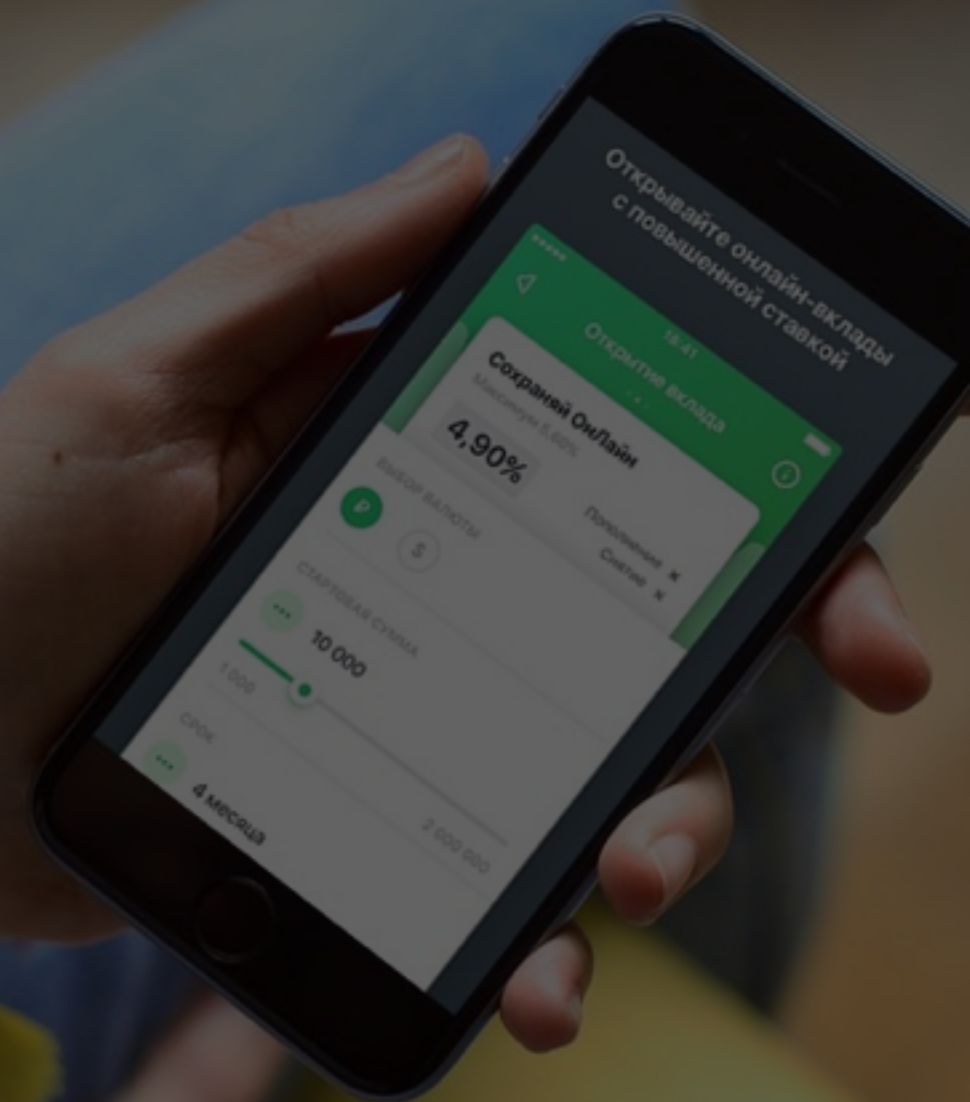


Online & Offline Дружба на практике

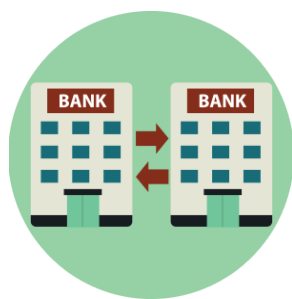
Анатолий Лукашин, Сбербанк
Digital Brand Day 2018



Содержание

- 1 Как **Online** помогает продавать в **Offline**
- 2 Как **Offline** данные помогают продавать в **Online**
- 3 Синергия **Online & Offline**

Что происходит в банковской индустрии?



