



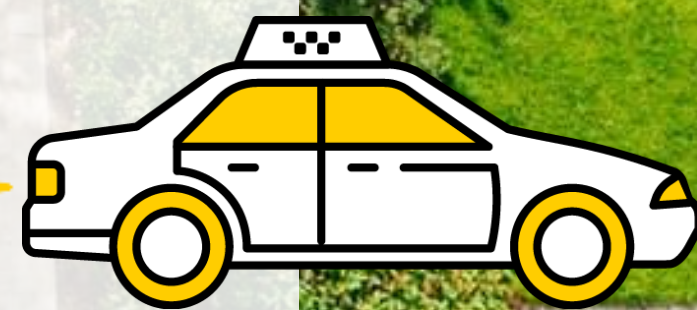
ТАКСИ + ДАТА



КАК ВАЖНЫЕ ДРАЙВЕРЫ В
МАРКЕТИНГЕ ДЕВЕЛОПЕРА

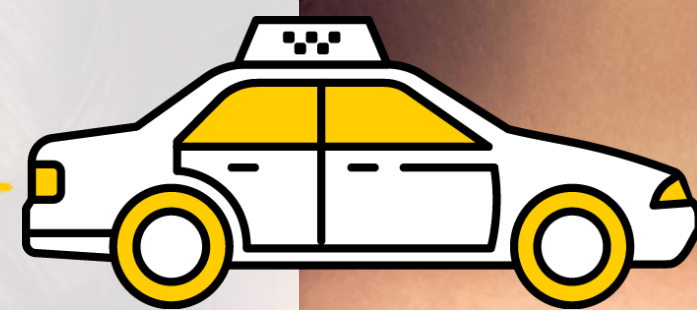
ВЫЗОВ

- #1 СЛОЖНЫЙ ПРОДУКТ
- #2 ВЫСОКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ
- #3 НЕВОЗМОЖНОСТЬ КУПИТЬ ОНЛАЙН



ПРОБЛЕМЫ

- #1 ФРОД В ЗВОНКАХ
- #2 НЕПОЛНАЯ АНАЛИТИКА
- #3 ОТСУТСТВИЕ РЕШЕНИЯ ONLINE-TO-OFFLINE



ЗАКАЗ БЕСПЛАТНОГО ТАКСИ

ДЛЯ ВАШИХ КЛИЕНТОВ СТИМУЛИРУЕТ РОСТ ПРОДАЖ И ЛОЯЛЬНОСТИ К ВАШЕМУ БИЗНЕСУ

#1 Сценарий

Установка специального виджета на сайт для заказа бесплатного такси посетителем сайта

