Интернет-реклама

Все, что вы хотели узнать, но стеснялись спросить

Александров Кирилл

Руководитель отдела медиапланирования
ООО «Медиа Мир», группа компаний РБК
kalexandrov@rbc.ru

Определение

Что такое «Интернет-реклама»?

Любая реклама, размещенная в сети Интернет.

Все многоообразие рекламных решений с использованием возможностей глобальной сети.

POWERLEXIS

Немного истории

- Год Рождения Интернета - 1969 г.
- Первая Интернет-реклама – СПАМ. Рекламные сообщения, рассылаемые по электронной почте появились в 1971 году.
- Первый баннер – 1994 год. Баннер 468x60 компании AT&T.
- Интернет-реклама в Рунете – 1996 г. Бюджет – 100$. Первый клиент – Intel.

POWERLEXIS

Почему именно Интернет?

Большая гибкость.

Тонкие настройки таргетинга для выделения нужной аудитории.

Низкая стоимость.

Стоимость контакта уже сравнялась с TV.

Простота и прозрачность.

Возможность проследить все действия пользователя.

POWERLEXIS

Невозможное – возможно!

Самое важное свойство интернет-рекламы – ее таргетируемость (направляемость). Мы можем использовать следующие виды настроек:

- Географический таргетинг.
- Временной таргетинг.
- Показ рекламы уникальным пользователям.
- Таргетинг по половой принадлежности, возрасту, имени, увлечению.
- Таргетинг по теме и языковой принадлежности сайта.

