

Возможности геомедийной рекламы

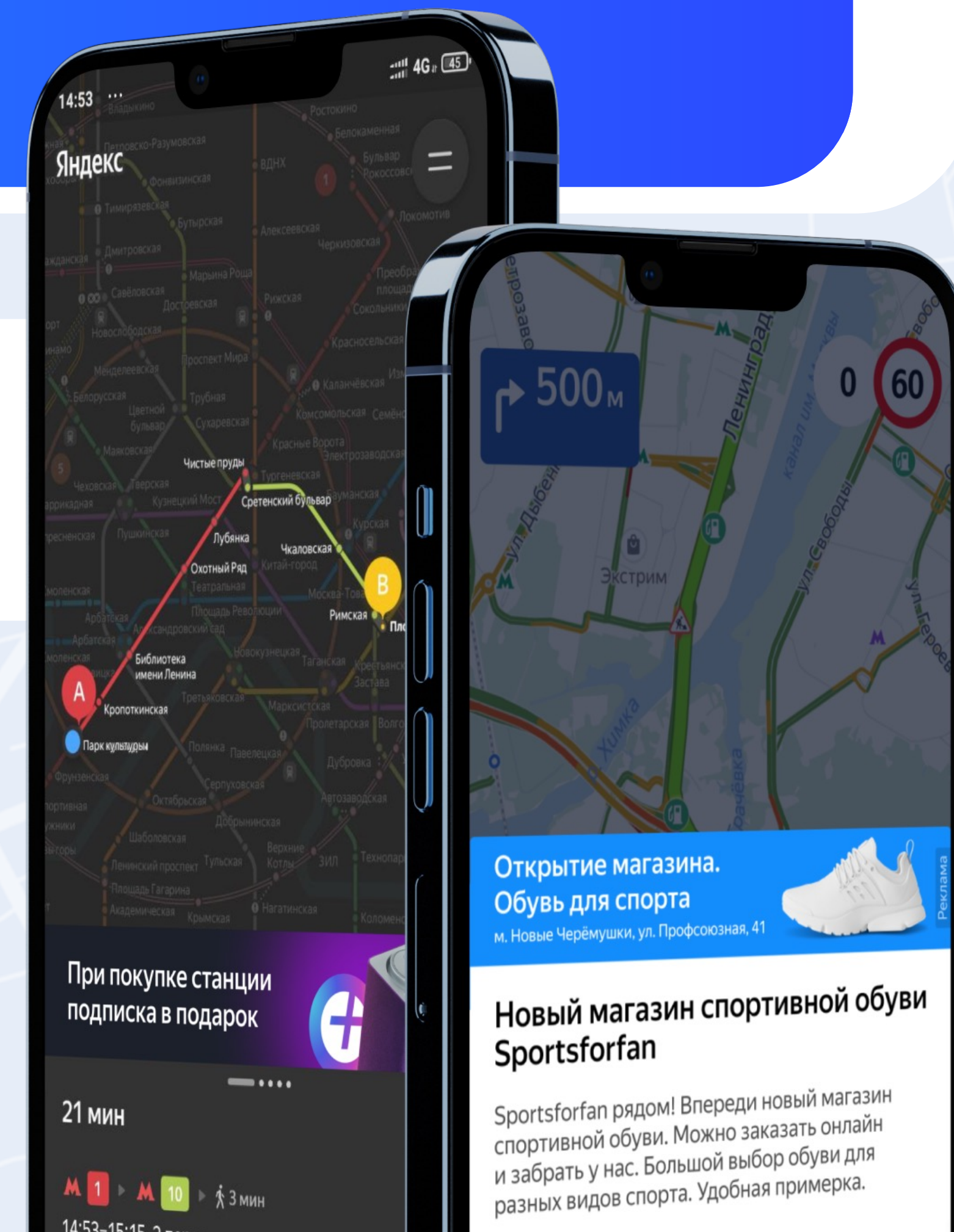


97%

опрошенных онлайн-пользователей
использовали геосервисы
за последний месяц

86%

из них пользуются
геосервисами Яндекс



Данные онлайн-опроса Ipsos «Геосервисы», март 2023 года.
В опросе участвовало 1 017 респондентов в возрасте старше 18 лет из городов
России с населением более 1 млн человек

Содержание

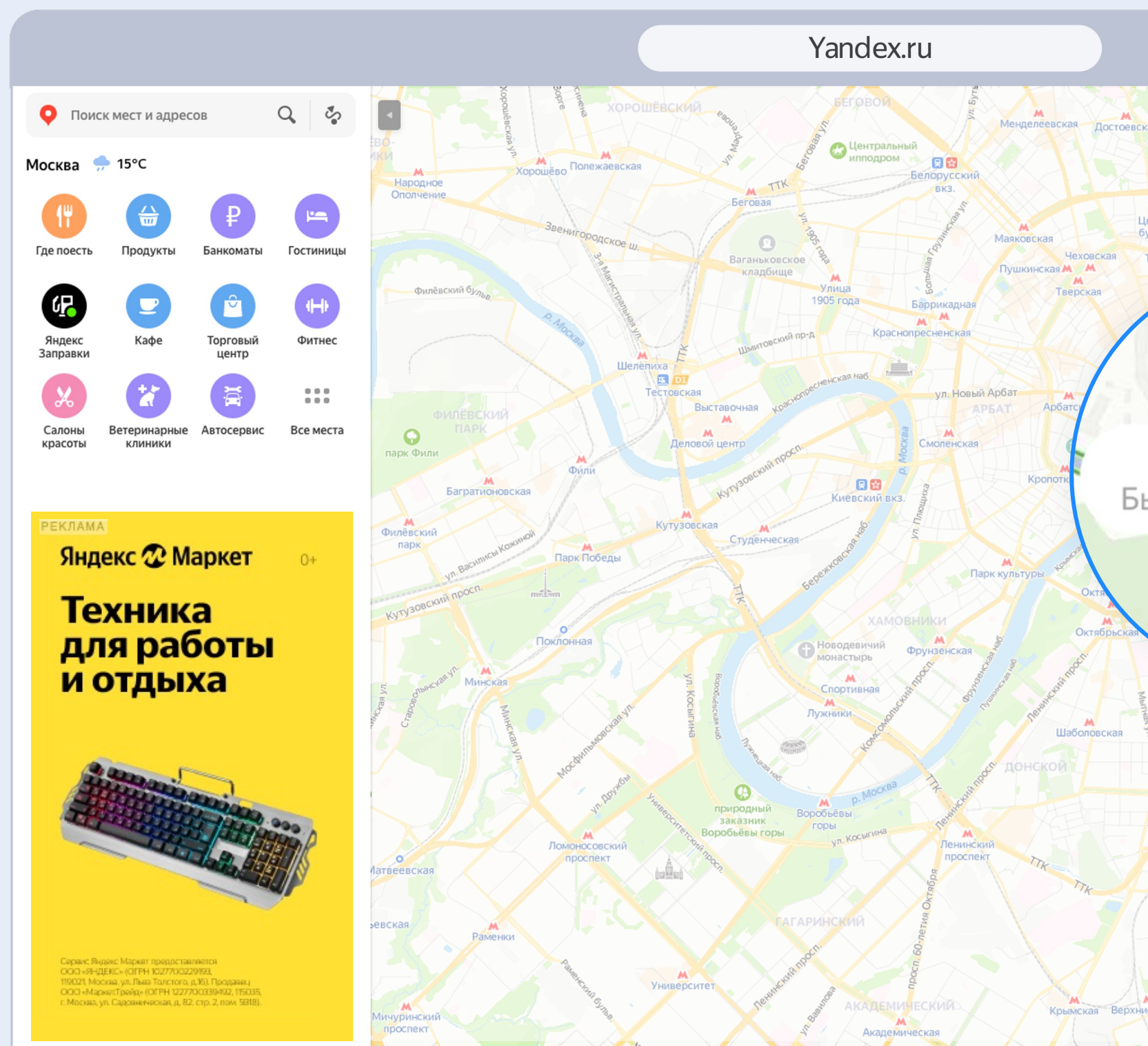
- 01 Продукт
- 02 Сценарии коммуникации
- 03 Форматы геомедийной рекламы
- 04 Аналитика
- 05 Кейсы
- 06 Коммерческое предложение

01

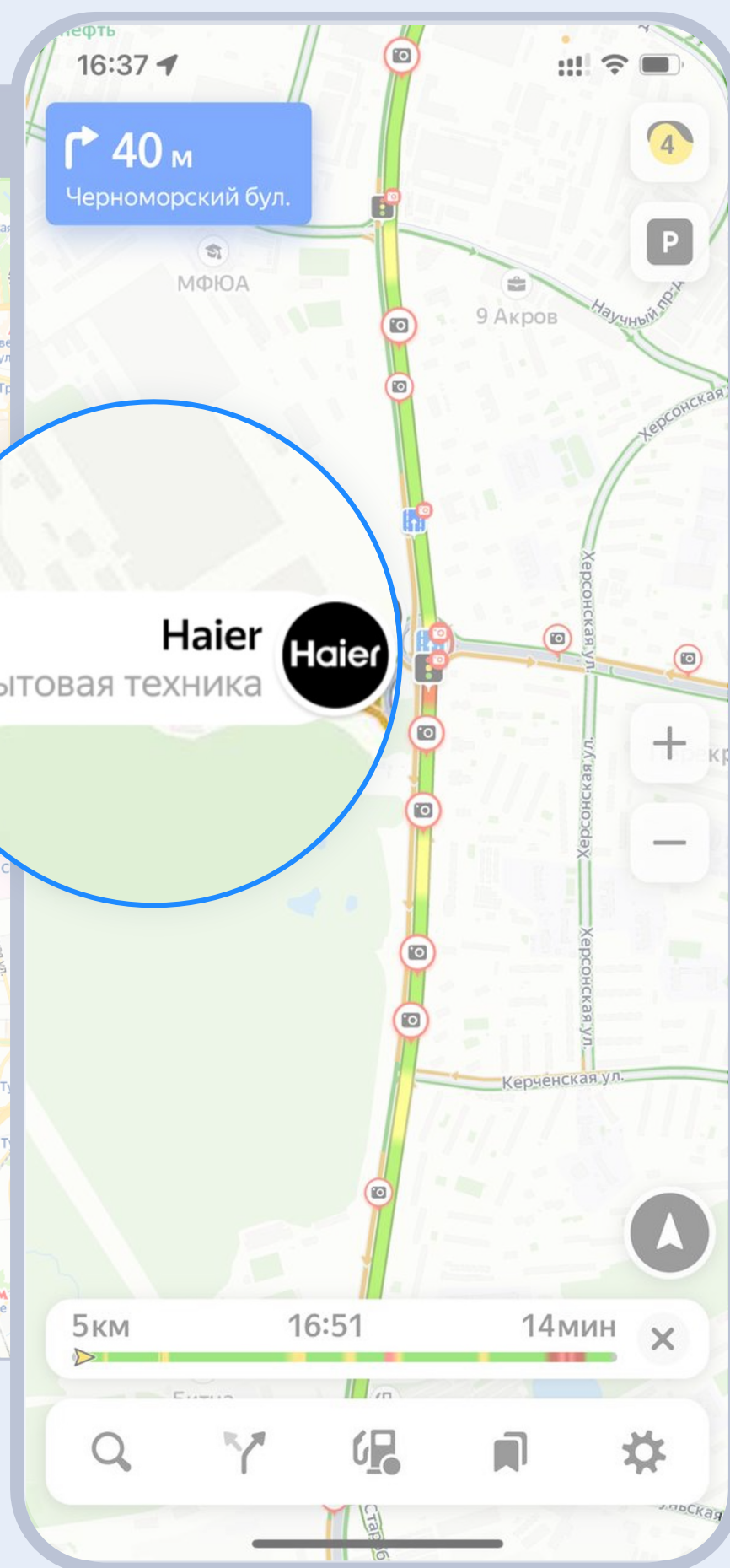
Продукт

Платформы геосервисов Яндекса

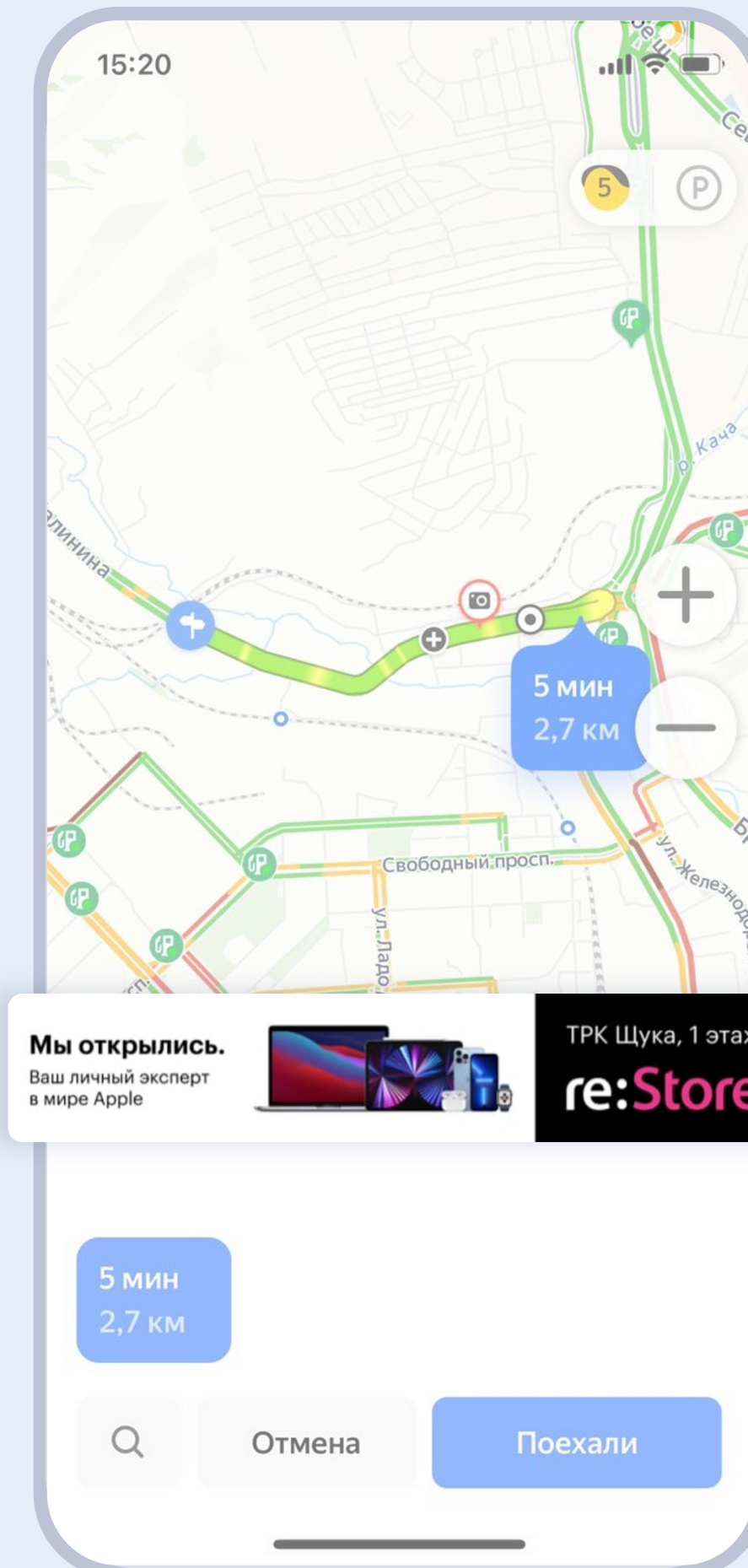
 **Карты** 24 млн



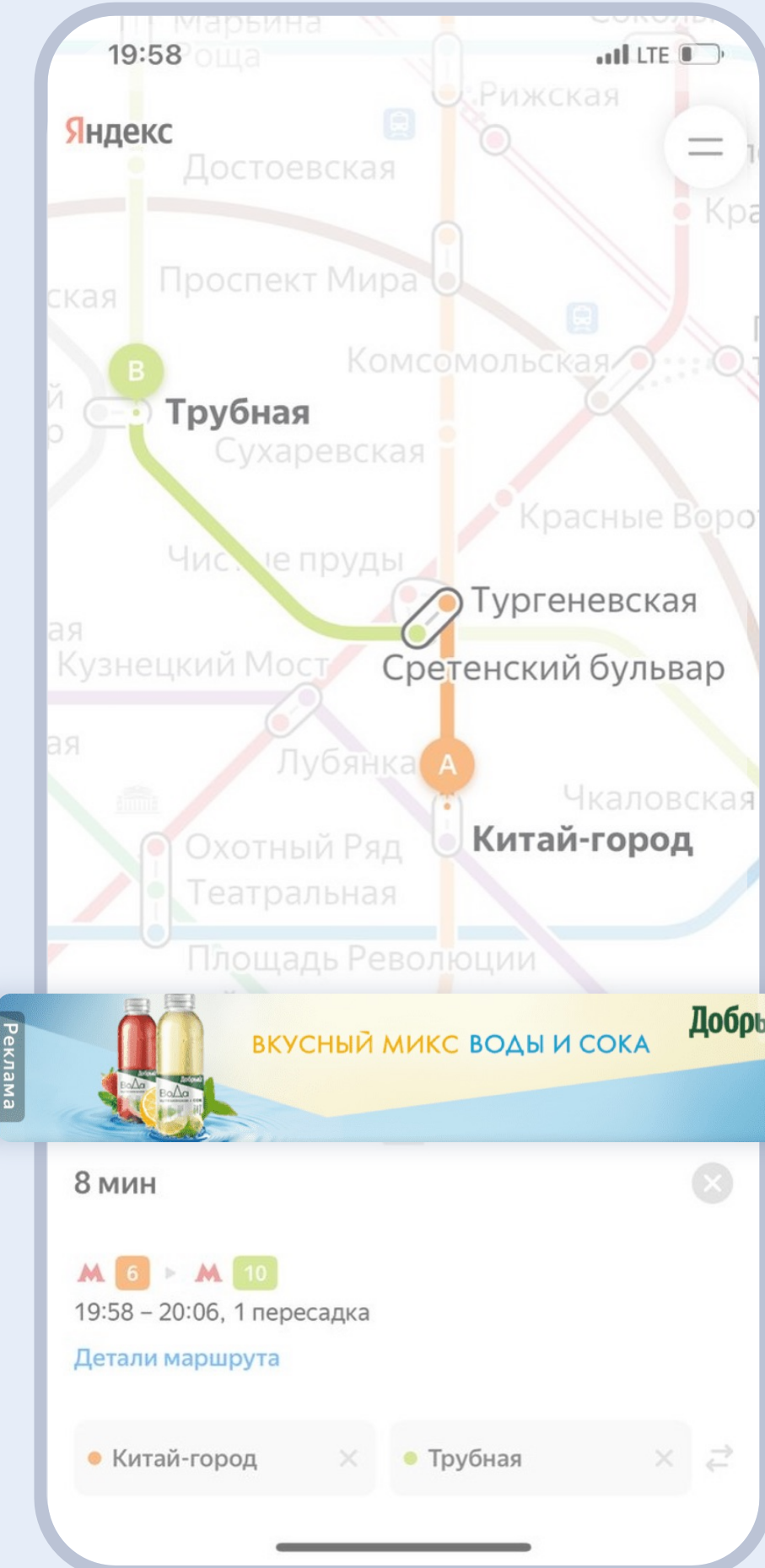
 **Карты** 38 млн



 **Навигатор** 27 млн



 **Метро** 5 млн



Аудитория Геосервисов

75%

платёжеспособных
пользователей



94%

используют программы
лояльности



Путешествуют раз в год и чаще

58%

по России

28%

за границу



Купили за последний месяц
различные товары

5,4

офлайн

4,6

онлайн



Ездят за рулём

75%

водят
автомобиль

94%

из них водят
личный
автомобиль¹



Среди пользователей геосервисов Яндекса (Карт, Навигатора, Метро). Данные онлайн-опроса Ipsos «Геосервисы», март 2023 года. В опросе участвовал 871 респондент в возрасте старше 18 лет из городов России с населением более 1 млн человек. ¹ Среди пользователей, которые отметили, что водят автомобиль, — 656 респондентов

Геосервисами пользуется Premier-аудитория

Это люди с премиум-доходом, которые ведут активный образ жизни, инвестируют, пользуются элитными сервисами и услугами

С помощью Крипты мы кластеризовали поведенческие признаки:

Активность в интернете

Предпочтения

Достаток

Уровень знания английского

Интересы

Другие характеристики

53%

доля
мужчин

41%

живут
в Москве

67%

в возрасте
25–44 лет

76%

пользуются
iOS

Покрытие приложением

 **32%**

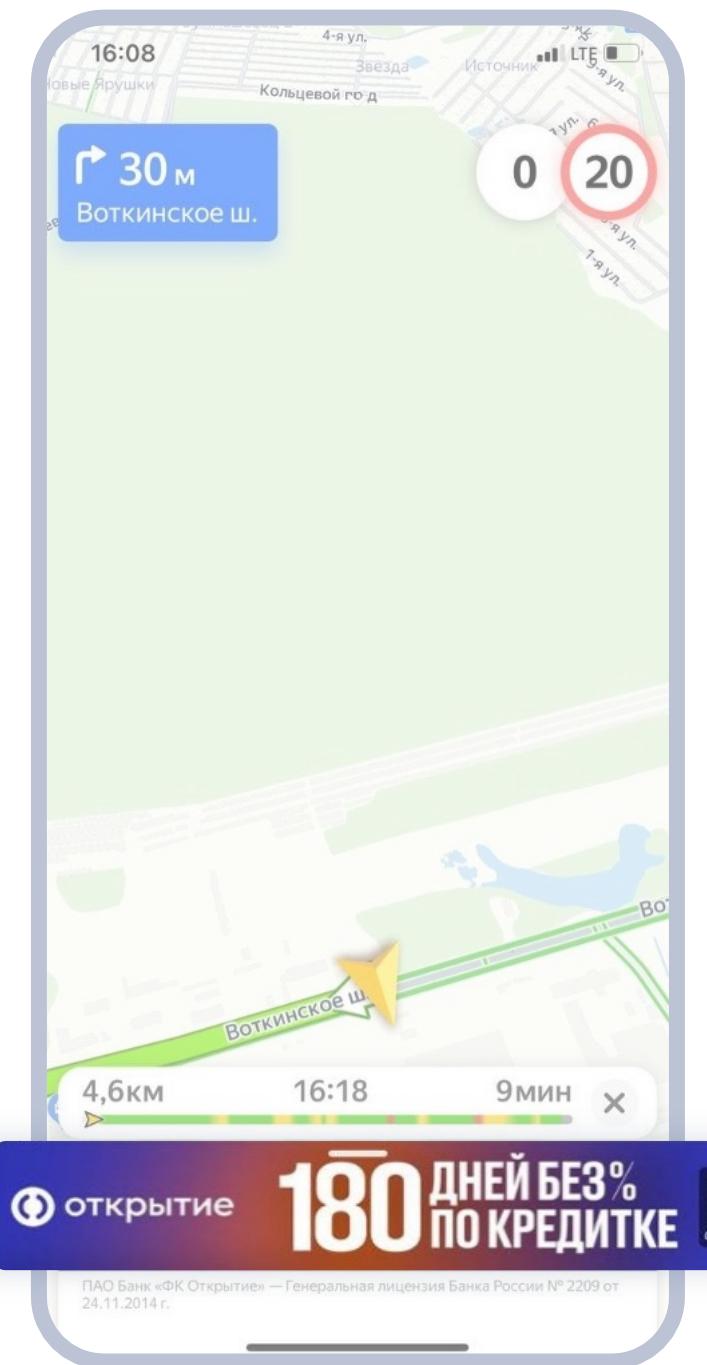
 **29%**



Низкая зарекламленность

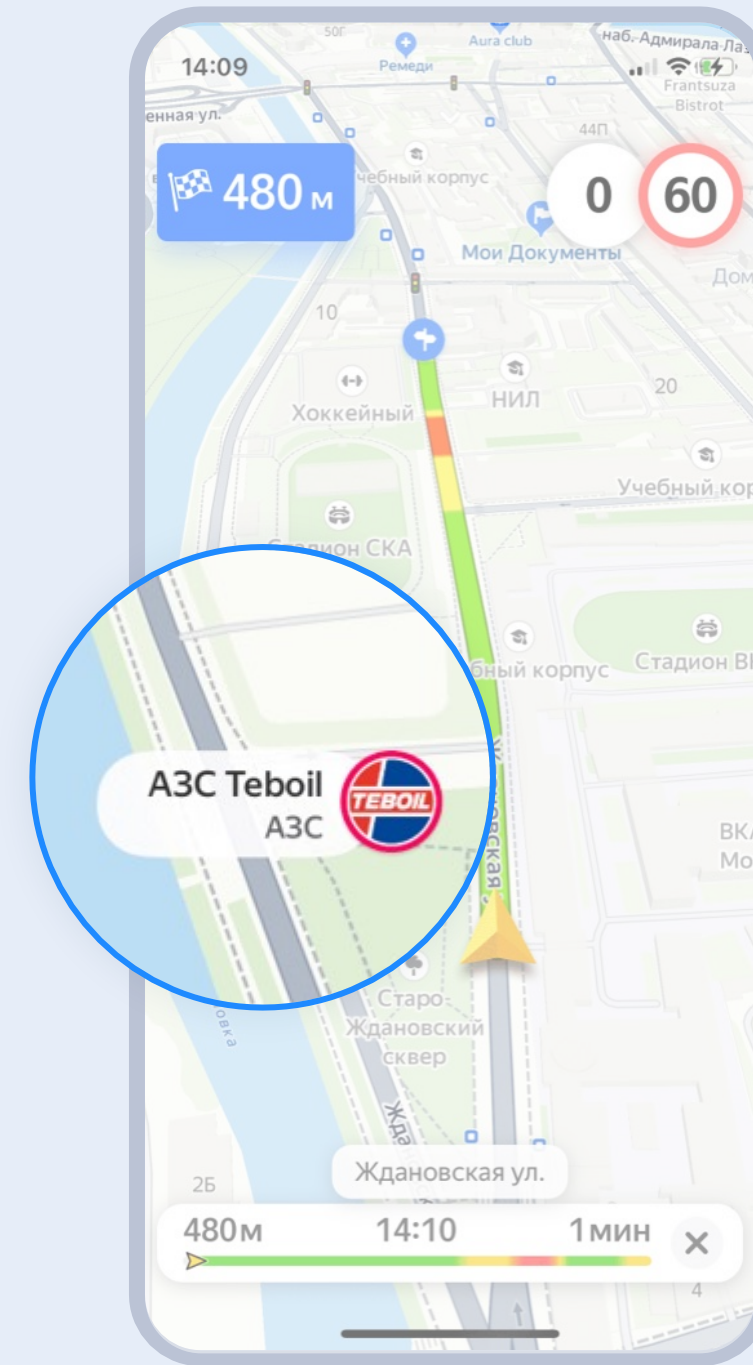
В среднем один пользователь в Москве и МО за день видит:

2 баннера
в Геосервисах

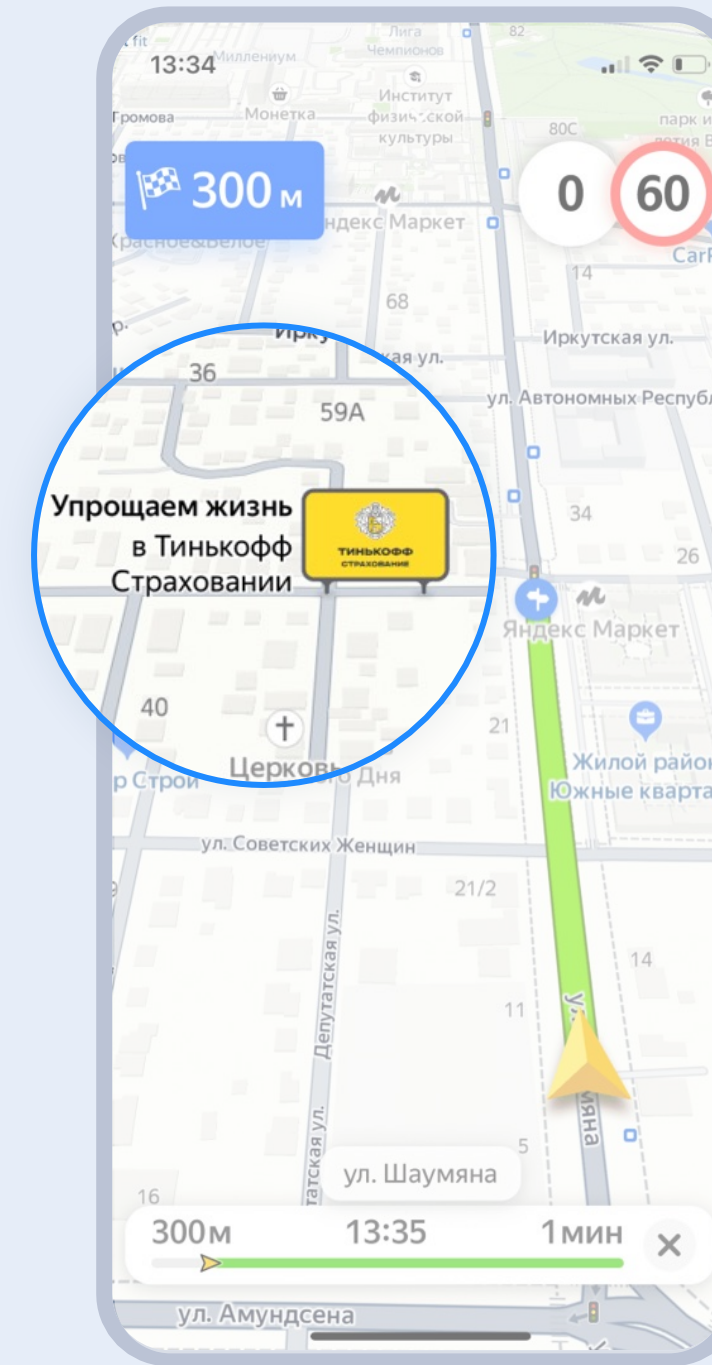


Наиболее заметный формат

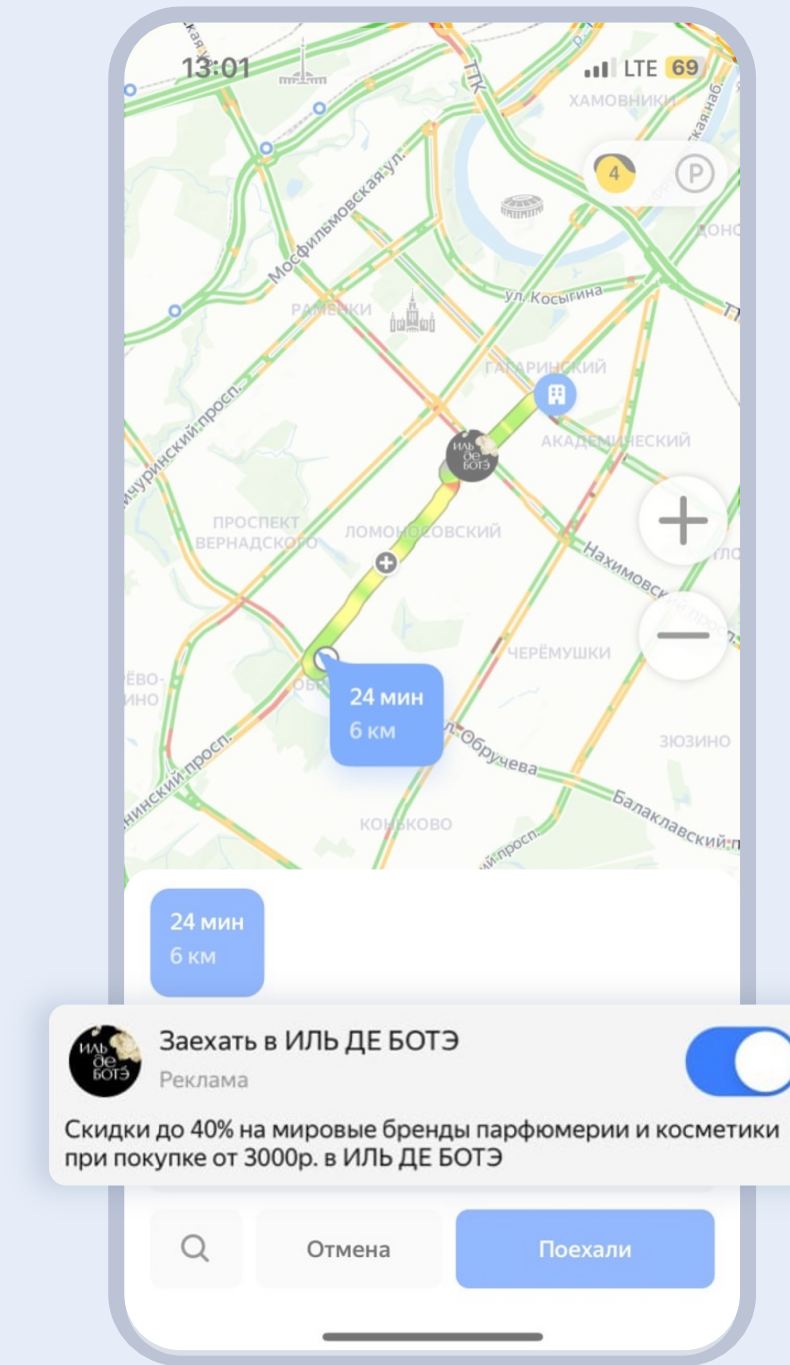
7 пинов
в Геосервисах



3 билборда
в Геосервисах



1 рекомендацию
маршрута в Навигаторе



02

Сценарии коммуникации

Сценарии коммуникации

Выбираем аудиторию для геомедийной рекламы

Построить знание



Социально-демографический

Для максимального охвата широкой аудитории.

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

Женщины 18–35 лет

Открытие кафе

м. Новые Черёмушки, ул. Профсоюзная, 41



Реклама

Построить знание



Аудиторные интересы

Для определённого сегмента аудитории на основе их интересов.

Позволяет настроить таргетинг по типам интересов: прямые и косвенные

Косвенные интересы: спорт, красота и здоровье

**Открытие кафе.
Новое фитнес меню**

м. Новые Черёмушки, ул. Профсоюзная, 41



Реклама

Охватить аудиторию



Геотаргетинг

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

Область на карте в зоне ближайших бизнес-центров

**Открытие кафе.
Бизнес ланч от 500 рублей**

м. Новые Черёмушки, ул. Профсоюзная, 41



Реклама

Геотаргетинг

Показ рекламного сообщения в зависимости от местоположения

Охватить аудиторию



Геотаргетинг

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

Область на карте в зоне ближайших бизнес-центров

Открытие кафе.
Бизнес ланч от 500 рублей
м. Новые Черёмушки, ул. Профсоюзная, 41



Реклама

На пользователя

Посещал определённые места

Строил маршрут в определённую область или из нее

Проезжает определённое место или находится в выбранной области

На офлайн-точку

Пользователь проезжает мимо или находится в радиусе торговой точки

Построил маршрут в область расположения объекта или из него



Возможности таргетинга

Интересы¹

- Строительство, обустройство и ремонт
- Жилая недвижимость
- Одежда, обувь и аксессуары

Соцдем²

- Доход
- Пол
- Возраст

Часы показа

- Показ рекламы только в выбранное время

Яндекс Аудитории¹

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

Кастомные сегменты¹

- Посещали сайты категории³ или ищут её в поиске Геосервисов⁴
- Строят маршруты до организаций (с необходимой частотой)³
- Посещают определённые места³

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

Варианты показа рекламных форматов

Геосервисы работают
на всех этапах пути
пользователя



Точки взаимодействия для онлайн-бизнеса

Онлайн

Старт маршрута



Охватываем внимание пользователей в момент построения маршрута

Рекламный формат

- Баннер в Геосервисах
- Премиум-баннер в Геосервисах



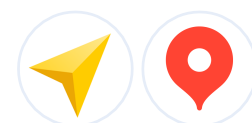
Светофор или остановка



Формируем касание с брендом при нулевой скорости во время движения

Рекламный формат

- Баннер в Геосервисах
- Премиум-баннер в Геосервисах



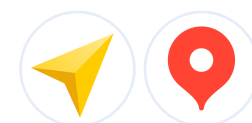
Область на карте



Пользователь считывает ваш бренд, проезжая точки конкурентов или находясь в выбранной территориальной зоне

Рекламный формат

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



Подземный маршрут



Для пассажиров подземного транспорта отдельно транслируется ваш креатив

Рекламный формат

- Баннер в Яндекс Метро



Точки взаимодействия для офлайн-бизнеса

Офлайн

Старт маршрута



Охватываем внимание пользователей в момент построения маршрута

Рекламный формат

- Баннер в Геосервисах
- Премиум-баннер в Геосервисах
- Рекомендация маршрута в Навигаторе



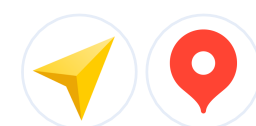
Светофор или остановка



Формируем касание с брендом при нулевой скорости во время движения

Рекламный формат

- Баннер в Геосервисах
- Премиум-баннер в Геосервисах



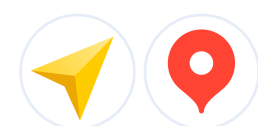
Область на карте



Пользователь считывает ваш бренд, проезжая точки конкурентов или находясь в выбранной территориальной зоне

