



RTB Day — RTB Go!



Ключ к успеху в Real Time Bidding

Презентация GetIntent и Programmatic media в Украине



GetIntent DSP

История компании



**Владимир
Климонтович**

CTO & Founder
of GetIntent

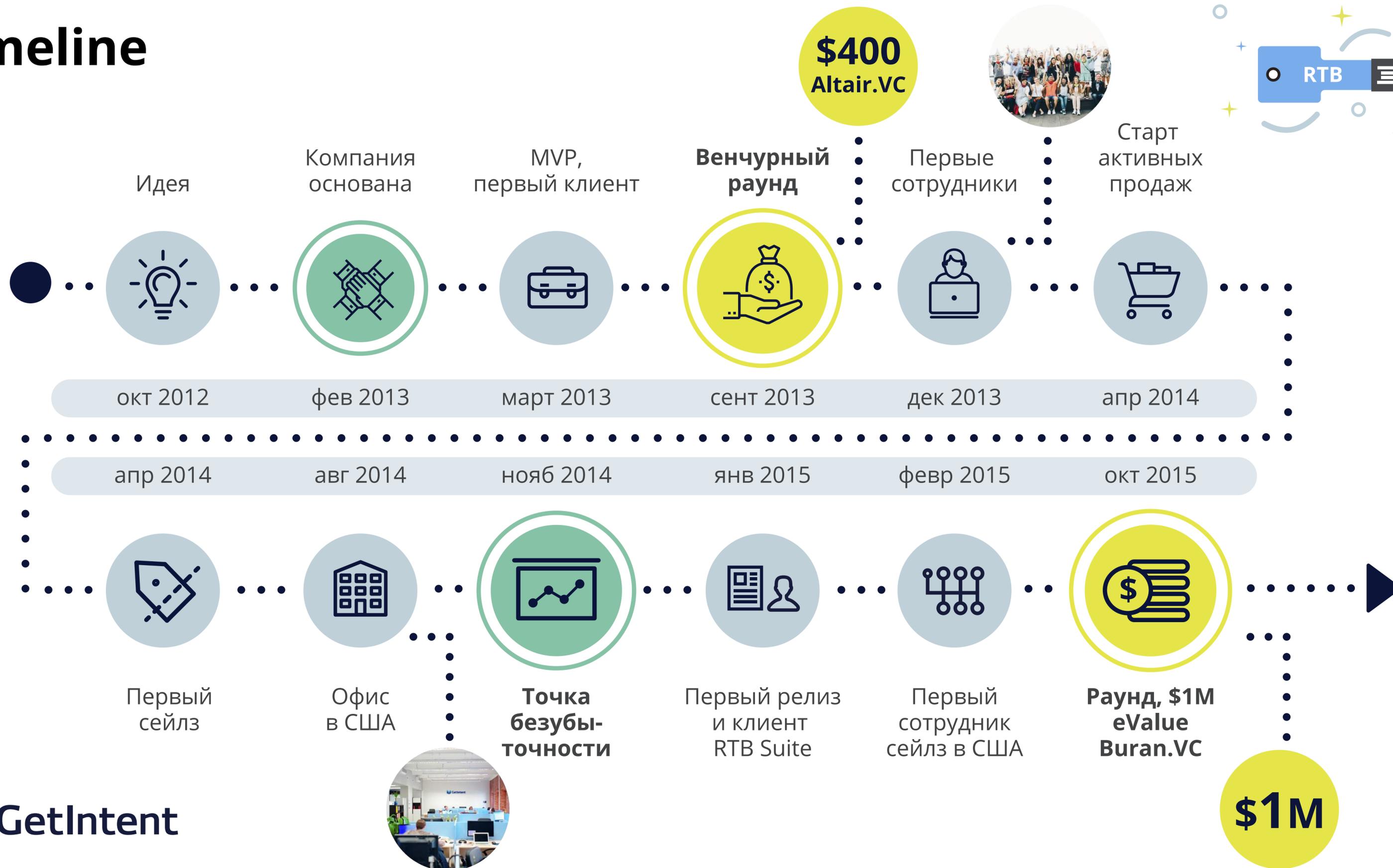


**Георгий
Левин**

CEO & Founder
of GetIntent



Timeline

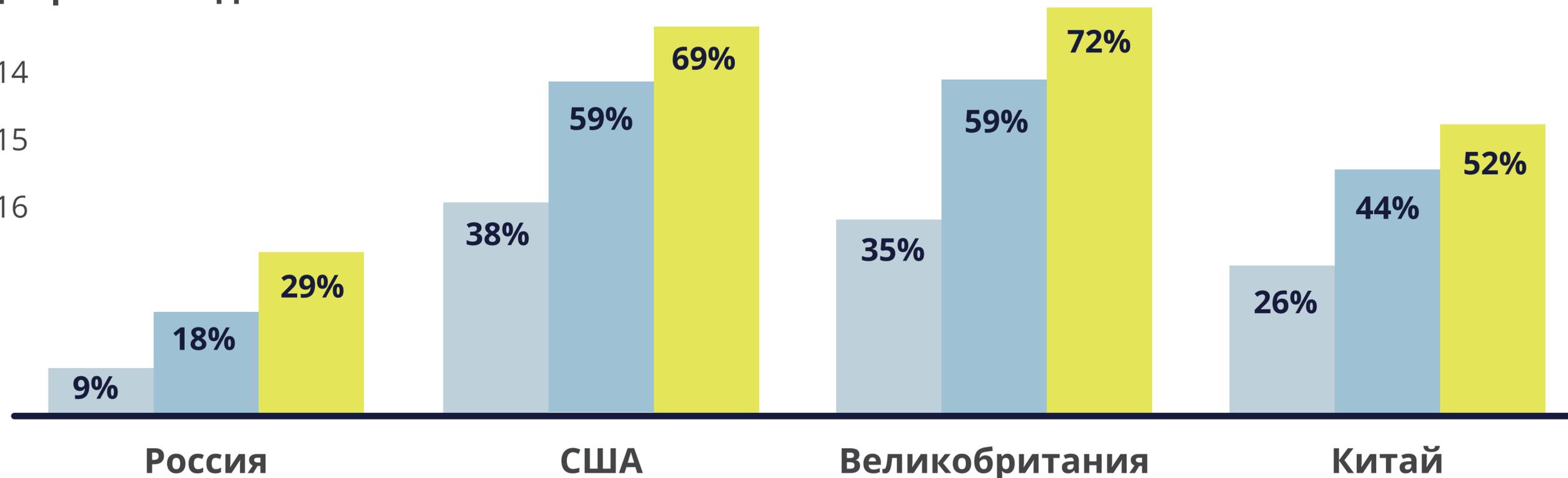


Programmatic Market share (%)



Тренд страны / года *

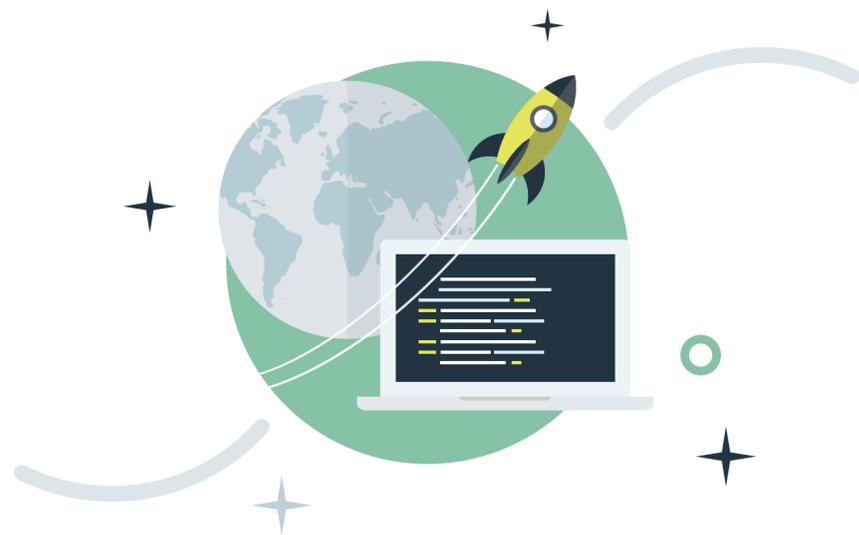
- 2014
- 2015
- 2016



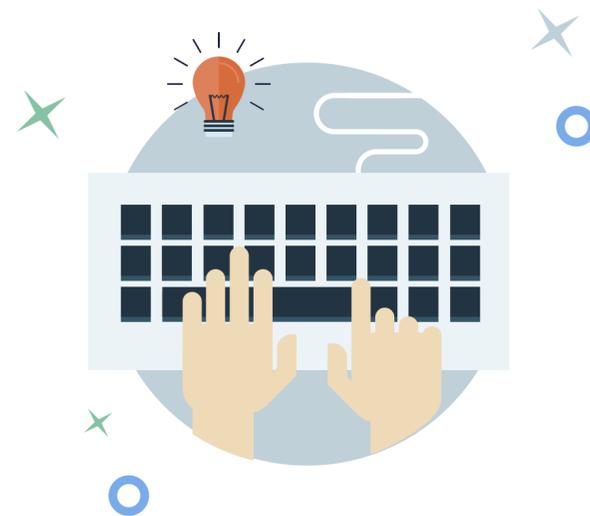
Доля Programmatic имеет устойчиво позитивную динамику



Рост доли Programmatic будет наблюдаться и в других странах, в т.ч. и в Украине



Technology-first
КОМПАНИЯ



Self-Service



Прозрачность





**Technology-first
компания**



> 50%
сотрудников -
разработчики

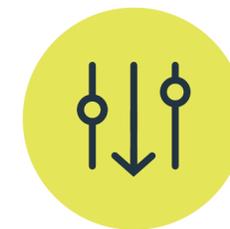


Сначала делаем,
потом продаем



Только свои
технологии

=



Низкая
себестоимость





Self-Service



Работа с интерфейсом на порядок эффективнее, чем работа со службой поддержки.

Либо мы не делаем фичу вообще, либо делаем ее таким образом, чтобы клиент смог ей воспользоваться без нашей помощи.





Прозрачность



Полный real-time доступ к статистике



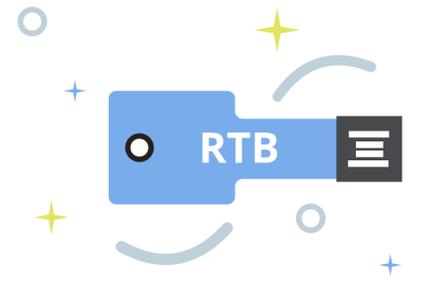
Статистика по кампаниям по более чем 50 измерениям (сайт, браузер, город и т.д.)



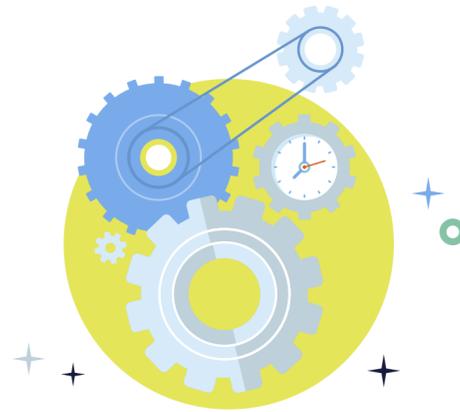
Мы верим, что клиент лучше всех знает свою целевую аудиторию, поэтому прозрачная отчетность — ключ к успеху рекламной кампании.