#2 Сценарий

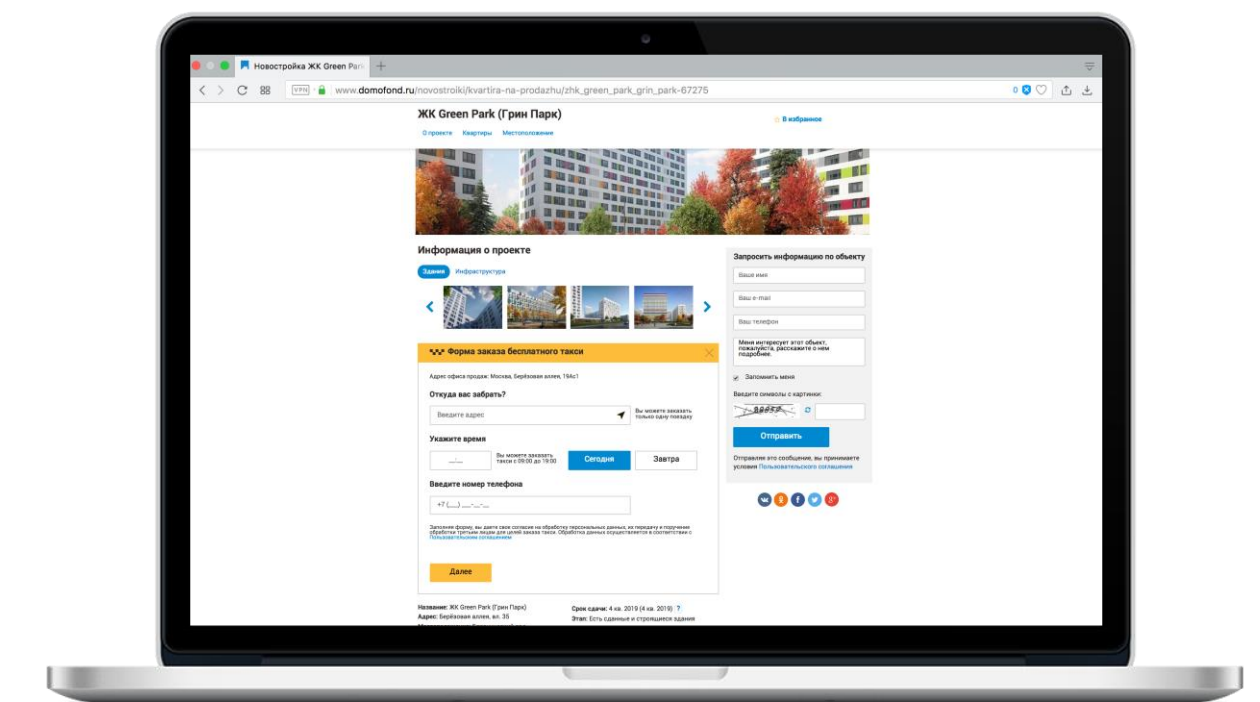
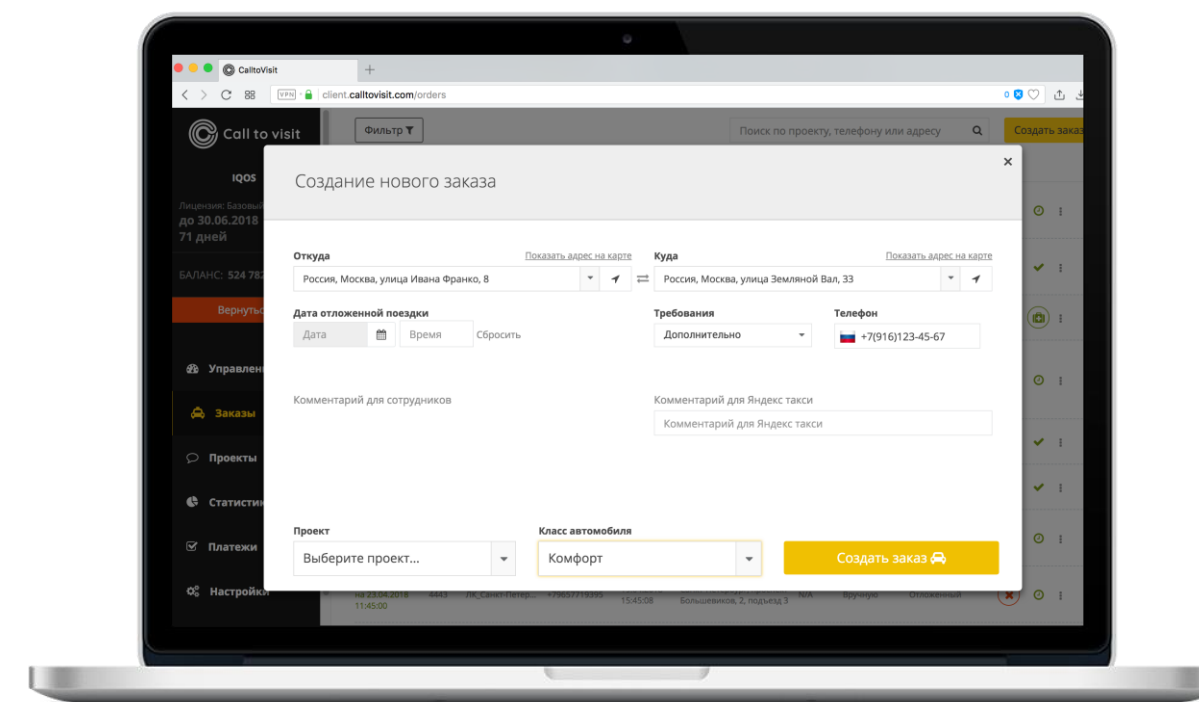
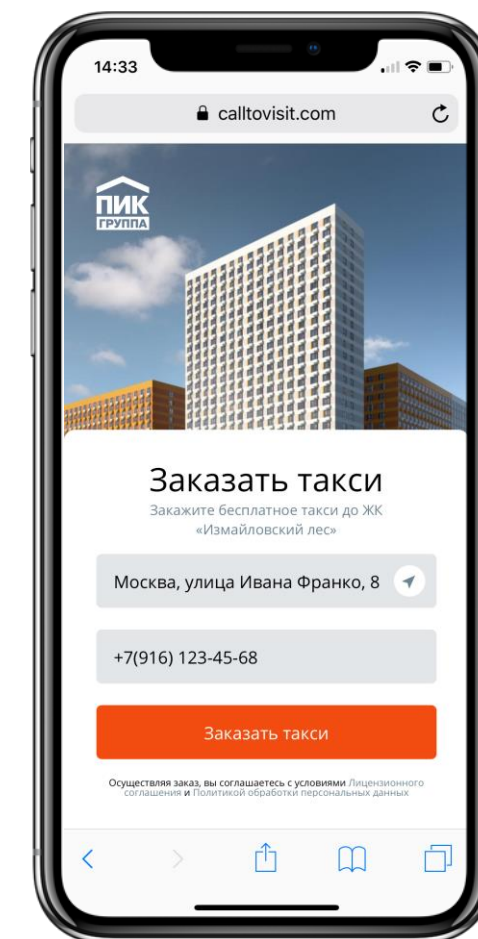
