



# *la*moda

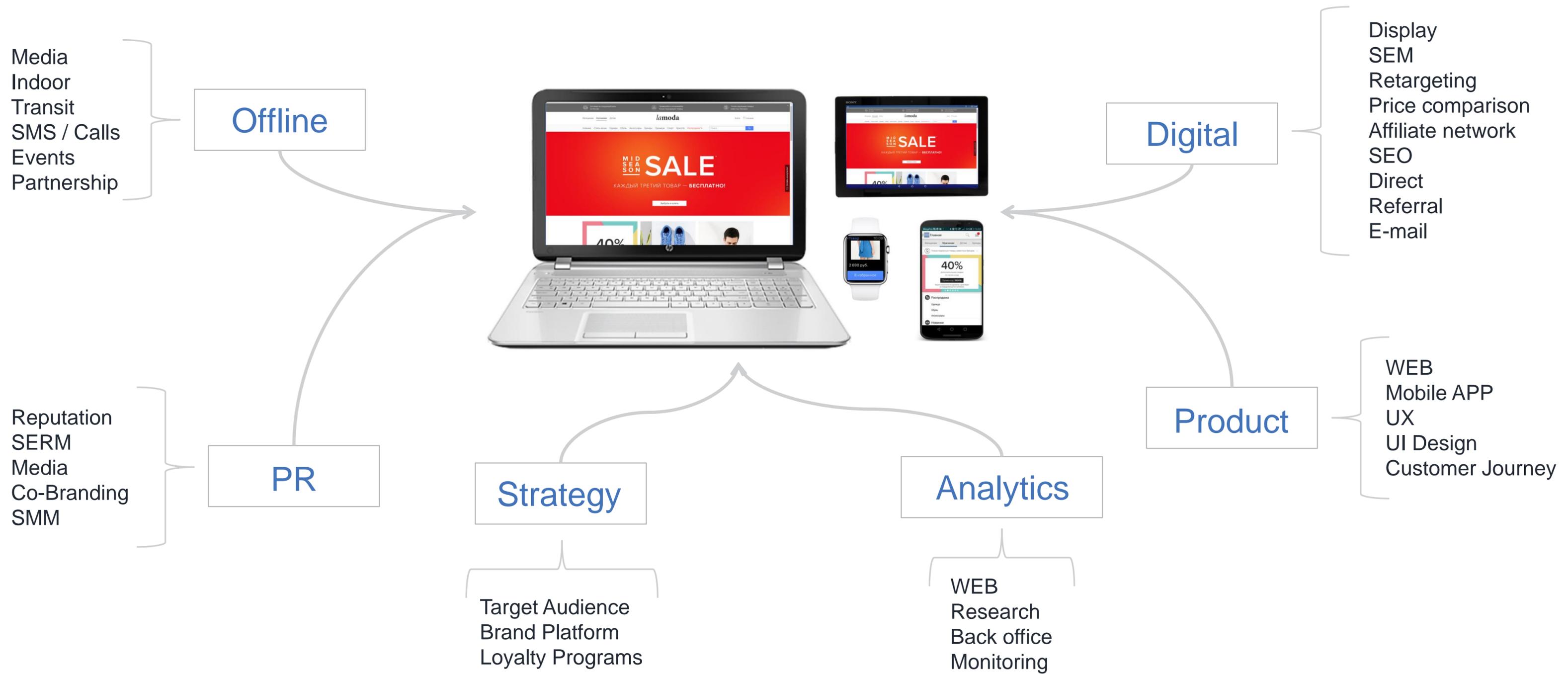
Что делать, если  
конкуренция растет,  
рынок меняется,  
а старые инструменты  
уже неэффективны?



*la***moda**

ИСКАТЬ НОВЫЕ  
ПОДХОДЫ И  
МЕНЯТЬСЯ ВМЕСТЕ  
С РЫНКОМ!

