

DIGITALISATION

Использование знаний о клиентах
в digital-коммуникациях

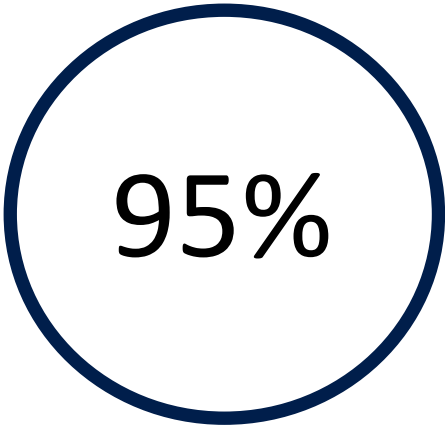
T O M T A I L O R GROUP

ИНТЕРНЕТ



87 млн.

Человек пользуются интернетом в РФ
Это 73% от общего населения



95%

Практически все пользователи в возрасте 12 – 34 ежемесячно пользуются Интернетом



127 мин.

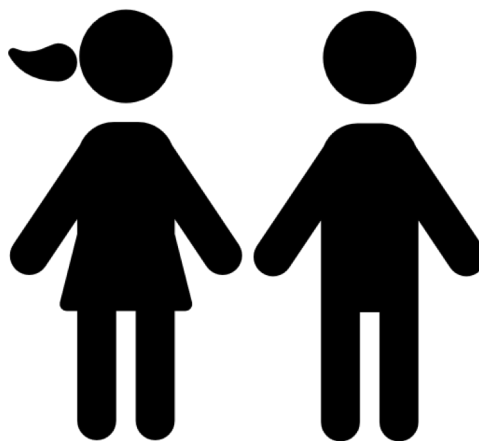
Ежедневно пользователи в возрасте 12 – 64 проводят в Интернете

GfK, 2017, вся Россия 16+

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Выходит в интернет у себя дома с компьютера или ноутбука

Рабочий или специалист



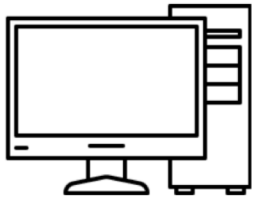
3+ человека в семье

Проводит в мобильном интернете почти 2 часа в день

Возраст: 25-44 / Доход: B,C

TNS Web Index

УСТРОЙСТВА



55 %

67 млн.



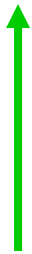
48 %

59 млн.



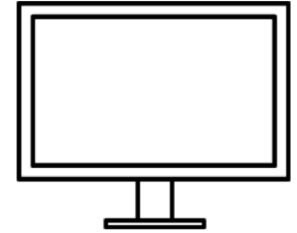
63 %

77 млн.



28 %

34 млн.



19 %

16 млн.



MOBILE
ONLY
16 млн.

