

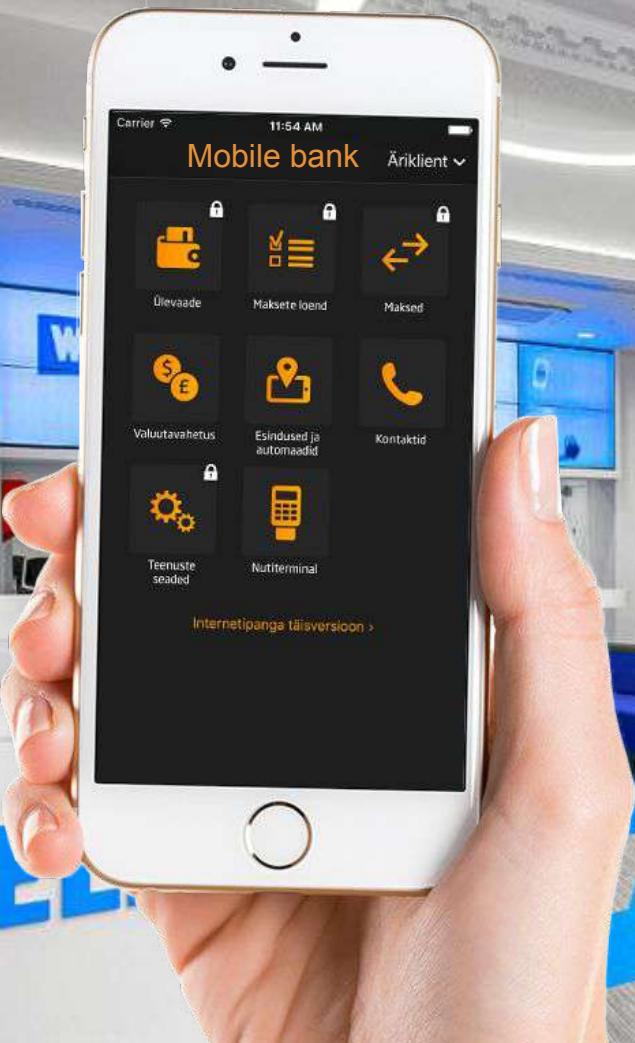


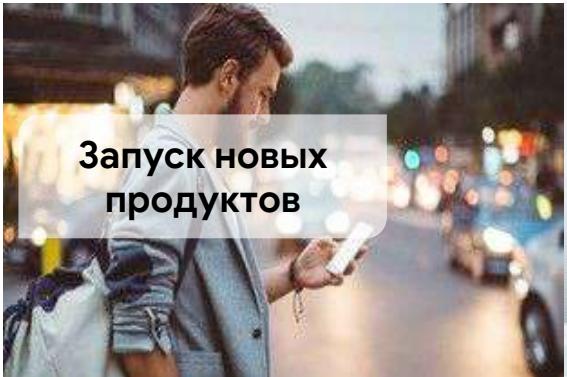
Digital Maturity

Цифровая трансформация
маркетинга

Варвара Белова Индустриальный менеджер
Google в категории финансы



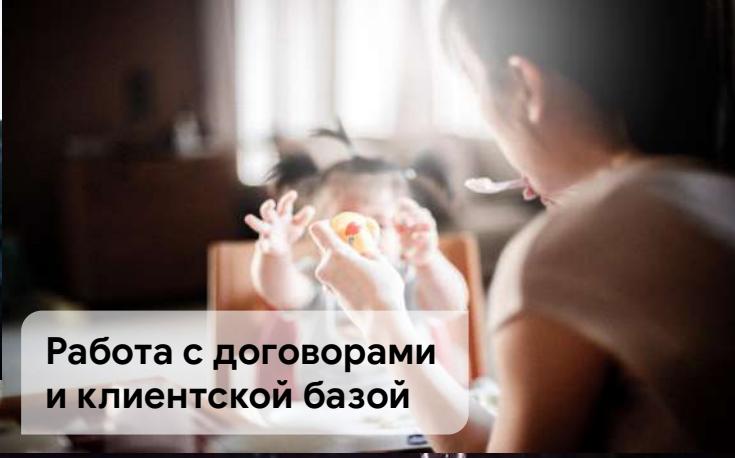




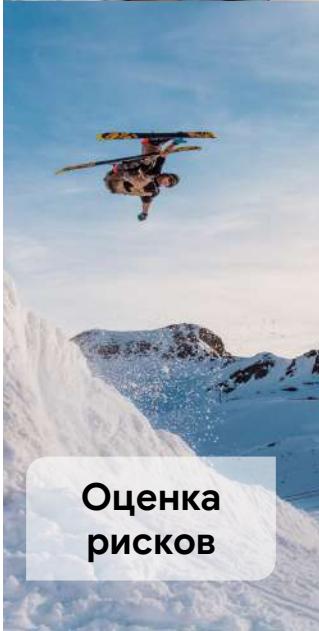
Запуск новых
продуктов



Разработка



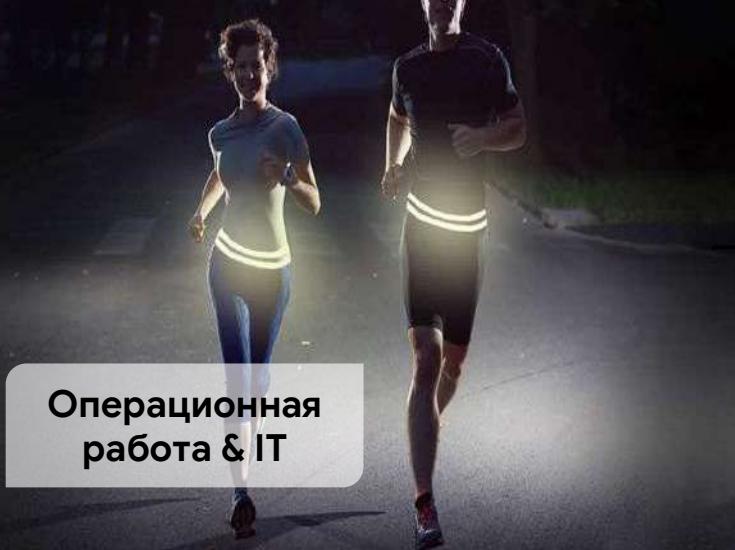
Работа с договорами
и клиентской базой



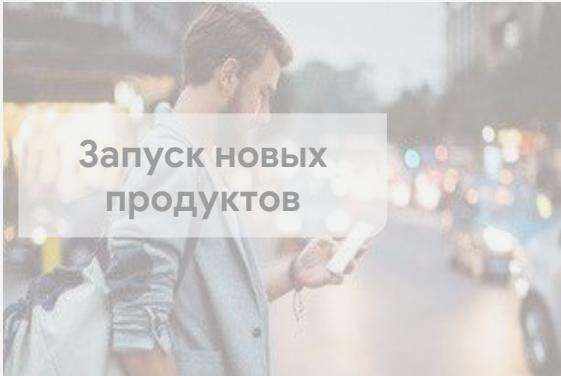
Оценка
рисков



Маркетинг



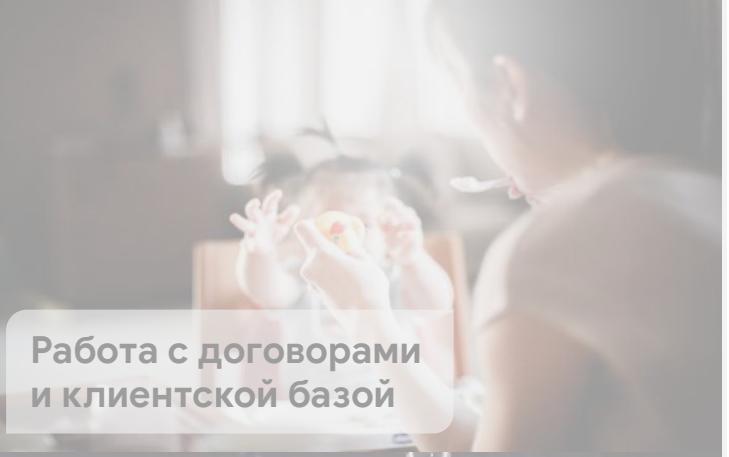
Операционная
работа & IT



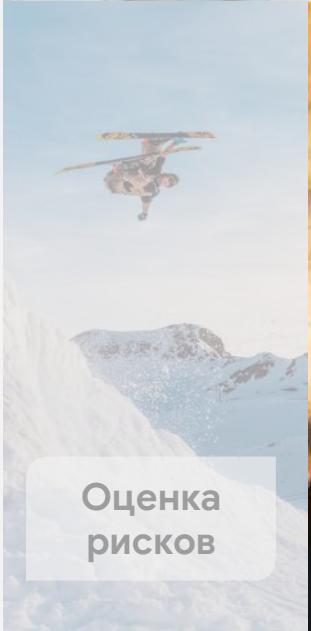
Запуск новых
продуктов



Разработка



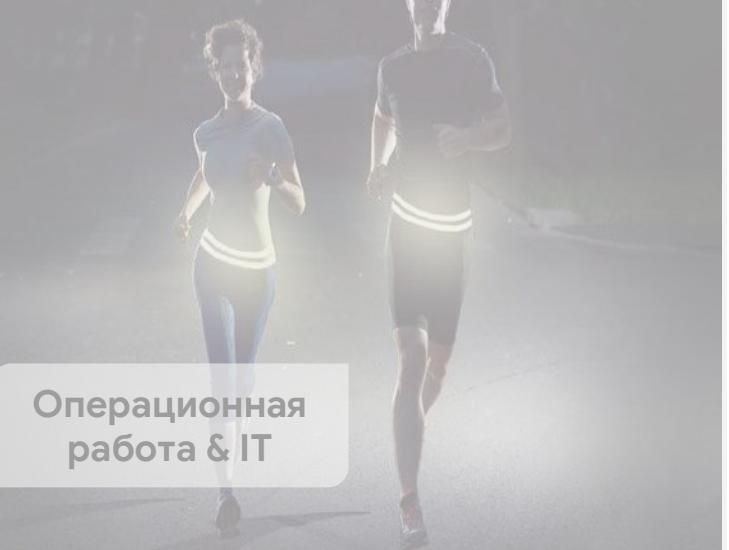
Работа с договорами
и клиентской базой



Оценка
рисков



Маркетинг



Операционная
работа & IT

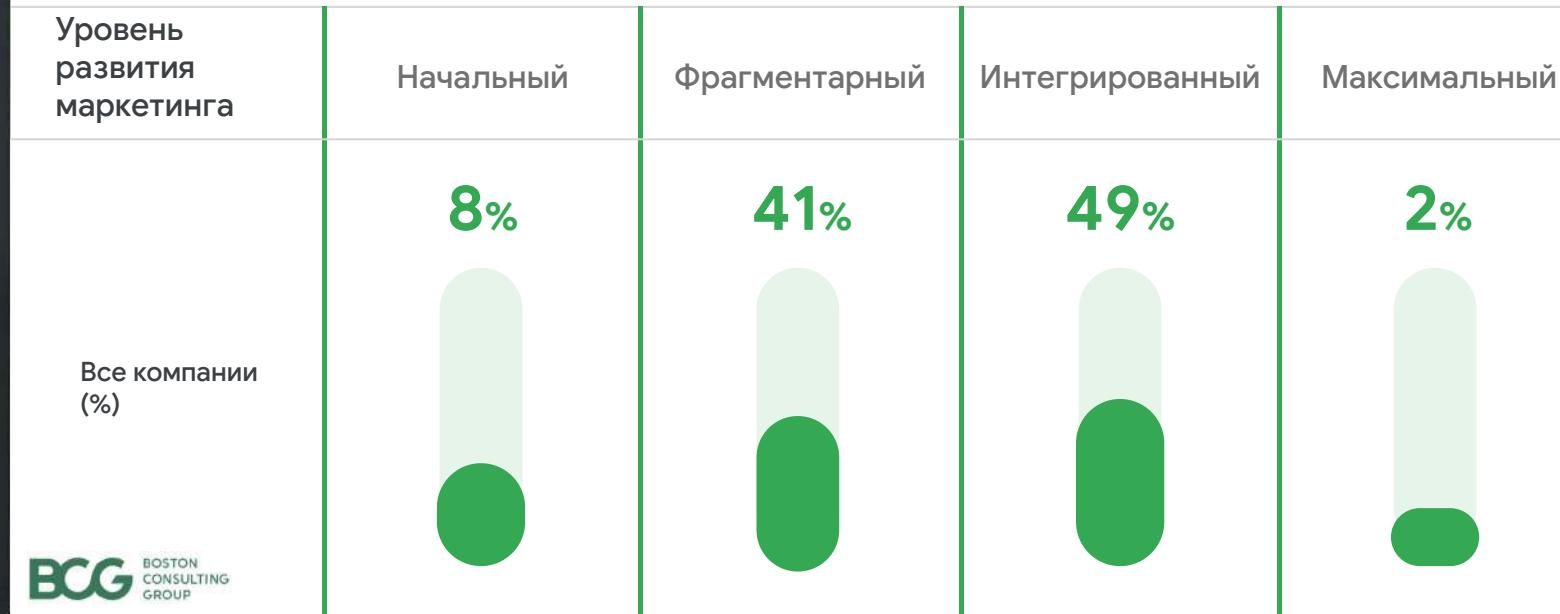
Маркетинг

Технологии

Организация



Только 2% компаний используют все инструменты, возможности и подходы маркетинга на основе данных



Ключевые категории маркетинга на основе данных



Аудитория



Активы



Активация



Атрибуция



Автоматизация

Использование
данных для
определения
наиболее ценных
сегментов
аудитории и
работы с ними

Комфортный и
интуитивно
понятный опыт
использования на
всех этапах - от
рекламных
материалов до
сайта

Охват всей
релевантной
аудитории во
всех доступных
каналах
цифрового
маркетинга

Адекватное
измерение
эффективности
маркетинга и
оценка вклада
каждого шага

Оптимизация
рекламы и
маркетинга для
повышения
операционной
эффективности
и роста дохода

Как повысить эффективность маркетинга?

Как зарабатывать больше и тратить меньше?

Source: Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing el... Duis non erat sem

Google





Аудитория



Активы



Активация