Рекламный формат

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



Ваша точка продаж



Подсвечиваем автомобилисту, что сейчас он проезжает ваш магазин

Рекламный формат

- Пины в Геосервисах



Подземный маршрут



Для пассажиров подземного транспорта отдельно транслируется ваш креатив

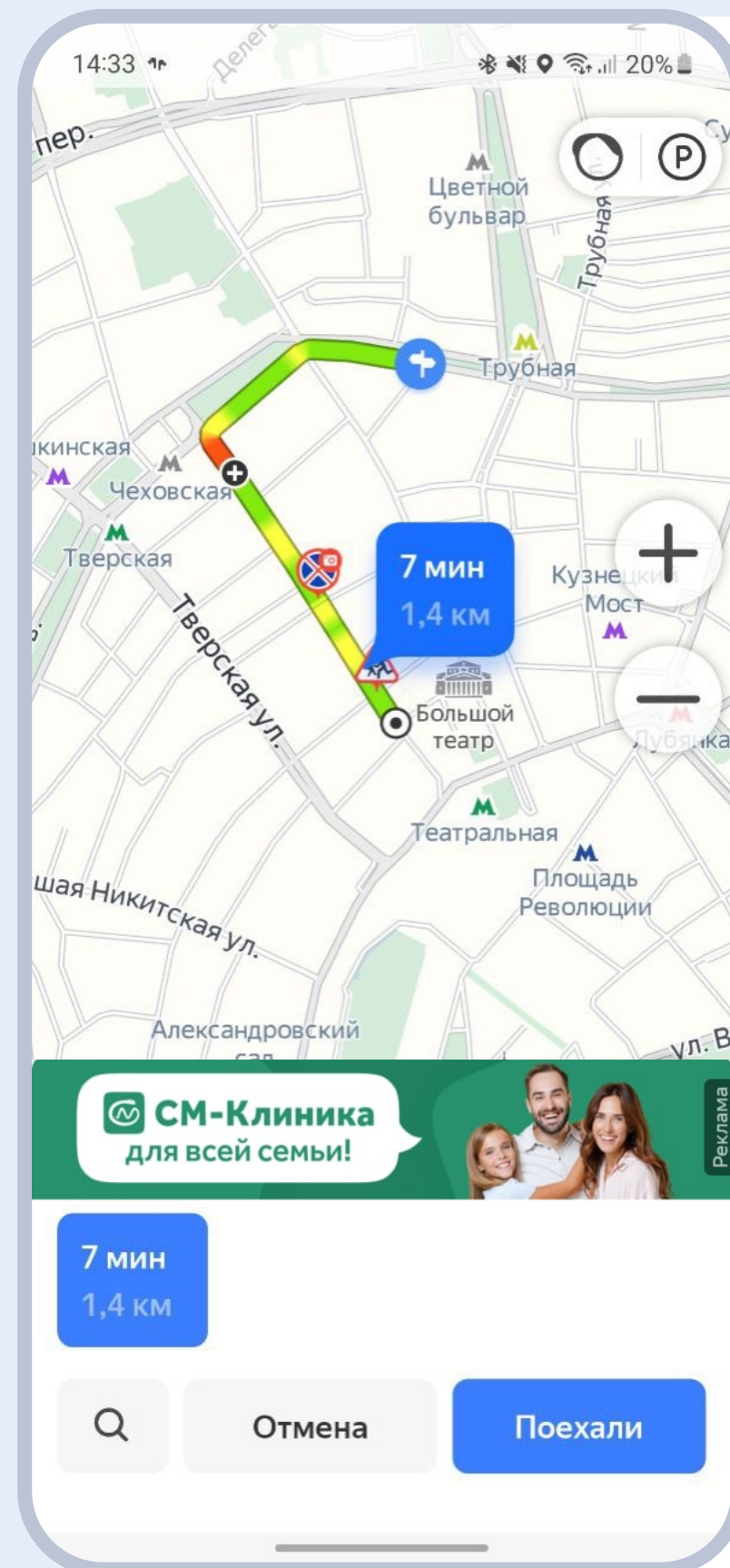
Рекламный формат

- Баннер в Яндекс Метро



Brandformance-подход в Геосервисах

Офлайн



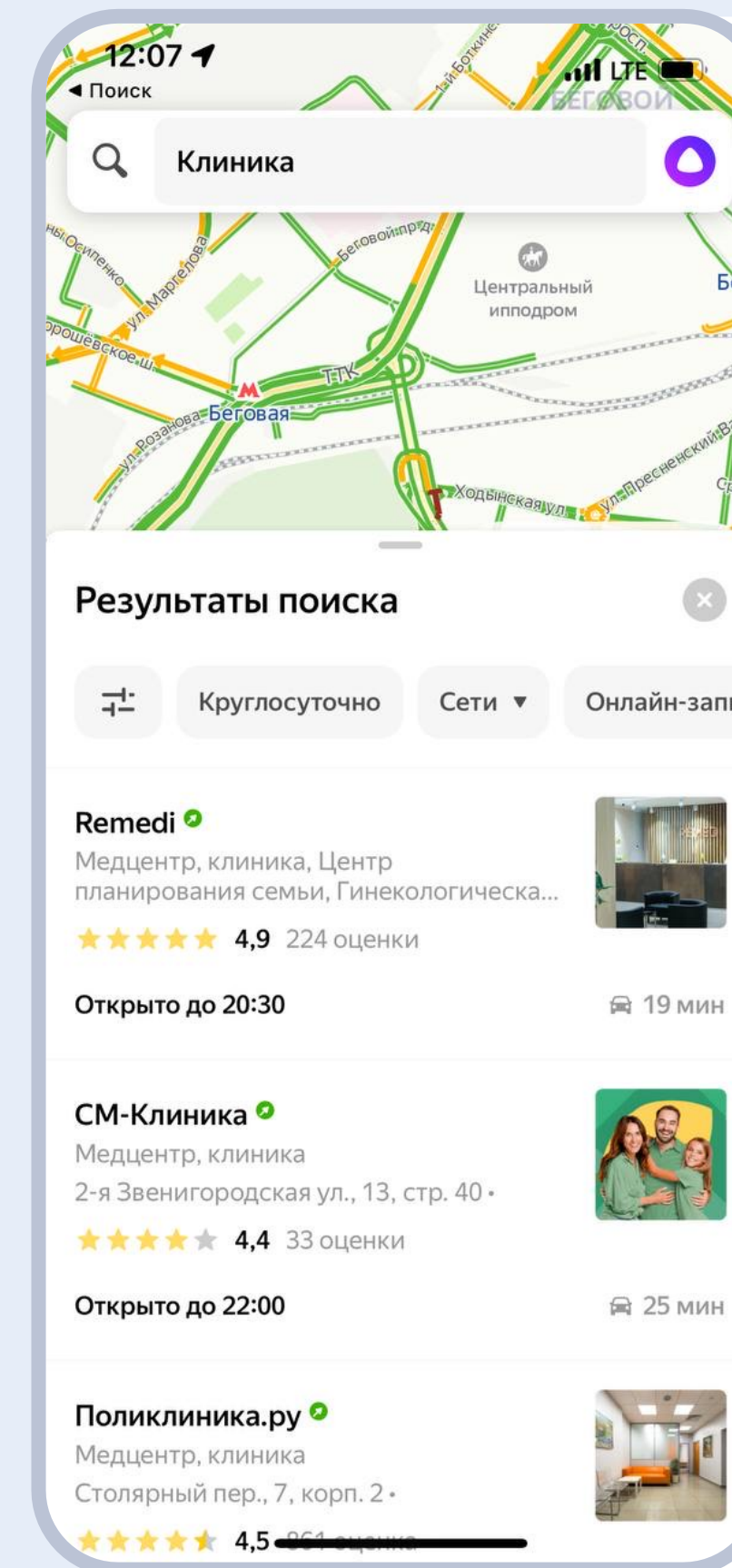
Геомедийная реклама

- Широкий охват с аудиторным таргетингом
- Фиксированные CPM (CPA)

Формируем спрос



Пример геомедийной рекламы — Баннер в Геосервисах



Приоритетное размещение

- Контекстный показ по локации и рубрике
- Пакетное ценообразование

Удовлетворяем спрос



Пример формата — Приоритетное размещение в Картах

03

Форматы геомедийной рекламы

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 десктопных Картах
- Баннер в Метро
- ★ Премиум-билборды в Геосервисах
- ★ Премиум-баннер в Геосервисах

Офлайн



Близость к конверсии

Встраивание точки продаж
в сценарий пользователя

Пины в Геосервисах

Офлайн



Действие

Построение маршрута
в организацию

Рекомендация маршрута
в Навигаторе



Для роста бренд-метрик

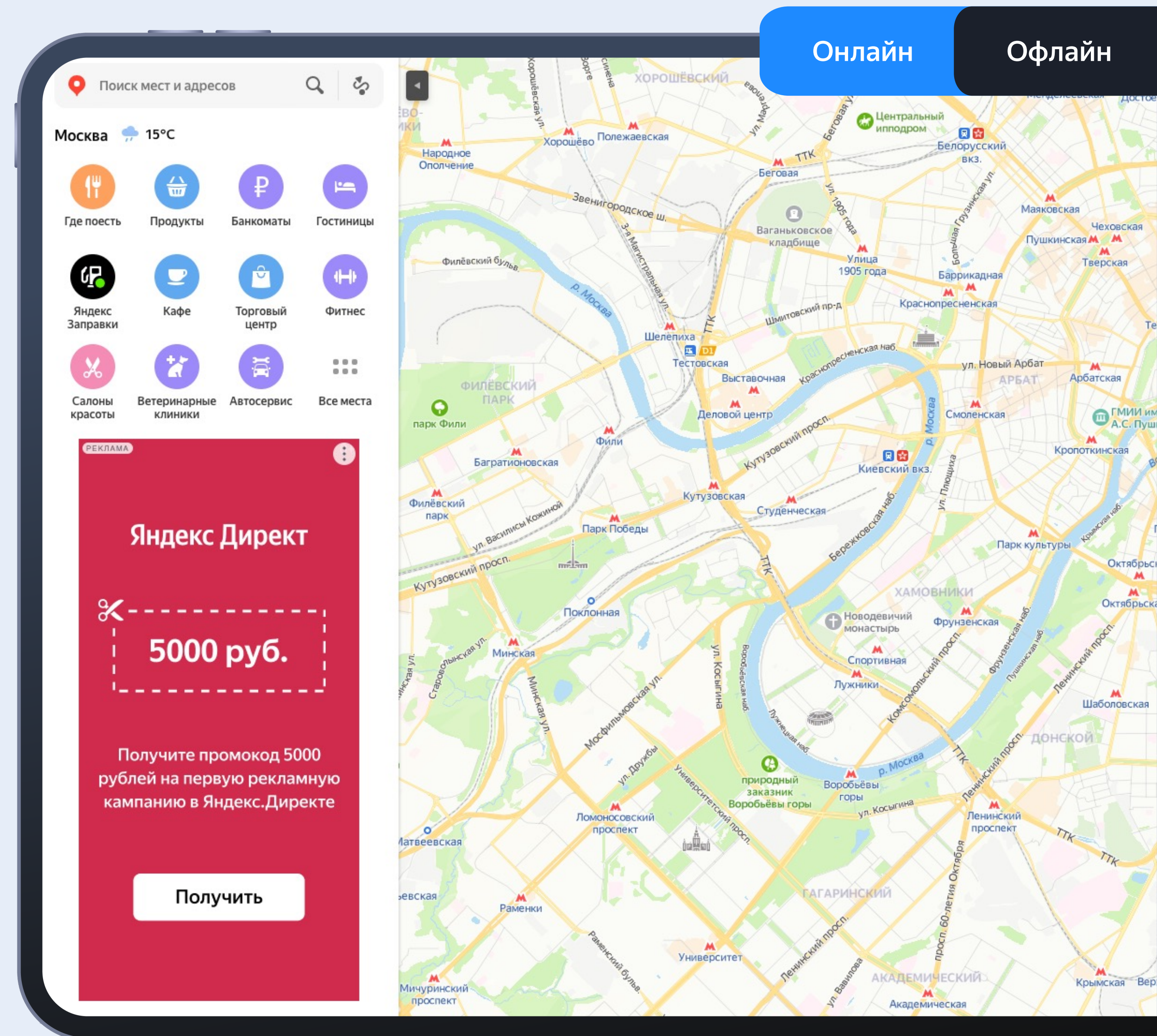
Баннер в десктопных Картах

- Помогает быстро повысить узнаваемость бренда
- Обеспечивает максимальный охват
- Подходит разным типам бизнеса благодаря низкому порогу входа и большому количеству геотаргетингов

60% пользователей считают формат полезным*

Модель закупки: fixCPM

* Результаты опроса пользователей Яндекс Карт (desktop), выборка — 627 респондентов, которые отметили, что знакомы с рекламным форматом. Дата исследования — сентябрь 2023 г.



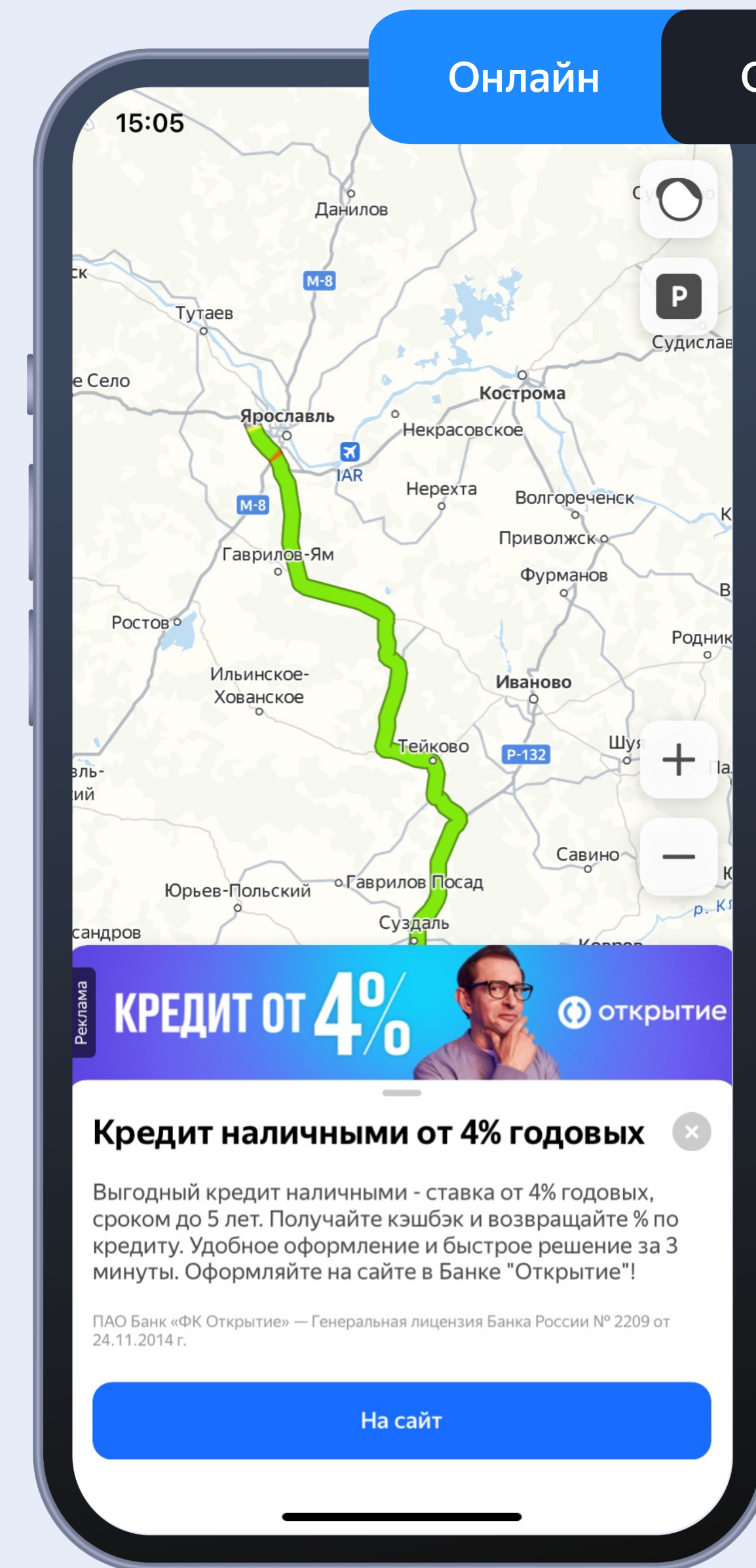
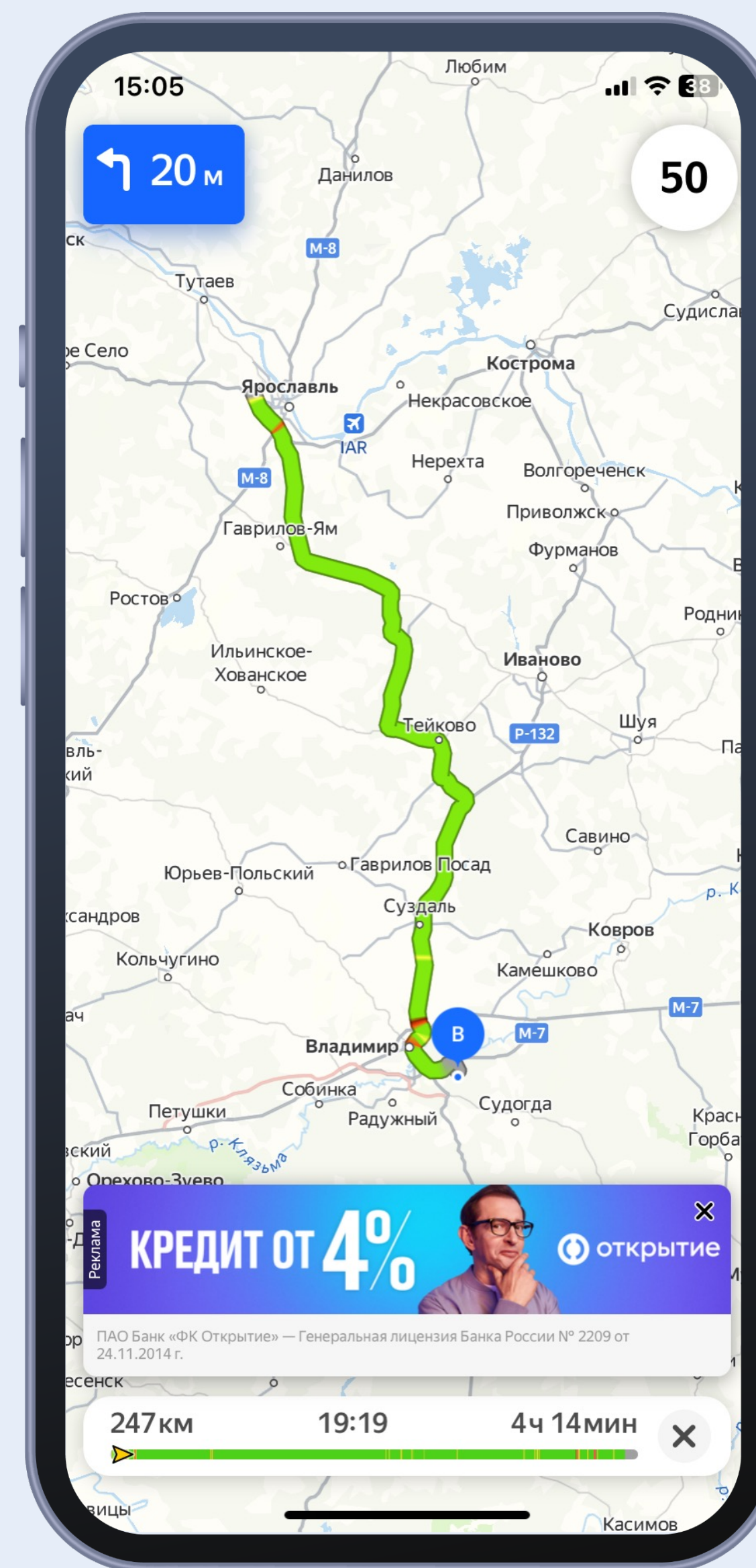


Для роста бренд-метрик

Баннер в Геосервисах

- Появляется, когда пользователь строит маршрут или скорость автомобиля равна нулю
- Показывает детали предложения и кнопку с призывом к действию, если кликнуть на баннер
- Самый заметный баннерный формат в Геосервисах*

Модель закупки: fixCPM



* Результаты опроса пользователей приложения Яндекс Карт (app), выборка — 1 398 респондентов; Навигатора (app) — 964 респондента. Дата исследования — сентябрь 2023 г.



Для роста запоминаемости бренда

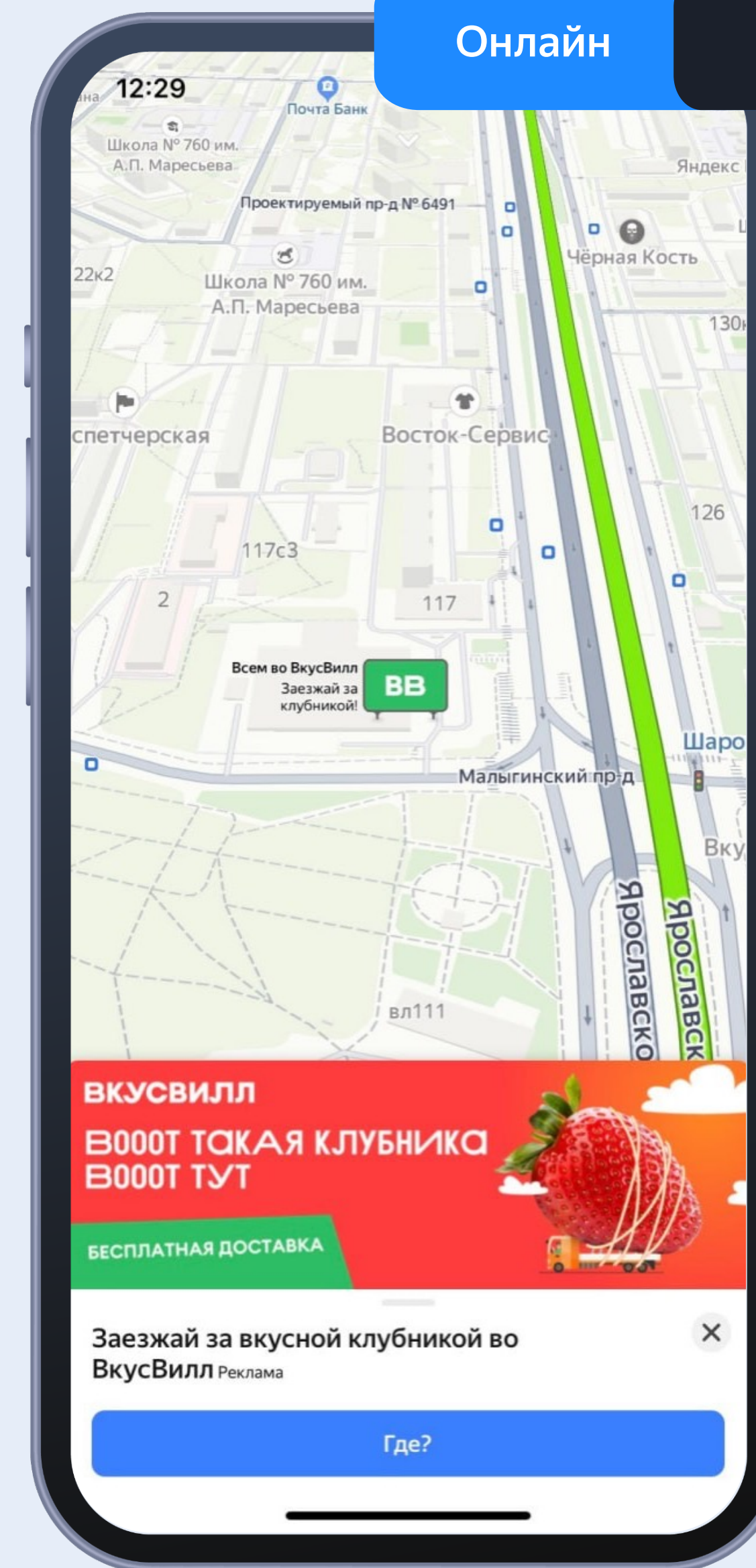
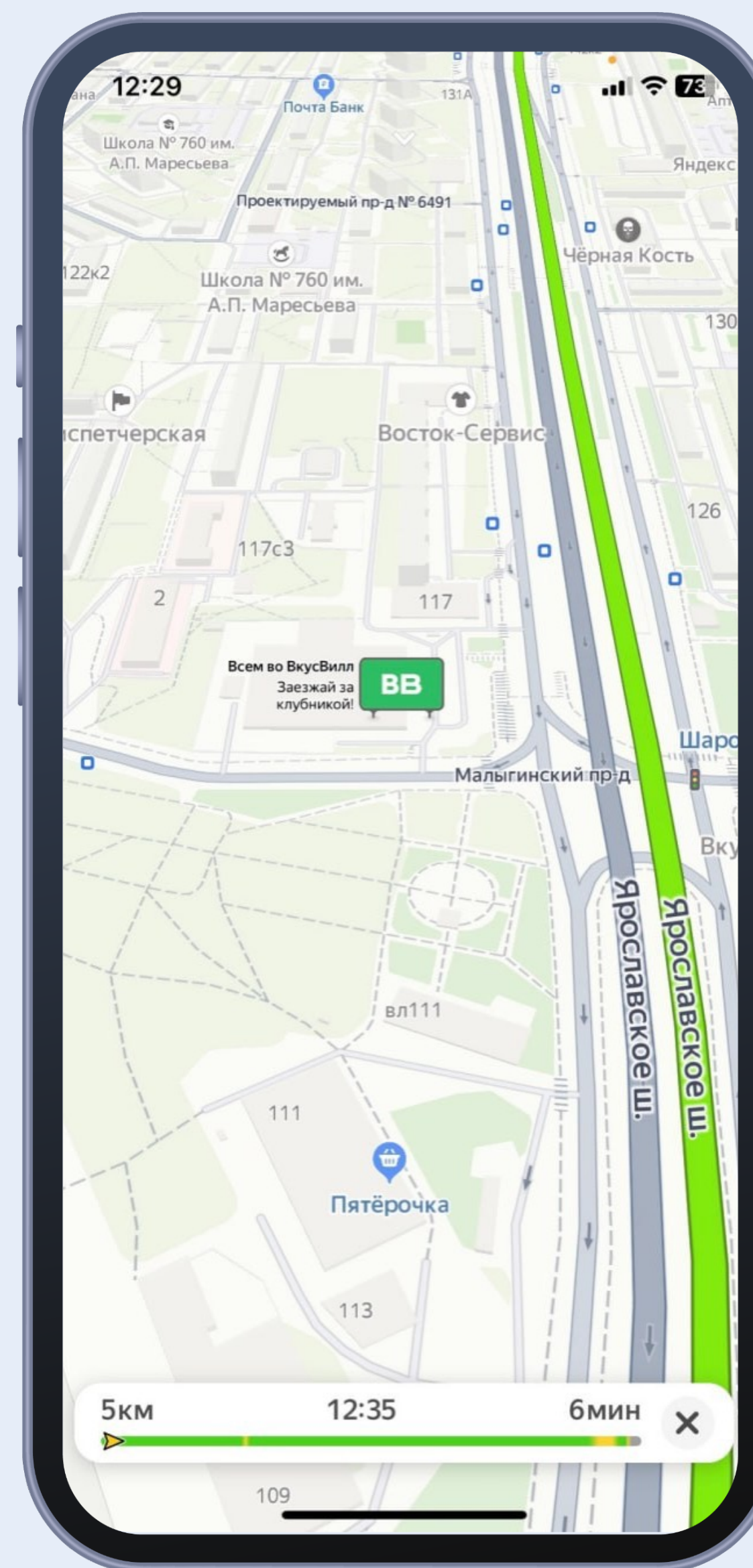
Билборды в Геосервисах

