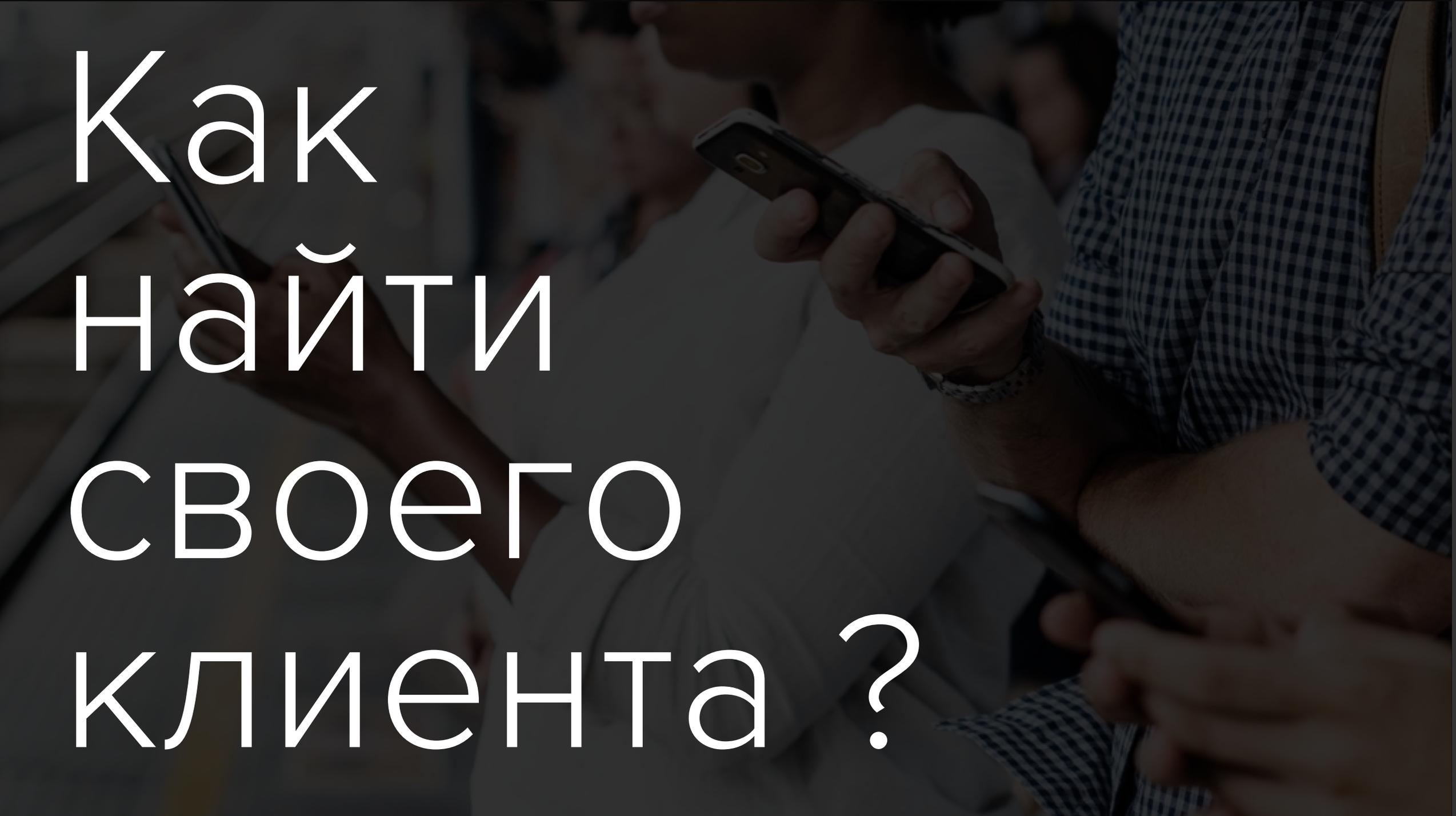


Мария Балакирева  
[m.balakireva@corp.mail.ru](mailto:m.balakireva@corp.mail.ru)

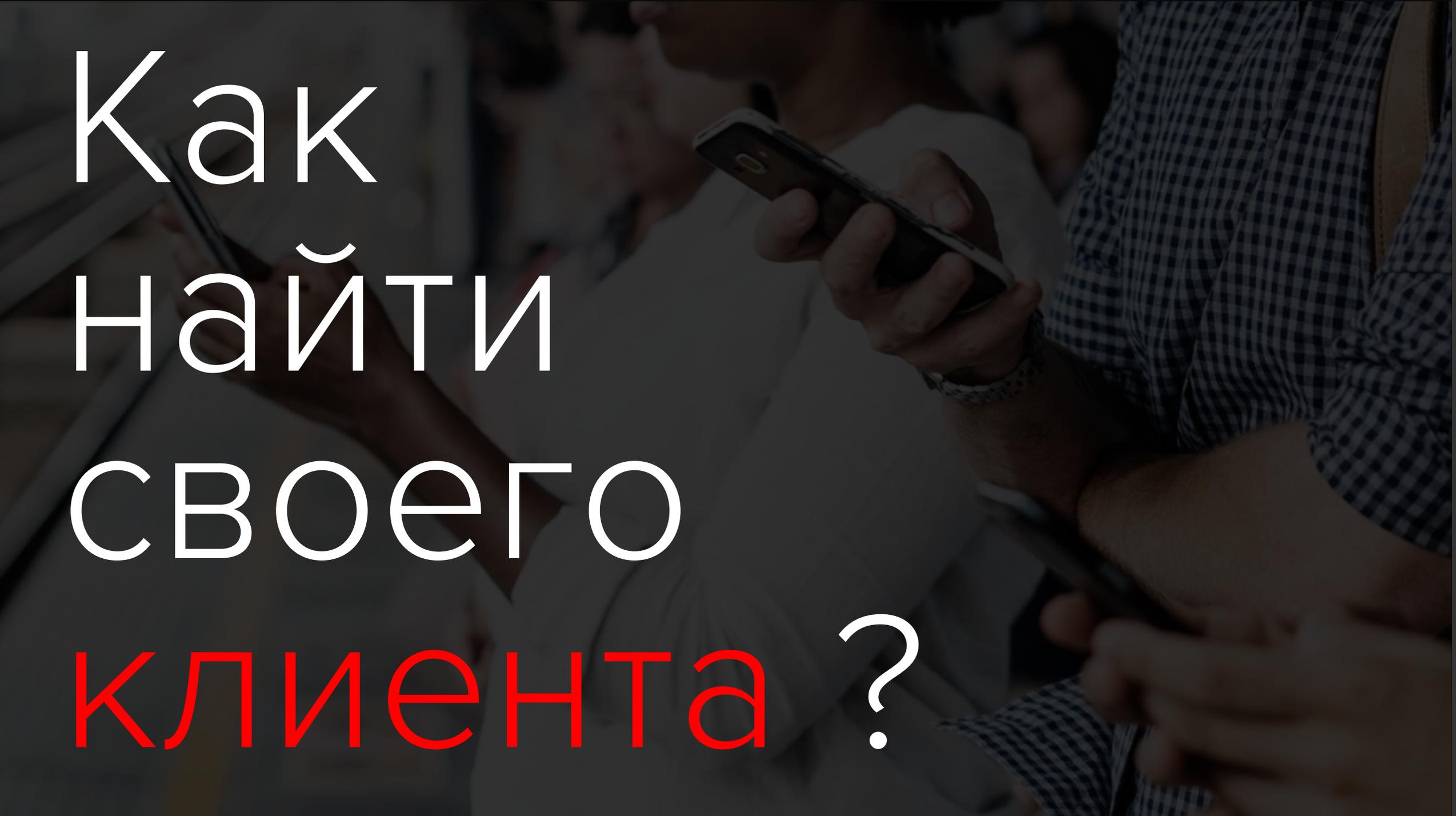


# Рекламные сервисы Mail.ru Group

19.04.2019



Как  
найти  
своего  
клиента ?

