

# КЕЙС КАТЕГОРИИ FMCG



**Замороженная  
продукция быстрого  
приготовления**  
Пельмени, вареники

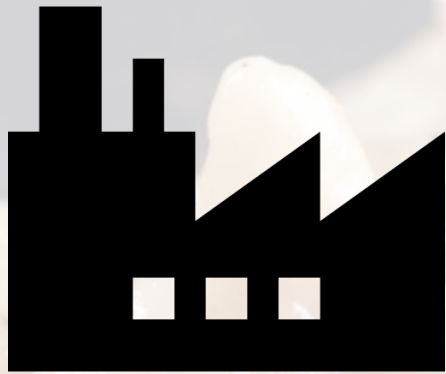


Продукт украинского  
производителя  
История бренда: На рынке  
продукт 2-ой год



Получены отличные  
результаты продаж в  
нескольких областях

# Планы Бренда на 2019

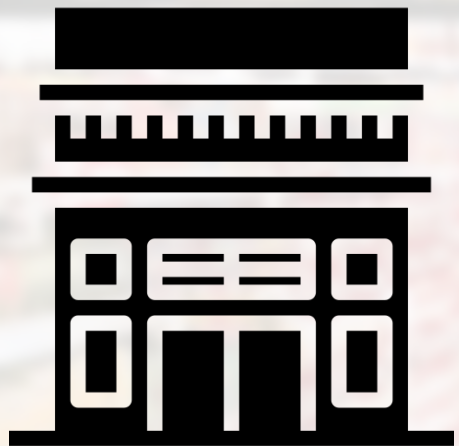


**Расширение  
производства**



**Поставка продукции  
по всей Украине**

