



Первый оператор
селективной рекламы

Поведенческие технологии для электронной коммерции с оплатой за результат

Докладчик

Алексей Бондаренко

Директор московского офиса группы компаний Internest

Содержание

[Эволюция интернет рекламы](#)

[Поведенческие технологии](#)

[Лидогенерация](#)

[Кейсы](#)

[Взгляд в будущее](#)

Эволюция интернет-рекламы

Стандартные таргетинги



Первый оператор
селективной рекламы

Эволюция интернет-рекламы



Первый оператор
селективной рекламы

Эволюция интернет-рекламы



Первый оператор
селективной рекламы

Эволюция интернет-рекламы



Первый оператор
селективной рекламы

Поведенческие технологии

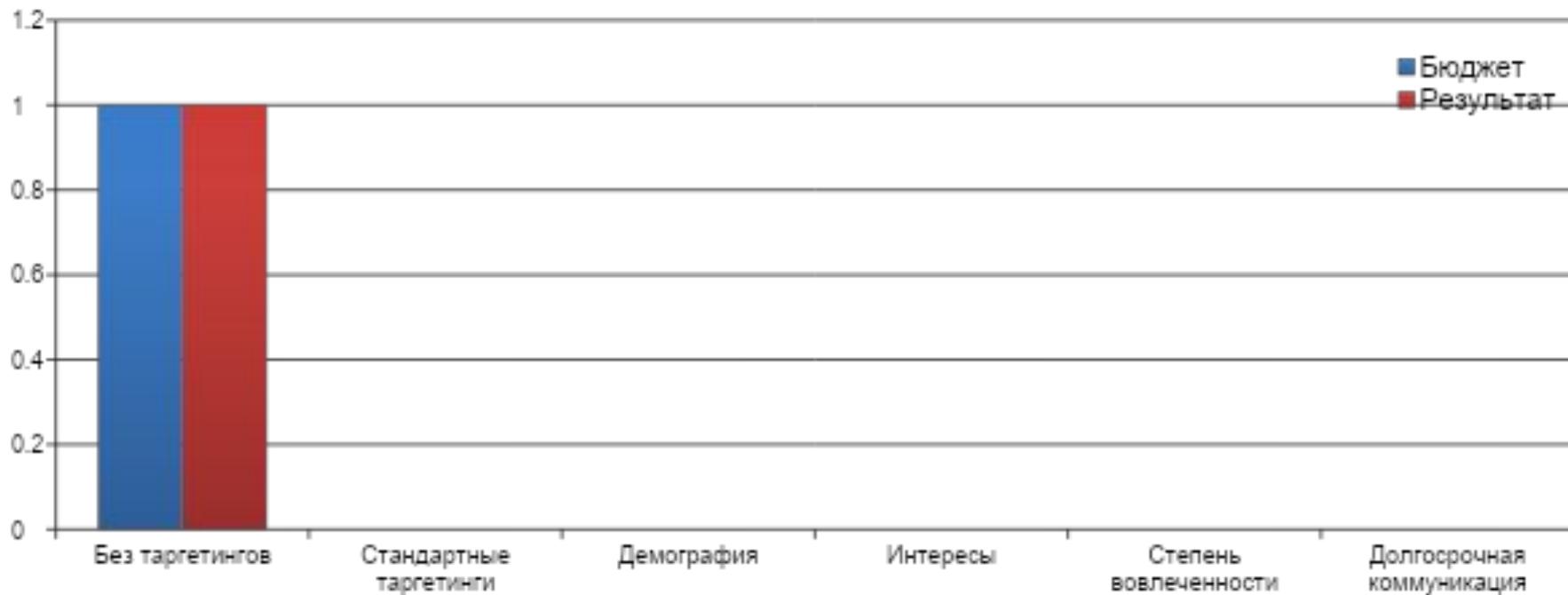
Анализ истории и интересов пользователя сети за предшествующий период времени.



