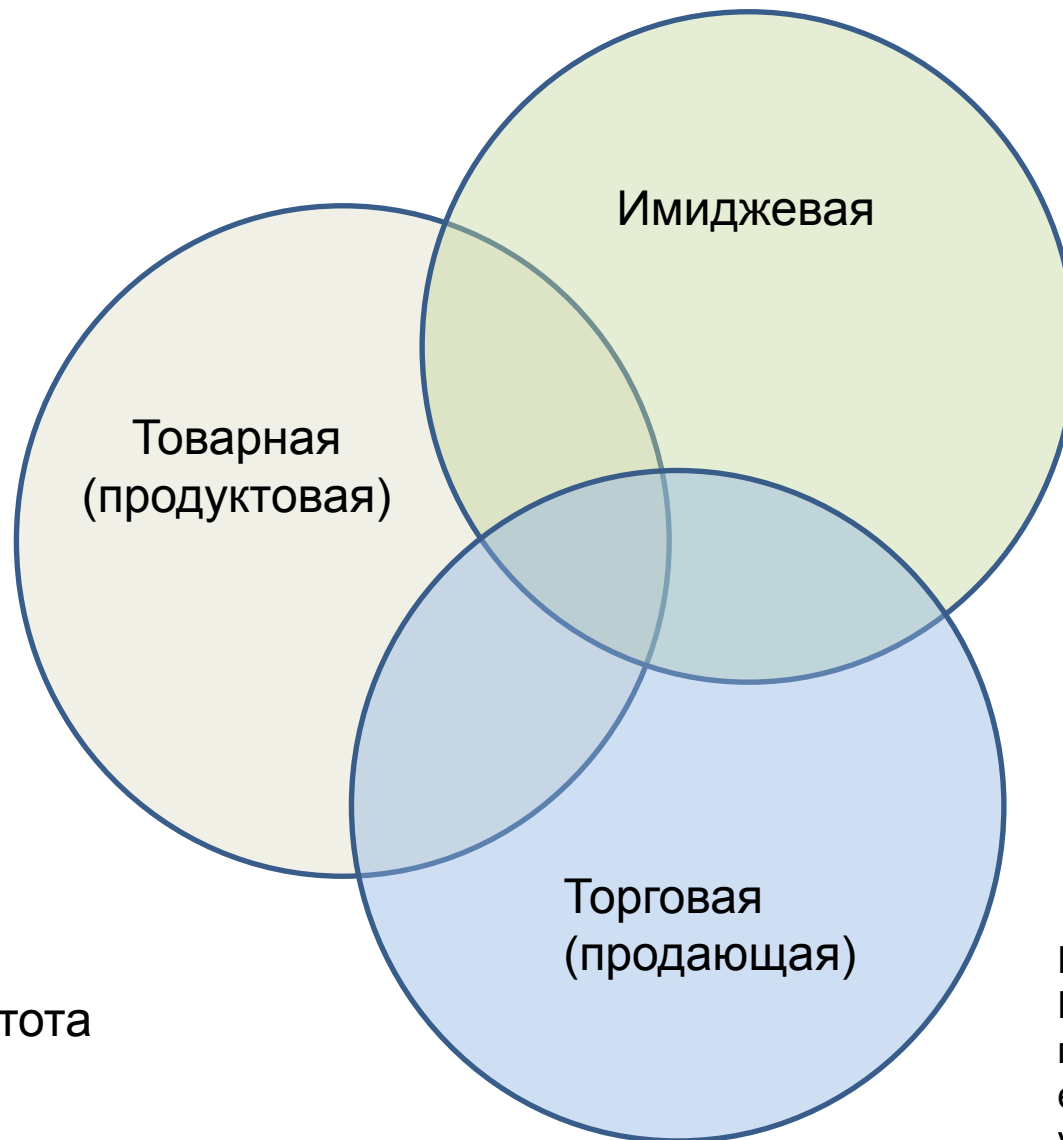


Тема 4 Платные источники трафика

- Типы рекламных кампаний (имиджевая, товарная, торговая)
- Поисковая реклама
- Агрегаторы контекстной рекламы
- Аффилированный маркетинг
- Поведенческая реклама, ретаргетинг
- Баннерная реклама
- Как работает Ad-сервер
- Как работает RTB
- Реклама на мобильных платформах, видео реклама, сервисы купонных продаж