# Опыт в рекламе:



**POS-материалы**

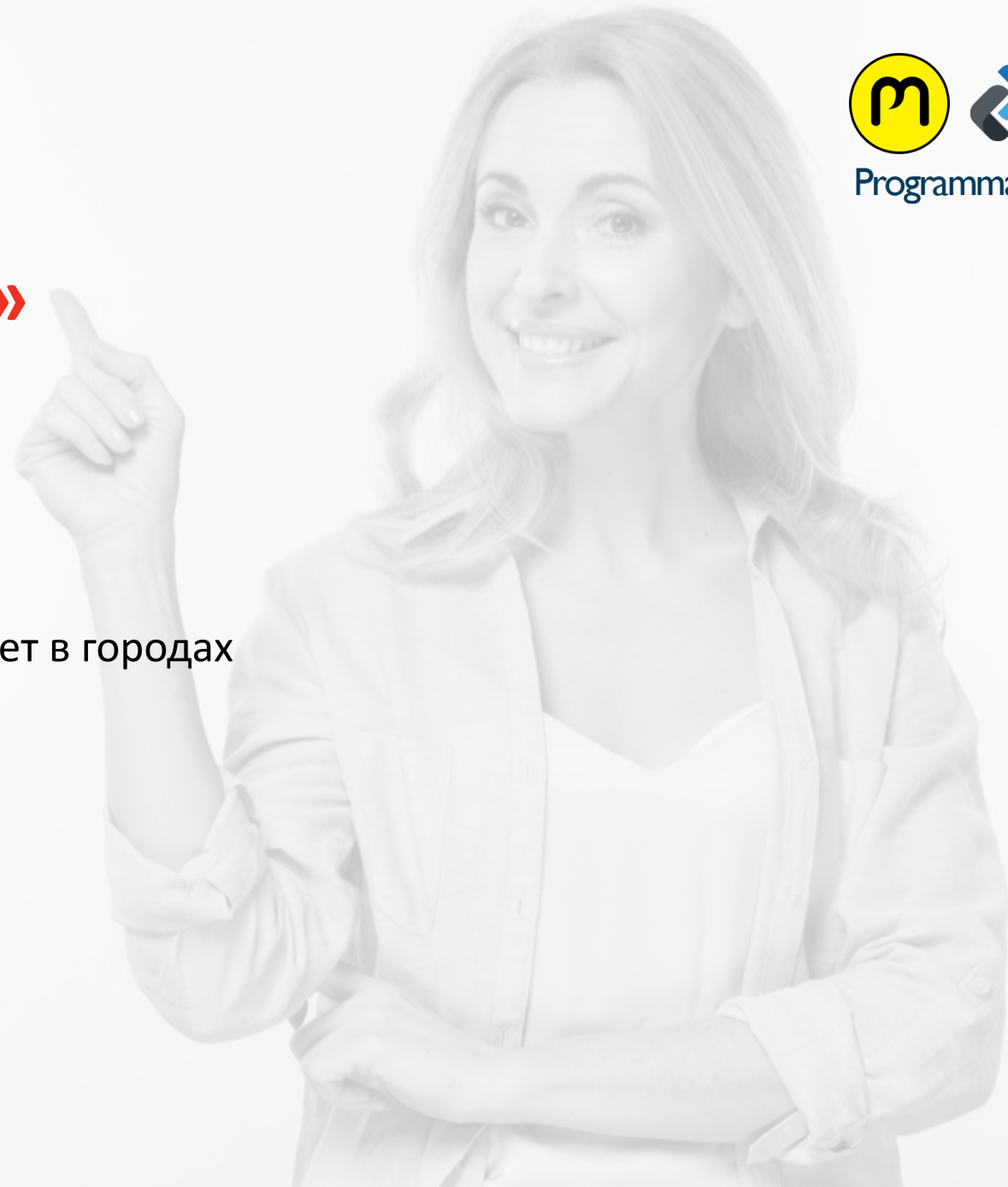


**Локальная ООН**

## «Традиционная»

### Ж 25-45

Семейная, с детьми, проживает в городах  
100К+, доход средний  
Интересы: кулинария, семья



## Исследовать ЦА перед выходом на масштабы Украины

«Традиционная»  
ЦА Ж 25-45



«Другая»  
ЦА М/Ж

## Формат исследования

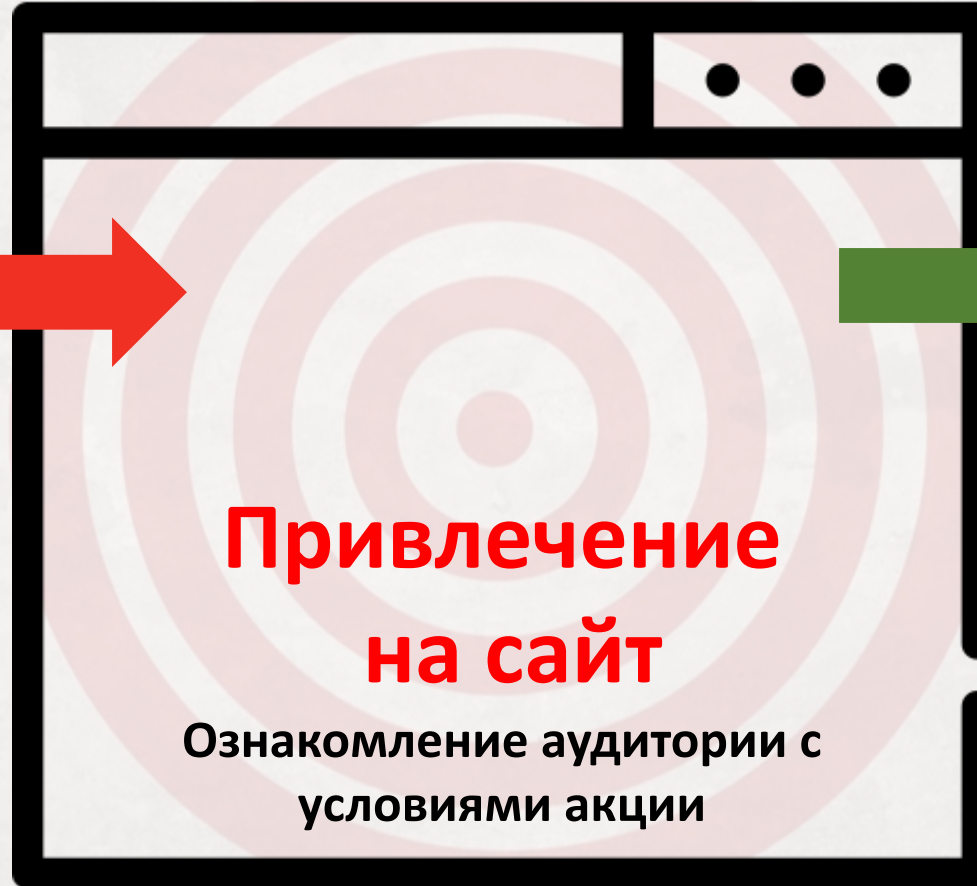
Проведении акции для областей, с широкой пенетрацией продукции в ритейле

