

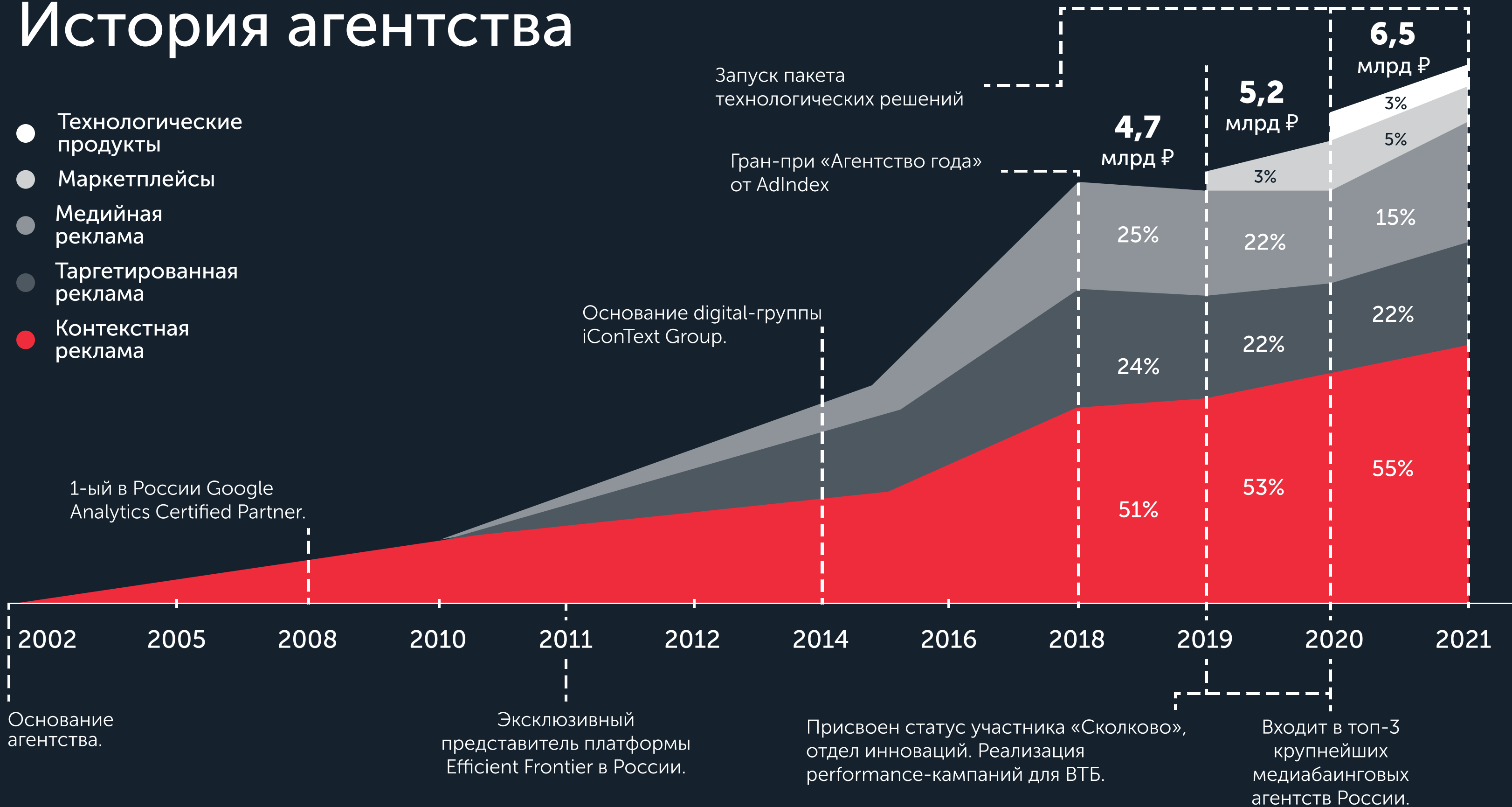
**icontext**

**Номинация  
«Performance-агентство»**

# Краткая справка об агентстве

# История агентства

- Технологические продукты
- Маркетплейсы
- Медийная реклама
- Таргетированная реклама
- Контекстная реклама



# Об агентстве

Сегодня iConText — это агентство полного цикла, которое входит в независимую digital-группу iConText Group и оказывает весь спектр услуг в разрезе цифрового маркетинга:

- **Разработка стратегии:**

определение целей бизнеса, постановка задач для performance-маркетинга, аудит эффективности рекламных кампаний и поиск точек роста.

