

**WOW AWARDS '24** Спецпроект в digital

# РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ ПОД УПРАВЛЕНИЕМ НЕЙРОСЕТИ

самолет VOX

апрель 2024 года

# УСЛОВИЯ

## ▶ СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ

Большая конкуренция в сфере недвижимости и высокий уровень рекламного шума в интернете заставляют компании искать новые digital-решения в борьбе за внимание целевой аудитории.

## ▶ ОСОБЕННОСТИ КЕЙСА

Группа «Самолет» выбрала 12 жилых комплексов и продуктов с различными УТП. Для каждого нужно найти наиболее подходящую аудиторию, привлечь ее внимание и обеспечить переход на следующие этапы воронки продаж.

# ЦЕЛИ

- Привлечь ЦА в Москве нестандартными рекламными форматами.
- Выстроить персонализированную коммуникацию по 12 ЖК и продуктам застройщика.
- Получить post-view конверсии.

# KPI:

- CTR  $\geq 0,35\%$ ;
- BR  $\leq 30\%$ ;
- Время на сайте  $\geq 1$  мин.;
- Глубина просмотра  $\geq 1,2$  стр.

The screenshot displays the SAMOLET website interface. At the top, there is a navigation bar with the SAMOLET logo, a menu with 'Надежность', 'Поиск квартир', 'Дома', 'Коммерция', 'Ипотека 5.9%', 'Сервисы', 'Офисы продаж', and a phone number '+7 495 186-42-04'. A user profile icon and 'Войти' button are also present.

The main content area features a blue banner titled 'Как изменятся ипотечные условия?' with a countdown timer: 'До окончания программы: 45 дней, 12 часов, 42 мин, 22 сек.' and a 'Подробнее' button.

Below the banner are two cards:

- Рассрочка 0% до 31.05**: Позволяет оплачивать квартиру частями, пока ваш дом строится. Программой рассрочки от группы «Самолет» может воспользоваться любой покупатель при условии внесения первого взноса.
- Скидка 10% до 31.05**: Спешите стать владельцем квартиры в новом районе с развитой инфраструктурой. Количество предложений ограничено!

To the right is a large image titled 'За город за комфортом' with the text 'Все необходимое для жизни и отдыха — рядом с домом' and a 'Подробнее' button.

The 'Наши проекты' section includes a search filter with 'Выберите локацию' (Округ, район, метро), 'Задайте стоимость, млн ₽' (от 3,8 до 362,6), and 'Укажите дату заселения' (Заселен, 2024, 2025, 2026+). Filter buttons include 'С ключами', 'Со скидкой', 'Старт продаж', 'Бизнес-класс', and 'самолет relet'. It shows 'Найдено 43 проекта' and a 'Очистить фильтр' button.

Three project images are shown below, each with a 'Скидки в офисе продаж' badge.

# ГИПОТЕЗА

Искусственный интеллект определит точнее, чем человек:



**Ключевые различия**  
между УТП разных ЖК  
и продуктов.



Сегменты аудитории  
для **каждого**  
**предложения.**



Контент, в котором ЖК  
будет **наиболее заметен**  
для своей ЦА.

Это позволит точнее таргетировать рекламные сообщения и сделать рекламную кампанию эффективнее.

# РЕШЕНИЕ. ПЛАТФОРМА VOX

- Использует искусственный интеллект для распознавания востребованного у ЦА контента (текстов, изображений) и размещения в нем рекламы.
- Динамические wow-эффекты – анимированные элементы, срабатывающие при открытии страницы – привлекают к баннерам дополнительное внимание.
- Рекламные креативы хорошо заметны, так как размещаются на иллюстрациях или внутри текстов статей, а значит обязательно окажутся в центре экрана и в поле зрения.
- Интерактивные элементы позволяют превратить компактный модуль в мини-лендинг.



# СОЗДАНИЕ И ОБУЧЕНИЕ НЕЙРОСЕТИ

Кейс Группы «Самолет» достаточно сложный, поэтому мы решили не ограничиваться стандартными инструментами платформы VOX, а создали и обучили новую нейросеть специально для проекта.

## ЧТО ИСПОЛЬЗОВАЛОСЬ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ AI АЛГОРИТМОВ?

- Привлекли данные о поведении пользователей, полученные в предыдущих рекламных кампаниях Группы «Самолет».
- Дополнили датасет ключевыми словами, которые отражают интересы ЦА каждого ЖК.

