

# Будущее наступает

Автоматизируем рекламные инструменты в  
Недвижимости

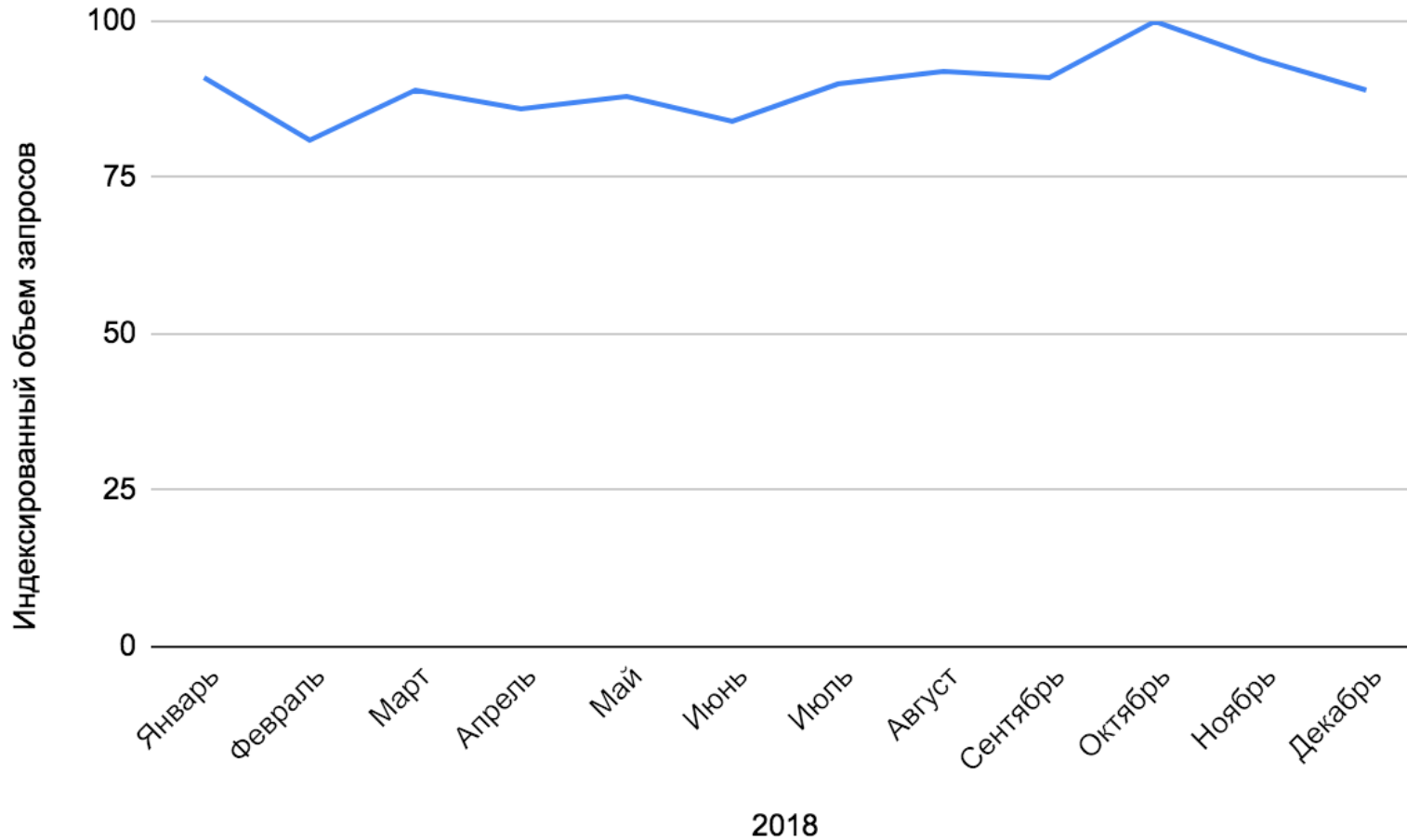


Сочинский Всероссийский жилищный конгресс

# Динамика категории

# Динамика категории недвижимость положительная

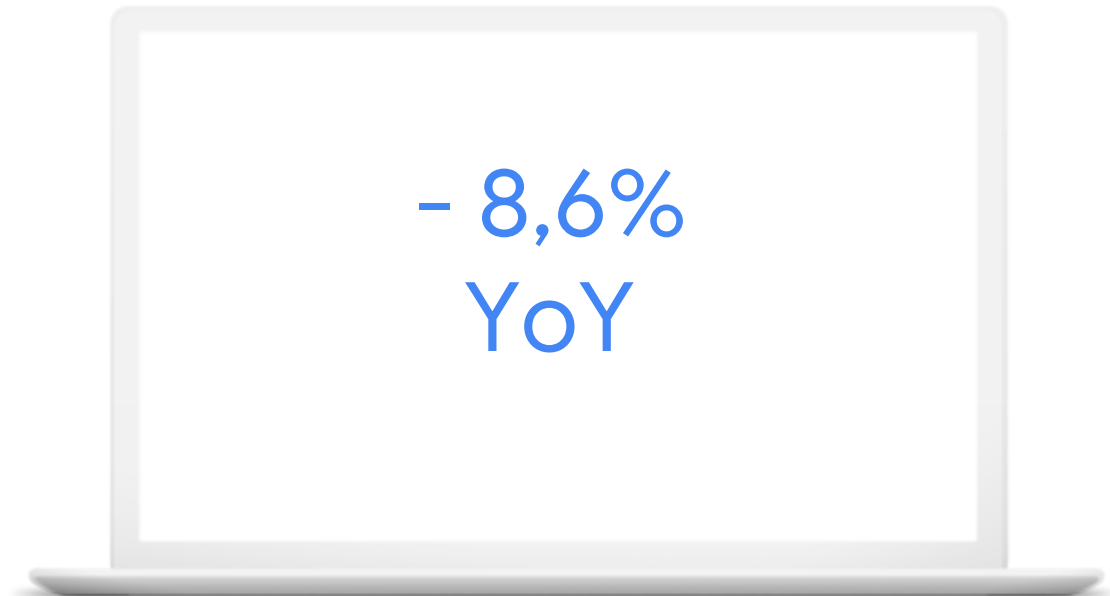
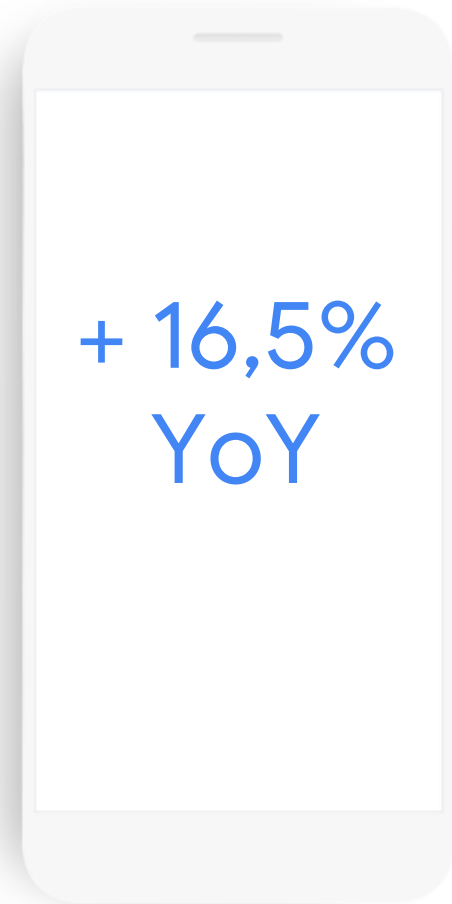
Индексированное количество запросов про недвижимость, Россия (2018)



+3,2%  
YoY

# Рост драйвят мобильные устройства

Индексированное количество запросов про недвижимость, Россия (2018)



# Аренду квартир ищут чаще, чем покупку

Индексированное количество запросов про аренду и покупку квартир, Россия (2018)