- **Использование SMART-подхода:**

обогащение рекламных кампаний датой, внедрение технологий оптимизации, разворачивание аналитической экосистемы для оптимизации инвестиций, увеличение точности и скорости принятия решений.

Формирование индивидуального маркетинг-микса из каналов продвижения позволяет достигать бизнес-целей клиентов. iConText в том числе оказывает полный спектр услуг по работе с блогерами и клиентами на маркетплейсах. Помимо этого, агентство может выходить за рамки digital-каналов, в частности — при решении задач омниканальной атрибуции и ассоциированных конверсий.

- **Проведение исследований:**

сплит бюджетов и подбор площадок, исследование рынка/категории, аудит эффективности рекламных кампаний и поиск точек роста.

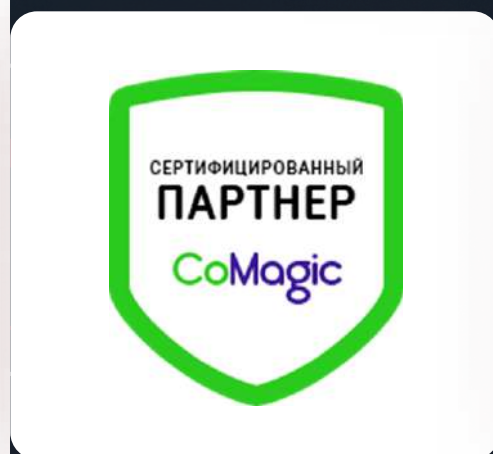
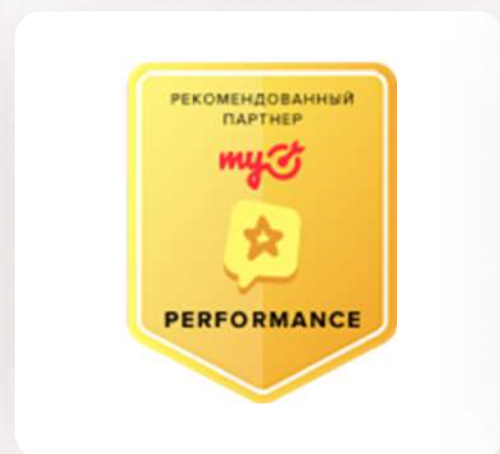
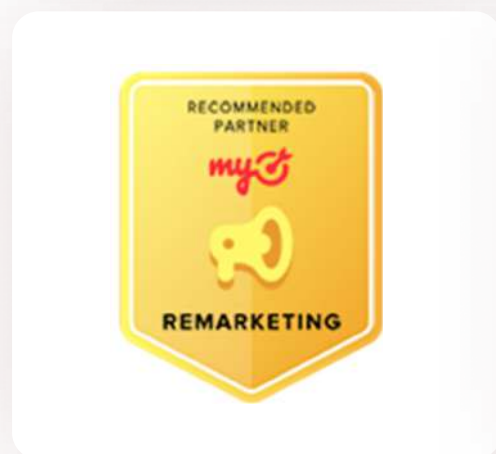
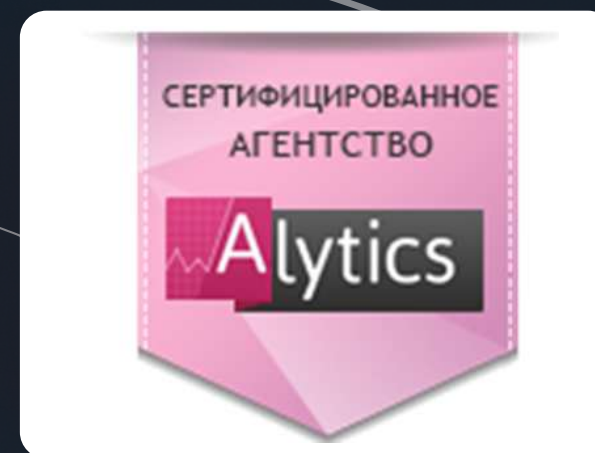
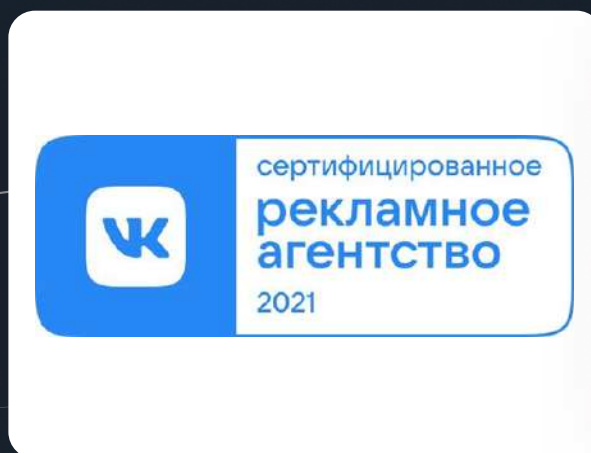
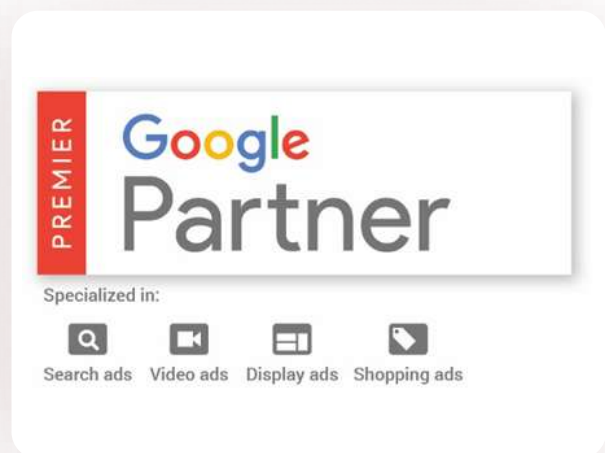
- **Аналитика:**

