

Геоэксперимент: как оценить влияние видеорекламы на онлайн- и офлайн-конверсии. Опыт компании Hoff.

Марина Ковпак

Руководитель отдела интернет-маркетинга, Hoff

Hoff – современный магазин мебели и товаров для дома

Hoff – сеть гипермаркетов мебели и товаров для дома:

Hoff – сеть гипермаркетов мебели и товаров для дома:

- 18 гипермаркетов Hoff
- 4 магазина формата Hoff Mini
- 4 магазина формата Hoff Home
- Интернет-магазин hoff.ru – доставка по всей России

Мы строим **ОМНИ** каналный бизнес на базе **МУЛЬТИ** форматных магазинов!

Финансовые результаты

2015

2016

Выручка сети

14 млрд. руб (+24%)

16 млрд. руб (+15%)

Выручка (online)

1.6 млрд.руб (+45%)

2.2 млрд.руб (+37%)

**Доля online
в обороте сети**

11.5%

13.7 %

Задачи интернет-маркетинга

1. Рост продаж с новой аудитории и увеличение повторных покупок – с 2012 г. до н.в.
2. Рост узнаваемости бренда online – с 2015 г. до н.в.
3. Влияние online продвижения на offline продажи и обратно – с 2016 г. до н.в.

Основные КРІ

- 1. Online продажи (телефон + корзина + omni)**
 - оборот / выручка по товарным категориям и регионам
- 2. Доля рекламных расходов в выручке**
 - ДРР по категориям товаров и по источникам
- 3. Объем оффлайн продаж от действий online маркетинга**
 - выручка в рознице по источникам

Задача геоэксперимента



Оценить эффект от видеорекламы на более низких этапах воронки продаж

Гипотеза:

Знание и последующее рассмотрение покупки через воздействие видеорекламы влияет на поведение пользователей онлайн и офлайн.

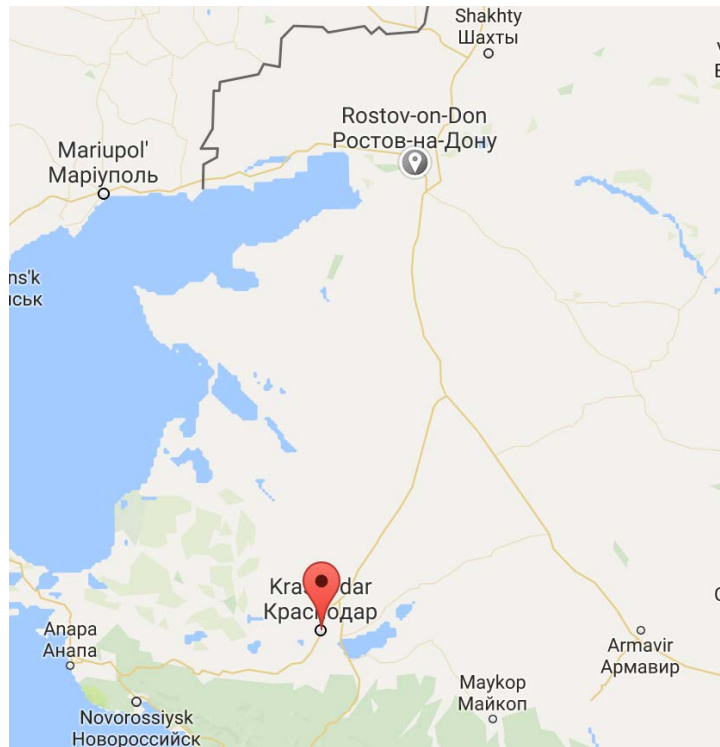
Параметры геоэксперимента



Ростов-на-Дону

1.1 млн. чел.