Первый оператор
селективной рекламы

Таргетинги

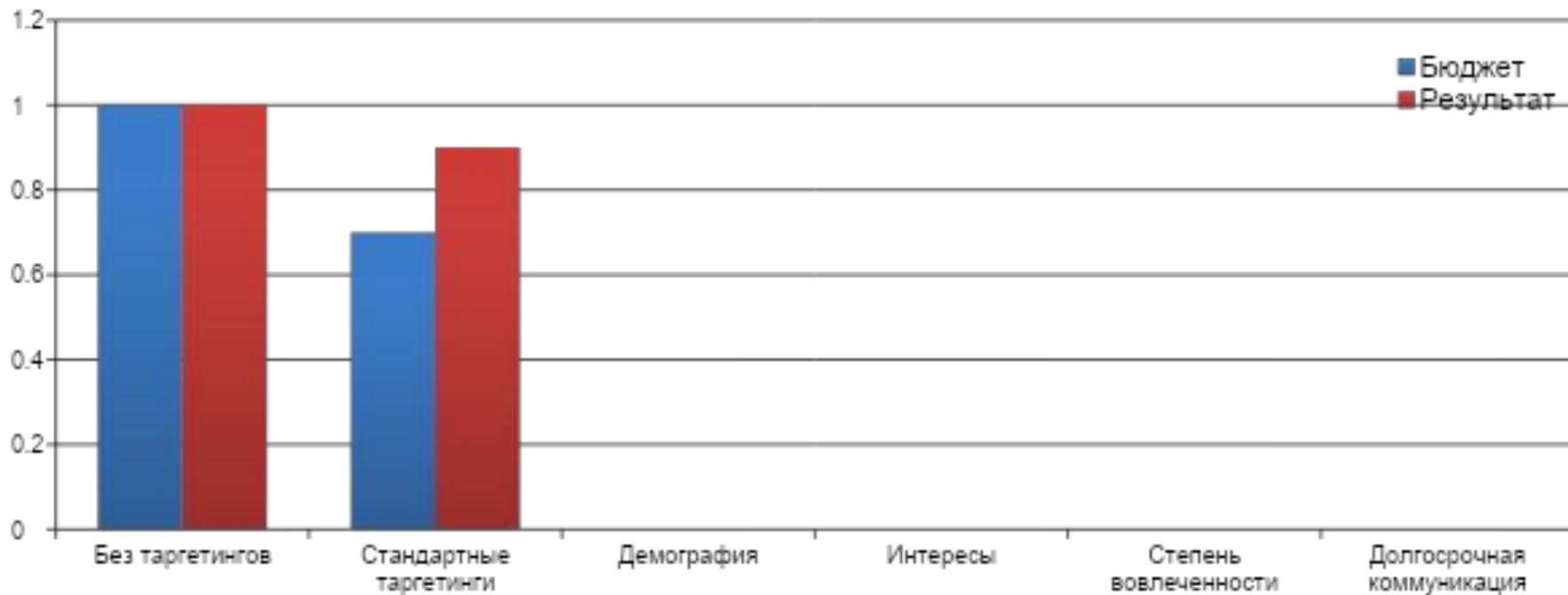
Влияние таргетингов на эффективность кампании