Экосистема RTB



Основные игроки:
DSP, DMP, SSP



Внутренности
DSP



Find new
niches / clients



Hit 2016
financial goal



Increase
valuation



Costs cut (improve
unit economics)



Основные игроки:
DSP, DMP, SSP



SSP
Sell-Side Platform



Продавец
рекламных мест
на сайте

DSP
Demand Side Platform



Продавец
покупатель

DMP
Data Management Platform



Внешние
поставщики
данных

Аукцион
реального
времени

Данные
о пользо-
вателях



Основные игроки:
SSP
Sell-Side Platform



- Работает с сайтами (клиенты SSP - площадки)
- Задача - максимизировать прибыль на каждое рекламное место
- Продает показы на аукционе реального времени (RTB), но не только!
- Обслуживает прямые контракты площадки с рекламодателями
- Продает рекламу DSP



Основные игроки:
DMP
Data Management
Platform



Покупает данные у разных источников,
агрегирует их, и собирает "сегменты"

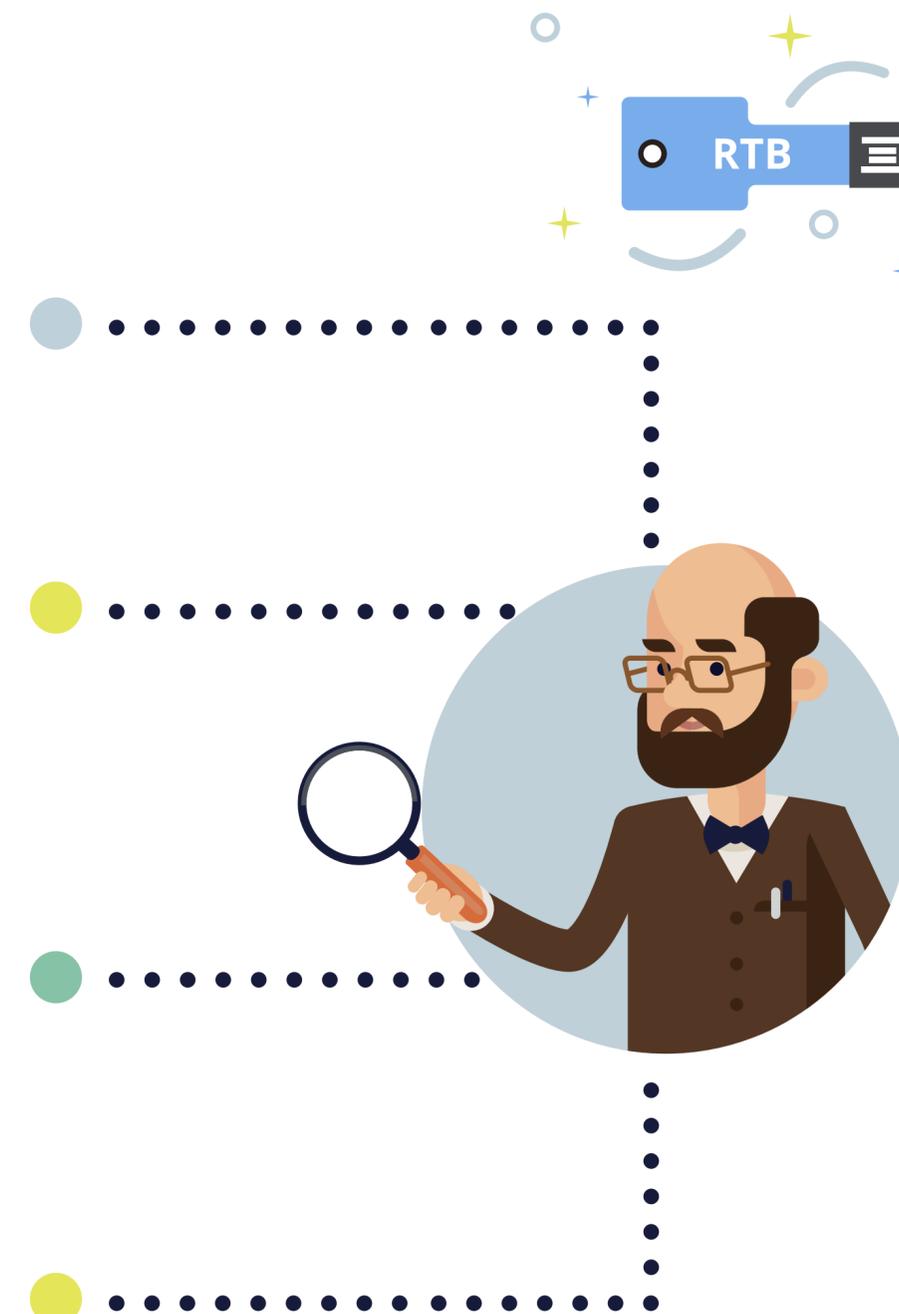
"Сегмент"- это множество пользователей
(пользователи могут принадлежать
к нескольким сегментам)

Продает данные как DSP,
так и рекламодателям

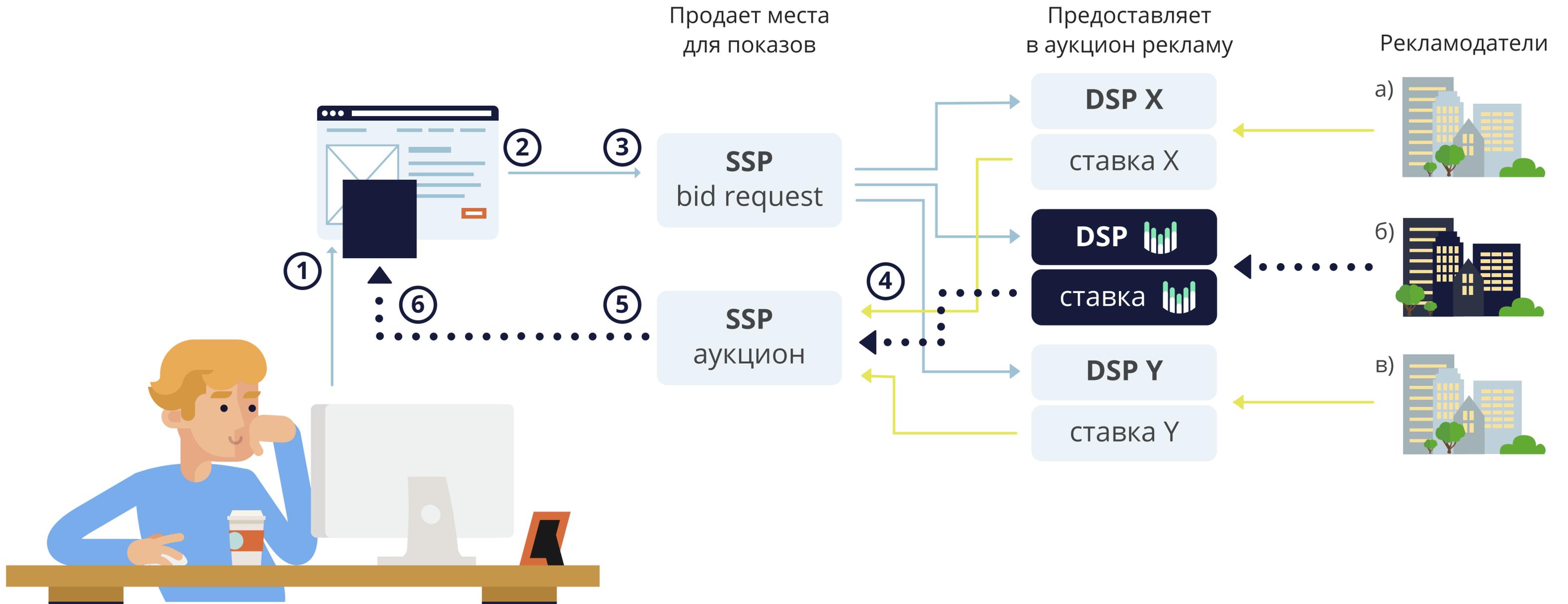
Технически DMP
взаимодействует с DSP

Примеры сегментов:

- мужчины 25-30 лет
- пользователи, покупающие в интернете



RTB Устройство аукциона



Мир с точки зрения DSP

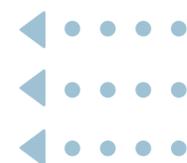


Важно знать!

SSP передает только обезличенную информацию (ID пользователя и IP).

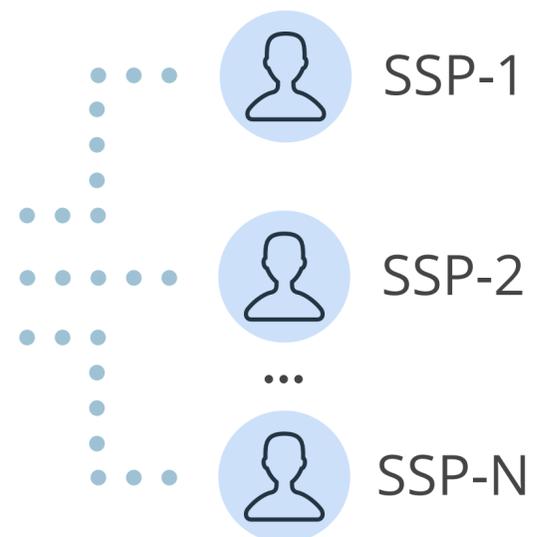


DSP



Купи мой показ!

Это пользователь с таким-то ID, IP, с такого-то сайта и т.д



Принципы работы

- SSP "бомбардируют" DSP предложением о показе рекламы (до миллиона запросов в секунду).
- Поток вопросов называется BidStream.
- На каждый запрос DSP старается найти подходящее рекламное объявление; если объявление найдено, DSP делает ставку.
- В противном случае DSP сообщает, что не заинтересована в показе.

