

Кейс

Выберу



MediaNation
Challenge the future

**Кейс MediaNation:
Как предиктивная
аналитика повысила
конверсию рекламной
кампании на 72%**





КЛИЕНТ

Выберу.ру – финансовый маркетплейс для сравнения и подбора банковских, страховых, инвестиционных и образовательных продуктов. Сервис входит в топ крупнейших финансовых маркетплейсов страны.

ЗАДАЧА

Повысить эффективность рекламных кампаний, сократив стоимость привлечения заявок на займы, без увеличения затрат на рекламу.

Выберу



MediaNation
Challenge the future

СИТУАЦИЯ

- Старые способы уже не работают: продвижение продукта требует нестандартного подхода из-за рекламного шума и баннерной слепоты.
- Данных много - эффекта - нет: интернет-маркетинг страдает от избытка данных: их сложно обрабатывать, они быстро устаревают, а бюджеты тратятся впустую. Рынку нужны решения для их монетизации.
- Медиаинфляция обесценивает ваши старания: инструменты дорожают, каналы сокращаются, а успех кампании влияет и на бизнес, и на карьеру маркетолога.
- От соцмедиа к технологиям: в середине десятых рынок отвечал на вызовы креативом и соцмедиа. Сегодня главный тренд — технологичность: ИИ и машинное обучение помогают предлагать не рекламу, а нужные решения.

