

# Особенности бизнес-моделей интернет-СМИ

Основные понятия

# Маркетинг (ПРОДВИЖЕНИЕ)

- **Что вы в итоге хотите получить?**
- Войти в топ-10 по определенным запросам
- Увеличить посещаемость в 2 раза
- Довести количество посещаемости в сутки до 5 000...

# Маркетинг

- ... **Какие основные методы могут оказать помощь в развитии нашего интернет-СМИ?**
- Рекламная (комплексная маркетинговая кампания)
- Рекламные сети и баннерный обмен
- Поисковые системы
- Блоги и форумы
- E-mail
- SMM-маркетинг
- Вирусный маркетинг, партизанский маркетинг
- SEO-копирайтинг

# Экономика (бизнес-модели)

- Главная (классическая) бизнес-возможность интернет-СМИ – накопление аудитории и продажа ее кому-нибудь – **НЕ ТОЛЬКО РЕКЛАМОДАТЕЛЮ!**

# Бизнес-модели интернет-СМИ

Реклама +

- Особенности рекламы в интернете:  
разные виды, таргетинг, анализ  
результатов (*анализ статистики  
посещений , тИЦ*)

# Преимущества и недостатки рекламы в интернете

## Преимущества:

1. Возможность максимального таргетирования рекламного объявления

**Таргетинг** (англ.target – цель) – рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (целевую аудиторию), и показать рекламу именно ей.

## **2. Высокая оперативность**

### **3. Стоимость рекламы**

(изготовление баннера < 100 \$;

1 000 контактов с целевой аудиторией –  
5 – 10 \$)

**4. Объем рекламной информации и общей информации о предлагаемом товаре или услуге практически не ограничен**

**5. Возможности точности подсчета  
эффективности рекламного  
обращения (переходов, конверсии и  
т.д.)**

- **Недостатки:**

1. **Сравнительно небольшой охват аудитории**

# Бизнес-модели интернет-СМИ

Реклама:

медийная реклама

# Бизнес-модели интернет-СМИ

Реклама:

медийная реклама:

**баннеры** – небольшие статические или динамические изображения с гиперлинками + flash-баннеры

- Приняты несколько стандартных размеров баннеров – *размеры указываются в пикселях (точках экранного изображения):*
- *468x60; 600x90; 1024x768; 100x100 и т. д.*

- **Несколько моделей оплаты баннерной рекламы:**
- За 1000 показов баннеров рекламодателя
- За клик мышью по баннеру, с последующим переходом посетителя на рекламируемый сайт

# Крупнейшие баннерные сети

- ***Land Banner Network*** (LBN, [www.lbn.ru](http://www.lbn.ru)). Ежедневно в сети показывается более 10 миллионов баннеров 468×60 и около 9 миллионов баннеров 100×100. Модель расчетов с рекламодателями — за тысячу показов. Работает под управлением системы **Rotabanner** (Ротабаннер, [www.rotabanner.com](http://www.rotabanner.com)).

- ***The Banner Network*** (TBN, [www.tbn.ru](http://www.tbn.ru)).  
Разбита на несколько тематических мелких сетей (Business, Strict, Entertainment, General и т.п.). Суммарный ежедневный объем показов баннеров 468×60 во всех этих подсетях — 12,5 миллионов показов. Модель расчетов с рекламодателями — за тысячу показов. Сеть работает под управлением системы **BannerBank** (БаннерБанк, [www.bannerbank.ru](http://www.bannerbank.ru)).

- **List Banner Exchange** (LBE, [www.lbe.ru](http://www.lbe.ru)) (LBE, [www.lbe.ru](http://www.lbe.ru)). Некогда одна из крупнейших, сегодня эта сеть значительно ослабила свои позиции. Суточный объем показов баннеров 468×60 — около 4 миллионов. Модель расчетов с рекламодателями — за тысячу показов. Работает под управлением системы RotaBanner (РотаБаннер, <http://www.rotabanner.ru>).