Первый оператор
селективной рекламы

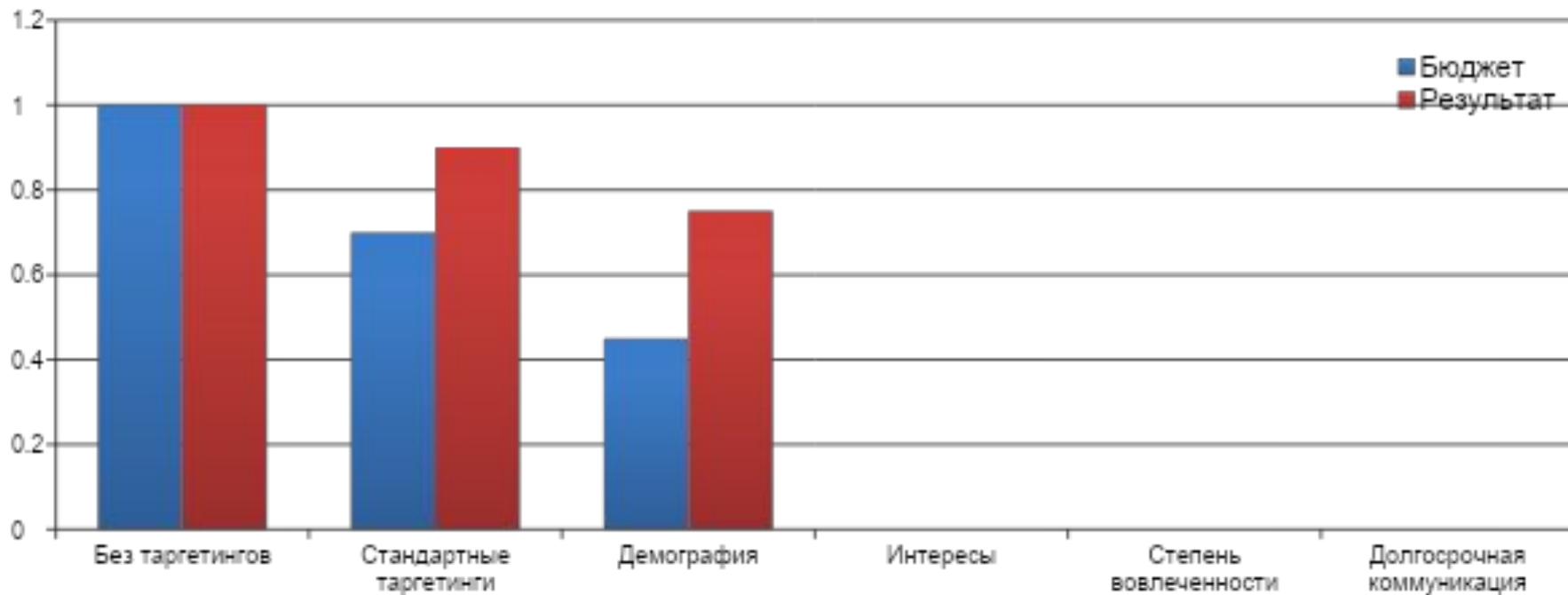
Таргетинги

Влияние таргетингов на эффективность кампании



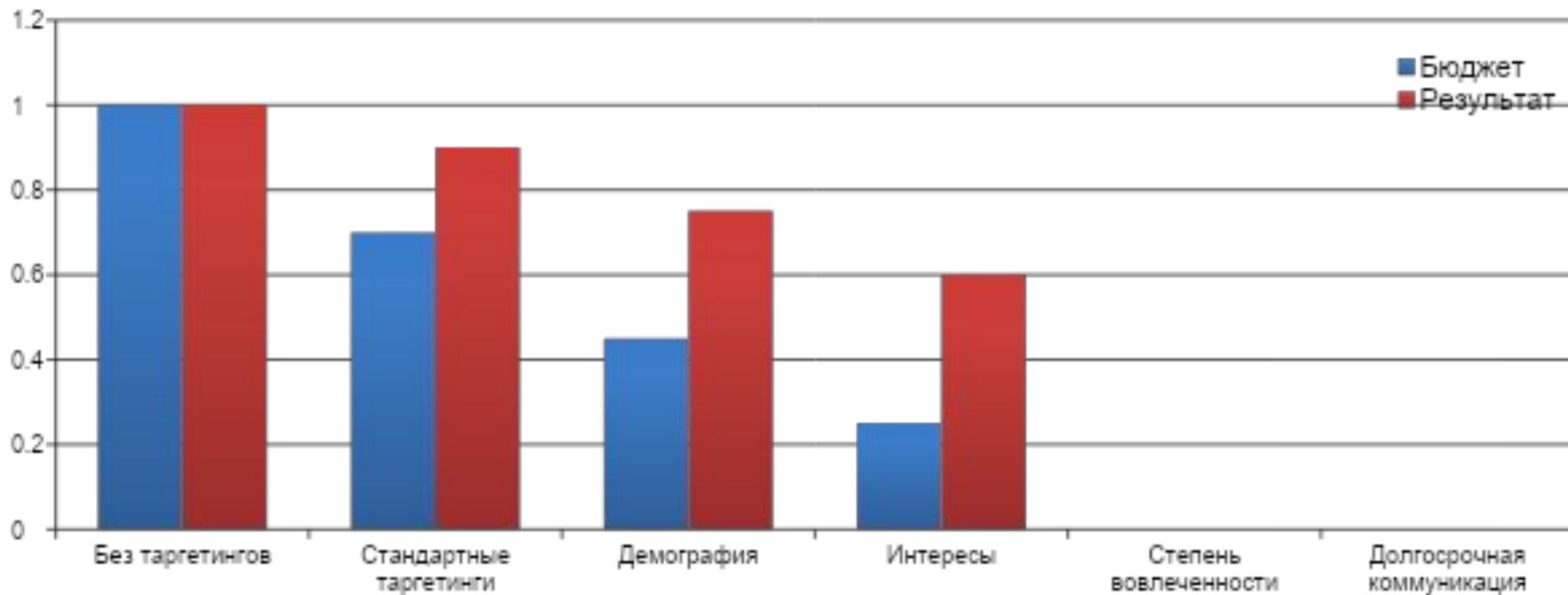
