

## План действий

### ИНСАЙТЫ

1. Поиск аудитории на основе семантического анализа текстов



Красота

Косметика

Средства по уходу

2. Анализ данных о кликнувшей аудитории с помощью WCM, спустя неделю после старта кампании



CAMPAIGN  
MANAGER

#1

### СЕГМЕНТАЦИЯ

1. С помощью MoonFish было построено 2 сегмента



2. На основе данных о первом этапе РК была обучена PML-модель, с помощью которой был получен сегмент для предиктивного таргетинга



#2

### АКТИВАЦИЯ

Передача сегментов для размещения в programmatic-сети Weborama Audience Activation

Формат:

- Banner



#3

### ИЗМЕРЕНИЕ

Измерение эффективности рекламной кампании на основе показателей WCM и данных о продажах на стороне рекламодателя

KPIs:

**CPO, Average time on site, Conversion Rate**



## Цели

- Достижение максимально точного таргетинга
- Увеличение объема продаж

## Результаты

**CPO  $\downarrow$  x4,1**

**Average time on site  $\uparrow$  35%**

**Conversion Rate 0,03%**