- Единственный цифровой формат, который дублирует наружную рекламу
- Появляется во время движения. Рекламное сообщение отображается по мере приближения к баннеру
- Если пользователь кликает на баннер, то видит детали предложения, кнопку с призывом к действию и компанию на карте

75%

пользователей отметили удобство взаимодействия с форматом*

Модель закупки: fixCPM



Онлайн

Офлайн

* Результаты опроса пользователей Яндекс Карт (app), выборка — 1 146 респондентов; Навигатора (app) — 752 респондента. Дата исследования — сентябрь 2023 г.

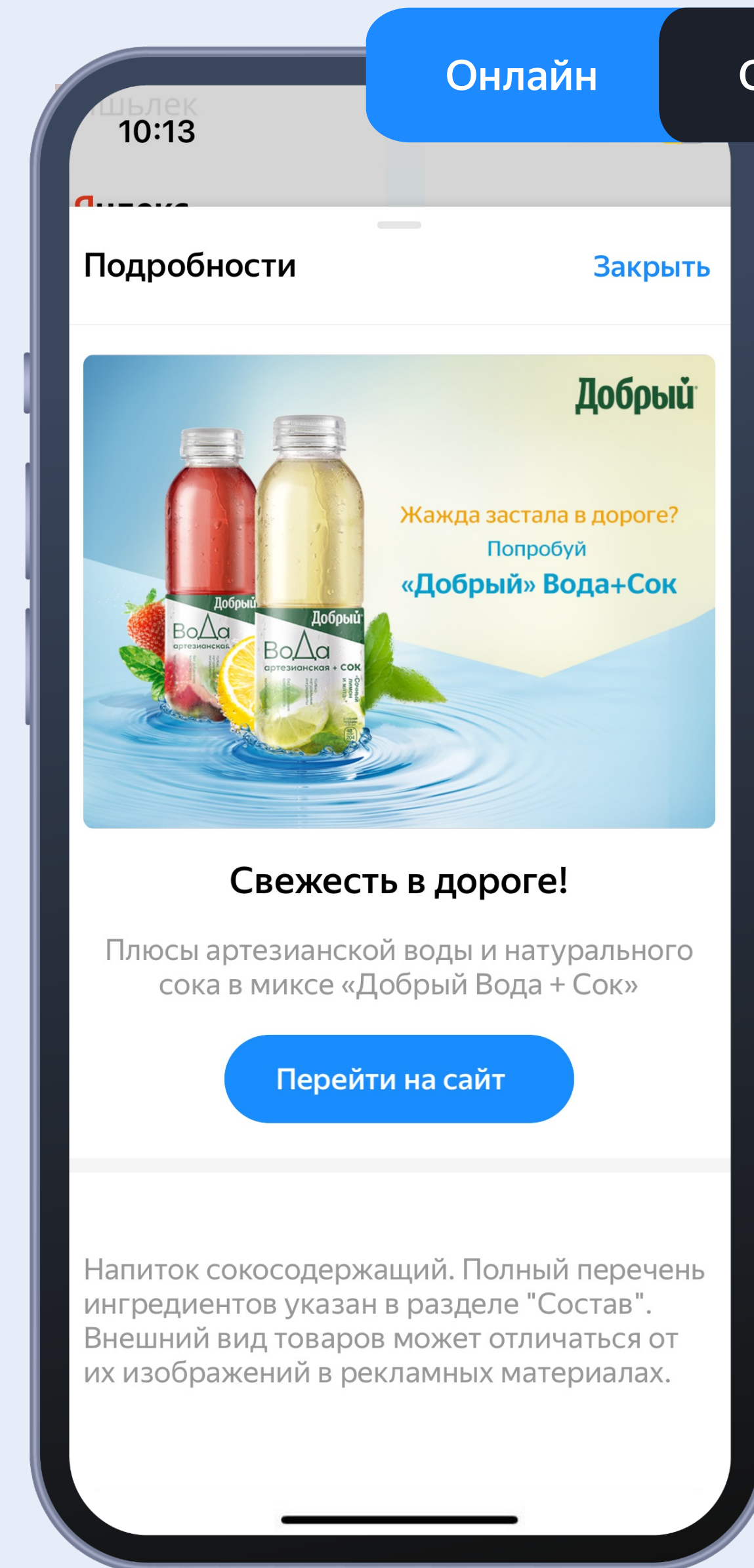
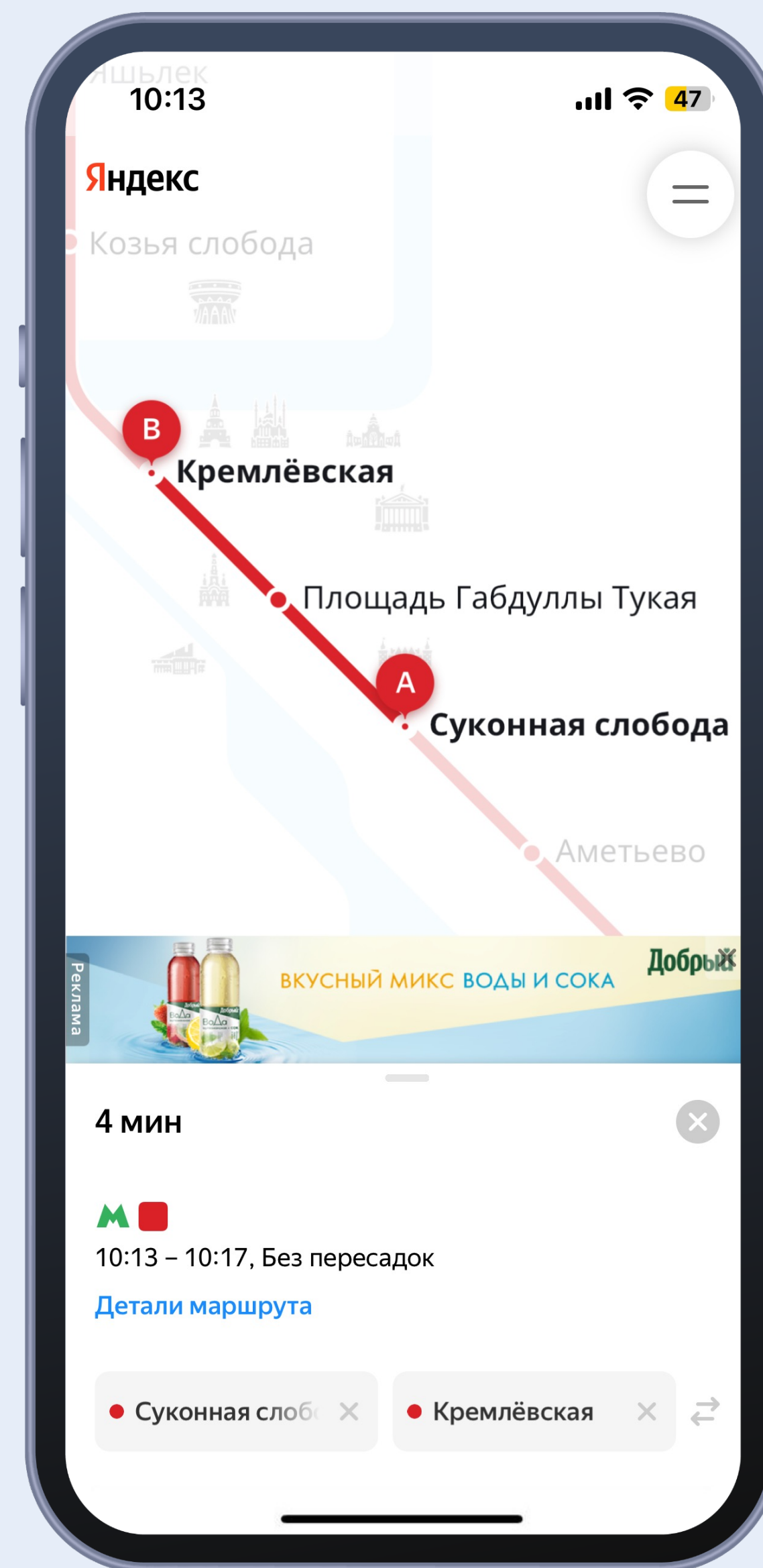


Для роста бренд-метрик

Баннер в Яндекс Метро

- Появляется при построении маршрута
- По клику переводит пользователя на страницу с подробной информацией
- Позволяет настроить показы на определённых ветках или станциях

Модель закупки: fixCPM





Для формирования знания о локации

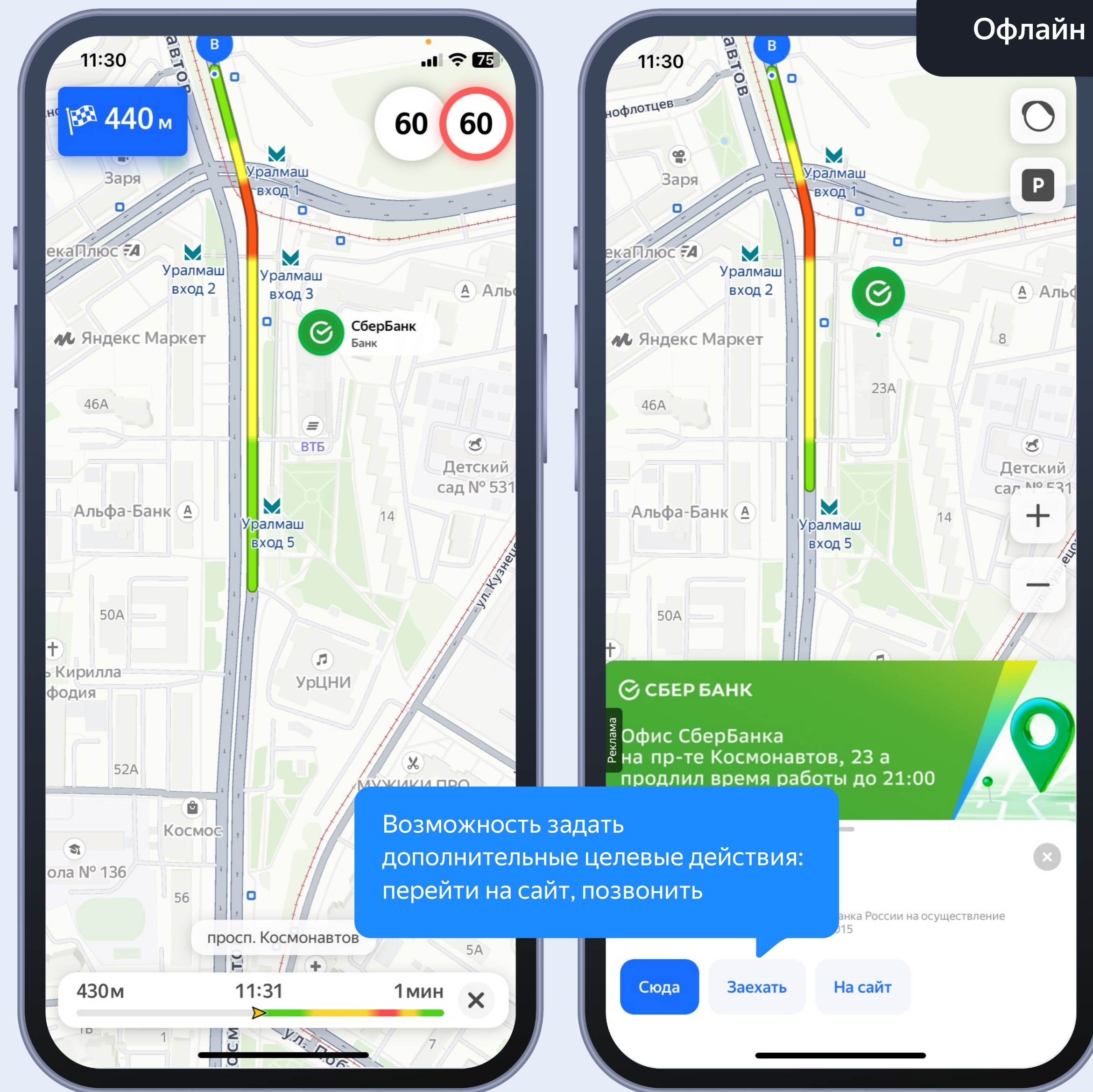
Пины в Геосервисах

- Отображаются во время движения вблизи организации
- При клике на пин показывается рекламное сообщение и предложение построить маршрут до точки
- Помогают сформировать знание о расположении объекта и подсветить акцию

70%

пользователей считают формат как значок популярной организации или подсказку по маршруту*

Модель закупки: fixCPM



* Результаты опроса пользователей Яндекс Карт (app), выборка — 1 146 респондентов; Навигатора (app) — 752 респондента. Дата исследования — сентябрь 2023 г.



Для привлечения трафика в офлайн

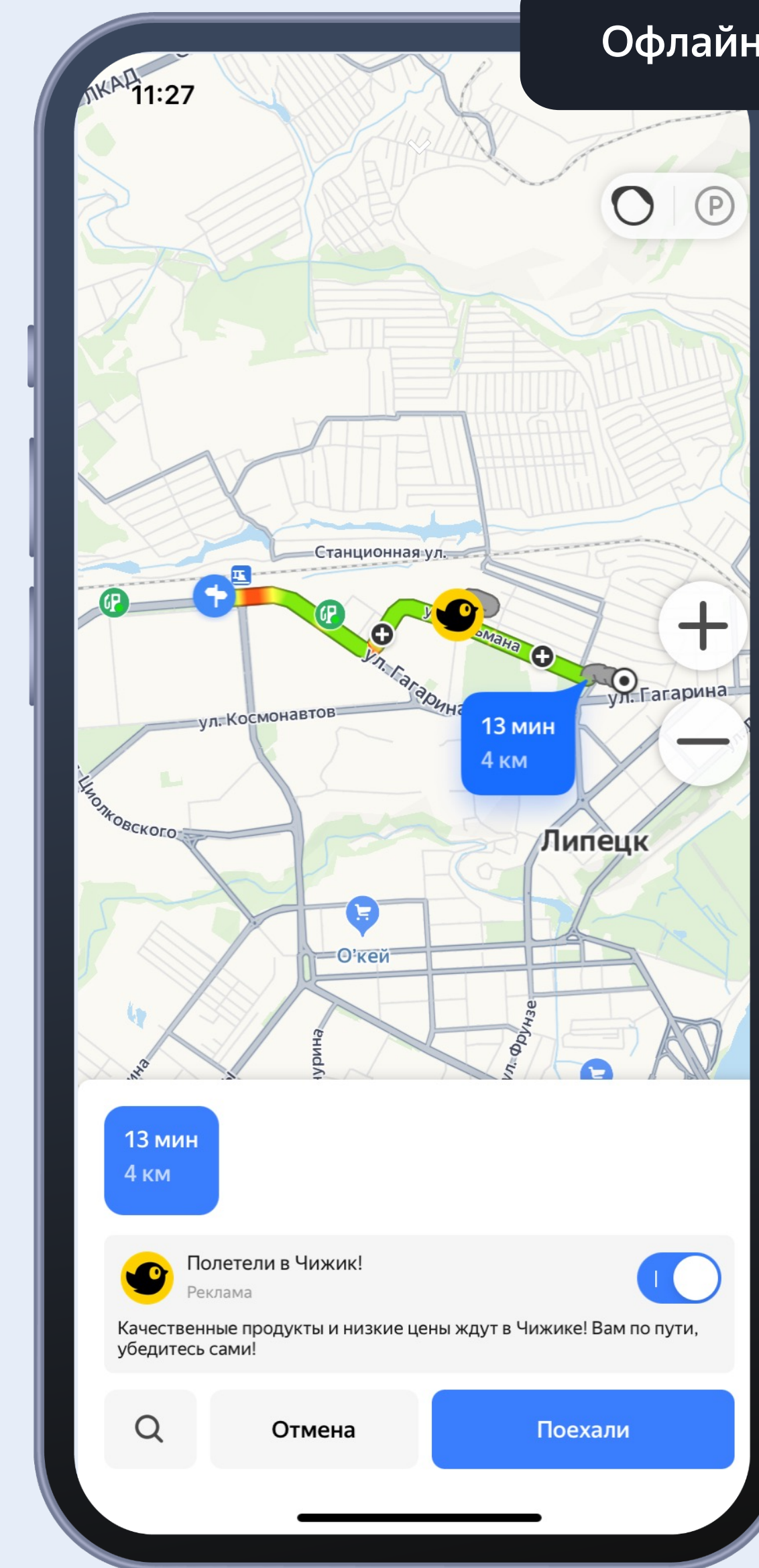
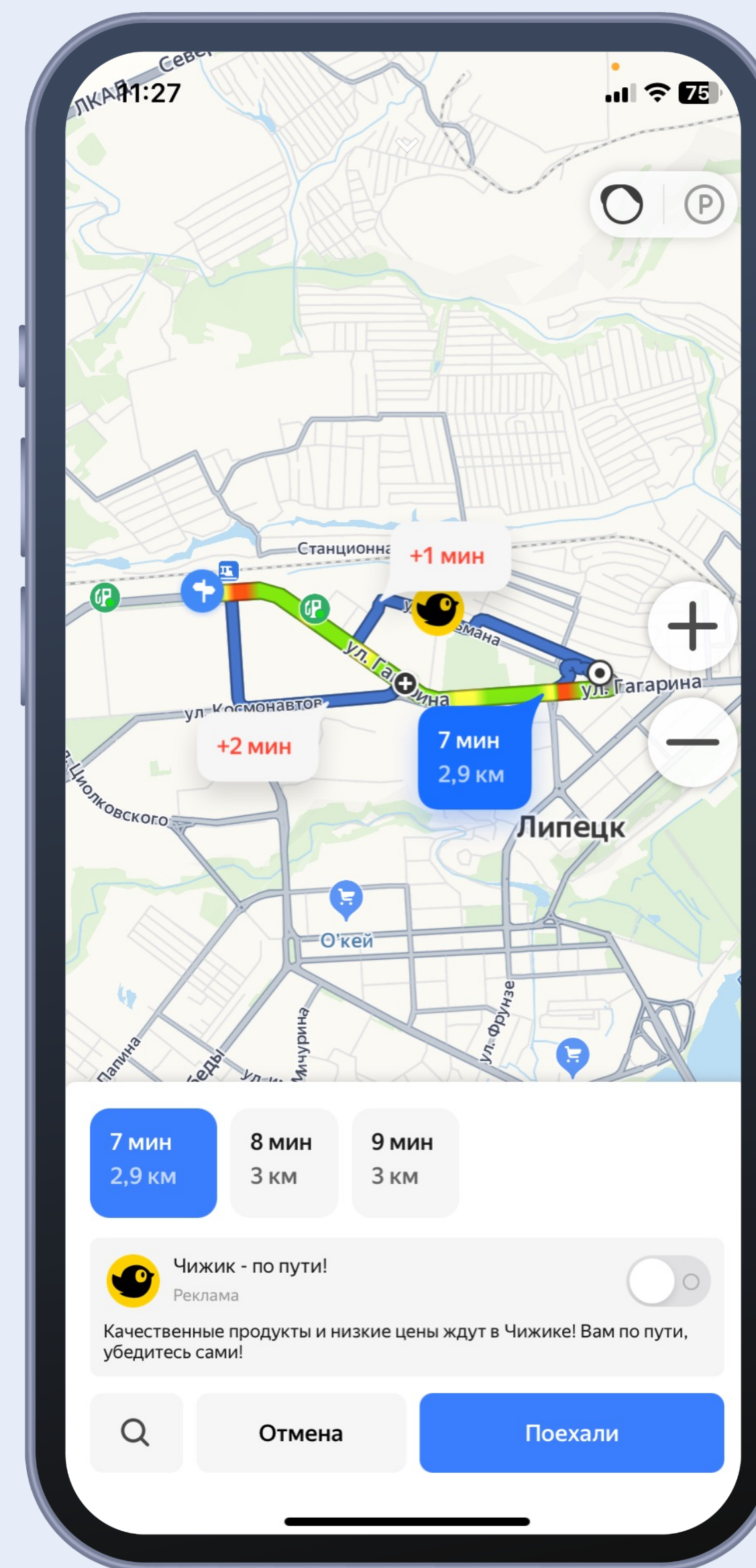
Рекомендация маршрута в Навигаторе

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

17%

пользователей считают формат подсказкой по маршруту, которая помогает лучше ориентироваться¹

Модель закупки: fixCPA²



¹ Результаты опроса пользователей Яндекс Навигатора (app), выборка — 752 респондента. ² Только за перестроенный маршрут. Дата исследования — сентябрь 2023 г.