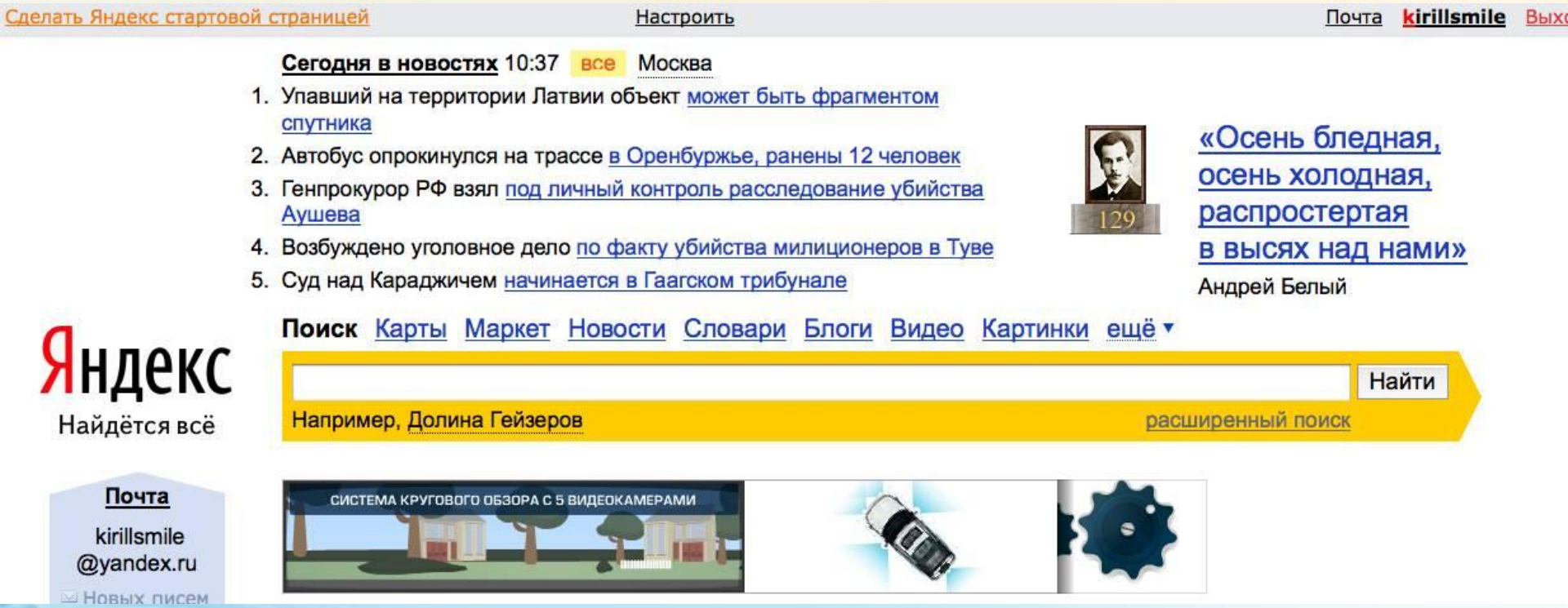
POWERLEXIS

Инструментарий

1. Медийная реклама. Большие и красивые баннеры.

2. Контекстная реклама.. Маленькие, но гордые ссылочки. Поисковая реклама.

Инструментарий: Медийная реклама



Инструментарий: Медийная реклама

Цель: широкий охват аудитории.

Инструменты:

- баннерная реклама (на сайтах и в баннерных сетях);
- mail direct (реклама в почтовых рассылках. Не спам);
- PR (создание и рассылка пресс-релизов, создание конференций, размещенеи интервью, рекламных статей, новостей);
- медийная контекстная реклама;

POWERLEXIS

Инструментарий: Mail direct

Gulf Stream

МВТ 005627
м. Тверская / Маяковская
(495) 699 88 40, 721 17 69
www.gulfstreamtravel.ru

ГДЕ ВСТРЕТИТЬ НОВЫЙ 2010 ГОД

ЕВРОПА - ФИНЛЯНДИЯ!

Саная новогодняя страна от 495 евро

* Волшебство Оленьего парка, Саппа (30.12.09 - 09.01.10)
* В гости к Санта Клаусу, Саппа (26.12.09 - 04.01.10)
* В гости к Санта Клаусу, Саппа (02.01.10- 11.01.10)
* Новогодний круиз на пароме Таллинк Силья Лайн (29.12.09 - 03.01.10)
* Новогодний круиз на пароме Таллинк Силья Лайн (30.12.09 - 04.01.10)
* Новогодний круиз на пароме Таллинк Силья Лайн и отдых в СПА-отеле «Рантасипи Аупанке» (29.12.09 - 05.01.10)
* Новогодний круиз на пароме Викинг Лайн (30.12.09 - 04.01.10)
* Зимняя сказка, Саппа (27.12.09 - 03.01.10)
* Зимняя сказка, Саппа (03.01.10 - 10.01.10)
* Горнолыжный Центр Саппее

ЭКЗОТИЧЕСКИЕ СТРАНЫ

Когда же еще исполнить свою мечту?

