



**WEBPROFITERS**  
ЭФФЕКТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ

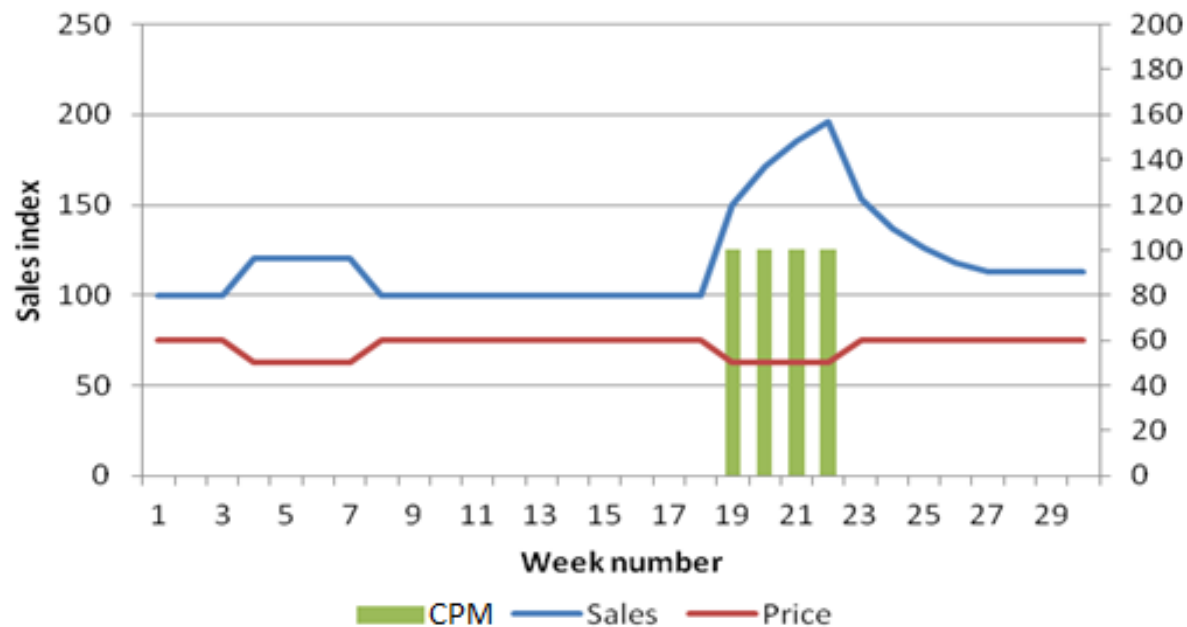


# Оценка эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций

Александр Кузьмин  
Генеральный директор

# Что такое эконометрическое моделирование?

- Методология основана на статистическом анализе исторических данных
- Используется для изучения вклада каждого из факторов в некий KPI (например, продажи, конверсия, обращения и др.)
- Методология использует колебания (отклонения) в данных для определения влияния каждого из факторов на KPI



# Комплекс факторов в модели



# Самая простая модель – как это делается?

Каждый X - фактор, влияющий на зависимую переменную.

$$DepVar = \alpha + \beta_1 X_{1t} + \beta_2 X_{2t} + \dots + \varepsilon_t$$

Константа

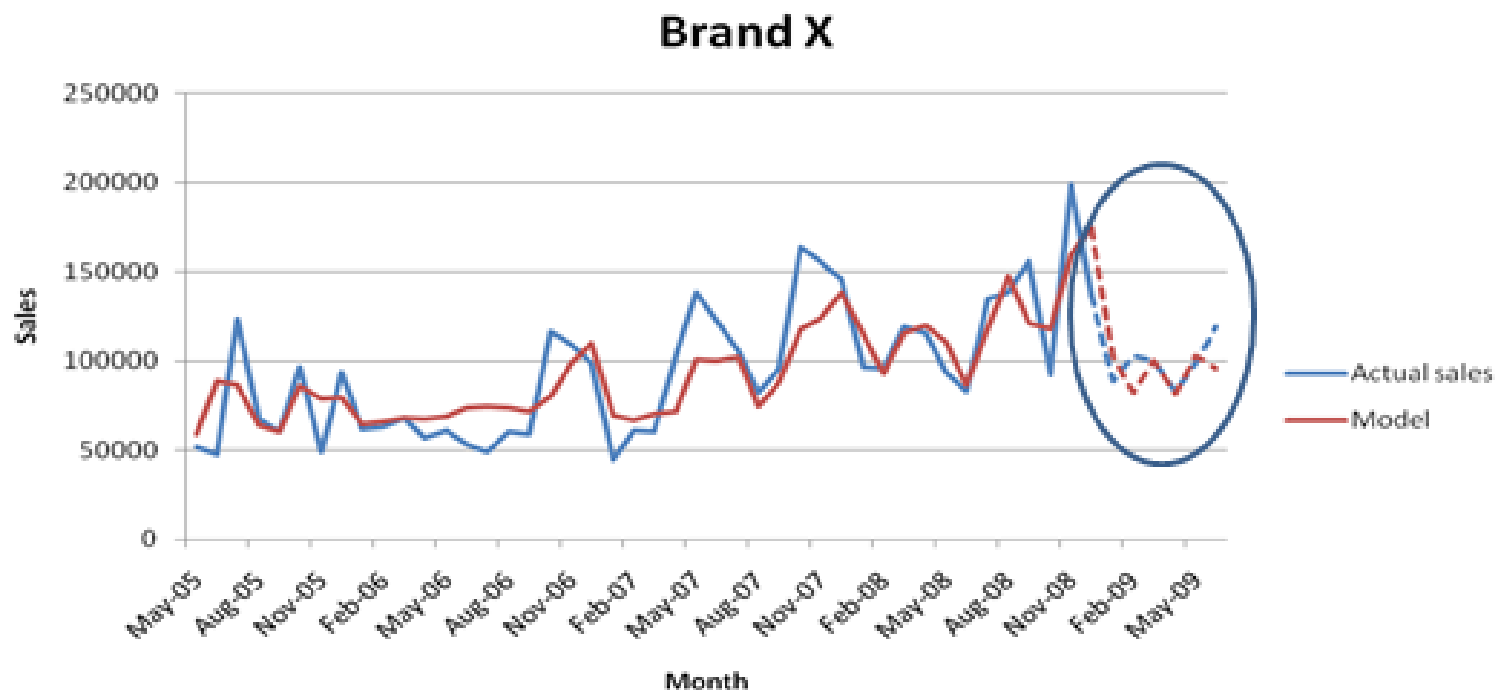
Зависимая переменная.  
Например, продажи.