Атрибуция



Автоматизация



Организация

Какие сигналы помогут мне лучше понять своего покупателя?

Как использовать собственные данные о пользователях, чтобы поймать их онлайн в нужный момент? Как эффективно использовать онлайн и офлайн инструменты?



Google



Аудитория



Активы



Активация



Атрибуция



Автоматизация



Организация



Как мне повысить уровень конверсии и сделать сайт удобнее для моих клиентов?
Как повысить качество диджитал креатива? Как эффективней производить креативы?
Какие таргетинги использовать с креативами?





Аудитория



Активы



Активация



Атрибуция



Автоматизация



Организация



Как обеспечить кросс-частоту при диджитал размещении? Как обеспечить высокое качество размещения?





Аудитория



Активы



Активация



Атрибуция



Автоматизация



Организация



Как оценить, эффективно ли были потрачены мои деньги?
Как оценить эффект по всем каналам и использовать это для оптимизации рекламы?
Как собрать все необходимые данные и отслеживать их в удобном виде?





Аудитория



Активы



Активация



Атрибуция



Автоматизация



Организация



Как сделать управление рекламными кампаниями более эффективным?

Как запускать новые кампании быстрее?

Как повысить эффективность управления ставками? Как находить новых клиентов?





Аудитория



Активы



Активация



Атрибуция



Автоматизация

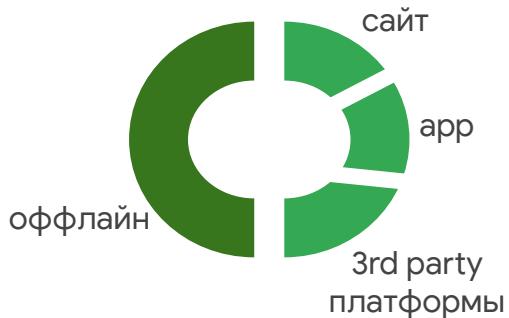


Организация



Как обеспечить бесшовную работу всех партнеров?
Кто отвечает за работу с диджитал маркетингом?
Брендинг или перформанс?

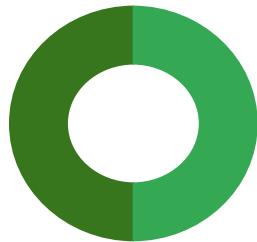
Начальный
(nascent)



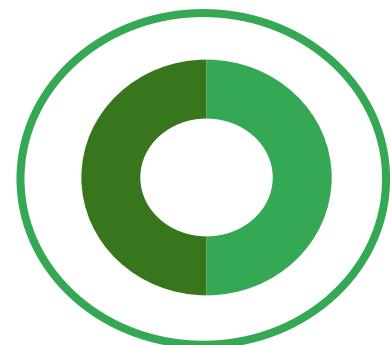
Фрагментарный
(emerging)



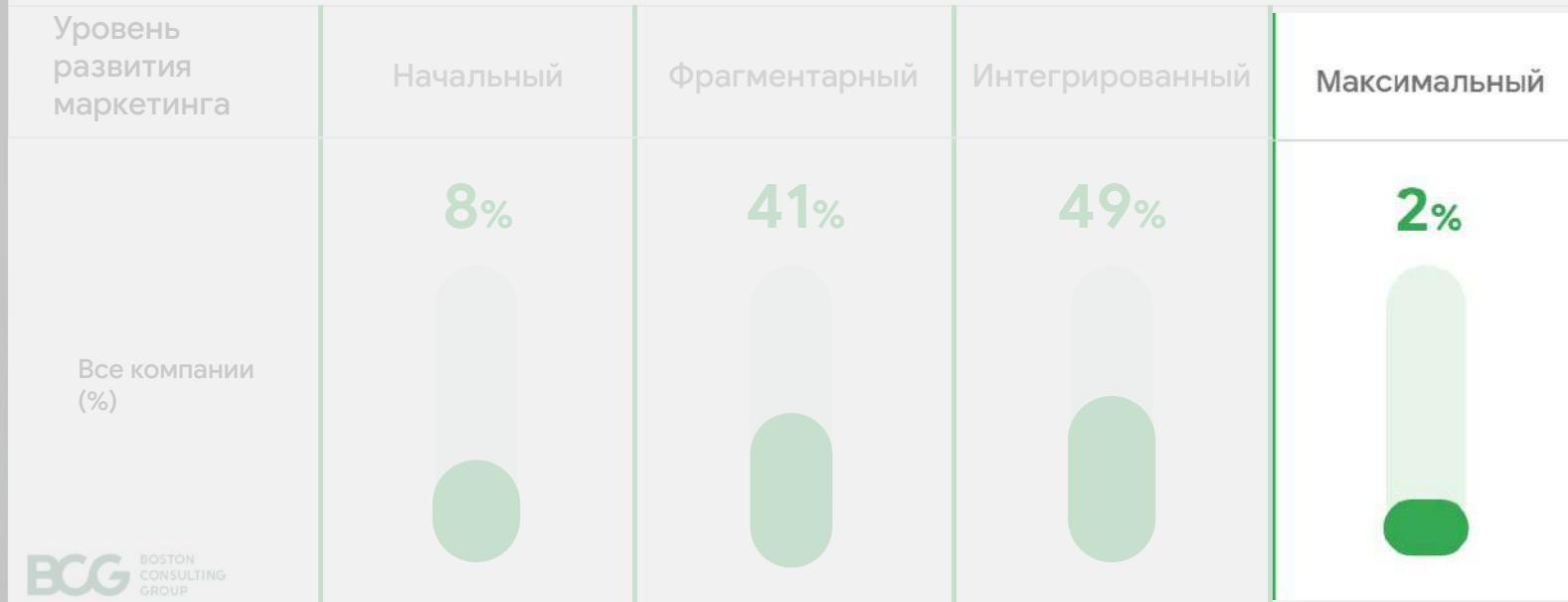
Интегрированный
(connected)