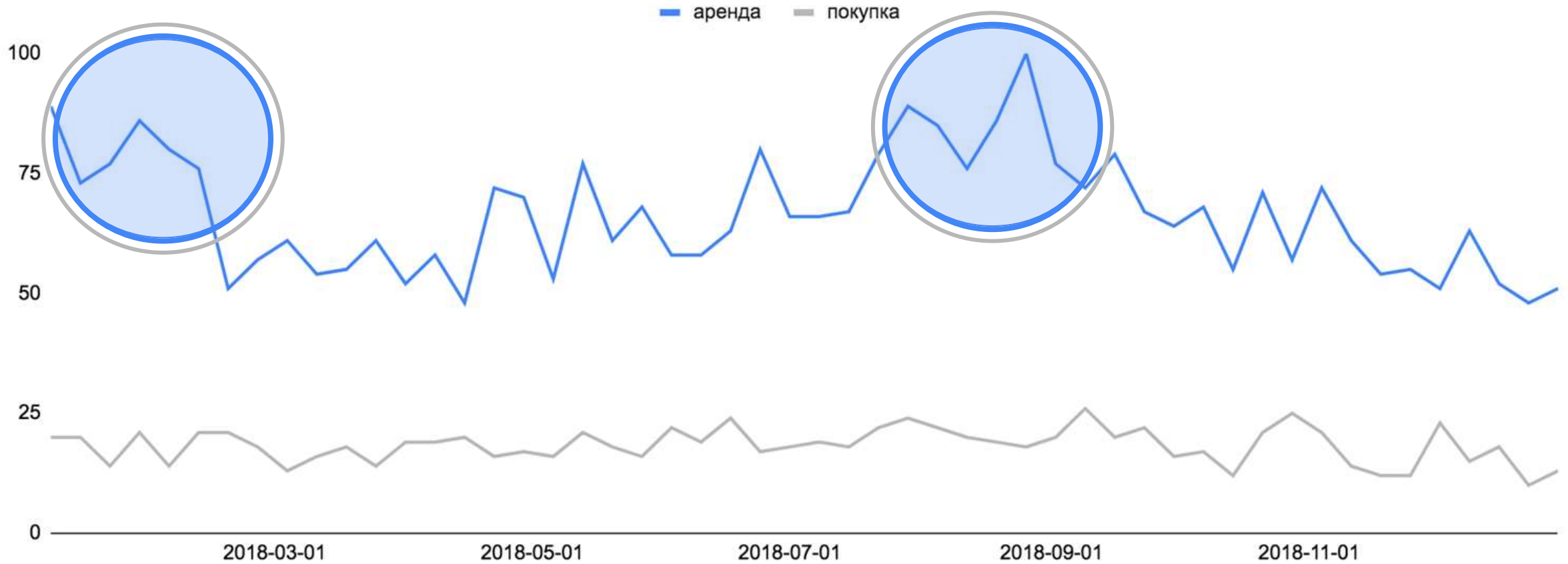
Аренда



Покупка

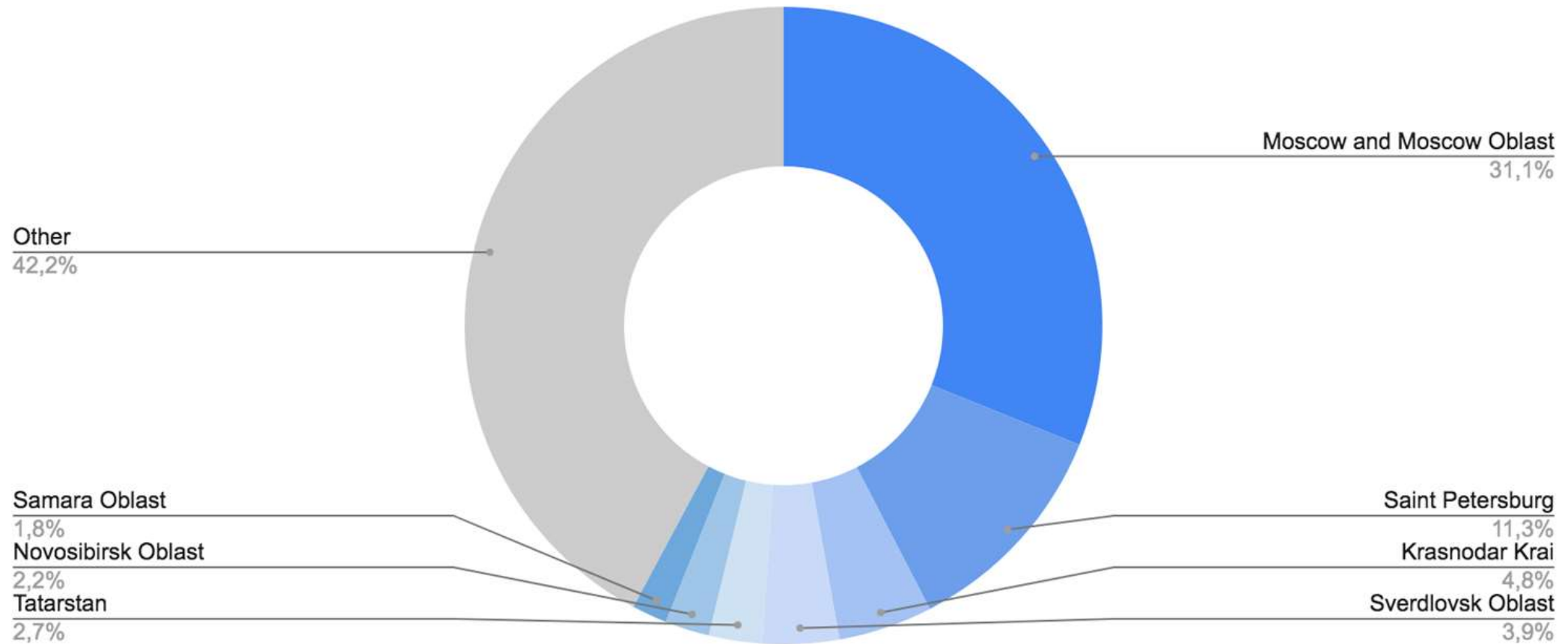
# Интерес к аренде растет в начале года и в конце лета

Индексированное количество запросов про аренду и покупку квартир, Россия (2018)



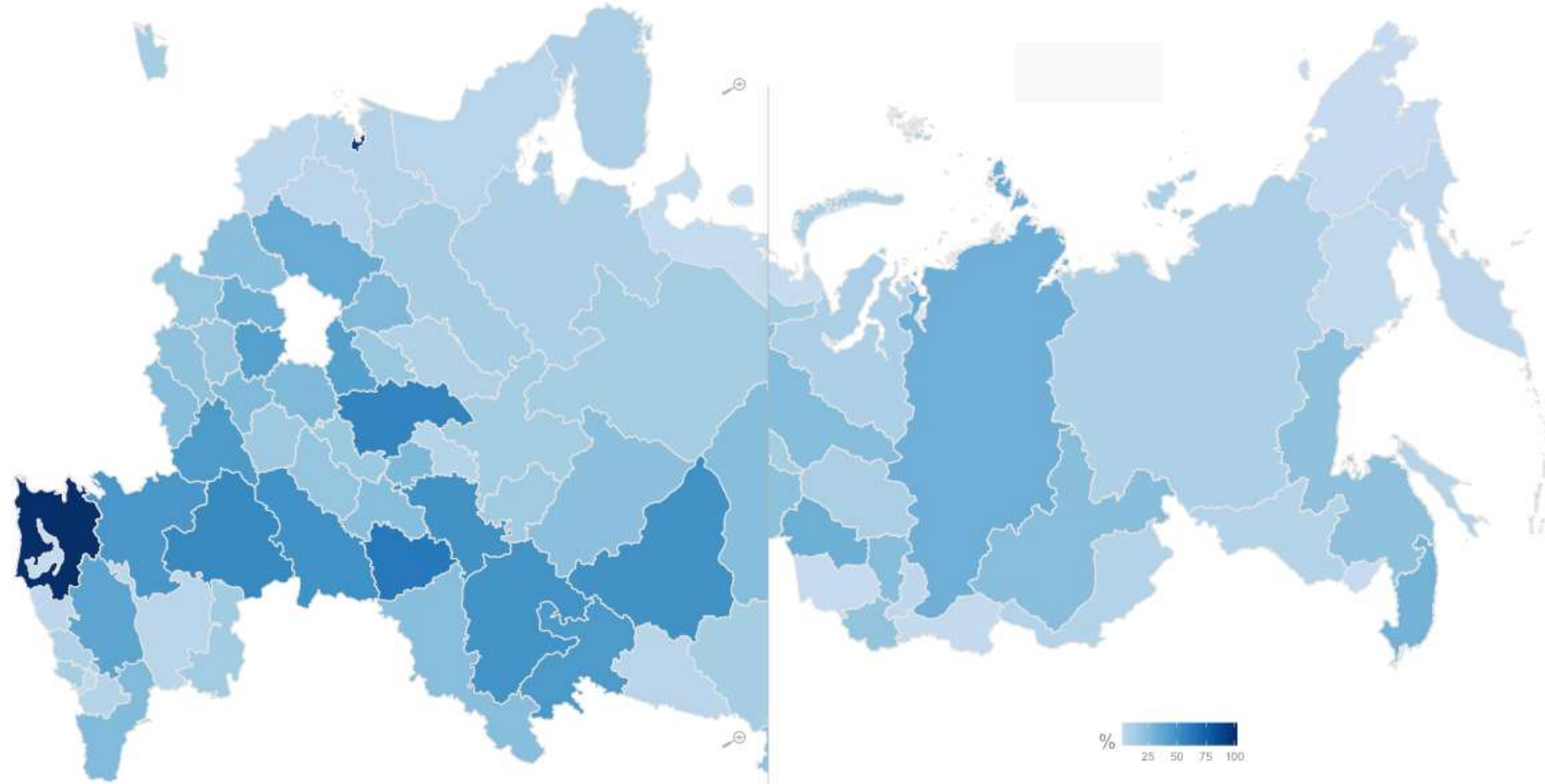
# 31% запросов про покупку и аренду квартир происходят в Москве и Московской области