запуск и оптимизация кампаний в рамках KPI, эконометрическое моделирование, UX-анализ, CJM-анализ, аудит систем аналитики.

- **Управление рекламой:**

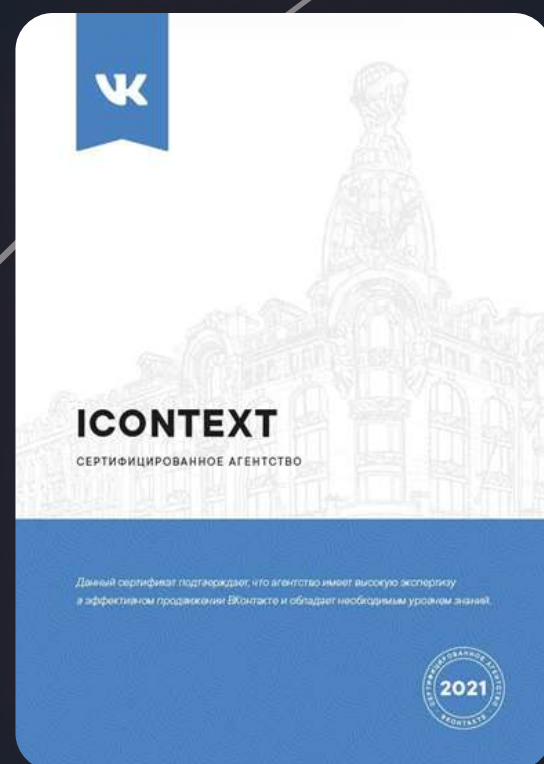
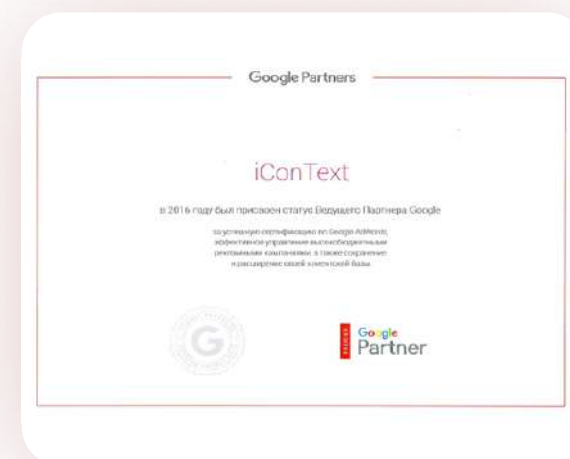
постановка задач для performance-маркетинга, расчет стоимости и эффективности продвижения, запуск и оптимизация кампаний в рамках KPI.