Таргетинги

Влияние таргетингов на эффективность кампании



Таргетинги

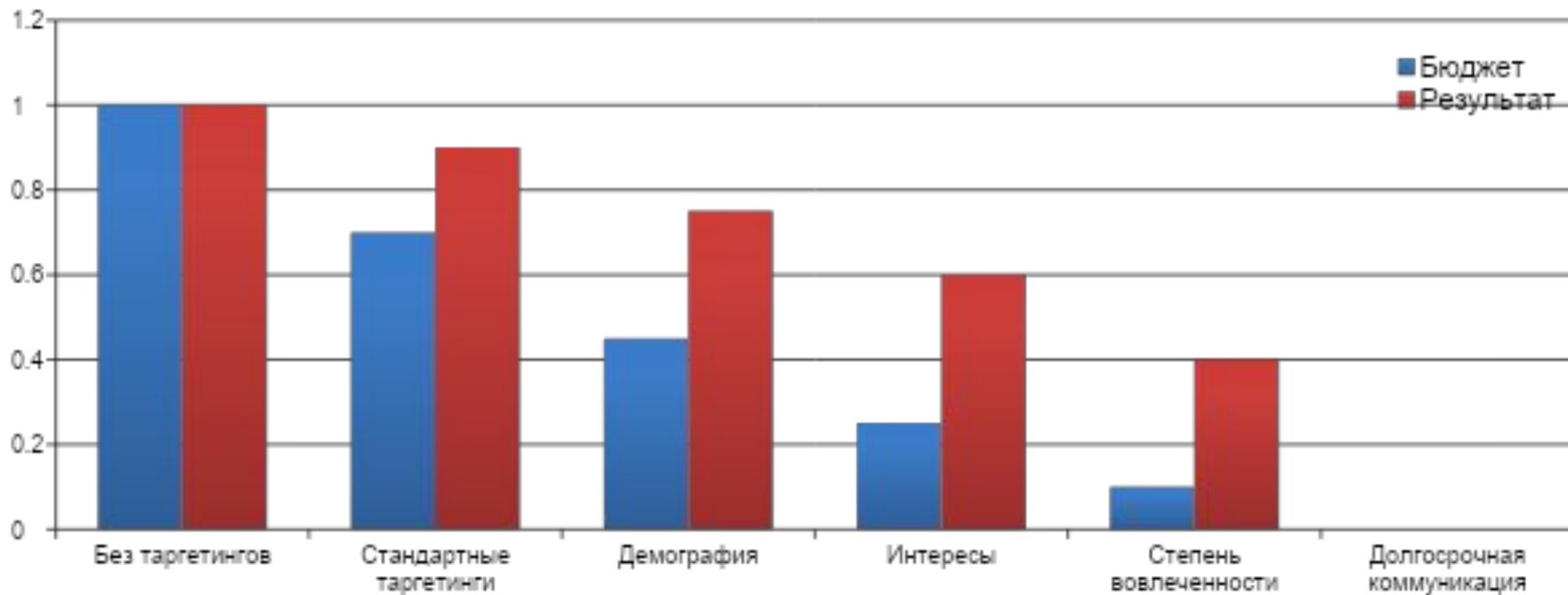
Влияние таргетингов на эффективность кампании