Индексированное количество запросов про аренду и покупку квартир, Россия (2018)



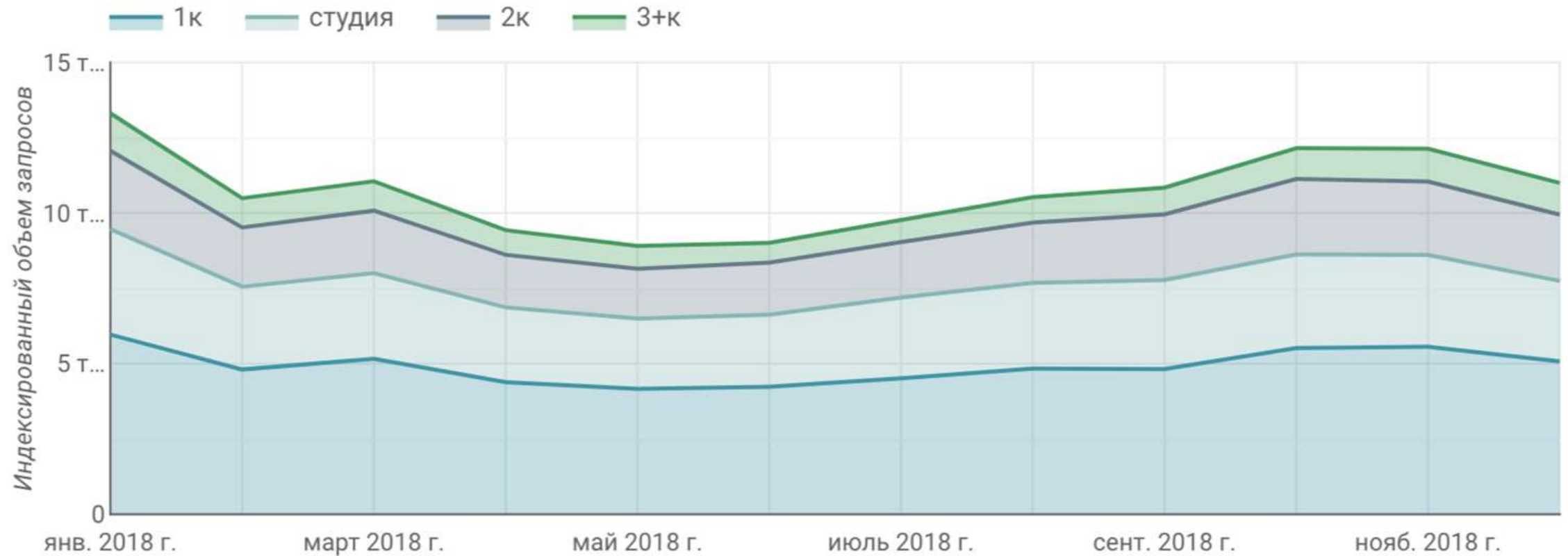
# За исключением жителей столицы, квартиры в Москве чаще всего ищут в Краснодарском крае и Санкт Петербурге

Индексированное количество запросов про квартиры в Москве, Россия (2018)



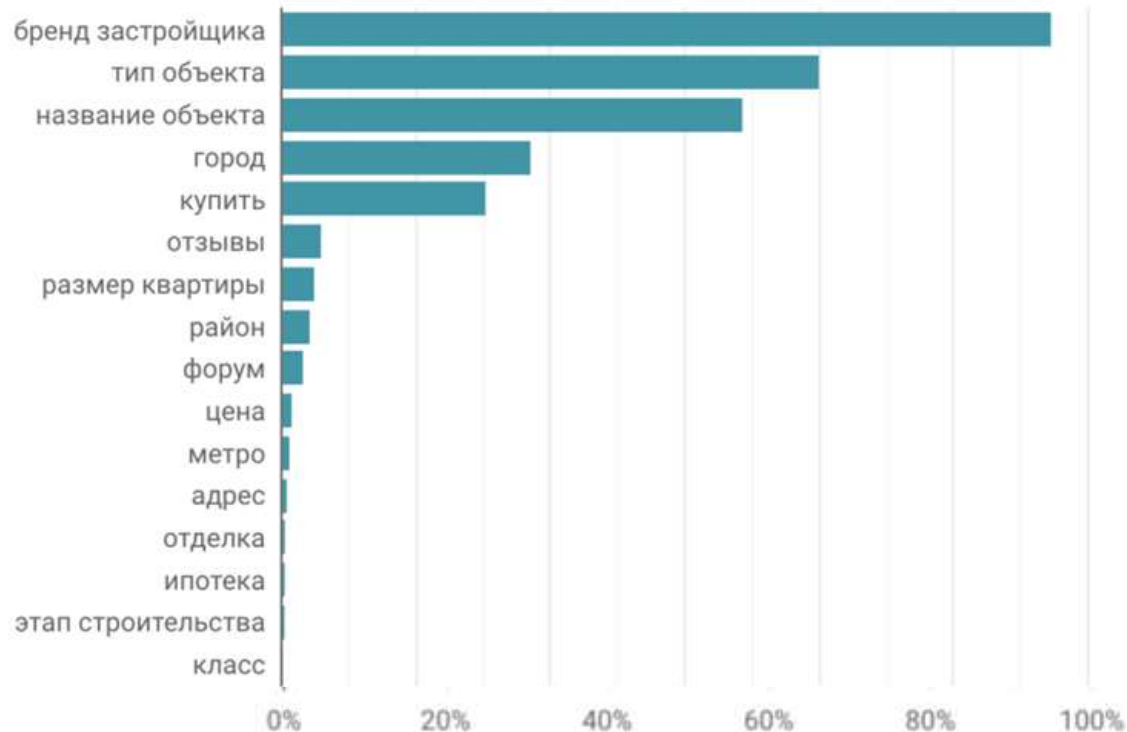


1к и 2к запросы в категории комнатность растут, а у студий и 3х комнатных квартир наблюдается спад

