



Постконтекстная реклама

Андрей Себрант

Яндекс, Директор по специальным проектам
Журнал «Интернет-маркетинг», Главный редактор



Конференция
«Управление аудиторией и реклама в Интернете»,
etarget Москва, 22 марта 2007

Декады

Десять лет в интернете – это жизненный цикл?

Это было недавно?..

Есть много легенд про Первый Баннер.
Вот самая распространенная.

1994 год, 25 октября. Сайт hotwired.com
(Сегодня это Wired News - <http://wired.com/>).



468x60, а какой инсайт!....

Первый баннер был частью кроссмедийной кампании:
в основном кампанию *You will* бренд AT&T вел на
телевидении.

...это было давно!

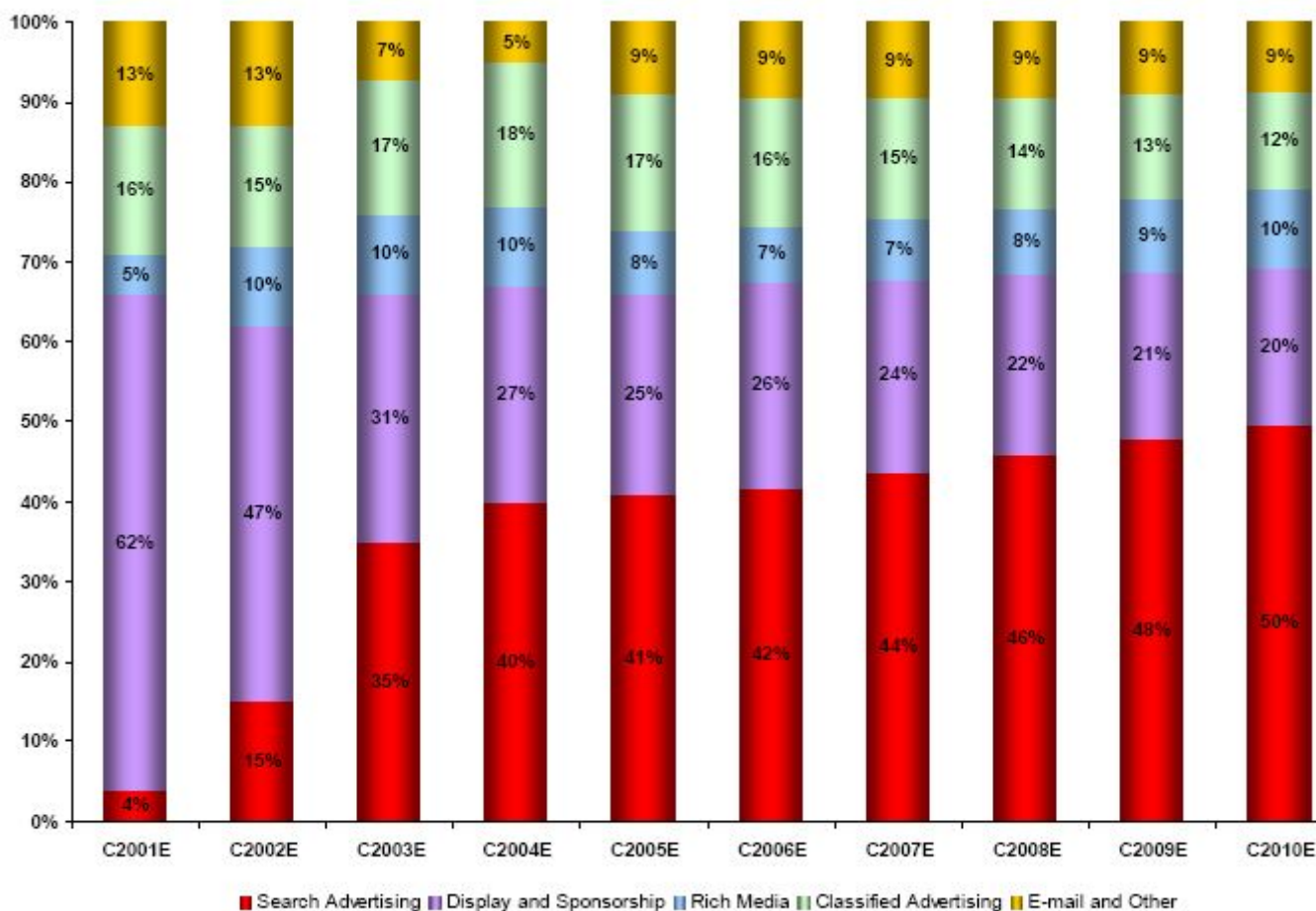
Через 10 лет баннер похоронили.



Декабрь 2004 года, Сан-Франциско

Douglas Weaver,
продавший первый баннер:
"It ain't mourning time,
it's morning time."

США: Динамика структуры рынка



Почта и др.

Объявления

Rich Media

Баннеры

Поиск

Потеря баннерами доли и послужила причиной похорон, возможно, чуть преждевременных. Аналитики не умеют прогнозировать новых революций?



