



## CASE STUDIES

# Automotive Subaru



## Динамические креативы

### ЗАДАЧА

- Привлечение внимания ЦА к обновленному городскому автомобилю повышенной проходимости - обеспечение заданного охвата и частоты контакта.
- Формирование ассоциации бренда Subaru с происходящим «здесь и сейчас»  
Увеличение количества обращений к официальным дилерам Subaru.

### НАЧАЛО КАМПАНИИ

- Разработка и использование интерактивных баннеров, подключенных по API к сервису "Пробки" и "Погода". Креатив баннера менялся в зависимости от текущей загруженности дорог и погодных условий в регионе нахождения пользователя.
- Таргетинги на ЦА по социально-демографическому признаку.
- Таргетинги на аудиторные интересы, связанные с автомобилями повышенной проходимости, японскими автомобилями, марками, конкурирующими с Subaru, на людей, ведущих активный образ жизни, путешествующих на личных автомобилях.

### РЕЗУЛЬТАТ

- KPI по охвату и частоте контакта полностью выполнены
- Средний CTR с момента старта кампании увеличился в 3,5 раза (с 0,07 до 0,25)
- Средняя глубина просмотра увеличилась в 2,5 раза (с 1,4 до 3,5 страниц)