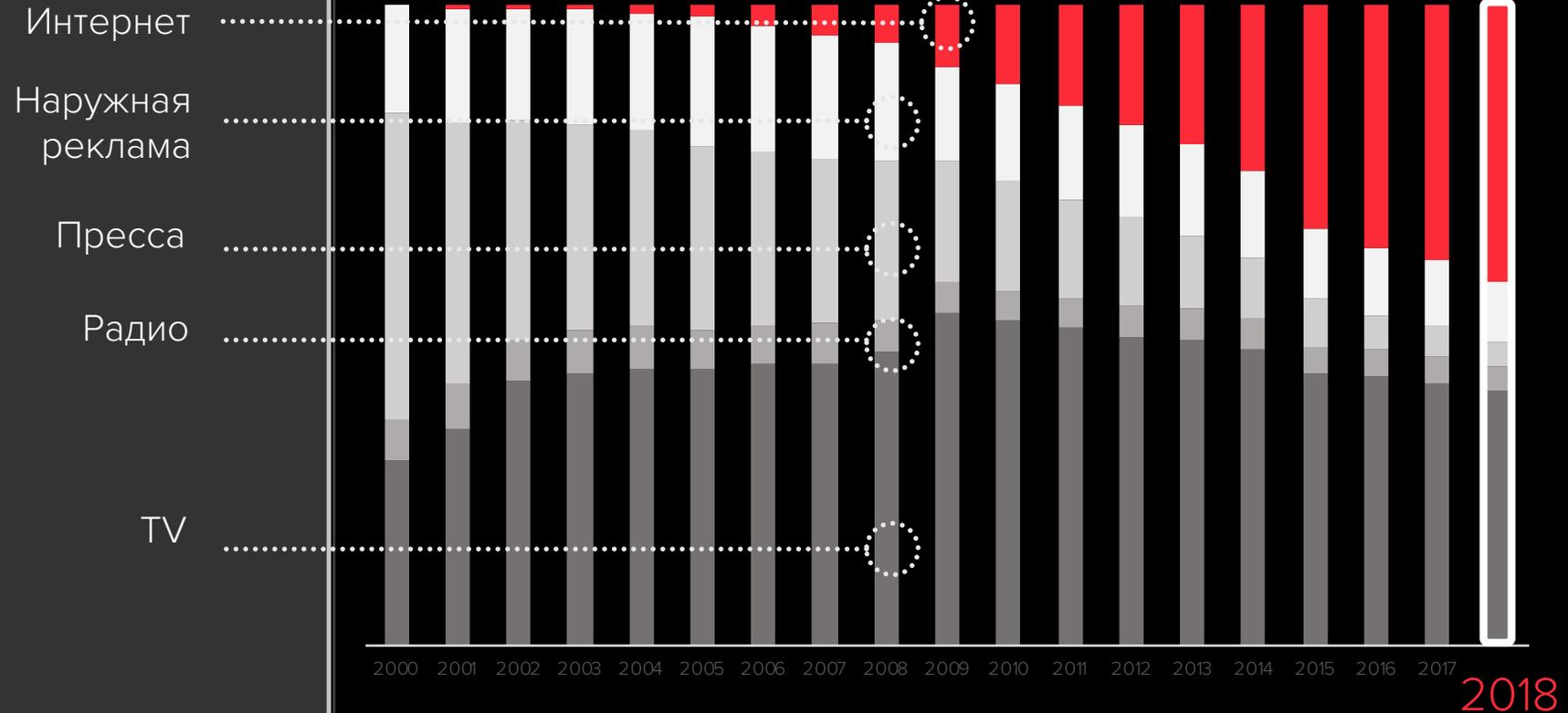


Как  
найти  
своего  
клиента ?

# Динамика затрат рекламного рынка России

# 43%

- составила доля расходов на рекламу в Интернете в 2018 году, когда Интернет **обогнал** TV по сумме рекламных бюджетов