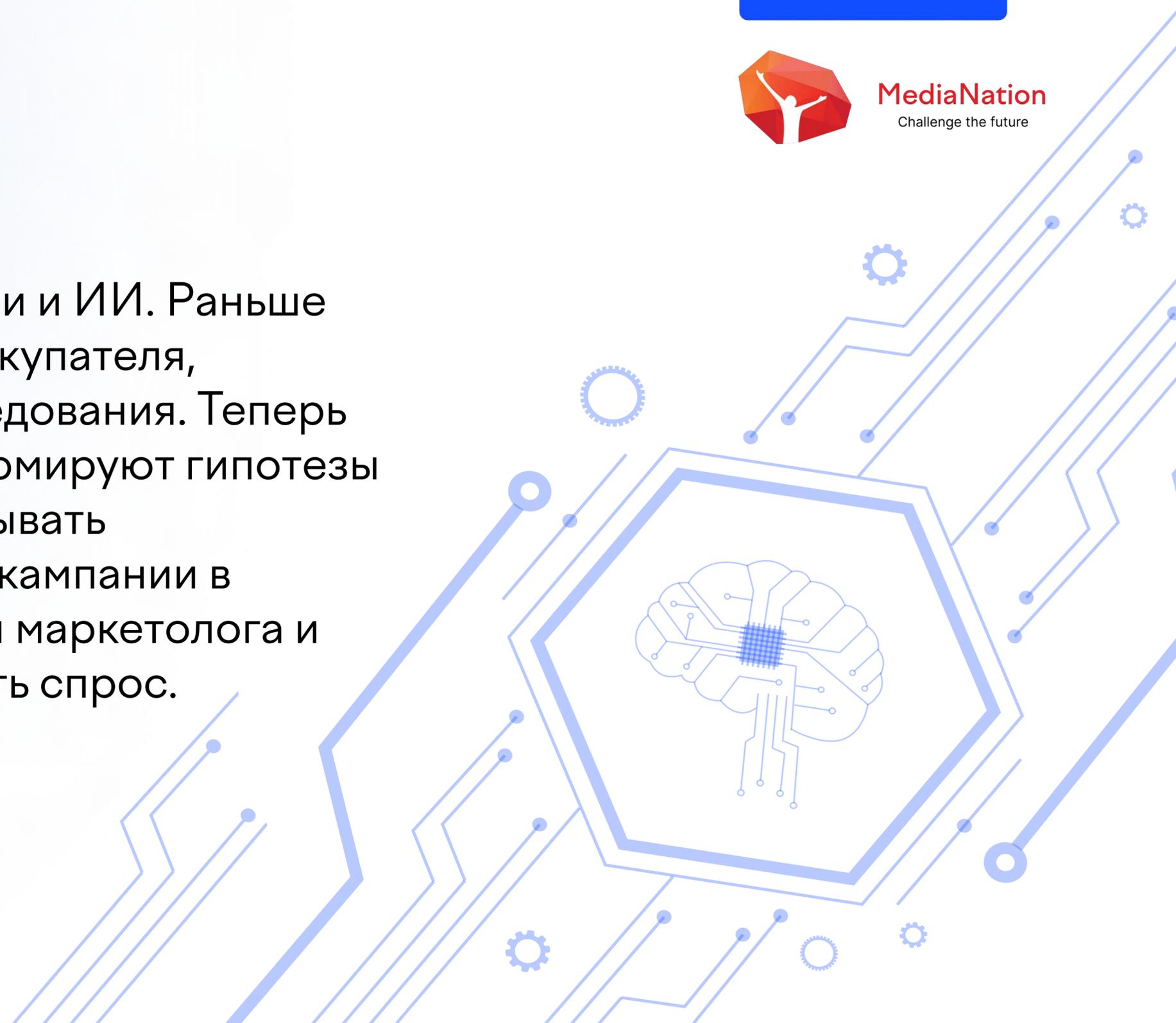
Выберу



MediaNation
Challenge the future

РЕШЕНИЕ

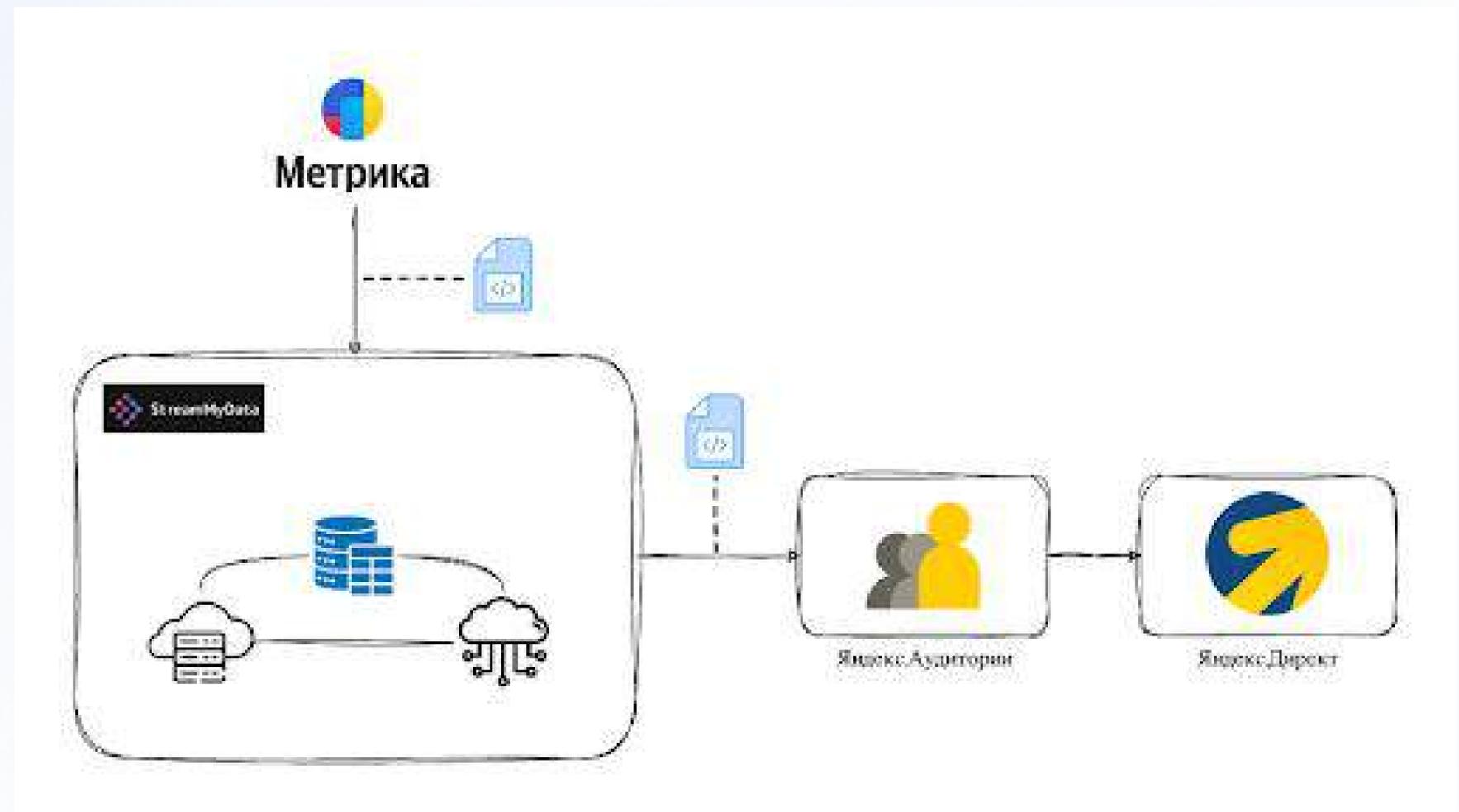
Выходом стали предиктивные модели и ИИ. Раньше маркетологи гадали о готовности покупателя, полагаясь на креатив и долгие исследования. Теперь алгоритмы анализируют данные, формируют гипотезы поведения и позволяют сразу показывать релевантную рекламу, корректируя кампании в реальном времени. Машины связали маркетолога и покупателя, помогая точнее понимать спрос.



