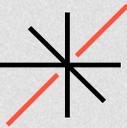


Измерения
требуют наши сердца



**United
Partners**



FAQ

От рекламодателей
2022-2023

Сколько денег потратили
конкуренты

Почему digital измеряется
некорректно

Как заменить **потерю** охватных
YouTube и тех кого нельзя
называть

Как найти правильно собранный
таргетинг, чтобы взаимодействовать
со своей аудиторией

Чем отличаются программтики, какой
лучше и дешевле на самом деле

Как определять и отличать
человека от cookies

Что с **атрибуцией**

Как использовать нейросети

Сколько я продам в
штуках/деньгах за счет рекламной кампании



United Partners

Ecommerce

Максимально быстрые и результативные цифровые решения

Кейсы

Черная пятница на Ozon

Площадка: Ozon
 Формат: Item Top & Трафареты
 Бюджет: 500 000 с НДС
 Период: 22.11.2022 - 28.11.2022
 Категория брендов: Pharma
 Тип кейса: Эффективность

Item Top на лендинге ЧП

Общие продажи

x4
Охват
5 млн

Трафареты

Продажи по формату
x3

- Рост продаж
- Развитие Ecommerce канала
- Разрешение на использование маркируемых форматов
- X3 бюджет

Бюджет: > 100 млн руб

Период: с Q4 2022

Категория брендов: Pharma

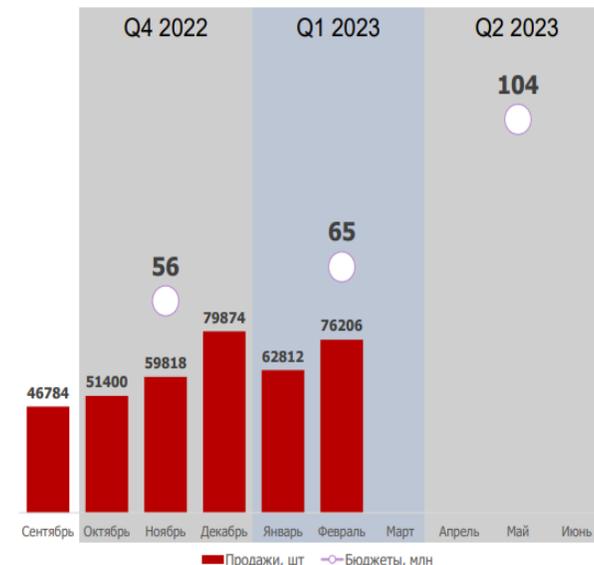
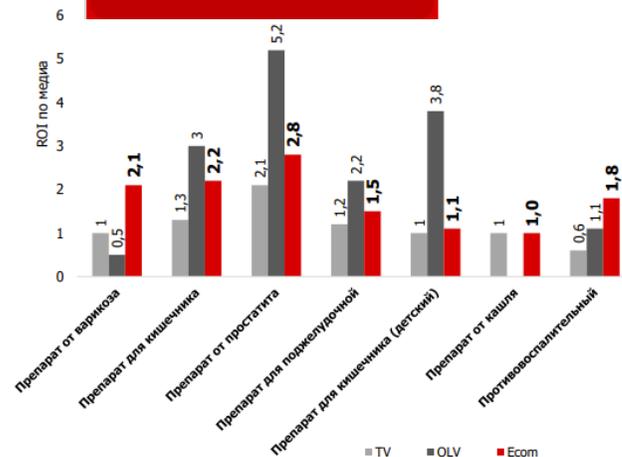
Тип кейса: Эффективность

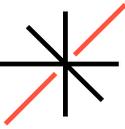
Еcommerce как рекламный канал

Высокий ROI

При продвижении в Ecommerce мы в целом видим **крутой ROI**, местами превышающий ТВ и OLV

Источник: данные крупного фармклиента М1





Долго и дорого

Больше денег и времени требуется
для поиска работающих
инструментов

Замедление

Роста инвестиций в
охватные площадки