Первый оператор
селективной рекламы

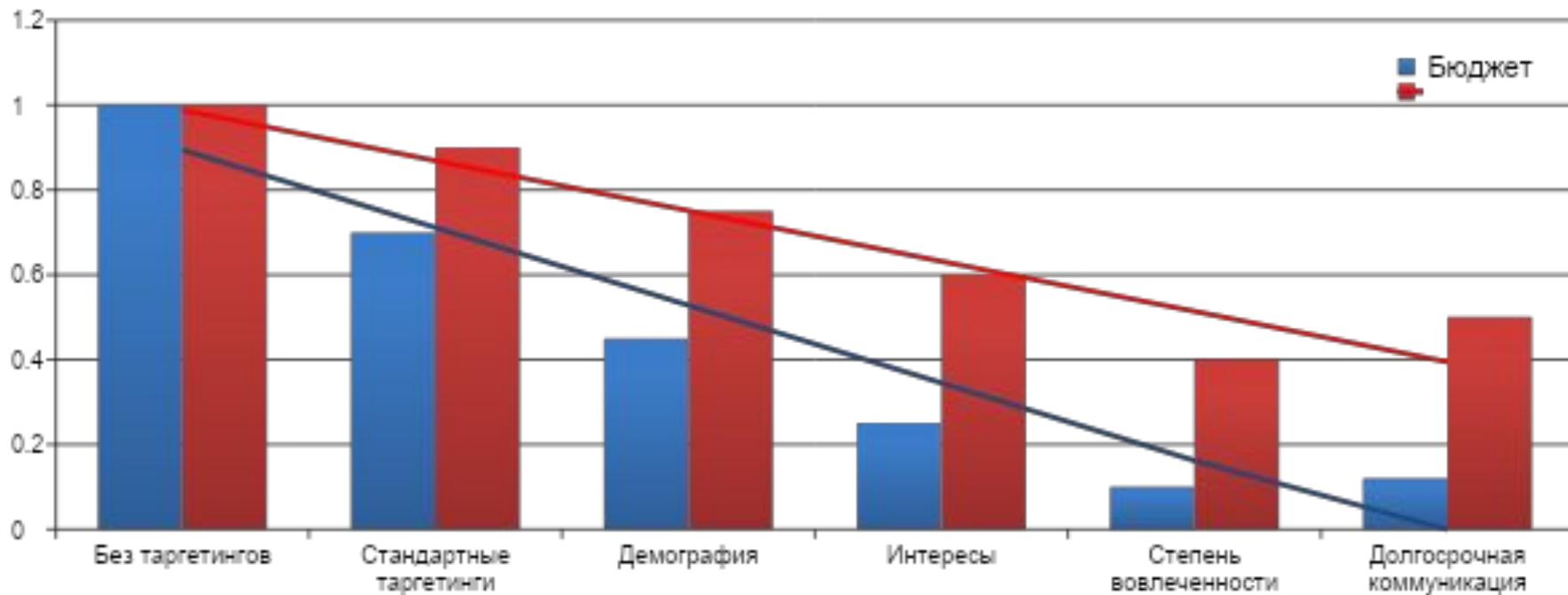
Таргетинги

Влияние таргетингов на эффективность кампании



Таргетинги

Влияние таргетингов на эффективность кампании



Оценка результата или что такое лид?

