

Возможности медийной рекламы в Картах



Содержание

- 1 Аудитория Яндекс Карт

- 2 Возможности таргетинга

- 3 Форматы медийной рекламы в Картах

- 4 Как пользователи видят рекламу в Картах

- 5 Аналитика

- 6 Кейсы

- 7 Коммерческое предложение

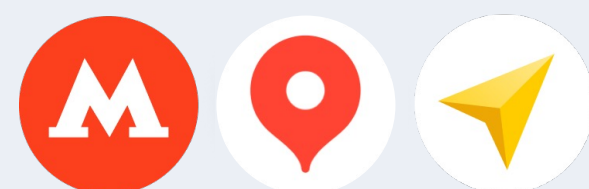
Яндекс Карты, Навигатор и Метро



92%

использовали навигационные
сервисы за последний месяц

78%



из них пользуются
Яндекс Картами

Яндекс Карты в этом случае включают сервисы Яндекса:
Карты, Навигатор, Метро; Данные онлайн-опроса РОМИР,
октябрь 2025 г.

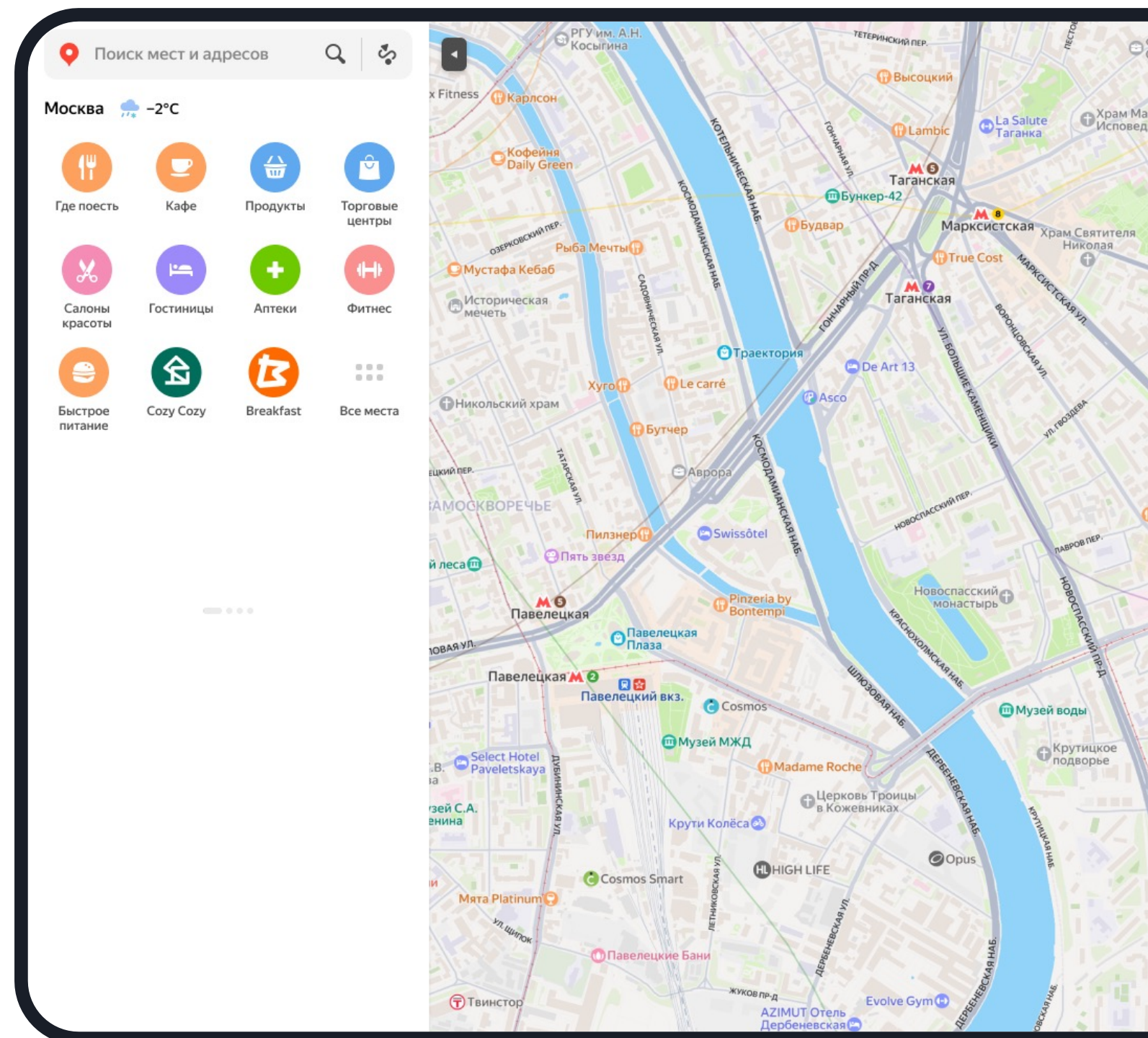


Платформы Яндекс Карт*

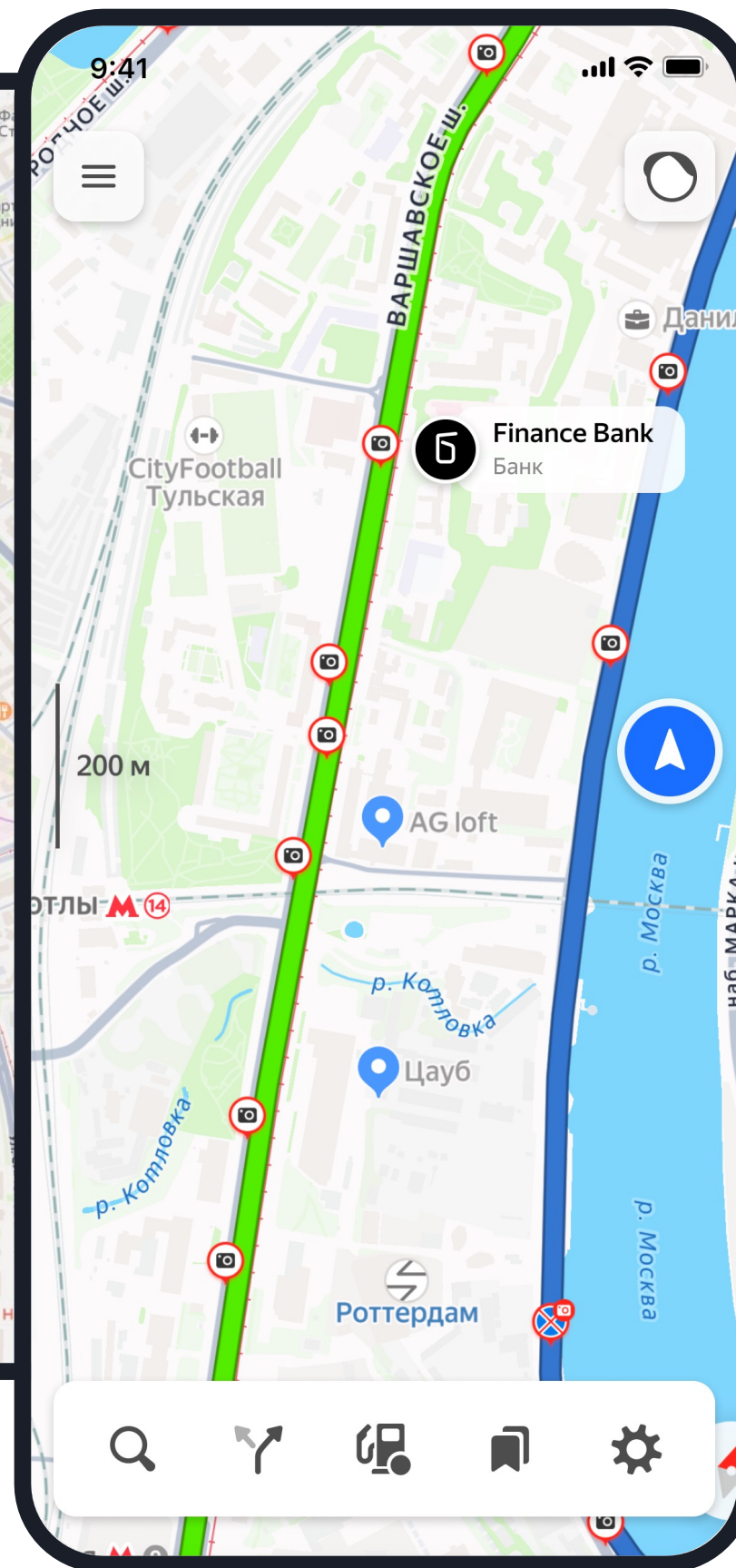
95 млн пользователей
в месяц



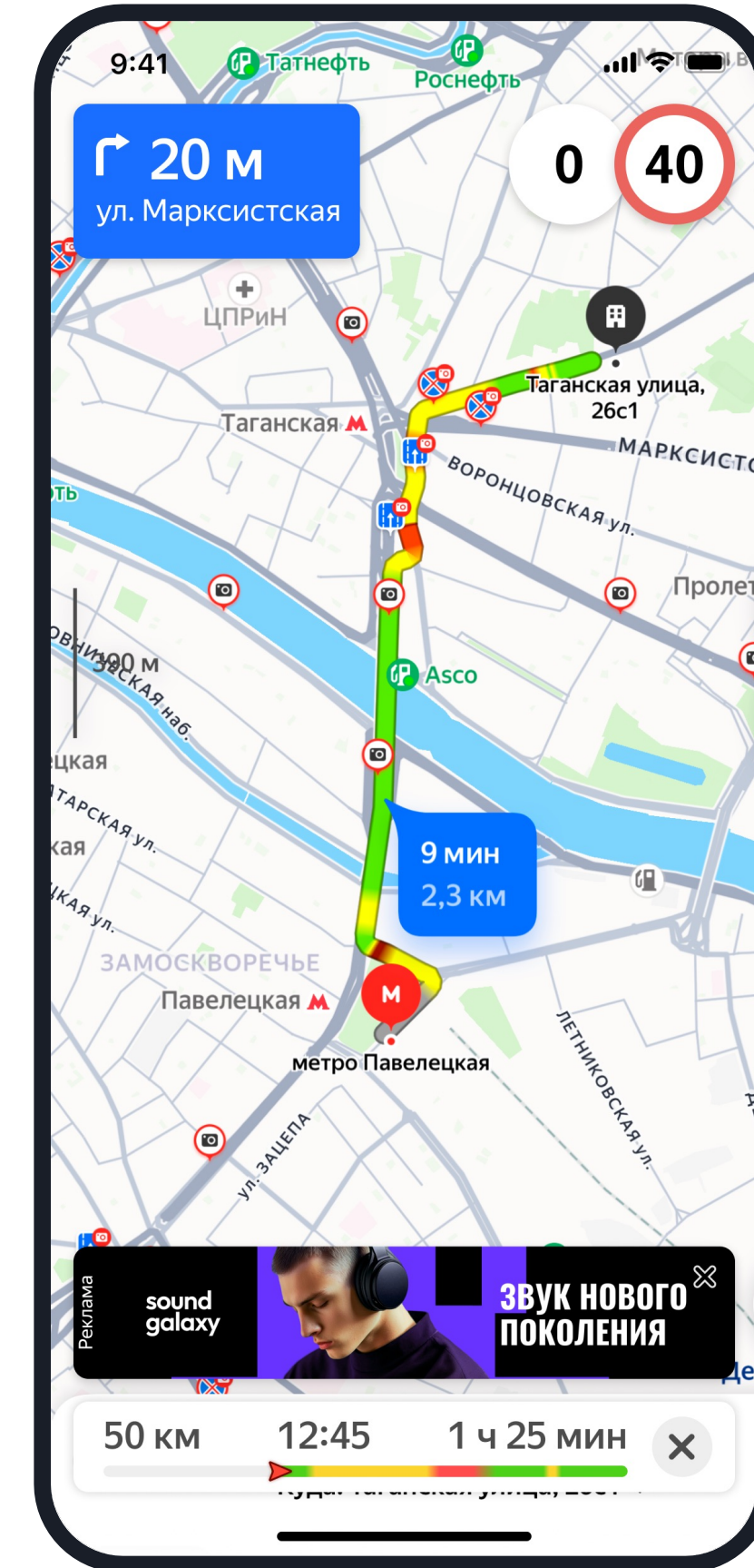
Карты 34 млн



Карты 51 млн



Навигатор 29 млн



Метро 5 млн



Источник: собственные данные Яндекса, 2025 год, Россия

* Яндекс Карты в этом случае включают сервисы Яндекса: Карты, Навигатор, Метро

83%

с доходом средним
и выше среднего



81%

работают



74%

с высшим
образованием



51%

водят автомобиль



90%

из них водят личный
автомобиль



Аудитория Яндекс Карт*

Данные онлайн-опроса РОМИР, октябрь 2025 г.
* Яндекс Карты в этом случае включают сервисы Яндекса:
Карты, Навигатор, Метро

60%

в возрасте 25–44 лет



58%

в браке

50%

с детьми



Треть пользователей Яндекс Карт* — аудитория с премиум-доходом

Это обеспеченные люди, которые ведут активный образ жизни, инвестируют, пользуются премиальными сервисами и услугами

Поведенческие характеристики, которые мы выделили с помощью Крипты:

Активность в интернете

Предпочтения

Достаток

Уровень знания английского

Интересы

Другие характеристики



Мужчины

54%



Женщины

46%

35%

живут
в Москве

52%

в возрасте
25–44 лет

77%

пользуются
iOS

* Яндекс Карты в этом случае включают сервисы Яндекса: Карты, Навигатор, Метро

Покрытие приложением

 **32%**

 **29%**



ИССЛЕДОВАНИЕ

Ваш бренд точно заметят* с рекламой в Навигаторе



Яндекс Карты в этом случае включают сервисы
Яндекса: Карты, Навигатор, Метро

* Neurotrend, январь 2024 г. Метод исследования: Eye Tracking

78%

водителей заметили
хотя бы один формат



48%

заметили каждый
формат



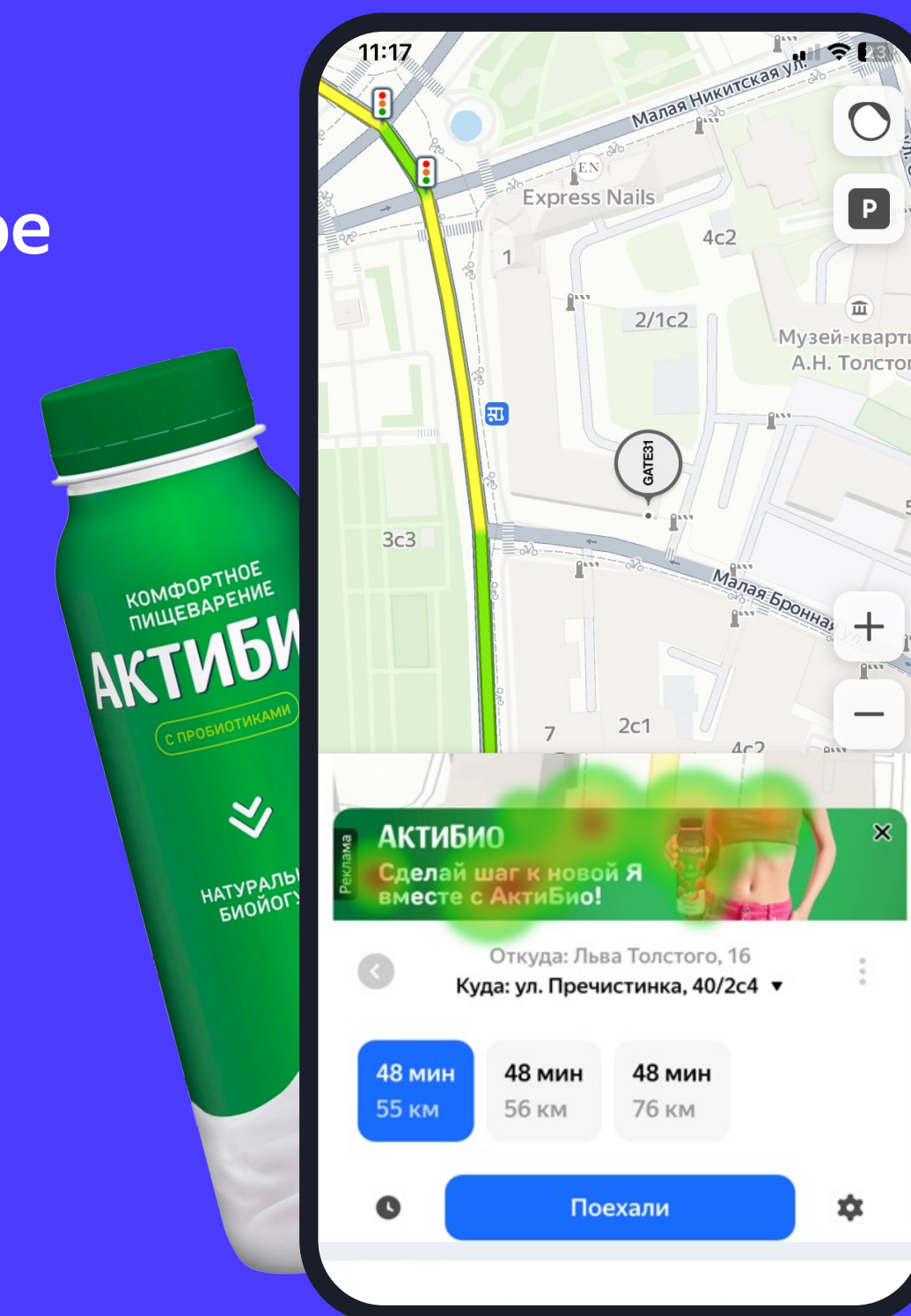
Вспомнили хотя бы один бренд, рекламировавшийся в Навигаторе

53%

вспомнили
с подсказкой

33%

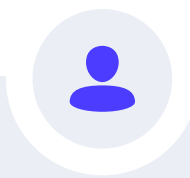
вспомнили
спонтанно



Возможности таргетирования



Большой выбор таргетингов для охвата именно вашей аудитории



Соцдем-профиль

Позволяет выбрать пользователей по категориям «Пол», «Пол и возраст», «Пол, возраст и уровень дохода»

ПРИМЕР -----

Женщины 18–35 лет
Мужчины 25–44 лет с высоким уровнем дохода



Аудиторные интересы

Помогает настроить таргетинг по типам интересов: прямым и косвенным

ПРИМЕР -----

Косвенные интересы: спорт, красота, здоровье
Прямые интересы: фитнес-центр, массаж



Геотаргетинг

Позволяет показывать рекламные сообщения в зависимости от того, где находится пользователь или ваша точка продаж

ПРИМЕР -----

Область на карте в зоне ближайших бизнес-центров

Не влияет на стоимость размещения

Основные сценарии таргетирования

ОХВАТНЫЕ



Интересы¹

- Строительство, обустройство дома и ремонт
- Недвижимость
- Одежда, обувь и аксессуары



Соцдем²

- Доход
- Пол
- Возраст



Часы показа

- Показ рекламы только в выбранное время

СЕГМЕНТЫ



Яндекс Аудиторий¹

- Собственные аудитории: CRM, Метрика
- Сегменты на основе пикселя, look-alike



Кастомные сегменты¹

- Посещали сайты категории или ищут её в поиске Яндекс Карт⁴
- Посещают определённые места или организации*
- Относятся к премиум-аудитории³

1

Наценка 25% к стандартному CPM

2

Наценка 10% к стандартному CPM

3

При запуске от 500 000 ₽ на 30 дней

4

При запуске от 3 млн ₽ на 30 дней

Яндекс Карты в этом случае включают сервисы Яндекса: Карты, Навигатор, Метро

* С необходимой частотой

Медийные форматы в Картах



Будьте рядом с пользователем на каждом этапе его пути

ОНЛАЙН

ОФЛАЙН



Знание и интерес

Запоминаемость рекламы и брендовые запросы

- Баннер в Картах
- Билборд в Картах
- Баннер в Яндекс Метро
- ★ Премиум-билборд в Картах
- ★ Премиум-баннер в Картах

ОФЛАЙН



Рассмотрение

Встраивание точки продаж в сценарий пользователя

- Пин в Картах
- ★ Премиум-пин в Картах

ОФЛАЙН

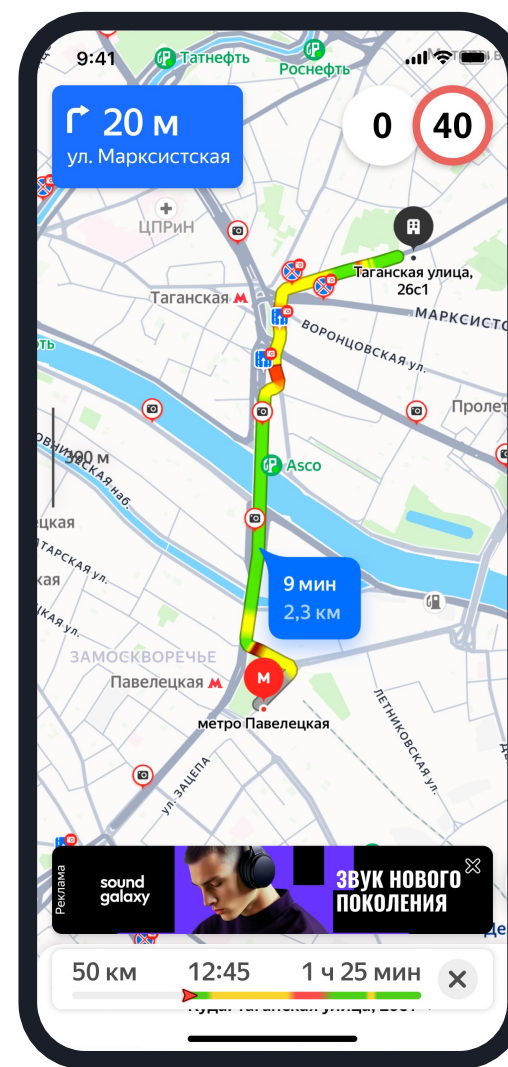


Действие

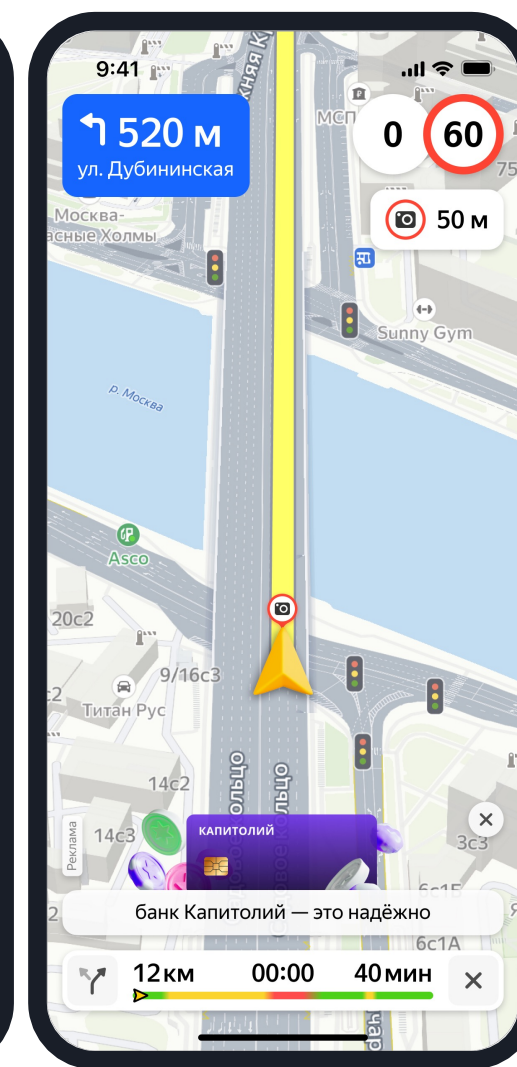
Построение маршрута в организацию

- Брендирование маршрута в Картах
- Рекомендация маршрута в Картах

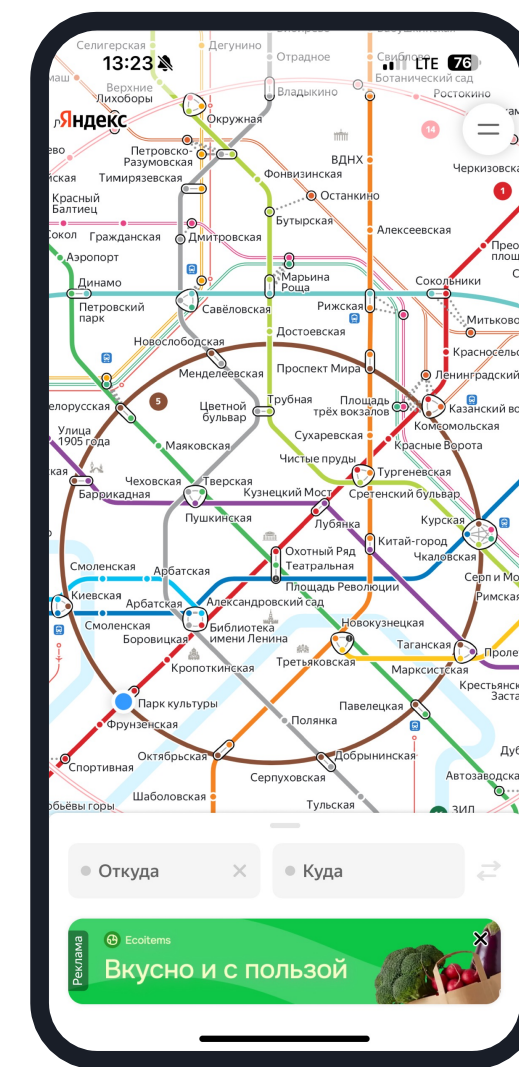
Основные форматы медийной рекламы в Картах



