

DATA DRIVEN MARKETING CONF

# МАРКЕТИНГ В ЭПОХУ ПОСТКОРОНЫ

---

E-Promo  
Tagline Summer Awards 2020

Во втором квартале 2020

# ДИДЖИТАЛ, КАК И ВСЕ СФЕРЫ БИЗНЕСА, ОЩУТИЛ НА СЕБЕ **ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ**

---

Адаптация к новым реалиям, оптимизация и запуск инновационных решений стали единственным возможным сценарием для выживания.

Однако многие рекламодатели не понимали, с чего начать и как грамотно восстановить маркетинговые активности, чтобы быстро вернуться к докризисным показателям.

Нам, как участникам рынка,

# **БЫЛО ВАЖНО НЕ ОСТАВАТЬСЯ В СТОРОНЕ И ПОМОЧЬ КЛИЕНТАМ И ПАРТНЕРАМ СОРИЕНТИРОВАТЬСЯ**

---

И в то же время, «поймать волну пандемии» и вырасти за счет получения новых клиентов и роста узнаваемости агентства.

Предоставить уникальную аналитику изменений отрасли, показать работающие сценарии по адаптации бизнеса, дать экспертные прогнозы от индустриальных лидеров, сделать обзор рынка на 360° — задача, которую мы себе поставили.

Поэтому мы решили провести

# ОНЛАЙН-КОНФЕРЕНЦИЮ DDM CONF: «МАРКЕТИНГ В ЭПОХУ ПОСТКОРОНЫ»

В рамках встречи маркетинговые лидеры обсудили влияние трехмесячного режима самоизоляции в России на поведение и покупательскую способность потребителей, маркетинговые стратегии и активность рекламодателей в диджитале.



## Цель

Увеличение узнаваемости агентства через сформированное УТП data driven marketing agency



## KPI

Охват и рост числа входящих обращений



## Дополнительно

По результатам исследования была выпущена книга и проведена PR-кампания по поддержке мероприятия

