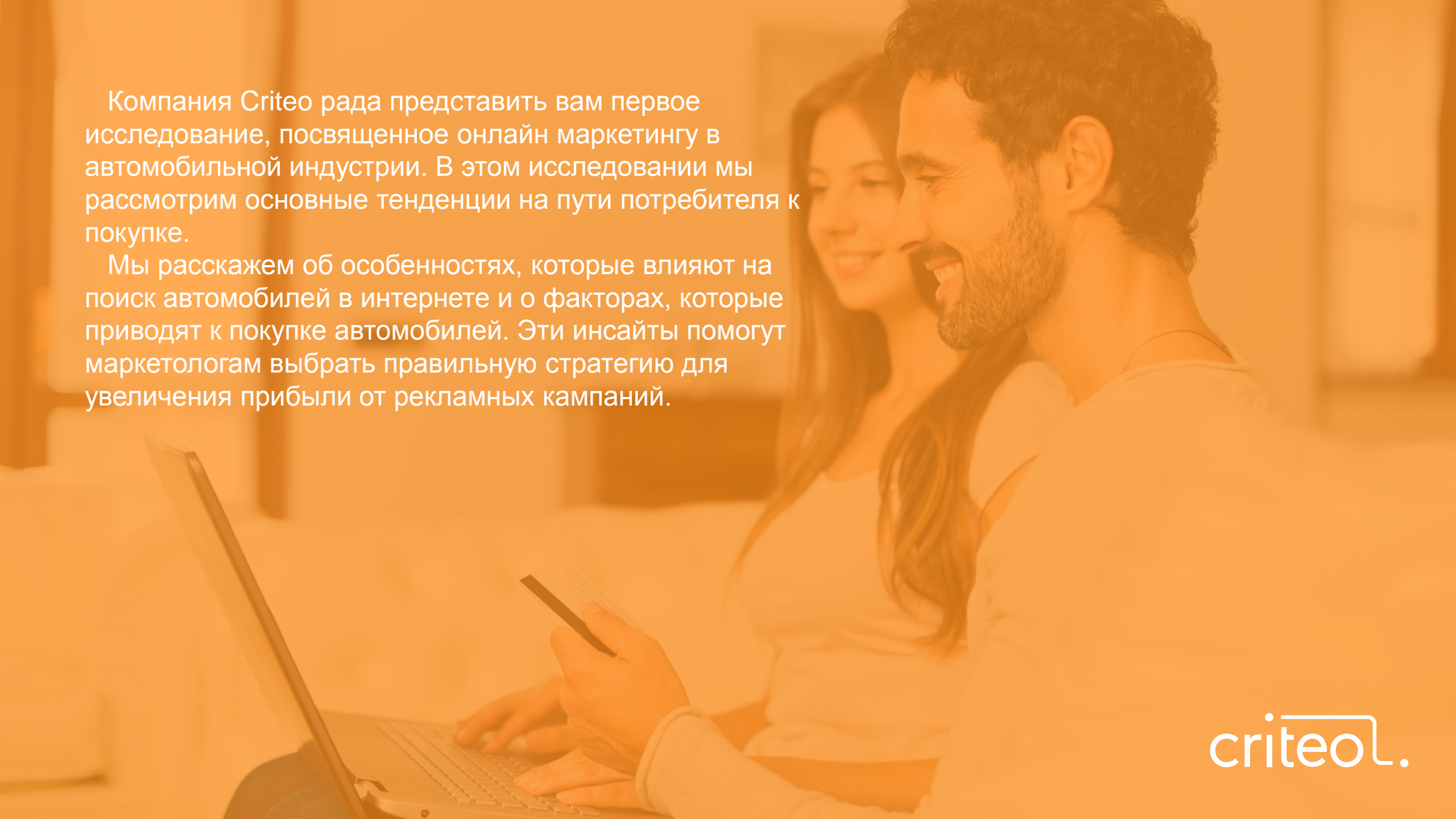




criteo.

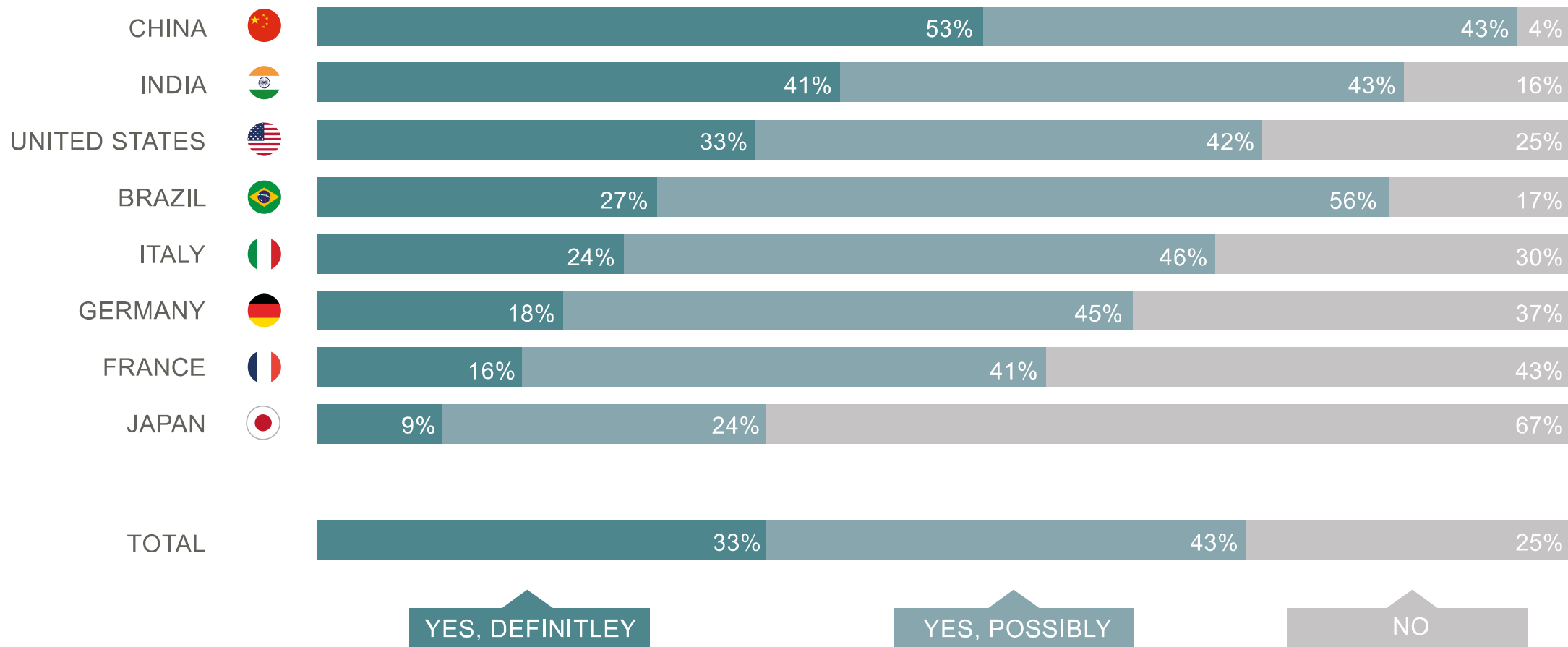
Секреты интернет рекламы для автодилеров

A man and a woman are sitting at a desk, looking at a laptop. The man is holding a smartphone. The image has a warm, orange-toned overlay.