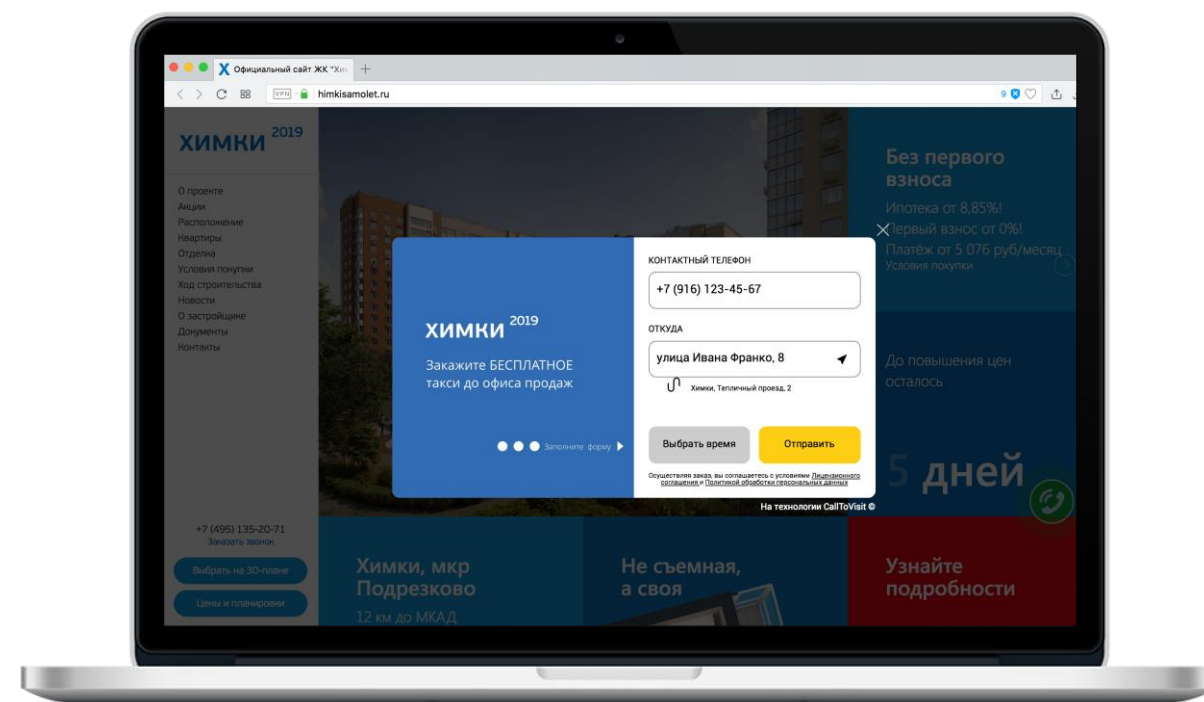
Отправка клиентам СМС с ссылкой на лендинг самостоятельного заказа такси