# Постоянная работа внутри



lamoda

# Немного цифр о Lamoda



## 4 страны

Россия,  
Казахстан,  
Украина,  
Беларусь



## Огромный ассортимент

Более миллиона товаров,  
Тысячи категорий  
Тысячи брендов  
+Marketplace



## 5 платформ

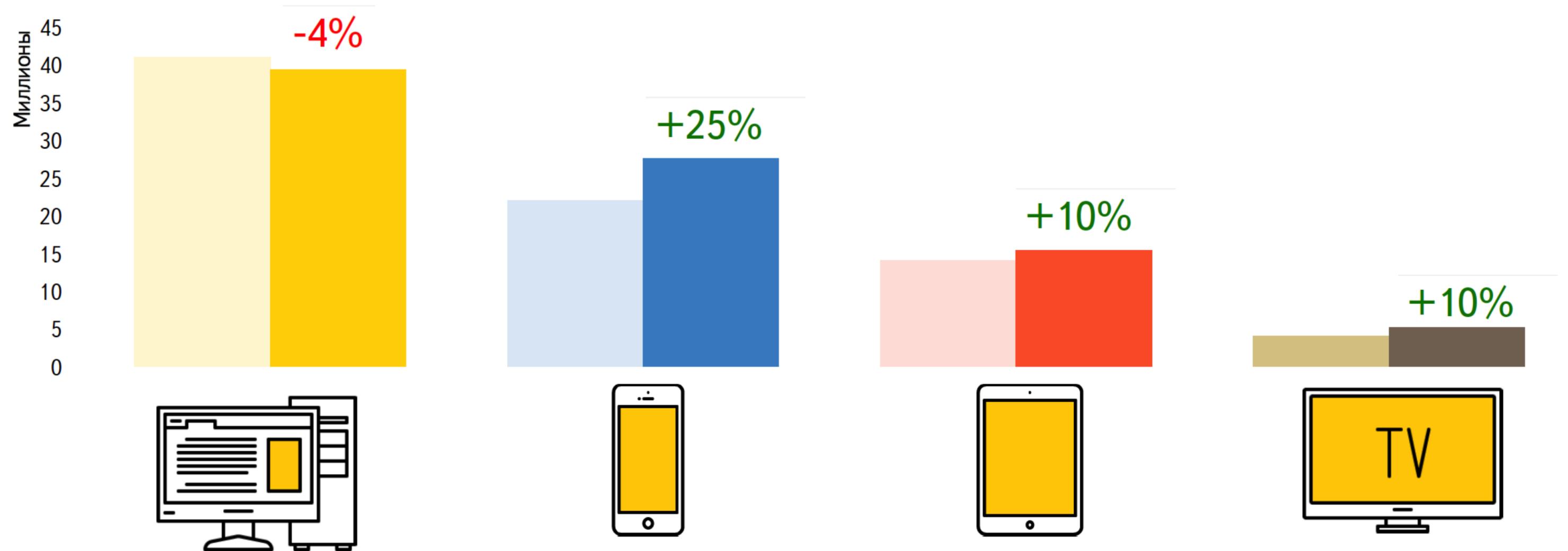
Desktop WEB (www.lamoda.ru)  
Mobile WEB (m.lamoda.ru)  
Smartphones (iOS / Android)  
Tablets (iOS / Android)  
Smart watch (iOS / Android)



Более миллиона  
посетителей в день

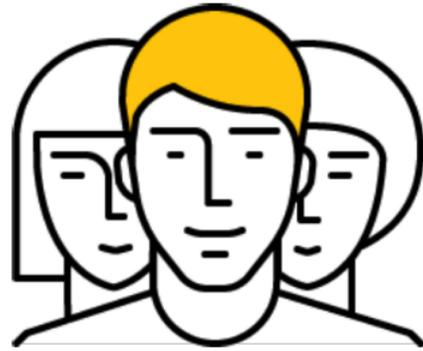
Много продаж 😊

# Динамика рынка



TNS Web Index УИ, Россия 100k+, 12+ лет, млн.чел., прирост рассчитан Q3 2015 / Q3 2014 в % .

# Динамика рынка



Население

123 млн. чел.



Уже в сети

82 млн. чел.



