

CDP SCOUT

Привлечение посетителей в точки продаж
и оптимизация инвестиций в медиа



ДОМА



 Онлайн-видео

 Смарт ТВ

 Соцсети

 eCommerce

 Навигация

 Портал
Метро

 У входа
в магазин

В ДВИЖЕНИИ



В МАГАЗИНЕ



 Приложение
скидок

 Доступ к
WIFI

 SMS от
магазина

ПОСЛЕ ПОКУПКИ



 Мессенджеры

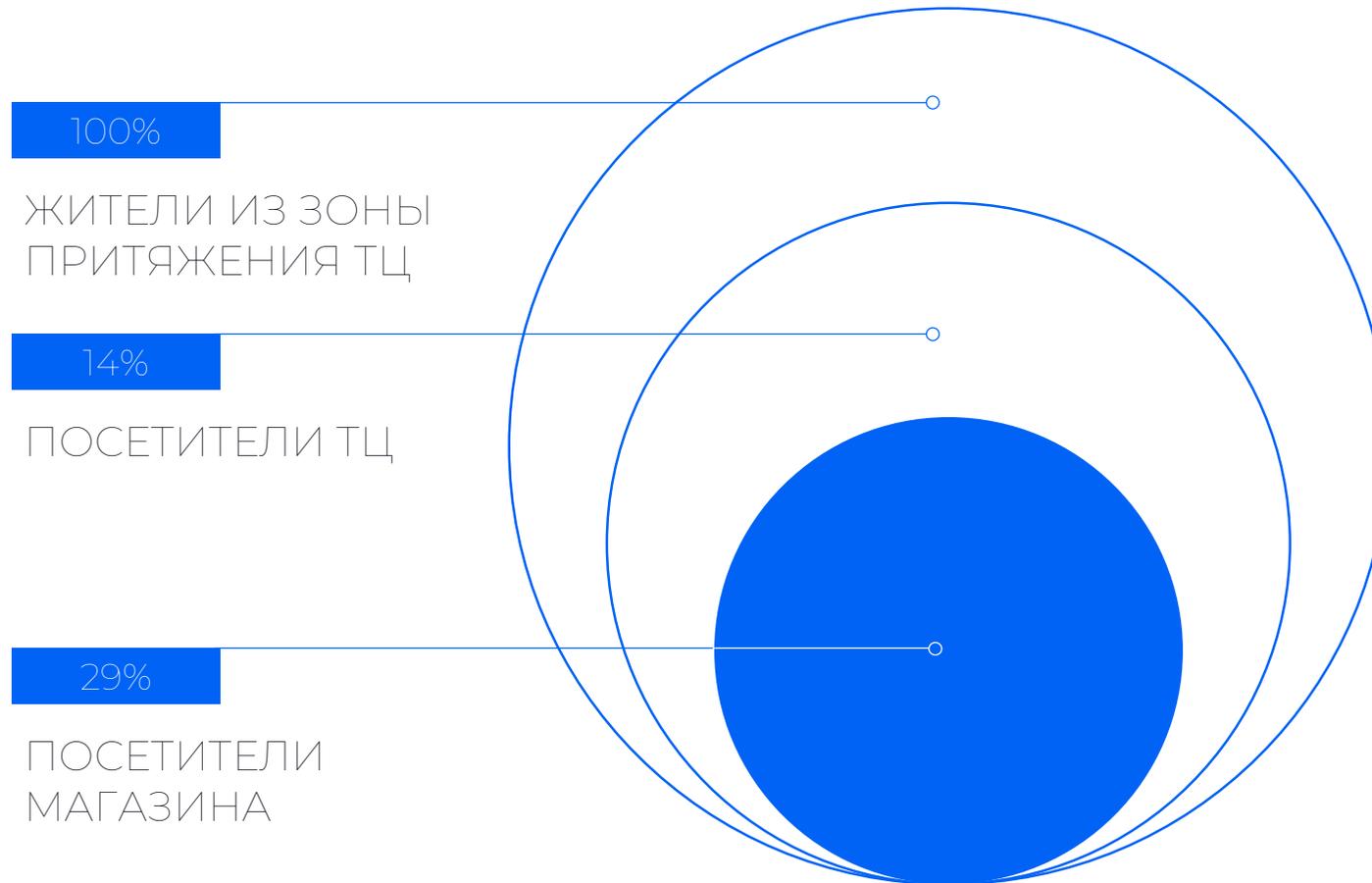
 Персональные
промо



Правильное сообщение
целевой аудитории
в подходящий момент

Зона притяжения и важность работы в ней

На примере ТЦ Метрополис



- 01** ТОЧЕЧНЫЙ ОХВАТ
Сформировать знание, что магазин находится рядом и увеличить % пришедших в магазин в ТЦ
- 02** ТРИГГЕРЫ К ДЕЙСТВИЮ
Своевременно донести выгоду до покупателя в момент посещения ТЦ, чтобы максимизировать посещение магазина целевой аудиторией
- 03** КОНВЕРТАЦИЯ ТРАФИКА
Оценить поведение пользователя в магазине и максимизировать конверсию в покупку при помощи цифровых сервисов

Решения CDP Scout

06.