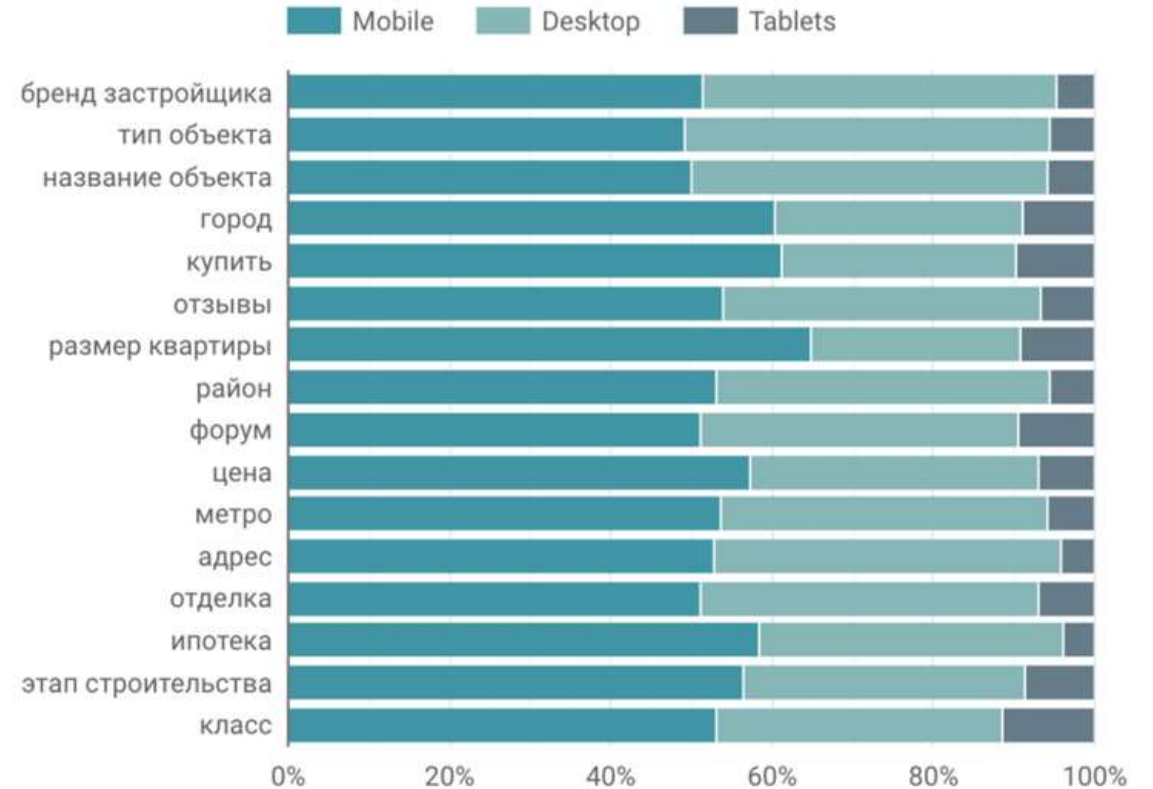


# Бренд застройщика, тип и название объекта самые популярные атрибуты поиска

## Популярность атрибутов в поиске



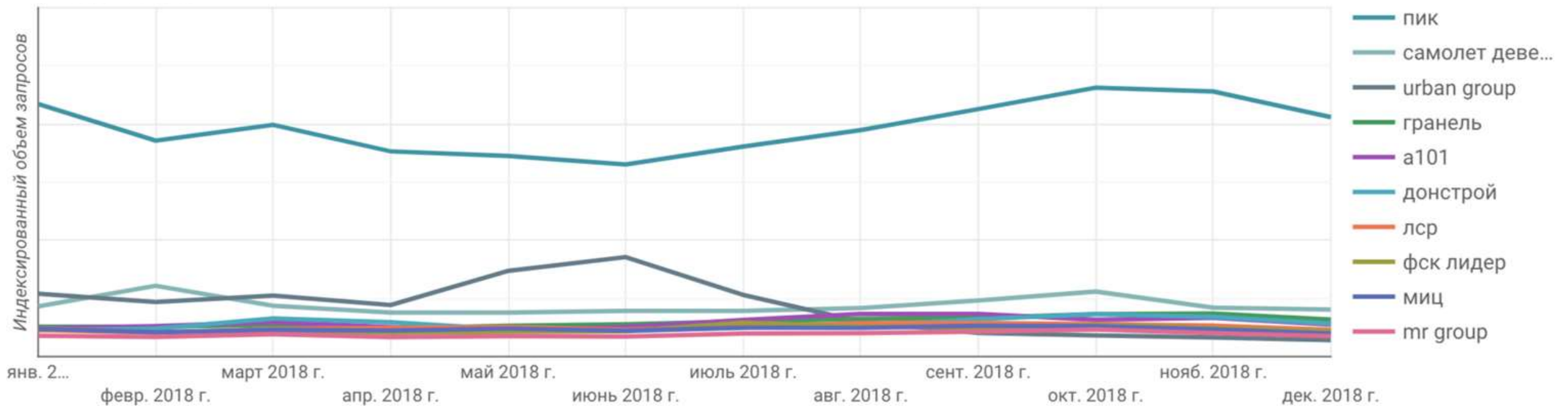
## Популярность атрибутов по устройствам



# Топовые бренды Москвы и области

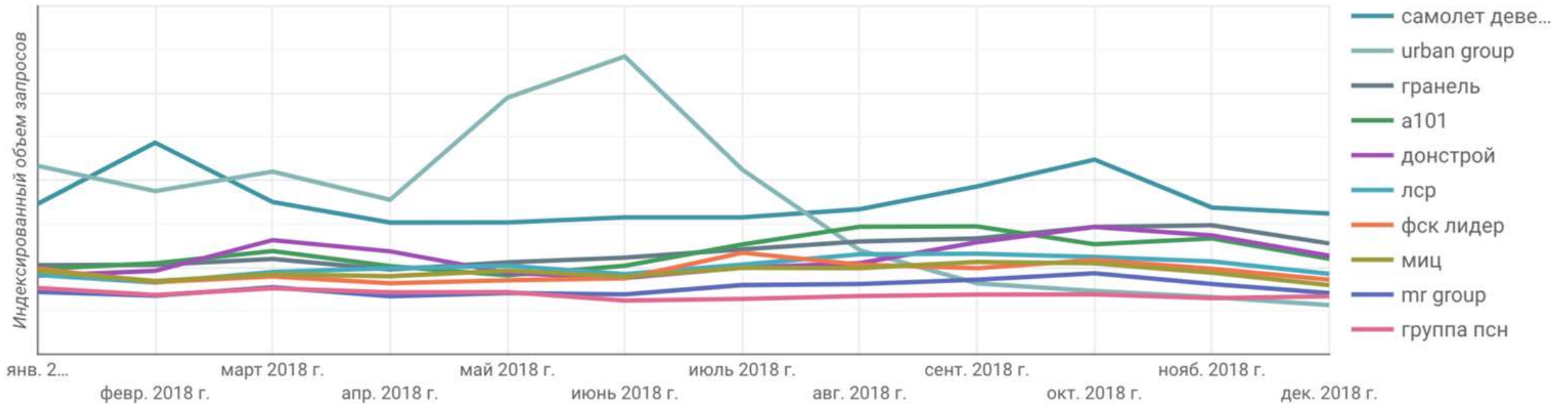
По интересу к застройщикам 1-е место занимает ПИК, в ТОП-3 также Самолет Девелопмент и Urban Group