Обработка запроса Воронка



Идентификация пользователя



Все рекламные кампании



Активные кампании



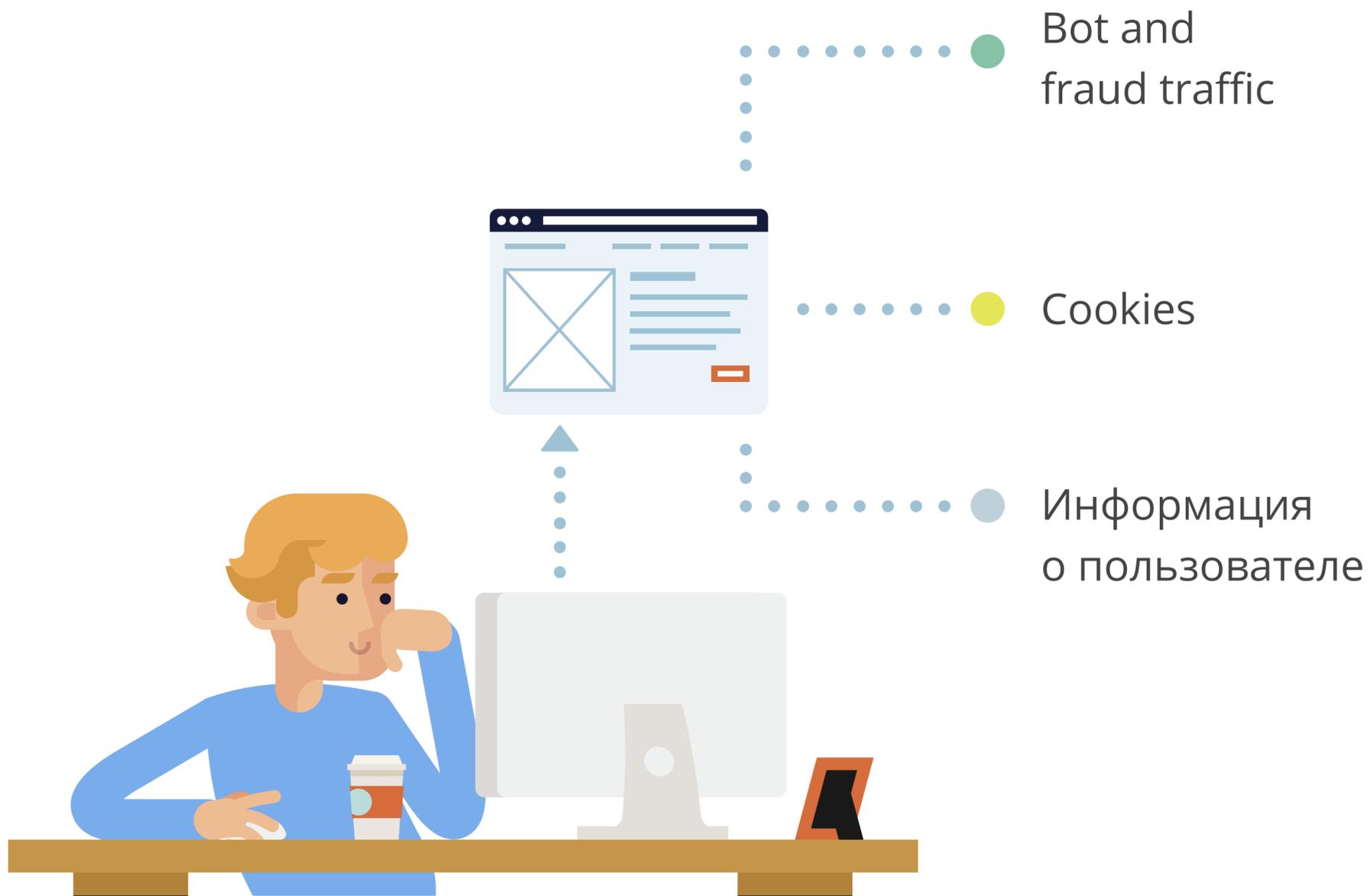
Таргетинг



Внутренний аукцион

Таргетинг - основная часть
процесса обработки запроса

Идентификация пользователя



Каждому пользователю присваивается рейтинг на предмет принадлежности к классу "ботов" и fraud-трафика. Пользователи с высоким рейтингом не рассматриваются.

Фрагмент данных, отправленный сервером для хранения браузером пользователя (просмотренные страницы, время присутствия, предпочтения, персональные настройки).

Сегменты от внешних DMP, также собственные сегменты рекламодателя (например, ретаргетинг).

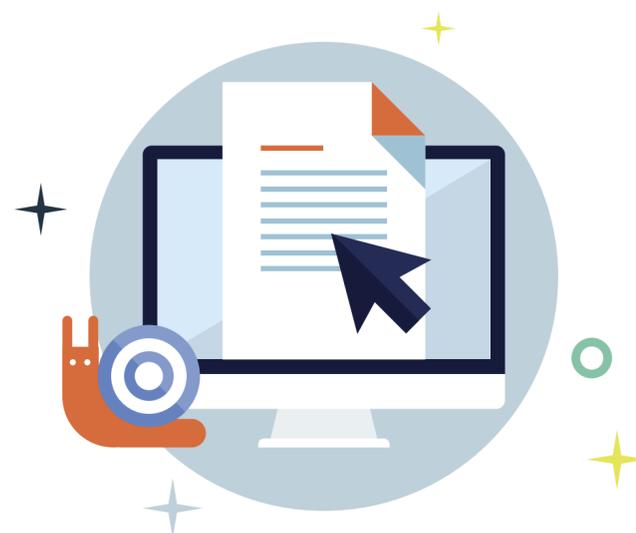


Реклама демонстрируется только заинтересованным пользователям.

Фрод или нецелевой трафик

Клики в DSP > Клики в Google Analytics

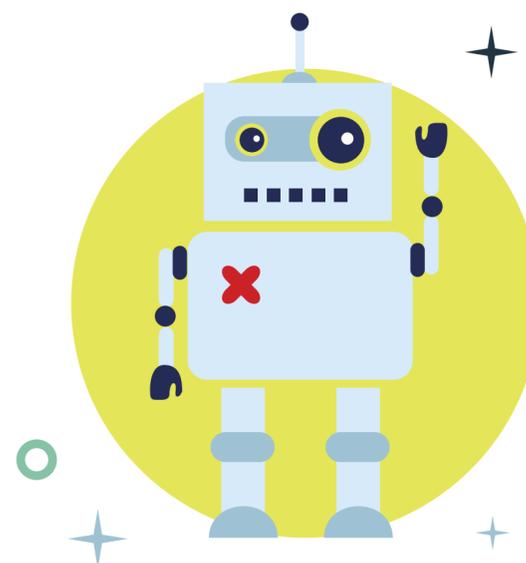
Пользователь закрывает сайт раньше, чем загрузился пиксель GA.



Сайт

рекламодателя

Пиксель GA должен находиться в начале тега <body>



Не боты

Фильтровать глупых ботов легко, а использовать большие ботнеты в RTB – не выгодно!



Clickjacking

"Похитители кликов" - пользователь нажимает на ссылку, но попадает на сайт Рекламодателя.

Борьба с аномальным трафиком

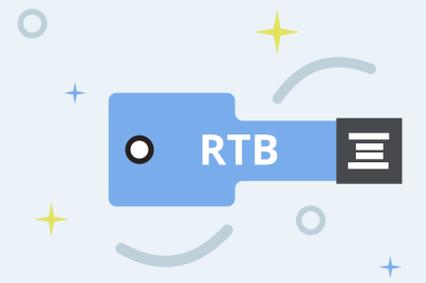
Проблема

DSP «не знает» статистики из GA,
оптимизация возможна только вручную.
Но ручной труд – не programmatic way!

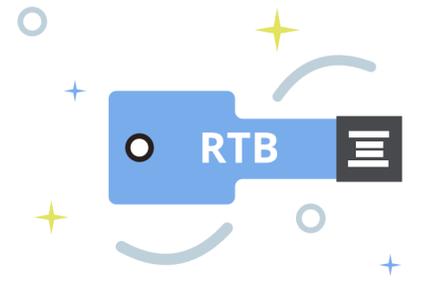


Решение

Ставьте пиксель DSP. В этом случае
закупочный алгоритм сам отфильтрует
сайты с аномальным трафиком.



Таргетинги



Сайты и отдельные страницы



Сегменты (внешние и внутренние) - поведенческий таргетинг и ретаргетинг



Частота показа
(месяц / неделя / день / час)



Устройства, браузеры



Гео: города, регионы, районы



CPC prediction
(предсказание CPC)



Contextual
(тематика страницы)

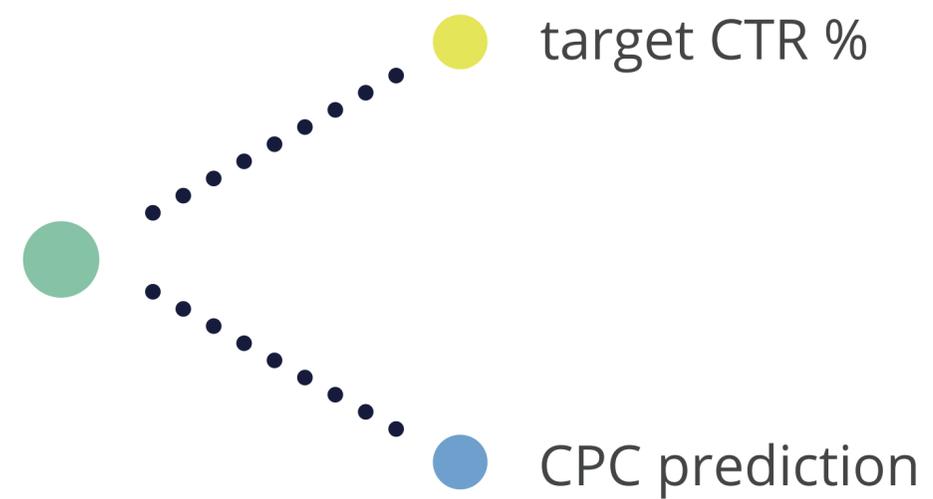


Дни недели,
часы





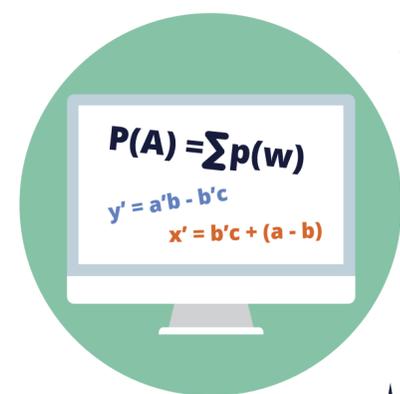
Ключевые
таргетинги



Как работает CPC prediction



Анализ исторических данных (30 дней)



Математическая модель



P - ожидаемый CTR (или вероятность клика)