Уже мобильны

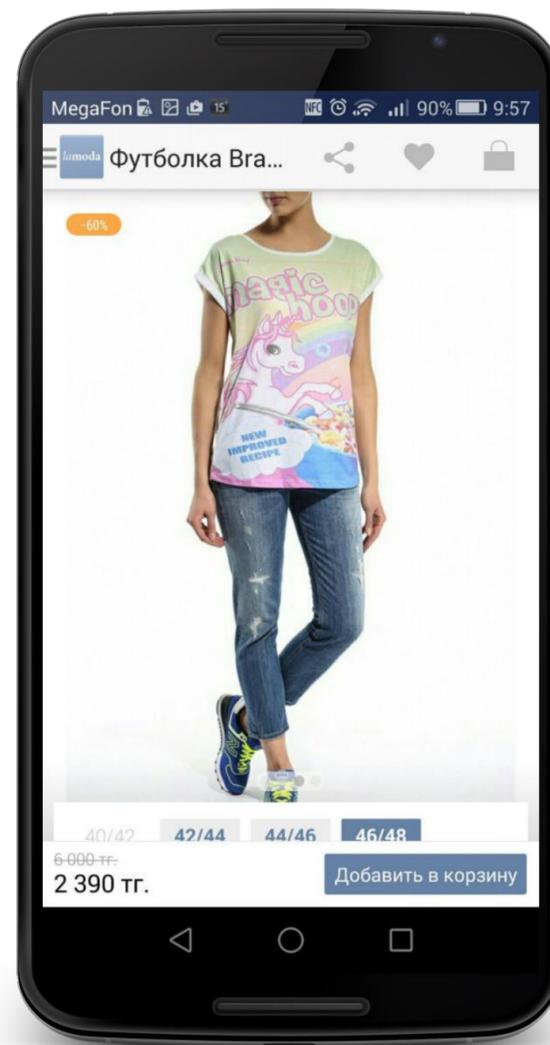
57 млн. чел.



Без десктопов

15 млн. чел.

# Мобильное приложение



*lamoda*

# История приложения

Запуск приложения  
на iOS в России  
3 500 000+ установок  
ТОП-10 категории «Покупки»

Декабрь 2013

Запуск приложений в  
Казахстане, Украине,  
Беларуси

2014 - 2015

Февраль 2014

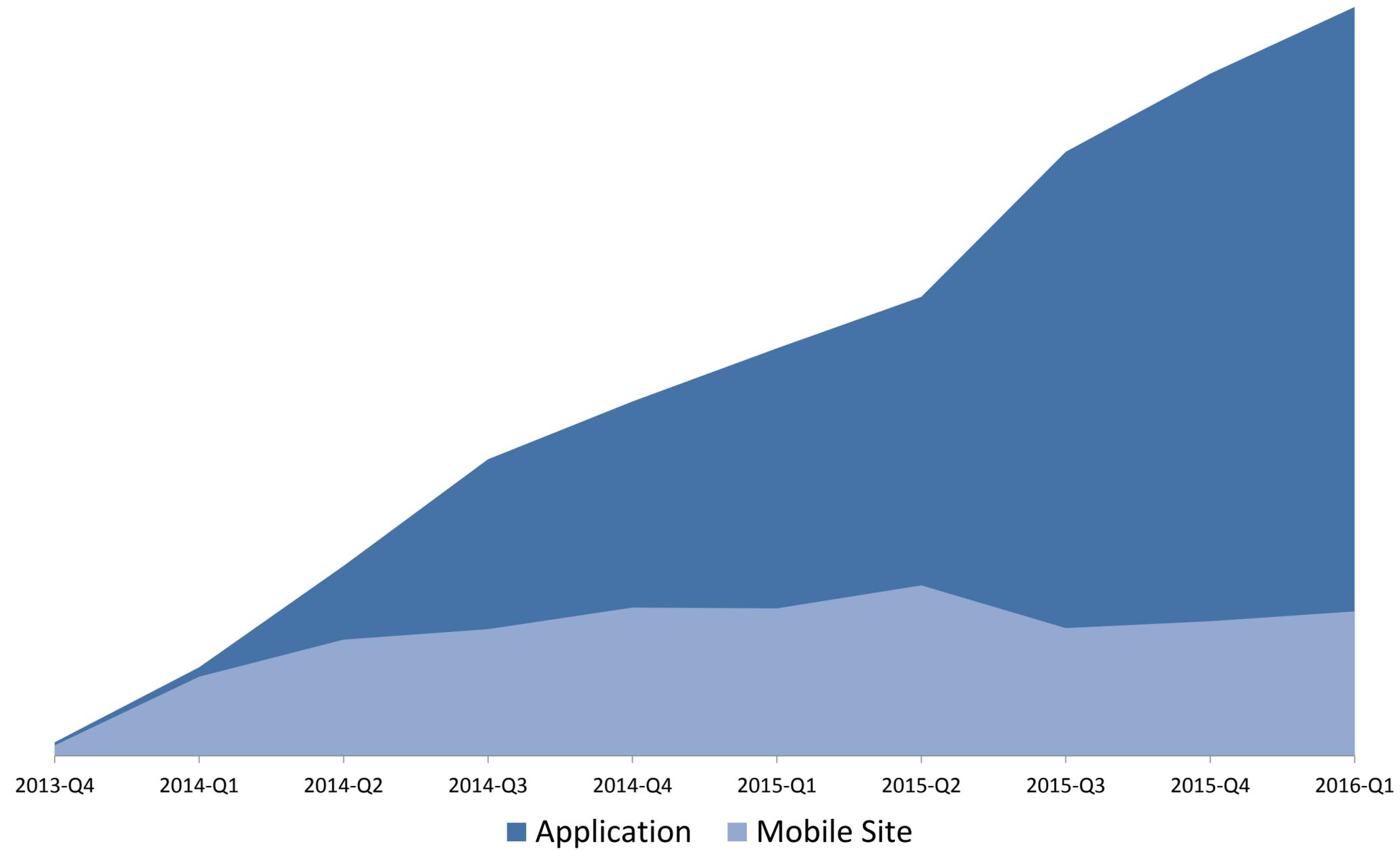
Запуск приложения  
на Android в России  
5 500 000+ установок  
ТОП-10 категории «Покупки»