Компания Criteo рада представить вам первое исследование, посвященное онлайн маркетингу в автомобильной индустрии. В этом исследовании мы рассмотрим основные тенденции на пути потребителя к покупке.








Мы расскажем об особенностях, которые влияют на поиск автомобилей в интернете и о факторах, которые приводят к покупке автомобилей. Эти инсайты помогут маркетологам выбрать правильную стратегию для увеличения прибыли от рекламных кампаний.

ГОТОВЫ ЛИ ВЫ ПОКУПАТЬ АВТОМОБИЛИ ОНЛАЙН?










Какие факторы и информационные ресурсы повлияли на покупку автомобиля?

Согласно опросу покупателей

	 ITALY	 GERMANY	 CHINA	 UNITED STATES	 BRAZIL	 JAPAN	 FRANCE
SALESMAN/VISITING THE DEALERSHIP IN PERSON	37%	46%	41%	38%	44%	37%	32%
SEEKING ADVICE/RECOMMENDATIONS FROM FAMILY/FRIENDS OR COLLEAGUES	29%	34%	52%	40%	44%	29%	26%
MANUFACTURERS' WEBSITES	29%	31%	44%	34%	36%	31%	24%
TV REVIEWS	28%	42%	32%	32%	20%	23%	27%
OFFLINE INFO (E.G. REVIEWS IN MAGAZINES SUCH AS CAR AND DRIVER)	26%	31%	42%	34%	35%	22%	24%
MANUFACTURERS' ADS	24%	43%	29%	33%	26%	22%	25%
SOCIAL MEDIA SUCH AS FACEBOOK & TWITTER/CUSTOMER FEEDBACK	16%	43%	30%	32%	18%	27%	27%

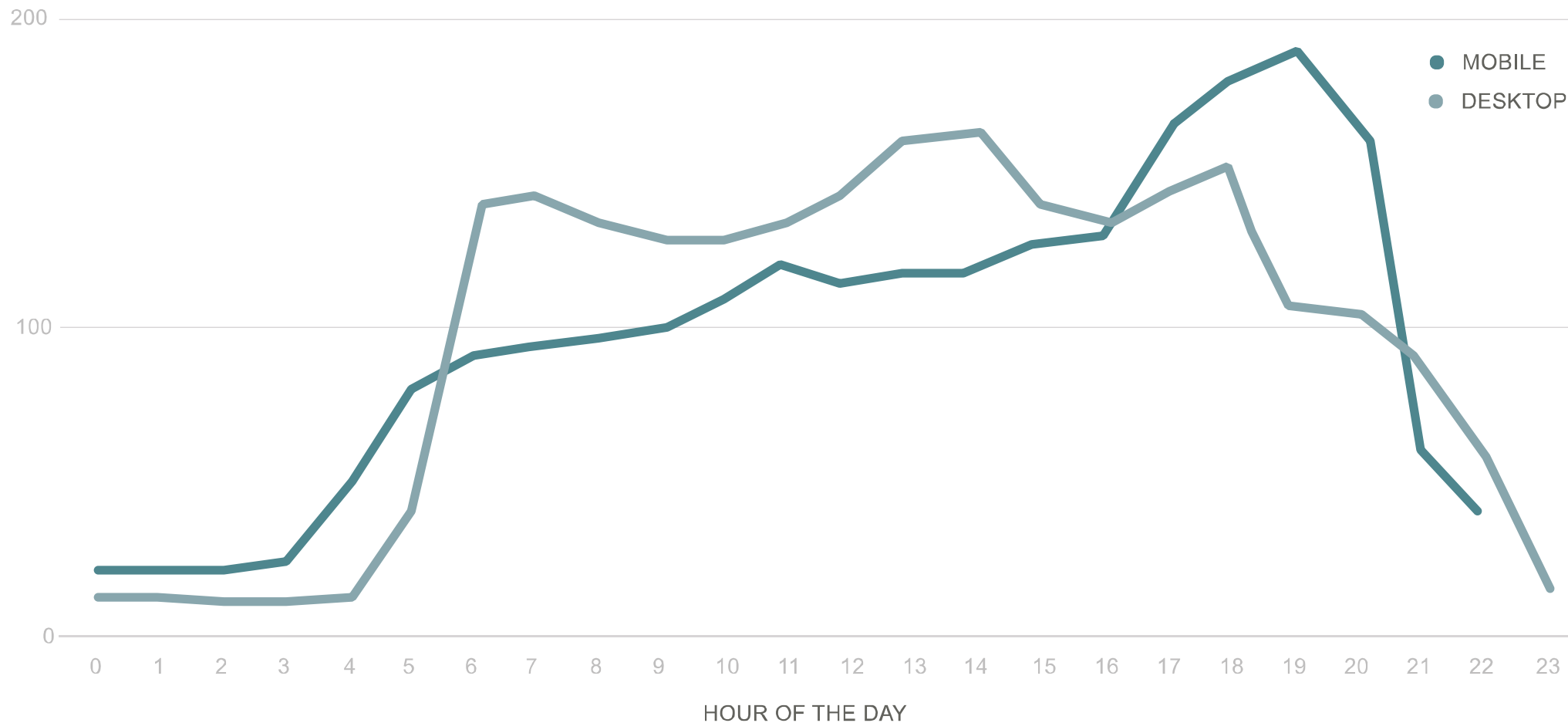
Как вы выбирали автомобиль?

