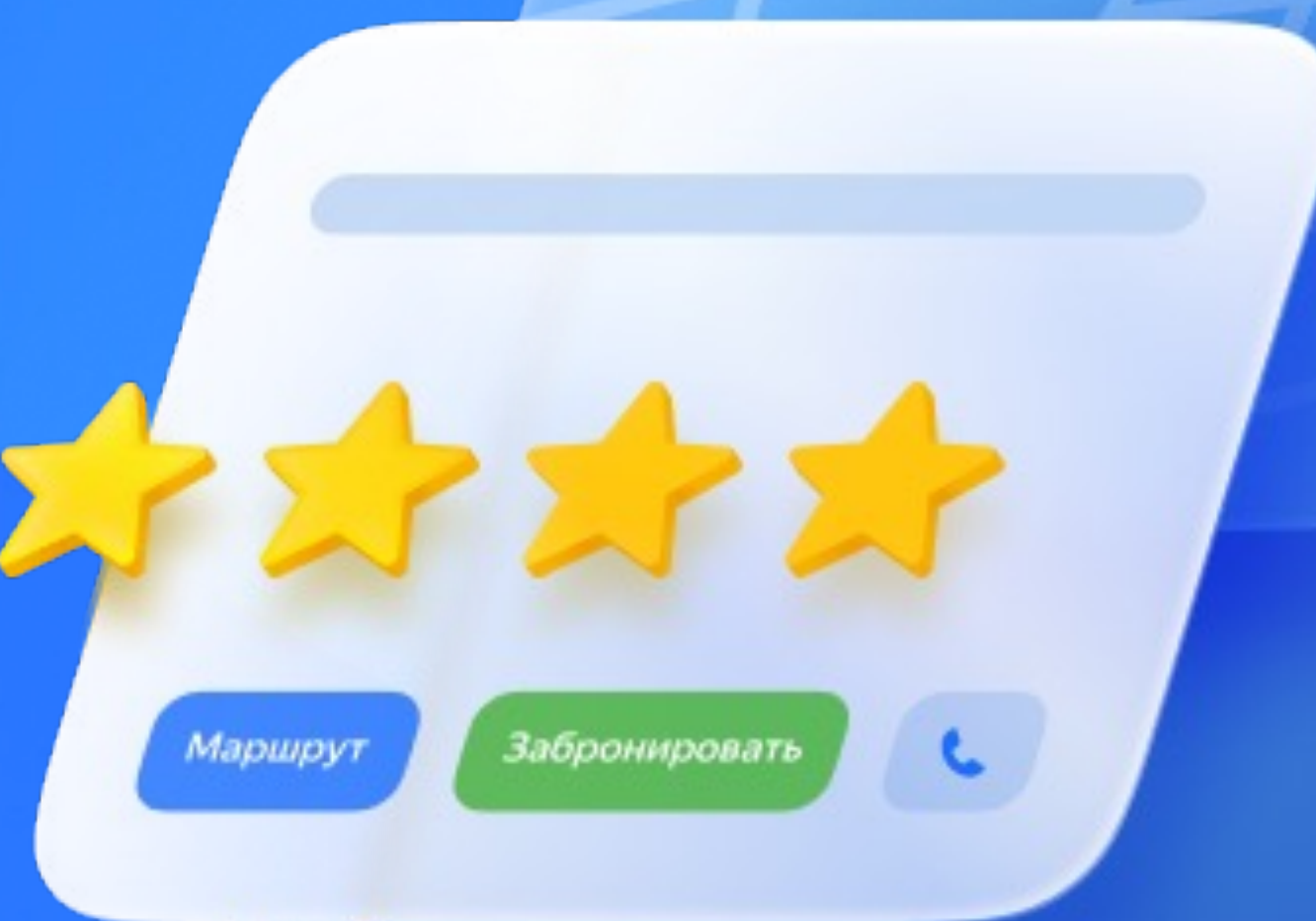


Я Реклама

# Возможности геомедийной рекламы



# Содержание

- 1 Аудитория Яндекс Карт
- 2 Возможности таргетинга
- 3 Форматы геомедийной рекламы
- 4 Как пользователи видят рекламу в Картах
- 5 Аналитика
- 6 Кейсы
- 7 Коммерческое предложение

1

# Яндекс Карты, Навигатор и Метро

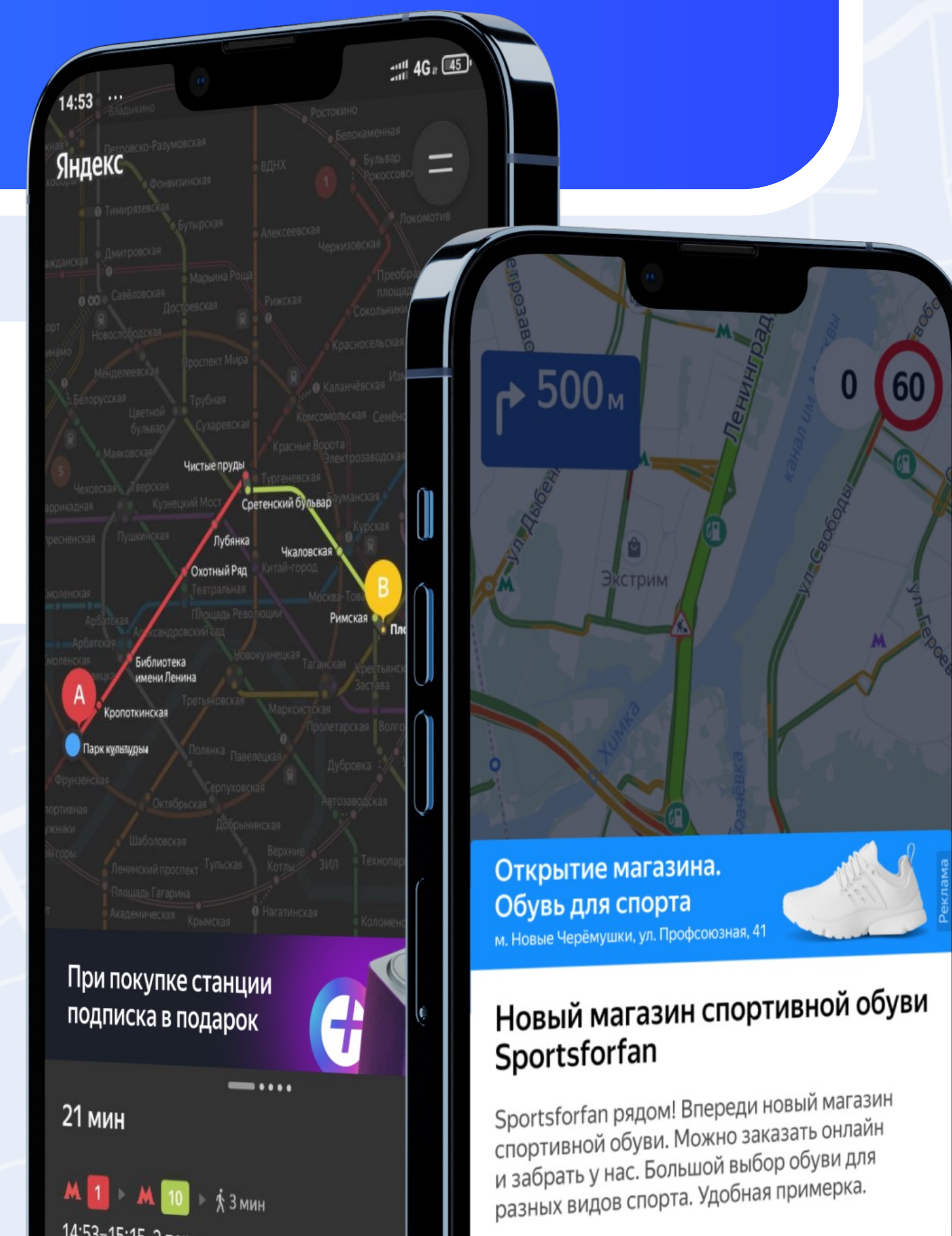


# 96%

опрошенных активных интернет-пользователей  
использовали геосервисы  
за последний месяц

# 86%

из них пользуются  
Яндекс Картами



База вопроса: 6 479 респондентов в возрасте 18–55 лет из городов России  
с населением более 100 тыс. человек. Май 2024 г.

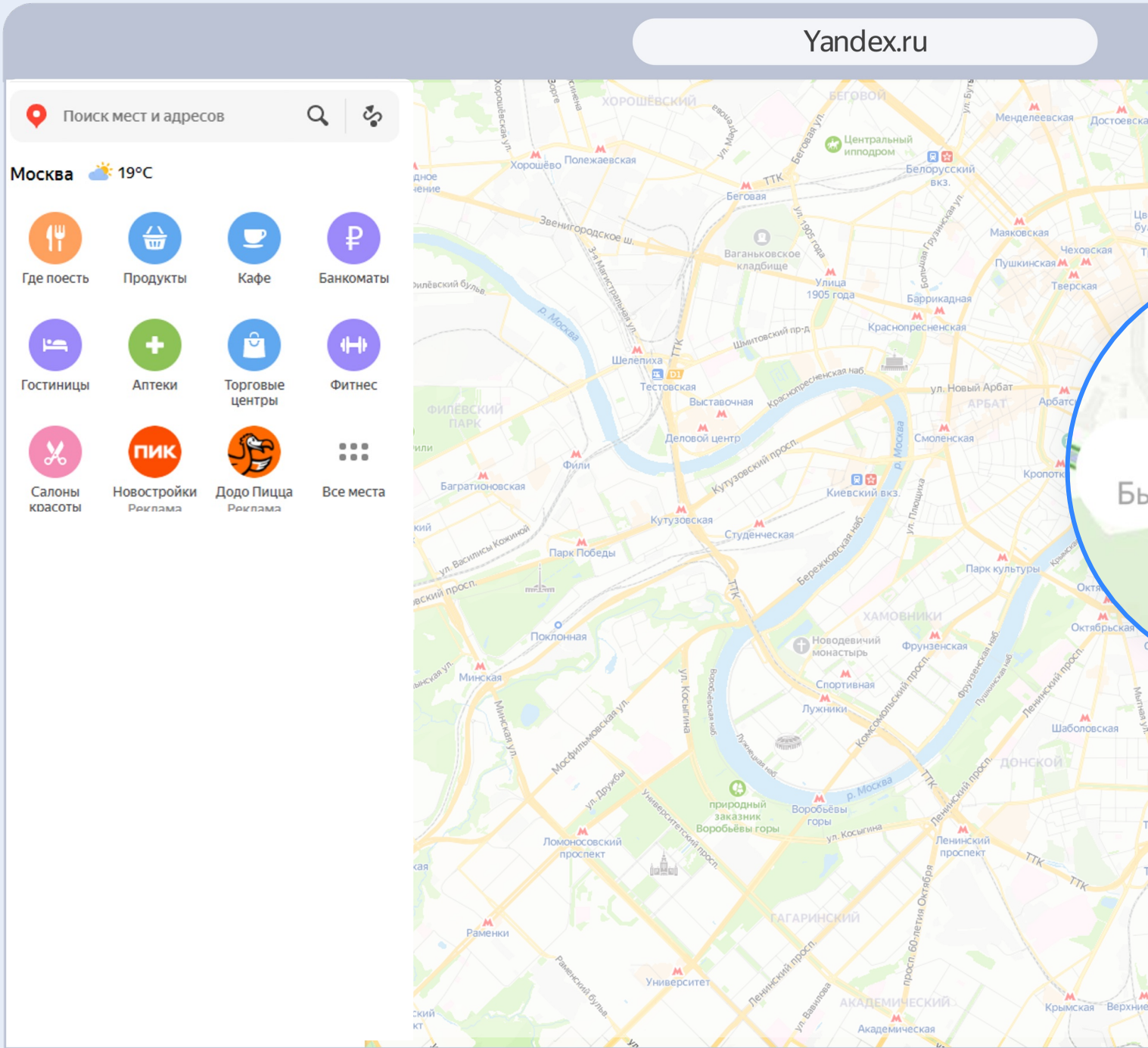
Яндекс Карты в этом случае включают сервисы Яндекса: Карты, Навигатор, Метро



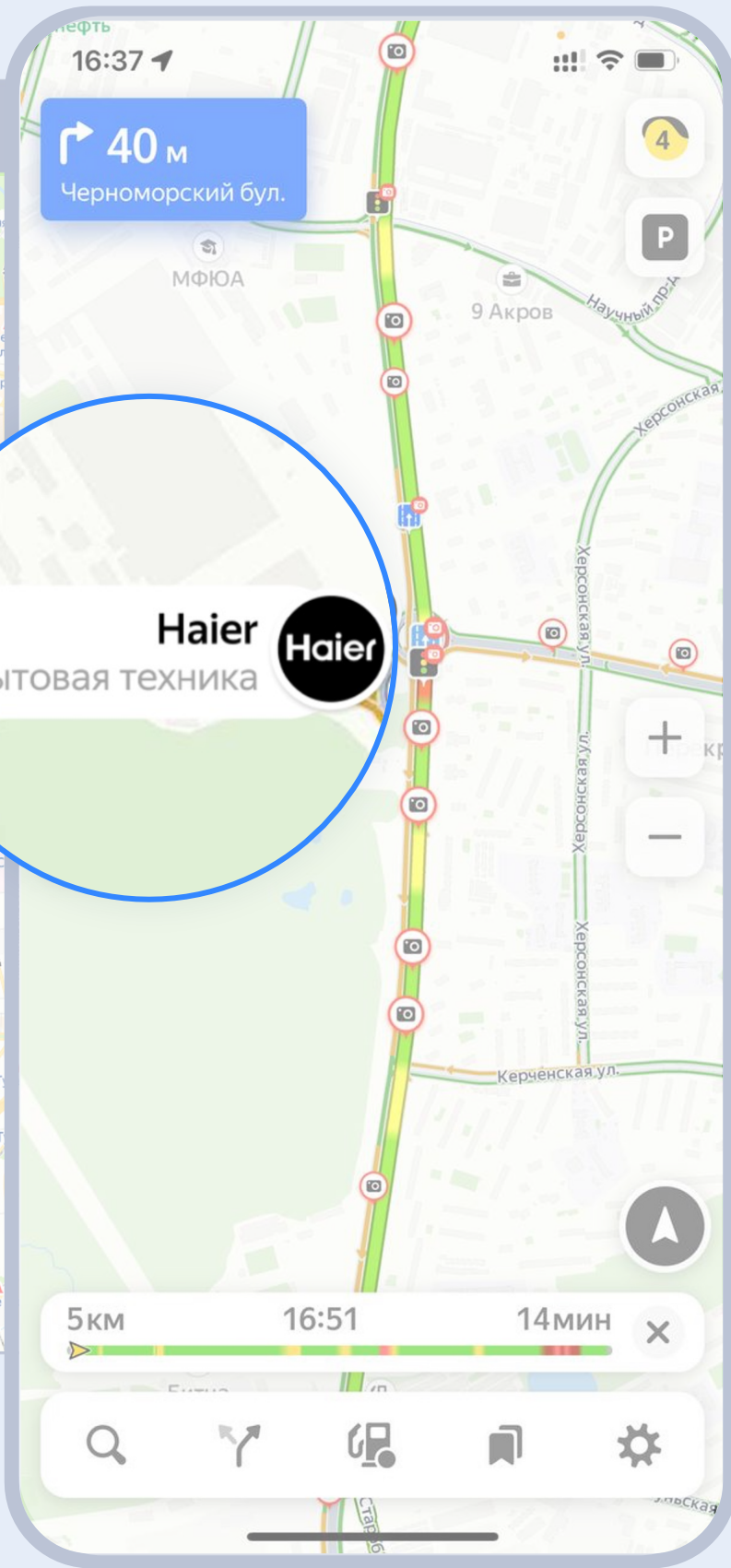
# Платформы Яндекс Карт\*

90 млн  
пользователей в месяц

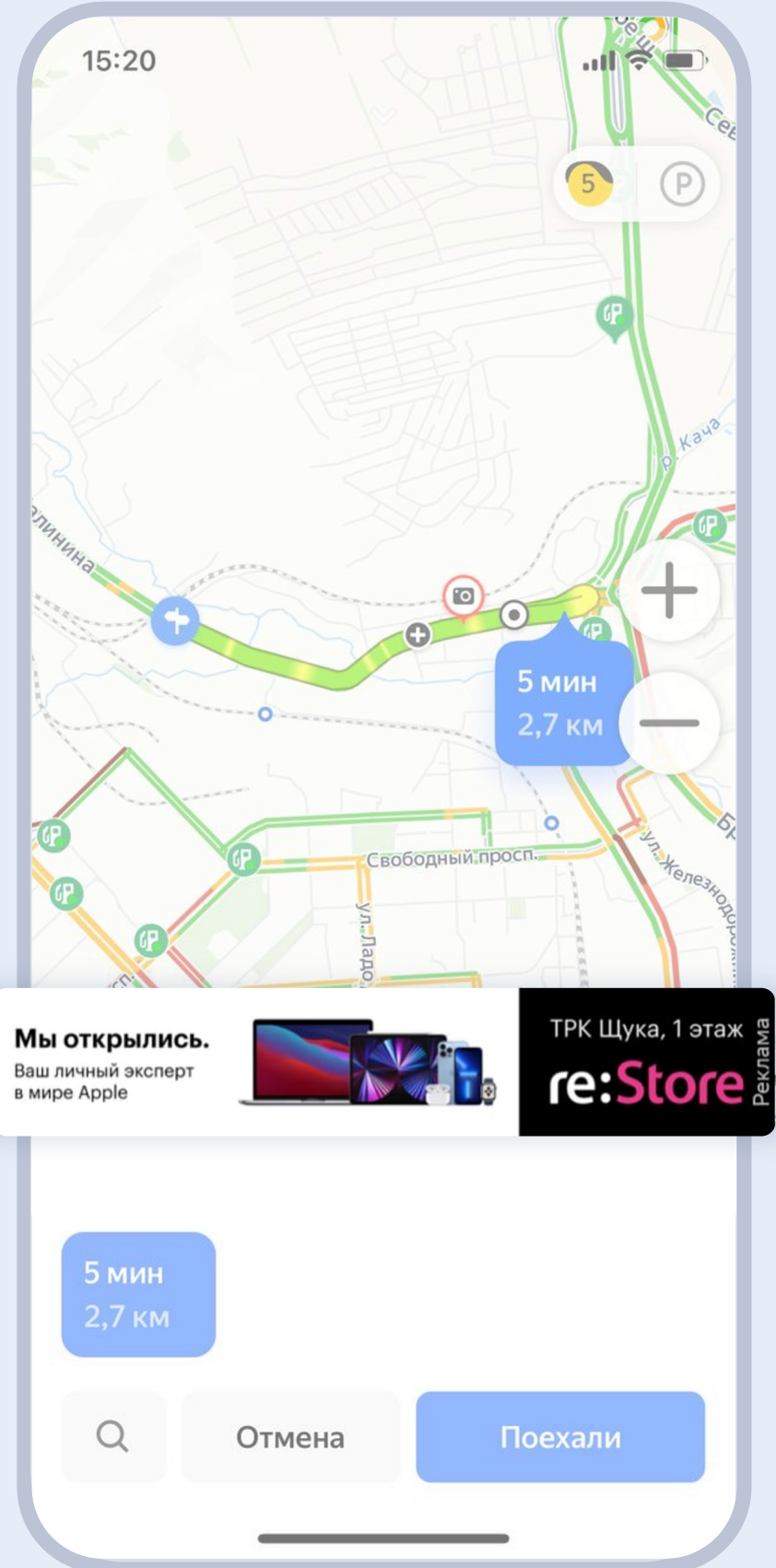
Карты 32,5 млн



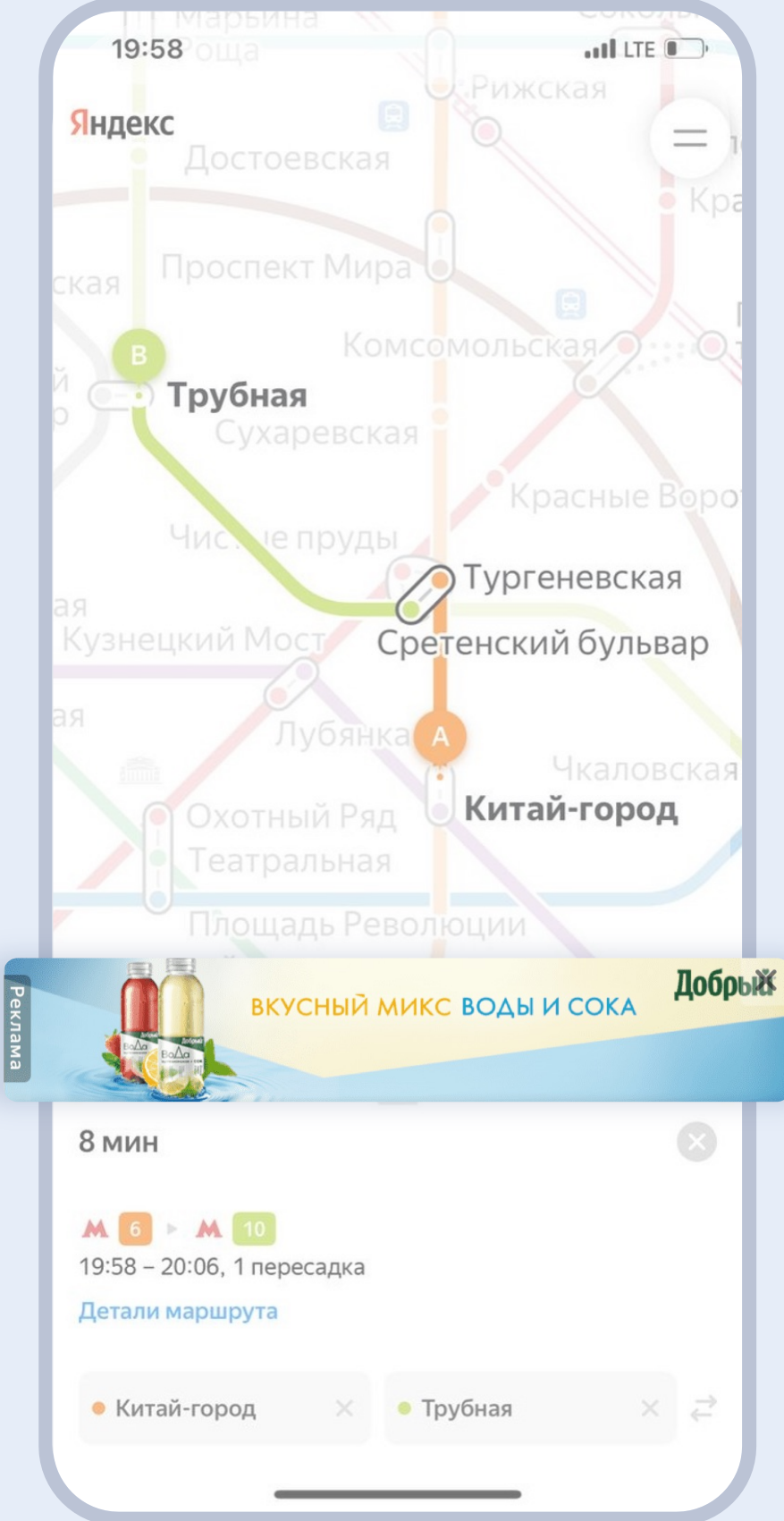
Карты 45,5 млн



Навигатор 25,5 млн



Метро 5 млн



Источник: собственные данные Яндекса, декабрь 2024 года, Россия  
\* Яндекс Карты в этом случае включают сервисы Яндекса: Карты, Навигатор, Метро



# Аудитория Яндекс Карт, Навигатора и Метро

88%

с доходом средним  
и выше среднего

86%

готовы к покупке  
новых брендов



Ездят за рулём

60%

водят автомобиль, из них

91% водят личный  
автомобиль



Купили товары  
за последние 6 месяцев

37% только  
офлайн

33% мультиканально

30% только  
онлайн



Среди пользователей Яндекс Карт, Навигатора, Метро. Данные онлайн-опроса, май 2024 г.  
В опросе участвовали 5 322 респондента в возрасте старше 18 лет из городов России с населением более 100 тыс. человек



# Треть пользователей Яндекс Карт — аудитория с премиум-доходом

Это обеспеченные люди, которые ведут активный образ жизни, инвестируют, пользуются элитными 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%