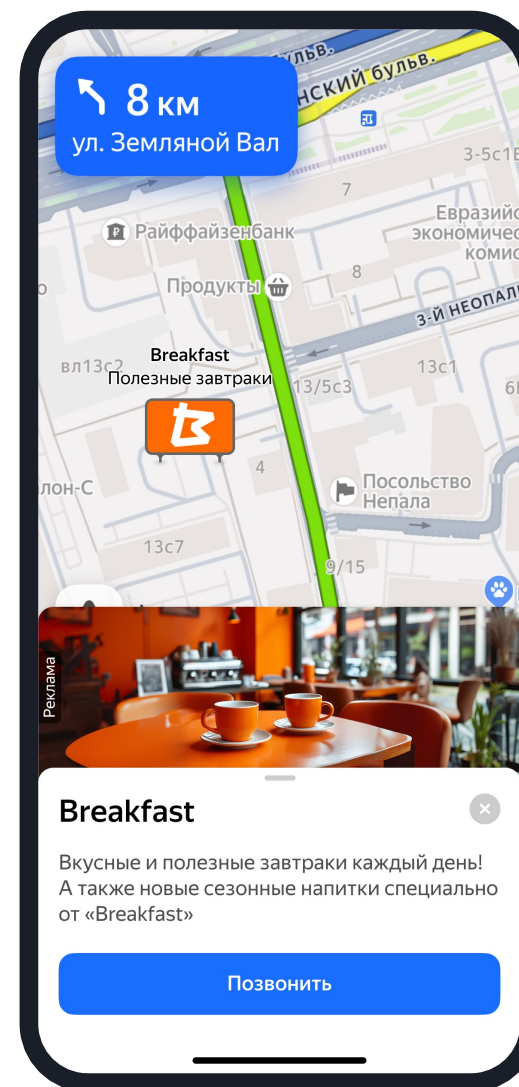
Баннер



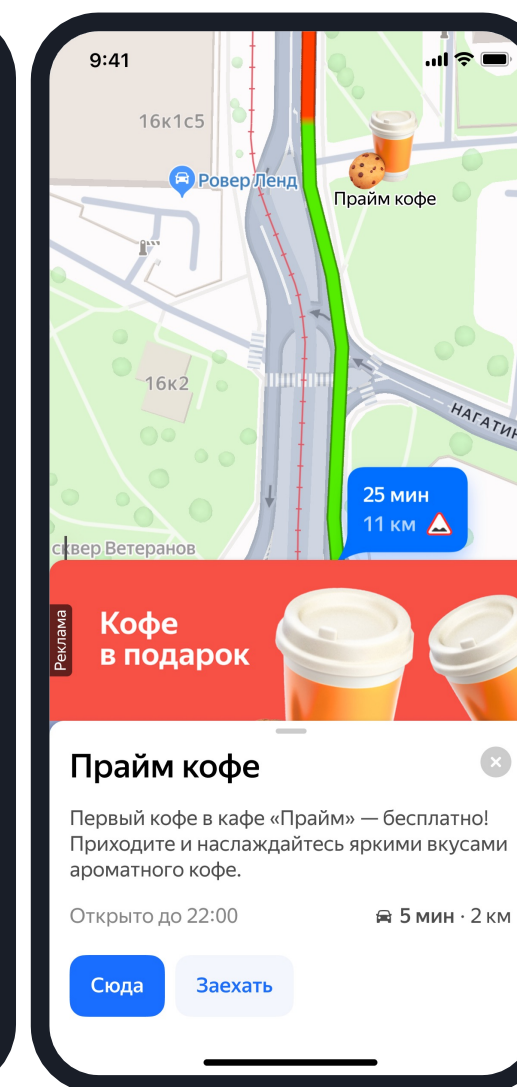
Премиум-
баннер



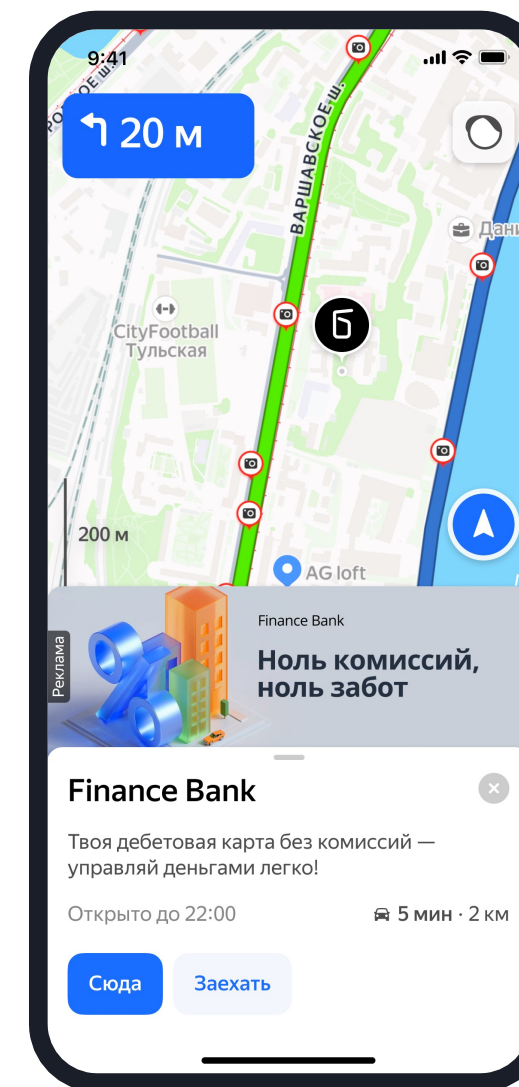
Баннер в Метро



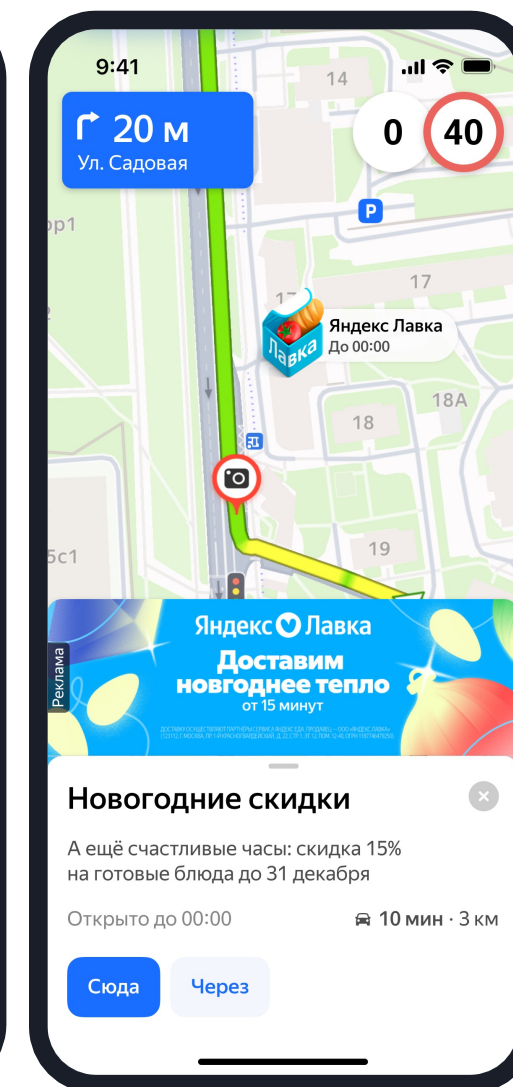
Билборд



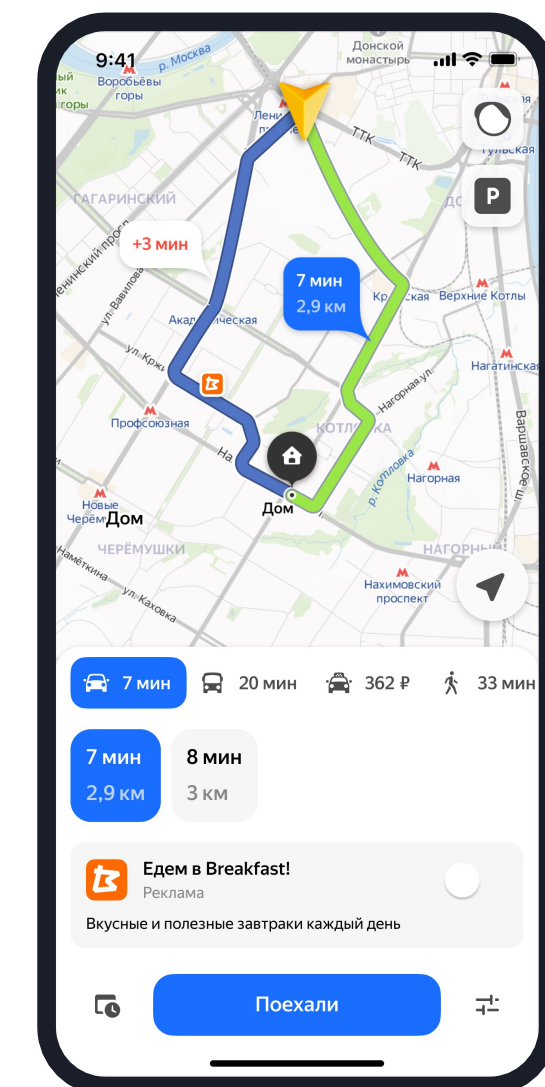
Премиум-
билборд



Пин



Премиум-
пин

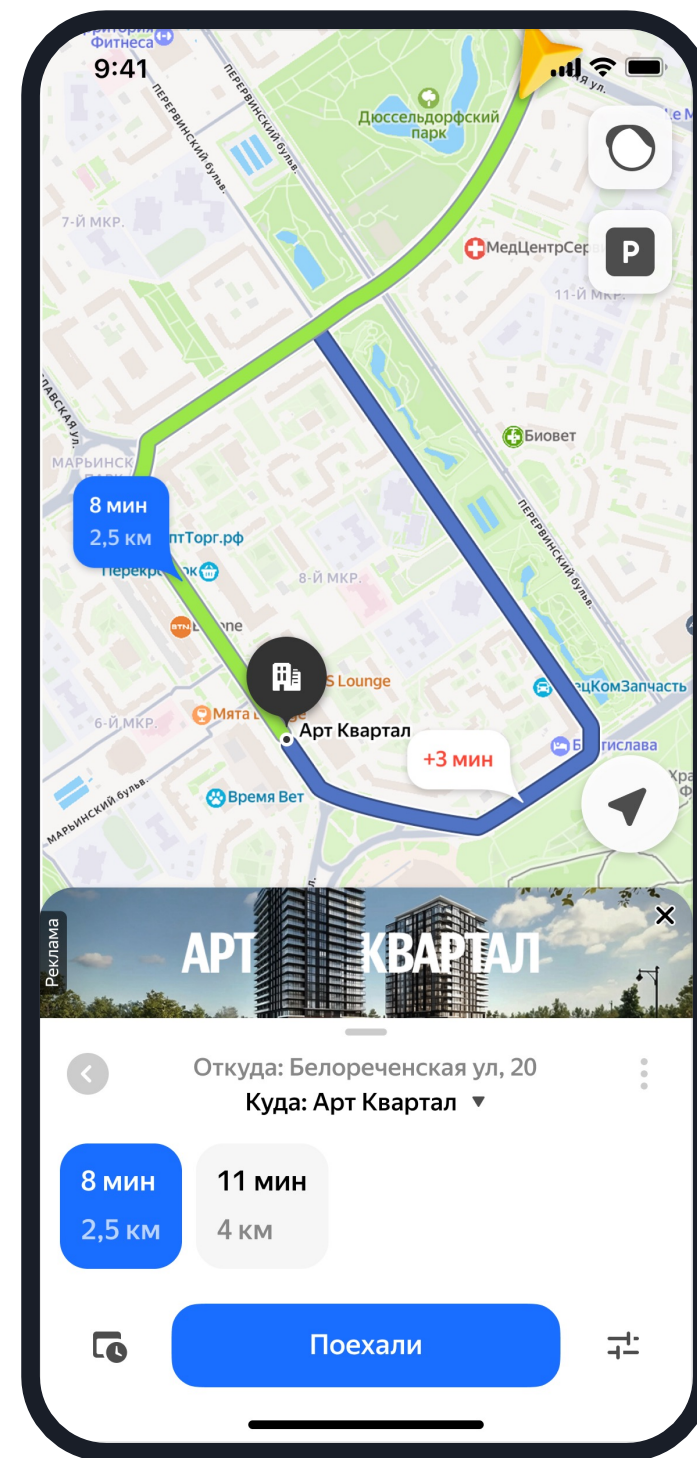


Рекомендация
маршрута

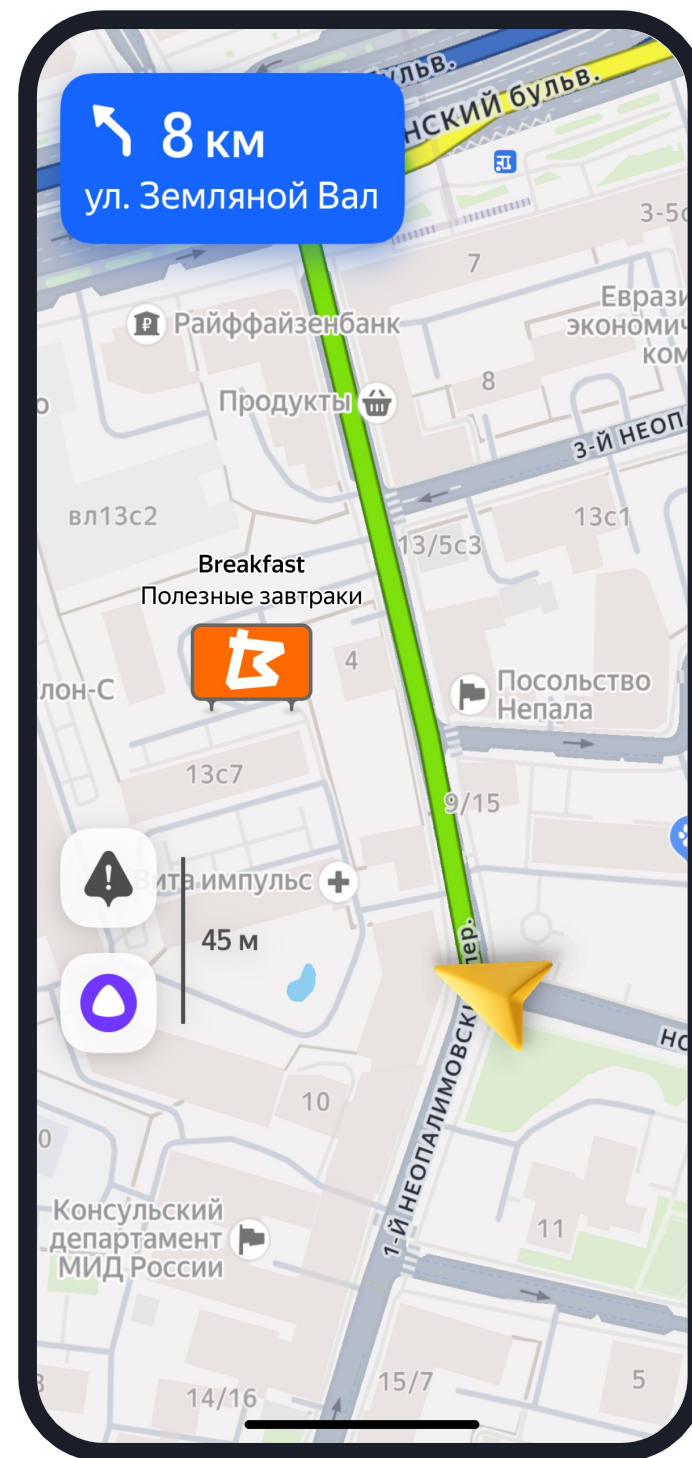
Комплексные форматы

Брендинг маршрута в Картах

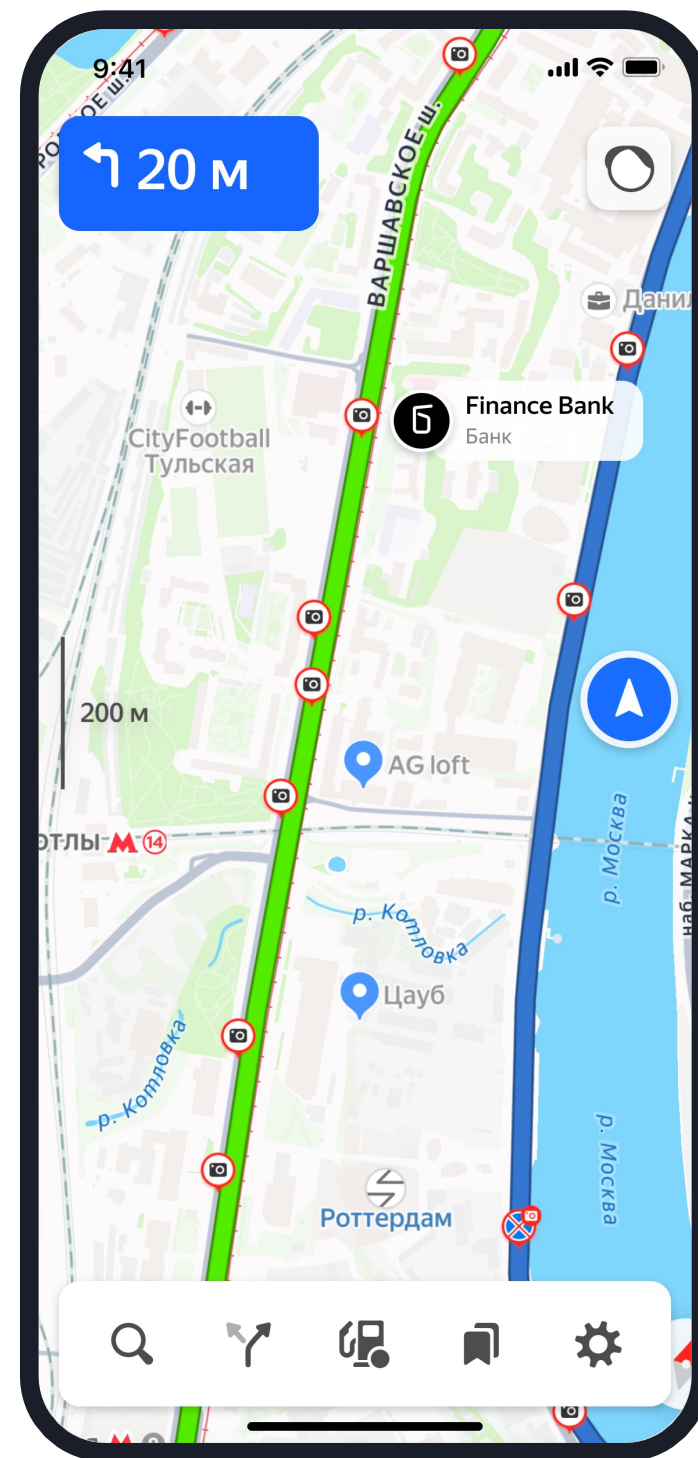
Премиум-брендинг маршрута в Картах^β



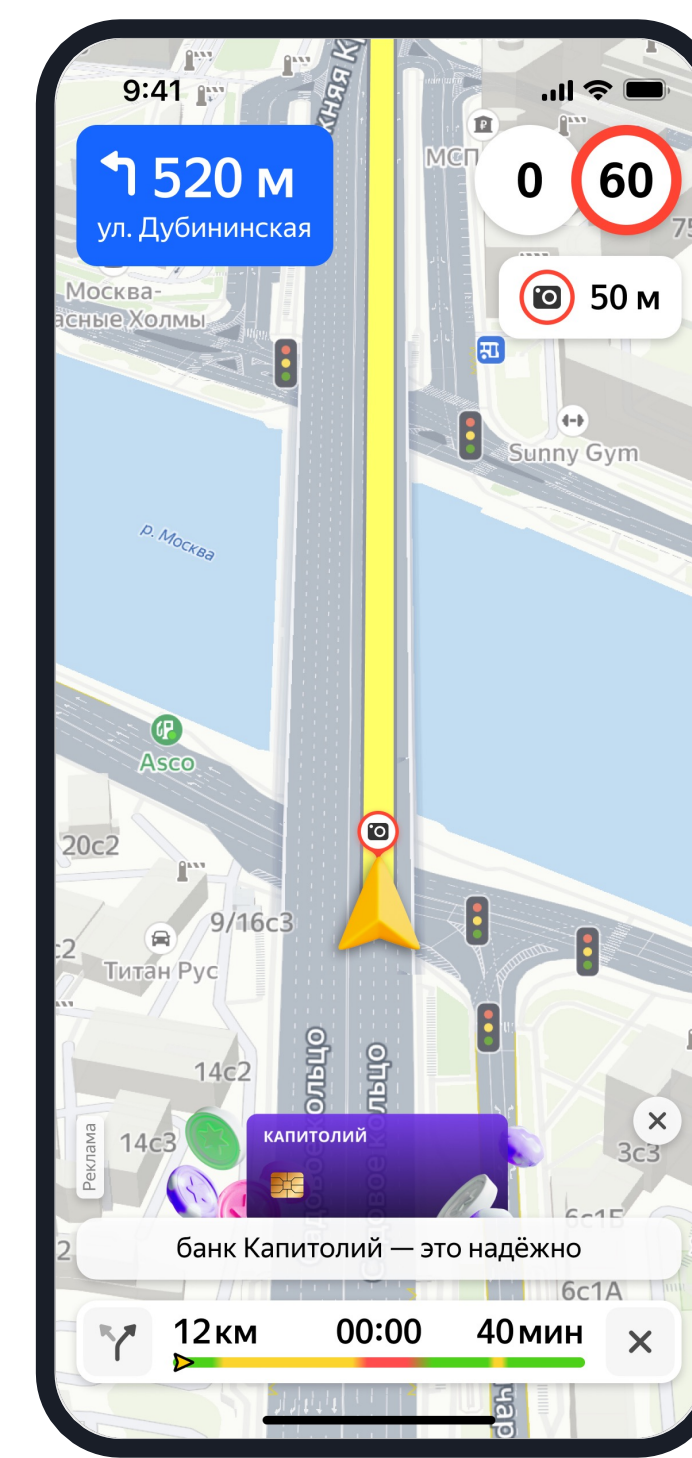
Баннер



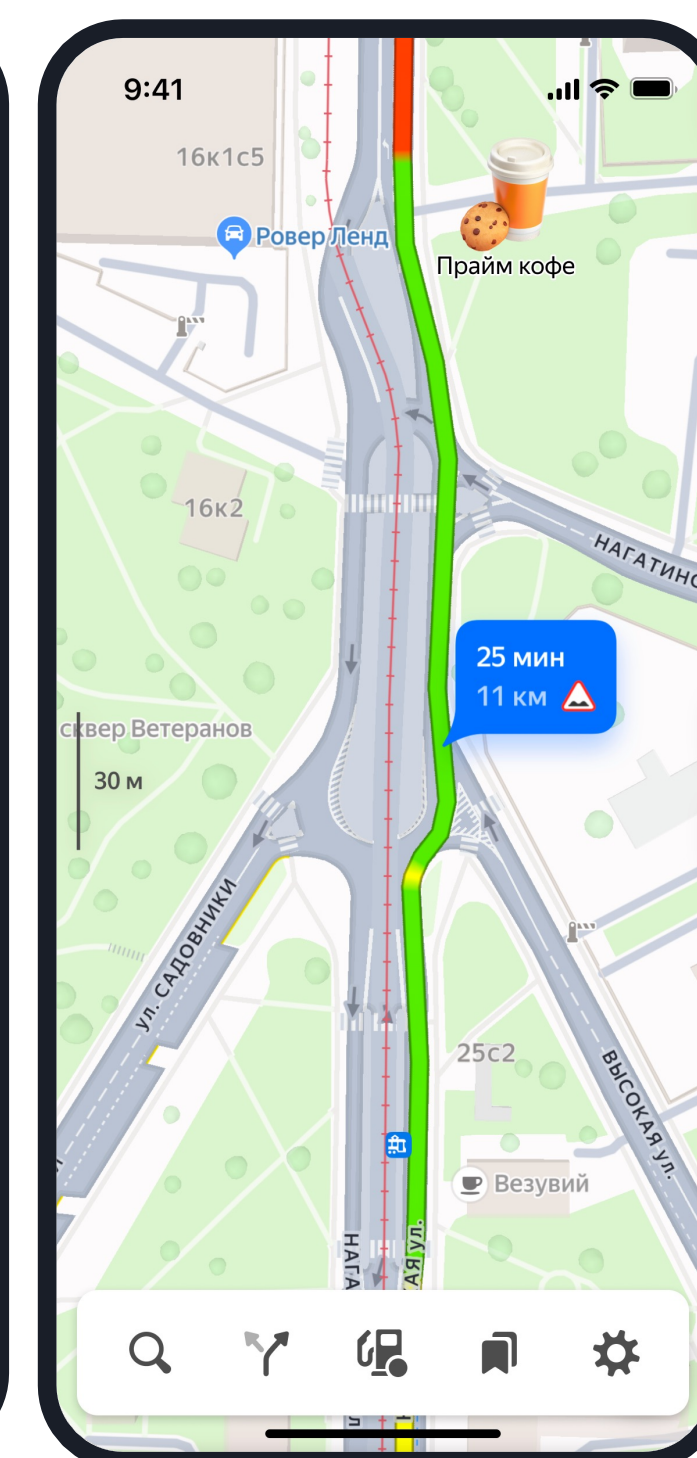
Билборд



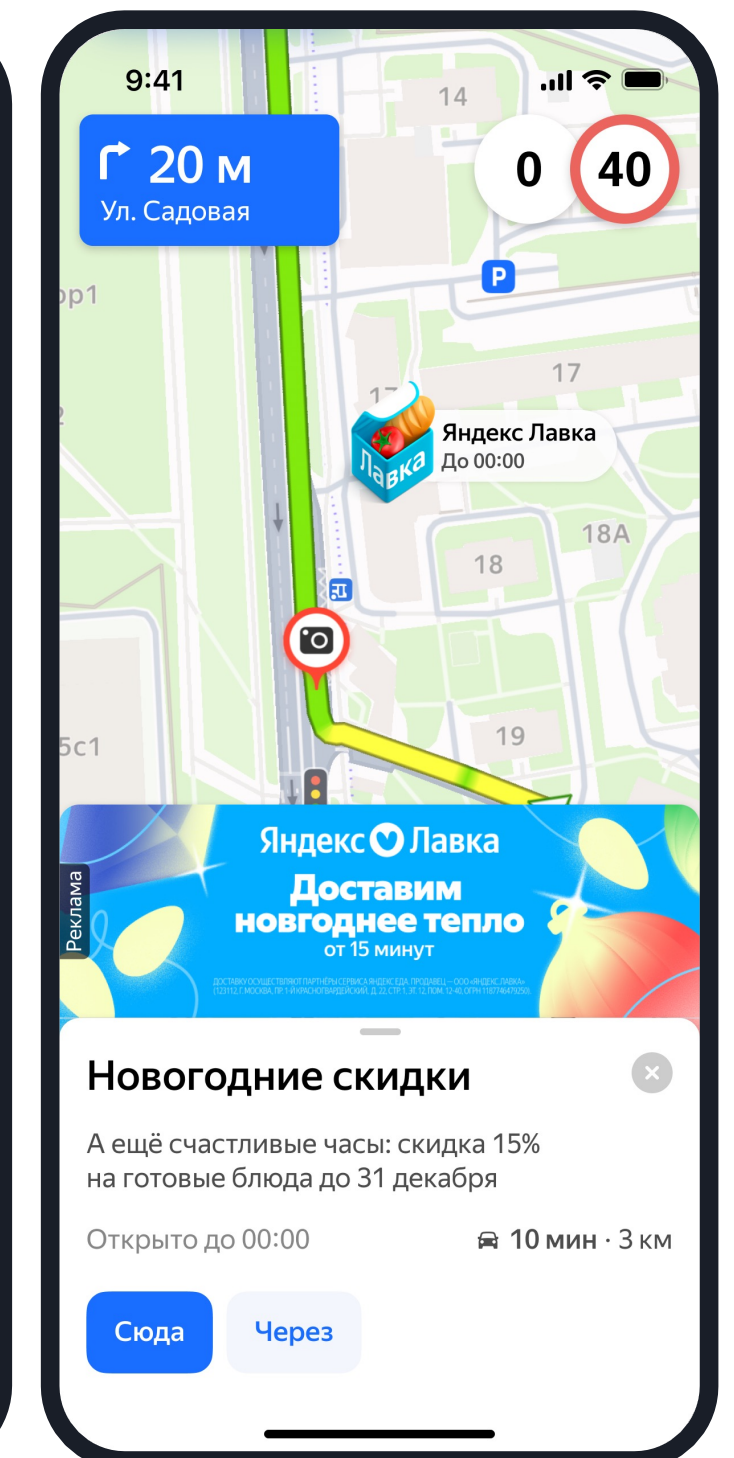
Пин



Премиум-баннер

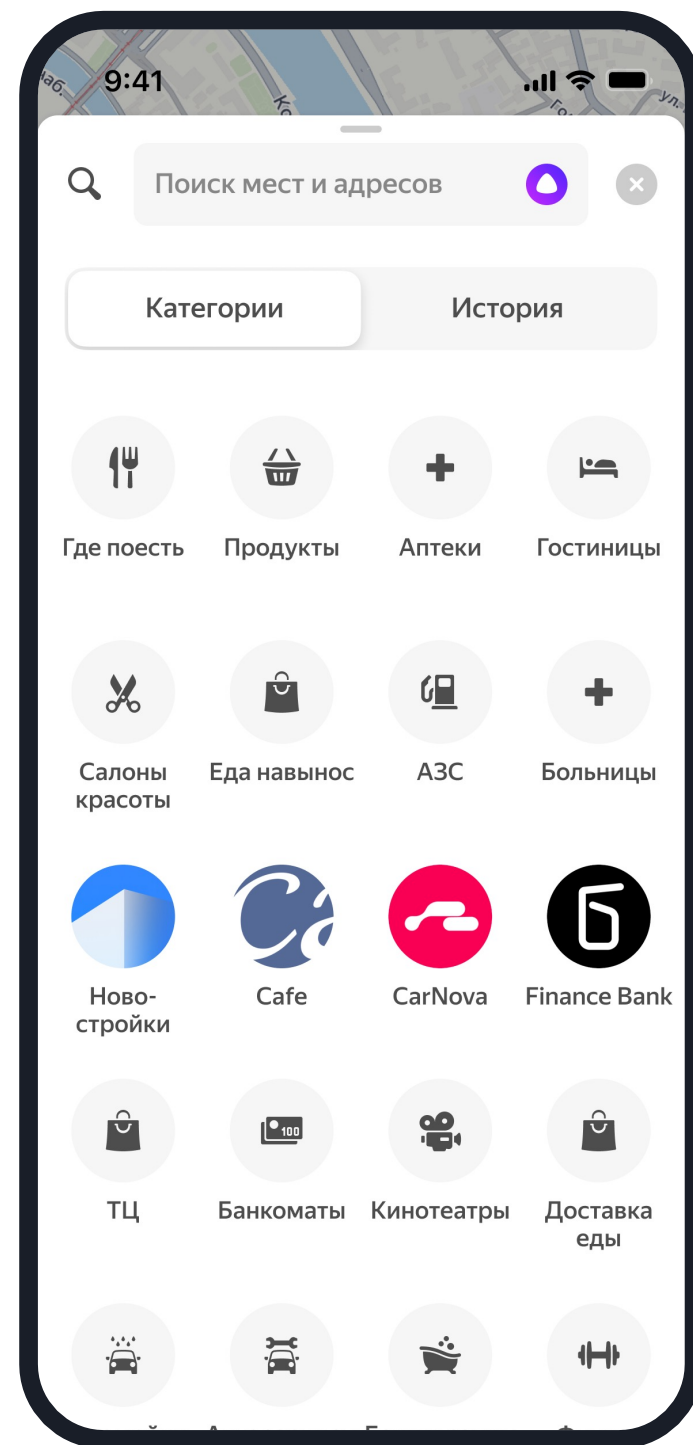


Премиум-билборд

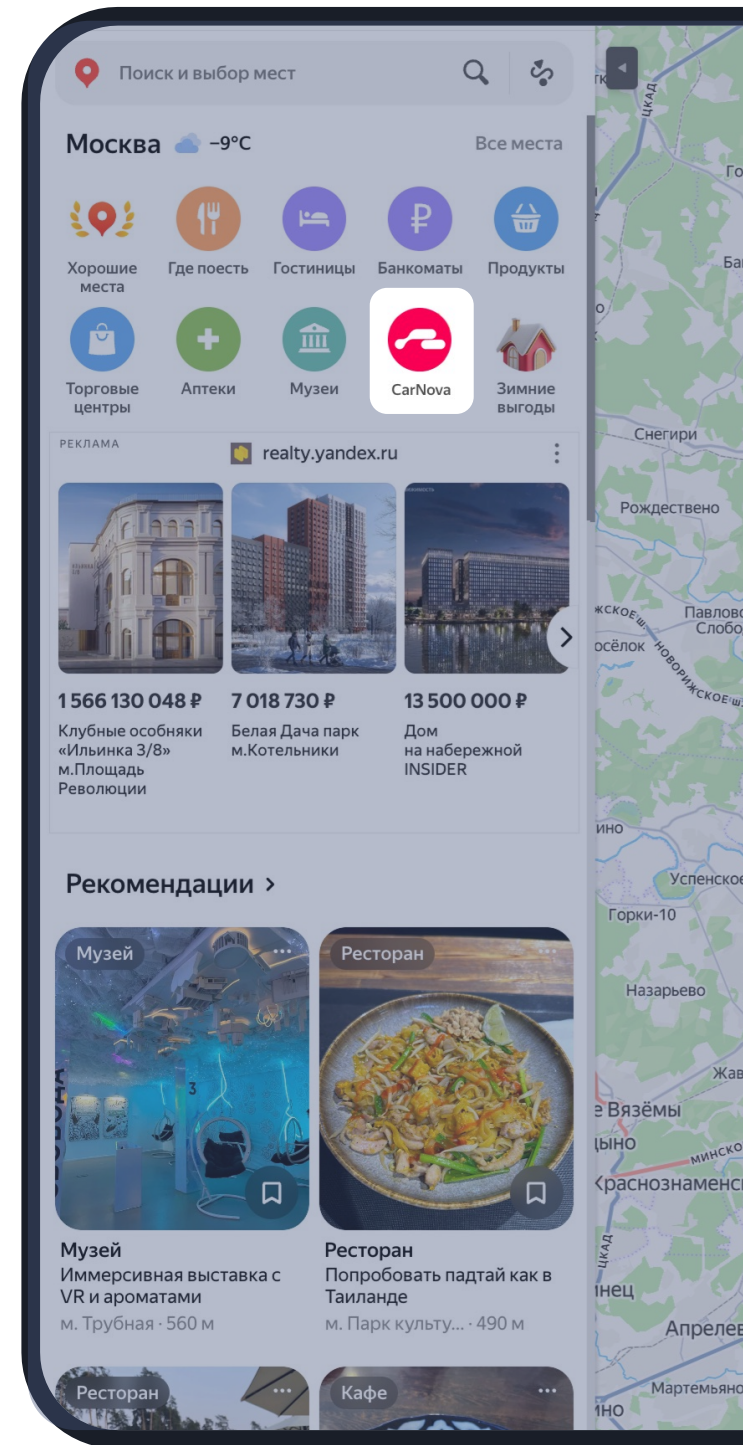


Премиум-пин

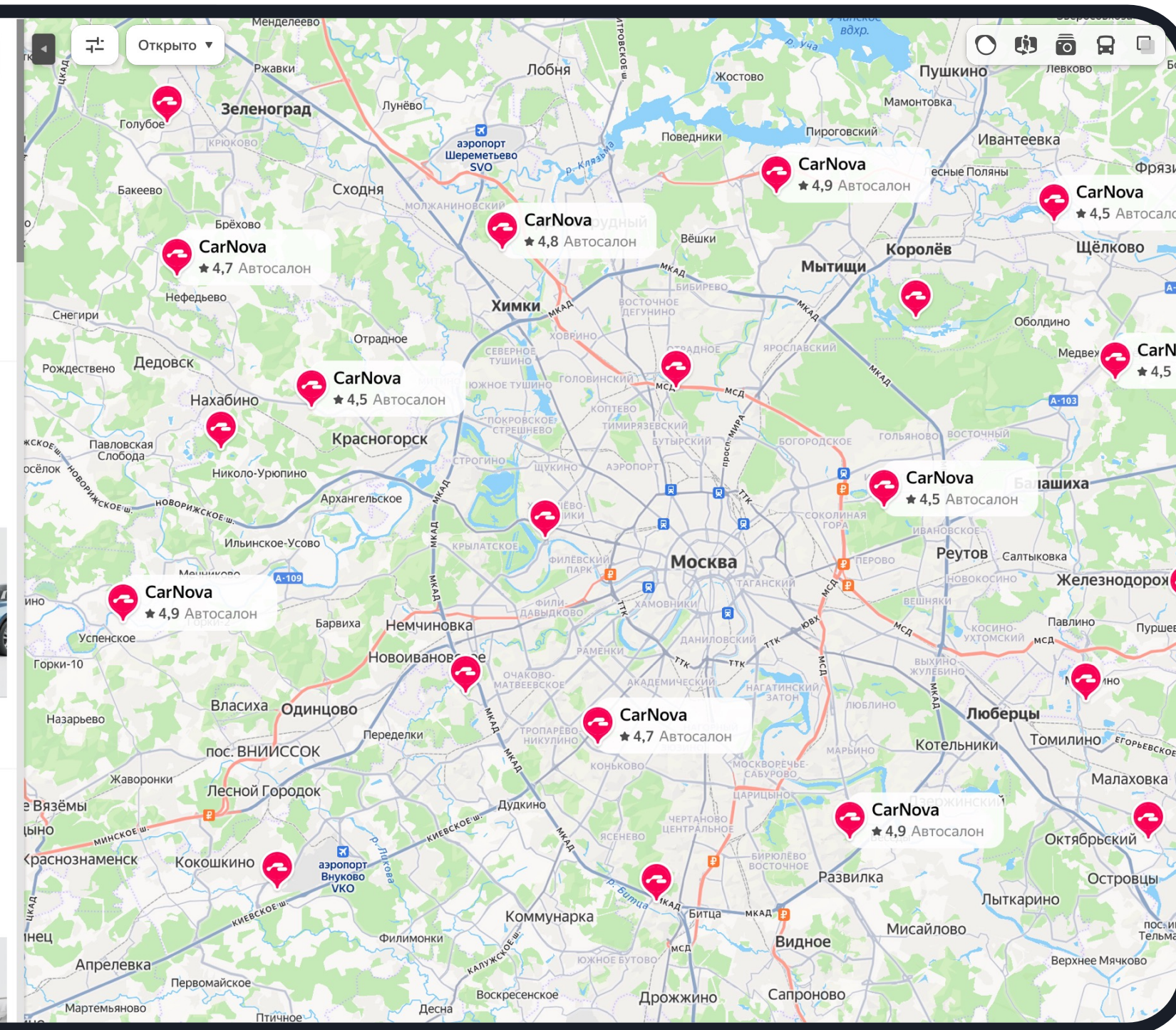
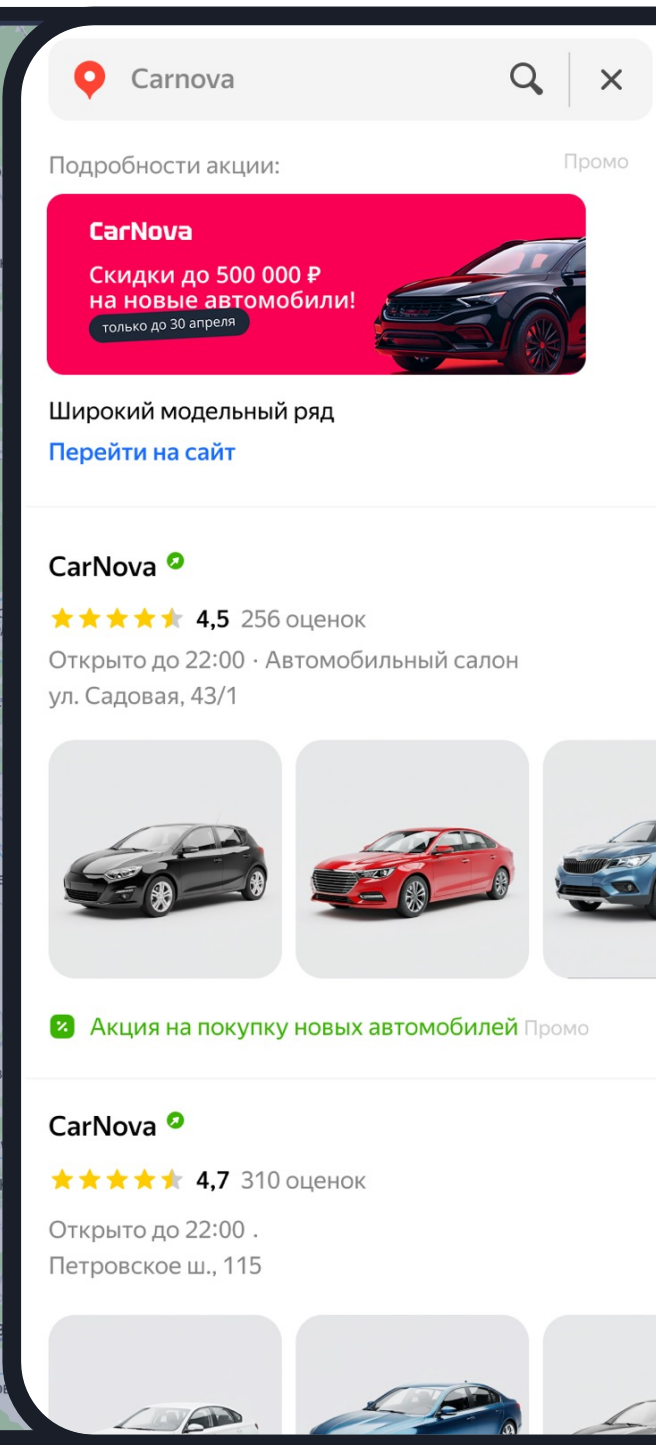
Прочие форматы

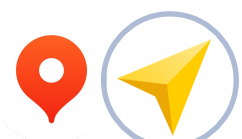


Иконка в меню поиска в Картах



Иконка в меню поиска в десктопных Картах





Для роста бренд-метрик

Баннер в Картах

Появляется, когда пользователь строит пешеходный маршрут или скорость автомобиля равна нулю

75%

пользователей замечают формат при построении маршрута*

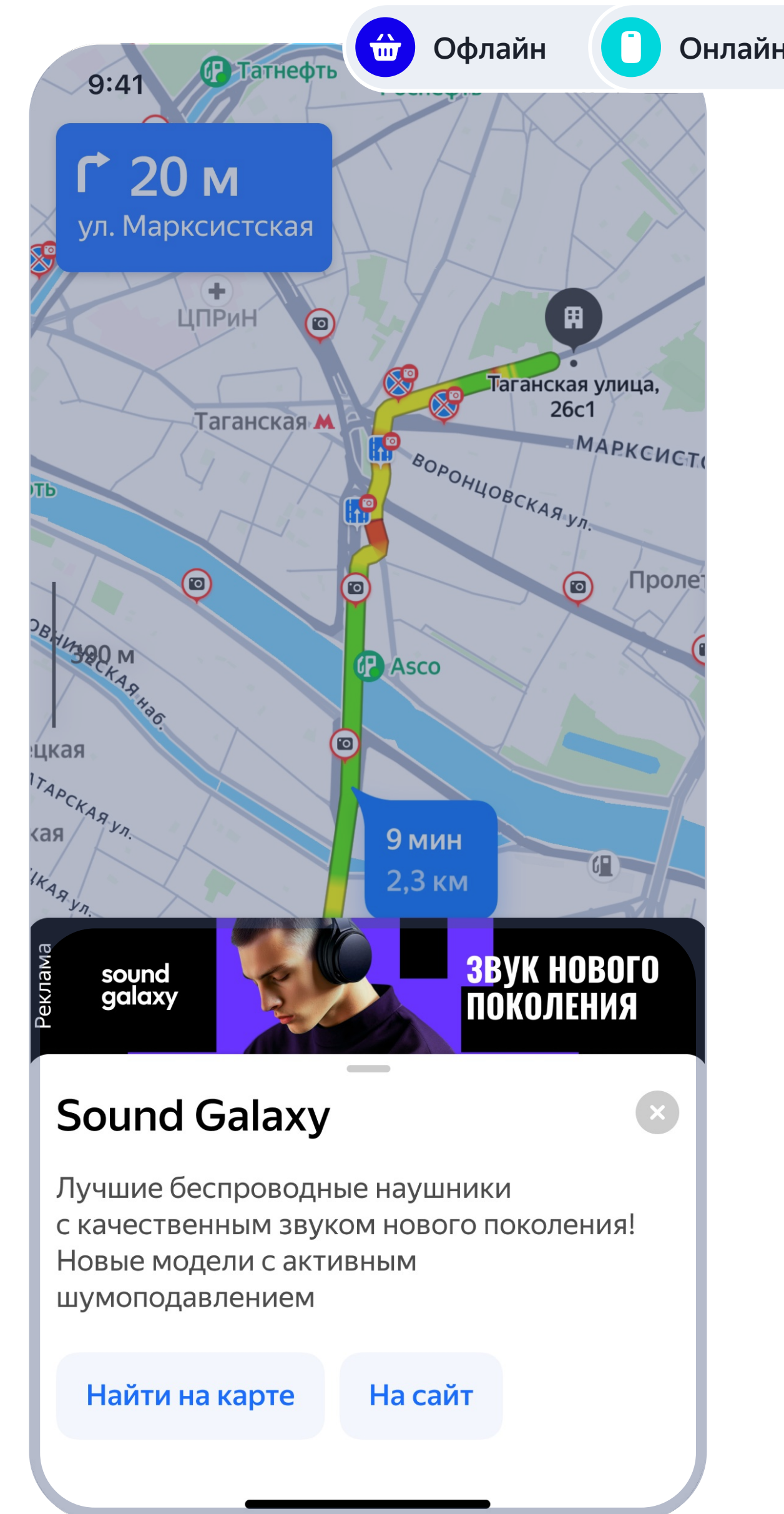
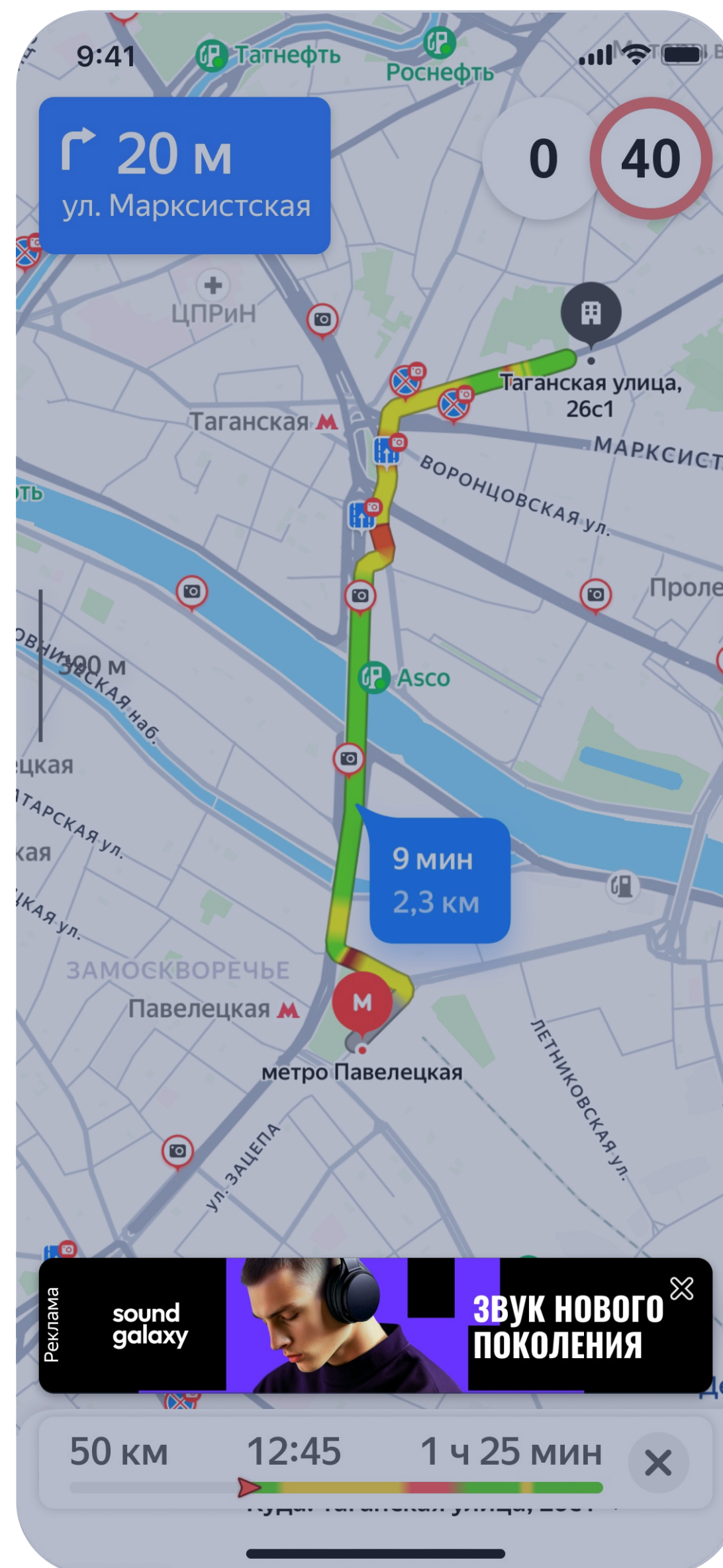
77%

пользователей замечают формат во время остановки*

- ✓ Медийный баннер с вашим креативом
- ✓ При нажатии показываются детали предложения и до трёх кнопок с призывом к действию
- ✓ Может вести пользователя на сайт или любую другую площадку