Каналы рекламы: интернет реклама (для возможности анализа портрета активных участников акции), POS-материалы, ООН

# Цели ПРОМО кампании



**Баннер**



1



**Коррекция  
портрета ЦА**

Анализ вовлеченной  
аудитории

2

# Решение (лендинг)

Для оценки эффективности настроены

**микро конверсии:**

- ✓ Скрол на 75%
- ✓ Длительность сеанса 40+ сек





# Решение (ПК)



Соц-дем  
таргетирование

1

Таргетинг по интересам,  
machine learning

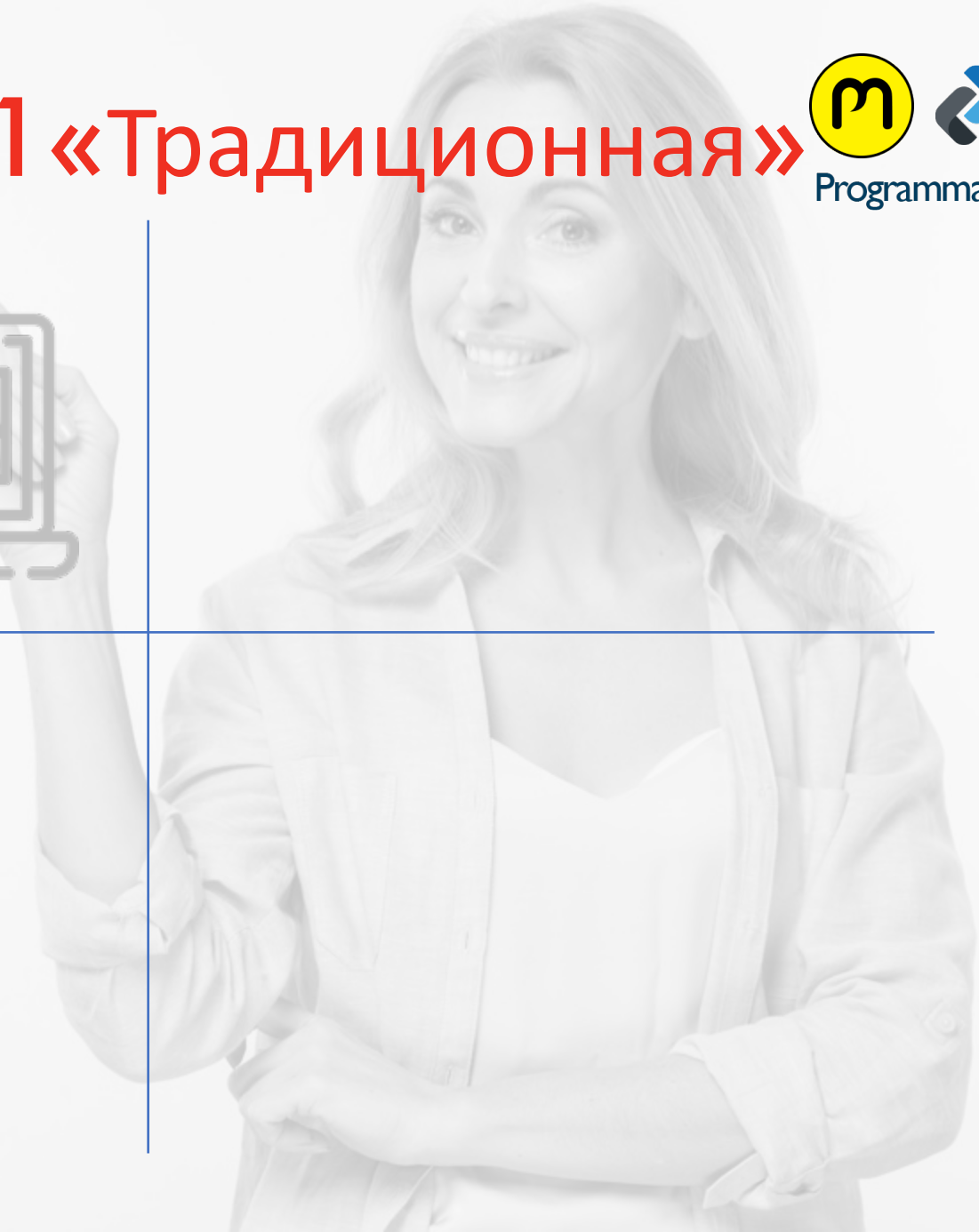
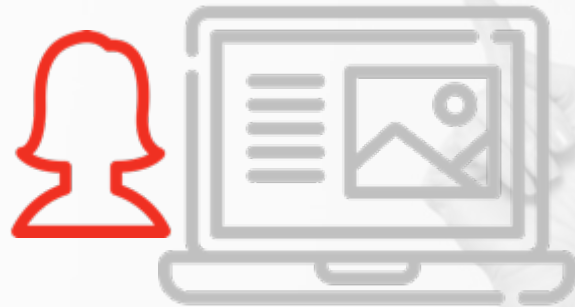
2