1 магазин Hoff

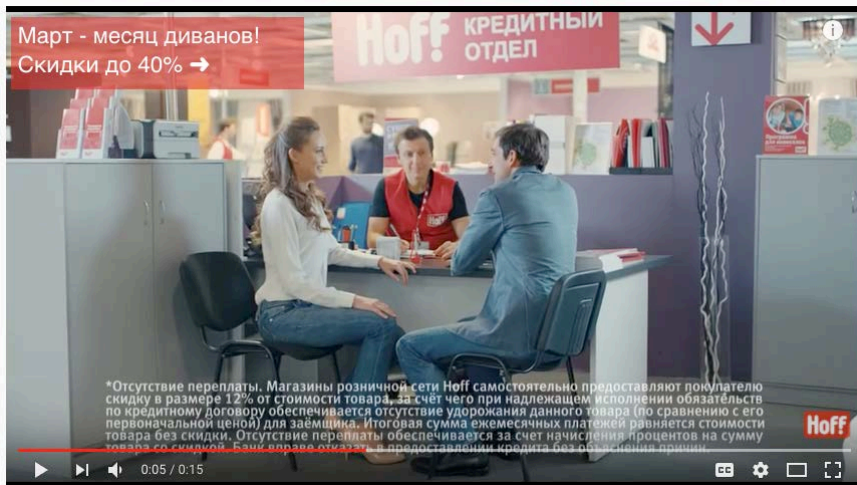


Краснодар

881 тыс. чел.

2 магазина Hoff

YouTube-кампания



Март - месяц диванов!
Скидки до 40% →

Hoff! КРЕДИТНЫЙ ОТДЕЛ

*Отсутствие переплаты. Магазины розничной сети Hoff самостоятельно предоставляют покупателю скидку в размере 12% от стоимости товара, за счёт чего при надлежащем исполнении обязательств по кредитному договору обеспечивается отсутствие удорожания данного товара (по сравнению с его первоначальной ценой) для заемщика. Итоговая сумма ежемесячных платежей равняется стоимости товара без скидки. Отсутствие переплаты обеспечивается за счет начисления процентов на сумму товара со скидкой. **Безищечное оформление** - предоставление кредита без залога и поручителей.

Hoff

0:05 / 0:15



с 1 марта по 2 апреля

Hoff!

размеры (ШхВхГ):
240x210x60

Кухонный гарнитур
«Светлана»

583 руб
в месяц

80275872

13 990 руб

*Реклама. Хофф. Срок действия акции: с 01.03.17 по 02.04.17 г. В стоимость кухонного гарнитура не входит: стеновая панель, бытовая техника, мойка, смеситель. Данное предложение не действует в магазинах формата Hoff Mini (Хофф Мини). Подробности проведения акции уточняйте у продавцов-консультантов и на сайте www.hoff.ru. Количество товаров, участвующих в предложении, ограничено.
ООО «Домашний Интерьер», Россия, 109240, Москва, ул. Николаямская, д. 14, стр. 1, ОГРН 1077763747269.

Hoff

0:13 / 0:13

Результаты Brand Lift Survey

Видеорекламу каких магазинов Вы недавно видели на YouTube?



Запоминаемость рекламы

+22,2%

(средний, на основе исследований Retail вертикали в РФ)

Какие из этих магазинов Вам знакомы?