- **Модель закупки:** fixCPM
- **Стоимость в розницу:** 230 ₽ без НДС
- **Минимальная сумма заказа:** 17 500 ₽ без НДС

* Neurotrend, январь 2024 г. Метод исследования: Eye Tracking





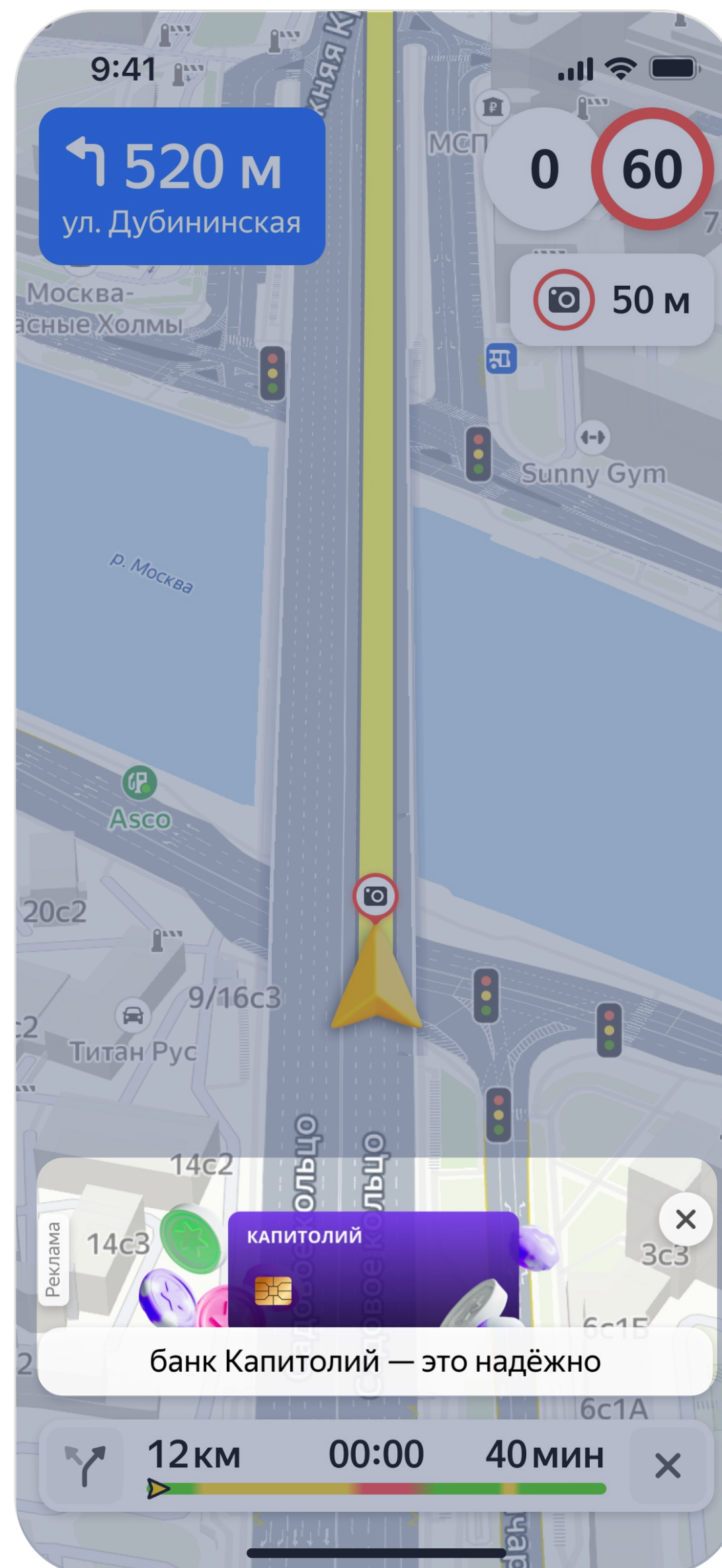
Для роста бренд-метрик

Премиум-баннер в Картах

Заметный кастомизированный 3D-баннер — выделяется на карте и притягивает внимание пользователя

- ✓ Прямо под баннером — место для слогана, призыва к действию или спецпредложения, делающих размещение более эффективным.
- ✓ В зависимости от настроек формата пользователь может как сразу перейти на сайт, так и увидеть фулскрин или сторис, с которых можно попасть на вашу площадку.

- Модель закупки: fixCPM
- Стоимость в розницу: 300 ₽ без НДС
- Минимальная сумма заказа: 500 000 ₽ без НДС





Для роста бренд-метрик

Баннер в Яндекс Метро

По клику переводит пользователя на страницу с подробной информацией и призывом к действию

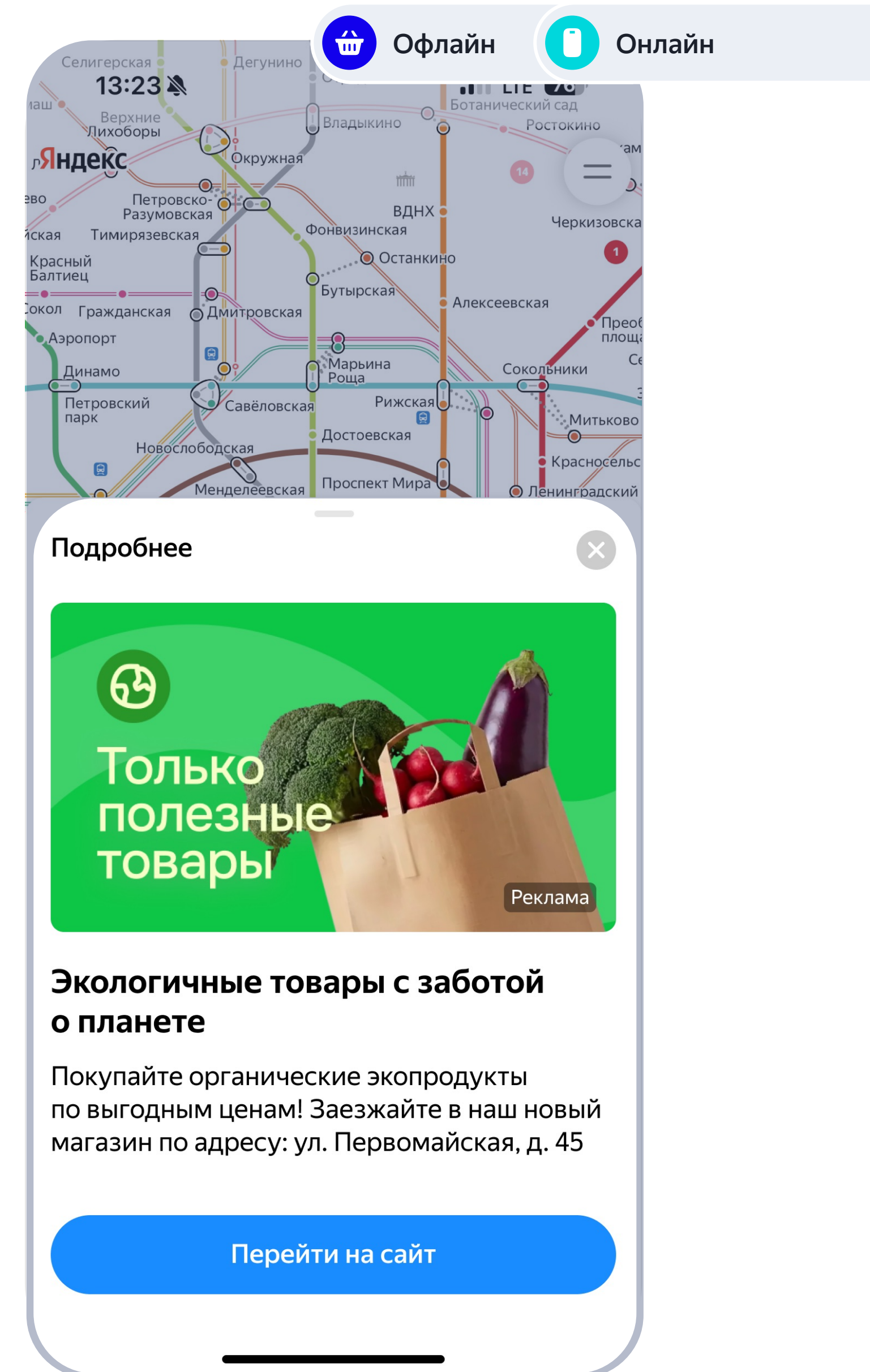
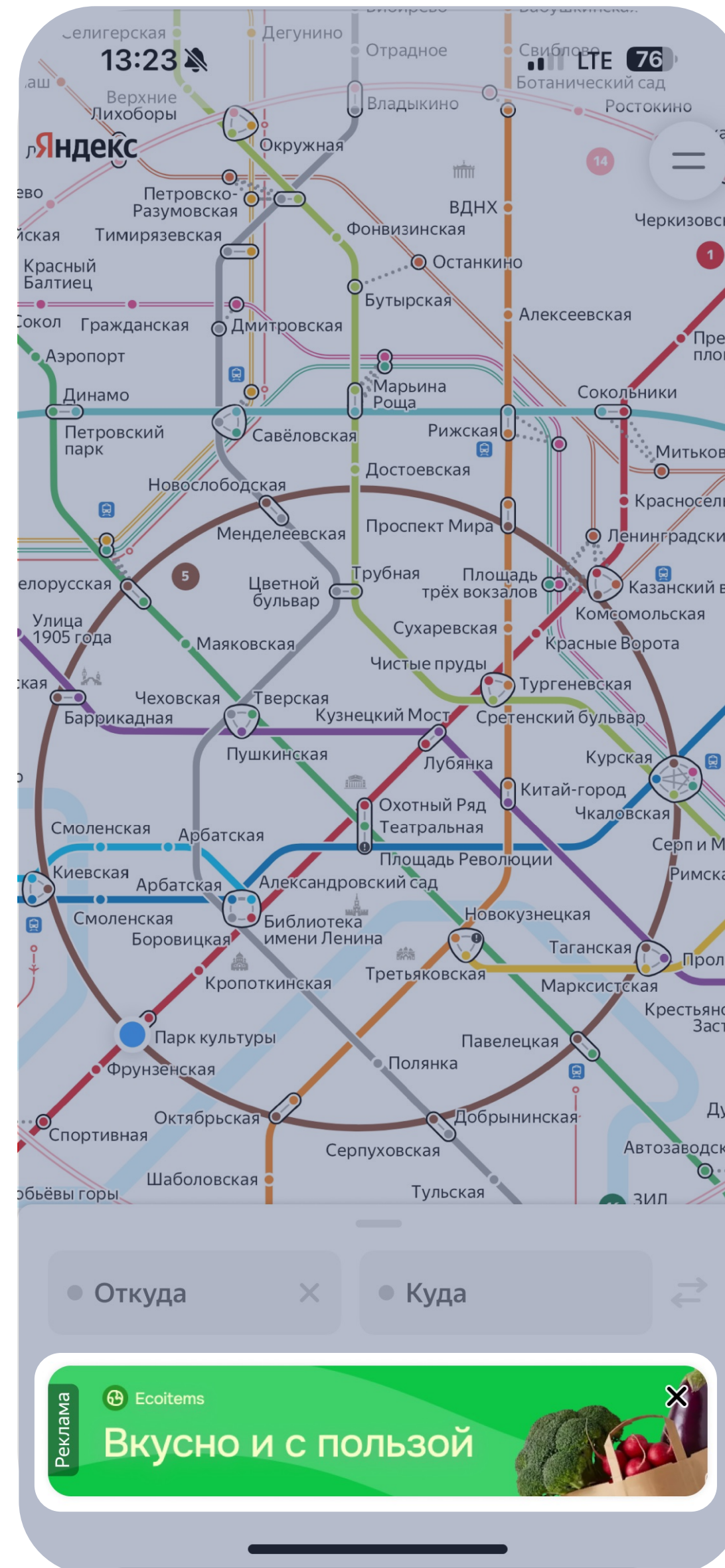
55% пользователей замечают формат в приложении Яндекс Метро¹

- ✓ Появляется при построении маршрута, если рекламодатель выбрал конкретные станции или ветки
- ✓ Показывается без построения маршрута, если рекламодатель выбрал все станции города
- ✓ Формат доступен во всех городах, где есть метро²

- **Модель закупки:** fixCPM
- **Стоимость в розницу:** 300 ₽ без НДС
- **Минимальная сумма заказа:** 17 500 ₽ без НДС

¹ Результаты исследования, 2025 г.;

² Москва, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Новосибирск, Казань, Самара, Екатеринбург, Волгоград