	 ITALY	 GERMANY	 CHINA	 UNITED STATES	 BRAZIL	 JAPAN	 FRANCE
I NARROW DOWN THE CHOICE TO 1 OR 2 CARS VIA WEB AND THEN GO TO THE DEALER	40%	43%	41%	38%	29%	25%	24%
I DO MY INITIAL RESEARCH VIA SOCIAL MEDIA (PEOPLE'S REVIEWS/COMMENTS) THEN GO TO THE DEALER	35%	39%	34%	30%	40%	42%	37%
I DO MY INITIAL RESEARCH VIA SOCIAL MEDIA (PEOPLE'S REVIEWS/COMMENTS) THEN GO TO THE DEALER	13%	5%	6%	16%	8%	10%	19%
I DO MY RESEARCH AND THEN I BOOK A TEST DRIVE	7%	4%	7%	10%	19%	5%	18%
I DO NOT USE THE WEBSITE AT ALL – I JUST VISIT THE DEALER AND TRUST HIS/HER ADVICE	5%	9%	12%	6%	4%	19%	2%

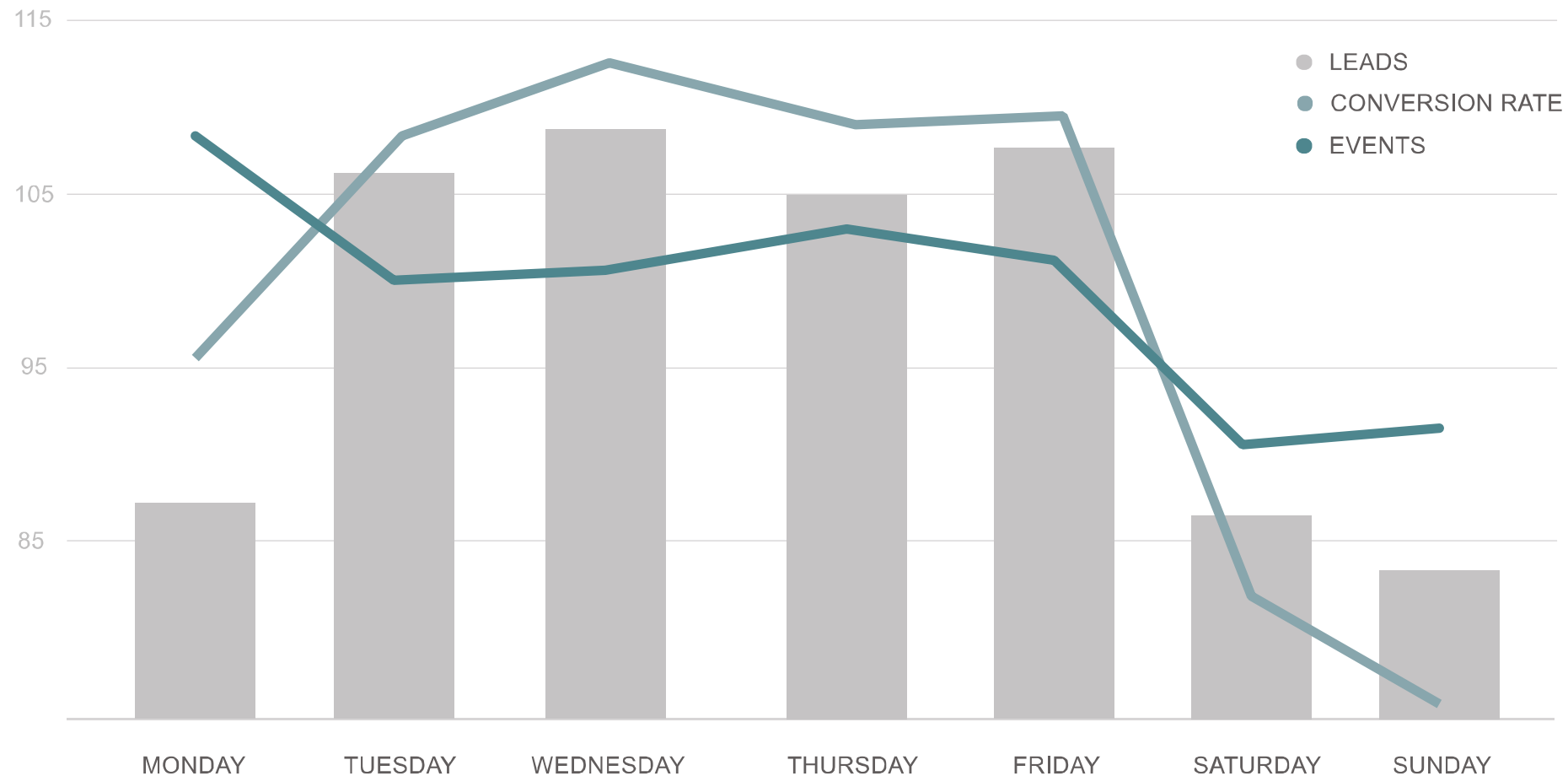
Инсайты Criteo



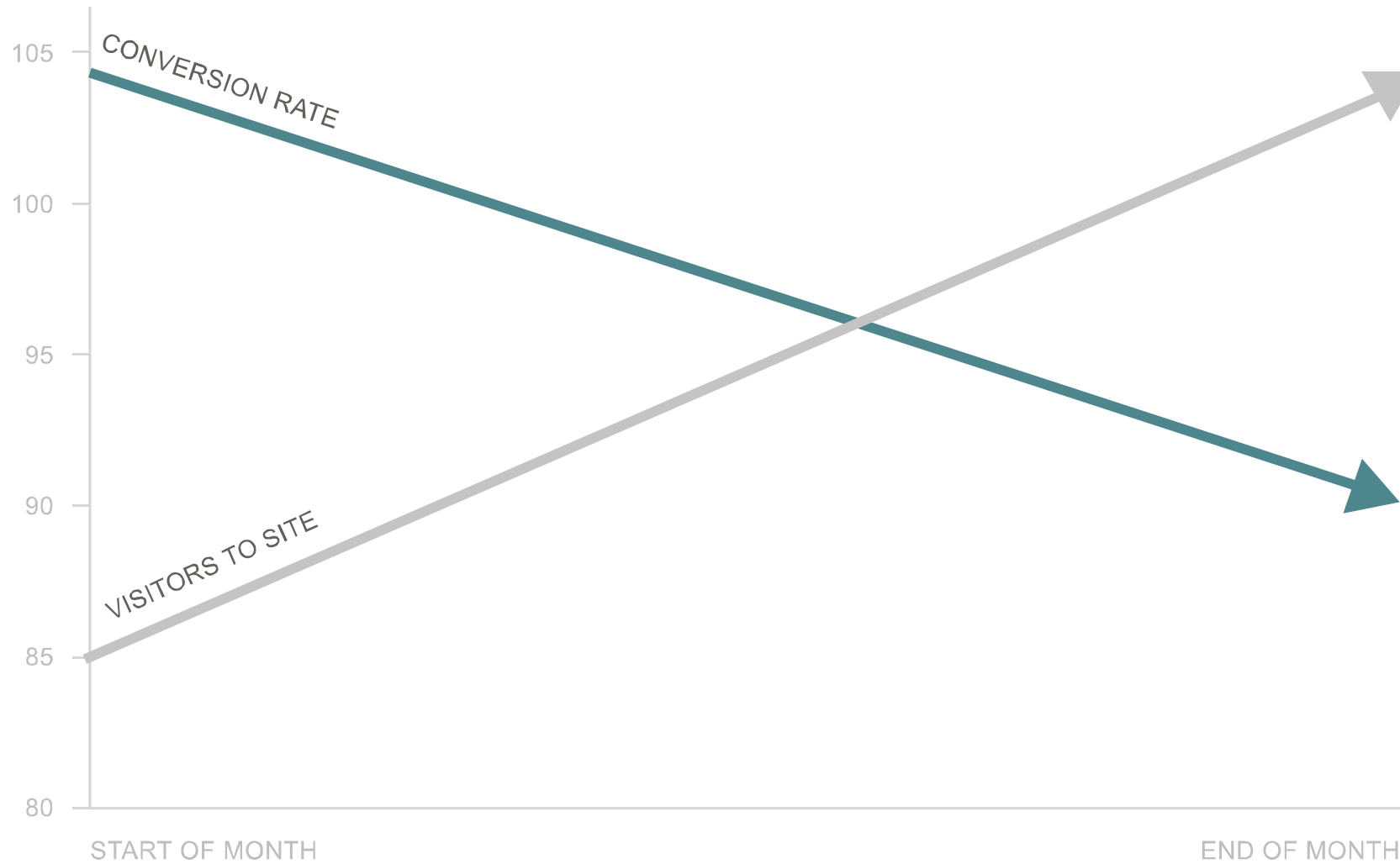
Почасовые данные посещения вебсайтов с разных устройств