Больше нет привязки к одному банку



Возможность индивидуализации продукта



Нет барьеров для быстрого перехода в другой банк



Растет количество взаимодействий с банками в день/неделю



При выборе банка важно удобство интернет-банка и мобильного приложения

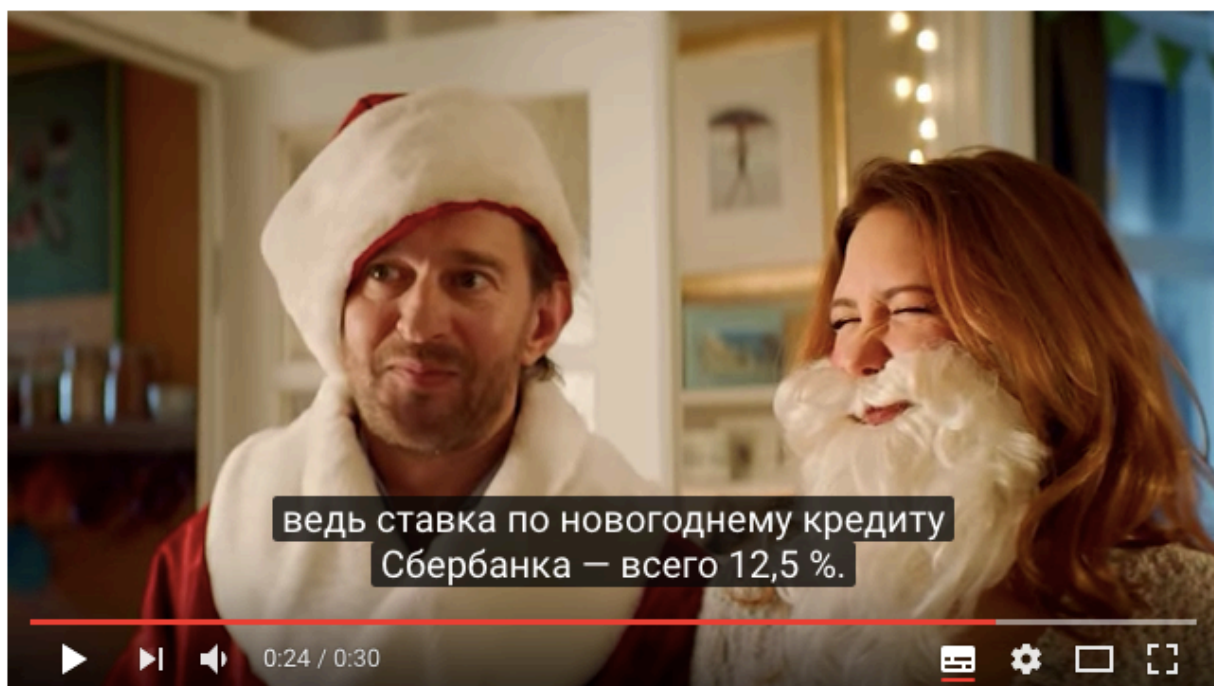


Превалирующая доля продаж по-прежнему происходит в оффлайн-каналах

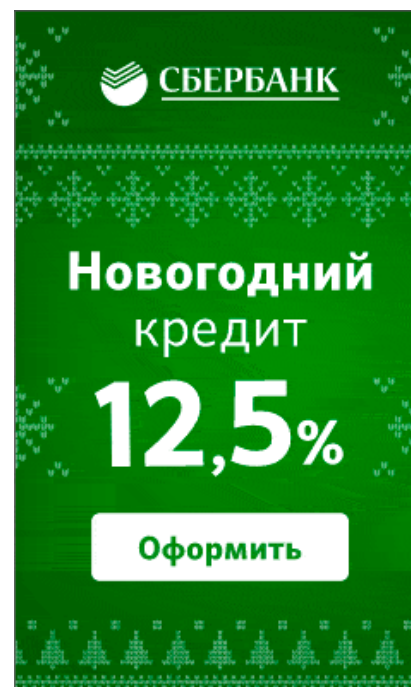
1. Как Online помогает продавать в Offline

Кейс 1. Потребительские кредиты

Цель – оценить влияние медийной Интернет рекламы на продажи потребительских кредитов (онлайн + оффлайн)



OLV 30”



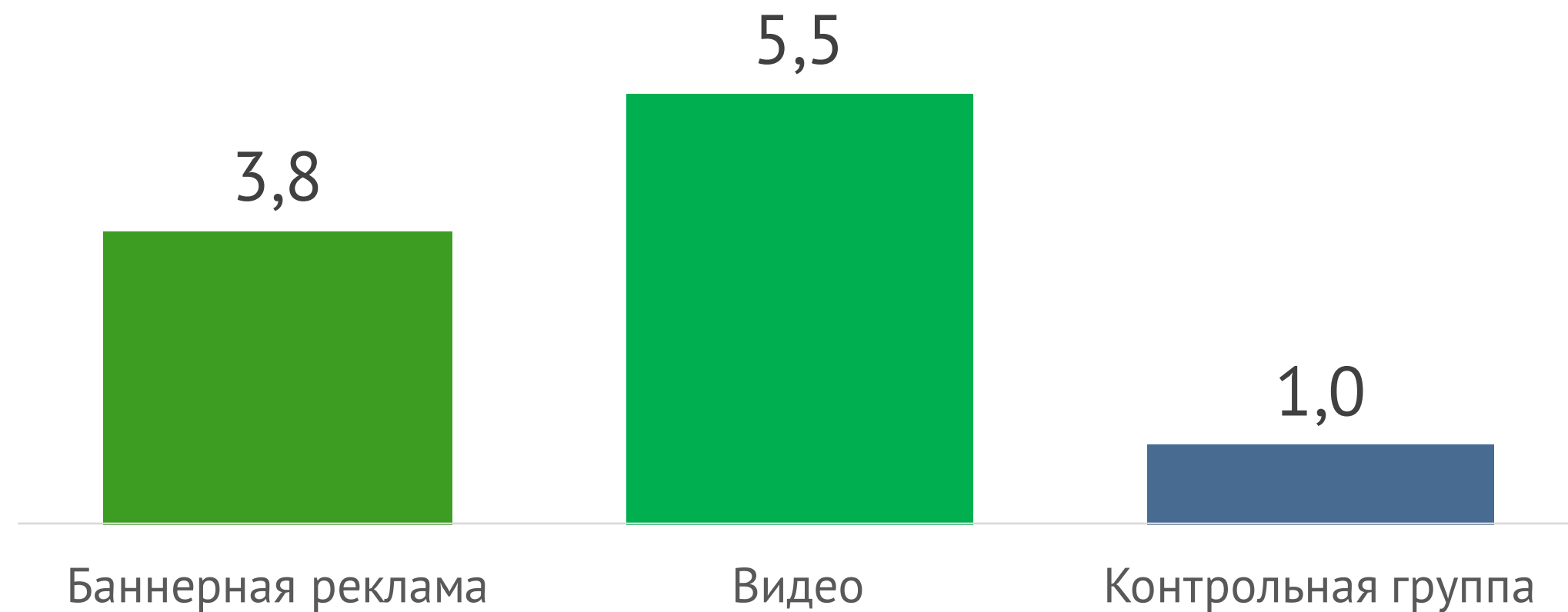
Баннеры

3,9 млн
человек,
охваченных
кампаний

Кейс 1. Потребительские кредиты

В среднем пользователи, охваченные рекламой получили в **4,5** раза больше кредитов во время и после кампании, чем представители контрольной группы

Приведенный индекс* выдачи кредитов среди пользователей, охваченных и не охваченных рекламой