Коэффициенты, которые показывают отношение между каждым фактором и зависимой переменной

Ошибка – поскольку не всегда точные данные, а поведение людей (конкурентов) нельзя предсказать (важно, чтобы ошибки распределялись нормально и были случайными)

# Подгонка модели

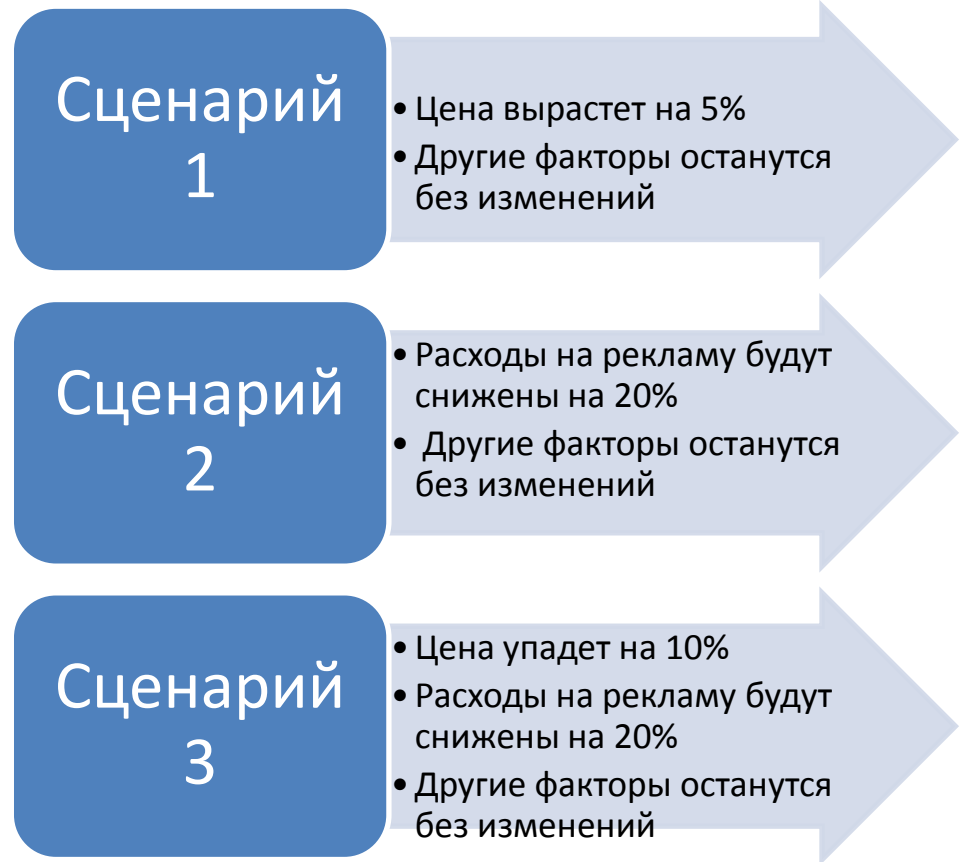
- Существует множество способов проверки валидности модели
- Самый лучший способ проверки – добавить новые точки в модель, поскольку хорошие модели имеют высокую точность прогноза даже в краткосрочной перспективе



- Иногда модели приходится обновлять (простейший случай – действия конкурента)

# Зачем нужно моделирование?

- Выделение основных факторов, влияющих на важные бизнес-метрики
- Оптимизация медиапланирования (ROI, бюджет, микс, share of voice, diminishing return)
- Оптимизация ценовой политики (с помощью «What if-анализа»)
- Оценка эффективности промо-акций почти любого типа