## Динамика брендового интереса



# После ПИК, Самолет и Urban, топовые позиции по Москве и области занимают Гранель, А101 и Донстрой

## Динамика брендового интереса

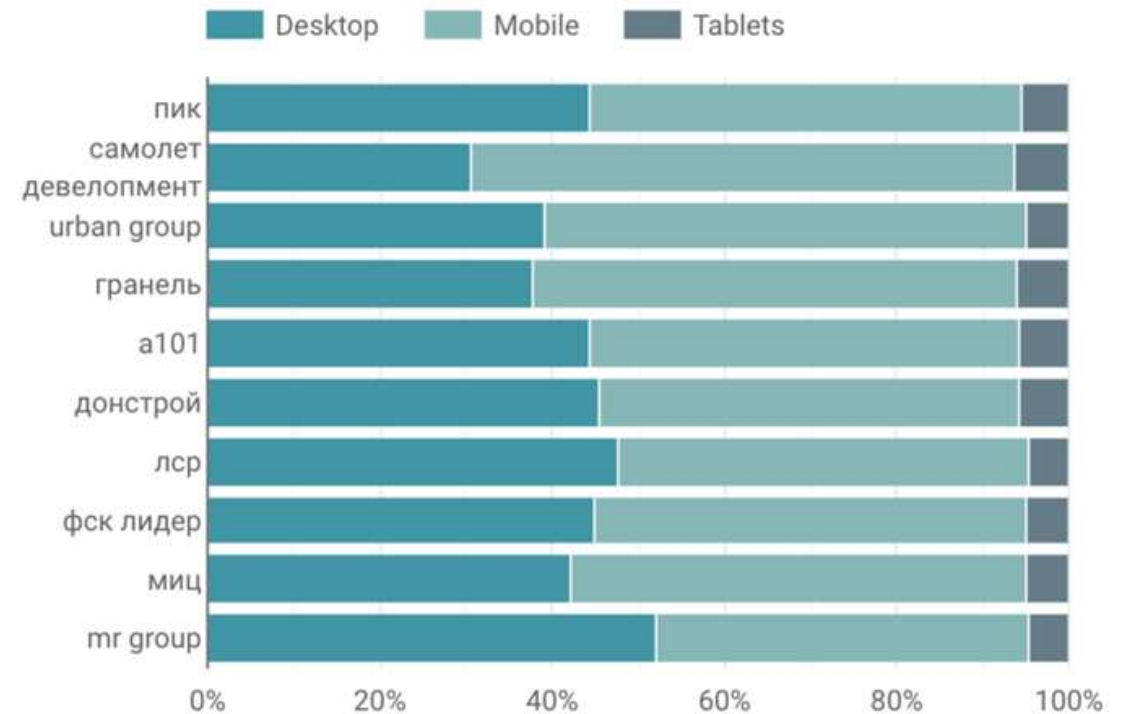


# Самый интенсивный рост из списка у Гранель, ЛСР и А101. Самый мобильный спрос у Самолет, МИЦ и Гранель

## Брендовый интерес в прошлом году

Бренд	Объем запросов	Годовой рост
пик		8.5% ↑
самолет девелопмент		16.6% ↑
urban group		5.0% ↑
гранель		47.0% ↑
a101		27.3% ↑
донстрой		18.3% ↑
лср		30.1% ↑
фск лидер		18.0% ↑
миц		26.6% ↑
mr group		24.8% ↑

## Объем запросов по устройствам



# По интересу к объектам топовые ЖК принадлежат ЛСР, Гранель и ПСН

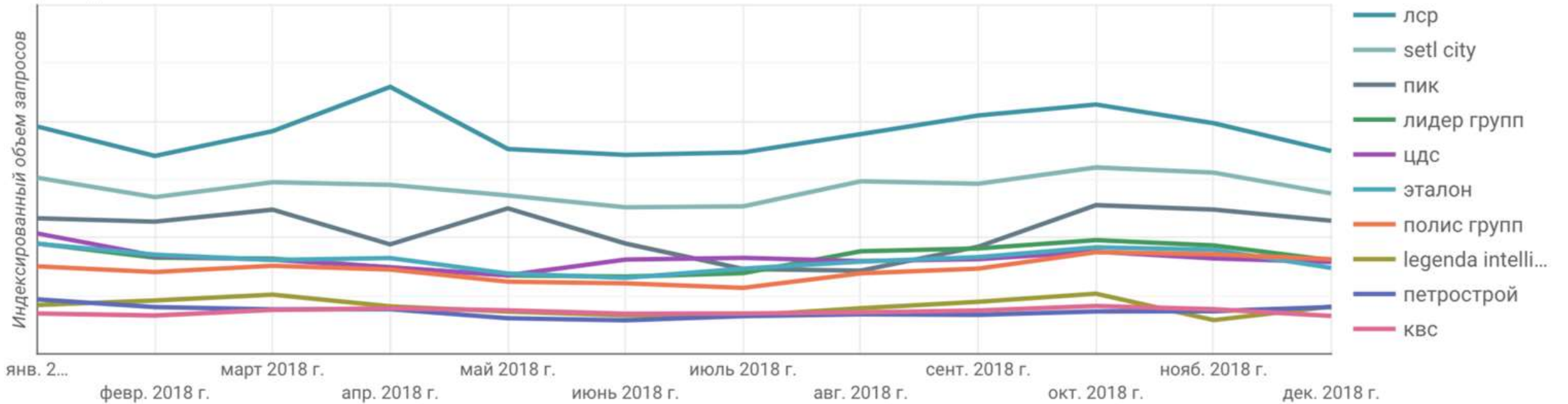
Бренд	Объект	Объем запросов	Годовой рост
лср	лучи		53.7% ↑
гранель	москвичка		115.8% ↑
группа псн	домашний		22.0% ↑
главстрой спб ооо	столичный		33.4% ↑
донстрой	символ		-5.4% ↓
группа эталон	летний сад		72.4% ↑
a101	скандинавия		116.3% ↑
sezar group	рассказово		7.6% ↑

# Топовые бренды Санкт-Петербурга и области



# По интересу к бренду в Санкт-Петербурге и области топовые позиции занимают ЛСР, Setl city и ПИК

## Динамика брендового интереса



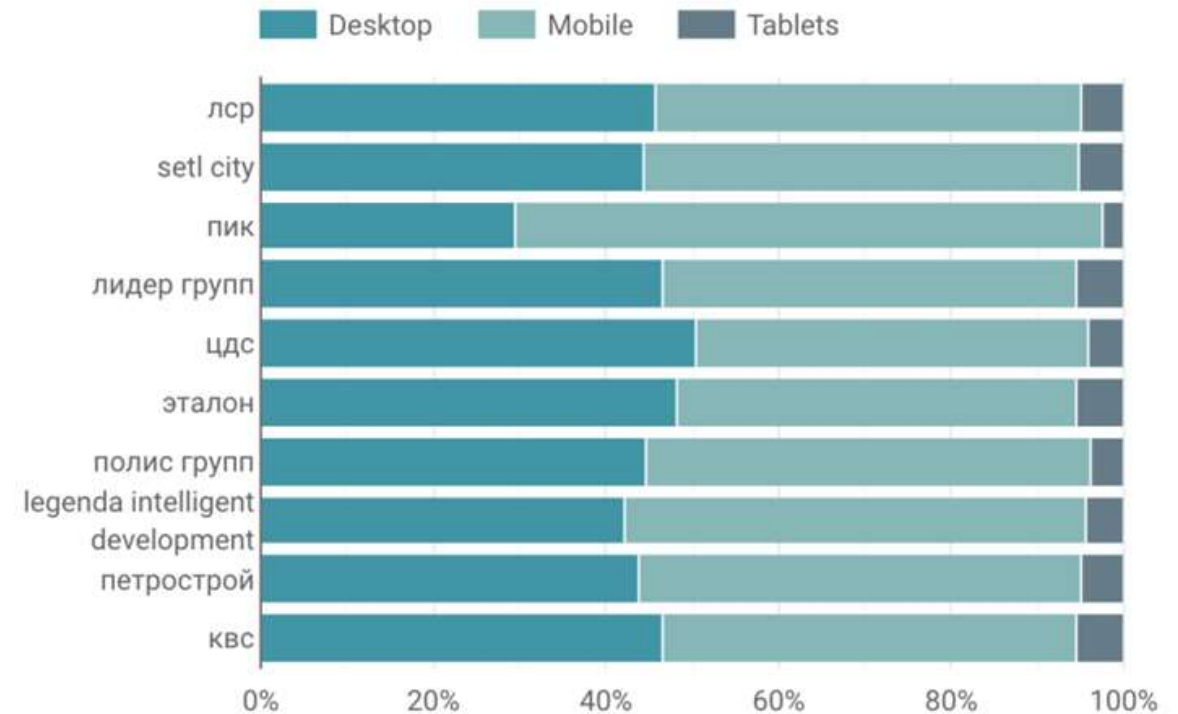
# Самый интенсивный рост из списка у КВС, Selt City и LID