18 лет

исполнилось детям, родившимся, когда пресса была лидером по рекламным расходам

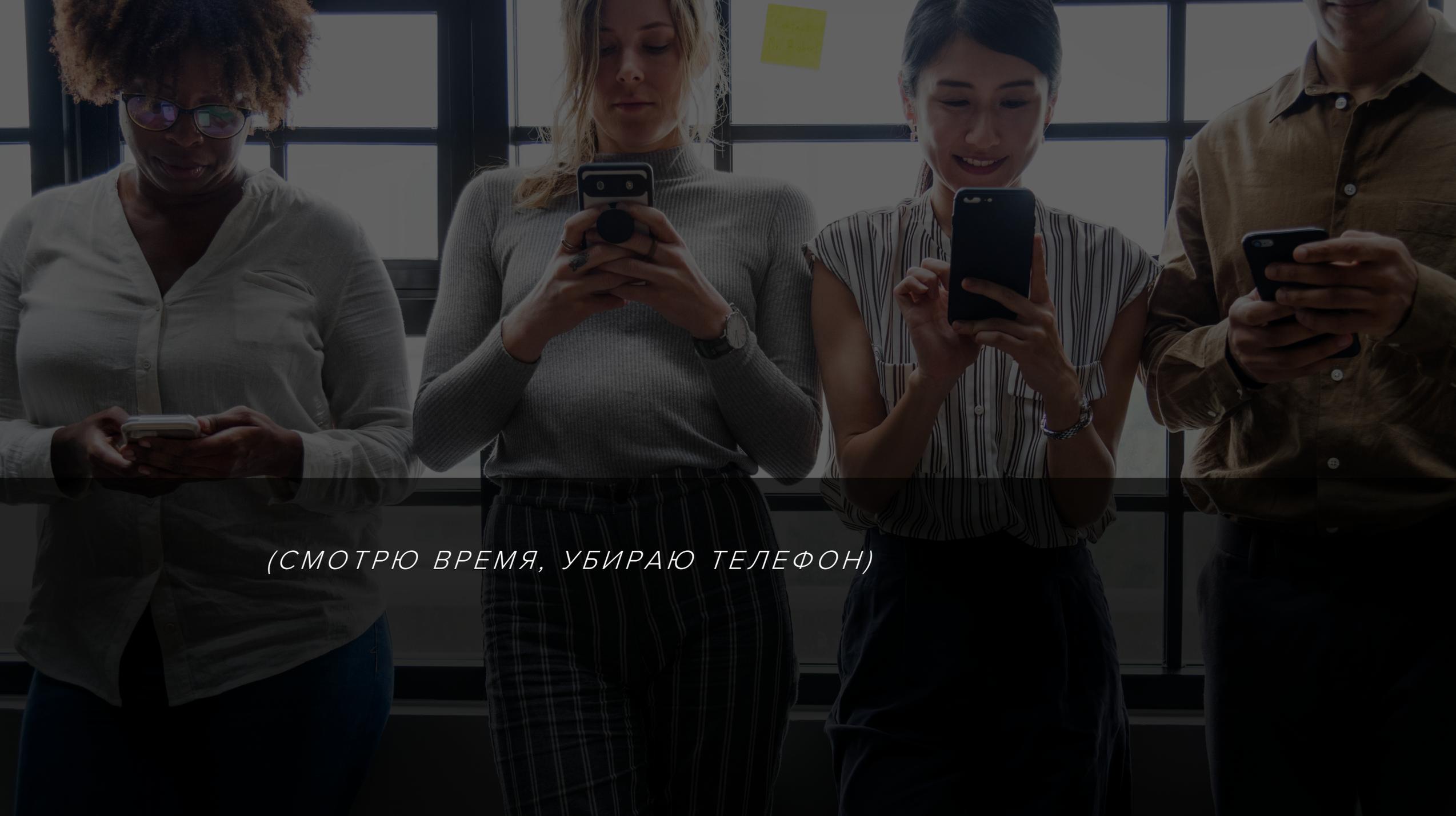
в 7 раз

увеличились расходы на рекламу в Интернете за последние 10 лет

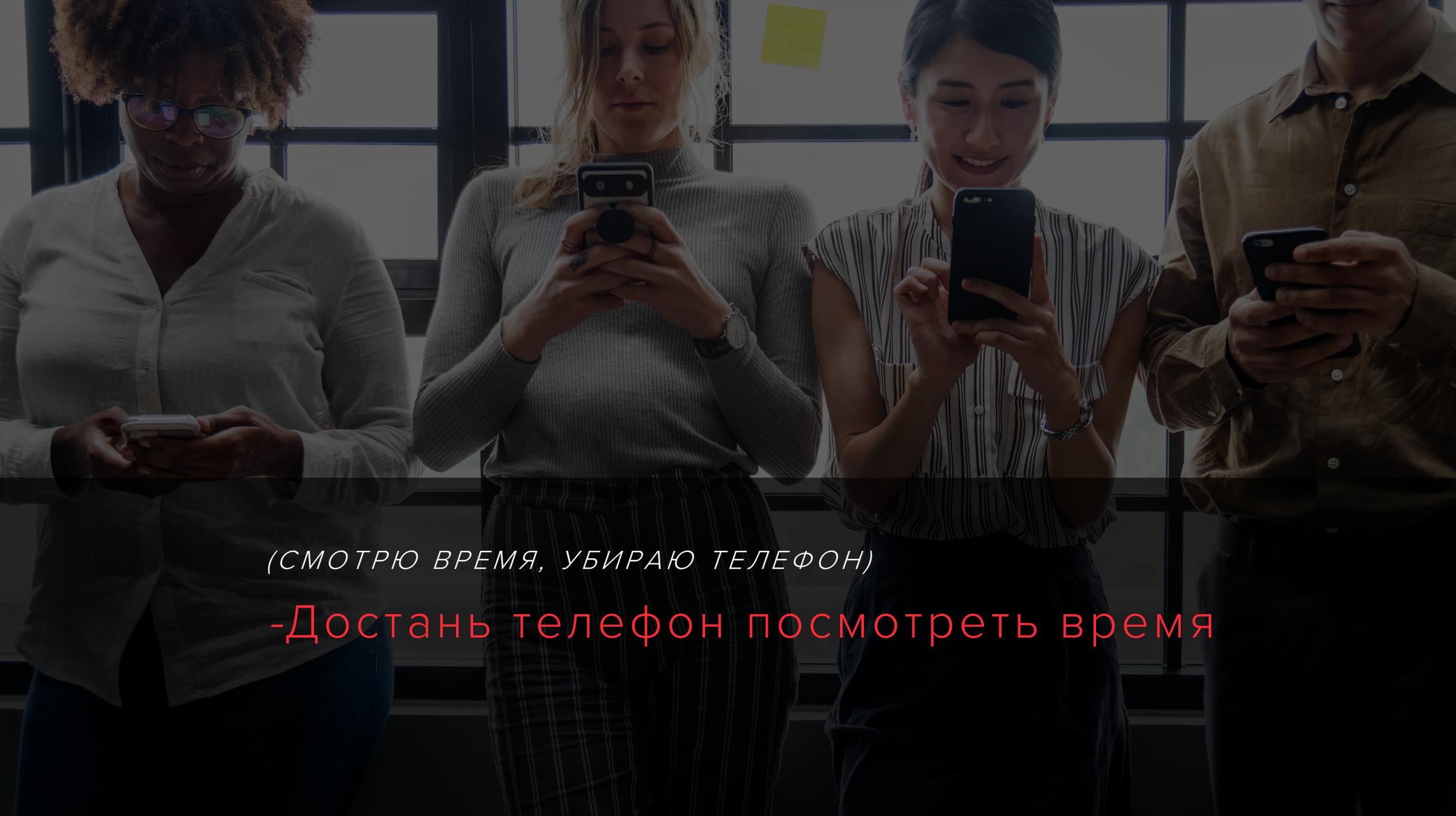
каждый 2-ой

рубль, потраченный на рекламу, уходит в Digital



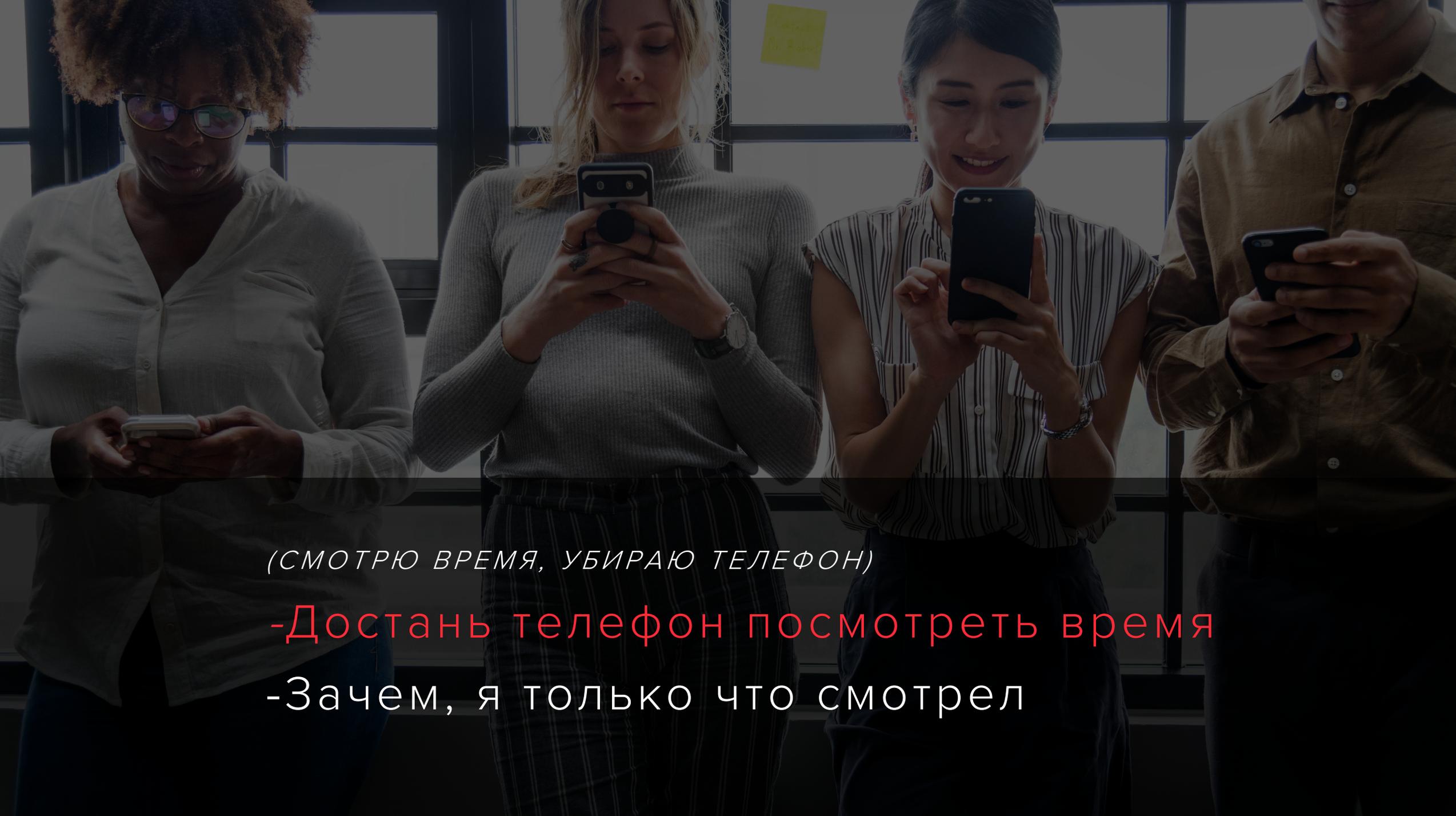


*(СМОТРЮ ВРЕМЯ, УБИРАЮ ТЕЛЕФОН)*

A photograph of four people in an office setting, all looking at their smartphones. From left to right: a woman with glasses and a white