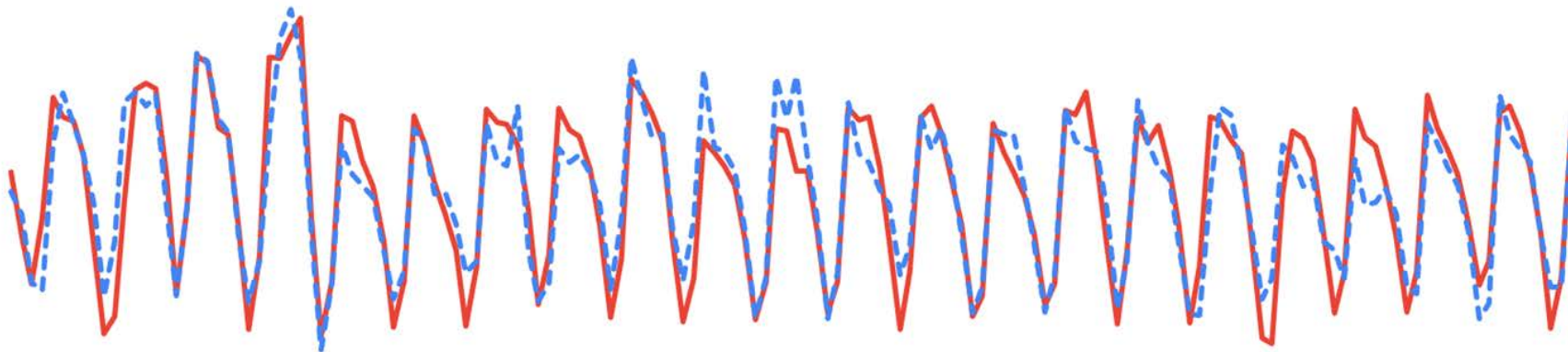


Узнаваемость бренда

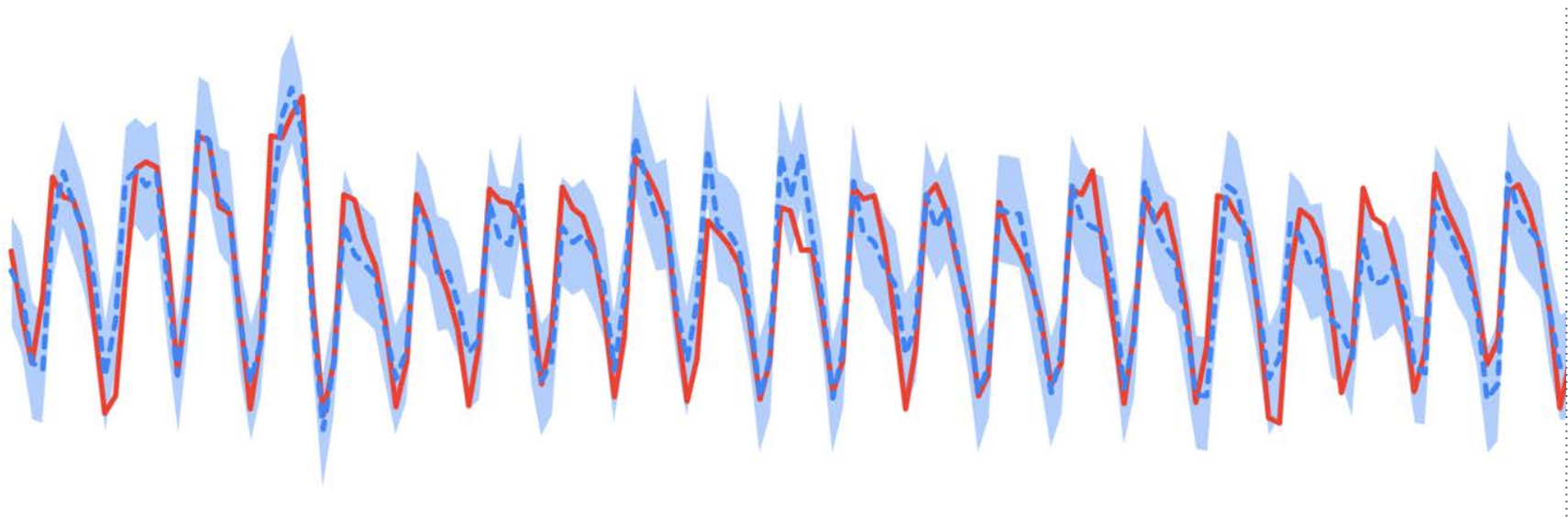
+9,1%

(лучший, на основе исследований Retail вертикали во всех странах)