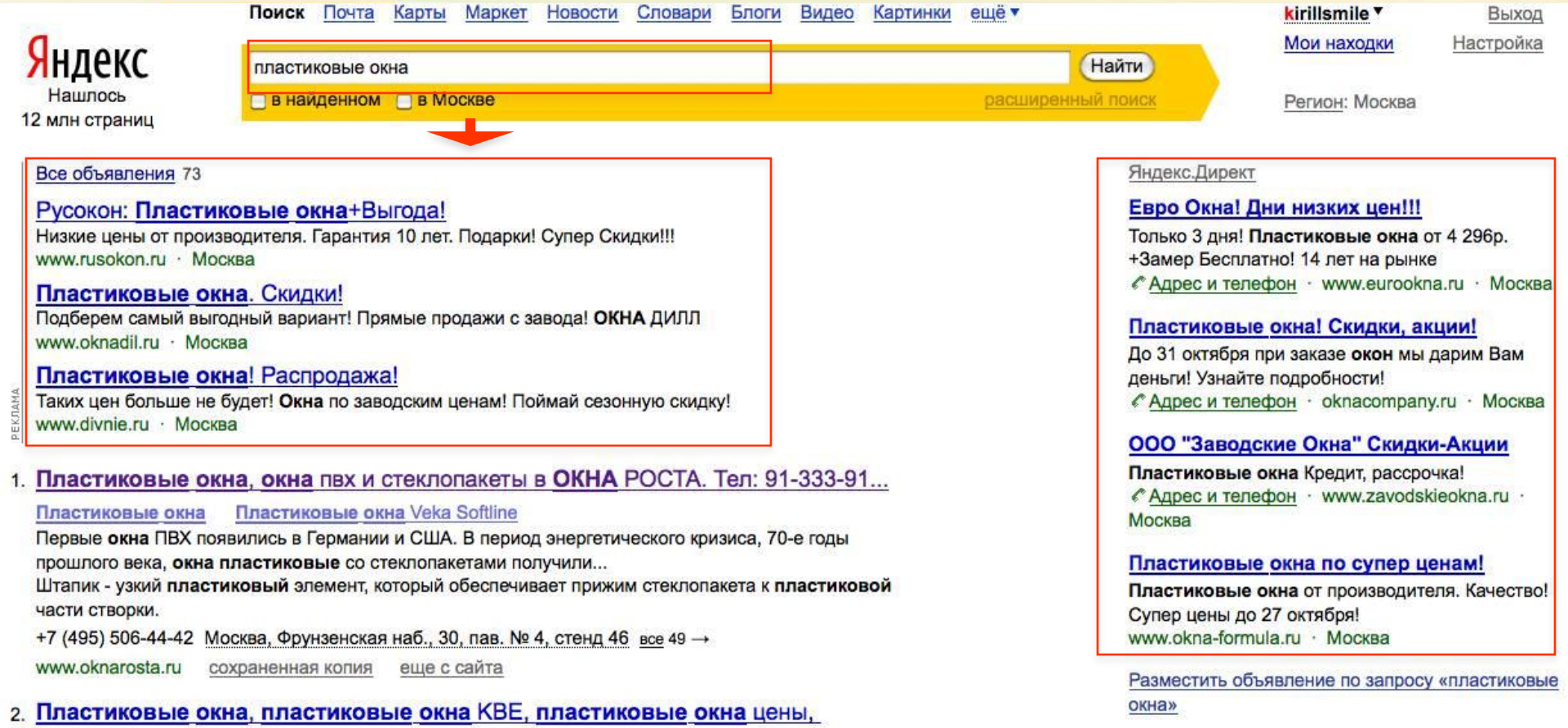
* Австралия (02.01.2010 - 16.01.2010)
* Бразилия (28.12.2009 - 10.01.2010)
* Кения (04.01.2010 - 14.01.2010)

Адресная рассылка
в рубрике
«Отдых за рубежом»

Ctr – 15,8%

SUBSCRIBE.RU
ИНФОРМАЦИОННЫЙ КАНАЛ

Инструментарий: Контекстная реклама



Инструментарий: Контекстная реклама

Цель: продажи.

Клик = почти продажа.

Реклама в Яндекс.Директ. Минимальная ставка за клик $0,01.

Реклама на Google. Минимальная стоимость клика 0,27 руб.

Показатели эффективности

CTR. (click-through rate - процентное соотношение числа нажатий на рекламное объявление.

CTR= количество кликов/количество показов*100%

Конверсия. По своей сути, это число посетителей веб-ресурса, совершивших определенное действие (покупка, заполнение анкеты), а так же её коэффициент (conversion rate, CR).

