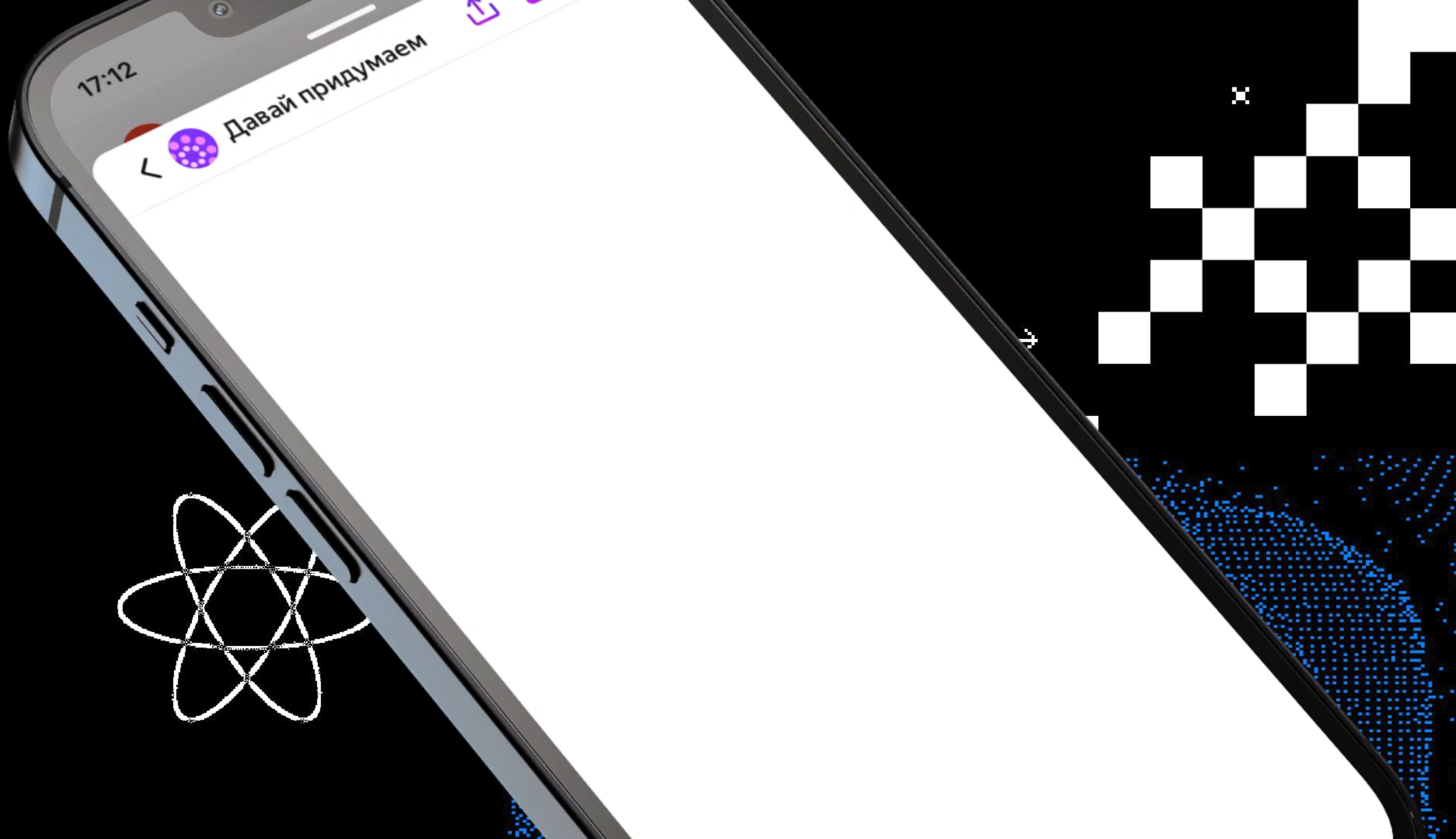


# КАК РАБОТАТЬ С ВОРОНКОЙ ПРОДАЖ И НЕ ПОПАСТЬ В ВОДОВОРОТ



\* Как работать с воронкой продаж и не попасть в водоворот

# СЕГОДНЯ С ВАМИ



**Наталья  
Кирьянова**

генеральный директор,  
Mediamaker (Group4Media)



**Александр  
Казakov**

директор по развитию 360,  
MGCom

+ Как работать с воронкой продаж и не попасть в водоворот

# ЧТО СЕГОДНЯ ГОВОРИТЕ ВЫ, **КЛИЕНТЫ** x x x



«Горизонт планирования сместился, мы работаем на достижение краткосрочных результатов бизнеса (а как еще выживать в кризис?)»