## Самый мобильный спрос у ПИК

### Брендовый интерес в прошлом году

Бренд	Объем запросов	Годовой рост
лсп		-0.6% ↓
setl city		11.5% ↑
пик		-4.9% ↓
лидер групп		-1.9% ↓
цдс		-25.5% ↓
эталон		-2.8% ↓
полис групп		-5.1% ↓
legenda intelligent development		11.3% ↑
петрострой		-4.3% ↓
квс		39.7% ↑

### Объем запросов по устройствам



# По интересу к объектам топовые ЖК принадлежат Setl City, ЛСР и Полис Групп

Бренд	Объект	Объем запросов	Годовой рост
setl city	чистое небо		29.0% ↑
setl city	солнечный город		35.9% ↑
лср	шуваловский		8.4% ↑
лср	цивилизация		36.7% ↑
полис групп	краски лета		-21.1% ↓
лср	новая охта		-26.1% ↓
лср	софия		-21.5% ↓
цдс	приневский		26.5% ↑

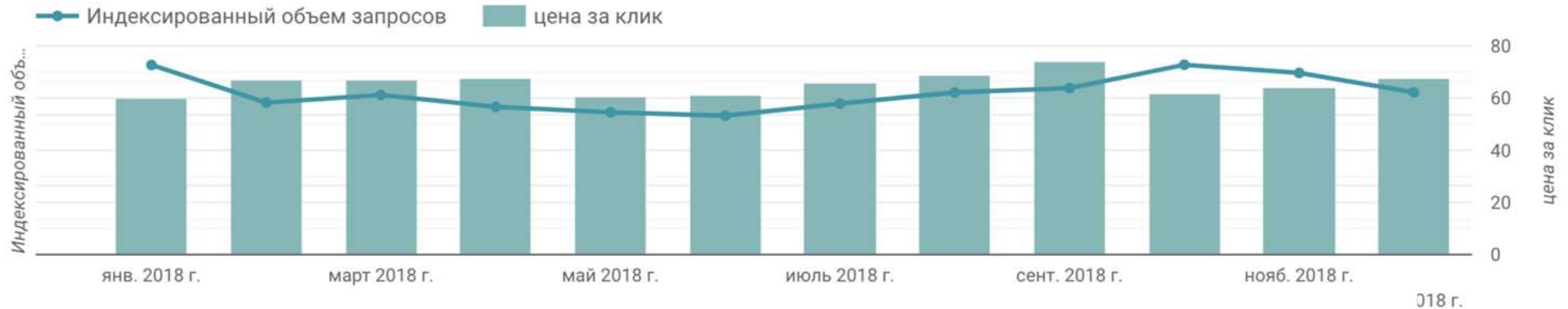
# Тренды аукциона

# Тренды аукциона - Общие запросы

Индексированное количество запросов, Москва и СПб (2018)

CTR данные за выбранный период		Цена за клик, ₺ данные за выбранный период		Кол-во объявл. на запрос данные за выбранный период	
ЗНАЧЕНИЕ	7 %	ЗНАЧЕНИЕ	65 ₺	ЗНАЧЕНИЕ	5
YoY РОСТ	↑ 11.3%	YoY РОСТ	↓ -6.5%	YoY РОСТ	↓ -11.2%

## Динамика аукциона

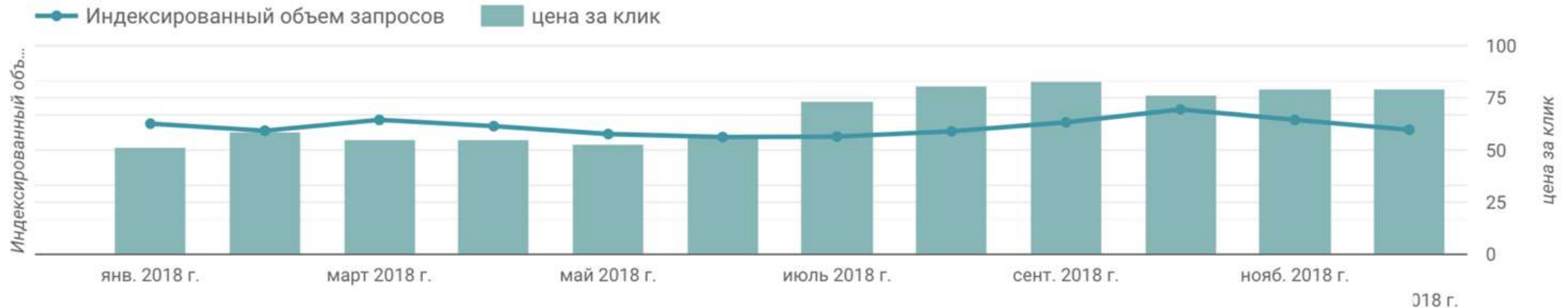


# Тренды аукциона - Брендовые запросы

Индексированное количество запросов, Москва и СПб (2018)

	CTR данные за выбранный период	Цена за клик, ₺ данные за выбранный период	Кол-во объявл. на запрос данные за выбранный период
ЗНАЧЕНИЕ	10 %	67 ₺	3
YoY РОСТ	↑ 15.0%	↑ 19.1%	↓ -9.0%

## Динамика аукциона





С чего начинается путь к машинному обучению?



# Мы входим на 4-ю ступень эволюции вычислительной техники



Компьютер



Интернет



Мобильные  
устройства



**Машинное  
Обучение**



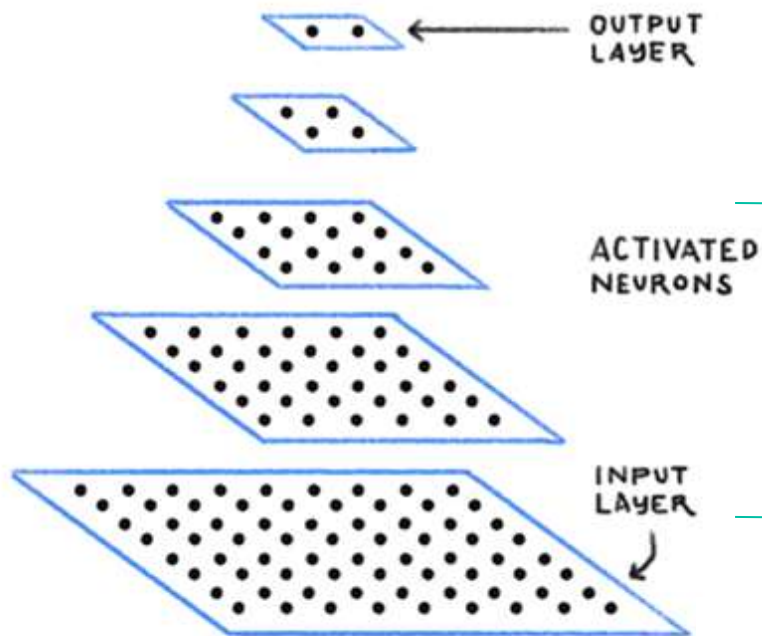
# Принцип работы машинного обучения: учим компьютер распознавать собак на YouTube

IS THIS A  
**CAT or DOG?**



Сенсоры нейросети начинают работу с **определения границ и цветов.**

CAT DOG

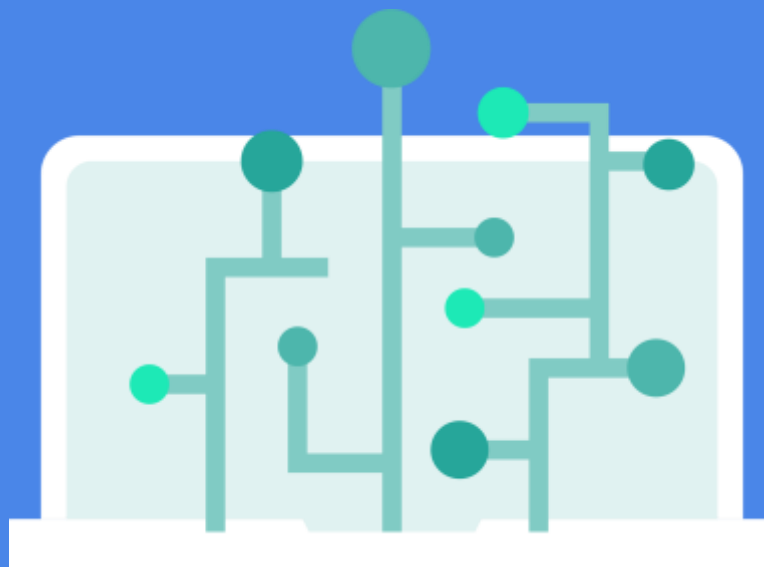


Последний (подключенный) слой – это подведение итогов и **определение вероятности** того, что это все-таки собака.