Весна 2016

Запуск приложений  
для iWatch и Android  
Watches

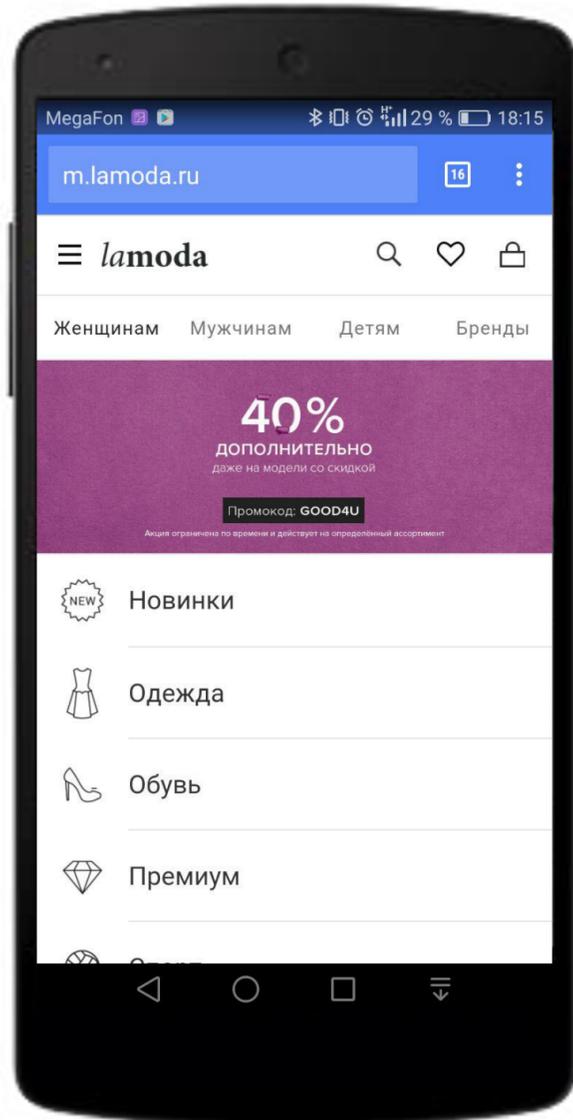
*lamoda*

# Зачем нам приложение?



# Mobile Site vs Application

## Conversion Rate



**Mobile Site**

**App**

Конверсия в приложении в несколько раз выше, чем в приложении.