«Нам важно иметь партнера, собирающего на своей стороне всю аналитику и отвечающего за результат»

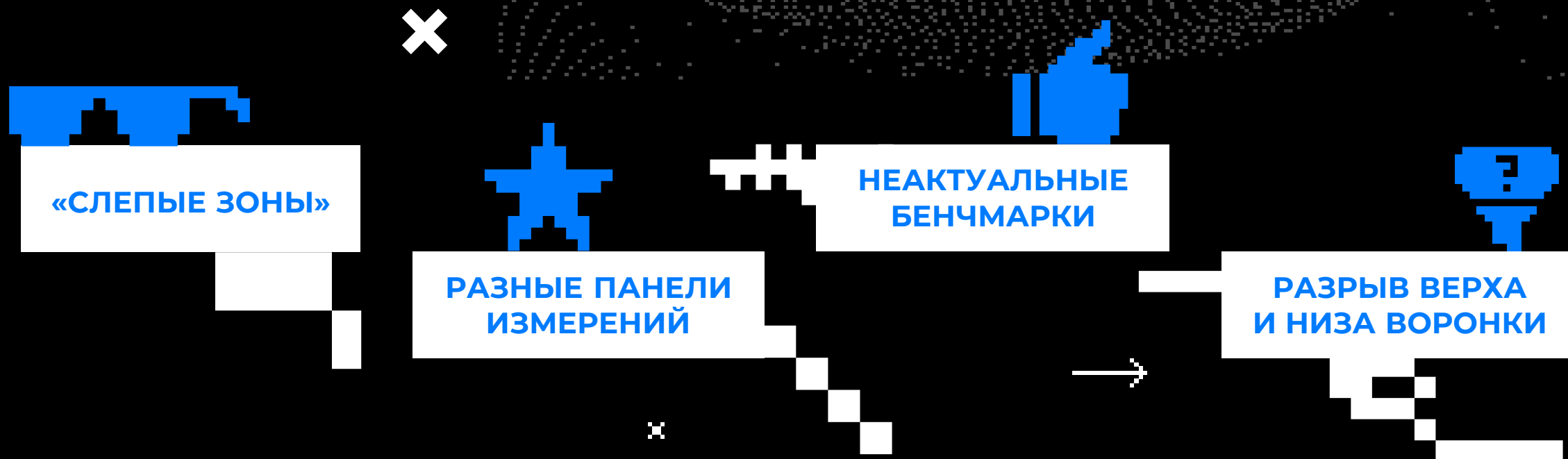
«Не понимаю, есть ли на рынке реальные способы качественно замерить вклад медиа в продажи»

«То что сейчас есть на рынке – не до конца понятно и прозрачно. Аналитика есть, но непонятно как этим управлять»

«Часто принимаем решения под влиянием момента, полагаясь на интуицию»

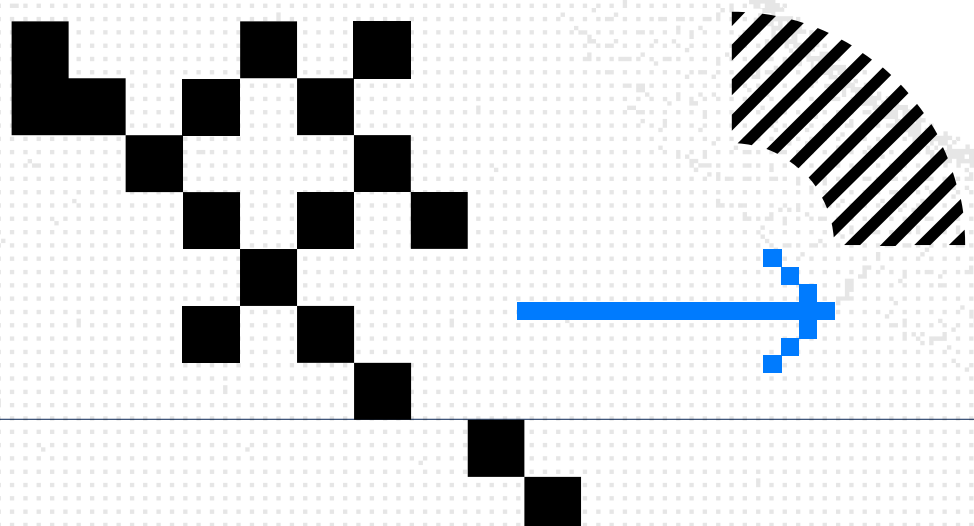
## НАМ ОЧЕНЬ НУЖНО 360!