Третий слой – попытка **идентифицировать** формы (например, животное это или какой-то предмет).

Ещё один слой – **распознавание форм.**

Компания любого размера  
может применять эту технологию  
для автоматизации рабочих процессов  
уже сегодня



**62%** маркетологов

перегружены объемом  
данных, которые нужно  
обработать



Автоматические стратегии

# Автоматизация поможет решить эту проблему



Меньше времени на ручной труд  
Больше конверсий/Конверсии дешевле

# Используйте умные решения Google Рекламы

## Умные креативы

Адаптивные поисковые  
объявления

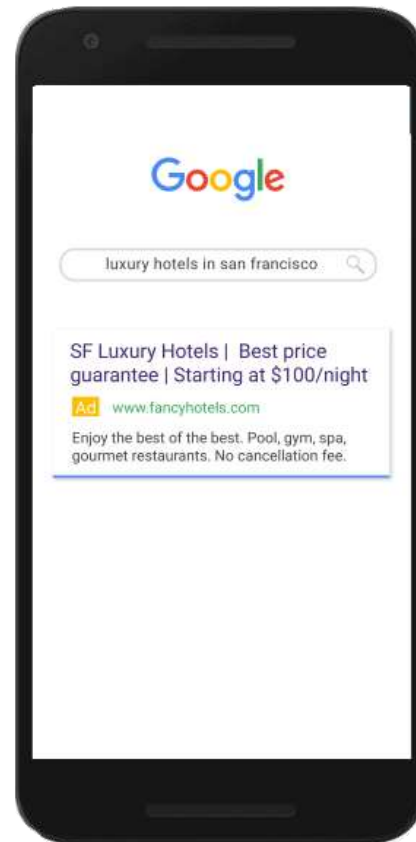
+10% - кликов в рамках того же  
бюджета

Динамические  
поисковые объявления

+15% - кликов в рамках того же  
бюджета

Адаптивные медийные  
объявления

до 50% - больше конверсий по  
сравнению со стандартными  
графическими объявлениями



## Умные стратегии назначения ставок

Максимальное  
количество конверсий

+20% - прирост конверсий в рамках  
того же бюджета

Целевая цена за  
конверсию

+20% - Прирост конверсий по  
схожему CPA

Лишь **21%**

времени онлайн  
уходит на поиск



**79%**

времени онлайн  
проводится на других  
сайтах

Google

Google Confidential and Proprietary

# КМС 2.0: Умная кампания в КМС



Объявления практически любых форматов для пользователей на разных этапах последовательности конверсии – от заинтересованных до тех, кто уже готов сделать покупку.

**До +20% конверсий  
при той же цене**

за конверсию по сравнению с другими КМС.



# ПОКУПАТЕЛИ КВАРТИР АКТИВНО ИСПОЛЬЗУЮТ ВОЗМОЖНОСТИ ОНЛАЙН ВИДЕО



34%

людей, купивших недвижимость,  
смотрели на YouTube видео, связанные  
с недвижимостью

*База: те, кто купили квартиру, n=152*

*Источник: Nielsen, Google, Исследование "Онлайн-путь к покупке недвижимости", 2017*