Для роста бренд-метрик

Билборд в Картах

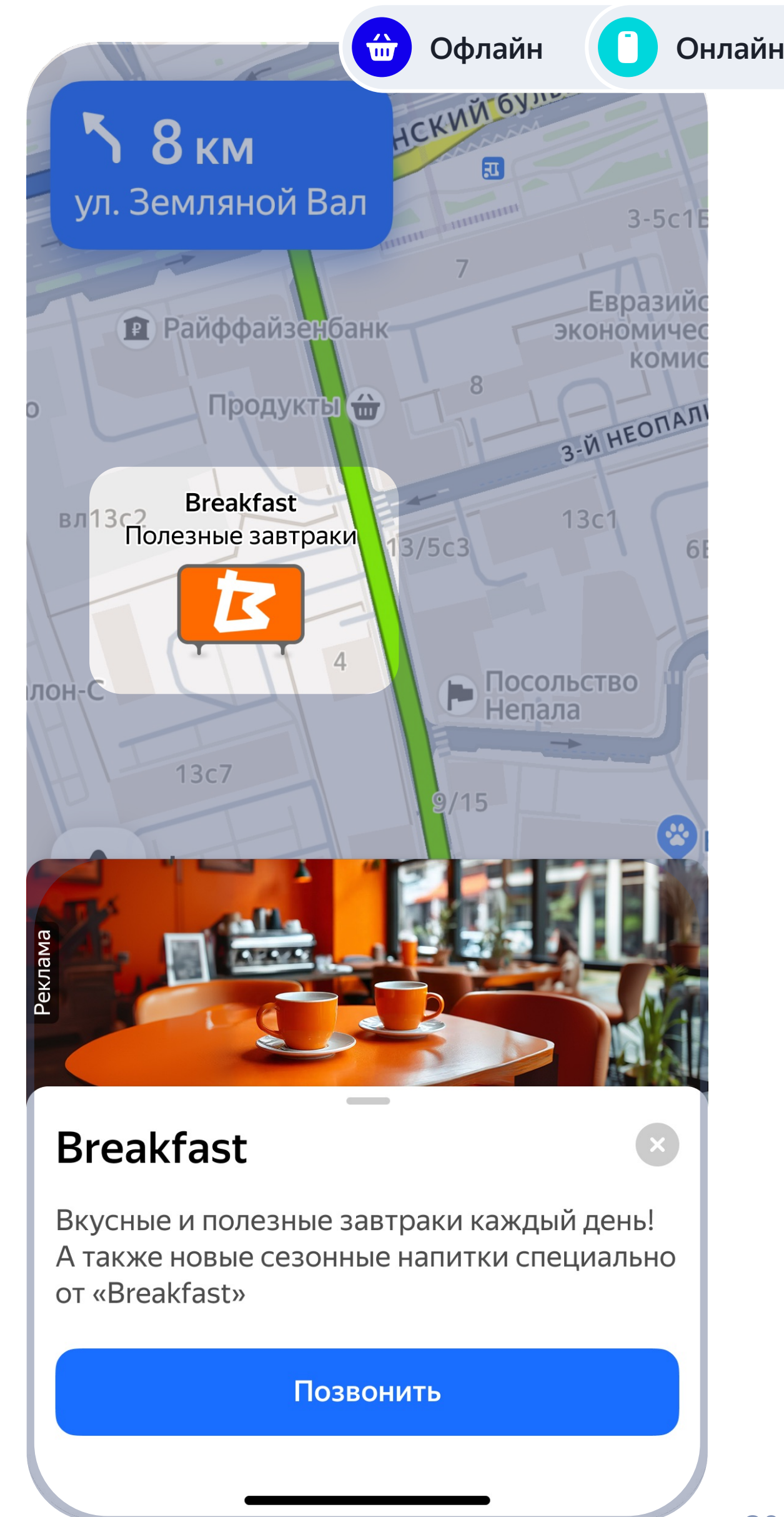
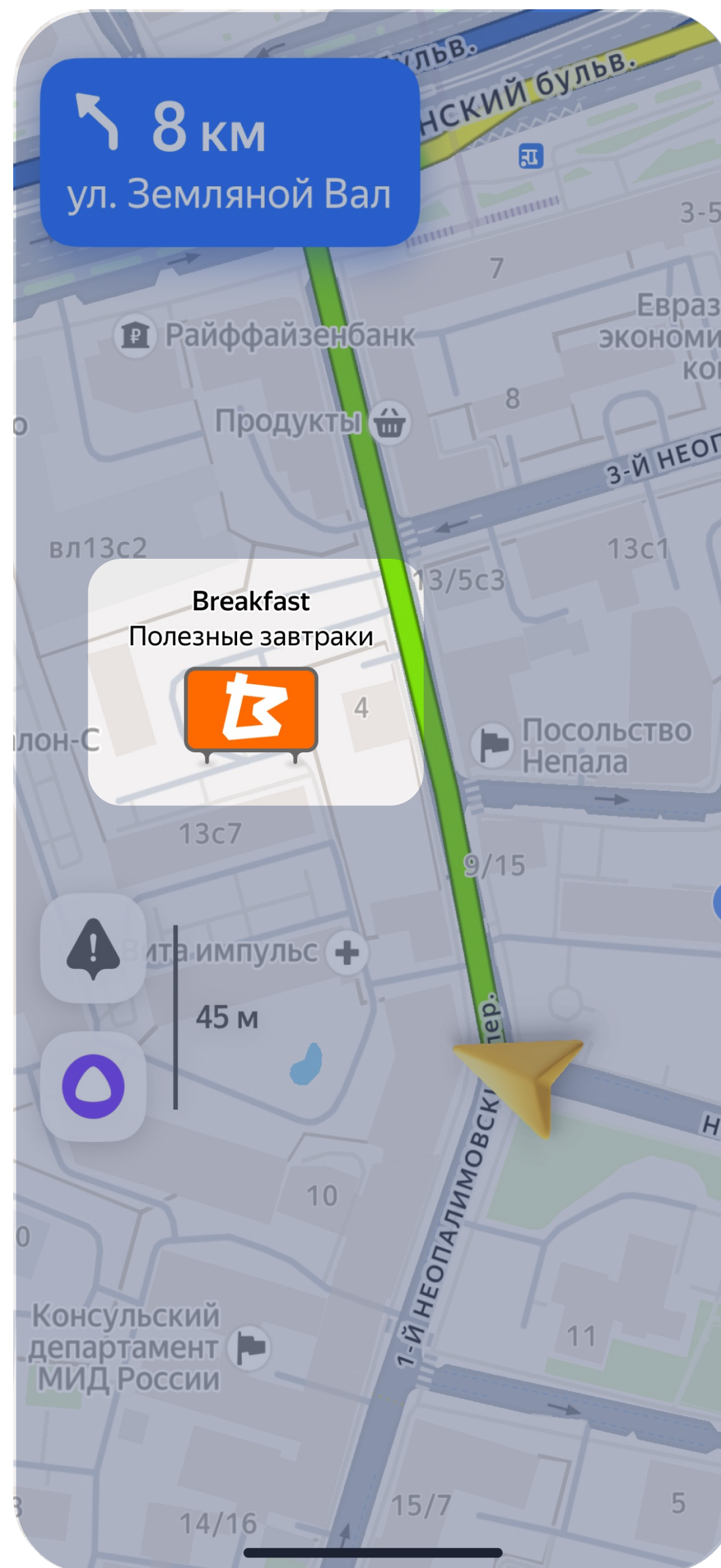
Появляется во время движения.
Рекламное сообщение отображается по мере приближения к билборду

в 2 раза дольше пользователи рассматривают формат, чем нужно для базового восприятия*

- ✓ Единственный цифровой формат, который является аналогом наружной рекламы
- ✓ Формат привязан к области на карте, конкретная точка для отображения выбирается автоматически
- ✓ При клике показывает детали предложения и кнопку с призывом к действию
- ✓ Пользователю может быть показан с пинами или другими билбордами — до двух объектов на экране

- **Модель закупки:** fixCPM
- **Стоимость в розницу:** 60 ₽ без НДС
- **Минимальная сумма заказа:** 17 500 ₽ без НДС

* Источник: Neurotrend, январь 2024 г. Метод исследования: Eye Tracking





Для роста бренд-метрик

Премиум-билборд в Картах

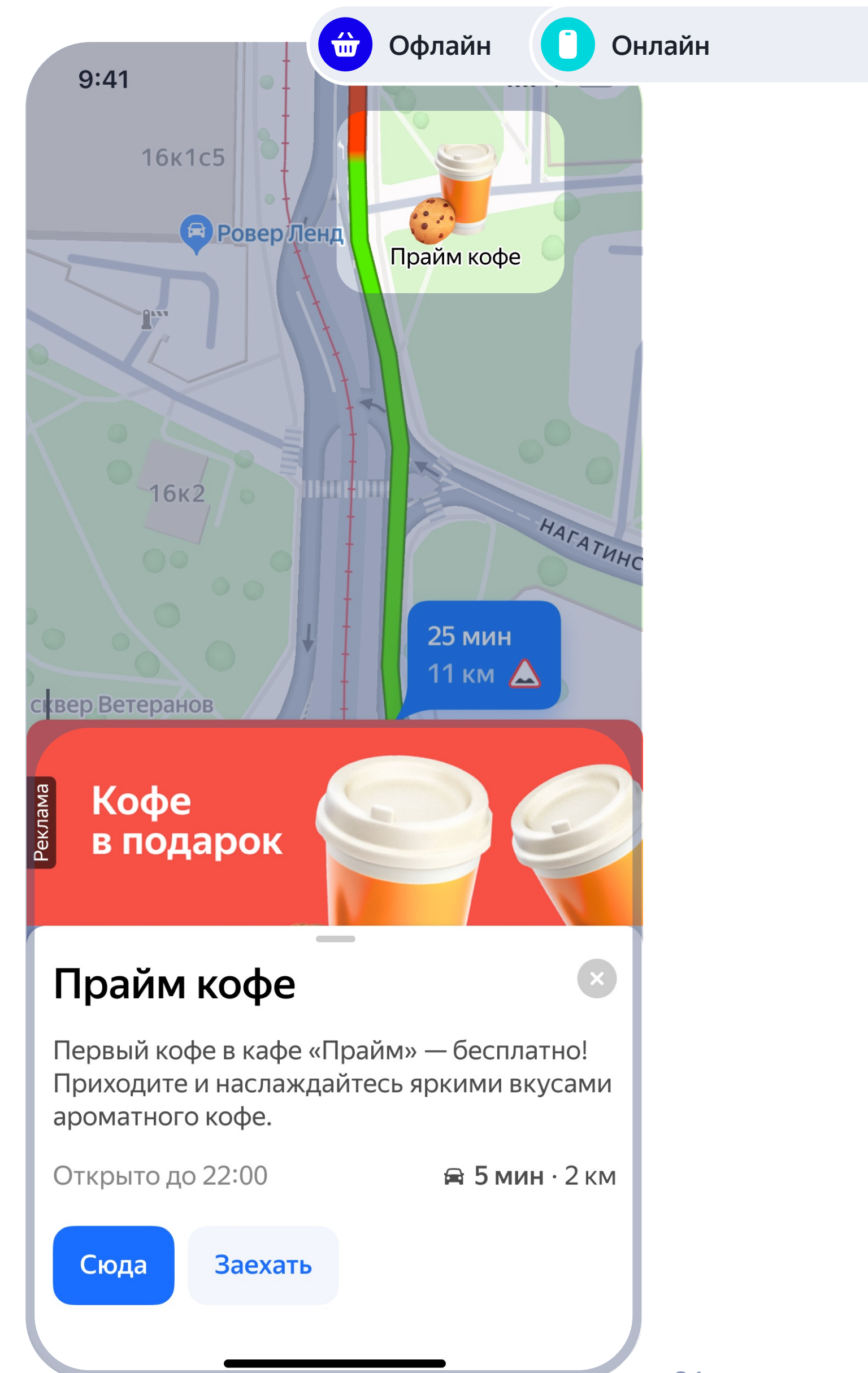
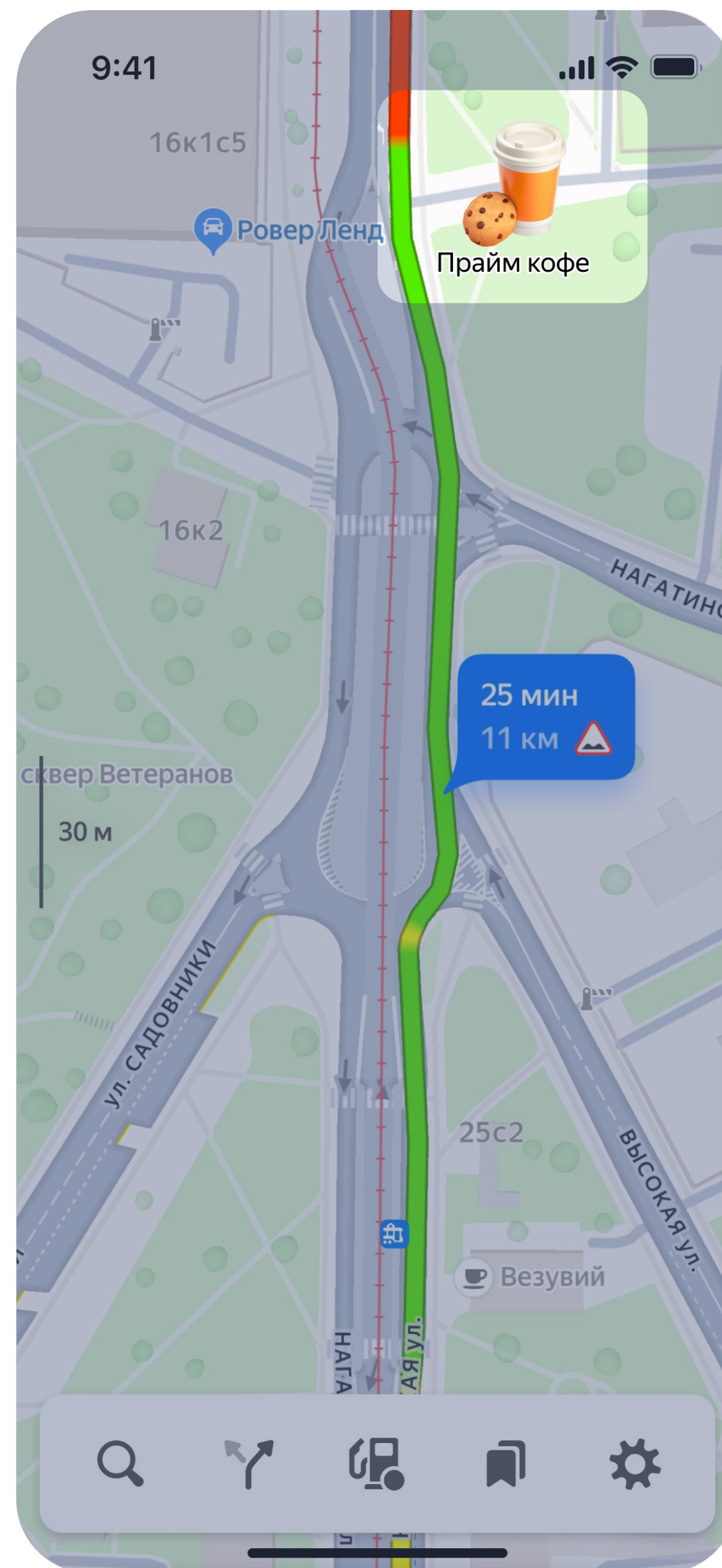
Органично встраивается в интерфейс приложения и привлекает потенциальных клиентов, которые проезжают рядом

39% пользователей считают формат спецпредложением или бонусом*

- ✓ Формат привязан к области на карте, конкретная точка для отображения выбирается автоматически
- ✓ При клике показывает детали предложения и кнопку с призывом к действию
- ✓ Заметный кастомизированный 3D-объект
- ✓ Минимум конкурентов на карте — без пинов и билбордов других рекламодателей

- **Модель закупки:** fixCPM
- **Стоимость в розницу:** 195 ₽ без НДС
- **Минимальная сумма заказа:** 500 000 ₽ без НДС

* Результаты исследования, 2025 г.





Для формирования знания о локации

Пин в Картах

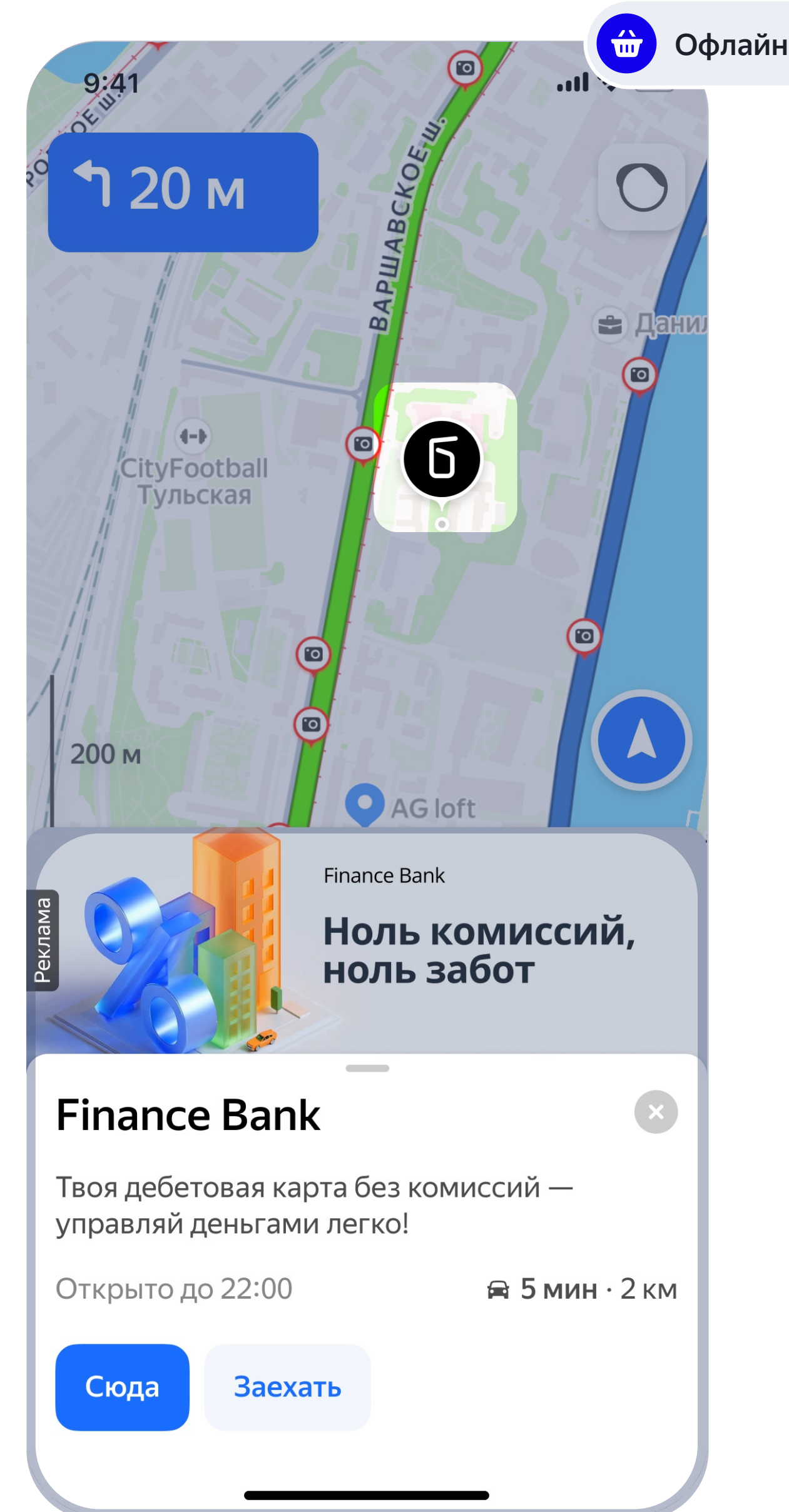
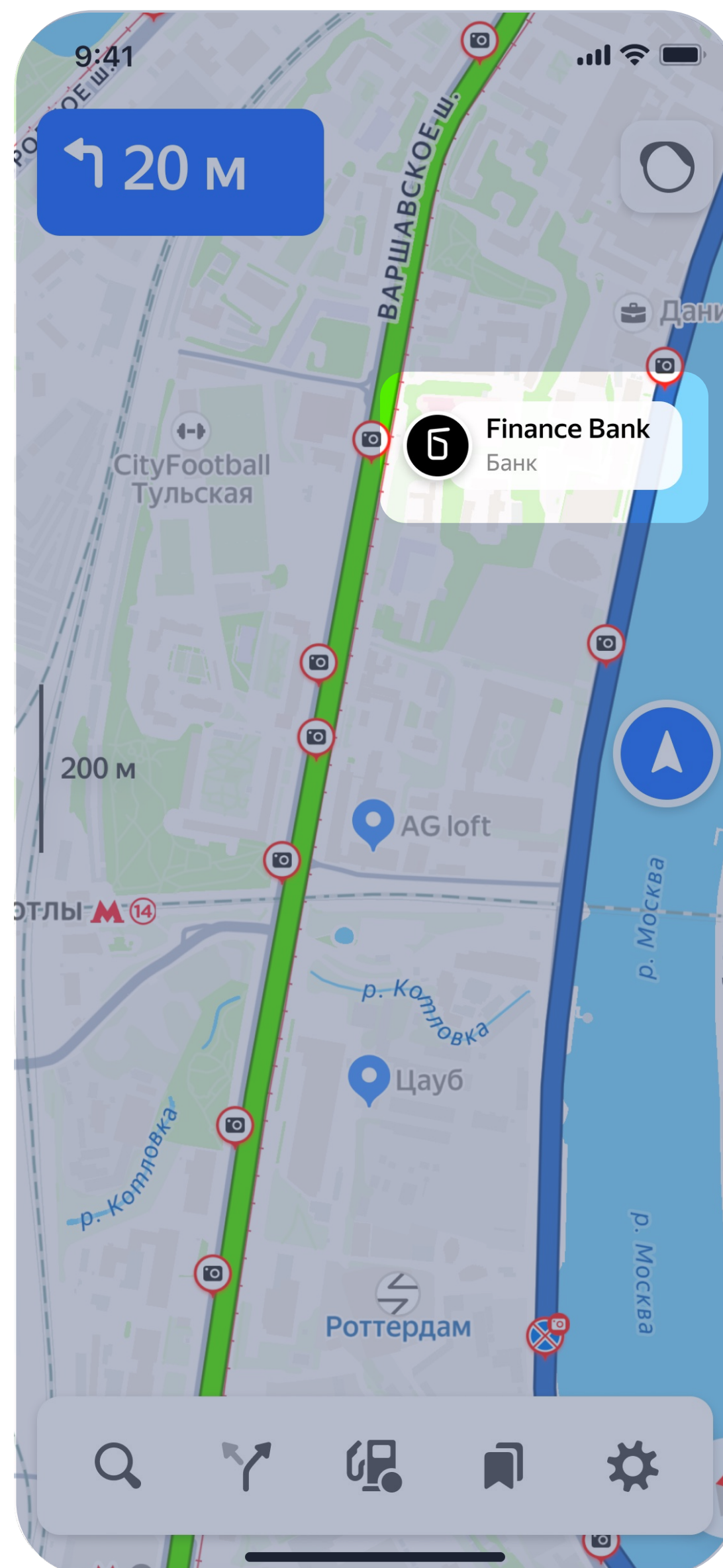
Отображается во время движения
вблизи организации рекламодателя

63% пользователей воспринимают формат
нативно — как значок популярной организации
или подсказку по маршруту

- ✓ Привязывается к конкретному зданию или адресу
- ✓ При клике по пину показывается рекламное сообщение и предложение построить маршрут до точки, перейти на сайт или позвонить
- ✓ Информировать о расположении объекта и подсвечивает акцию
- ✓ Может показываться пользователю с билбордами или другими пинами — до двух объектов на экране

- **Модель закупки:** fixCPM
- **Стоимость в розницу:** 80 ₽ без НДС
- **Минимальная сумма заказа:** 17 500 ₽ без НДС

* Результаты исследования, 2025 г.





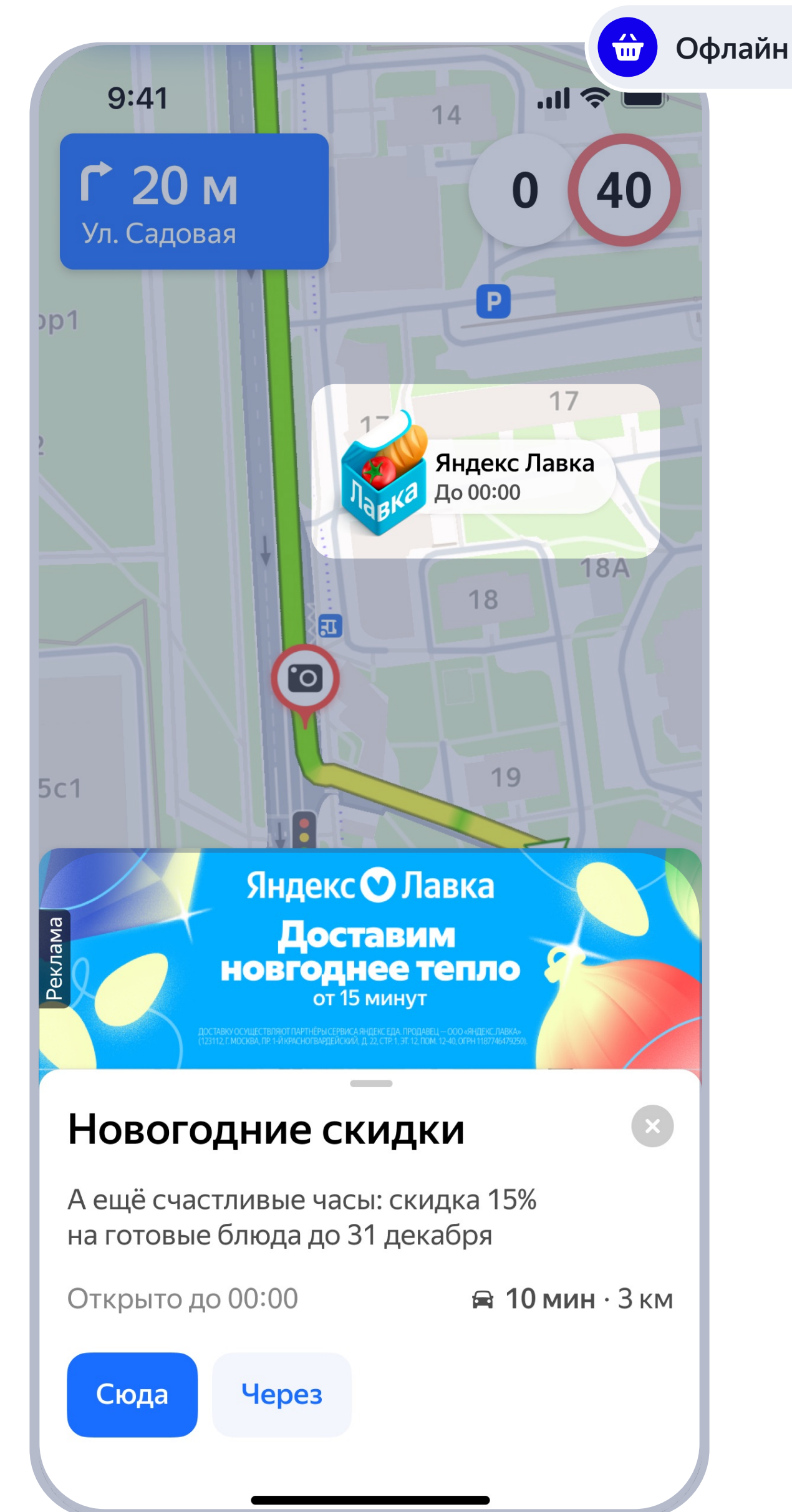
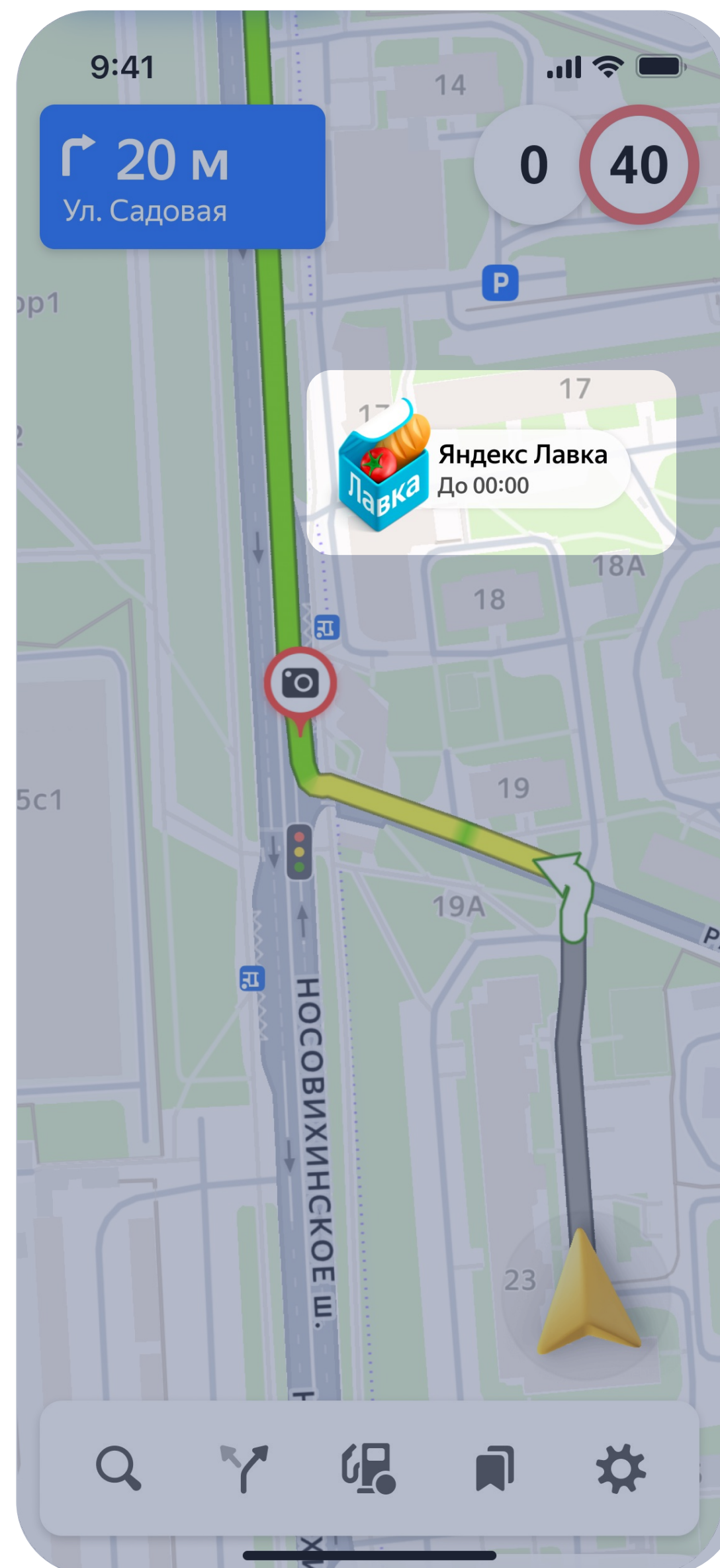
Для формирования знания о локации

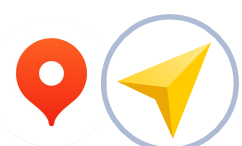
Премиум-пин в Картах

Заметный кастомизированный 3D-объект — выделяется на карте и притягивает внимание пользователя

- ✓ Привязывается к конкретному зданию или адресу
- ✓ При клике по пину показывается рекламное сообщение и предложение построить маршрут до точки, перейти на сайт или позвонить
- ✓ Крупный размер — на 30% больше обычного пина
- ✓ Минимум конкурентов на карте — без пинов и билбордов других рекламодателей

- **Модель закупки:** fixCPM
- **Стоимость в розницу:** 110 ₽ без НДС
- **Минимальная сумма заказа:** 500 000 ₽ без НДС





Для привлечения самых заинтересованных пользователей

Брендинг маршрута в Картах

Позволяет показывать рекламу одного бренда сразу в трёх заметных механиках: пин, баннер и билборд

Выбор сценария размещения: брендинг маршрутов к организациям из рубрики в Яндекс Картах или брендинг пути до своей организации.

