



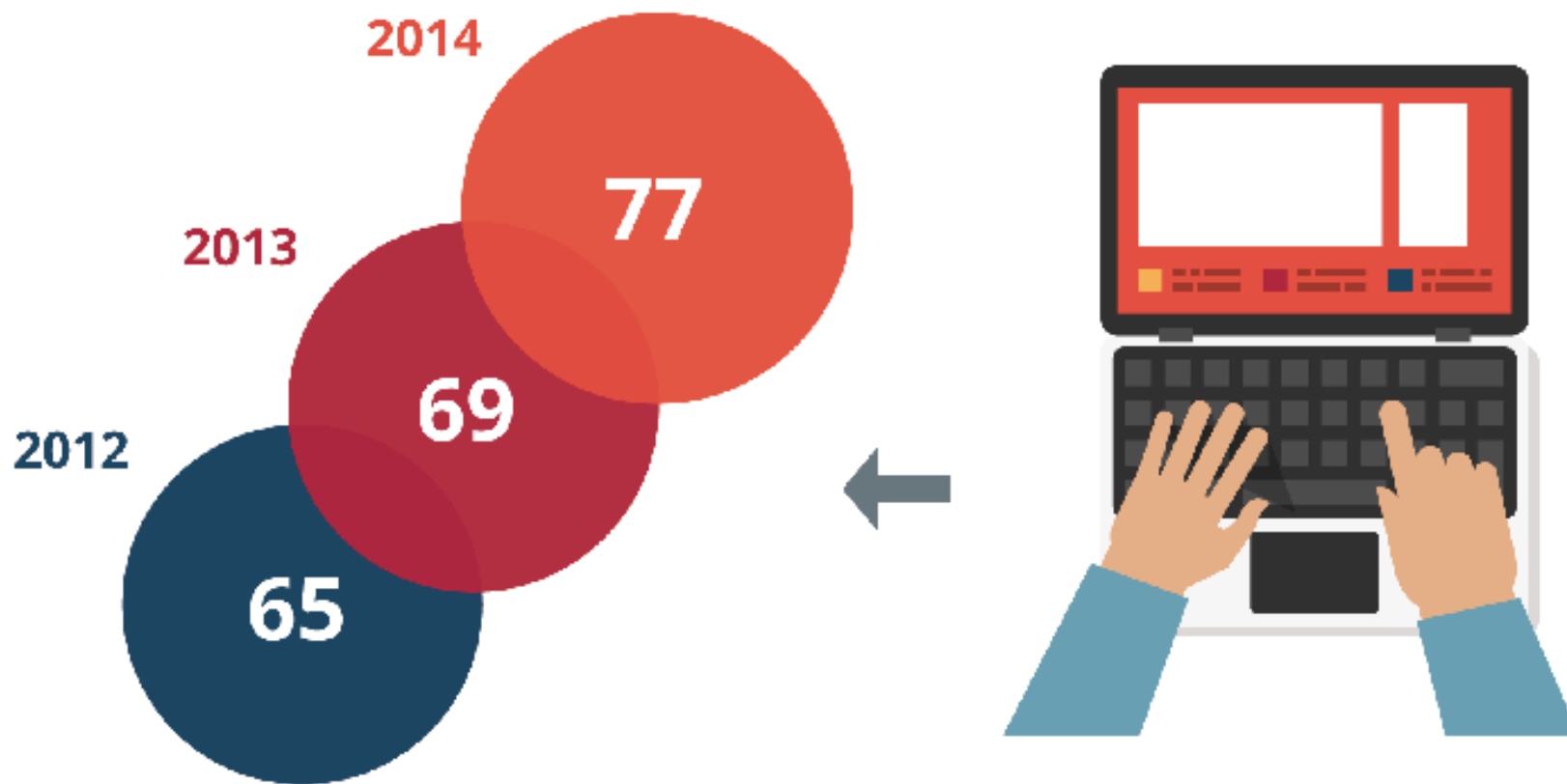
Мобильная реклама сегодня

Факты, кейсы, продукты и решения Google AdWords

Петр Фетисов, Менеджер стратегических партнерств Google
Валентина Боровая, Менеджер по работе с клиентами Google

Количество интернет-пользователей в России продолжает расти

"Я захожу в Интернет каждый день"