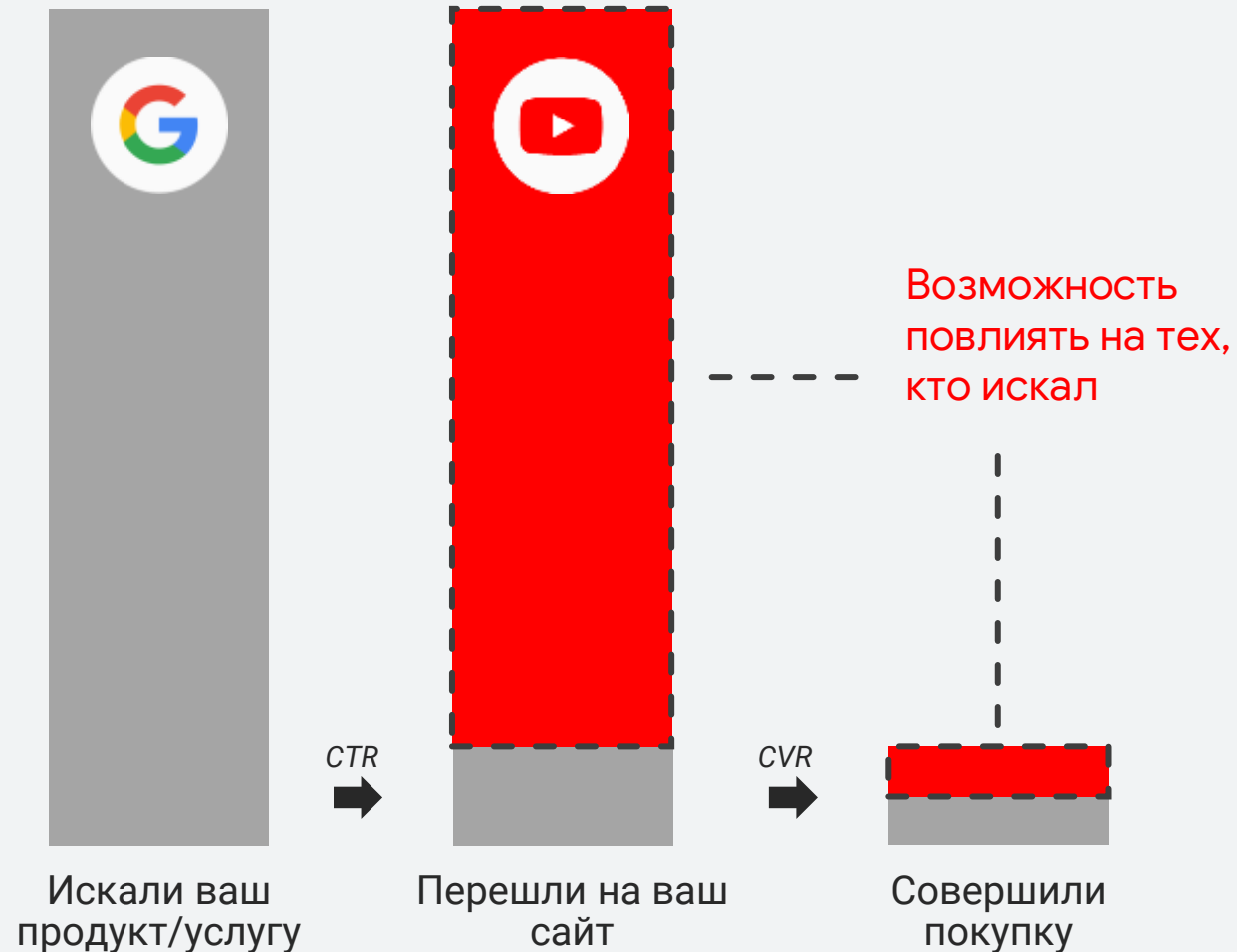
# YouTube

Охватите поисковое намерение за пределом результатов Google вместе с YouTube

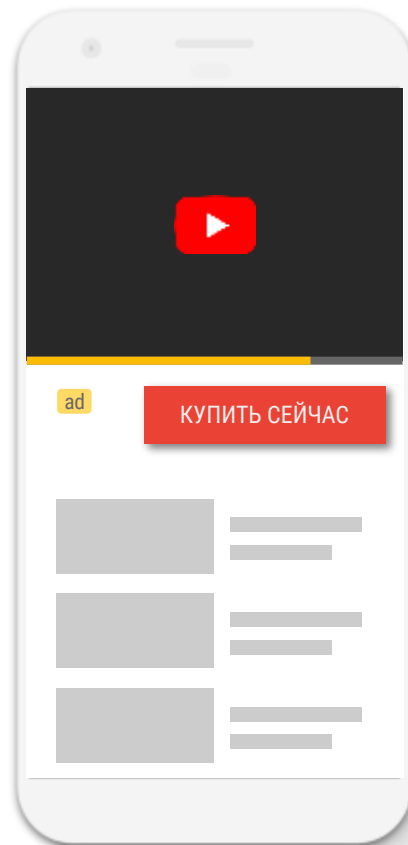
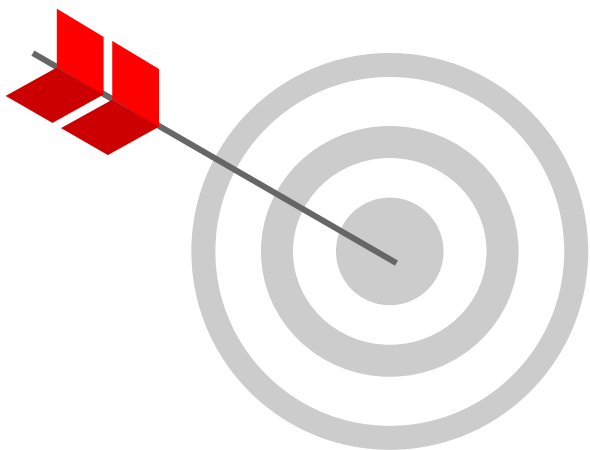
**83%** населения в возрасте 18-44 ежемесячно посещают YouTube

**47%** аудитории Рунета пользуются YouTube при выборе товаров и услуг

**74%** населения России смотрят YouTube хотя бы раз в месяц



Целевой CPA



# Новый YouTube формат: TrueView for Action

Привлечение действий после

просмотра:

Смотреть квартиру

Заказать звонок

Скачать приложение

# Реклама на YouTube и другие digital-инструменты на четверть увеличили посещаемость сайта застройщика из Санкт-Петербурга

Скидки без бороды

**-1.2** МЛН РУБ.

НА КВАРТИРУ\* С ОТДЕЛКОЙ

**ЦДС** СТРОИМ Для жизни

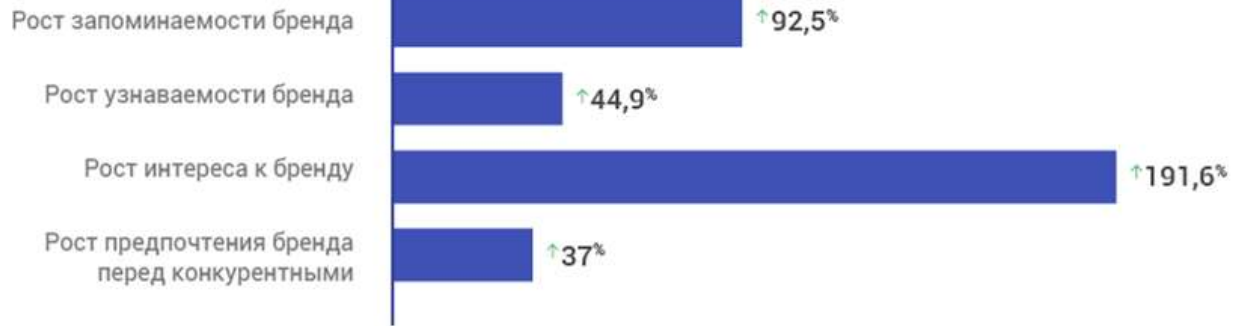
ДАРИМ\* В ОКТЯБРЕ

**320 12 00**  
cds.spb.ru

**1/3** квартиры и отделку

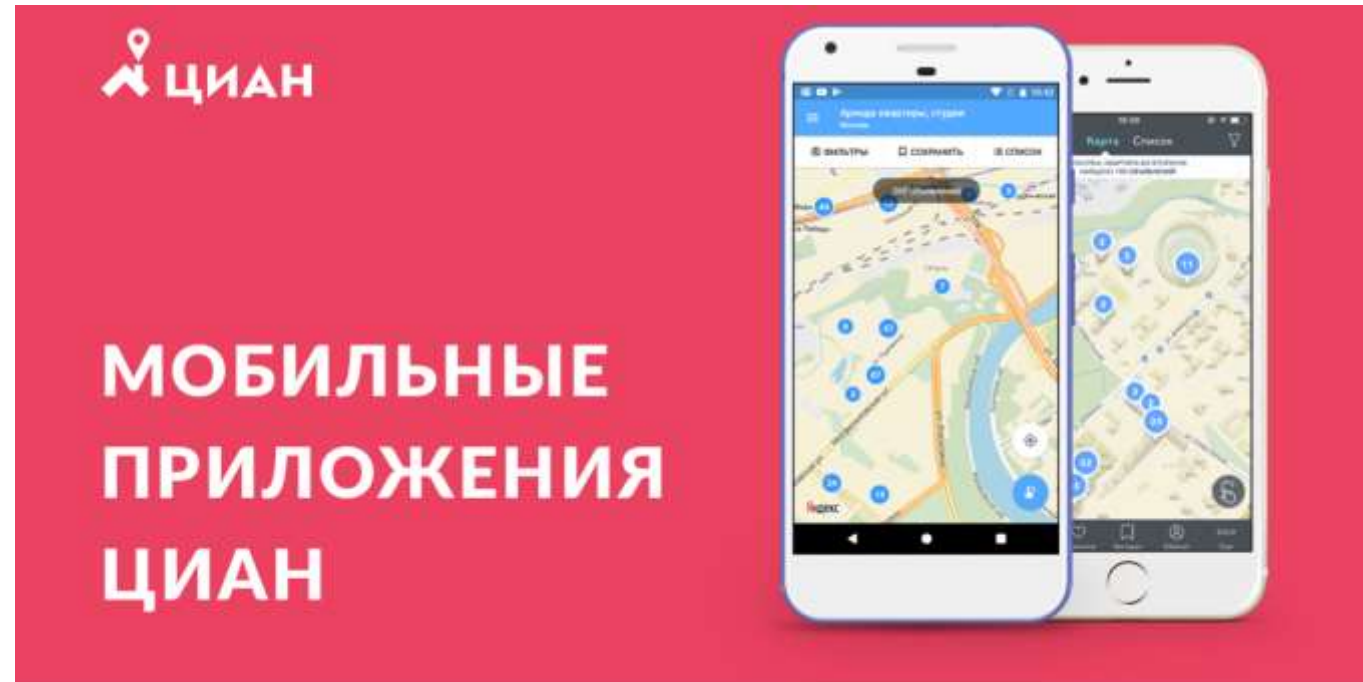
- Посещаемость сайта +23% за первый месяц кампании
- 3 млн показов, из них более 1,5 млн — полных просмотров
- +20% брендовых запросов в поисковых системах
- 77% пользователей, на сайт после просмотра — новая аудитория.

# «Центр — там, где я»: кампания INGRAD увеличила интерес к бренду на 191,6% с помощью YouTube



# Приложение ЦИАН увеличило конверсию в звонки в 2,43 раза с помощью UAC Actions

- CR (коэффициент конверсии) увеличился в 2,43 раза
- CPA (стоимость целевого действия) снизилась на 55%



У сервиса для поиска недвижимости было две цели — сделать так, чтобы пользователи чаще скачивали приложение и звонили арендодателям. Цена загрузки должна была остаться прежней, стоимость звонка — уменьшиться, а конверсия в звонки — вырасти

The background features several concentric circles in various colors: red, yellow, grey, blue, and green. The circles are not fully closed, appearing as thick, curved segments that create a dynamic, circular pattern around the central text.

Спасибо за внимание!