4.1. Поисковая реклама

Типы рекламных кампаний



Реклама продуктов
или линейки
продуктов
Охват и частота -
средняя

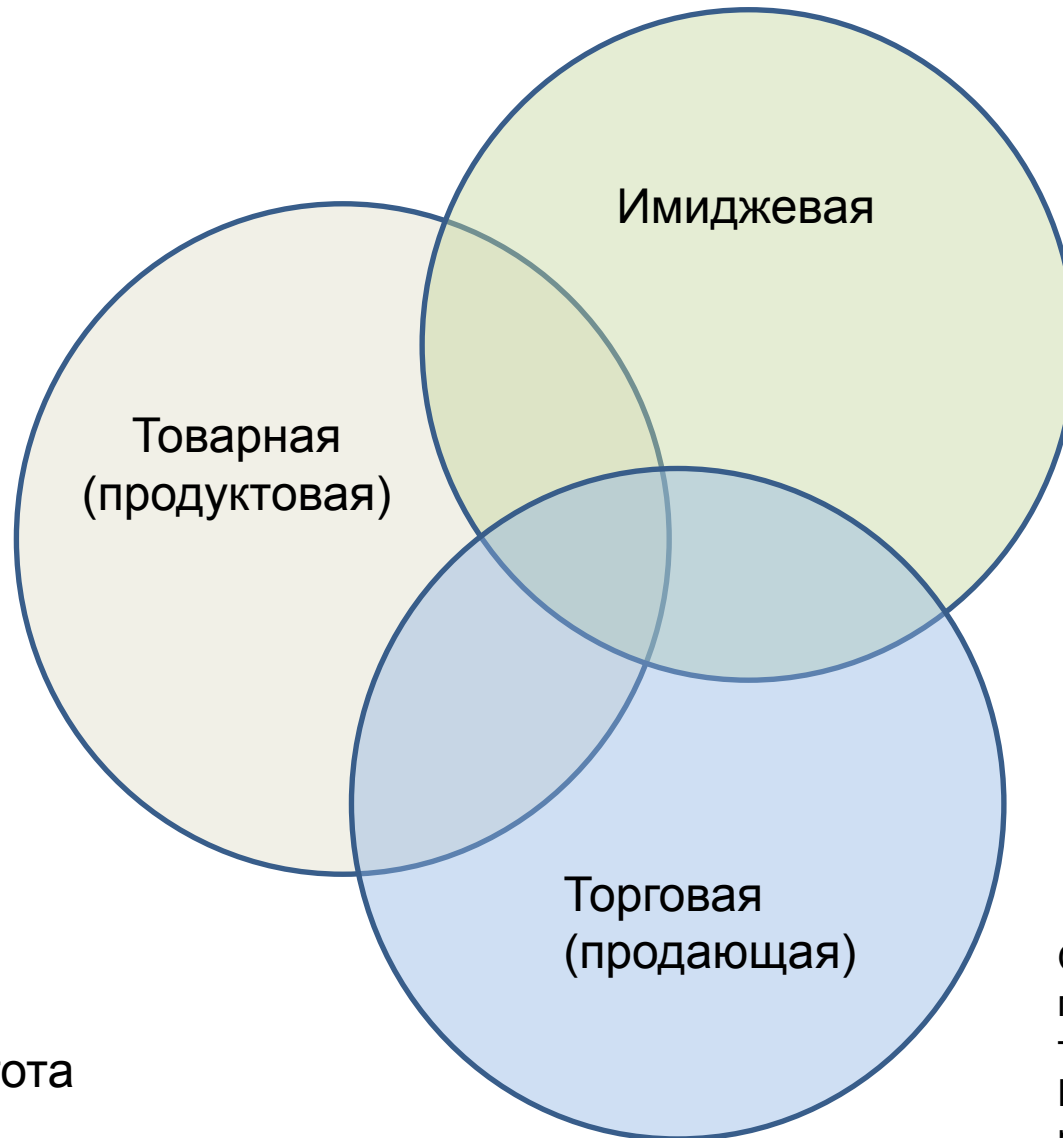
Направлена на создание
благоприятного имиджа.
Реклама всей компании,
бренда или торговой марки.
«Яндекс. Найдётся всё».
«МТС. На шаг впереди».
«Билайн. Живи на яркой
стороне!»
Охват и частота - Мах

Охват и частота

Предложение к покупке.
Потребитель, выбрал
продукт, но не решил, где
его приобрести дешевле и
удобнее.

Типы рекламных кампаний

Охватить всех, кто в ближайшее время может приобрести предлагаемый продукт
Инструменты: медийная реклама, PR, реклама в играх, вирусная реклама, реклама в социальных сетях

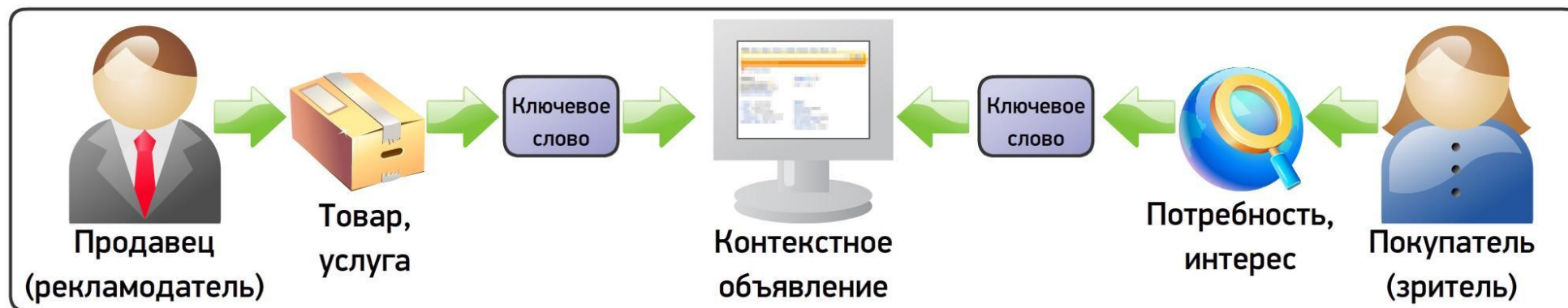


Охватить всех, кто когда-либо может приобрести продукт
Инструменты: медийная реклама, PR, реклама в играх, вирусная реклама

Охватить тех, кто сейчас проявляет интерес к данной тематике
Инструменты: контекстная реклама, оптимизация сайтов для поисковых машин

