

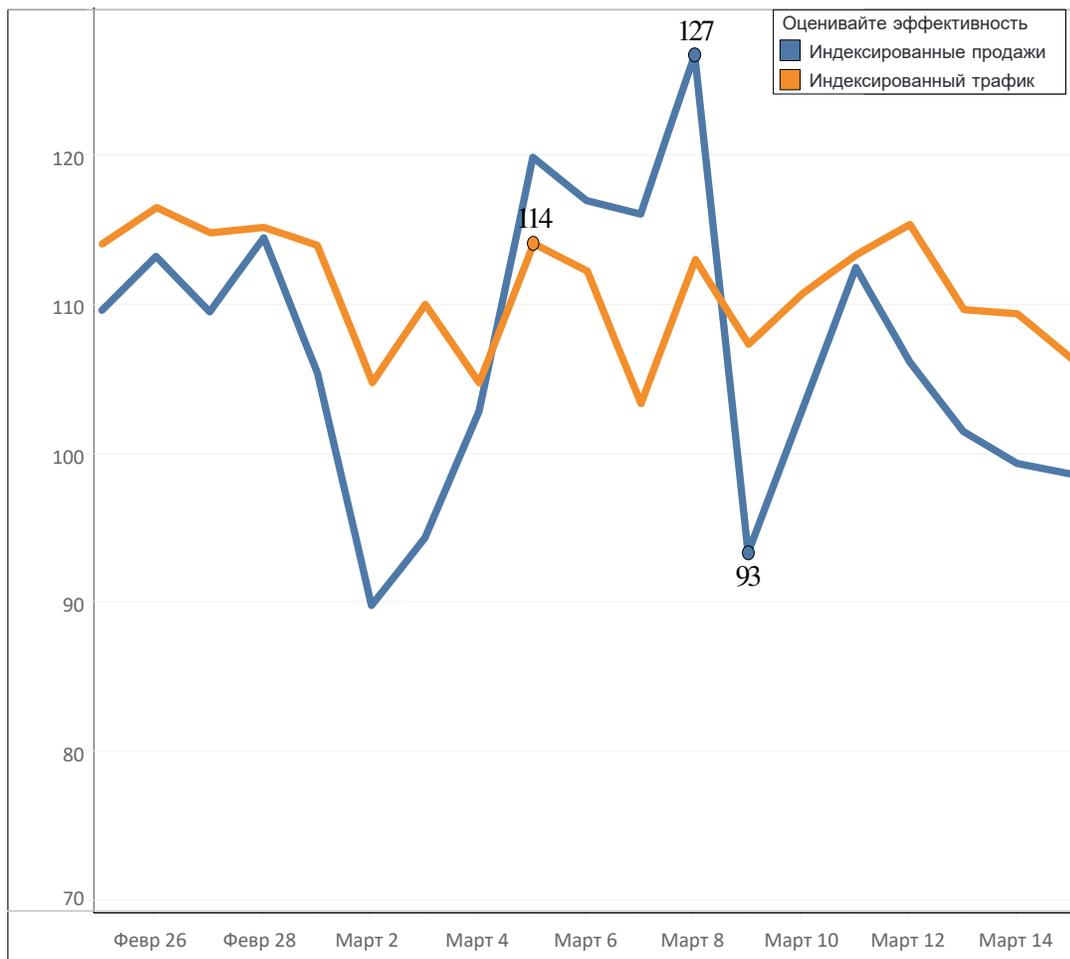
criteo.