# МЫ ВСЕ ПОНИМАЕМ, ЧТО РЕКЛАМНАЯ ИНДУСТРИЯ НЕ УСПЕВАЕТ ТРАНСФОРМИРОВАТЬСЯ



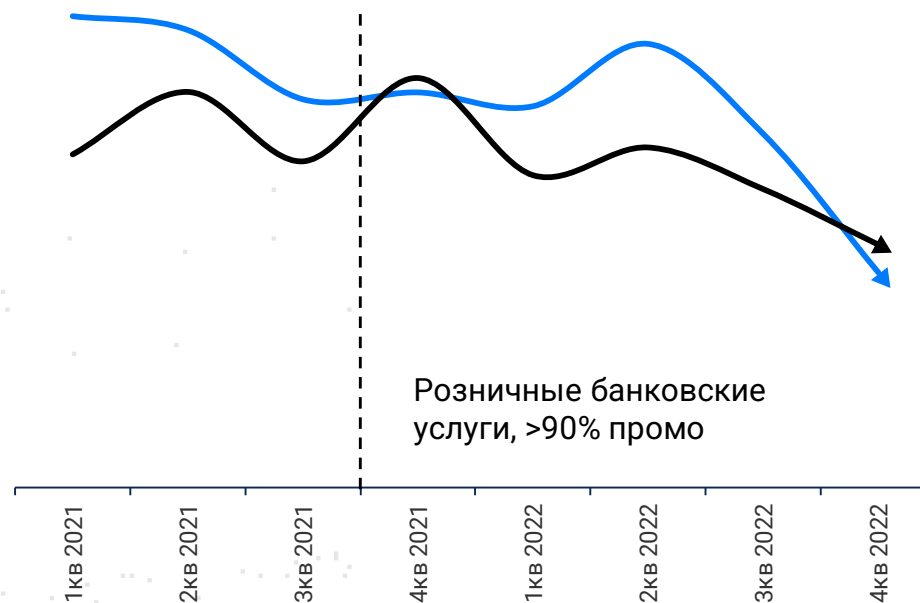
+ Как работать с воронкой продаж и не попасть в водоворот

