

WHAT is LOVE

WHAT IS LOVE

HOFF +
MGCOM = ❤️



ТРАНСФОРМАЦИЯ
ПОДХОДОВ К РЕКЛАМЕ



LI



KE?

IT'S a MATCH

ВЛЮБЛЕННОСТЬ 2019



ВЛЮБЛЕННОСТЬ

2019

ОТНОШЕНИЯ

Хофф искал лучший перформанс
MGCom его делал

ПОГРУЖЕННОСТЬ

В БИЗНЕС ДРУГ ДРУГА

Разобрались в том, что есть
Предложили, как это масштабировать
Помогли это защитить

TEST AND LEARN

Тест новых каналов и работа над SEM

KPI

Last click конверсии и DPP в перформансе

СТАНОВЛЕНИЕ ПАРЫ 2020



СТАНОВЛЕНИЕ ПАРЫ

2020

ОТНОШЕНИЯ

А давай попробуем
performance-подход в
других каналах?

ПОГРУЖЕННОСТЬ В БИЗНЕС ДРУГ ДРУГА

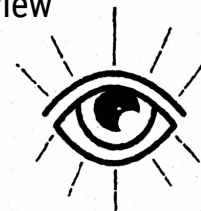
Начало развития
brandformance подхода и
запуск моб.приложения

TEST AND LEARN

Тесты запуска
перформанса на
мобильное приложение -
проба пера

KPI

Post view



КРИЗИС 2022



КРИЗИС

2022

BABY DONT HURT ME
DONT HURT ME
NO MORE

ОТНОШЕНИЯ

Что делать дальше?

ПОГРУЖЕННОСТЬ

В БИЗНЕС ДРУГ ДРУГА

Нужно развивать самый верх воронки, а привычный ход вещей в медийной рекламе рухнул

TEST AND LEARN

Тест новых аналитических решений

KPI

Поиск возможности вернуться к привычным KPI



РАБОТА НАД ЛЮБОВЬЮ 2022



РАБОТА НАД ЛЮБОВЬЮ

2022

ОТНОШЕНИЯ

Как расти дальше?

ПОГРУЖЕННОСТЬ В БИЗНЕС ДРУГ ДРУГА

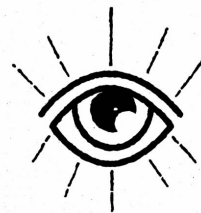
Хотим отжать долю рынка, но не тратить столько, сколько тратил лидер – инвестировать с умом

TEST AND LEARN

Тест новой коммуникации с упором на имидж

KPI

Post view



ИДЕЯ НАЙДЕТСЯ
НОВАЯ ИМИДЖЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ



ВЛИЯНИЕ MEDIA НА КОНВЕРСИЮ САЙТА



не видели коммуникацию



перешли на сайт



CR 0.68%
из сеанса в покупку

0,68%
конверсия в покупку



посмотрели или кликнули по медийной рекламе (имидж)



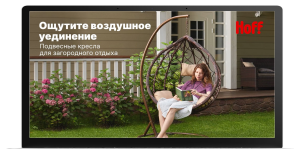
перешли на сайт



CR 0.96%
из сеанса в покупку

+0,28% (+42%)

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



посмотрели или кликнули по медийной рекламе (акция)



перешли на сайт



CR 0.83%
из сеанса в покупку

+0,15% (+21%)

