧТО ВАЖНО?



Разумный подход к КРП

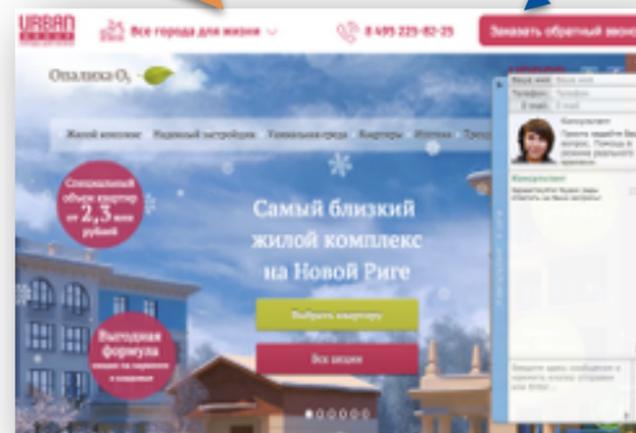
Установка пикселей

Распределение бюджета на более эффективные сегменты и стратегии (цена + ёмкость)



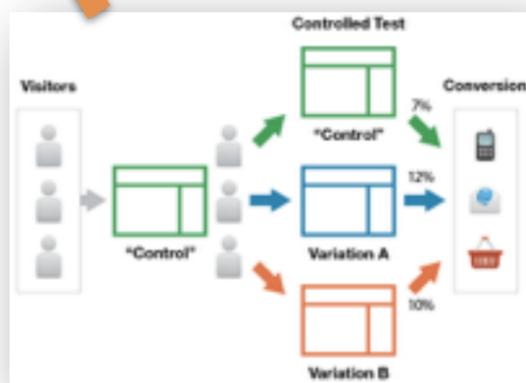
Прозрачная модель атрибуции продаж

## Рабочий контакт с клиентом



Определение «ядер» - сегментов с максимальной концентрацией ЦА, принцип просеивания «широких» сегментов

Регулярное тестирование и смена объявлений, тестирование посадочных страниц, обратная связь с операторами горячей линии



Тестирование объявлений в различных каналах и для разных сценариев

Скрупулезная разметка объявлений



# ЧТО ВАЖНО?



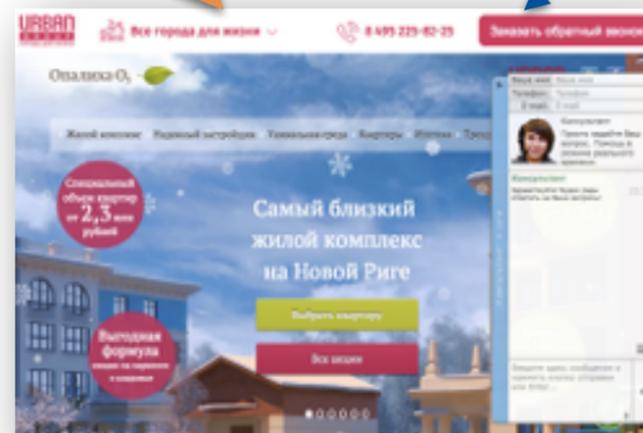
Разумный подход к КРП

Установка пикселей

Распределение бюджета на более эффективные сегменты и стратегии (цена + ёмкость)



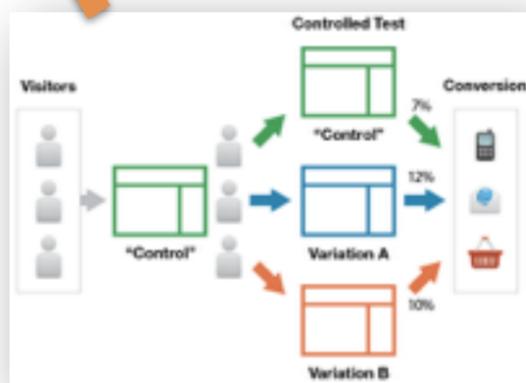
**Рабочий контакт с клиентом**



Определение «ядер» - сегментов с максимальной концентрацией ЦА, принцип просеивания «широких» сегментов