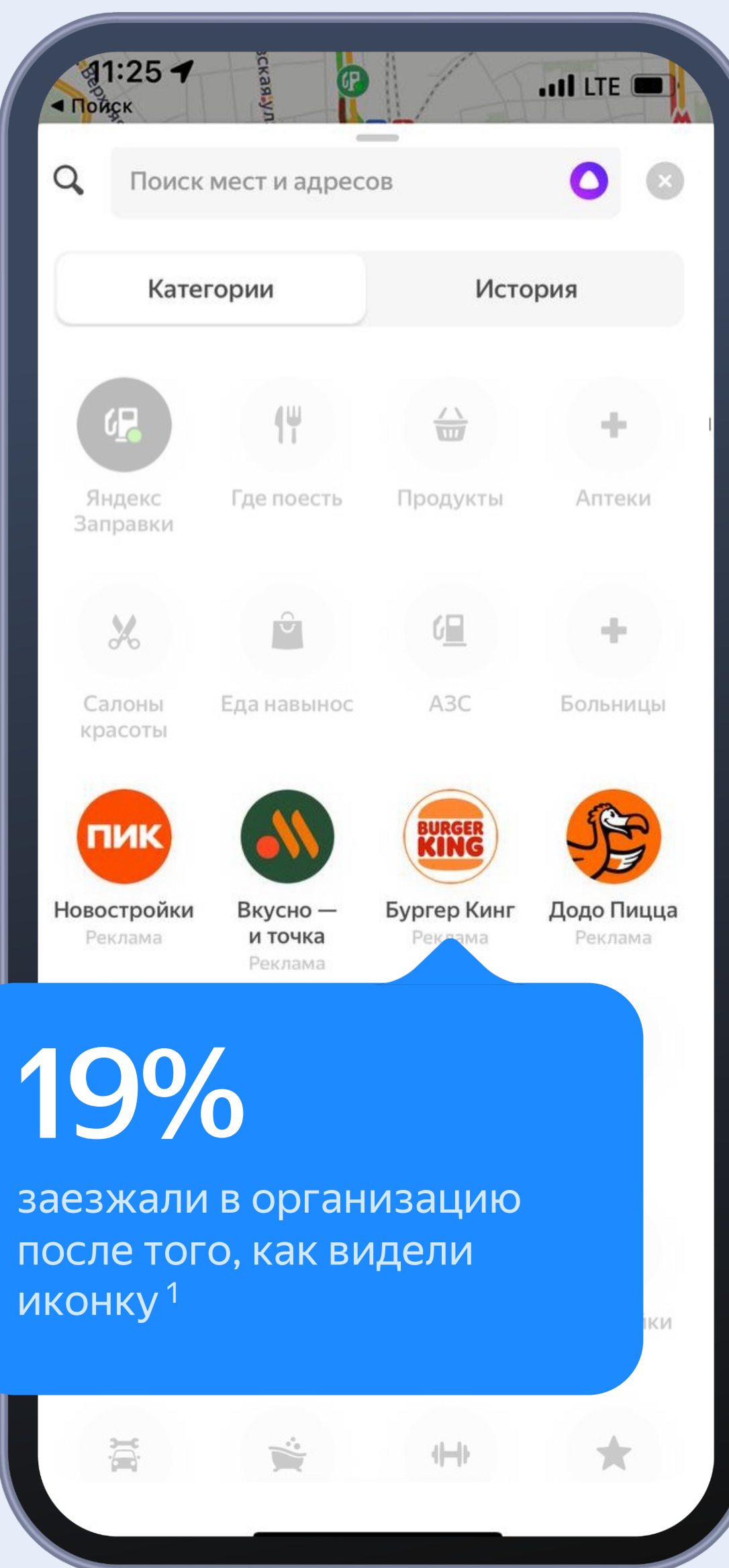
Для роста бренд-метрик

Иконка в меню поиска

- Формирует привычку строить маршруты в конкретное место
- При клике на иконку показываются все объекты рекламодателя на карте
- Увеличивает брендовые поисковые запросы

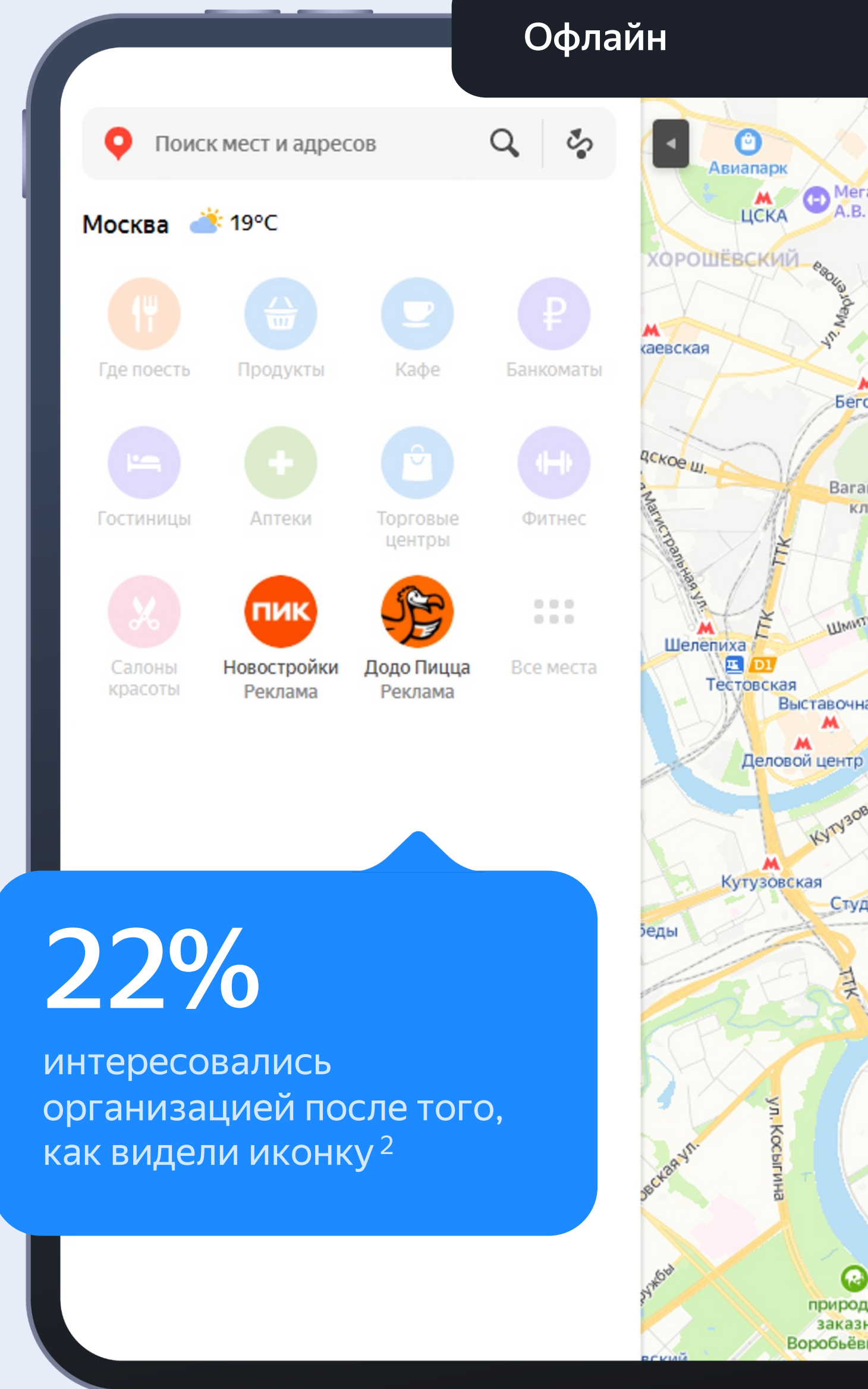
>70%

пользователей начинают взаимодействие с экрана поиска



19%

заезжали в организацию после того, как видели иконку¹



22%

интересовались организацией после того, как видели иконку²

¹ Результаты опроса пользователей Яндекс Карт (app), выборка — 1 146 респондентов; Навигатора (app) — 752. ² Результаты опроса пользователей Яндекс Карт (desktop) — 627. Дата исследования — сентябрь 2023 г.



new

Премиум-билборды в Геосервисах

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

CTR 0,34%

до трёх раз выше стандартного формата¹

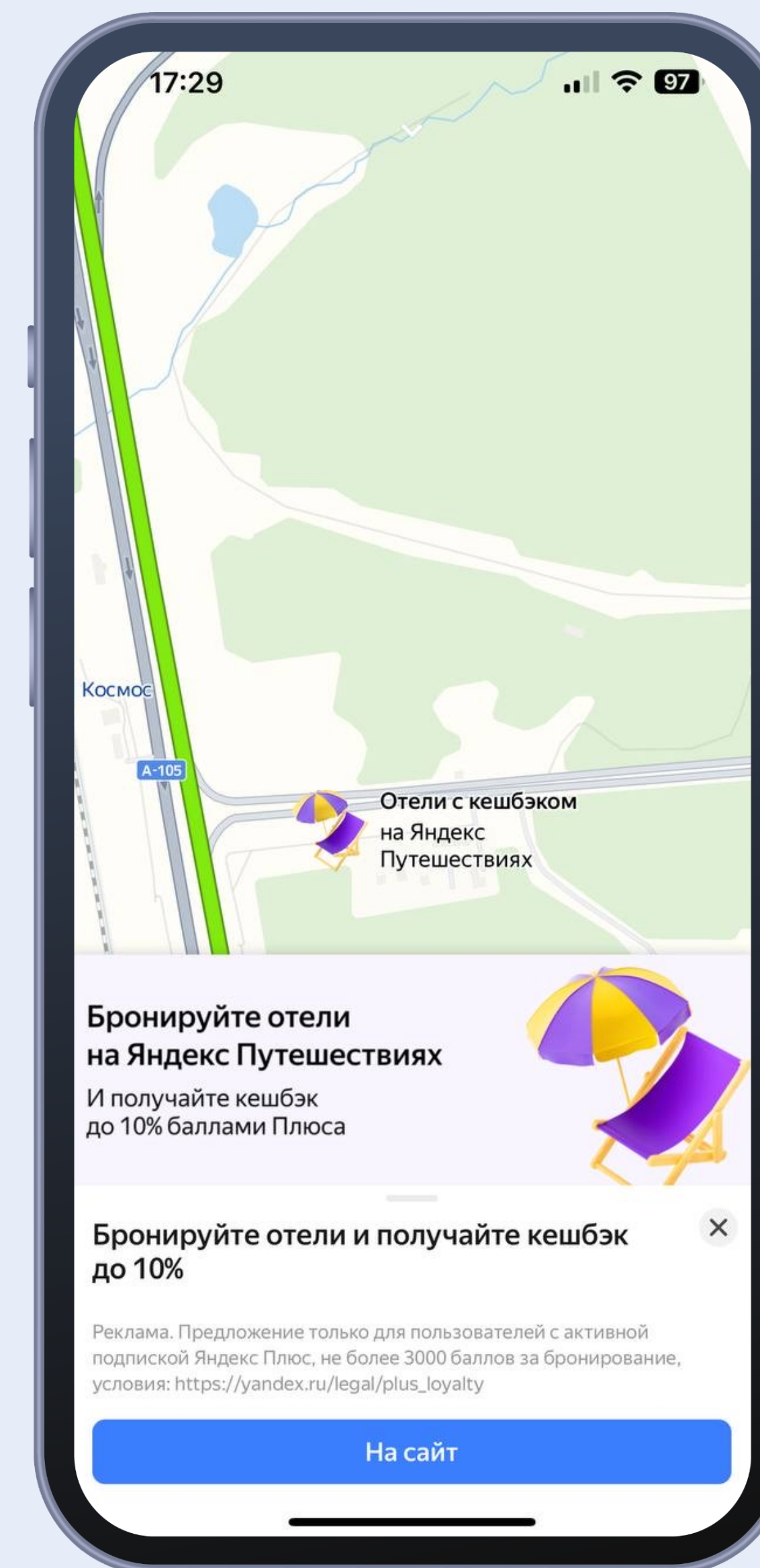
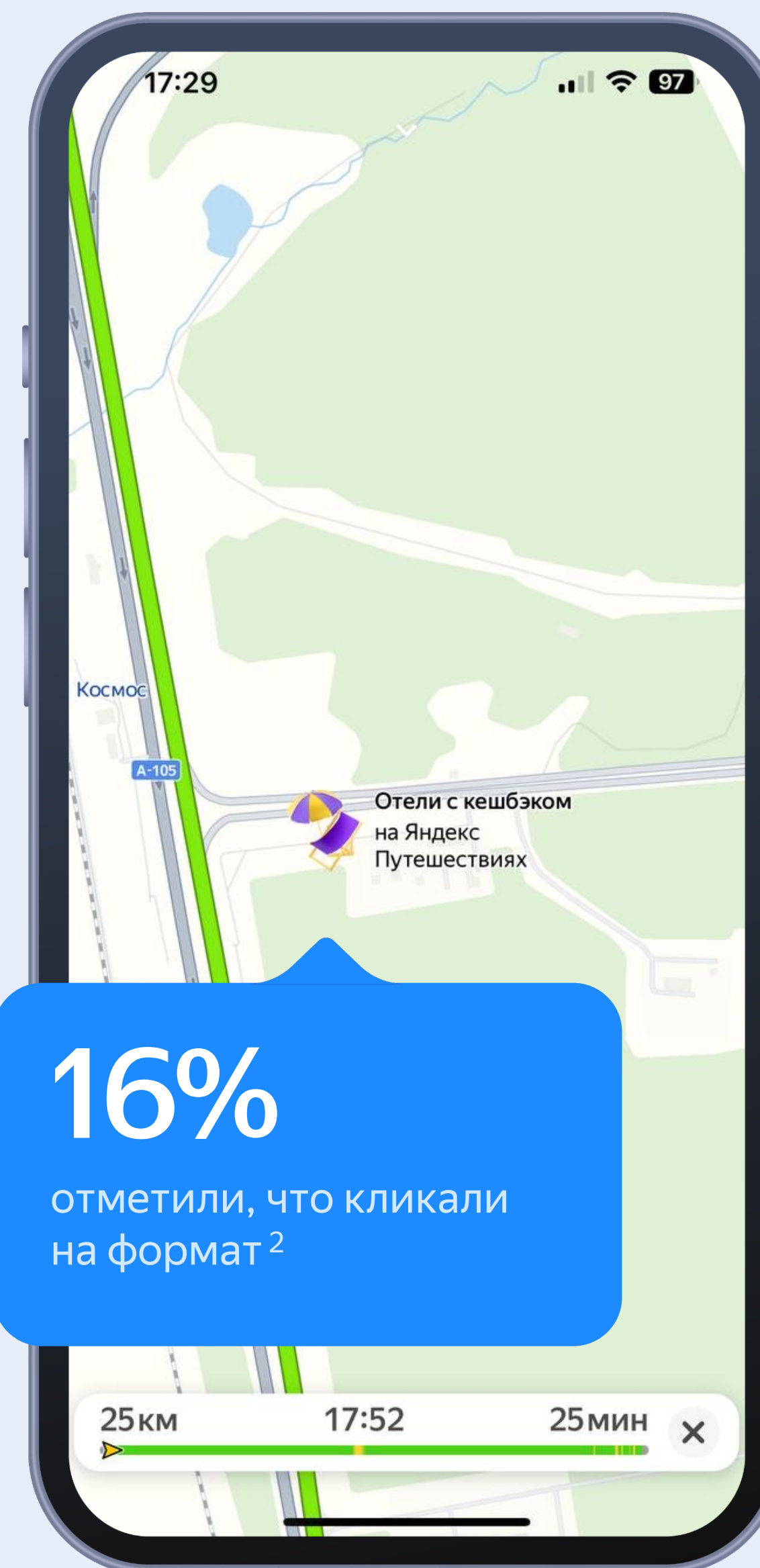
Условия

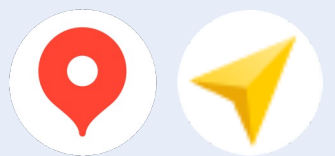
Модель закупки: fixCPM



Мин. сумма заказа — 500 000₽ до НДС

¹ Зависит от рубрики. ² Результаты опроса пользователей Яндекс Карт (app), выборка — 1 146 респондентов; Навигатора (app) — 752 респондента. Дата проведения исследования — сентябрь 2023 г.





new

Премиум-баннер в Геосервисах

Самый охватный баннер, который появляется на этапе планирования маршрута или во время остановки автомобиля.