Google Confidential and Proprietary



Активность российских
пользователей в интернете

Source: TNS Connected Consumer study,
2014

SLIDE



Меняются способы доступа в интернет

Объём продаж смартфонов в России достиг почти 23 млн. шт. в год



Смартфон и планшет уже изменили нашу жизнь



Для выхода в интернет все чаще используется несколько устройств

Среднее количество устройств



Google Confidential and Proprietary



Активность российских
пользователей в интернете

Source: TNS Connected Consumer study,
2014

SLIDE



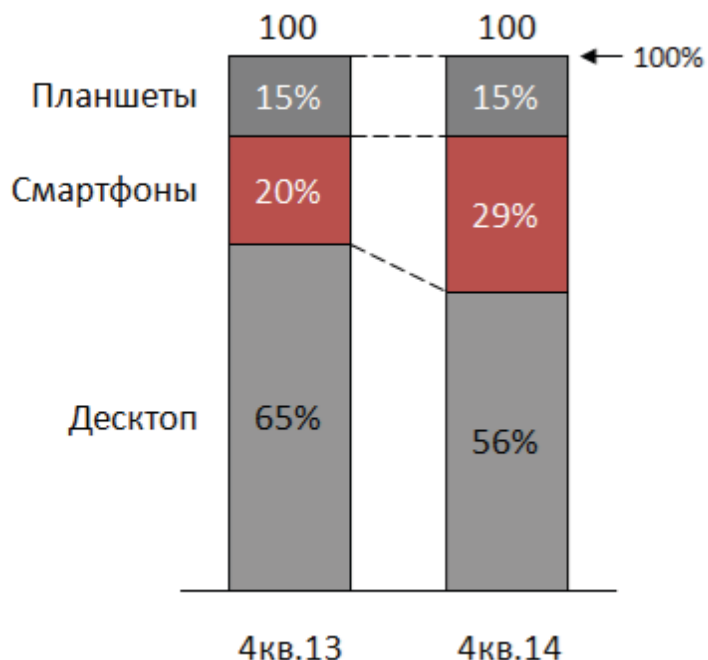
**“ЗАЧЕМ НАМ МОБИЛЬНАЯ
КОММЕРЦИЯ?**

**...ОНА ВСЁ РАВНО НЕ ПРИНОСИТ
НАМ СУЩЕСТВЕННЫХ ПРОДАЖ”**

Факт #1 Доля поиска со смартфонов выросла до 41%*

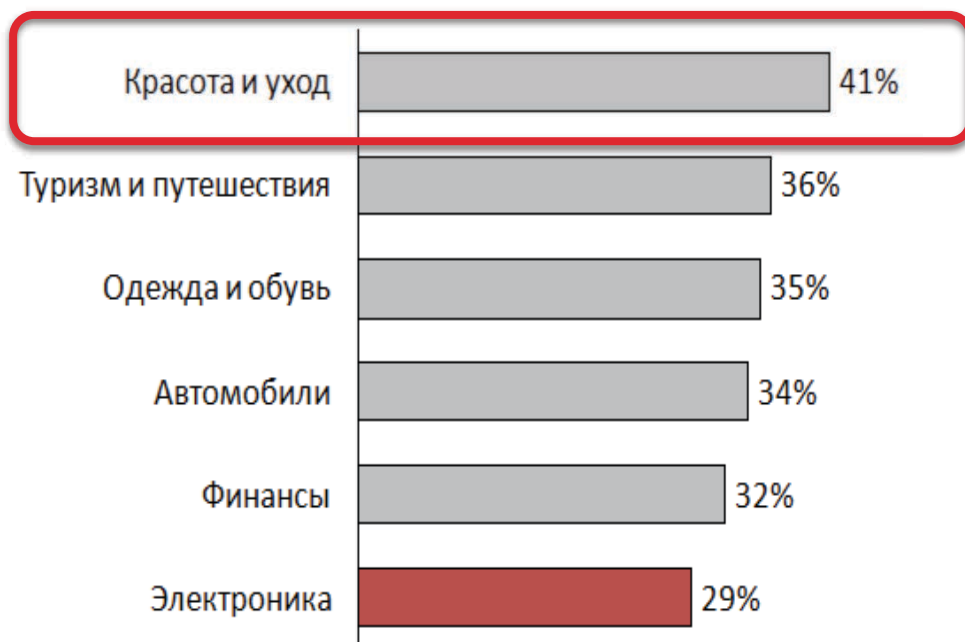
Доля запросов по электронике со смартфонов выросла с 20% до 29%

Разбивка запросов по устройствам



...и этот сегмент далеко не лидер по мобильности

Доля запросов со смартфонов на Google.ru



Факт #2

Пользователи ищут информацию на смартфонах непосредственно перед покупкой

55%

Пользователей, ищущих информацию о товарах или услугах, планируют совершить покупку **в течение одного часа**



83%

Планируют совершить покупку **в тот же день**

Факт #3 Поиск на смартфонах приводит к покупкам в различных каналах



Google/Nielsen Mobile Path to Purchase custom study, Nov 2013. Data varies by category.

CQ11: Where did you make your most recent purchase in the following categories?

Гранды уже оценили потенциал м-коммерции



Доля мобильной коммерции в бизнесе некоторых крупных компаний

Booking.com

ebay

lamoda



ozon.ru
выбирайте

17,5%

выручка в мире,
генерируемая с
мобильных телефонов

22%

выручка в мире,
генерируемая с
мобильных телефонов

25%

клиентов
оформляли заказ
через мобильный
сайт или
приложения

12%

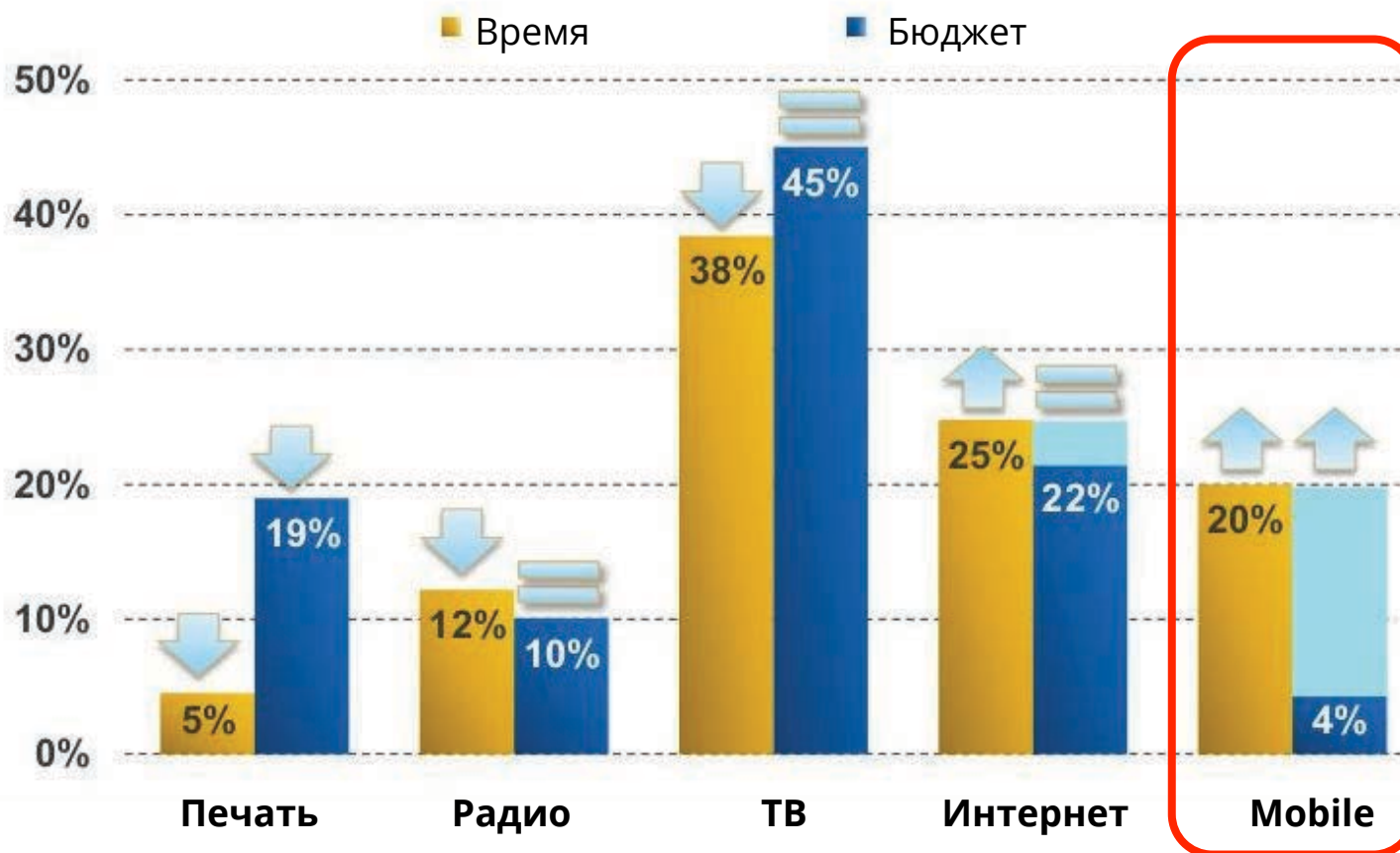
доля покупок с
мобильных
устройств через сайт