# ПЕРФОРМАНС МАРКЕТИНГ ВЫХОДИТ НА ПЕРВЫЙ ПЛАН И БЕЗУСЛОВНО ЭФФЕКТИВЕН



НО БЕЗ РАБОТЫ НАВЕРХУ  
ВОРОНКИ ЕГО **ПОТЕНЦИАЛ**  
**БЫСТРО ИСЧЕРПЫВАЕТСЯ**

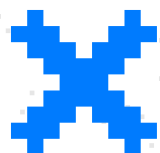
Намерение начать пользоваться



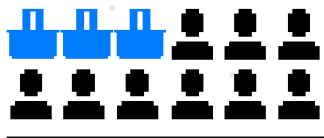
Источник: Mediascope ВНТ Россия

+ Как работать с воронкой продаж и не попасть в водоворот

# ПОДДЕРЖКА 360 ДАЕТ ЛУЧШИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗДЕСЬ И СЕЙЧАС



НЕ ВИДЕЛИ  
КОММУНИКАЦИЮ



CR 0.68%

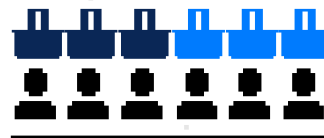
из сеанса в покупку

**0,68%**

Конверсия в покупку  
на сайте



ПОСМОТРЕЛИ  
ИМИДЖ КРЕАТИВЫ



CR 0.96%

из сеанса в покупку

**+0,28% (+42%)**

Прирост среди тех, кто видел  
имидж по сравнению с теми,  
кто не видел



ПОСМОТРЕЛИ  
КРЕАТИВЫ С АКЦИЕЙ



CR 0.83%

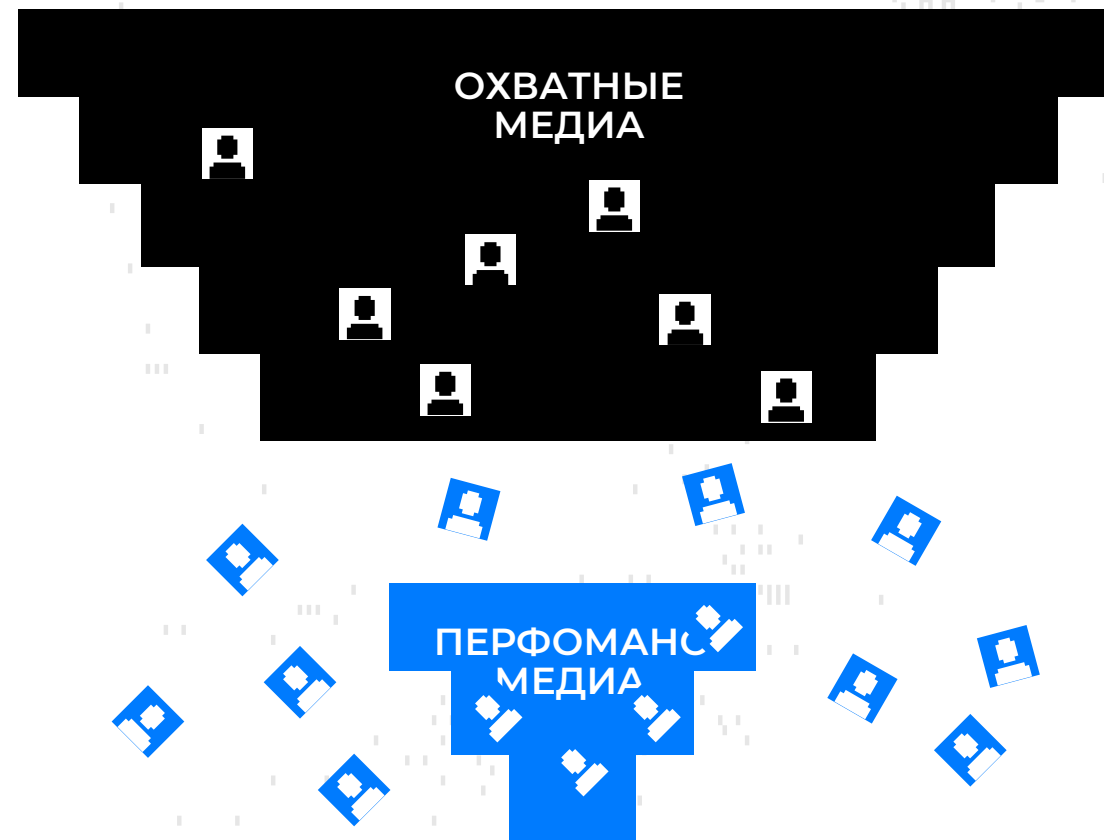
из сеанса в покупку

**+0,15% (+21%)**

Прирост среди тех, кто видел  
распродажу по сравнению  
с теми, кто не видел

+ Как работать с воронкой продаж и не попасть в водоворот

**ТЕКУЩИЕ  
КАМПАНИИ ДАЮТ  
НАМ КОНВЕРСИИ...  
НО НАСКОЛЬКО МЫ  
ИМИ УПРАВЛЯЕМ?**





# ЗА СЧЕТ УПРАВЛЯЕМЫХ КАМПАНИЙ 360



**x2**

раза и более, рост  
инкрементальных  
продаж



+ Как работать с воронкой продаж и не попасть в водоворот

# УЖЕ СЕЙЧАС МЫ ВИДИМ, ЧТО ТАКОЙ РОСТ ДОСТИЖИМ >>>>>>

Digital ROI

2014 год

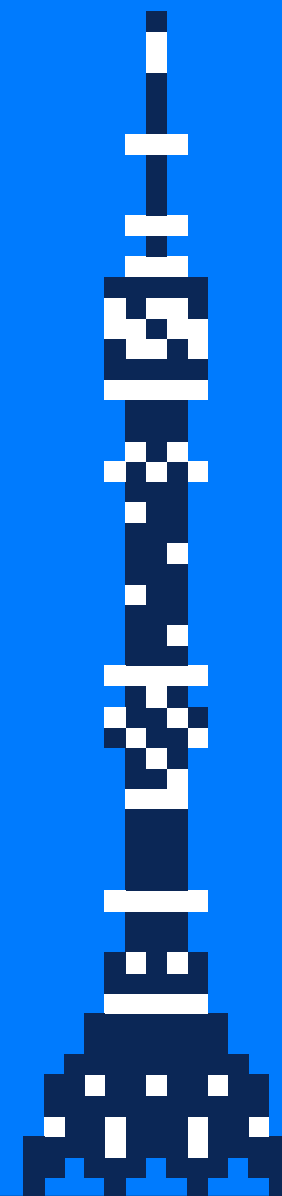
~1.0

Digital ROI

2022 год

>300

× × ×



Это как сравнивать  
по высоте Останкинскую  
башню 540м и человека

Человек



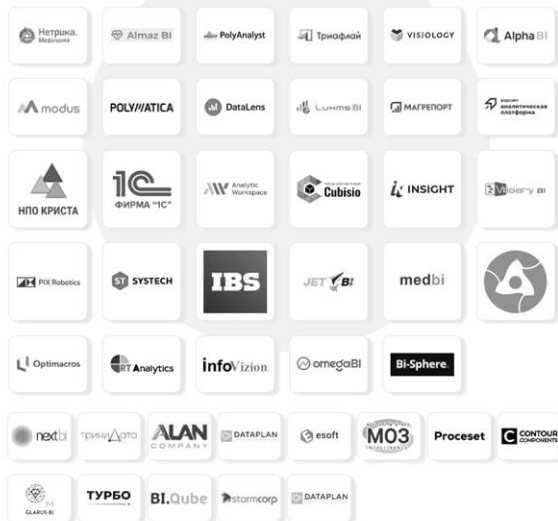
+ Как работать с воронкой продаж и не попасть в водоворот

