

CITYADS

UP.

КАК МЕНЯЕТСЯ РЫНОК
CPA НА ПРИМЕРЕ
БАНКОВ И МФО

СОБСТВЕННАЯ
АНАЛИТИКА CITYADS

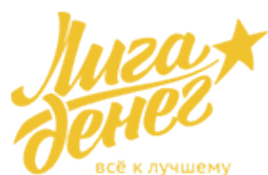
— Грибунина Дарья
Ведущий аккаунт-менеджер финансовой
вертикали CityAds Media

КТО МЫ?

01 / 12

CityAds Media — международная рекламная CPA платформа.
На российском рынке мы работаем с 2010 года. Сектор «финансы» — наше ключевое направление.

Наши рекламодатели:



БАНКИ НА СРА РЫНКЕ В 2016 ГОДУ

02/12

С какими продуктами обычно работает СРА

- Кредиты наличными
- Кредитные карты
- Дебетовые карты

Какие новые продукты активно пробовали продвигать в СРА

- Кредиты под залог недвижимости / авто
- Кредиты на большие суммы
- РКО
- Инвестиции/Вклады
- Ипотека



МФО НА СРА-РЫНКЕ В 2016 ГОДУ

03/12

С какими продуктами обычно работает СРА

- Микрозаймы 1'000—30'000 RUB
- Микрозаймы более 30'000 RUB

Какие новые продукты активно пробовали продвигать в СРА

- Займы под залог недвижимости / авто
- Займы на большие суммы
- Услуги (Антиколлекшн / Улучшение кредитной истории / Предоставление кредитного рейтинга)



ВОРОНКА ПО ТИПУ ЦЕЛЕВОГО ДЕЙСТВИЯ

04/12

МФО

01 Заявка

02 Заявка, проверенная колл-центром /
прошедшая скоринг

03 Выданный займ

БАНК

01 Заявка

02 Заявка, проверенная колл-центром /
прошедшая скоринг

03 Предварительно одобренный
кредит / карта

04 Одобренный кредит / карта

05 Выданный кредит / доставленная карта



ЧТО ОБЩЕГО В ПОВЕДЕНИИ БАНКОВ И МФО В 2016 ГОДУ?

- Попытка привлечь заемщиков на большие суммы и заручиться гарантией для займа и кредита
- Попытка продвигать сопутствующие сервисы
- Попытка привлечь юр лица под РКО и другие B2B продукты
- В приоритете целевое действие выданный займ / кредит / карта
- Увеличение доли МФО с выдачей в он-лайне