- 1 При построении маршрутов к организациям из выбранной рубрики или списка рубрик показывается реклама вашего бренда
- 2 По пути к вам отображаются акции и спецпредложения

В обоих случаях на пути пользователя только ваша реклама без конкурентов

- Модель закупки: fixCPR²
- Стоимость в розницу: 2 ₺ без НДС
- Минимальная сумма заказа: 100 000 ₺ без НДС

Яндекс Карты в этом случае включают сервисы Яндекса: Карты и Навигатор

¹ Первые три часа следования по маршруту; ² CPR (Cost per Route) — оплата за маршрут

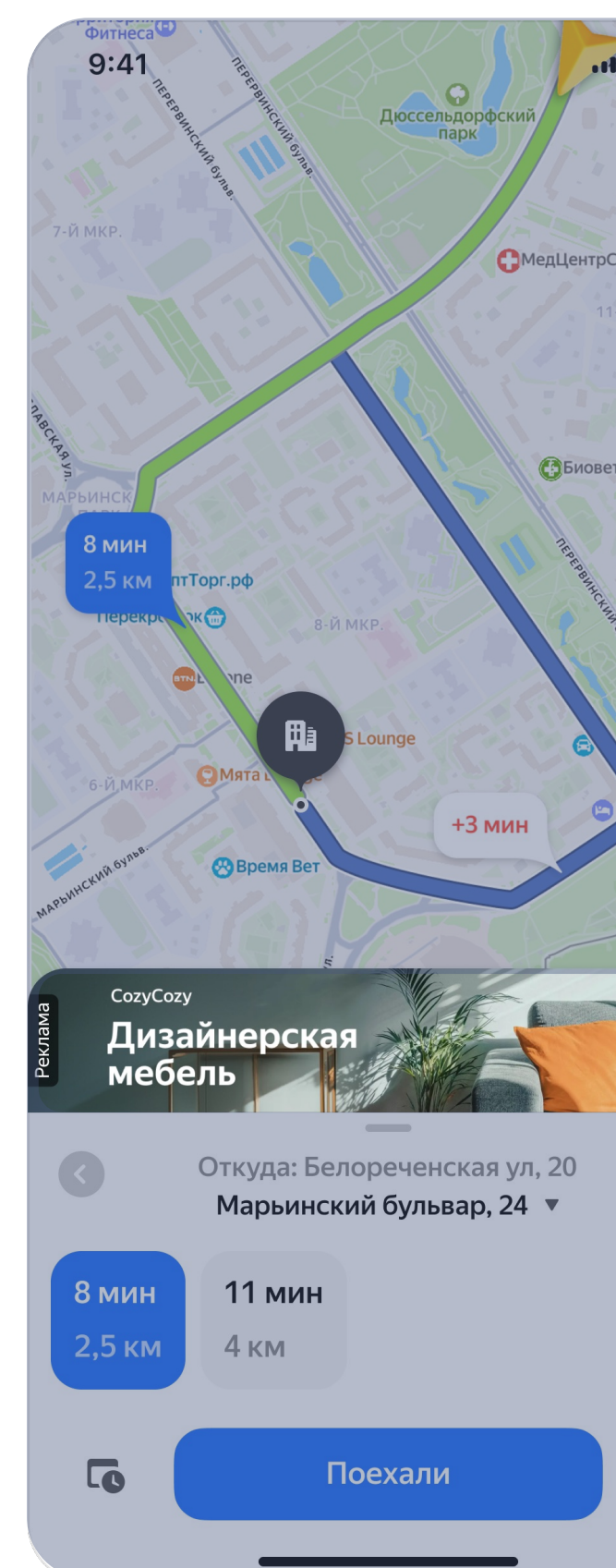


Офлайн

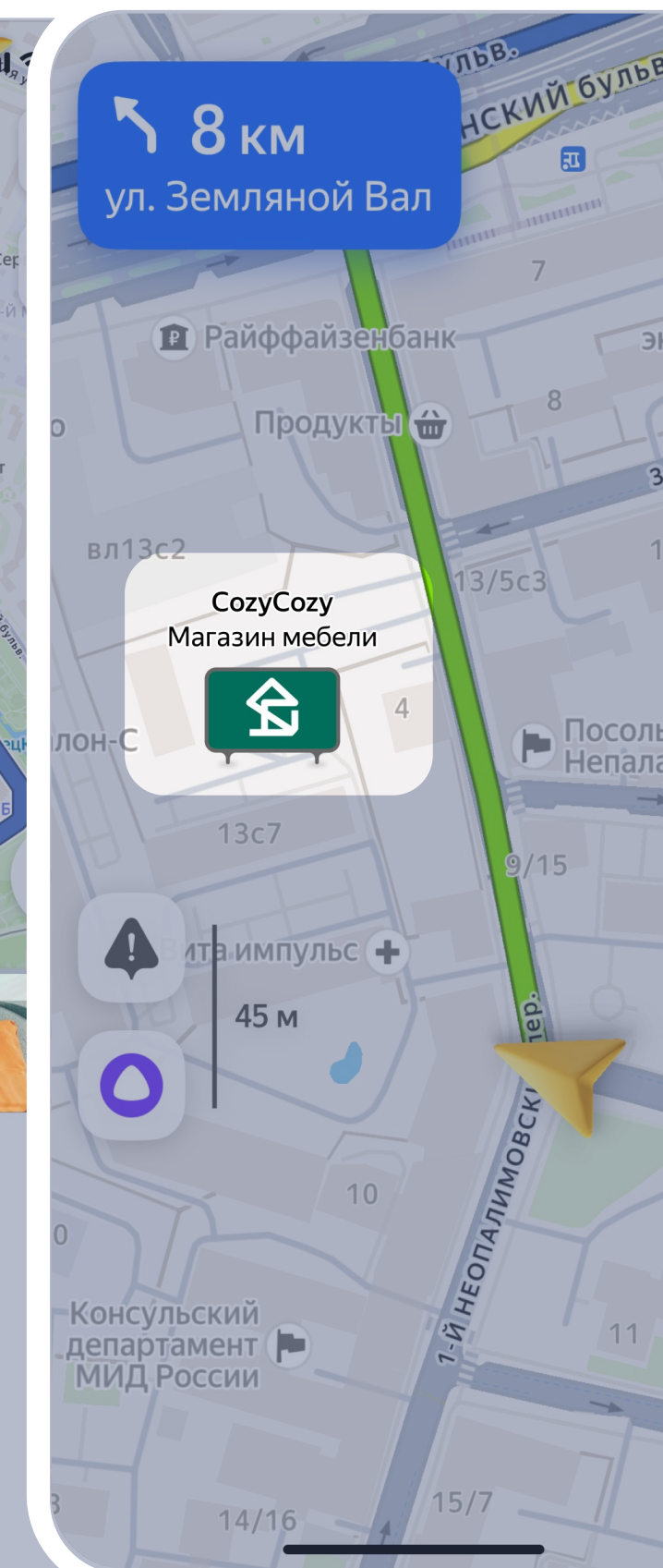


Онлайн

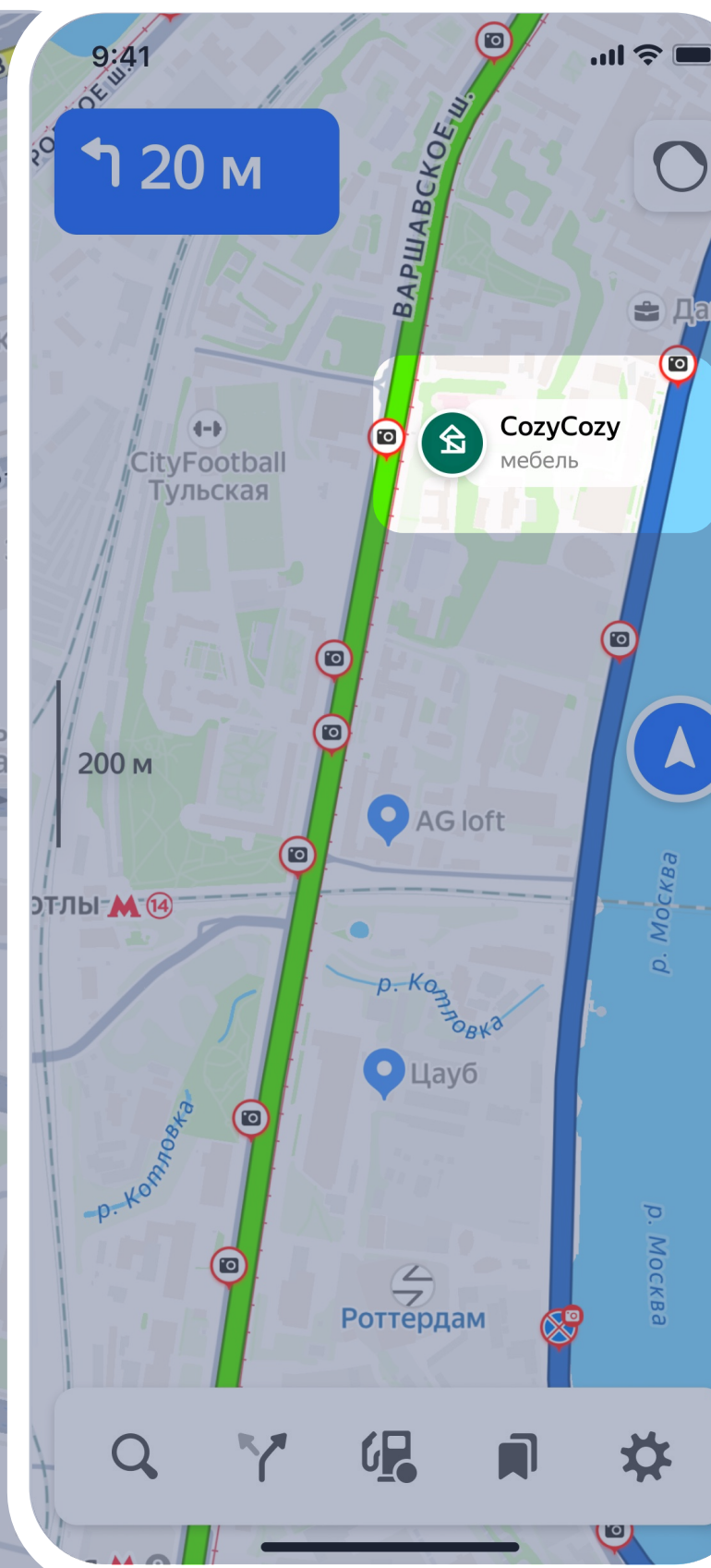
Баннер



Билборд



Пин



100%

отсутствие рекламы конкурентов на всём пути пользователя¹



Для привлечения трафика в онлайн

Рекомендация маршрута в Картах

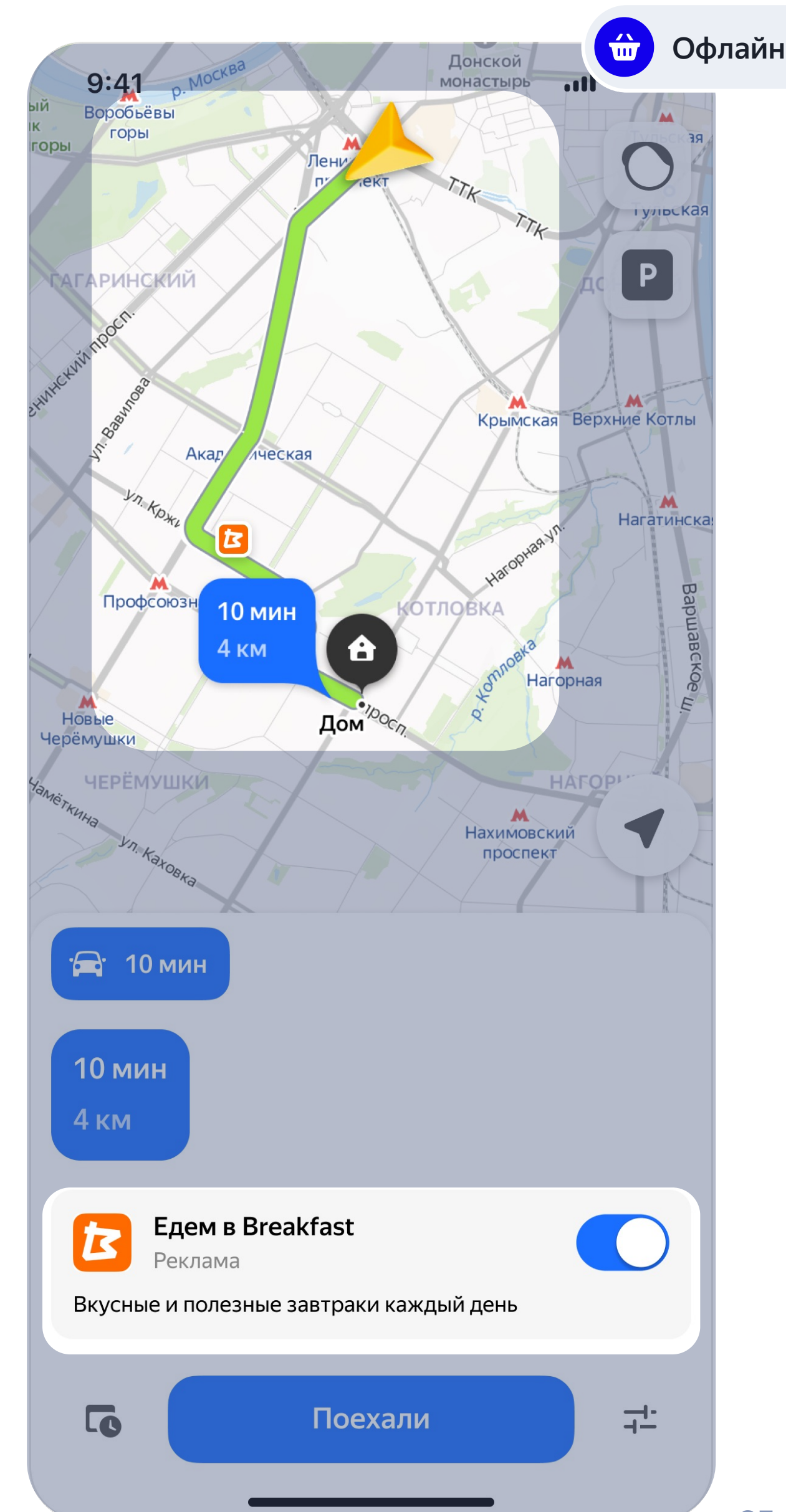
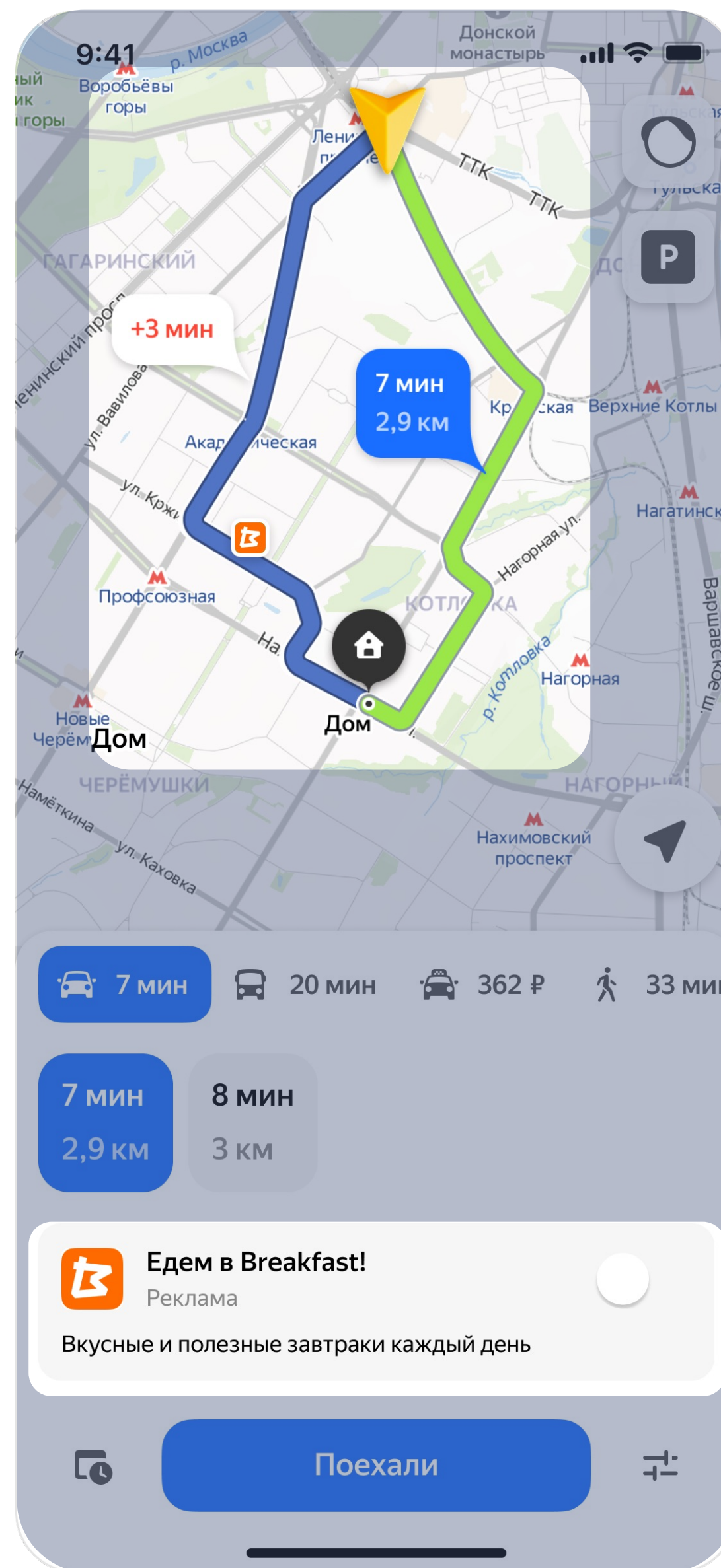
Подсказывает маршрут, где точка бренда — промежуточный пункт, и предлагает заехать

80% заметность формата во время остановки*

- ✓ Формирует знание о расположении точек и стимулирует спонтанные покупки

- Модель закупки: CPA
- Стоимость в розницу: 150 ₽ без НДС
- Минимальная сумма заказа: 100 000 ₽ без НДС

* Источник: Neurotrend, январь 2024 г. Метод исследования: Eye Tracking





Для роста бренд-метрик

Иконка в меню поиска в Картах

Отображается при открытии меню поиска до ввода запроса

70%

пользователей начинают взаимодействие с экрана поиска в Картах¹

62%

пользователей замечают иконку в поиске²

- ✓ Доступна в мобильных приложениях Карт и Навигатора
- ✓ При клике по иконке показываются все объекты рекламодателя на карте

В РОЗНИЦУ

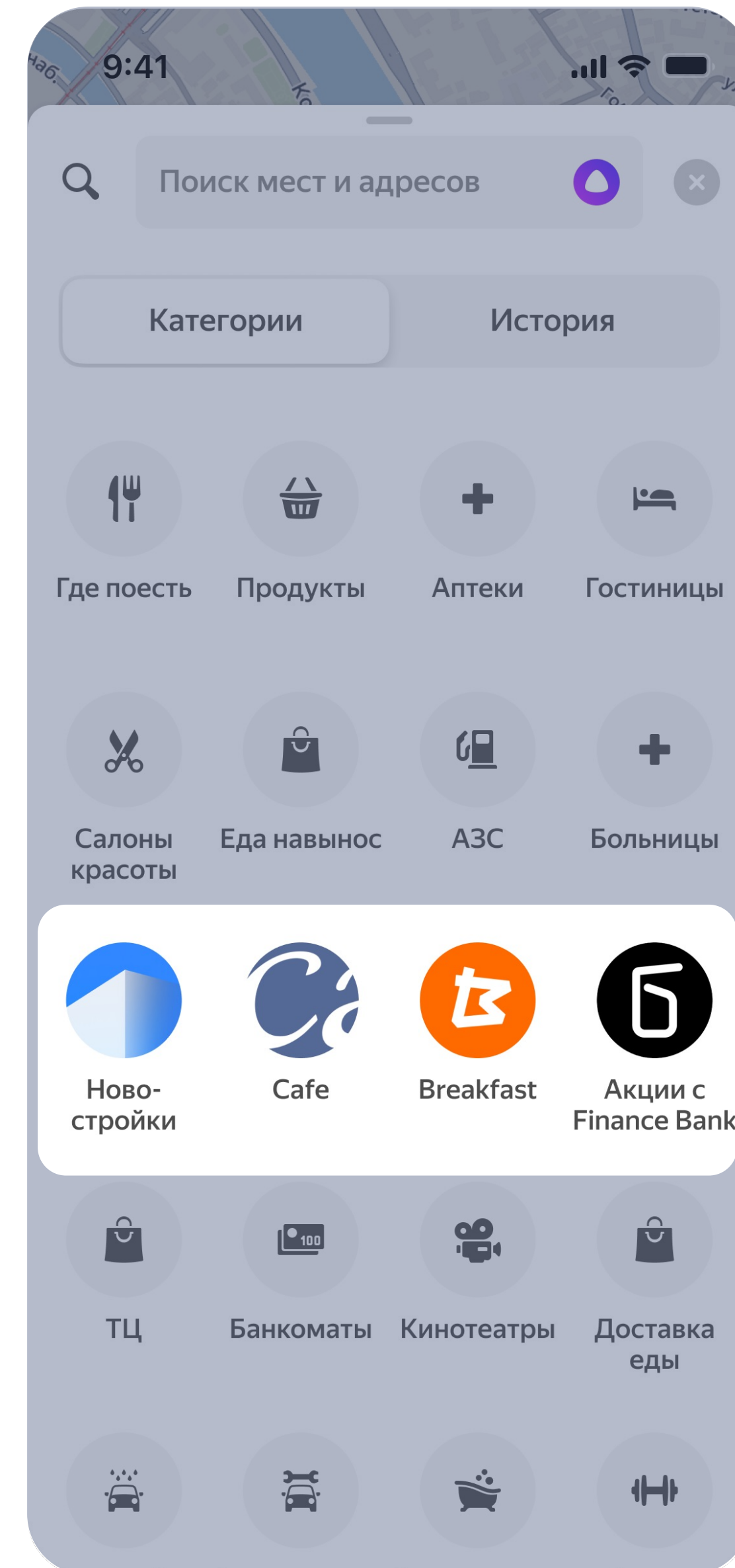
- Модель закупки: CPM
- Стоимость в розницу: 50 ₽ без НДС
- Минимальная сумма заказа: 1 млн ₽ без НДС

В РАМКАХ ГОДОВОЙ ПРОГРАММЫ

- Модель закупки: CPM
- Стоимость при покупке годовой программы: от 28 ₽ без НДС
- Минимальная сумма заказа: 1 млн ₽ без НДС



Офлайн



¹ Данные Яндексa

² Результаты исследования, 2025 г.



Для роста бренд-метрик

Иконка в меню поиска в десктопных Картах

Отображается в десктопной версии Карт при открытии меню поиска до ввода запроса

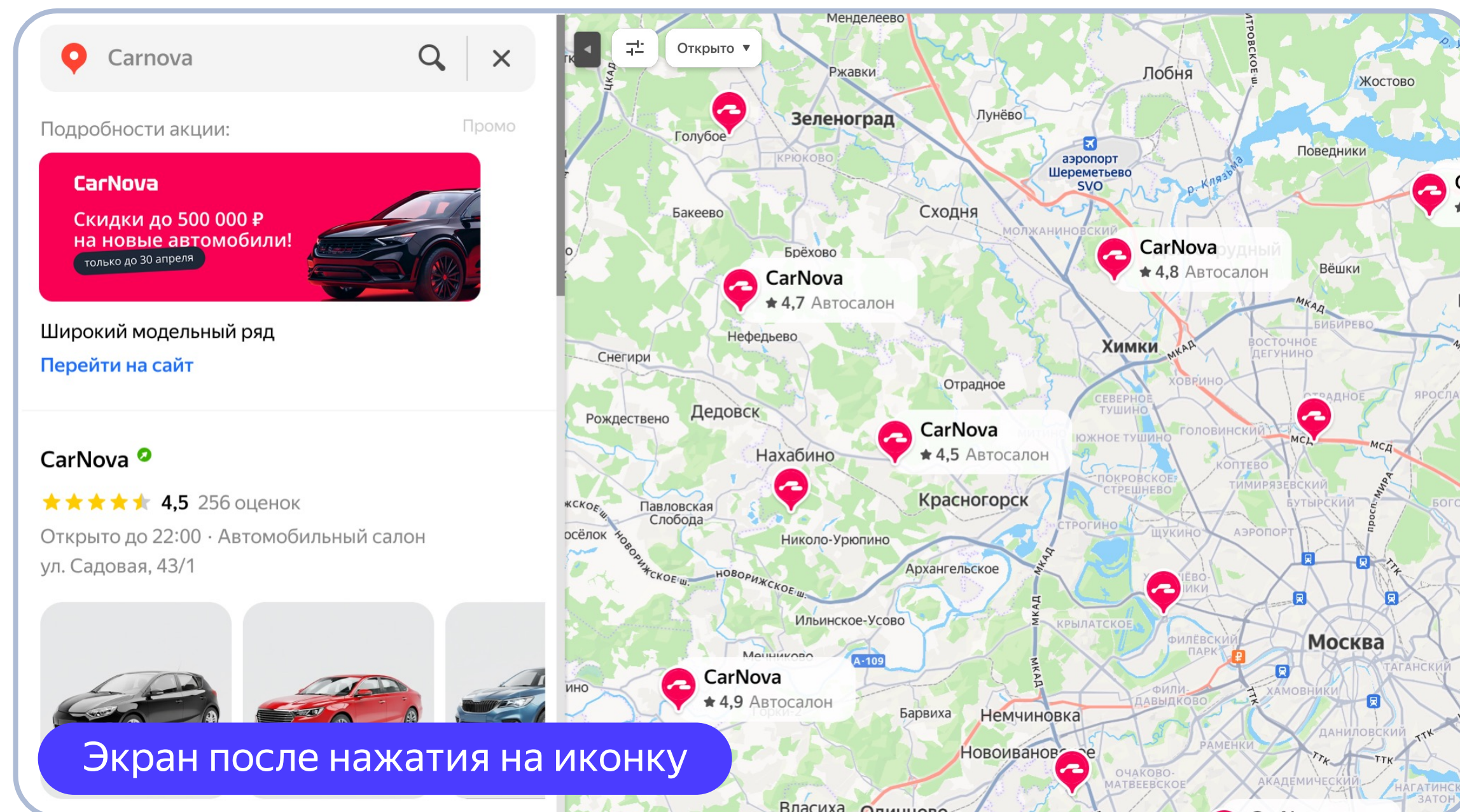
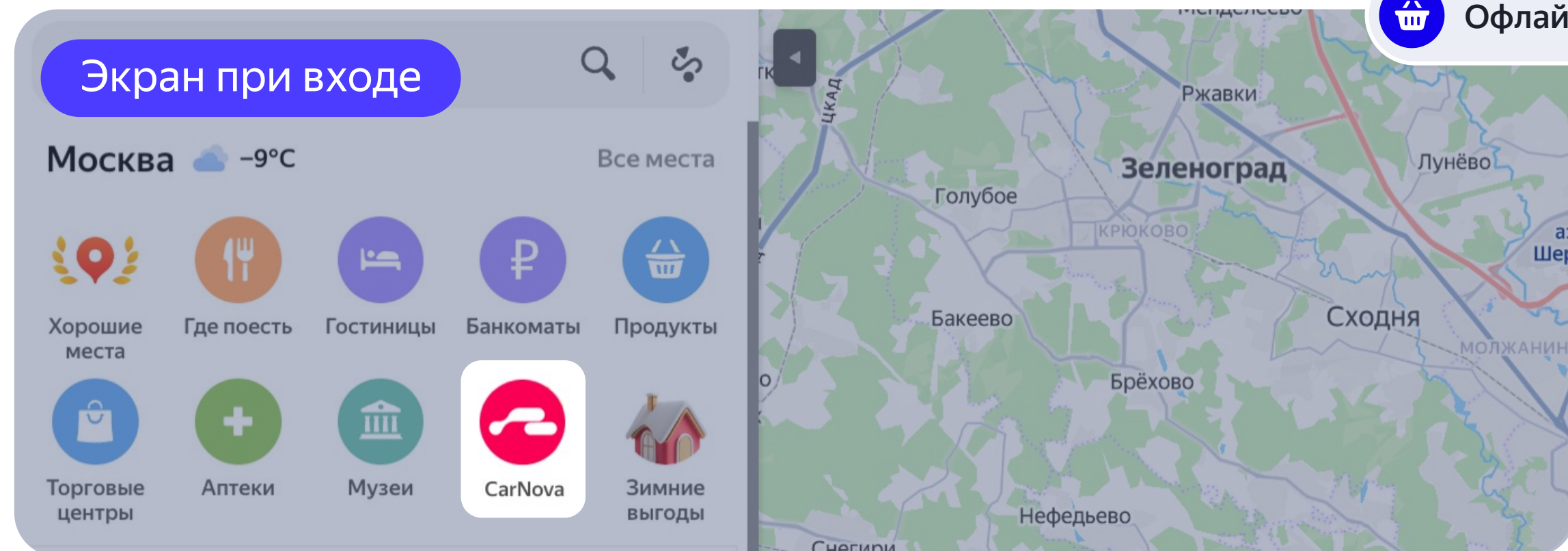
- ✓ При клике по иконке:
 - Показываются все объекты рекламодателя на карте и в выдаче
 - Над поисковой выдачей отображается кликабельный баннер со ссылкой, ведущей на сайт

- ✓ При открытии карточки организации на карте или в поисковой выдаче в ней отображаются:
 - рекламный блок
 - кнопка действия

- ✓ Если подключены рекламные блоки других форматов, они отображаться не будут

- **Модель закупки:** fix (в день)
- **Стоимость в розницу:** 100 000 ₽ без НДС
- **Минимальная сумма заказа:** —

* Результаты исследования, 2025 г.