CR = Конверсия / Число кликов х 100%

Конверсия

1000 человек пришли на сайт

10 из них совершили покупку

Коэффициент конвертации = 10/1000 *100 = **1%**

Нестандартные решения

Конкурсы

Брендирование

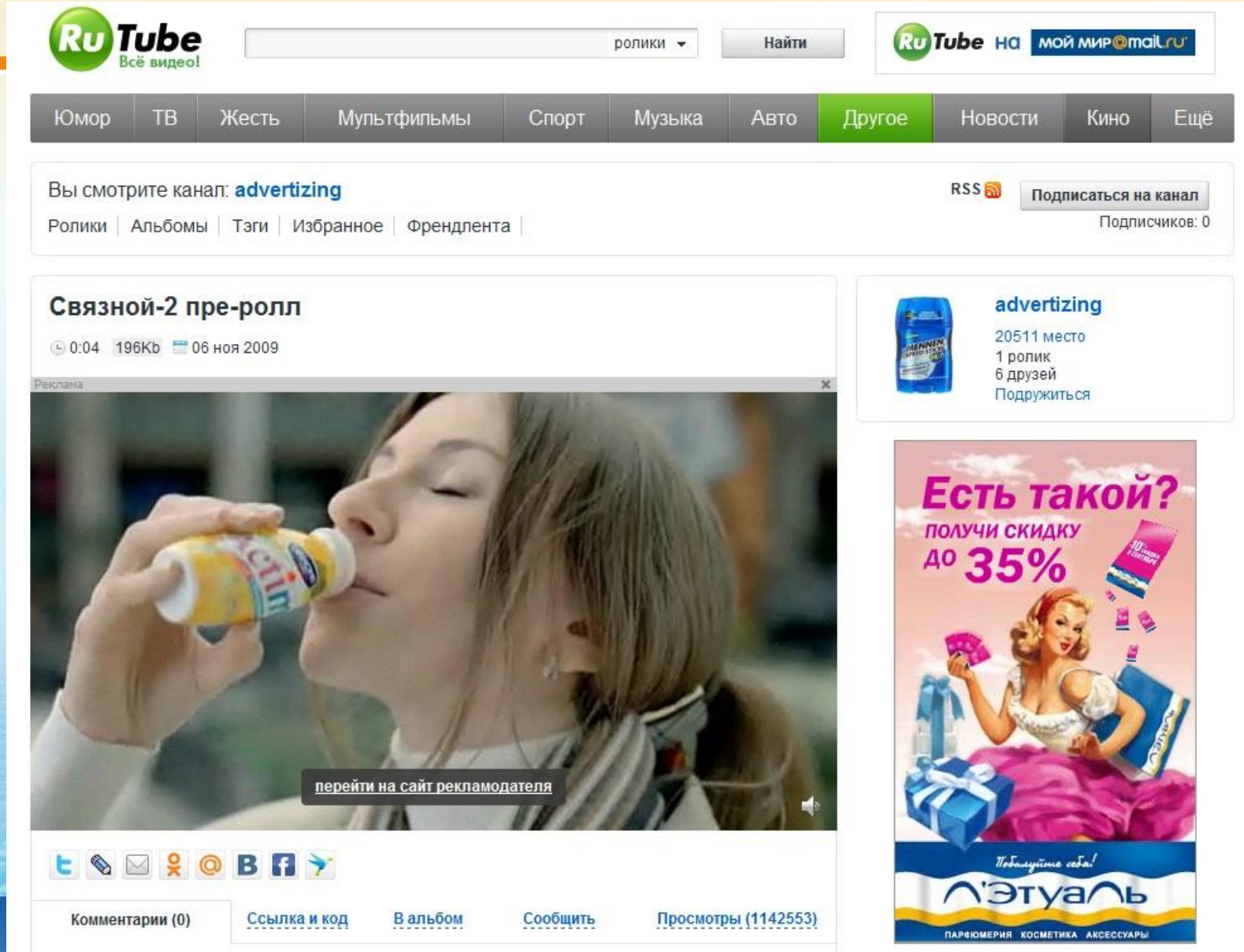