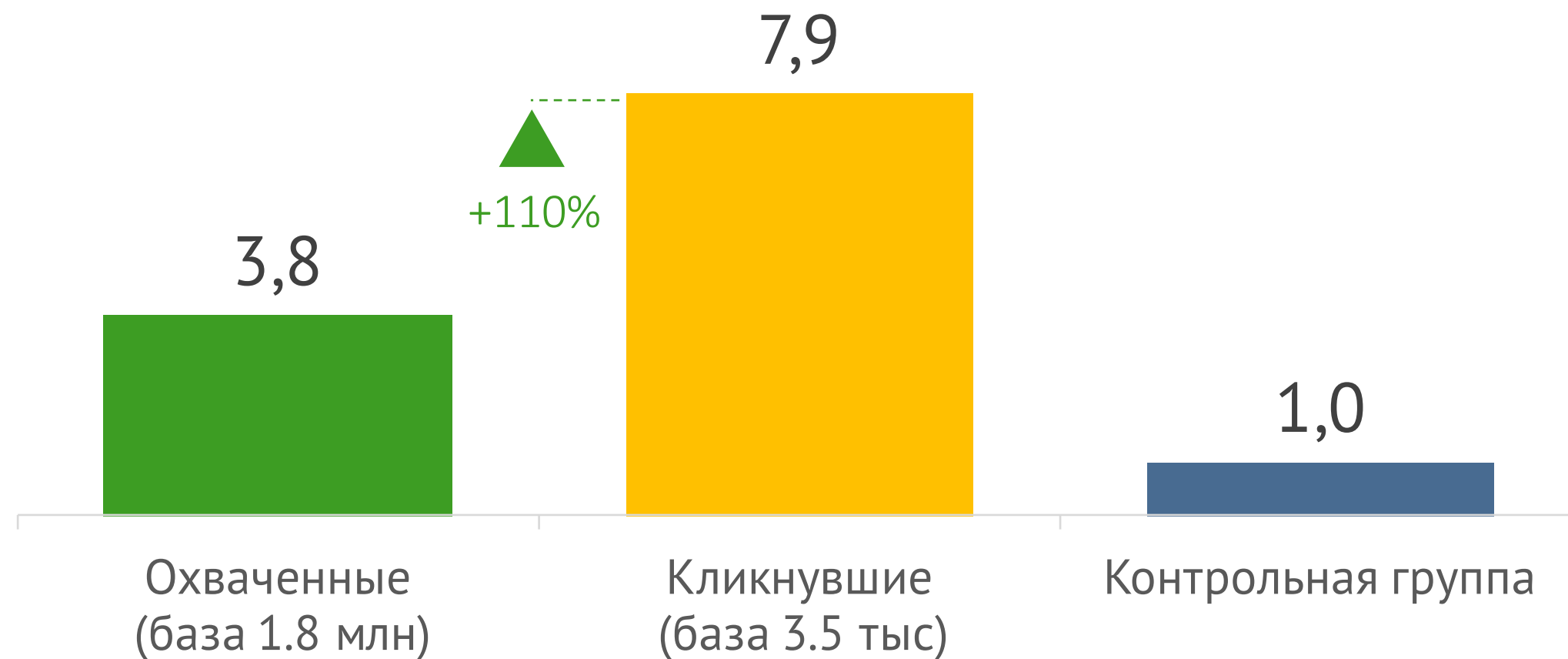
Источник: внутренние данные Сбербанка.

*Данные представлены в относительном выражении, индекс конверсии приведен к контрольной группе

Кейс 1. Потребительские кредиты

При этом на **110%** выше конверсия среди тех пользователей, которые перешли по рекламе по сравнению с теми, кто просто проконтактировал с ней

Приведенный индекс* выдачи кредитов среди пользователей, охваченных баннерной рекламой и кликнувших по ней