## РЕЗУЛЬТАТ. АЛГОРИТМЫ НЕЙРОСЕТИ:

Определяют, кому нужно показать рекламу каждого из 12 ЖК и продуктов.

Находят картинки или тексты, наиболее соответствующие интересам этого сегмента аудитории.

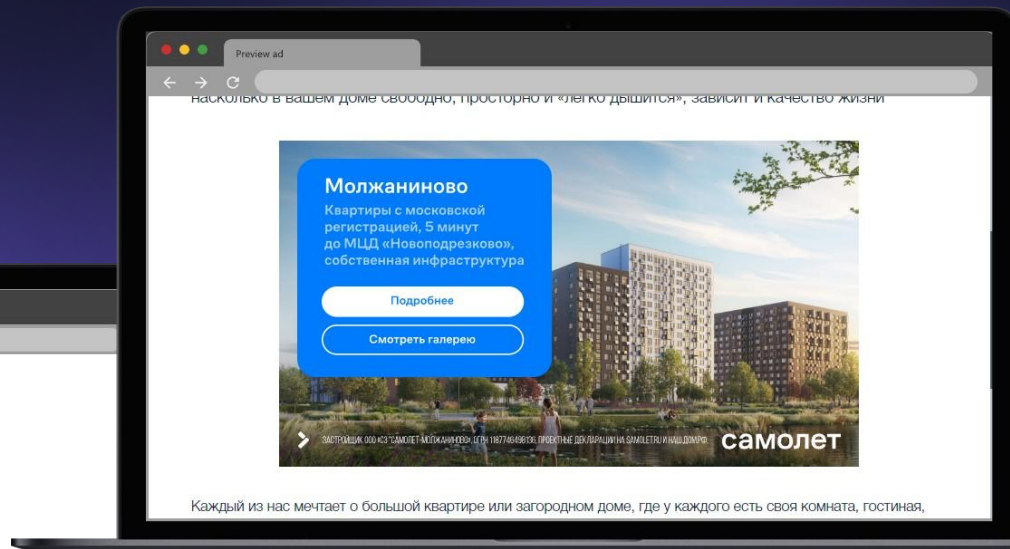
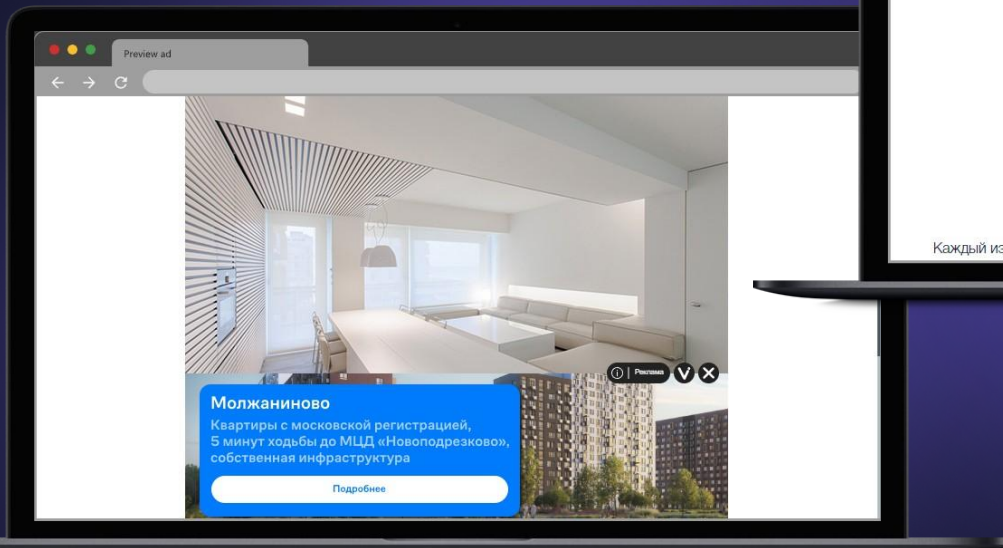
Размещают в этом контенте рекламу.

# ФОРМАТЫ РЕКЛАМЫ

самолет VOX

## 1 этап: In-Image креативы

Встраиваются в изображение, занимая фокусную позицию в центре экрана.