18%

доля заказов,
генерируемых с
мобильных телефонов
(приложение и
мобильный сайт)

Продолжается корректировка бюджетов в пользу интернет и мобильных площадок

% времени по каналам в соотношении с % рекламных бюджетов, США 2013



~~ЗАЧЕМ?~~

КАК?

Мобильная дорожная карта

Три ключевых шага в мобильной коммерции по версии Google

1

*Построить
правильный*

АКТИВ

2

*Вырастить
бизнес через*

РЕКЛАМУ

3

*Использовать
мульти-канальную*

АТТРИБУЦИЮ

Мобильная дорожная карта

Три ключевых шага в мобильной коммерции по версии Google

1

*Построить
правильный*

АКТИВ

2

*Вырастить
бизнес через*

РЕКЛАМУ

3

*Использовать
мульти-канальную*

АТРИБУЦИЮ

Мобильное приложение или мобильный сайт?

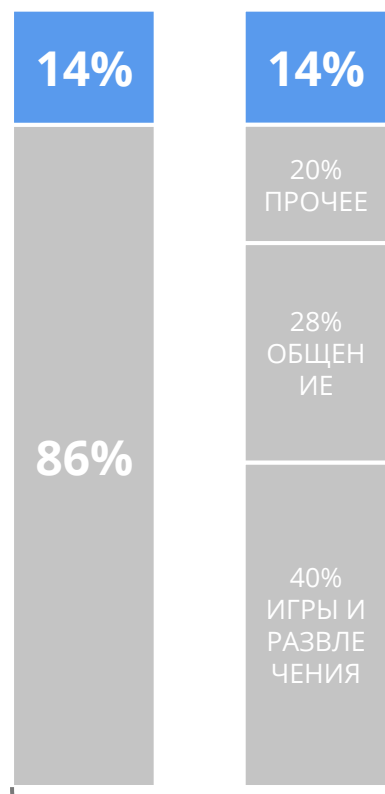


Приложения - про время, сайты - про транзакции

1. АКТИВ

Время,
проведённое
на сайте

Время,
проведённое в
приложении



**ВРЕМЯ, ПРОВЕДЁННОЕ В
СМАРТФОНЕ**



**ВЫБОР МЕЖДУ САЙТОМ И
ПРИЛОЖЕНИЕМ ПРИ РЕШЕНИИ
КОММЕРЧЕСКИХ ЗАДАЧ**

ОТРАСЛЕВАЯ СПЕЦИФИКА

60% - **ФИНАНСОВЫЙ СЕКТОР**

70% - **ПУТЕШЕСТВИЯ**

71% - **РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ**

75% - **АВТОМОБИЛЬНЫЙ СЕКТОР**

**... ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ОТДАДУТ
ПРЕДПОЧТЕНИЕ МОБИЛЬНОМУ
САЙТУ, А НЕ ПРИЛОЖЕНИЮ**

Мобильное приложение или сайт?

СНАЧАЛА САЙТ

Кто: **БОЛЬШИНСТВО КОМПАНИЙ**

Полностью
оптимизированы под
устройства

Функциональная
основа (напр.
коммерция и формы)

С перспективой на
будущего потребителя

ПРИЛОЖЕНИЕ

E.g. Uber, Hotel Tonight

Кто: **ОРИЕНТАЦИЯ НА ПРИЛОЖЕНИЯ**

Для частого
использования (напр.
ежедневного)

Возможности только в
приложении (напр.
оффлайн)

Развлечения, медиа и
игровые сайты

ПРИЛОЖЕНИЕ +САЙТ

Кто: **КОМПАНИЯ С ОТЛИЧНЫМ САЙТОМ**

Хочет расширить свой
функционал

Доп. возможности в
приложении (напр.
оффлайн)

Фокус на преданных и
вовлеченных
покупателей

Оптимизированный мобильный сайт



1. АКТИВ

Банк Восточный Экспресс - один из крупнейших частных банков в России

1

ЦЕЛЬ

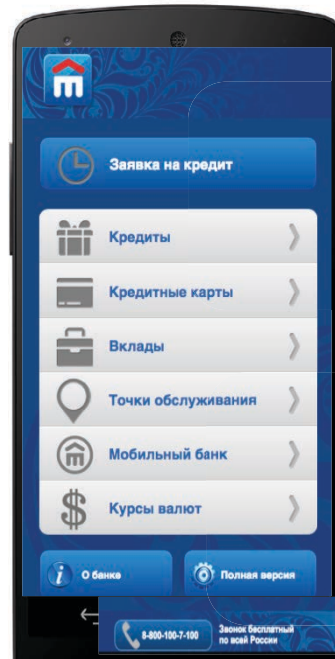


32%

всех запросов по тематике кредитования приходило с мобильных телефонов в Q4 2014

2

РЕШЕНИЕ



1 шаг. Запустили оптимизированный **мобильный сайт** с простой и короткой формой из 5 шагов

2 шаг. Запустили кампании на **мобильном поиске и в сети** с отдельными объявлениями и переходом на моб. сайт