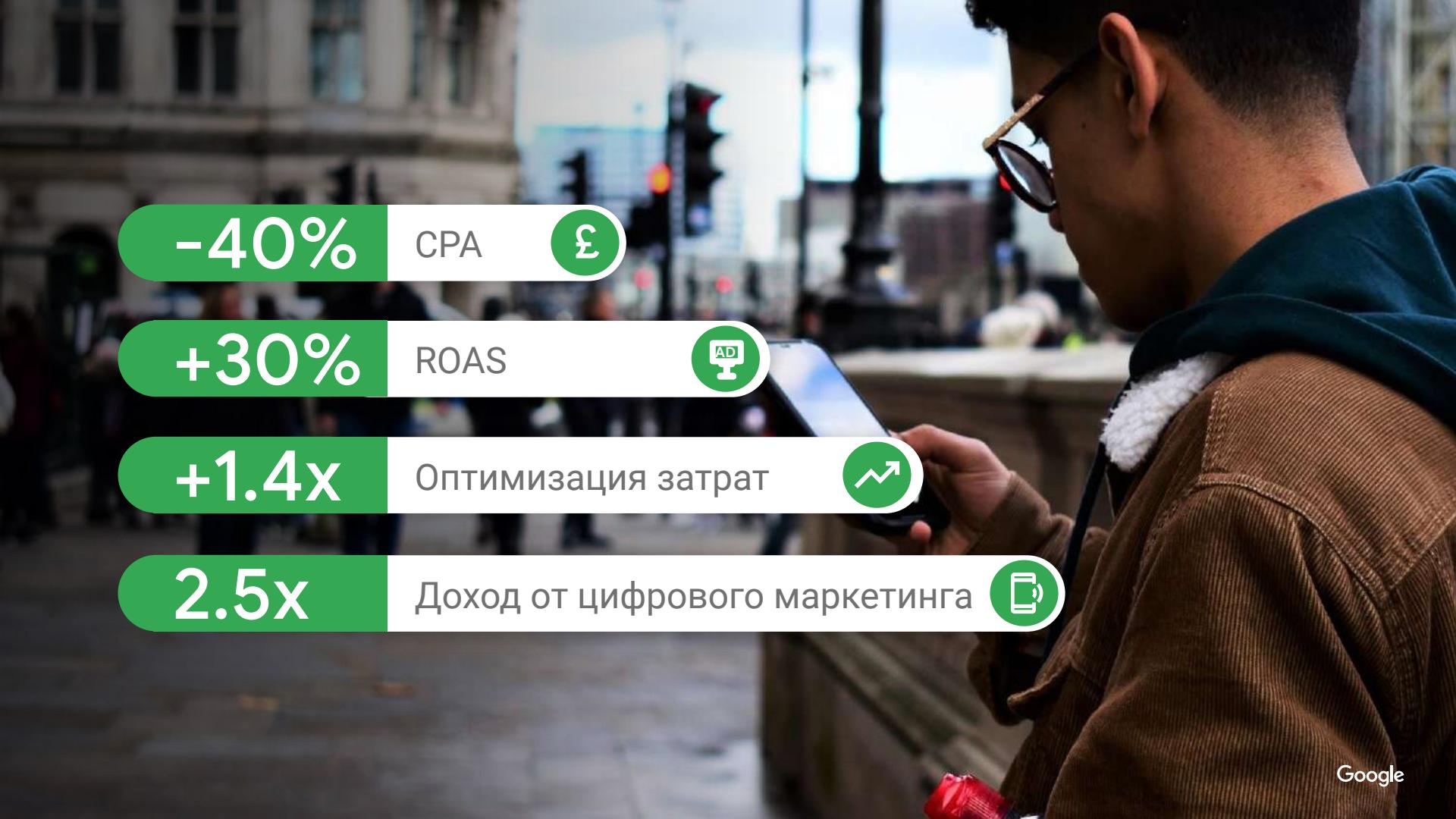


Максимальный
(multi-moment)



Только 2% компаний используют все инструменты, возможности и подходы маркетинга на основе данных





-40%

CPA



+30%

ROAS



+1.4x

Оптимизация затрат

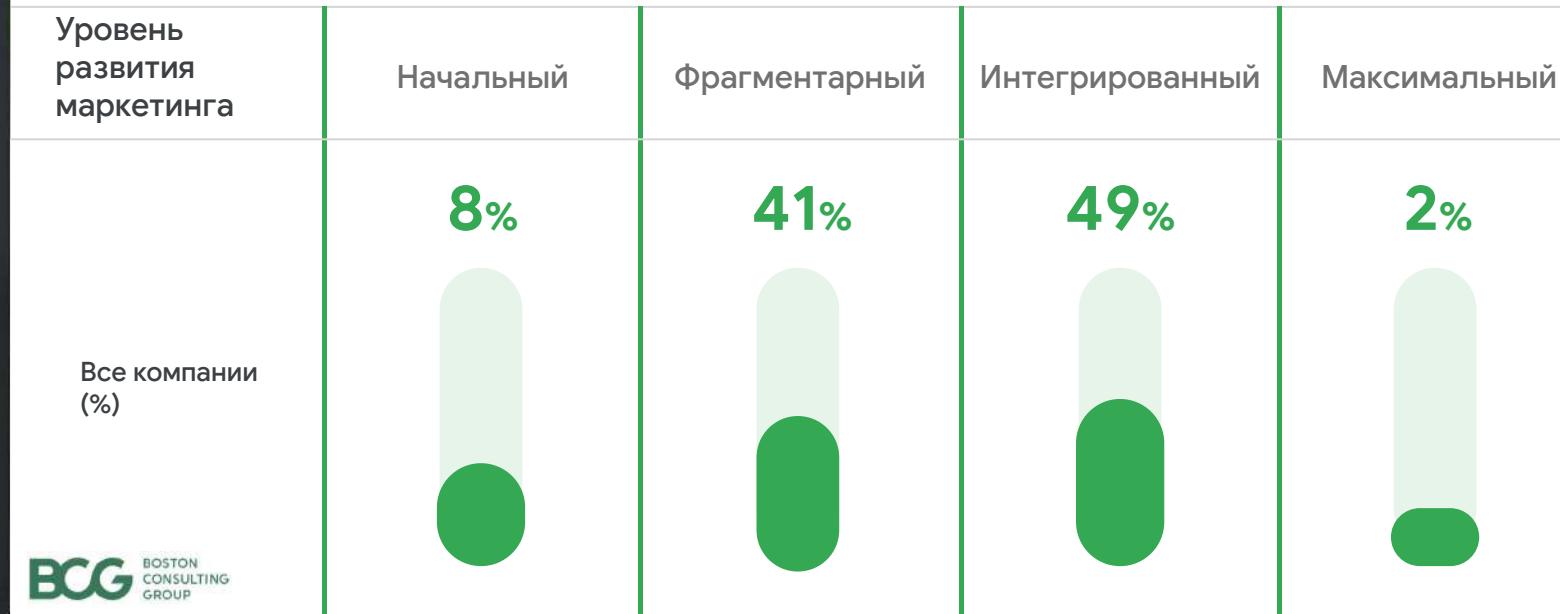


2.5x

Доход от цифрового маркетинга



Только 2% компаний используют все инструменты, возможности и подходы маркетинга на основе данных

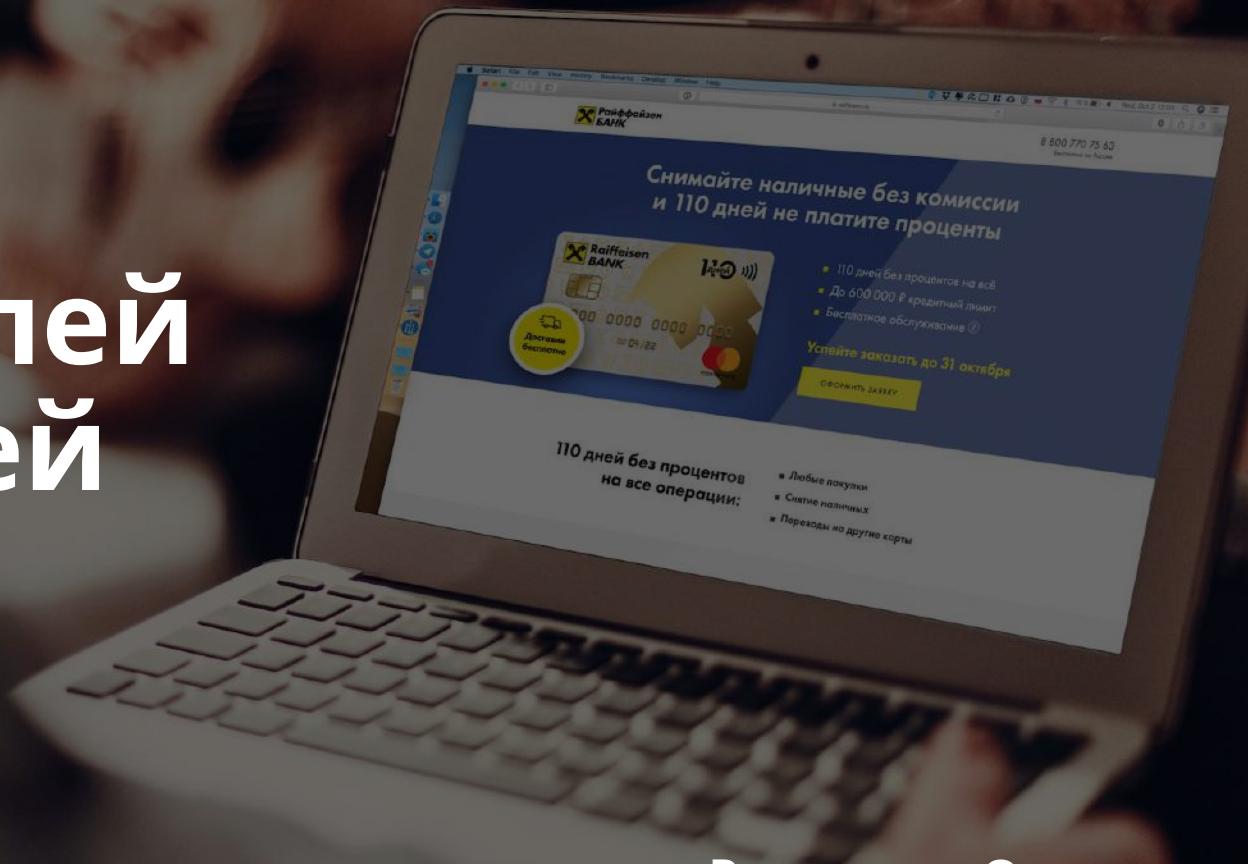


Финансовая индустрия отстает от лидеров. Только 15% компаний вертикали Финансы используют инструменты и подходы маркетинга на основе данных на хорошем уровне.