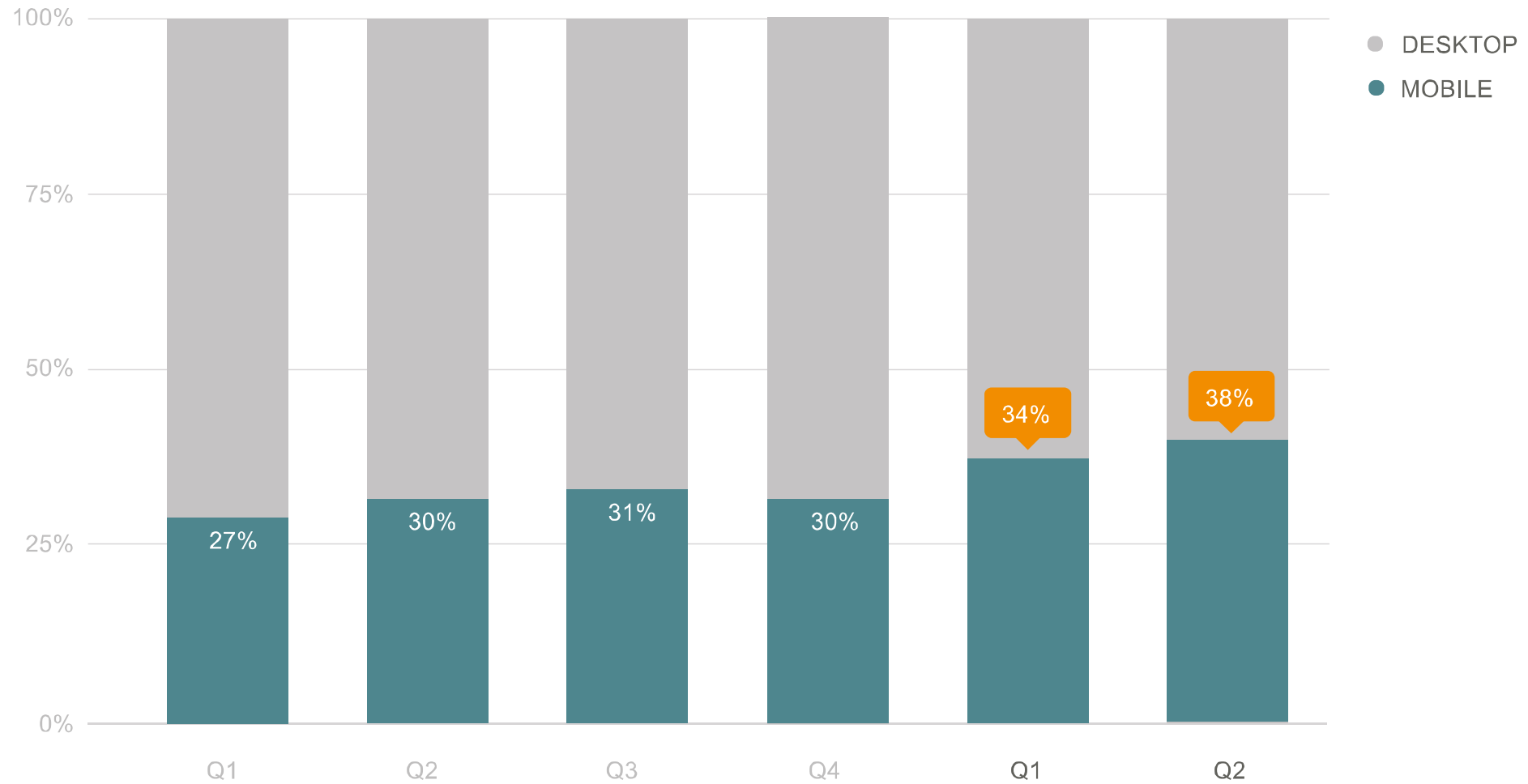
Со вторника по пятницу наиболее высокие показатели конверсии