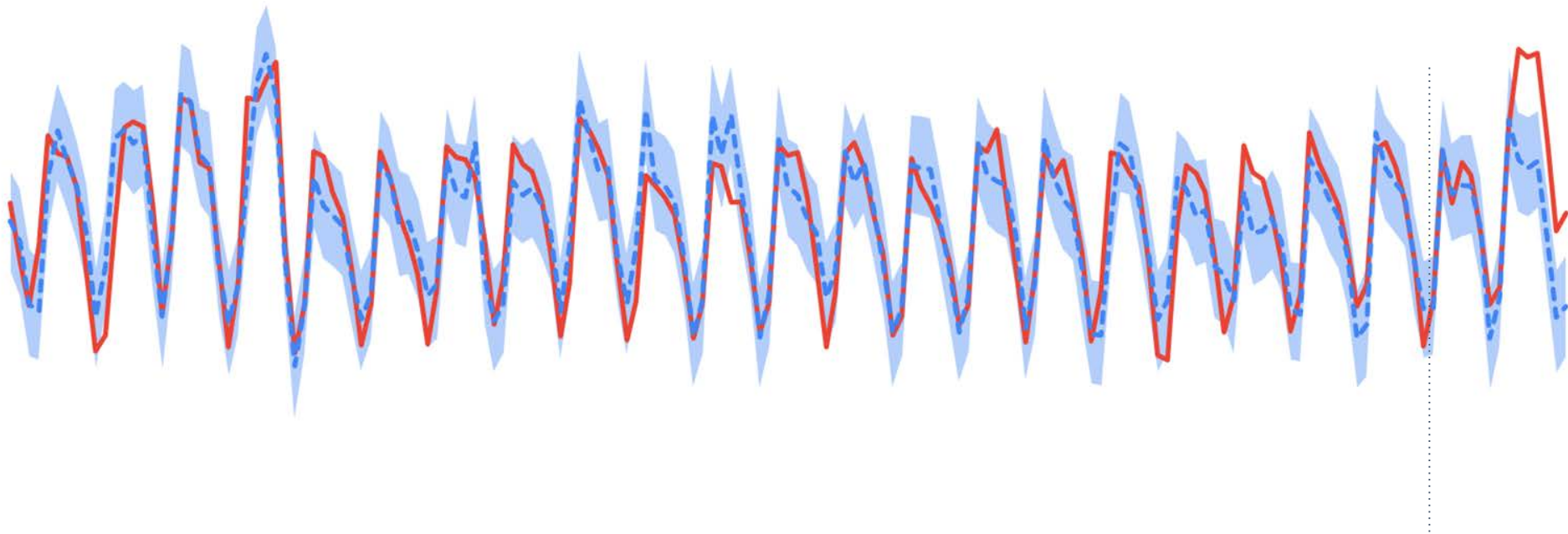
Как оценить результаты геоэксперимента



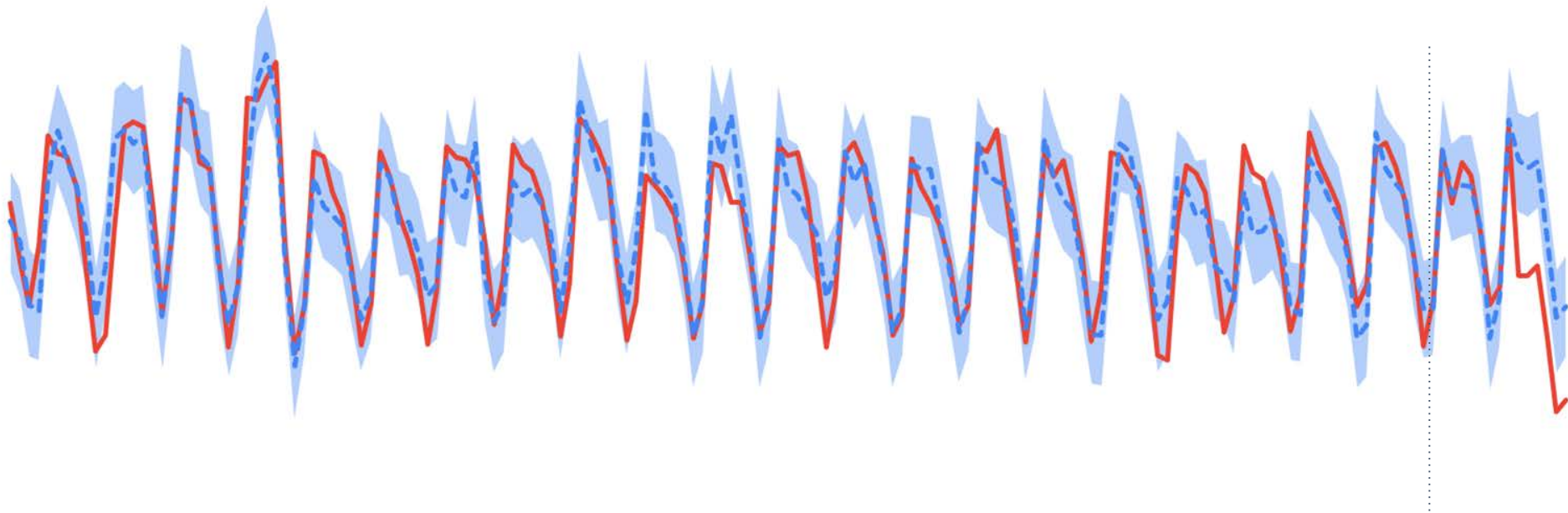
Как оценить результаты геоэксперимента



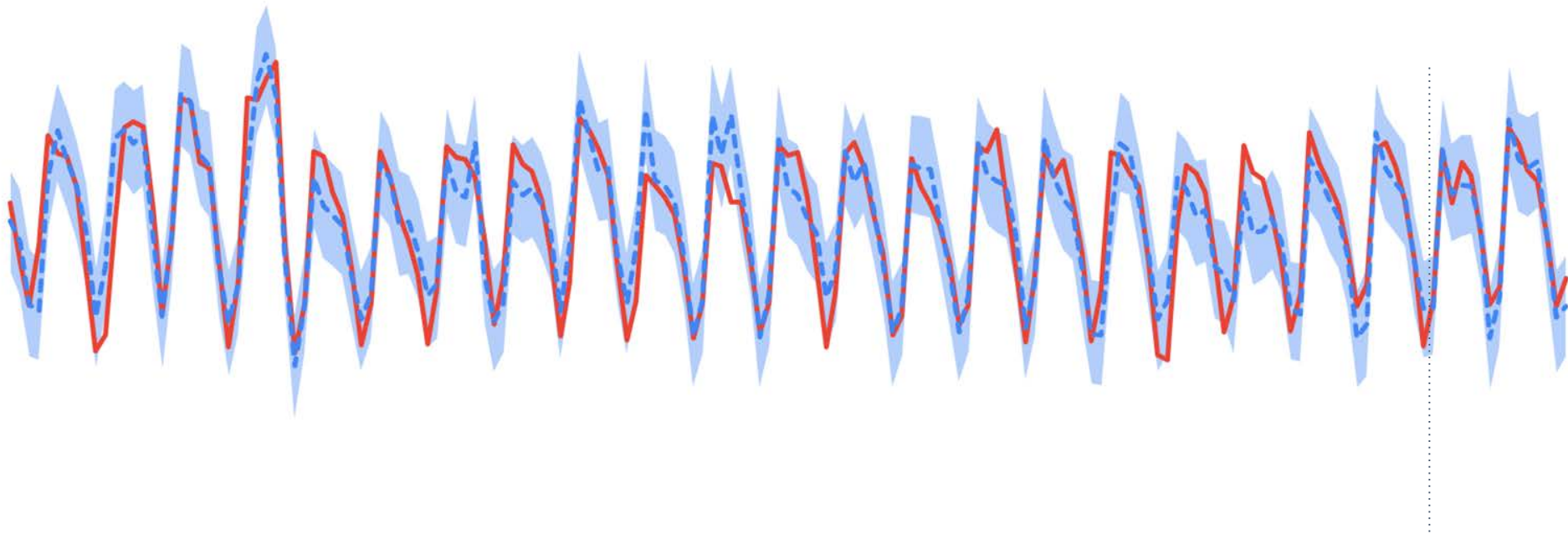
Положительный эффект