# Решение (РК) #1 «Традиционная»

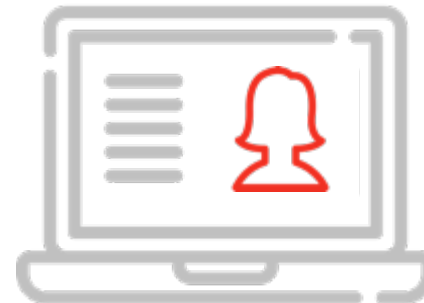


Соц дем



# Решение (РК) #2 «Другая»

Аудиторные  
сегменты



White-lists

Контексты



Predict



## Увлекающиеся кулинарией

Фильмы и сериалы

## Рецепты, кулинария

Женские интересы

Еда и напитки

## Семья и дети

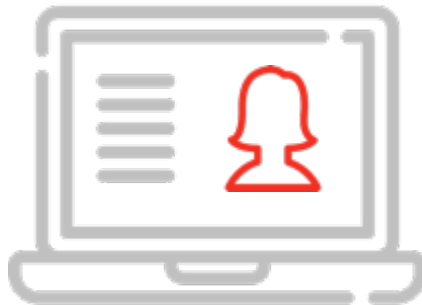
## Продукты питания

Забота о здоровье

Любители продуктовых акций и призов



# White lists



Можливо все!

Хочу



Clutch



Кухня



Семья, материнство



Кулинария, Питание



Дом



Забота о здоровье

От общего



**К частному**

По ходу рекламной кампании анализируется поведение посетителей на сайте, а далее с помощью математического моделирования подбираются пользователи со схожими поведенческими характеристиками



**Привлечение на сайт потенциально заинтересованной ЦА  
(target CTR%)**

# Predict результат



## **КОРРЕКЦИЯ ПОРТРЕТА ЦА**

**Анализ участников акции по принадлежности к сегментам**



# Результат: поведенческие характеристики вовлеченной аудитории



## Увлекающиеся кулинарией

Демография/Пол/Женщины Возраст 17-21

Демография/Пол/Мужчины Возраст 17-21

**Фильмы и сериалы**

Рецепты, кулинария

Женские интересы

Интересующиеся доставкой еды на дом

**Еда и напитки**

Демография/Пол/Мужчины Возраст 22-24

**Поиск работы**

Посетители букмекерских контор

Демография/Пол/Женщины Возраст 22-24

Спорт

Велосипедисты

**Покупатели мужской одежды**

Посетители сайтов знакомств

# Результат: медиа показатели

Тип РК:	Показы	CTR	CPM	Bounce Rate	Цель «Скрол 75%»	Цель «40+ сек»	Соц-дем попадание Ж 25-45
Соц-дем таргетинг	2 000 000	0,11%	x+20%	61%	31,7%	11,5%	74%
Аудиторные сегменты, white-list, predict, контексты	2 000 000	0,18%	x	50,8%	42%	16,8%	43%

Данные по конверсиям, полученные по пикселю Getintent (PPC, PVC) показали, что наиболее заинтересованной в акции аудиторией были

**Ж (43%) М/Ж (22%) 18-24**

# Выводы РК:



**Подтвердилась  
гипотеза Гипотеза #2**

У продукции более широкая ЦА  
М/Ж 18-24



Для дальнейшего продвижения  
**Использовать две  
самостоятельные ЦА**

Ж 25-45  
М/Ж 18-24



**Развиваем бренд  
вместе с вами**