# Экспертиза





# Экспертиза



# Рейтинги и профильные ассоциации + Data Insight

Как performance-агентство iConText занимает лидирующие позиции в ключевых рейтингах Рунета:

- **1 место** в рейтинге агентств performance-маркетинга 2019 Tagline;

- **1 место** в рейтинге performance-агентств 2019 Ruward;

iConText входит в топ-3 крупнейших независимых медиаагентств AdIndex и топ-3 узнаваемых компаний в сегментах «контекстная реклама», «лидогенерация» и «баннерные закупки» по версии AdIndex.

Также iConText является членом ассоциаций:

- АКАР (Ассоциация коммуникационных агентств России): с 2013 года
- IAB Russia (The Interactive Advertising Bureau): с 2012 года
- РАЭК (Российская ассоциация электронных коммуникаций): с 27 февраля 2012 года.

Помимо этого, в августе 2021 года Data Insight опубликовал обновленную карту электронной торговли, где агентство iConText вошло в число ключевых компаний сразу в трех категориях: «Performance-агентства», «Веб-аналитика» и «Специализированные SEO-агентства», что еще раз подтверждает возможность предоставления одинаково качественных услуг в разных направлениях.



# Портфолио

## Бренды

### Отрасли

Онлайн-ритейл

Финансы

Вендоры

Телеком и инфраструктура

Недвижимость и строительство

Сервисы и мобильные приложения

Красота и здоровье

Продукты питания и напитки



# 5 лет

Среднее время  
сотрудничества с клиентами

ebay



L'ORÉAL



LG  
Life's Good



СБЕР



ВТБ



TELE2



2014

2015

2016

2017

2018

2019

2020

Настоящее  
время

# Бизнес-достижения агентства

# Результаты 2020 года

2020 год стал во многих смыслах революционным:



Перевод агентства на удаленный режим работы



Оптимизация бизнес-процессов



Кратный прирост нового бизнеса (клиентской базы)

На данный момент компания работает с **89** клиентами

Совокупный рекламный бюджет за 2020 год составил **6,5** млрд рублей

Выручка компании также выросла на **35%** по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составила более 241 000 000 руб.

На текущий момент рост продаж относительно 2020 года составляет **156%**

# Услуги агентства

iConText предоставляет не только performance-услуги, но и выступает в роли агентства полного цикла. В последние два года мы сфокусировали усилия на разработке технологических продуктов.

Чтобы ее решить и закрывать все боли и потребности клиентов, мы разработали ряд инновационных решений, которые являются частью единой аналитической экосистемы.





## Клиент – крупный российский банк

### Проблема

Мы исчерпали эффективную емкость – выкупили максимум рекламы в стандартных performance-каналах. При этом клиент хотел увеличить количество входящих заявок.

### Решение

Мы запустили brandformance-рекламу (TrueView for Action в YouTube и programmatic-рекламу).

Для оценки эффективности каналов использовали модель мультиканальной атрибуции.

### Результат (2020 vs 2019)

Стоимость заявок с RTB-канала оказалась **в 6 раз ниже**, чем при применении стандартной модели атрибуции.

**В итоге клиент получает больше продаж за те же деньги.**  
**А агентство – продукт, который можно применять на других клиентских проектах.**

**В 2,5 раза**

Увеличилось число входящих заявок.

**До 32,5%**

Увеличилась доля кликов в категории РКО.



## Клиент — компания по продаже лотерейных билетов

### Проблема

Клиент не может корректно оценить эффективность инструментов для привлечения новых клиентов.

### Решение

Построили модель мультиканальной атрибуции.

### Результат

- ✓ Охватные социальные сети — стоимость **ниже на 35%**.
- ✓ Медийная реклама — стоимость **ниже на 21%**.
- ✓ Performance социальные сети — стоимость **ниже на 15%**.

Социальные сети (охват) +35%

Медийная реклама +21%

Социальные сети (performance) +15%

Контекстная реклама +4%

Внутренние переходы +3%

CPA +3%

SMM +3%

Яндекс Дзен/Discovery Feed -4%

Органика -4%

Email -4%

Реферальный трафик -4%

Affiliate -9%

Прочие -10%

0 20 000 40 000 60 000 80 000 100 000 120 000

0 400 000 800 000 1 200 000

GA (последний не прямой)

Модель на основе Марковских цепей



## Клиент – застройщик элитной недвижимости RVI

### Проблема

Клиент не мог максимально полно и оперативно отслеживать все данные по эффективности кампаний с точки зрения его бизнес-задач.

