



ПРОДВИЖЕНИЕ В ИНТЕРНЕТЕ РЕКЛАМА



Реклама в Интернете

Реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке

Особенности рекламы в Интернете

- Большая часть рекламы в Интернете - платная
- Для большей эффективности реклама должна куда-то вести пользователя (на сайт, на Landing Page, в группу социальной сети, др.)
- Реклама в Интернете действует - пока идет рекламная кампания (в отличие от SEO, например)
- Реклама - один из самых разнообразных по формату способов продвижения



Реклама в Интернете может быть представлена в виде

- Текста
- Изображения (фотографии, картинки)
- Видео
- Аудио
- Микса между несколькими видами

По способу оплаты реклама бывает

- С оплатой за показы (например, 1 000 показов)
- С оплатой за клики (переходы)
- С оплатой за действие (например, регистрация)
- С оплатой за время размещения (на месяц)
- Единоразовая оплата
- Бартерная реклама (обмен трафиком)



КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА



Контекстная реклама - это реклама, содержание которой зависит от интересов пользователя

Контекстная реклама бывает

- Поисковая
- Тематическая

Поисковая контекстная реклама - реклама, которая показывается в результатах выдачи поисковых систем. Обязательное условие показа – наличие в явной форме поискового запроса, заданного пользователем.

Тематическая контекстная реклама показывается в рекламных сетях, если тематика рекламы соответствует интересам пользователя. Такая реклама показывается как дополнительная информация к содержанию страниц, которые просматривает пользователь.

Яндекс.Директ - размещение поисковой и тематической контекстной рекламы на страницах поисковой выдачи «Яндекс» и рекламной сети «Яндекс»

Google Adwords - размещение поисковой и тематической контекстной рекламы на страницах поисковой выдачи и рекламной сети Google, а также Gmail, Youtube



Особенности контекстной рекламы

- + Показывается заинтересованным пользователям
- + Дает быстрый результат (например, продажи)
- + Рекламодатель сам решает, сколько платить за один переход
- + Широкий набор настроек рекламы: можно задать время, регион показа и др.
- Реклама размещается с оплатой за клики (без гарантии продаж)

Рекламные объявления во всех системах КР похожи и имеют лишь небольшие различия

Рассмотрим Яндекс.Директ. Рекламное объявление в Директе состоит из:

- заголовка (до 33 символов, включая пробелы и знаки препинания)
- собственно текста (до 75 символов, включая пробелы и знаки препинания)
- ссылки на сайт (адрес страницы на сайте, содержащей рекламное предложение) и/или контактных данных



Ретаргетинг и агрегаторы

Ретаргетинг - технология показа рекламных объявлений, позволяющая еще раз обратиться к аудитории, уже посетившей сайт в прошлом

Сайт-агрегатор - сайт, объединяющий данные из нескольких источников в один, с единым пользовательским интерфейсом (Яндекс.Маркет, Товары@Mail.ru, Price.ru, др.)

Варианты оплаты

- За клики
- За сделанные на агрегаторе заказы (например, процент от суммы заказа)
- Оплата по дням



ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА



Таргетированная реклама - это реклама, которая демонстрируется только тем пользователям, которые соответствуют определенному набору требований, заданному рекламодателем

Особенности таргетированной рекламы

- + Широкий набор способов таргетирования
- + Доступ к узким аудиториям по различным критериям
- + Рекламодатель сам решает, сколько платить за рекламу
- Показывается не всегда заинтересованным пользователям
- Реклама размещается с оплатой за клики либо за показы (без гарантии продаж)

Распространена там, где пользователь указывает свои данные: vk, facebook, instagram, myTarget - рекламная платформа Mail.Ru Group, которая объединяет все крупнейшие в России и СНГ социальные сети и сервисы с общим охватом более 140 млн. человек



МЕДИЙНАЯ РЕКЛАМА



Медийная реклама - под термином зачастую понимается реклама, которая содержит визуальные и звуковые элементы (статичные или динамичные баннеры, брендрование, текстово-графические блоки, видеоролики, аудиоролики и др.)

Особенности медийной рекламы

- + Повышает узнаваемость рекламодателя, формирует положительный имидж
- + Отлично привлекает внимание
- + Может быть просто медийной, контекстной или таргетированной с особенностями каждого вида
- Наиболее затратная, в сравнении с другими рекламными возможностями (предполагает создание рекламного контента и размещение на площадках)
- Баннерная слепота - игнорирование посетителями блоков, содержащих рекламу



Видеореклама

Своего рода разновидность медийной рекламы. Наиболее перспективный вид по темпам роста

Может размещаться

1. На сайтах без видеоконтента (рекламные ролики прямо в тексте)
2. На сайтах с видеоконтентом, например
 - Пре-ролл - рекламное видео, показ которого предшествует просмотру пользователем желаемого контента
 - Мид-ролл – рекламное видео, которое демонстрируется в середине просматриваемого контента
 - Пост-ролл - рекламное видео, которое демонстрируется в конце просматриваемого контента
 - Оверлей - баннер, расположенный в нижней части окна проигрывателя, который демонстрируется во время просмотра видео



CTR (показатель кликабельности)

Важным показателем эффективности любой рекламы/рекламной кампании является CTR

CTR (от англ. *click-through rate*, показатель кликабельности) - отношение числа кликов на рекламное объявление к числу показов, измеряемое в процентах

Формула CTR

$CTR = (\text{количество кликов} / \text{количество показов}) * 100\%$

Варианты работы с рекламой в Интернете

- Самостоятельно через кабинет рекламодателя
- Через сервисы автоматизации и управления
- Найм сотрудников/фрилансеров (директолог, менеджер по контекстной рекламе, таргетолог, др.)
- Через специализированное агентство



Перед началом работ желательно создать медиаплан



Вопрос для самоконтроля

Выделите плюсы и минусы контекстной рекламы, таргетированной рекламы и медийной рекламы