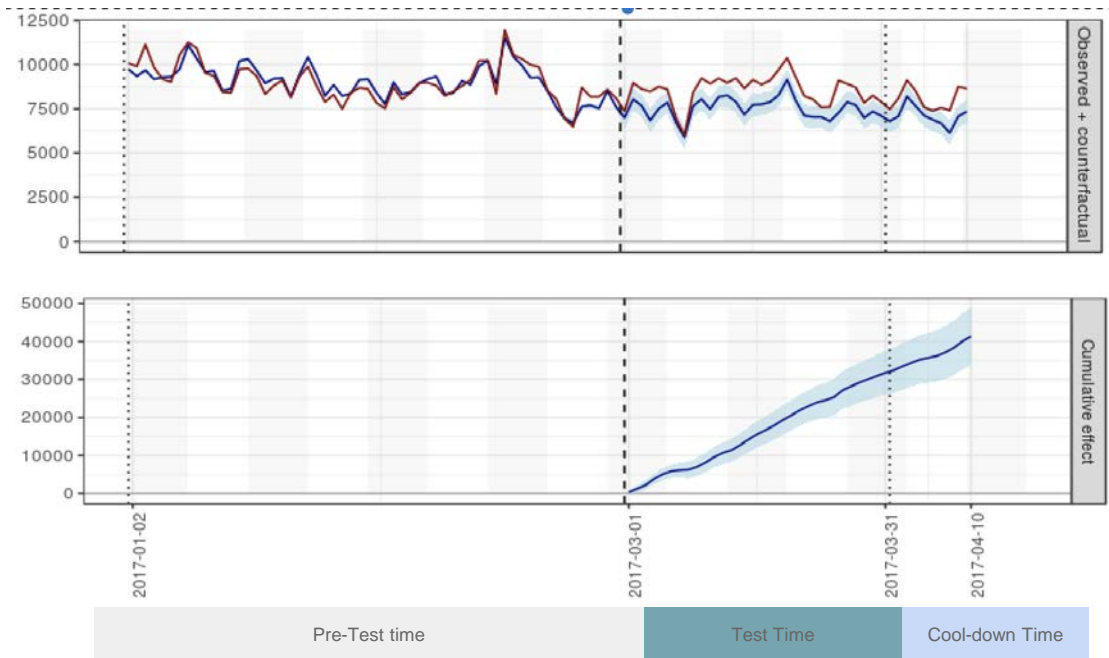
Отрицательный эффект



Отсутствие эффекта

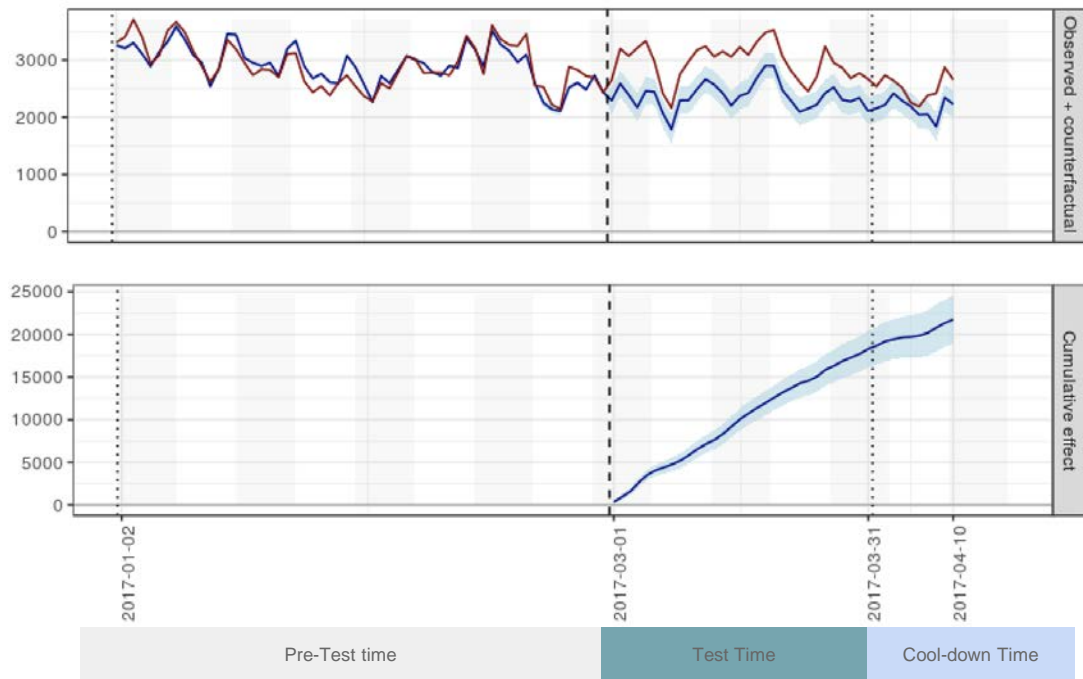


Количество сессий на сайте



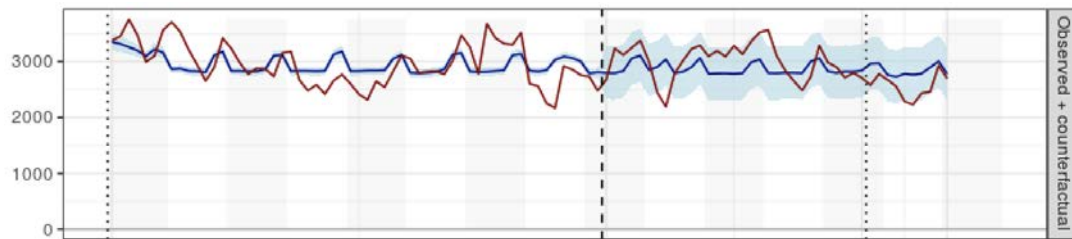
Incremental sessions - 31758

Количество новых посетителей на сайте