К началу пандемии

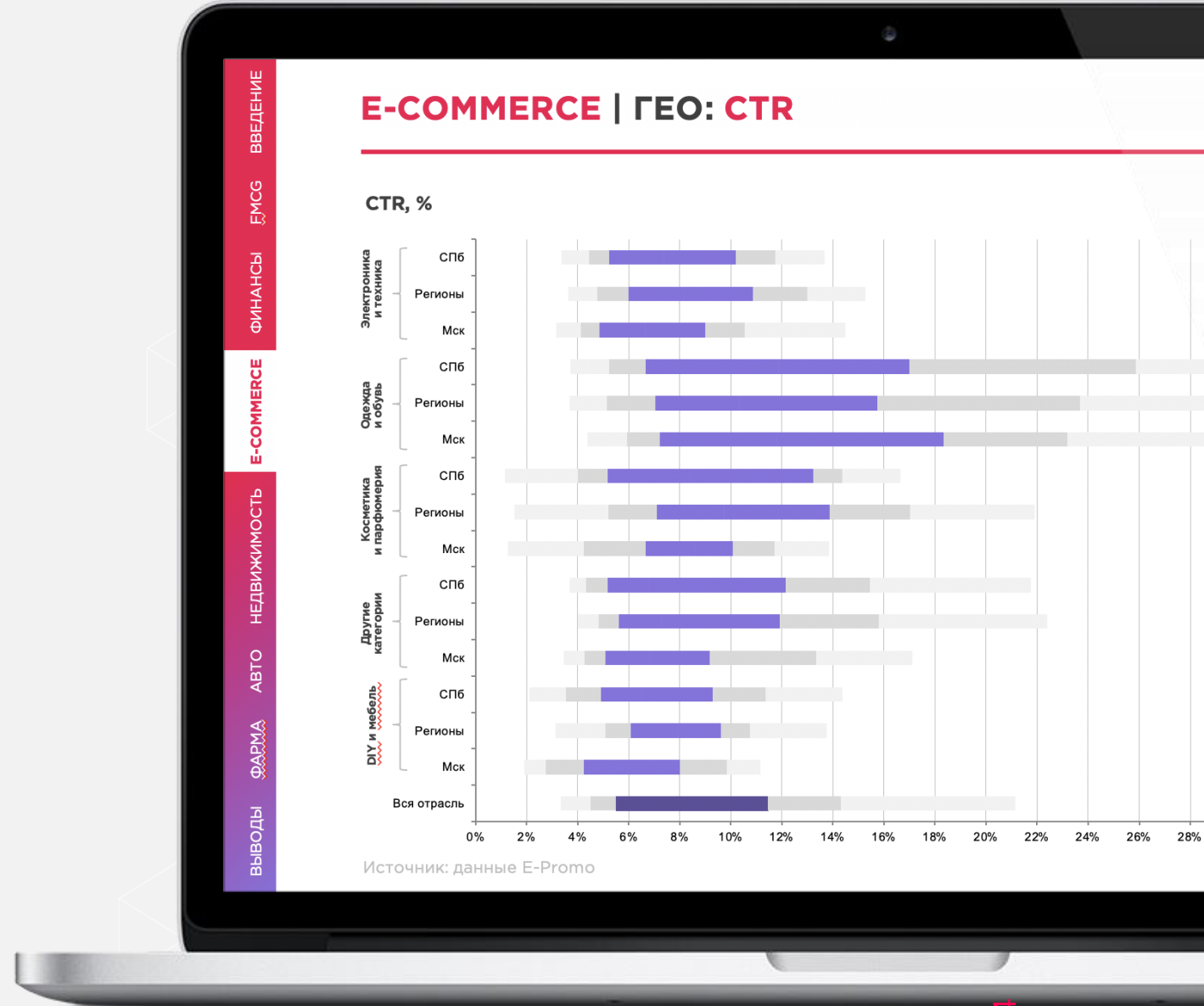
# Е-ПРОМО ПРОВЕЛО ИССЛЕДОВАНИЕ PAID SEARCH DATA DRIVEN APPROACH

Обсуждение результатов этого исследования стало лейтмотивом онлайн-конференции

**70 000**  
кампаний  
в анализе

**1 500+**  
скачиваний  
исследования

**50+**  
скачиваний  
агентствами



«Маркетинг в эпоху посткороны»

---

# ЦЕННОСТЬ МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ РЫНКА И АУДИТОРИИ



## #1. Аналитика со всех сторон

# МНЕНИЕ АГЕНТСТВ, ПЛОЩАДОК, АССОЦИАЦИЙ, РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ, ИЗМЕРИТЕЛЕЙ ТЕХНОЛОГИИ

Мы организовали 6 дискуссионных панелей с экспертами. Вводный блок включал в себя обзор диджитала с общим срезом ситуации на рынке и 5 отраслевых блоков по ключевым индустриям:

- ритейл
- финансы и страхование
- недвижимость
- фарма
- авто

#2. По 5-ти ключевым индустриям

# ЧИСЛЕННАЯ АНАЛИТИКА ИЗМЕНЕНИЯ СПРОСА И ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Каждый блок представлял из себя 45-минутную дискуссию и доклад с **уникальной численной аналитикой** по последствиям COVID-19 для отрасли на основе собственных данных агентства и данных компаний-экспертов

Яндекс

СБЕР  
МАРКЕТИНГ

auto.ru

Calltouch

сравни.ru

GROUP  
DSM





AliExpress

DANONE

ESTÉE LAUDER



СВЯЗНОЙ

MGC.com



МодульБанк

accenture



CIAN.RU

SOK

ГЛАВСТРОЙ

РОЛЬФ



RENAULT



isobarmoscow



Яндекс Здоровье

Primax



#3. Дискуссия с ключевыми игроками каждой индустрии

# ОБСУЖДЕНИЕ ОПТИМАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ ПОВЕДЕНИЯ, АНАЛИТИКИ, РЕКЛАМНЫХ ПОДХОДОВ

ТОП-30

рекламодателей в числе спикеров

35

экспертов

6

секций

Мы задействовали в обсуждениях площадки и исследовательские компании, ритейлеров и производителей, маркетплейсы, агрегаторы, системы автоматизации и коллтрекинга, сети автосервисов и дилеров.

## #4. Прогнозы развития индустрий

# ОБСУЖДЕНИЕ ТРЕНДОВ В ОТРАСЛЯХ, В МАРКЕТИНГЕ И РЕКЛАМЕ

Раскрыть отрасли максимально полно и объективно мы смогли, организовав участие в каждой секции до 7 специалистов, представляющих направление маркетинга на стороне каждого участника рынка: рекламодателя-лидера отрасли, adTech компании или агрегатора и агентства.