Международный женский день в России

IMAX



Продажи и трафик



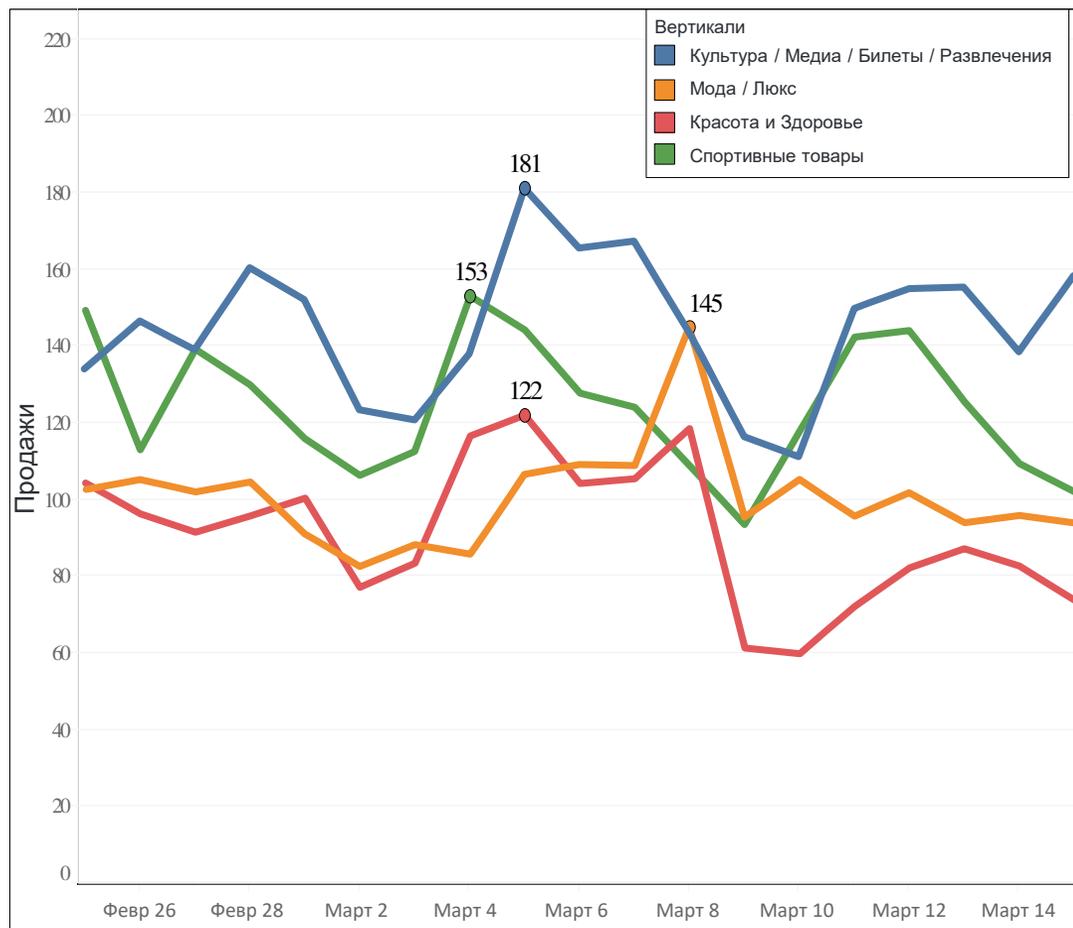
По мере приближения

Международного женского дня

Анализируя трафик и объем продаж с декабря 2018 года в качестве базового уровня, мы рассмотрели активность перед Международным женским днем 2019 года.

Очевидно, что за неделю до Международного женского дня отмечается значительный рост продаж, когда люди начинают делать покупки к празднику. Большинство потребителей не начинают шопинг ранее, чем за неделю до события.