cardigan, a woman in a grey sweater, a woman in a striped shirt, and a man in a brown shirt. The image is dimly lit with a dark overlay.

*(СМОТРЮ ВРЕМЯ, УБИРАЮ ТЕЛЕФОН)*

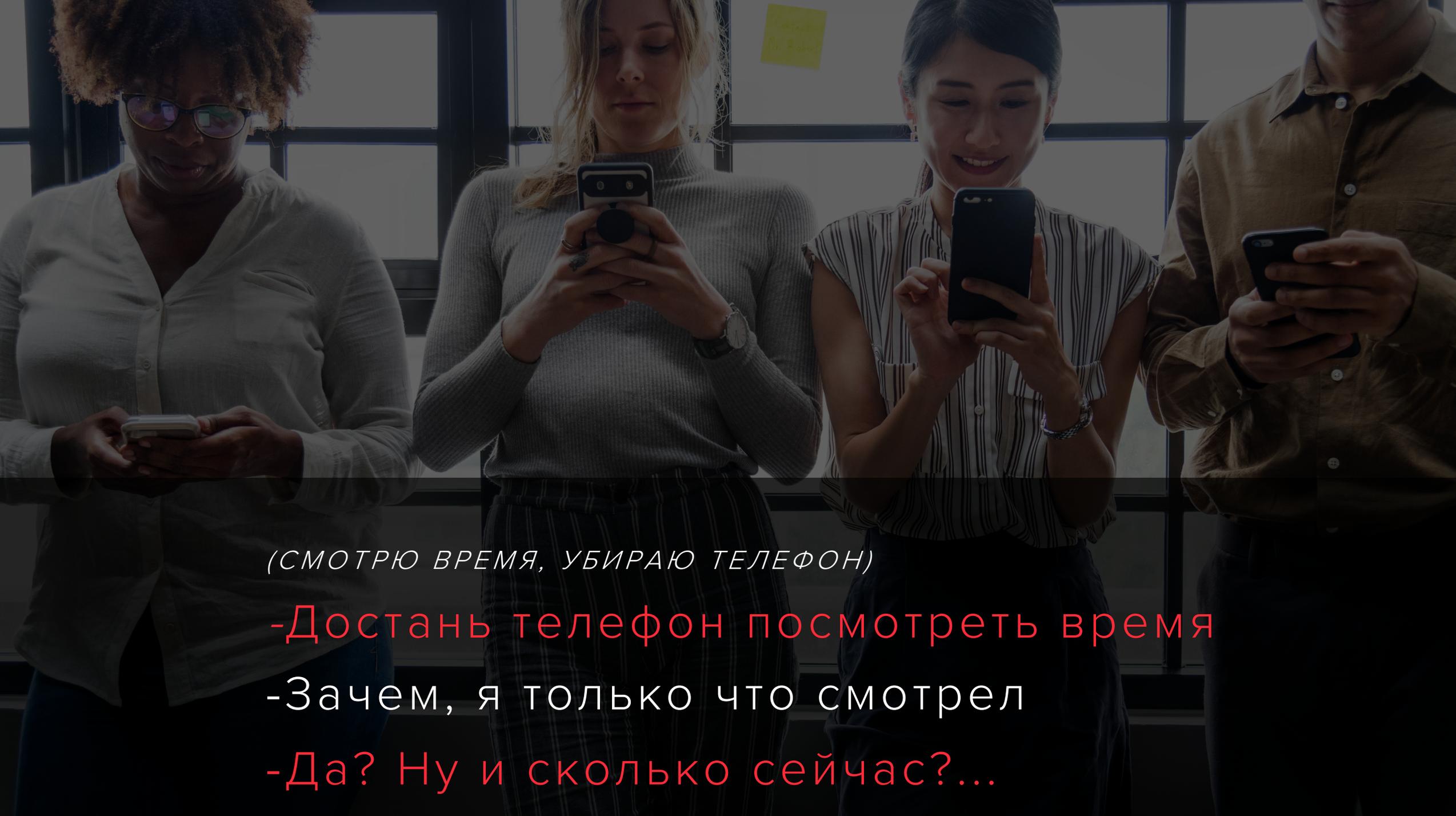
-Достань телефон посмотреть время

A photograph of four people in an office setting, all looking at their smartphones. From left to right: a woman with glasses and a white cardigan, a woman in a grey sweater, a woman in a striped shirt, and a man in a brown shirt. The image is dimly lit with a dark overlay.