Две крупнейшие отраслевые ассоциации поддержали конференцию и выступили со своими прогнозами:





«Маркетинг в эпоху посткороны»

---

# ПОДГОТОВКА ОНЛАЙН-КОНФЕРЕНЦИИ

Подготовка мероприятия

# PR-КАМПАНИЯ С ОХВАТОМ 117 ТЫСЯЧ ПРОСМОТРОВ

100+

крупнейших  
профильных  
и индустриальных  
СМИ и телеграм-  
каналов

90+

персональных  
креативов  
для спикеров

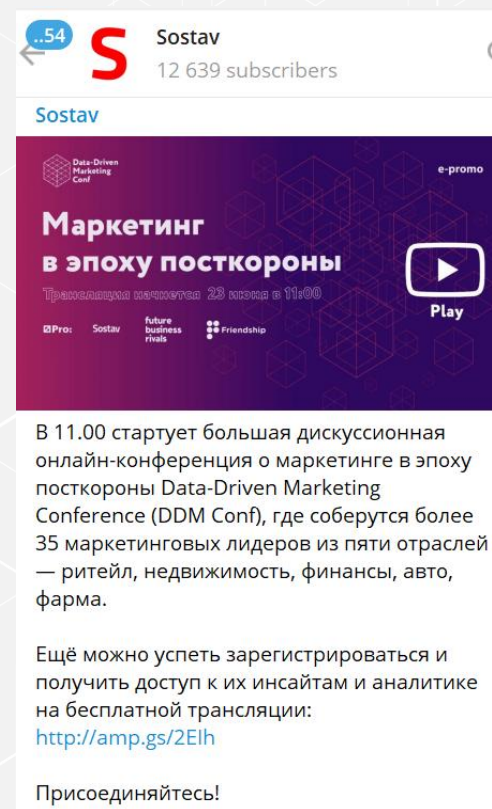
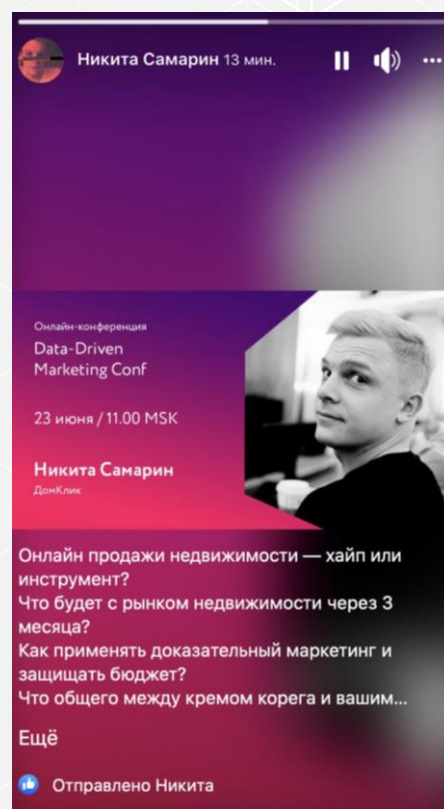
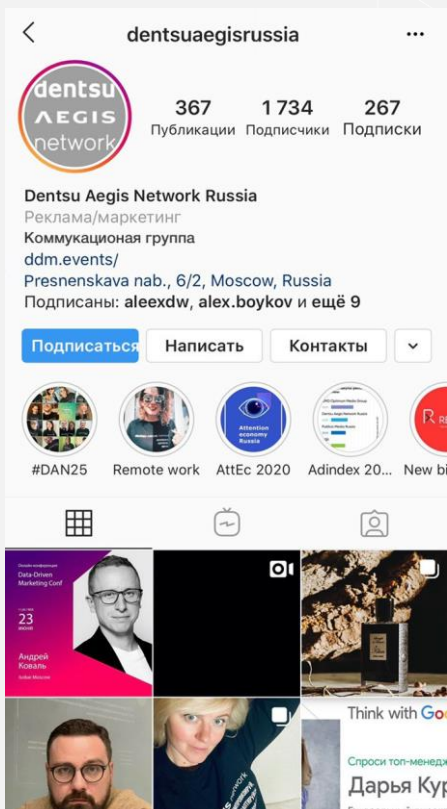
30+

видов  
креативов  
для кампаний  
в соцсетях

45+

размещенных  
постов  
в сторис

Для того, чтобы рассказать о мероприятии максимальному числу пользователей мы задействовали несколько тактик: релизы и статьи в крупных интернет-СМИ, таргетированную рекламу, посеы в телеграм-каналах, промо-поддержку конференции за счет докладчиков: каждый спикер получил индивидуальные наборы креативов для постов и сторис.



# ПОДГОТОВКА В ЦИФРАХ

115

человек  
участвовало  
в организации  
ивента

20

дней на  
подготовку

40

Предварительных  
интервью  
со спикерами

6

часов  
онлай-  
трансляции

3

площадки  
для показа



«Маркетинг в эпоху посткороны»

---

# ОТЗЫВЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Результаты






# КОНФЕРЕНЦИЯ СОБРАЛА БОЛЕЕ 5 000 ТЫСЯЧ ПРОСМОТРОВ

И стала самым популярным мероприятием в области маркетинга среди всех ивентов 2-го квартала





 [Смотреть на Youtube](#)

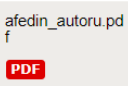
## Результаты

# МЫ ПОЛУЧИЛИ МНОЖЕСТВО ОТКЛИКОВ И ПОЛОЖИТЕЛЬНЫХ ОТЗЫВОВ О МЕРОПРИЯТИИ

 **Кубышкин Дмитрий Александрович**   
Вам и ещё 2:  Антон Черноталов Сс:  я (v.saveleva@e-promo.ru)  Галина Заржецкая ^

Коллеги, привет!  
Благодарю за приглашение! Зовите, будем рады выступить еще.