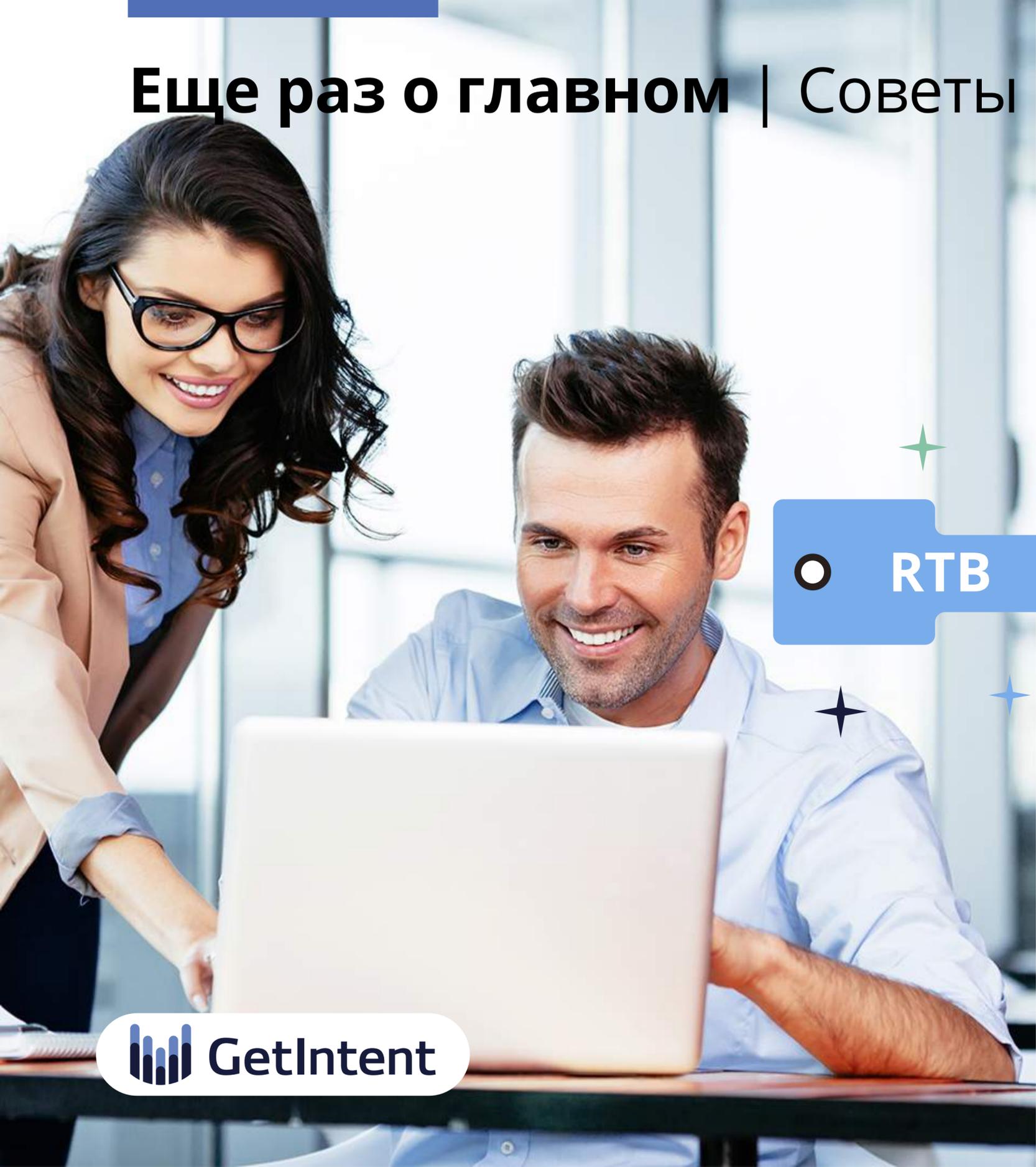


Аукцион

Ставка = P * CPC



Еще раз о главном | Советы



Каждый таргетинг имеет свои последствия (как позитивные, так и негативные).



Ищите стадию воронки и конкретный таргетинг, на котором происходит потеря эффективности.



DSP - не волшебная палочка, а мощный инструмент. Понимайте, как он работает!



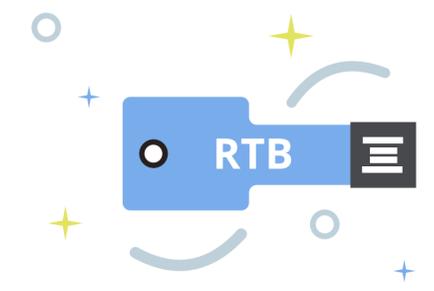
**Надежда
Бабиан**

Chief Revenue Officer
of GetIntent, Russia



**Технологии будущего
для достижения
новых вершин!**





Как выбрать надежного партнера?



Как выбрать инвентарь?



Доступные таргетинги



Как оптимизировать кампанию?



Надежный
партнер

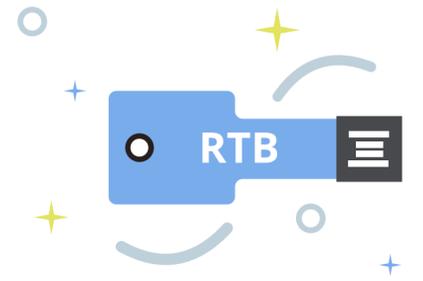


RTB



Надежный партнер

True DSP



Собственная
технология



Self service



Широкая
партнерская сеть



Отсутствие наценок
за данные



Непредвзятость



Полный контроль
со стороны клиента



Собственные
алгоритмы



Private deals

Надежный партнер

Независимая платформа - собственная разработка



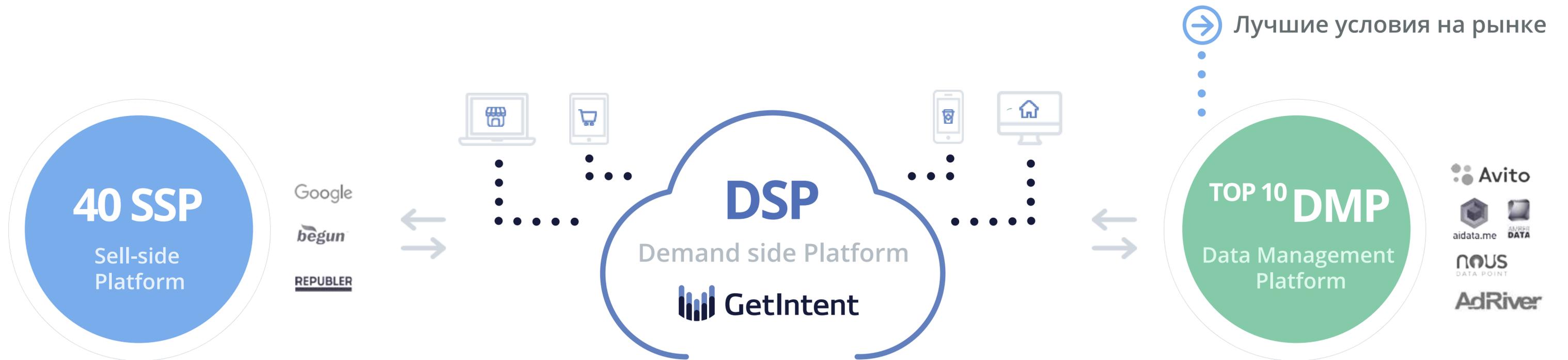
Все для эффективной рекламной кампании:

- ➔ профессиональная команда
- ➔ новейшие технологии
- ➔ международный опыт
- ➔ полная открытость платформы (интерфейса)
- ➔ высокий уровень аналитики
- ➔ эффективные инструменты оптимизации
- ➔ гибкие настройки отчетности



Надежный партнер

Системный подход



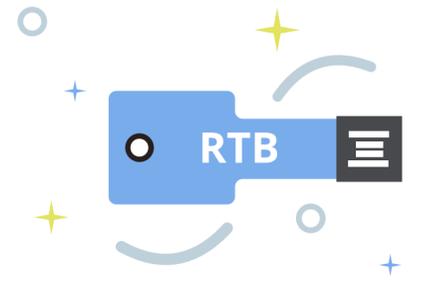
Только эффективные партнеры



Теперь вся аудитория целевая

Доступный трафик

Собственные разработки



Ad click prediction



Антифрод - инструменты



Интуитивно понятный интерфейс



Мощная система отчетов

Схемы сотрудничества

Self-service



Самостоятельное управление рекламной кампанией



Личный кабинет с гибкими настройками уровней клиентского доступа



Обучение персонала Вашей компании для работы в DSP GetIntent

Full-service



Нам нужен только бриф. Медиа планирование, настройка выполнением KPI's на стороне платформы. Контроль кампании по брифу



Полный доступ к статистике, контроль текущих показателей



Детальный Post Campaign Report с выводами и рекомендациями



Личный менеджер



Оперативный расчет медиаплана



2 минуты на запуск кампании



Анализ данных при планировании

Полный контроль со стороны клиента

Планирование

- 🔍 Статистика эффективности кампании в реальном времени
- ⏪ Настройка доступа к рекламной кампании разного уровня
- 🔄 Оптимизация параметров по ходу кампании

Размещение кампании

- ⚙️ Прослушивание трафика без дополнительных комиссий
- ☰ Определение объема доступного инвентаря
- 📍 Доступ к данным по сегментам в любых разрезах



Конструктор отчетов



Открытость системы для внешних аудиторов



Отслеживание

```
//ad.adriver.ru/cgi-bin/rle.cgi?sid=1&bt=11&ad=111111&pid=1111111&bid=1111111&bn=1111111&rnd=1111111
```

Отслеживание ⓘ

//domain.local/px.png

OFF

Каждая ссылка должна быть на отдельной строке

Отслеживание (скрипт)

```

```

Отслеживание (скрипт) ⓘ

```

```

OFF



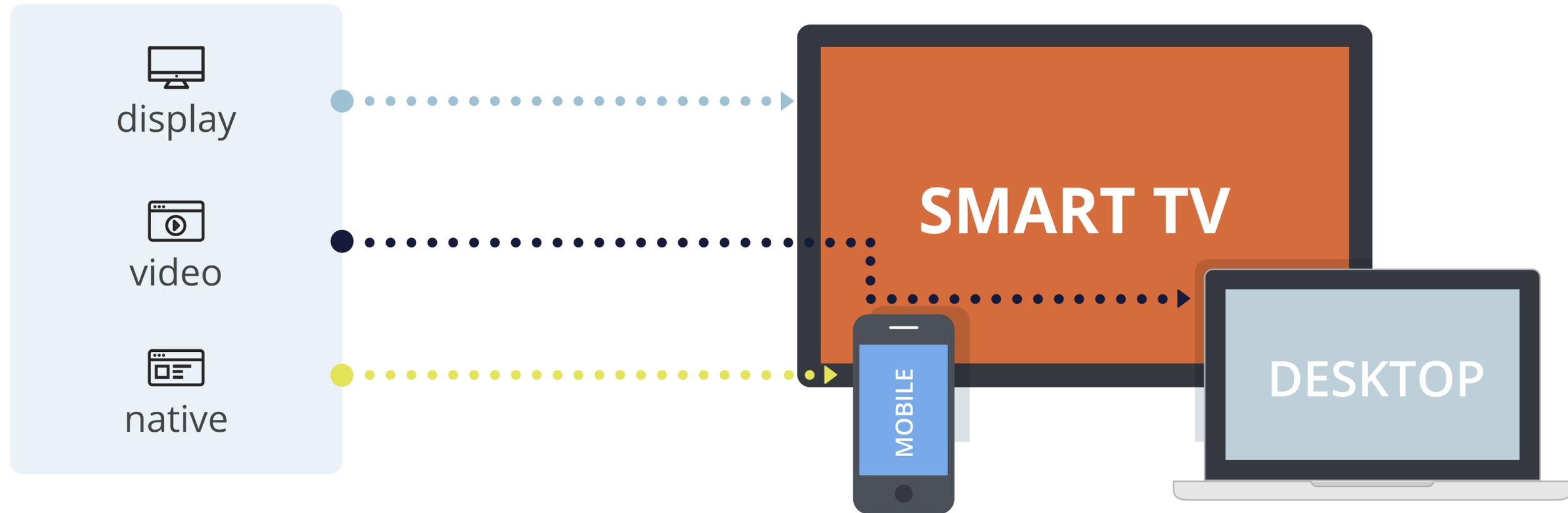
Доступный трафик

Всегда и везде



Доступный трафик

Форматы и платформы



Надежный партнер

Display



Возможно
размещение
in-banner video



Работаем со всеми
распространенными
форматами



Работаем
со сторонними
(3rd-party) креативами

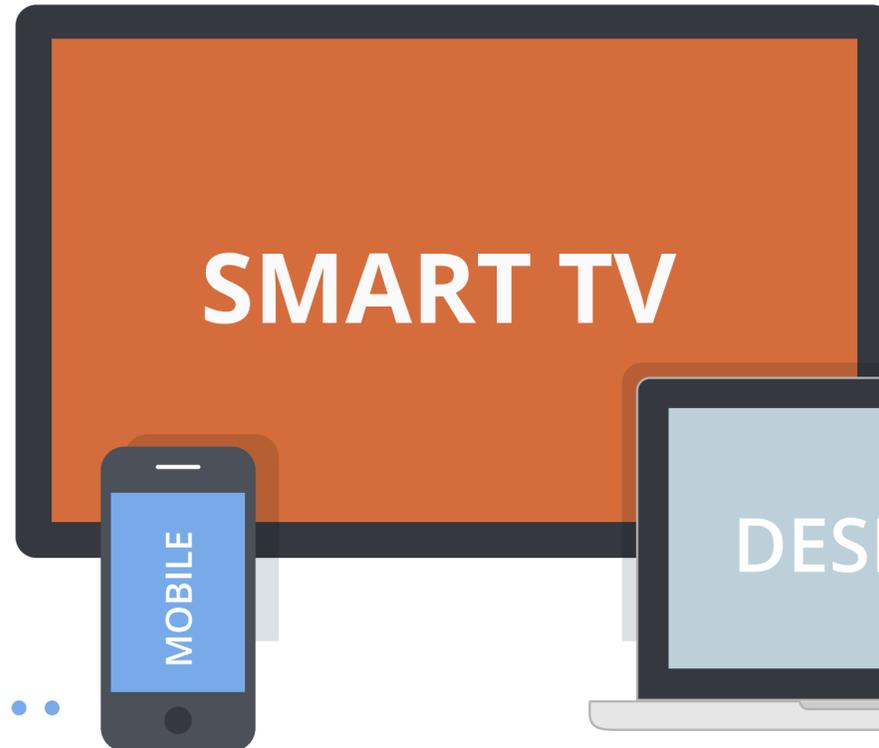


Работаем
с динамическими
креативами



4 млн
доступные
показы
.....