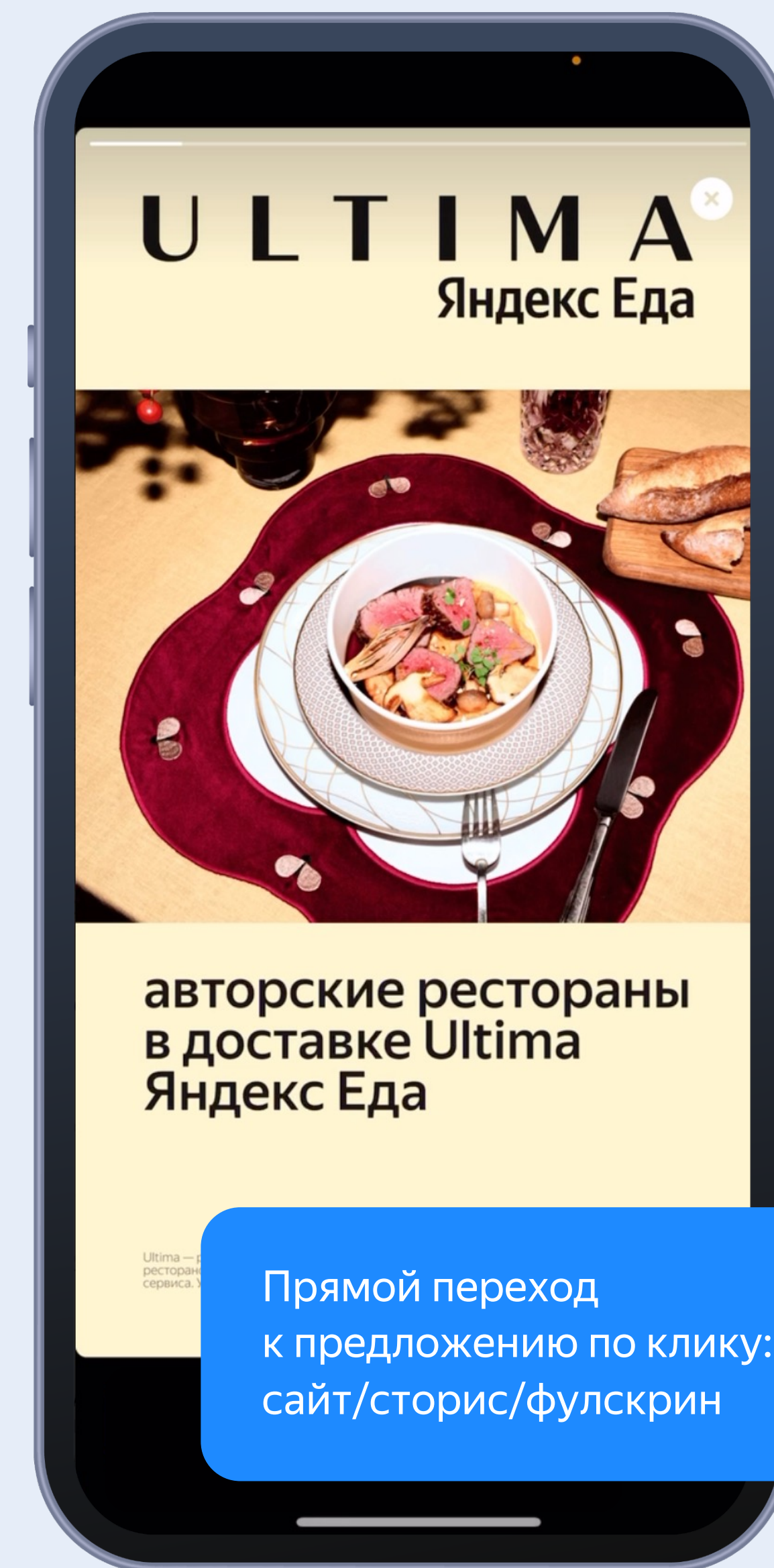
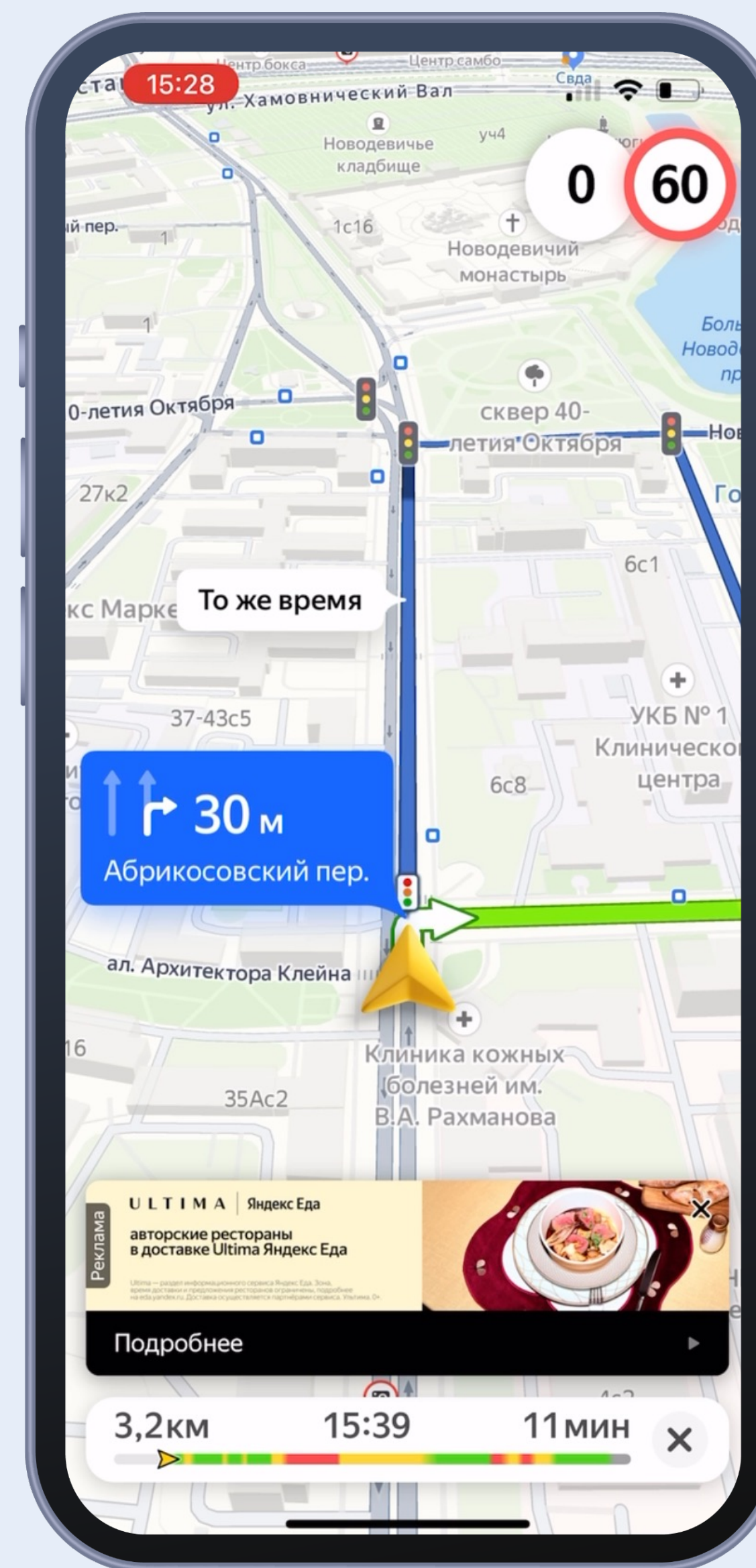
Чтобы узнать все детали предложения и перейти на сайт или в сторис, достаточно клика на баннер

Условия

Модель закупки: fixCPM



Мин. сумма заказа —
500 000₽ до НДС



Прямой переход
к предложению по клику:
сайт/сторис/фулскрин

04

Аналитика

Расширенная аналитика

Онлайн

Знание

Интерес

Намерение

Покупка

Brand Lift¹

Как изменилось знание
вашего бренда?

Запомнила ли
аудитория вашу
рекламу?

Как изменилось
желание приобрести
ваш продукт?

Search Lift²

Насколько чаще
стали искать ваш
бренд в Яндексе?

Post-view²

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

O2O³

Как реклама повлияла
на продажи?

Оказала ли рекламная
кампания отложенный
эффект на интерес
к предложению?

¹ Доступно при запуске от 2 млн руб. на 30 дней для баннерных форматов в приложениях Навигатор и Карты или от 1 млн руб. в интерфейсе Директа для формата Баннер в Картах, [подробнее](#)

² Рекомендованный бюджет — от 200 тыс. руб. на 30 дней.

³ Доступно при передаче данных о продажах рекламодателя
Для проведения исследований обратитесь к менеджеру Яндекса

Знание

Brand Lift¹

Как изменилось знание
вашего бренда?

Запомнила ли
аудитория вашу
рекламу?

Как изменилось
желание приобрести
ваш продукт?

Интерес

Search Lift²

Насколько чаще
стали искать ваш
бренд в Яндексе?

★ Search Lift в Геосервисах²

Насколько чаще стали
искать вашу
организацию в Яндекс
Картах и Навигаторе?

Намерение

Post-view²

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

★ Action Lift³

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

Как часто стали
доезжать до офлайн-
точек?

Визит

★ Offline Visit Lift в Геосервисах⁴

Стали ли видевшие
рекламу чаще
посещать точки
продаж?

Покупка

O2O⁵

Как реклама повлияла
на продажи?

Оказала ли рекламная
кампания отложенный
эффект на интерес
к предложению?

¹ Доступно при запуске от 2 млн руб. на 30 дней для баннерных форматов в приложениях Навигатор и Карты или от 1 млн руб. в интерфейсе Директа для формата Баннер в Картах, [подробнее](#)

² Рекомендованный бюджет — от 200 тыс. руб. на 30 дней

³ Доступно при наличии офлайн-точек, исследование собирается по данным приложений Навигатор и Карты, рекомендуемый бюджет — от 200 тыс. руб. на 30 дней

⁴ Доступно при запуске от 500 тыс. руб. на 30 дней для формата Пины по маршруту

⁵ Доступно при передаче данных о продажах рекламодателя
Для проведения исследований обратитесь к менеджеру Яндекса

Brand Lift

Позволяет оценить влияние медийной рекламы на брендовые метрики

Возможности

- Объединение любого количества кампаний, созданных в Директе на одном логине
- Любые 3 вопроса на выбор
- Статистика по разным срезам: пол, возраст, доход, устройства

Условия

Доступен всем в интерфейсе Директа



Совокупный бюджет без НДС от 1 млн ₺ (от 70 тыс. ₺ в день)



Совокупный охват не менее 2 млн пользователей

Яндекс Взгляд Brand Lift от 10.06.22 ✕

Выберите три метрики и заполните вопросы для исследования 3 / 3

Brand Awareness ✓ Знание бренда	Ad Recall ✓ Запоминаемость РК	Purchase Intent Намерение совершить покупку
Product Consideration Рассмотрение продукта для покупки	Brand Favorability ✓ Предпочтение бренда	Ad Message Recall Запоминаемость сообщения

Заполните информацию для создания опроса

Категория*

Название вашей компании или бренда*

Компании или бренды конкурентов*

- ✕
- ✕
- ✕
- ✕

Список форматов, доступных для объединения, уточняйте у менеджера Яндекса

Brand Lift в Геосервисах

Помогает определить,
как изменилось восприятие
бренда после контакта с рекламой

Возможности

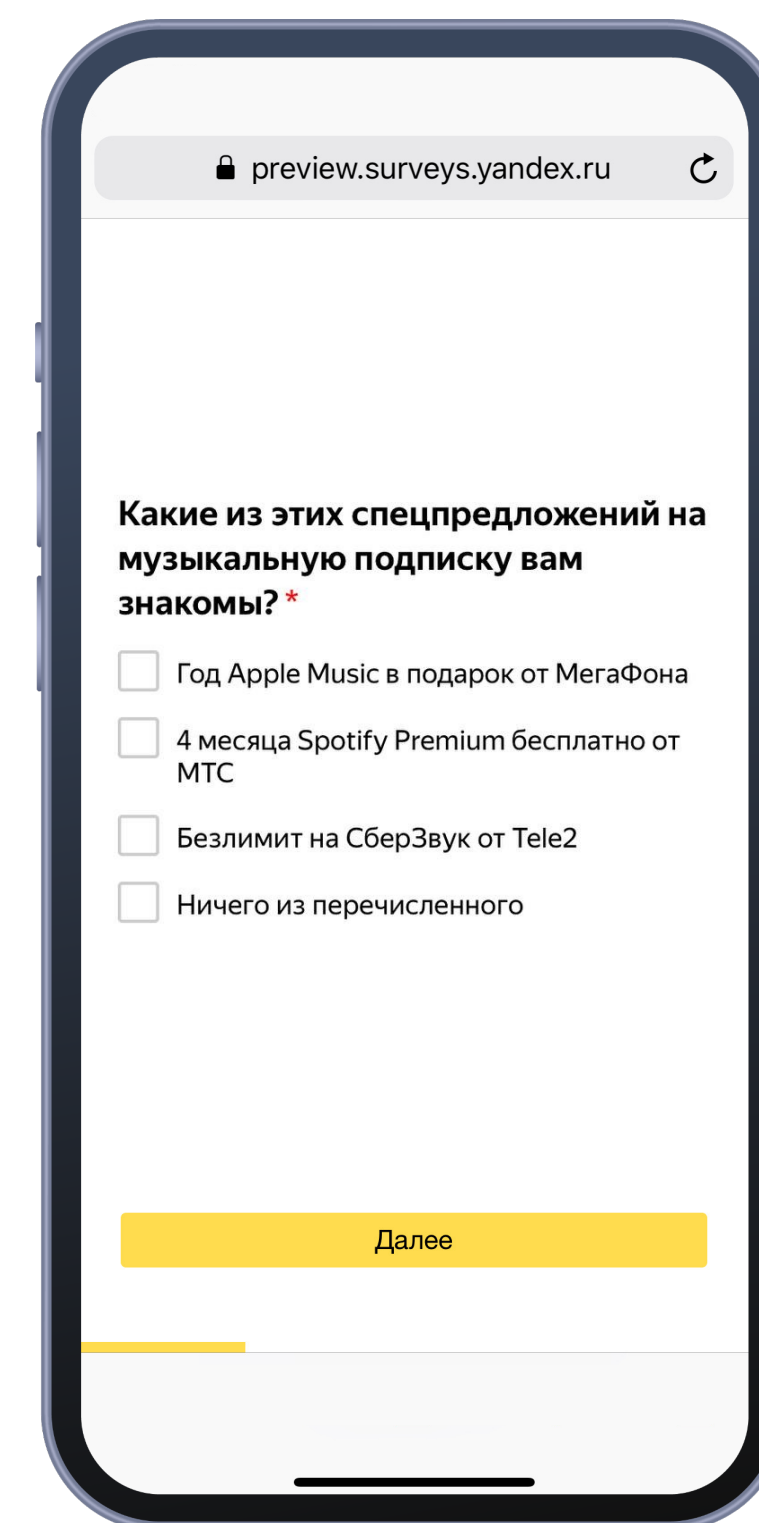
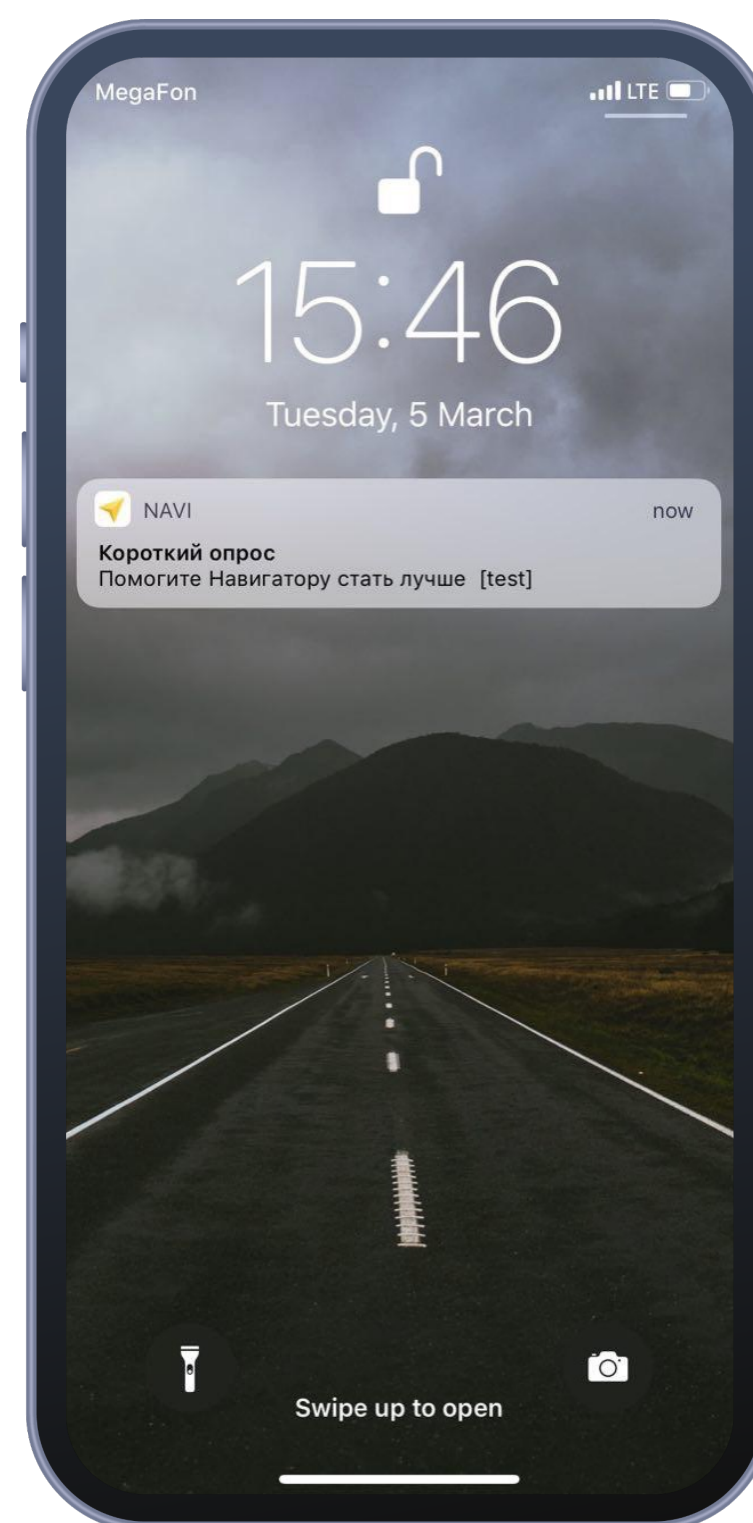
- До 5 вопросов на выбор,
один из них можно
кастомизировать
- Проводится после завершения
кампании с помощью push-
уведомлений

География рекламной кампании

Москва и/или Санкт-Петербург

Чтобы провести исследование, обратитесь
к менеджеру Яндекса

Доступно при запуске от 2,5 млн руб. на 30 дней
для формата Баннер в Геосервисах



Методология и пример расчёта Brand Lift

01

Ответы тестовой группы

Определяем, какой процент
пользователей выбрал ваш бренд после
просмотра геомедийной рекламы

30% из тестовой группы
выбрали ваш бренд

02

Ответы контрольной группы

Аналогично определяем среди
тех, кто не видел геомедийную
рекламу

20% из контрольной группы
выбрали ваш бренд

03

Brand Lift

Оцениваем величину прироста
за счёт геомедийной рекламы

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

Search Lift

- Показывает, как медийная реклама влияет на рост интереса к бренду или отдельному предложению
- Помогает узнать, насколько чаще стали искать бренд в Яндексе после просмотра рекламы



Моя любимая пекарня



Найти

Поиск Картинки Видео Карты Маркет Новости Все



Моя любимая пекарня круассан



Найти

Поиск Картинки Видео Карты Маркет Новости Все

Методология и пример расчёта Search Lift

01

Прирост post-view

Сравниваем запросы пользователей, которые видели медийную рекламу

110 запросов
во время размещения
100 запросов
до размещения
= 1,10

02

Прирост контрольной группы (КГ)

Аналогично сравниваем среди тех, кто не видел медийную рекламу

1 010 запросов
во время размещения
1 000 запросов
до размещения
= 1,01

03

Search Lift

Оцениваем величину прироста за счёт медийной рекламы

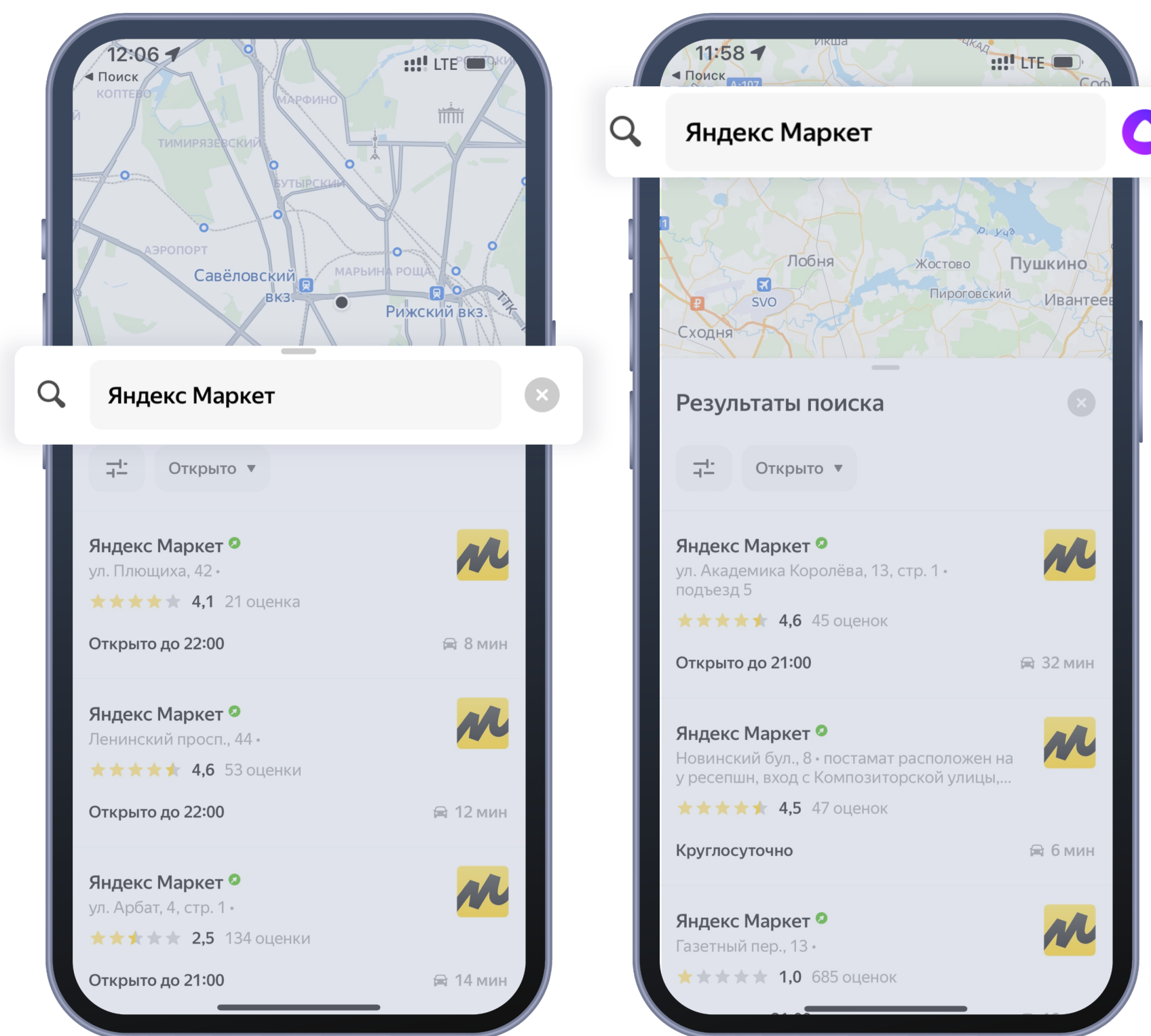
1,10
прирост post view
1,01
прирост КГ
- 1 = +8,9%