Заказные статьи

Видео-реклама

POWERLEXIS

Нестандартные решения: Видео-баннеры

Нестандартные решения: Видео-реклама



POWERLEXIS

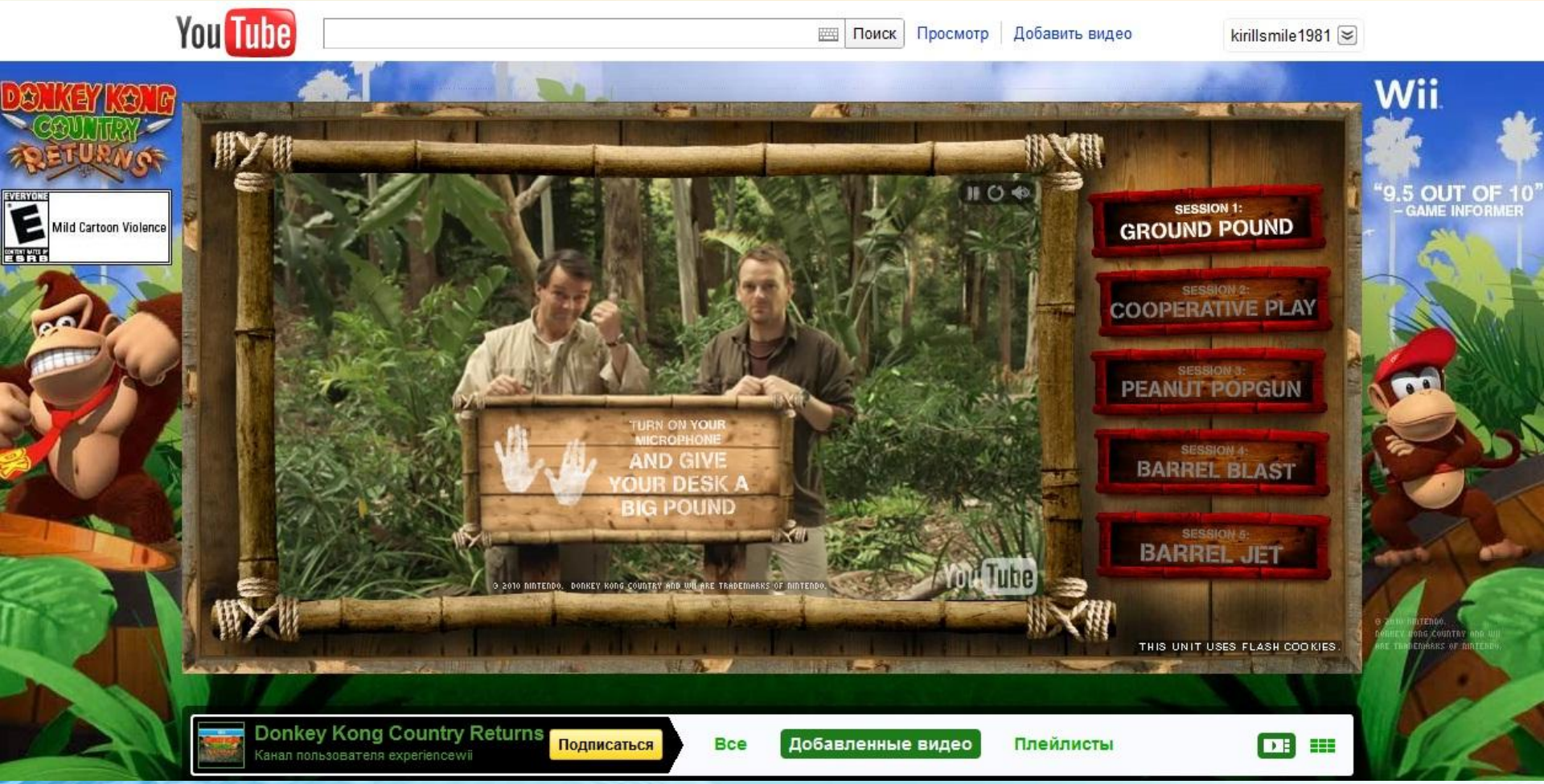
Нестандартные решения: Видео-реклама