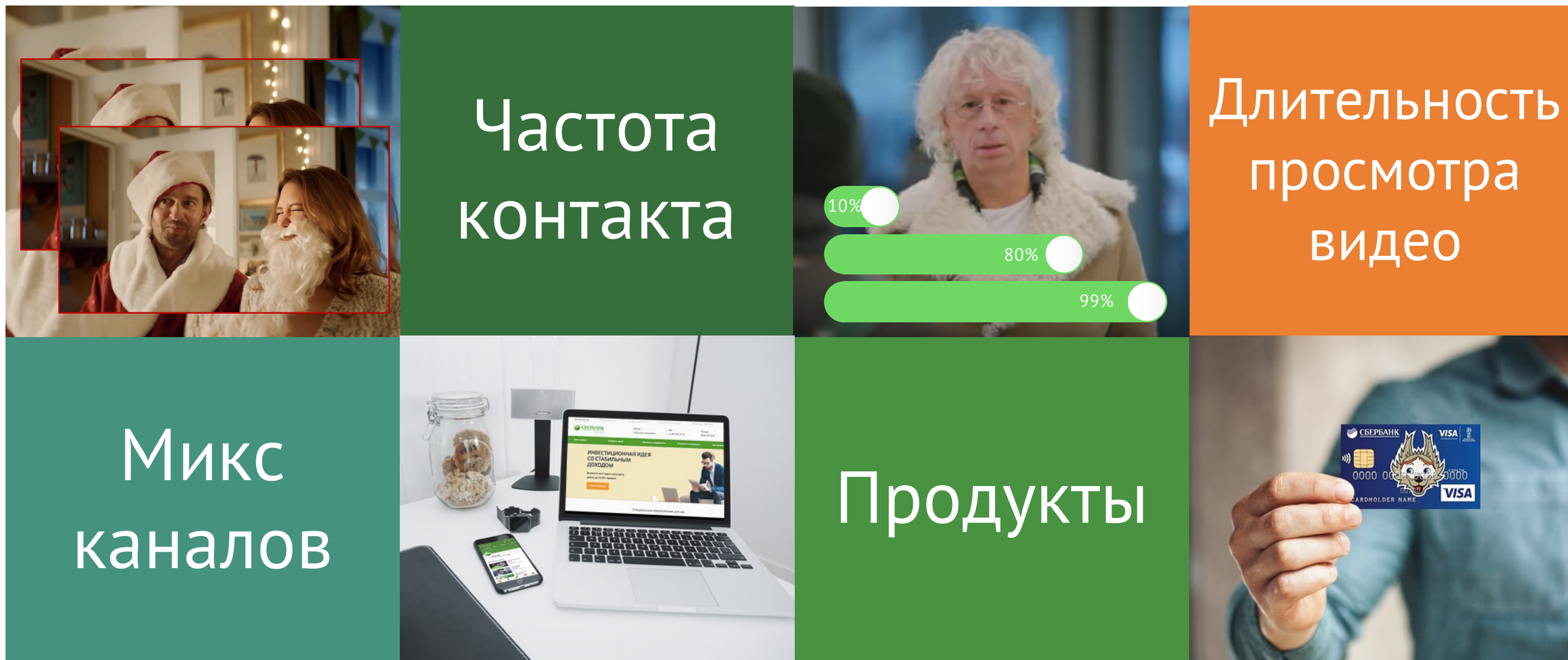


Источник: внутренние данные Сбербанка.

*Данные представлены в относительном выражении, индекс конверсии приведен к контрольной группе

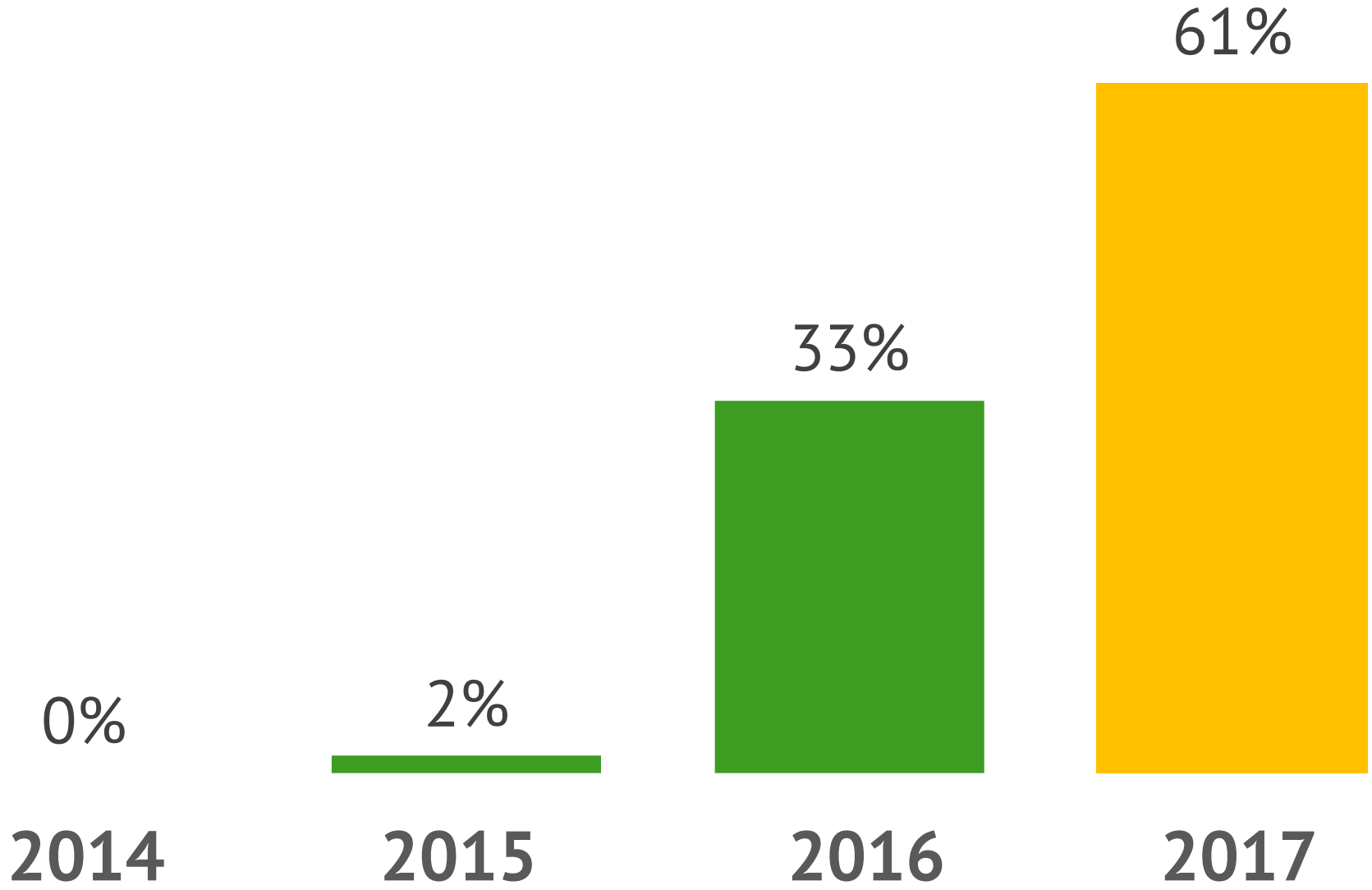
Кейс 1. Потребительские кредиты

Поле для дальнейших экспериментов:



2. Как Offline данные помогают продавать в Online

Растет доля компаний, в которых используются собственные данные



Источник: Внутренние данные Сбербанка

Как повысить эффективность крупной федеральной рекламной кампании в Интернете?

Для большинства компаний



Как повысить эффективность крупной федеральной рекламной кампании в Интернете?

Для большинства компаний

- повысить точность таргетинга
- разделить на микросегменты, показывать креатив под каждый сегмент
- оптимизировать «на лету», пересплитовывая каналы
- и так далее...

Как повысить эффективность крупной федеральной рекламной кампании в Интернете?