*(СМОТРЮ ВРЕМЯ, УБИРАЮ ТЕЛЕФОН)*

-Достань телефон посмотреть время

-Зачем, я только что смотрел

A photograph of four people in an office setting, all looking at their smartphones. From left to right: a woman with glasses and a white cardigan, a woman in a grey sweater, a woman in a striped shirt, and a man in a brown shirt. The image is dimly lit with a dark overlay.

*(СМОТРЮ ВРЕМЯ, УБИРАЮ ТЕЛЕФОН)*

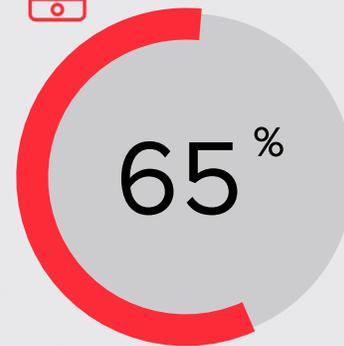
-Достань телефон посмотреть время

-Зачем, я только что смотрел

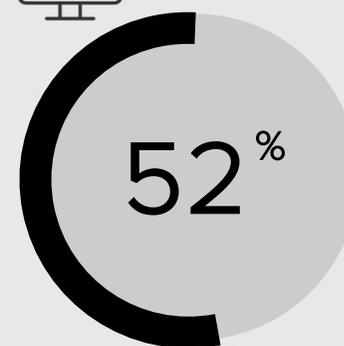
-Да? Ну и сколько сейчас?...

# Мобильная аудитория

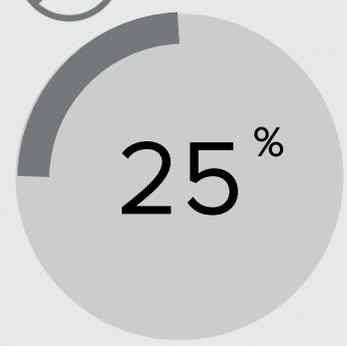
обогнала десктопную  
и продолжает расти



+ 9% за год



+ 1% за год



- 8% за год

## Mobile only users

24 млн пользователей = 27% аудитории Рунета

+ 13% за год

# Cross device

Активность пользователей в Mobile. Посещение сайтов различных тематик



Кол-во устройств на одного пользователя с возможностью выхода в Интернет

49%

Почта



51%

Карты, транспорт



67%

Онлайн магазины



71%

Banks



76%

Video resources



85%

Social media

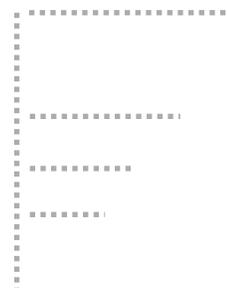
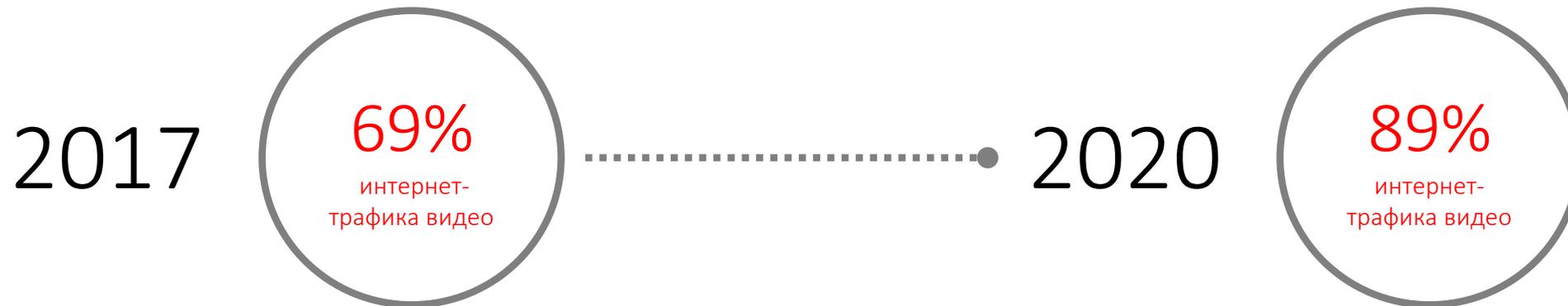


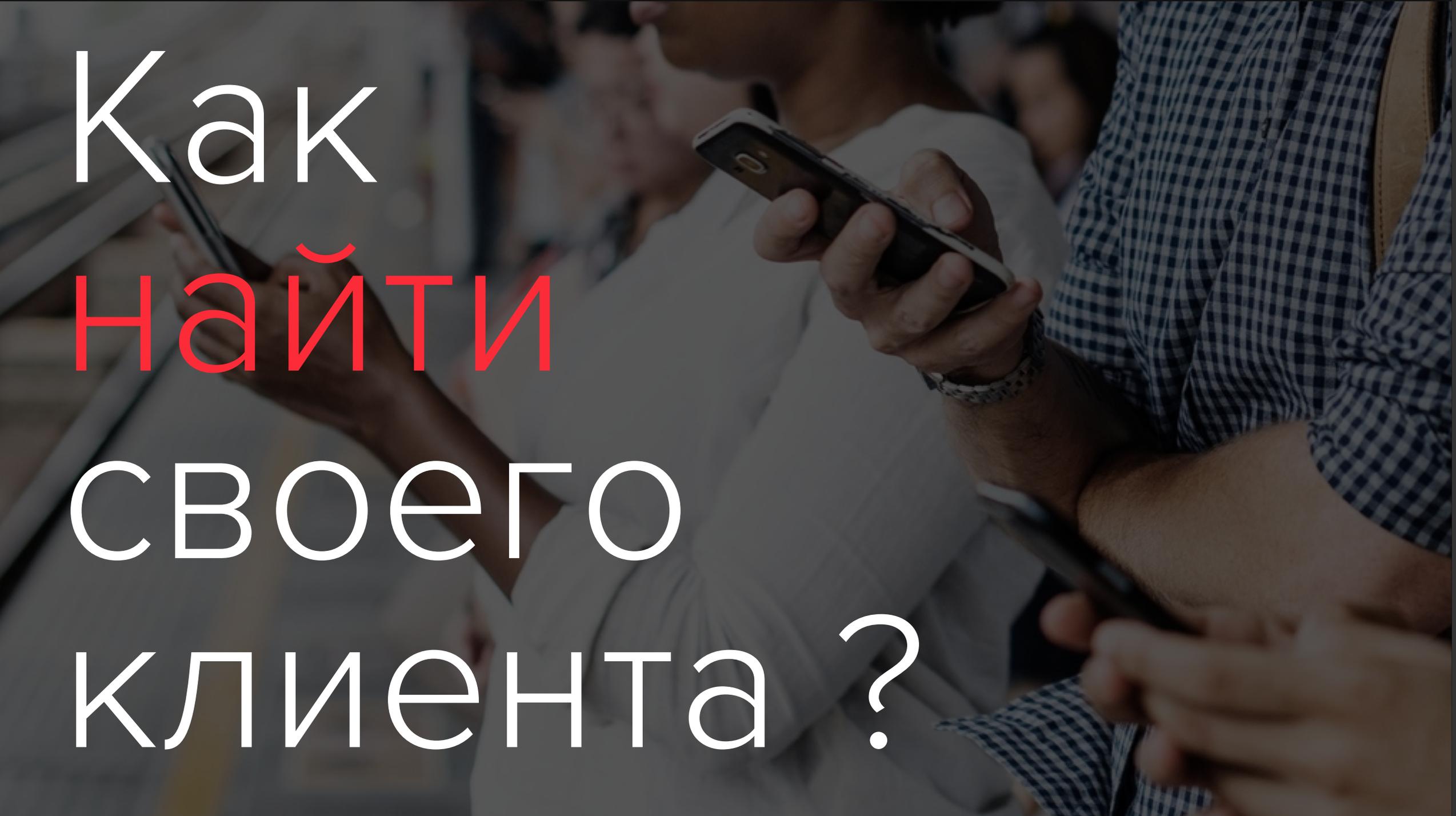
86%

Messengers



# Video 2.0





Как  
найти  
своего  
клиента ?