Продажи по категориям



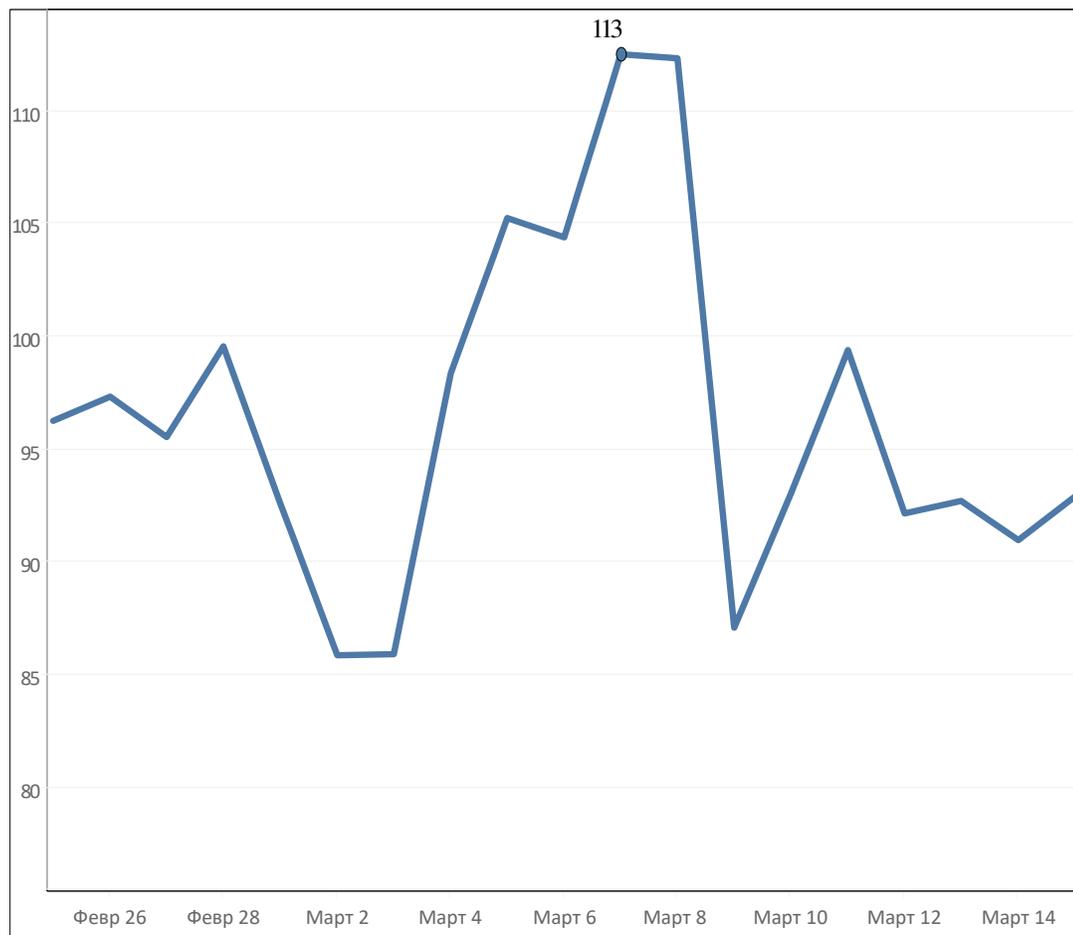
Категория «Спортивные товары» демонстрирует резкий рост продаж в преддверии 8 марта, увеличив показатели на 53 % 4 марта по сравнению с декабрьским показателем.

Продажи категории «Красота и здоровье» увеличиваются на 17 % и 22 % 4-го и 5-го марта соответственно.

Категория «Культура / Медиа / Билеты / Развлечения» вырастает на 81 % 5-го числа месяца и остается выше, чем в других категориях до самого мероприятия. Похоже, что когда дело доходит до этого праздника, многие подарки являются подарками-впечатлениями.

Категория «Мода / Люкс» демонстрирует рост на 45 % непосредственно 8 марта.