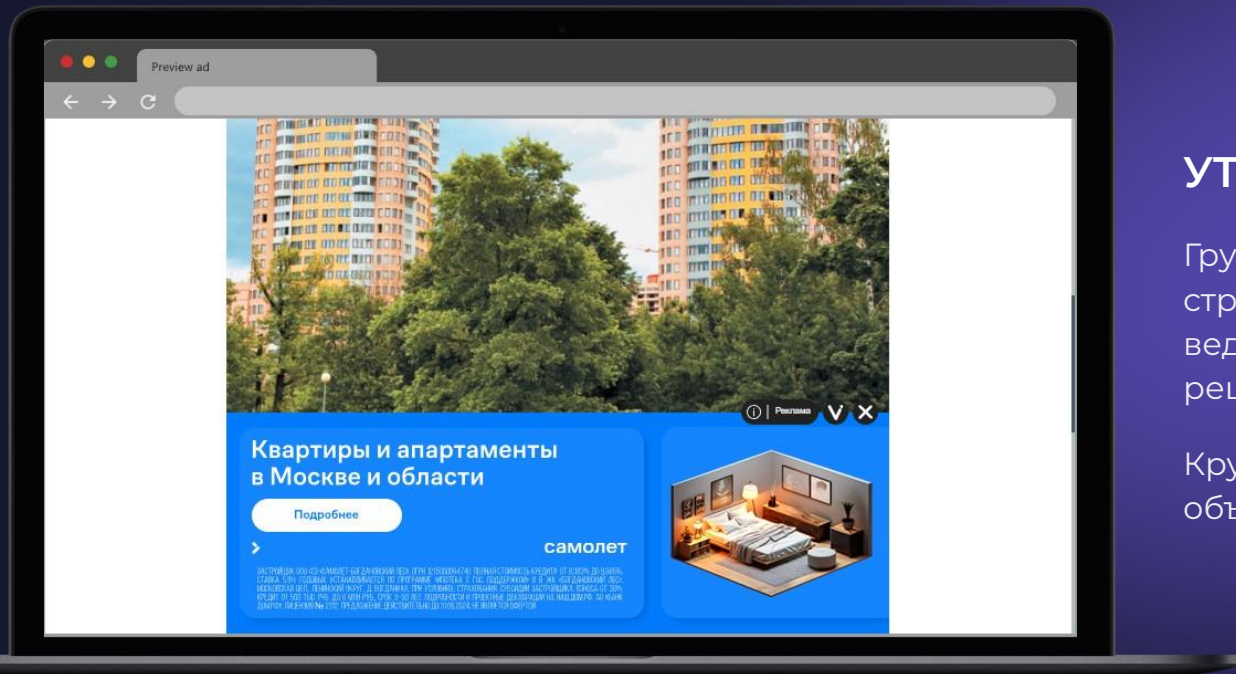


## 2 этап (post-view ретаргетинг): In-Content Plus креативы

Появляются в тексте во время чтения статьи. Реклама содержит интерактив: можно пролистать галерею и прочитать более подробную инфо о ЖК или продукте.

# ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННАЯ РЕКЛАМА **IN-IMAGE**

Креатив для общего бренда



УТП:

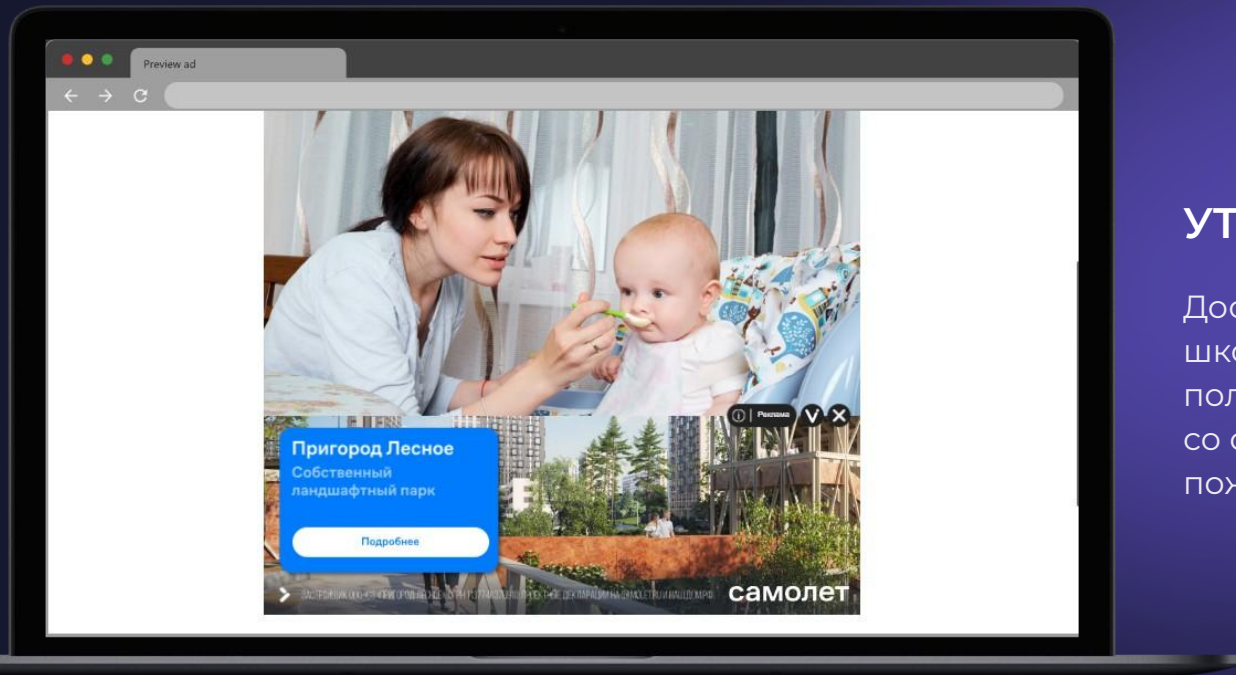
Группа «Самолет» — лидер строительной отрасли России и ведущий разработчик ИТ-решений в недвижимости.