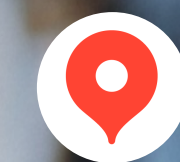
пользуются  
iOS

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

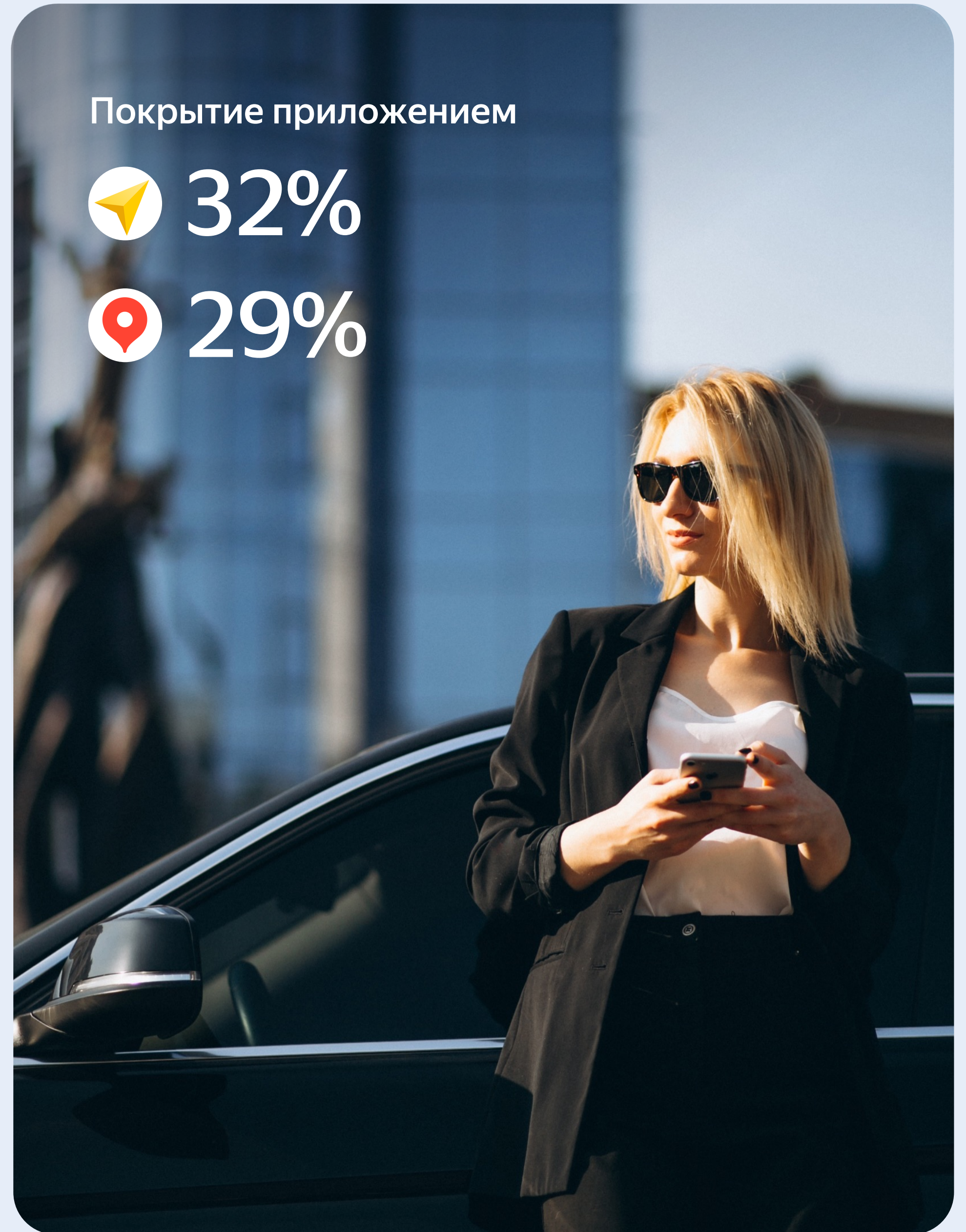
Покрытие приложением



32%



29%





ИССЛЕДОВАНИЕ

# Ваш бренд точно заметят с рекламой в Навигаторе



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

## 78%

водителей заметили  
хотя бы один формат

## 48%

заметили каждый  
формат

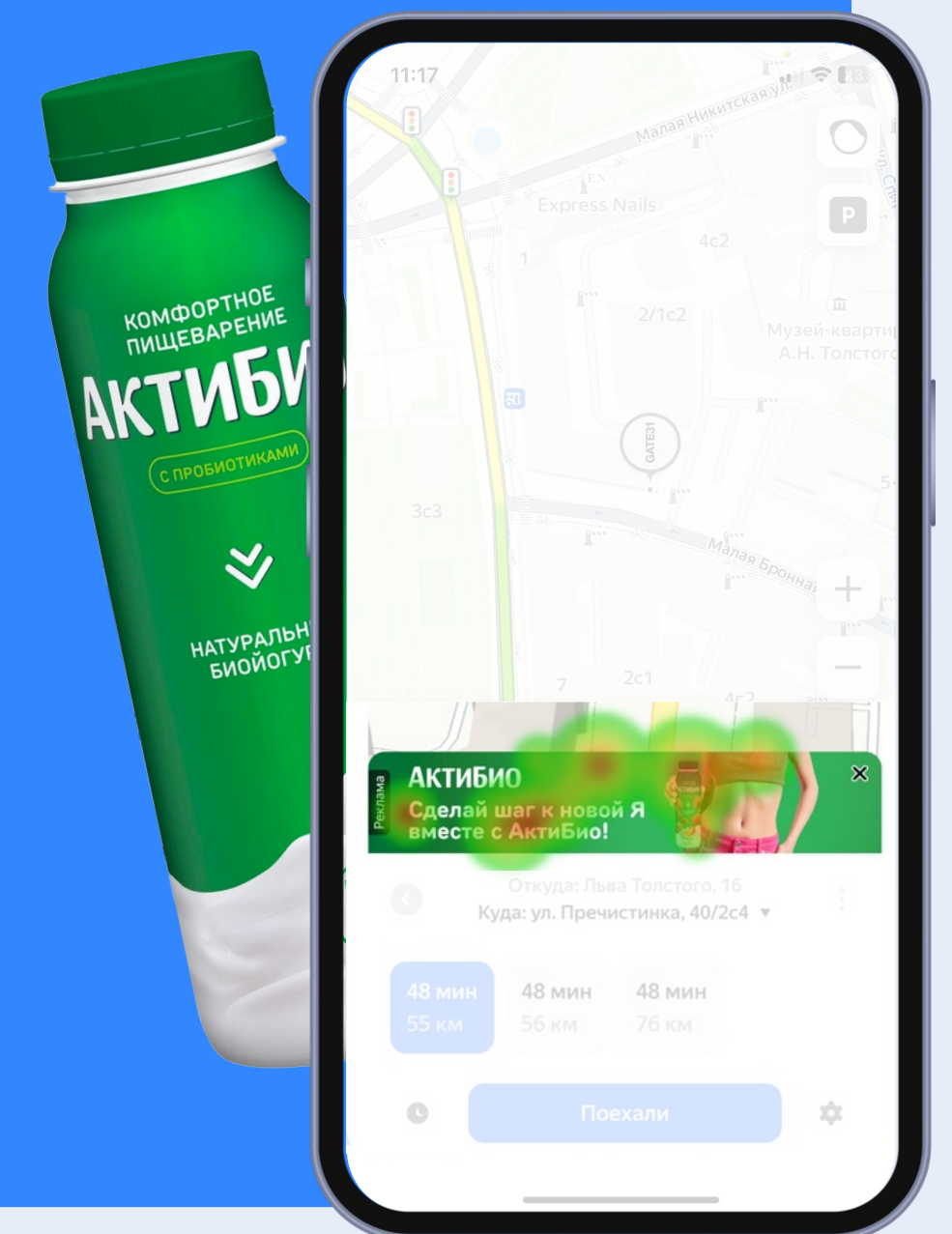
Вспомнили хотя бы один бренд,  
рекламировавшийся в Навигаторе

## 53%

вспомнили  
с подсказкой

## 33%

вспомнили  
спонтанно



2

# **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 года 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

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

-- ПРИМЕР -----

Область на карте в зоне ближайших бизнес-центров



Этот таргетинг не влияет на стоимость размещения



# Основные сценарии таргетирования

## ОХВАТНЫЕ



### Интересы<sup>1</sup>

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



### Соцдем<sup>2</sup>

- Доход
- Пол
- Возраст



### Часы показа

- Показ рекламы только в выбранное время

## СЕГМЕНТЫ



### Яндекс Аудиторий<sup>1</sup>

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



### Кастомные сегменты<sup>1</sup>

- Посещали сайты категории или ищут её в поиске Яндекс Карт<sup>4</sup>
- Посещают определённые места или организации\*
- Относятся к премиум-аудитории<sup>3</sup>

1

Наценка 25% к станд. CPM

2

Наценка 10% к станд. CPM

3

При запуске от 500 тыс. руб. на 30 дней

4

При запуске от 3 млн руб. на 30 дней

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

\* С необходимой частотой

3

# Геомедийные форматы

# Будьте рядом с пользователем на каждом этапе его пути

Онлайн

Офлайн



## Знание и интерес

Запоминаемость рекламы и брендовые запросы

- Баннер в Геосервисах
- Билборды в Геосервисах
- Баннер в Метро
- ★ Премиум-билборды в Геосервисах
- ★ Премиум-баннер в Геосервисах

Офлайн



## Рассмотрение

Встраивание точки продаж в сценарий пользователя

Пины в Геосервисах

Офлайн



## Действие

Построение маршрута в организацию

- Брендирование маршрута
- Рекомендация маршрута в Геосервисах



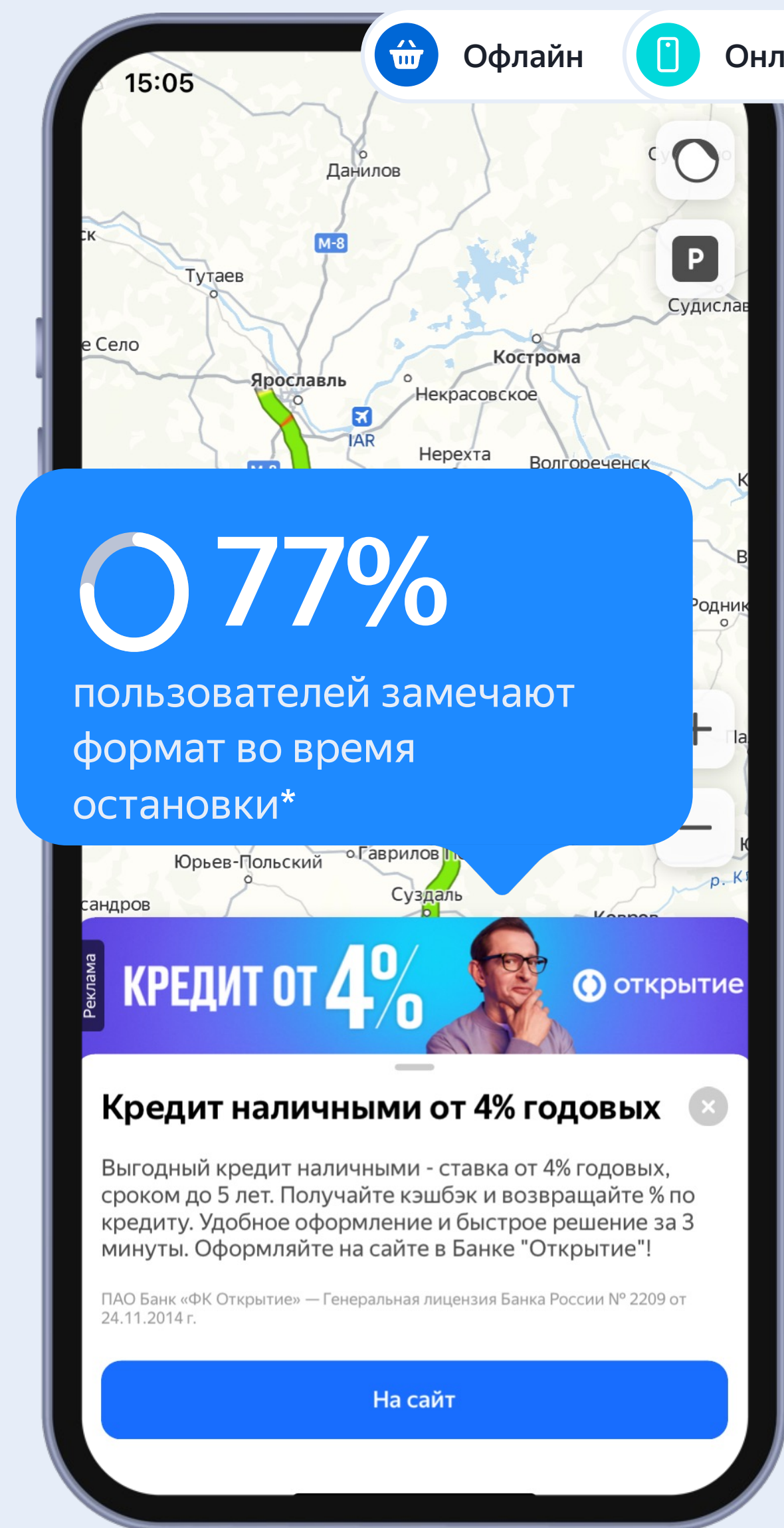
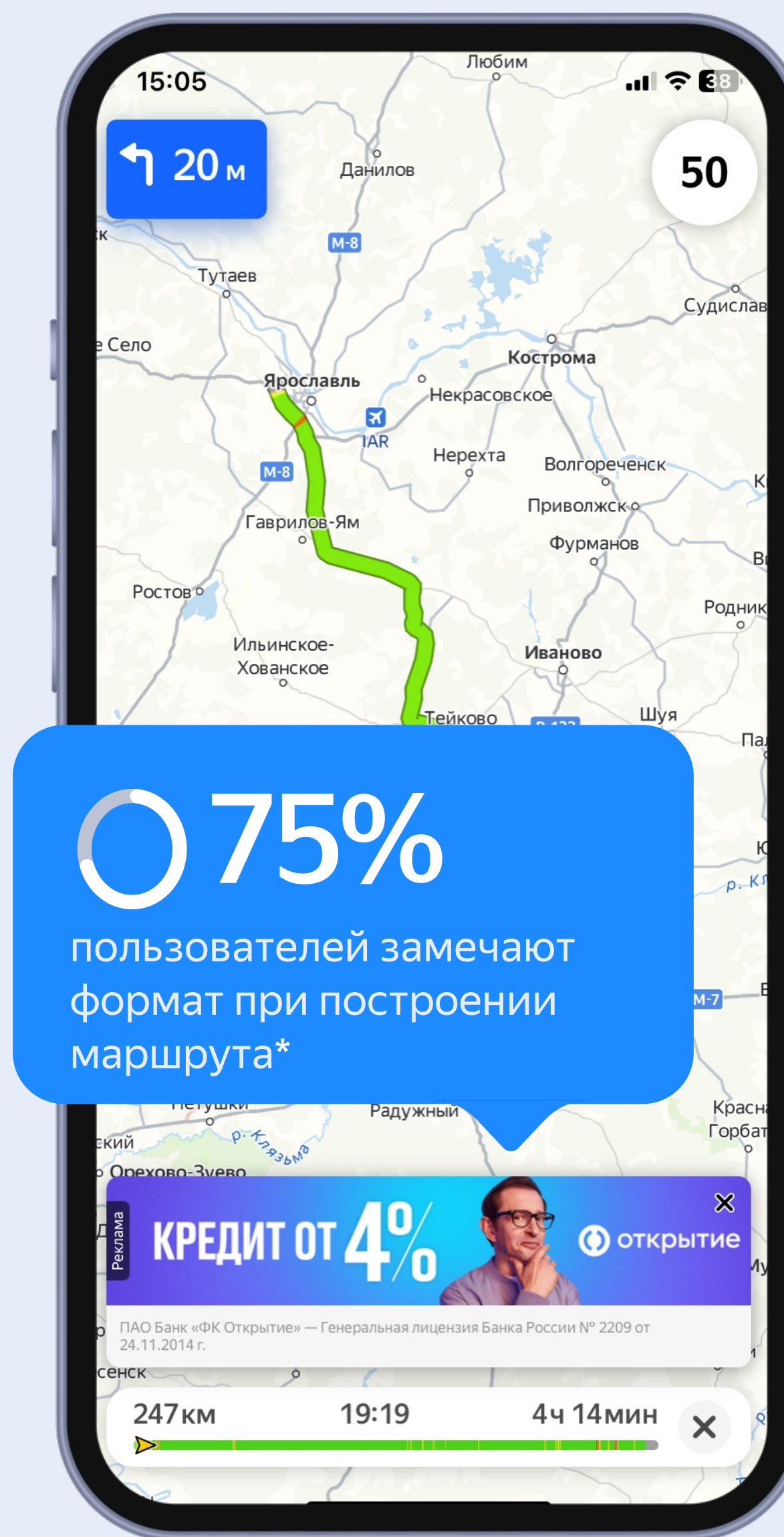


Для роста бренд-метрик

# Баннер в Геосервисах

Появляется, когда пользователь строит маршрут или скорость автомобиля равна нулю

- 📍 Показывает детали предложения и кнопку с призывом к действию, если кликнуть по баннеру
- 🛒 Модель закупки: fixCPM
- 💰 Стоимость в розницу: 230 руб. без НДС
- 📄 Минимальная сумма заказа: 17,5 тыс. руб. без НДС



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





Для роста бренд-метрик

# Премиум-баннер в Геосервисах

Появляется, когда пользователь строит маршрут или скорость автомобиля равна нулю

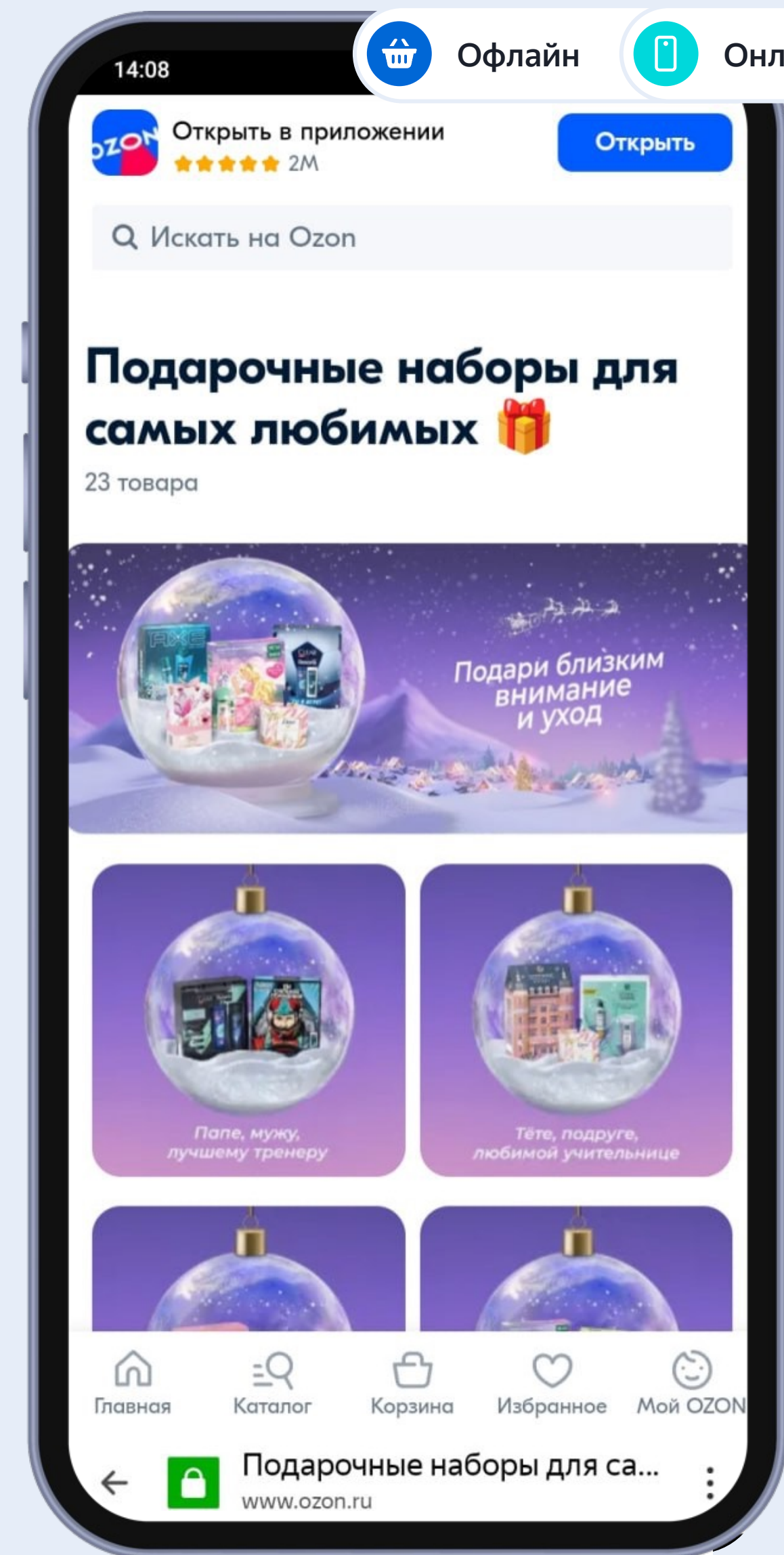
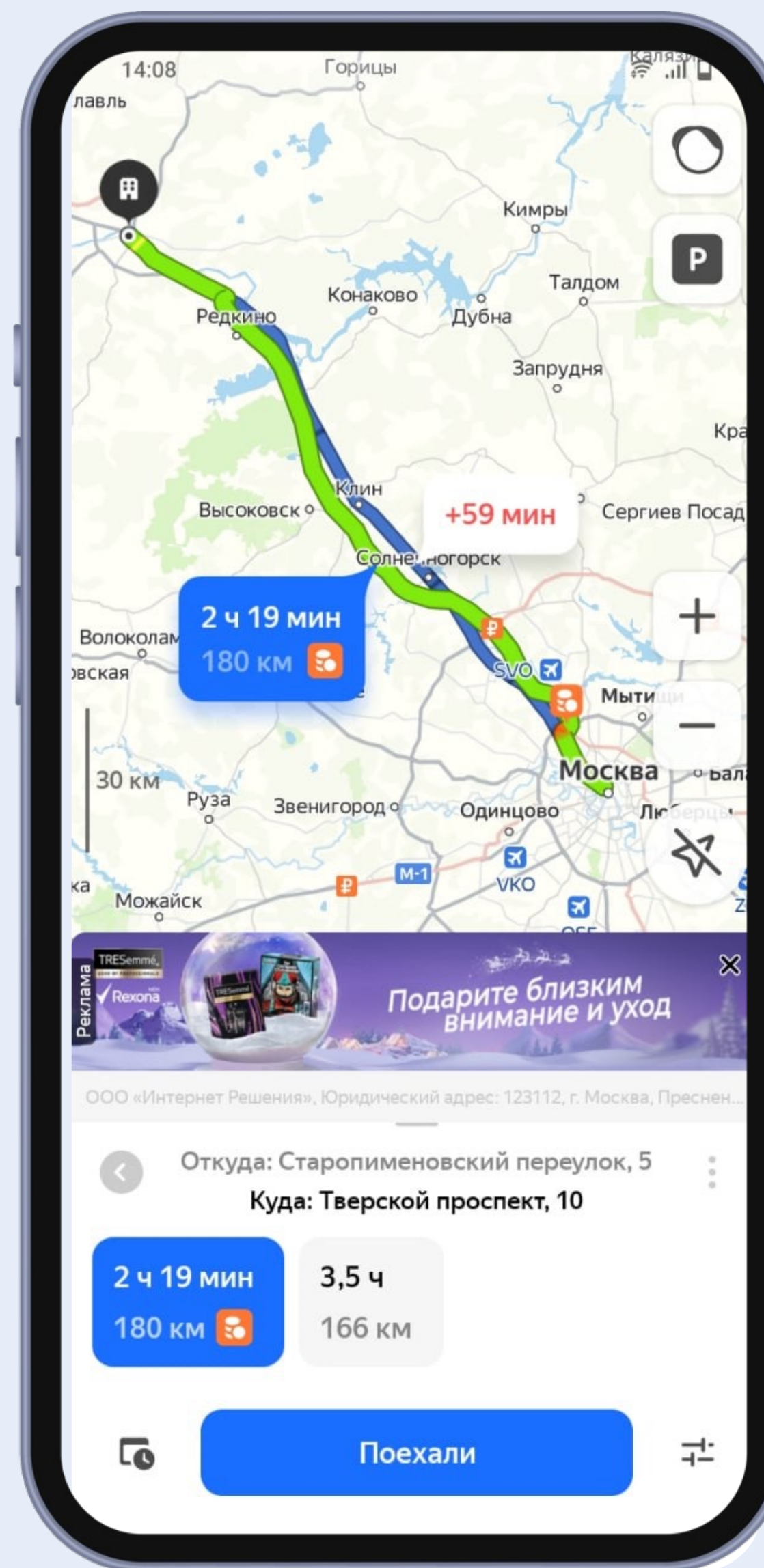
## ❖ Расширенные поверхности для рекламы:

- Показ рекламного сообщения на весь экран пользователя
- 15-секундные сторис
- Click-out — возможность по клику перейти сразу на сайт рекламодателя или маркетплейс

📌 Модель закупки: fixCPM

💰 Стоимость в розницу: 300 руб. без НДС

💵 Минимальная сумма заказа: 500 тыс. руб. без НДС







Для роста бренд-метрик

# Баннер в Яндекс Метро

Появляется при построении маршрута, если рекламодатель выбрал конкретные станции или ветки.