КЕЙС

Для достижения цели была задействована платформа предиктивной аналитики StreamMyData, которая прогнозирует вероятность целевого действия.

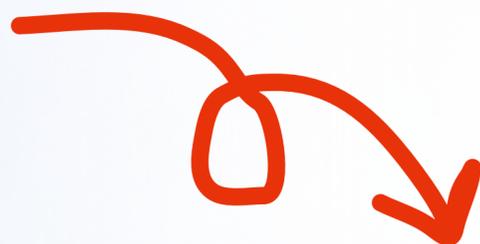
Система интегрировалась с Яндекс.Метрикой, создавая поведенческие портреты пользователей. Затем алгоритм сегментировал аудиторию по готовности к действию и загружал данные в Яндекс.Аудитории. Затем алгоритм сегментировал аудиторию по готовности к действию и загружал данные в Яндекс.Аудитории.



Первая интеграция

Сначала предсказывалась общая конверсия по всем продуктам «Выберу.ру», а сегменты использовались с корректировками ставок. Однако подход имел минусы:

- Трафик направлялся на пользователей с разными продуктами, снижая эффективность.
- Малое число конверсий затрудняло обучение модели.



MediaNation
Challenge the future

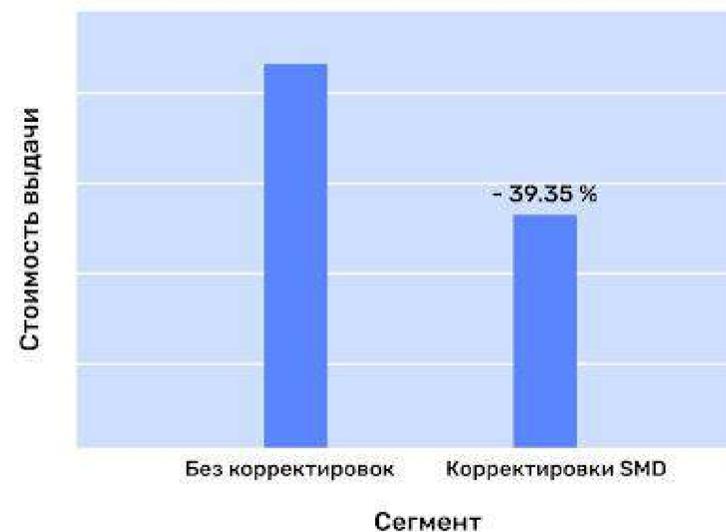
Вторая интеграция

Первая итерация показала эффект, но сегменты всё ещё охватывали все продукты, хотя приоритетом были займы. Решением стало переобучение модели для предсказания конверсий только по странице займов с помощью «быстрых предиктов» StreamMyData. Через две недели показатели значительно улучшились.