#3 Сценарий

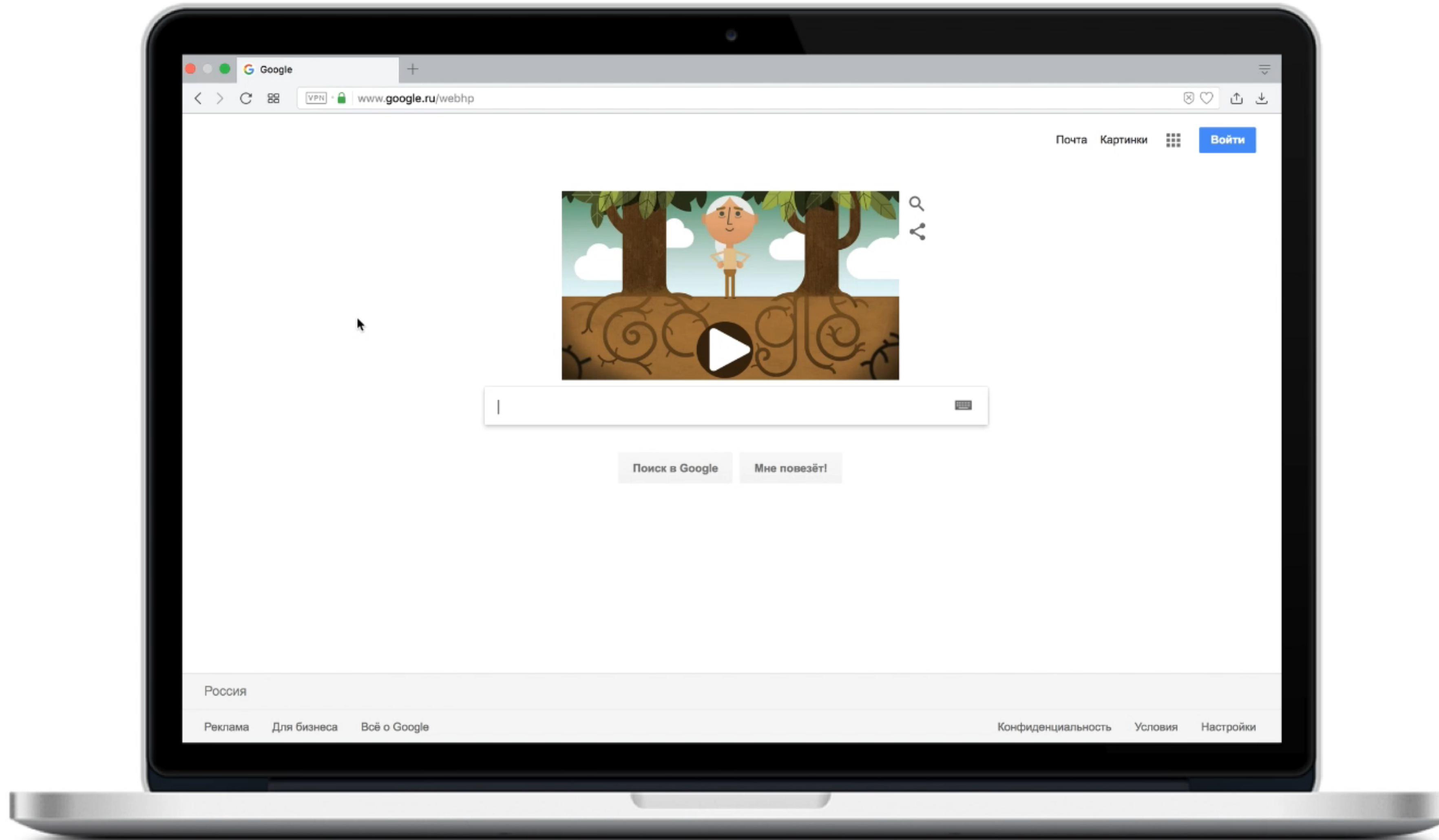
Самостоятельный заказ такси при входящем/исходящем обращении клиента в колл-центр

#4 Сценарий

Интеграция технологии с агрегаторами, CRM и другими технологическими партнерами вашего бизнеса



КАК ЭТО РАБОТАЕТ?



КАК ЭТО РАБОТАЕТ?



PIK DATA

«PIK DATA»

Централизованное
хранение и обработка
данных для последующего
анализа и визуализации

ПОКАЗ РЕКЛАМЫ

Рекламные системы

ПЕРЕХОДЫ НА САЙТ

Системы аналитики

ЗВОНОК

Call-трекинг системы

ВИЗИТ В ОФИС

CallToVisit



ПРОДАЖА

CRM

ИЗМЕРЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Google analytics

Клик/СРС

2014 —————●

Учет переходов и
стоимости переходов
с рекламных каналов

ИЗМЕРЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Google analytics
Клик/CPC

CallTouch
Звонок/CPL

2014 —

2015 —

Учет переходов и стоимости переходов с рекламных каналов

Отслеживание объема звонков с каждого источника и оценка стоимости

ИЗМЕРЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Google analytics
Клик/CPC

CallTouch
Звонок/CPL

WBI
Звонок/CPC+CPL

2014

2015

2016

Учет переходов и стоимости переходов с рекламных каналов

Отслеживание объема звонков с каждого источника и оценка стоимости

Оценка звонков и и трафика и возможность сравнения источников

ИЗМЕРЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Google analytics
Клик/CPC

CallTouch
Звонок/CPL

WBI
Звонок/CPC+CPL

PIK DATA
Интерес*/MROI

2014

2015

2016

2017

Учет переходов и стоимости переходов с рекламных каналов

Отслеживание объема звонков с каждого источника и оценка стоимости

Оценка звонков и и трафика и возможность сравнения источников

Измерение эффективности источника в привязке к интересу и продажам

ИЗМЕРЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Google analytics
Клик/CPC

CallTouch
Звонок/CPL

WBI
Звонок/CPC+CPL

PIK DATA
Интерес*/MROI

АТТРИБУЦИЯ
Интерес*/MROI

2014

2015

2016

2017

2018

Учет переходов и стоимости переходов с рекламных каналов

Отслеживание объема звонков с каждого источника и оценка стоимости

Оценка звонков и и трафика и возможность сравнения источников

Измерение эффективности источника в привязке к интересу и продажам

Оценка не только по источнику создания интереса, но и с учетом всей цепочки взаимодействия с клиентом, включая поездки на такси