Для большинства компаний

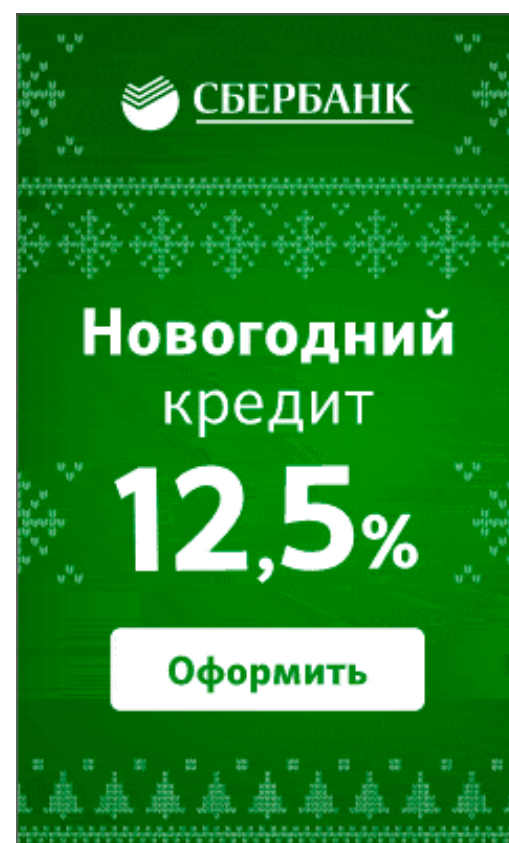
- повысить точность таргетинга
- разделить на микросегменты, показывать креатив под каждый сегмент
- оптимизировать «на лету», пересплитовывая каналы
- и так далее...

Для Сбербанка

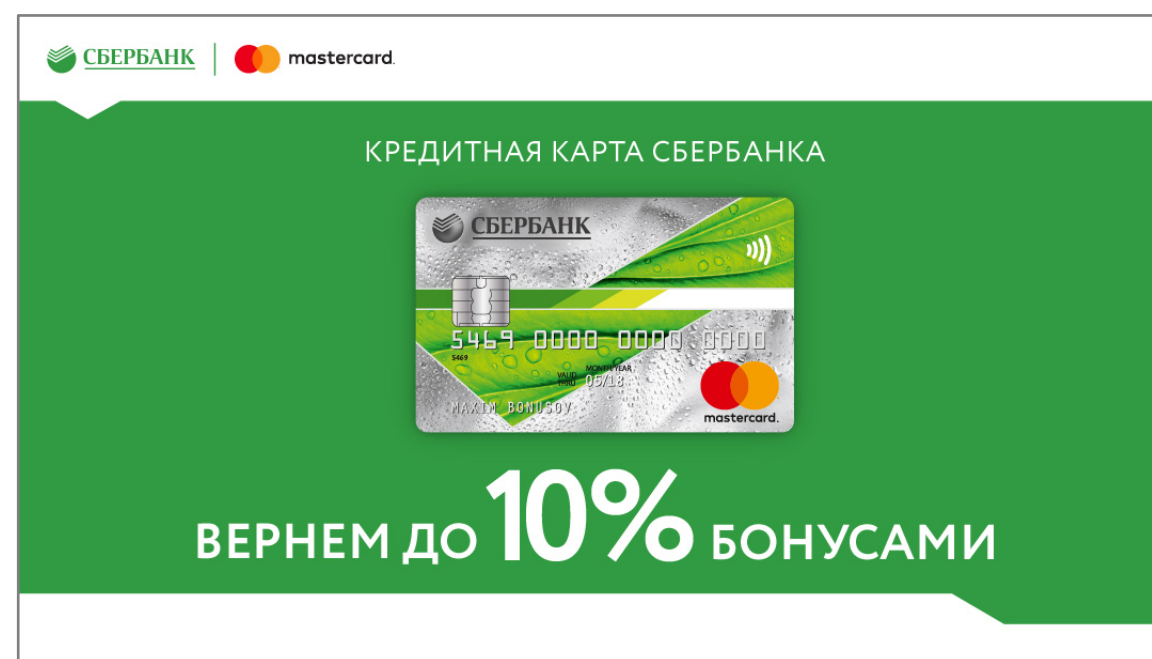


Исключить из показа аудиторию, у которой уже есть этот продукт

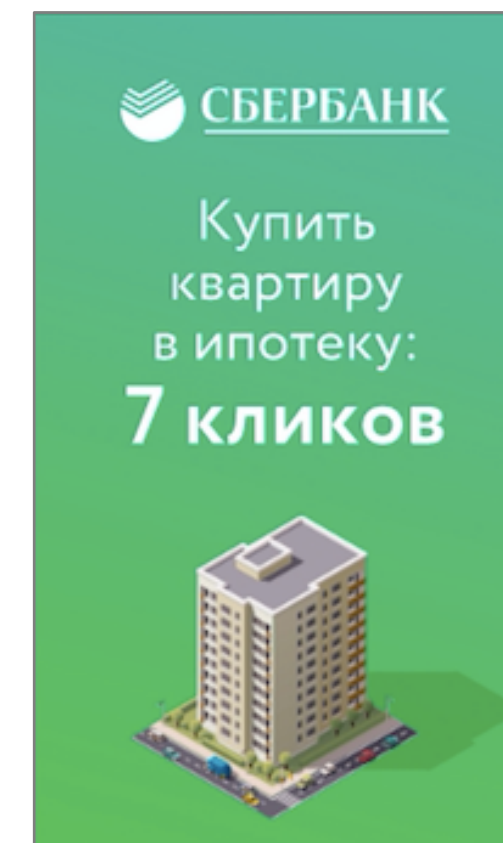
30% средняя экономия рекламного бюджета за счет исключения из коммуникации аудитории