Прозрачная модель атрибуции продаж

Регулярное тестирование и смена объявлений, тестирование посадочных страниц, обратная связь с операторами горячей линии



Тестирование объявлений в различных каналах и для разных сценариев

Скрупулезная разметка объявлений



# ЧТО ВАЖНО?

**S M A R T**  
Specific Measurable Attainable Relevant Time Based

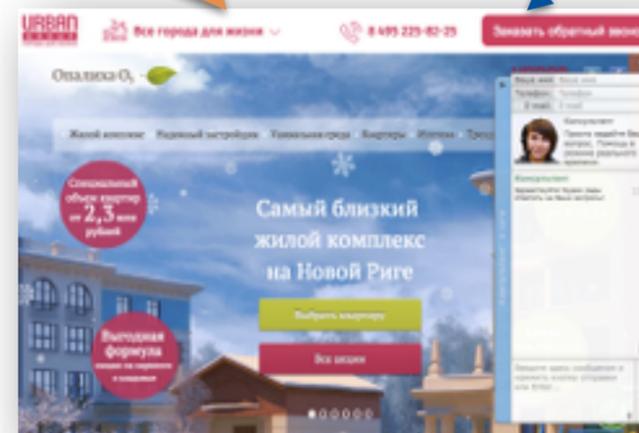
Разумный  
подход к КРП

Установка  
пикселей

Распределение  
бюджета на более  
эффективные  
сегменты и стратегии  
(цена + ёмкость)



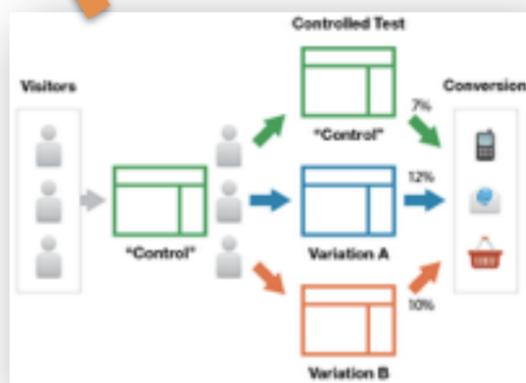
**Рабочий  
контакт с  
клиентом**



Определение  
«ядер» -  
сегментов с  
максимальной  
концентрацией  
ЦА, принцип  
просеивания  
«широких»  
сегментов

Прозрачная модель  
атрибуции продаж

Регулярное тестирование  
и смена объявлений,  
тестирование посадочных  
страниц, обратная связь с  
операторами горячей  
линии



Тестирование  
объявлений в  
различных каналах  
и для разных  
сценариев

Скрупулезная разметка  
объявлений



# ЧТО ПОЛУЧИЛОСЬ

**В 3,7** раза  
снижена цена  
целевого обращения

ОПТИМИЗАЦИЯ  
В REAL-TIME



АУДИТОРНАЯ  
СТРАТЕГИЯ

**В 2,5**  
раза

увеличен приток  
целевых посетителей



# ОШИБКИ, КОТОРЫХ МЫ ИЗБЕЖАЛИ

## ☀️ ~~«Угадайка»~~

- ☀️ полный доступ к аналитике по ЦА, РК, конверсиям

## ☀️ ~~«Горячка»~~

- ☀️ разумные сроки для сбора данных и оптимизации

## ☀️ ~~«Лабиринт»~~

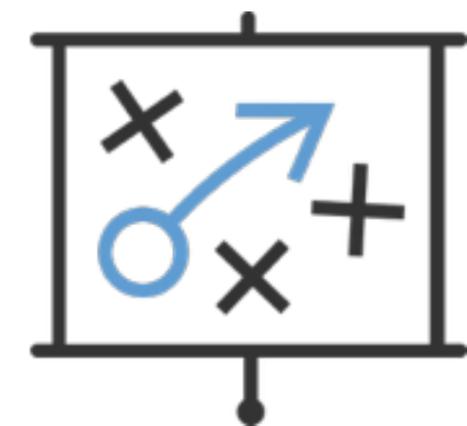
- ☀️ продуманный маршрут потребителя

## ☀️ ~~«Монолитно-кирпичный креатив»~~

- ☀️ A/B-Тестирование и дифференцирование (новая аудитория / ретаргетинг)