Кейс

Моделирование посещений  
крупного московского торгового  
центра

# Исходные данные

- **Задачи**

- Выделение основных факторов, влияющих на посещения торгового центра
- Оценка влияния каждого канала интернет-рекламы на посещения торгового центра
- Оптимизация медиаплана торгового центра (Март 12 – Апрель 12)

- **Методология**

- Линейная регрессия с функцией отложенного отклика

- **Данные**

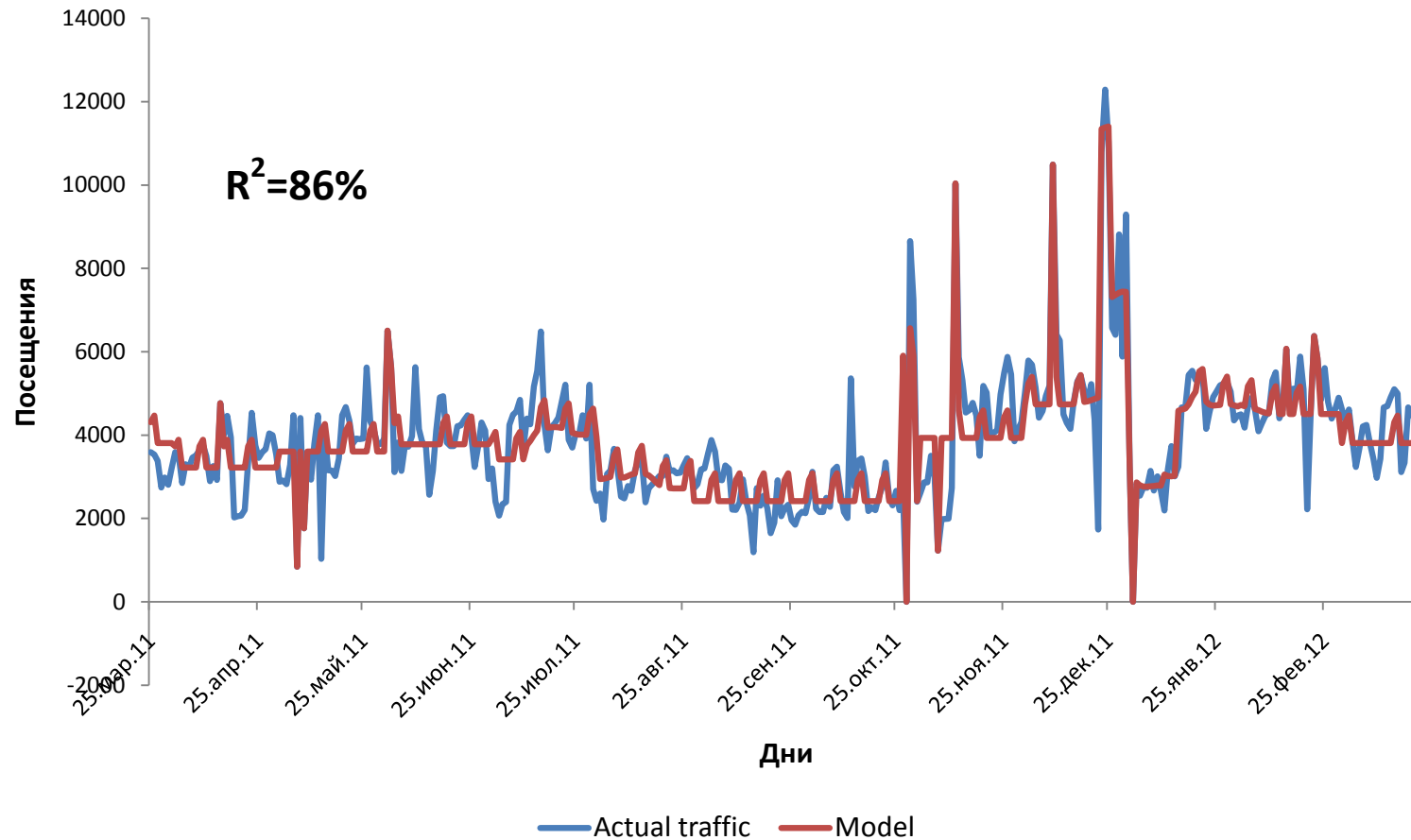
- Моделирование проводилось на основе предоставленной информации о ежедневной посещаемости торгового центра
- Данные были предоставлены за период Март 2011 – Март 2012 (1 год)