Разновидности лидов

Лид — целевое действие посетителя, на рекламируемом сайте

Лидом может быть:



показ товара/услуги



полнение анкеты



регистрация на сайте



подписка на каталог



запись на тест-драйв



подписка на новости/рассылку



всё, что пожелает рекламодатель

Лидогенерация

Подготовительные этапы

1. Рекламодатель определяет целевое действие – лид
2. Рекламодатель устанавливает код на сайт для учета статистики лидов
3. Соловей разрабатывает рекламные материалы — баннеры
4. Соловей проводит тестовую рекламную кампанию



Лидогенерация

Этапы работы экспертной системы



5. Результаты теста анализируются экспертной системой, которая определяет характеристики заинтересованной аудитории
6. Прогнозируется количество и определяется стоимость лидов
7. Коммерческая рекламная кампания фокусируется на выявленную заинтересованную аудиторию

Преимущества «Соловья»,

или условия необходимые для проведения лидовых рекламных кампаний

1. Огромное медиапространство



По результатам исследования «TNS Web Index» за январь 2011 г.



Первый оператор
селективной рекламы

Преимущества «Соловья»,

или условия необходимые для проведения лидовых рекламных кампаний

2. Технологии позволяющие реализовывать сложные виды фокусировок, выделять практически любые аудитории

3. Продажи + брендинг

Покупая лиды в «Соловье», вы получаете имиджевую баннерную рекламу за те же деньги



Первый оператор
селективной рекламы

All inclusive

Располагайтесь поудобнее, ни о чём не беспокойтесь и смотрите онлайн-статистику

1. Тестовая рекламная кампания проводится бесплатно

2. Баннеры разрабатываются бесплатно



Первый оператор
селективной рекламы

Лидогенератор



Первый оператор
селективной рекламы

Ценообразование

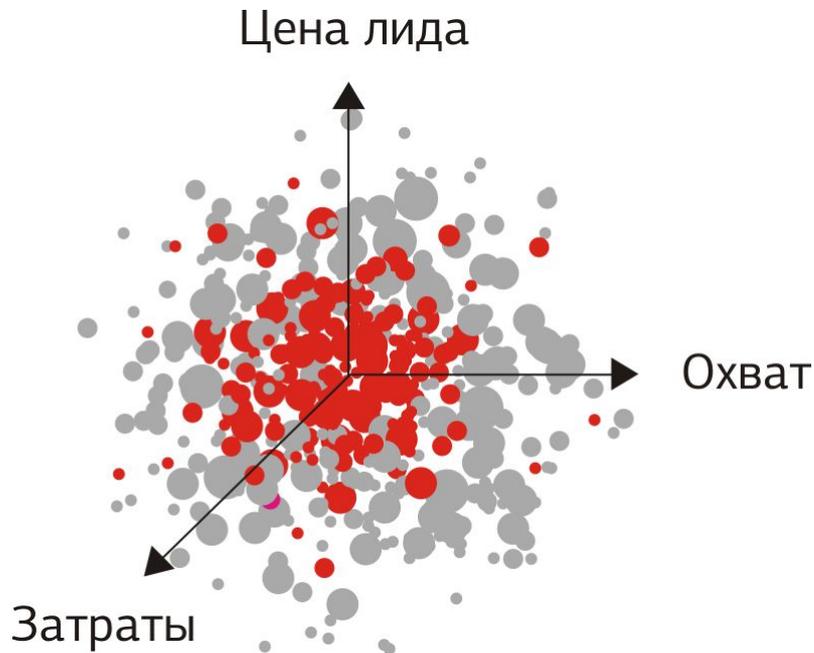
Чем больше — тем дороже? Всё правильно

Для увеличения количества лидов требуется увеличение охвата рекламной кампании.

Охват увеличивается за счет менее заинтересованных пользователей.