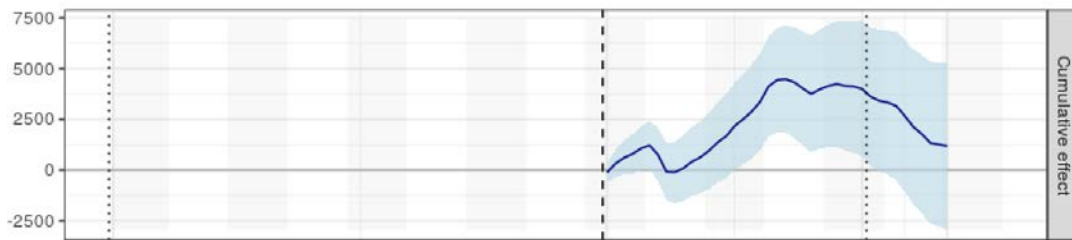
Incremental sessions - 31758

Количество посетителей офлайн-магазинов



— Ростов-на-Дону

— Краснодар



Incremental sessions - 31758



Выводы

1. Видеокампания на YouTube привела к статистически значимому увеличению количества посетителей сайта и офлайн-магазина и визитов на сайт.
2. Увеличилось знание о бренде и запоминаемость нашего креатива
3. Видеореклама влияет на поведение пользователей на всех этапах воронки продаж

Thank You
Questions?