2 млрд
доступные
показы
.....



12 млрд
доступные
показы
.....

500 млн
доступные
показы
.....



Источники инвентаря

Google

begun™

between



Надежный партнер

Video

-  Возможность таргетировать по данным DMP
-  Возможность размещать пропускаемые и не пропускаемые ролики
-  Возможность размещать ролики разного хронометража
-  Возможность размещать in-read video
-  -pre, mid-, post-roll
-  % досмотра по квартилям

1,7 млрд
доступные
ПОКАЗЫ



Источники инвентаря

Google

between

 ADVARK

NEW!

VIDEONOW

Надежный партнер

SSP в Украине

Google

begun™

REPUBLER

AdRiver

**40 SSP
Sell-Side Platform**

Украинский
и международный
трафик



**Доступные
показы**

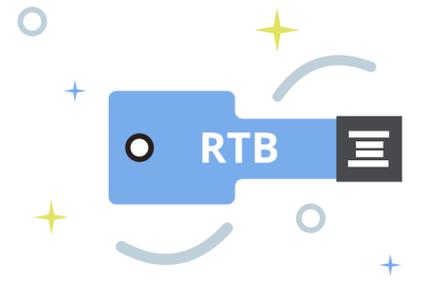
15 млрд **1,7 млрд**



display



video



Только
эффективные
партнеры



Теперь
вся аудитория
целевая



Доступные таргетинги



Надежный партнер

Brand safety



Контекстуальный таргетинг



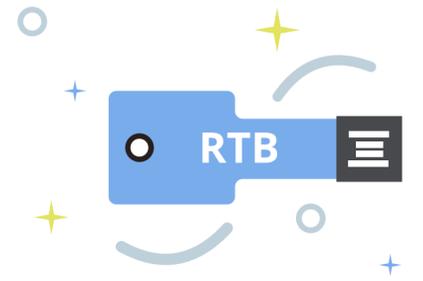
Тематические сегменты
на наиболее релевантных
страницах сайтов



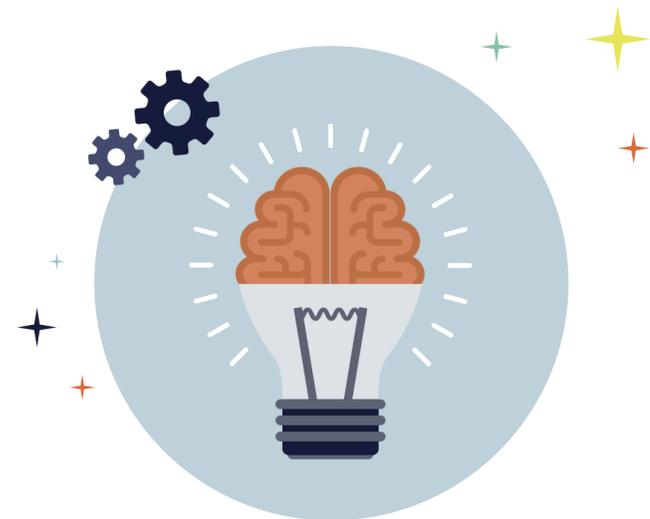
Таргетинг
по ключевым словам

Надежный партнер

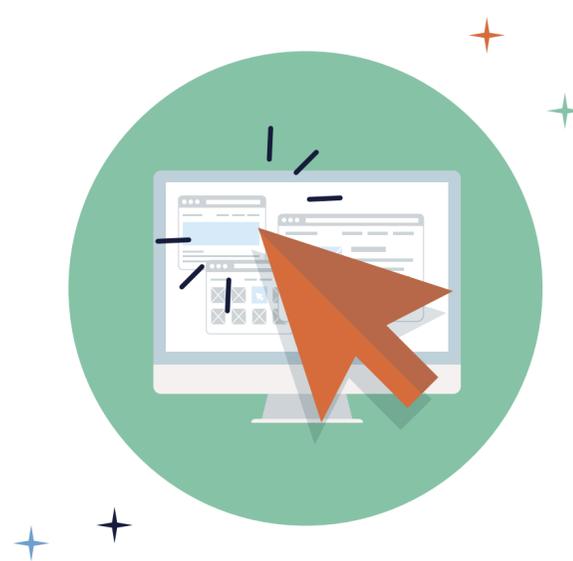
KPI



Автоматическая настройка и контроль системой ваших KPI = максимальная эффективность



CPM



CPC



CTR

Надежный партнер

DMP в Украине



Более
2000
Сегментов DMP



TOP 10 DMP
Data Management
Platform

Лучшие условия
на рынке



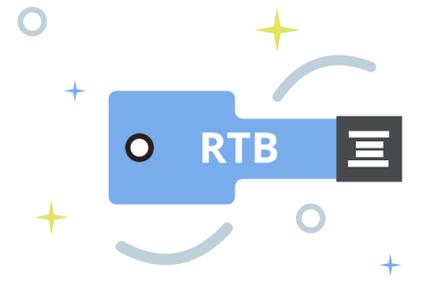
Только
эффективные
партнеры



Теперь
вся аудитория
целевая

Верная стратегия

Гибкое управление таргетингом



1. Классический

2. Аудиторные сегменты

3. Ретаргетинг

4. Пиксель GetIntent



Площадки



Гео



Частота



Браузер



Другие

Geo

Страны: ON

Регионы:

Города:

Район:

SSPs: ON

Язык страницы: ON

Тип устройства: ON

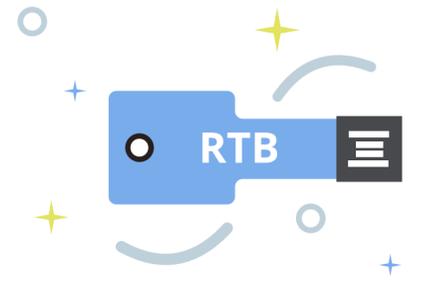
Позиция: ON

Операционные системы: ON

Браузеры: ON

Верная стратегия

Гибкое управление таргетингом



1. Классический

2. Аудиторные сегменты

3. Ретаргетинг

4. Пиксель GetIntent

Кастомные сегменты под конкретную рекламную кампанию



Поведенческие
характеристики



Потребительские
намерения



Социально-демографические
характеристики



AMBER
DATA



aidata.me



AdRiver



Верная стратегия

Гибкое управление таргетингом



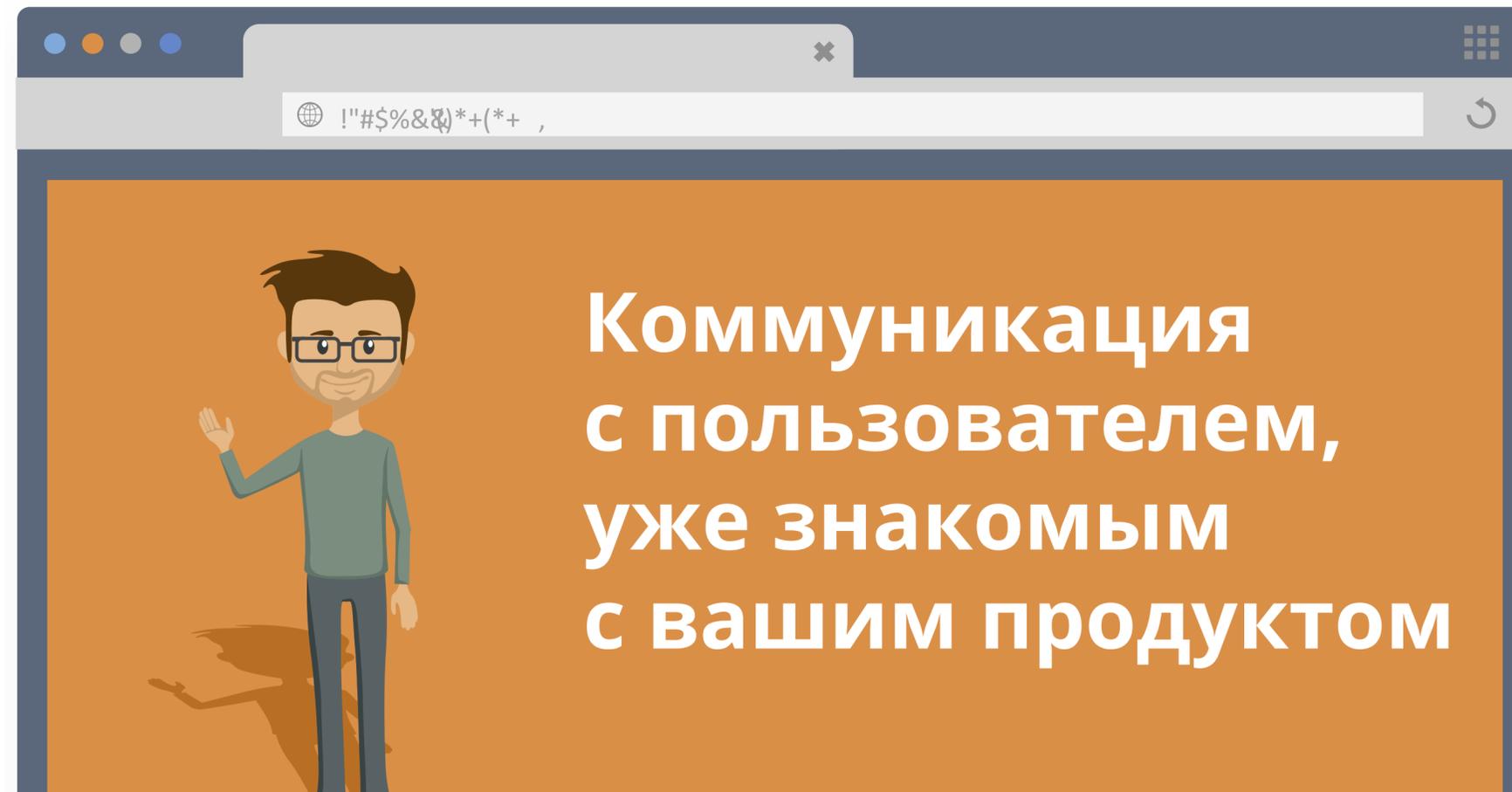
1. Классический

2. Аудиторные сегменты

3. Ретаргетинг

4. Пиксель GetIntent

Аудитория сайта



Верная стратегия

Гибкое управление таргетингом



1. Классический

2. Аудиторные сегменты

3. Ретаргетинг

4. Пиксель GetIntent



Установи пиксель
на сайт

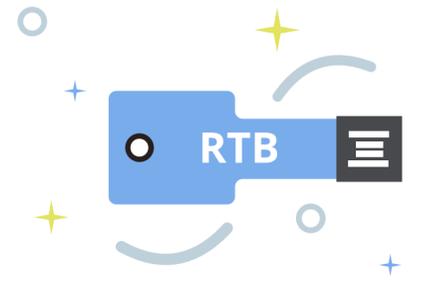


Узнай, кто
твоя аудитория



Проведи максимально
точные и эффективные
рекламные кампании

Задачи, которые решает RTB



Медийные кампании:
Максимальный
охват



Медийные кампании:
Охват новой
аудитории



Конверсионные кампании:
Работа с существующей
аудиторией сайта
(повышение лояльности,
повышение чека)



Конверсионные кампании:
Работа с новой
аудиторией, PVC



Имидж

+



Cost оптимизация

+



CPC, CTR
max CPM



Технологии будущего
для достижения
новых вершин!