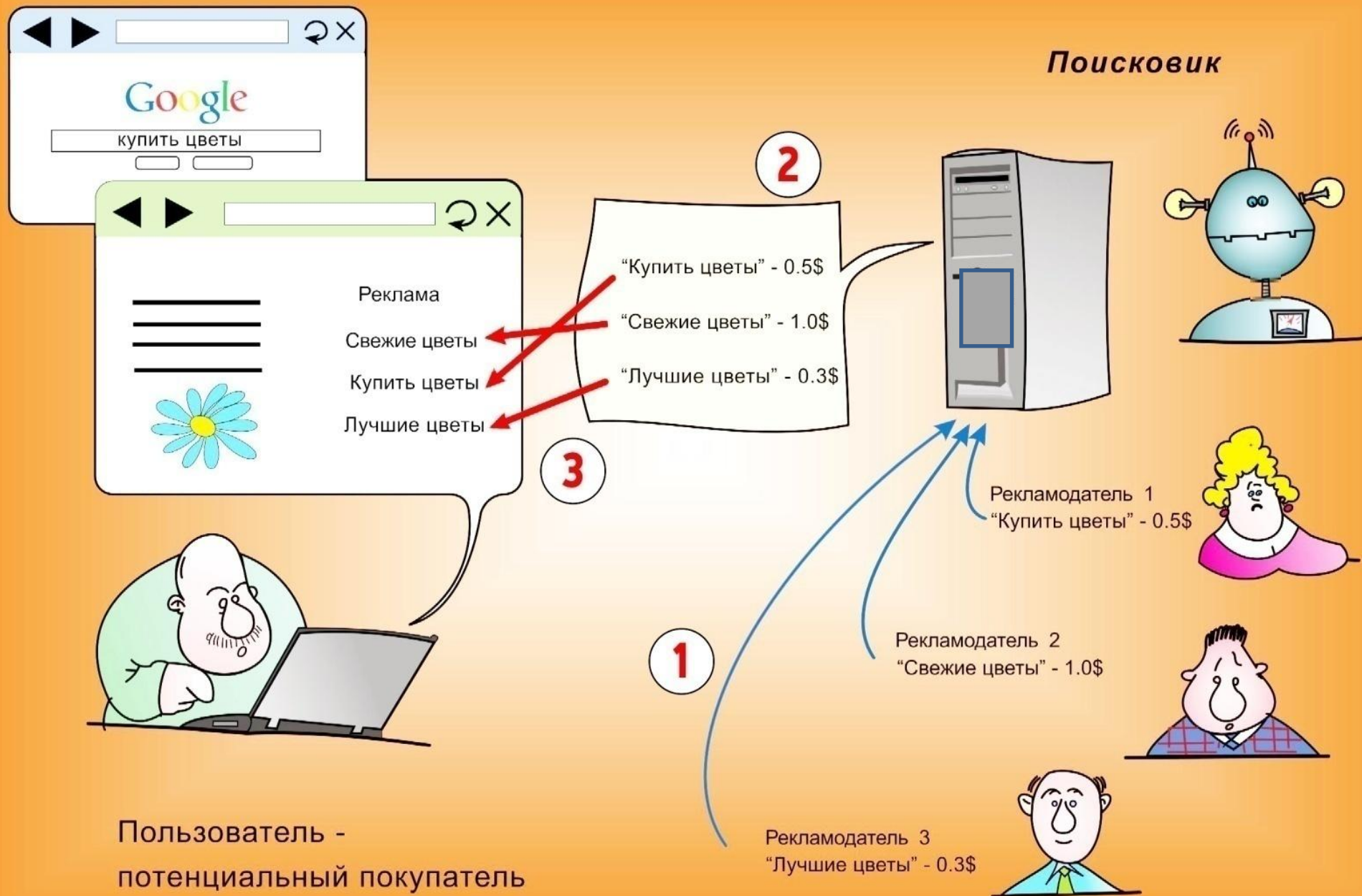
Охват и частота

Принцип работы поисковой контекстной рекламы

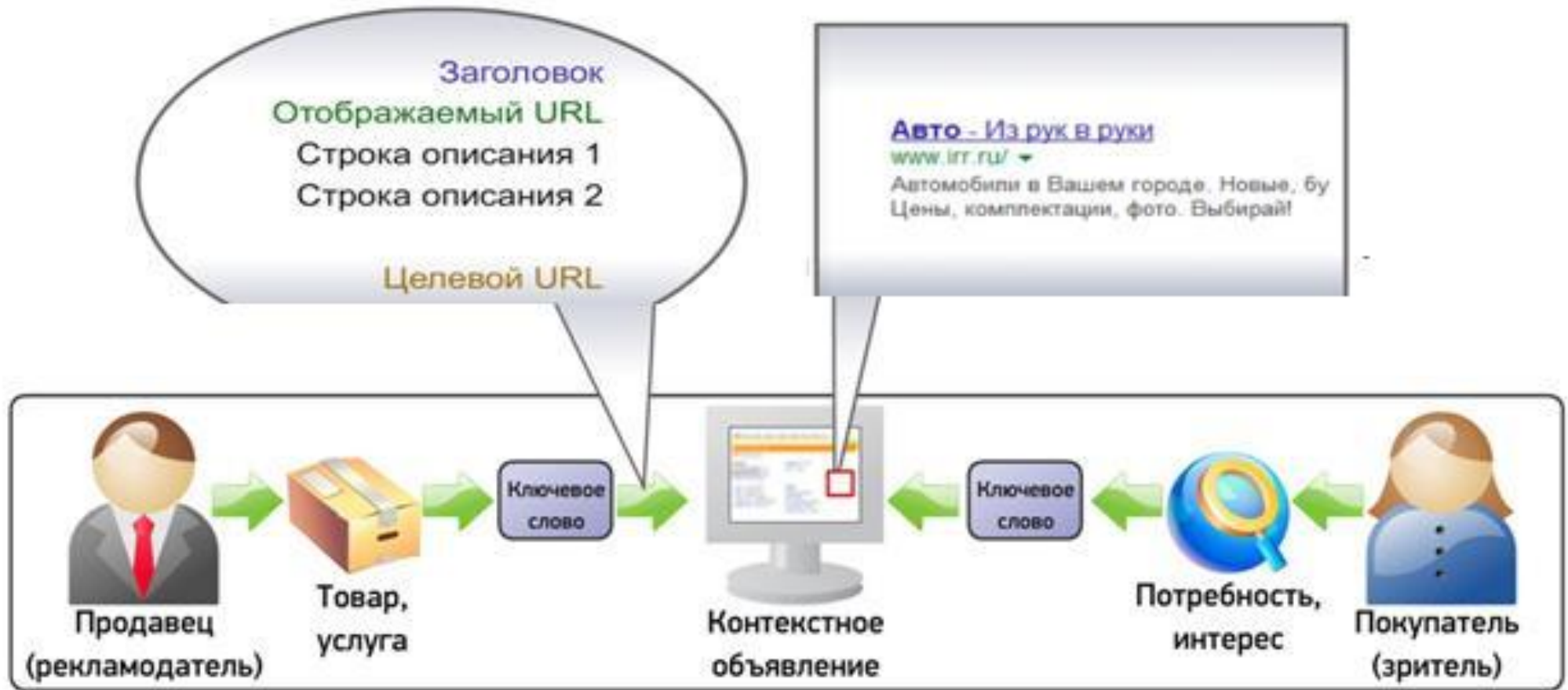


Связь продавца (рекламодателя) и покупателя зрителя осуществляется на базе ключевых слов