Показывается без построения маршрута, если рекламодатель выбрал все станции города

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

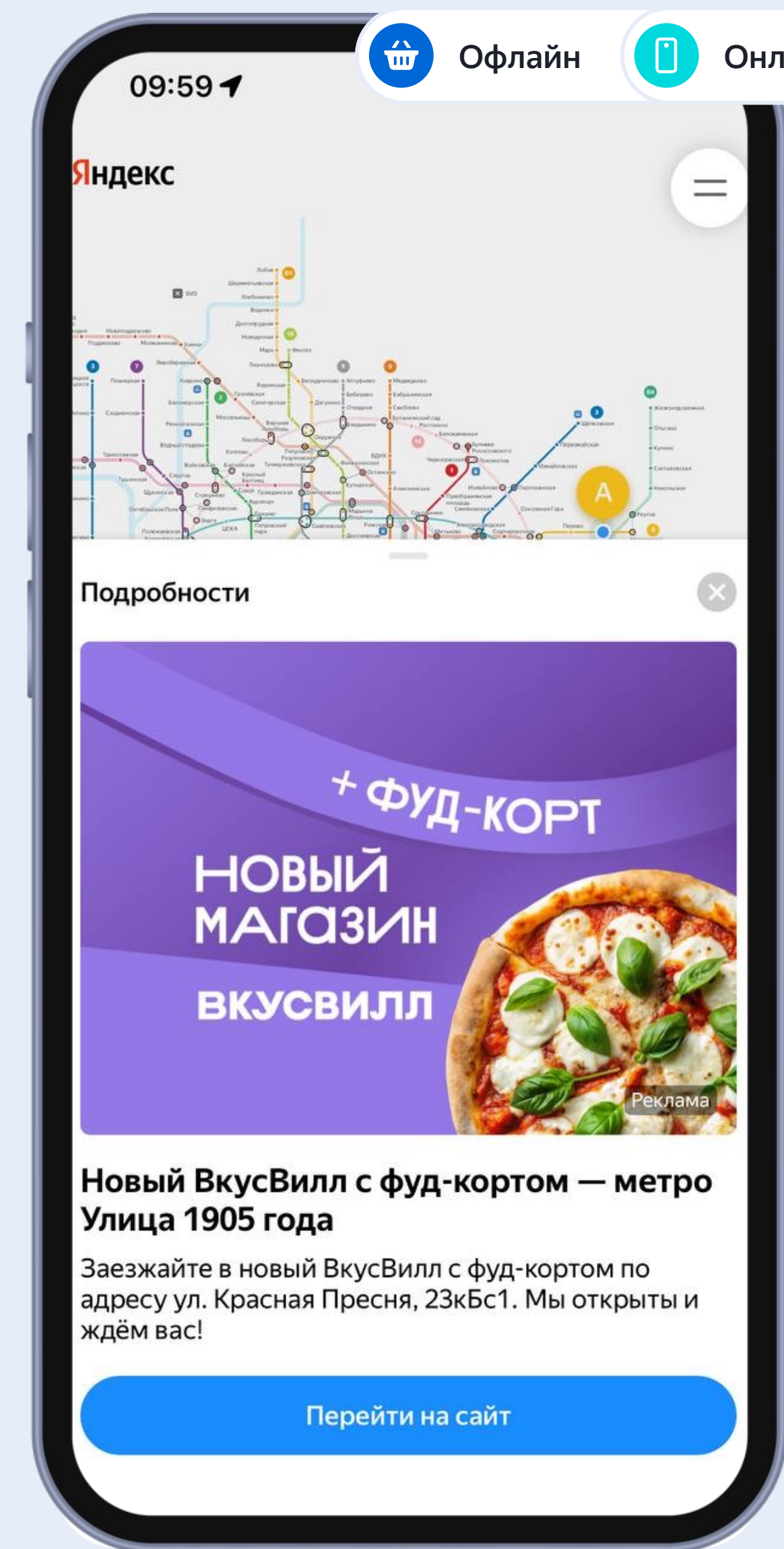
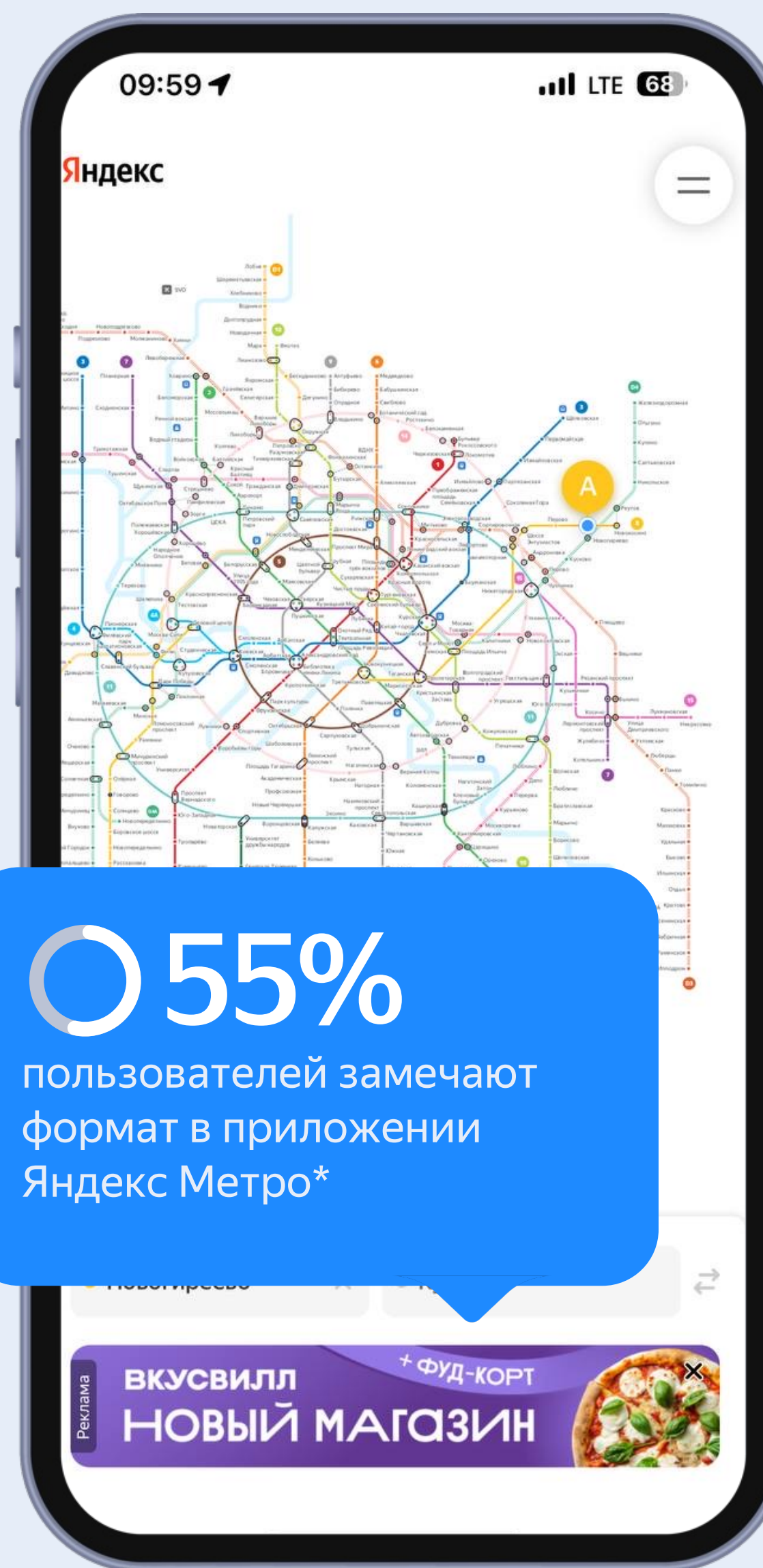
👉 **Модель закупки: fixCPM**

💰 **Стоимость в розницу: 300 руб. без НДС**

📋 **Минимальная сумма заказа: 17,5 тыс. руб. без НДС**

\* Результаты исследования, январь 2025 г.

База вопроса: 3 025 пользователей приложения Яндекс Метро







Для роста запоминаемости бренда

# Билборды в Геосервисах

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

- о Единственный цифровой формат, который является аналогом наружной рекламы
- о При клике показывает детали предложения и кнопку с призывом к действию

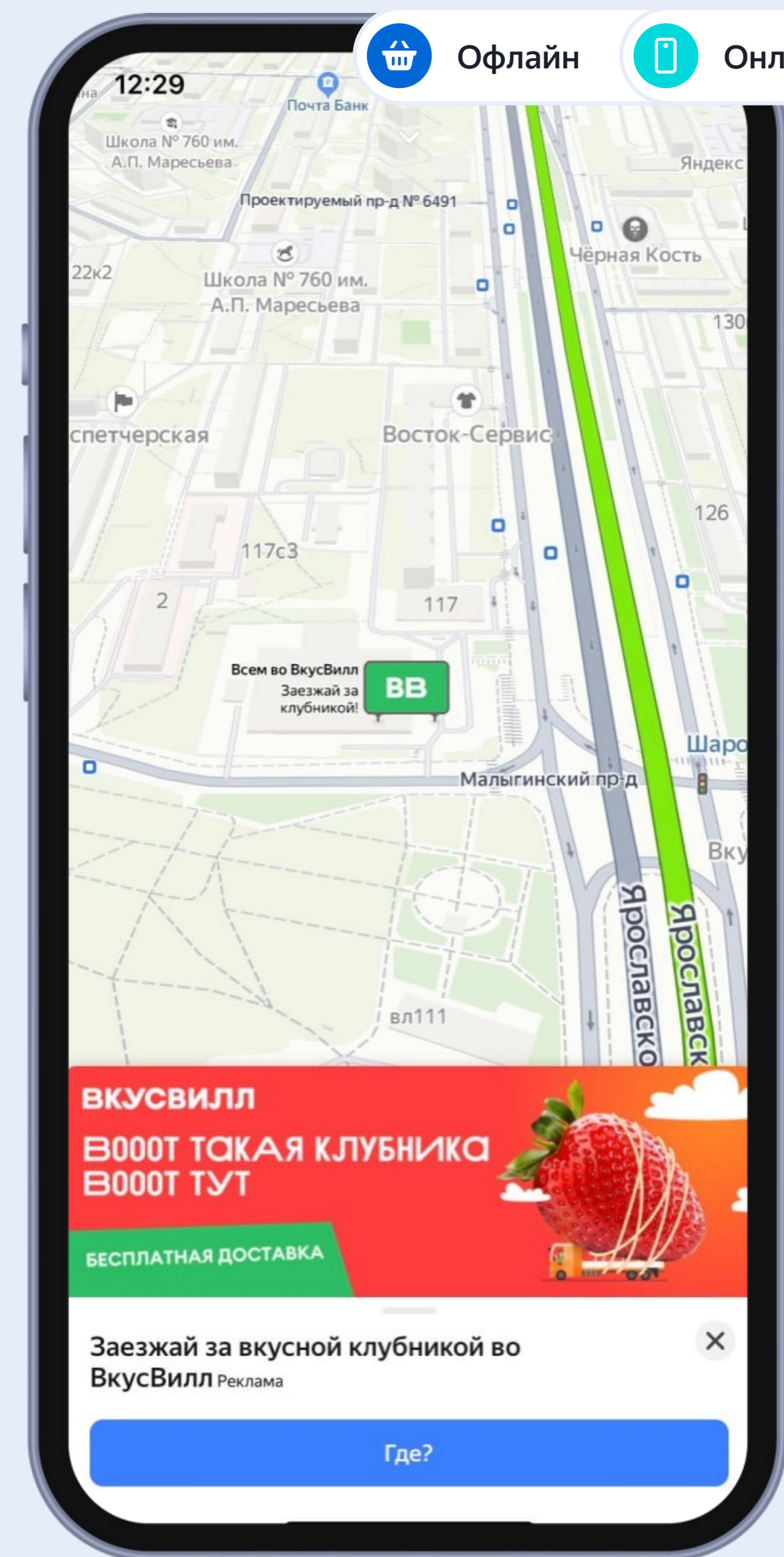
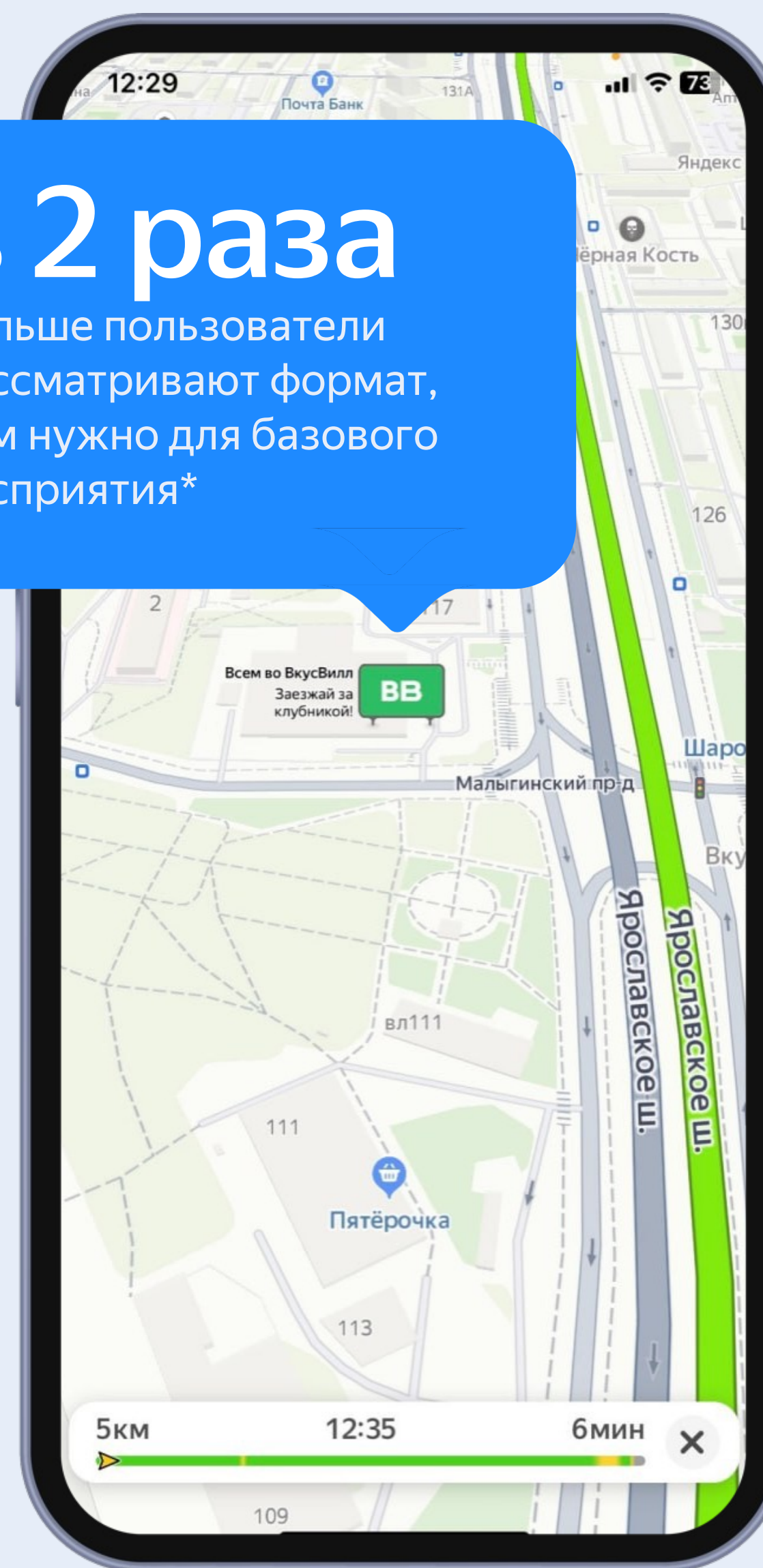
👉 Модель закупки: fixCPM

💰 Стоимость в розницу: 60 руб. без НДС

📄 Минимальная сумма заказа: 17,5 тыс. руб. без НДС

в 2 раза

дольше пользователи рассматривают формат, чем нужно для базового восприятия\*



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





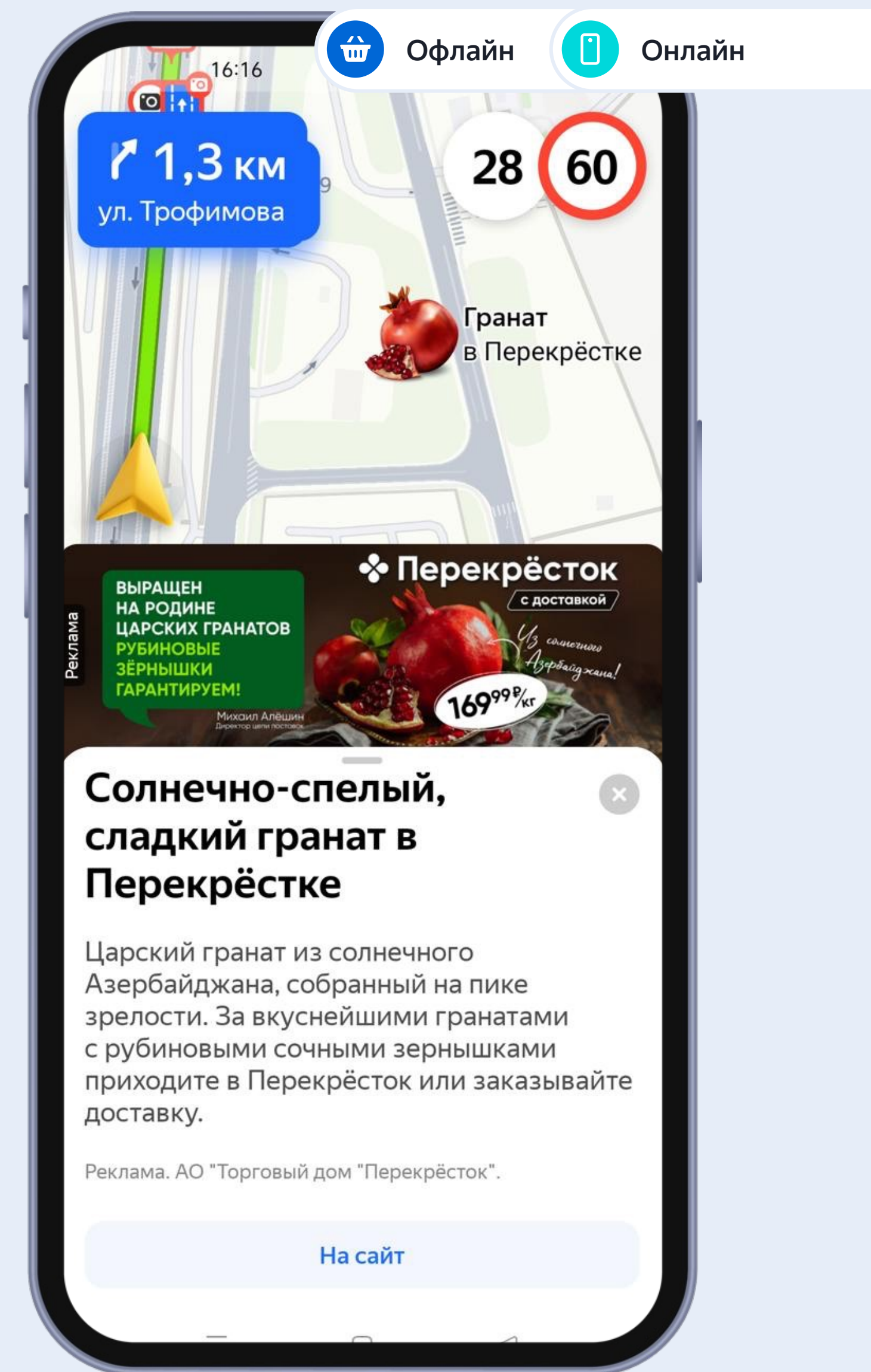
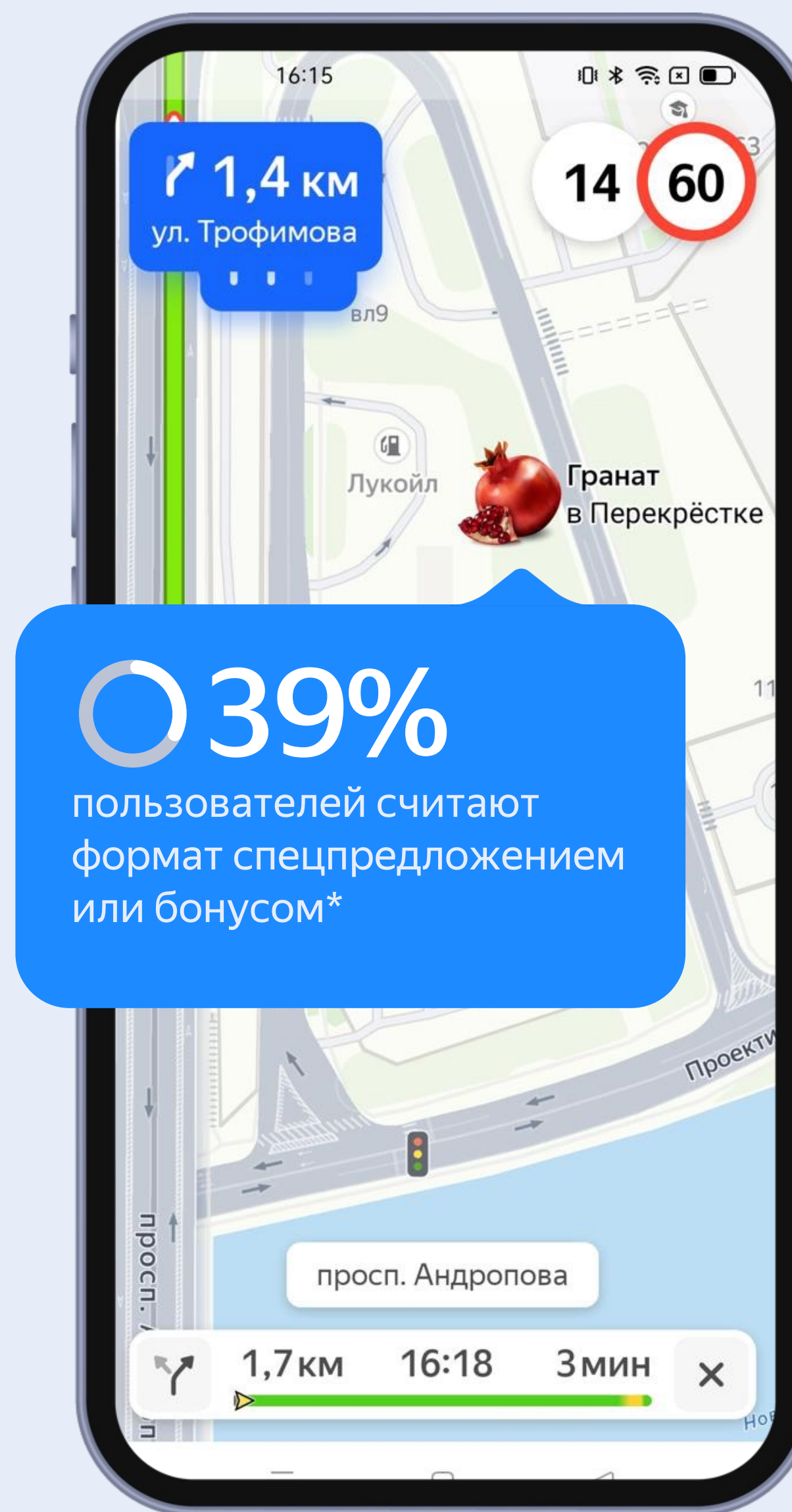
Для роста запоминаемости бренда

# Премиум-билборды в Геосервисах

Премиум-версия билборда буквально выходит за рамки и привлекает ещё больше внимания благодаря кастомизированному 3D-объекту на карте

- 👉 Модель закупки: fixCPM
- 💰 Стоимость в розницу: 195 руб. без НДС
- 📋 Минимальная сумма заказа: 500 тыс. руб. без НДС

\* Результаты исследования, январь 2025 г. База вопроса: 3 080 пользователей Карт, Навигатора, заметивших какой-либо рекламный формат