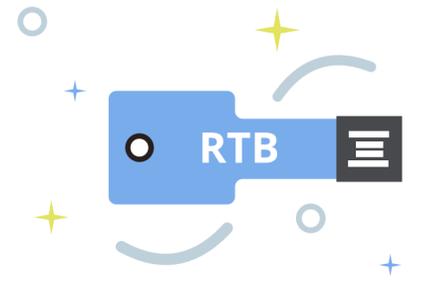
**Юлия
Литовченко**
CEO Programmatic
media - Exclusive
Partner GetIntent
in Ukraine



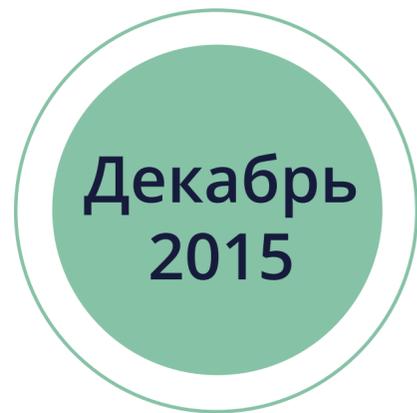
**Компания
Programmatic media -
ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ Партнер
GetIntent в Украине**



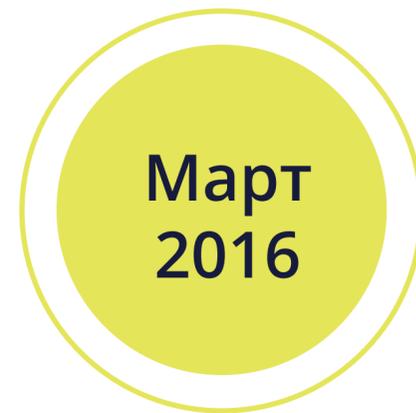
Наш выбор - TRUE DSP GetIntent



Начало работы
с GetIntent



Введена валюта «гривна» -
эксклюзивная опция
в аккаунте
Programmatic media

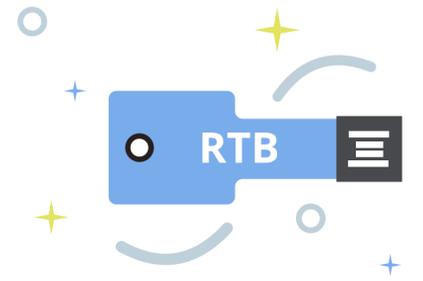


Получен статус
Эксклюзивного
Партнера в Украине



Уже более 500
рекламных кампаний,
более 150 Рекламодателей

Как работать с GetIntent в Украине



Компании, ведущие деятельность в Украине



PROGRAMMATIC MEDIA

Exclusive Partner in Ukraine



Регистрация через Programmatic media - Exclusive Partner in Ukraine



Личный Аккаунт в GetIntent Валюта – гривна Эксклюзивно



Разработка Решения Медиа-план Прогноз KPI



Запуск и оптимизация кампаний, ежедневный аудит кампаний

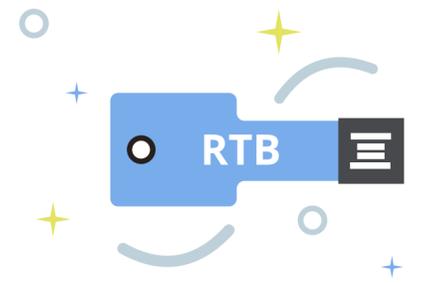


Support кампаний в DSP GetIntent



Отчет по кампаниям Рекомендации Документальное сопровождение

Как зарегистрироваться в DSP GetIntent в Украине



О Нас Контакты Личный Кабинет **Регистрация** • • • ▶

🔒 Регистрация через Programmatic media - Exclusive Partner in Ukraine

- 1 Зайдите на сайт:
programmaticmedia.com.ua
- 2 Заполните форму регистрации
- 3 support@programmaticmedia.com.ua
Подтвердит Вашу регистрацию
- 4 У Вас появится Ваш Личный менеджер в Programmatic media

Кастомизация для украинских Рекламодателей

Декабрь 2015

- ⊕ Введена валюта «гривна» – эксклюзивно в аккаунте Programatic media

Личный Аккаунт
в GetIntent



| | |
|--------|-----|
| Валюта | UAH |
| | UAH |
| | RUB |
| | USD |

Валюта - гривна
(эксклюзивно)



Гибкие финансовые настройки



Форма оплаты при любой стратегии закупки – за 1 000 показов / CPM.



Но использование predict/ target CPC позволяет получать целевую стоимость клика.



Стратегии закупки CPM

● Fixed CPM

Факт CPM по фиксированному значению CPM.

| | | |
|----------------|--|-----|
| Бюджет ? * | <input type="text" value="100000"/> | UAH |
| Тип ? * | <input type="text" value="Fixed CPM"/> | |
| Дневной бюджет | <input type="text" value="3333"/> | UAH |
| Цена ? * | <input type="text" value="18"/> | |

● Max CPM

Факт CPM будет «до» заданного значения. В кампании будет отработано количество показов больше плановых.

| | | |
|----------------|--------------------------------------|-----|
| Бюджет ? * | <input type="text" value="100000"/> | UAH |
| Тип ? * | <input type="text" value="Max CPM"/> | |
| Дневной бюджет | <input type="text" value="3333"/> | UAH |
| Цена ? * | <input type="text" value="23"/> | |

● Target CPC

Работа Click predict. Система будет стремиться удержать или сделать меньше заданный CPC. CPM варьируется свободно.

| | | |
|----------------|---|-----|
| Бюджет ? * | <input type="text" value="100000"/> | UAH |
| Тип ? * | <input type="text" value="Target CPC"/> | |
| Дневной бюджет | <input type="text" value="3333"/> | UAH |
| Цена ? * | <input type="text" value="5"/> | |

Как запустить кампанию в DSP GetIntent в Украине



① Прислать Бриф Вашему менеджеру в РМ

- Поставить цель и задачи кампании
- Описать целевую аудиторию
- Соц дем
- Поведенческие характеристики
- Намерения и интересы
- Обозначить KPI

② Получить Решение в медиа-плане



③



Подтвердить запуск кампании



Оплатить кампанию



Прислать креативы



④ Во время кампании в эфире:

- Заходить в личный аккаунт
- Получать промежуточный отчет
- Получать информацию об оптимизации
- Получить отчет пост-кампейн
- Получить рекомендации

⑤

Прислать новый Бриф на вторую кампанию





Верная стратегия



Верная стратегия

От “общего” к “частному”



Сбор максимального объема данных



Подготовка инфраструктуры
для анализа релевантности стратегий



Ручная оптимизация



Оптимизация на основе машин-
ного обучения (работа predict)



Получение итоговых
стратегий

Задача №1

Задать верные «вопросы» до старта



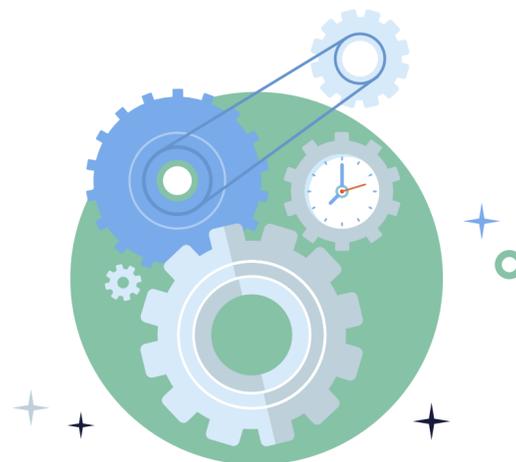
Какие **целевые показатели**?
Plan/Fact

KPI must have

- CPM max
- Imps min

KPI предиктивно - целевые

- CTR%
- CPC
- Clicks
- Imps Uniq



Какие **«рычаги воздействия»** доступны?

- Установка пикселя GI
- Количество креативов
- Готовность переделывать неработающий креатив
- Свобода в оптимизации
- Время на запуск и настройку



Есть ли **доступ** ко всей **необходимой информации**?

- Исходная информация по GA
- Опыт кампаний
- Описание поведения и интересов ЦА
- White list для ЦА
- Black list
- Фидбек во время и после кампании

Задача №2

Найти нужные инструменты



Смарт-пиксель GetIntent

-  Установка конверсионных правил
-  Легко интегрируются в GTM
-  Несколько видов пикселей
-  Отслеживание самых сложных сценариев

Макрос / UTM метка

-  **Обширный список макросов** для транслирования данных в сторонних системах аналитики
-  **Доступны сторонние клик - трекеры** (adriver, gemius и др.)

Доступ к аналитике

-  Настройка **ежедневной выгрузки отчетов** на почту менеджера Programmatic media
-  **Доступ к аккаунту Gemius** и другим системам аналитики, подключенным к кампании