# С 2022 РОССИЙСКИЙ РЫНОК РЕКЛАМНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПЕРЕЖИВАЕТ «КЕМБРИЙСКИЙ ВЗРЫВ»

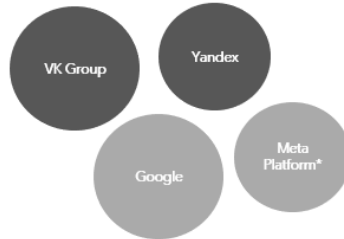


BI КРУГ ГРОМОВА

BI-круг Громова 2022 - исследование русских BI-вендоров, российское ПО бизнес-аналитики (системы класса business intelligence)



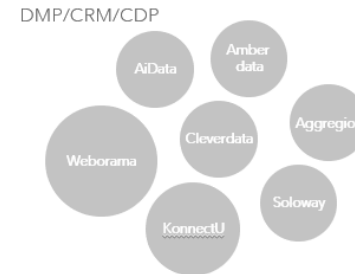
## WALLED GARDENS



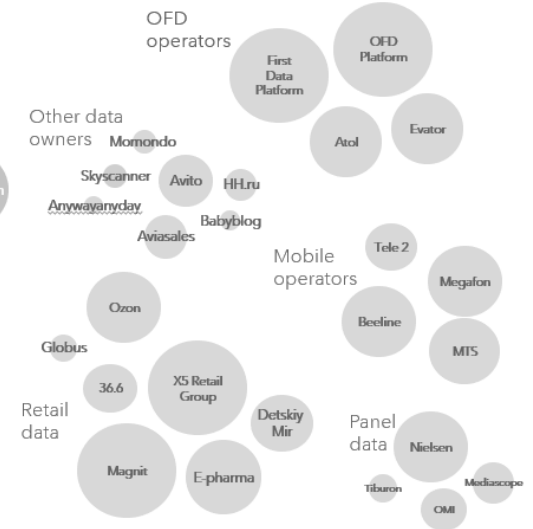
## DATA ACTIVATION



## DATA STORAGE



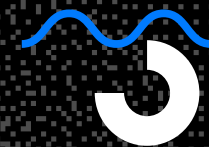
## DATA PROVIDERS



\* Meta activity is banned in Russia as extremist

+ Как работать с воронкой продаж и не попасть в водоворот

# СЕЙЧАС САМОЕ ВРЕМЯ **ПОРАБОТАТЬ** **И ВЫБРАТЬ РЕШЕНИЯ**, КОТОРЫЕ ОБЕСПЕЧАТ РОСТ ЗАВТРА



## ТАКТИЧЕСКИЙ ГОРИЗОНТ 2023

Проверяем текущие кампании, тестируем подходы и площадки

## СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ГОРИЗОНТ 2023 - 2026

Формируем стратегические партнерства

## ЭВОЛЮЦИОННЫЙ ГОРИЗОНТ 2027 И ДАЛЕЕ

Меняем Бизнес-модель, ищем вдохновение за пределами индустрии

+ Как работать с воронкой продаж и не попасть в водоворот

# АМБИЦИЯ ДЛЯ РЫНКА: ПОСТРОЕНИЕ ЕДИНОЙ БЕЗОПАСНОЙ СИСТЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ДАННЫХ МЕЖДУ КЛЮЧЕВЫМИ УЧАСТНИКАМИ ПРОЦЕССА



М360  
И КЛИЕНТ



ДАННЫЕ  
ТЕЛЕКОМА



МЕДИА  
СЕЛЛЕРЫ



РИТЕЙЛ

+ Как работать с воронкой продаж и не попасть в водоворот

# КЛИЕНТ (И ЕГО АГЕНТСТВО M360)

## КАК НАЧАТЬ

- ✘ Построить инфраструктуру по работе с данными внутри - EDP:
  - Связать бизнес и потребителя;
  - Построить инфраструктуру для взаимодействия с данными: своими и партнерскими.

## ЧТО ПОЛУЧИТЕ

Единую цепочку данных "клиент - медиа потребление - продажи" в режиме реального времени.