Интеграции с CRM и другими ИС для обогащения и сквозной аналитики

05.

Анализ эффективности всех факторов размещения рекламы, подготовка предсказательных моделей роста трафика в ТТ

04.

Использование всех целевых каналов для привлечения трафика из зоны притяжения ТТ

01.

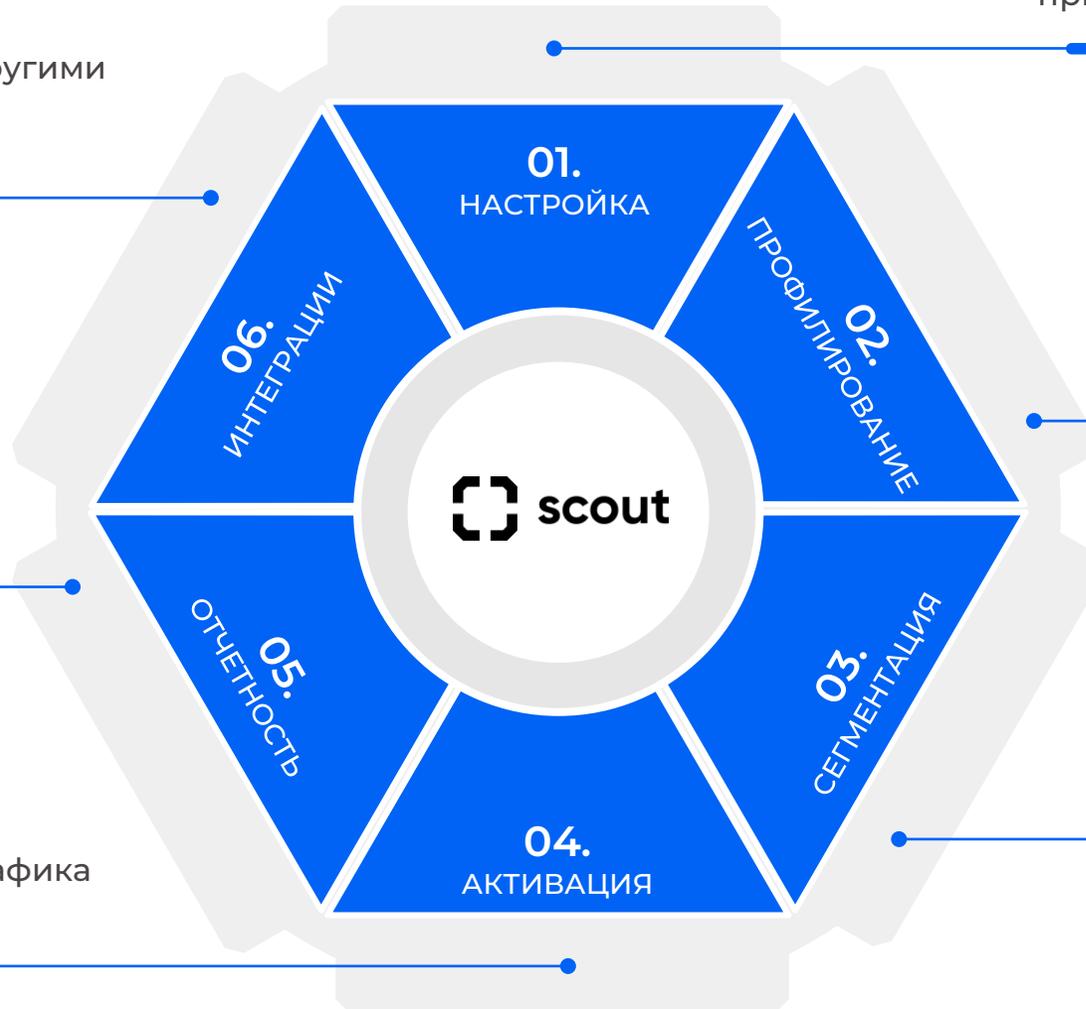
Установка оборудования, кодов и подготовка сбалансированного плана привлечения посетителей в ТТ

02.

Аналитика по точкам продаж, миссиям и потребительским паттернам для поиска источников роста трафика в ТТ

03.

Определение перспективных посетителей для ре-активации, ML-модели склонных и похожих для привлечения новых посетителей





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!