Для формирования знания о локации

# Пины в Геосервисах

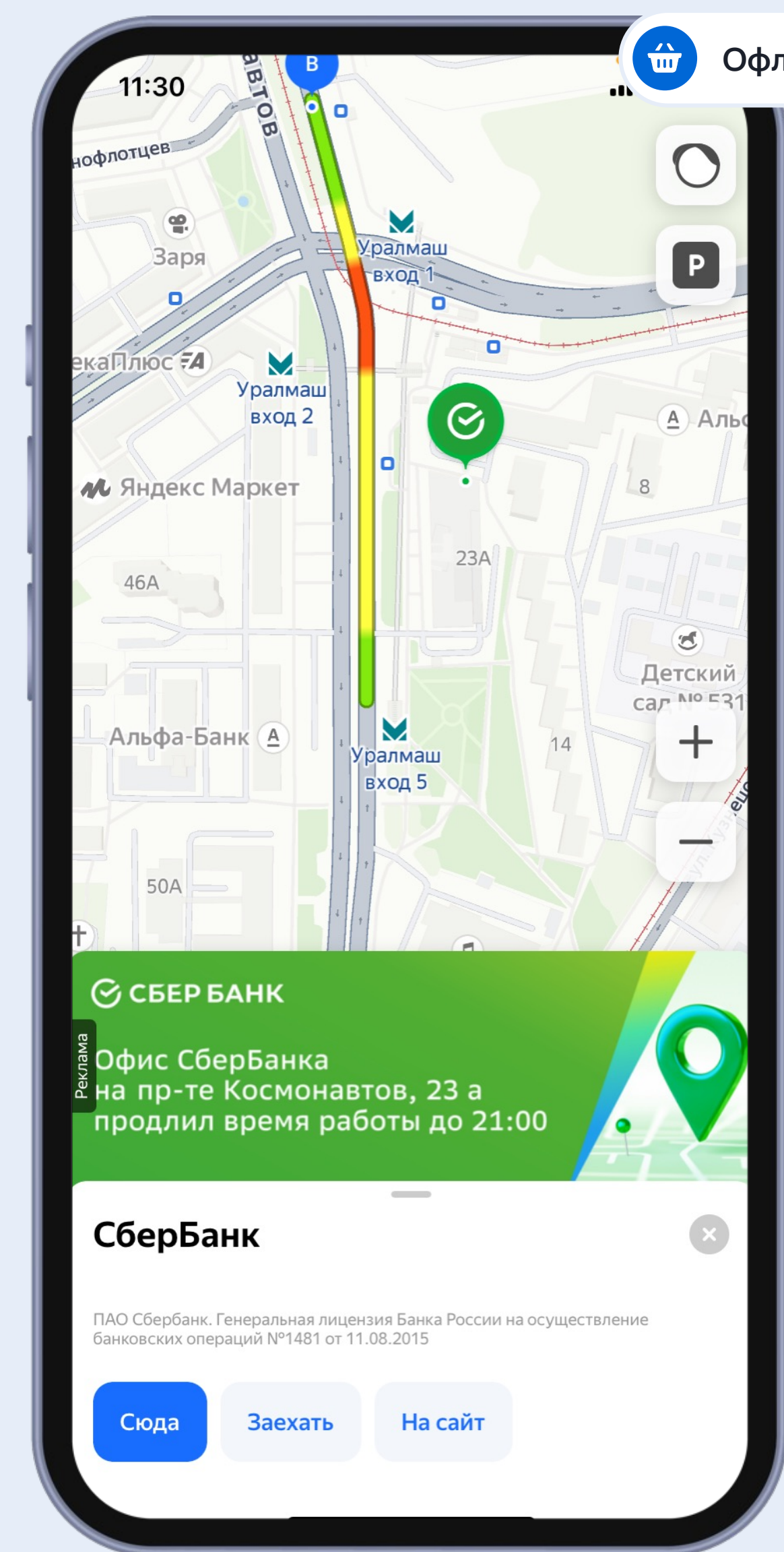
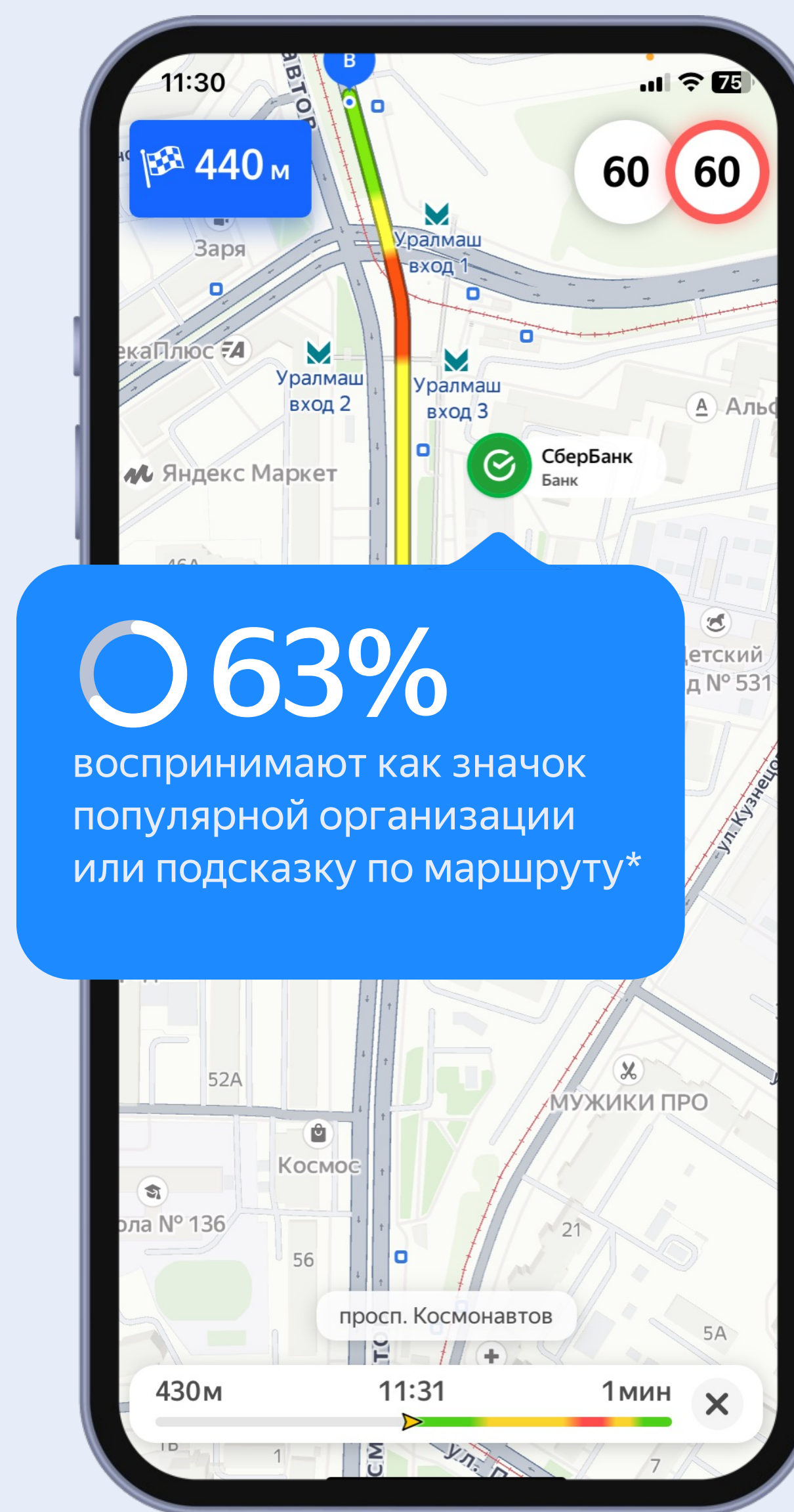
Отображаются во время движения вблизи организации рекламодателя

- При клике по пину показывается рекламное сообщение и предложение построить маршрут до точки, перейти на сайт или позвонить
- Информировует о расположении объекта и подсвечивает акцию

👉 **Модель закупки:** fixCPM

💰 **Стоимость в розницу:** 80 руб. без НДС

💵 **Минимальная сумма заказа:** 17,5 тыс. руб. без НДС



\* Результаты исследования, январь 2025 г.

База вопроса: 1 626 пользователей Карт, Навигатора, заметивших какой-либо рекламный формат





Для привлечения самых заинтересованных пользователей



Офлайн



Онлайн

# Брендирование маршрута

**100%** отсутствие рекламы конкурентов на всём пути пользователя<sup>1</sup>

Вы сами выбираете сценарий размещения:

- Брендирование маршрутов к организациям из рубрики в Яндекс Картах
- Брендирование пути до своей организации

✓ **Модель закупки:** fixCPR<sup>2</sup>

₽ **Стоимость в розницу:** 2,6 ₽ без НДС

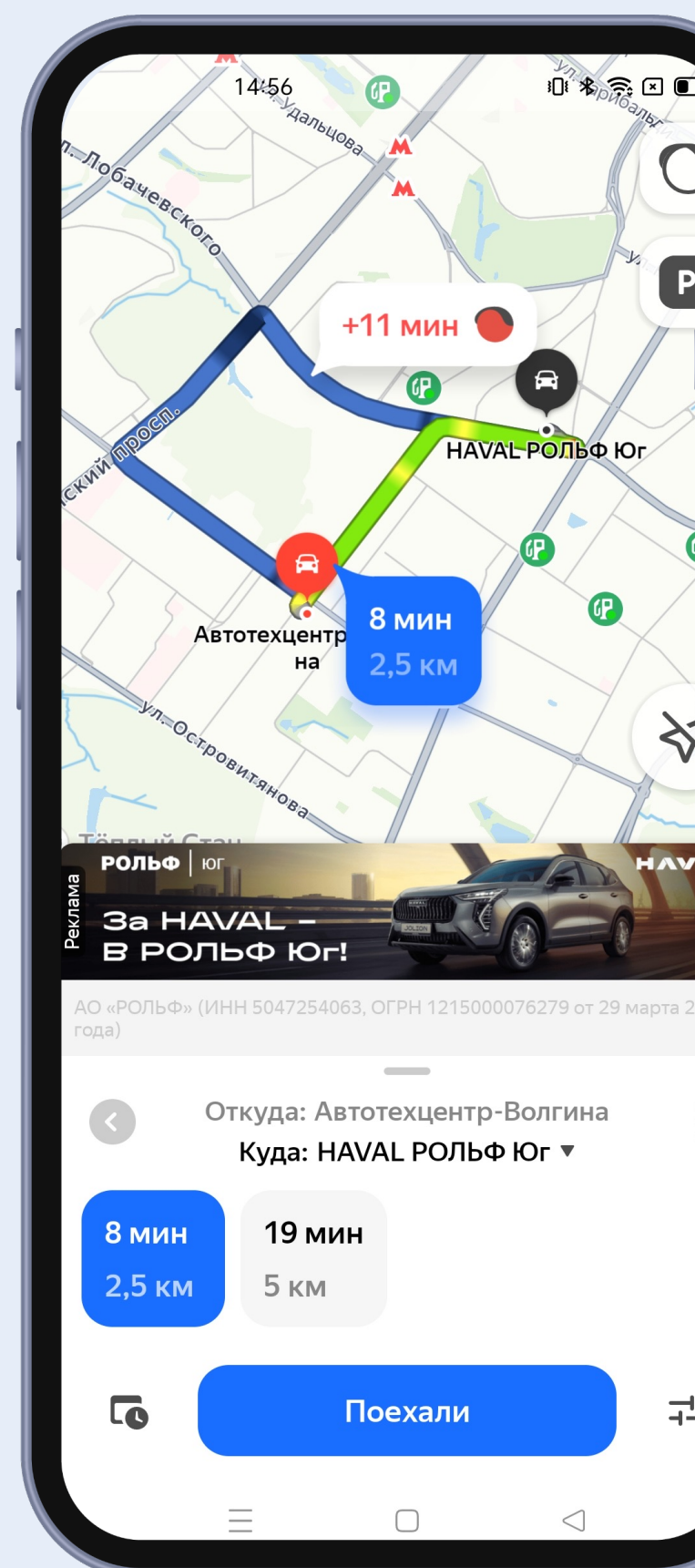
☰ **Минимальная сумма заказа:** 100 000 ₽ без НДС

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

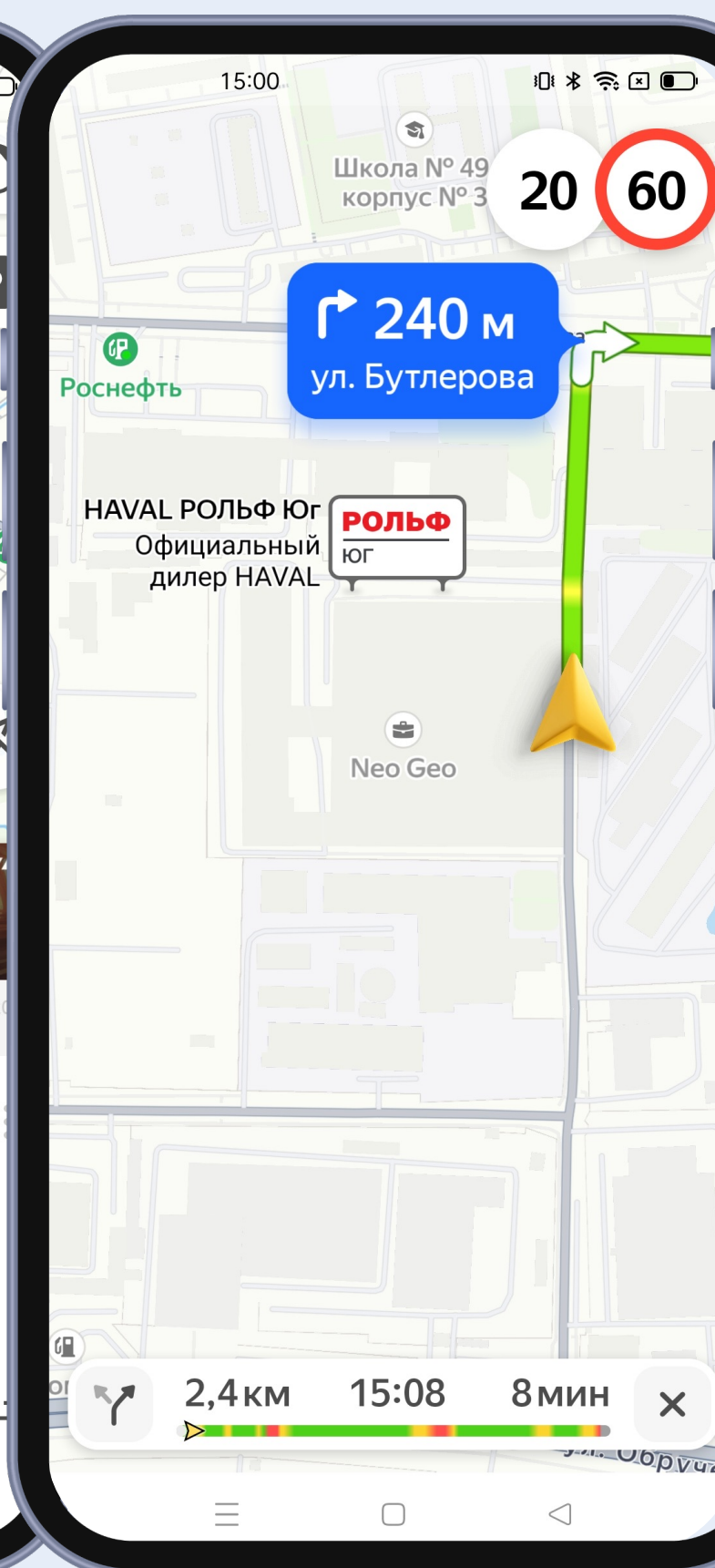
<sup>1</sup> Первые три часа следования по маршруту

<sup>2</sup> CPR (Cost per Route) — оплата за маршрут

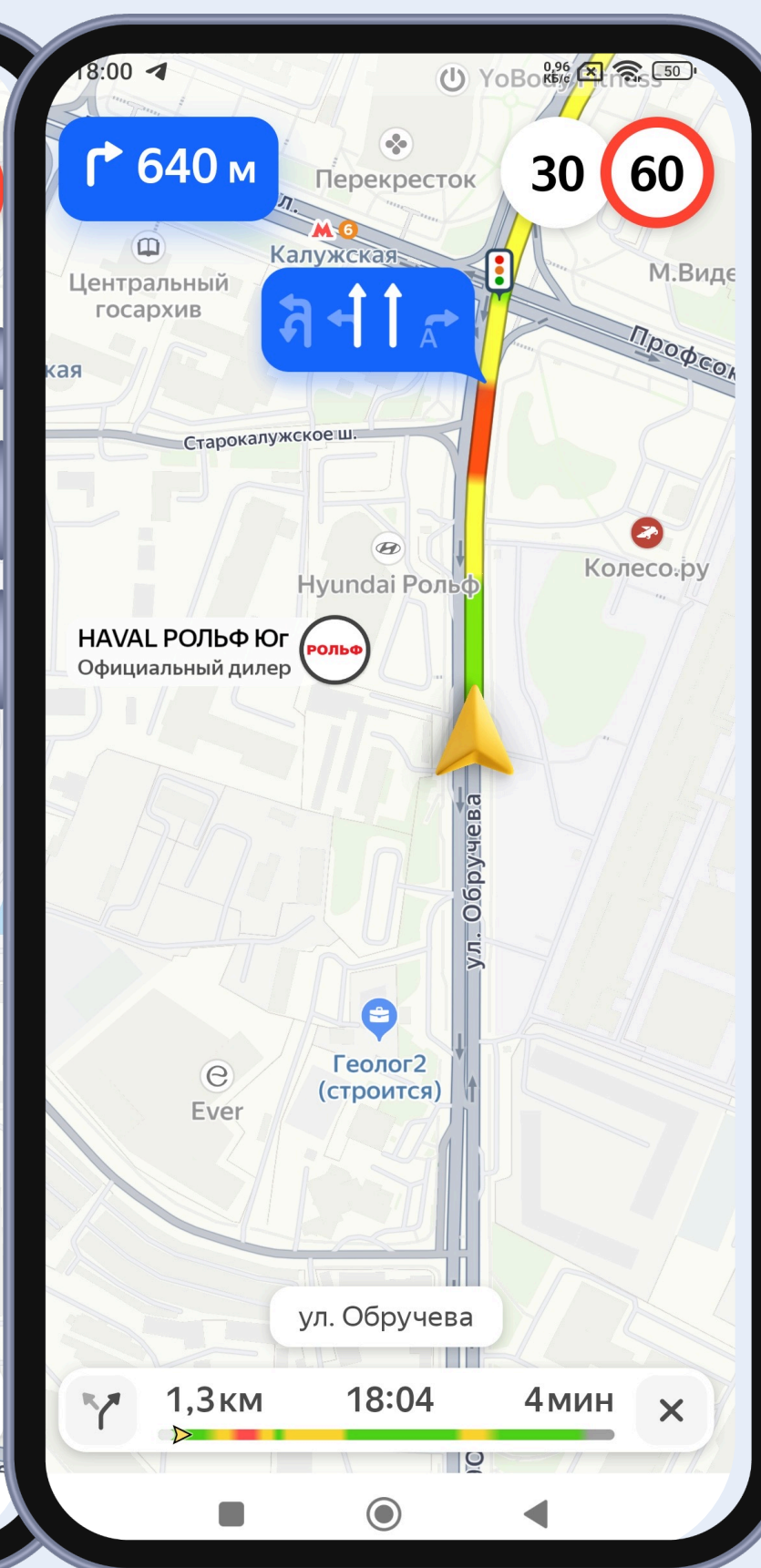
Баннер



Билборд



Пин







Для привлечения трафика в онлайн

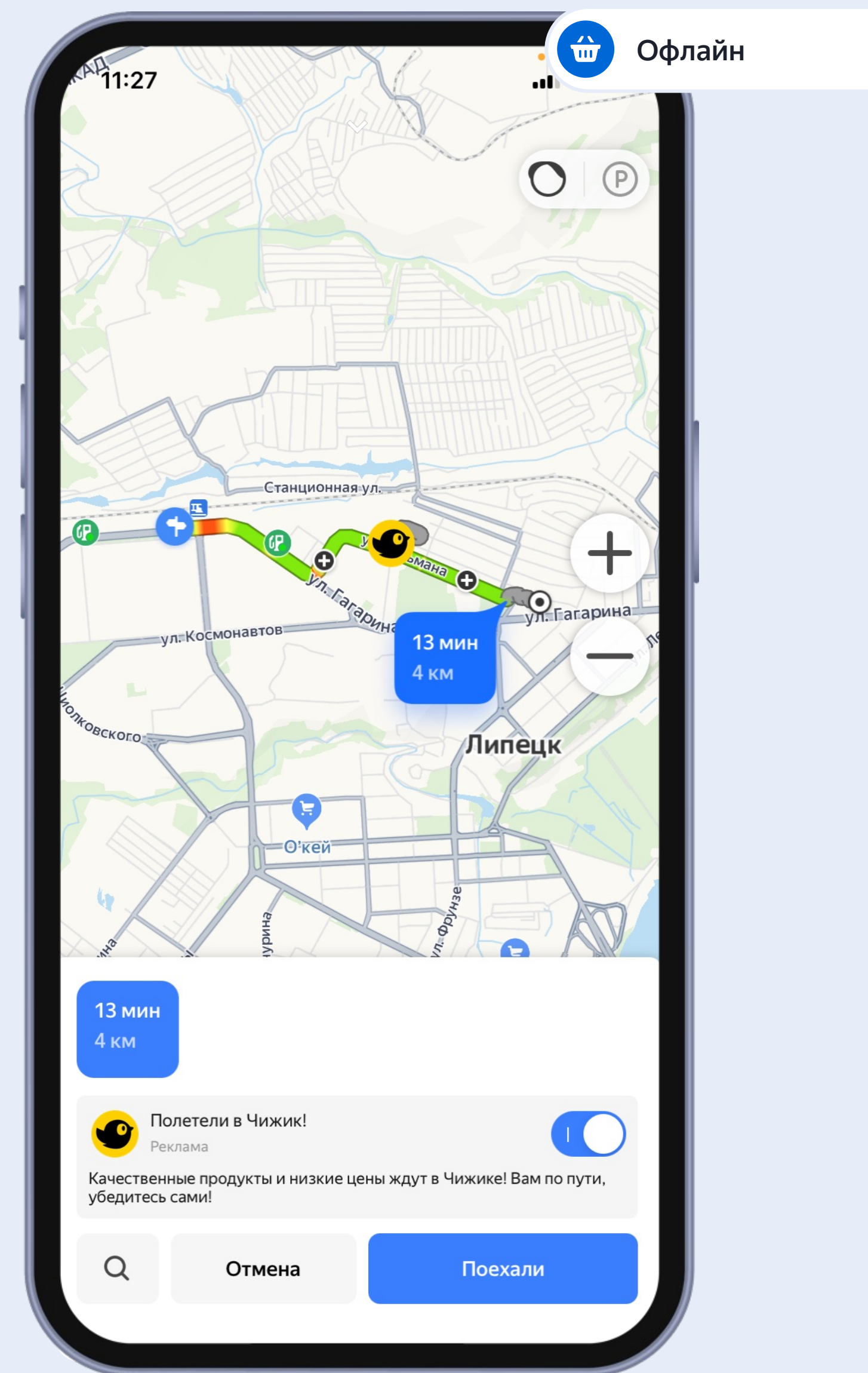
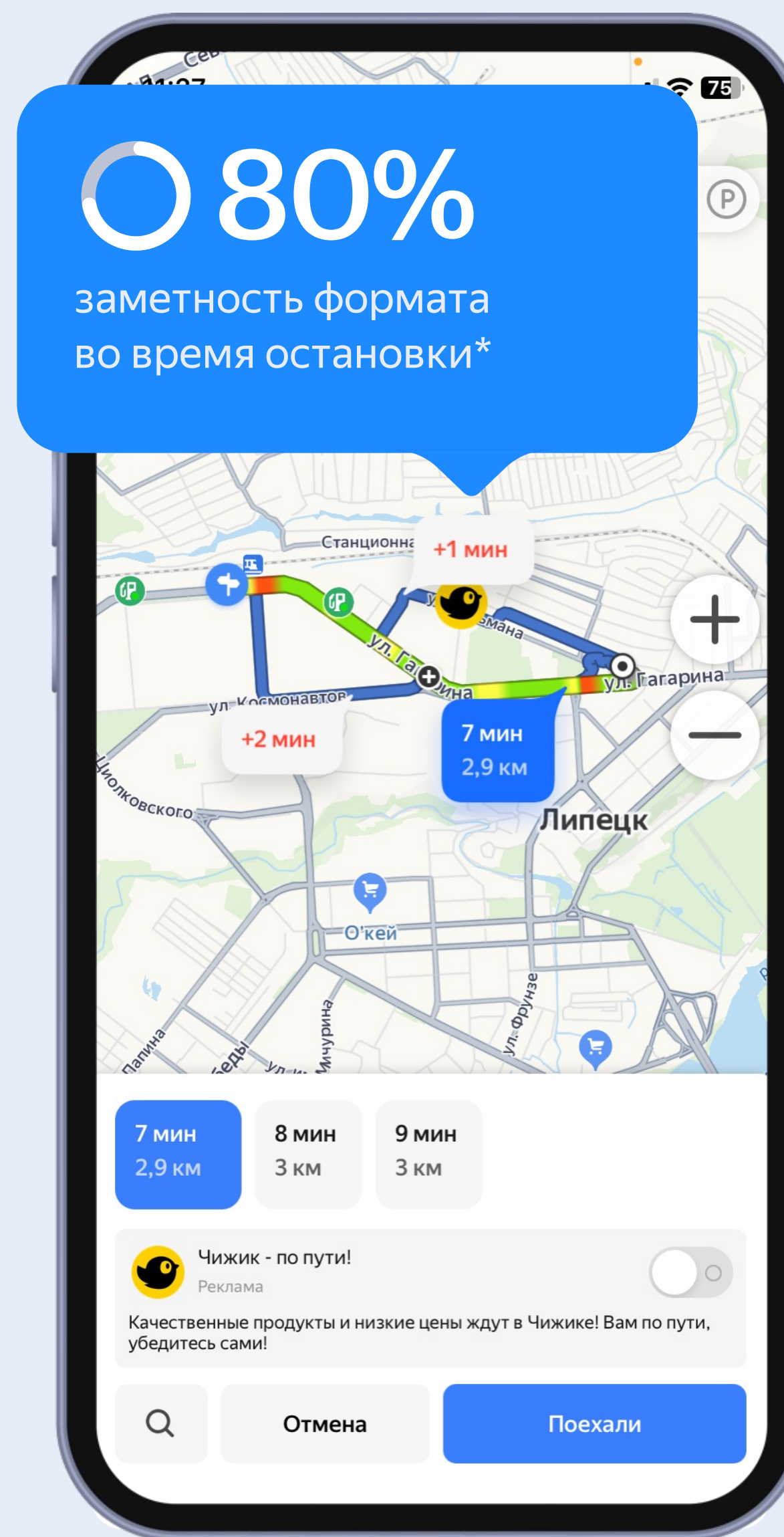
# Рекомендация маршрута в мобильных приложениях

- о Подсказывает маршрут, где точка бренда — промежуточный пункт, и предлагает заехать
- о Формирует знание о расположении точек и стимулирует спонтанные покупки

👉 Модель закупки: CPA

💰 Стоимость в розницу: 120 руб. без НДС

💵 Минимальная сумма заказа: 100 тыс. руб. без НДС



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





Для роста бренд-метрик

# Иконка в меню поиска

Отображается при открытии меню поиска  
до ввода запроса.