→ **Большие возможности для роста!**



Взрослей Богатей



Андрей Крупнов
Head of Digital Communications

Ростислав Орлов
Head of Digital Performance



Зачем мы здесь

💡 Как продавать продукт, который никто не знает

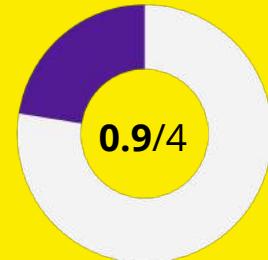
🔥 Дорога к Digital Maturity

😢 Инфраструктура взрослого человека

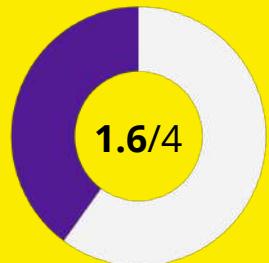
😊 Brandformance кейс



Digital Maturity индекс

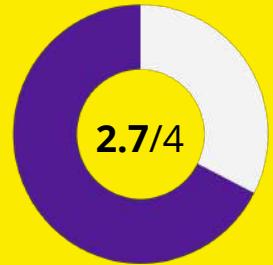


Июнь 2017



Июль 2018

2018:
×2.7 NTB



Июнь 2019

2019 RR:
-30% CPA

2017:
Baseline



Проблема



- Низкий awareness
- Низкий consideration

Как следствие:

- Низкий AR %
- Мало продаж



Гипотеза



- Увеличим awareness
- Увеличим consideration

Получим:

- Рост AR %
- Рост продаж



Фреймворк



Активы

Единая стратегия
во всех
материалах



Активация

Работа со всеми
доступными
каналами



Автоматизация

Оптимизация
на результат



Аудитория

Вычисление
самых
эффективных
аудиторий



Атрибуция

Адекватная
оценка вклада
каждого канала



Декомпозиция аспектов

A
Аудитории



Data Strategy
Audience Definition
Targeting Techniques

- 1. 1st and 3d party data - CRM integration
- 2. Holistic Customer View
- 3. Enriched insights
- 4. Segments defined based on ML & LTV
- 5. 6+ audience segments
- 6. Continuous and automated maintenance
- 7. Full Funnel targeting
- 8. Coordinated comms across channels

Пробивайте барьеры

😎 Сначала базовое, потом сложное

😎 Сначала простое, потом хитрое

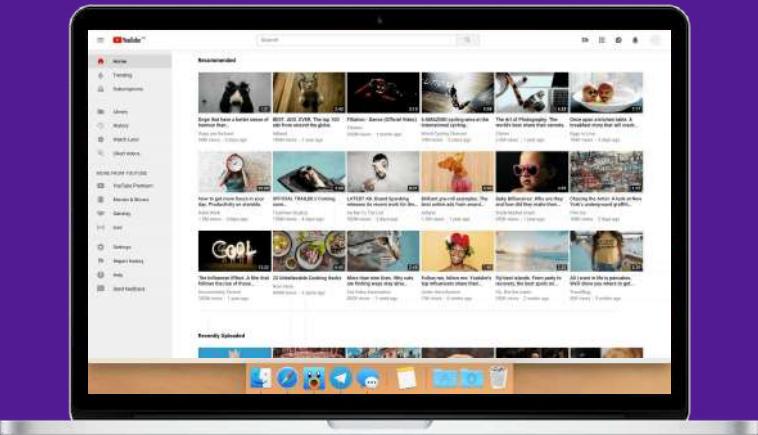
😍 Находите друзей

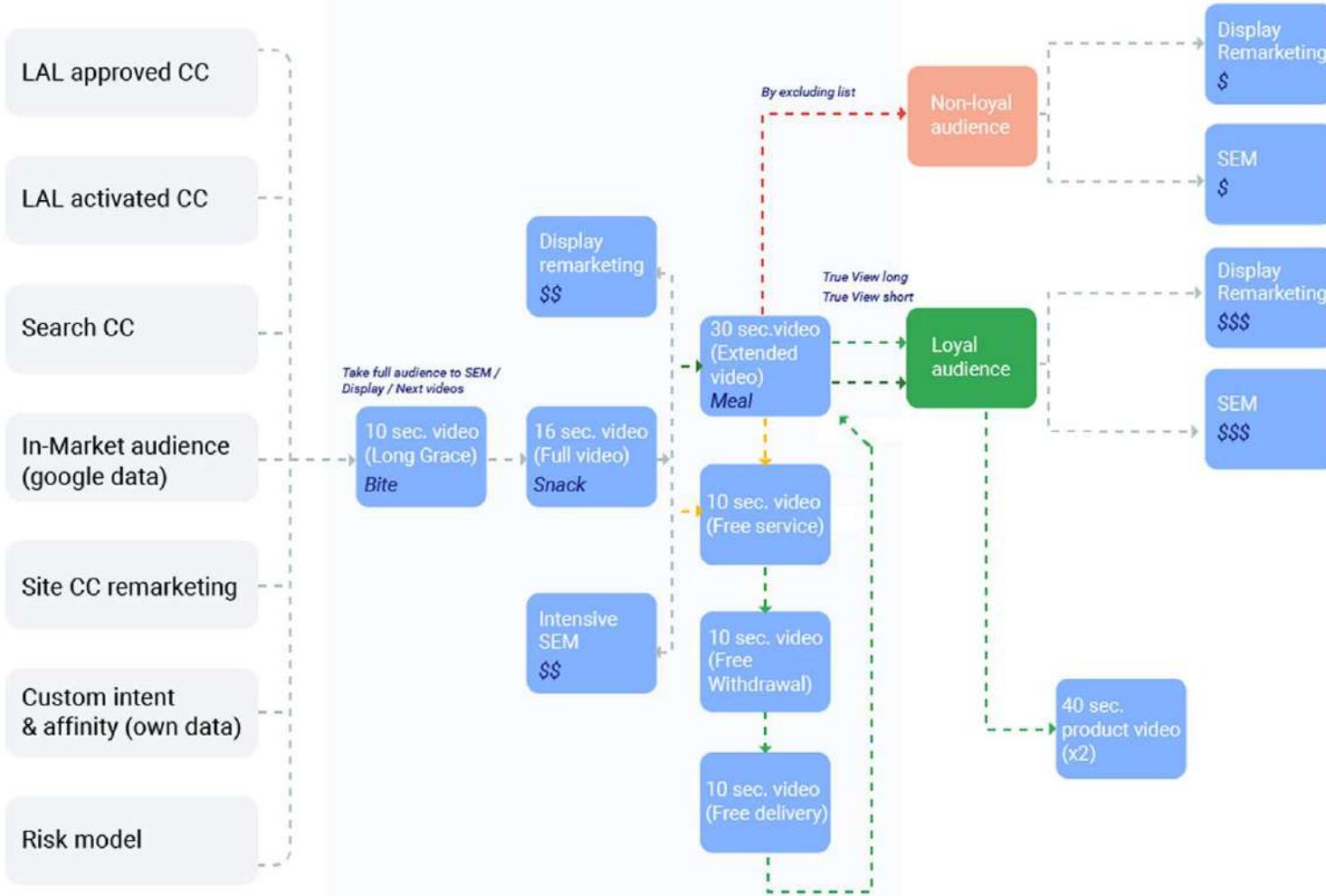
😜 Работайте параллельно



Brandformance подход

- Нужно построить знание
- Увеличить продажи
- ТВ недоступен
- Куча USP





Активы: Ролики



Bite (10 сек.)



Snack (16 сек.)

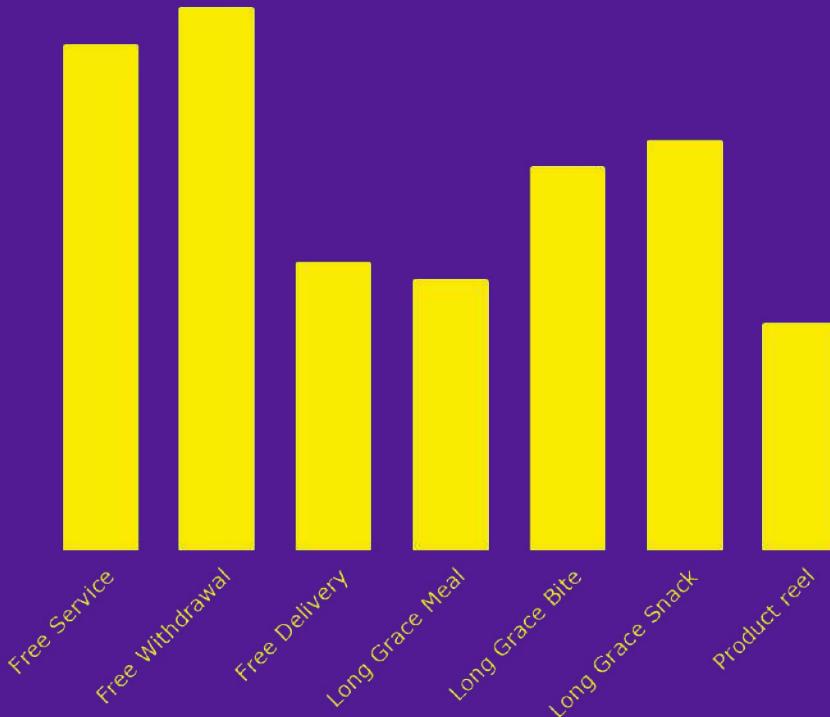


Meal (30 сек.)

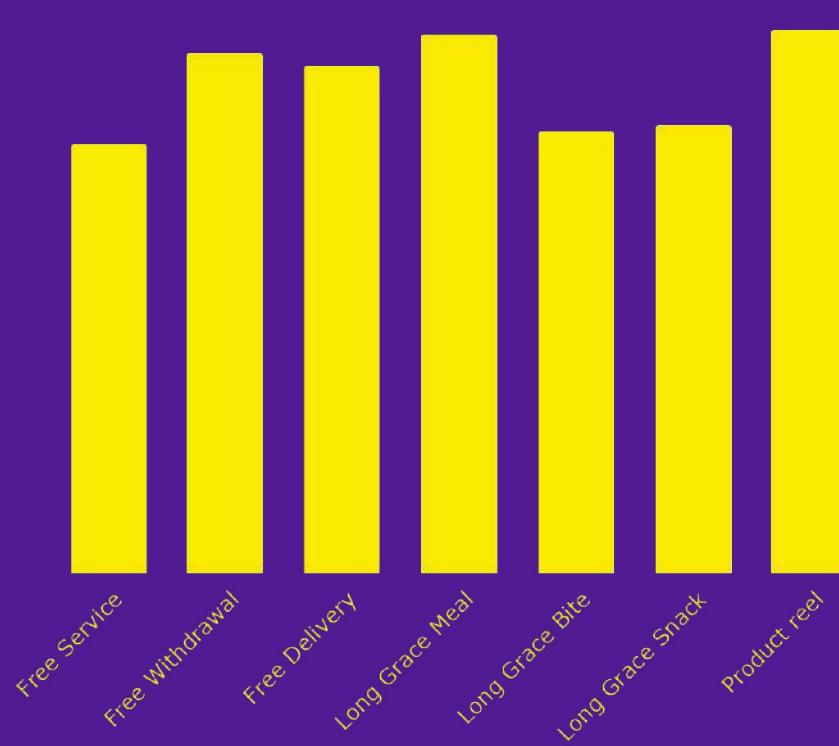
<https://youtu.be/9d5XHhQ3Ak0>

Активы: тест креативов

CTR



VTR



Активы: тестирование фичей

Бесплатная кредитная карта
Привезём карту с деньгами куда вам
удобно. Это тоже бесплатно.