Нестандартные решения: Брендирование

Нестандартные решения: Брендирование

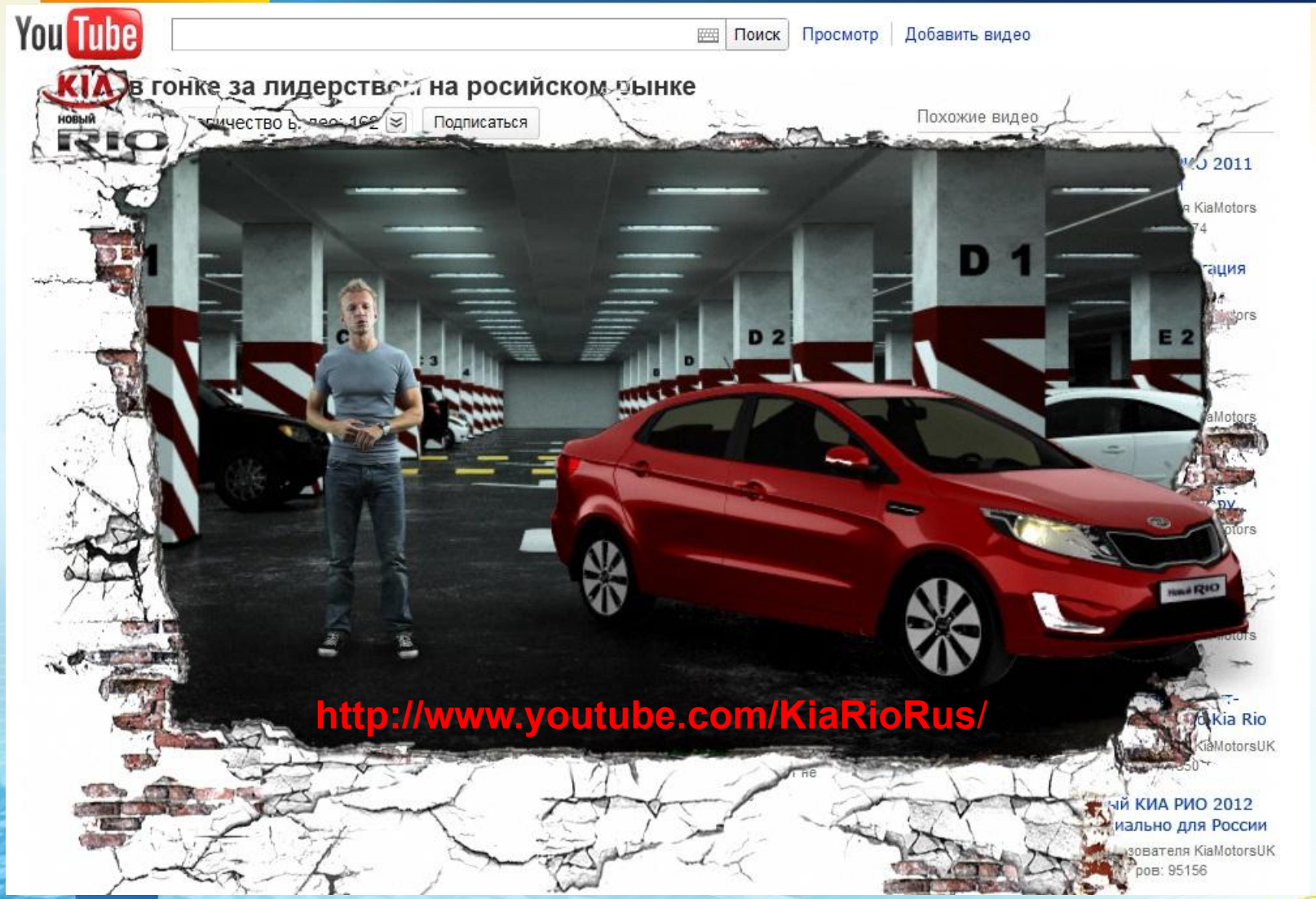
Нестандартные решения: Коммуникация

Нестандартные решения: Коммуникация

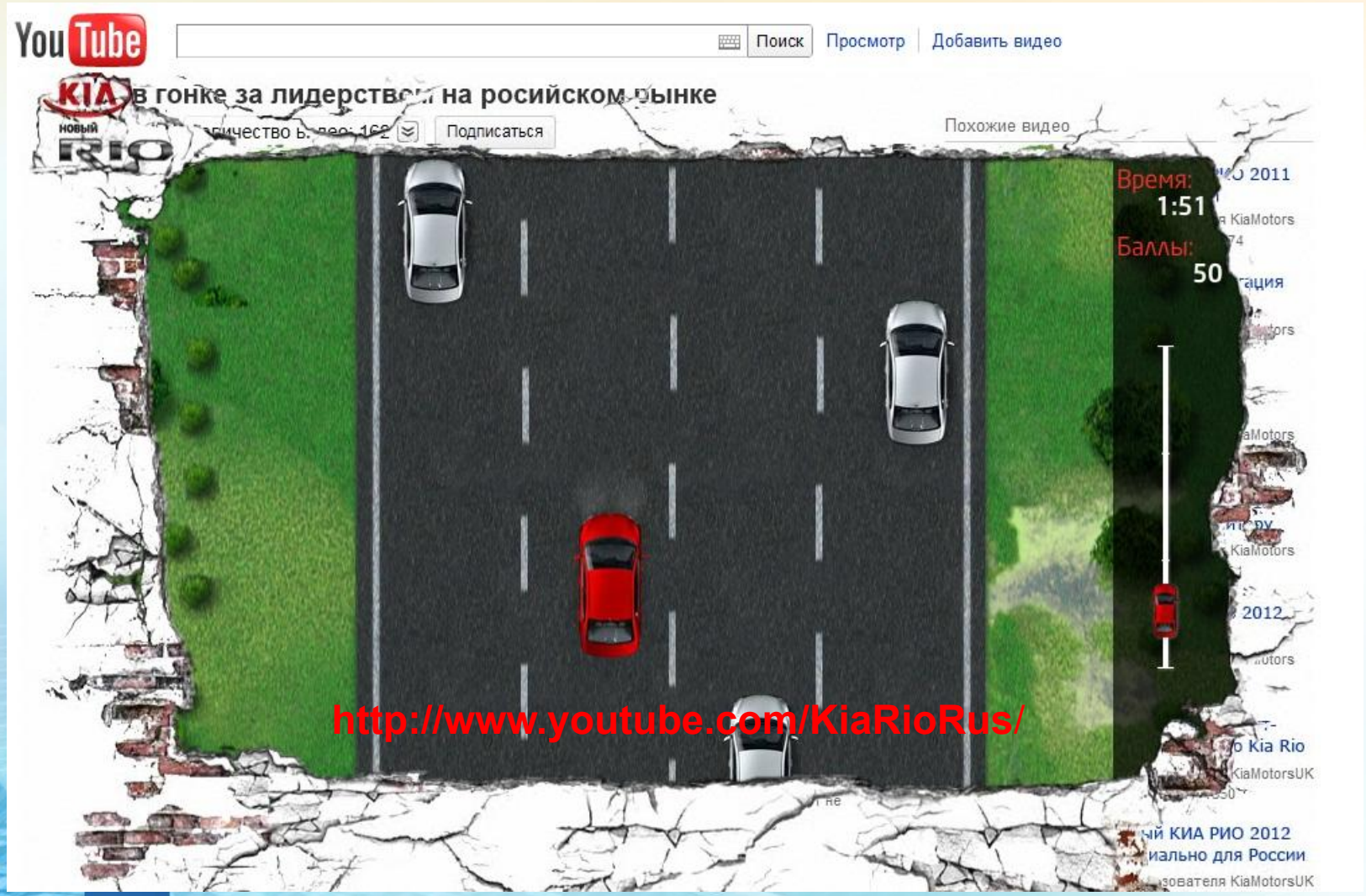


http://www.youtube.com/user/experiencewii

Нестандартные решения: Коммуникация



Нестандартные решения: Коммуникация



Нестандартные решения: Коммуникация

Первая презентация – все.
Кто побежит за второй??