При клике по иконке показываются все объекты  
рекламодателя на карте

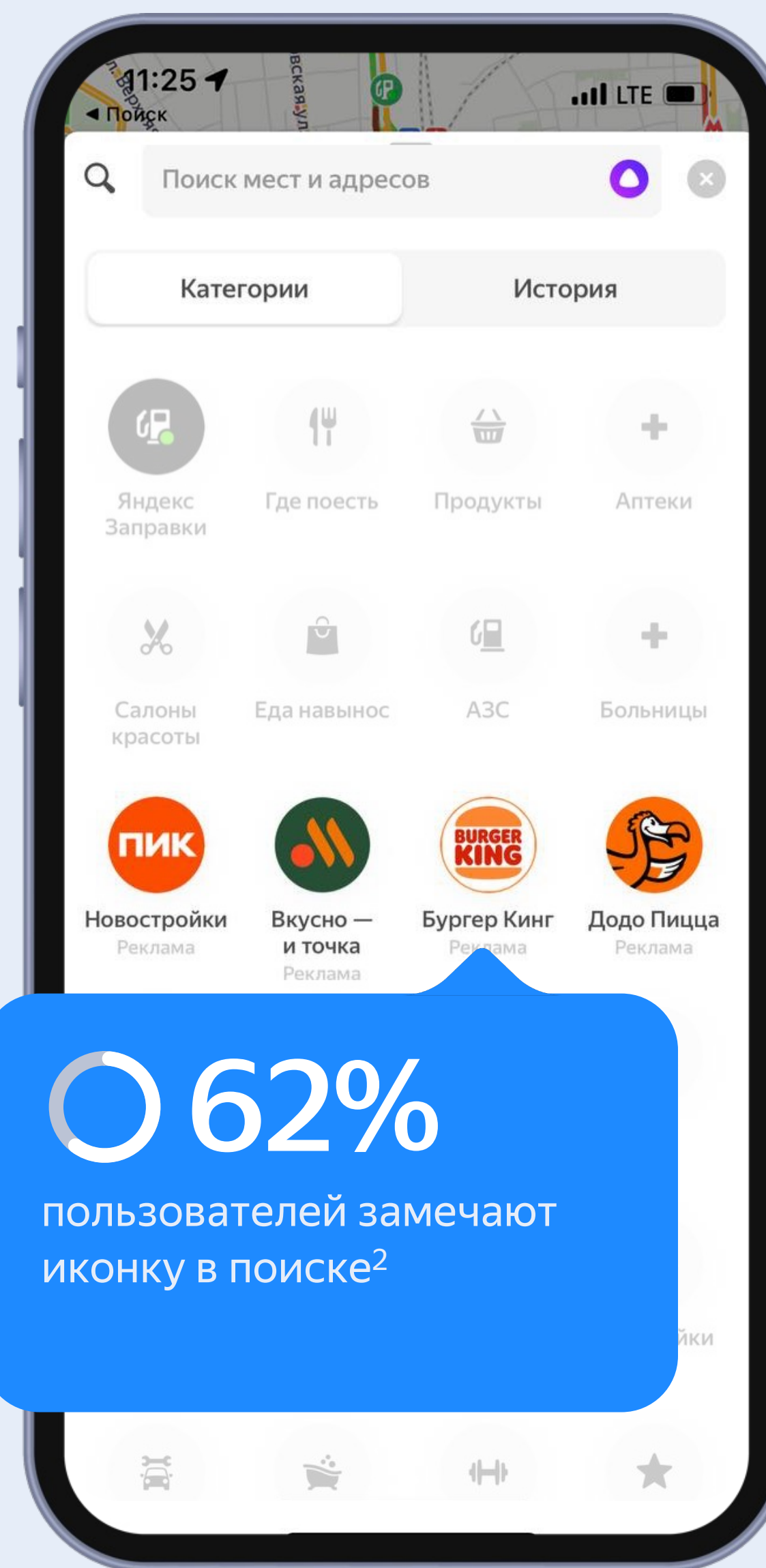
## > 70%

пользователей начинают взаимодействие  
с экрана поиска<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Данные Яндекса

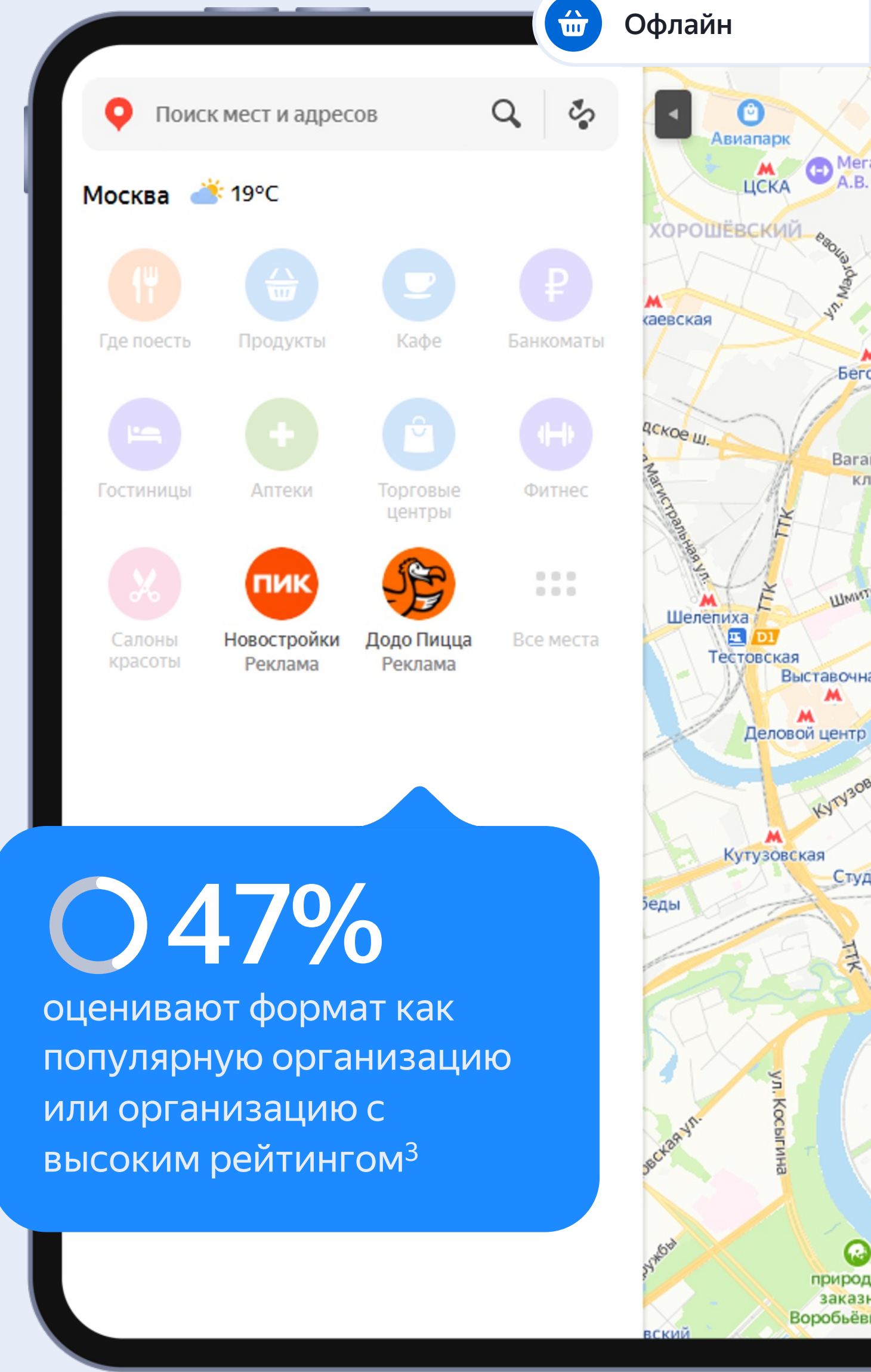
<sup>2</sup> Результаты исследования, январь 2025 г. База вопроса: 3 080 пользователей  
Карт, Навигатора, заметивших какой-либо рекламный формат

<sup>3</sup> База вопроса: 3 619 пользователей Яндекс Карт или Навигатора



## 62%

пользователей замечают  
иконку в поиске<sup>2</sup>



## 47%

оценивают формат как  
популярную организацию  
или организацию с  
высоким рейтингом<sup>3</sup>

4

# Как пользователи видят рекламу в Яндекс Картах

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

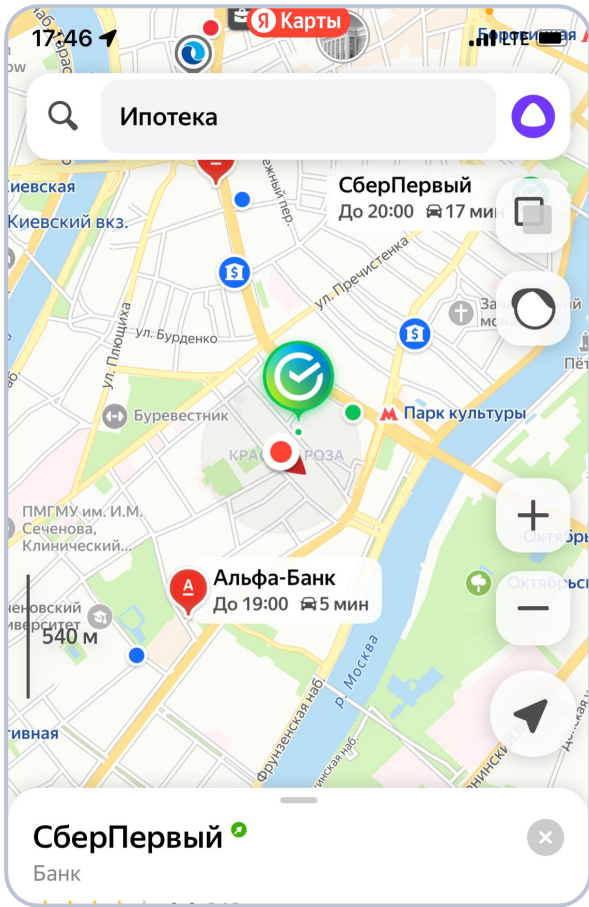


# Геомедийная и геоперфоманс-реклама работают вместе

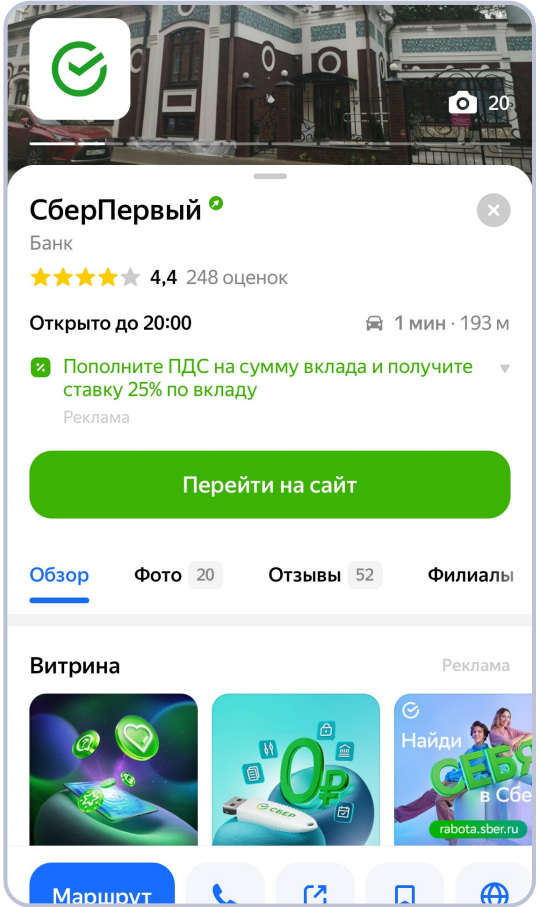


Пользователи

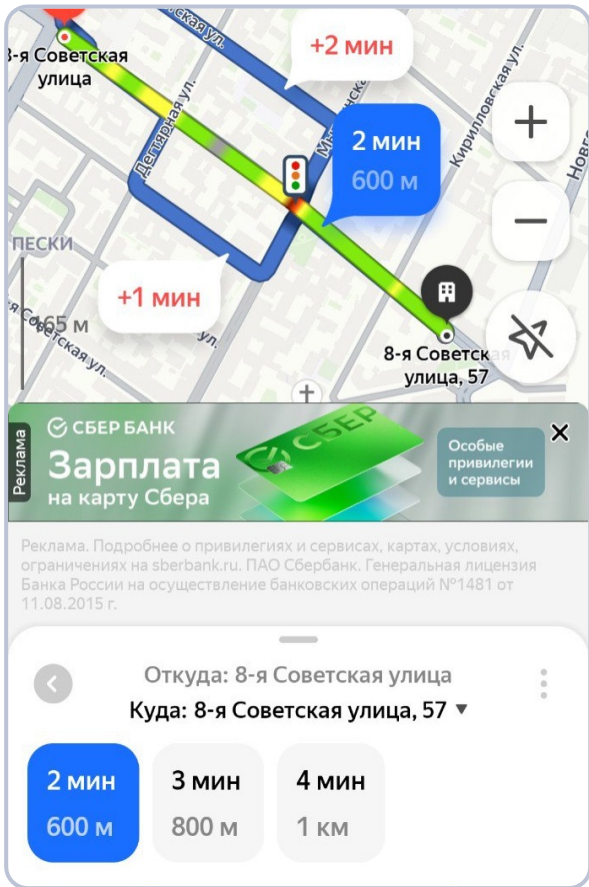
Запрос  
в поиске



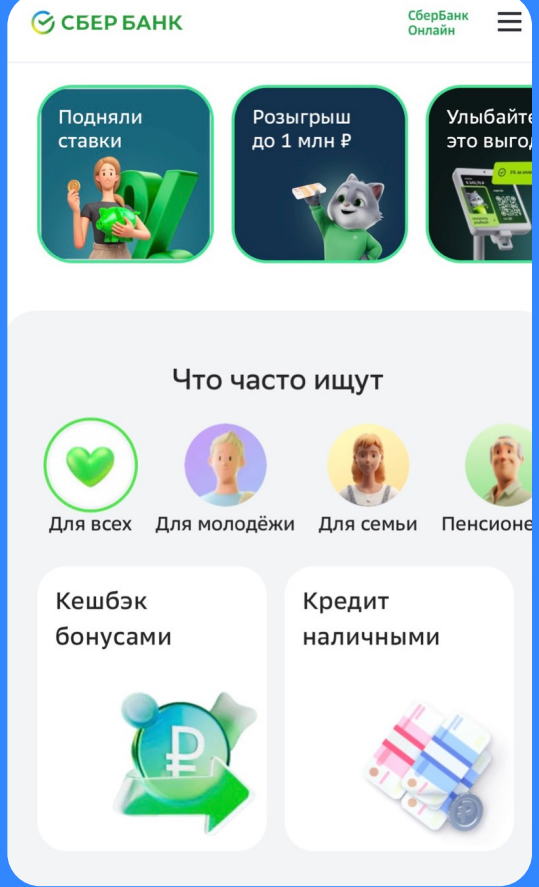
Переход  
в карточку  
организации



Медийный  
формат  
на маршруте



Переход  
на сайт  
организации





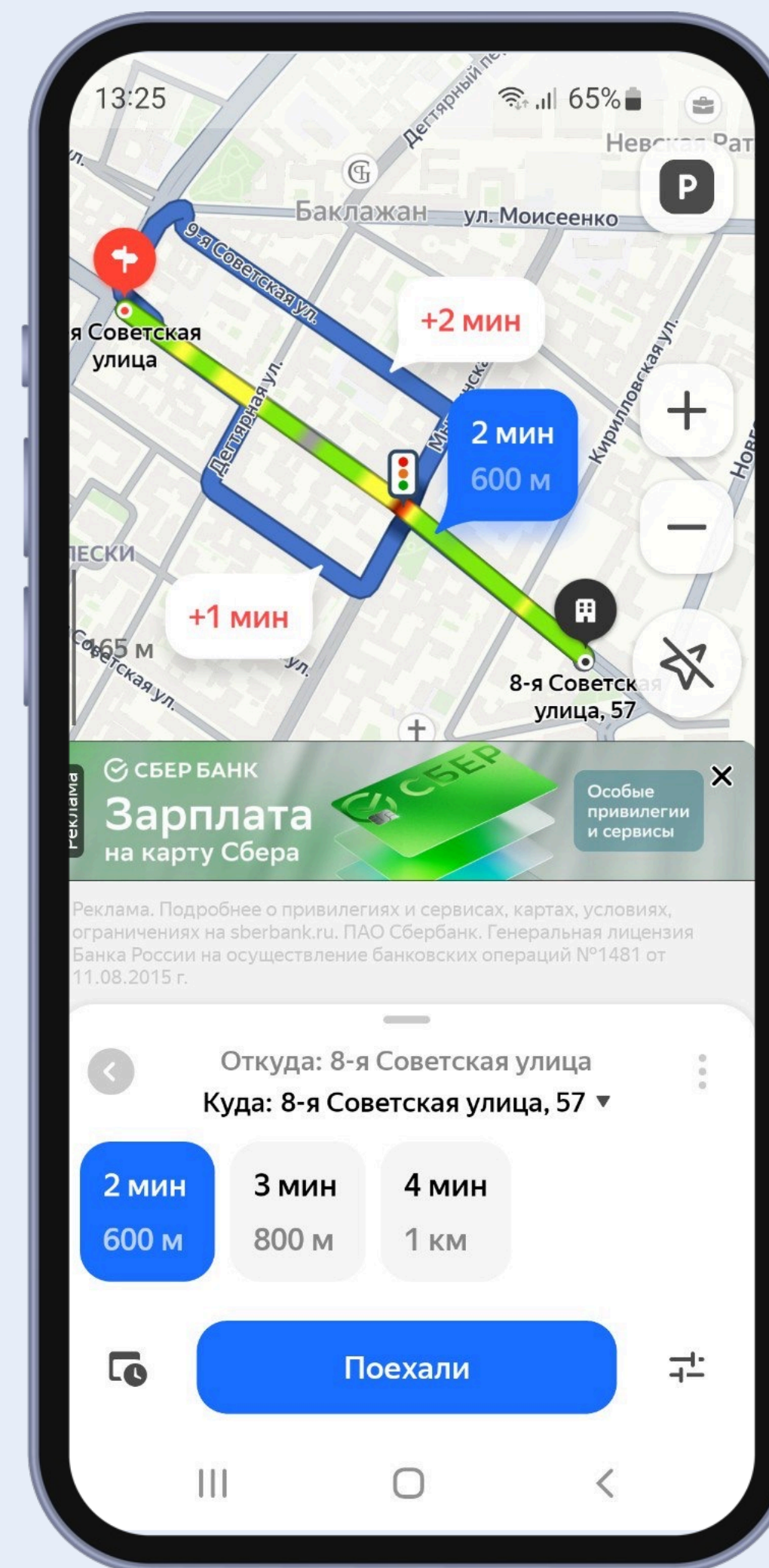
# Brandformance-подход в Яндекс Картах

## Геомедийная реклама

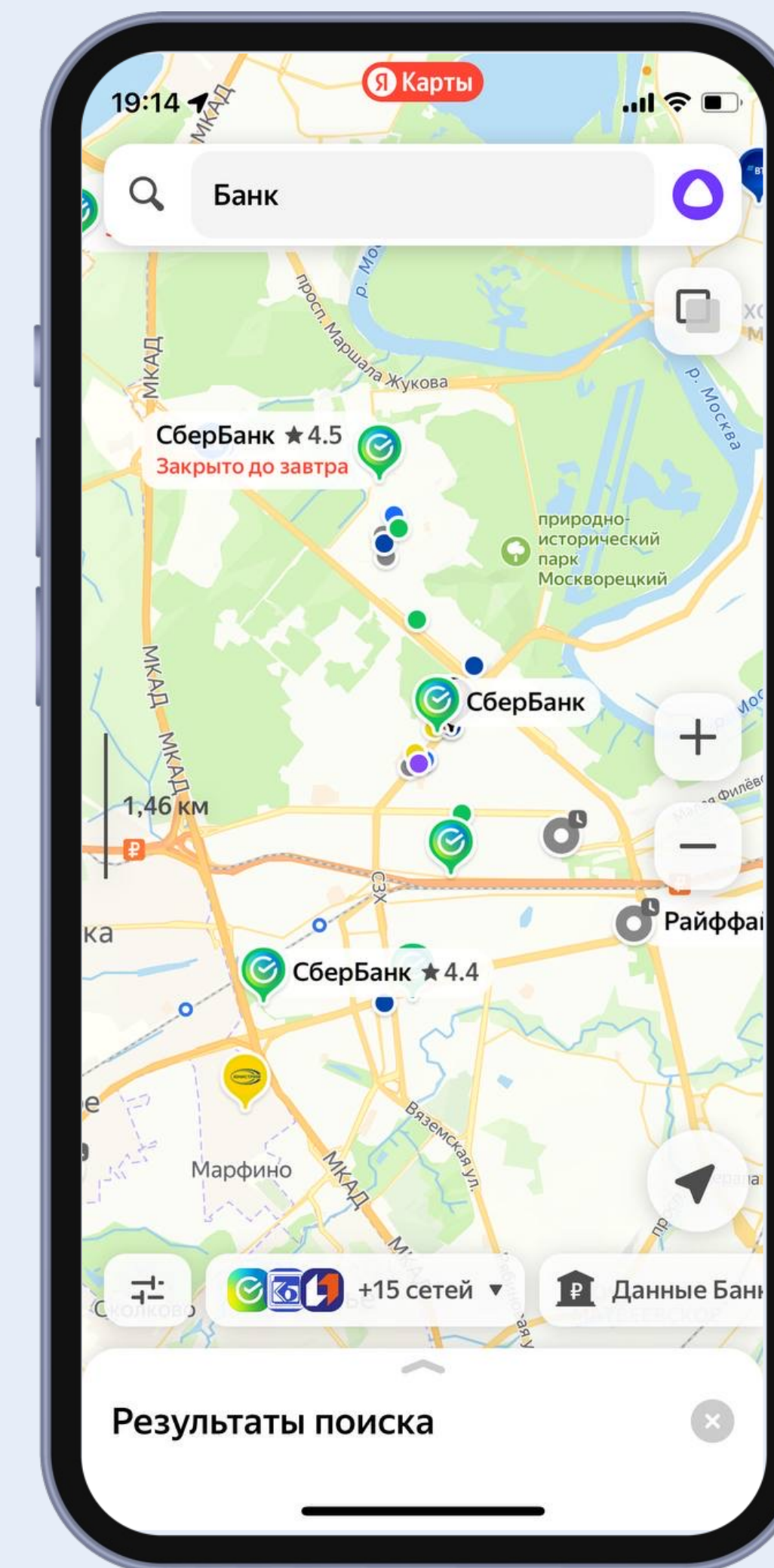
- Формирует дополнительный спрос
- Даёт широкий охват с глубоким аудиторным и гиперлокальным таргетингом
- Фиксированные CPM (CPA)
- Работает преимущественно на верхнем уровне воронки

## Геоперфоманс-реклама

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



Пример **геомедийной** рекламы —  
Баннер в Геосервисах












Пример **геоперфоманс**-рекламы —  
Брендированное приоритетное размещение



5

# Аналитика

# Метрики отчёта по кампании\*

<div><div>Показы</div><div>Показ рекламного объявления, засчитывается со второй секунды</div><div></div></div>	<div><div>Клики</div><div>Нажатия на рекламный формат, после которых раскрывается рекламное сообщение. Кроме формата Рекомендация маршрута в Геосервисах — в нём засчитывается переключение тумблера</div><div></div></div>	<div><div>Поиски</div><div>Нажатия кнопки «Найти на карте», в результате отображаются точки рекламодателя</div><div></div></div>
<div><div>Уникальные показы</div><div>Показатель охвата — количество показов, кроме повторных, одним и тем же пользователям</div><div></div></div>	<div><div>CTR</div><div>Отношение количества кликов по рекламному объявлению к числу показов</div><div></div></div>	<div><div>Маршруты</div><div>Нажатия кнопки «Заехать»</div><div></div></div>
<div><div>Расходы</div><div>Потраченные деньги без НДС</div><div></div></div>		<div><div>Открытие сайта</div><div>Нажатия кнопки «На сайт»</div><div></div></div>
		<div><div>Звонки</div><div>Нажатия кнопки «Позвонить»</div><div></div></div>

\* Отчёт доступен в кабинете геомедийной рекламы



Виды исследований

ВЕРХНЕУРОВНЕВЫЙ  
АНАЛИЗ РАЗМЕЩЕНИЯ  
С РЕКОМЕНДАЦИЯМИ

**РВА-отчёт<sup>1</sup>**

Полный анализ рекламного размещения с выводами и рекомендациями

ВЛИЯНИЕ НА ОНЛАЙН

**Lift запросов в поиске  
Яндекса<sup>2</sup>**

**Lift запросов в поиске  
Яндекс Карт и Навигатора<sup>2</sup>**

Насколько чаще стали искать ваш бренд в Яндексе?