Омнибус GfK, 2017, вся Россия 16+

РЕКЛАМА В ИНТЕРНЕТЕ

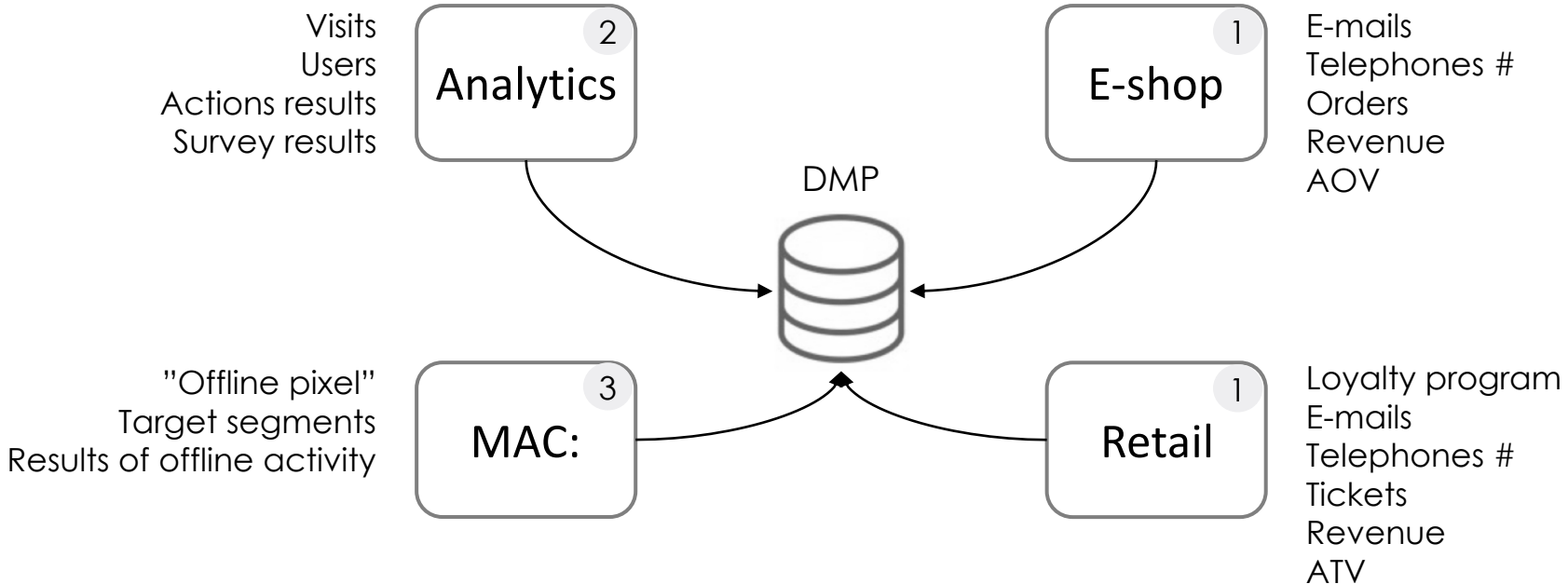


- Сбор данных, история и прогнозы (RFM / LTV)
- Персональные предложения и постоянная коммуникация

Если сегодня
продолжать делать то,
что делал вчера,
то завтра будешь там,
где был сегодня.

T O M T A I L O R GROUP

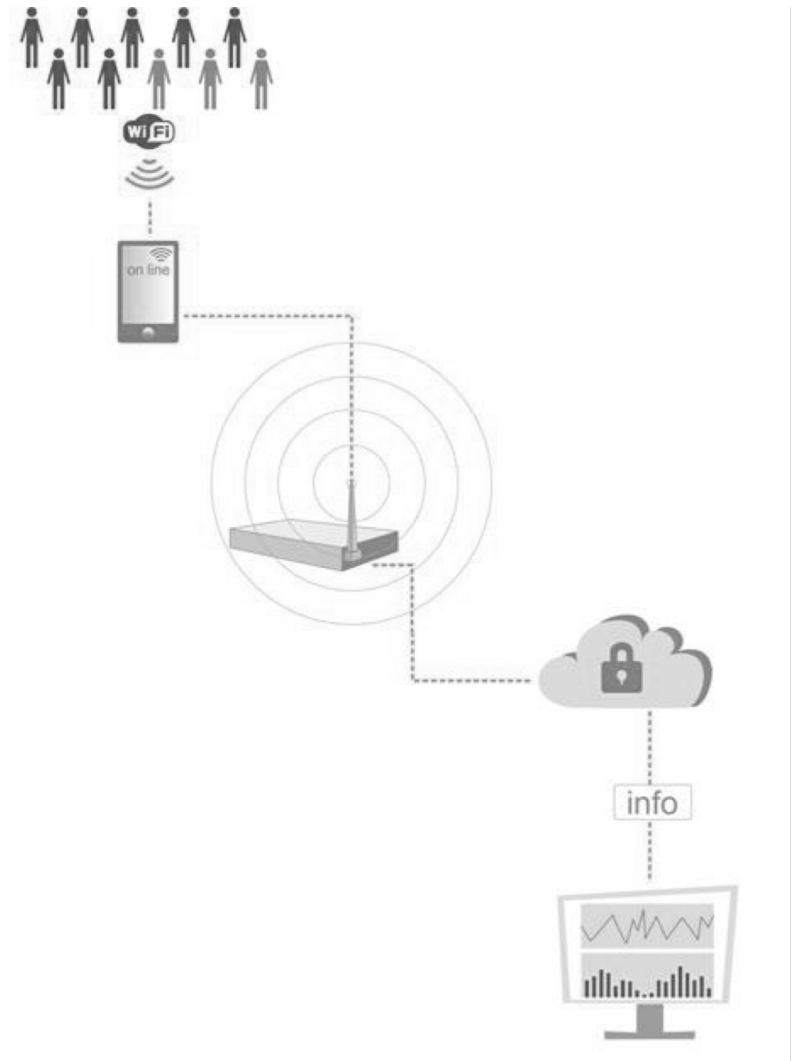
DATA MANAGEMENT PLATFORM



- Объединение данных из всех источников
- Обогащение знаний о клиентах
- Использование сегментов в маркетинговых коммуникациях