# Факторы, учтенные в модели

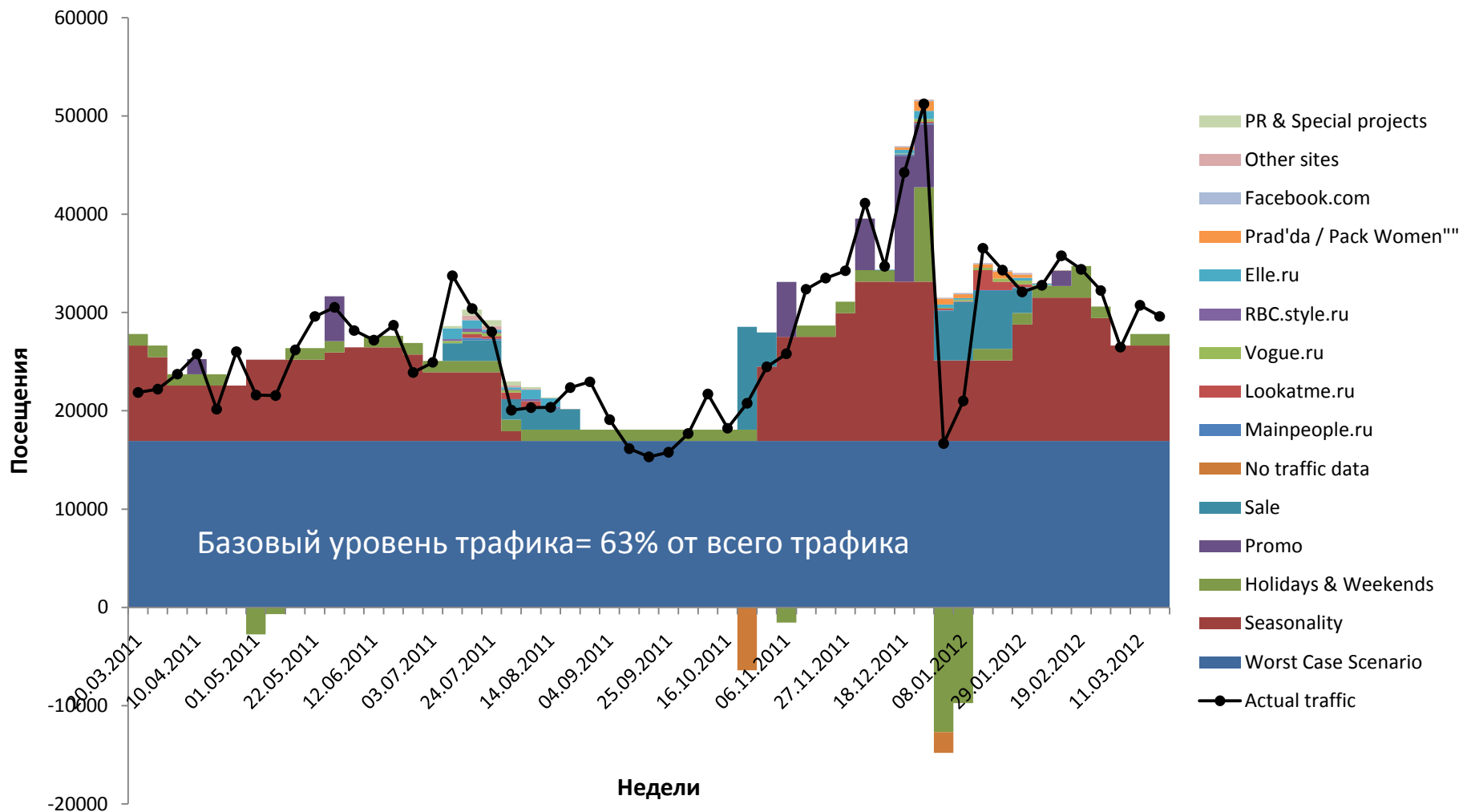


# Значимость модели

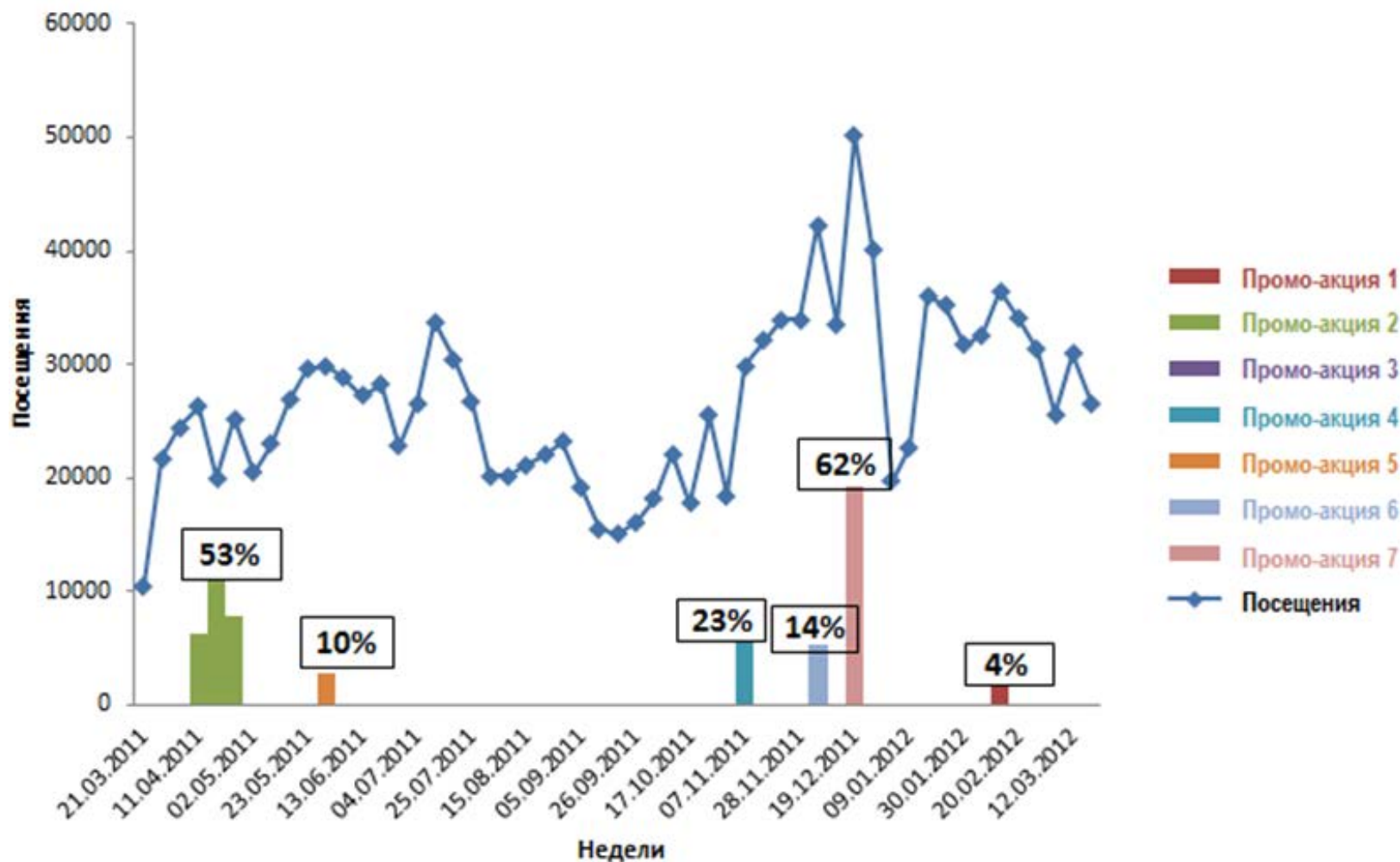


Коэффициент детерминации определяет **значимость регрессионной модели**

# Влияние всех факторов на посещаемость торгового центра

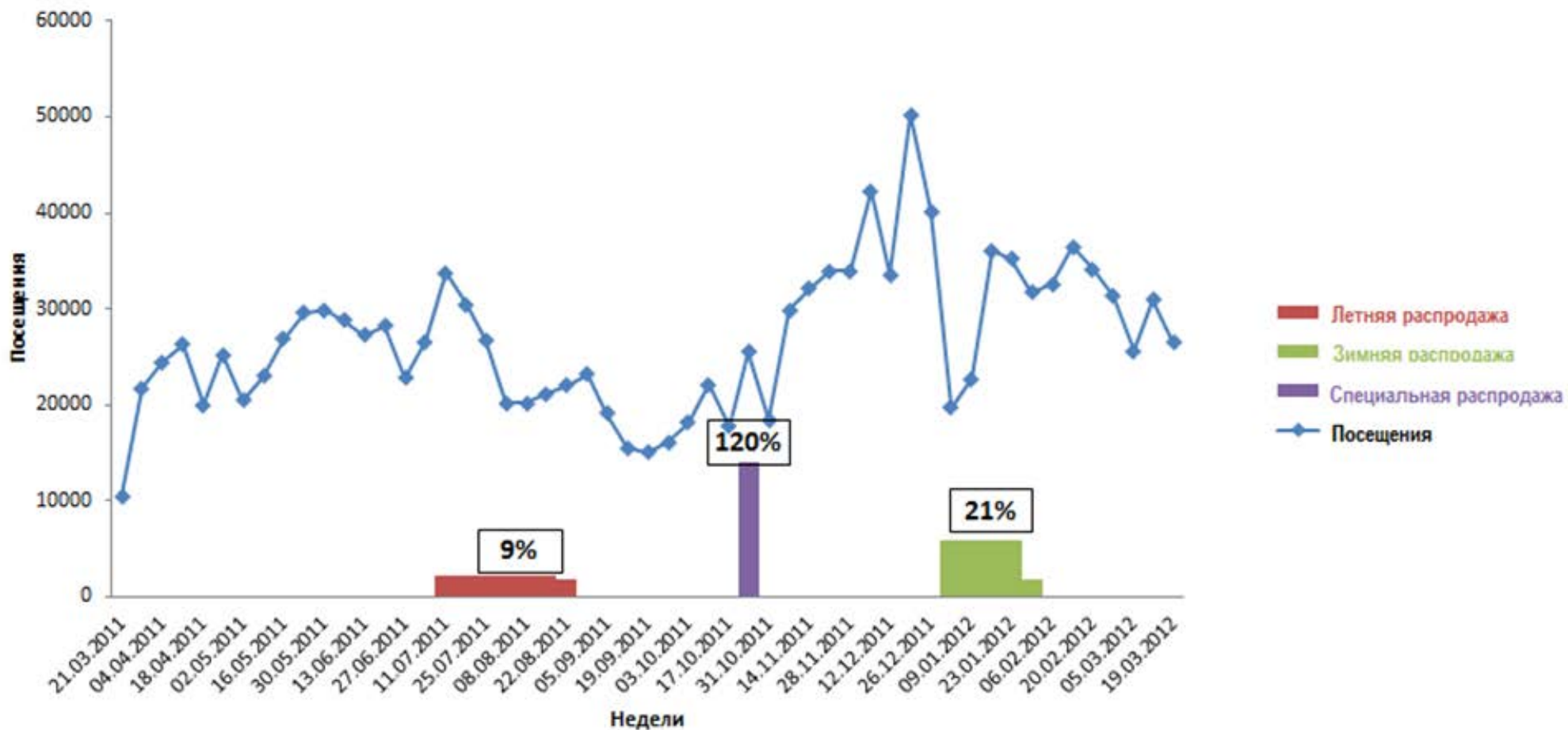


# Влияние промо-акций на посещаемость торгового центра



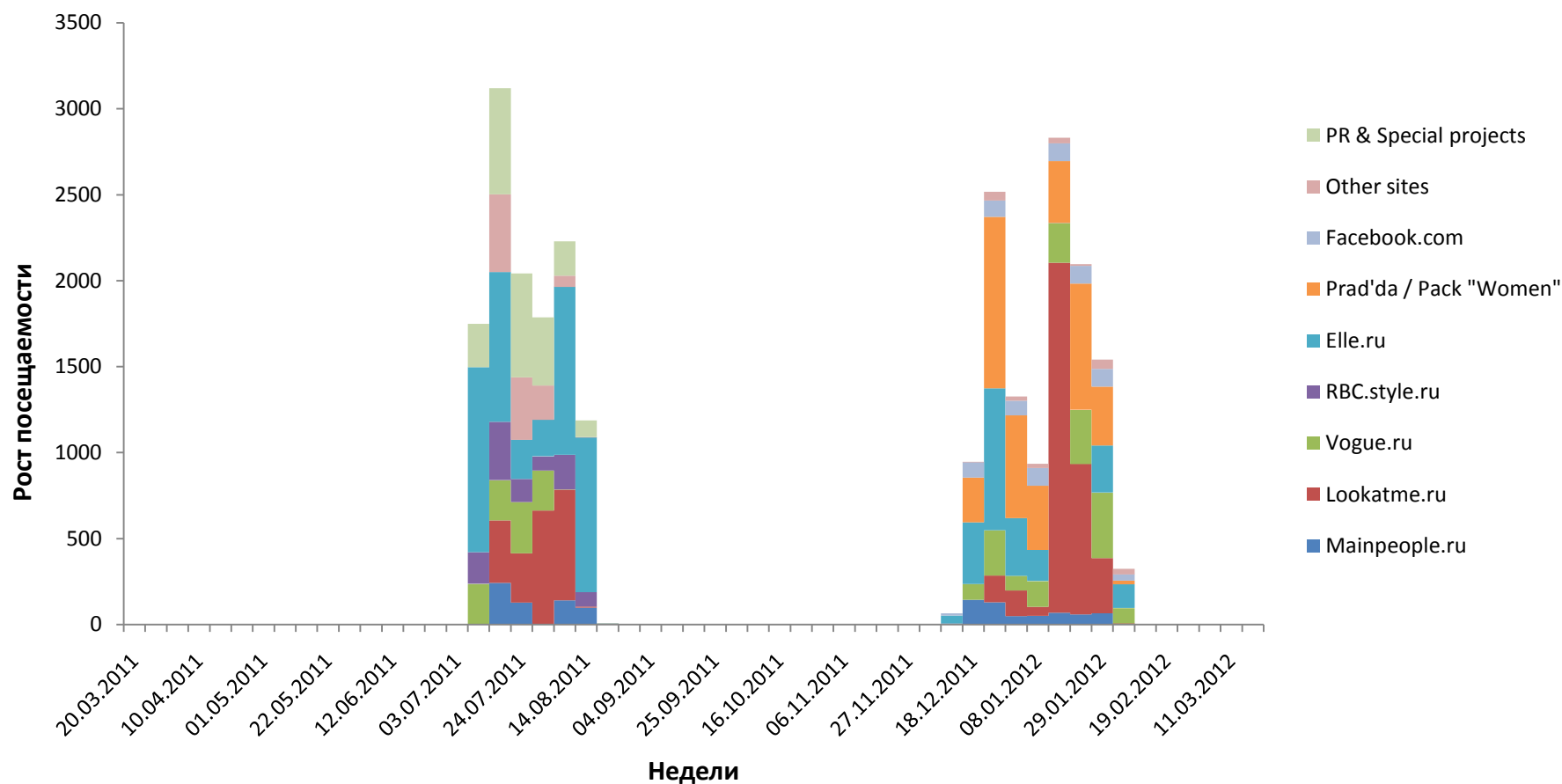