ВИДЫ И ИСТОЧНИКИ ТРАФИКА

06/12

- Реферальный (WEB)
- Мобайл
- Брокерский / АПИ

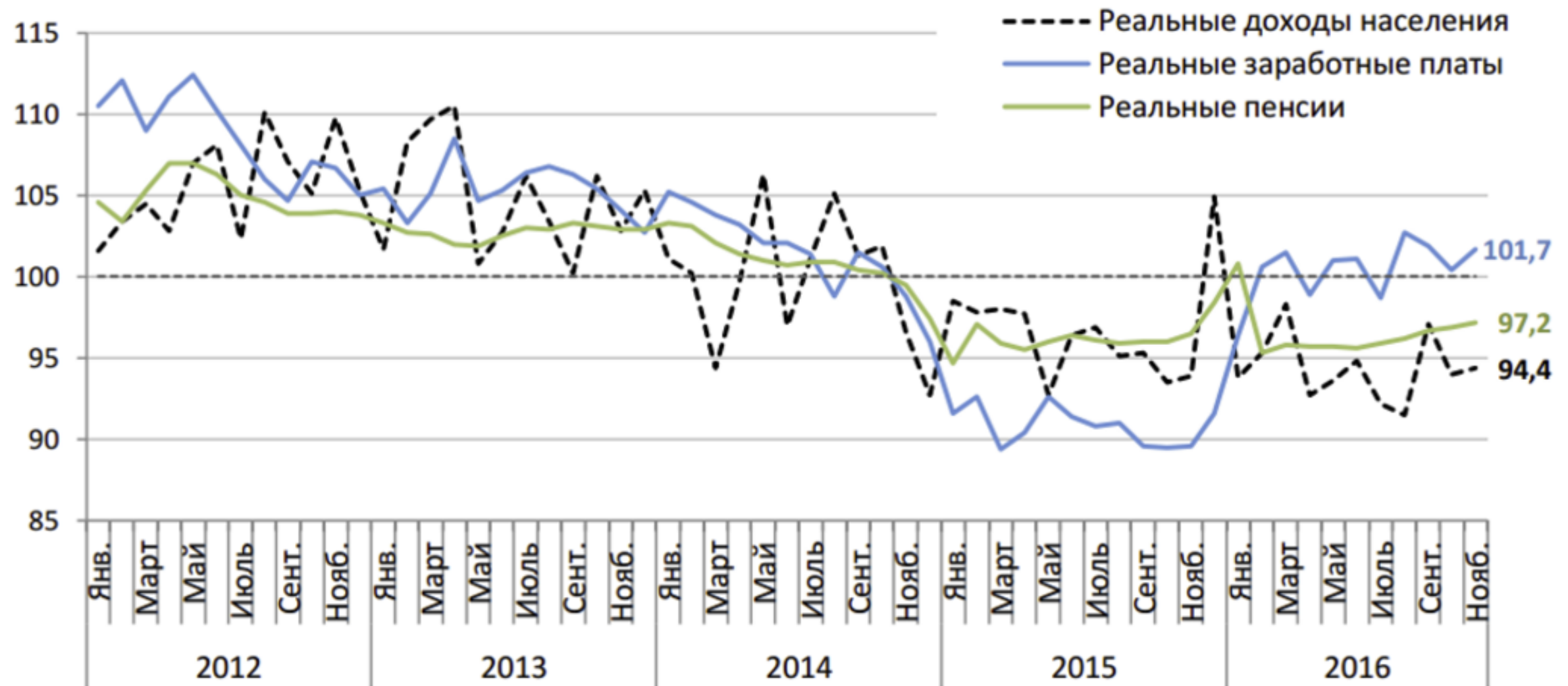
Через какие инструменты обычно привлекаются лиды

- Собственные площадки веб-мастеров / лендинги
- Контекст / арбитраж
- E-mail рассылки
- Отказной трафик от МФО
- Социальные сети
- SMS-рассылки



Помесячная динамика реальных доходов населения, заработных плат и пенсий в 2012—2016 годах, в % к соответствующему месяцу предшествующего года.

— ИСТОЧНИК: ОПЕРАТИВНЫЕ ДАННЫЕ РОССТАТА.