## Share of First Orders

**App**

**Mobile Site**

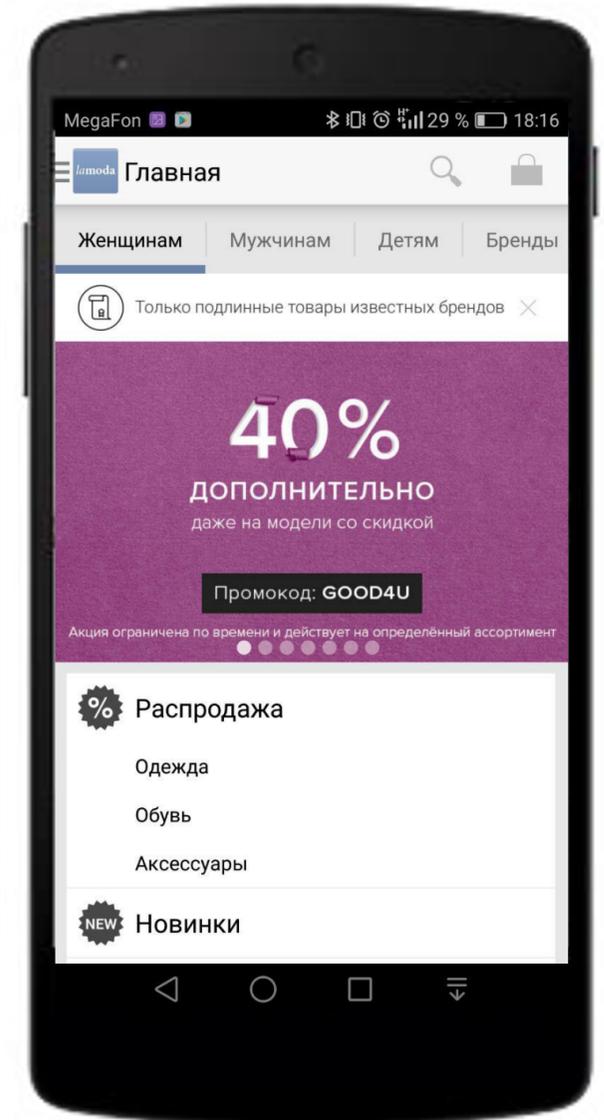
Однако, доля новых клиентов на моб.сайте выше в полтора раза.

## Средняя корзина

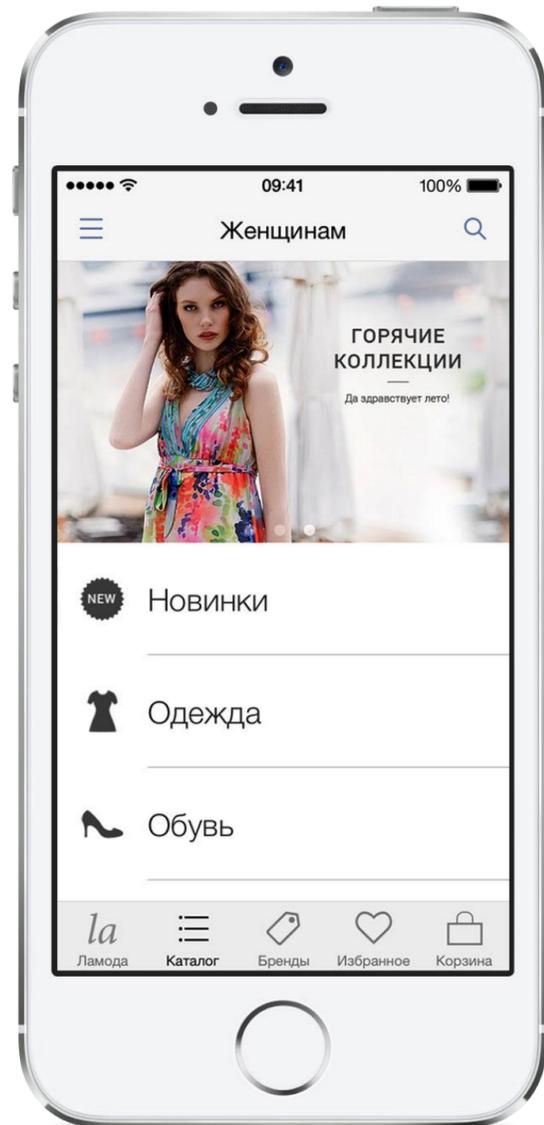
**Mobile Site**

**App**

Средняя корзина на сайте чуть ниже, чем в приложении.