### Результат

В **13 раз** сократилось время, которое специалисты тратят на подготовку одного отчета.

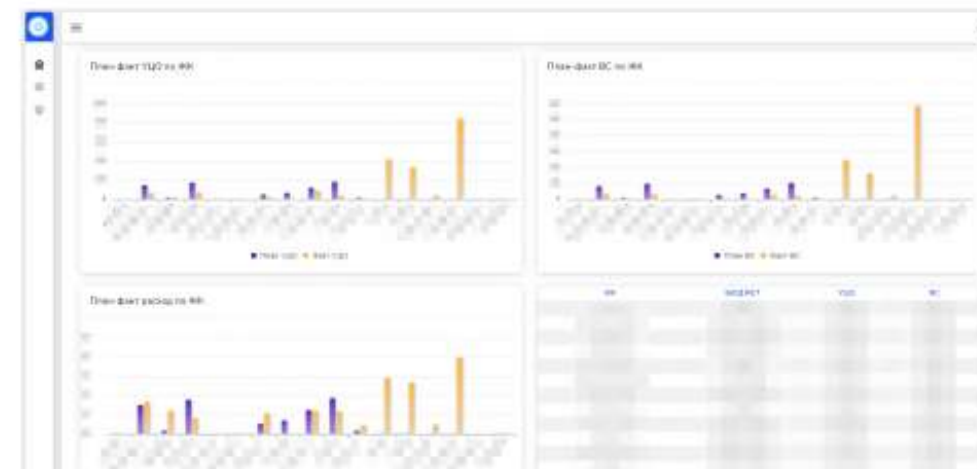
Если раньше мы обновляли отчет 4 раза, то теперь это можно делать неограниченное число раз.

### В чем плюс для агентства?

Созданный дашборд можно с легкостью адаптировать под потребности любого клиента. Так что мы постепенно внедряем этот инструмент в работу и по другим проектам.

### Решение

Мы реализовали собственный дашборд, который позволил интегрировать 20 маркетинговых каналов во внутреннюю аналитику по всем продажам.



## Клиент – крупный банк

### Проблема

Клиент не понимает, как медийные флайты влияют на конверсию брендового трафика в контекстной рекламе.

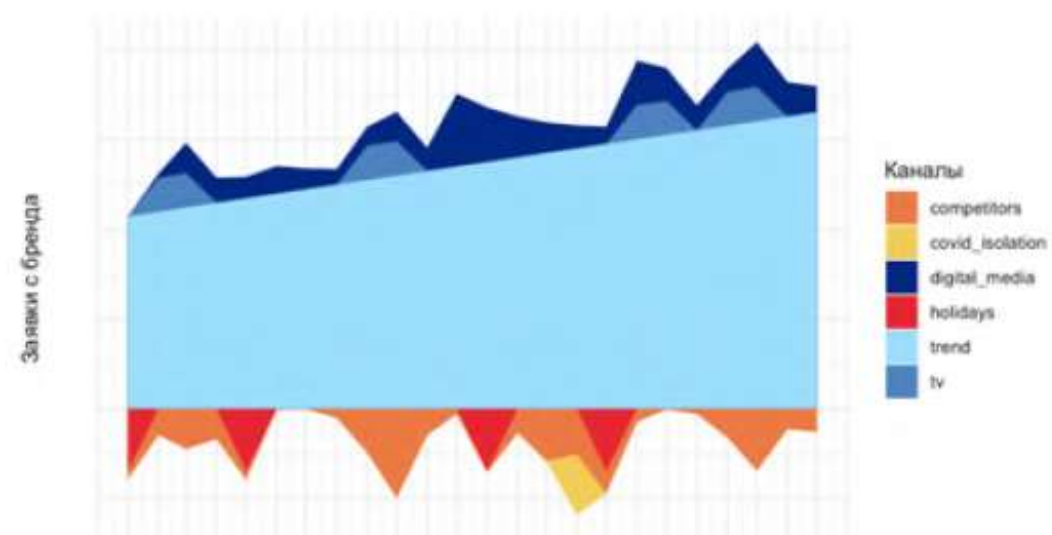
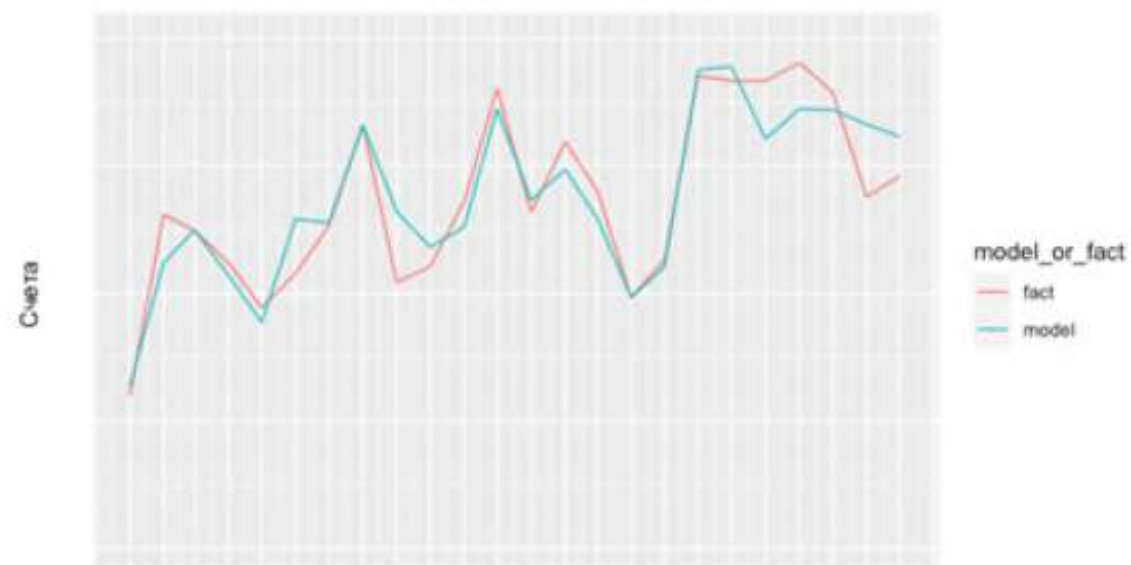
### Решение