**Post-view<sup>2</sup>**

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

**Цепочки рекламных каналов<sup>2</sup>**

Как геомедийные форматы рекламы повлияли на перфоманс-размещение (CPA, CPC, DPP) и другие рекламные каналы?

ВЛИЯНИЕ НА ОФЛАЙН

**Action Lift<sup>3</sup>**

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

**O2O<sup>4</sup>**

Как реклама повлияла на офлайн-продажи? Оказала ли рекламная кампания отложенный эффект на интерес к предложению?

**Offline Visit Lift<sup>5</sup>**

Стали ли видевшие рекламу чаще посещать точки продаж?

РОСТ ЗНАНИЯ

**Brand Lift<sup>6</sup>**

Как изменилось знание о вашем бренде?  
Запомнила ли аудитория вашу рекламу?  
Как изменилось желание приобрести ваш продукт?

<sup>1</sup> Минимальный бюджет: от 300 тыс. руб. для новых клиентов, от 500 тыс. руб. для действующих (без НДС)  
<sup>2</sup> Рекомендованный бюджет: от 300 тыс. руб. на месяц (без НДС)  
<sup>3</sup> Минимальный бюджет: 300 тыс. руб. (без НДС), но не менее 100 тыс. руб. (без НДС) на одну кампанию

<sup>4</sup> Доступно при передаче данных о продажах рекламодателя  
<sup>5</sup> Минимальный бюджет для исследования: 500 тыс. руб. для формата Пины в Геосервисах  
<sup>6</sup> Минимальный бюджет: 2,5 млн руб. для баннерных форматов в приложениях Навигатор и Карты

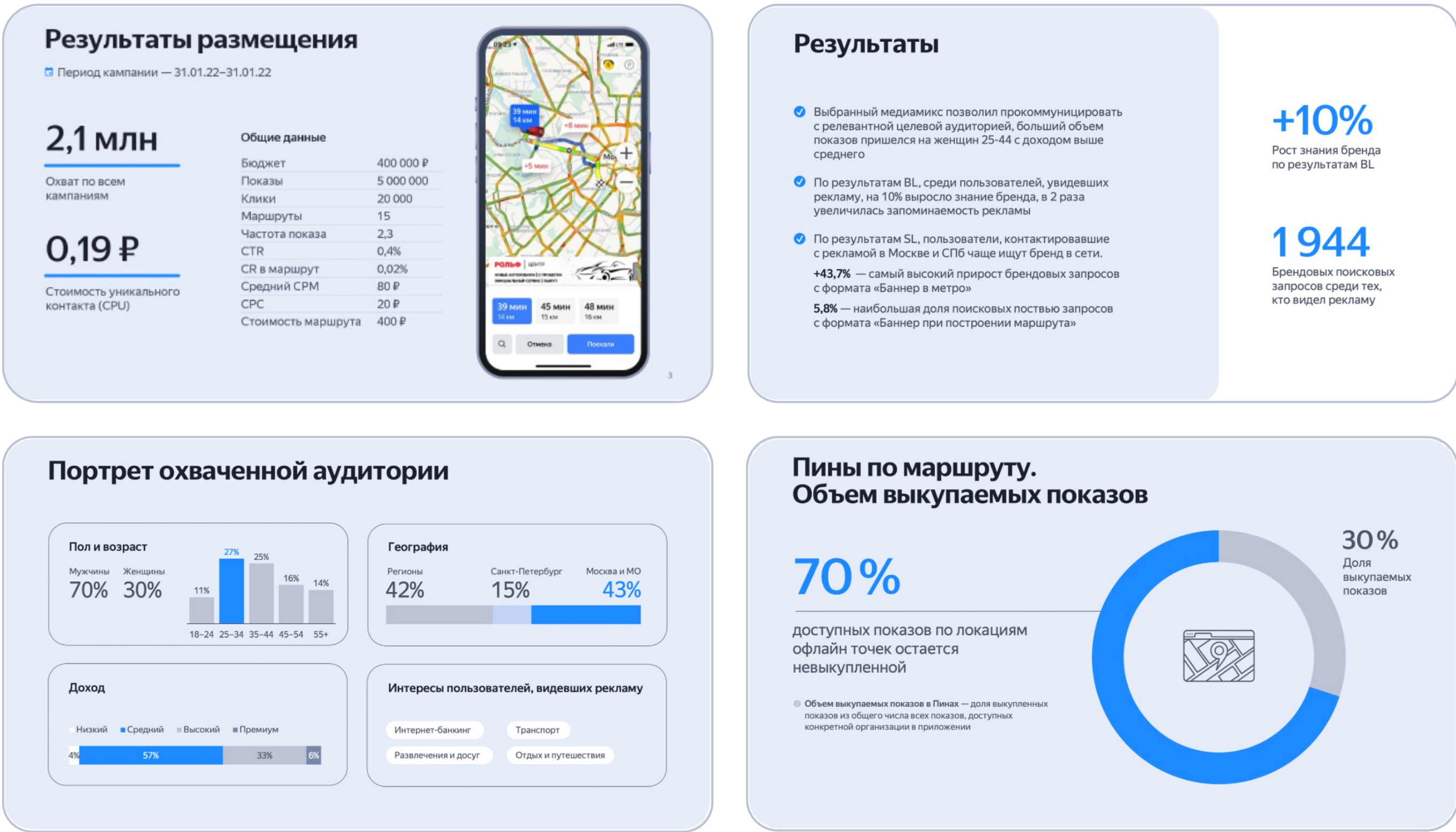
# РВА-отчёт — полный анализ рекламного размещения с выводами и рекомендациями

## 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 тыс. руб.  
без НДС для новых клиентов, 500 тыс. руб.  
без НДС для действующих



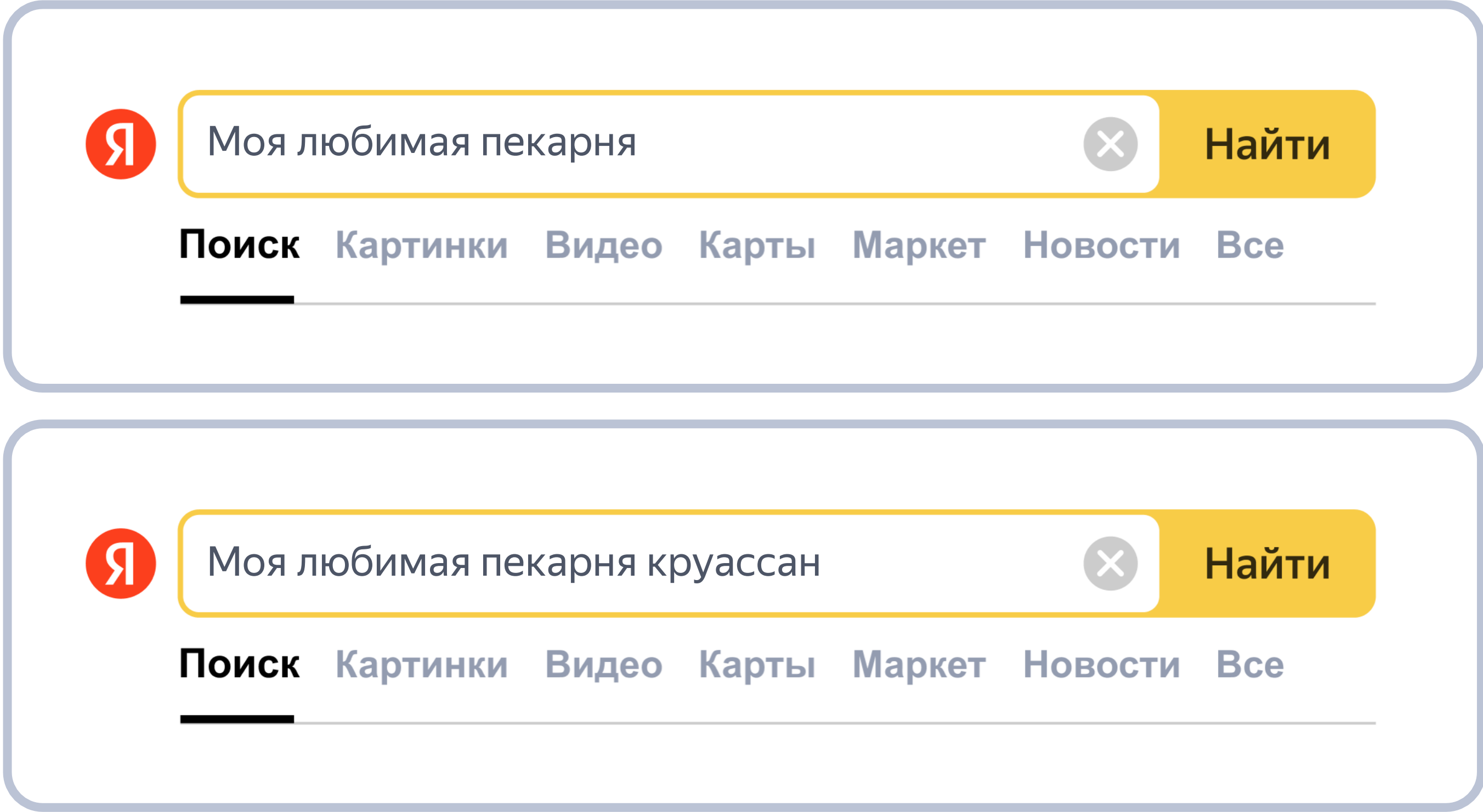


# Lift запросов в поиске Яндекса

Показывает, как геомедийная  
реклама влияет на рост интереса  
к бренду или отдельному  
предложению

**i** Чтобы провести исследование, обратитесь  
к менеджеру Яндекса

**Рекомендованный бюджет:**  
от 300 тыс. руб. без НДС на месяц



## Методология и пример расчёта Lift запросов в поиске Яндекса

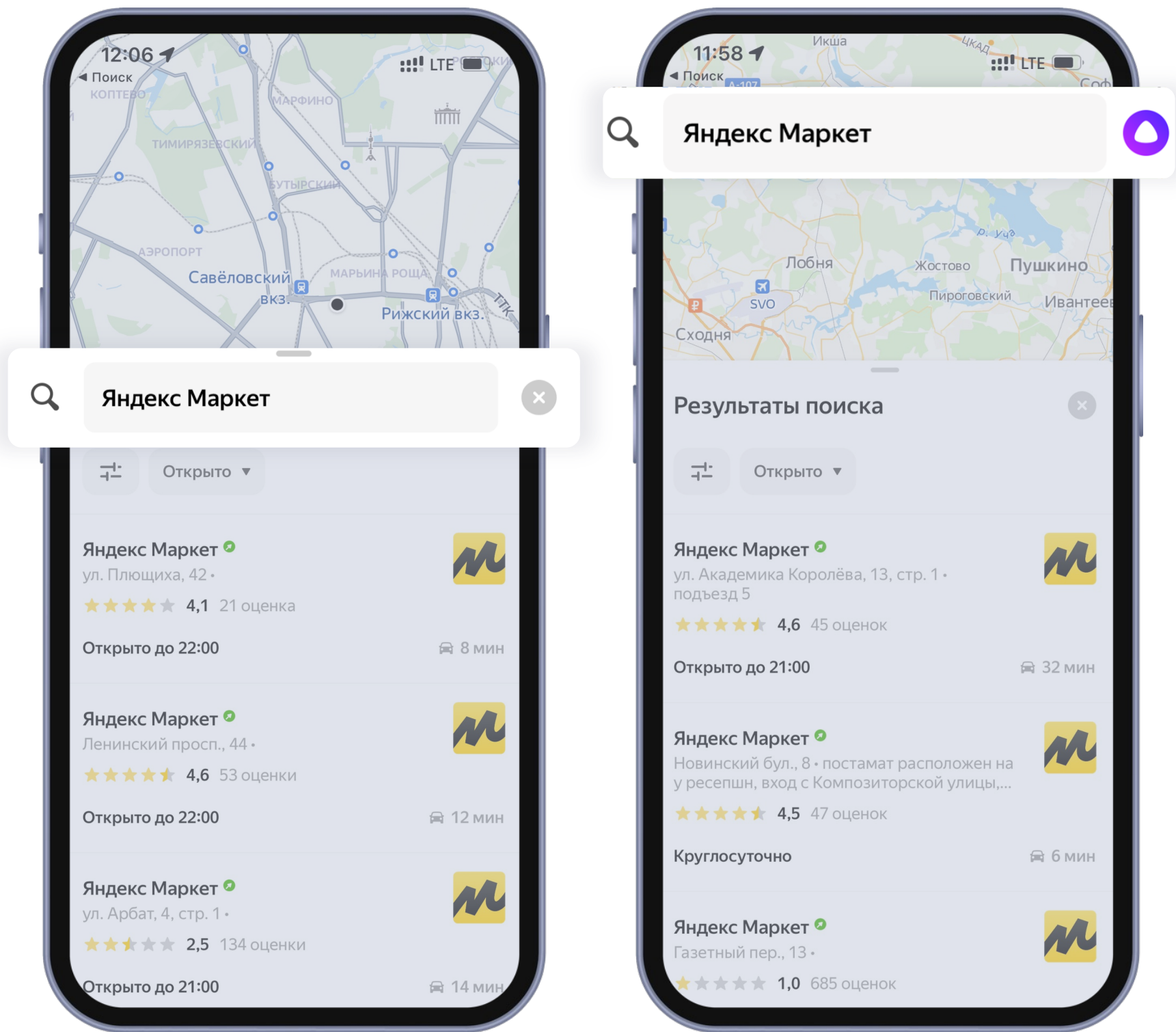
01	02	03
<b>Прирост post-view</b>	<b>Прирост контрольной группы (КГ)</b>	<b>Search Lift</b>
Сравниваем запросы пользователей, которые видели геомедийную рекламу	Аналогично сравниваем среди тех, кто не видел геомедийную рекламу	Оцениваем величину прироста за счёт геомедийной рекламы
110 запросов во время размещения	1 010 запросов во время размещения	1,10 прирост post-view
100 запросов до размещения	1 000 запросов до размещения	1,01 прирост контрольной группы
$\frac{110}{100} = 1,10$	$\frac{1\,010}{1\,000} = 1,01$	$\frac{1,10}{1,01} - 1 = +8,9\%$

# Lift запросов в поиске Яндекс Карт и Навигатора

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 тыс. руб. без НДС на месяц




## Методология и пример расчёта Lift запросов в поиске Яндекс Карт и Навигатора

01	02	03
<b>Прирост post-view</b>	<b>Прирост контрольной группы (КГ)</b>	<b>Search Lift</b>
Сравниваем запросы пользователей, которые видели геомедийную рекламу	Аналогично сравниваем среди тех, кто не видел геомедийную рекламу	Оцениваем величину прироста за счёт геомедийной рекламы
110 запросов во время размещения	1 010 запросов во время размещения	1,10 прирост post-view
100 запросов до размещения	1 000 запросов до размещения	1,01 прирост контрольной группы
<div>= 1,10</div>	<div>= 1,01</div>	<div>– 1 = +8,9%</div>



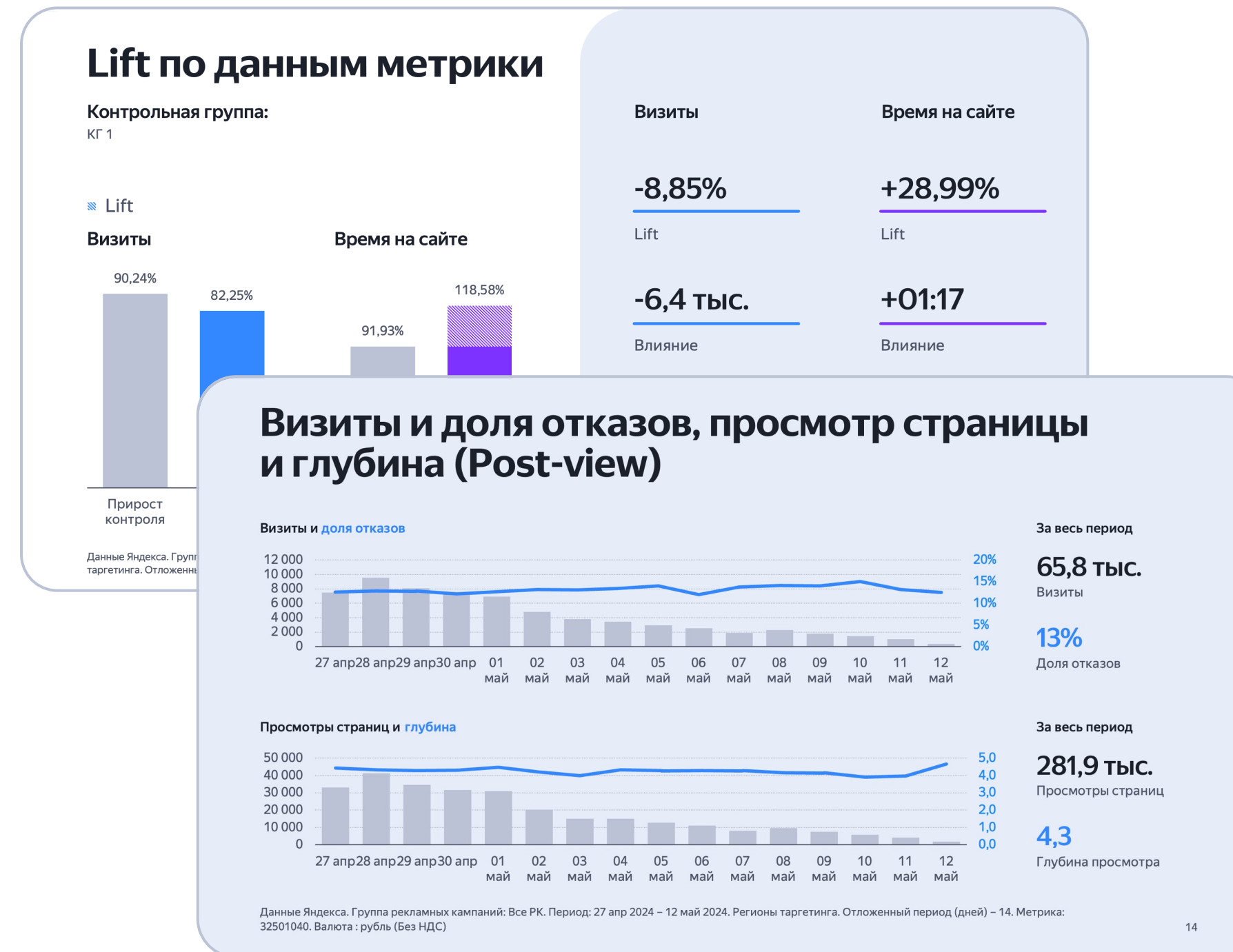
# Post-view аналитика

- 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.

 Чтобы провести исследование, обратитесь к менеджеру Яндекса

**Рекомендованный бюджет:**  
от 300 тыс. руб. 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

## 01

## Прирост post-view

## Сравниваем действия пользователей, которые видели геомедийную рекламу

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

— 02

### Прирост контрольной группы (КГ)

Аналогично сравниваем среди тех, кто не видел геомедийную рекламу

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

## — 03

## Post-view аналитика

### Оцениваем величину прироста за счёт геомедийной рекламы

$$\frac{1,10}{1,01} - 1 = +8,9\%$$

# Цепочки рекламных каналов

## Показывают:

- Как меняется эффективность контекстных рекламных кампаний, если в пользовательский путь включена геомедийная реклама
- Сколько в совокупности было потрачено на конверсионную цепочку — расходы на геомедийную и контекстную рекламу
- Какие рекламные цепочки и какой путь пользователя наиболее эффективны

### Эффективность перформанс-рекламы растет, если в цепочке был показ Рекламы в Картах

	CPA	CR	DRP
Наличие Рекламы в Картах	774 <span>-13%</span>	1,60% <span>+17%</span>	1,5% <span>-60%</span>
Отсутствие Рекламы в Картах	1824	1,36%	3,8%

### Сравниваем цепочки конверсий

Анализируем несколько путей до конверсии

		CR	CPA
Медийная реклама	→ Сайт	1,04%	100
Медийная реклама	→ Формат 1 → Сайт	2,33%	80
Медийная реклама	→ Формат 2 → Сайт	1,46%	110
Медийная реклама	→ Формат 3 → Сайт	0,9%	120

### Реклама работает эффективнее у конверсионной аудитории, которая контактировала с 3+ форматами

	1 формат	2 формата	3 формата	4 формата	5+ форматов
CR	0,2%	0,2%	0,8%	1,6%	5,7%
CPA	51 835 ₽	49 703 ₽	16 479 ₽	5 386 ₽	2 089 ₽
DRP	3,8%	18%	4,7%	0,5%	0,8%

### Проверяем лучшее начало для покупателя

	CR
Начинал с Директа	1,5%
Начинал с <u>ПромоСтраниц</u>	2,3%
Начинал с поиска Яндекса	1,04%
Другие сценарии	1,16%

## Сравниваем показатели пользователей



Которые видели геомедийную рекламу, кликали по контекстной, переходили на сайт, совершали или не совершали другие целевые действия



Которые не видели геомедийную рекламу, кликали по контекстной и переходили на сайт, совершали или не совершали другие целевые действия

**i** Чтобы провести исследование, обратитесь к менеджеру Яндекс

#### Рекомендованный бюджет:

от 300 тыс. руб. без НДС на месяц.