■ 110 дней без процентов на всё.
■ До 600 000 ₽ кредитный лимит
■ Бесплатное обслуживание ⓘ

Успейте заказать до 28 февраля

ОФОРМИТЬ ЗАЯВКУ



Живем с ней
до сих пор

Снимайте наличные без комиссии
и 110 дней не платите проценты

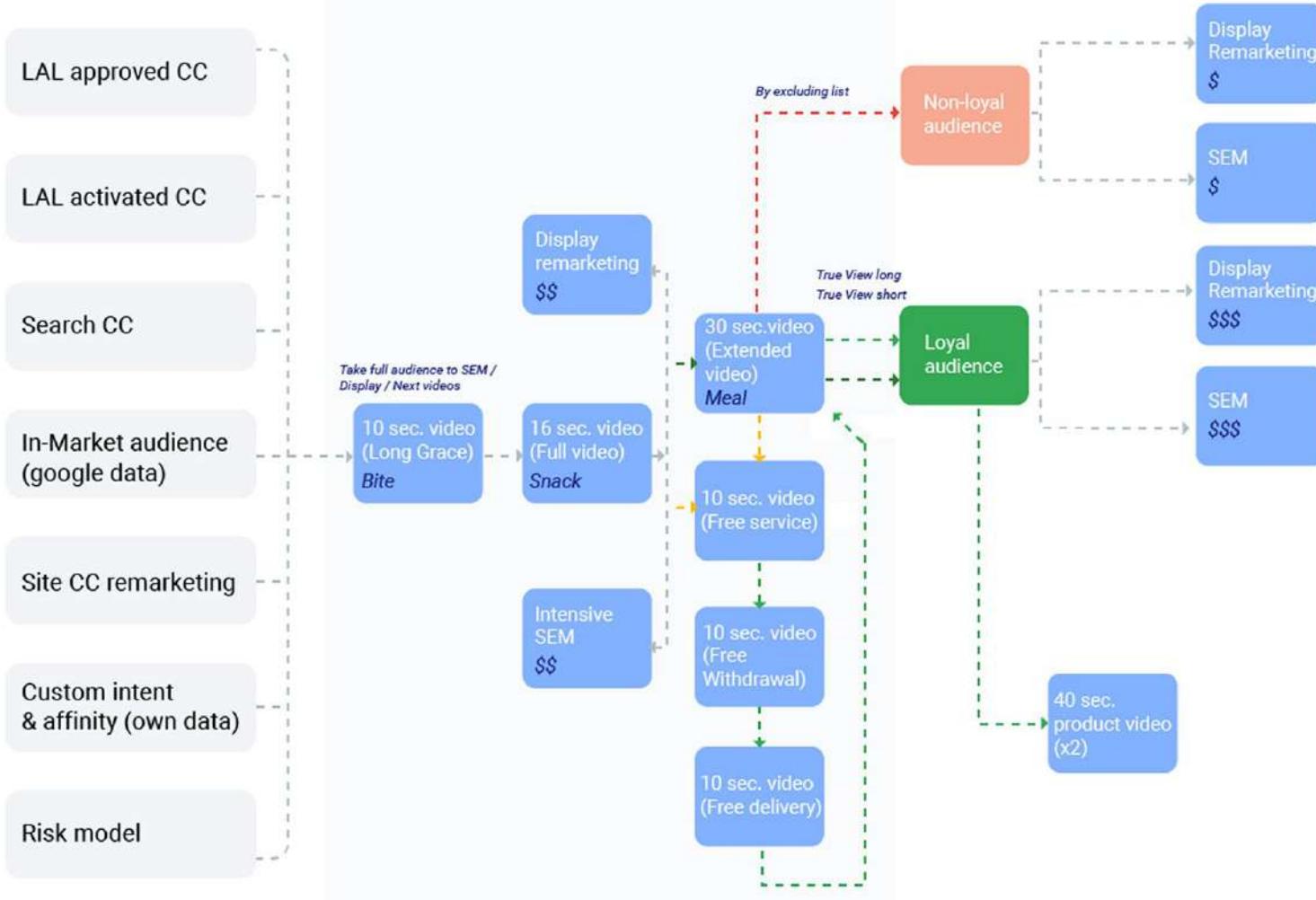


■ 110 дней без процентов на всё.
■ До 600 000 ₽ кредитный лимит
■ Бесплатное обслуживание ⓘ

Успейте заказать до 28 февраля

ОФОРМИТЬ ЗАЯВКУ

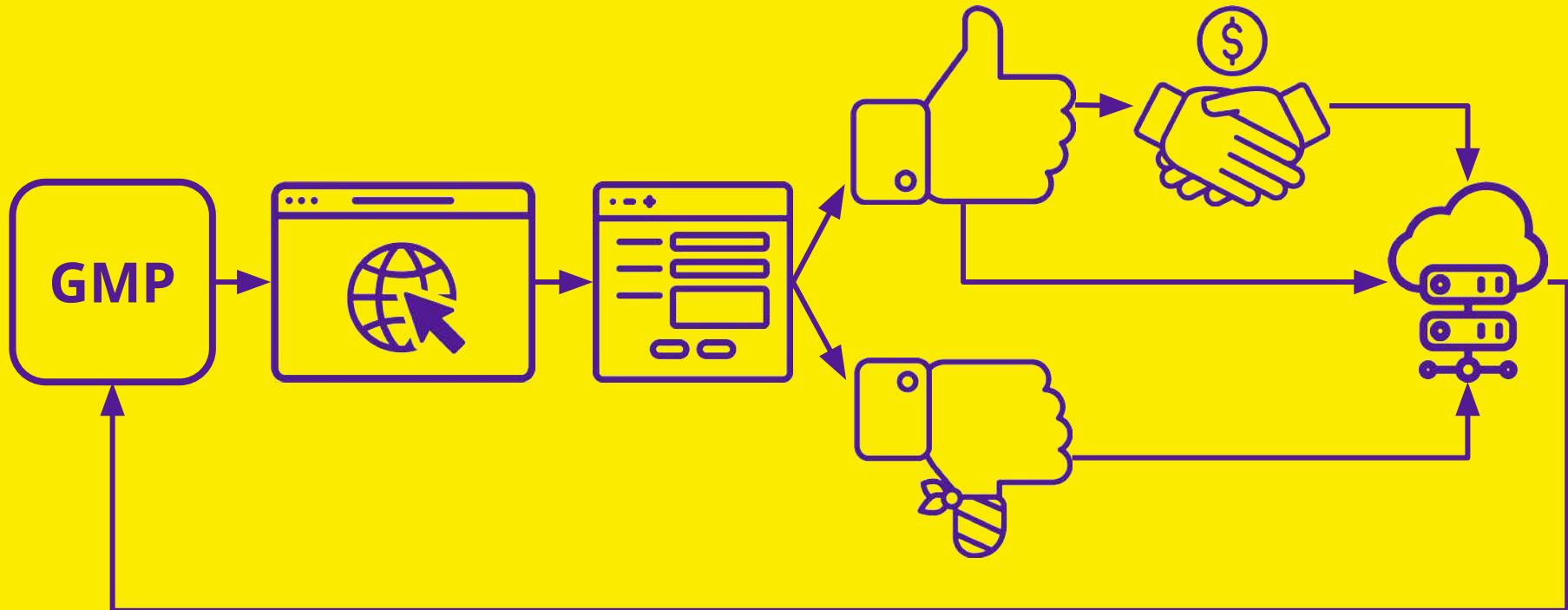




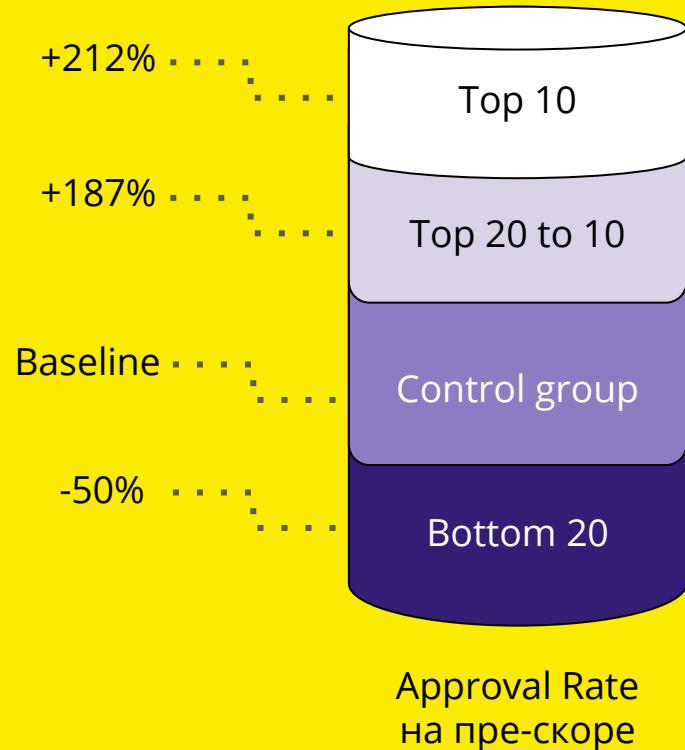
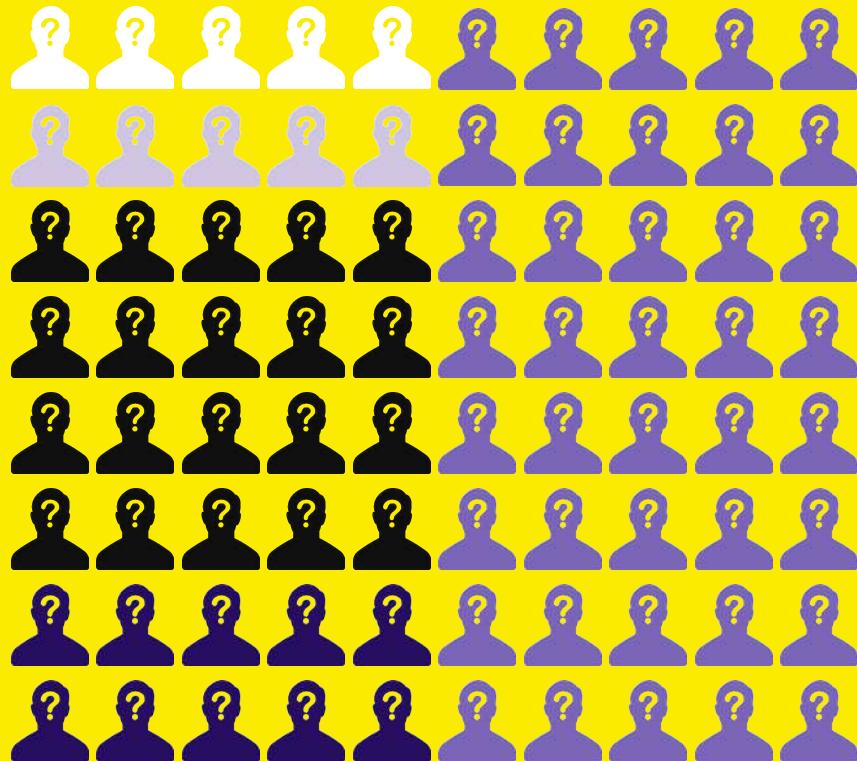
Активы: кросс-канальная закупка