\* названия промо-акций были изменены

# Влияние распродаж на посещаемость торгового центра



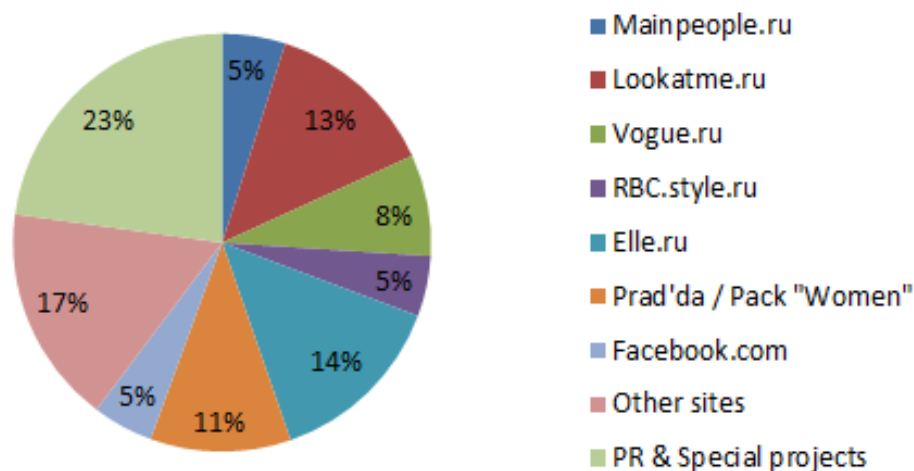
\* названия распродаж были изменены

# Каналы интернет-рекламы обеспечивали недельный рост посещаемости торгового центра до 10-12%

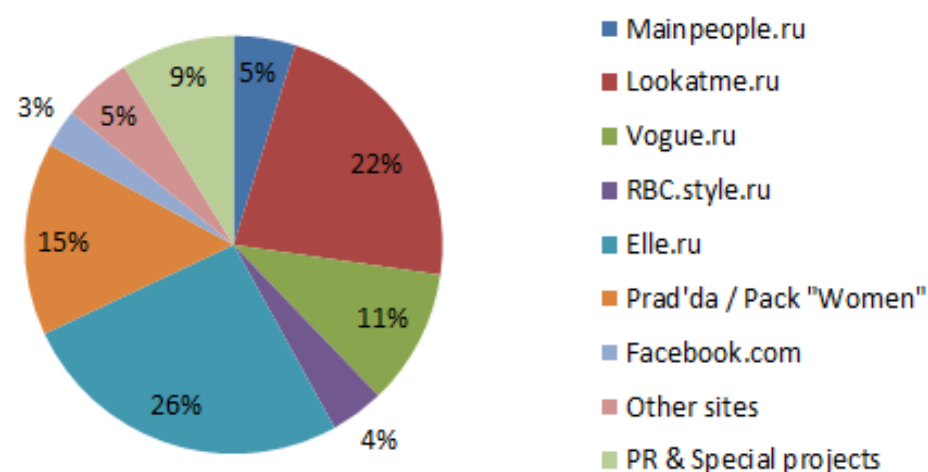


# Эффективность каналов интернет-рекламы

## Расходы на каждый канал интернет-рекламы



## Влияние каждого канала интернет-рекламы на посещаемость ТЦ



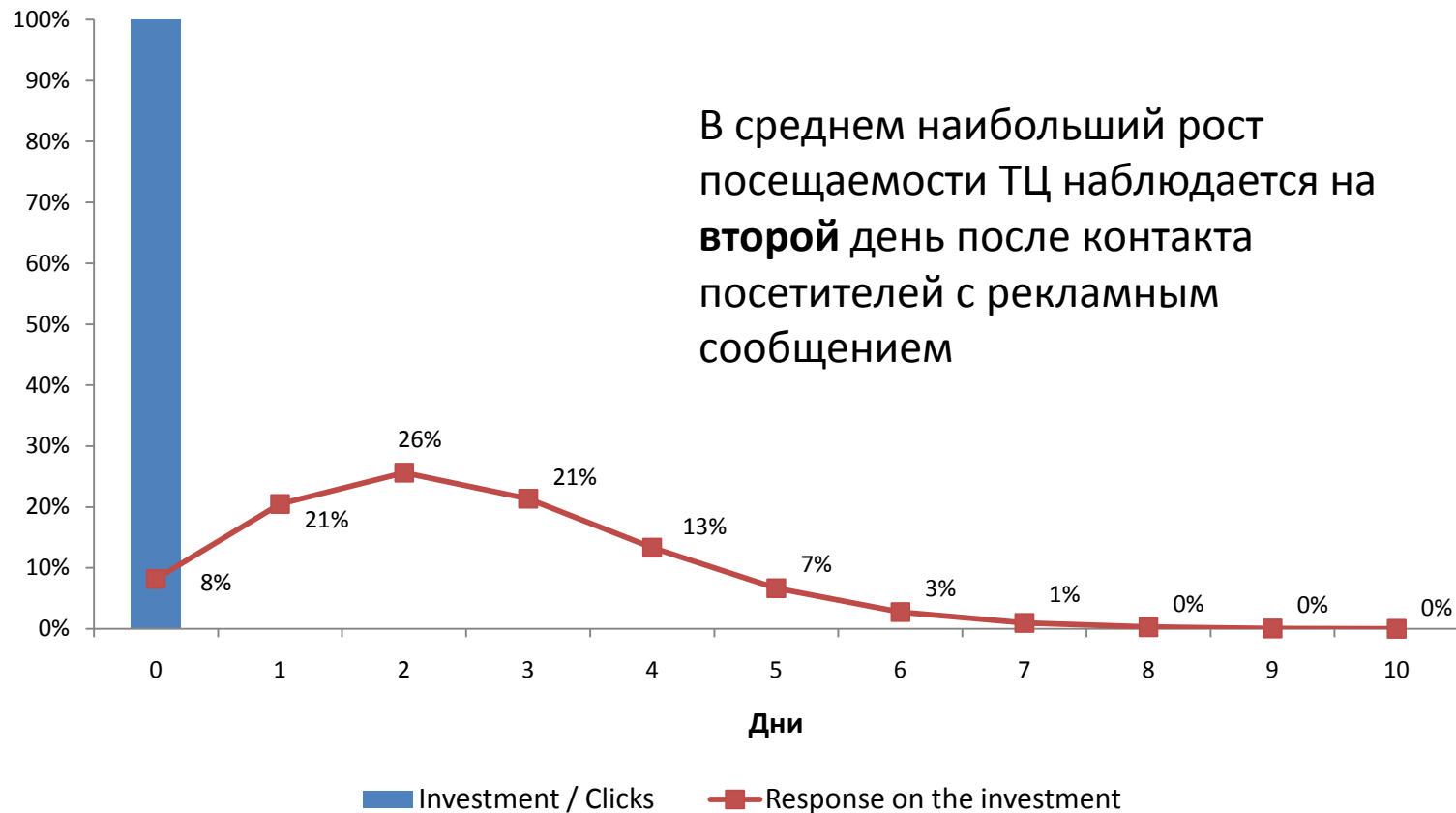