Кредиты



Кредитные карты



Ипотека

3. Синергия Online & Offline

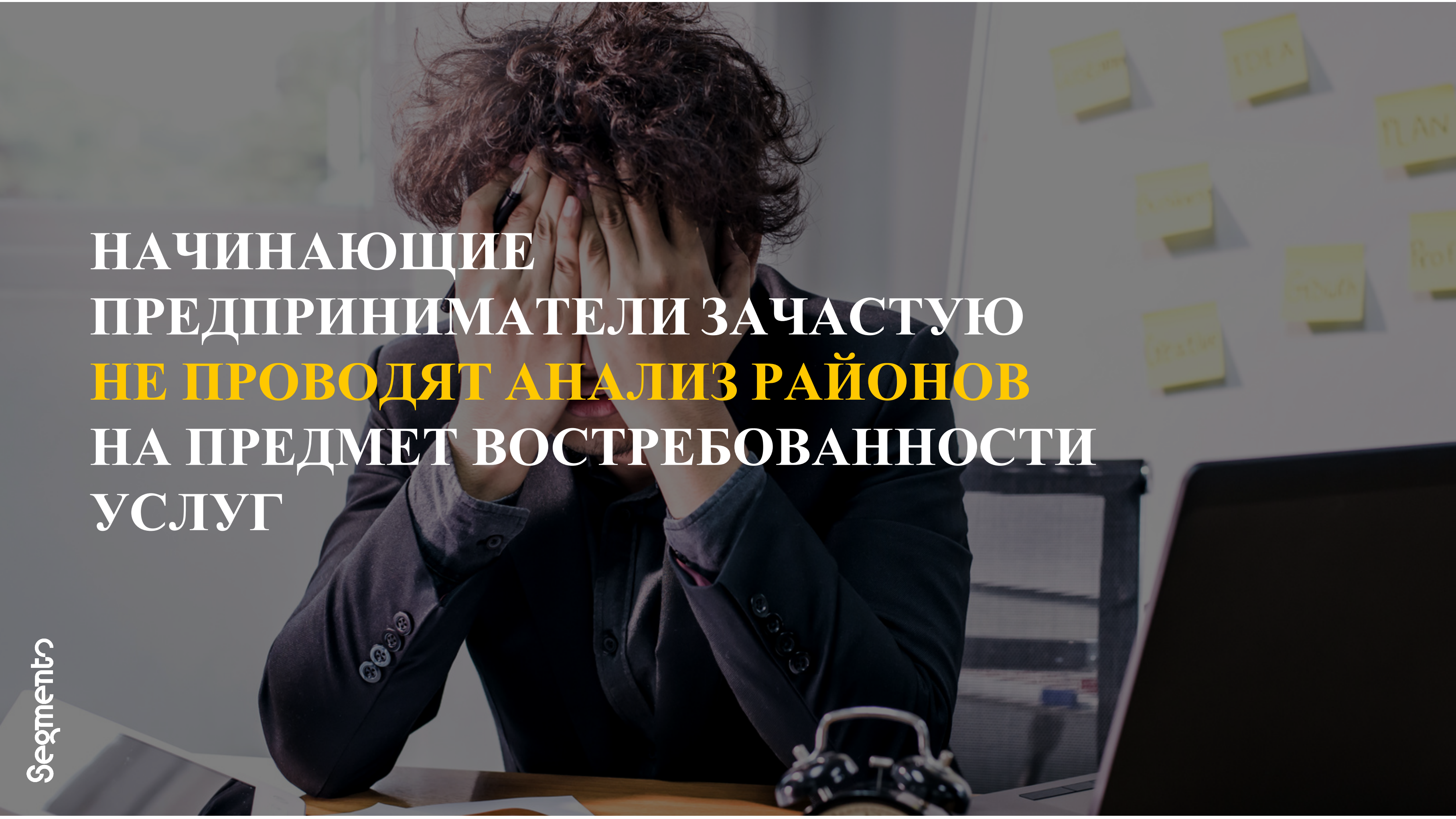
Segments

РАЙОНЫ

Online реклама, которая делает
удобной offline жизнь

ТОЛЬКО 20%
НОВОГО БИЗНЕСА
ВЫЖИВАЕТ
В ПЕРВЫЕ 2 ГОДА





НАЧИНАЮЩИЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ ЗА ЧАСТУЮ
НЕ ПРОВОДЯТ АНАЛИЗ РАЙОНОВ
НА ПРЕДМЕТ ВОСТРЕБОВАННОСТИ
УСЛУГ

АПТЕКА



ПИВНОЙ
МАГАЗИН



АЛКОГОЛЬНЫЙ
МАГАЗИН



АПТЕКА



МАЛЫЙ БИЗНЕС РАСПОЛОЖЕН
В ЛОКАЦИЯХ, **НЕ ОТВЕЧАЮЩИХ**
НУЖДАМ ЖИТЕЛЕЙ

РАЙОНЫ

ПОМОЧЬ МАЛОМУ БИЗНЕСУ
ПОНЯТЬ РЕАЛЬНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ
ЖИТЕЛЕЙ



УЗНАТЬ ПОТРЕБНОСТИ ЖИТЕЛЕЙ



РАССКАЗАТЬ О НИХ БИЗНЕСУ

ЭТАП №1

УЗНАТЬ ПОТРЕБНОСТИ

НАШЛИ ПОМЕЩЕНИЯ,
ПОДХОДЯЩИЕ ДЛЯ
МАЛОГО БИЗНЕСА

С ПОМОЩЬЮ SUPERGEO
СФОРМИРОВАЛИ
Сегмент
ПРОЖИВАЮЩИХ РЯДОМ



ПОКАЗАЛИ РЕКЛАМУ
С ГОЛОСОВАНИЕМ
ЗА ОБЪЕКТЫ, **КОТОРЫХ
НЕ ХВАТАЕТ В ИХ РАЙОНЕ**

В ПЕРЕУЛКЕ
ПИРОГОВА
НЕ ПОМЕШАЕТ
КОНДИТЕРСКАЯ.

ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ. ПОДРОБНОСТИ НА ZEBBANK.RU

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ
И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

НА СЕРЕБРЕН-
НИКОВСКОЙ
НЕ ПОМЕШАЕТ
ФИТНЕС-КЛУБ.

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ
И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

11.08.2018 Г. НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ. ПОДРОБНОСТИ НА ZEBBANK.RU

НА ГЕНЕРАЛА
АЛЕКСЕЕВА
НУЖЕН МАГАЗИН
ДЛЯ ХУДОЖ-
НИКОВ.