*Интерес - валидированный контакт

РЕЗУЛЬТАТЫ

1 175
ПОЕЗДОК

560
КЛИЕНТОВ

243
РЕЗЕРВ

170
СДЕЛКА

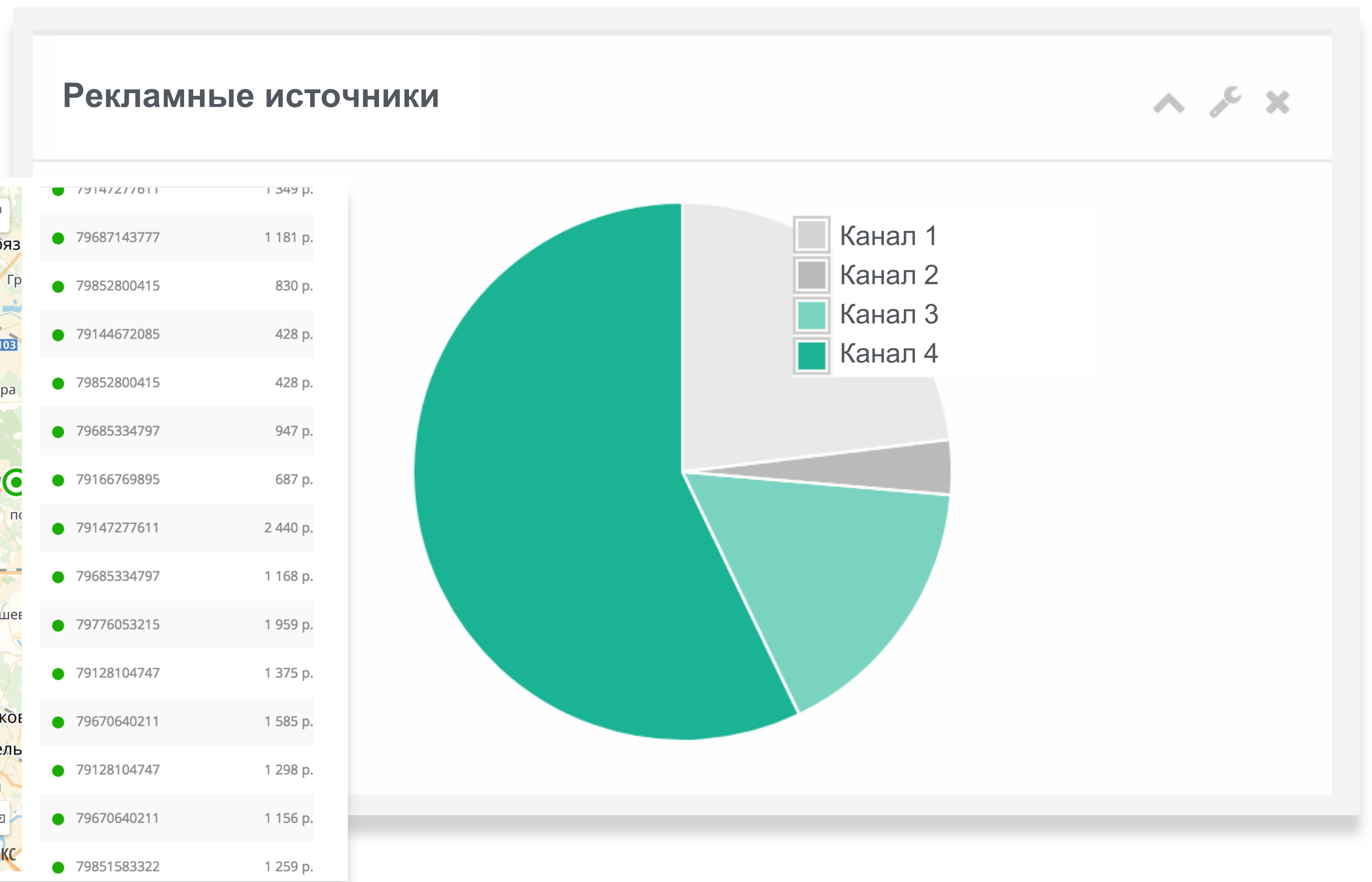
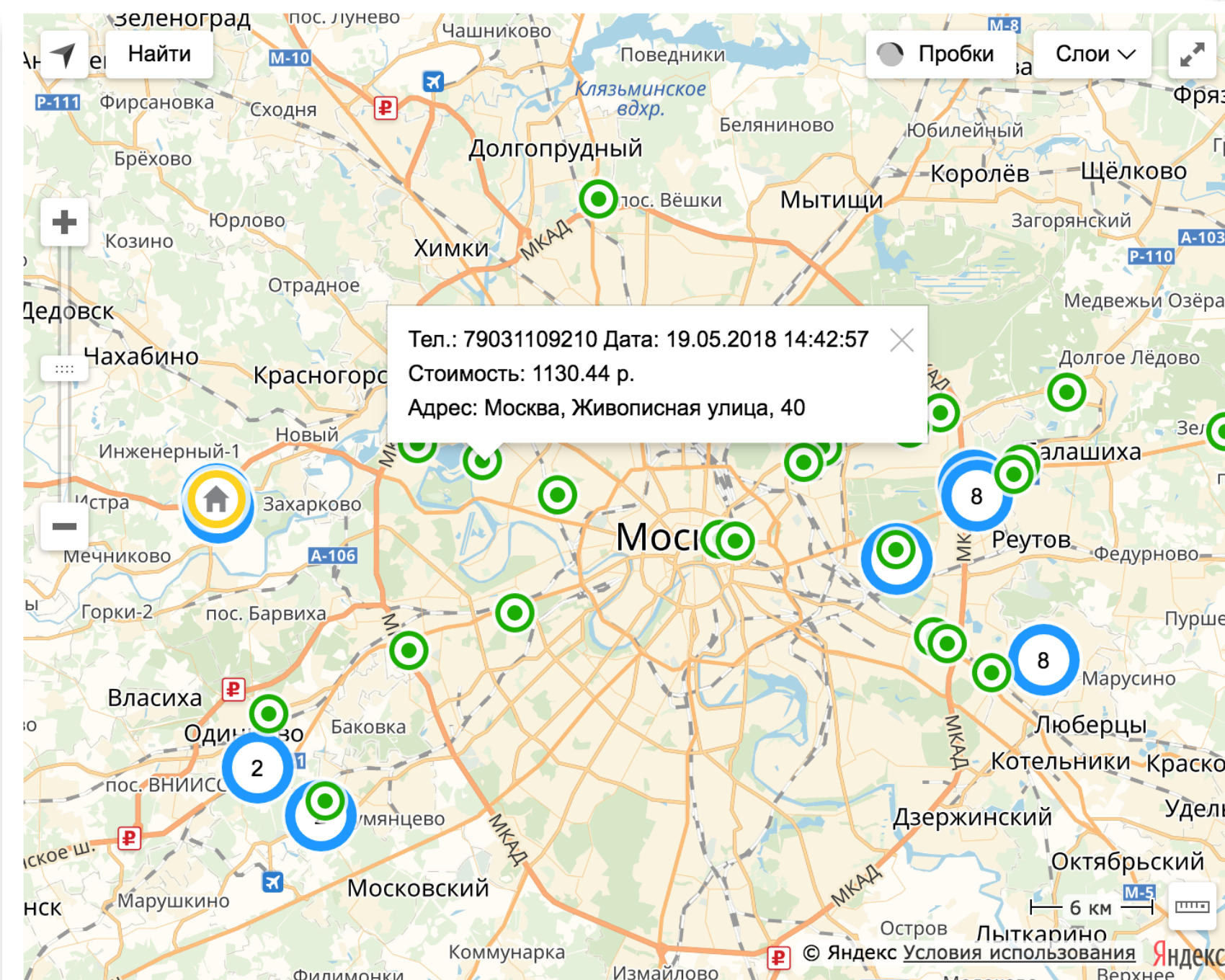
600 млн
ПРОДАЖ РУБ.