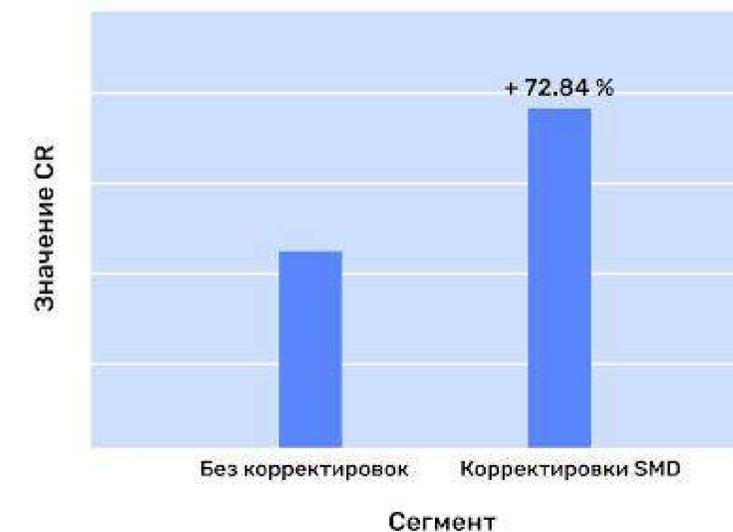
РЕЗУЛЬТАТ

По результатам у сегментов StreamMyData: Стоимость заявки ниже на **33.13%**, стоимость выдачи ниже на **39.35%**, конверсия из клика в выдачу больше на **72.84%**, конверсия из заявки в выдачу больше на **16.17%**.

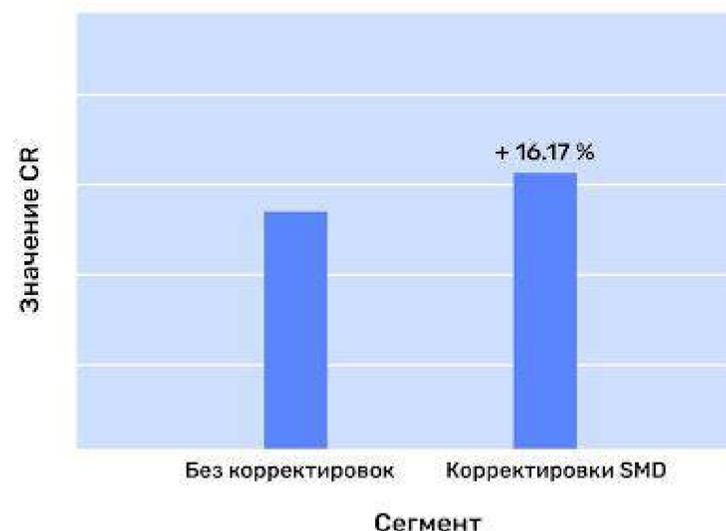
Стоимость выдачи по сегментам



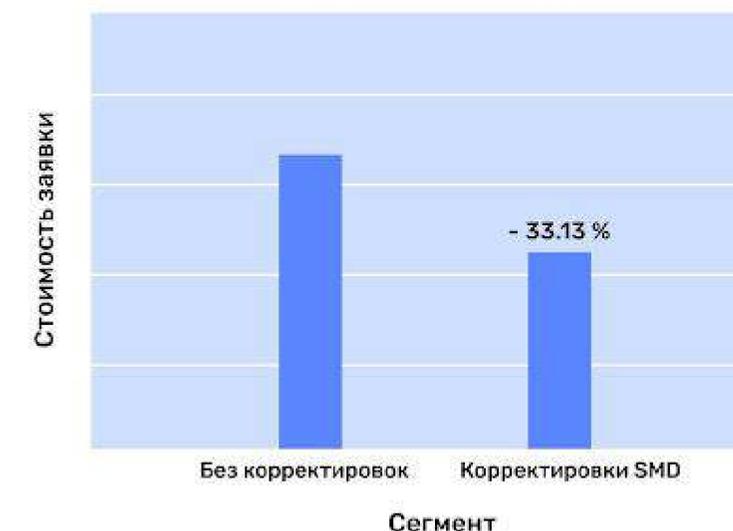
CR из клика в выдачу



CR из заявки в выдачу



Стоимость заявки по сегментам



ОТЗЫВ КЛИЕНТА

Выберу



MediaNation
Challenge the future

Благодаря модели сегментации, разработанной коллегами из агентства MediaNation, мы смогли точнее выявлять и привлекать аудиторию, действительно заинтересованную в нашем продукте. Это позволило значительно повысить эффективность рекламных кампаний и улучшить ключевые метрики. Ценим продуктивное сотрудничество и с интересом продолжим тестировать новые подходы.

Новичкова Алиса,
интернет-маркетолог компании Выберу.ру

КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Московский офис

**г. Москва,
ул. Малая Полянка, д. 2**

Пн-Пт: с 10:00 до 19:00

+7 (495) 215 10 97

comeon@mediation.ru

MEDIATION