3

РЕЗУЛЬТАТ

-25%

стоимость клика дешевле на мобильных по сравнению с десктопом

-15%

стоимость конверсии дешевле на мобильных

Мобильная дорожная карта

Три ключевых шага в мобильной коммерции по версии Google

1

*Построить
правильный*

АКТИВ

2

*Вырастить
бизнес через*

РЕКЛАМУ

3

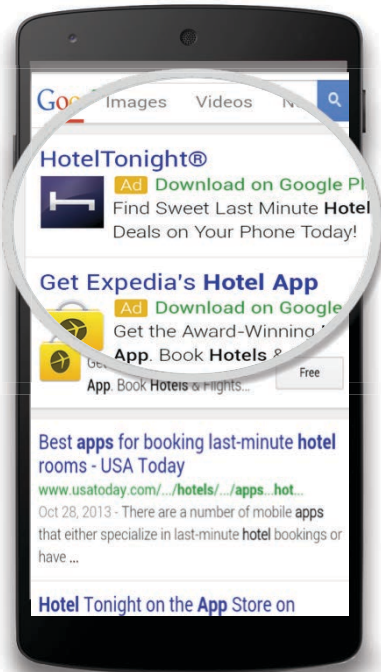
*Использовать
мульти-канальную*

АТТРИБУЦИЮ

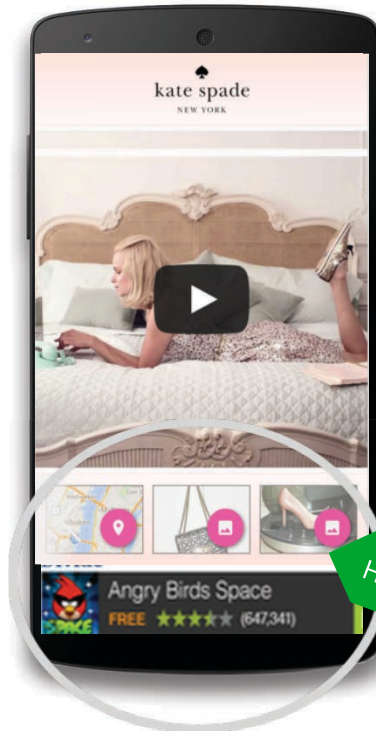
Выходите на аудиторию, когда она ищет, смотрит, играет и работает

Сферы применения мобильной рекламы

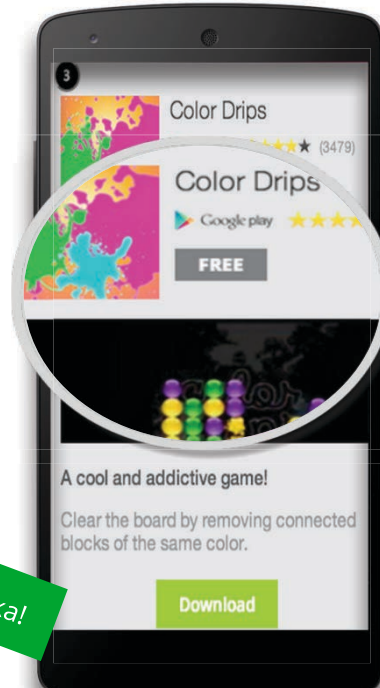
Ищет
в Google



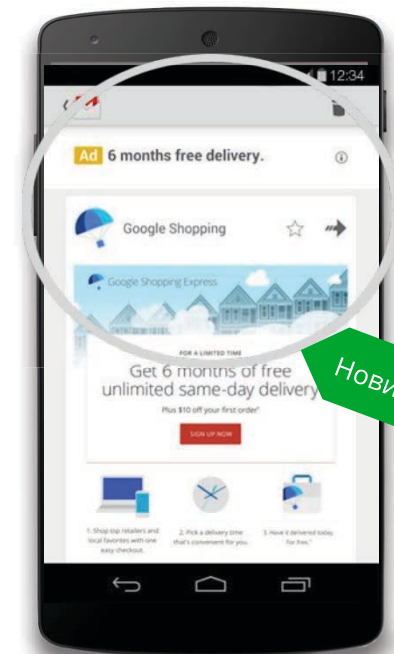
Сёрфит
по сети



Играет
в приложениях



Работает
в Gmail



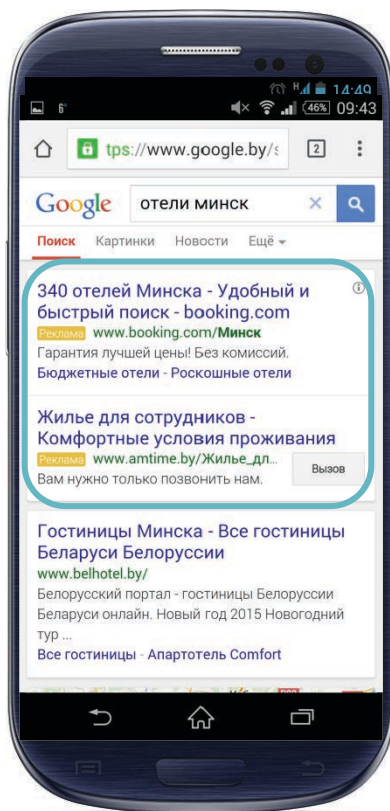
Используйте оптимальный набор форматов из инструментария Google