# iOS vs Android



## Установки

iOS

Android

При примерно равном распределении бюджета только 35% установок приходится на iOS.

## Заказы

iOS

Android

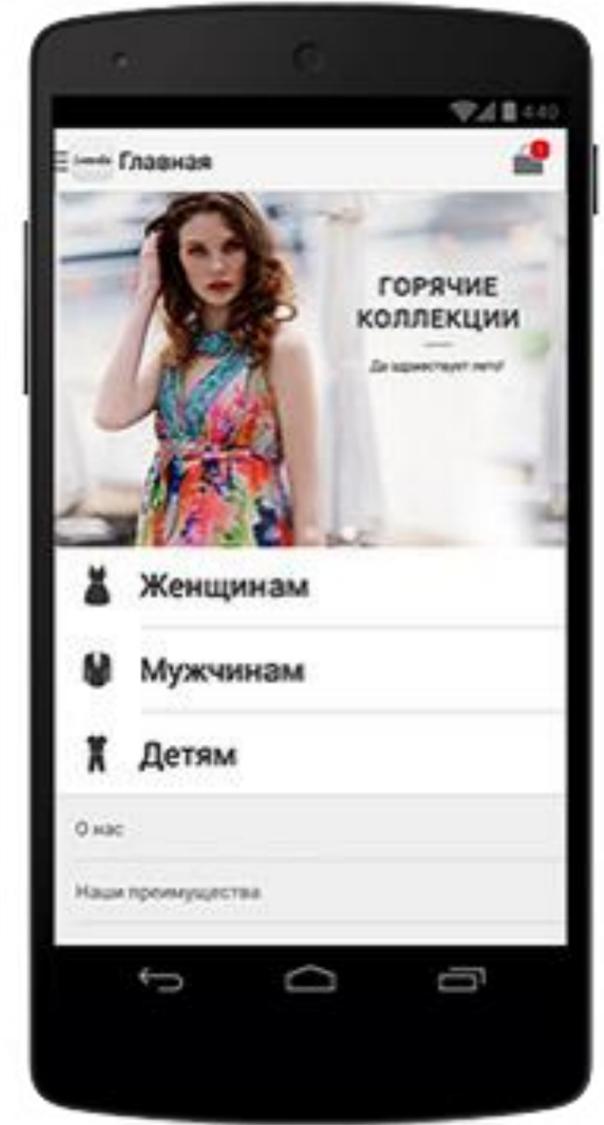
Ситуация с заказами противоположная – 64% из них приходится на iOS. Как следствие, CPO на Android выше почти в 2 раза

## Средняя корзина

iOS

Android

Средняя корзина в Android ниже на 32%.



# Тренд №1. Больше прозрачности и контроля

- Системы, позволяющие контролировать рекламные материалы, размещенные в сети
- Расширение возможностей уже существующих систем



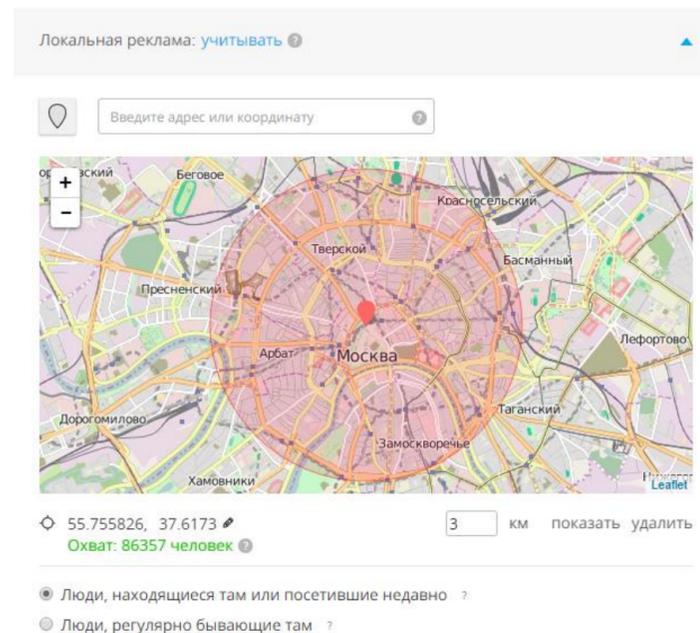
AdMobiSpy

publer

Uinstallio

# Тренд №2. Углубленная работа с аудиторией

- Использование CRM-данных и построение Look-a-Like на их основе
- Нестандартные аудитории и таргетинги (например, точная локация, погода и другие события)