Принцип работы поисковой рекламы



Структура рекламной ссылки



Google AdWords and Google AdSense

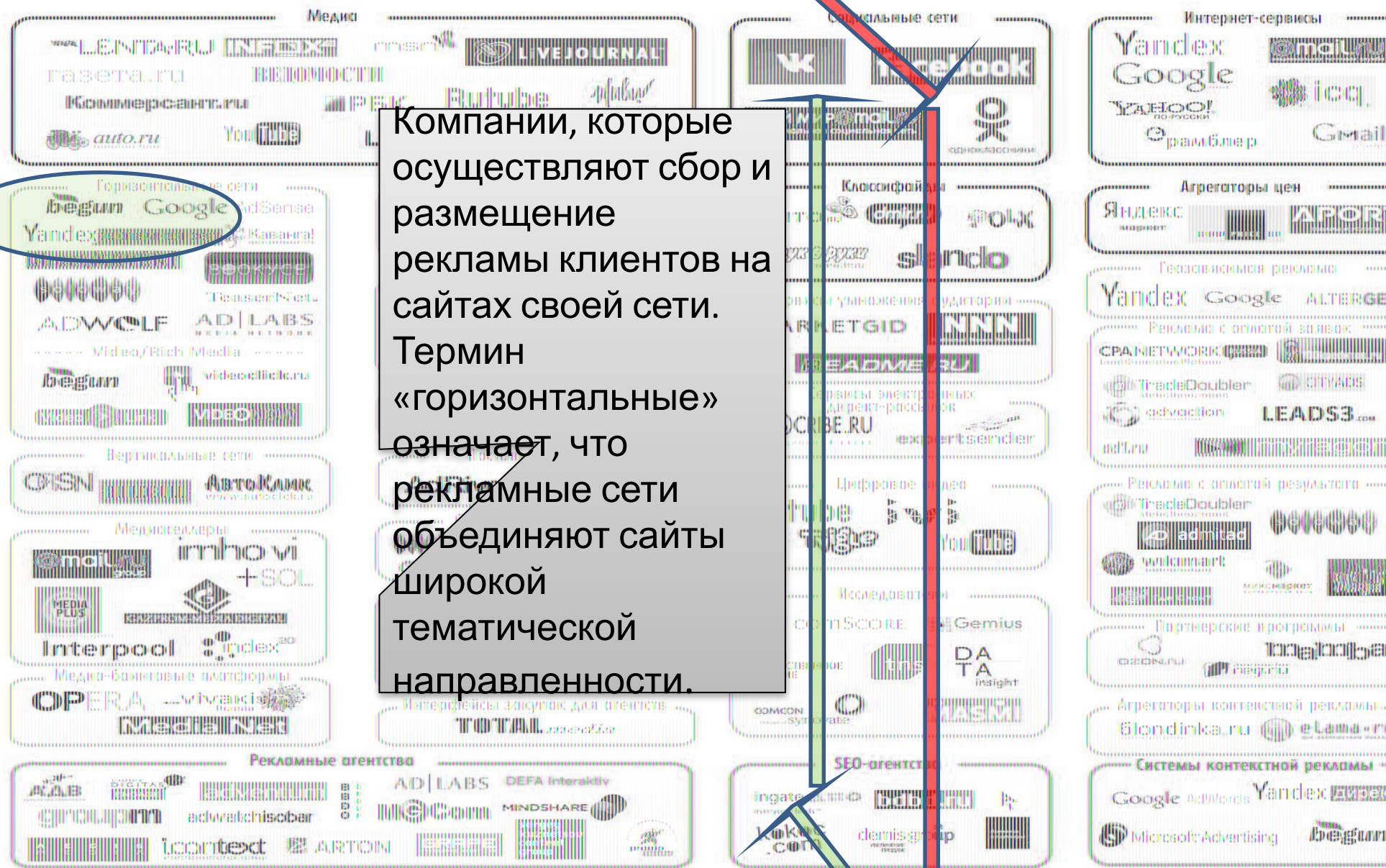


↑
ДЕНЬГИ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

АУДИТОРИЯ

Компании, которые осуществляют сбор и размещение рекламы клиентов на сайтах своей сети. Термин «горизонтальные» означает, что рекламные сети объединяют сайты широкой тематической направленности.

РЕКЛАМОДАТЕЛИ



Медиа

Социальные сети

Интернет-сервисы

Горизонтальные сети