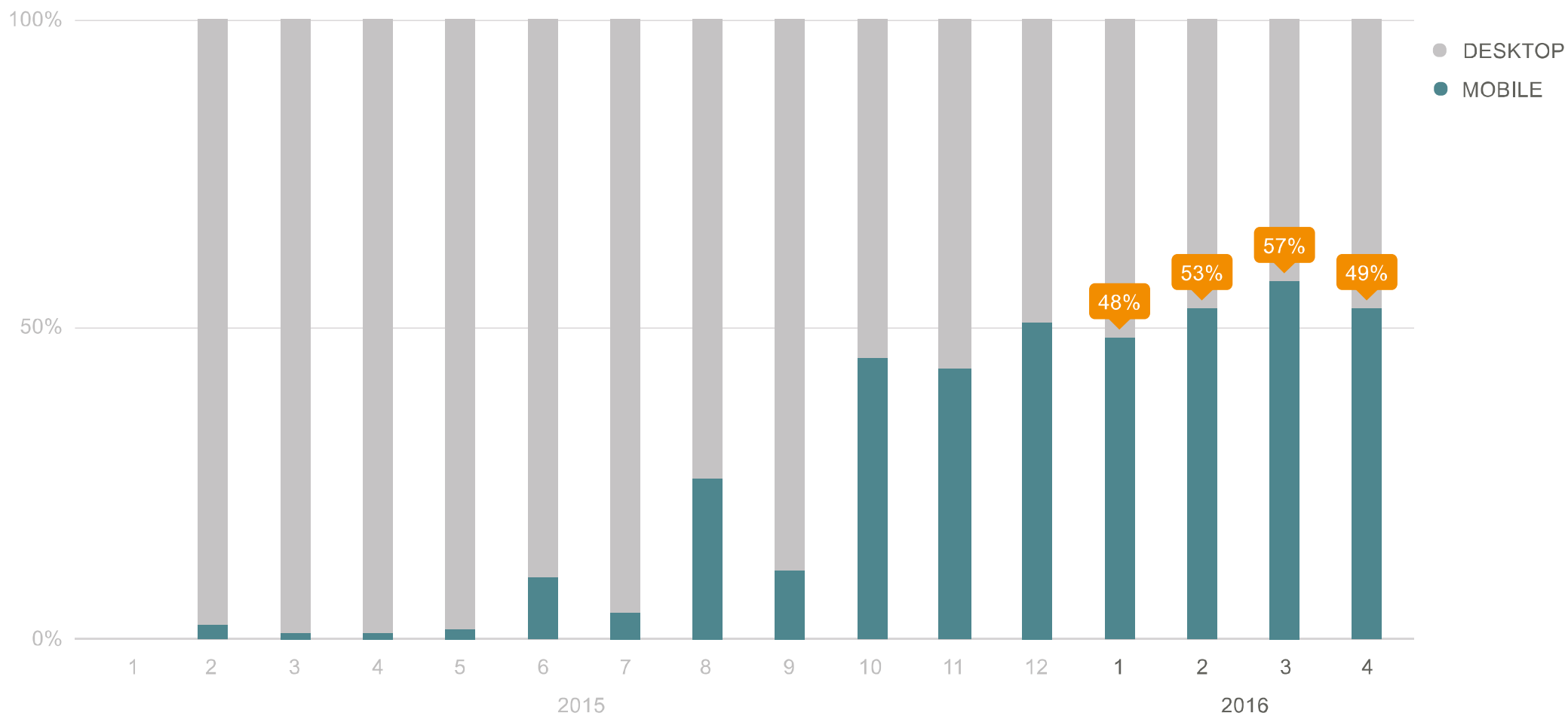
В первую половину месяца: посещаемость ниже, но уровень конверсии выше