47% оценивают формат как популярную организацию или организацию с высоким рейтингом*

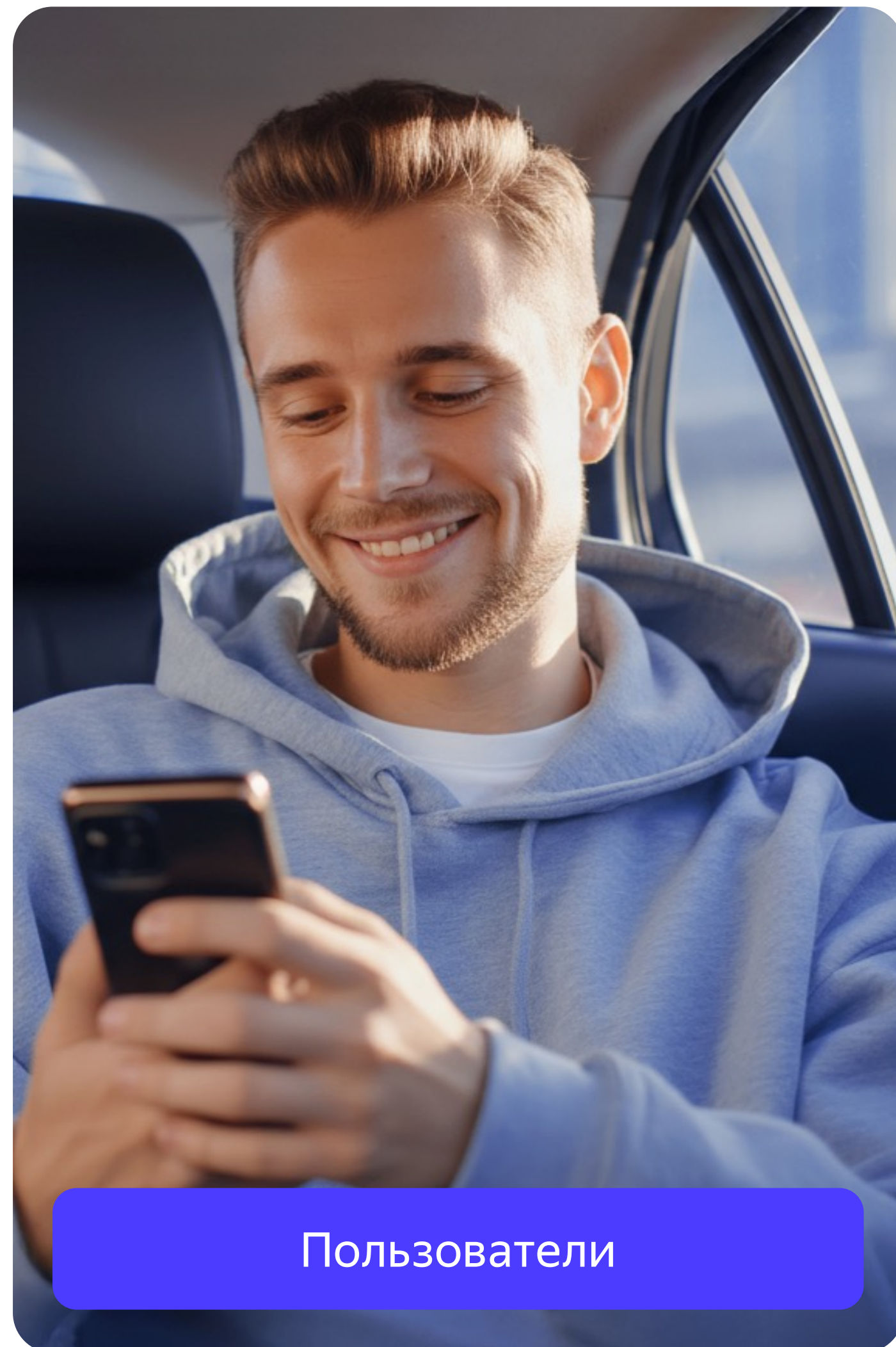
Как пользователи видят рекламу в Яндекс Картах

5

Яндекс Карты в этом случае включают сервисы Яндекса: Карты, Навигатор, Метро



Медийная реклама и перфоманс-продвижение работают вместе



Запрос в поиске Карт

Переход в карточку организации

Медийный формат на маршруте в Картах

Переход на сайт организации

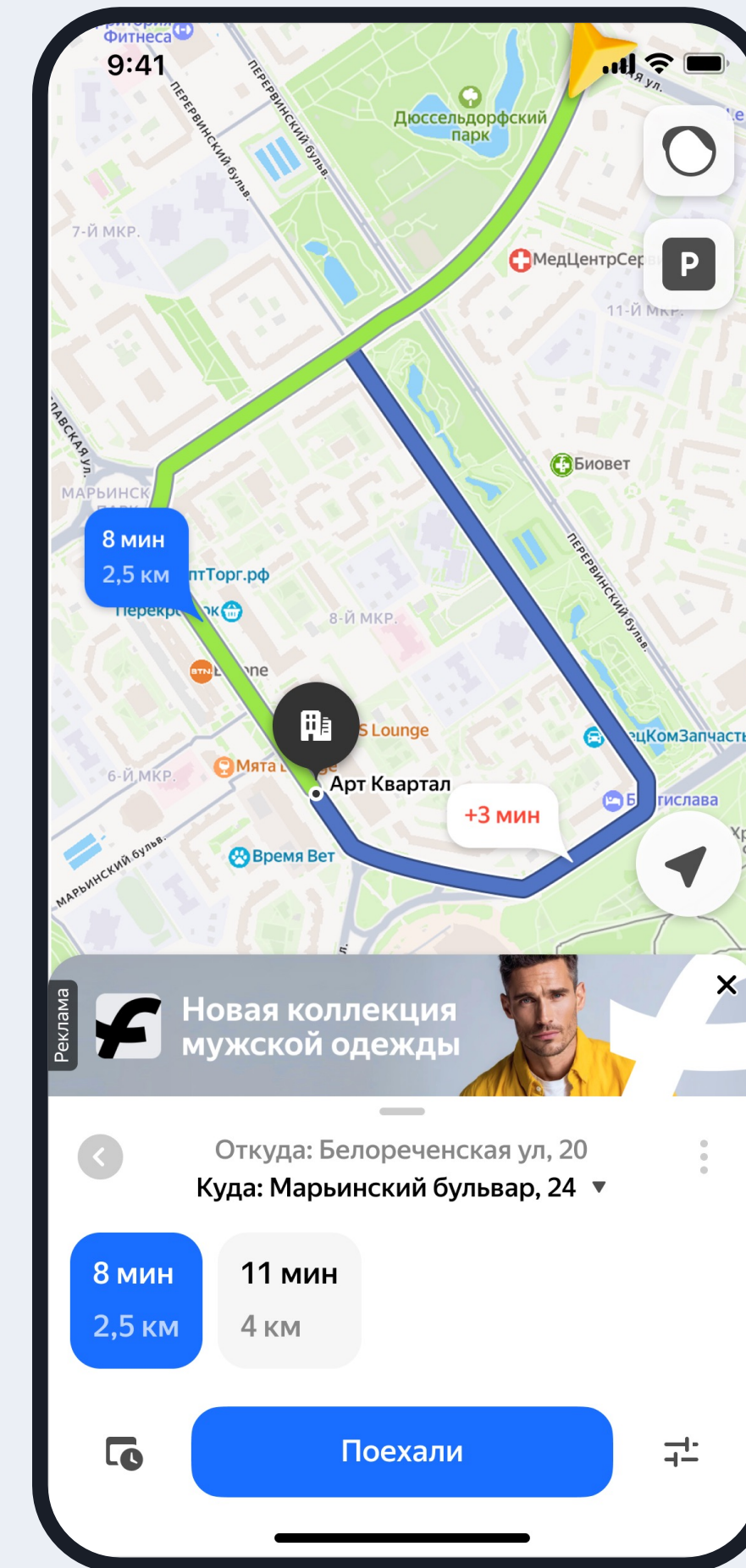
Brandformance-подход в Яндекс Картах

Медийная реклама в Картах

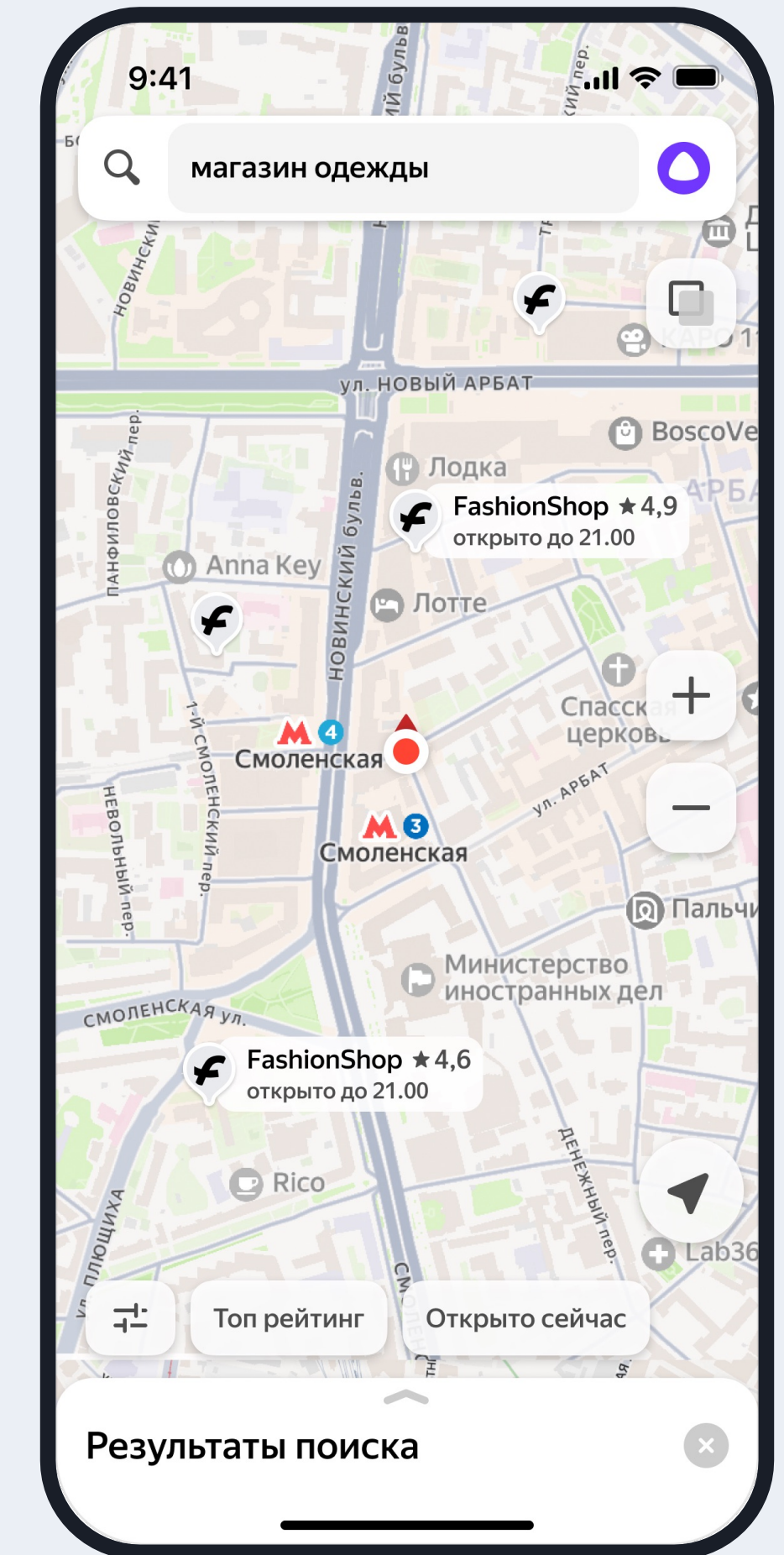
- Формирует дополнительный спрос
- Даёт широкий охват с глубоким аудиторным и гиперлокальным таргетингом
- Запускается с фиксированным CPM (CPA)
- Работает преимущественно на верхнем уровне воронки

Перфоманс-продвижение в Картах

- Удовлетворяет спрос
- Настраивается контекстный показ по локации и рубрике
- Пакетное ценообразование
- Работает преимущественно на нижнем уровне воронки



Пример **медийной** рекламы —
Баннер в Картах



Пример **перфоманс**-продвижения —
Супербрендированное приоритетное
размещение

Аналитика

6



Метрики отчёта по кампании*

Показы

Показ рекламного объявления — засчитывается со второй секунды



Уникальные показы

Показы рекламы без учёта повторных показов одним и тем же пользователям



Расходы

Потраченные деньги без НДС



Клики

Нажатия на рекламный формат, после которых раскрывается рекламное сообщение.

Для формата «Рекомендация маршрута в Картах» кликом считается переключение тумблера



CTR

Отношение количества кликов по рекламному объявлению к числу показов



Поиск

Нажатия кнопки «Найти на карте», после которых отображаются точки рекламодателя



Маршруты

Нажатия кнопки «Заехать»



Открытие сайта

Нажатия кнопки «На сайт»



Звонки

Нажатия кнопки «Позвонить»



* Отчёт доступен в кабинете медийной рекламы в Картах

Виды исследований

ВЕРХНЕУРОВНЕВЫЙ АНАЛИЗ РАЗМЕЩЕНИЯ С РЕКОМЕНДАЦИЯМИ

РВА-отчёт¹

Полный анализ рекламного размещения с выводами и рекомендациями

ВЛИЯНИЕ НА ОНЛАЙН

Lift запросов в поиске Яндекса²

Lift запросов в поиске Карт и Навигатора²

Насколько чаще стали искать ваш бренд в Яндексе?

Post-view²

Стали ли видевшие рекламу проводить больше времени на сайте, изучая ваши предложения?

ВЛИЯНИЕ НА ОФЛАЙН

Action Lift³

Стали ли пользователи чаще открывать карточки организаций и строить в них маршруты внутри Карт?

O2O⁴

Как реклама повлияла на офлайн-продажи?

Оказала ли рекламная кампания отложенный эффект на интерес к предложению?

Offline Visit Lift⁵

Стали ли видевшие рекламу чаще посещать точки продаж?

РОСТ ЗНАНИЯ

Brand Lift⁶

Как изменилось знание о вашем бренде?

Запомнила ли аудитория ваше маркетинговое сообщение?

Как изменилось желание приобрести ваш продукт?

¹ Минимальный бюджет: от 300 000 ₽ для новых клиентов, от 500 000 ₽ для действующих (без НДС)

² Рекомендованный бюджет: от 300 000 ₽ на месяц (без НДС)

³ Минимальный бюджет: 300 000 ₽ (без НДС), но не менее 100 000 ₽ (без НДС) на одну кампанию

⁴ Доступно при передаче данных о продажах рекламодателя

⁵ Минимальный бюджет для исследования: 500 000 ₽ для формата Пины в Картах

⁶ Минимальный бюджет: 2,5 млн ₽ для баннерных форматов в приложениях Навигатор и Карты

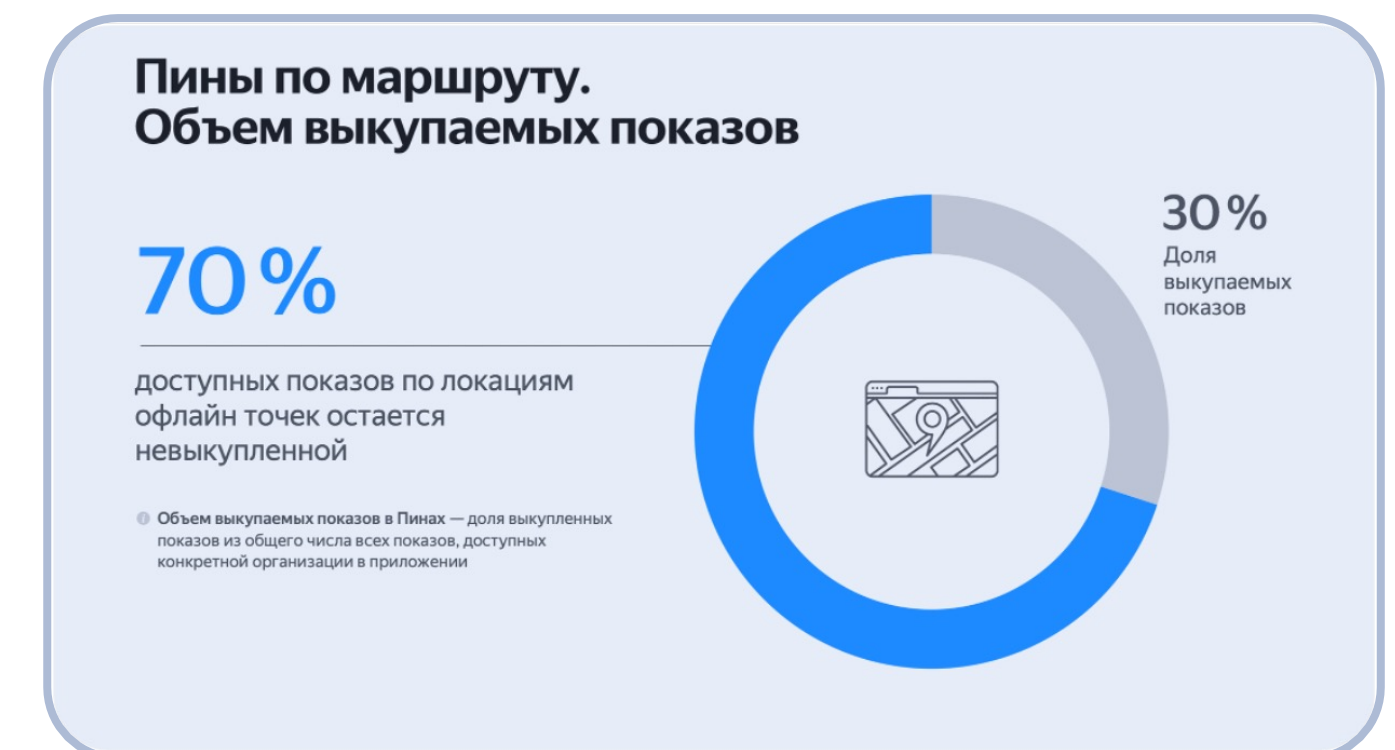
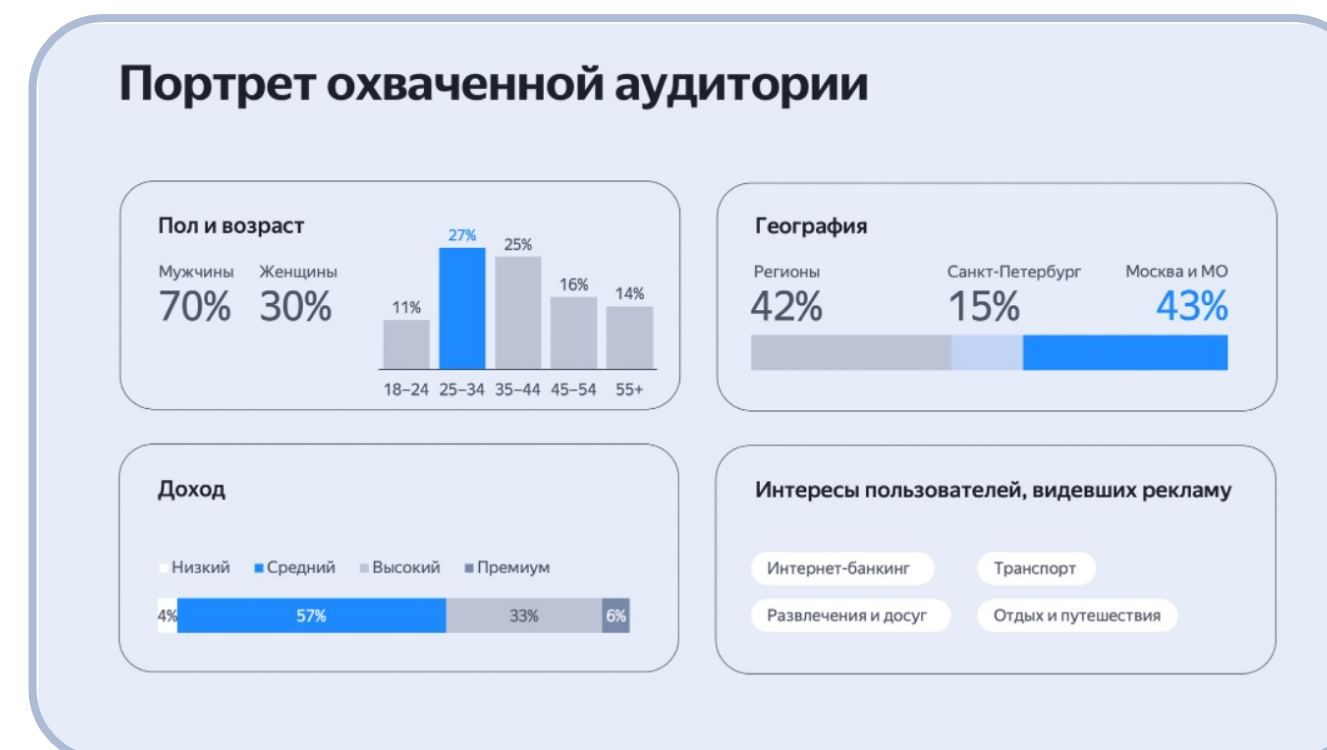
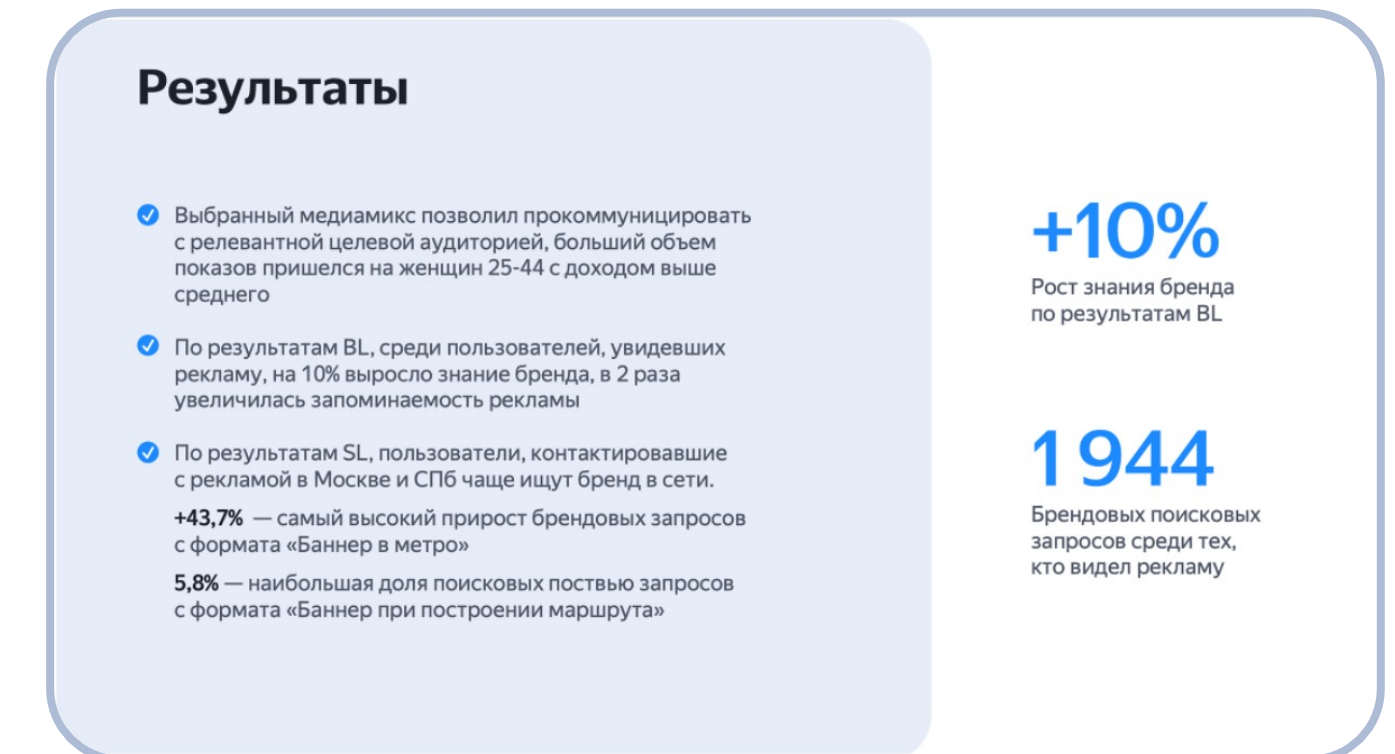
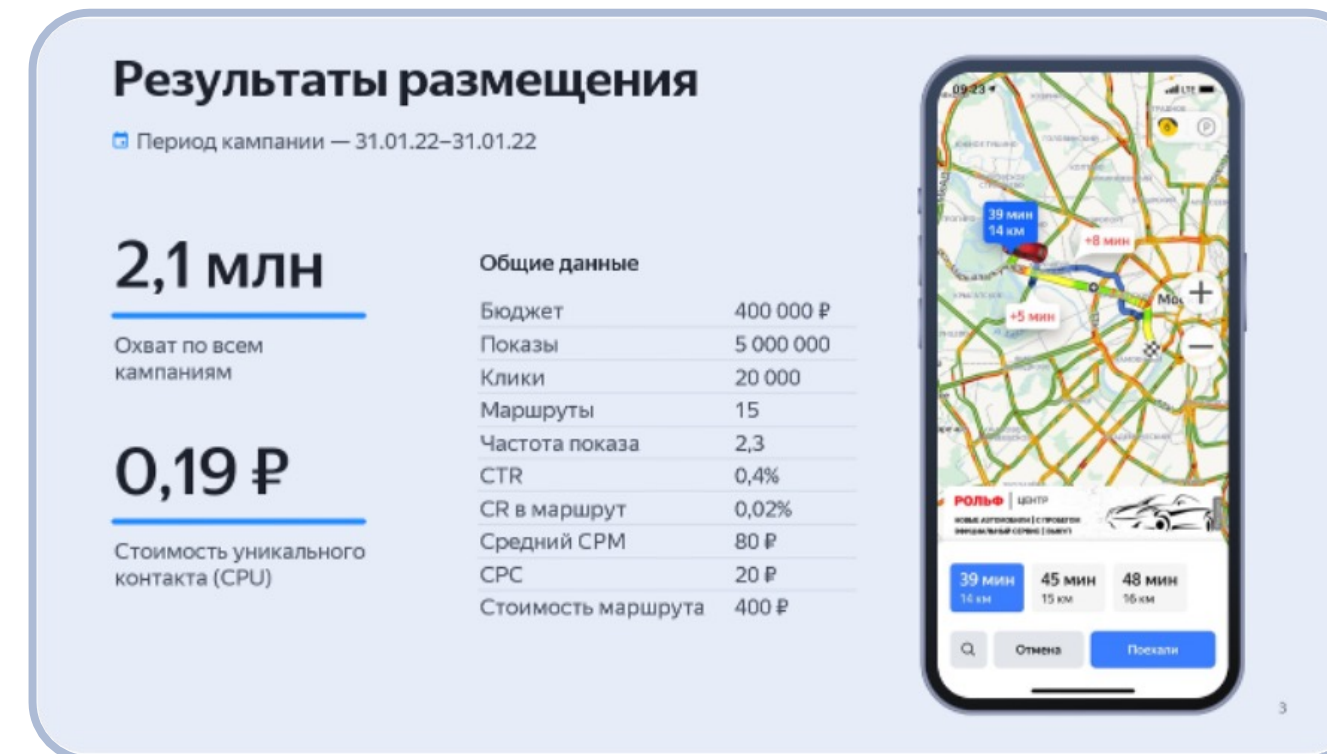
РВА-отчёт — полный анализ рекламного размещения с выводами и рекомендациями

Что входит в отчёт

- Примеры размещения и статистика
- Портрет охваченной аудитории
- Аудит кампаний
- Анализ трафика Пинов
- Положение бренда в статистике действий пользователей в Картах
- Выводы и рекомендации

i Чтобы провести исследование, обратитесь к менеджеру Яндекс

Минимальный бюджет: 300 000 ₽
 без НДС для новых клиентов, 500 000 ₽
 без НДС для действующих