Automation: Alw-On оптимизация

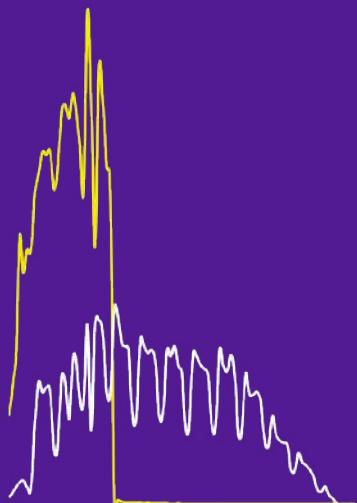


Аудитории: глубокая проработка

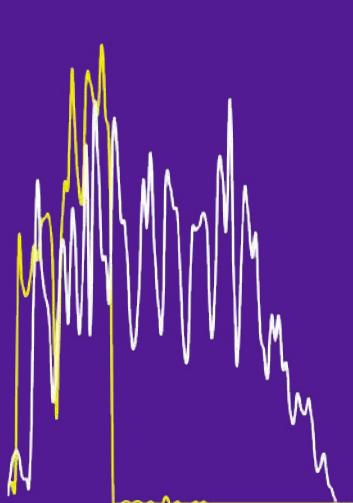


Атрибуция: post view аналитика

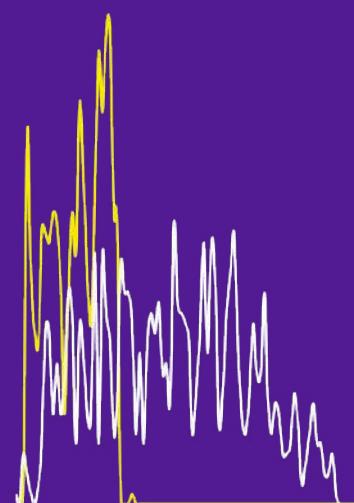
Сессии



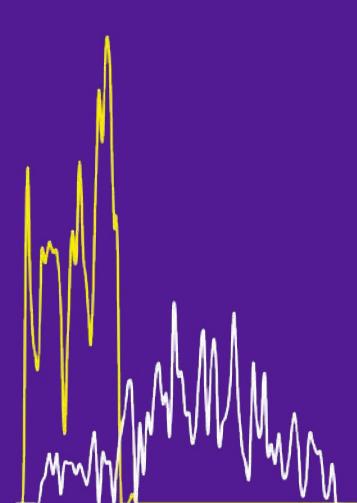
Лиды



Одобренные лиды



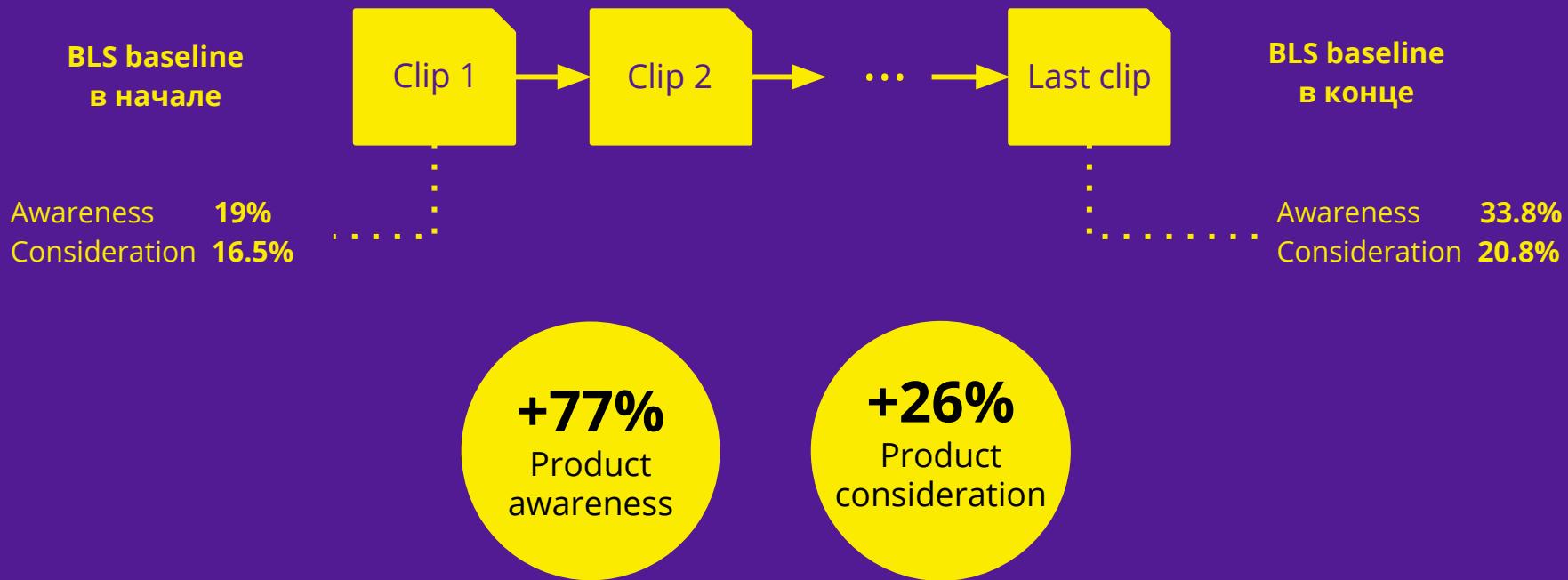
Продажи



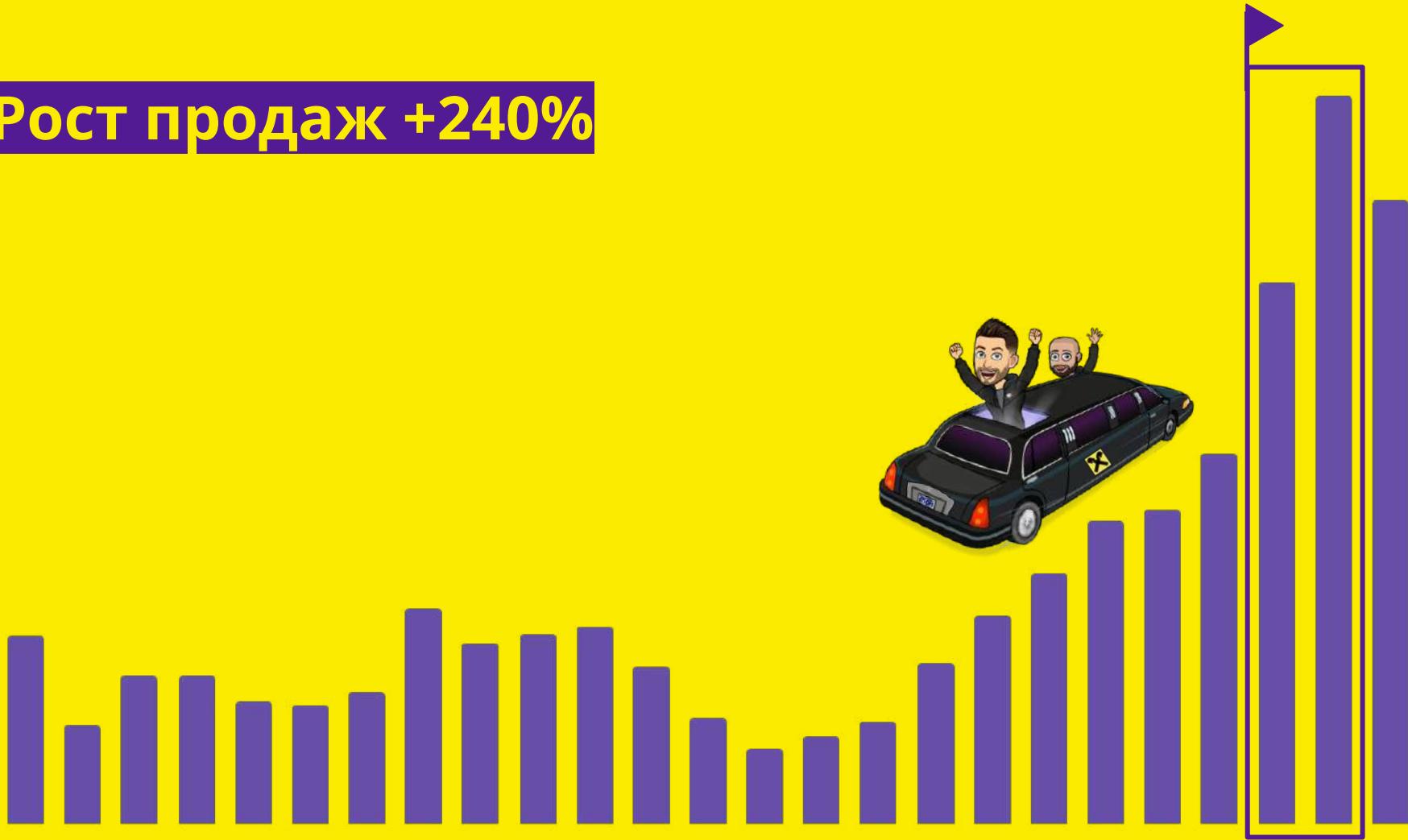
— Click-Through

— View-through

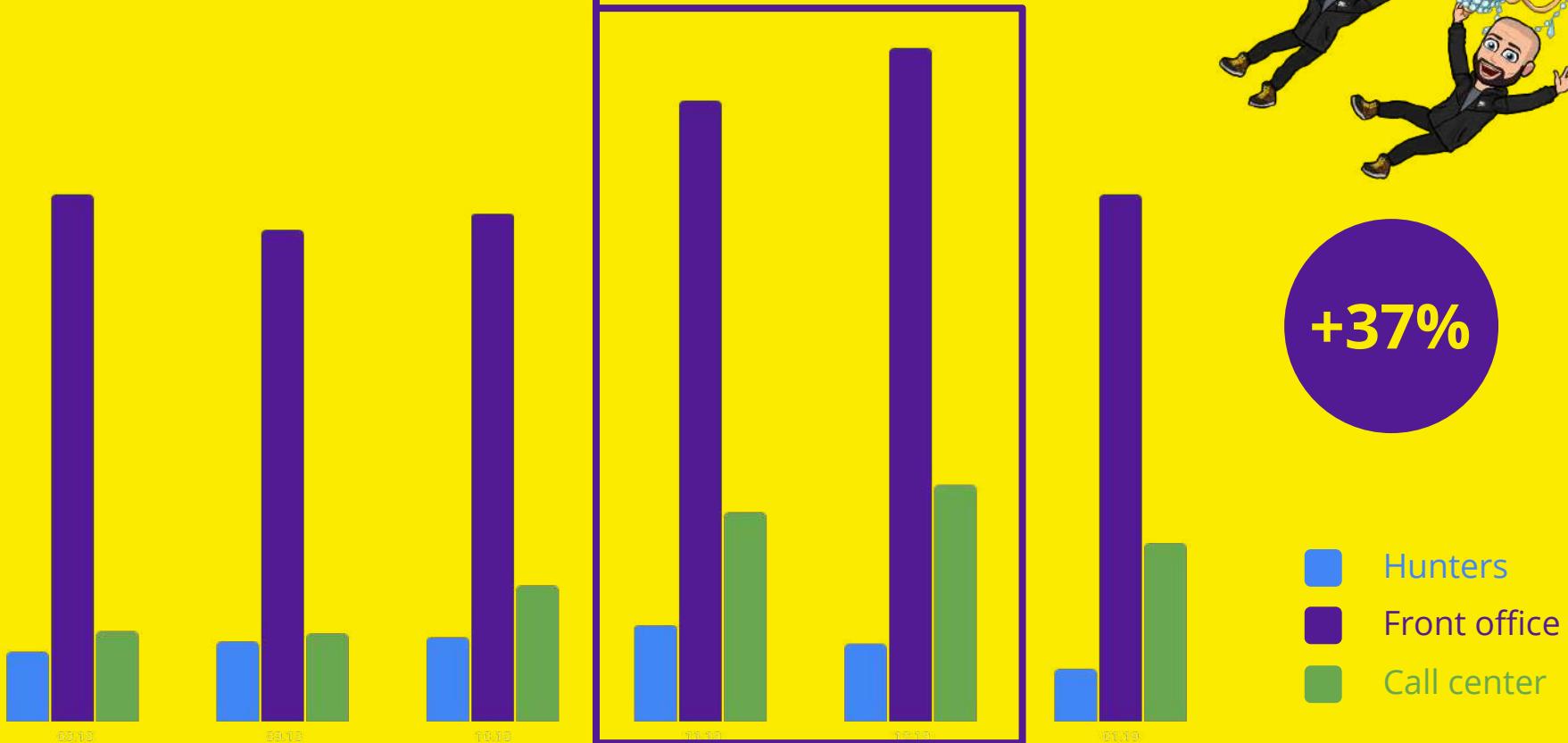
Brand Lift Survey: как считать серии?



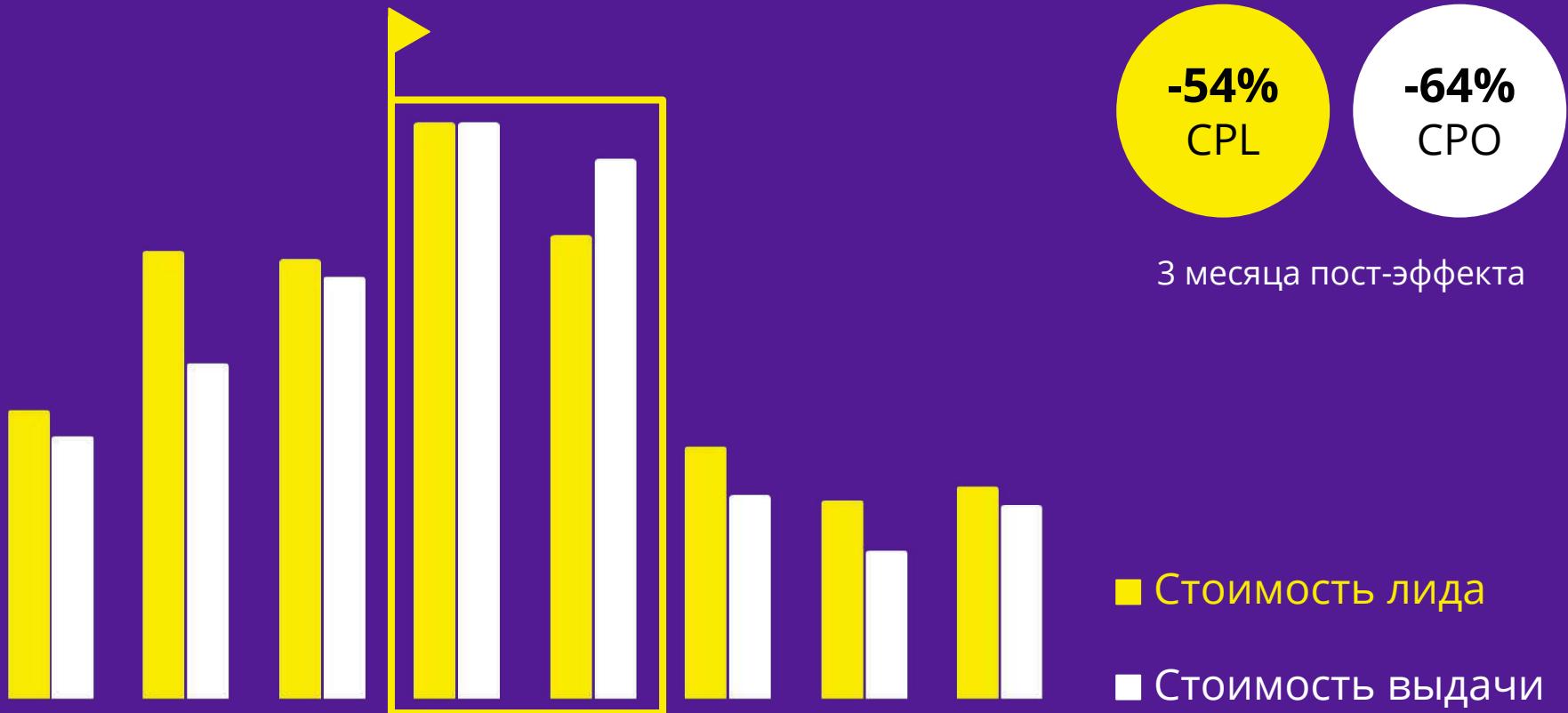
Рост продаж +240%



Оффлайн продажи



Влияние на performance



Что дальше: Maturity RoadMap

- 💡 ROPO
 - 😱 Data Driven Attribution
 - 🤯 Медиа-сплит оффлайн/онлайн
 - 🤔 Глубокая оценка креативов
 - 😊 Предиктивные модели



Ростислав
Орлов
facebook.com/orlov



Андрей
Крупнов
facebook.com/andrew.krr

Обнимаем: **о** **н** **и** **Г****о****о****г****л****е**



Digital Maturity

Тактика внедрения

Илья Сидоров Эксперт по мобильным
технологиям Google

Как работать с Digital Maturity



Шаг 1. Подготовка

1. Подготовка



2. Диагностика



3. План действий