Верная стратегия

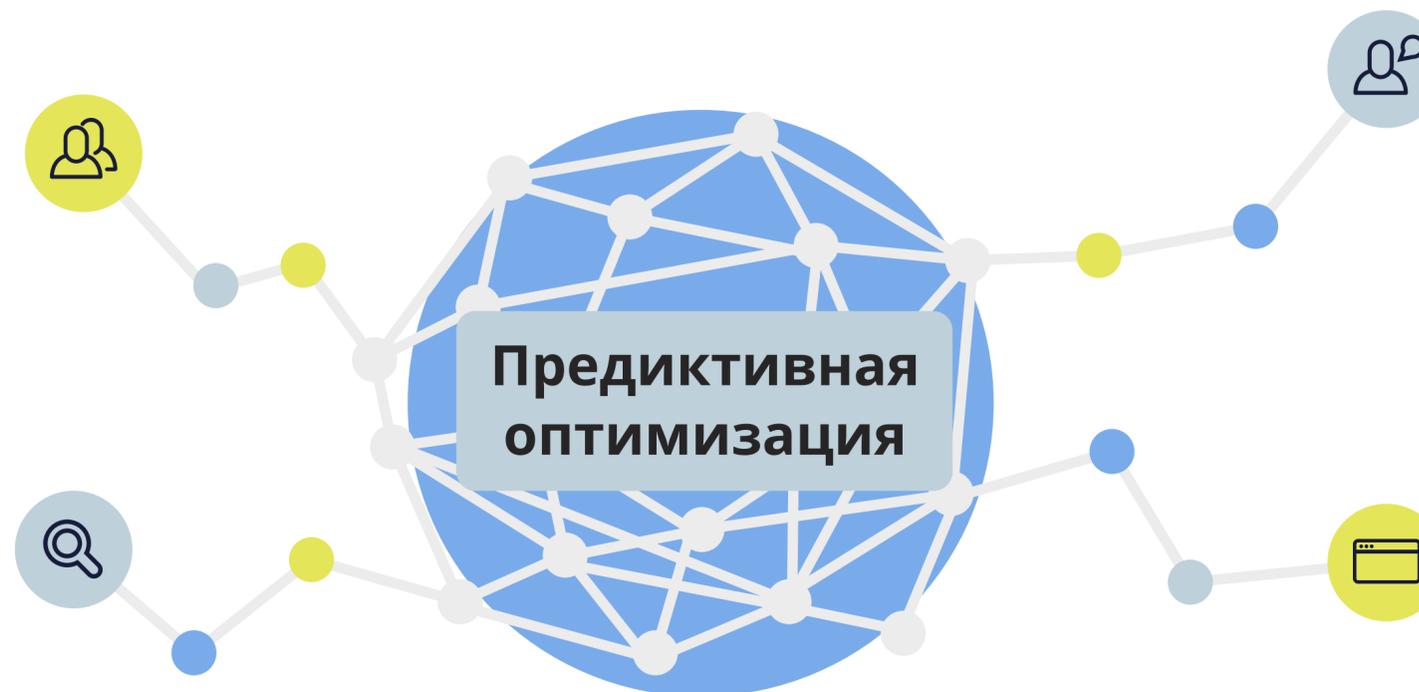
Задача №3

Создать “Общее”



Аудиторная закупка
(с использованием nous,
aidata, amberdata и др.)

Контекстуальный таргетинг
и таргетинг по ключевым
словам



Ретаргетинг под разные
аудитории + запуск РК
с таргетом на lock-a-like
аудиторию

White list
тематических доменов

Predict - всему голова!



Ретаргетинг
(Аудитория сайта)



Аудиторные
сегменты (DMP)



Контекст страницы
(Семантика)



Тематические
домены

Все данные, накопленные
в системе, используются
в GI Predict.

Выбираем стратегии
машинной оптимизации.



Predict 1:

Целевые показы
с заданным показателем
CTR% - target CTR%

Predict 2:

Целевые клики
с заданной стоимостью
CPC - target CPC

Этапы рекламной кампании в GetIntent



Запуск
нескольких
стратегий

Запуск и оптимизация кампаний ежедневный аудит кампаний



Многоуровневая отчетность онлайн в аккаунте



Базовый отчет

- Период
- Показы
- CPM
- CTR%
- CPC
- Клики
- Бюджет



Доп таргетинги

- Домены верхнего уровня
- SSP
- Креативы
- Устройства
- PCC (при установке пикселя GI)
- PVC (при установке пикселя GI)
- И другие



The screenshot displays the reporting interface with the following elements:

- Dataset:** Расширенный отчет по кампаниям
- Период:** 2016-06-01 - 2016-08-31
- Часовой пояс:** Europe/Kiev (UTC+03:00)
- Группировка:** Рекламодатель (ID), Дата
- Columns:** Рекламодатель (ID), Категории контента, **Название конверсии**, Страна, Креатив (ID), Размер креатива, Дата
- Filters:** Programmatic media/ТЕСТОВЫЙ (2009)
- Buttons:** + Добавить фильтр, Показано колонок: 9 из 10, Экспорт в Excel, Показать отчет

Рекомендации

Programmatic NE работает или работает НЕ ТАК, как мы думаем



- ✓ Принимать рекомендации по планированию
- ✓ Не стремиться просто купить самый дешевый трафик

RTB - это не волшебная кнопка!



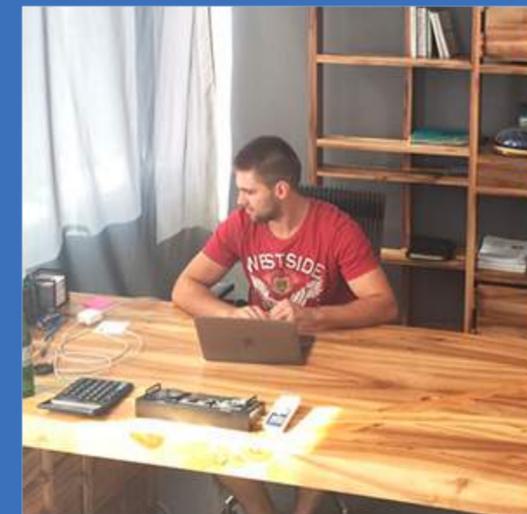
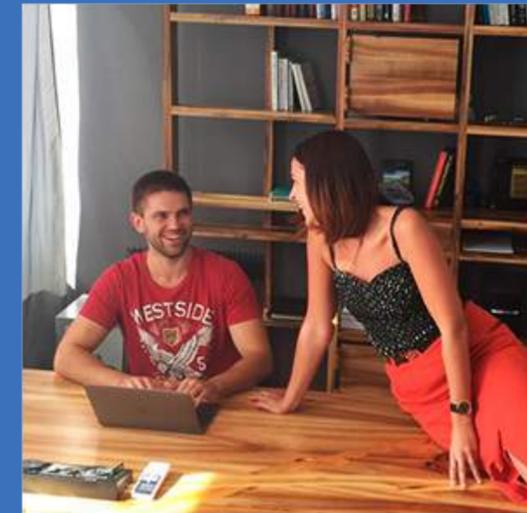
- ✓ Не искать одну волшебную кнопку в виде отработки по сегментам
- ✓ Использовать все таргетинги, а не только по соц дем или поведенческие сегменты



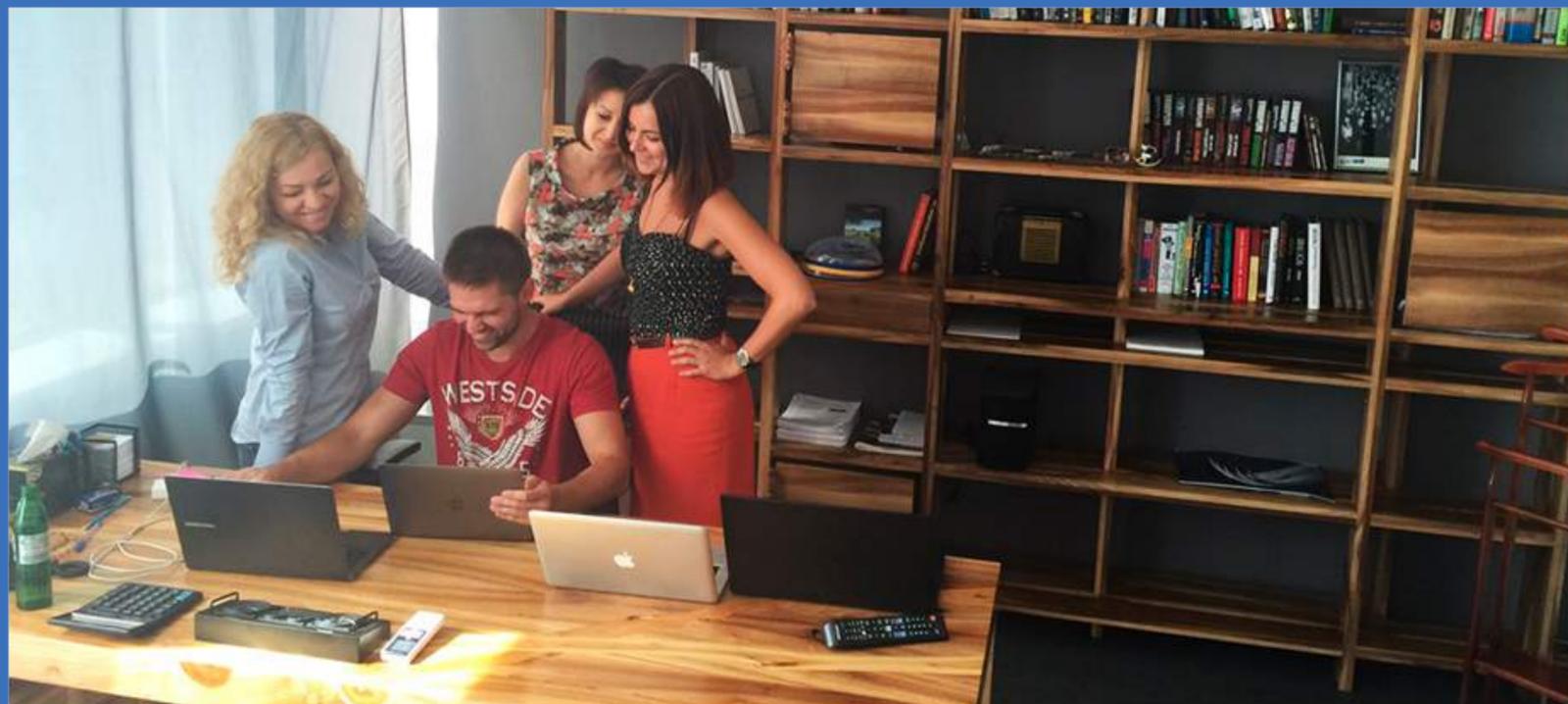
- ✓ Доверять машинной оптимизации Predict!