Коэффициент конверсии

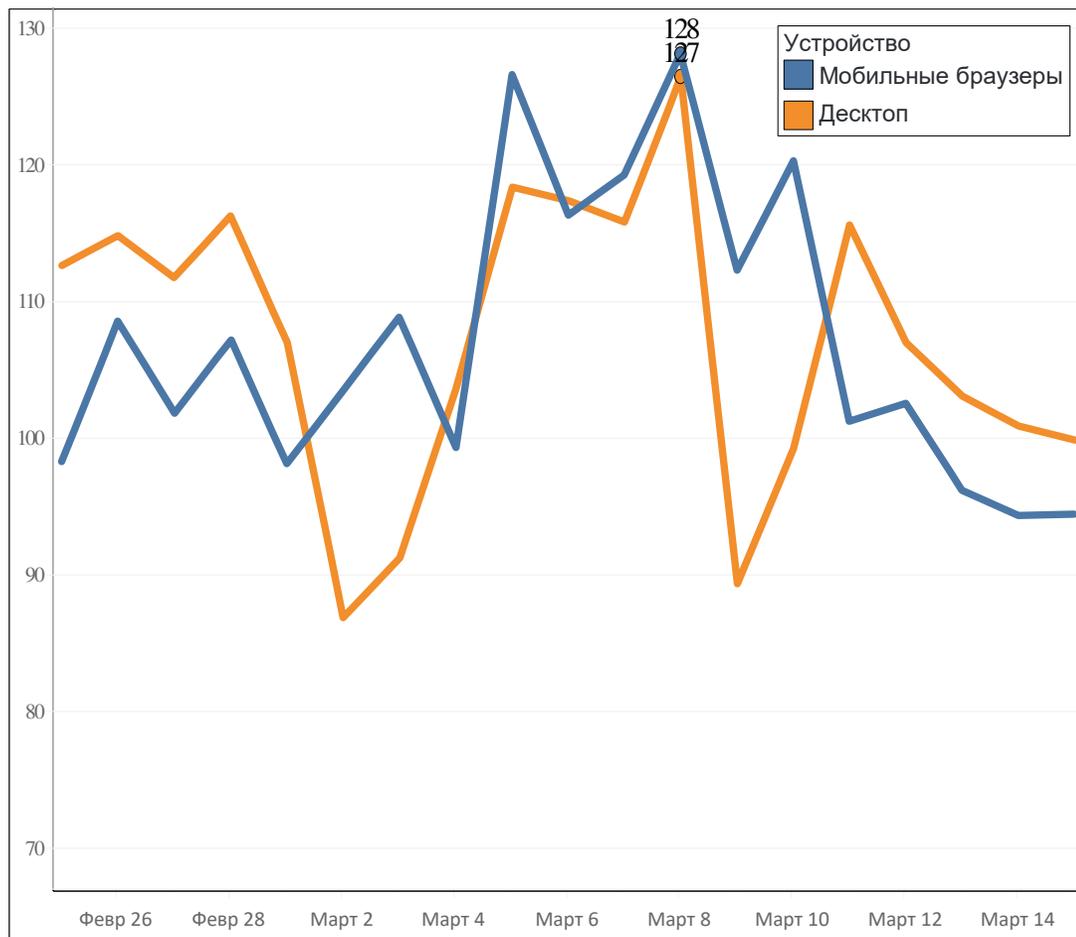


Взлет продаж

Повышение можно увидеть за три дня до праздника, оно составляет около 5 %.

Коэффициент конверсии остается стабильным накануне и в день события, показывая увеличение на 12 % и 13 % соответственно.

Продажи по типу устройства

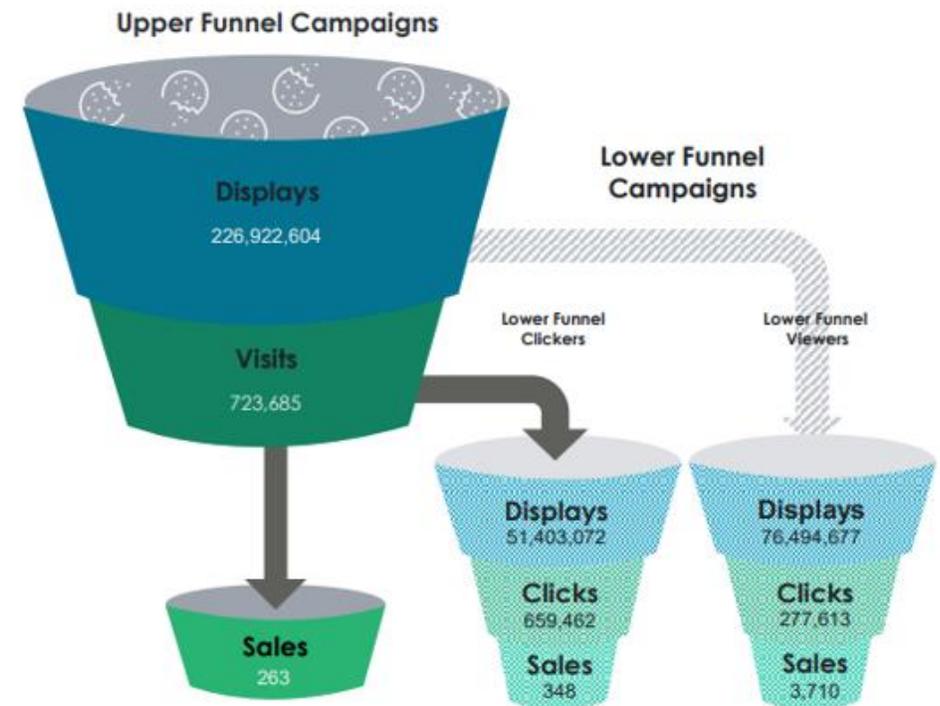


С 5-го марта и в день самого мероприятия наблюдается рост использования мобильных браузеров.

Этот тренд особенно характерен для всей недели перед празднованием Международного женского дня. В среднем, использование мобильных браузеров в стране показывает регулярные подъемы в даты, которые приходятся на выходные дни, а не на будни.

Как максимизировать эффективность в период 8 марта: рекомендации Criteo

- увеличьте охват кампании в предпраздничную неделю, повысив CPC или целевые показатели CPO/COS
- реактивируйте пользователей, которые были на сайте более 2х месяцев назад (MidFunnel)
- напомните о себе покупателям прошлого года 8 марта с помощью Criteo Audience Match
- увеличьте объемы новых целевых пользователей, подключив Web Conversion – Similar/Commerce Audience



Аккаунт-стратег вашей кампании поможет с интеграцией этих решений.

Спасибо!

criteo.