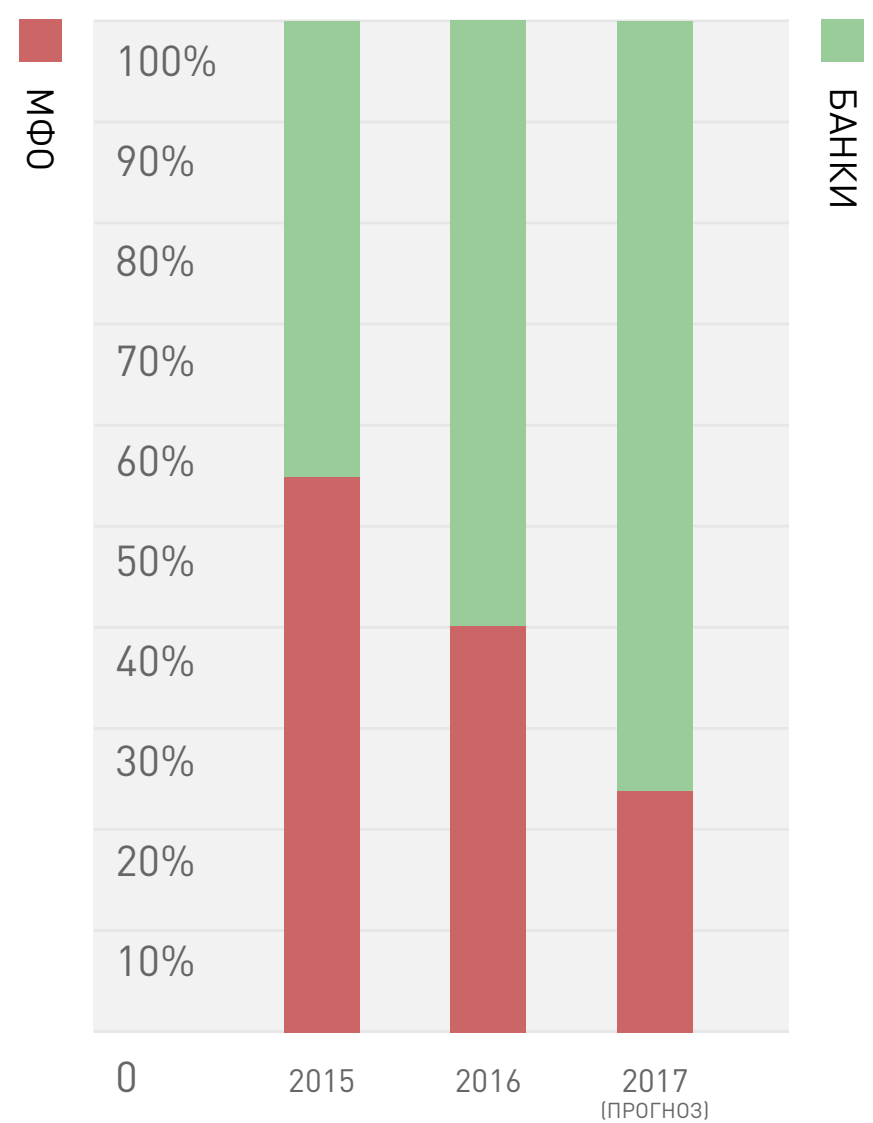


— ИСТОЧНИК:

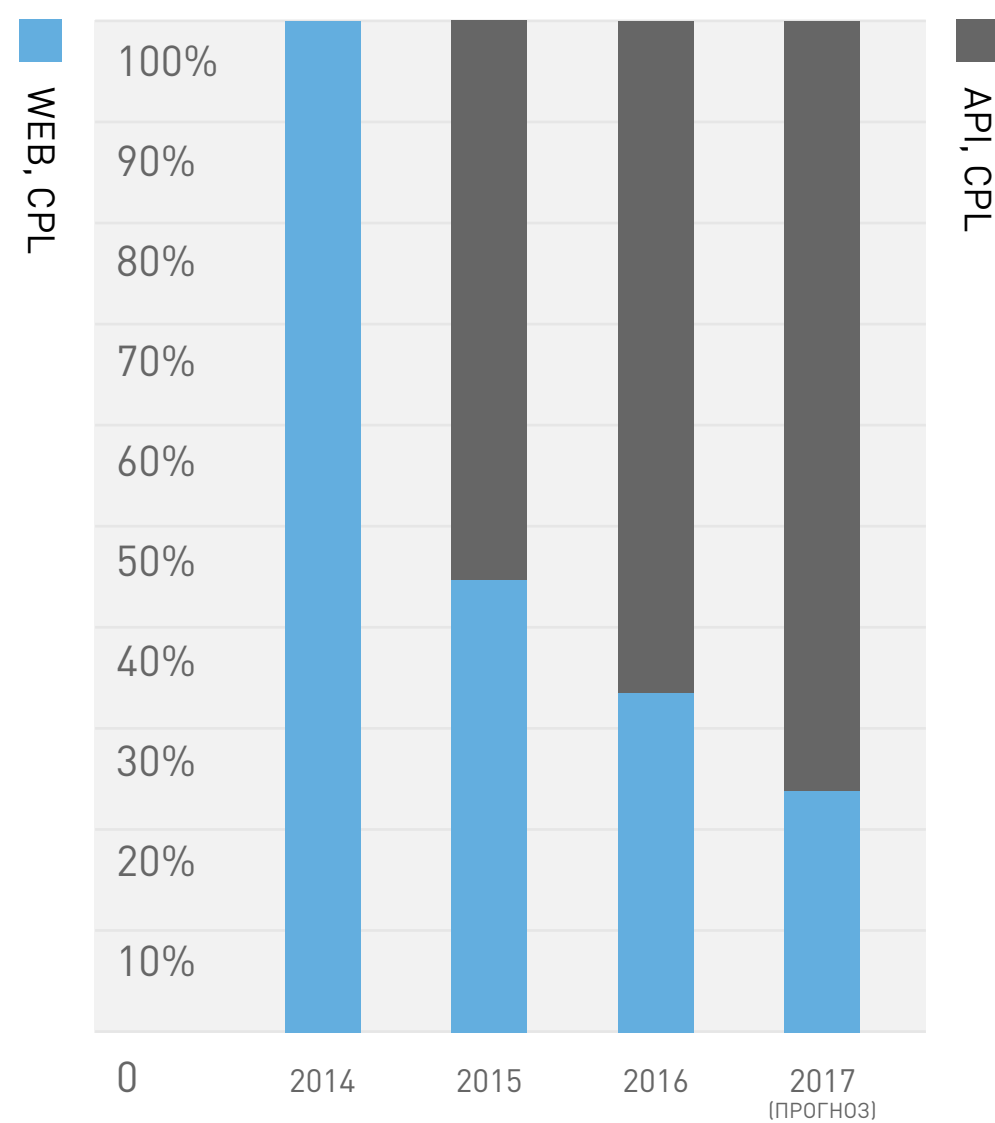
НИУ ВШЭ «НАСЕЛЕНИЕ РОССИИ В 2016 ГОДУ: ДОХОДЫ, РАСХОДЫ И СОЦИАЛЬНОЕ САМОЧУВСТВИЕ. МОНИТОРИНГ НИУ ВШЭ». М., 2017 г.

ДИНАМИКА

Динамика трафика по финансовым офферам с 2015—2017 (прогноз)



Динамика реферального и API трафика 2014—2017 (прогноз)