- + Как работать с воронкой продаж и не попасть в водоворот

# МАГИСТРЫ ИНДУСТРИИ В ЛИЦЕ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ СЕЛЛЕРОВ И DIGITAL ПЛАТФОРМ

## ЧТО НУЖНО РЫНКУ?

- ✘ СВЯЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ СБИЗНЕС КРИС И БЫТЬ ГИБКИМИ

### ТВ:

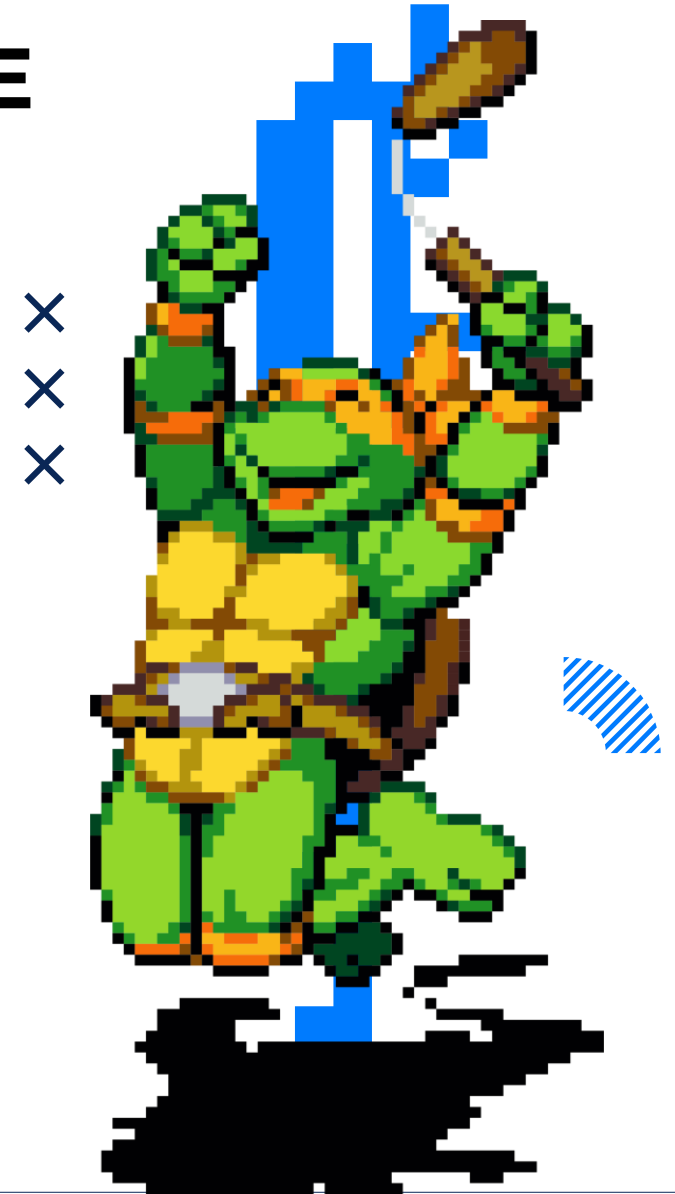
- Addressable TV в закупке (читай, реальный programmatic TV);
- Гибкая закупка.

### DIGITAL ПЛАТФОРМЫ:

- Безопасная интеграция счетчиков, трекеров, пикселей.

## ЧТО ПОЛУЧИТЕ

Доказанная целесообразность инвестиций -> БОльшие бюджеты -> БОльший объем клиентов.