Доступно при передаче данных о продажах рекламодателя



# Action Lift

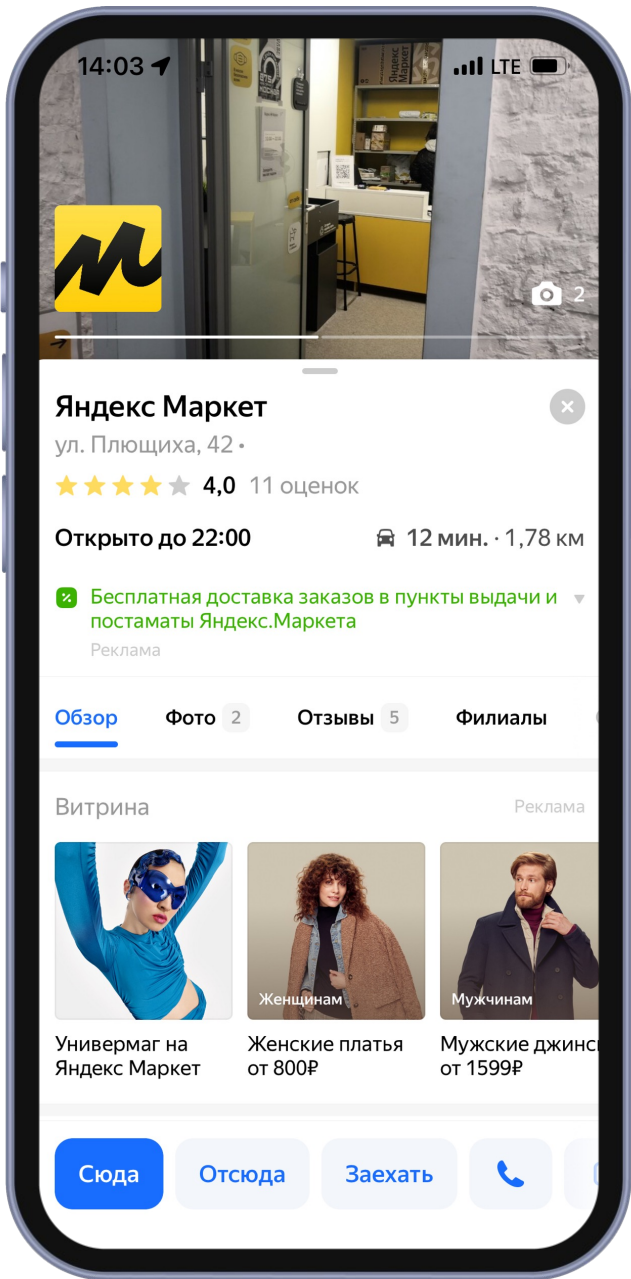
Помогает определить, как изменились действия пользователей в приложениях Яндекс Карты и Навигатор после контакта с рекламой

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

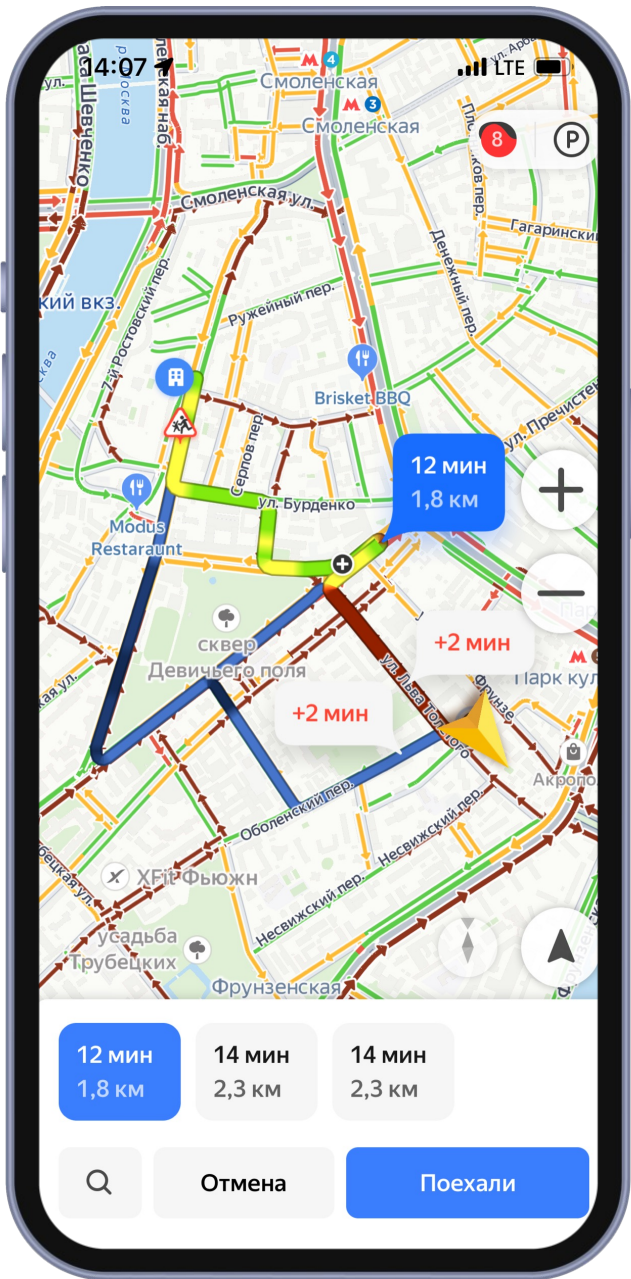
**Рекомендованный бюджет:**  
от 300 тыс. руб. без НДС, но не менее 100 тыс. руб. без НДС на одну кампанию

## Какие действия анализируем

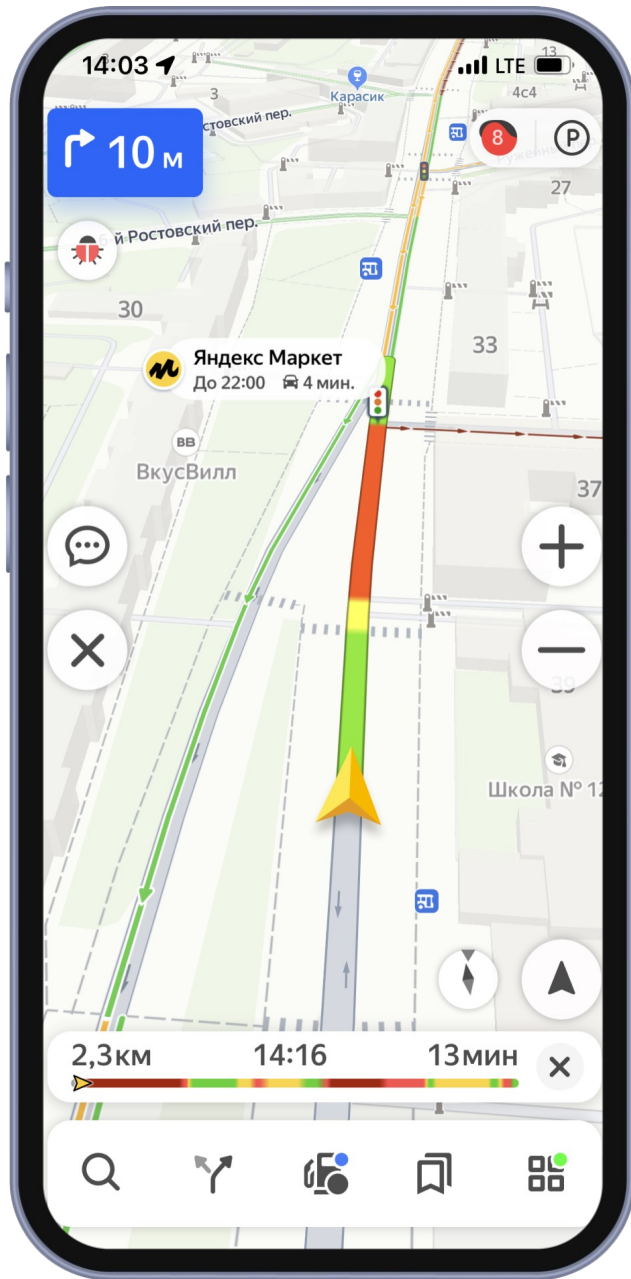
Открытие карточки



Построение маршрутов



Доезды



## Методология и пример расчёта Action Lift

01	02	03
<b>Прирост post-view</b>	<b>Прирост контрольной группы (КГ)</b>	<b>Action Lift</b>
Сравниваем действия пользователей, которые видели геомедийную рекламу	Аналогично сравниваем среди тех, кто не видел геомедийную рекламу	Оцениваем величину прироста за счёт геомедийной рекламы
<div>110 целевых действий во время размещения</div> <div>100 целевых действий до размещения</div> <div>= 1,10</div>	<div>1 010 целевых действий во время размещения</div> <div>1 000 целевых действий до размещения</div> <div>= 1,01</div>	<div>1,10 прирост post-view</div> <div>1,01 прирост контрольной группы</div> <div>– 1 = +8,9%</div>



# O2O-аналитика

- Оценивает, как геомедийная реклама влияет на продажи в офлайне
- Помогает узнать, как контакт с рекламой повлиял на поведение пользователей в офлайне и конверсию в покупку или визит



## Методология расчёта O2O

01

### Сбор данных

Подобрали CryptalD, которые видели рекламное размещение

02

### Сопоставление данных

Перевели в CryptalD тех, кто купил или посетил офис продаж

03

### O2O-аналитика

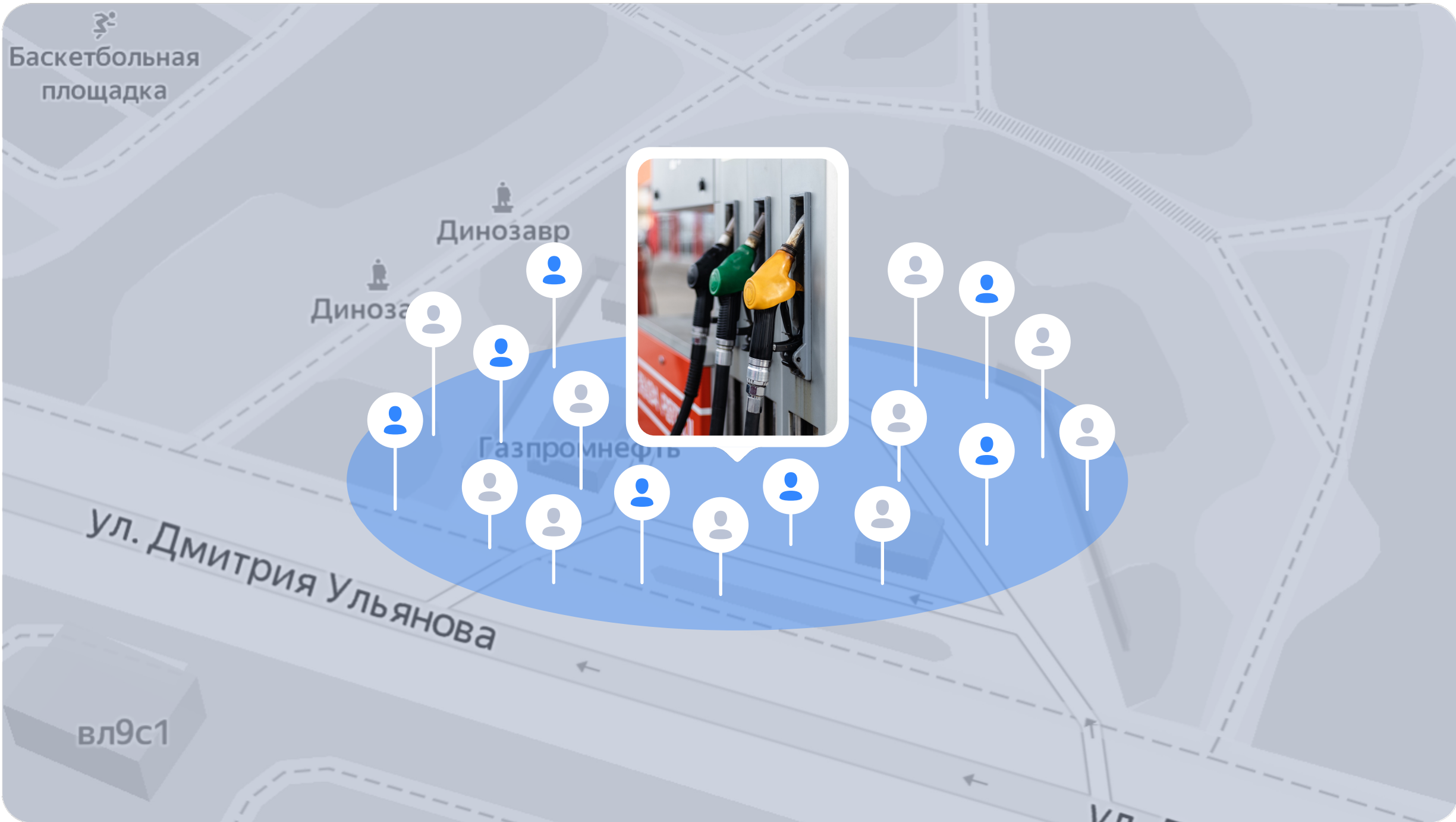
Сопоставили списки и нашли долю видевших рекламу до момента совершения покупки, визита

**i** Чтобы провести исследование, обратитесь к менеджеру Яндекса.  
Доступно при передаче данных о продажах рекламодателя



# Offline Visit Lift

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



 Видели рекламу — тестовая группа

 Не видели рекламу — контрольная группа

## Методология и пример расчёта Offline Visit Lift

01	02	03
<b>Прирост post-view</b>	<b>Прирост контрольной группы (КГ)</b>	<b>Visit Lift</b>
Сравниваем визиты пользователей, которые видели геомедийную рекламу	Аналогично сравниваем среди тех, кто не видел геомедийную рекламу	Оцениваем величину прироста за счёт геомедийной рекламы
<div>110 визитов во время размещения</div> <div>100 визитов до размещения</div> <div>= 1,10</div>	<div>1 010 визитов во время размещения</div> <div>1 000 визитов до размещения</div> <div>= 1,01</div>	<div>1,10 прирост post-view</div> <div>1,01 прирост контрольной группы</div> <div>– 1 = +8,9%</div>

**i** Чтобы провести исследование, обратитесь к менеджеру Яндекс.

Доступно при запуске от 500 тыс. руб. на 30 дней для формата Пины в Геосервисах

# Brand Lift в Яндекс Картах

Помогает определить,  
как изменилось восприятие  
бренда после контакта с рекламой

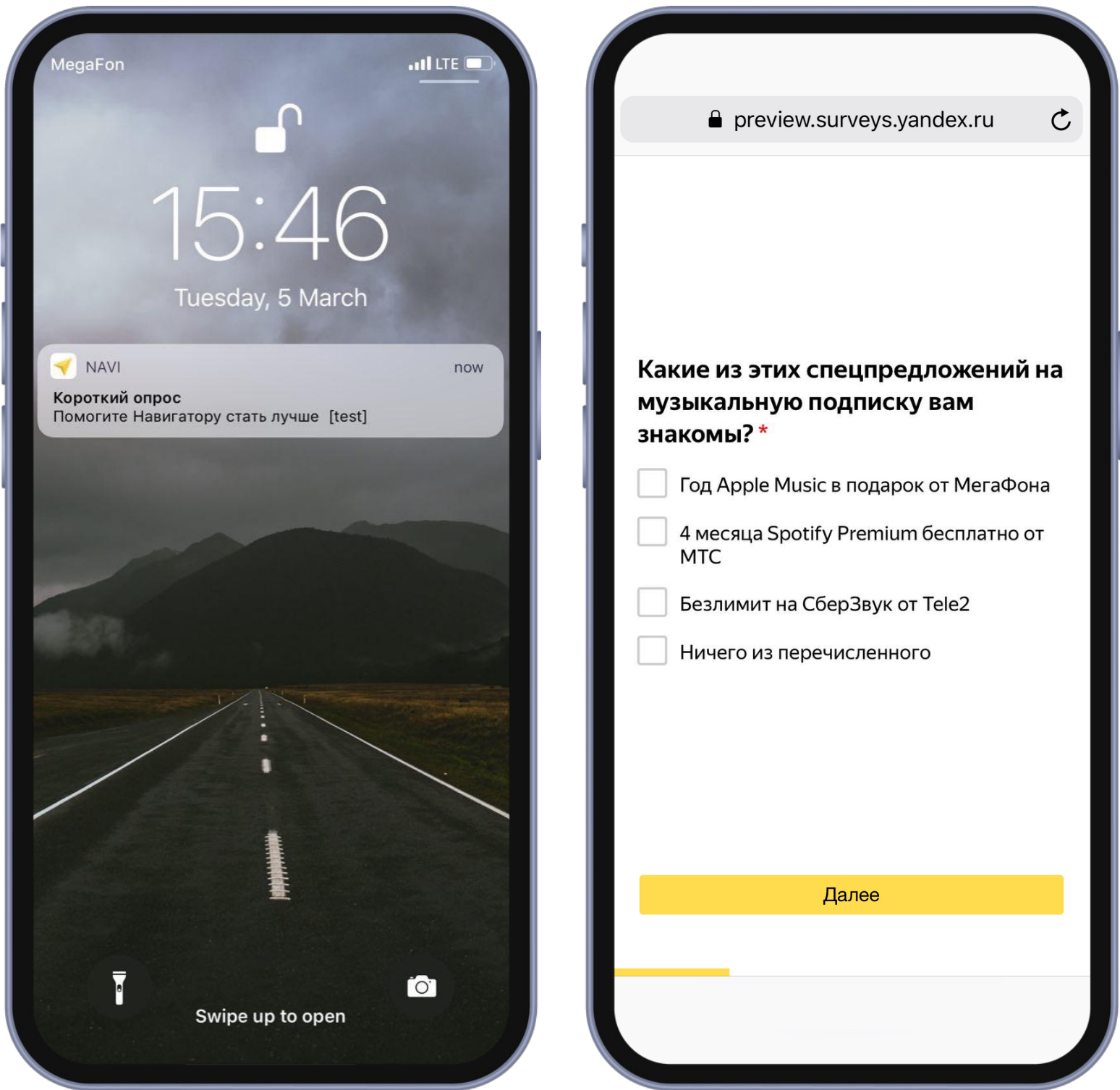
★ **Возможности**

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

📍 **География рекламной кампании**  
Москва и/или Санкт-Петербург

**i** Чтобы провести исследование, обратитесь к менеджеру Яндекса.  
Доступно при запуске от 2,5 млн руб. на 30 дней для формата Баннер в Геосервисах

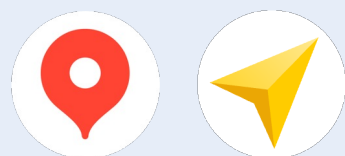
Яндекс Карты в этом случае включают сервисы Яндекса: Карты, Навигатор, Метро



## Методология и пример расчёта Brand Lift

01	02	03
<b>Ответы тестовой группы</b> Определяем, какой процент пользователей выбрал ваш бренд после просмотра геомедийной рекламы	<b>Ответы контрольной группы</b> Аналогично определяем среди тех, кто не видел геомедийную рекламу	<b>Brand Lift</b> Оцениваем величину прироста за счёт геомедийной рекламы
30% из тестовой группы выбрали ваш бренд	20% из контрольной группы выбрали ваш бренд	$\frac{30\% \text{ тестовой группы}}{20\% \text{ контрольной группы}} - 1 = +50\%$





Аналитика

# 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 Геосервисах

\* Conversion Rate

Пиксель MMP

### MMP beta-test

Активна

Полный

#### Сводка и выполнение плана за период

се время активности

Сегодня

Неделя

Месяц

8 — 15 сент.

Показы

279,95 %

97 373

Кол-во конверсий

77,63 %

27

CPM ?

100 %

220,00 ₽

Стоимость конверсии

7 934,1 %

793,41 ₽

5

**Кейсы**



## Контекст

Точка — банк для предпринимателей и предприятий. В рамках рекламной кампании «Меняйся и меняй» банк искал рекламный формат, подходящий для знакомства аудитории с новым героем рекламной кампании — утконосом

## Задача

Привлечь новых пользователей, повысить узнаваемость бренда и запоминаемость рекламы

## Решение

Запустили комплекс геомедийных форматов: Промообъект в виде героя в Навигаторе, Премиум-баннер и Премиум-билборды на сегмент предпринимателей по всей России.

Рассказали релевантной аудитории Навигатора о преимуществах предложения Точки и об акции по бесплатному обслуживанию определённой категории счетов при их открытии до 30 апреля

[Подробнее](#)

# Комплексная геомедийная кампания помогла повысить интерес к бренду и привлечь новую аудиторию

Банку удалось охватить релевантную аудиторию Навигатора, достигнуть цели по суммарному прогнозируемому охвату и перевыполнить цель по кликам на 83%

Brand Lift

**+182%**

баннер\*

**+267%**

сторис\*

**+75%**

запоминаемость  
бренда\*

Search Lift

**+88%**

брендовые  
поисковые  
запросы\*

Visit Lift

**+64%**

визиты\*

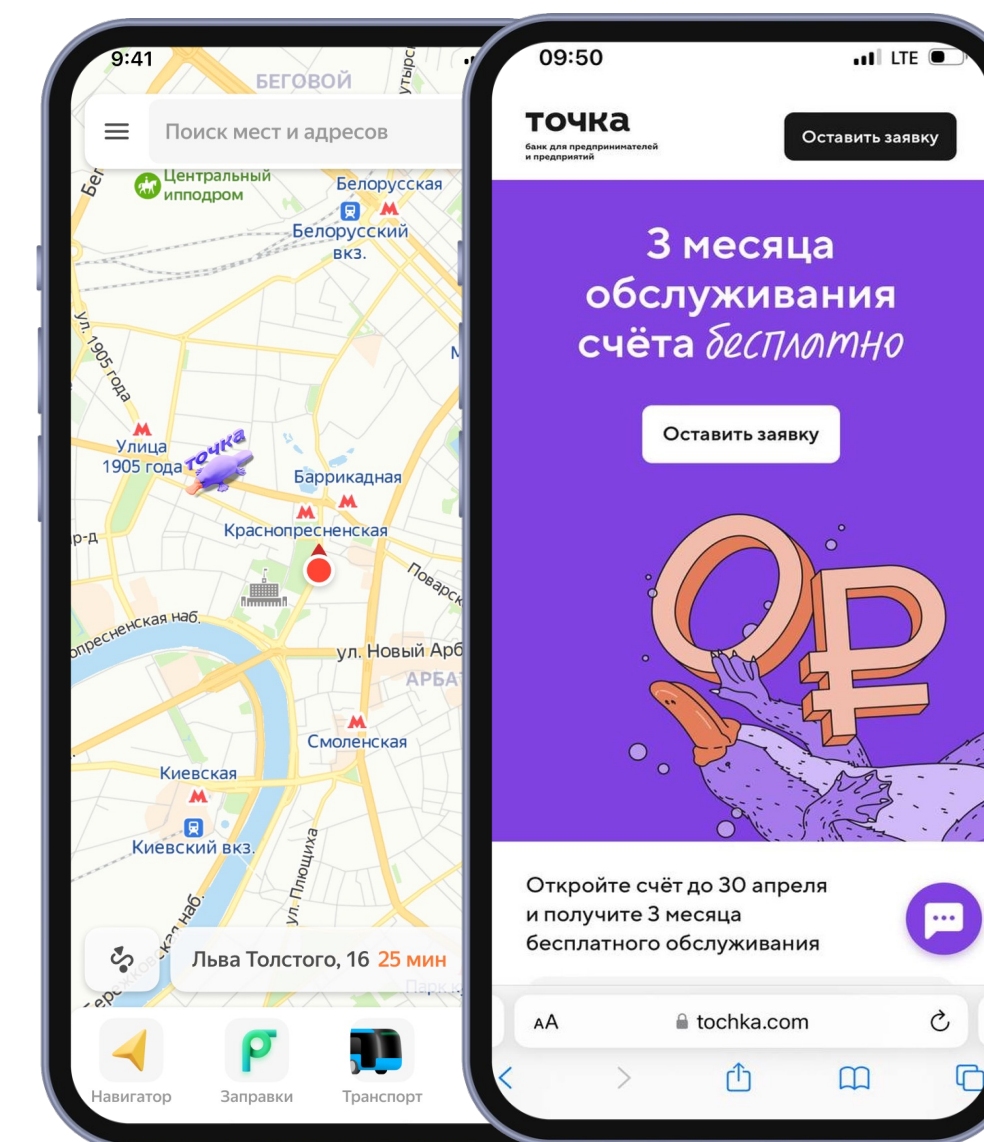
Target Lift

**+45%**

заявки\*

**в 3,5 раза**

CTR Промообъекта  
в Навигаторе выше  
ожидаемых значений  
и среднего бенчмарка  
по формату



\* По сравнению с теми, кто не видел геомедийную рекламу

## Клиент

«ПрезиДЕНТ» — сеть многопрофильных стоматологических клиник в Москве

## Задача

Повысить узнаваемость бренда и привлечь новых клиентов в клиники

## Решение

Вместе с агентством ArrowMedia запустили Билборды в Геосервисах, чтобы рассказать об услугах клиники.

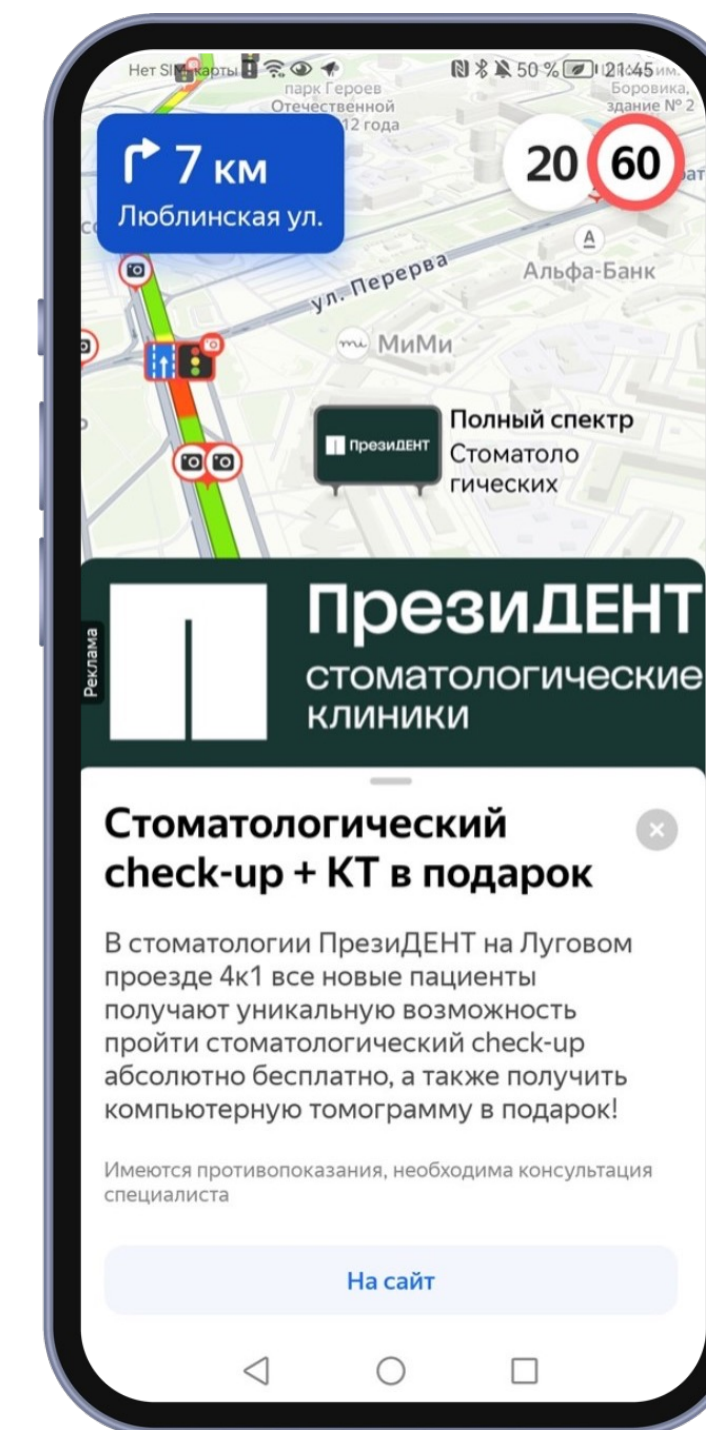
Настроили полигоны вблизи рекламируемых 32 клиник, чтобы подсветить их расположение.