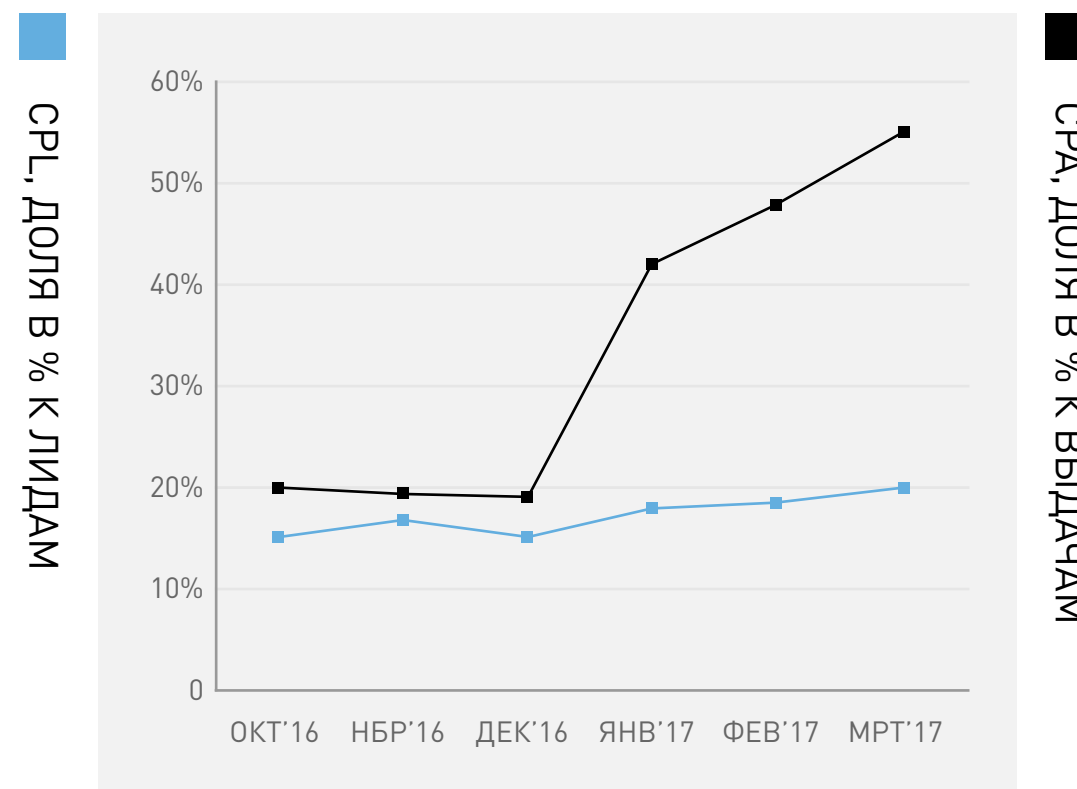


КЕЙС 1: «НЕ ЕСРС ЕДИНЫМ»

09/12

Как ослабление рисков банка повлияло на рост оффера.

Период	CPL (доля в % к лидам)	CPA (доля в % к выдачам)	CR	eCPC
МРТ '17	20%	34%	8%	2.41 RUB
ФЕВ '17	18%	29%	7%	2.41 RUB
ЯНВ '17	16%	27%	9%	2.41 RUB
ДЕК '16	15%	2%	0%	0.11 RUB
НБР '16	16%	3%	1%	0.22 RUB
ОКТ '16	15%	5%	1%	0.40 RUB