SSP/рекламные биржи

Классифайды

Агрегаторы цен

DSP

Сервисы умножения аудитории

Геозависимая реклама

Вертикальные сети

Платформы управления данными

Сервисы электронных...

Реклама с оплатой заявок

Медиаасемблеи

Компании, которые осуществляют сбор и размещение рекламы клиентов на сайтах своей сети. Термин «вертикальные» означает, что рекламные сети объединяют сайты узкой тематики.

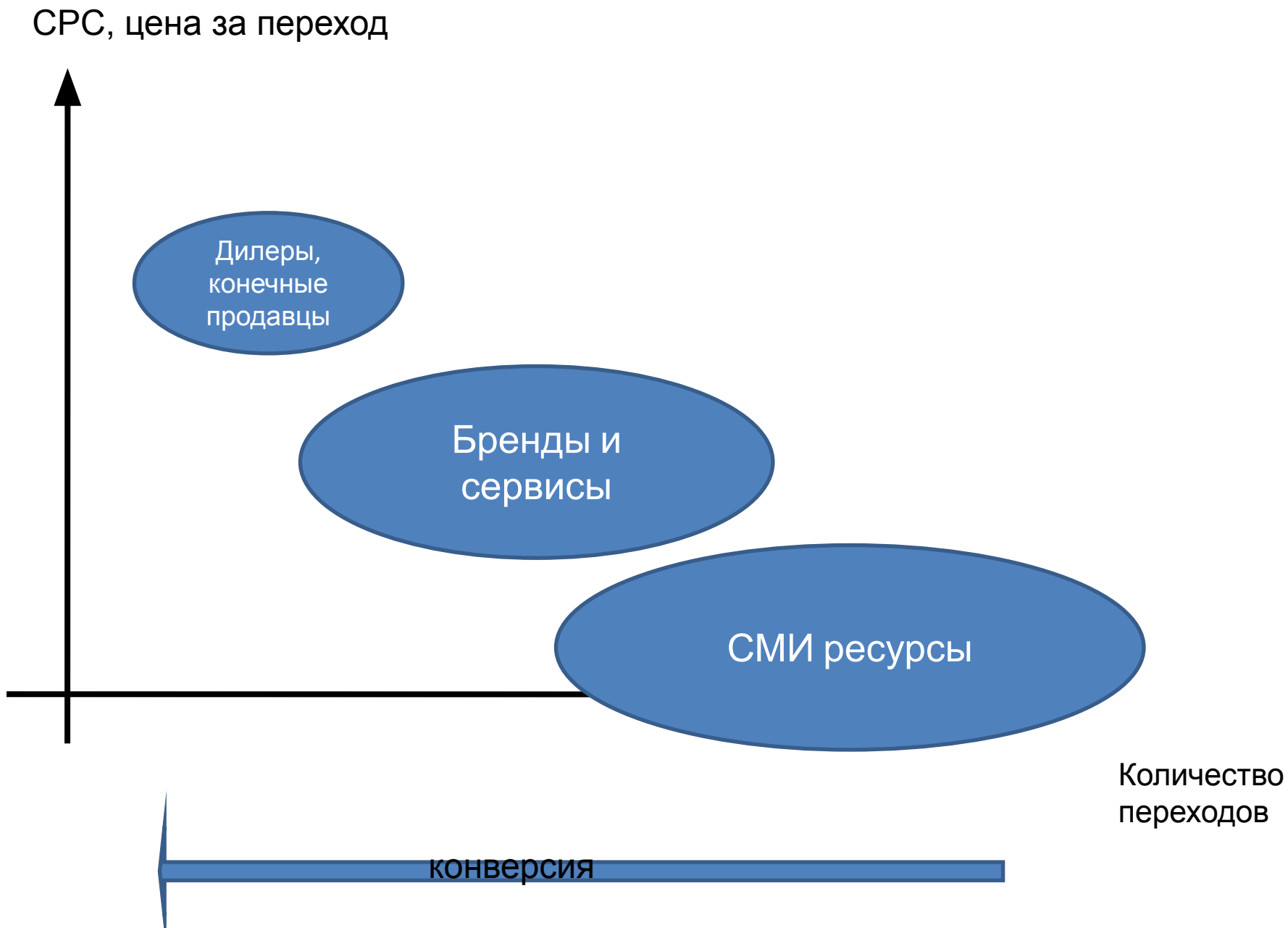
Медиа-банковские платформы

Рекламные платформы

Сервисы электронных...