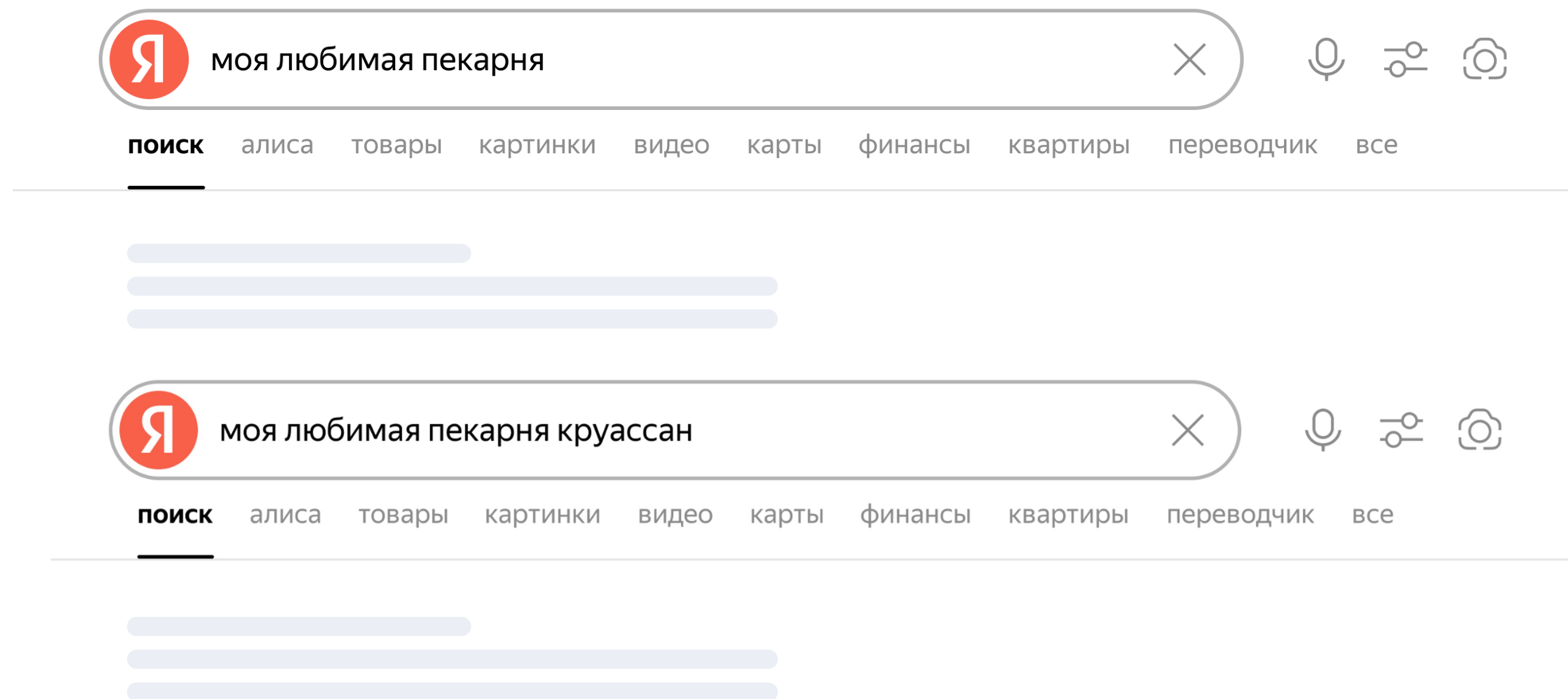


Lift запросов в поиске Яндекса

Показывает, как медийная реклама в Картах влияет на рост интереса к бренду или отдельному предложению

i Чтобы провести исследование, обратитесь к менеджеру Яндекса

Рекомендованный бюджет:
от 300 000 ₽ без НДС на месяц



Методология и пример расчёта Lift запросов в поиске Яндекса

1

Прирост post-view

Сравниваем запросы пользователей, которые видели медийную рекламу в Картах

$$\frac{110 \text{ запросов во время размещения}}{100 \text{ запросов до размещения}} = 1,10$$

2

Прирост контрольной группы (КГ)

Аналогично сравниваем среди тех, кто не видел Медийную рекламу в Картах

$$\frac{1\ 010 \text{ запросов во время размещения}}{1\ 000 \text{ запросов до размещения}} = 1,01$$

3

Search Lift

Оцениваем величину прироста за счёт медийной рекламы в Картах

$$\frac{1,10 \text{ прирост post-view}}{1,01 \text{ прирост контрольной группы}} - 1 = +8,9\%$$

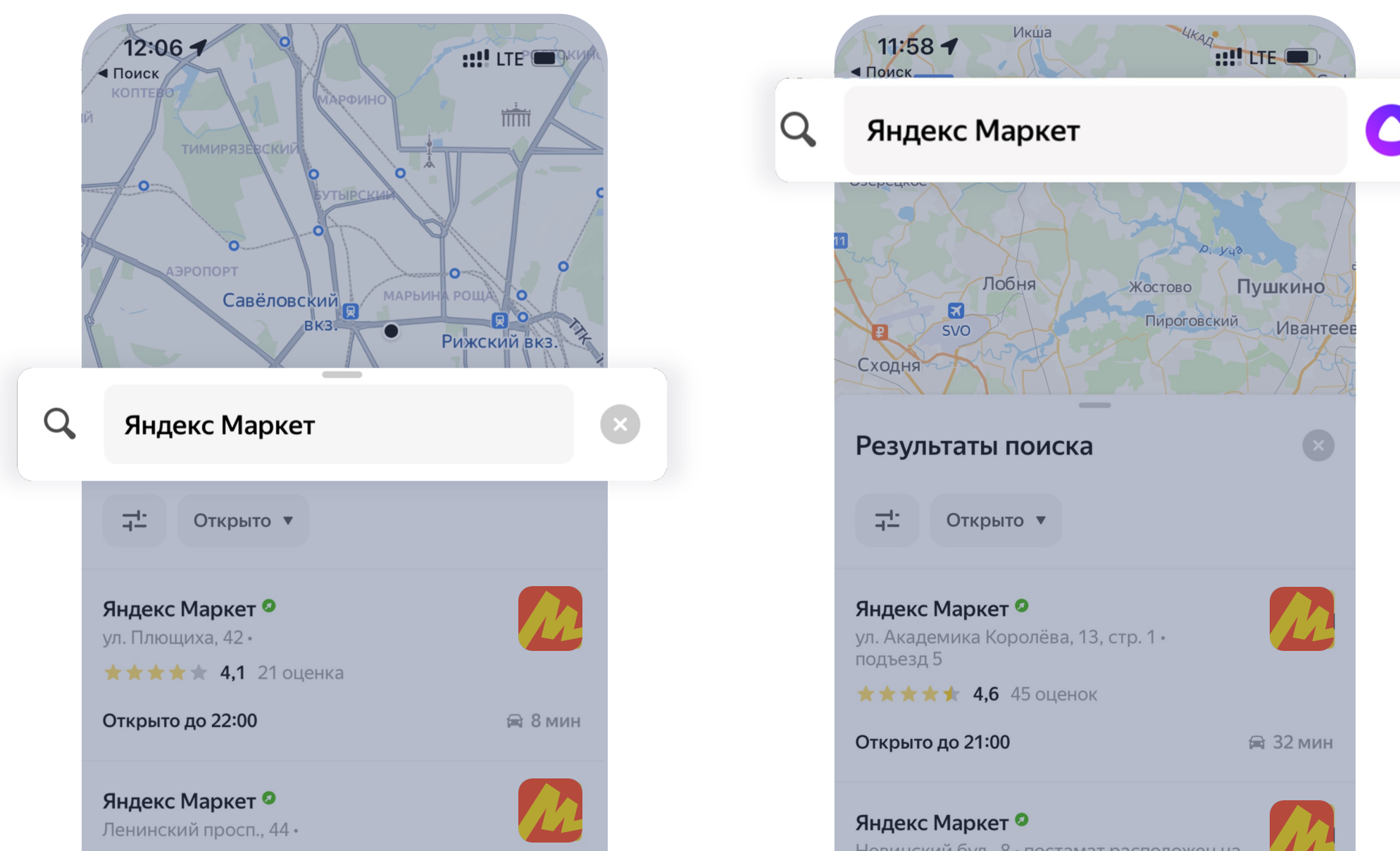
Lift запросов в поиске Карт

Помогает узнать, насколько чаще стали искать бренд в приложениях Яндекс Карты и Навигатор после просмотра рекламы

i Чтобы провести исследование, обратитесь к менеджеру Яндекса.

Рекомендованный бюджет:
от 300 000 ₽ без НДС на месяц.

Яндекс Карты в этом случае включают сервисы Яндекса: Карты, Навигатор



Методология и пример расчёта Lift запросов в поиске Карт и Навигатора

1

Прирост post-view

Сравниваем запросы пользователей, которые видели медийную рекламу в Картах

$$\frac{110 \text{ запросов во время размещения}}{100 \text{ запросов до размещения}} = 1,10$$

100 запросов до размещения

2

Прирост контрольной группы (КГ)

Аналогично сравниваем среди тех, кто не видел Медийную рекламу в Картах

$$\frac{1\ 010 \text{ запросов во время размещения}}{1\ 000 \text{ запросов до размещения}} = 1,01$$

1 000 запросов до размещения

3

Search Lift

Оцениваем величину прироста за счёт медийной рекламы в Картах

$$\frac{1,10 \text{ прирост post-view}}{1,01 \text{ прирост контрольной группы}} - 1 = +8,9\%$$

1,01 прирост контрольной группы

Post-view аналитика

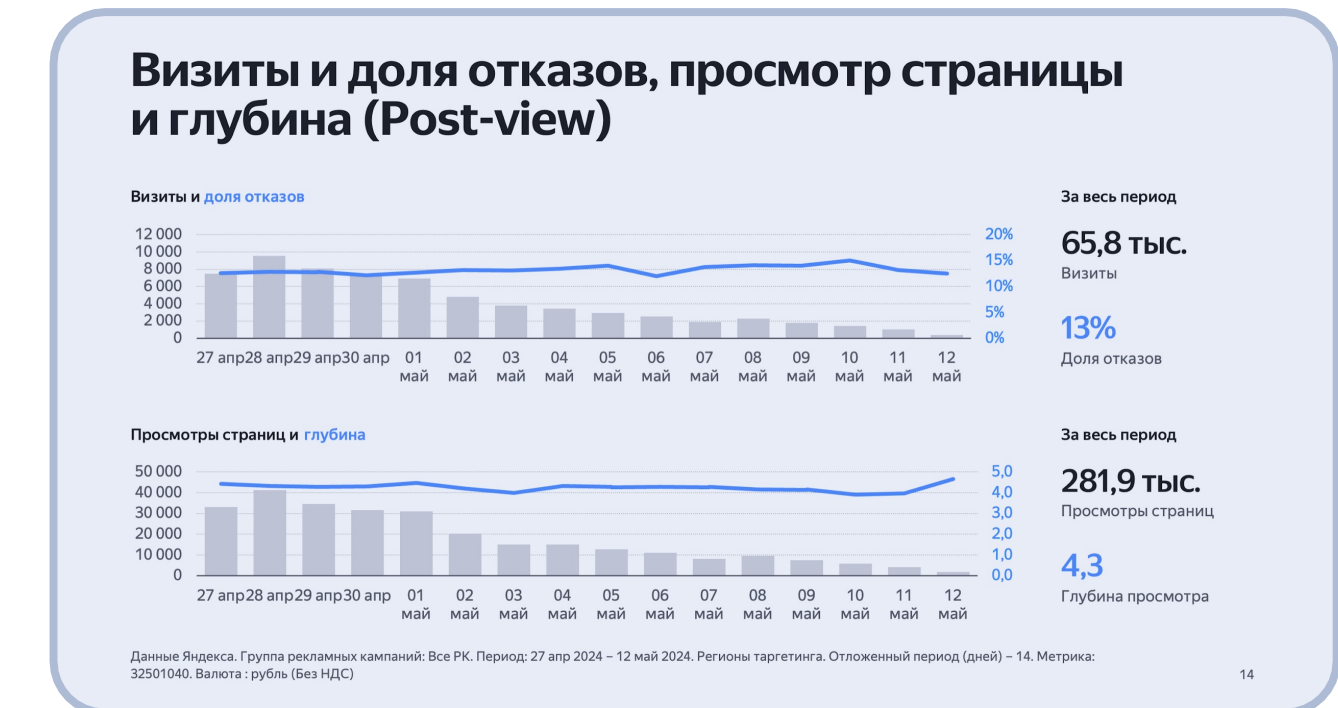
Помогает узнать, как контакт с рекламой повлиял на поведение пользователей на сайте и конверсию в покупку.

Позволяет оценить долю тех, кто видел рекламу, на собственных CRM-данных — звонках, покупках и т. д.

i Чтобы провести исследование, обратитесь к менеджеру Яндекс.

Рекомендованный бюджет:
от 300 000 ₽ без НДС на месяц.

Доступно при передаче данных о продажах рекламодателя.



Что можем замерять на сайте:

- долю отказов
- длительность сеанса
- визиты
- конверсии

Методология и пример расчёта post-view

- ### 1 Прирост post-view

Сравниваем запросы пользователей, которые видели медийную рекламу в Картах

$$\frac{110 \text{ запросов во время размещения}}{100 \text{ запросов до размещения}} = 1,10$$
- ### 2 Прирост контрольной группы (КГ)

Аналогично сравниваем среди тех, кто не видел Медийную рекламу в Картах

$$\frac{1\ 010 \text{ запросов во время размещения}}{1\ 000 \text{ запросов до размещения}} = 1,01$$
- ### 3 Search Lift

Оцениваем величину прироста за счёт медийной рекламы в Картах

$$\frac{1,10 \text{ прирост post-view}}{1,01 \text{ прирост контрольной группы}} - 1 = +8,9\%$$

Action Lift

Помогает определить, как изменились действия пользователей в приложениях Карт и Навигатора после контакта с рекламой

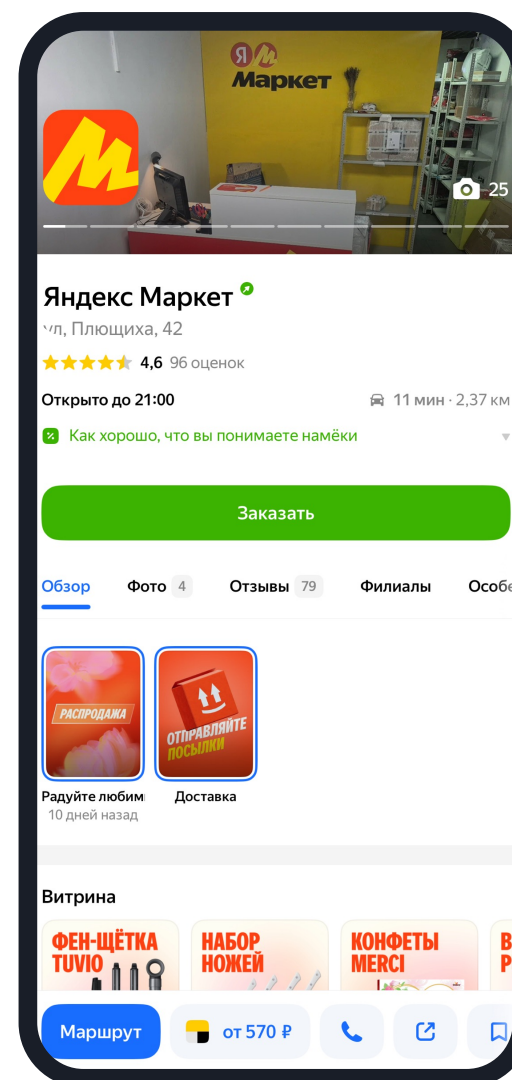
i Чтобы провести исследование, обратитесь к менеджеру Яндекса. Доступно при наличии офлайн-точек организации.

Рекомендованный бюджет:

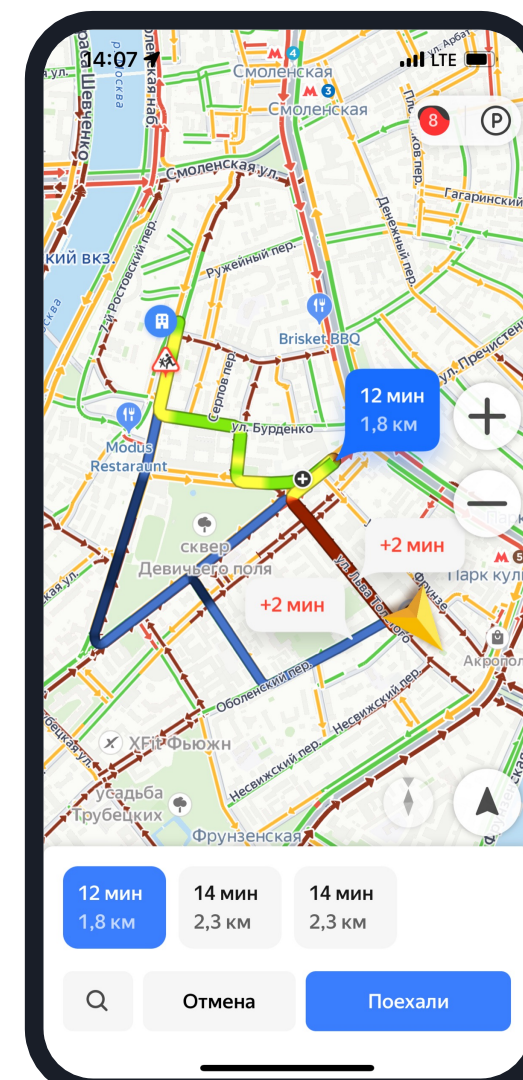
от 300 000 ₽ без НДС, но не менее 100 000 ₽ без НДС на одну кампанию.

Какие действия анализируем

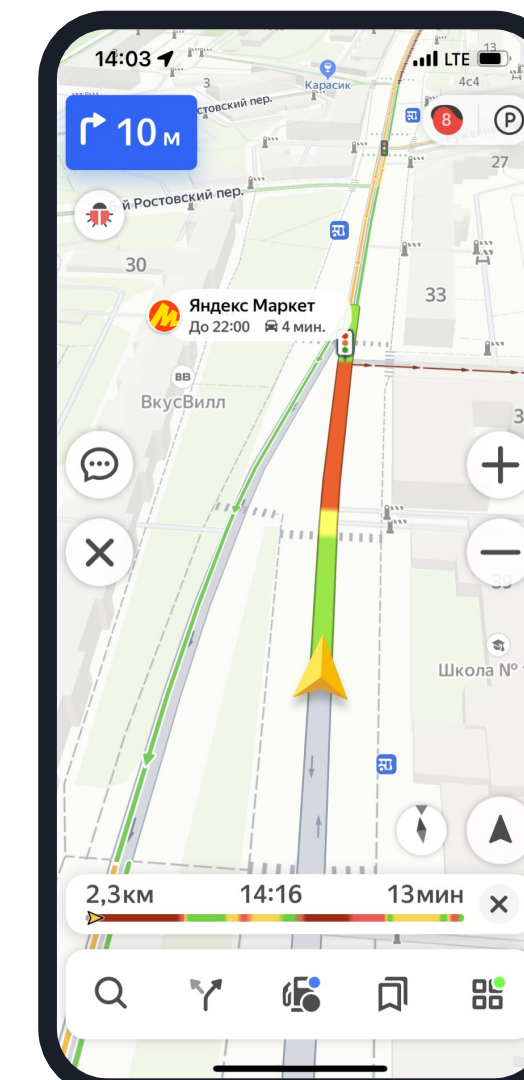
Открытие карточки



Построение маршрутов



Доезды



Методология и пример расчёта Action Lift

1

Прирост post-view

Сравниваем запросы пользователей, которые видели медийную рекламу в Картах

$$\frac{110 \text{ запросов во время размещения}}{100 \text{ запросов до размещения}} = 1,10$$

2

Прирост контрольной группы (КГ)

Аналогично сравниваем среди тех, кто не видел Медийную рекламу в Картах

$$\frac{1\ 010 \text{ запросов во время размещения}}{1\ 000 \text{ запросов до размещения}} = 1,01$$

3

Search Lift

Оцениваем величину прироста за счёт медийной рекламы в Картах

$$\frac{1,10 \text{ прирост post-view}}{1,01 \text{ прирост контрольной группы}} - 1 = +8,9\%$$

O2O-аналитика*

Оценивает, как медийная реклама в Картах влияет на продажи в офлайне.

Помогает узнать, как контакт с рекламой повлиял на поведение пользователей в офлайне и конверсию в покупку или визит.

i Чтобы провести исследование, обратитесь к менеджеру Яндекса.

Доступно при передаче данных о продажах рекламодателя.

* O2O-аналитика (от англ. Online to Offline) — это стратегия продвижения, при которой компания применяет онлайн-инструменты для увеличения офлайн-продаж



id 75757586542

id 89154154785

id 74652212242

id 75757586542

id 65158722645

id 89154154785

15%

купивших
в офлайне видели
рекламу онлайн

Методология расчёта O2O

1

Сбор данных

Подобрали CryptalD, которые видели рекламное размещение

2

Сопоставление данных

Перевели в CryptalD тех, кто купил или посетил офис продаж

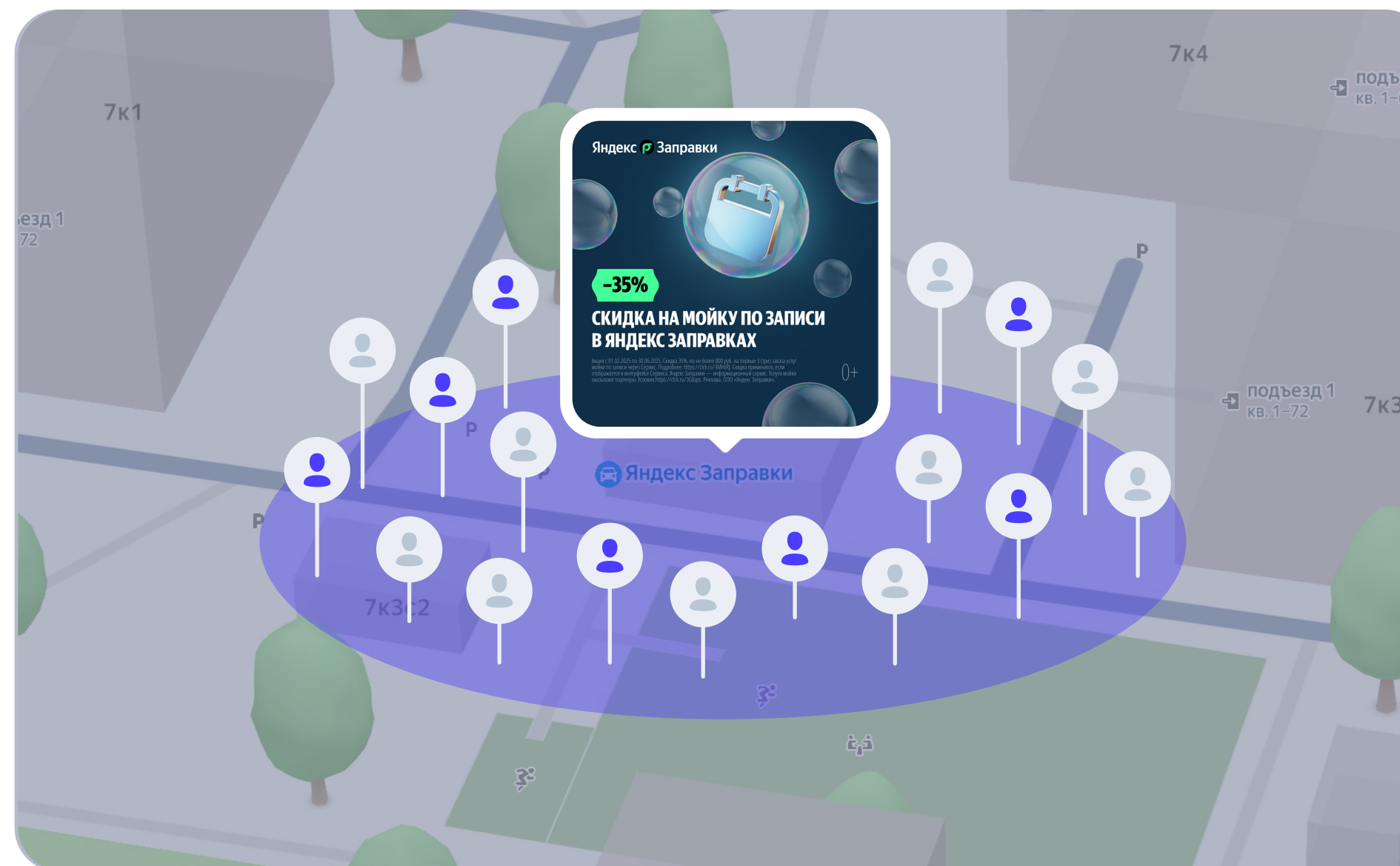
3



O2O-аналитика

Сопоставили списки и нашли долю видевших рекламу до момента совершения покупки, визита

Offline Visit Lift

Показывает, насколько чаще пользователи, которые видели рекламу, стали посещать организации

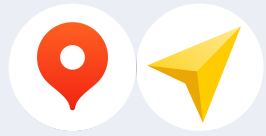


-  Видели рекламу — тестовая группа
-  Не видели рекламу — контрольная группа

i Чтобы провести исследование, обратитесь к менеджеру Яндекса.
Доступно при запуске от 500 000 ₽ на 30 дней для формата Пин в Картах.

Методология и пример расчёта Offline Visit Lift

<p>1</p> <p>Прирост post-view Сравниваем запросы пользователей, которые видели медийную рекламу в Картах</p> $\frac{110 \text{ запросов во время размещения}}{100 \text{ запросов до размещения}} = 1,10$	<p>2</p> <p>Прирост контрольной группы (КГ) Аналогично сравниваем среди тех, кто не видел Медийную рекламу в Картах</p> $\frac{1\ 010 \text{ запросов во время размещения}}{1\ 000 \text{ запросов до размещения}} = 1,01$	<p>3</p> <p>Search Lift Оцениваем величину прироста за счёт медийной рекламы в Картах</p> $\frac{1,10 \text{ прирост post-view}}{1,01 \text{ прирост контрольной группы}} - 1 = +8,9\%$
---	--	---



Brand Lift в Яндекс Картах

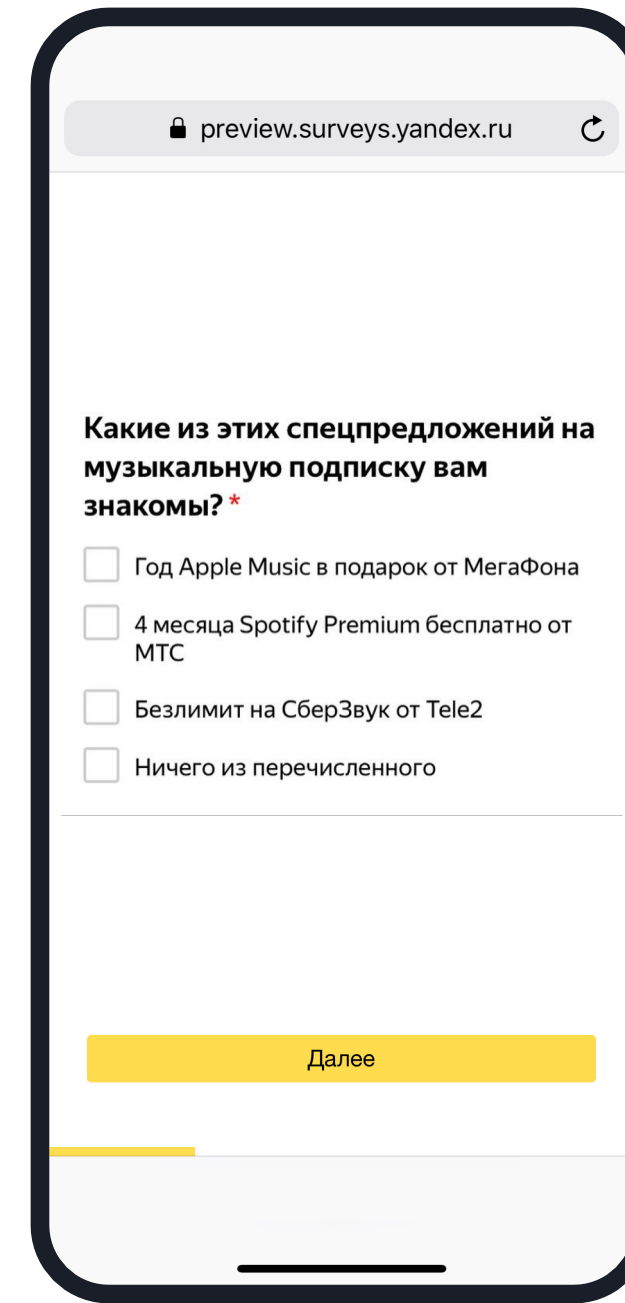
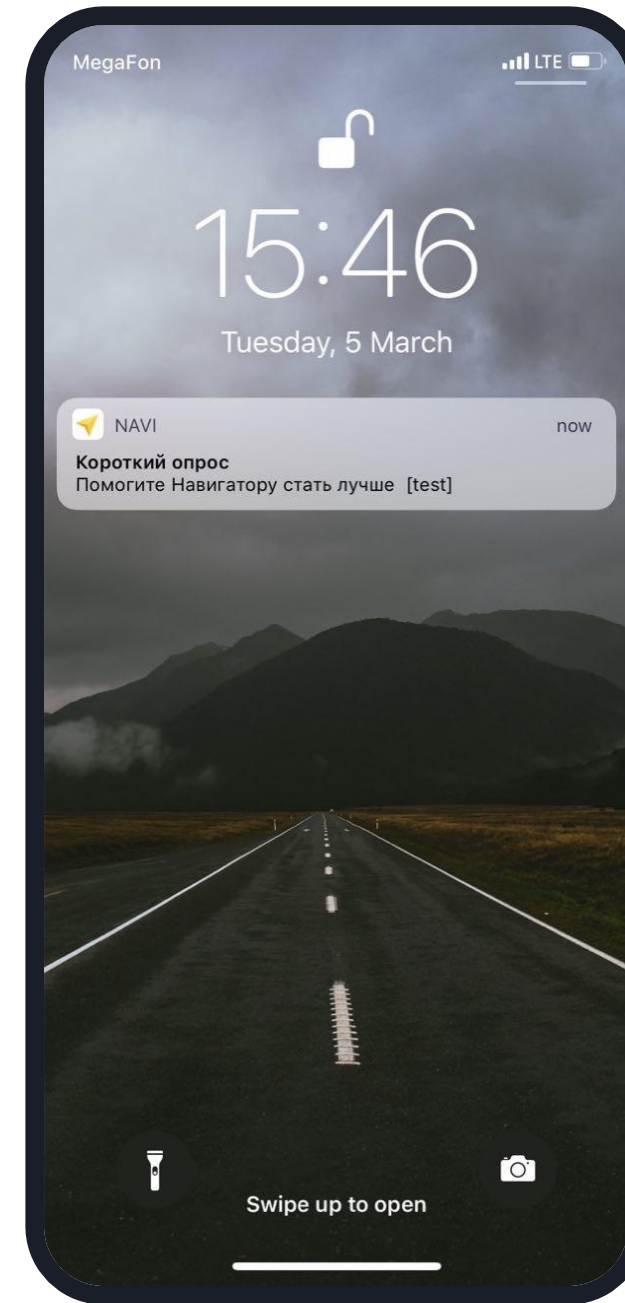
Помогает определить, как изменилось восприятие бренда после контакта с рекламой

Возможности

- До пяти вопросов на выбор, один из них можно кастомизировать
- Проводится после завершения кампании с помощью пуш-уведомлений

i Чтобы провести исследование, обратитесь к менеджеру Яндекса. Минимальный бюджет на исследование — 2 500 000 ₽. Форматы: Баннер в Картах, Премиум-баннер в Картах, Билборд в Картах, Премиум-билборд в Картах.