прирост среди тех, кто видел акцию по сравнению с теми, кто не видел

СРАВНЕНИЕ ИМИДЖЕВЫХ КОММУНИКАЦИЙ



+50%

SEARCH LIFT

0,25%

HOFF ВСЕГДА С ВАМИ

0,42%

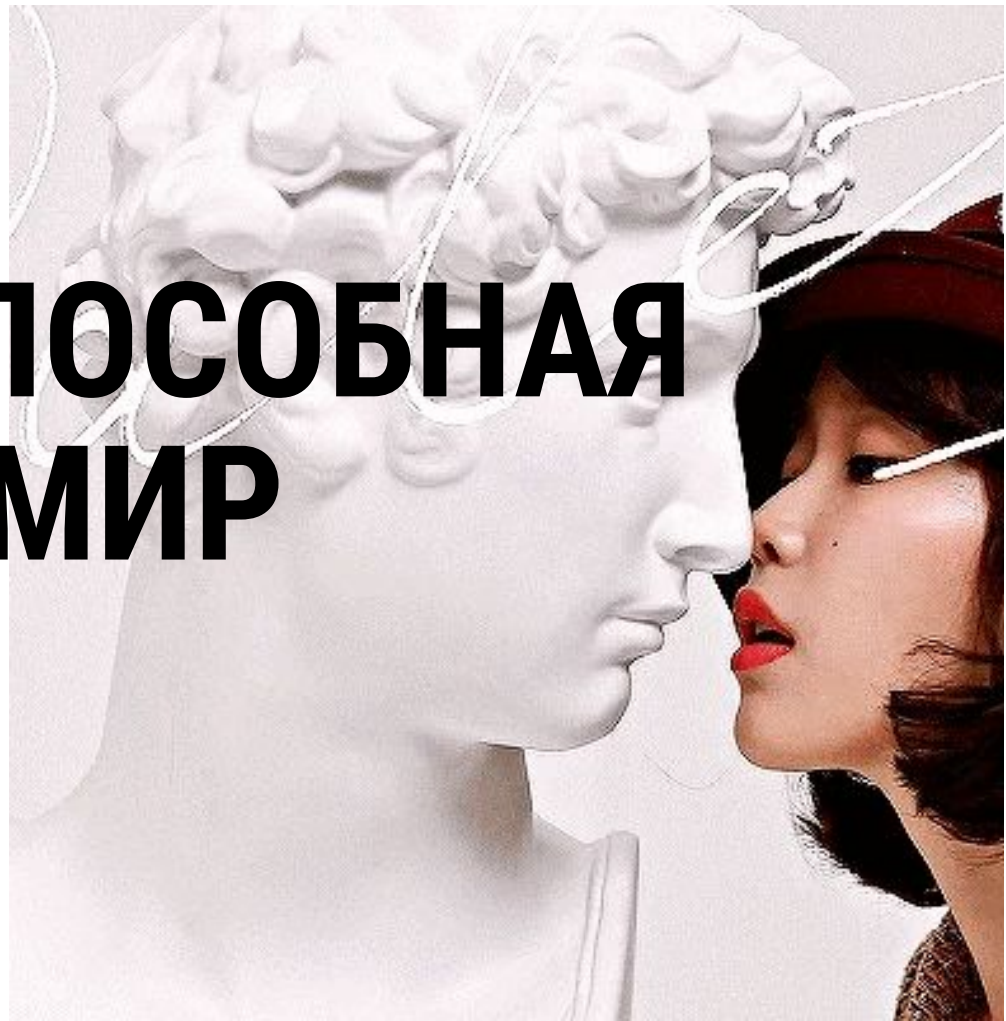
ИДЕЯ НАЙДЕТСЯ

0,45%

МАГИЯ НОВОГО

CR PV-брендовые
запросы / показы

**ЛЮБОВЬ, СПОСОБНАЯ
ИЗМЕНИТЬ МИР
2023**



ЛЮБОВЬ, СПОСОБНАЯ ИЗМЕНИТЬ МИР 2023

ОТНОШЕНИЯ

А давай попробуем интегрировать новые каналы в наш медиамикс и поженить TV с digital?