«OFFLINE PIXEL»

- Таргетированная реклама
- Аналитика эффективности:
 - Маркетинг
 - HR (торговый персонал)
 - Аренда / Розница
- Портрет аудитории
- Эффективность мероприятий
- Программа лояльности

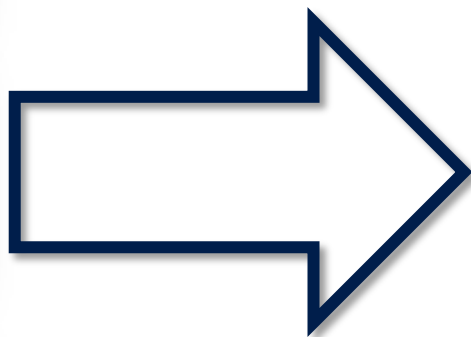


ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА

The image displays two overlapping screenshots of digital advertising management interfaces. The top screenshot shows the TargetMy website with a navigation menu including 'КАМПАНИИ', 'БАННЕРЫ', 'АУДИТОРИИ', and 'БАЛАНС'. A red box highlights the 'Аудитория' (Audience) option in the dropdown menu. The bottom screenshot shows the Yandex Audience Manager interface with a red box highlighting the 'Аудитория' (Audience) option in the 'Сегменты провайдеров данных (DMP)' (Data Provider Segments) list. Below this, a list of specific audience segments is visible, including 'г. Москва офлайн аудитория', 'Фудкорты г. Москва (постоянные посетители)', 'ТРЦ Океания (постоянные посетители)', and 'Посетители отделов молочных продуктов сре...'.

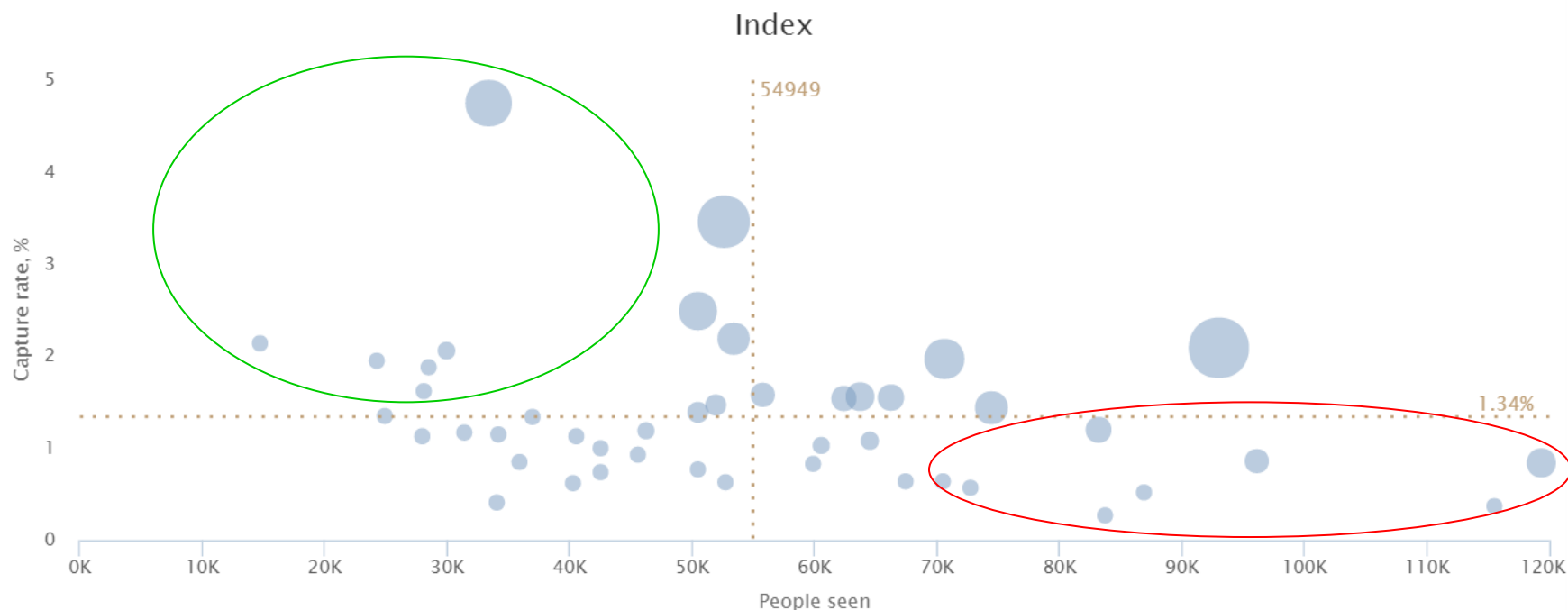
- Использовать собранные данные как основной сегмент для рекламы
- Объединяйте с данными рекламных площадок
- Использовать данные существующих ТЦ для рекламы в интернете