**Максим
Грицак**
Head of Client Service
Programmatic Media



Кейсы



Кейс №1: Медийно-конверсионный



Сегмент: Автомобильные услуги и товары



Формат

- Медийная реклама
- Display\desktop\mobile\tablet
- Оплата по CPM



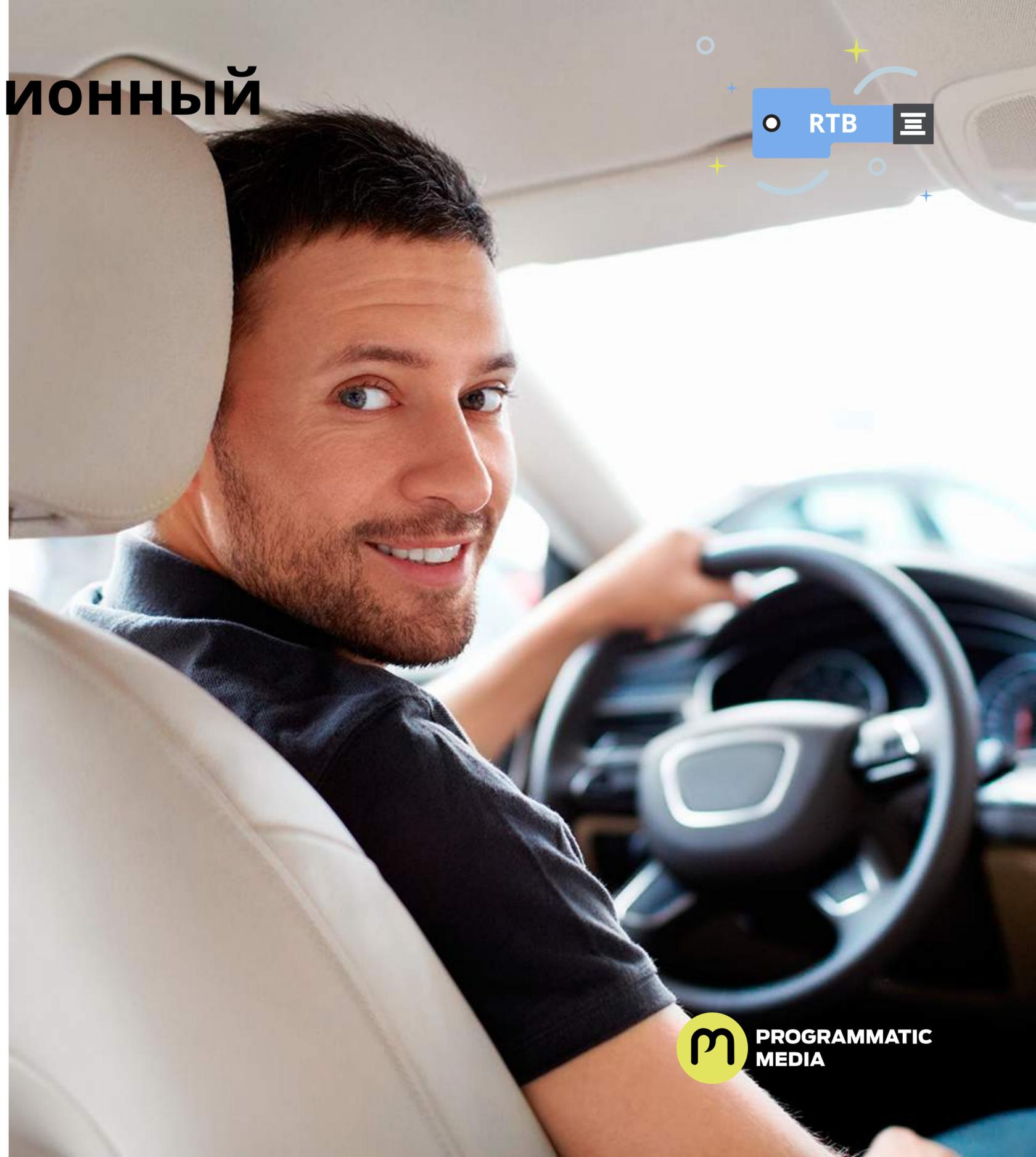
Цель конечная:

Привлечение новой аудитории на сайт для совершения покупок

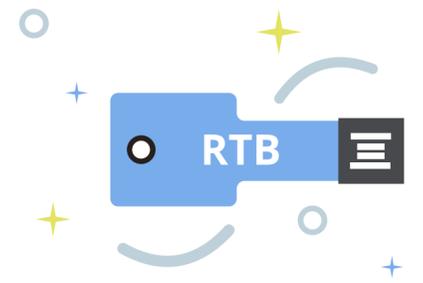


Цель для RTB-кампании:

- Максимизировать количество кликов новой аудитории
- Удерживать целевую стоимость CPC
- Максимизировать PCC и PVC



Кейс №1: Медийно-конверсионный



Сегмент: Автомобильные услуги и товары



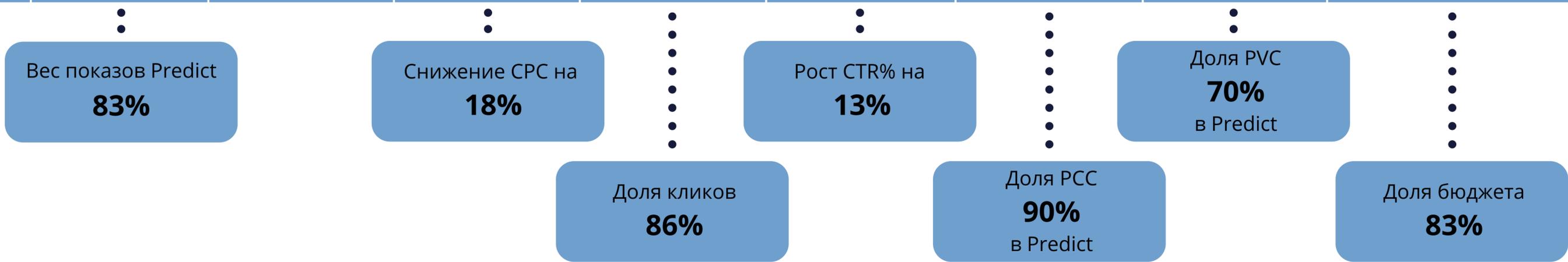
Решение

- ➔ Настраиваем контекстуальный и поведенческий таргетинг на автосегменты и автовладельцев.
- ➔ Исключаем аудиторию, ранее совершающую действия на сайте.
- ➔ Устанавливаем пиксель на сайт.
- ➔ Приводим новую аудиторию, которую будут фиксировать ретаргетинговые каналы.
- ➔ Собираем статистику работы таргетингов, выключаем неэффективные.
- ➔ Включаем машинную оптимизацию - predict.

Predictive modelling



| Стратегия | Показы | CPM | CPC | Клики | CTR | PCC | PVC | Бюджет |
|----------------|-----------|----------|----------|--------|-------|-----|-------|---------------|
| Total | 6 791 844 | 8,60 UAH | 3,85 UAH | 15 181 | 0,22% | 86 | 1 243 | 58 432,97 UAH |
| Другие | 1 130 989 | 8,64 UAH | 4,55 UAH | 2 150 | 0,19% | 8 | 374 | 9 774,18 UAH |
| Predict | 5 660 855 | 8,60 UAH | 3,73 UAH | 13 031 | 0,23% | 78 | 869 | 48 658,79 UAH |



Показатели



Plan vs Fact

| Показатель | Plan | Fact | VS Plan/Fact |
|------------|----------|----------|--------------|
| CPC | 5,00 UAH | 3,78 UAH | -24,4% |



Google Analytics

| | |
|----------------------------------|--------|
| Google Analytics новая аудитория | 82,85% |
| Bounce Rate | 64,00% |
| Коэффициент транзакций | 0,89% |
| PCC | 86 |
| PVC | 1243 |

FEEDBACK

Кейс №2: Медийный



Сегмент: FMCG



Формат

- Медийная реклама
- Display\desktop\mobile\tablet
- Вывод на рынок нового продукта



Цель:

- Построение максимального охвата ЦА в рамках бюджета.
- Создание спроса на продукцию.
- Отследить степень заинтересованности целевой аудитории новым продуктом.



Решение

- ➔ Принято решение сделать упор на мобильность аудитории.
- ➔ 40% mobile\tablet
- ➔ 60% desktop
- ➔ Определение ЦА в интернете, таргетинг на релевантные поведенческие и контекстуальные сегменты.

Медиа-планирование кампании FMCG



| Опции РК | Таргетинг | Единица | CPM * | Кол-во | Прогнозное кол-во уникальных показов | Прогнозный CTR% * | Прогнозное кол-во кликов * | Прогнозная ст-ть клика CPC * | Сумма без НДС | Сумма с НДС |
|----------|--------------------------|---------|-----------|------------------|--------------------------------------|-------------------|----------------------------|------------------------------|--------------------|--------------------|
| Опция №1 | Домены (white list) №1 | CPM | 25,00 грн | 400 000 | 133 333 | 0,11% | 440 | 22,73 грн | 10 000 грн | 12 000 грн |
| Опция №1 | Контекстный таргетинг №1 | CPM | 25,00 грн | 500 000 | 166 667 | 0,13% | 650 | 19,23 грн | 12 500 грн | 15 000 грн |
| Опция №3 | Поведенческие сегменты | CPM | 27,00 грн | 400 000 | 133 333 | 0,11% | 440 | 24,55 грн | 10 800 грн | 12 960 грн |
| Опция №4 | Соц дем сегменты | CPM | 27,00 грн | 250 000 | 83 333 | 0,10% | 250 | 27,00 грн | 6 750 грн | 8 100 грн |
| Опция №5 | Predictive modelling | CPM | 18,00 грн | 4 200 000 | 1 400 000 | 0,19% | 7 890 | 9,47 грн | 75 600 грн | 90 780 грн |
| | | Итого: | 20,11 грн | 5 750 000 | 1 916 667 | 0,17% | 9 760 | 11,85 грн | 115 650 грн | 138 780 грн |

Plan vs Fact



| Показы | Plan | Fact | VS Plan/Fact |
|-------------------|----------------|----------------|--------------|
| Показы | 5 750 000 | 6 134 368 | 6,68% |
| Уникальные показы | 5 71 916 667 | 2 853 194 | 2,15% |
| Клики | 9 760 | 16 375 | 67,78% |
| CTR | 0,17% | 0,27% | 64% |
| CPM | 20,11 UAH | 18,85 UAH | 6,27% |
| CPC | 11,85 UAH | 7,60 UAH | 40,40% |
| Бюджет | 115 650,00 UAH | 115 650,60 UAH | const |

FEEDBACK

Влияние предиктивной рекламной кампании



При использовании предиктивной оптимизации стоимость клика оптимизирована на **52%**.

| Стратегия | Показы | CPM | CPC | Клики | CTR |
|-----------|-----------|-----------|-----------|--------|--------|
| Total | 6 134 368 | 18,85 UAH | 7,06 UAH | 16 375 | 0,267% |
| Другие | 1 618 050 | 22,93 UAH | 14,73 UAH | 2 520 | 0,156% |
| Predict | 4 516 318 | 17,39 UAH | 5,67 UAH | 13 855 | 0,307% |



Итого: преимущества работы с DSP GetIntent



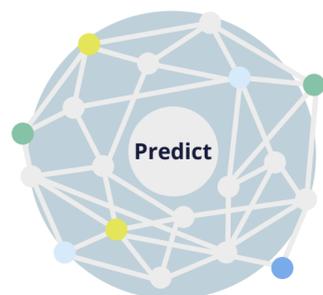
Собственная
технология GetIntent



Эксклюзив-продажа
Support Оптимизация



35 SSP,
7 DMP



Собственные
алгоритмы Predict



Постоянные
обновления в DSP



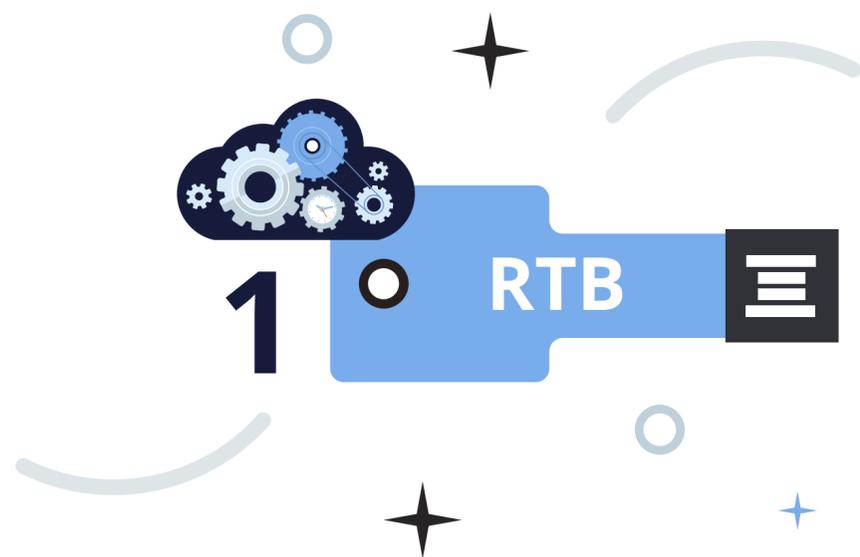
Полный контроль
со стороны клиента



Успешный
опыт

Ключ к успеху в RTB

True DSP



DSP GetIntent

Верная стратегия



+ Predict

Экспертиза



Спасибо за внимание!
Welcome to RTB!