Чтобы провести исследование, обратитесь к менеджеру Яндекса

Search Lift

в Геосервисах

- Показывает, как геомедийная реклама влияет на рост интереса к бренду
- Помогает узнать, насколько чаще стали искать бренд в приложениях Яндекс Карты и Навигатор после просмотра рекламы



Методология и пример расчёта Search Lift в Геосервисах

01 Прирост post-view
Сравниваем запросы пользователей, которые видели геомедийную рекламу

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

02 Прирост контрольной группы (КГ)
Аналогично сравниваем среди тех, кто не видел геомедийную рекламу

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

03 Search Lift
Оцениваем величину прироста за счёт геомедийной рекламы

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

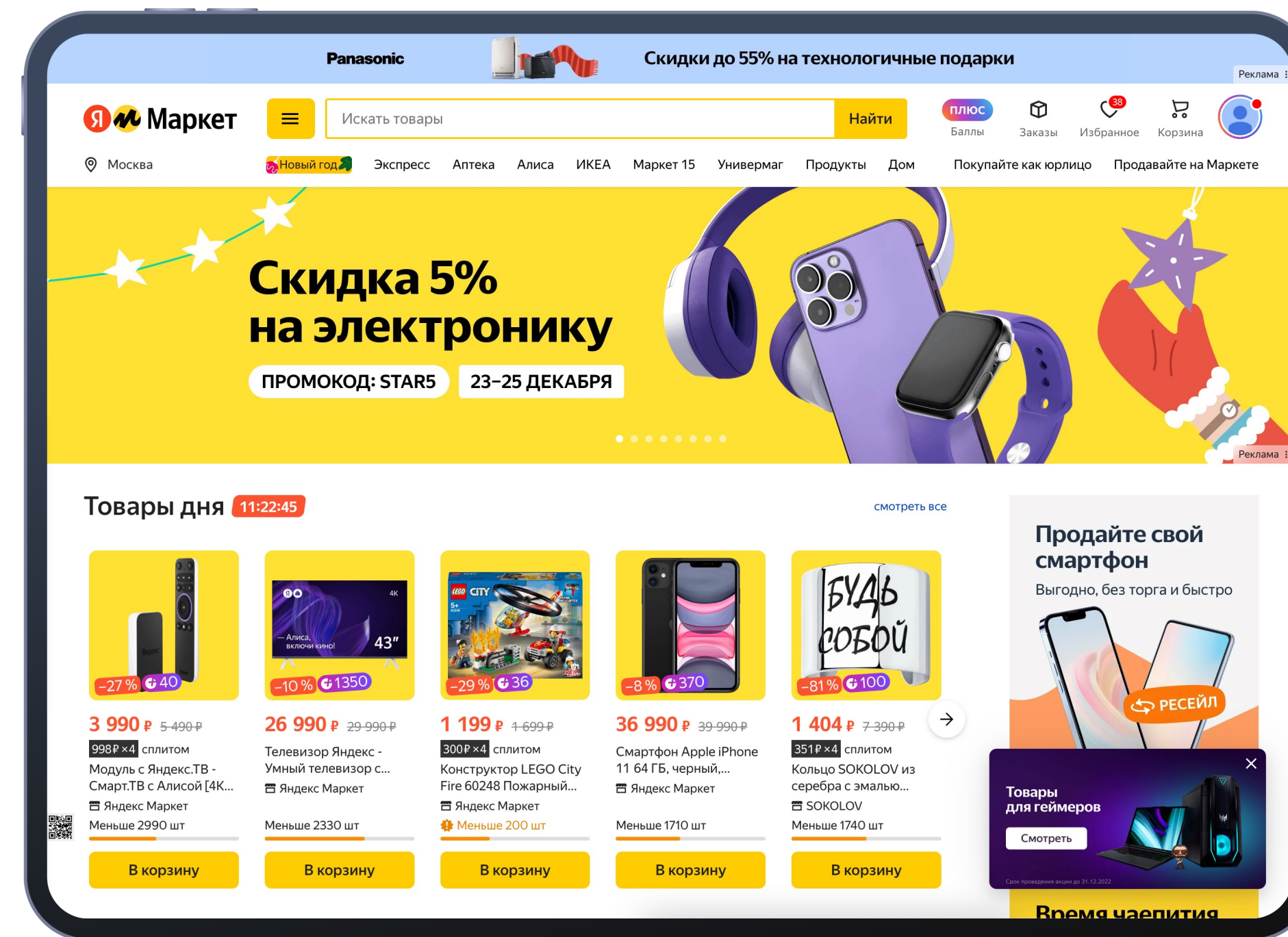
Чтобы провести исследование, обратитесь к менеджеру Яндекса

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

* 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 медийную 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 медийную рекламу

$$\frac{1010 \text{ целевых действий во время размещения}}{1000 \text{ целевых действий до размещения}} = 1,01$$

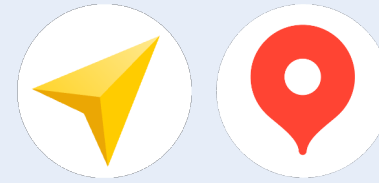
03

Post-view аналитика

Оцениваем величину прироста за счёт медийной рекламы

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

Action Lift

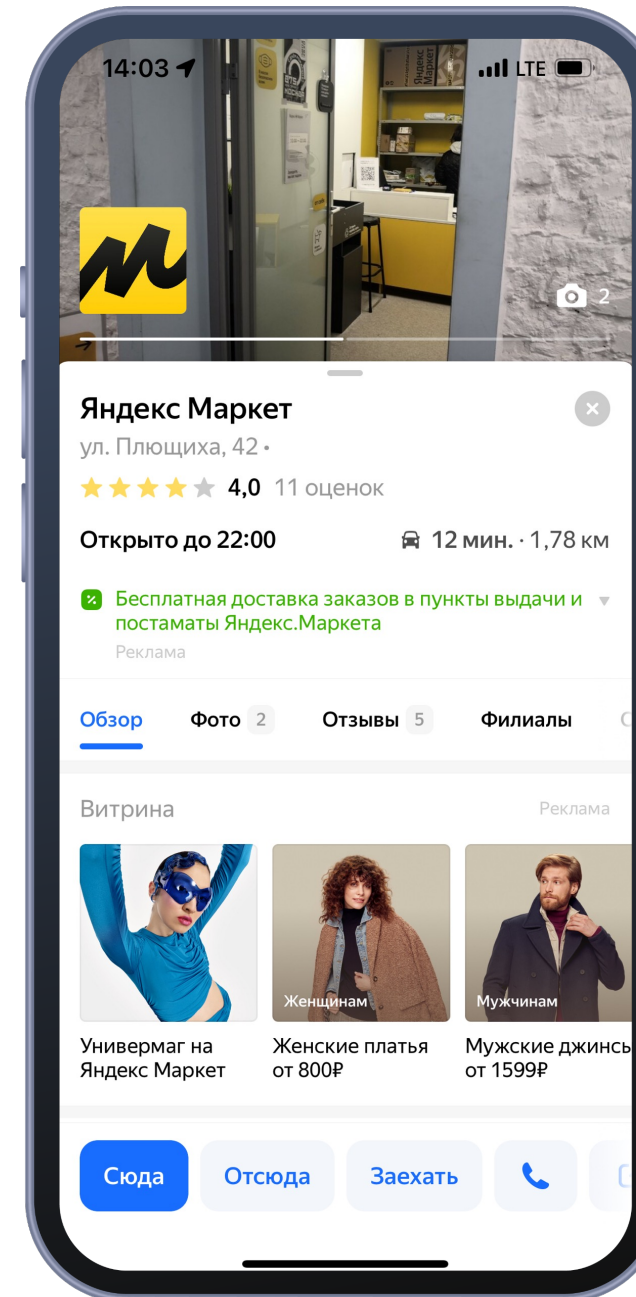


Помогает определить, как изменились действия пользователей в приложениях Яндекс Карты и Навигатор после контакта с рекламой

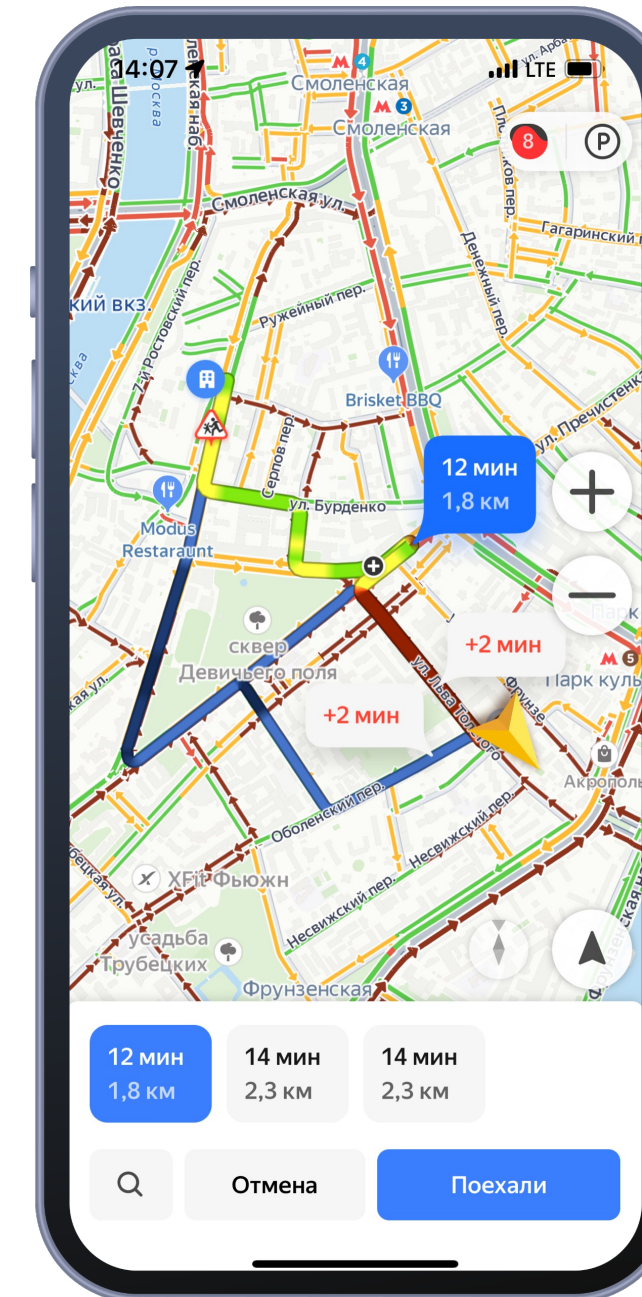
Чтобы провести исследование, обратитесь к менеджеру Яндекса
Доступно при наличии офлайн-точек организации

Какие действия анализируем

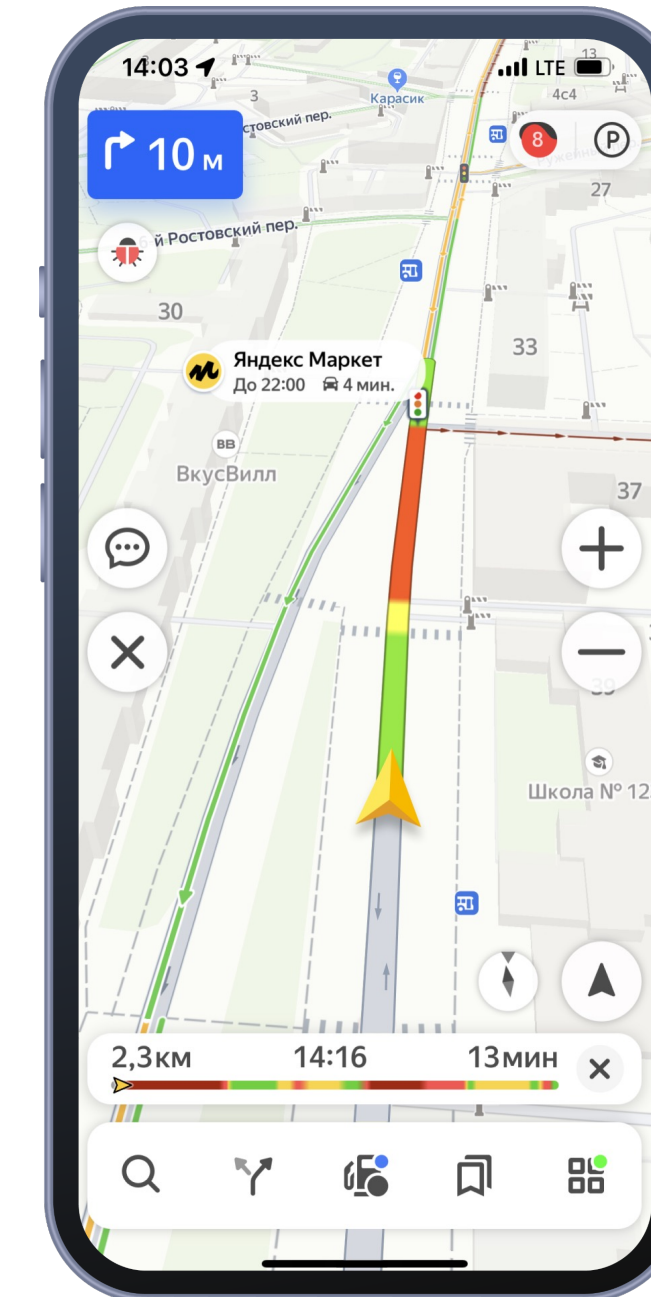
Открытие карточки



Построение маршрутов



Доезды



Методология и пример расчёта Action Lift

01 Прирост post-view
Сравниваем действия пользователей, которые видели геомедийную рекламу

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

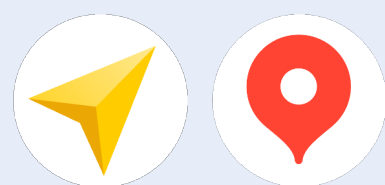
02 Прирост контрольной группы (КГ)
Аналогично сравниваем среди тех, кто не видел геомедийную рекламу

$$\frac{1010 \text{ целевых действий во время размещения}}{1000 \text{ целевых действий до размещения}} = 1,01$$

03 Action Lift
Оцениваем величину прироста за счёт геомедийной рекламы

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

Offline Visit Lift в Геосервисах

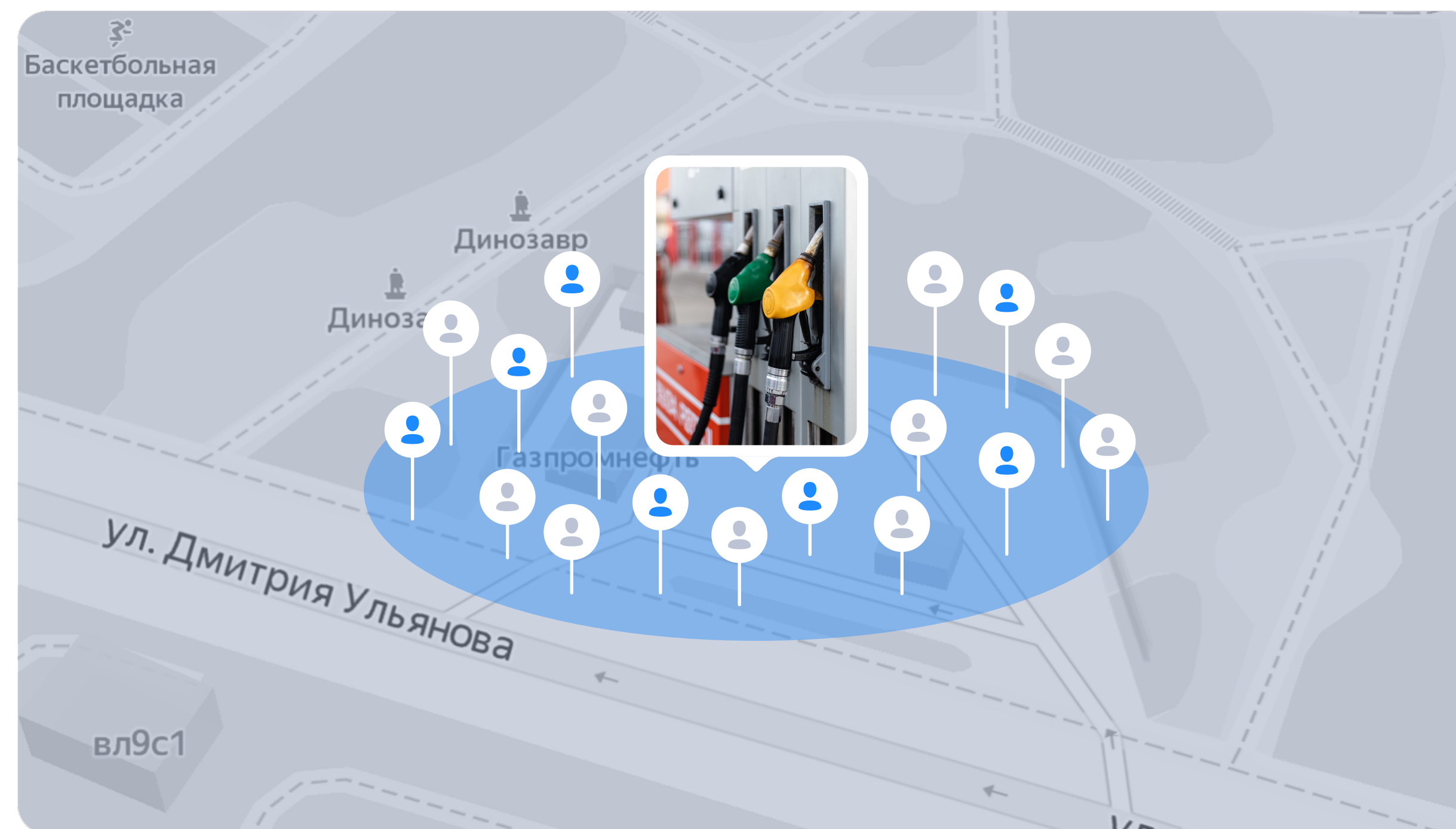


Показывает, насколько чаще пользователи, которые видели рекламу, стали посещать организации

Визиты в локацию

Геосервисы определяют местонахождение пользователей и могут оценить, кто посетил точку продаж

Чтобы провести исследование, обратитесь к менеджеру Яндекса
Доступно при запуске от 500 тыс. руб. на 30 дней для формата Пины в Геосервисах



Видели рекламу — post-view

Не видели рекламу — контрольная группа

Методология и пример расчёта Visit Lift

01 Прирост post-view
Сравниваем визиты пользователей, которые видели геомедийную рекламу

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

02 Прирост контрольной группы (КГ)
Аналогично сравниваем среди тех, кто не видел геомедийную рекламу

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

03 Visit Lift
Оцениваем величину прироста за счёт геомедийной рекламы

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

O2O-аналитика

Возможности

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

Условия

Доступен по запросу через клиентского менеджера



id 75757586542

id 89154154785

id 74652212242

id 75757586542

id 65158722645

id 89154154785

15%

купивших в офлайне
видели рекламу онлайн

Методология расчёта O2O

01

Сбор данных

Собрали набор 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



new beta

Отслеживайте **post-view конверсии** в Метрике медийной рекламы

Доступные показатели

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

Детализация результатов

- по географии
- по ОС устройства

Доступно для форматов: Баннер в Геосервисах, Баннер при построении маршрута, Премиум-баннер со сторис, Премиум-баннер при построении маршрута

* Conversion rate в целевое действие

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 конверсий

77,63 %

27

CPM

100 %

220,00 ₺

Стоимость конверсии

7 934,1 %

793,41 ₺

05

Кейсы

КЕЙС: ТАШИР ЭСТЕЙТ

Обновлённый билборд в Навигаторе помог увеличить количество брендовых запросов и привлечь заинтересованную аудиторию

★ Клиент

«Ташир Эстейт» — застройщик жилой недвижимости премиум- и бизнес-класса. Одно из направлений ГК «Ташир»

👤 Аудитория

Люди с премиум-доходом

📅 Период

Декабрь 2022 года

🚩 Задача

Привлечь дополнительное внимание пользователей в Яндекс Навигаторе

[Подробнее про кейс](#)

✅ Решение

Застройщик присоединился к бета-тестированию обновлённого билборда по маршруту в Яндекс Навигаторе.