 **Алексей Федин**   
Вам и ещё 2:  я (v.saveleva@e-promo.ru)  Анто

 afedin\_atoru.pdf  
PDF

Валерия, добрый день  
Вам и всей команде спасибо большое!

People Who Shared This


 **Leonid Goldfarb**  
1 min ·   
С утра пораньше с Е-Промо на DDM 🤘  
Show Attachment


 Like  Comment  Share


 Write a comment...    

Some posts may not appear here because of their privacy settings.

Дмитрий Лещёв рынку нужны профессионалы с перфоманс мышлением

 Very Special хорошая конференция, давно ничего интересного не было

 Kirill Astashkin Владимир, классное overview ретейла. Зашло

 Екатерина Сергеева Молодцы, отличная секция 👍



По материалам конференции  
и исследования

# МЫ ВЫПУСТИЛИ КНИГУ С ОХВАТОМ 300+ ТОП-МЕНЕДЖЕРОВ РЕКЛАМНОГО РЫНКА

Книга стала частью крупнейшего ежегодного мероприятия IZMENI SOZNIANIE 2020 в Стамбуле

**Антон Черноталов**  
3 сентября в 22:05 · 🌐

Выпустили второй выпуск книги из серии Data Driven Approach, посвященную поисковой рекламе в 2020 году.

В два раза больше первого издания, в два раза интереснее и актуальней. В книге доступны итоги исследования по шести индустриям, которое мы проводили в начале этого года и опубликованы материалы одноименной конференции DDM Conf: Маркетинг в эпоху посткороны.

Ссылку на заказ выложим в ближайшее время.



**E-PROMO**  
3 сентября в 11:41 · 🌐

Мы снова это сделали! 🙌  
Первый тираж нашей новой книги PAID SEARCH DATA DRIVEN APPROACH сошел с конвейера.

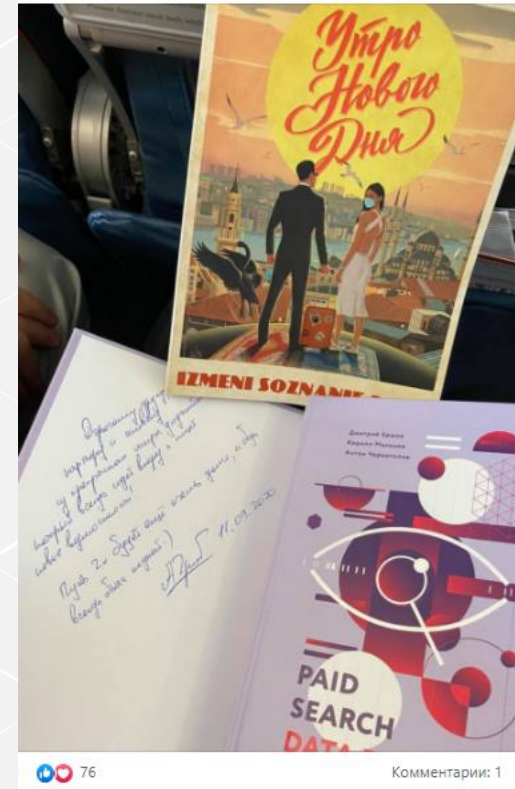
Для тех, кто предпочитает ощущать в руках твердость ... Ещё

👍❤️ 66      Комментарии: 4

👍 Нравится    💬 Комментировать    ➦ Поделиться    👤

**Alex Evseev** 🌐 направляется в Стамбул с Антоном Черноталовым.  
11 сентября в 09:19 · 🌐

Первый подписанный экземпляр, лечу с автором, могу познакомить 😊



Результаты

# ОНЛАЙН-МЕРОПРИЯТИЕ УВЕЛИЧИЛО ЧИСЛО КЛИЕНТОВ АГЕНТСТВА ПО НАПРАВЛЕНИЯМ ПЕРФОРМАНС- МАРКЕТИНГА И ИССЛЕДОВАНИЙ

---

+159%

входящих  
обращений MoM  
до и после  
конференции

6

подписанных  
контрактов  
с международными  
брендами

3

подписанных соглашения  
о партнерстве в развитии  
индустриальных  
исследований