Построена эконометрическая модель, которая оценивает влияние всех факторов на продажи с бренда.

На основе этой модели сделана декомпозиция конверсий, по которой видно, какой объем приносит медийная реклама (ТВ и digital).

### Результат

Клиент использует модель для обоснования медийных бюджетов перед руководством. Она в цифрах показывает эффект от рекламы.





Группа RBI в лице Воейкова Станислава Владимировича выражает благодарность сотрудникам и компании iContext за сотрудничество, высокий профессионализм, оперативность в принятии решений и поставленных задач, за выполнение показателей эффективности рекламных кампаний.

Отдельно хотим отметить работы по performance-маркетингу и нацеленности на результат. Мы смело можем рекомендовать агентство iConText как надежного и ответственного партнера для решения задач интернет-маркетинга.

Менеджер-аналитик интернет-проектов

*Воейков С.В.*

ФИО

подпись М.П.





Общество с ограниченной ответственностью «иБэй РУ»

ИНН 7710919842 КПП 771001001 ОГРН 1127746684152

Юр. адрес: 125047, г. Москва, Бутырский вал, д. 10, стр. А

Р/с 40702810600702828001 в ЗАО КБ "СИТИБАНК" г. Москва

К/с 30101810300000000202 БИК 044525202

Тел. 8 (499) 277-02-40

В ситуации, когда внешняя среда и потребности рынка меняется очень быстро, важно иметь надежного партнера, который будет оперативно реагировать на изменения и адаптировать их в работе.

Сотрудничество с командой iConText позволяет ежегодно увеличивать эффективность рекламных каналов, достигать новых успехов и добиваться поставленных KPI.

Высокие профессиональные качества, технологичность, стремление тестировать новое и мыслить нестандартно – все это выделяет агентство на фоне конкурентов по отрасли.

Александр Мальцев,  
руководитель направления B2C-маркетинга eBay в России,  
Израиле и на развивающихся рынках Европы.




# Результаты 2021 года

- Кейс интернет-магазина «Ситилинк» о том, как с помощью in-image-рекламы увеличили количество прямых и ассоциированных конверсий;
- Кейсы Apteka.ru, «Ситилинка» и RVI о привлечении клиентов из Яндекс.Карт;
- Кейс Tissot о том, как благодаря «шагу назад» в оптимизации, а также грамотному отбору креативов мы увеличили количество заказов в 2,3 раза и снизили их стоимость на 20%;

В целом благодаря предоставлению комплексных digital-услуг и разработке технологических решений оборот текущих клиентов в 2020 году увеличился в 1,5 раза, а доля выигранных тендеров выросла на 35% по сравнению с 2019 годом.