# MRG сегодня



89%

DESKTOP



94%

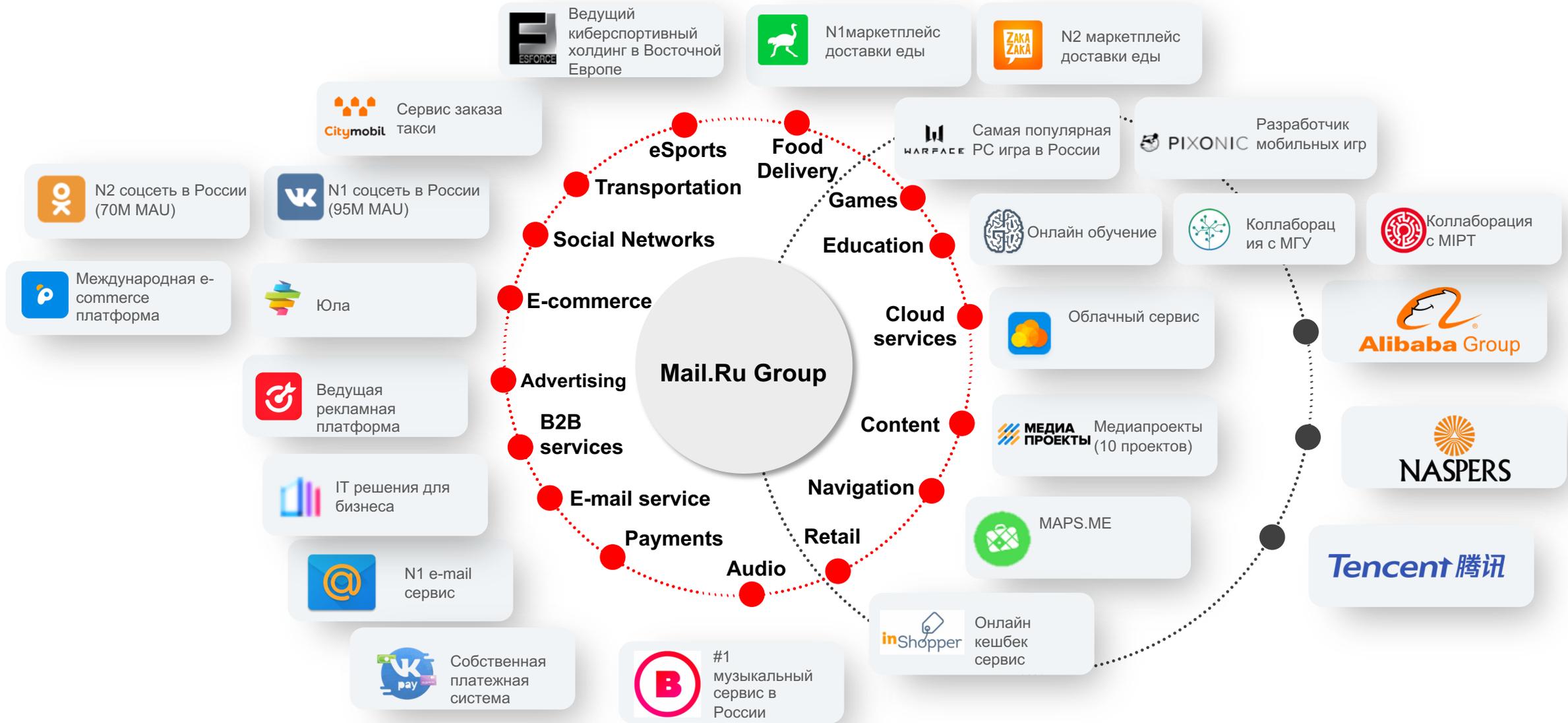
DESKTOP & MOBILE



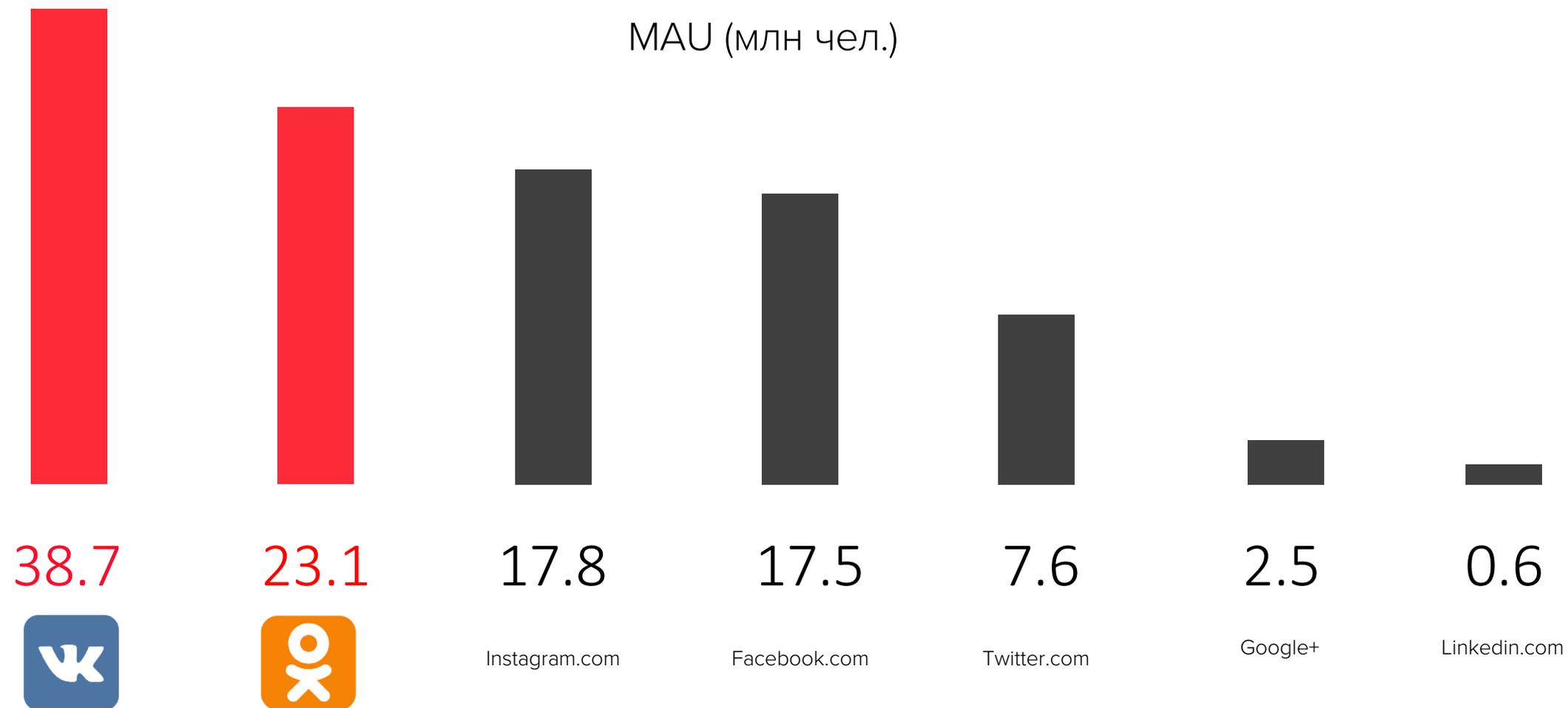
87%

MOBILE

# Экосистема MRG



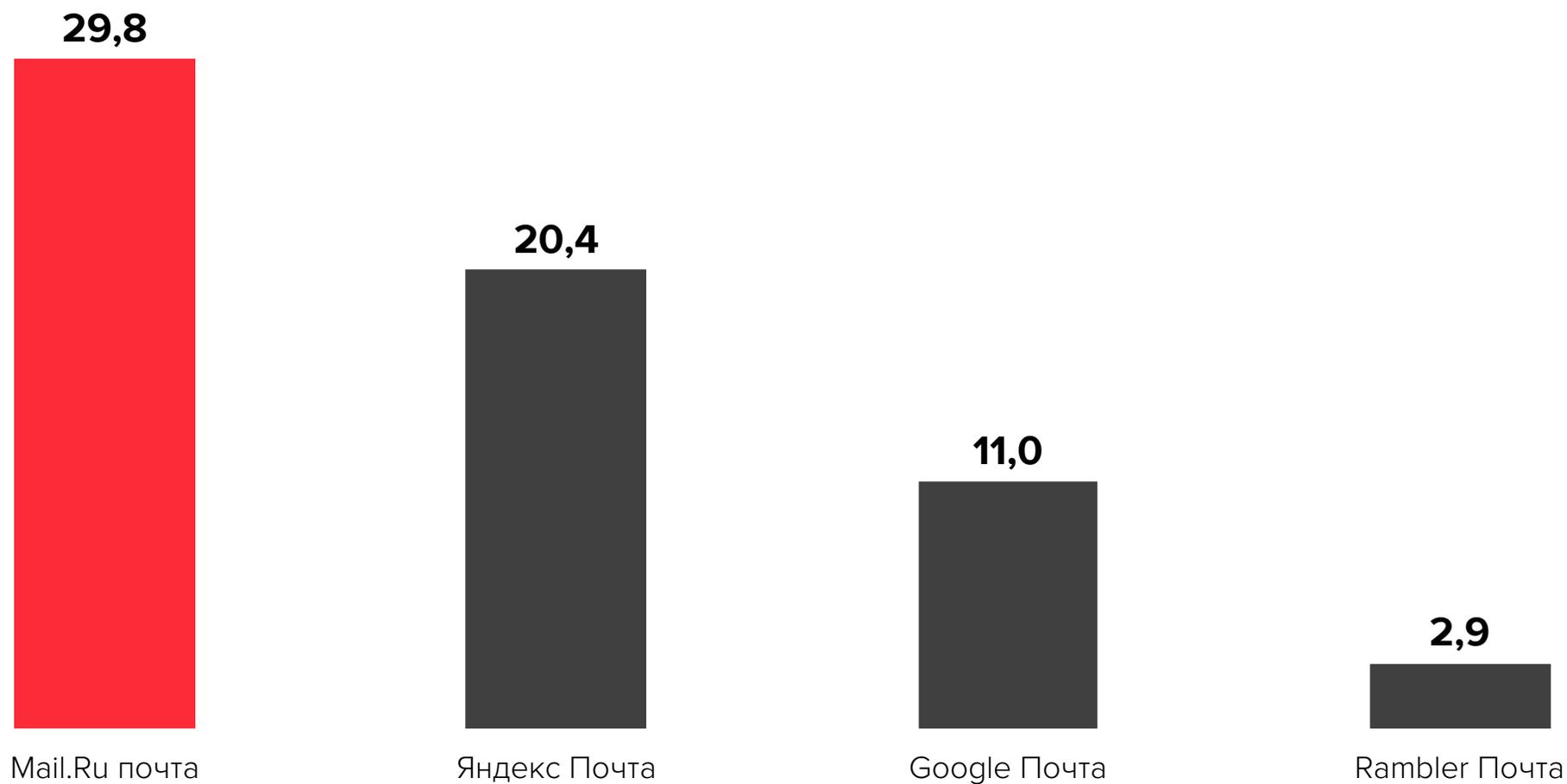
# Social media в России



По данным: Mediascope Web Index, desktop, December 2018, Россия 0+, 12-64, MAU (mln users)

# Почта Mail.ru

MAU (млн чел.)



# Аудитория Mail.ru Group

в Калининграде и Калининградской области

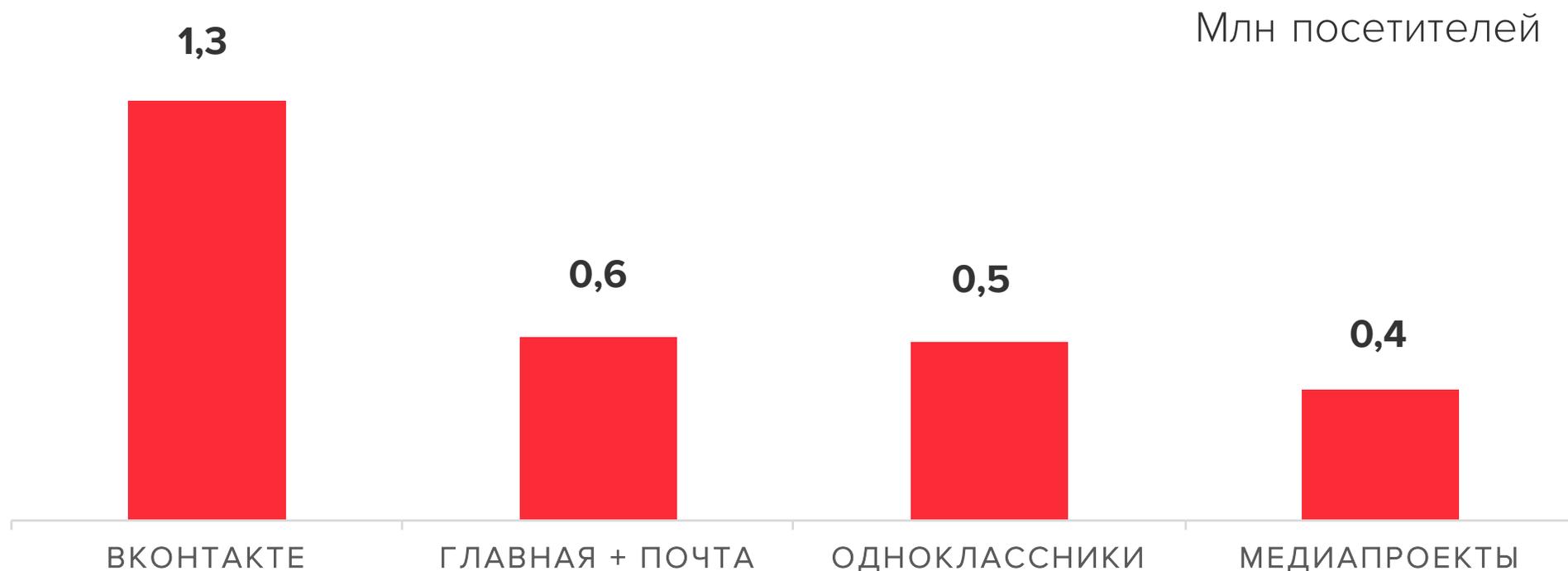


**2,2** МЛН  
посетителей  
в месяц

**337** ТЫС  
посетителей  
в день

# Аудитория Mail.ru Group

в Калининграде и Калининградской области



**Данные:** Top.mail.ru, март 2019, ресурсы Mail.Ru Group, Калининград и Калининградская область, идентификация посетителей происходит с помощью cookies