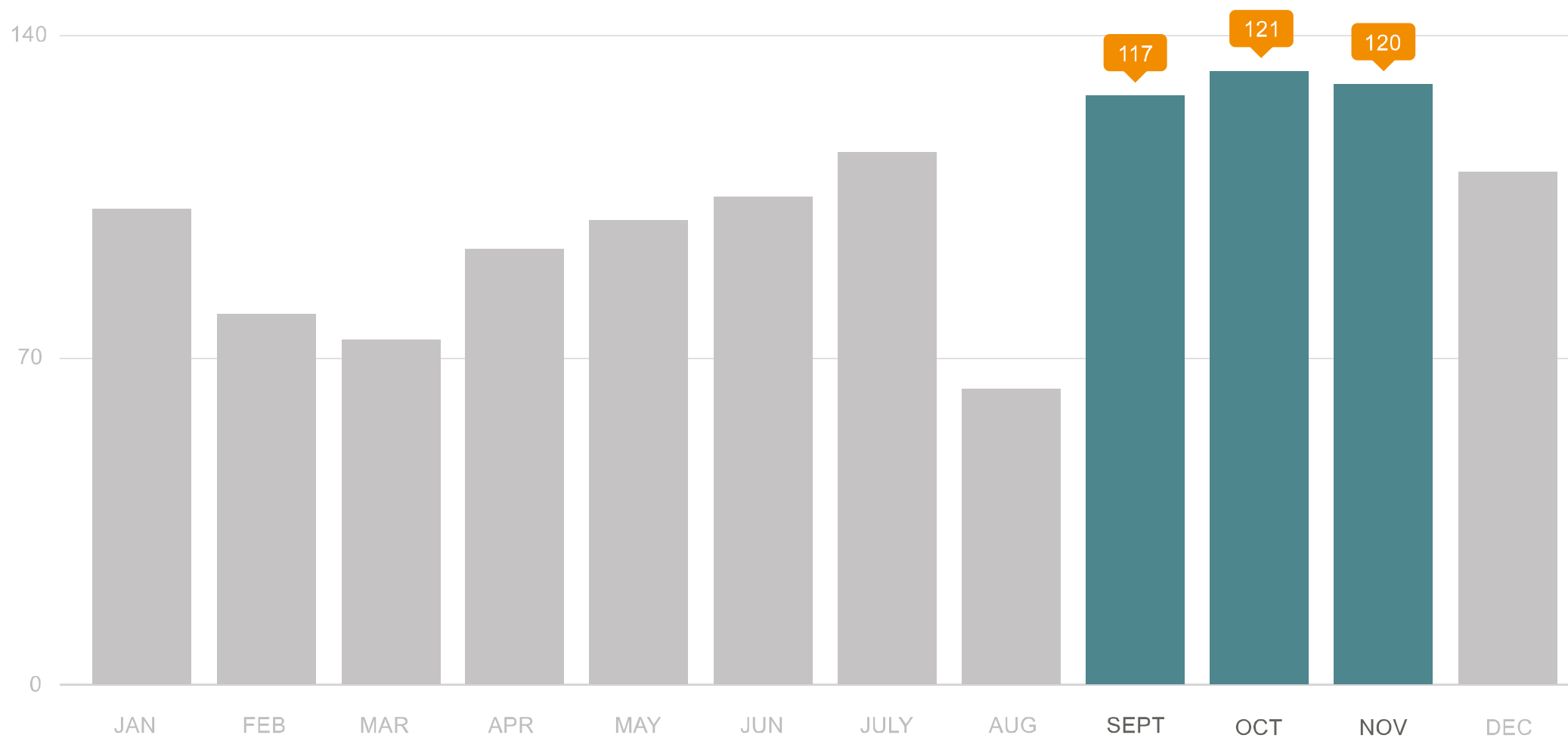
Доля мобильных устройств растет



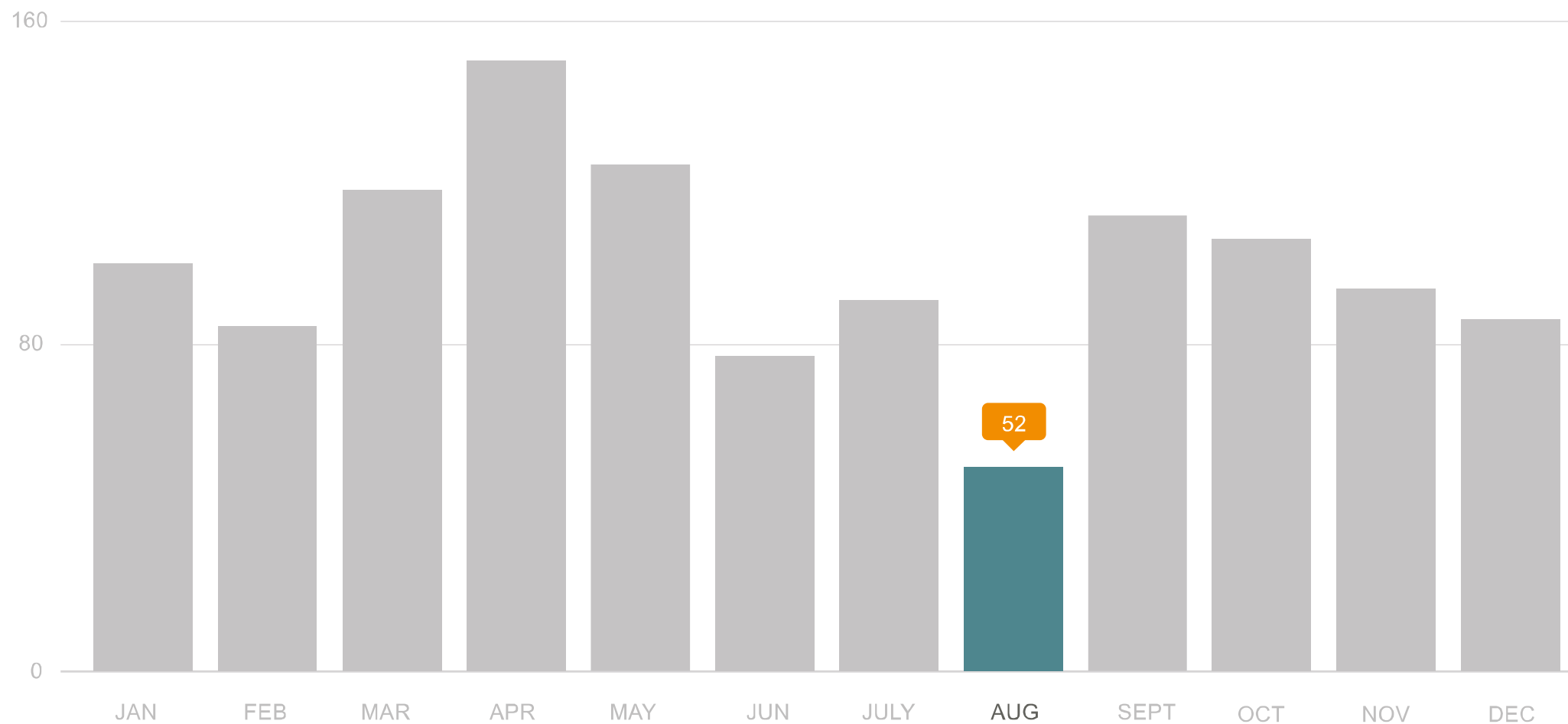
Затраты в зависимости от устройства



Трафик на сайтах

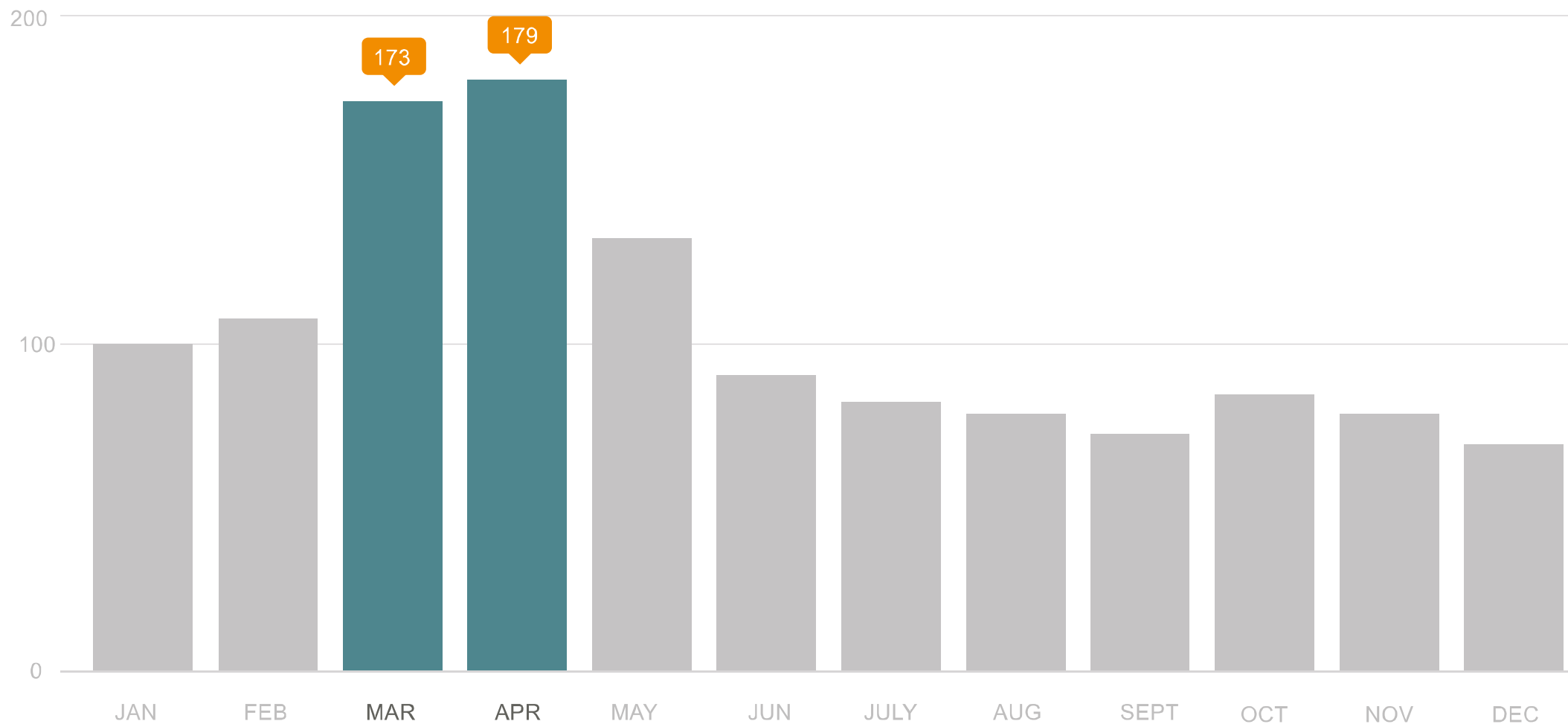


Потенциальные покупатели

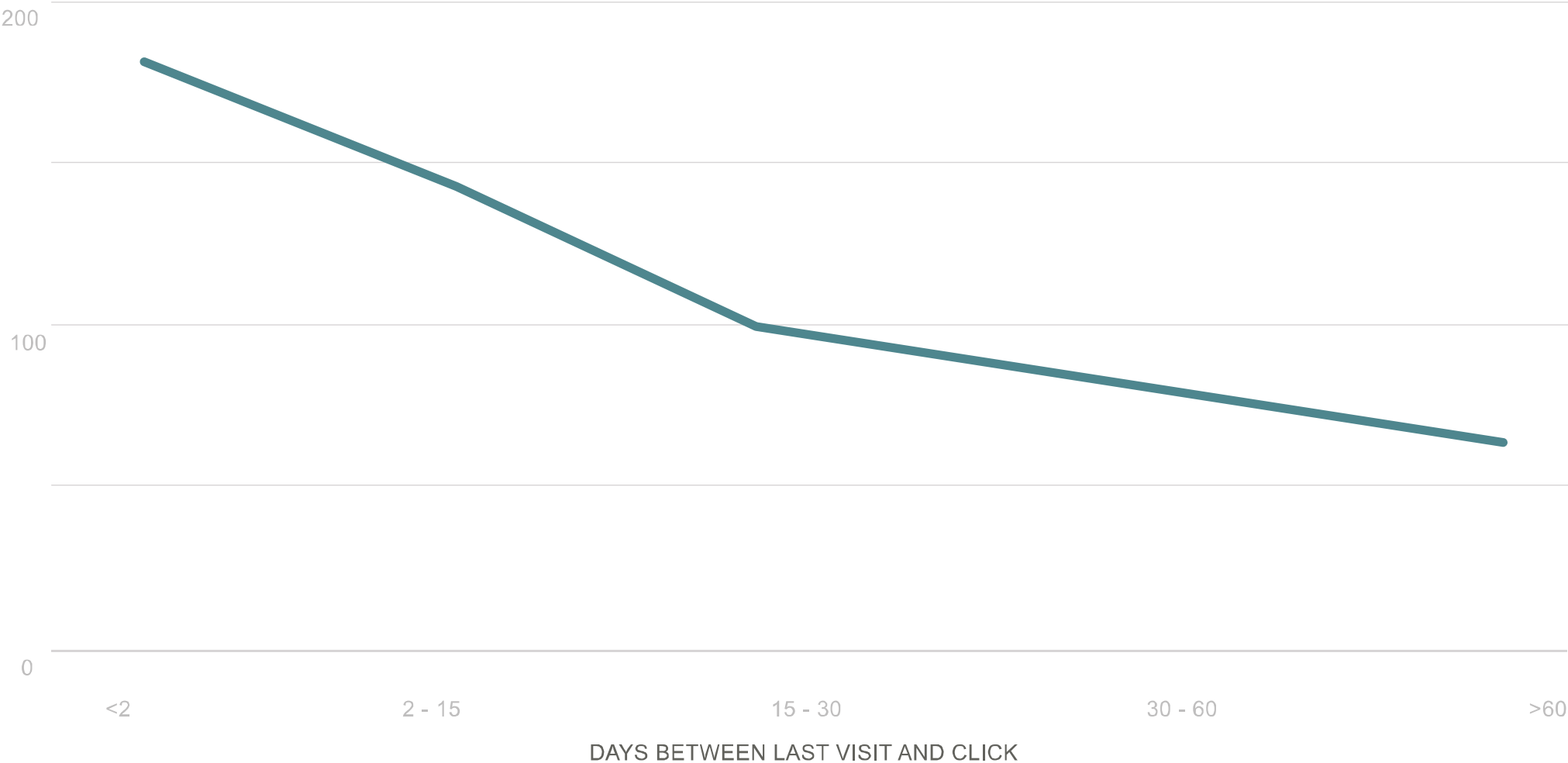


Самый высокий уровень конверсии приходится на март и апрель

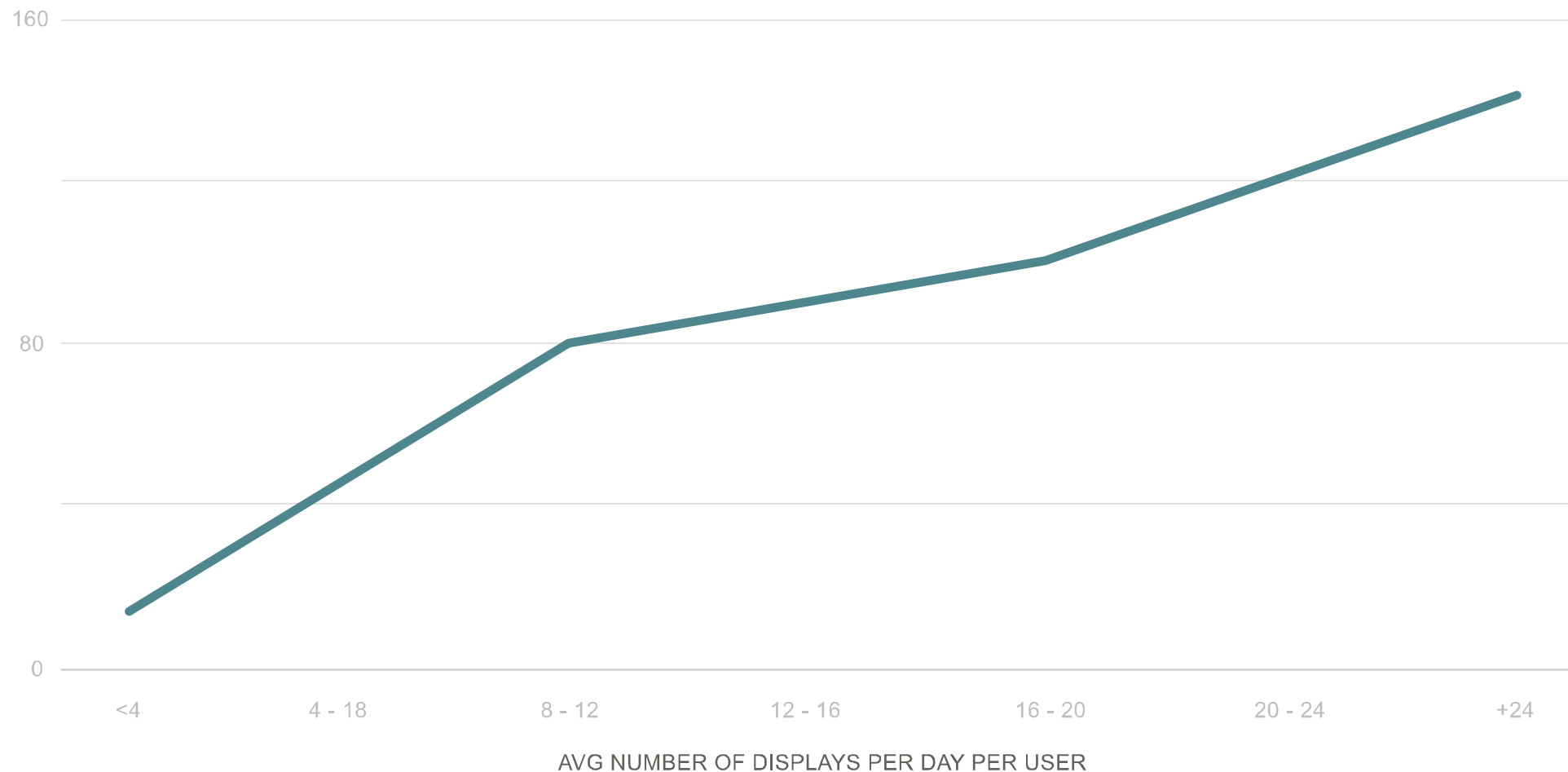
Уровень конверсии



Показатель конверсии с момента последнего визита пользователя на сайт



Зависимость конверсии от количества показов





17%

пользователей посетили как минимум один сайт другого производителя

Пользователи которые ранее* оставляли запрос на цену автомобиля или тест-драйв, затем посетили сайты



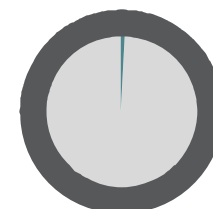
12.5%

2 производителей



3.3%

3 производителей



0.9%

4 производителей



23%

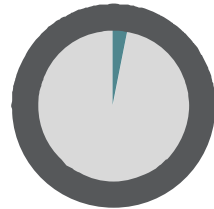