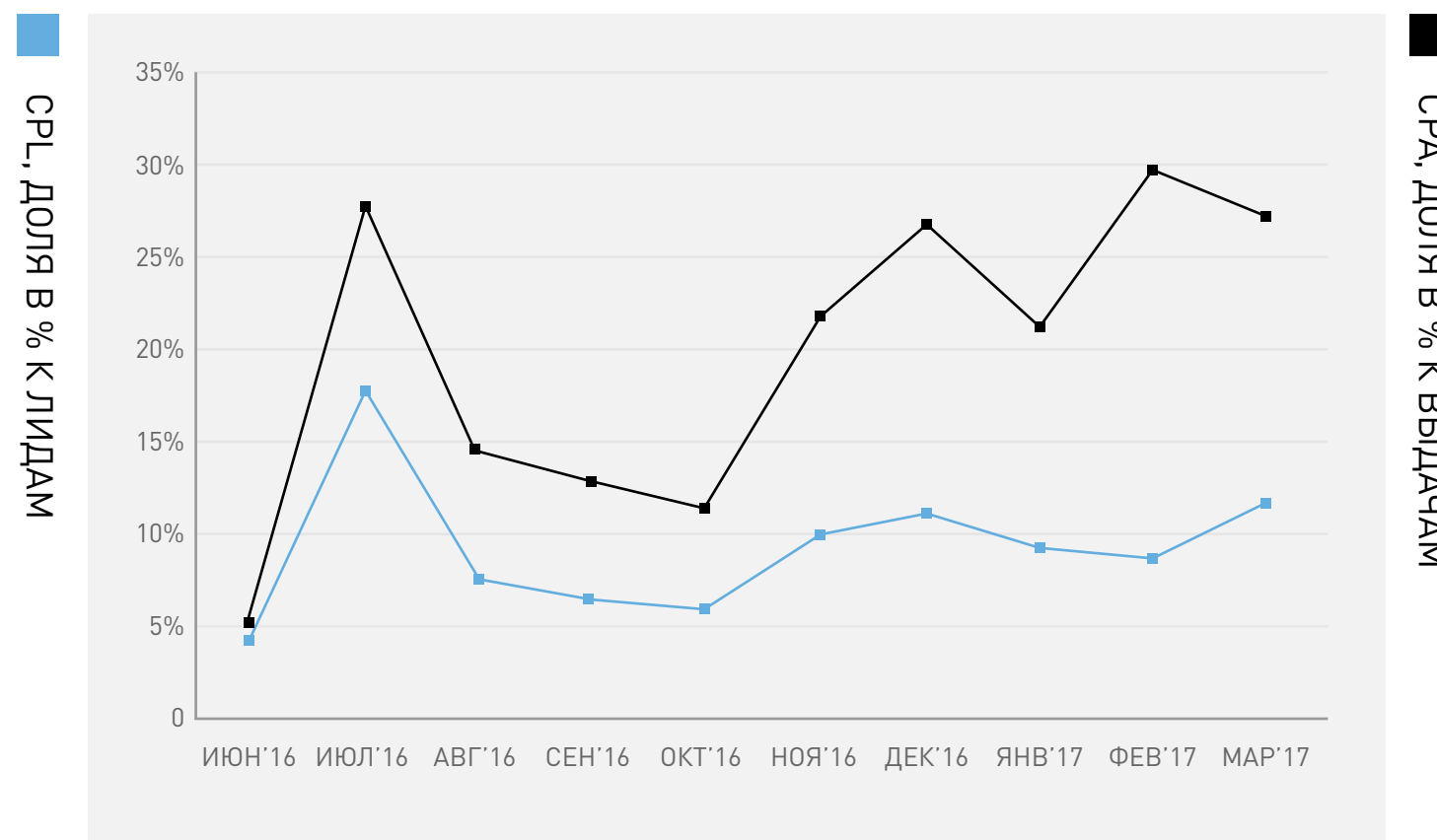


— ЦЕЛЕВОЕ ДЕЙСТВИЕ:
ВЫДАННАЯ КРЕДИТНАЯ КАРТА

КЕЙС 2 — ДЛИННЕЕ, НЕ ЗНАЧИТ ЛУЧШЕ

ИЮН'16 — СЕН'16 года работа по длинной анкете (80 полей, 9 шагов)
ОКТ'16 — МРТ '17 года анкета **стала короче в 2 раза** (37 полей, 5 шагов)

Период	CR	eCPC
МРТ '17	17.96%	18.16 RUB
ФЕВ '17	31.35%	22.97 RUB
ЯНВ '17	16.67%	6.50 RUB
ДЕК '16	18.38%	1.36 RUB
НБР '16	15.12%	3.65 RUB
ОКТ '16	13.21%	3.65 RUB
СЕН '16	7.29%	4.40 RUB
АВГ '16	1.16%	0.68 RUB
ИЮЛ '16	7.51%	4.75 RUB
ИЮН '16	4.37%	2.07 RUB



— ЦЕЛЕВОЕ ДЕЙСТВИЕ:
ОДОБРЕННАЯ ЗАЯВКА НА КРЕДИТНУЮ КАРТУ

- Оптимальными продуктами для CPA рынка являются карты и кредиты наличными
- Продукты, ориентированные на B2B сектор, не подходят для этого канала
- Комплексный подход к оценке эффективности и гибкая рискованная политика позволяют качественно повысить результативность оффера
- При запуске новых офферов рекомендуем заранее подготовить ресурсы под работу с API-трафиком

БЛАГОДАРИМ ЗА ВНИМАНИЕ
И НАДЕЕМСЯ НА ПЛОДОТВОРНОЕ
СОТРУДНИЧЕСТВО

Дарья Грибунина

Ведущий аккаунт-менеджер финансовой
вертикали CityAds Media

E-mail: d.gribunina@cityads.team

www.cityads.com