Таким образом:

- а) затраты на рекламные показы растут
- б) конверсия снижается
- в) цена лида возрастает



Женская одежда

Покупка в интернет-магазине:
от 600 руб.

Доступный объем:
до 30 000 покупок в месяц



Первый оператор
селективной рекламы



Детские игрушки

Покупка в интернет-магазине:
от 1000 руб.

Доступный объем:
до 6 000 покупок в месяц



Первый оператор
селективной рекламы



Продукты питания

Регистрация в сервисе:
от 200 руб.

Доступный объем:
до 50 000 регистраций в месяц



Первый оператор
селективной рекламы



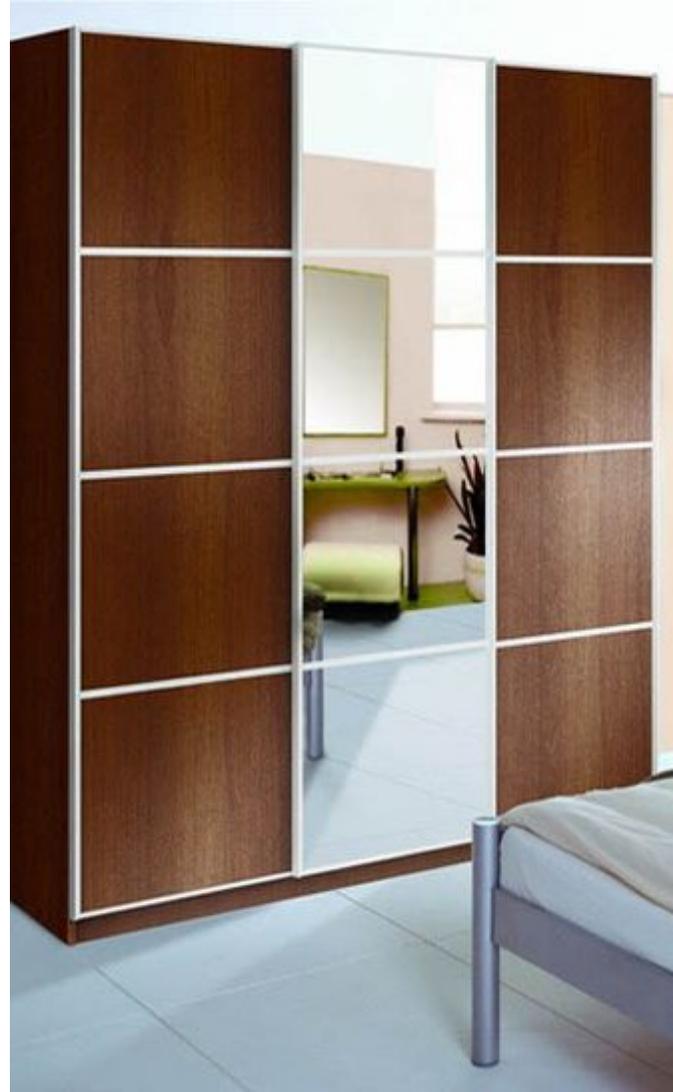
Мебель

Оформленный заказ на сайте:
от 3000 руб.