Также за 2021 год мы реализовали много крупных проектов:

- Кейсы iConText, «Аскона», «Ситилинк» и La Redoute о том, как увеличить продажи и доход компаний;
- Кейс La Redoute о том, как увеличить доход на 25% при сокращении доли рекламных расходов;
- Кейс «Аскона», как перевести все продажи в онлайн в кризис и увеличить доход от рекламы в три раза.



# Вклад в развитие сегмента рынка



# Конференции

## Эксперты iConText активно занимаются образованием рынка:

выступают на конференциях, проводят вебинары, пишут статьи для публикации в бизнес-изданиях и профильных СМИ, в которых рассказывают о преимуществах performance-подхода в решение задач бизнеса, а также на реальных примерах показывают, как технологии и синергия всех доступных digital-инструментов позволяют достичь максимального результата.

Также проводили мастер-класс «Контекстная реклама в коммуникациях НКО» в рамках медиаклуба «АСИ-Благосфера». Обсудили, как определить, где лучше размещать контекстную рекламу, как составлять ключевой запрос и каким должно быть рекламное объявление.

- ### Alytics OpenConf

В апреле 2021 года в рамках конференции Alytics OpenConf мы рассказали, как принимать решения на основе данных в разных областях маркетинга и поделились личным опытом ведения проектов.

- ### IDRF Online

На конференции IDRF Online рассказали, как эффективно строить и отслеживать стратегию в онлайн-ритейле.

# Вебинары и спецпроект

Какие вебинары проводили:

1

«Эффект айсберга: влияние таргетированной рекламы на достижение бизнес-задач»

2

«Рекламные интеграции: ошибки, окупаемость, кейсы»

3

«Особенности настройки таргетированной рекламы для B2B-компаний»

4

«Как оценить эффективность продвижения: от простого к сложному»

Также в 2020 году мы реализовали спецпроект с AdIndex, в рамках которого записали подкаст о трансформации агентского бизнеса. Благодаря таким активностям мы образовываем рынок, транслируя экспертизу компании и ее ценности.

# ■ Пресса

- «Как увеличить доход на 25% при сокращении доли рекламных расходов? Кейс бренда La Redoute и iConText»;
- «Агентский бизнес в новых реалиях: формирование отдела инноваций как ответ на изменяющиеся потребности рынка»;
- «Кейс Аскона: как перевести все продажи в онлайн в кризис и увеличить доход от рекламы в три раза»;
- «8 неочевидных настроек, которые могут утопить рекламную кампанию в Facebook»;
- «Как повысить конверсию в продажи с помощью размещения в Яндекс.Картах — опыт «Ситилинка»»;
- «Как увеличить конверсию с помощью рекламы в YouTube: проблемы и решения»;
- «Как увеличить число заказов в 2,3 раза и снизить их стоимость на 20%? Кейс Tissot и iConText»;
- «Новые потребности — новый маркетинг, или Как брендам взаимодействовать с клиентами»;

# Заключение

Performance-агентство iConText развивается на рынке digital на протяжении 19 лет и закрывает различные потребности клиентов: от запуска отдельных рекламных кампаний до разработки мультимедийных стратегий, внедрения технологических решений и контроля над всей рекламной деятельностью клиента в интернете. Достигать максимальной эффективности в ведении рекламных кампаний нам помогают уникальные технологические решения, которые разрабатывают наши специалисты. На своем примере мы доказываем, что без инновационной технологической базы невозможно обеспечить клиентам максимальную отдачу от каждого вложенного рубля в рамках решения performance-задач.

Кроме того, наши клиенты знают, что в iConText всегда можно обратиться с нестандартными задачами, которые до этого никто не пытался решить и к которым нет выработанного подхода. За счет накопленной экспертизы специалисты дают рекомендации не только по рекламным кампаниям, но и по продуктам. То есть мы полностью вовлечены в работу над повышением продаж клиента и делаем все возможное для достижения поставленных целей.

Таким образом, мы становимся для клиента digital-партнером, который обозначает ошибки, показывает точки роста и предлагает наиболее эффективные performance-решения с учетом особенностей бизнеса.



**icontext**

**Спасибо  
за внимание!**