# Стоимость посетителя, CPV

Рекламный канал	Cost per visit (RUB, Net)
Elle.ru	277
Lookatme.ru	304
<u>Prad'da</u> / Pack "Women"	376
Vogue.ru	385
Mainpeople.ru	524
RBC.style.ru	581
Facebook.com	816
PR & Special projects	1340
Other sites	1638
<b>Средняя стоимость посетителя</b>	<b>515</b>

*Данные показатели рассчитывались исходя из анализа статистических данных за исторический период и могут измениться в случае изменения бюджета каналов интернет-рекламы*



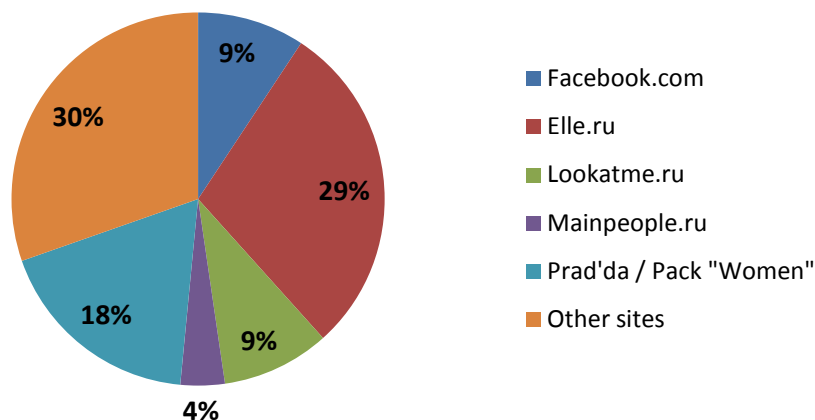
# Функция отложенного отклика



# Оптимизация медиаплана Март – Апрель 2012

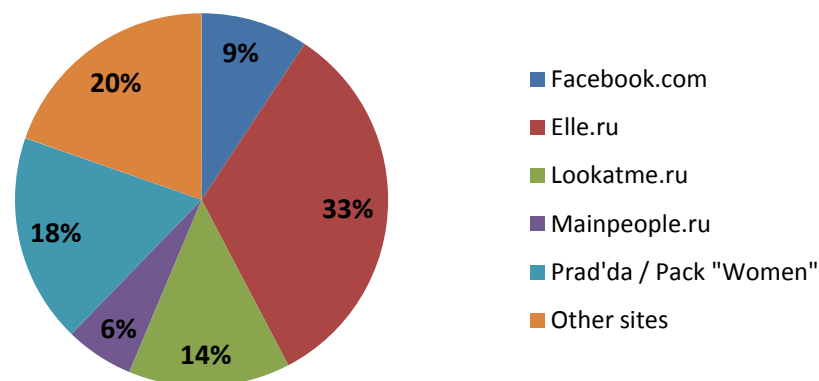
Бюджет = 3 877 711 руб.

## Запланированный медиаплан %



Прогноз роста посещаемости: 6004 посетителя  
Стоимость посетителя: 646 рублей

## Оптимальный медиаплан %



Прогноз роста посещаемости: 7074 посетителя  
Стоимость посетителя: 548 рублей

**Оптимизация медиаплана позволит снизить стоимость посетителя на 18%**

Включение в медиаплан Vogue.ru позволит еще больше увеличить эффективность интернет-рекламы

Спасибо за внимание!  
Вопросы?

**Александр Кузьмин**

[alex.kuzmin@webprofiters.ru](mailto:alex.kuzmin@webprofiters.ru)

<http://www.facebook.com/akuzmin47>

**8 (910) 405-02-04**