8 000
ПРОДАЖ М2

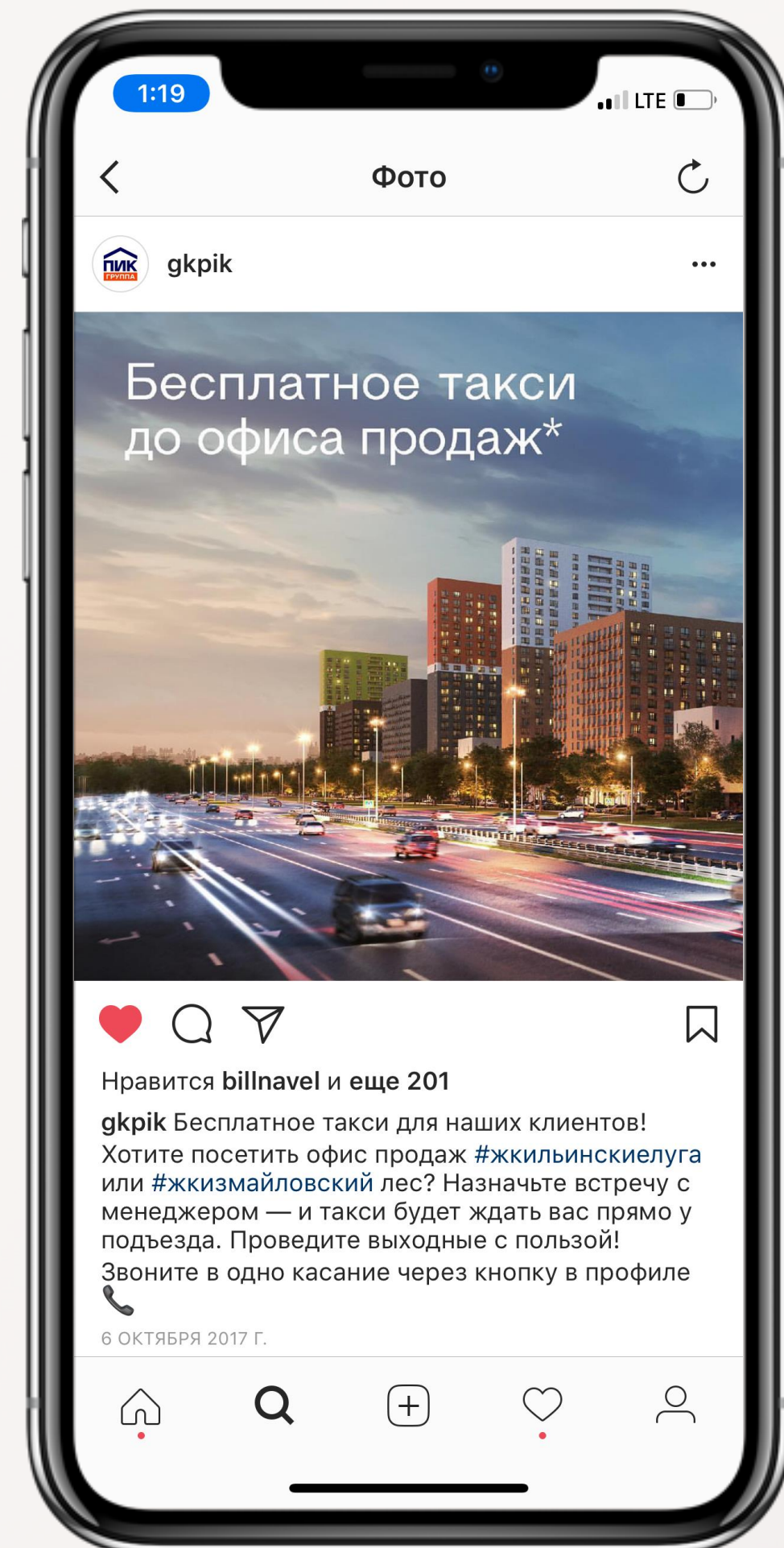
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ АНАЛИТИКА