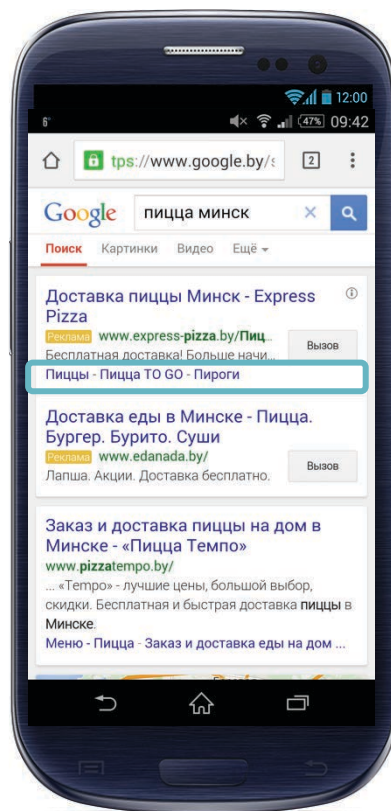
2. РЕКЛАМА

Примеры мобильной рекламы на поиске Google

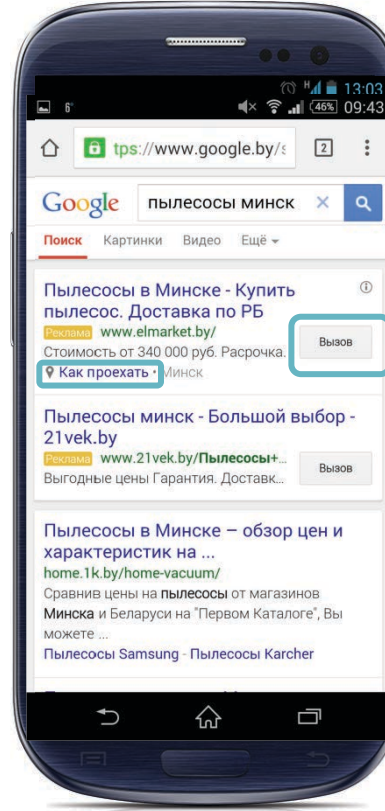
Контекстные объявления



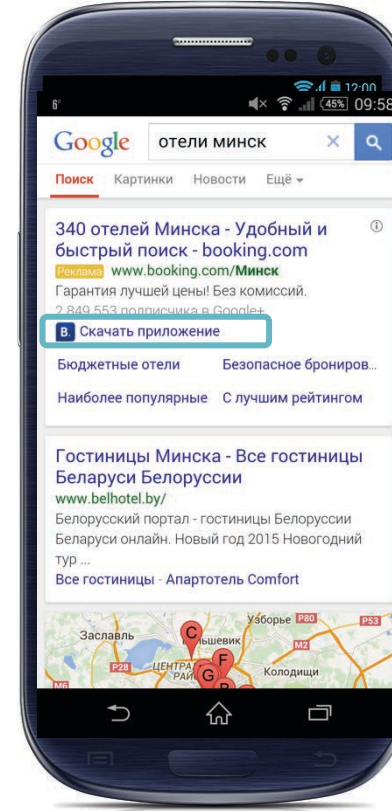
Дополнительные ссылки



Кнопка "Вызов" и Адреса



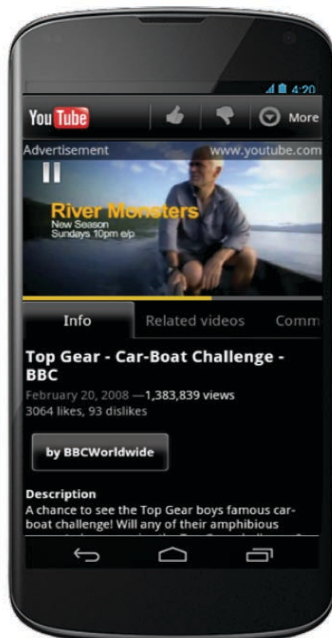
Продвижение приложения



Примеры мобильной рекламы В КМС Google

2. РЕКЛАМА

Видео реклама на YouTube



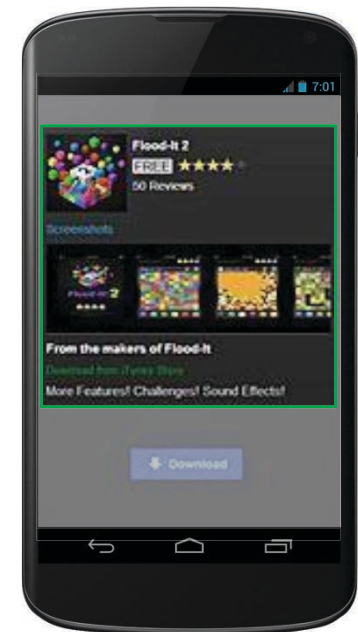
Графические объявления



Текстовые объявления



Межстраничные графические объявления



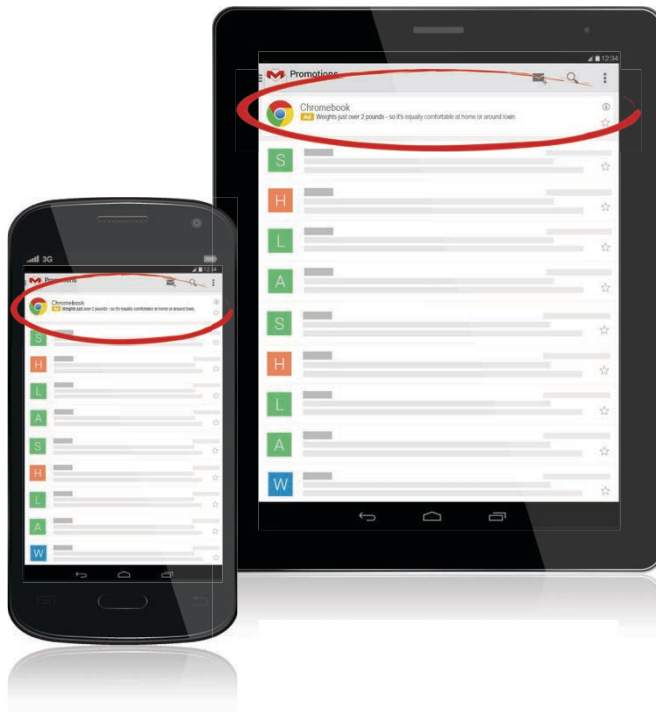
Рекламные сообщения Gmail

Новинка

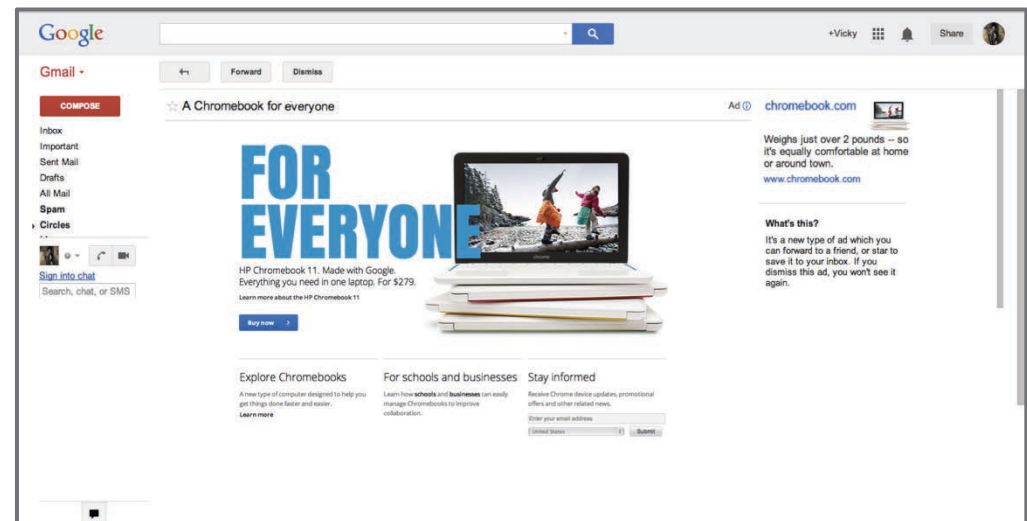


2. РЕКЛАМА

1. Тизеры появляются на вкладке "Промоакции" в почте Gmail



2. При нажатии происходит "расхлоп" баннера



Оптимизированный мобильный сайт



2. РЕКЛАМА

Ренессанс Страхование - один из лидеров сегментов Автострахование и Страхование путешественников