4. Отслеживание
прогресса



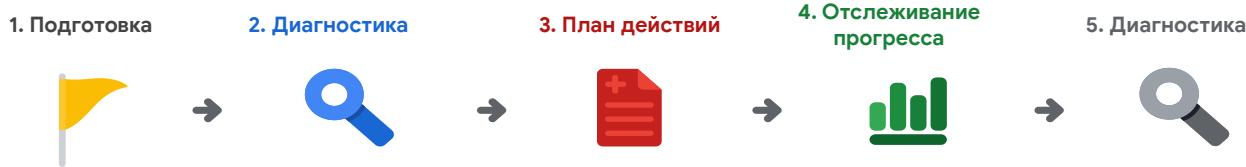
5. Диагностика



Ключевые шаги в рамках подготовки:

1. Определить лидера проекта
2. Заручиться поддержкой топ-менеджмента
3. Объяснить важность проекта смежным подразделениям/командам:
 - Внутренние подразделения: сайт, приложение, медийная реклама, онлайн маркетинг, креатив, команды продуктов
 - Агентства и партнёры
4. Согласовать ключевые составляющие и таймлайн проекта, договориться о встречах с командами для проведения опроса (диагностики)

Шаг 2. Диагностика



Ключевые шаги в рамках диагностики:

1. Ознакомиться с вопросами, подготовить опросник для встреч с командами
2. Провести опрос по релевантным блокам с командами (например, для сайта - блок Assets и Organization, для CRM команды - блоки Audience, Attribution и Organization)
3. Пройти онлайн опрос с итоговыми результатами всех интервью - с тем, чтобы получить оценку и бенчмарк

digitalmaturitybenchmark.withgoogle.com/en/advertisers/

Never miss a moment to connect with customers

See how your data-driven marketing measures up, and discover your roadmap to digital maturity.