пользователей посетили как минимум один сайт другого производителя

Пользователи, которые ранее* заходили на автомобильный вебсайт затем посетили сайты



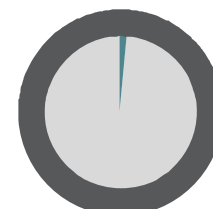
16.2%

2 производителей



5.1%

3 производителей



1.6%

4 производителей

Пользователи, которые просматривают автомобильные сайты интересуются так же ресурсами на тему высоких технологий и финансовых услуг

Уровень конверсии пользователей, которые просматривали автомобильные сайты, по сравнению со средним уровнем конверсии



2.67x

Высокие технологии



1.80x

Финансовые услуги



1.31x

Сайты объявлений



1.18x

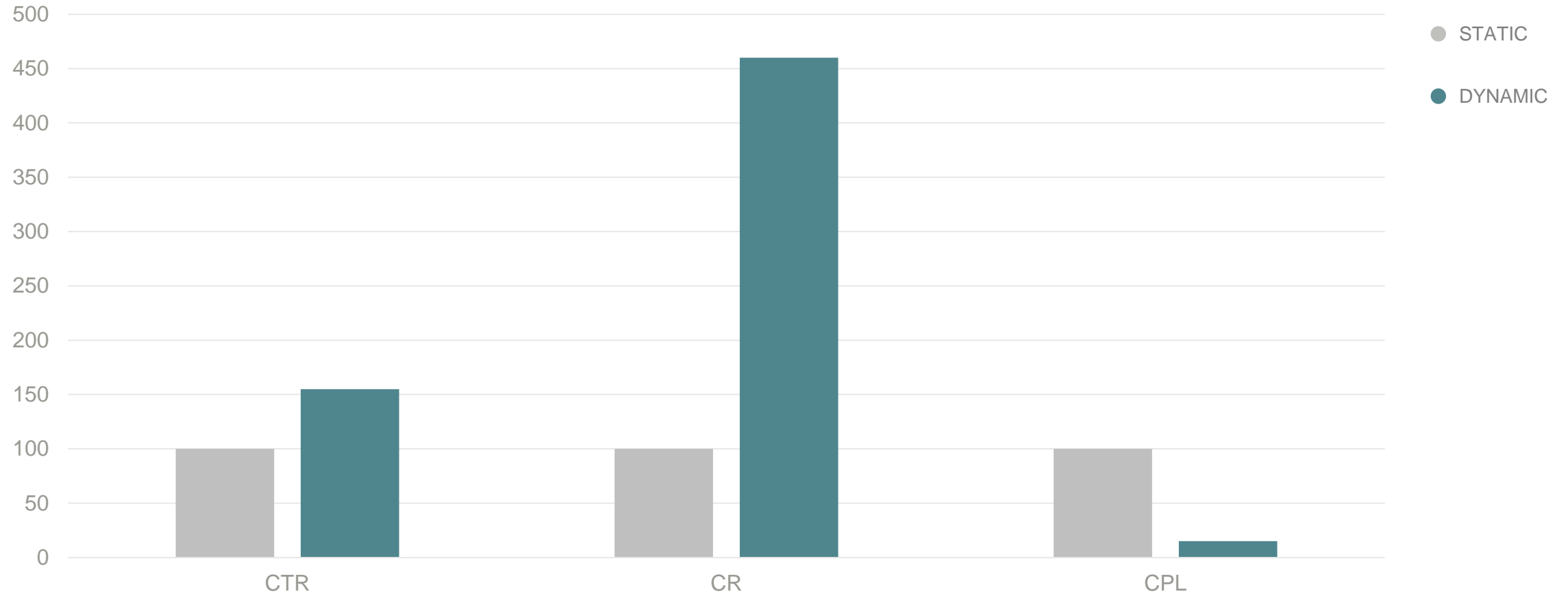
Ритейл



0.97x

Туризм

Динамические баннеры доминируют



Рекомендации Criteo

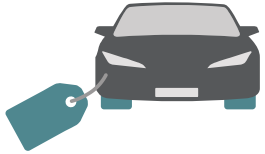


criteo.



Избегайте приостановки рекламных кампаний

1



Устанавливайте коды на всех страницах для всех моделей

2



Используйте динамические баннеры, чтобы снизить расходы, увеличить объемы продаж и эффективность

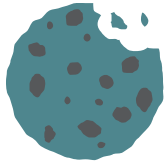
3

CR в 5 раз выше



Подключите Facebook и нативные форматы
Увеличивайте охват и эффективность

4



Ориентируйтесь на пользователей, а не на устройства

Используйте кросс-девайс технологии, чтобы идентифицировать пользователя на всех устройствах, которые он использует

5



Работайте с полной воронкой

Превращайте ваших посетителей в постоянных покупателей, вовлекая их на каждом этапе воронки.

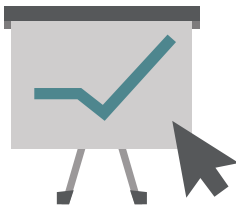
6



Повторно вовлекайте неактивных пользователей

Кампании средней воронки вовлекают пользователей, которые уже посещали сайт, но не возвращались в течение определенного периода

7



Увеличивайте трафик

Приобретайте новых и самых ценных пользователей при помощи настроек ЦА по “look alike”

8



Спасибо!

For more information contact
e.aliev@criteo.com

criteo.