1

ЦЕЛИ

Ренессанс[®]
страхование

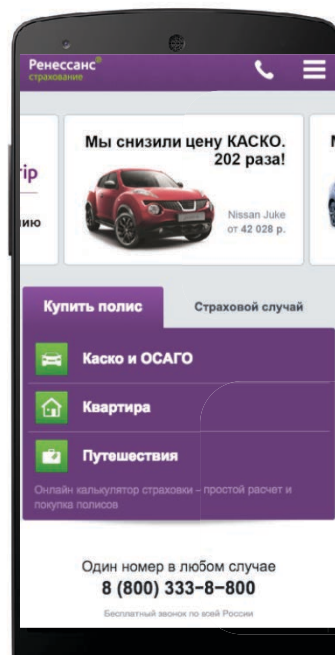
В Q4 2014
40%

всех запросов по тематике автострахование приходило с мобильных устройств (11% планшеты + 29% мобильные телефоны)

(+13 пунктов по сравнению с Q4 2013)

2

РЕШЕНИЕ



1 шаг. Запустить **мобильный сайт** в соответствии с 25 принципами мобильного дизайна

2 шаг. Запустили кампании на **моб. поиске и в сети** с отдельными объявлениями и переходом на моб. сайт

3

РЕЗУЛЬТАТ

Конверсия на уровне десктопной.

Мобильные кампании приближаются к тем же объёмам, что и десктопные.

После запуска мобильного сайта конверсия выросла по всем источникам.