Реклама с оплатой результата

Диапазоны стоимости переходов



Экосистема интерактивной рекламы



Надстройки, предоставляющие дополнительные услуги при заведении, управлении и анализе контекстных рекламных кампаний и обеспечивающие экономию ресурсов за счет эффекта единого окна закупки и размещения

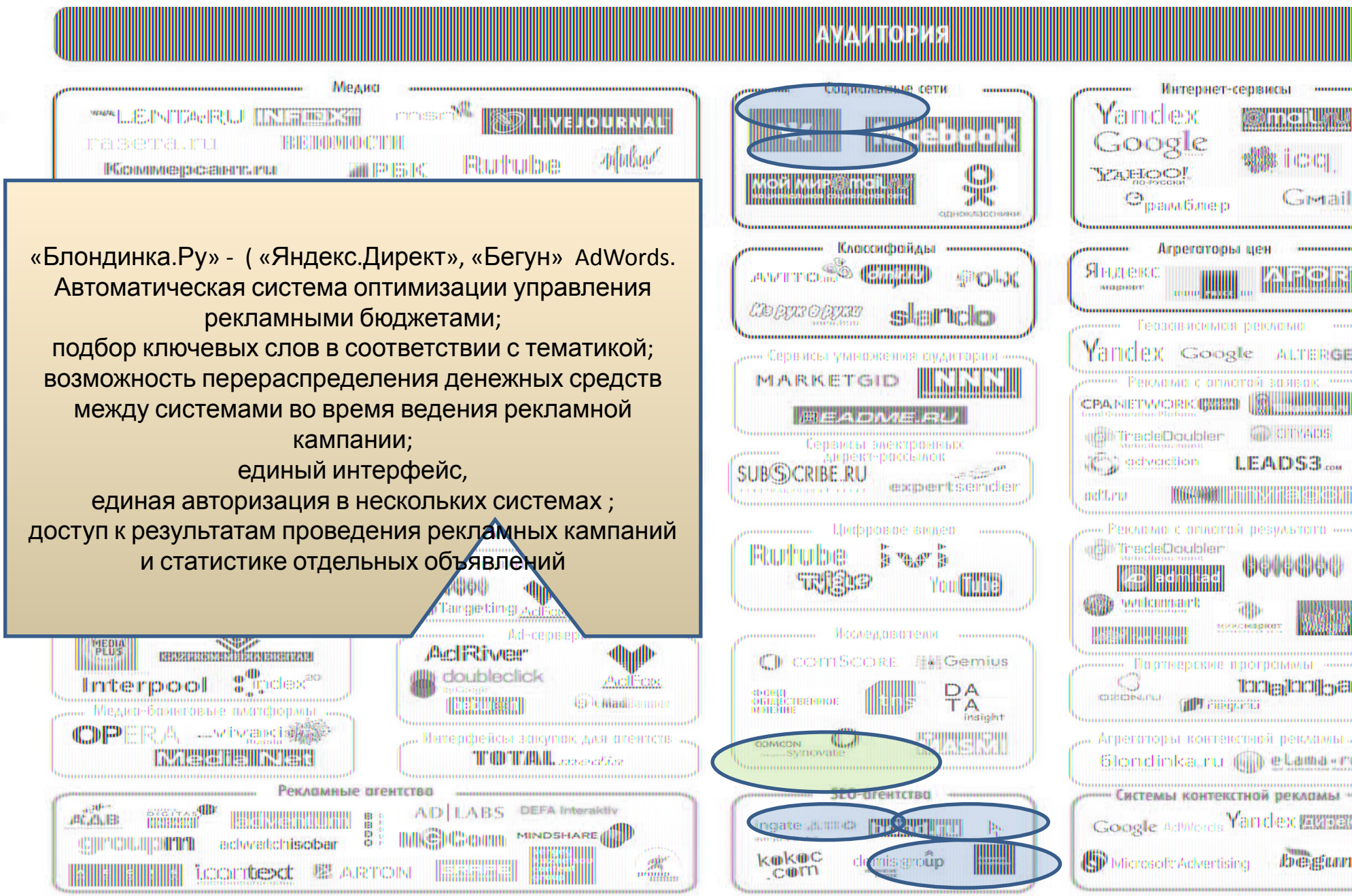
Деньги рекламодателей

АУДИТОРИЯ

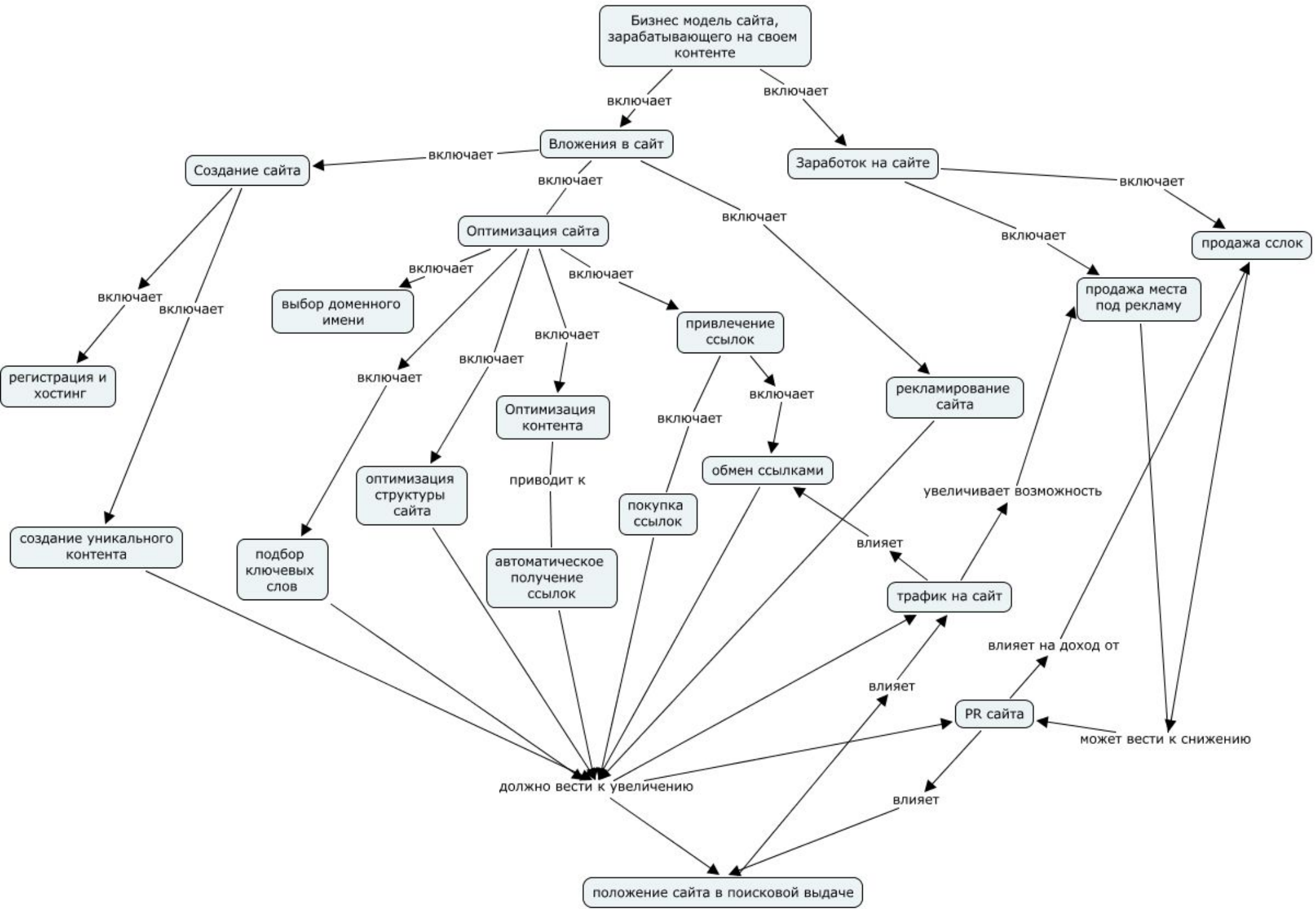
РЕКЛАМОДАТЕЛИ

Экосистема интерактивной рекламы

Деньги рекламодателей



Бизнес модель сайта зарабатывающего на своем контенте