КАКОЙ РЕКЛАМНЫЙ
КАНАЛ ПРИВОЗИТ?

ОТКУДА ПРИЕЗЖАЮТ
КЛИЕНТЫ?



ИНФОРМИРОВАНИЕ КЛИЕНТОВ



ВЫГОДЫ ДЛЯ КЛИЕНТОВ

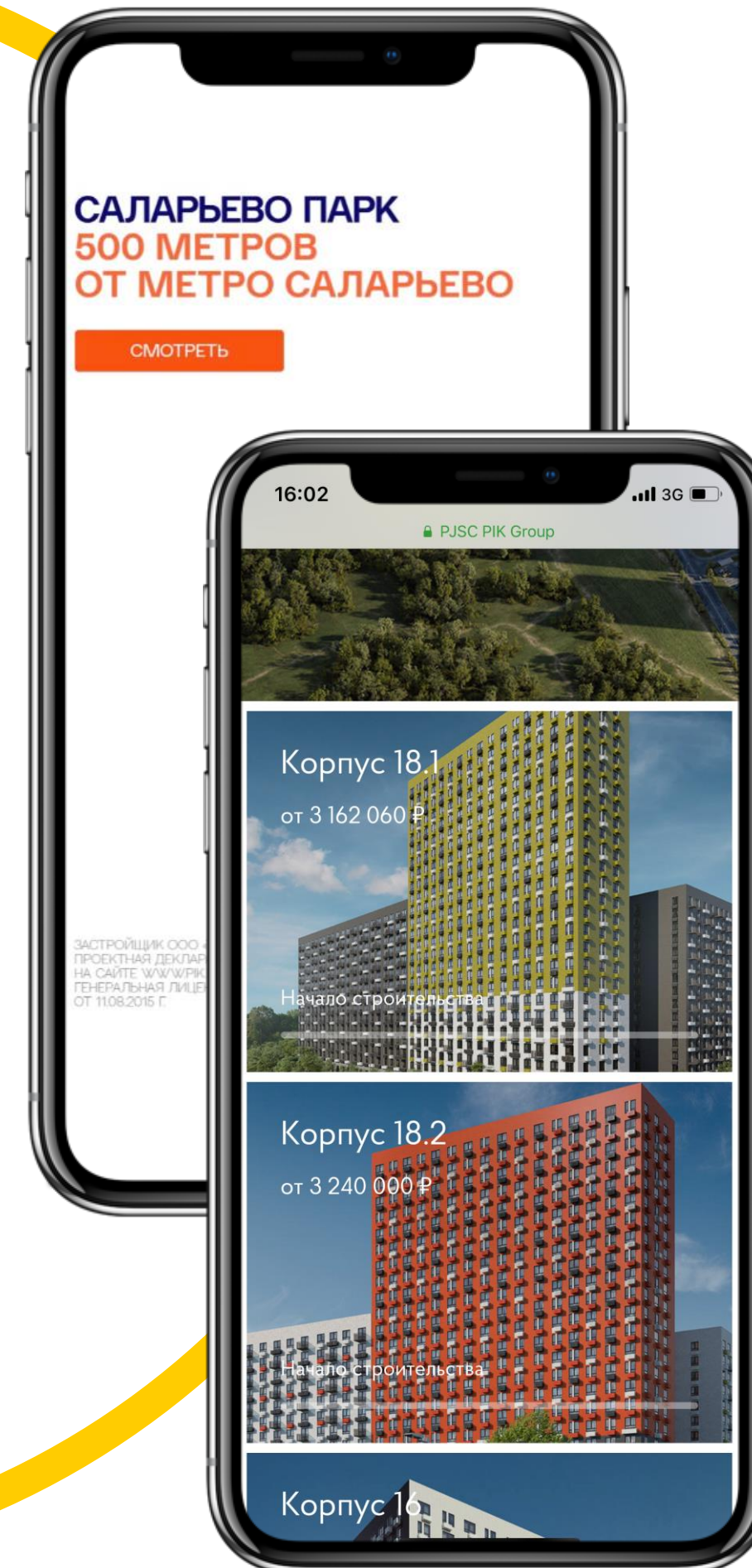
- УСКОРЕНИЕ ЦИКЛА СДЕЛКИ
- УВЕЛИЧЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ
- КОНВЕРТАЦИЯ ОНЛАЙН В ОФФЛАЙН

