

The background is a solid teal color. It features three overlapping circles: a large white circle in the center, a smaller orange circle in the bottom right, and a light teal circle in the bottom left. The text is centered within the white circle.

thinkperformance
with Google

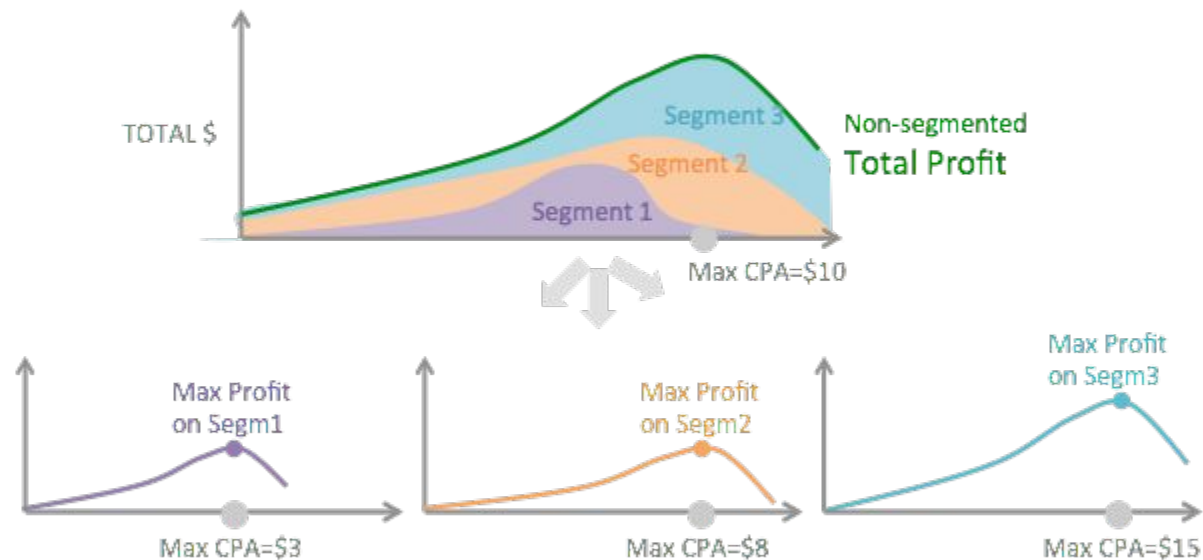
Использование CRM данных для максимизации прибыли

Ладо Лебанидзе

Старший аналитик по работе с ключевыми клиентами, Google



Данные поведения позволяют ранжировать пользователей по ожидаемому доходу и оптимизировать рекламные затраты соответственно



Max Profit On Segm1 + Max Profit On Segm2 + Max Profit On Segm3 \geq Non-segmented Max Profit

Поведенческие сигналы из CRM позволяют лучше ранжировать аудитории по важности



- Демографические
- История поиска
- Действия на сайте



Онлайн реклама

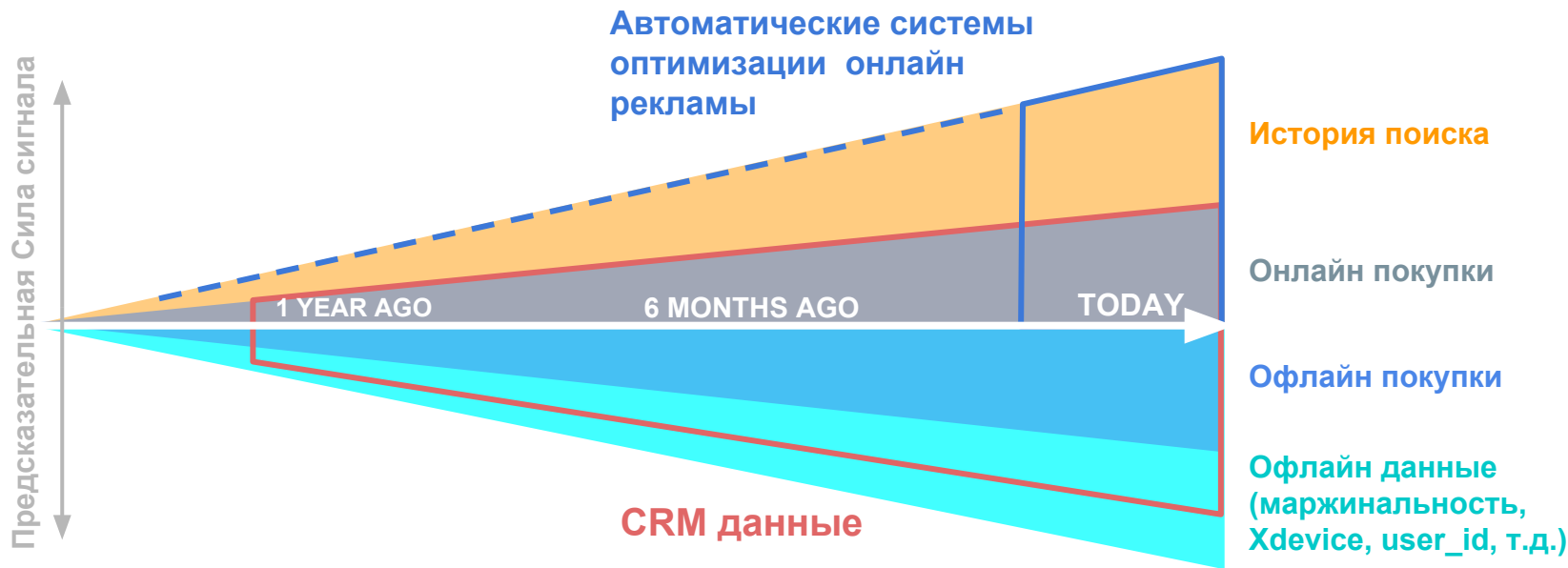
- Полная история покупок
- Офлайн покупки
- Маржинальность
- X-device аккаунты
- Email адреса
- Другие офлайн данные