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ
И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ. ПОДРОБНОСТИ НА ZEBBANK.RU

СОЗДАЛИ КАРТУ ПОТРЕБНОСТЕЙ РАЙОНОВ НА ОСНОВЕ ГОЛОСОВАНИЯ



9

ГОРОДОВ

ЭТАП №2

РАССКАЗАТЬ БИЗНЕСУ

СЕГМЕНТ
«МАЛЫЙ БИЗНЕС»

РЕКЛАМА О ПОТРЕБНОСТЯХ РАЙОНОВ
+ КРЕДИТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ СБЕРБАНКА

НА УЛИЦЕ
ЮРША НУЖЕН
ХОРОШИЙ
ПРОДУКТОВЫЙ.

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ
И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

КРЕДИТЫ
ДЛЯ МАЛОГО
БИЗНЕСА.

СБЕРБАНК

В ПЕРЕУЛКЕ
ПИРОГОВА
НЕ ПОМЕШАЕТ
КОНДИТЕРСКАЯ.

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ
И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

КРЕДИТЫ
ДЛЯ МАЛОГО
БИЗНЕСА.

СБЕРБАНК

В 15-м РАЙОНЕ
ЗЕЛЕНОГРАДА
НЕ ПОМЕШАЕТ
ПЕКАРНЯ.

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ
И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

КРЕДИТЫ
ДЛЯ МАЛОГО
БИЗНЕСА.

СБЕРБАНК

НА ГЕОДЕЗИЧЕ-
СКОЙ НУЖЕН
КИБЕРСПОРТИВ-
НЫЙ МАГАЗИН.

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ
И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

КРЕДИТЫ
ДЛЯ МАЛОГО
БИЗНЕСА.

СБЕРБАНК

НА ПРОСПЕКТЕ
СЕДОВА
НЕ ПОМЕШАЕТ
ДЕТСКОЕ КАФЕ.

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ
И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

КРЕДИТЫ
ДЛЯ МАЛОГО
БИЗНЕСА.

СБЕРБАНК

НА УЛИЦЕ
ШМИДТА
НЕ ПОМЕШАЕТ
КУЛИНАРИЯ.

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ
И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

КРЕДИТЫ
ДЛЯ МАЛОГО
БИЗНЕСА.

СБЕРБАНК

НА УЛИЦЕ КИМ
НЕ ПОМЕШАЕТ
ДЕТСКОЕ КАФЕ.

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ
И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

КРЕДИТЫ
ДЛЯ МАЛОГО
БИЗНЕСА.

СБЕРБАНК

НА ЛЕНИНГРАД-
СКОЙ НУЖЕН
МАГАЗИН ДЕТ-
СКИХ ТОВАРОВ.

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ
И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

КРЕДИТЫ
ДЛЯ МАЛОГО
БИЗНЕСА.

СБЕРБАНК

НА УЛИЦЕ
ШЕЙНКМАНА
НЕ ПОМЕШАЕТ
ПРАЧЕЧНАЯ.

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ
И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

КРЕДИТЫ
ДЛЯ МАЛОГО
БИЗНЕСА.

СБЕРБАНК

235

РЕКЛАМНЫХ СТРАТЕГИЙ

ГОЙ
ОРО-
ПЕР-

НЫМИ
ЯМИ.

МОГО
А.

КИЙ
О
АТАЕТ?

И-Й
ПРИК-
МАХЕР-
СКОЙ?

НА СЕРЕБРЕН-
НИКОВСКОЙ
НЕ ПОМЕШАЕТ
КАФЕ.

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ
И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

КРЕДИТЫ
ДЛЯ МАЛОГО
БИЗНЕСА.

СБЕРБАНК

НА УЛИЦЕ
ТЕРЕШКОВОЙ
НЕ ПОМЕШАЕТ
МАГАЗИН
КРОССОВОК.

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ
И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

КРЕДИТЫ
ДЛЯ МАЛОГО
БИЗНЕСА.

СБЕРБАНК

НА ВАСИЛЬЕВ-
СКОМ ОСТРОВЕ
НЕ ПОМЕШАЕТ
ПИРОЖКОВАЯ.

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ
И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

КРЕДИТЫ
ДЛЯ МАЛОГО
БИЗНЕСА.

СБЕРБАНК

НА 2-й СОВЕТ-
СКОЙ НЕ ПОМЕ-
ШАЕТ ЧАЙНАЯ.

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ
И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

КРЕДИТЫ
ДЛЯ МАЛОГО
БИЗНЕСА.

СБЕРБАНК

НА 2-й СОВЕТ-
СКОЙ НУЖЕН
ХОРОШИЙ
ОВОЩНОЙ.

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ
И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

КРЕДИТЫ
ДЛЯ МАЛОГО
БИЗНЕСА.

СБЕРБАНК

НА ПЕТРОГРАД-
СКОЙ НУЖЕН
МАГАЗИН ЗДОРОВО-
ГО ПИТАНИЯ.

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ
И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

КРЕДИТЫ
ДЛЯ МАЛОГО
БИЗНЕСА.

СБЕРБАНК

НА НОВО-
ЧЕРКАССКОЙ
НУЖНА ПРАЧЕЧ-
НАЯ.

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ
И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

КРЕДИТЫ
ДЛЯ МАЛОГО
БИЗНЕСА.

СБЕРБАНК

НА НОВО-
ЧЕРКАССКОЙ
НЕ ПОМЕШАЕТ
КАФЕ.

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ
И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

КРЕДИТЫ
ДЛЯ МАЛОГО
БИЗНЕСА.

СБЕРБАНК

НА СТАЧЕК
НЕ ПОМЕШАЕТ
ФРЕШ-БАР.

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ
И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

КРЕДИТЫ
ДЛЯ МАЛОГО
БИЗНЕСА.

СБЕРБАНК

НА ФЕДОСЕЕНКО
НЕ ПОМЕШАЕТ
БОУЛИНГ.

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ
И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

КРЕДИТЫ
ДЛЯ МАЛОГО
БИЗНЕСА.