- Выстраивание цепочек взаимодействия (например, TVSync и ретаргетинг на показы и клики)

# Как выбрать источник?



- возможность настройки частотности
- приоритетный первый показ
- гарантируемые объемы рекламы
- специальные возможности (например, TVSync)



- **стоимость**
- **отсутствие автоматизации**

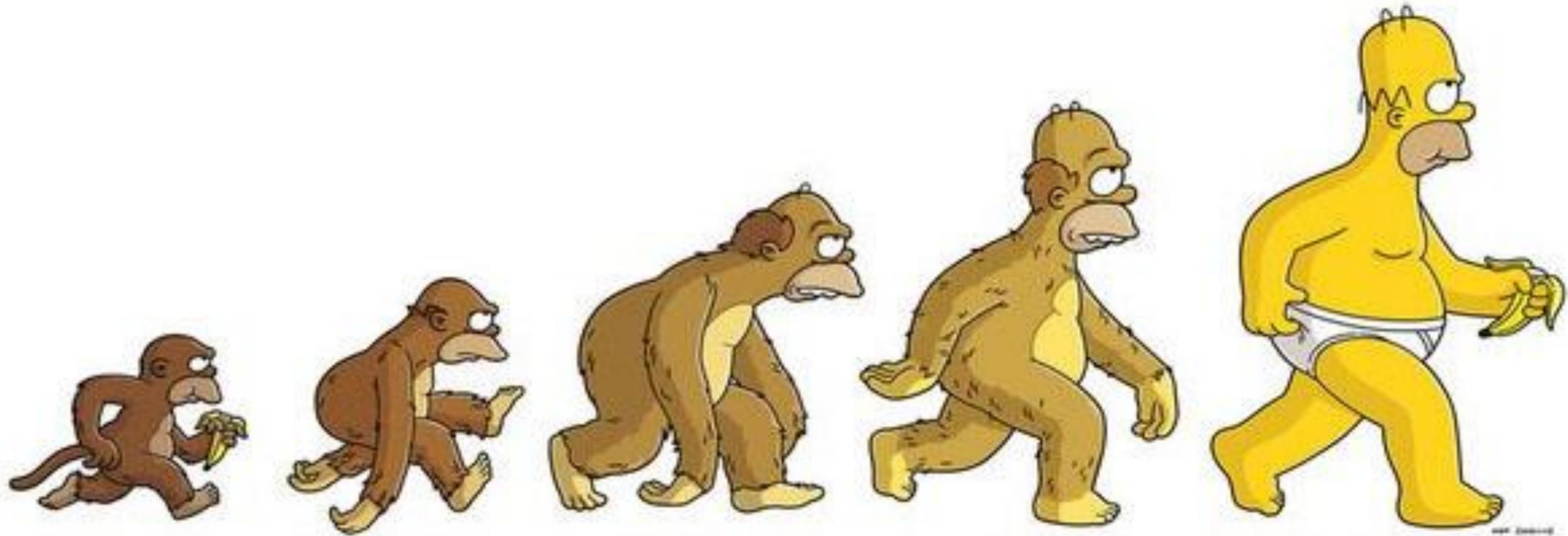


- гибкое управление ставкой
- множество систем автоматизации для упрощения работы менеджера
- возможность супергео, карусели и других "фишек"
- возможность работы по CPC



- **часто аукцион сильно перегрет**
- **нестабильные объемы из-за плавающей ставки**

# Тренд №3. Углубленная аналитика



- Аналитика и оптимизация по установкам и CPI

- Когортный анализ

- Аналитика по Uninstall-ам

- Кросс-девайс аналитика

**СПАСИБО!**

Vera Kozlova

Head of Display  
vera.kozlova@lamoda.ru