Примеры размещения рекламы

Контекстная реклама от Яндекса

Контекстная реклама Google

Баннерная реклама

The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying "Аквaпарк. Московские аквапарки Москвы.". The page content includes a navigation menu on the left with categories like "Гос. организации", "Медицина", "Еда", "Культура и развлечения", "Финансы", "Туризм", and "Образование". A search bar is present with the query "аквапарки".

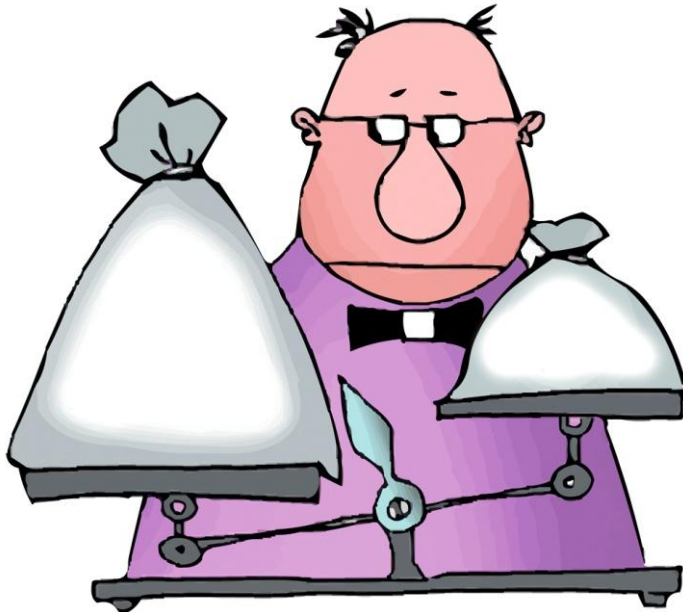
Key advertisements and search results are highlighted:

- Яндекс.Директ:** A search result for "Ищете электронный атлас Москвы?" with a link to pixel.everesttech.net.
- Справочник улиц Москвы:** A search result for "Справочник улиц Москвы" with a link to mars.2gis.ru.
- Автомобильная карта Петербурга:** A search result for "Автомобильная карта Петербурга" with a link to spbdrive.ru.
- Аквaпарк со скидкой 70%:** A banner advertisement for "Аквaпарк со скидкой 70%" with the text "Покупай билеты в аквапарк. Зарегистрируйся и получи скидку!" and a link to www.biglion.ru.
- trip.ru:** A banner advertisement for "trip.ru" with the text "Летай дешевле!" and a "Искать" button.
- Search Results:** A list of search results for "аквапарки" in various regions, including "аквапарки в ЗЕЛАО", "аквапарки в ЦАО", "аквапарки в ЮАО", "аквапарки в ЮЗАО", "аквапарки в ЗАО", "аквапарки в ЮВАО", "аквапарки в СВАО", "аквапарки в САО", "аквапарки в ВАО", "аквапарки в СВАО", "аквапарки в НАО", and "аквапарки в ТАО".

PPC или SEO ?

- Позволяет быстро получить результат
- URL не имеет значения
- Легко измеряемый способ

- Более дешевый способ
- Повышение трафика достигается за счет повышения доверия, это накапливаемый ресурс, который работает на перспективу.



PPC

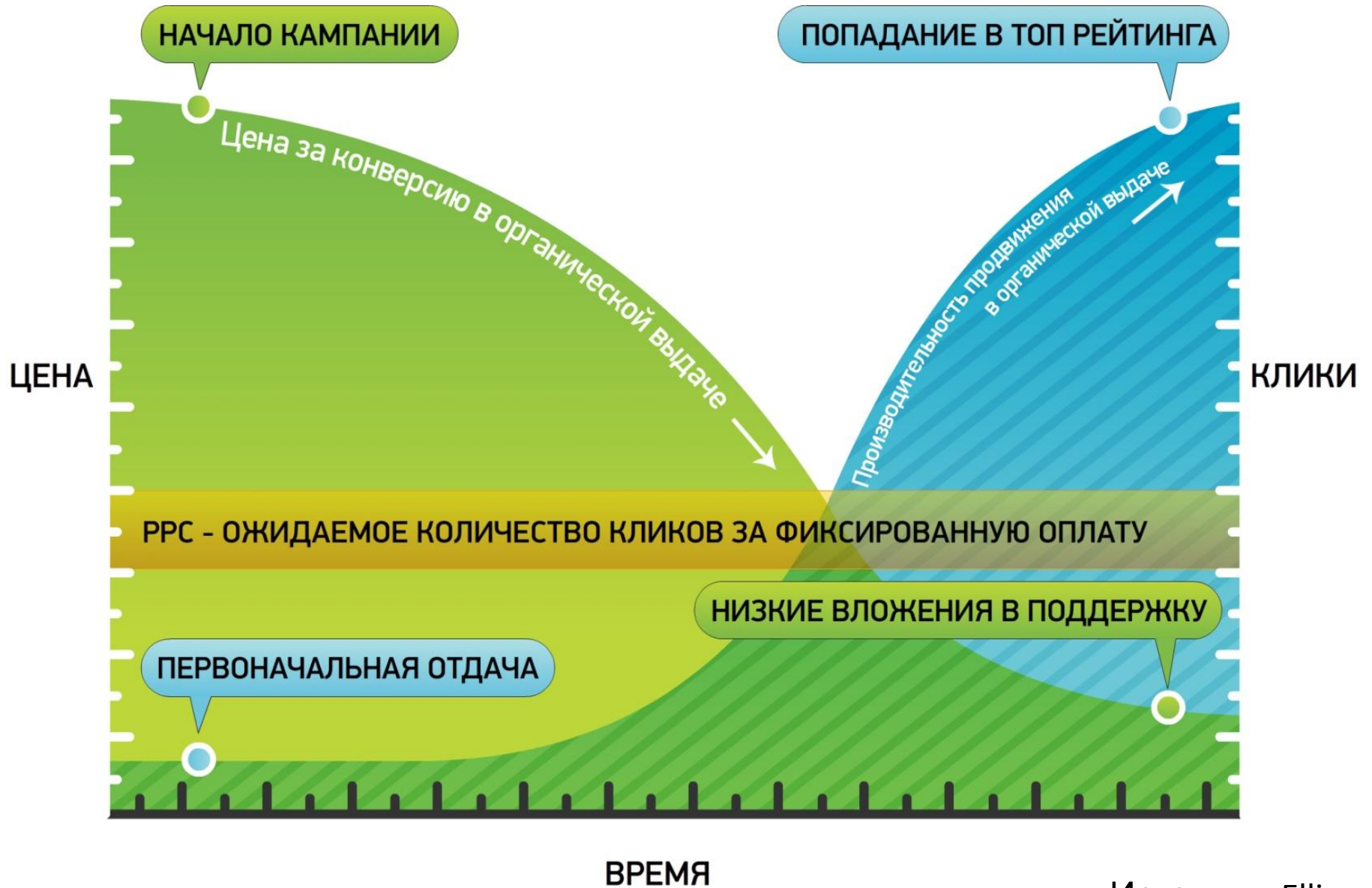


SEO

- Требуется непрерывающихся вложений
- Пользователи меньше доверяют проплаченным рекламным ссылкам

- Результат достигается не сразу, а по истечении нескольких месяцев.
- Требуется качественный сайт
- Труднее посчитать эффективность от вложений
- Алгоритм поисковика меняется

SEO или PPC?



SEO и PPC