Прогнозы агентства Morgan Stanley для рынка США

Завораживающая картинка роста

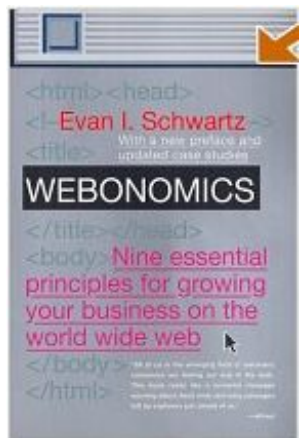


Медийная реклама – по оценке АКАР, контекстная – по согласованной оценке Бегуна и Яндекса

Можно ли при этом перестать думать про завтра только потому, что все так шоколадно сегодня?

Я

1997: Вебономика



Webonomics by Evan I. Schwartz

- Сайты
- Контент
- Информационная супермагистраль
- Баннеры
- Клик
- Интернет-бренды
- CRM
- CPC

2007: Викиномика?



Журнал **The Economist**, 10-16 марта 2007,
Статья **Working the crowd**
начинается словами

«*WIKINOMICS? Crowdsourcing? Mass collaboration?
“Long tail” marketing?...*»

популяризация, конкуренция, синдикация,
порог входа, де-профессионализация, **дивергенция**
потребностей и **стратегий**, лексическая
экспансия, низкочастотники, социальные сети, wiki,
контекстуализация, таргетинг, traffic acquisition,
медийный контекст, охват по теме, **конверсия**,
блоги, не-ПК, database marketing...

Я

Что происходит?

Всего в США на одного пользователя интернета в год приходится **\$94** потраченных рекламодателями на интернет-рекламу.

В Google на пользователя за год - **\$37**

На MySpace – **\$3.95**

На YouTube – **<\$3.00**

При этом MySpace – в десятке самых посещаемых сайтов, с более чем 100 млн. месячной аудитории, проводящей на нем много времени.

Вот только поведение другое... В среде информационной и среде коммуникационной люди ведут себя по-разному и обращаться к ним надо соответственно.

Что такое поведенческий таргетинг?

Не столько слежка за отдельным пользователем, сколько сегментация всех пользователей:

Те пользователи, которые ведут себя близко к некому шаблону, лучше реагируют на такие-то рекламные сообщения.

Database marketing глобального масштаба, в реальном времени, по множеству параметров.

А маркетинг с использованием баз данных требует постоянных экспериментов с тестовыми и обязательно контрольными группами и наработки массы эмпирических правил.

Это еще будет, а пока...

Тенденции контекстной рекламы

Рост рынка

- ❖ Популяризация
 - ❖ Рост числа клиентов
 - ❖ Повышение конкуренции
 - ❖ Де-профессионализация участников
- ❖ Дивергенция потребностей
 - ❖ Продажи
 - ❖ Привлечение трафика
 - ❖ Промоушн

Тенденции контекстной рекламы

Развитие инструмента

❖ Автоматизация

- ❖ Торги
- ❖ Подбор и оптимизация слов
- ❖ Размещение и управление

❖ Поддержка лексической экспансии

- ❖ Общие слова и “широкие” термины
- ❖ Низкочастотные запросы

❖ Расширение сферы применения

- ❖ Развитие и дивергенция стратегий
- ❖ Новые форматы и способы таргетинга

Тенденции контекстной рекламы

Популяризация

- ❖ Рост спроса в существующих сегментах
 - ❖ Дефицит трафика
 - ❖ Рост конкуренции за контакт
 - ❖ Поиск ниш с меньшей конкуренцией
 - ❖ Контентная сеть
 - ❖ Лексическая экспансия
- ❖ Снижение порога входа
 - ❖ Новые – “непрофессиональные” - клиенты
 - ❖ Клиенты из оффлайна
 - ❖ Точка контакта - телефон ?
- ❖ Новые типы клиентов
 - ❖ СМИ
 - ❖ Крупные Бренды
 - ❖ Продавцы вторичного трафика

Тенденции контекстной рекламы

Контекстуализация

- ❖ Рост доли и влияния контентных сетей
 - ❖ Доп. показы = трафик
 - ❖ Увеличение охвата
 - ❖ РСЯ: увеличение “дневного” охвата в 1.5 раза
 - ❖ Доп. виды таргетинга
 - ❖ Поведенческий
 - ❖ По профилю: по интересам
 - ❖ По профилю: соц.-дем.
 - ❖ Временной, сезонный

Что понятно уже сейчас

- ❖ Поисковая и контентная реклама — это **РАЗНЫЕ подвиды** контекстной коммуникации:
 - Разные слова
 - Разные тексты
- ❖ Таргетированная реклама – вообще говоря, отдельный **вид** коммуникации
 - Позволяет решать другие задачи
 - Задействует иные способы воздействия

А еще...

Пользователь все больше привыкает сам рулить, и рулить становится все проще.

Скоро он захочет рулить и рекламой, а местами уже хочет.

Любимое многими слово «издатель» уходит в узенькую пыльную нишу. На смену идет армия тех, кто просто часть времени в сети живет, и жизнь их не сводится к чтению изданий и поиску информации ;)

В России их уже миллионы...



Андрей Себрант

адрес: 111033, Россия, Москва,
ул. Самокатная д.1, стр. 21.
телефон: +7 (495) 739-22-22
факс: +7 (495) 739-23-32

эл. почта: asebrant@yandex-team.ru