- + Как работать с воронкой продаж и не попасть в водоворот

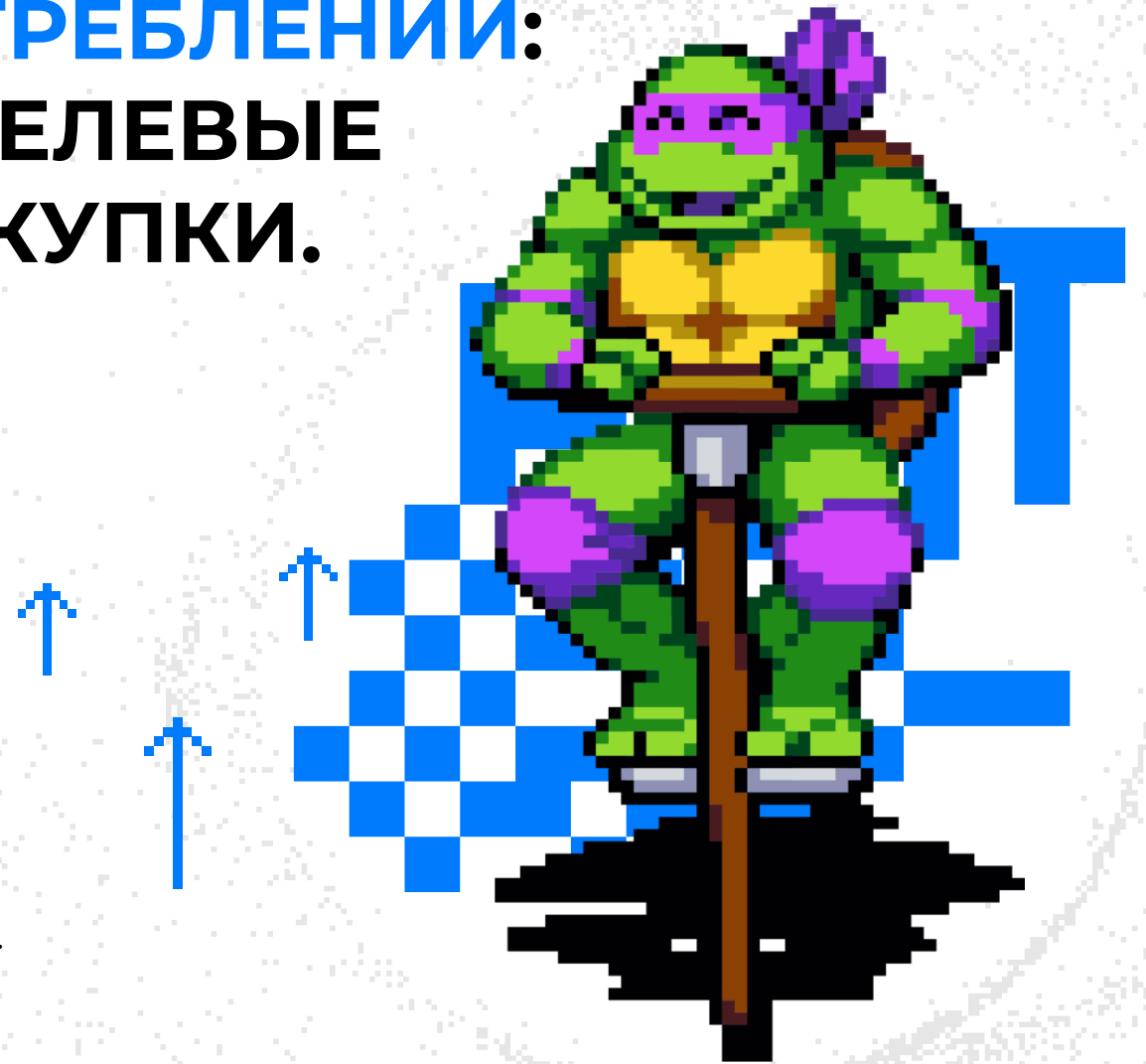
# НОВЫЕ ДАННЫЕ О ПОТРЕБЛЕНИИ: МЕДИА, ПОВЕДЕНИЕ, ЦЕЛЕВЫЕ ДЕЙСТВИЯ И ДАЖЕ ПОКУПКИ. ТЕЛЕКОМЫ, МЫ К ВАМ!

## ЧТО НУЖНО РЫНКУ:

- По-настоящему большие данные для анализа медиа поведения аудитории;
- Гранулярное планирование;
- **Безопасный мэтчинг данных.**

## ЧТО ПОЛУЧИТЕ

Станете первооткрывателями нового рынка измерений.