In partnership with



Ваш уровень по атрибутам*

*Средняя оценка по банкам, которые провели диагностику



Аудитория



Активы



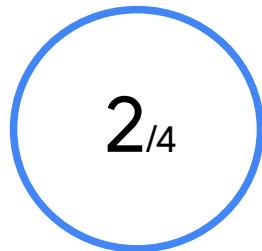
Активация



Атрибуция



Автоматизация



Лучшие в индустрии
4



Лучшие в индустрии
3.5



Лучшие в индустрии
3.5

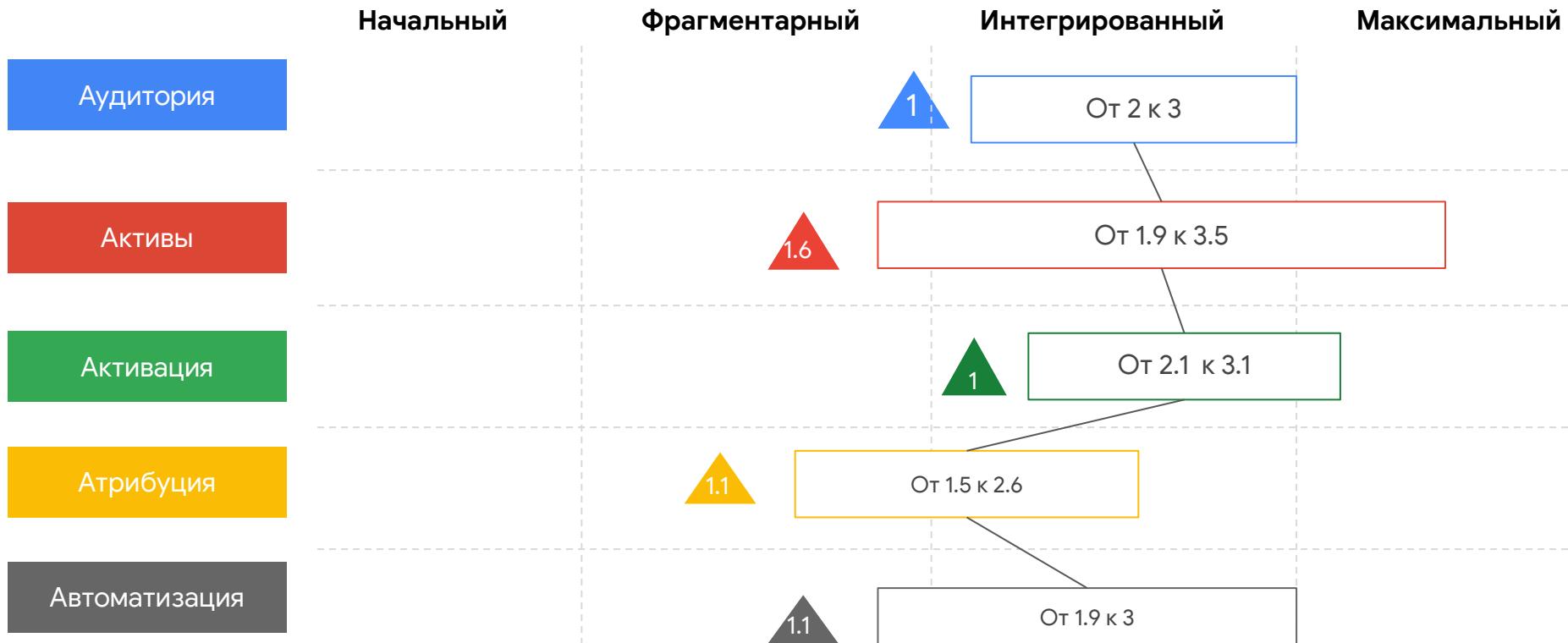


Лучшие в индустрии
3.3



Лучшие в индустрии
3.5

Шаг 3. План действий





Автоматизация

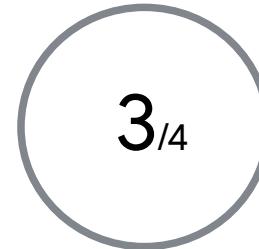
Ваш уровень (пример)

Сегодня



- Автоматизация используется с управлением ставками при помощи внешнего инструмента и модификаторов ставок
- Учитываются только онлайн-заявки (без омниканальной оптимизации)
- Нет автоматизированной оптимизации по Life-Time Value модели

Завтра



- Тестирование и внедрение автоматических стратегий Google (поиск, КМС, Youtube)
- Тестирование и внедрение автоматизации креативов
- Для каждого продукта разработана максимально эффективная автоматическая стратегия (test & learn)
- Интеграция данных из CRM по одобрениям и оптимизация с учётом CRM
- Автоматизация и оптимизация на LTV



Автоматизация

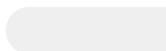
Сбербанк на четверть увеличил
число заявок при помощи
автоматизации управления
ставками на поиске Google



Продукт 1 (B2C)



25%



0%

рост количества заявок
уменьшение стоимости
заявки

Продукт 2 (B2C)



15%



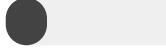
15%

рост количества заявок
уменьшение стоимости
заявки

Продукт 3 (B2B)



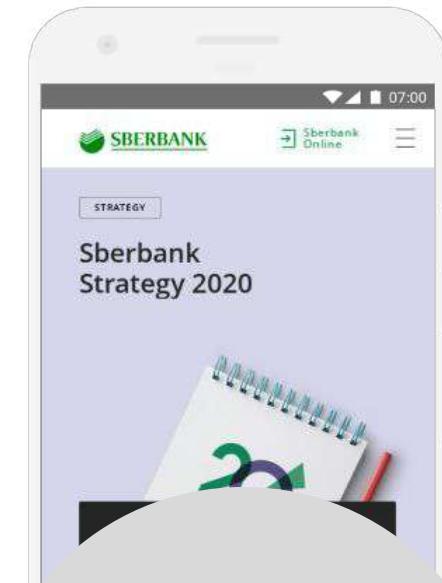
24%



7%

рост количества заявок
уменьшение стоимости
заявки

Источник: внутренние данные Google





Автоматизация



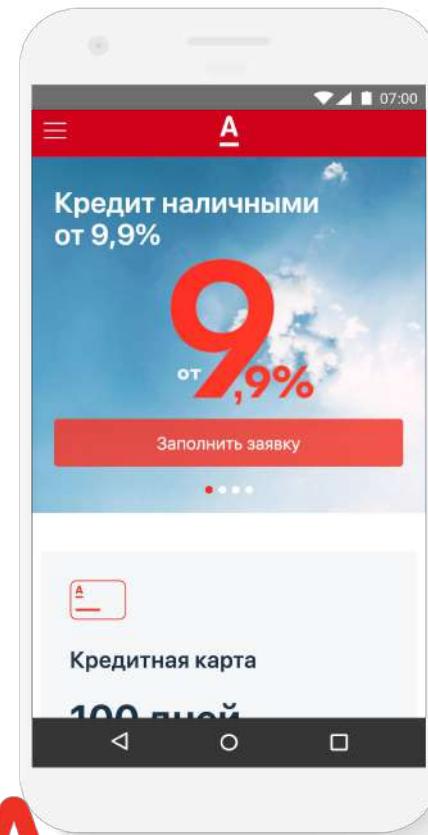
«Альфа-Банк» снизил цену за одобренную заявку в КМС на 61% благодаря оптимизации на основе глубоких конверсий

Подход

Настроить передачу обезличенных данных по одобренным заявкам, чтобы улучшить работу автоматизированной стратегии «целевая цена за конверсию» на среднем этапе воронки.

Результаты (период теста: 1 и 3 кварталы 2018 года)

- На 76% увеличилось количество первичных заявок.
- На 157% выросло количество одобрений.
- На 46% повысился коэффициент одобрения.
- На 61% сократилась цена одобренной заявки по сравнению с предыдущими размещениями в КМС.



A Альфа·Банк



Активы

Сайт & Приложения

Сегодня

1.9
/4

- Сайт грузится медленно (цель - 3 секунды);
- Не внедрены технологии “быстрых страниц” AMP и веб-приложение PWA
- Не проведен тест качества мобильного приложения

Завтра

3.5
/4

- Сайт грузится за 3 секунды;
- UX и контент сайта тестируются на постоянной основе - еженедельно выдвигаются новые гипотезы;
- Внедрены и протестированы AMP страницы;
- Реализован функционал PWA и проведена оценка результата;
- Ведётся системная работа по повышению качества мобильного приложения.



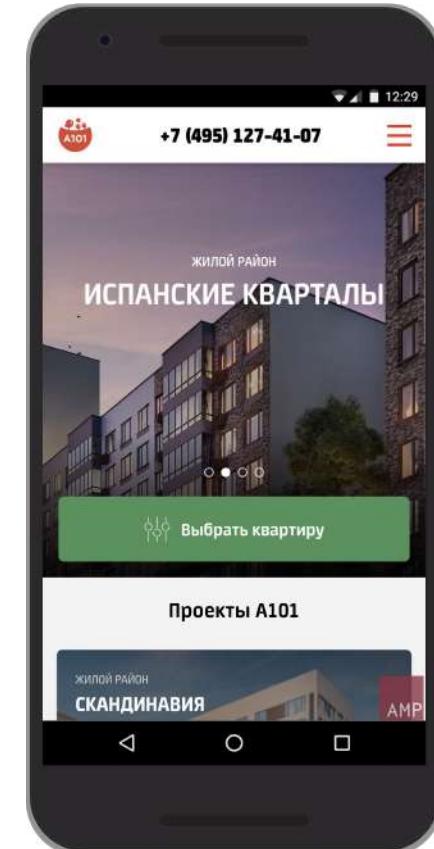
Mobile first подход – перезапуск сайта с фокусом на мобильный UX и высокую скорость загрузки

на **60%** выше скорость загрузки

+15% рост уровня конверсии на
мобильных устройствах



Внедрение быстрых страниц
AMP позволяет сократить
время загрузки до 1-2 секунд
и повысить конверсию



-20% стоимость лода (в сравнении с
обычной мобильной страницей)

**+580% коэффициент конверсий
(контакты)** (в сравнении с обычной
мобильной страницей)

Роли и зоны ответственности

20%

Площадки

- Консалтинг по аналитическим и продуктовым направлениям
- Подключение отраслевых и продуктовых экспертов
- Аудиты рекламных активностей
- Помощь с маркетинговой стратегией, созданием креативов
- Бенчмарки, инсайты по категориям, лучшие практики индустрии

30%

Агентство /
In-house
команда

- Разработка и внедрение маркетинговых стратегий
- Тестирование продуктовых новинок
- Разработка технологических решений для интеграции данных с внешними системами
- Настройка процесса автоматизированного тестирования креативов/аудиторий
- Внедрение новых практик оптимизации Always-On кампаний (Volume Based, O2O, etc.)
- Настройка мониторинга движения по проекту и развития 5A

50%

Команды
банка

- Разработка маркетинговой стратегии и следование ей
- Организация коллабораций с необходимыми подразделениями (CRM, сайт, онлайн-банк, аналитика, креатив, offline marketing)
- Customer Development
- Внедрение аналитических решений
- Оптимизация всех активов (сайт, приложения, креативы)
- Внедрение лучших практик отрасли

Таймлайн проекта

НОЯБ

ДЕК

ЯНВ

ФЕВ

МАРТ

АПР

МАЙ

ИЮНЬ

ИЮЛЬ

Брифинг /
1 неделя

Подготовка и
согласование
тактического
плана /

Интервью -
встречи /
1-2 недели

Скоринг/
1-2 дня

**Утверждение
плана**

Проверка статуса
в середине
проекта

- Если 6 мес план -
квартальная
проверка
- Если 12 мес план -
полугодовая
проверка

Подведение
итогов
проекта

Повторная
диагностика

Согласование
нового плана

Digital Maturity.

Цифровая трансформация маркетинга позволяет:

- Провести оценку текущего состояния маркетинга и найти точки роста
- Систематизировать различные активности и проекты
- Увидеть взаимосвязи и взаимозависимости и сдвинуть тяжёлые проекты
- Повысить качество кросс-функциональной работы и работы с партнёрами, увеличивая прозрачность и понимание роли digital
- Повысить эффективность digital маркетинга