# Операционные системы посетителей

в Калининграде и Калининградской области



**51%**  
mobile



**63%**  
Android



**36%**  
iOS



**1%**  
Windows Phone



# Интересы посетителей

в Калининграде и Калининградской области



**48%**

одежда, обувь,  
аксессуары



**35%**

спорт



**26%**

образование



**36%**

путешествия



**26%**

обустройство  
и ремонт



**42%**

финансы



**32%**

красота и  
уход за собой



**31%**

туризм



**30%**

бизнес



**23%**

игры



**66%**

досуг и  
развлечения



**33%**

здоровье



**27%**

недвижимость



**29%**

мобильные  
устройства



**23%**

семья и дети



**35%**

новостные  
интересы



**26%**

авто



**26%**

бытовая техника



**25%**

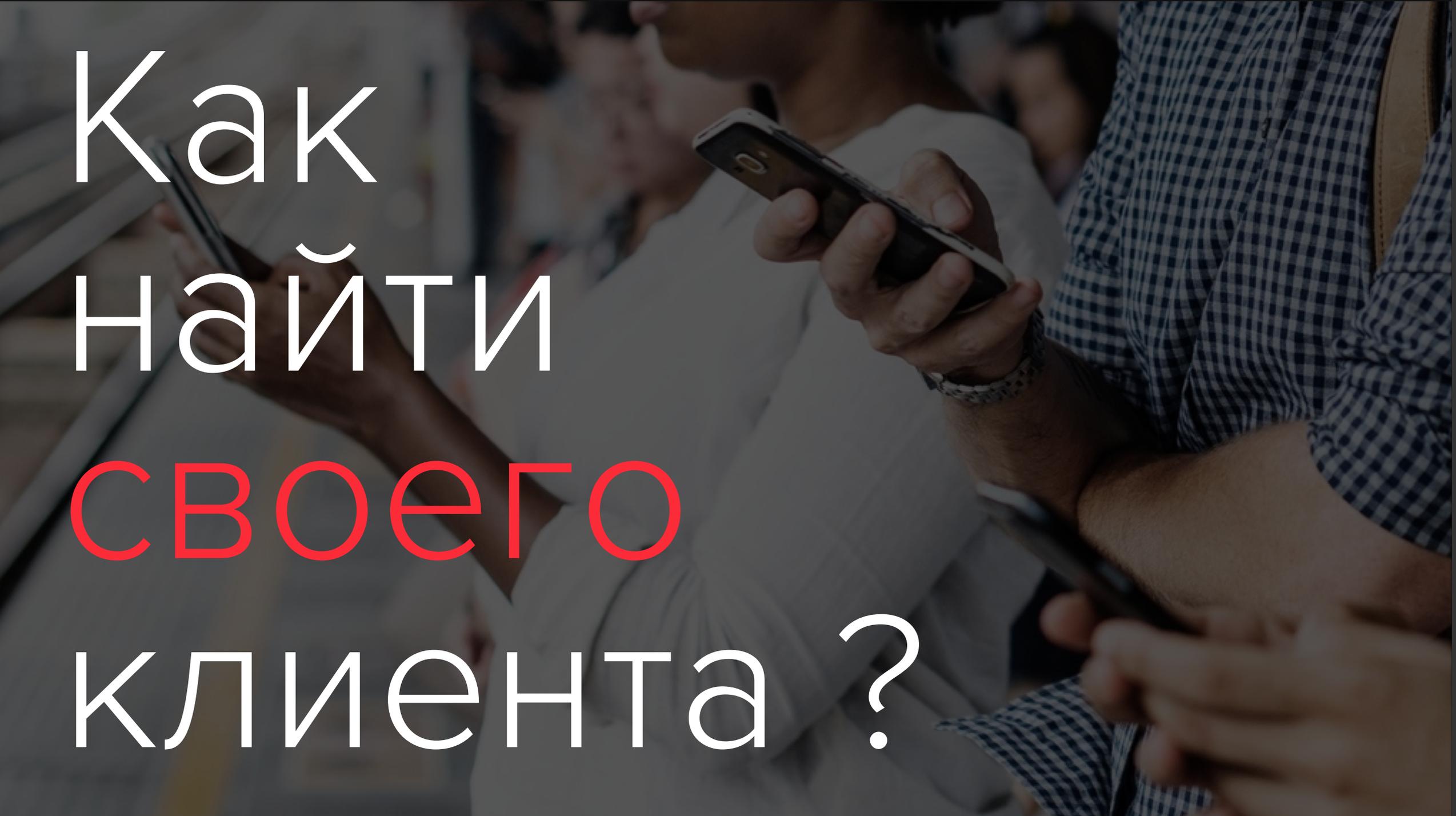
мебель и  
интерьер



**21%**

подарки и  
сувениры

Данные: Top.mail.ru, март 2019, ресурсы Mail.Ru Group, Калининград и Калининградская область, идентификация посетителей происходит с помощью cookies. Топ 20 интересов. Сумма долей может превышать 100%, так как у пользователя может быть несколько интересов



Как  
найти  
своего  
клиента ?

# Соц-дем таргетинги

---

ПОЛ



ВОЗРАСТ

12-75

ГЕОГРАФИЯ



Страна



Город



Район

# Более 300 таргетингов

ПОМОГАЮТ ВАМ НАЙТИ ТОГО, КТО НУЖЕН



родители  
школьников



смотрят  
футбол



студенты



телезрители



геймеры



фитнес



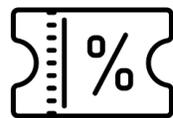
путешественники



заботятся о  
здоровье



психотипы  
MBTI



любители скидок



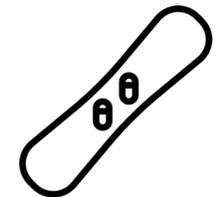
любители поесть  
вне дома



смотрят сериалы  
онлайн



диеты  
и ЗОЖ



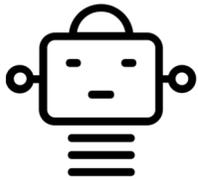
экстремальный  
спорт

# Психотипы

---

Создавайте эффективные рекламные сообщения

## АНАЛИТИК



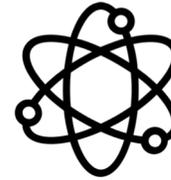
Выбирает известные бренды, ориентируется на мнения и отзывы, важный фактор – соотношение цена/качество

## ТРУДОГОЛИК



Предпочитает предложения, которые экономят его время и усилия, ставит потребительские характеристики выше бренда, откликается на иллюзию ограниченности ресурсов

## НОВАТОР



Предпочитает инновационность качеству, склонен к эмпатии, остро негативно реагирует на неактуальные сообщения

## МЕЧТАТЕЛЬ



Мотивируется идеями на основе вопросов, позитивно реагирует на использование людей в рекламе

# Кейс: МТС деньги

**Задача:** персонализация звонков по выдаче кредитной карты

**Решение:** разработка скриптов на основе психотипирования клиентской базы

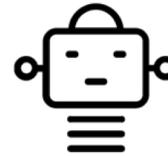
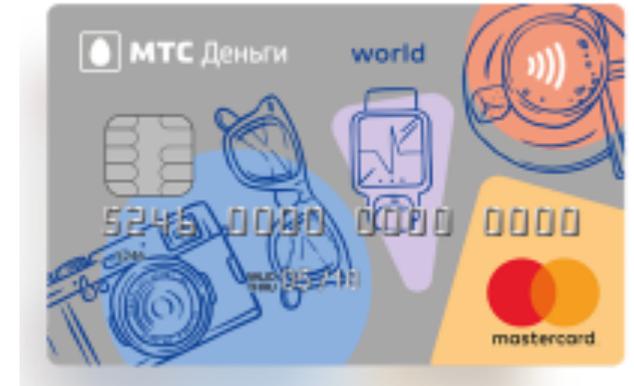
**Результат:**

+20%

повысилась эффективность по все воронке

-30%

сократилось время одного звонка



аналитик



трудоголик



новатор



мечтатель



контрольная группа

# Таргетированная реклама

## Контекстная реклама

Ищешь? Скорее смотри сюда!

Мы знаем, ты интересуешься переездом....  
Похоже тебе нужна помощь, друг.  
Смотри, что есть для тебя

Ходишь каждый день мимо ТЦ  
и не знаешь, что открылась новая кофейня?  
Скорее к нам после пары!  
Студентам скидка



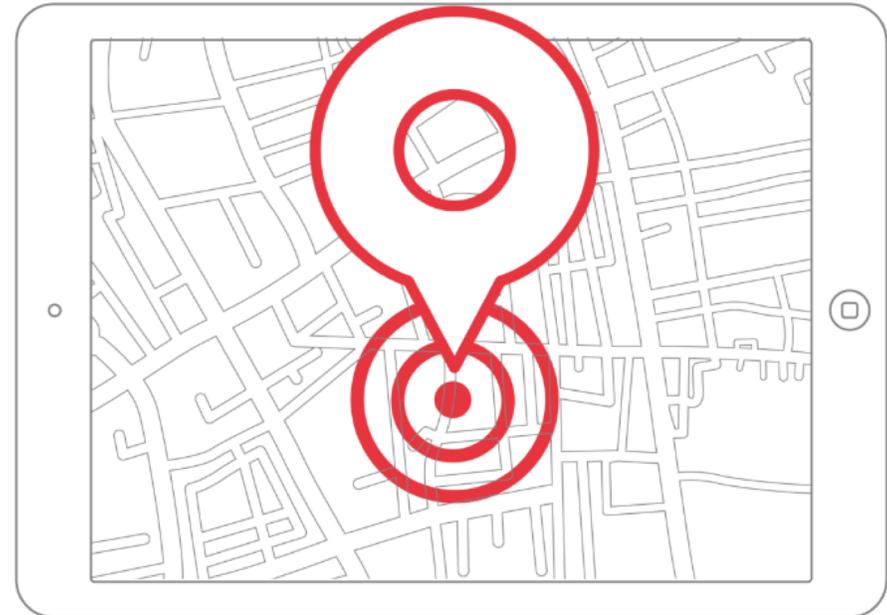
# Локальный геотаргетинг

---

позволяет показывать рекламу пользователям в радиусе от **0,5 до 10 км** от выбранной точки

Можно таргетироваться:

- на людей, находящихся в заданном радиусе или посетивших недавно
- на людей, регулярно бывающих в нем