АНАЛИТИКА ЭФФЕКТИВНОСТИ: МАРКЕТИНГ



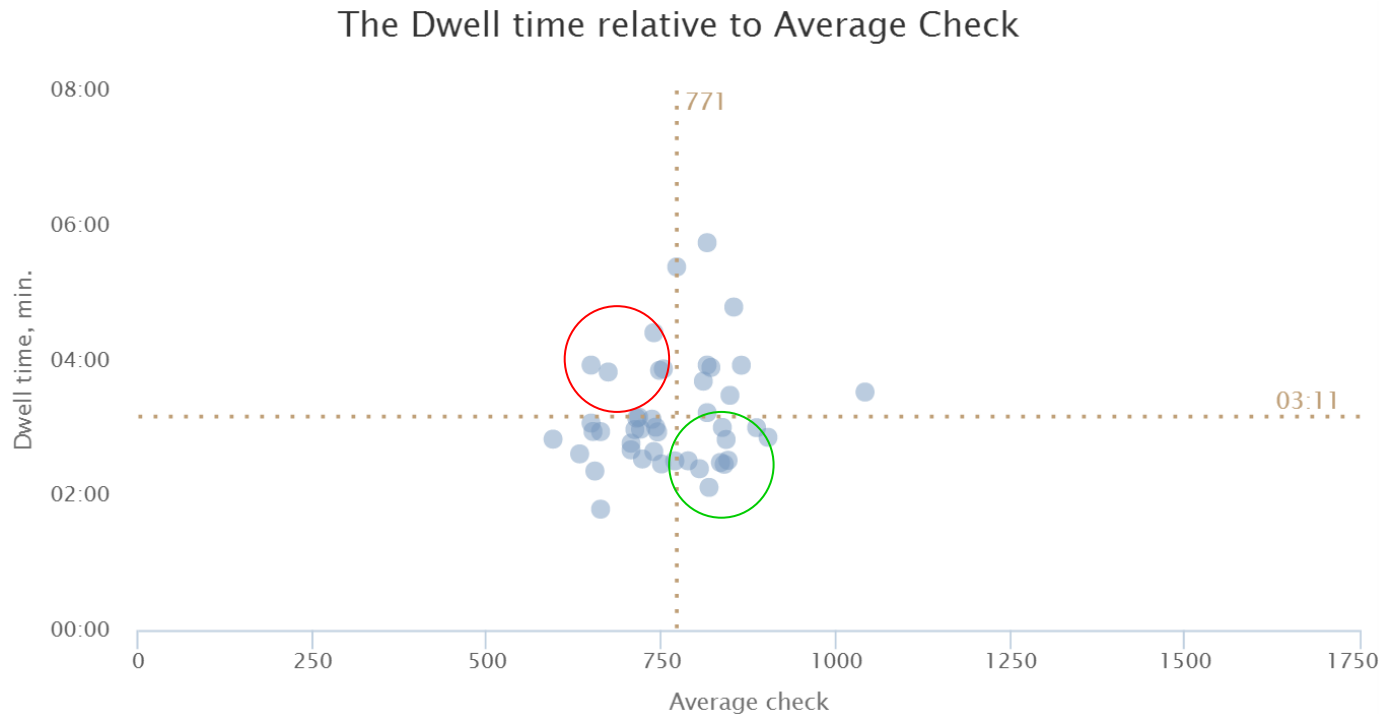
- «Доходимость» людей после мероприятий до магазина
- Эффективность наружной рекламы
- Место и время работы промо-персонала

АНАЛИТИКА ЭФФЕКТИВНОСТИ: МАРКЕТИНГ



- Оценка конверсии из проходивших мимо магазина в зашедших
- Выбор места для промо-акций на основе потока
- Распределение промоутеров в нужном месте в нужное время

АНАЛИТИКА ЭФФЕКТИВНОСТИ: HR



- Оценка персонала в магазинах
- Выявление “Best practice” (магазина / смены)
- Работа с мотивацией (воронка: идущие мимо → зашедшие → купившие)

ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ



- Объединение MAC-адресов с CRM
- Персональные предложения (рядом с магазином)

Будущее уже
наступило,
не ждите –
действуйте.

T O M T A I L O R GROUP