ПОГРУЖЕННОСТЬ В БИЗНЕС ДРУГ ДРУГА

Хотим занять место лидера и не дать другим это сделать

TEST AND LEARN

Новые форматы и инвентарь (интеграции с блогерами и reach media). Тестирование non-digital каналов в связке с digital

KPI

Доля рынка



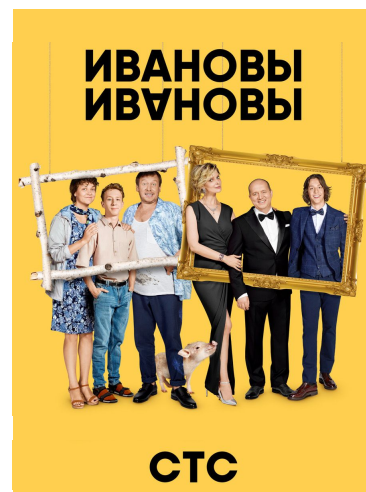
АЛЬТРОЛЛЫ



134%



107%



21%



5,6%

ДРР

ИНТЕГРАЦИИ



ПОДАРИТЕ ВАШЕЙ
КРАСАВИЦЕ

СТОЛ

26%



Если выбрать бежевые
тарелки, то можно съесть

БОЛЬШЕ НУЖНОГО

13%

ДРР

СЛОЖНОСТИ:

КАК ПОСЧИТАТЬ ОПТИМАЛЬНЫЙ
ОХВАТ ДЛЯ DIGITAL И TV?

ДО 2023

ТВ и диджитал – два отдельных канала

Доля OLV в диджитал рассчитана на основе
MMM-модели

Нет сегментации по гео

2023

ТВ+OLV – полная синхронизация

OLV-инструмент достройки охвата к ТВ

ТВ Охват + TRP

Текущее знание

Приоритетность для бизнеса

к-во магазинов / доход

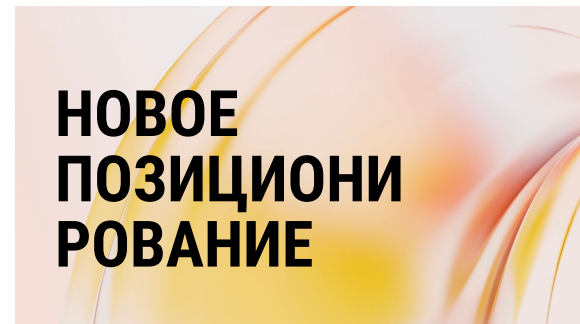
ПЛАНЫ



ИЮНЬ - АВГУСТ



ИЮЛЬ



СЕНТЯБРЬ

	ОТНОШЕНИЯ	ПОГРУЖЕННОСТЬ В БИЗНЕС ДРУГ ДРУГА	TEST AND LEARN	KPI
2019 ВЛЮБЛЕННОСТЬ	Хофф искал лучший перформанс MGCom его делал	Разобрались в том, что есть Предложили, как это масштабировать Помогли это защитить	Тест новых каналов и работа над SEM	Last click конверсии и DRP в перформансе
2020 СТАНОВЛЕНИЕ ПАРЫ	А давай попробуем performanse-подход в других каналах?	Начало развития brandformance подхода и запуск моб.приложения	Тесты запуска перформанса на мобильное приложение - проба пера	Post view
2022 КРИЗИС	Что делать дальше?	Нужно развивать самый верх воронки, а привычный ход вещей в медийной рекламе рухнул	Тест новых аналитических решений	Поиск возможности вернуться к привычным KPI
2022 РАБОТА НАД ЛЮБОВЬЮ	Как расти дальше?	Хотим отжать долю рынка, но не тратить столько, сколько тратил лидер – инвестировать с умом	Тест новой коммуникации с упором на имидж	Post view
2023 ЛЮБОВЬ, СПОСОБНАЯ ИЗМЕНИТЬ МИР	А давай попробуем интегрировать новые каналы в наш медиамикс и поженить TV с digital?	Хотим занять место лидера и не дать другим это сделать	Новые форматы и инвентарь (интеграции с блогерами и reach media). Тестирование non-digital каналов в связке с digital	Доля рынка



WHAT IS LOVE

CEHKC