Бизнес-цели:

1. Экономим деньги на производстве контента
2. **Понимаем, сколько контент стоит и что работает, что не работает**
3. **Эффективность на доллар**
4. Реюз, а не производство нового
5. Повышение конверсии и заработка (баннеры + лендинги),
6. **Подсчет дохода от видео.**
7. Монетизационные видео и трекинг их эффективности.
8. Social+web+text+art – подсчет дохода
9. Influencers – их эффект

Женя:

1. Никто не смотрит эффективность контента в разрезе одного источника. Нам нужен фильтр для заказчиков.
2. Длительность
3. Сосредоточиться на лендингах в первой итерации

Типы контента, который трекаем:

1. YouTube
2. Собственные ресурсы (тексты): WoT.ru, Wargaming.com, Wargag.
3. VK, Twitter, FB (посты): видео загружаем на FB или подтягиваем с YouTube?
4. Новый/вернувшийся, (Здасюк)

ПРОБЛЕМА YouTube: метку можем поставить только на ссылку (трекается около 1 % пользователей).

Можно ли трекать людей на YouTube?

Драйвер хэпинесс:

1. Информирование руководства, как контролируются деньги (о расходах и эффективности)
2. Хелпер для планирования. Как тебе понять, сколько контента тебе необходимо, чтобы обеспечивать активность маркетинга data-driven content-planning
3. Cost control
4. Smart service predictions

Player Happiness:

1. Data-driven happiness – даем людям, что они любят.