CRM данные



Сигналы используемые системами оптимизации бидинга и как их можно обогатить данными CRM



Мотивационный слайд по реальным данным интернет магазина **Ozon.ru**: % Конверсии



Время

Как извлекать “предсказательный сигнал” из данных поведения пользователей (RFM)?

Лог покупок по id пользователя из CRM:

Дата покупки	User_id	Ценность покупки	Другие параметры
01-02-15	177237	\$140.00	X
02-02-15	177323	\$30.00	Y
01-03-15	178112	\$35.00	Z
02-02-15	177323	\$30.00	Y
...

скрипт

Ранжируем по относительному ожидаемому доходу:



Передаем предсказательный сигнал из CRM в рекламную площадку используя “user lists”

Группируем пользователей по ожидаемому доходу:

202%	107%	77%	68%	52%
191%	108%	88%	71%	49%
103%	180%	124%	82%	60%
241%	240%	177%	122%	76%
563%	278%	232%	169%	137%

Передаем группы в AdWords user lists:

+ REMARKETING LIST		Remove	Add to ad gr...
<input type="checkbox"/>	Audiences	Type ?	
<input type="checkbox"/>	Группа ползователей #1	Website Combination	
<input type="checkbox"/>	Группа ползователей #2	Website Combination	
<input type="checkbox"/>	Группа ползователей #3	Website Combination	
<input type="checkbox"/>	Группа ползователей #4	Website Combination	

Результаты использования данных из CRM в ремаркетинге (абсолюты изменены)

Группы покупателей ранжированные по качеству

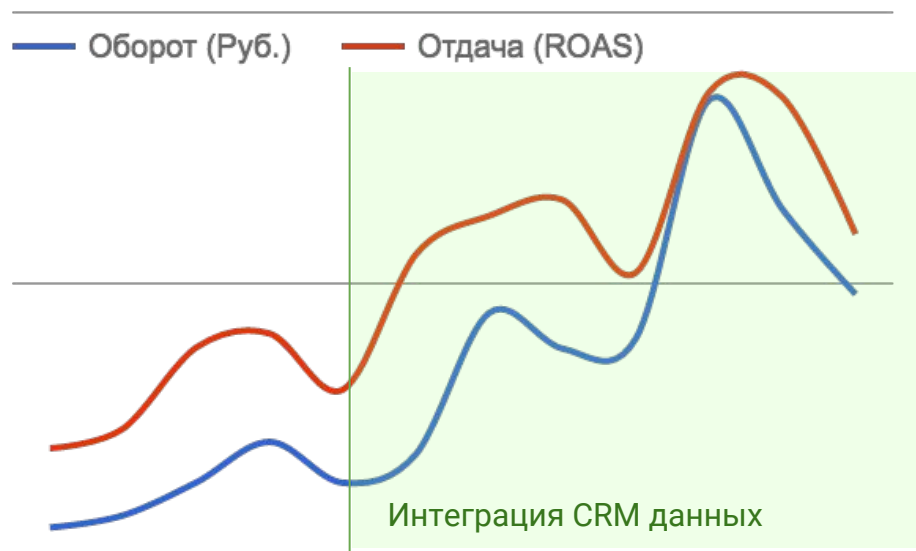
Средний доход на клик (RUB)

Кэф. Конверсии

Лучшие	19	18	17	16	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	Худшие
725	372	281	257	176	208	133	149	138	144	173	103	144	94	88	74	87	58	39	43
17.2 %	13.3 %	12.4 %	11.0 %	9.7 %	9.2 %	8.1 %	8.3 %	7.5 %	8.1 %	8.0 %	6.1 %	7.1 %	6.6 %	7.5 %	5.2 %	6.3 %	5.1 %	6.2 %	6.1 %

Реальные данные рекламной кампании были изменены с сохранением относительной пропорции.

Ozon.ru - Дин. Ремаркетинг: До и после внедрения бидинга на основе CRM



Какие рекламодатели получат максимальную выгоду от интеграции CRM данных для оптимизации рекламы?

Минимальные требования для использования CRM данных в рекламных площадках Гугл:

- [Google Analytics](#)
- [Customer base of logged in users](#) (to get user_ID)
- [Resources to generate order log file](#)

Какие рекламодатели получат больше эффекта от CRM данных:

- [High volume of logged-in users](#) (to get user_ID)
- [Longer client purchase history](#)
- [Multi-transactional business](#)

Спасибо

The background is a solid teal color. It features three overlapping circles: a large white circle in the center, a smaller orange circle in the bottom right, and a light teal circle in the bottom left. The text is centered within the white circle.

thinkperformance
with Google