Доступный объем:
до 1500 заказов в месяц



Первый оператор
селективной рекламы



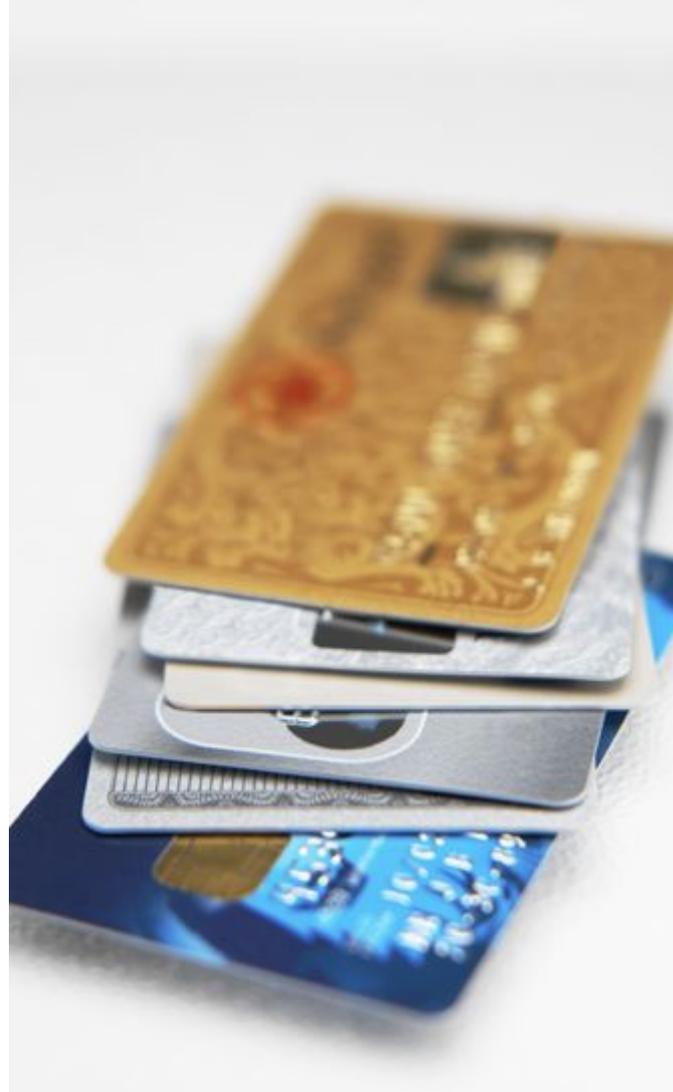
Кредитные карты

Заявка на получение кредитной карты:
от 150 руб.

Доступный объем:
до 10 000 заявок в месяц



Первый оператор
селективной рекламы



Потребительское кредитование

Стоимость заполненной заявки на выдачу кредита:
от 250 руб.

Доступный объем:
до 10 000 заявок в месяц



Первый оператор
селективной рекламы

Будущее начинается уже сейчас



2011

2012

2013

2014

2015

2016



Первый оператор
селективной рекламы

Текущие тренды

Нейросети



Первый оператор
селективной рекламы

Математическое моделирование

Прогноз действий пользователя

Оценка вероятности действий пользователя

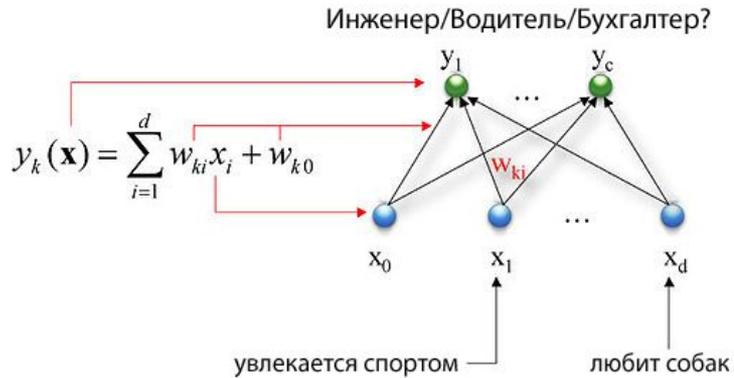
Предиктивные таргетинги



Первый оператор
селективной рекламы

Борьба за результат

Интеллектуальное медиапланирование
Достижение цели – работа математиков



Результат это качество математических алгоритмов



Идеальная рекламная кампания

Достижим ли такой результат ?

1 показ баннера = 1 клик = 1 действие



Первый оператор
селективной рекламы



Первый оператор
селективной рекламы

Спасибо за внимание

Алексей Бондаренко

Алексей Бондаренко

Директор московского офиса группы компаний Internest

Телефоны

+7 (495) 981-44-00

Почта

alexb@internest.ru

Сайт

www.soloway.ru