- Как работать с воронкой продаж и не попасть в водоворот

# ДАННЫЕ ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ НА ПОЛКЕ (В ТОМ ЧИСЛЕ ВИРТУАЛЬНОЙ)

## ЧТО НУЖНО РЫНКУ?

- ✘ СКВОЗНАЯ ОЦЕНКА РЕКЛАМНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ  
В БИЗНЕС РЕЗУЛЬТАТ

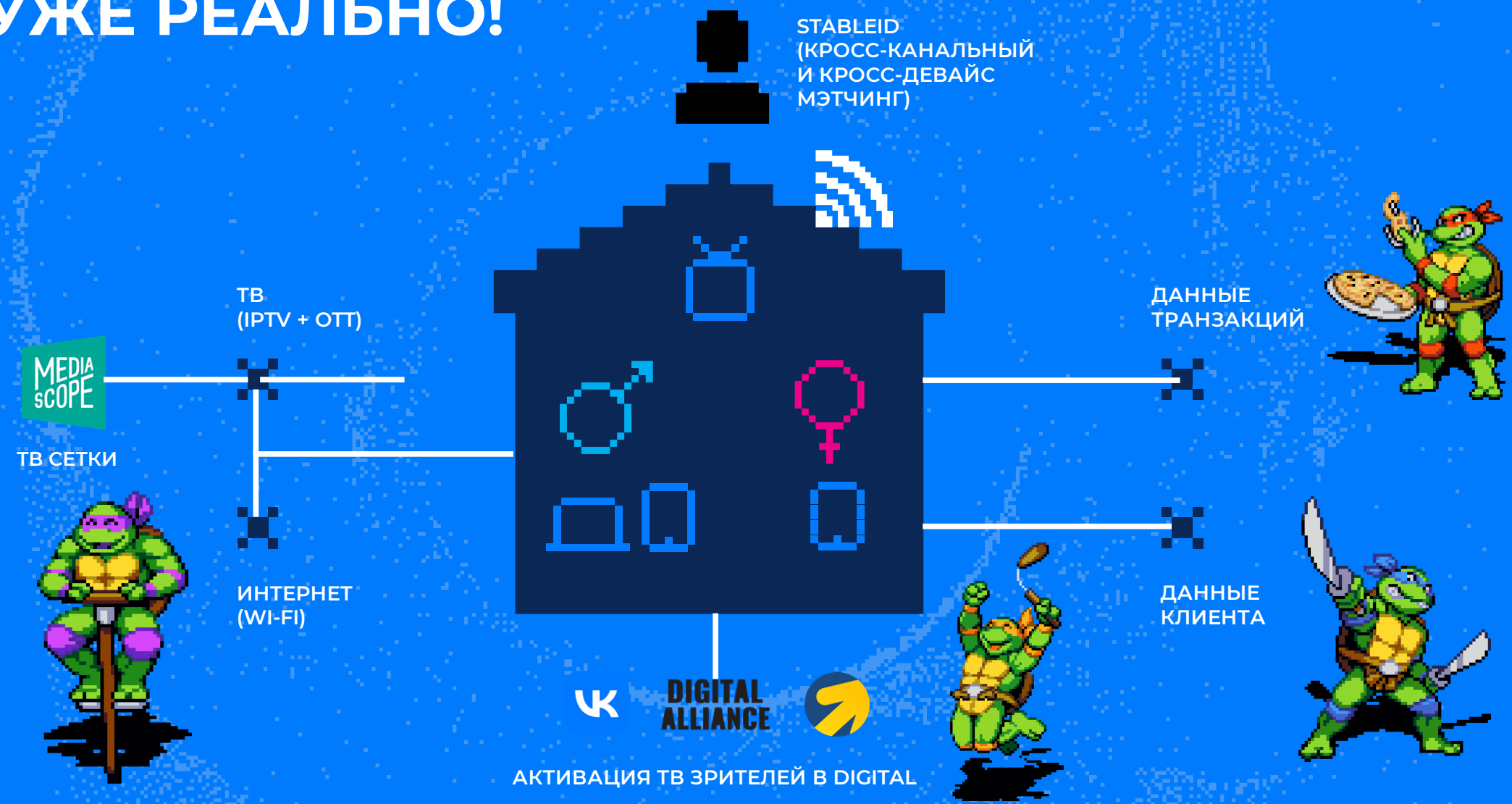
## ЧТО ПОЛУЧИТЕ

- Клиенты - оценка эффективности инвестиций  
в режиме near real time;
- Ритейлеры - больше инвестиций брендов в их полку  
и рекламную поддержку (особенно, когда речь идет о  
маркетплейсах).



+ Как работать с воронкой продаж и не попасть в водоворот

# УЖЕ РЕАЛЬНО!



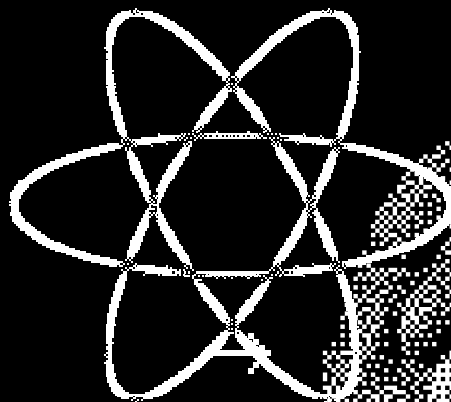
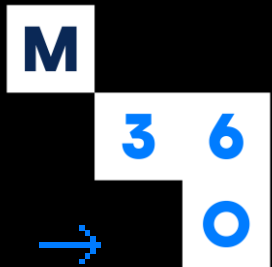
+ Как работать с воронкой продаж и не попасть в водоворот

# СЕЙЧАС САМОЕ ВРЕМЯ ПОРАБОТАТЬ И ВЫБРАТЬ РЕШЕНИЯ, КОТОРЫЕ ОБЕСПЕЧАТ РОСТ ЗАВТРА

ЕРАСН: #1  
ТО 2027



+ Как работать с воронкой продаж и не попасть в водоворот



# СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Презентацию  
можно будет  
скачать в нашем  
telegram-канале