Мобильная дорожная карта



Три ключевых шага в мобильной коммерции по версии Google

1

*Построить
правильный*

АКТИВ

2

*Вырастить
бизнес через*

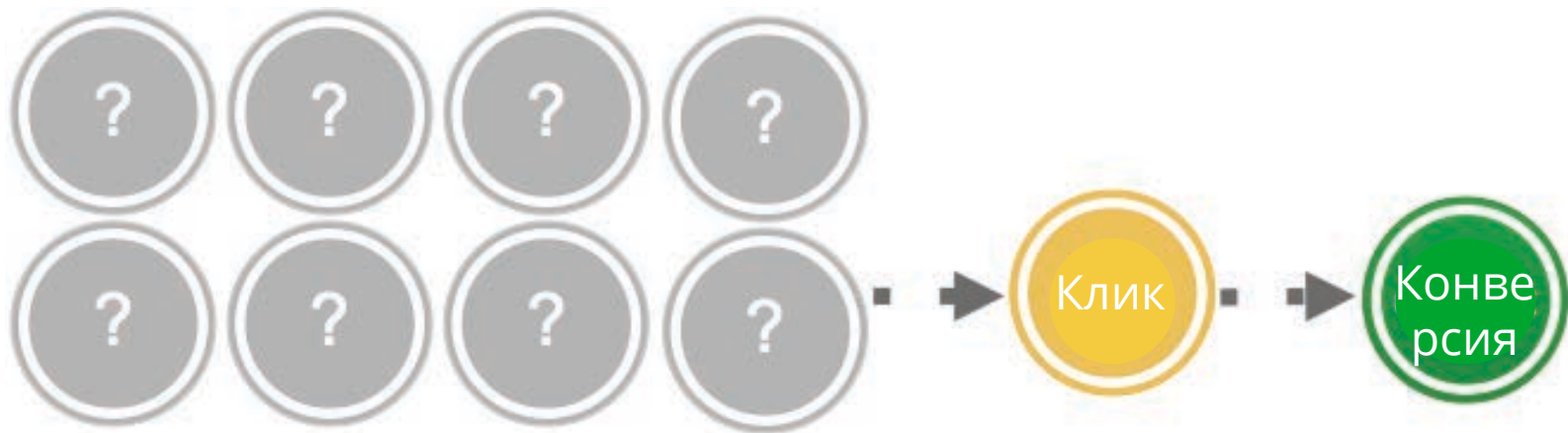
РЕКЛАМУ

3

*Использовать
мульти-канальную*

АТТРИБУЦИЮ

Большинство маркетологов
учитывают лишь последнее
взаимодействие

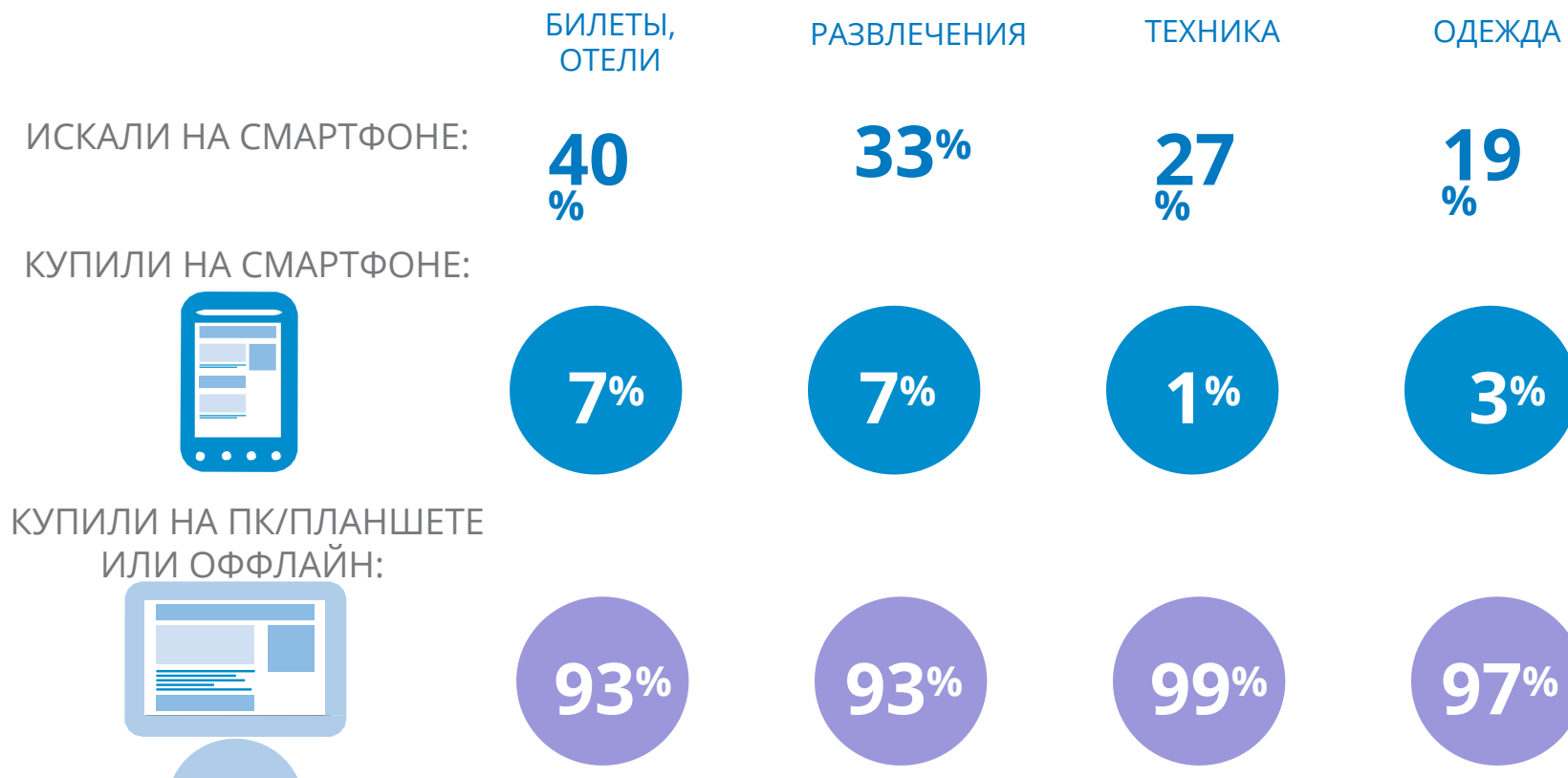


Путь к покупке сложнее, чем мы привыкли думать



3. Атрибуция

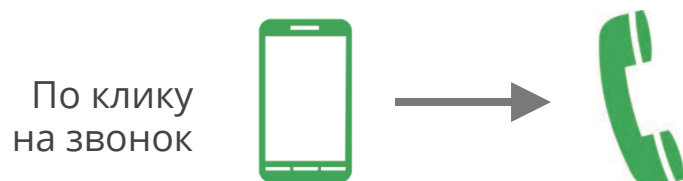
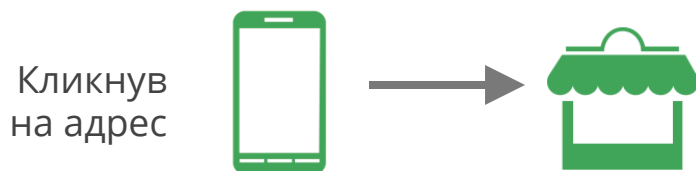
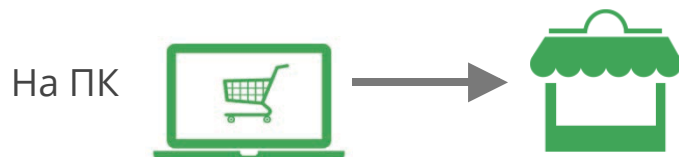
Мобильные устройства становятся неотъемлемой составляющей при поиске информации и принятии решения о покупке



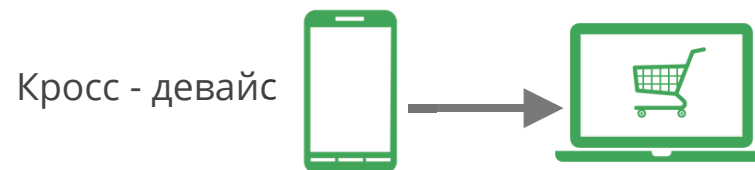
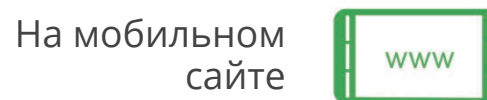
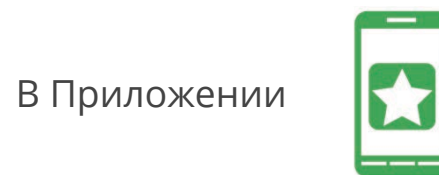
Мобильные пользователи конвертируются многими способами

3. Атрибуция

Онлайн - Оффлайн



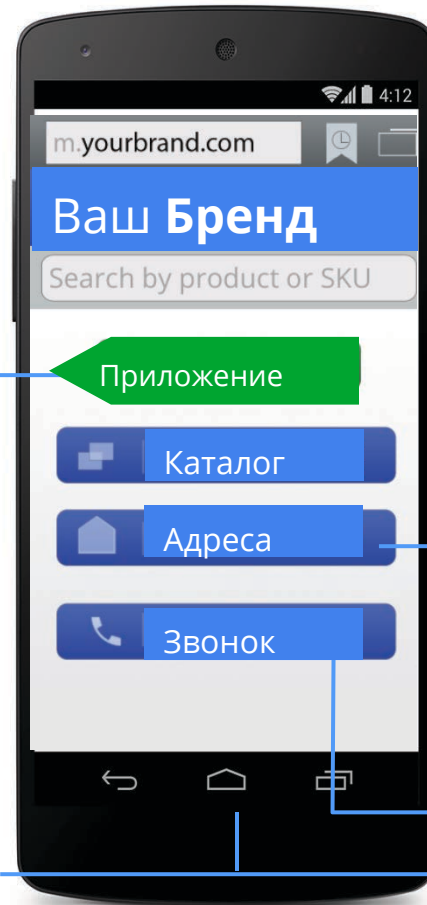
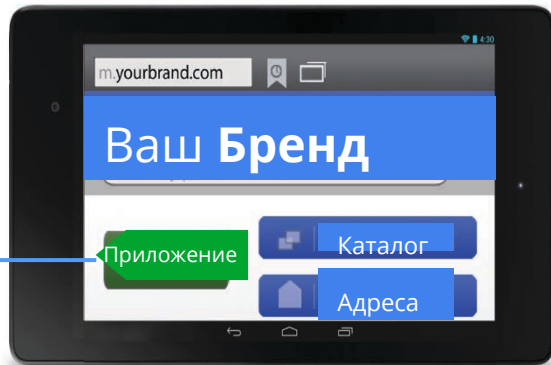
Онлайн Коммерция