## ☀️ ~~«Молчанка»~~

- ☀️ Регулярные «статусы» по количеству и качеству, приоритетам





# ДААННЫЕ И ЦЕНЫ...

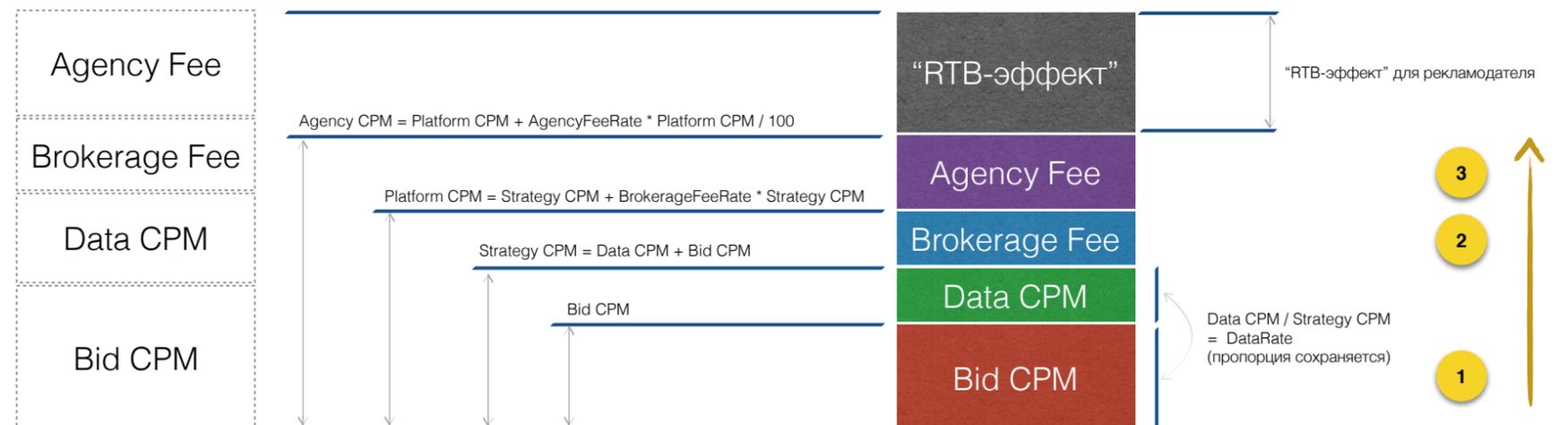
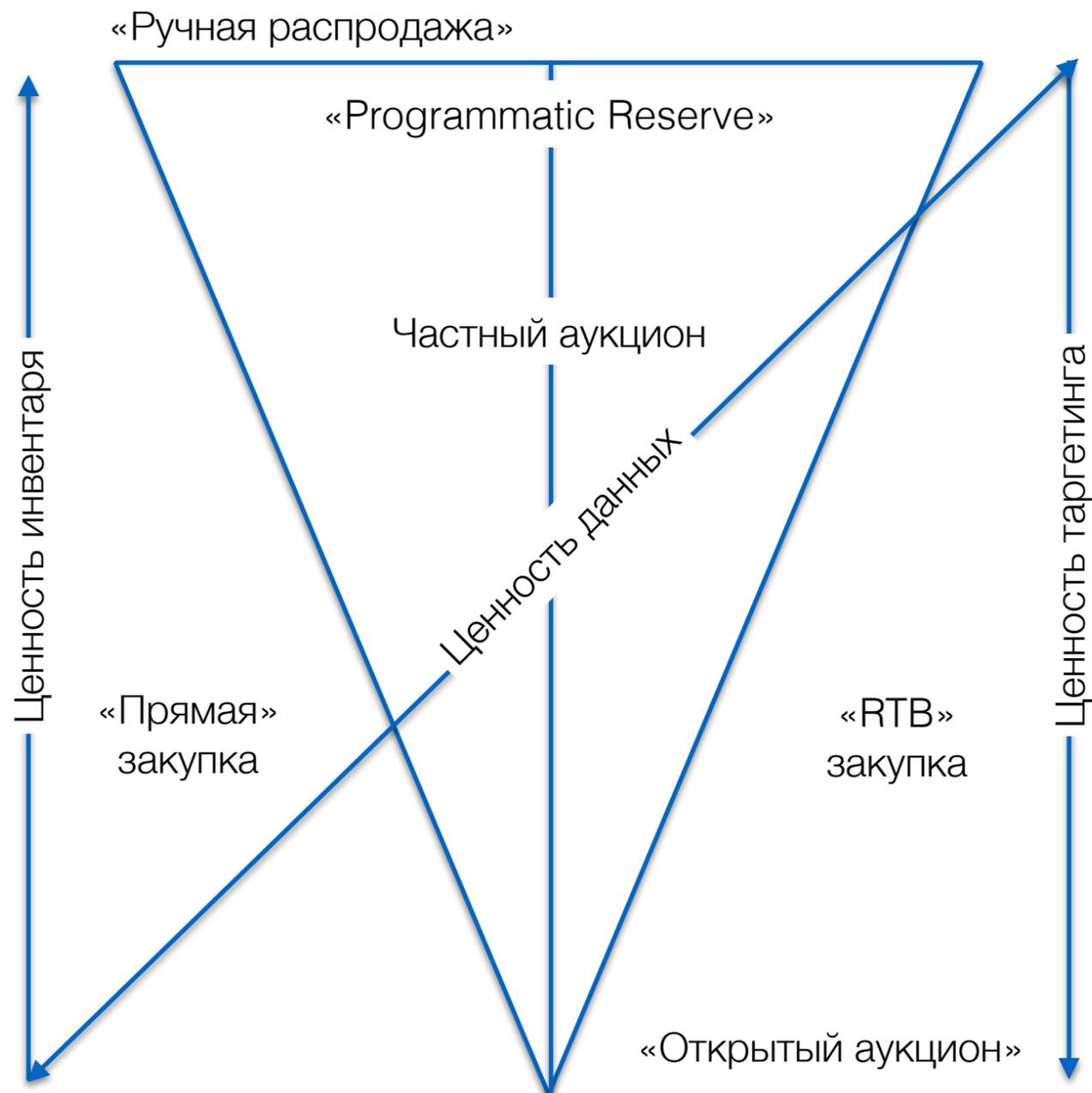
## КАК ПРОДАТЬ И КУПИТЬ ДАННЫЕ?

- \* Как сырье (clickstream)
- \* В виде готовых сегментов по CRM
- \* В нагрузку к остаточному трафику
- \* По подписке (за обогащение профилей ЦА)
- \* По модели разделения доходов
- \* По модели % (вклада) от/к медиа





# НА ОДНОМ СЛАЙДЕ



- 1** BidCPM' = возвращается от биржи  
DataCPM' = BidCPM' / (100 / DataRate - 1)
- 2** StrategyCPM' = DataCPM' + BidCPM'  
BrokerageFee' = StrategyCPM' \* BrokerageFeeRate / 100  
PlatformCPM' = StrategyCPM' + BrokerageFee'
- 3** AgencyFee' = PlatformCPM' \* AgencyFeeRate / 100  
AgencyCPM' = PlatformCPM' + AgencyFee'



**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ И ВОПРОСЫ!**



**Анастасия Суханцева**



**Кирилл Чистов**