Рекламу показывали пользователям старше 18 лет с интересами к красоте и здоровью, семье и детям, бизнесу

# Как реклама в Картах и Навигаторе помогла СНИЗИТЬ СТОИМОСТЬ ЦЕЛЕВОГО ДЕЙСТВИЯ

Благодаря рекламе в Картах и Навигаторе интерес к бренду вырос. Пользователи, которые контактировали с рекламой, искали стоматологию в поиске Яндекса 1,9 тыс. раз и проводили на сайте на 10% больше времени

на 39%  
ниже CPA



**+113%**  
поисковые  
запросы о бренде\*

**+154%**  
поисковые запросы  
в Геосервисах\*

**+116%**  
визиты на сайт\*

**+48%**  
достижения цели  
«Форма и звонок»\*

\* По сравнению с теми, кто не видел геомедийную рекламу



## Клиент

Spirit Fitness — сеть фитнес-клубов в Москве и Московской области

## Задачи

Повысить знание о бренде и увеличить количество продаж

## Решение

Для продвижения целевых фитнес-клубов запустили Баннер в Метро с предложением скидки на пробный абонемент и новым типом оплаты за месяц. Рекламу показывали тем, кто находится вблизи выбранных станций метро

# Как Баннер в Метро помог сети фитнес-клубов увеличить количество новых клиентов

Заметные баннеры с акцией и таргетинг по геолокации обеспечили рост поисковых запросов о бренде и визитов на сайт с конверсией

**+12%**

визиты на сайт\*

**+30%**

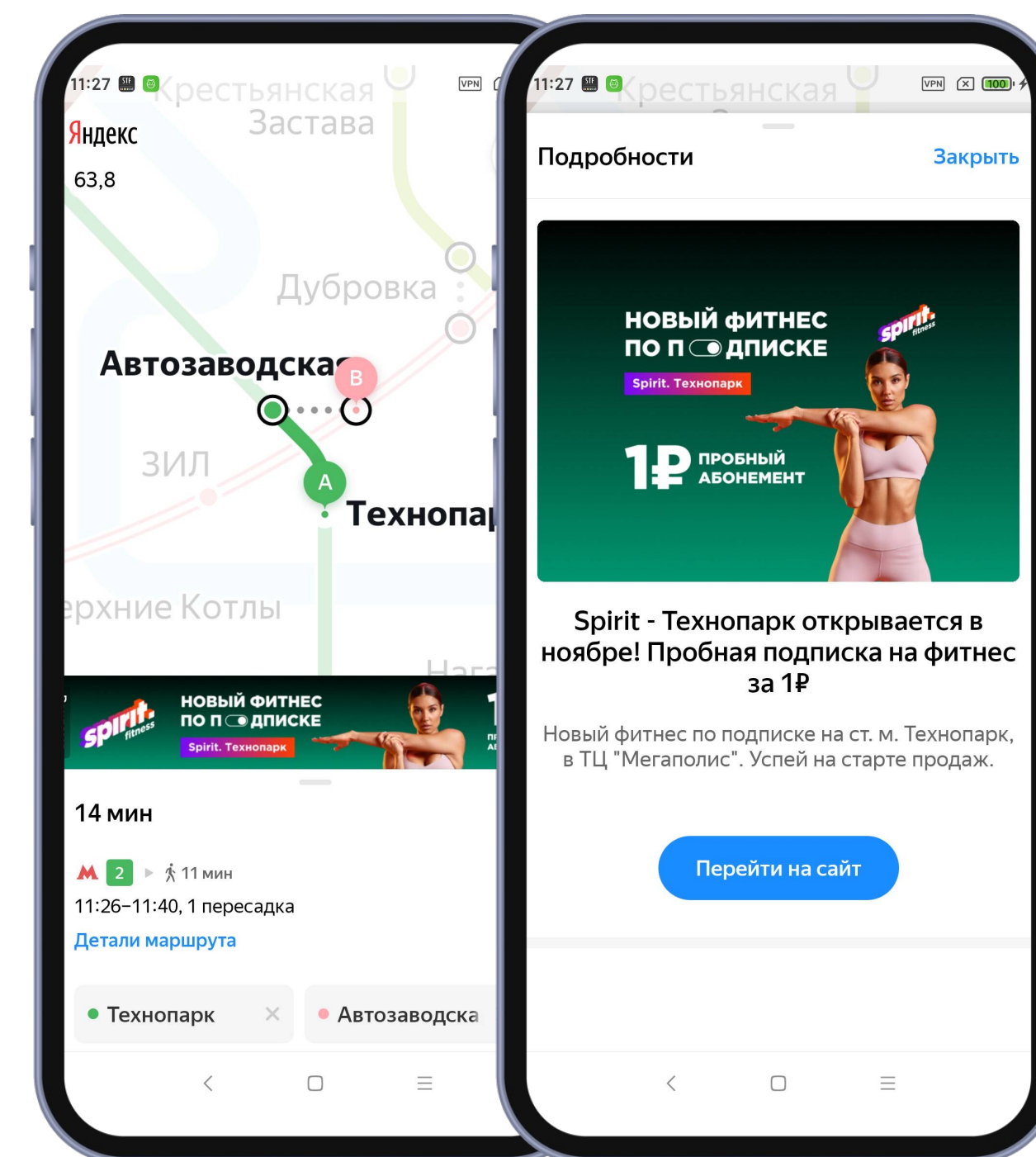
продажи на сайте\*

**+21%**

запросы о бренде  
в поиске Яндекс\*

**+15%**

запросы о бренде  
в поиске Карт\*



\* По сравнению с теми, кто не контактировал с рекламой

## Клиент

Центр дизайна и интерьера Expostroy — специализированный торговый комплекс в Москве, где представлен широкий выбор отделочных материалов и товаров для ремонта

## Задачи

1. Анонсировать акции, мероприятия, события и значимые проекты
2. Повысить доходимость потенциальных клиентов до торгового центра

## Решение

Запустили Баннер, Пины и Премиум-билборды в Геосервисах на жителей близлежащих к Expostroy районов Москвы и районов, где расположены основные конкуренты.

Рекламу показывали мужчинам и женщинам старше 25 лет с высоким доходом и интересом к строительству, обустройству и ремонту, бизнесу, недвижимости

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

# Как Реклама в Картах помогла ритейлеру увеличить количество доездов в офлайн-точку

По результатам кампании пользователи, которые видели рекламу, чаще строили маршруты и доезжали до торгового центра Expostroy

### +50%

доезды в торговый центр,  
по данным Action Lift



### +38%

построение  
маршрутов,  
по данным  
Action Lift

### +36%

открытие  
карточек,  
по данным  
Action Lift

## Места для показа на карте





## Клиент

Медицинский центр косметологии и красоты  
«Я люблю» в Одинцовском районе  
Московской области

## Задача

Привлечь на сайт новую заинтересованную  
аудиторию

## Решение

Использовали два формата геомедийной  
рекламы:

- Баннер в Геосервисах
- Пины в Геосервисах

Рекламу показывали женщинам  
от 18 до 54 лет с высоким доходом  
и интересом к красоте и здоровью, одежде,  
обуви и аксессуарам

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

# Как увеличить количество записей в медицинский центр и интерес к бренду с помощью Рекламы в Картах

**+51%**

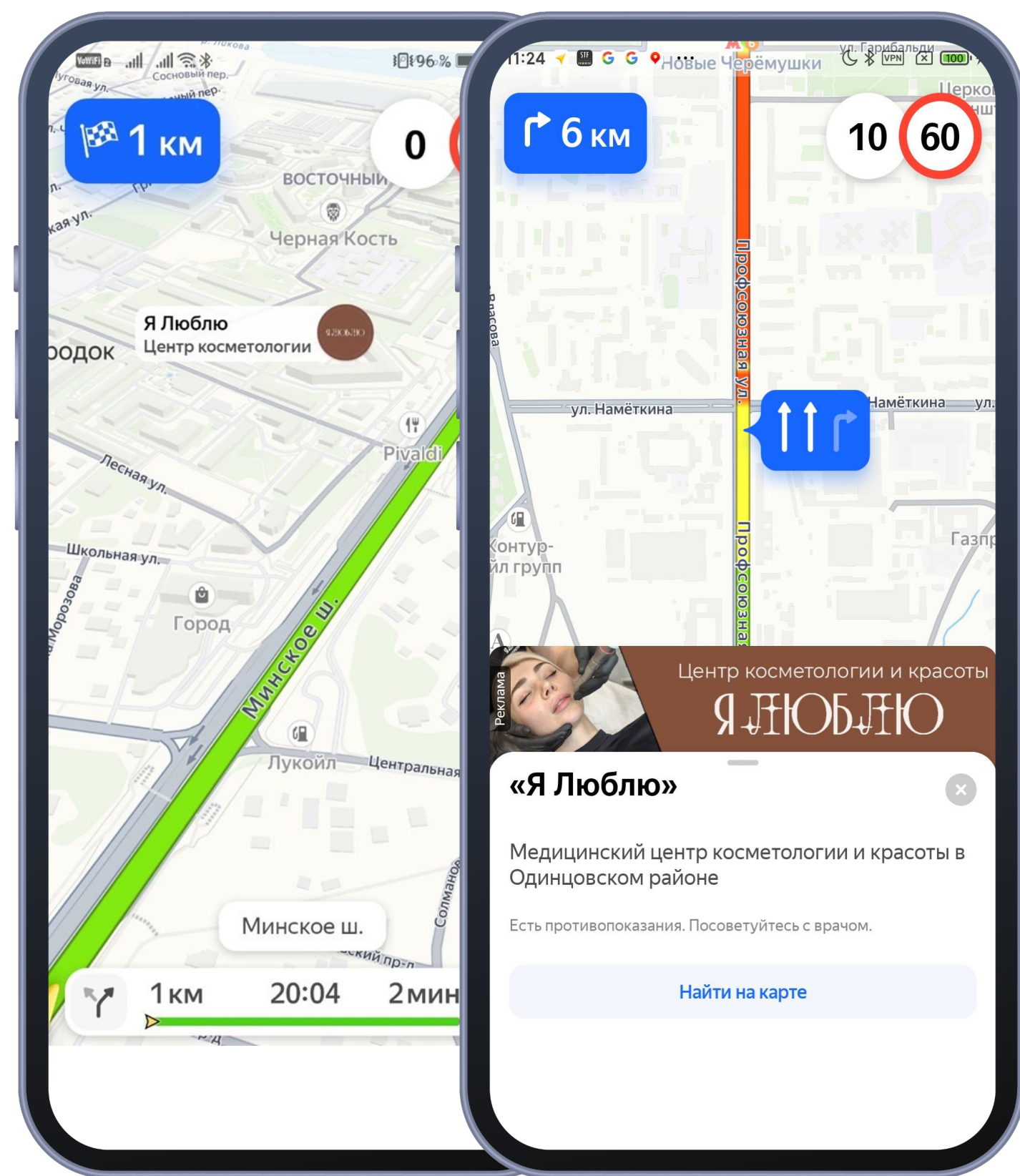
визиты на сайт

**+10%**

post-view запросы  
в поиске Яндекса

**+68%**

количество записей



## Контекст

Exposcar — федеральная сеть автосалонов, официальный дилер Chery, EXEED, GAC, Changan, Jaecoo, OMODA и Skywell

## Задача

Увеличить трафик в дилерские центры

## Решение

Подключили Рекомендацию маршрута в мобильных приложениях

# Как Рекомендация маршрута увеличила посещаемость дилерских центров

Рекомендация маршрута в мобильных приложениях помогла привлечь внимание пользователей Навигатора, побудить их построить маршрут и заехать в дилерский центр

# +26%

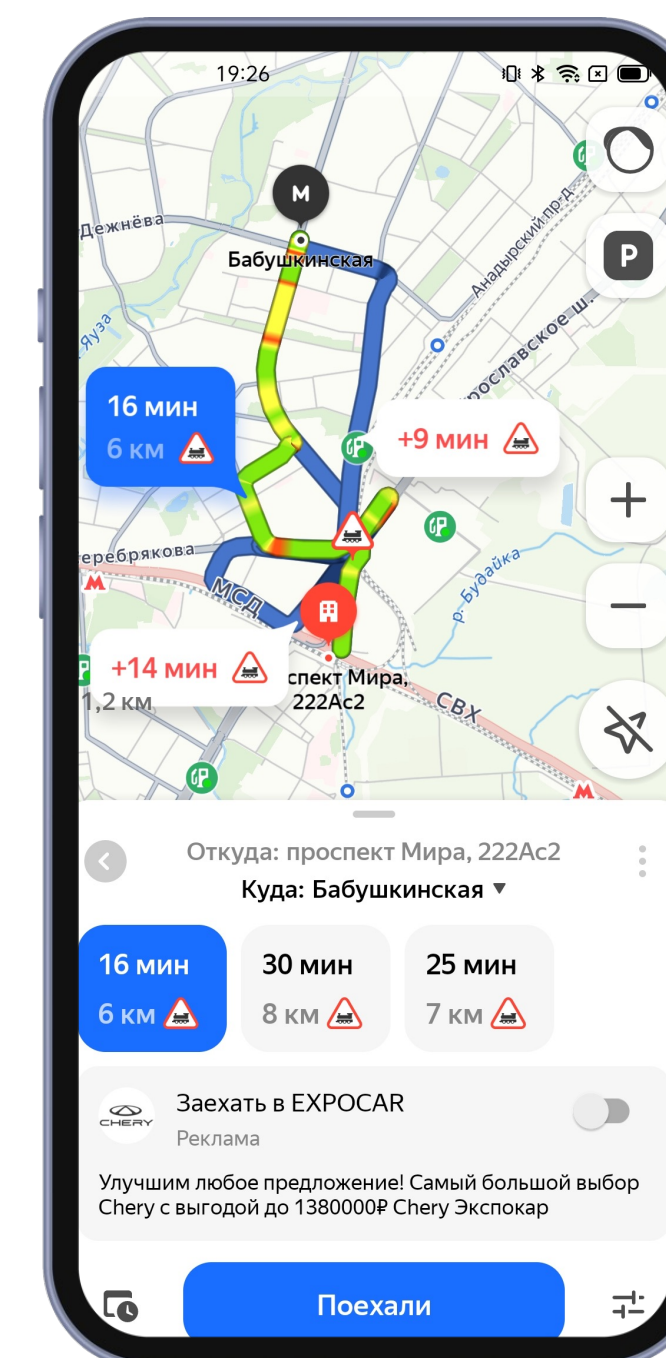
доездов

# +27%

открытие  
карточки

# + 22%

построение  
маршрута



Рекомендация маршрута в Геосервисах показывается в виде дополнительного переключателя на панели выбора вариантов маршрута.

Навигатор предлагает только те офлайн-точки, заезд в которые не сильно повлияет на время в пути



## Клиент

«Гранд» — сеть мебельных торговых комплексов, ориентированных на премиум-сегменты

## Задачи

1. Рассказать аудитории об акциях и скидках
2. Привлечь покупателей в торговый комплекс

## Решение

Чтобы выделить филиалы в Картах и мотивировать посетить их, запустили геомедийную рекламу.

Использовали следующие форматы:

- Баннер в Геосервисах
- Пины в Геосервисах
- Баннер в Яндекс Метро
- Рекомендация маршрута в Геосервисах

Рекламу показывали жителям Москвы и области в возрасте от 25 до 54 лет с доходом выше среднего и интересом к строительству, обустройству и ремонту

# Как мебельный ритейлер увеличил количество доездов в торговый комплекс с помощью геомедийной рекламы

По результатам кампании пользователи, которые видели рекламу, стали чаще строить маршруты и посещать торговый комплекс «Гранд»

### 2,1 млн

охват

### +8%

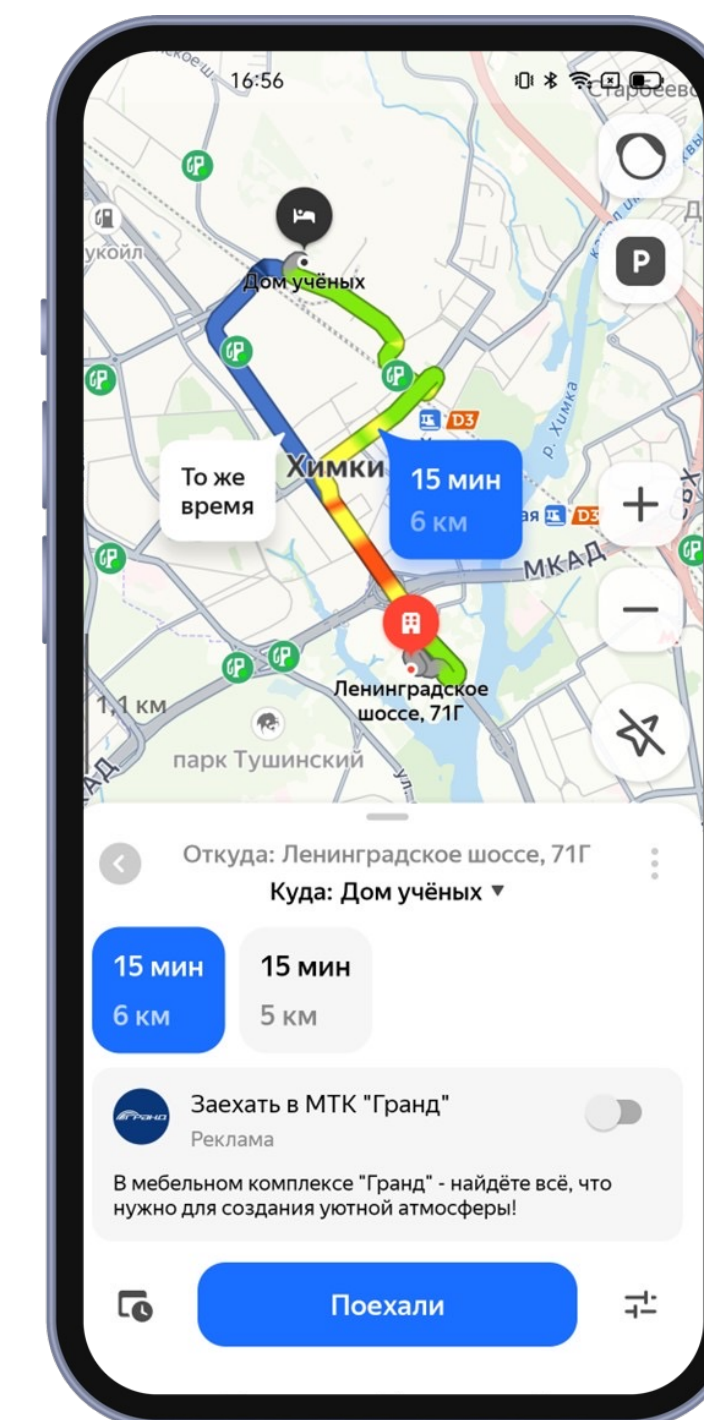
открытие карточки

### +9%

построение маршрута

### +13%

доезды



## Клиент

«Всё для крохи» — магазин детских товаров

## Задача

Рассказать аудитории о широком ассортименте и привлечь её в офлайн-магазины

## Решение

Запустили Баннер в Геосервисах на жителей Москвы. В креативах предлагали заехать в магазины

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

# Как магазин детских товаров увеличил количество покупок с помощью Баннера в Геосервисах

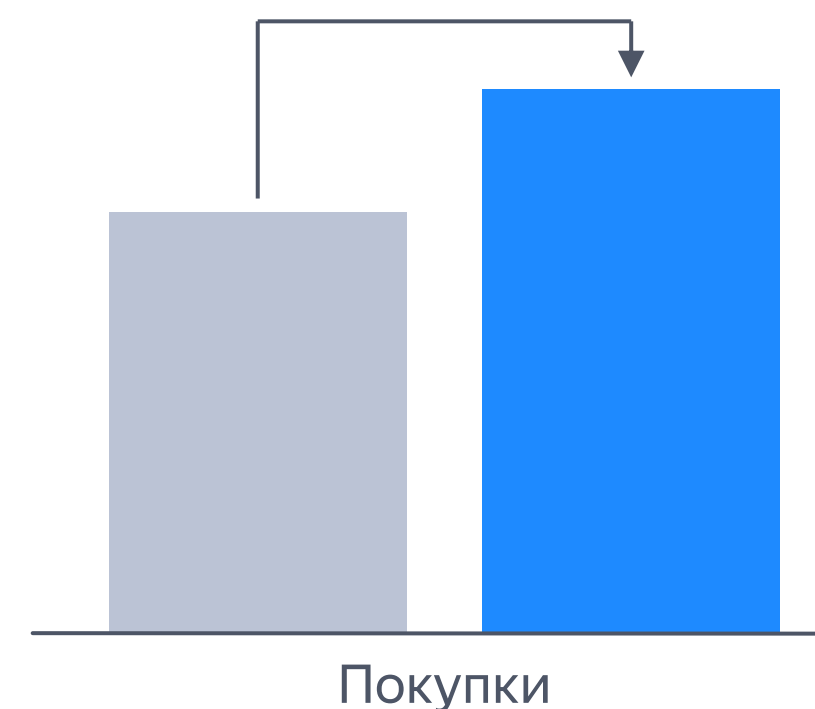
Реклама в Яндекс Картах помогла увеличить количество покупок в розничных точках среди тех, кто контактировал с баннером

# 6%

от общего дохода по всем рекламным источникам принесла геомедийная реклама

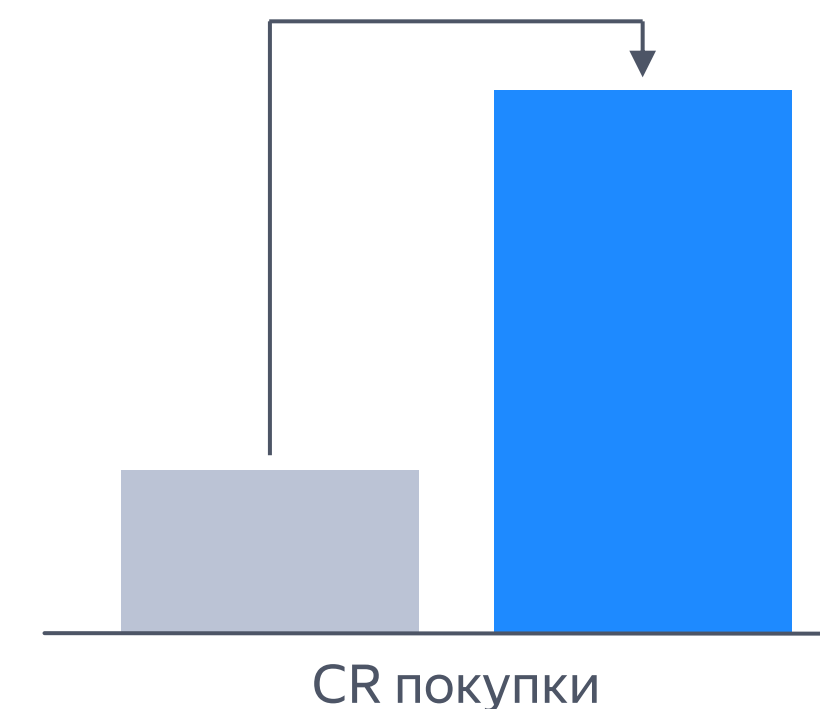


▲ 21,7%



Покупки

▲ 69,5%



CR покупки

 всё для крохи

Большой магазин детских колясок





6

# Коммерческое предложение

# Прайс

Форматы	Модель закупки	Розница* 2025 год	Сезонный коэффициент		
Баннер в Геосервисах	CPM	230 ₽	Пониженный 0,7–0,8	Базовый 1	Повышенный 1,3
Баннер в Яндекс Метро	CPM	300 ₽			
Билборды в Геосервисах	CPM	60 ₽	Январь 0,7	Март	Сентябрь
Пины в Геосервисах	CPM	80 ₽	Февраль 0,8	Апрель	Октябрь
Рекомендация маршрута в Геосервисах	CPA	120 ₽		Май	Ноябрь
Премиум-билборды в Геосервисах	CPM	195 ₽		Июнь	Декабрь
Премиум-баннер в Геосервисах	CPM	300 ₽		Июль	
Брендирование Маршрута	CPR	2,6 ₽		Август	

\* 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](mailto:geo-adv@support.yandex.ru)