Крупнейший девелопер по объему текущего строительства.



# ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННАЯ РЕКЛАМА **IN-IMAGE**

Жилой комплекс «ПРИГОРОД ЛЕСНОЕ»

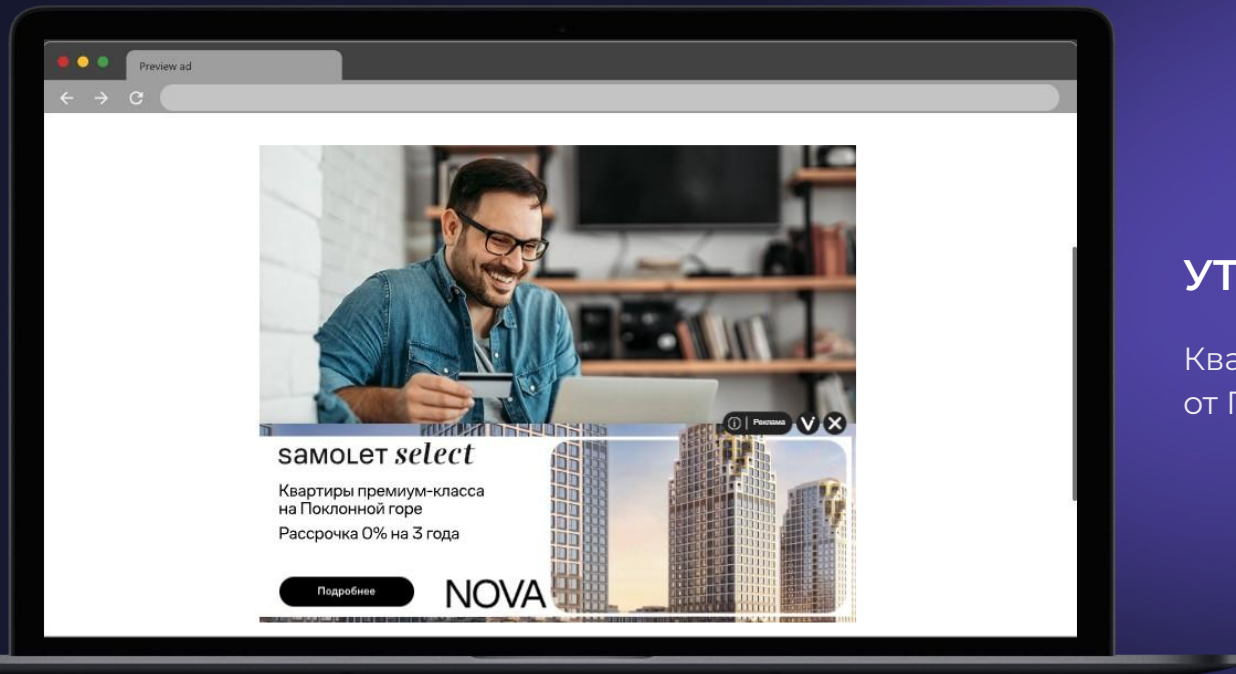


УТП:

Доступная инфраструктура:  
школы, детские сады,  
поликлиника, больница  
со станцией скорой помощи,  
пожарная часть.

# ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННАЯ РЕКЛАМА **IN-IMAGE**

Жилой комплекс «NOVA»

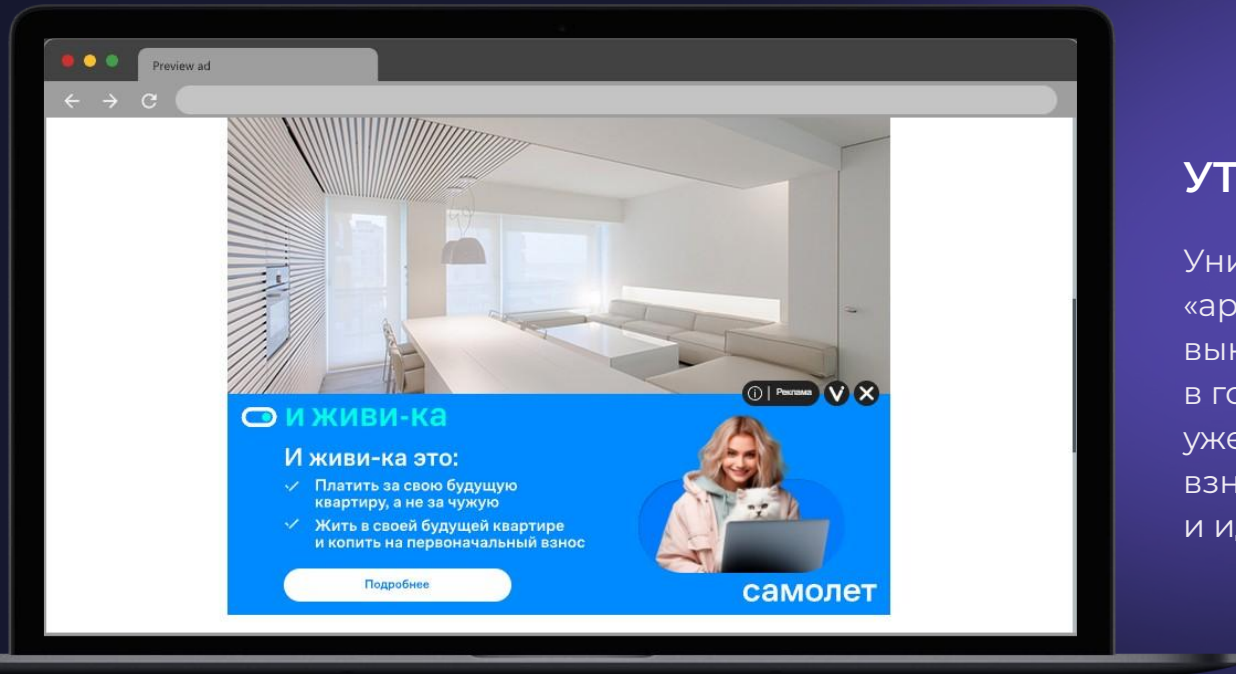


УТП:

Квартиры премиум-класса в 500м от Поклонной горы

# ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННАЯ РЕКЛАМА IN-IMAGE

## Продукт «И ЖИВИ-КА»

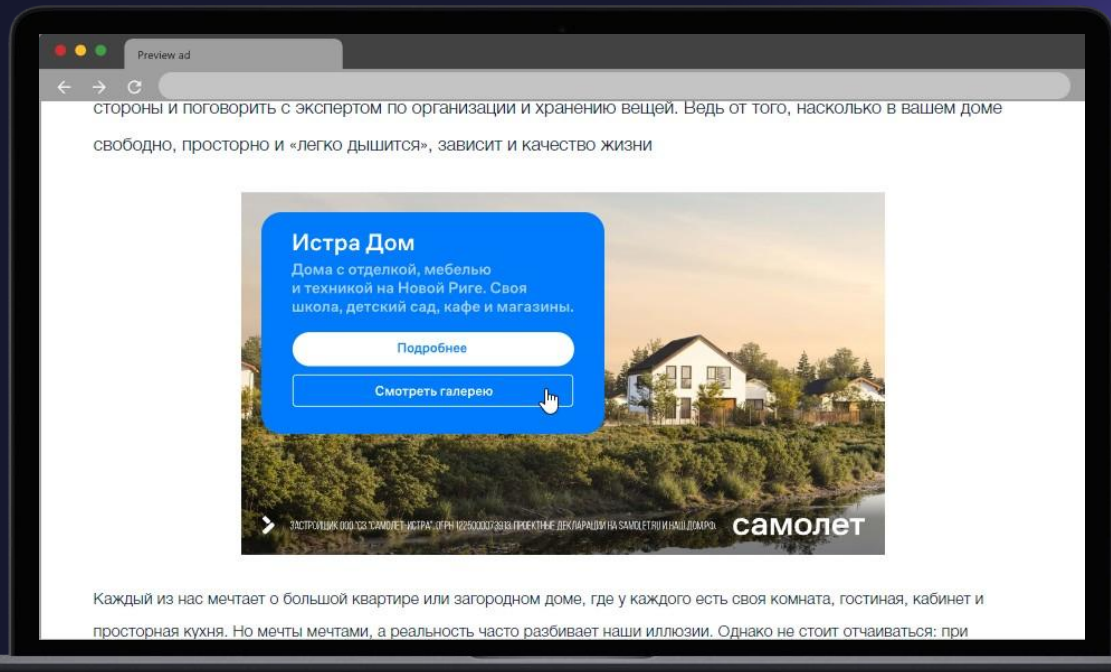


### УТП:

Уникальный продукт «аренда с последующим выкупом» — можно въехать в готовую квартиру и платить уже за свою (первоначальный взнос разбивается на 18 месяцев и идет в счет по ипотеке).

# РЕКЛАМА IN-CONTENT PLUS

## ИЖС «ИСТРА ДОМ»



### УТП:

- Готовые дома с отделкой и мебелью;
- Премиальное направление (Новорижское шоссе);
- Живописные места;
- Рядом водохранилище.

# КОНТРОЛЬ И ТОНКАЯ НАСТРОЙКА

AI алгоритм решает где и какую рекламу размещать. Мы контролируем, все ли он сделал правильно и помогаем ему стать еще лучше.

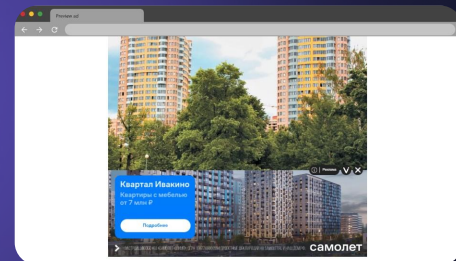
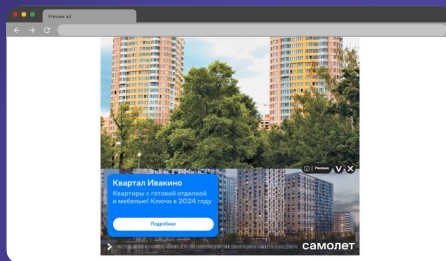
## ▶ КОНТРОЛИРУЕМ РАВНОМЕРНОСТЬ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ РЕКЛАМЫ

Следим за тем, чтобы количество показов рекламы разных ЖК существенно не отклонялось от средних значений.



## ▶ ЗАПУСКАЕМ А/В-ТЕСТИРОВАНИЕ

Нейросеть сравнивает реакцию на разные варианты креатива для одного ЖК, чтобы выбрать наиболее эффективный.



# РЕЗУЛЬТАТЫ. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ

Вместо ручной настройки 12 отдельных рекламных кампаний — **обучение одной нейросети.**

Накопленные данные позволят сделать следующие рекламные кампании Группы «Самолет» с использованием той же нейросети **еще эффективнее.**

Эффективность превысила целевые KPI, основанные на результатах предыдущих кампаний:

CTR	на <b>17%</b> выше
BR	на <b>27%</b> меньше
Время на сайте	на <b>18%</b> больше

CPA рекламной кампании VOX лучше средних показателей других digital-инструментов, которые за тот же период использовал Самолет:

по посещениям сайта	на <b>5,7%</b>
по просмотрам планировок	на <b>27,2%</b>
по оставленным заявкам	на <b>16,8%</b>

# КОММЕНТАРИЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЯ САМОЛЕТ

Совместно с платформой VOX мы разработали новую стратегию, которая максимизировала связь заметных рекламных форматов с умными ИИ-алгоритмами. Благодаря такому подходу мы смогли персонализировать коммуникацию и привлечь целевых пользователей.

На протяжении всей РК мы оценивали инструмент по всей воронке продаж, учитывая отложенный спрос и отслеживая post-view конверсии.

В итоге наш эксперимент завершился перевыполнением всех поставленных KPI.