Яндекс Карты в этом случае включают сервисы Яндекса: Карты, Навигатор, Метро



География рекламной кампании

- ★ Москва
- ▣ Санкт-Петербург

Методология и пример расчёта Brand Lift

1

Ответы тестовой группы

Определяем, какой процент пользователей выбрал ваш бренд после просмотра медийной рекламы в Картах

30% из тестовой группы выбрали ваш бренд

2

Ответы контрольной группы

Аналогично определяем среди тех, кто не видел медийную рекламу в Картах

20% из контрольной группы выбрали ваш бренд

3

Brand Lift

Оцениваем величину прироста за счёт медийной рекламы в Картах

30% тестовой группы
—
20% контрольной группы
— 1 = +50%

Отслеживайте post-view конверсии в Метрике для медийной рекламы **new beta**

Доступные показатели

- Показы
- Частота показов
- Охват
- CPM
- CPMU
- Количество конверсий
- Стоимость конверсии
- Конверсия (CR)*

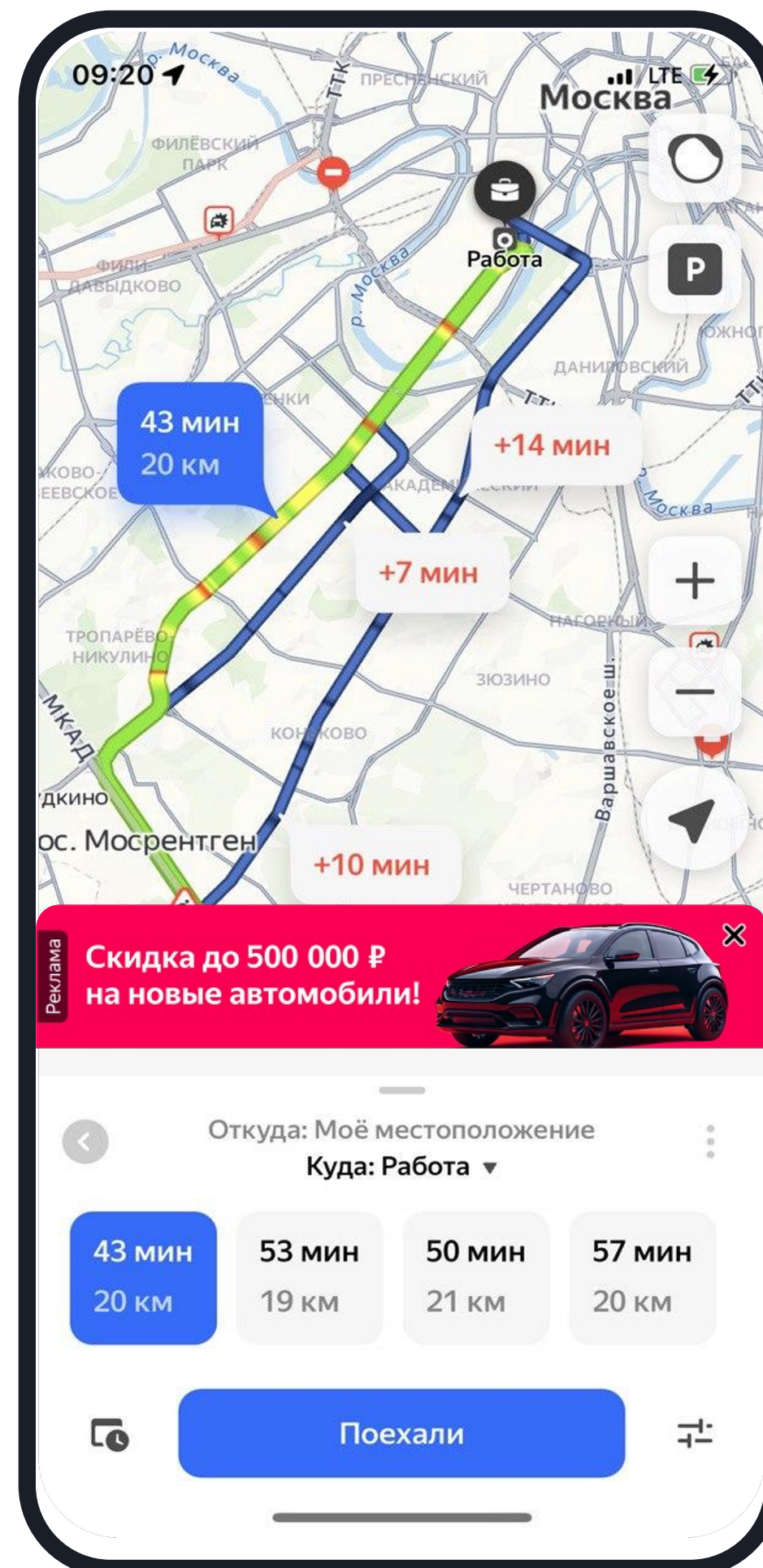
Детализация результатов

-  По географии
-  По ОС устройства

Форматы

Баннер и Премиум-баннер в Картах

* Conversion Rate



Пиксель MMP

MMP beta-test Активна Полный

Сводка и выполнение плана за период

- Все время активности
- Сегодня
- Неделя
- Месяц
- 8 — 15 сент.

Показы

279,95 %

97 373



Кол-во кон

77,63 %

27

CPM [?]

100 %

220,00 ₹



Стоимость

7 934,1 %

793,41

Кейсы

7



Контекст

hh.ru — российская платформа для поиска работы и сотрудников.

Бренд активно использует медийные форматы, но до этого не размещался в Картах.

Задача

1. Охватить новую аудиторию с помощью нестандартного инструмента
2. Оценить возможности Карт как рекламной площадки

Решение

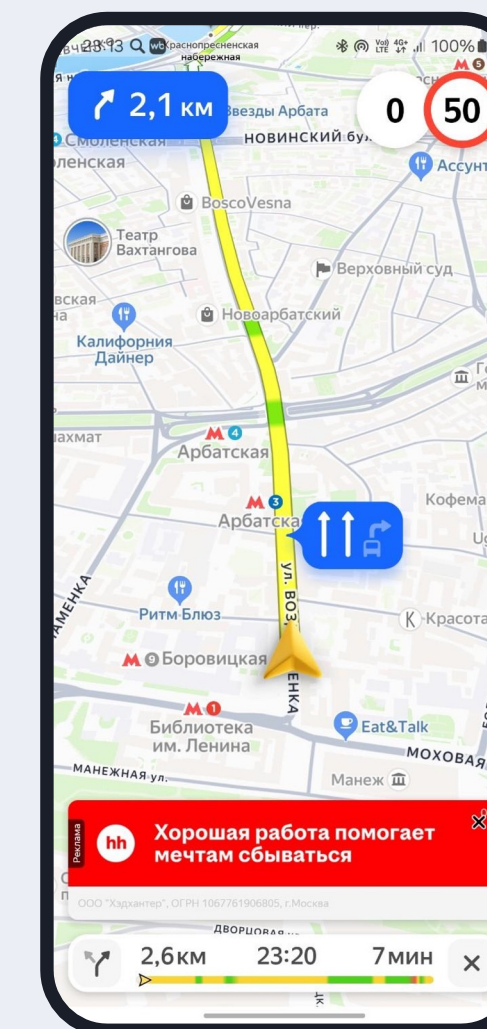
1. Запустили микс форматов: Баннер, Билборд и Премиум-билборд в Картах
2. Создали яркий вдохновляющий креатив, который привлекал внимание целевой аудитории
3. Таргетировали рекламу на пользователей из крупных городов-миллионников с интересом к поиску работы

¹ Яндекс Карты в этом случае включают сервисы Яндекса: Карты, Навигатор и Метро

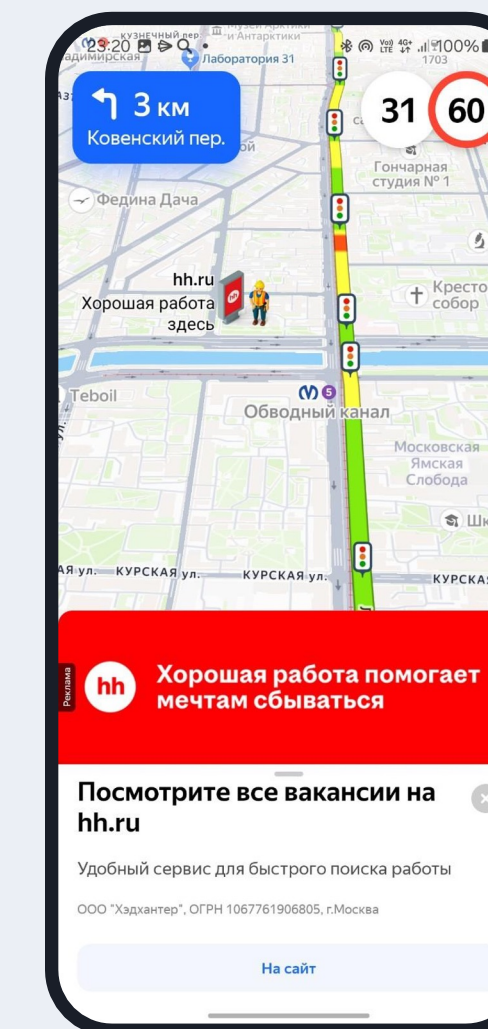
² По сравнению с теми, кто не контактировал с рекламой

Как hh.ru охватил новую аудиторию и получил дополнительные конверсии с помощью медийной рекламы в Картах ¹

Микс из заметных форматов и яркие креативы помогли расширить аудиторию сервиса и привлечь новые регистрации



Баннер



Премиум-билборд

Search Lift

+81% +95 тыс.

запросы в Поиске²

Target Lift

+48%

конверсия в регистрацию

+145%

конверсия в успешный отклик

Brand Lift

19%

тех, кто контактировал с рекламой в Картах, вспомнили её без подсказки

97% +14%

видели и запомнили рекламу

+35%

из тех, кто видел и запомнил рекламу, после этого использовали платформу

В цепочках, которые начинались с медийной рекламы в Картах

на 6%
ниже CPA (регистрации)

на 37%
ниже CPA (успешный отклик)

на 30%
выше CR



Клиент

«Централ Партнершип» — крупный российский кинопрокатчик

Задачи

Рассказать о новом фильме «Кракен» и привлечь пользователей на просмотр картины в кинотеатры

Решение

Настроили Премиум-баннер в Картах и Премиум-билборд в Картах, чтобы помочь анонсировать фильм и предложить пользователям Карт посмотреть картину в ближайшем кинотеатре.

При клике по медийным размещениям пользователи переходили на сайт afisha.ru, где могли купить билеты.

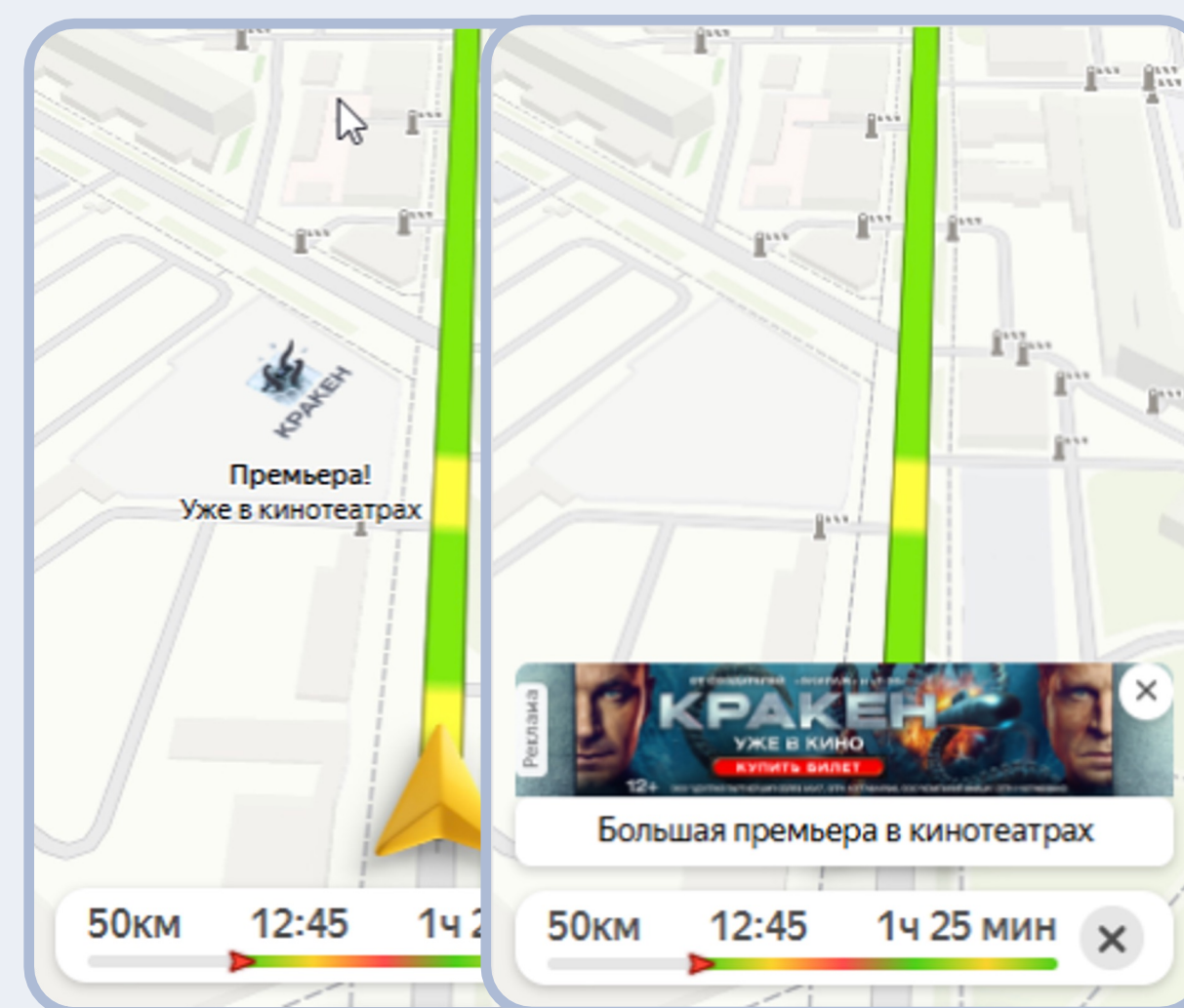
Форматы выбрали как наиболее заметные и эффективные по post-view: было важно стимулировать пользователей найти фильм или кинотеатр в Поиске после просмотра рекламы.

¹ Яндекс Карты в этом случае включают сервисы Яндекса: Карты, Навигатор

² Пользователи, которые увидели медийную рекламу фильма «Кракен» в Картах

Как кинокомпания привлекла 49 тыс. зрителей в кинотеатры благодаря медийной рекламе в Картах

Медийные рекламные форматы в Яндекс Картах¹ помогли повысить интерес пользователей к фильму «Кракен» и стимулировать зрителей посетить кинотеатры для просмотра новинки



49 ТЫС.

пользователей Карт после просмотра рекламы пришли на киносеансы

Lift запросов

+38,22%

запросы «Кракен» в поиске Яндекса²

Lift запросов

+53,56%

запросы «кинотеатр» в поиске Яндекса²

Lift запросов

+34,06%

запросы «кинотеатр» в поиске Яндекс Карт и Навигатора²

0,22%

средний CTR по двум форматам

Контекст

«Бета Групп» — автомобильный дилер бренда Chery в Санкт-Петербурге

Задачи

Привлечь в дилерские центры потенциальных клиентов, которые интересуются покупкой нового автомобиля

Решение

Вместе со специалистами агентства «ПроКонтекст» запустили медийные размещения в Картах¹ — Баннеры в Картах.

Объявления показывали пользователям из Санкт-Петербурга, которые интересовались покупкой автомобиля. Так получилось привлечь максимально близкую к автоцентру аудиторию.

Для Северо-Западного федерального округа использовали таргетинг на весь округ, поскольку конкуренция там ниже

Как дилер привлёк потенциальных покупателей в автосалоны с помощью медийной рекламы в Картах¹

Баннеры в Картах помогли клиенту увеличить охват целевой аудитории и заинтересовать пользователей посетить дилерские центры

Search Lift

+31

+2507%

запросов в Поиске

Action Lift

+20%

построений маршрутов

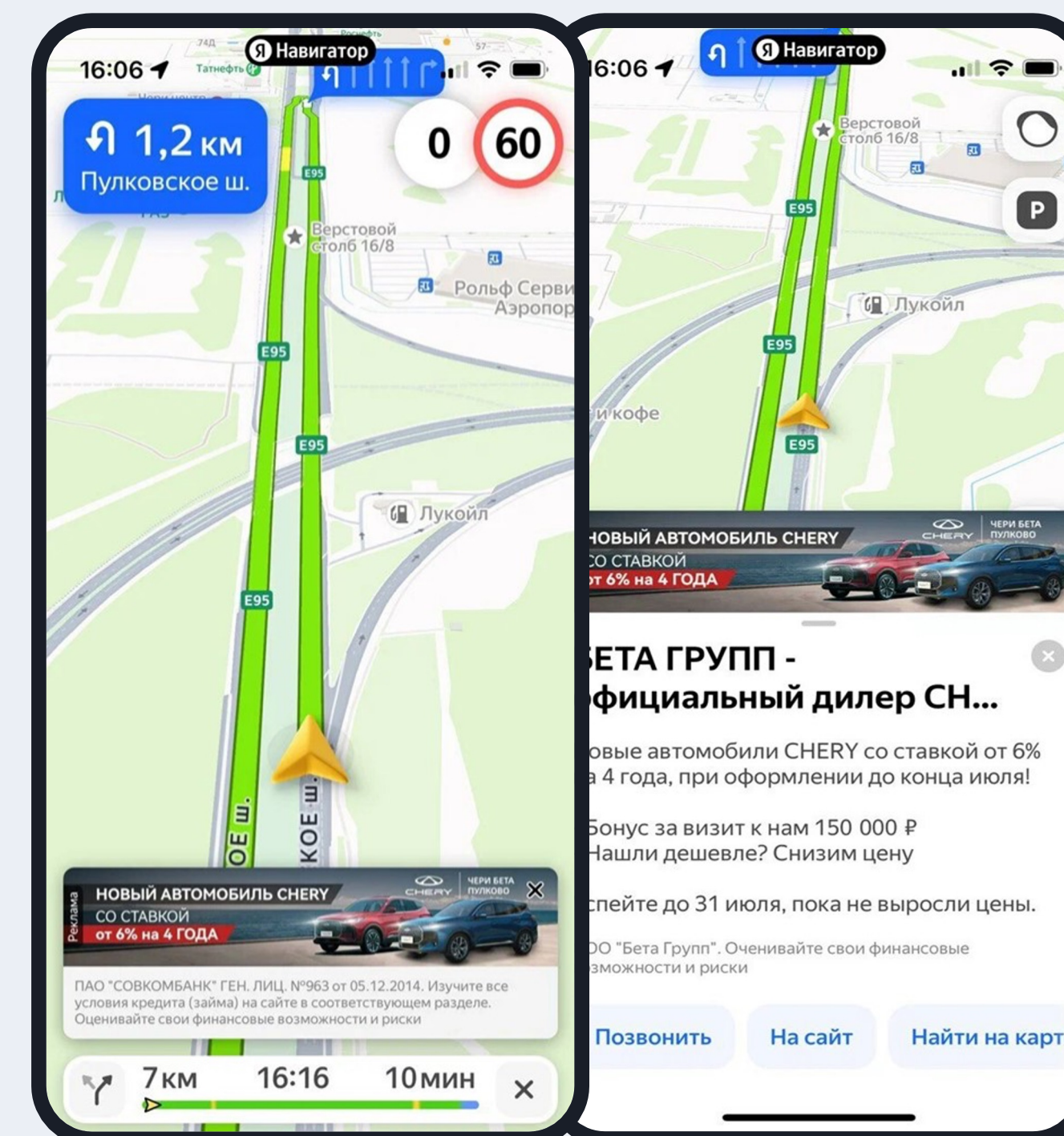
Search Lift

+26,5%

+628

запросов в Картах

0,41%

CTR²

¹ Карты в этом случае включают сервисы Яндекса: Карты, Навигатор

² При средних показателях категории в 0,18%

Контекст

ЦМРТ — сеть медицинских центров комплексной диагностики и лечения заболеваний позвоночника, нервной системы, суставов и сердечно-сосудистой системы

Задача

Охватить больше потенциальных клиентов в Москве и Санкт-Петербурге и расширить верх воронки, усилив стандартное перфоманс-размещение

Решение

Настроили рекламу в Яндекс Картах. Использовали инструменты:

1. Пины в Картах
2. Билборды в Картах

Таргетировались на широкую аудиторию по возрасту от 25 до 55+ и сужали интересами (красота и здоровье, спорт). География показов — Москва и Санкт-Петербург.

В объявлении делали акцент на экспертизе и удобстве расположения клиник.

* По сравнению с пользователями, которые не видели рекламу

Как реклама в Яндекс Картах помогла привлечь потенциальных клиентов в клиники

Стоимость достижения цели была ниже в цепочках, которые начинались с геомедийной рекламы

Результаты размещения

	Москва	Санкт-Петербург
Запросы в Поиске	+97%	+53%
Визиты на сайт с конверсией	+10%	+45%
CPA	-35% до 1 516 ₽	-18% до 1 417 ₽

Action Lift

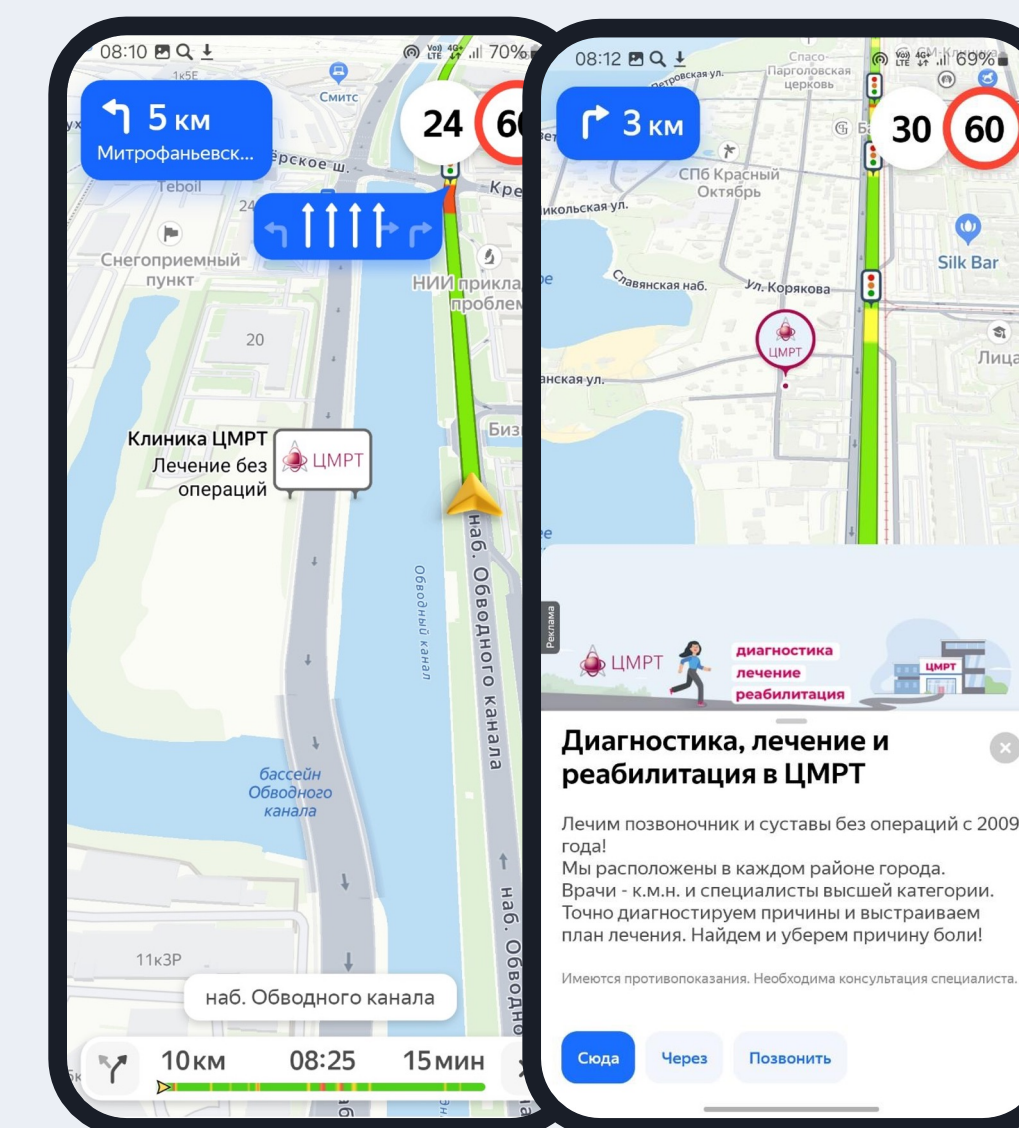
Влияние рекламы на действия в картах

+14%*

Построение маршрута

+44%*

Доезды



Клиент

«Событие» — проект жилой недвижимости бизнес-класса, который строит компания «ДОНСТРОЙ» в районе Раменки ЗАО Москвы

Задача

- Рассказать о новом жилом комплексе и семейном формате квартир автомобилистам, которые движутся по маршрутам вблизи объекта
- Привлечь клиентов на сайт с помощью акции и рассрочки

Решение

Использовали Премиум-баннер в Картах. Заметный привлекательный баннер помог отразить премиальность бренда и привлечь внимание аудитории.

На дополнительном месте для рекламного сообщения разместили иллюстрации и описание акции, чтобы донести их до потенциальных покупателей.

Настроили таргетинг на районы вблизи строящегося жилого комплекса.

* По сравнению с пользователями, которые не видели рекламу

Обновлённый Премиум-баннер в Картах увеличил интерес к бренду и привлёк новых клиентов на сайт ЖК бизнес-класса

Заметный 3D-креатив и дополнительное место для рекламного сообщения под баннером помогли привлечь внимание премиум-аудитории, донести до неё сообщение бренда и мотивировали узнать больше

Те, кто видел рекламу:

на 57%

чаще искали бренд в поиске Карт*

на 40%

чаще искали бренд в поиске Яндекса*

на 35%

увеличилось количество визитов на сайт проекта*



Премиум-баннер в Геосервисах



Коммерческое предложение

7



Прайс

Форматы	Модель закупки	Розница*, 2026 год
Баннер в Картах	CPM	230 ₽
Премиум-баннер в Картах	CPM	300 ₽
Баннер в Яндекс Метро	CPM	300 ₽
Билборд в Картах	CPM	60 ₽
Премиум-билборд в Картах	CPM	195 ₽
Пин в Картах	CPM	80 ₽
Премиум-пин в Картах	CPM	110 ₽
Рекомендация маршрута в Картах	CPA	150 ₽
Брендинг маршрута в Картах	CPR	2 ₽
Иконка в меню поиска в Картах	CPM	50 ₽
Иконка в меню поиска в десктопных Картах	fix (в день)	100 000 ₽

Сезонный коэффициент

Пониженный

0,7–0,8

Январь 0,7

Февраль 0,8

Базовый

1

Март

Апрель

Май

Июнь

Июль

Август

Повышенный

1,3

Сентябрь

Октябрь

Ноябрь

Декабрь

* Без учёта НДС

Желаем успешных рекламных кампаний!

Если у вас остались вопросы, свяжитесь с вашим персональным менеджером или напишите нам: geo-adv@support.yandex.ru