Измеряйте все типы конверсий

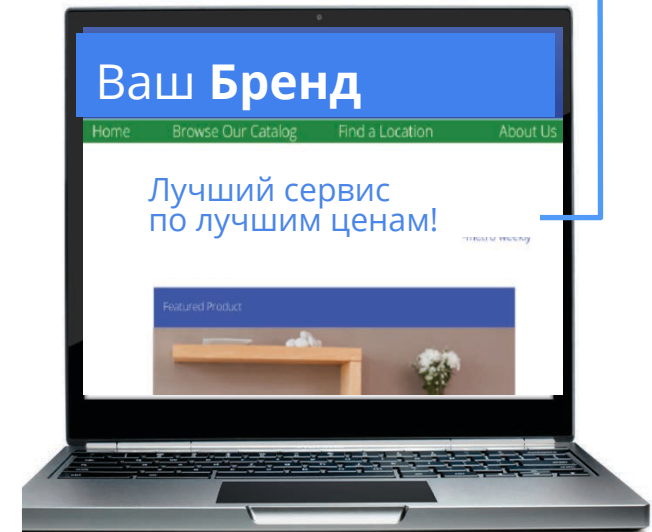
3. Атрибуция

Загрузки
приложений и
покупки в них



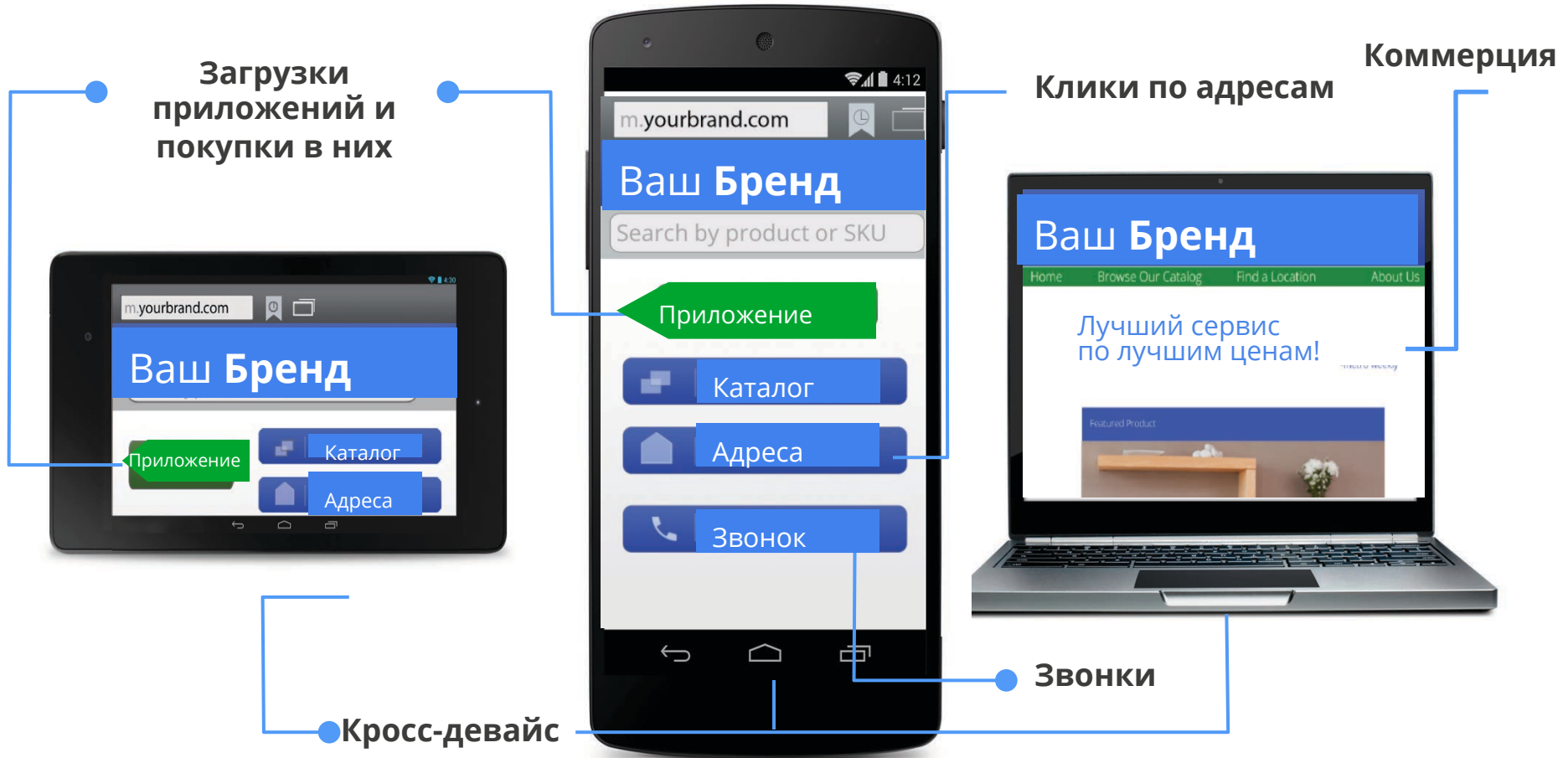
Клики по адресам

Коммерция



Звонки

Кросс-девайс



Отслеживание конверсий между устройствами и атрибуция оффлайн конверсий



3. Атрибуция

Решения Google для отслеживания кросс-девайс и оффлайн



Оценочное общее
количество
конверсий

Доступно в Google AdWords



Импорт
оффлайн
конверсий и
User ID

Доступно в Google Analytics



Ваше
решение?

Отслеживание и атрибуция оффлайн конверсий

Меховая фабрика Каляев



+



Задача:

Измерение и повышение эффективности онлайн каналов продвижения продуктов, реализуемых офлайн

Решение:

Использование возможностей Universal Analytics по импорту и учёту офлайн-конверсий.

Сопоставление пользователей по номеру телефона, которые оставляли в среднем около 500 человек в день (ок. 1% всего трафика).

Общая выборка - до 10%



Спасибо за внимание!

Петр Фетисов

Менеджер стратегических партнерств Google

Валентина Боровая

Менеджер по работе с клиентами Google