СБЕРБАНК

НА СЕРЕ-
НИКОВС-
НЕ ПОМЕ-
КАФЕ.

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ
И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

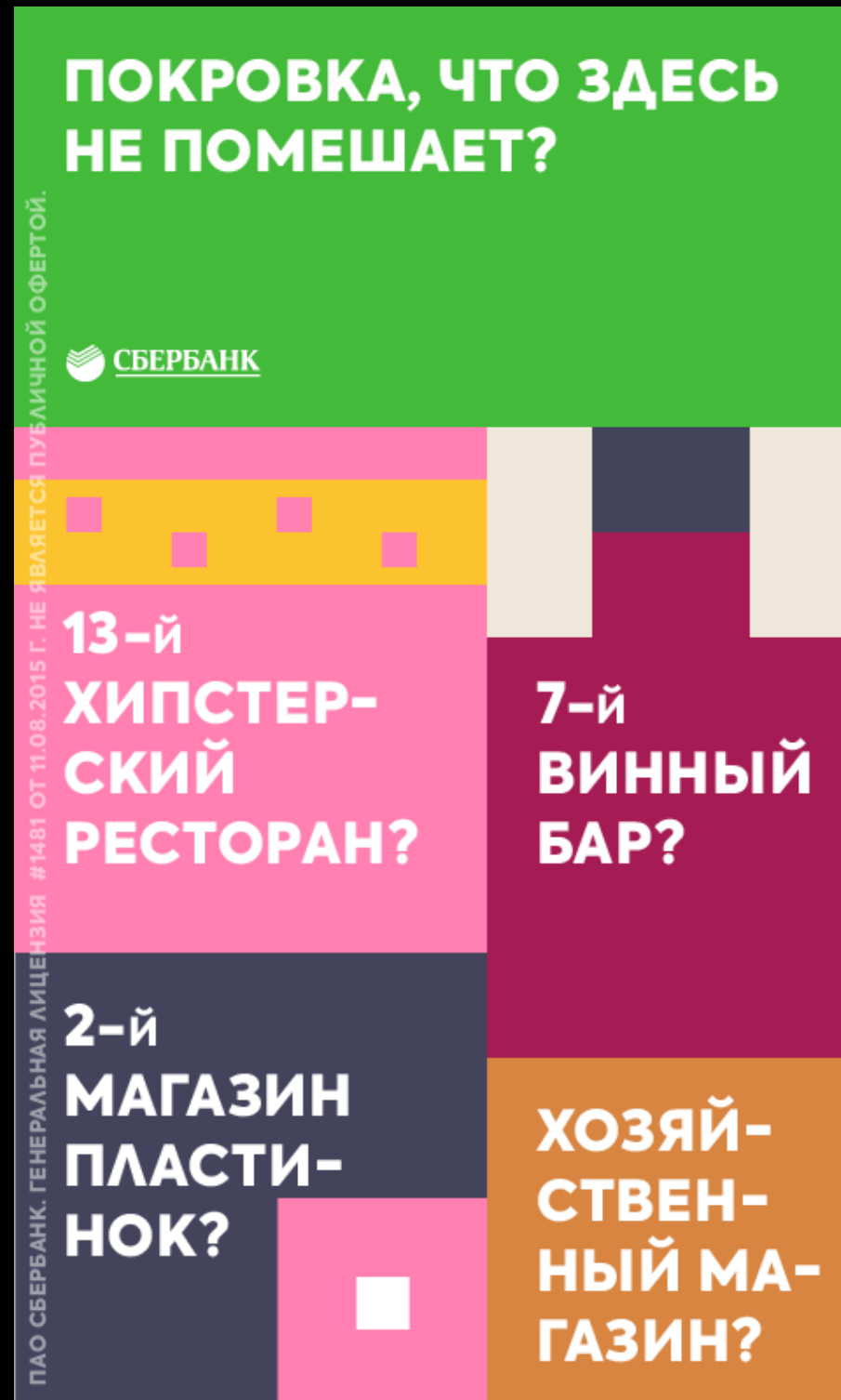
КРЕДИТЫ
ДЛЯ МАЛОГО
БИЗНЕСА.

СБЕРБАНК

КАЖДЫЙ КОНТАКТ ПЕРСОНАЛИЗИРОВАН

- ГЕО
- КРАТКОСРОЧНЫЕ И ДОЛГОСРОЧНЫЕ ONLINE ИНТЕРЕСЫ
- ИСТОРИЯ КОММУНИКАЦИИ С БАНКОМ

ОПРОС



ПРЕДЛОЖЕНИЕ

НА 2-й СОВЕТСКОЙ НУЖЕН ХОРОШИЙ ОВОЩНОЙ.

ПОДТВЕРЖДЕНО ДАННЫМИ И МЕСТНЫМИ ЖИТЕЛЯМИ.

КРЕДИТЫ ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА.

СБЕРБАНК

ПАО СБЕРБАНК. ГЕНЕРАЛЬНАЯ ЛИЦЕНЗИЯ #1481 ОТ 11.08.2015 Г. НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ. ПОДРОБНОСТИ НА SBERBANK.RU

РЕЗУЛЬТАТЫ

ГОЛОСОВАНИЕ

CR (КОНВЕРСИЯ В ОТВЕТ)

16 %

ЗАЯВКИ ДЛЯ БИЗНЕСА

CR (КОНВЕРСИЯ В ЗАЯВКУ)

ВЫШЕ В

3 РАЗА



GOLD – CREATIVE DATA
Business-to-Business Data Solution

BRONZE – MEDIA
Financial Products & Services


SHORTLIST – PROMO AND ACTIVATION
Financial Products & Services

SHORTLIST – CREATIVE DATA
Use of Real-time Data

 **СБЕРБАНК**
ЗАКАЗЧИК

 **Segmento**
ТЕХНОЛОГИЯ


КРЕАТИВ


ОФФЛАЙН-КОММУНИКАЦИЯ

Спасибо!



Анатолий Лукашин

Руководитель направления
продвижения в цифровых каналах

aalukashin@sberbank.ru