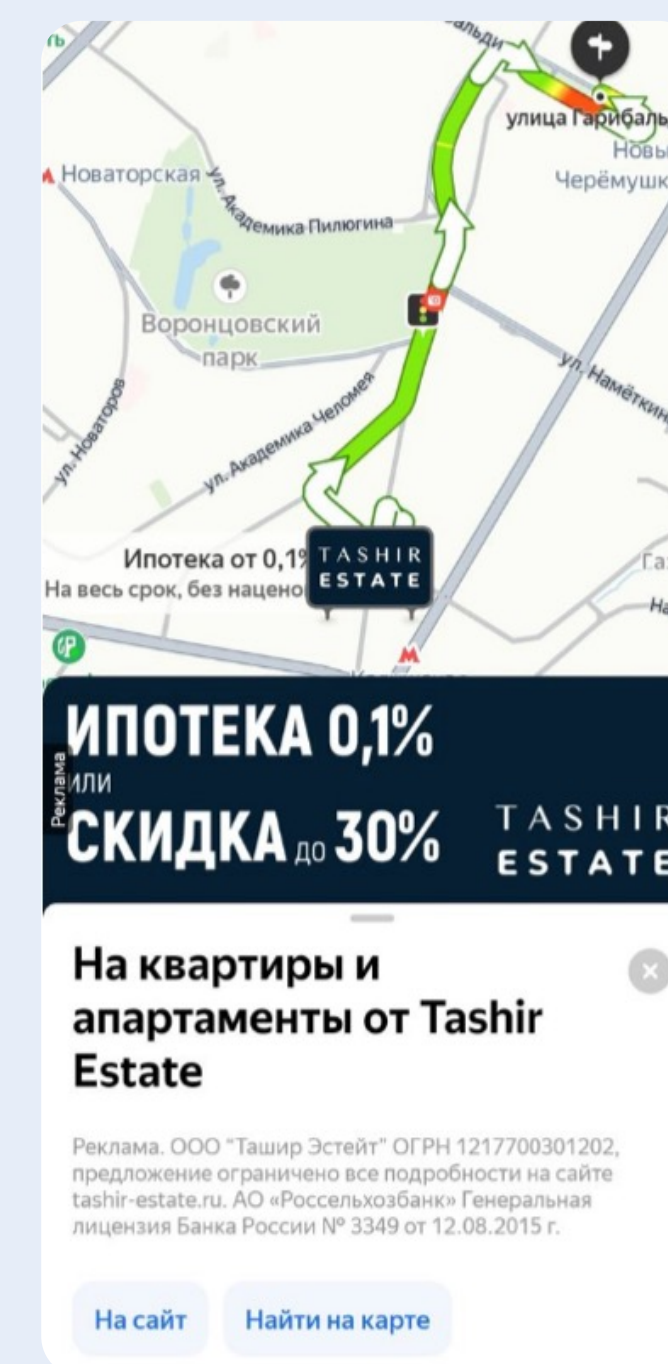
Билборд по маршруту — это рекламная метка с логотипом компании, которая отображается в Яндекс Навигаторе. Обновлённый билборд стал заметнее, и рядом с ним теперь размещается рекламное сообщение.

РЕЗУЛЬТАТ

Обновлённый билборд по маршруту выделил бренд на карте, а текстовое сопровождение информировало о выгодных условиях приобретения жилья ещё до клика на формат

на 44%

вырос CTR в сравнении с бенчмарком по индустрии



Пользователи, которые видели билборд:

на 32%

чаще совершали брендовые запросы в Поиске

в 5,9 раза

чаще стали посещать сайт

в 2,8 раза

больше времени проводили на сайте

КЕЙС: TEBOIL

Как Брендированные пины по маршруту в Геосервисах помогли выстроить знание о бренде и привлечь трафик в новую сеть АЗС

★ Клиент

Teboil — премиальная международная сеть АЗС и смазочных материалов

👤 Аудитория

Автомобилисты со средним доходом и выше среднего

📅 Период

Ноябрь – декабрь 2022 года

🚩 Задача

Рассказать о новой сети заправок и повысить её узнаваемость на дорогах

✅ Решение

Запустили формат «Брендированные пины по маршруту в Геосервисах», чтобы сформировать знание о новых местах для заправки.

Формат воспринимается пользователями Геосервисов как нативный, позволяет выделить АЗС и по клику показать рекламное сообщение.

Оценили, как реклама повлияла на поведение post-view аудитории внутри Геосервисов, с помощью [Search Lift](#) и [Action Lift](#) исследований.

[Подробнее про кейс](#)

РЕЗУЛЬТАТ

на 12% прирост брендовых поисковых запросов в Навигаторе и Картах

Геосервисы позволяют автомобилистам решать множество задач: от поиска ближайшей заправки до навигации по оптимальному маршруту

Среди пользователей, которые видели пины:

на 32%

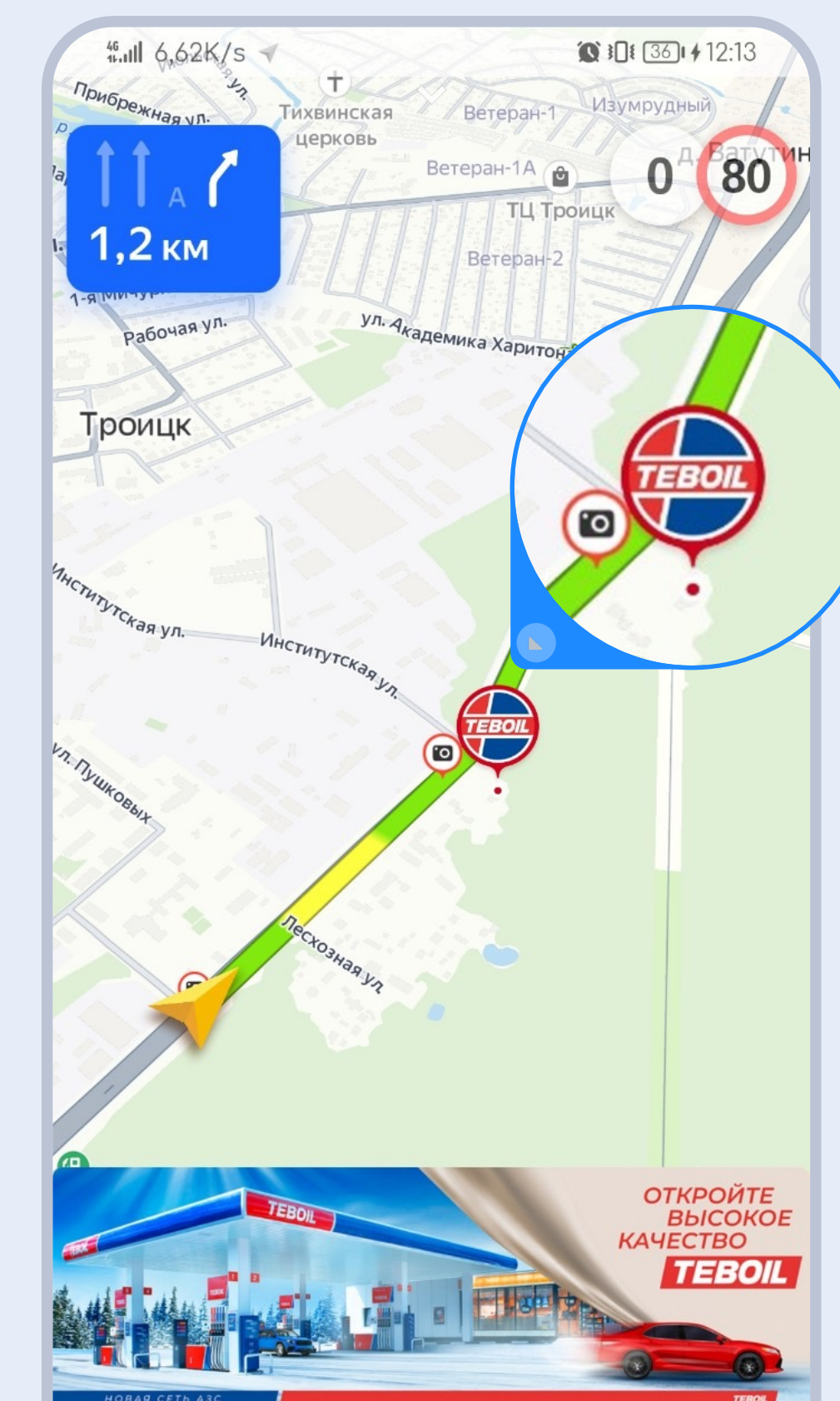
чаще открывали карточки бренда

на 45%

чаще строили маршруты до АЗС

на 57%

приросли доезды до АЗС Teboil



КЕЙС: «ТЕРРИТОРИЯ ФИТНЕСА»

Как «Территория Фитнеса» увеличила конверсию в заявку и охватила жителей районов, где расположены клубы, с помощью пинов по маршруту в Геосервисах

★ Клиент

«Территория Фитнеса» —
федеральная сеть фитнес-клубов

👤 Аудитория

Жители спальных районов Москвы
и ближайших городов области

📅 Период

Сентябрь – декабрь 2022 года

🚩 Задача

Вырастить знание о клубах среди
жителей близлежащих районов.
Подсветить локации и рассказать
местным жителям о предложениях

✅ Решение

Использовали брендированные пины
по маршруту в Геосервисах. Формат
отображается в приложениях
Навигатор и Карты. Аудитория
сервисов — люди с высоким
и средним доходом.

Пины отображались в локациях
клубов. Те, кто проезжал мимо
каждый день, видели их и могли
ознакомиться с предложениями
«Территории Фитнеса».

[Подробнее про кейс](#)

РЕЗУЛЬТАТ

По итогам кампании post-view группа
показала лучшие значения

на 42%

выросли поисковые
запросы (по Search Lift)

на 88%

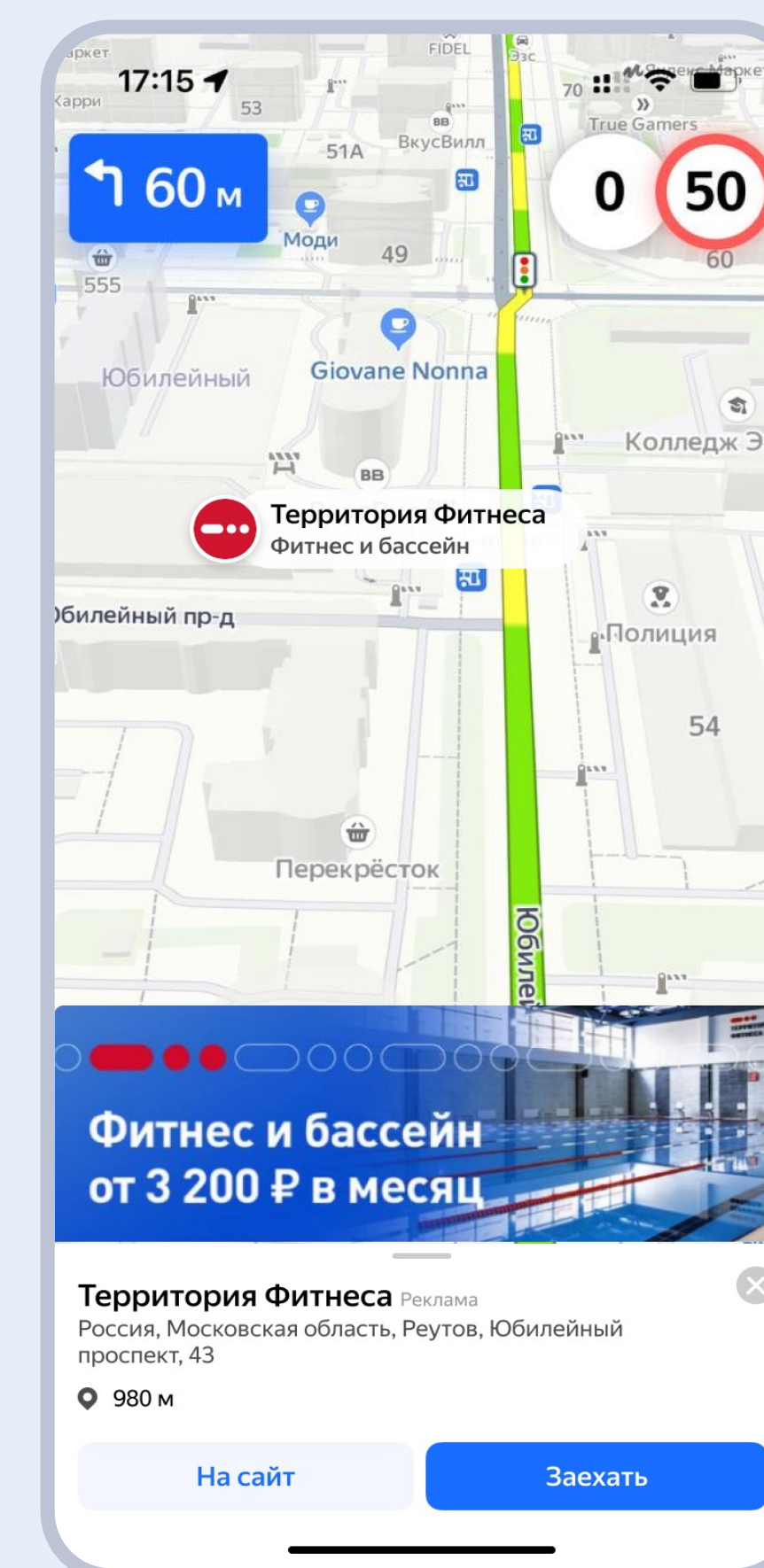
увеличилось количество
лидов на сайте

на 38%

выше CR в заявки
на сайте

36%

тех, кто видел рекламу,
дошли до клубов



КЕЙС: ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЧНАЯ СЕТЬ

Как сеть продуктовых магазинов с помощью медийного микса увеличила охват рекламной кампании и вырастила интерес к бренду

★ Клиент

Федеральная розничная сеть по продаже продуктов питания

📅 Период

Октябрь – декабрь 2022 года

🚩 Задача

Сформировать интерес к розничной сети и увеличить знание об акциях

✔ Решение

Использовали медийную рекламу — баннеры и видео, — чтобы охватить целевую аудиторию и мотивировать её к участию в акциях.

Чтобы охватить пользователей Карт и Навигатора, запустили геомедийную рекламу:

- Баннер в Геосервисах
- Баннер при построении маршрута
- Баннер в Яндекс Метро
- Брендированные пины по маршруту в Геосервисах

РЕЗУЛЬТАТ

Сочетание нескольких форматов позволило получить большой охват по акциям:



Search Lift

Благодаря исследованию отследили пользовательскую реакцию на размещения. Данные показали, что люди, которые видели рекламу, чаще искали розничную сеть

+68%

с медийной рекламы в Поиске

+53%

с геомедийной рекламы в поиске Карт и Навигатора

КЕЙС: LADA

Как производитель автомобилей привлёк внимание аудитории к сервисным акциям Renault и **повысил доезды до дилерских центров на 54%**

★ Клиент

АВТОВАЗ — производитель автомобилей с обширной сетью дилерских центров по России. Обеспечивает сервисную поддержку российских владельцев автомобилей Renault и проводит сезонные сервисные программы послепродажного обслуживания.

🚩 Задачи

1. Усилить осведомлённость клиентов — владельцев автомобилей Renault о запуске специальных сервисных предложений Renault
2. Укрепить лояльность клиентов к официальному сервису Renault
3. Увеличить количество заездов в официальные дилерские центры Renault для проведения сервисных работ

📅 Период

Январь 2023 года

✔ Решение

В качестве инструментов продвижения использовали следующие форматы:

- Баннер в Геосервисах с таргетингами по интересам к автотематике и кастомный сегмент пользователей, которые упоминали бренд Renault в поисковых запросах
- Баннер при построении маршрута в Навигаторе по областям вокруг дилерских центров
- Брендированные пины по маршруту в Геосервисах

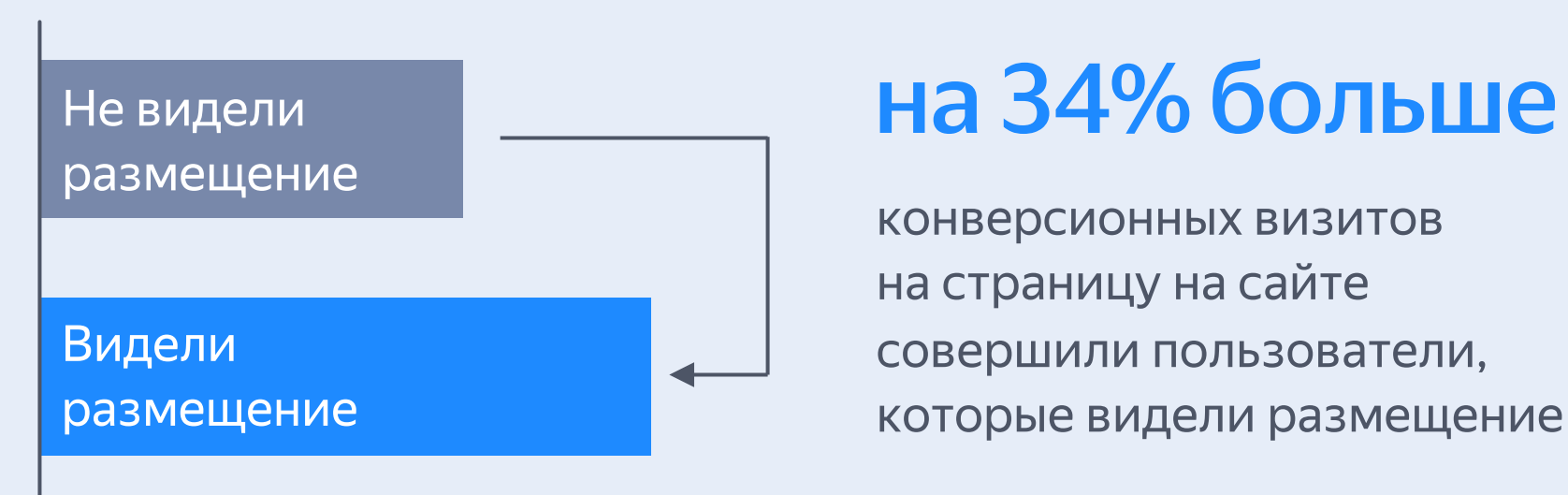
РЕЗУЛЬТАТ



Баннер в Геосервисах



Брендированный пин по маршруту



В рамках рекламной кампании по показателям исследования Action Lift получили следующие результаты*:

+50%

открытие карточек

+53%

построение маршрута

+54%

доезды до дилерских центров

* В сравнении с теми, кто не видел рекламу

06

Коммерческое предложение

Прайс

Форматы

Модель закупки

Розница¹ 2024 год

Сезонный коэффициент

Баннер в Геосервисах	CPM	230 ₽
Баннер в Яндекс Метро	CPM	260 ₽
Билборды в Геосервисах	CPM	60 ₽
Пины в Геосервисах	CPM	80 ₽
Баннер в десктопных Картах	CPM	250 ₽
Рекомендация маршрута в Яндекс Навигаторе	CPA	120 ₽
Премиум-билборды в Геосервисах	CPM	195 ₽
Премиум-баннер в Геосервисах	CPM	300 ₽

Пониженный

0,7–0,8

Январь 0,7

Февраль 0,8

Базовый

1

Март

Апрель

Май

Июнь

Июль

Август

Повышенный

1,3

Сентябрь

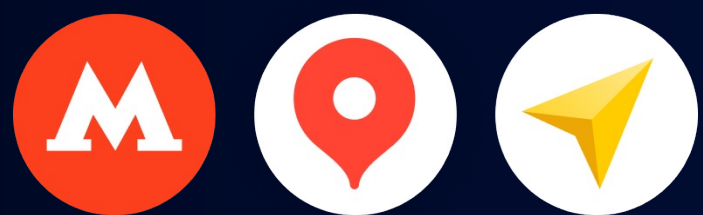
Октябрь

Ноябрь

Декабрь

¹ Без учета НДС

Желаем успешных рекламных кампаний!



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