# Кафе: увеличить проходимость

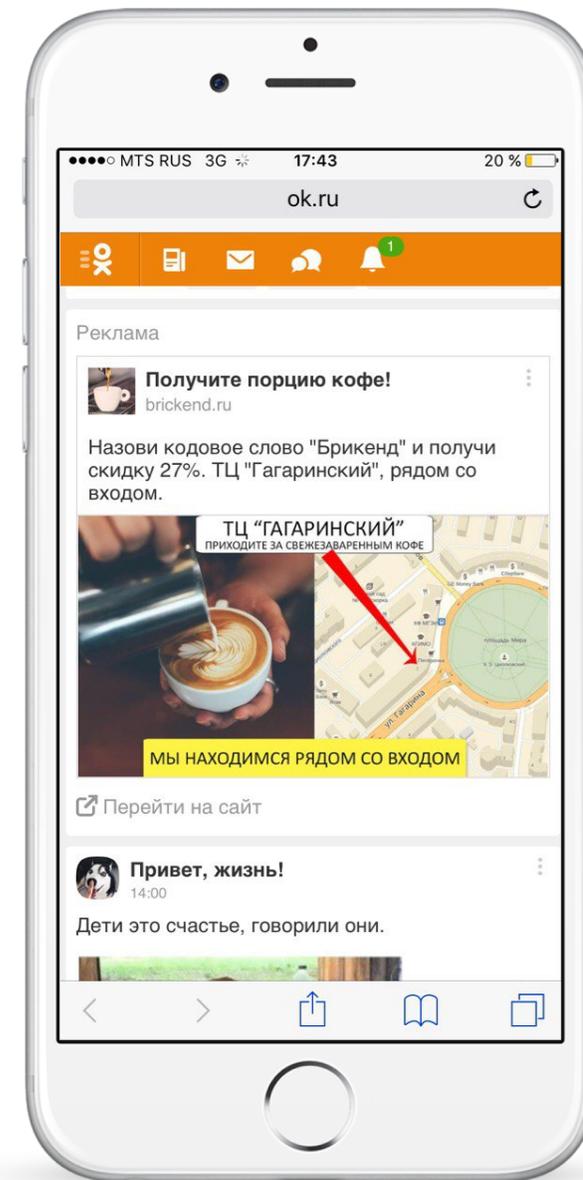


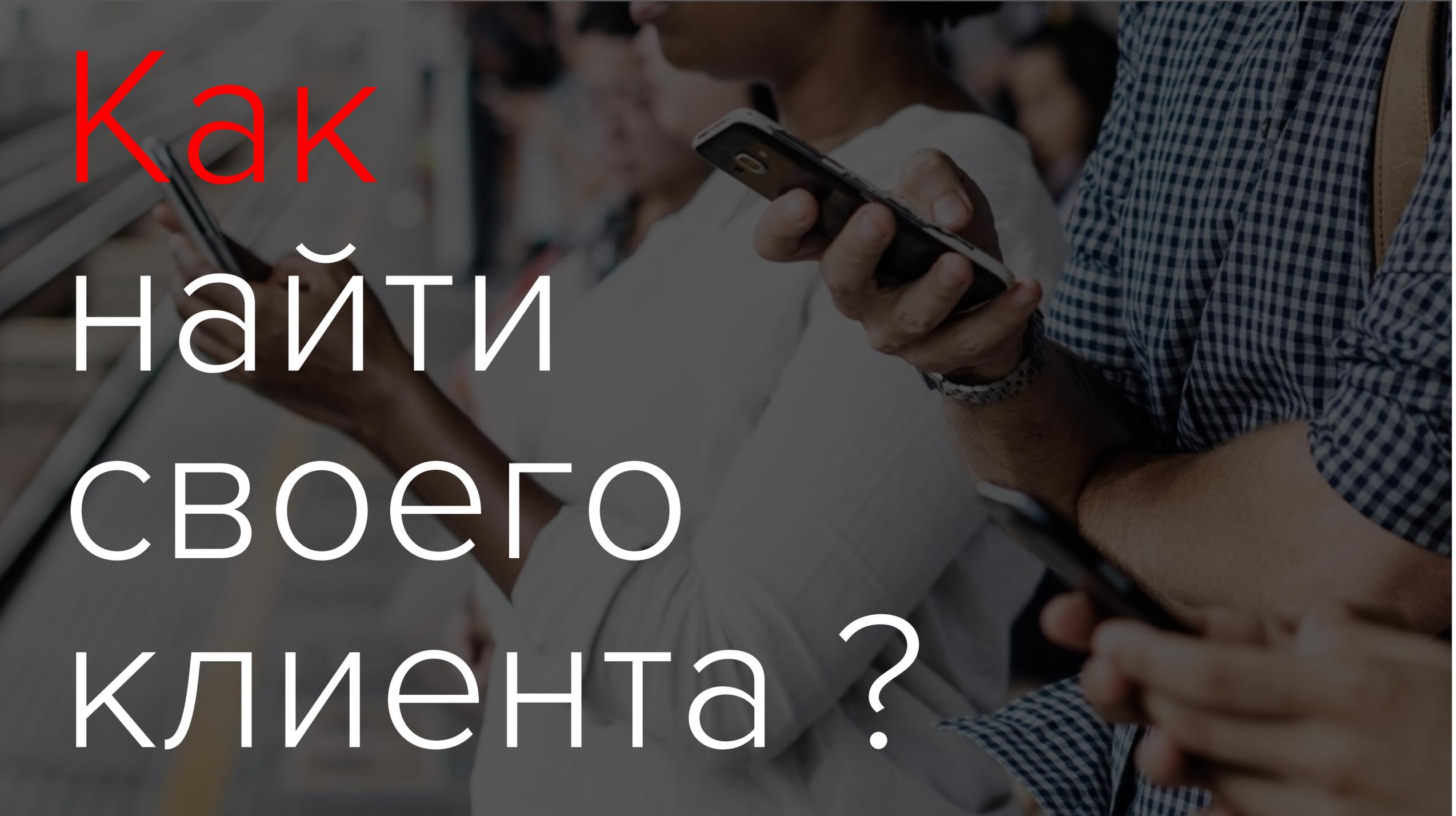
CPC 10 руб.



Возраст 18-30

в **2** раза увеличилась проходимость за выходные



A crowd of people is shown from the chest up, mostly holding and looking at their smartphones. The image is dimmed with a dark grey overlay. The text 'Как найти своего клиента?' is superimposed on the left side of the image. The word 'Как' is in red, while the rest is in white.

Как

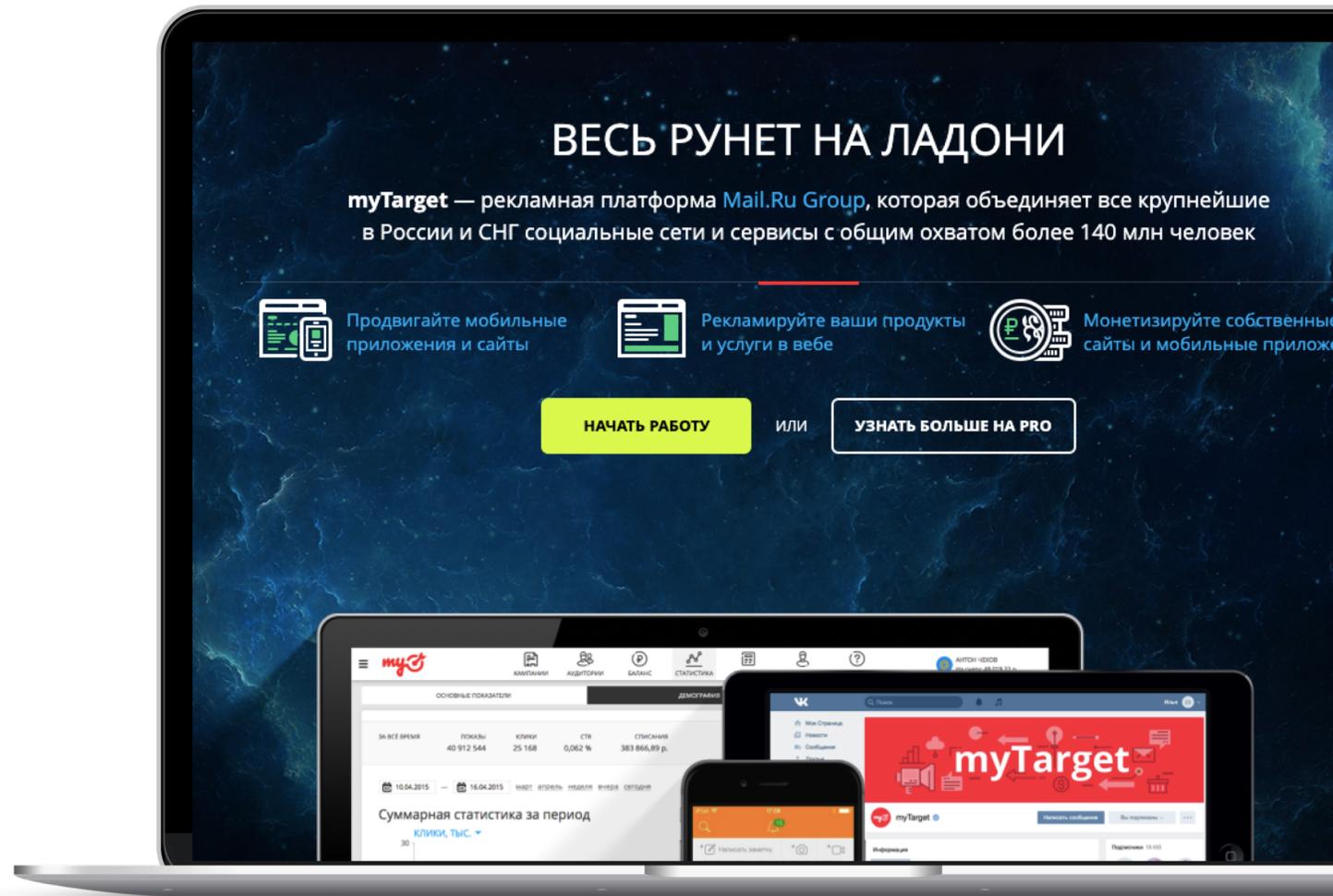
найти  
своего  
клиента ?

**my TARGET**

регистритуйтесь

**ЛАЙМ**

перенимайте опыт



# Читайте



Опыт малого  
бизнеса:

как увеличили  
количество  
заказов в 4 раза



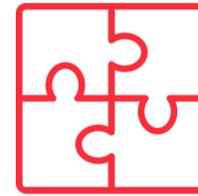
# Узнайте больше



инсайты



инструменты



кейсы



обучение



партнеры



мероприятия



[target.my.com/pro](https://target.my.com/pro)

ЛАЙМ

Используйте возможности **my TARGET**  
с максимальной эффективностью

**m.balakireva@corp.mail.ru**

**v.mikhailova@corp.mail.ru**

**aleksandr.bogdanov@corp.mail.ru**

**d.chiftchi@corp.mail.ru**