ИНТЕГРАЦИИ

интеграции с порталами недвижимости и рекламными форматами (social, OLV, display)

LOOK-ALIKE

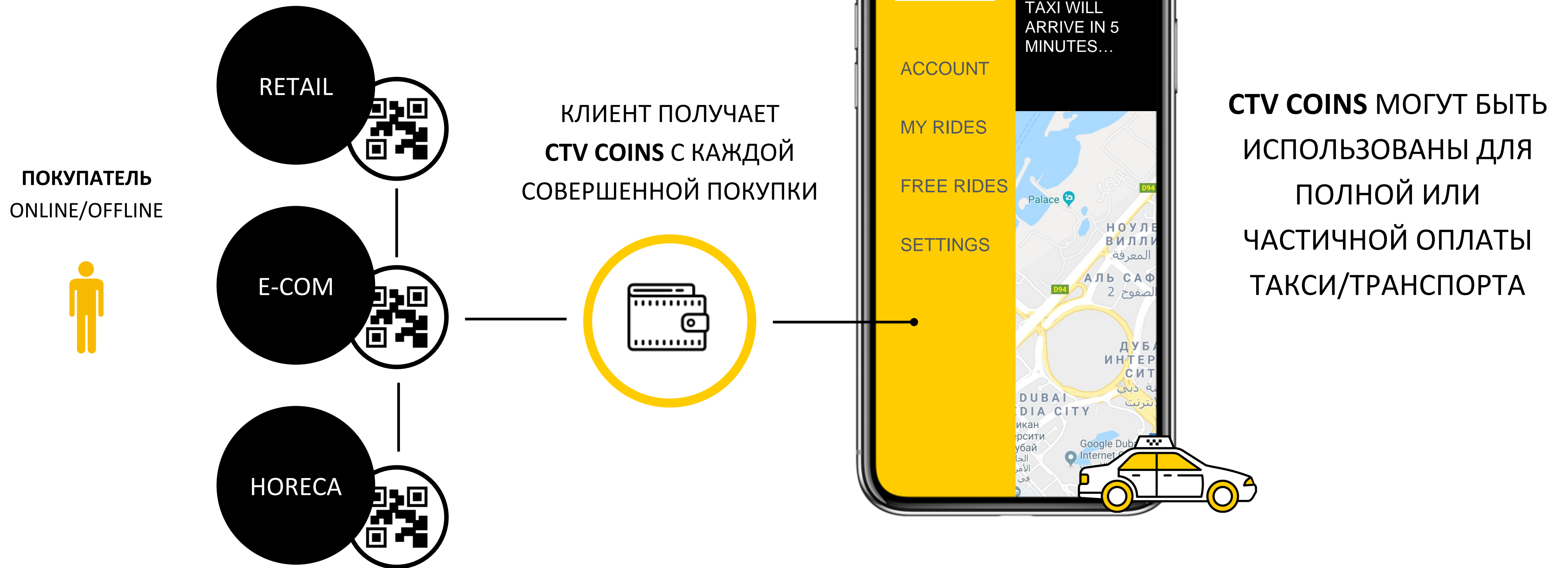
на пользователей, которые успешно воспользовались услугой бесплатного такси



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ АНАЛИТИКА

Информация о канале и географической принадлежности клиента (район Москвы), а также дополнительные атрибуты (метрики)

ПЛАНЫ РАЗВИТИЯ





СПАСИБО!



НИКОЛАЙ ШЕСТАКОВ

Инвестор CallToVisit

РОМАН АБДУЛЛИН

Директор по рекламе ГК ПИК