- **AdNet** (АдНэт, [www.adnet.ru](http://www.adnet.ru)).  
Относительно недавно появившаяся сеть с оплатой сайтам-участникам. Ежедневный объем показов — порядка 4 миллионов баннеров 468×60. Модель расчетов с рекламодателями — за тысячу показов. Работает под управлением системы **RotaBanner** (РотаБаннер, [www.rotabanner.ru](http://www.rotabanner.ru)).

- **ClickSale** (КликСэйл, [www.clicksale.ru](http://www.clicksale.ru))  
(КликСэйл, [www.clicksale.ru](http://www.clicksale.ru)).  
Крупнейшая в Рунете сеть,  
использующая модель оплаты за клики.  
Ежедневно в сети происходит более  
двух тысяч кликов по баннерам  
рекламодателей. Работает под  
управлением системы AdRiver  
(АдРивер, [www.adriver.ru](http://www.adriver.ru)).

- **При выборе для размещения баннерной рекламы учитывают:**
  1. Качественный состав сайтов-участников, на которых будет показываться реклама
  2. Количественные показатели общей статистики сети, обеспечивает ли сеть охват широкой аудитории

3. Возможности настроек рекламной кампании, заложенные в систему управления («движок»), на которой работает сеть
4. Цена (за 1000 показов или за клик)

# Бизнес-модели интернет-СМИ

Реклама:

медийная реклама:

баннеры – небольшие статические или динамические изображения с гиперлинками + flash-баннеры +

контекстная реклама – окна с текстом и гиперлинками, которые размещаются на интернет-странице с соответствующим контентом, запросом

# Бизнес-модели интернет-СМИ

Реклама:

нативная реклама (нативная форма рекламы, естественная реклама):  
полезный контент, предлагающий  
решить практические задачи,  
обеспечить персональные потребности

# Бизнес-модели интернет-СМИ

Реклама:

Rich-media – интеграция анимации и движущегося изображения – *не имеют фиксированных размеров и демонстрируются поверх основного содержимого страницы сайта*

Pop-up – всплывающие окна над просматриваемой стр.; Pop-under – под ней

# Бизнес-модели интернет-СМИ

- Текстовая реклама
- Реклама в электронных рассылках

# Бизнес-модели интернет СММИ

- **Рекламная мимикрия** – маскировка одних рекламных объектов и явлений под другие:
- Привлечение внимания к сообщению и товару (услуге) обманным путем
- Паразитирование одной марки на другой
- Вовлечение потребителя в игру
- Выход «запрещенного» товара на рынок

# Бизнес-модели интернет-СМИ

Реклама

+ платные сервисы

# Бизнес-модели интернет-СМИ

Реклама

+ платные сервисы

+ продажа клиентских баз данных

# Бизнес-модели интернет-СМИ

## Реклама

- + платные сервисы
- + продажа клиентских баз данных
- + доходы от продажи содержания

# Бизнес-модели интернет-СМИ

## Реклама

- + платные сервисы
- + продажа клиентских баз данных
- + доходы от продажи содержания
- + конвергенция с мобильными сервисами

# Бизнес-модели интернет-СМИ

## Реклама

- + платные сервисы
- + продажа клиентских баз данных
- + доходы от продажи содержания
- + конвергенция с мобильными сервисами
- + конвергенция с социальными сетями

# Бизнес-модели интернет-СМИ

## Реклама

- + платные сервисы
- + продажа клиентских баз данных
- + доходы от продажи содержания
- + конвергенция с мобильными сервисами
- + конвергенция с социальными сетями
- + конвергенция с консалтинговыми, PR-услугами

# Бизнес-модели интернет-СМИ

## Реклама

- + платные сервисы
- + продажа клиентских баз данных
- + доходы от продажи содержания
- + конвергенция с мобильными сервисами
- + конвергенция с социальными сетями
- + конвергенция с консалтинговыми, PR-услугами
- + продажа ссылок
- + нативная реклама

# Задание на дом

- Главы Александра Амзина Особенности медиапотребления (стр. 86-114) и Бизнес-модели новейших медиа (стр. 116-139) в книге **«Как новые медиа изменили журналистику 2012-2016 гг.»**.